

海事観光推進協議会ワーキンググループ

報告書

令和2年10月

目次

検討の背景と目的	1
取組の視点・方向性、具体の取組事項の例.....	2
1. 海上交通分野と他モード間との連携のあり方	2
1-1 海上交通分野と他モード間との連携に必要な条件	2
1-2 令和元年度に実施したモード間連携の事業結果.....	3
1-3 令和2年度に実施予定のモード間連携のモデル事業	4
2. 内外向け航路情報・ルート検索の基盤整備の推進.....	4
2-1 ルート検索のためのデータ提供や更新の促進のために必要な条件	4
2-2 航路情報・ルート検索の基盤整備の実施状況	5
2-3 船内通信環境整備について	5
2-4 新モビリティサービス（MaaS）の海上交通分野での推進について	5
3. 情報発信のあり方と観光人材育成	6
3-1 JNTO等とも連携したインバウンド向けの情報発信のあり方.....	6
3-2 C to Sea プロジェクトを通じた国内向け情報発信及び海への親しみの醸成	7
3-3 観光人材育成の重要性	7
4. コロナウイルス感染症拡大後の反転攻勢に向けて必要な取組	8

海事観光推進協議会ワーキンググループ名簿

令和2年10月現在

松本 隆司	(一社) 日本外航客船協会事務局長
須田 弘次	(一社) 日本旅客船協会常務理事
伊東 和宏	日本政府観光局(JNTO)市場横断プロモーション部長
岩田 勉	尾道市役所観光課観光係長
加島 洋子	神戸市港湾局担当局長
曾根 進	(株) J T B 法人事業本部 地域交流事業チーム事業推進担当MGR
波瀾 郁代	(株) J T B 総合研究所執行役員企画調査部長
鈴木 謙次	A N A 企画室 MaaS 推進部長
大塚 昌弘	太平洋フェリー(株) 関東支店支店長
柳場 厚	東海汽船(株) 旅客部長
内山 興	西日本旅客鉄道(株) 営業本部(マーケティング戦略)課長
岡田 俊司	瀬戸内シーライン(株) 取締役事業部部長
村山 公崇	郵船クルーズ(株) 運航部長
小松崎 有子	郵船クルーズ(株) 営業企画本部企画マーケティング部長
小川 仁	J R 九州高速船企画部長
多門 勝良	海事局次長
高木 正人	海事局外航課長
秋田 未樹	海事局内航課長
二瓶 朋史	航空局総務課政策企画調査室長
後藤 大樹	鉄道局総務課企画室課長補佐

(敬称略・順不同)

海事観光推進協議会ワーキンググループ 開催経緯

第1回海事観光推進協議会 WG 令和元年10月10日

(議題)・海事観光に関する現状について

第2回海事観光推進協議会 WG 令和元年12月6日

(議題)・他モードと連携した広域周遊の推進手法について

・内外向け航路情報検索システムの基盤整備の推進について

第3回海事観光推進協議会 WG 令和2年2月3日

(議題)・令和2年度予算案(観光関係)について

・内外向け航路情報検索システムの基盤整備の推進について

・効果的な情報発信について

第4回海事観光推進協議会 WG 令和2年4月24日(書面開催)

(議題)・令和元年度調査事業の結果報告について

・令和2年度に実施予定の海事観光に関する事業について

・内外向け航路情報検索システムの基盤整備の現状について

・海事観光推進協議会 WG 報告書(骨子案)について

第5回海事観光推進協議会 WG 令和2年10月29日(書面開催)

(議題)・令和2年度事業の実施状況報告について

・海事観光推進協議会 WG 報告書(案)について

一. 検討の背景・目的

「明日の日本を支える観光ビジョン（2016年3月30日策定。以下「観光ビジョン」という。）」においては、2020年「訪日外国人旅行者4,000万人、消費額8兆円、地方部での外国人延べ宿泊数7,000万人泊」等の目標が掲げられている。目標達成に向けては、特に、地方誘客や消費拡大に向けた多面的な取組の更なる強化が求められているところ、地方誘客を実現する広域周遊や日本全国に点在する観光コンテンツの磨き上げ等、海事観光の特性を活かした取組を重点的に推進することで、観光先進国の実現に貢献する必要がある。

2018年9月、海事観光分野での取組を加速化し、観光先進国の実現への貢献を果たすため、海事局に「海事観光戦略実行推進本部を設置し、海事観光推進の取組により目指すべき姿の実現に向けて、総合的な検討を行い、2019年3月に「観光先進国の実現に向けた海事観光の戦略的推進にむけて」をとりまとめた。

【海事観光推進の取組により目指すべき姿】

- 海事観光分野で観光先進国の実現という政府目標に貢献すること
- 海事観光推進を海事分野の成長のエンジンにすること
- 海事局が進める「C to Sea プロジェクト」を観光面からのアプローチで更に活性化すること

さらに、海事観光の推進に向けた取組の具体化について、海事関係業界や観光業界、経済団体等の様々な業界の関係者間で情報共有・意見交換を行い、更なる展開をはかるため、令和元年6月に「海事観光推進協議会」を設立した。

本協議会を通じ、官民一体となって、多面的・多角的に海事観光の取組を加速化していくことについて、関係者間で認識の共有が図られたことを受け、海事観光の取組の加速化に向けた必要な環境整備の具体方策について、関係者間で議論・検討することを目的として、令和元年9月に協議会の下に「海事観光推進協議会ワーキンググループ」（以下、「WG」という。）を設置した。

本WGでは、令和元年9月から令和2年10月にかけて、特に下記の論点について計5回の検討を行い、取組の方向性について一定の結論を得ることができたため、今般、中間報告としてとりまとめるとともに、今後、この方向性に沿って海事観光の加速化に向けた取組を一層推進することとする。

【環境整備の具体方策についての主な論点】

- 海上交通分野と他モード間との連携のあり方
- 内外向け航路情報・ルート検索の基盤整備の推進
- 情報発信のあり方と観光人材の育成
- コロナウイルス感染症拡大後の反転攻勢に向けて必要な取組

二. 取組の視点・方向性、具体の取組事項の例

1. 海上交通分野と他モード間との連携のあり方

1-1 海上交通分野と他モード間との連携に必要な条件

海事観光の中でも、船旅は魅力あるコンテンツの一つである。このため、観光庁受入環境整備事業補助金等を活用し、船内整備等に取り組んでいる内航旅客船事業者も多いが、現状、船に乗ることのみを目的とする観光客は少ない。船を観光コンテンツとして打ち込むためには、魅力的な観光コンテンツのある場所への移動手段であるとともに、便利でシームレスな移動手段であることが求められる。そのため、海上交通分野単独ではなく、鉄道や航空など他の交通モードと組み合わせたパッケージでの広域周遊の中の一つのパーツとして海上交通を捉えることが必要である。これには、海上交通分野と他モード間との連携が重要だが、現状において、各モード間の連携は進んでおらず、海上交通事業者において、船自体を観光資源とし、「船」と「海」の魅力を向上させるため、観光船対応の設備、船着き場の整備、船内Wi-Fi整備等の環境整備を図ることや、通年で収益を上げるビジネスモデルを作るために、旅行会社と組んだ商品造成、広告宣伝に取り組むことが求められている。

また、公共交通分野におけるシームレス化とは、乗継ぎ等の交通機関間の「継ぎ目」や交通ターミナル内の歩行や乗降に際しての「継ぎ目」をハード・ソフト両面にわたって解消することにより、出発地から目的地までの移動を全体として円滑かつ利便性の高いものとするものであり、海上交通事業者が行うハード面の対策としては船内の受入環境整備、ソフト面での対策として、具体的には、接続ダイヤの設定、乗継運賃割引の拡大、共通乗車船券の設定等が考えられる。しかし、現状において、海運事業者の多くは「販売」に関するインフラ機能が脆弱であり、決済システムを構築していない事業者が多い。そのため、インバウンド対応やMaaS連携も見据え、今後、海運事業者側において、他社との連携に必要な在庫管理システムや予約・決済システム等の「精算機能」の構築を図ることが必要である。

さらに、異なるモードの交通事業者が連携して広域周遊を実現するためには、自治体を跨いで移動の円滑化や目的地における観光素材の発掘、磨き上げが不可欠であり、各地域における自治体との連携となり、その際には、各地域運輸局におい

ても自治体や事業者間の調整を図ることが求められる。具体的には、今後、下記について取組むことが必要である。

- ・広域周遊の実現にあたり、自治体と連携し、目的地における観光素材や二次交通アクセス確保を図る。その際、観光地域の消費拡大を図る観点からも、AI等を活用した二次交通アクセスの活用も検討する。
- ・各地方運輸局海事振興部が中心となり、観光部や交通政策部と連携し、各地域の関係事業者や有識者ととともに地域海事観光推進協議会を設置し、関係間の連携、情報交換、実証事業実施等に取り組む。その際には、海事観光関係事業者等の民間分野と、自治体、国等の交通分野との役割分担も図る。

1-2 令和元年度に実施したモード間連携の事業結果

令和元年度には、海上交通分野と他モード間とが連携した下記2つの事業を実施した。

- ①宮古島におけるフライ&クルーズ拠点化に向けたモデル事業
- ②船舶アクセスに優位性のある広域周遊ルート活性化に関する実証事業

1-2-1. 宮古島におけるフライ&クルーズ拠点化に向けたモデル事業

○宮古島における観光コンテンツは、クルーズ乗船客の満足度が高い。一方で、観光施設や飲食店での多言語対応や英語表記不足等、受入環境の整備や情報提供に課題があることがわかった。

○今後さらに、宮古島のフライ&クルーズ拠点化を具体的に進めるため、重要と思われる以下を実施することとする。

- 地元経済に裨益する乗下船前後の宿泊や観光をパッケージ化した商品造成の支援。
- SNS等を活用した宮古島の魅力についての効果的な情報発信の強化。
- 消費を促進するクルーズ利用者向けの多言語観光マップの作成。

1-2-2. 船舶アクセスに優位性のある広域周遊ルート活性化に関する実証事業

○観光地における多言語表記、受入スタッフの体制、検索システムでの多言語対応が不十分であり、自治体におけるルートやコンテンツの魅力訴求が必要。

○乗車券購入時、乗船後の船内購買時などのキャッシュレス対応、船内から情報発信がリアルにできるような仕掛けと基盤(Wi-Fi環境)作りに取り組む。

1-3 令和2年度に実施予定のモード間連携のモデル事業

さらに、令和2年度には、新たに創設された「海洋周辺地域における訪日観光の充実・開拓及び魅力向上事業補助金」等を活用し、海上交通モードと他モード間連携のモデル事業として、「せとうちパレットプロジェクト新造船導入による海事観光振興」に取り組んだ。これは、JR西日本と瀬戸内海汽船が協同して取り組んでいるプロジェクトであり、本年夏に新造された観光船「シースピカ」と鉄道、地元自治体との連携による商品開発が期待されている。なお、モデル事業を実施するにあたっては、特に下記に留意して取り組む必要がある。

- ・ 船内や船着き場の環境整備、地域毎の特性を活かした自治体と連携した目的地における海事観光素材の磨き上げや船も活用した二次交通アクセス確保の充実、旅客の利便性向上に資する「手荷物運搬サービス」の実施、商品造成に観光庁や海事局、自治体の各種補助も活用しながら取り組む。
- ・ システムやツールだけを措置するのではなく、初めにマーケティングを含めて企画調査を行い、持続可能なモデルにする。

また、昨今、新型コロナウイルス感染拡大後、観光需要の落ち込みが大きい中、反転攻勢に転じた後、国内需要を中心とした国内外からの観光需要に応えるための基盤整備作りが必要であるが、これに際しては、GoToTravel キャンペーンを積極的に活用し、各地方運輸局や自治体や旅行会社等の関係者と連携して取り組むことも必要である。

2. 内外向け航路情報・ルート検索の基盤整備の推進

2-1 ルート検索のためのデータ提供や更新の促進のために必要な条件

特に訪日外国人個人旅行客向けの取組みを考えるにあたり、訪日外国人にもスムーズにフェリーや旅客船を利用してもらうことが重要だが、現在、フェリー・旅客船の航路情報はオープンデータ化の取組みが遅れており、交通検索事業者の検索システムに対応できていない航路も多い状況である。そのため、魅力があるにも関わらず、移動手段としてのフェリーや旅客船の存在について認知されているとは言い難く、早急に、例えば、Google マップなどの地図アプリに掲載される航路情報のデータ整備に関する取組を進めることが必要である。

