

# 海事観光の振興に向けた JR西日本の取り組み



**令和元年10月10日**  
**西日本旅客鉄道株式会社**

# ■JR西日本の観光開発戦略



## ●当社エリア（北陸、近畿、中国、一部九州）を取り巻く環境から

- ・沿線の生産年齢人口、居住人口の減少
- ・他方で、シニア層・インバウンドを中心とした旅行需要は拡大傾向  
→そのような中で、「交流人口拡大」「移動需要創出」のためには  
新たな「旅の目的」そのものを創り出す必要 = 観光開発

## ●西日本エリアの特徴

- ・“日本らしい” 歴史文化、自然、人の営みが今も根ざす場所が多い割に  
日本人でさえ「行ったことがない場所」が多い  
→観光開発のポテンシャル（潜在能力）が高いと推定

## ●駅周辺にとどまらない「旅の目的」づくり

- ・瀬戸内をはじめ、島嶼部の観光周遊に国内外の注目が集まっている
- ・島嶼部を目的地とすると、海上交通は必要不可欠な2次アクセス
  - 海上交通の多くは「島住民の足」であり、観光客起点でないのが現状
  - 2次アクセス連携により広域観光客増加 = 鉄道収入の確保にもつながる
- ・旅行客にもわかりやすい「シームレスな移動手段」の整備が重要
  - 「ダイヤ」のわかりやすさ、セット型／着地型旅行商品の充実／MaaSの活用

# ■鉄道と船を組み合わせた旅行需要喚起

## ●壱岐市とタイアップした送客施策（2018年度）

博多駅～博多港から船で65分というアクセスに着目し、送客施策を実施（5月～秋）  
 地元船舶会社・行政と協力／中京・京阪神・岡山広島地区から旅行商品設定・PR  
 →団体型・個人型旅行商品／新幹線「スーパー早特」との組み合わせ商品で、  
 5,000名以上を送客

