

令和7年1月23日

中部経済産業局

株式会社ジェイアール東海ホテルズ

NTTコミュニケーションズ株式会社

株式会社 NTT コノキュー

公益財団法人日本交通公社

「デジタルヒューマンによる観光コンシェルジュ」等の 実証実験を開始します

～訪日外国人旅行者に対する「中部のホンモノ体験」の魅力発信をめざす～

中部経済産業局は、令和7年1月23日(木)より関係各社と連携し、名古屋マリオットアソシアホテルにて「デジタルヒューマンによる観光コンシェルジュ」「ARグラスを活用した観光情報発信」の実証実験(以下、本実証)を開始します。

本実証は、訪日外国人富裕層の中部地域における域内滞在・消費を促進すべく、「中部のホンモノ体験(※1)」の魅力を発信する有効なプロモーション方法を検証するために行うものです。

(※1) 我が国のものづくりの中心地である中部地域において、その原点である伝統産業・地場産業等の産地に実際に足を運んでもらい、「つくっている現場にふれてもらう」、「つくり手の熱意や思いに触れる」、「つくられている歴史風土を体感してもらう」といった「触れた人の知的好奇心を刺激し、そこに流れる歴史・文化までも深く感じることができる新しい体験」を、当局で「中部のホンモノ体験」として定義し、新たな観光コンテンツ群として整備を進めています。

1. 背景

中部地域は、古くからものづくり産業が盛んな地域であり、さらには、世界遺産や自然環境、食・農も併せ持つ観光・地域資源の豊富な地域です。しかし訪日外国人旅行者についてはゴールデンルート(※2) 途上での「立ち寄り観光」が多く、豊富な観光・地域資源を活用した域外からの交流人口・消費の拡大を十分に図れていないという課題があります。また、ホテルのコンシェルジュや訪日外国人富裕層向け旅行商品のバイヤー等のヒアリングから、日本の文化や伝統工芸等に関心が高いのは、欧米豪の富裕層であること、当地域は訪日外国人の認知度が低く、訪問先としてリクエストがないことが明らかとなりました。

そこで、当局では訪日外国人富裕層の旅行先として選ばれるような地域滞在型の「中部のホンモノ体験」の造成、商品化をすすめ、需要開拓を促進するモデルの構築を検討しています。

将来的には、訪日外国人富裕層が多く来訪する他地域の拠点において「中部のホンモノ体験」の認知度を向上し、中部地域への訪問の提案につながるための有効ツールの開発に向け、まずは当地域に来訪している海外富裕層に対して、以下2つのデジタルプロモーションツールの実証と有効性の検証を行います。

なお、本実証は、「インバウンド富裕層に対する中部地域のホンモノ体験コンテンツ

の需要開拓を促進するモデル構築調査（受託者：NTT コミュニケーションズ株式会社）」の一環で実施するものです。

（※2）ゴールデンルートとは、外国人観光客が東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪などを巡る広域の観光周遊ルートのことを指します。

2. 実証の内容

① デジタルヒューマンによる観光コンシェルジュ

NTT コミュニケーションズ株式会社と株式会社 NTT コノキューは、東映株式会社と共同でデジタルヒューマンを活用した新たな顧客体験やコミュニケーションの実証実験を進めています。音声合成技術や言語生成 AI などの技術を統合し、より人間に近い自然なふるまいで対応するデジタルヒューマンを開発しています。

本実証においては、名古屋マリオットアソシアホテル 15 階のホテルマネージャーデスクにおいて、デジタルヒューマンが訪日外国人旅行者と対話しながら観光案内を実施します。これにより、24 時間 365 日・英語での観光案内が可能となります。

また、会話の中でデジタルヒューマンが訪日外国人旅行者の趣味・嗜好を汲み取ることで最適な日程表・観光スポットを提案するとともに、提案内容を訪日外国人旅行者が QR コードで読み取れるようにします。これにより満足度の高い観光案内を実現します。

実証期間：令和 7 年 1 月 23 日（木）～25 日（土）、1 月 31 日（金）～2 月 1 日（土）計 5 日間

お客様の趣味/嗜好をヒアリングで汲み取り
お客様が求める日程表/観光スポットを提案



（図 1）デジタルヒューマンによる観光案内イメージ

② AR グラスを活用した観光情報発信

株式会社 NTT コノキューは、スマホ接続型 AR グラスを用いた周辺の観光スポット案内や疑似的な観光体験ができる観光ガイドソリューションを開発しています。

本実証では、名古屋マリオットアソシアホテル 15 階のホテルマネージャーデスクに訪れたホテル滞在者に対し、スマホ接続型 AR グラスで「中部のホンモノ体験」（石川県 九谷焼、山中塗、岐阜県 関の刃物、愛知県 有松絞等）を体感できるサービスを提供します。

実証期間：令和 7 年 1 月 23 日（木）～25 日（土）、1 月 31 日（金）～2 月 1 日（土）計 5 日間



(図 2) AR グラスを活用した観光情報発信イメージ

3. 各社の役割

経済産業省 中部経済産業局：事業全体の計画策定・管理

株式会社ジェイアール東海ホテルズ：実証フィールド

(名古屋マリオットアソシアホテル)の提供

NTT コミュニケーションズ株式会社：実証の実施・管理の支援

株式会社 NTT コノキュー：「デジタルヒューマンによる観光コンシェルジュ」、
「AR グラスを活用した観光情報発信」の構築、効果検証

公益財団法人日本交通公社：実証の管理支援

4. 今後の展開

本実証で有効性を検証したデジタルプロモーションツールを今後も継続して活用することを検討し、中部地域の豊富な観光・地域資源を活用した域外からの交流人口・消費の拡大を図っていきます。

5. 参考

NTT コミュニケーションズ株式会社ニュースリリース資料

<https://www.ntt.com/about-us/area-info/article/20250123.html>

(お問合せ先)

中部経済産業局 流通・サービス産業課長 藤井 隆史

担 当：流通・サービス産業課 渡邊

電 話：052-951-0597 (直通)

メール：bzl-chb-ryusa@meti.go.jp