また、旅客船が着岸する棧橋が複数ある港では、外国人が棧橋の場所を間違えるなどのケースも多く、経路検索サイトに登録されている港の情報を統一的に整備することも必要である。その際、併せて、外航航路や他の二次交通（地バスなど）も整備することにより利便性向上が可能となる。

2-2 航路情報・ルート検索の基盤整備の実施状況

上記のような問題意識の下、令和元年度、海事局において、「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」、「簡易作成ツール」及びガイドラインを作成した。同フォーマットは、寄港地、時刻及び運賃等航路の基本情報を標準形式（GTFS）により規定するものであり、これにより、事業者自身がGTFSデータのオープン化、交通検索事業者等への提供が可能となった。

さらに、令和元年度は国直轄調査事業として、航路情報のGTFS化促進のため、ツールの利便性機能向上実施の他、希望事業者に対しGTFSデータ化を支援するとともに、事業者自身のデータ作成・更新を可能とするため、各運輸局や各地域旅客船協会と協力して説明会やセミナー、オンラインセミナー等を実施した。

また、港名等について統一された命名ルールを策定することにより、利用者が的確な検索結果を得られる環境を整備することにも努めた。

今後も引き続き、事業者が航路情報を容易にGTFS化できる環境を整えつつ、交通検索事業者の検索システムに対応できるよう、さらに航路情報のオープンデータ化と利活用の推進を図ることとしている。

2-3 船内通信環境整備について

航路情報のオープンデータ化とともに、フェリー・旅客船利用者の利便性を高め、船内でのキャッシュレスサービスの提供や船内からの情報発信を推進するためにも船内通信環境整備も喫緊の課題である。

しかし、陸上と異なり、船内で陸上系のWi-Fi環境を整備しても、本土や島の周辺でしか陸上からの電波が届かないため、沿岸から離れた場所では通信ができないという課題がある。沿岸からの電波が届かない場合にも船内通信を可能とするためには、衛星通信が必要となるが、フェリー・旅客船事業者個社の資金財力では高額な衛星電波を取り入れるのは難しく、今後、事業者が負担するコスト低減のための方策の検討が必要である。

国土交通省としては、今後、海上における船舶向け高速通信の普及について、船舶向け高速通信導入に意欲的な民間事業者の動向にも留意しつつ、総務省とも連携して取り組んでいくこととしている。

2-4 新モビリティサービス（MaaS）の海上交通分野での推進について

近年、交通事業者をはじめとした民間企業を中心に、MaaSの取組が進められている。MaaSは、様々な移動手法・決済サービス等を組み合わせて1つの移動サービスとして捉えるものであり、飛躍的な利便性の向上により、利用者の移動行動に変化をもたらすものと位置づけられている。MaaSは、小売・飲食等の商業、宿泊・観光、物流などのサービス分野との連携等により、移動手段・サービスの高付加価値化、より一層の需要の拡大も期待されており、平成31年3月には、国土交通省において「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会」の中間とりまとめが行われ

ている。今後、海上交通分野での情報基盤整備を図るにあたっては、このような、地域や観光地における移動の利便性向上にも資するMaaSの海上交通分野での推進も今後は見据えていく必要がある。なお、その際には、瀬戸内地域等で既に実用化されている先行事例（スキームバージ観光アプリ「Horai」）を参考にすることが望ましい。

また、例えば、既に先行する航空分野では、MaaS 関連サービスを開始し、経路検索に時刻表データを活用している事例もあり、海上交通分野でも航路情報の標準化、充実が図られることにより、国内外の航空機や他モードの交通手段を利用する観光客に対して、航路のより一層の訴求ができる可能性がある。また、IC カード等のキャッシュレスシステムを新規構築する際に MaaS を導入することにより、地域や広範囲での地域の移動に繋がることも期待される。

なお、MaaS の導入により、地図データとの連携、リアルタイムでの情報を入手、他のサービスとの連携などメリットも多いが、導入コストが高いため、導入の検討にあたっては、海上交通分野の利便性向上のために真に必要な機能が何かを適確に見極めることが必要である。

3. 情報発信のあり方と観光人材育成

3-1 JNTO等とも連携したインバウンド向けの情報発信のあり方

海事観光を推進するにあたり、多くの魅力や観光資源といった潜在的魅力があるにもかかわらず、それが観光客に伝わっていないケースも多い。まず船旅や旅客船の魅力を集約・整理し、コンテンツ化して情報発信することが必要だが、効果的な情報発信のためには、海外からの検索が容易になるようインバウンド客が多く利用する予約サイトに宣伝のリンクを貼るなど、JNTO とも連携した取組も重要である。

特にインバウンド客は依然としてゴールデンルートの需要が圧倒的に多いので、船旅＝深度化された観光と捉え、東京プラス α で離島や地方に誘導すべく、SNS で積極的に発信していくことは非常に重要である。なお、情報発信においてはブランディングを考えることが必要であり、ターゲットの設定、打ち込むコンテンツ内容を戦略的に捉えることが重要である。

なお、令和元年度に JNTO 官民連携事業において、日本旅客船協会の海外受けサイト「SeanicJapan from the Water」の充実を図ったところであり、今後、これを利用しながらのインバウンド向け情報発信も期待される。

また、令和2年度は、日本観光振興協会事業として、海事観光の総合的プロモーション事業を実施することとしており、「日本の海事観光」を国内外の観光者に広く「認知」してもらうとともに、旅行や写真愛好家の好奇心を喚起し、海事観光の「トレンド形成」を図るため、「驚きと新発見」をコンセプトとしたプロモーション動画を制作し、YouTube を活用した広報活動やフォトキャンペーンを実施している。

さらに、令和3年1月予定のツーリズム EXPO ジャパントラベルフェスタにおいては、旅客船事業者をはじめとした海事観光関係事業者等と共同で「海事観光ブース」

を出展し、海事観光の「旅行商品化」を促進することとしている。

今後も、官民の連携を強化し、ダイナミックで魅力ある日本の海事観光の認知向上やトレンド形成と、実際の商品化を意識した情報発信を同時に進めていく必要がある。

3-2 C to Sea プロジェクトを通じた国内向け情報発信及び海への親しみの醸成

国内向けには、日常的な情報発信や魅力あるコンテンツの発信により、国民の海への親しみを醸成し、船旅やマリンスポーツなど海で行うアクティビティへの心理的ハードルを下げるのが、海事観光の振興につながると考えられる。

平成30年度から海事広報活性化協議会（事務局：国土交通省海事局）で実施している「C to Sea プロジェクト」においては、公式 SNS（Twitter、Instagram、YouTube）及びポータルサイト「海ココ」を活用し、マリンアクティビティ啓発事業をはじめ、海や船を利用した魅力的な観光コンテンツ等に関する情報発信を行ってきた。

令和2年度においては、YouTube を活用した情報発信を強化しており、アナウンサー歴を持つ職員による「さるびあ丸」レポートをはじめ、コロナ禍でも安心して楽しめる工夫を取り入れた「SEA PASE02」、新幹線との連携により利便性が向上した「SEA SPICA」の取材動画を制作し、安心かつ快適に楽しめる「新しい船旅」について情報発信を行った。

特に、SNS は情報発信が容易であり、拡散力もあることから、今後も官民や業界内での連携及び発信力を強化し、国民の海への親しみを醸成しつつ、魅力的な情報発信を行い海事観光需要の創出につなげていく必要がある。

3-3 観光人材育成の重要性

地域において持続可能な海事観光を取り組むにあたっては、地域固有の観光コンテンツの魅力向上に資するソフトインフラとして、各地域における地域ガイドなど観光人材の存在が不可欠である。

一方、現状において、観光拠点におけるガイドの整備体制は不十分であり、地域間においてガイド人材をマッチングするネットワーク整備が必要である。また、地域ガイドはシニア層のボランティアが担っている面が大きいが、特にインバウンド受入にあたり、地域ガイドのクオリティを高めて持続的に提供するためには、ボランティアに頼るだけでなく、体験型観光や人流を目的とした観光を活用することも検討するべきである。

また、新たに観光人材を育成する場合、人材の確保、育成、派遣（活用）の三段階を経て漸く実現するため、ある程度の時間を要することから、その間の支援が必要となるが、外部専門人材の登用やOJT派遣や視察、研修・セミナー等の受講による中核人材の育成を補助する「観光地域づくり法人（DMO）の体制に対する支援事業」などの活用も有用である。

なお、海事観光の今後の課題である「広域周遊観光促進のための専門家派遣」については、既に行政等で養成された外客受入の専門人材の現場への派遣（アドバイ

ザ一的役割)と、個別のコンテンツに即した現場の養成の促進(既に現場で雇用されている者への育成経費補助等)を同時に実行することが、効果的であることから、今後、これについても検討を行う。

4. コロナウイルス感染症拡大後の反転攻勢に向けて必要な取組み

新型コロナウイルス感染症の影響により、4月に引き続き5月も、観光船のすべての事業者において運送収入が前年同月比70%以上減少したほか、8月においても約7割の事業者が前年同月比50%以上減少するなど、旅客船業者を含めた観光分野への影響は、風評被害も含め深刻である。そのため、事態終息後に期待される政府・関係機関等による観光推進施策を見据えつつ、地域の実情に応じた「海事観光」の整備や魅力発信を積極的に行うことで、観光全体のV字回復に寄与する必要がある。

コロナウイルス感染症拡大により新たに出現した「クルーズ旅行」や「屋形船」のイメージ悪化への払拭等や「3密」への対応等の課題については、それぞれの事業者が個別に対応するのではなく、現場の事例を共有しつつ、事業者側での対策を含め行政が中心となって課題解決に向けての対策や必要な物資への支援を推進することが必要である。

このため特にクルーズ再興においては、クルーズ船に対する安心が損なわれたことを踏まえ、クルーズ船事業者、港湾管理者等の関係者が講ずべき措置等について、「クルーズ船利用者の安全・安心の確保に向けた有識者WG」において、クルーズ産業の専門家、感染症専門家、危機管理専門家、クルーズ業界関係者、港湾関係者などの幅広い分野の有識者から意見を伺った。

これらの議論を踏まえ、国土交通省の監修のもと、関係業界団体においてクルーズ船及び受入港の感染症対策に関するガイドラインを策定することとし、令和2年9月18日に「クルーズの安全・安心の確保に係る検討・中間とりまとめ」を公表した。また、「中間とりまとめ」の公表に合わせて、関係業界団体が策定したクルーズ船及び受入港の感染症対策に関するガイドライン(国内クルーズを対象とした初版)も公表された。

将来のクルーズ市場の本格再興に向けて、現時点での段階的取組として、安全・安心確保策を講じたうえ、まずは国内クルーズの運航再開を目指すこととしている。

なお、国際クルーズについては、国内外の感染状況、我が国及び寄港国の水際対策の動向等を踏まえつつ、引き続き安全対策について検討を進める。

さらに、令和3年1月のツーリズムEXPO ジャパントラベルフェスタの機会を捉え、船旅に対するイメージ回復に向けたプロモーションを行う。

また、今年度は訪日外国人旅行者をはじめ、観光目的の集客は厳しい状況にあり、交通・観光事業者の経営状況も悪化しているが、来年のオリパラ開催に備え、外客受入環境の整備を今年度中にある程度進めておくことが必要であることから、次年度以降に向けた趣旨や目的が明確である限りにおいて、行政が環境整備を支援することが必要である。

上記の必要性を踏まえ、今後、「海事観光」をキーワードに、政府だけでなく、それぞれの地域の実情に合わせた訴求効果の高い船旅や海洋周辺の海事関係コンテンツを活かすことで、新型コロナウイルス感染症事態終息後の反転攻勢につなげていくことが求められている。そのため、各地域における海事関係者のみならず、幅広い業界の関係者が綿密に連携し情報交換や事業実施を目指す協議体「地域海事観光推進協議会」を設置することとした。今後、各地方運輸局海事振興部が中心となり、観光部や交通政策部と連携し、各地域の関係事業者や有識者ととも地域海事観光推進協議会を設置し、関係間の連携、情報交換、実証事業実施等に取り組んでいくこととする。

