

縮景園への「電子チケット」システムの導入について

1 要旨

縮景園へ「OTA」プラットフォームと連携した「電子チケット」システムを12月から導入する。

※ OTA (Online Travel Agency) : インターネットだけで旅行に関する手配を完結させる旅行会社・組織

※ 7月から個人向けにテスト販売を実施し検証

2 現状・背景

インバウンド需要の回復やG7広島サミットを契機に入園者が急増するなか、入園者の利便性向上や国内外の観光客への魅力発信強化を図る。

3 概要

(1) 対象者

国内外の観光客（縮景園入園者）

(2) 事業内容

ア 国内向け

国内外のOTAプラットフォームとの豊富なネットワークを有する「アソビュー！」の発券・決済機能を活用し、縮景園ホームページから直接、電子チケット購入ができるサービスを提供する。

（キャッシュレス・スマホ完結型）

※QRコードによる現地での即時購入にも対応

イ 海外向け（インバウンド対応）

アソビューが業務提携する海外OTA「Klook（クルック）」を活用し、訪日前や旅行中にスマホ等から多言語対応（14言語）の電子チケット購入ができるサービスを提供する。

(3) 予算

－（美術館縮景園管理運営費の予算で対応）

(4) 今後の対応

○取り扱い券種の拡大（美術館との共通券（R8 予定）等を順次追加）

○国内・海外向けの販売経路の拡大

4 その他（関連情報）

縮景園ホームページ <https://shukkeien.jp/>

販売ページ <https://www.asoview.com/channel/ticket/F2cZONHm1N/ticket0000041516>