## ●九州／瀬戸内海エリア 島嶼部への送客施策（2018～19年度）

《JR西×航路（×JAL）の共同企画商品》

《サイクルシップ「ラズリ」》



尾道⇔瀬戸田間の定期船  
 としてのみならず団体旅行  
 向けチャーターとしても活用

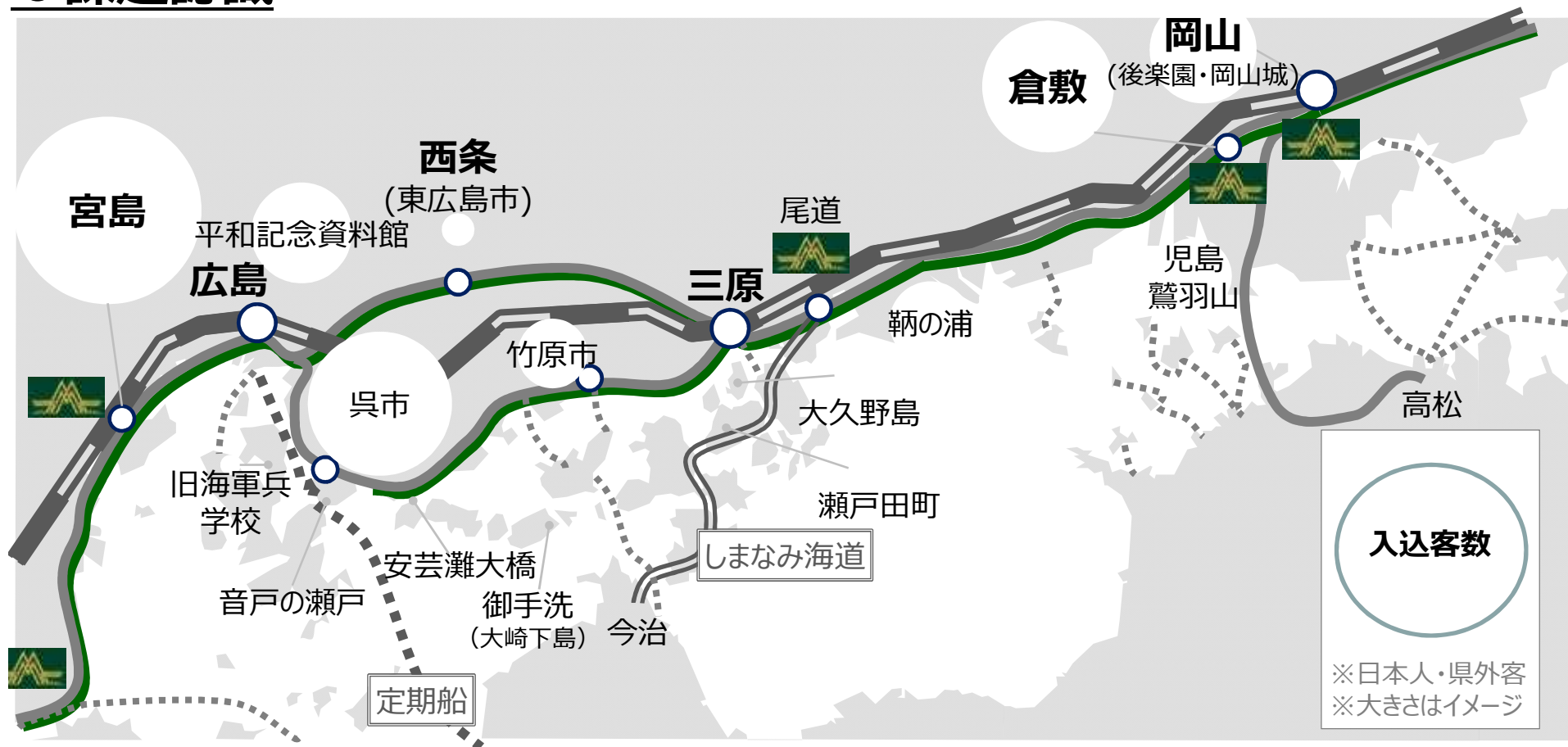
## ●商船三井客船様「にっぽん丸」とのタイアップ

片道新幹線と片道クルーズを組み合わせた商品を多数造成

# ■せとうちパレットプロジェクト(2018年5月～)



## ●課題認識



「多島美」= 世界有数の景観を有するが、観光客の訪問先は特定の観光地に集中  
・点在している観光地間を結ぶ周遊ルートが不十分 (東西の海上ルート)  
・魅力的で集客力のあるコンテンツ整備が進んでいない (島での移動・滞在手段)



# ■せとうちパレットプロジェクト(2018年5月～)



・せとうちエリア島嶼部を東西に結ぶ船舶周遊ルートを2018年～新設

●瀬戸内海汽船Gを運航主体とし「せとうち島たびクルーズ」として商品化

首都圏・近畿圏等からの往復新幹線とクルーズを組み合わせた団体型旅行商品を販売



**2018年度**

30日間、3,000人を送客

**2019年度 再実施**

5～11月、75日間に拡大  
9月時点(40日間)で  
既に約4,000人を送客

既存高速船「はやしお」



# ■新造船船舶の導入(中国運輸局/SKK/JRの3者連携協定を締結)



## 「観光型高速クルーザー」を2020年夏までに導入すると発表 (5/8)

### ●新造船船舶のイメージ

- ・瀬戸内の多島美を贅沢に楽しめる、スーパーヨット型のデッキを備えた観光型クルーザー
- ・長時間の乗船に適し、島々の観光地を効率よくめぐることができる高速船
- ・旅行会社によるチャーターにも適した90人程度の座席定員
- ・外国人観光客にも快適にご利用いただける船内案内設備を具備



・船舶新造にあたり、船舶保有会社「瀬戸内島たびコーポレーション」を設立  
(瀬戸内海汽船GおよびJR西日本Gによる共同出資会社)

・JRTTが2018年に創設した「国内クルーズ船」共有建造制度を初めて活用予定

# ■せとうちエリアの観光振興に向けた今後の展開



## ●観光型高速クルーザーの建造、導入に向けたスケジュール

2019年5月 船舶保有会社「瀬戸内島たびコーポレーション」設立  
－瀬戸内海汽船グループとJR西日本グループの共同出資会社  
あわせて、JRTT「共有船舶建造制度」申し込み

以降 船舶の仕様について検討～鉄道会社と船舶会社で協働して協議  
－尾道市「瀬戸内クラフト株式会社」において建造協議  
－「WEST EXPRESS 銀河」デザイナーの川西氏を起用  
－船内設備（座席）仕様について、住江工業様と協議

9月 JRTT「共有船舶建造制度」適用の内定通知

10月 仕様詳細および建造着手についてプレス公表  
－10/16「せとうち広島デスティネーションCP」全国宣伝販売促進会議開催  
－以降、建造段階からWEB、旅行見本市にてプロモーションを開始

2020年 夏 オリパラ開催時期に合わせて竣工、お披露目  
－いわゆる「クラウドイングアウト対策」としても国内外へPR  
－販売状況を見ながら2隻目、3隻目導入を検討

# ■せとうちエリアの観光振興に向けた今後の展開



## ● 2020年を中間ゴールとした、せとうちエリアの観光振興

オリパラ開催後、秋に「せとうち広島デスティネーションキャンペーン」開催  
-「クルーズ」「サイクリング」「神楽（日本文化）」などの当該エリアならではの  
コンテンツを充実

＜具体的整備メニュー＞ 「せとうちエリア海事観光振興」連携協定メニューの具体化

- 新船舶の導入、観光列車、周遊ルート（2次アクセス）
- 着地整備（駅、港湾施設、食事・休憩場所、宿泊場所など／古民家再生）
- シームレスな移動手段「MaaS」
- 地産品開発と情報発信
- 「せとうちパレット日本博」の開催 ※2019年度は文化庁主催事業として採択済

## ● 今後、目指していく海事観光の姿

外国人を含めた誘客拡大に向けては、2次アクセスと着地コンテンツの充実が必須  
（現状をふまえた地元の温度感と「そこへ行きたい」人たちとの認識ギャップが顕著）  
国や自治体、DMO、地元の皆様との一層の連携・価値観共有による誘客拡大  
＝地域からの共感と期待を得ながら、地域経済の活性化に貢献