特に、海事観光の推進に当たって、海上交通分野の課題としては、航路情報検索や船内通信環境の（キャッシュレス、Wi-Fi）の整備等、業界固有の問題として解決しなければならない課題がある一方、人材育成、モデル事業（助成事業）、情報（魅力）発信等、観光・交通業界全体に共通する課題については、地域との連携、JNTOとの連携、旅行会社との連携を観光施策全体として進めていく必要がある。

参考資料(これまでのWG資料等のまとめ)

■ 海事観光の戦略的推進について	1
■ フライ&クルーズに関する取組について	7
■ 内航旅客船・フェリーの航路情報のデータ整備に関する取組について	11
■ 国土交通省のMaaS推進に関する取組について	21
■ JNTOの海事観光に関連したプロモーション	36
■ 令和元年度調査事業の結果報告	39
■ 令和2年度事業実施報告	48

海事観光の戦略的推進について

国土交通省 海事局

- 国土交通省海事局に設置した「海事観光戦略実行推進本部」において、海事観光推進の取組により目指すべき姿として、
「①海事観光分野で観光先進国という政府目標に貢献すること」、「②海事観光推進を海事分野の成長のエンジンにすること」、「③海事局の進める『C to Sea プロジェクト』を観光面からのアプローチで更に活性化すること」を位置づけ、これらの実現に向けた取組の方向性について、総合的な検討を実施
- 検討の結果、海事観光分野で観光先進国の実現に貢献すべく、重点的に進める取組事項等についてとりまとめた
(2019年3月28日公表)
- 2019年6月25日に「海事観光推進協議会」を設置し、官民連携した取組の更なる深化を図る

➡ 海事観光分野において、観光先進国の実現に貢献

海事観光分野が有するポテンシャル

①フェリーや旅客船による快適な広域周遊を通じた地方部への送客



取組の例)

- レンタカーや鉄道と連携した広域的な周遊ルートの創出や商品の造成
- サイクルシップなど、新しい需要に対応した船内環境の実現 等

②スーパーヨット等の豪華な滞在環境コンテンツによる富裕層の誘致



取組の例)

- スーパーヨットの検査基準等の見直し
- 豪華チャーターヨットによる周遊ツアー活性化のための環境整備 等

③海上輸送の特性による船でしかアクセスできない離島への誘客



(出典)小笠原村HP

取組の例)

- 需要増に応じた新規観光航路の設定
- アイランドツーリズムプロモーションの実施 等

④マリンアクティビティ等の体験型コンテンツによる「コト」消費の拡大



取組の例)

- プレジャーボートによる周遊モデルルート(マリンチック街道)の普及
- マリンアクティビティの魅力を紹介する動画の作成や観光展への出展
- 海のナイトタイムエコノミーの実現 2 等



海事観光推進協議会

- 海事観光の推進に向けた取組みの具体化について、海事関係業界や観光業界、経済団体等の様々な業界の関係者間で情報共有・意見交換を行うため、「海事観光推進協議会」を設立(2019.6.25)
- 更に、海事観光の取組の加速化に向けた必要な環境整備の具体方策について議論を行うため、協議会の下にWGを設置(2019.10.10)

海事観光推進協議会構成団体等

(座長) 久保 成人 (公社) 日本観光振興協会理事長
 (委員団体) 海事・観光・金融団体等

※行政関係者として海事局長・観光庁次長等も参画

※オブザーバー：民間企業、自治体

計54者(2019年10月16日 現在)

●海事観光推進協議会(イメージ)



多様な業界との連携により
海事観光への潜在的な利用者層の開拓・獲得

取組の方向性

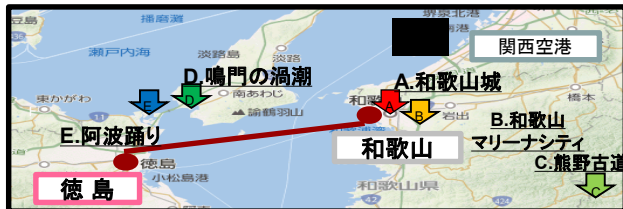
海事観光分野が有する特性を生かし、**地方誘客・消費拡大に貢献**

① 地方誘客を実現する広域周遊の実現

フェリーや旅客船による広域送客の特性を活かし、船と他交通モードとの連携により、生活交通・観光交通の多様性の確保のみでなく、**地方送客**や、**地方での滞在日数増加を実現**

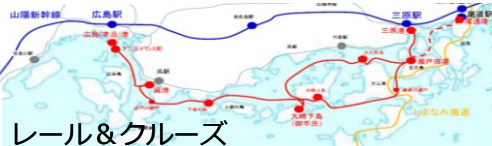
【取組の例】

○レンタカーや鉄道と連携した広域的な周遊ルートの創出や商品の造成
 <レンタカー&クルーズ> **【2019年度中】※R1 国直轄調査事業** (近畿運輸局)
 ・関西国際空港から、レンタカーとフェリーを接続・連携させた広域周遊ルートを造成することを目的とした、運航実証実験を実施。



レンタカー&クルーズ

<レール&クルーズ> **【2020年夏頃】※鉄道・運輸機構(JRTT)共有建造制度を活用** (中国運輸局)
 ・西日本旅客鉄道(株)及び瀬戸内海汽船(株)によるプロジェクト。2020年夏を目途に、観光型高速クルーザーを開発・導入し、新たな観光周遊ルートが構築される予定。



<サイクルシップ> **【2018年度～】**

・しまなみ海道、瀬戸内の魅力的な島々を自転車と船を活用して楽しむことを目的として運航。(尾道～瀬戸田航路)



② 富裕層の誘致に向けた環境整備

スーパーヨットや豪華チャーターヨット等の活用により、**富裕層の誘致による消費拡大を実現**

【取組の例】

- スーパーヨットの検査基準等の見直し
- 豪華チャーターヨットによる周遊ツアー活性化のための環境整備 等

<スーパーヨットに関連した検査基準等の見直しの検討>
【2019年度～】

・イタリアで建造されたスーパーヨット(136トン)が、今年度、日本に輸送される予定であり、当該ヨットについて個船対応中。



<大型プレジャーボートによる周遊ツアー活性化>

【2019年度中】※R1 国直轄調査事業(中部運輸局)

・国内における大型ヨット等を活用した周遊ツアーを活性化させるため、大型ヨット等を活用した滞在型周遊ツアーが盛んな欧州における事例を調査し、国内における諸課題の洗い出し、解決策の整理等を行う。



取組の方向性

海事観光分野が有する特性を生かし、地方誘客・消費拡大に貢献

③ 離島へのアイランドツーリズムの推進

船の海上輸送の特性を生かし、離島航路については、生活交通と観光交通のコラボレーションによる 離島への誘客・滞在日数増を実現

＜インバウンド船旅振興制度の創設＞【2019年4月創設】
 ・旅客船事業者の創意工夫による観光航路活性化に向けた「インバウンド船旅振興制度」を創設

新規航路開設等の新サービス創出がより柔軟に可能に



インバウンド船旅振興制度活用航路(新潟～粟島間)

＜地方発着フライ&クルーズ推進事業＞
 【2019年度中】※(公社)日本観光振興協会連携事業

(沖縄総合事務局)

・地方発着フライ&クルーズを推進するため、寄港地周辺での消費拡大に向けた地域魅力向上策、二次交通確保、効果的な情報発信の在り方等 諸課題と対処の在り方についての調査を実施。



©コスタクルーズ

④ コト消費の拡大

海事観光コンテンツの磨き上げによる、海事観光分野における「コト消費」の拡大を実現

＜リクルートと連携した海事観光需要創出＞
 【2019年10月】※C to Seaプロジェクト

- ・国土交通省、海事関連団体、リクルートで企画した、若者向けマリン需要創出に向けた取り組み「海マジ！」※の対象に「旅客船」を追加。
- ※19・20歳の若者に無料で「マリン体験」(プレジャーボート、サーフィン、カヌー、釣りなど)をしてもらう。



＜マリンアクティビティ等の情報発信事業＞
 【2019年10月～】※(公社)日本観光振興協会連携事業

- ・マリンアクティビティの楽しさ・魅力を紹介する動画の作成や、観光展へのブース出展により、潜在層に対して効果的にマリンアクティビティの情報発信を行い、認知度向上及び体験型観光への参加を促す事業を実施。

＜動画概要＞

- ・誰もが「私にもできる」と思えるような、身近に感じる動画
- ・プレジャーボート(釣り、シュノーケリング含む)、水上バイク、サーフィン、カヌー、旅客船、SUPの6分類について紹介。
- ・YouTube、ツーリズムEXPO、マリンイベント他で放映。



YouTube
 「海ココちゃんねる」にて動画公開中!



＜DMOと連携した情報発信＞

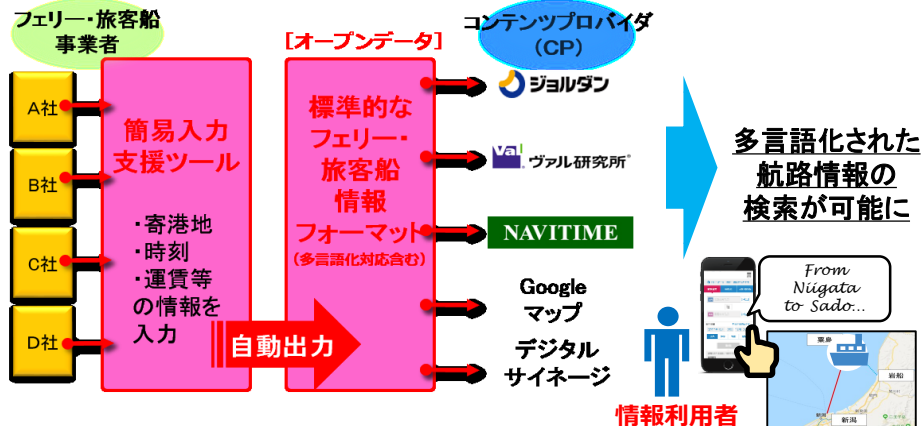
- ・海の京都DMOや、瀬戸内DMOと連携して、マリンアクティビティ等の魅力を発信する。

取組の方向性

すべての旅行者が他分野とシームレスに、ストレスなく快適に海事観光を満喫できる環境を実現するため、**船舶や関連施設周りの受入環境整備の更なる推進が必要**

航路情報のオープンデータ化促進

- ・MaaS実現を視野に入れた多言語化対応の航路情報提供に向けた標準フォーマット・入力ツールの公表【2019年4月公表】



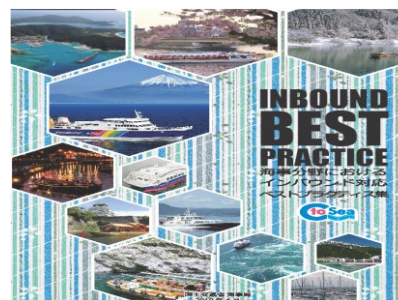
- ・上記ツールを元に、航路情報のデータ化支援により航路情報のオープンデータ化を加速化する。【2019年度中】※R1 国直轄調査事業

MaaSの実証実験（新モビリティサービス推進事業）

- ・全国の牽引役となる先駆的な取組を、「先行モデル事業」として選定（先行モデル事業の例）【2019年6月選定・公表】
 - ・志摩地域（志摩市、近鉄グループHD等）
 - ⇒海上タクシーを含む交通サービスを統合したMaaSアプリを構築（検索・予約・決済）、デジタルフリーパス販売
 - ・瀬戸内地域（瀬戸内洋上都市ビジョン協議会）
 - ⇒高松空港から入る観光客を対象に海上タクシーを含む交通機関と連携した旅程提案型MaaSの提供

ベストプラクティスの収集・水平展開

- ・旅客船、フェリー、マリンアクティビティに係るインバウンド対応ベストプラクティス集の作成・公表【2019年4月公表】



ベストプラクティス集(イメージ)

(記載内容の例)

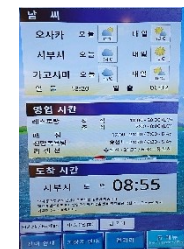
- ・創意ある取組内容
- ・効果・成功要因
- ・今後の課題・展開等

受入環境整備の現状把握・目標設定

- ・主要な中長距離フェリー航路におけるインバウンド受入環境整備目標の設定【2019年4月公表】

(項目の例)

- ・船内における多言語情報提供
- ・船内Wi-Fi環境の整備
- ・インターネット予約等



フェリー船内における多言語案内の例

取組の方向性

- ✓ 業界全体に海事観光推進に係る取組推進のメリットを浸透させ、機運を高めるための情報発信が必要
- ✓ インバウンド向けには、**JNTOとの連携をはじめとした積極的プロモーションが必要**
- ✓ 国内旅行者向けには、幅広い層に対し、**「C to Seaプロジェクト」^(※)等と連携した情報発信強化が必要**

(※)「C to Seaプロジェクト」・・・海や船に触れる機会の創出と、海事・海洋に関する情報発信を行う官民一体の取組

具体的取組の例

ベストプラクティスの水平展開とフォローアップ

- ・海事観光推進に係るベストプラクティスの収集・水平展開
- ・ベストプラクティスのフォローアップ事例のフォローアップを通じた持続性のある事業の実現

インバウンド観光促進のための情報発信強化

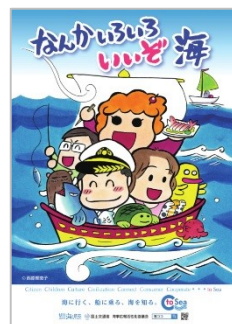
- ・訪日プロモーションに係るJNTOとの積極的連携
⇒アイランドツーリズムの振興に関するプロモーションを実施予定。
※重点発信地域(佐渡島、五島列島、大隅諸島、八重山諸島等)
- ・動画やSNSの活用などのデジタルマーケティング方策検討
【2019年度中】※JNTO官民連携事業
- ・世界に誇れる観光資源(世界遺産、「世界で最も美しい湾クラブ」等)を活用した取組との連携



インバウンド向け情報発信強化
(Scenic Japan from the Water)

「C to Seaプロジェクト」と連携した国内向け情報発信強化

- ・イベント造成・情報発信等を通じた官民一体となった「C to Seaプロジェクト」の更なる推進
- ・ポータルサイト「海ココ」、Twitter、Instagramを活用した情報発信
- ・各種イベント・情報発信における、「C to Seaプロジェクトアンバサダー」STU48や、全国各地の「ご当地アンバサダー」等との連携
- ・「海事レポート」で海事観光の魅力を特集(フェリー・クルーズ等)
- ・マリンアクティビティや船旅等、海や船の魅力発信



西原理恵子さんとの
コラボポスター



Instagram投稿例
(SNSは平日毎日更新中)



イベントにて海や船の魅力発信
(写真はR1年海の日イベント)

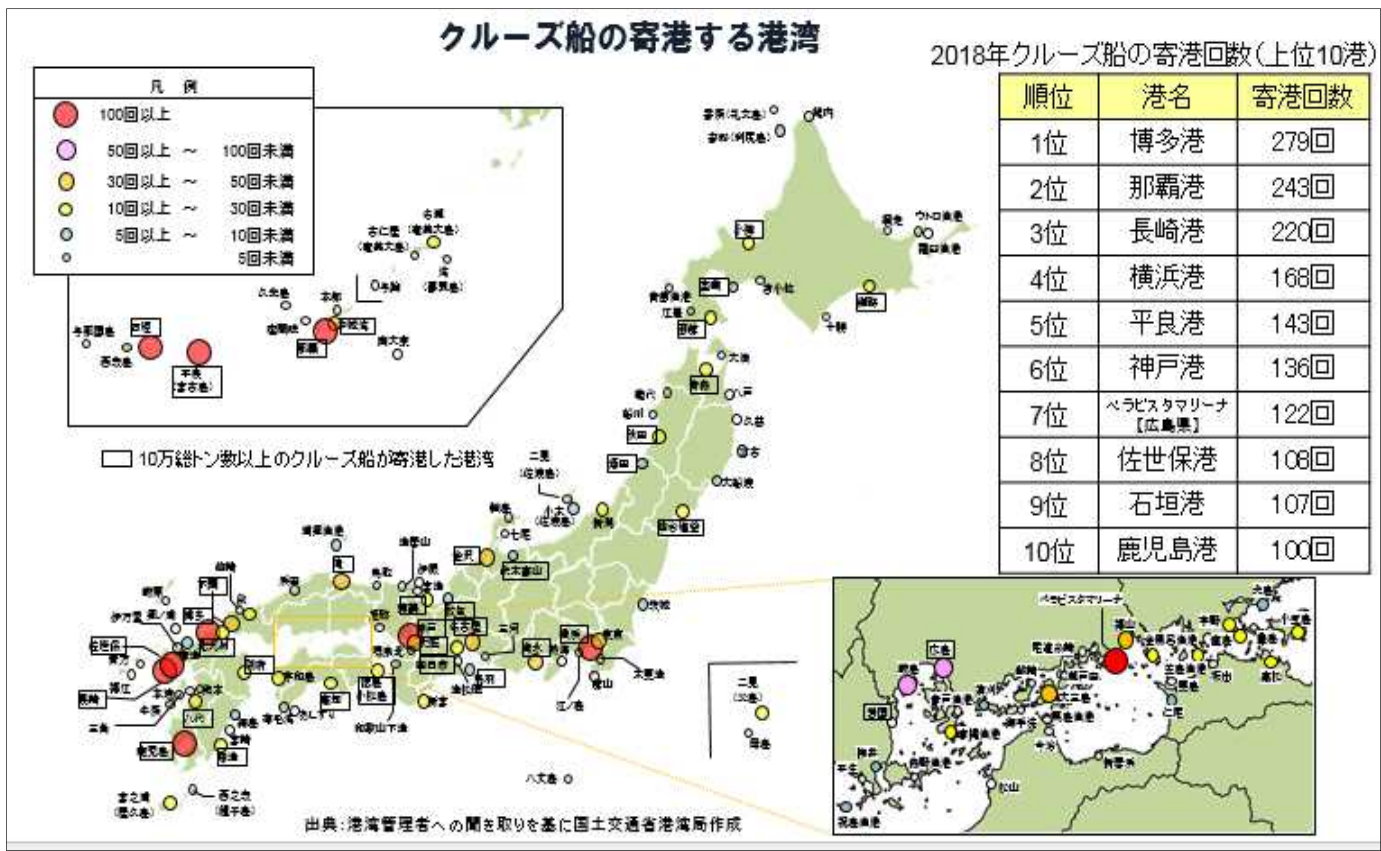
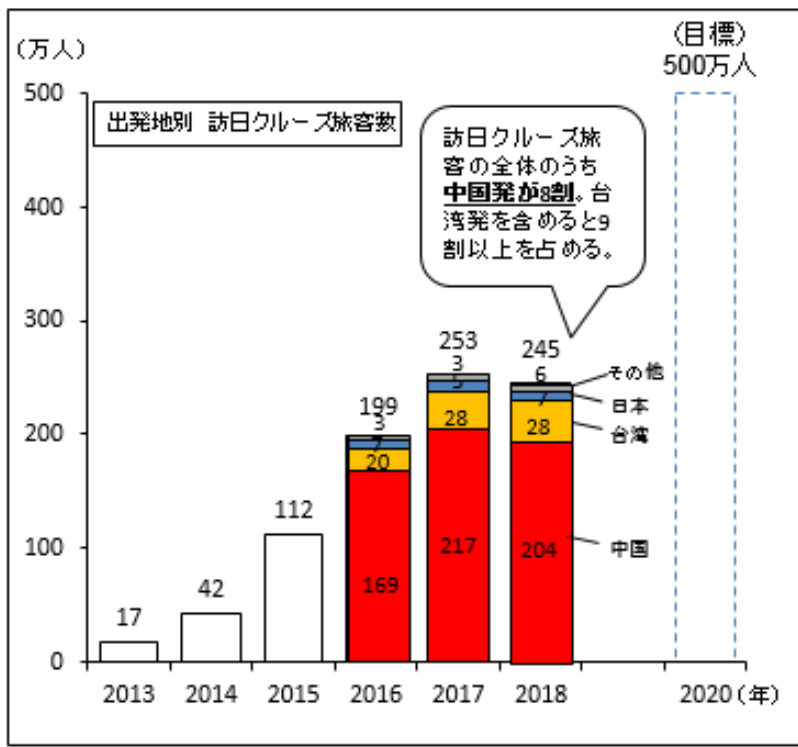
フライ&クルーズに関する取組について

令和元年10月10日
海事局外航課



フライ&クルーズ推進の必要性①

- クルーズ旅行は、多様な船内サービスを含む船旅の魅力に加え、船でのみアクセス可能な地方部へ快適に移動ができ、地方経済への貢献が期待されている。
 - ・ 2018年にクルーズ船が寄港した港湾の数は全国で139港。
 - ・ うち、大型クルーズ船(10万総トン数以上)が寄港した港湾は37港。



注1) 法務省入国管理局の集計による外国人入国者数で概数(乗員除く)。
 注2) 2013年から2015年については出発地別 訪日クルーズ旅客数の内訳掲載なし。

フライ&クルーズ推進の必要性②

- 一方で寄港地での短時間の観光では、滞在時間に限りがあり、さらに、無料観光地や免税店を巡るコースも多く、経済効果は限定的である。
 - ・上海発の中国人を客層とするクルーズでは、寄港地観光メニューは限定的
たとえば、長崎港では、「無料観光地＋免税店2店」コース(無料) 等の組み合わせが多い

インバウンド向けの 一般的な寄港地観光コース (長崎の例)

- ・時間:8時間30分
(内交通2時間)
- ・食事含まず

(行程)

- ・平和公園 (約40分)
↓
- ・大浦天主堂 (外から見学)
(約30分)
↓
- ・中華街散策 (約40分)
↓
- ・免税店 (約60分)
↓
- ・免税店 (約60分)

長崎市の観光動向

観光客1人あたり市内観光消費額

平均	21,216円
宿泊客	31,012円
日帰り客	15,268円

出典:長崎市文化観光部 政策課
「長崎市観光統計」H30



フライ&クルーズ推進の必要性③

- 長時間の滞在が可能な日本発着フライ&クルーズにおいては、出航前や帰航後の観光も含めた消費活動が見込まれるため、発着地における更なる消費拡大が期待される。
 (例:クルーズ客は、一般観光客に比べ、特に宿泊費等への支出が低い)
 - ・ 現状、日本発着は、大都市(横浜・神戸)偏重のため、更なる地方経済へ貢献を高めるため、特に地方部の拠点化が必要である。

訪日外国人旅行消費額(一人あたり)

(円/人)

2018年	訪日外国人一人あたり旅行支出額						
	総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
一般客	153,029	45,787	33,748	16,160	6,011	51,256	67
クルーズ客	44,227	24	1,928	465	179	41,627	5

本資料の「クルーズ客」は船舶観光上陸許可者、「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人。

出典:観光庁「訪日外国人消費動向調査」H30

日本発着クルーズの運航状況(例:欧米船社)

時期	船社	船名	拠点港	航海数
2018年3月	キューナード・ライン	クイーン・エリザベス	大阪	1
2018年4月～11月	コスタ・クルーズ*	コスタ・ネオロマンチカ	東京・横浜・神戸 (福岡・舞鶴・金沢)	37
2018年4月～2019年3月	プリンセス・クルーズ*	ダイヤモンド・プリンセス	横浜・神戸・大阪・名古屋	38
2018年4月	ホーランド*・アメリカ・ライン	フォーレンダム	横浜	1
2018年4月～10月	ウイントスター*・クルーズ*	スター・レジェンド	横浜・大阪	4
2018年4月～5月	ホカン	ロストラル	大阪・京都・舞鶴	3
2018年4月・9月	セレブリティ・クルーズ*	セレブリティ・ミレニアム	横浜	2

注1) 福岡・舞鶴・金沢はインターポーティング(各港での乗下船可能)

出典:一般社団法人 日本外航客船協会
「クルーズ教本」H31

内航旅客船・フェリーの 航路情報のデータ整備に関する取組について

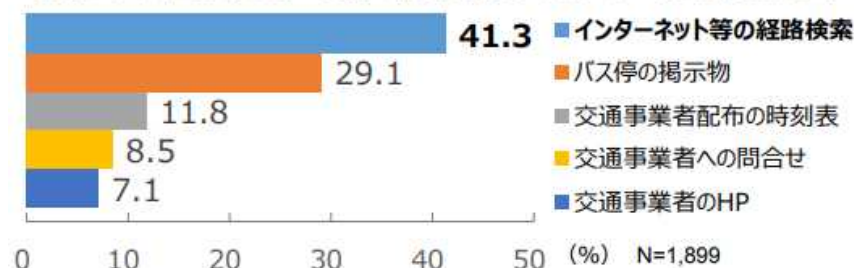
令和元年12月6日
海事局内航課



- 個人旅行のインバウンド客の日本国内における旅行先や交通手段の選好においては、交通検索アプリが非常に大きな影響を有している。

経路検索手段の現状

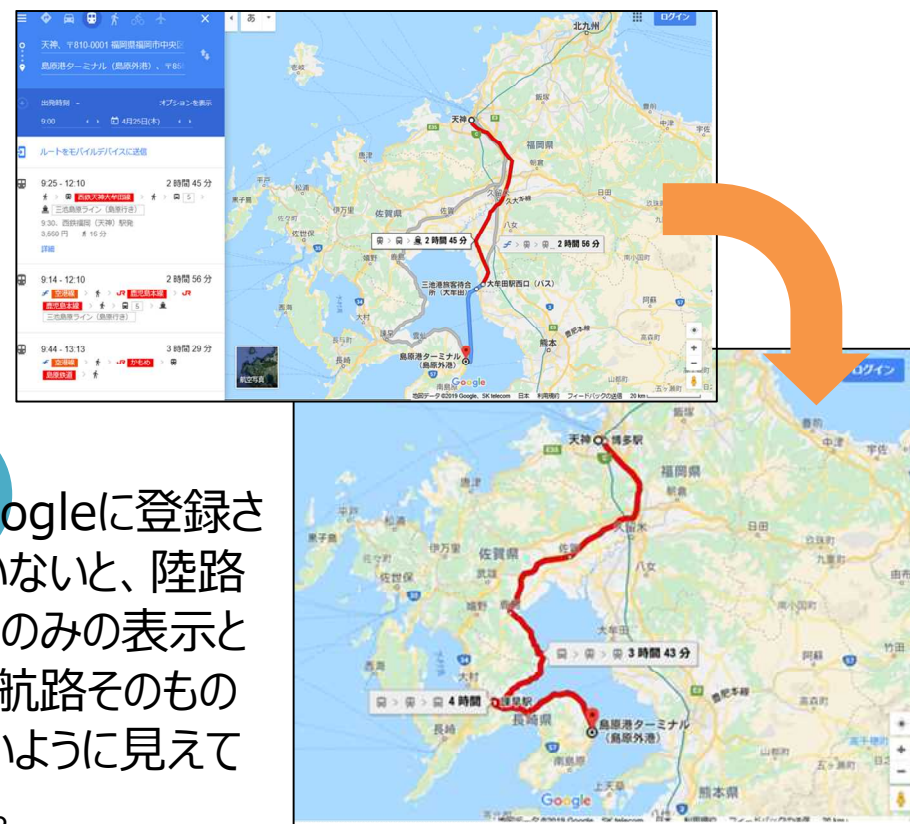
路線バスの経路等を調べる際の情報取得先 (平成28年12月内閣府世論調査)



① 目的地への行き方を調べる際、インターネット等の経路検索サービスが利用されている。

② 経路検索に表示されない時点で、経路が存在しないと認識されている可能性。

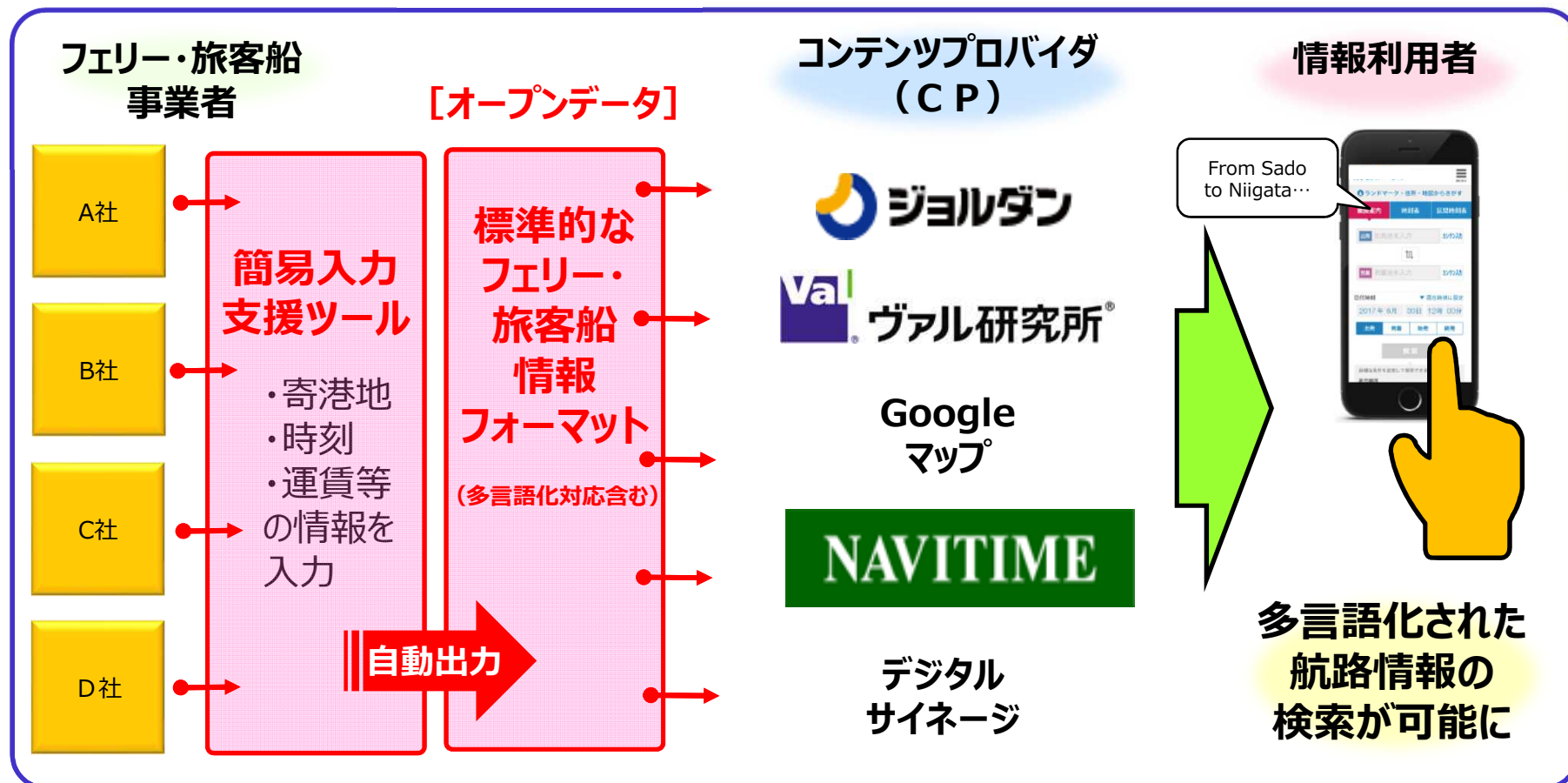
③ 例えば、天神から島原港への経路を検索した場合、本来なら大牟田港～島原港の航路を含む経路が最短となるが...



④ Googleに登録されていないと、陸路ルートのみが表示となり、航路そのものが無いように見えてしまう。

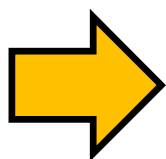
- 本年4月、「標準的なフェリー・旅客船情報フォーマット」、「簡易入力支援ツール」及び「ガイドライン」を作成し、国交省ウェブサイトに無料で公開。
- 同フォーマットには、寄港地、時刻及び運賃等、航路の基本的なデータ項目が含まれ、事業者がより簡便に交通検索事業者等への情報提供及びコンテンツプロバイダ（CP）への掲載等を行うことが可能。
- エクセルの「支援ツール」に必要な項目を入力するだけで「情報フォーマット」が出力され、事業者自身による入力負荷が相当に軽減。

オープンデータ化フローイメージ



<フェリー・旅客船事業者のメリット>

- ◆ 複数の検索サイトによる情報提供により、航路情報の入手がより容易に。多言語データ入力にも対応しており、**インバウンド等の利用増が期待。**
- ◆ 既存のコンテンツやプラットフォームと連携することにより、観光情報等の他情報との連携など、**付加価値の高い情報提供の拡大が期待。**
- ◆ 事業者自らのデータ整備が容易となり、**情報の正確性と迅速なアップデートを実現。**



航路情報の共有化が図られ、
自治体の交通・観光関係施策や「MaaS」のサービスに利用が可能。

フォーマットは以下からダウンロードできます

http://www.mlit.go.jp/maritime/maritime_tk3_000061.html



▲ アクセス
QRコード



航路情報 オープンデータ化フォーマット

検索 

九州運輸局

- 運輸局から航路事業者に対し、経路検索サービス活用支援の取組を説明し、その活用メリットを広く周知。併せて、意欲のある事業者に対して職員自ら個別に支援を実施。

【現状】

- 2019年11月現在、「Googleマップ」に運航情報等を提供しているのは、17事業者25航路（実装率約25%※）。
 ※九州管内の一般旅客航路事業者81事業者100航路
- そのうち、運輸局が支援し登録を行ったのは4事業者6航路。
- 今後も重点エリア（※）を中心に早期登録に向けた支援を実施。



（参考）運輸局で支援を完了した航路

【先行事例】

- 運輸局の支援により、やまさ海運の島原～大牟田航路が今年4月にGoogleマップに表示されるようになり、初めての旅客や、外国人旅行者が乗船するようになった。
- 「問い合わせも増え、長期的にはより効果が出てくると思う。乗客が減る中で懸命に手立てを打っている。観光客を取り込むことが今後の課題。」（やまさ海運 伊達社長）



令和元年11月20日（水） 産経新聞

（※）陸上に比べて海上ルートの優位性が高い地域（有明海横断航路、鹿児島横断航路等）や観光利用の割合が高く、今後も伸びが期待できる地域（壱岐・対馬航路、五島列島航路、天草航路、種子島・屋久島航路、甑島航路等）

こしき

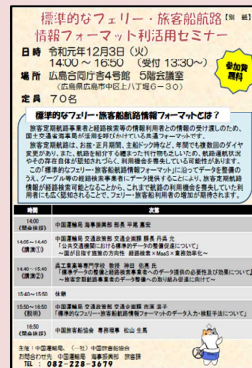
中国運輸局

中国運輸局と（一社）中国旅客船協会が連携し、航路事業者自身によるデータ整備を可能にするためのセミナー等を実施。

【フェリー・旅客船のGTFS利活用セミナー（12/3）】

- 対象者：旅客船事業者・自治体職員
- MaaSの動き、公共交通機関におけるGTFS化、オープンデータ化にかかる全国の動向や国の取組の方向性などについて説明
- 海事局作成「標準フォーマット」の入力とデータ検証までの講習

→ セミナーには、19事業者、自治体職員9名が参加



令和元年11月28日（木）
中国運輸局プレスリリース

【GTFSデータ作成実習会（年度内実施予定）】

- 対象者：旅客船事業者・自治体職員

長崎県

【長崎県交通アクセス情報整備事業】

- 長崎県観光連盟主催事業
- 日本一離島の多い「長崎県」における観光客の周遊促進・地域住民の利便性UPを目的。
- (株)ナビタイムジャパンが、航路事業者及びバス事業者に代わって、GTFSデータの作成からGoogleへの提供までを実施。



令和元年10月9日（水）
長崎新聞

せとうちDMO

- せとうちDMO主催事業
- サイト『瀬戸内Finder』内に、瀬戸内7県の主要な旅客定期航路情報をデータ化、Googleマップで検索可能に整備。
- ジョルダン(株)がデータ整備事業を受託。

沖縄県

【観光2次交通機能強化事業】

- 沖縄県主催事業
- 観光二次交通の利便性向上のため、県内の公共交通機関のオープンデータ化を推進。
- 2019年5月時点で、石垣・宮古島圏域の交通情報がGoogleマップで検索可能に整備。

- 現在、一般旅客定期航路事業者を対象に、事前調査として、航路情報のデータ整備状況や経路検索サービスへの掲載状況等について、アンケート調査を実施中。
- 調査結果等に基づき、①「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」の機能向上、航路事業者に対し②GTFSデータ化及び③講習会等の支援を行うことにより、航路情報のGTFSデータ化促進を図る。

①既存フォーマットの利便性機能向上

- ◆ 今年4月に公開した「フェリー・旅客船航路情報フォーマット」及び「簡易入力支援ツール」の利便性機能向上の実施。

【利便性機能向上の想定】

- ・支援ツールにおける入力フォームの平易化
- ・データ化対象情報の拡充
- ・運休情報等のアラート機能等の機能追加 等

②航路情報等のGTFS化支援

- ◆ 以下の条件に該当する航路を50～100程度選定し、航路情報等のGTFSデータ化支援（多言語対応を含む）。

【対象航路の想定】

- ・国際空港・港湾へのアクセス航路
- ・国内幹線航路
- ・観光地へのアクセス航路
- ・離島へのアクセス航路 等

③GTFS策定・更新のための講習会等の実施

- ◆ ①で改良したフォーマット及び作成ツールを用いて、事業者自身により、データ作成・更新等が出来るようにするため、事業者向けのマニュアルを作成するとともに、講習会を開催する。
- ◆ また、地方運輸局担当者が航路事業者へアドバイスできるようにするため、担当者向けのマニュアルを作成。



航路情報のGTFSデータ化促進へ

事業目的

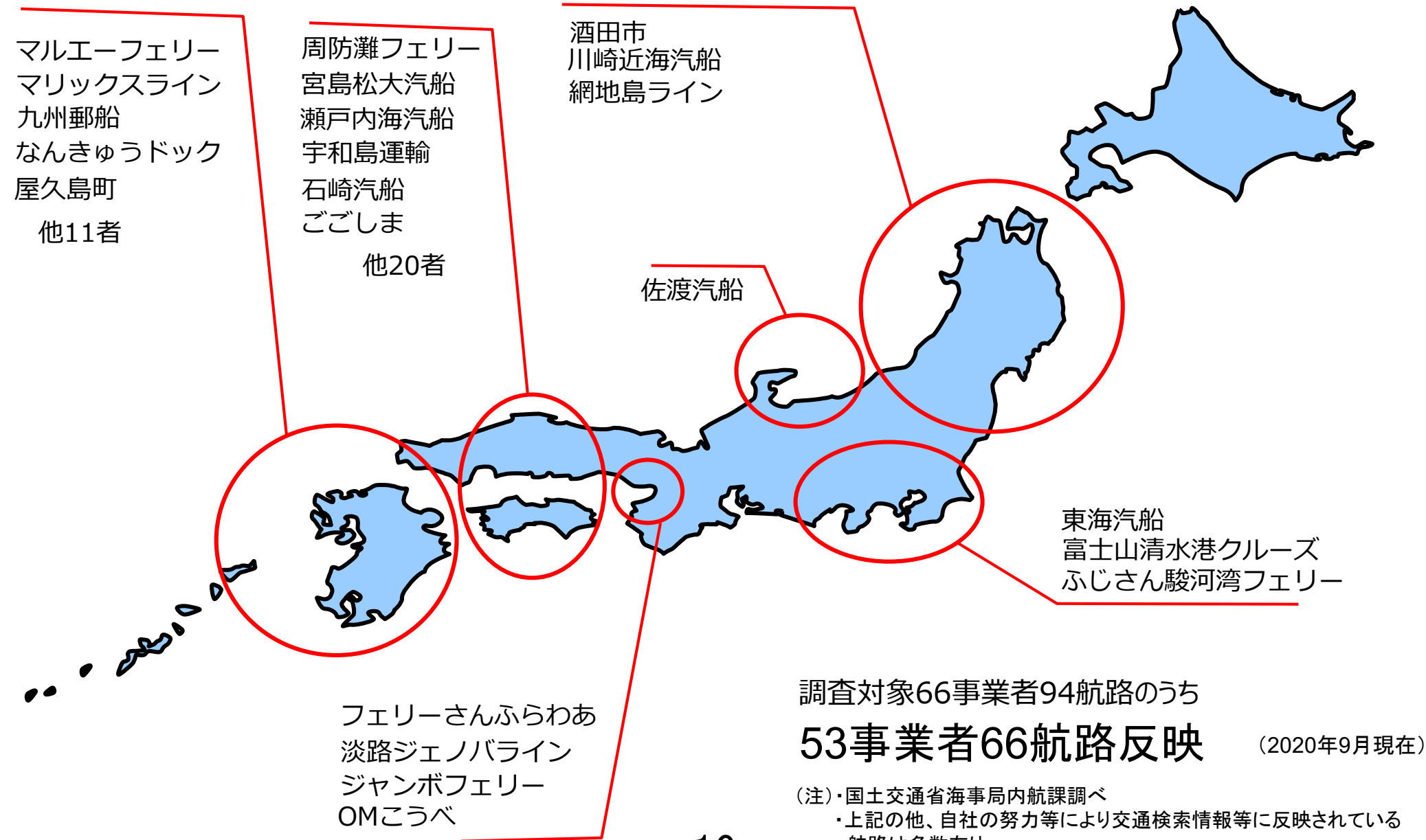
一般旅客定期航路事業者を対象に、航路情報のデータ整備状況や経路検索サービスへの掲載状況等についてアンケート調査を実施。結果に基づいて、「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」の機能向上、事業者に対しGTFSデータ化及び講習会等の支援を行うことで、航路情報のGTFSデータ化促進を図る。

取組成果

- ◆航路情報のデータ整備状況や経路検索サービスへの掲載等に係るアンケート調査
調査の結果、66者94航路にGTFSデータ化の意向ありとの回答。
新ツールのエクセルに必要情報を記入したうえで、事業者にデータとツール一式を送付。
- ◆「標準的なフェリー・旅客船航路情報フォーマット」の機能向上
以下の機能をフォーマット作成ツールに新たに追加。マニュアル等も大幅に改定。
 - ・シェイプ機能（地図上に航路を描写する機能）
 - ・アラート機能（ドックダイヤ、運休等の情報を発信する機能）
 - ・ダイヤ情報の入力簡易機能（カレンダー機能）

➡ 新ツール等は2020年3月にHPにて公開
- ◆GTFS策定・更新のための講習会
講習会は、新型コロナウイルスの影響で中止。
代わりにセミナーで講習予定であった関係者を集め、オンラインセミナーを実施し、その様子を撮影した動画を公開するとともに、ツールの解説動画を作成、公開。

令和元年度調査対象航路の交通検索情報等への反映状況



九州運輸局の取組状況（航路の利用しやすさ向上プロジェクト）

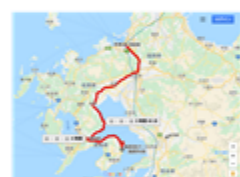
背景・経緯

- 現在、初めて訪れる地域等における公共交通機関の移動では、スマートフォンの経路検索は欠かせないが、経路検索サービスには航路の情報が少なく、移動手段の選択肢として十分に認知されていない状況が見受けられた。
- 航路の認知度向上のためには、経路検索サービスに運航情報等が表示される必要があるが、その手続き等に関して専門的な知識を要するものもあり、事業者単独で実施するには限界があったため、サポート体制の構築が必要であった。

経路検索サービスへの登録に意欲ある事業者に対し海上旅客航路維持活性化・支援推進本部が支援

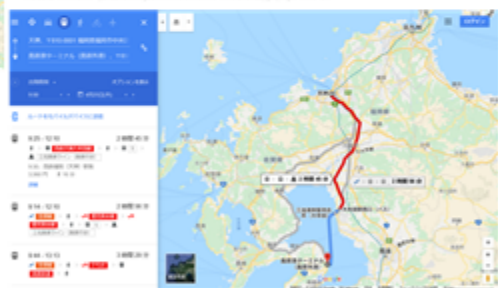
具体的な支援内容

■西鉄福岡(天神)駅⇒島原港ターミナルへの移動について
西鉄福岡(天神)駅を9:00出発、公共交通機関利用という条件で検索実施



これまで、Googleマップでの検索結果は陸路ルートのみが表示
(最短の所要時間3時間29分、運賃5,940円)

現在、航路に関する経路が表示され、利用者の選択肢が拡大
(航路利用の場合、所要時間2時間45分、運賃3,560円)



登録後

1. 推進本部が行う直接的な支援事業

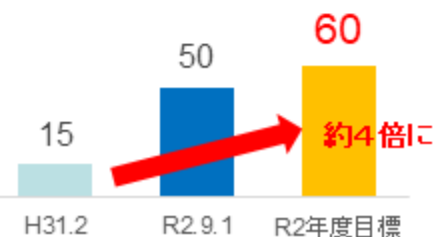
- ① 航路事業者に対して、経路検索サービス（主にGoogle）の活用メリットを説明し、普及促進に向けた働きかけを実施
- ② 簡易入力支援ツールを活用したGTFSデータ作成の支援等
 - ・ GTFSデータを交通検索事業者へ提供する手続き等に関する助言
 - ・ GTFSデータのオープンデータ化に向けたフォロー 等

2. 地方自治体や地域の交通・観光関係の協議会と連携

各自治体や協議会の取組に連携する形で、当局は、当該事業への積極的な参画に向け航路事業者に対する広報活動を実施。

取組の成果等

- これまでの取組により、令和2年9月1日までに管内の定期航路 94 航路のうち 50 航路が登録完了（H31.2月以降、34航路増加。うち、推進本部直接支援事業が9航路）
- 現在、令和2年度年度末までに約60航路の登録に向け、取組を進めているところ
- なお、登録した「やまさ海運」からは、登録直後に外国人旅行者を含め、初めての利用客が利用するケースが増え、利用者が対前年同月比で4%増加したとの報告も頂いている。



R2.6.9九州運輸局海事振興部旅客課調べ

国土交通省のMaaS推進に関する取組について

令和元年12月6日

総合政策局モビリティサービス推進課

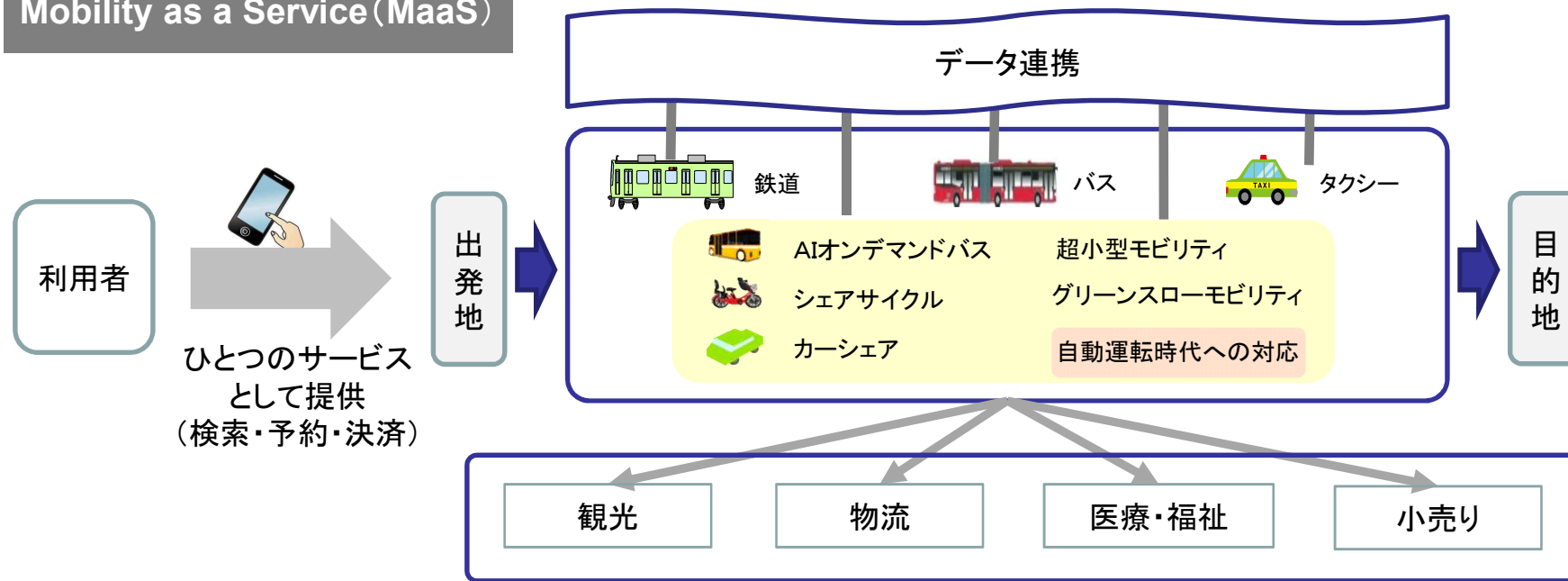


スマートフォンアプリ「Whim」(フィンランドMaaS Global社)

※未来投資会議 構造改革徹底推進委員会 地域経済・インフラ会合(平成30年4月17日)
計量計画研究所 牧村氏発表資料より抜粋

MaaS (Mobility as a Service)は、スマホアプリにより、地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済を一括で行うサービスです。新たな移動手段（シェアサイクル等）や関連サービス（観光チケットの購入等）も組合せられます。

Mobility as a Service (MaaS)



地域が抱える課題の解決

地域や観光地における移動の利便性向上	マイカー依存からの脱却と既存公共交通の有効活用	高齢者の外出機会の確保や交通安全	スマートシティの実現
--------------------	-------------------------	------------------	------------

フィンランド企業のMaaS Global社が、世界で初めて2016年末に実用化したMaaS。ヘルシンキ市周辺エリアを対象に、3つの料金プラン(うち2つは定額制)が提供され、利用者に合ったものを選べる。



Travel smarter.

www.whimapp.com



Whim Urban 30

€62

/ 30 days

30-day HSL ticket, City bike, and €10 taxis.

[read more](#)



Whim Unlimited

€499

/ month

Unlimited access to car, taxi, public transport, and city bike.

[read more](#)

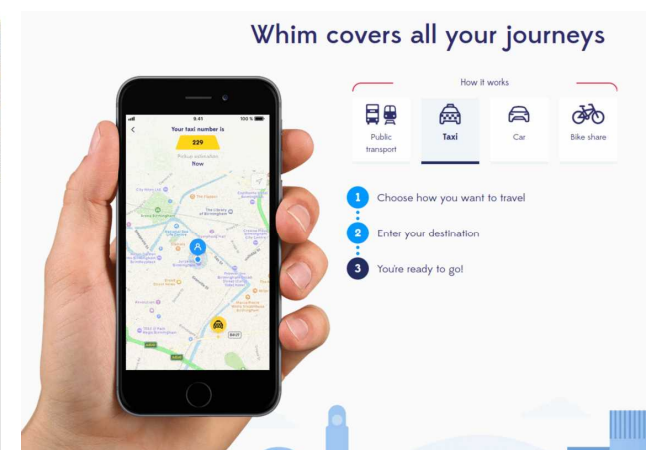


Whim to Go

Pay as you go

Each trip is paid separately with no subscription fee.

[read more](#)



■ Whim Urban 30 : 月額62ユーロ

- ・ヘルシンキ交通局(市内のバス・電車・地下鉄・トラム(LRT))の1ヶ月定期券
- ・タクシーは5kmまで10ユーロ
- ・レンタカーは1日49ユーロで利用可能
- ・シェアサイクルの最初の30分の利用が無料

■ Whim Unlimited : 月額499ユーロ

- ・ヘルシンキ交通局の1ヶ月定期券
- ・タクシー(5kmまで)、レンタカー、シェアサイクルが使い放題

■ Whim To Go : 月額料は無料

- ・利用した分だけ支払い

出典: MaaS Global社ほか各HP

■ 公共交通機関の利用シェアの増加

- ・Whimユーザーの公共交通利用率: Whimユーザー 63% ⇔ 一般 48%

出典: MaaS Global "WHIMPACT"

1. 開催の趣旨

- 地域交通においては、都市部では道路混雑やドライバー不足、地方部では高齢化の深刻化等に伴う地域の交通サービスの縮小や移動そのものの縮小等、様々な問題が存在。
- 昨今、交通事業者がMaaS、バス・タクシー運行時におけるAIや自動運転技術の活用など、新たなモビリティサービスの取組を開始。これらの新たなモビリティサービスは、公共交通分野での新たな事業展開の可能性を広げるとともに、新たな都市の装置として都市のあり方にも大きなインパクトをもたらす可能性。
- このため、近年の諸外国、我が国の官民における様々な取組も踏まえながら、我が国における望ましいMaaSのあり方、バス・タクシー分野でのAI・自動運転の活用にあたっての課題抽出・今後の取組の方向性などを検討するため、有識者等による「都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会」を開催。

2. メンバー

【有識者】

石田 東生	筑波大学特命教授
伊藤 昌毅	東京大学生産技術研究所助教
鎌田 実	東京大学大学院新領域創成科学研究科教授
川端 由美	自動車ジャーナリスト、株式会社ローランド・ベルガー
須田 義大	東京大学生産技術研究所次世代モビリティ研究センター教授
高原 勇	筑波大学未来社会工学開発研究センター長 トヨタ自動車株式会社未来創生センターBR未来社会工学室長
森本 章倫	早稲田大学社会環境工学科教授
矢野 裕児	流通経済大学流通情報学部教授
吉田 樹	福島大学経済経営学類准教授

【事務局】

総合政策局公共交通政策部交通計画課
都市局都市計画課都市計画調査室
道路局企画課評価室

3. スケジュール

- 第1回 平成30年10月17日(水)
 - ・現状の把握と検討の方向性
- 第2回～第4回 11月～12月
 - ・MaaSに関する事業者ヒアリング
- 第5回 12月13日(木)
 - ・中間整理
- 第6回 平成31年1月17日(木)
 - ・その他サービス革新、技術革新の取組に関する事業者ヒアリング
- 第7回 2月19日(火)
 - ・中間とりまとめの審議
- 第8回 3月14日(木)
 - ・中間とりまとめ

「日本版MaaS」の実現に向けて(新モビリティサービス懇談会中間とりまとめを踏まえ)

事業者間のデータ連携

- 連携データの範囲及びルールの整備
- データ形式・API仕様の標準化に向けて
- データ提供・データ利用のルール
- データプラットフォームのあり方について

API: 他のシステムの機能やデータを安全に利用するための接続方式

運賃・料金の柔軟化、キャッシュレス化

- サブスクリプション(定額制)
- 事前確定運賃
- ICカードの普及とQRコード決済や生体認証の導入

まちづくり・インフラ整備との連携

- 多様なモード間の交通結節点の整備
- 新型輸送サービスに対応した走行空間の整備
- まちづくり計画・交通計画への移動データの活用

新型輸送サービスの推進

- AIオンデマンド交通
- グリーンスローモビリティ
- 超小型モビリティ
- 自動運転による交通サービス

新型輸送サービスの推進

- 各地域において多様化している移動ニーズにきめ細やかに対応するためには、MaaSのみならず、様々な特性を持つ新型輸送サービスの推進・普及が有効。
- 実証実験に対する支援等を通じて、オンデマンド交通やグリーンスローモビリティ、超小型モビリティ、自動運転による交通サービス等の新型輸送サービスの推進を早急に図る必要がある。

(※) 新型輸送サービス: MaaSに統合可能なサービスのコンテンツとしての、シェアサイクル、カーシェア、オンデマンド交通、超小型モビリティ、グリーンスローモビリティ、自動運転による交通サービス等

AIオンデマンド交通

- 都市部の交通空白地域や、多様で不確実な移動ニーズがある観光地での活用が期待



提供: NTTドコモ

グリーンスローモビリティ

- 高齢化が進む地方部や観光地での活用が期待



超小型モビリティ

- 狭い路地の多い大都市の密集地域や観光地の移動に適合



自動運転による交通サービス

- 近年急速に進む運転者不足への対応として、自動運転の活用が期待



MaaSの実証実験への支援

目的

地域毎のニーズに対応したMaaSの地域モデル構築を通じた全国への普及の促進

支援スキーム

事業実施主体：地方公共団体・交通事業者等で構成する協議会等

今年度の事業：大都市近郊型・地方都市型 6事業

地方郊外・過疎地型 5事業

観光地型 8事業

補助率：補助対象経費の1/2以内

支援内容

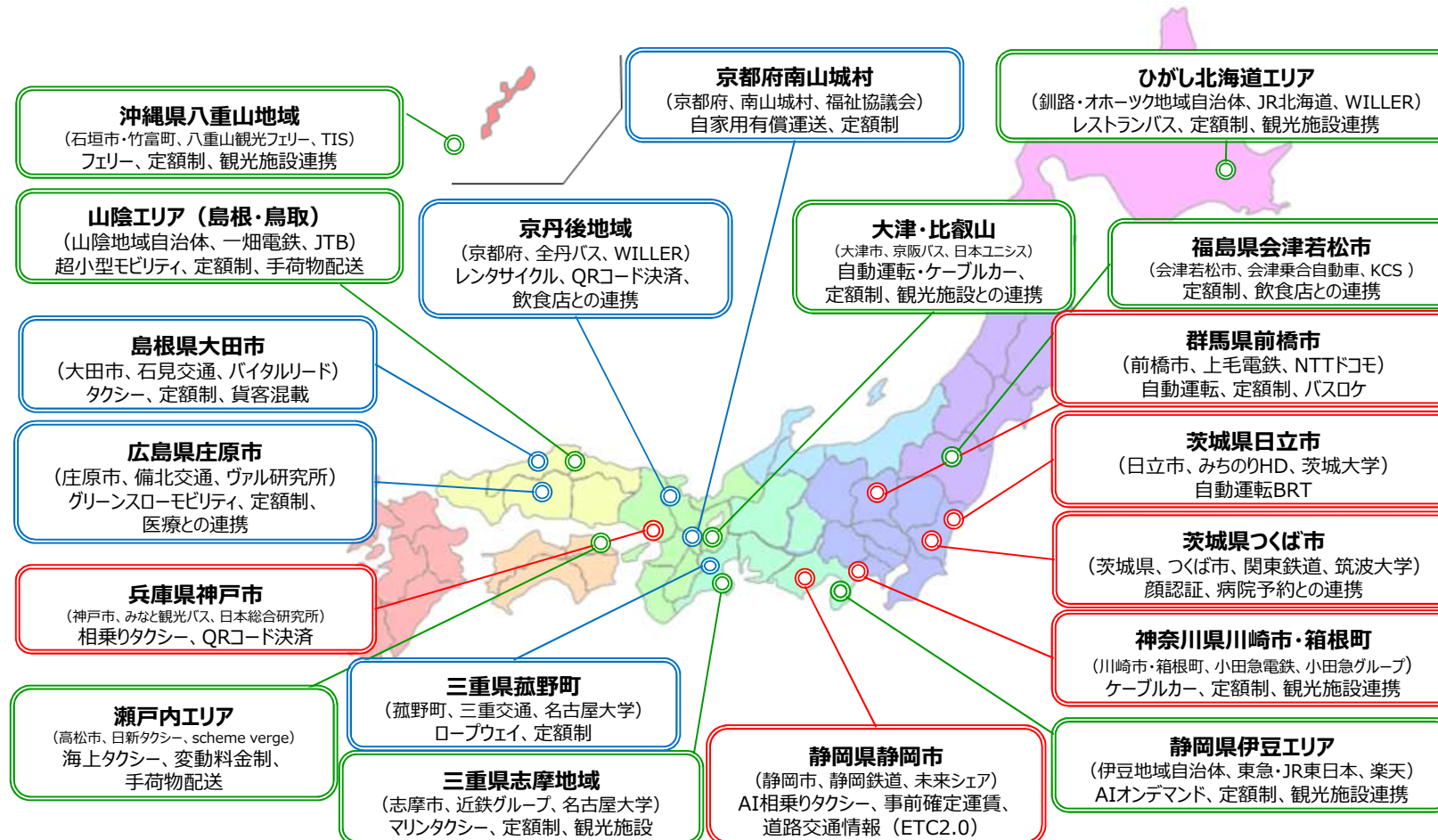
- システム構築に要する経費（システム開発、アプリ開発、キャッシュレス対応等）
- AIオンデマンド交通の実証実験に必要な経費（車両のリース、運転手の人件費等）
- 実証実験の効果や課題の検証を行うための調査に必要な経費

具体的取組

- 輸送サービスは複数の交通事業者が提供するほか、超小型モビリティやAIオンデマンド交通等とも組み合わせ
- 観光、商業、医療等の交通以外の他分野サービスと連携
- 参加する事業者間のデータを連携させた検索・予約・決済等のシステムを構築

○ 多様な地域において多様な主体が参加するMaaSの実証実験を支援するため、「新モビリティサービス推進事業」において、「先行モデル事業」を19事業選定（令和元年6月18日）。

○ : 大都市近郊型・地方都市型 (6事業) ○ : 地方郊外・過疎地型 (5事業) ○ : 観光地型 (8事業)



設置趣旨

- 我が国においてMaaSの普及が見込まれるなか、その基盤となるデータについて一定のルールがない場合、各々のサービスごとに異なるデータ形式が存在し、相互の連携やMaaSの提供に係るコストが増加することが懸念
- 全国的な普及を前に、MaaSに関するデータやAPIの形式、交通事業者等のMaaSに関連する事業者間におけるデータの取扱いや共有・連携について、可能な限り円滑かつ低コストで行えるよう、一定の方向性を示すことが必要

メンバー

【有識者】

- | | |
|-------|--------------------------|
| 越塚 登 | 東京大学大学院情報学環教授 |
| 伊藤 昌毅 | 東京大学生産技術研究所助教 |
| 落合 孝文 | 渥美坂井法律事務所パートナー弁護士 |
| 楠田 悦子 | モビリティジャーナリスト |
| 坂下 哲也 | 一般財団法人日本経済社会推進協会常務理事 |
| 日高 洋祐 | 株式会社MaaS Tech Japan代表取締役 |
| 吉田 樹 | 福島大学経済経営学類准教授 |

【オブザーバー】

<鉄道>東日本旅客鉄道(株)、東海旅客鉄道(株)、西日本旅客鉄道(株)、小田急電鉄(株)、東急(株) <バス>(公社)日本バス協会 <タクシー>(一社)全国ハイヤー・タクシー連合会 <レンタカー>(一社)全国レンタカー協会 <旅客船>(一社)日本旅客船協会 <航空>全日本空輸(株)、日本航空(株)

【事務局】

総合政策局(公共交通・物流政策審議官部門)モビリティサービス推進課

議論する事項

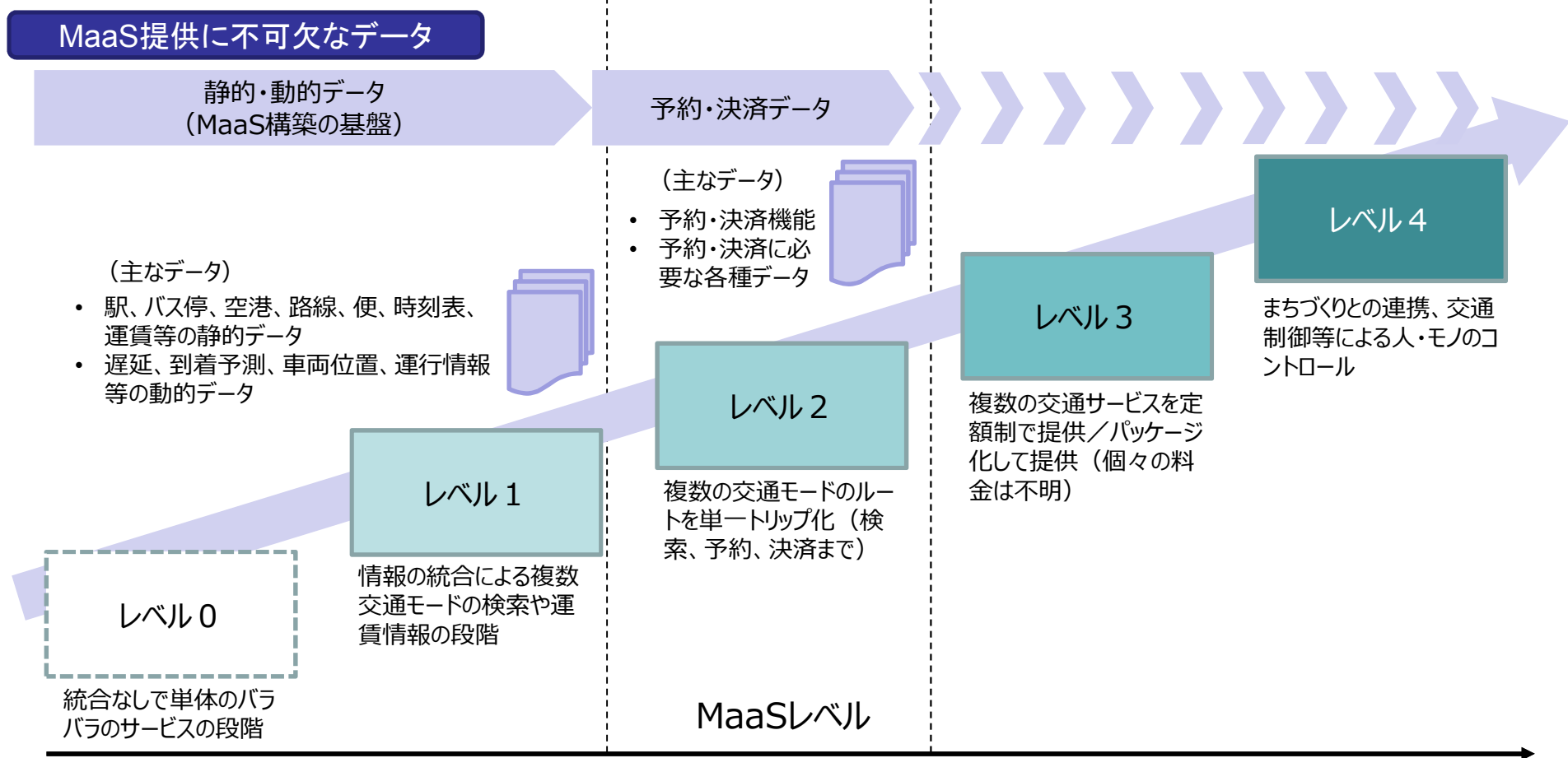
- ①データ連携の意義・目的
- ②連携データの範囲及び連携ルールの整備
- ③国際的な連携を見据えたデータ連携のあり方
- ④データ形式、API仕様の標準化
- ⑤MaaS相互の連携方針
- ⑥データプラットフォームの実現
- ⑦データ連携に関するガイドライン

参考：都市と地方の新たなモビリティサービス懇談会「中間とりまとめ抜粋(平成31年3月)」

- (1)2019年度中に措置する施策
 - ・オープン化すべきデータ(協調領域のデータ)とそれ以外のデータ(競争領域のデータ)の線引き
 - ・交通事業者及びMaaS事業者の双方の保有するデータに関するAPI仕様を可能な限り標準化し、MaaS事業者のシステム構築を容易にするガイドラインの作成等
 - ・ユニバーサルなMaaSサービスの実現を目指すMaaS相互連携方針の明確化
- (2)できる限り早期に措置すべき施策
 - ・MaaS事業者が、入手可能なデータの種類等を容易に把握できるようにする、情報を網羅したデータプラットフォームの実現

MaaS関連データ検討会の検討範囲

- MaaS関連データは、MaaSの提供に不可欠なデータ(静的データ、動的データ及び予約・決済データ)、MaaSの提供によって生じる移動関連データ、MaaSと連携するデータ(生活・観光サービス関連データ、都市・交通インフラ関連データ等)がある
- 本検討会では、MaaSに提供に不可欠な、静的データ、動的データ及び予約・決済データを対象として議論を行う



瀬戸内エリアにおける観光地型MaaS実証実験

(国土交通省 新モビリティサービス推進事業選定(観光地型))

<実証実験概要>

高松空港から入る香川・瀬戸内観光客を対象に、海上タクシーを含む海・陸・空の交通機関やツアーバス等観光事業者とAPI連携した旅程提案型MaaSを提供する。観光客の行動変容を検証し、持続的な瀬戸内観光振興に向けた示唆を検討する

○実験期間: 2019年7月～2020年2月

○参画する事業者等

scheme verge(株)、ANAホールディングス(株)、高松商運(株)、香川県旅客船協会、ことでんグループ、四国旅客鉄道(株)、日新タクシー(株)、香川大学米谷研究室、(株)電通、(一社)せとうち観光推進機構、穴吹興産(株)、高松空港(株) 等

○MaaSアプリの構築・提供

<対象交通手段>

鉄道、バス(路線バス・空港リムジンバス)、タクシー、海上タクシー、フェリー・高速艇

<提供するサービス>

経路検索、予約、決済

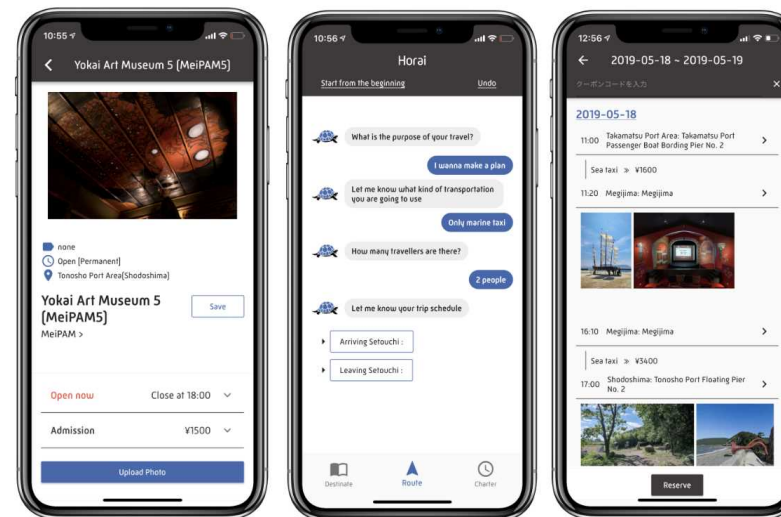
○特記事項

- ・アートサイト情報・関連飲食及び宿泊施設情報の提供
- ・手荷物配送サービスとの連携
- ・5カ国語対応(日本語、英語、朝鮮語、簡体中国語、繁体中国語)
- ・オンデマンド海上タクシーの運行(需給や距離による変動料金制)
- ・フェリー・高速艇はオンライン決済割引価格適用を検討

<展開エリアイメージ>



<MaaSアプリ「Horai」イメージ>



行き先選択画面

旅程検索画面

検索結果画面

山陰エリア(鳥取県・島根県)における観光地型MaaS実証実験 (国土交通省 新モビリティサービス推進事業選定(観光地型))

<実証実験概要>

鳥取県・島根県において、外国人観光客向けに1つのアプリ上でエリア内の観光情報(300か所)、交通(20事業者)・観光文化施設(50事業者)の周遊パス、経路検索・ルート提案、手ぶら観光、AI乗合タクシーの提供を行い、エリア内での周遊促進・消費拡大を目指す。

○実験期間:2019年11月~2020年2月

○参画する事業者等

(株)JTB、(株)日建設計総合研究所、(公社)中国地域創造研究センター、(株)未来シェア、日本ユニシス(株)、名古屋大学未来社会創造機構、日本交通バス(株)、日ノ丸自動車(株)、一畑バス(株)、松江市交通局、(一社)山陰インバウンド機構、山陰地域自治体 等

○MaaSアプリの構築・提供

<対象交通手段>

鉄道、バス(路線バス・コミュニティバス)、タクシー、AIオンデマンド交通、遊覧船、超小型モビリティ、レンタサイクル

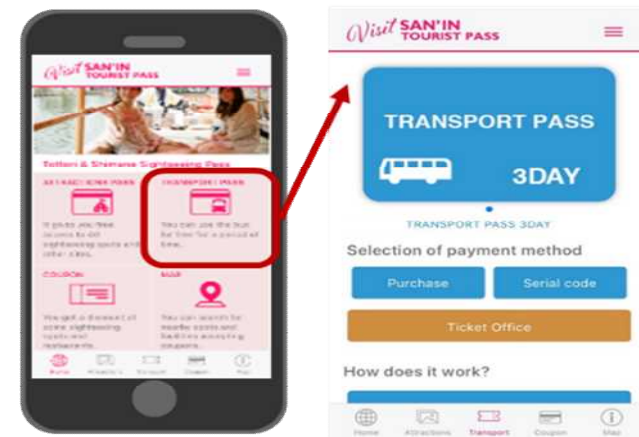
<提供するサービス>

経路検索、予約、決済

○特記事項

- ・デジタルフリーパスの販売
(交通パス、観光施設の周遊パス)
- ・飲食店等のクーポン提供
- ・地図による施設案内
- ・観光スポット、飲食店、小売店情報の提供(300カ所)
- ・手ぶら観光(配送)サービス
- ・日英韓中の4カ国語対応

<展開エリアイメージ>



志摩地域における観光地型MaaS実証実験

(国土交通省 新モビリティサービス推進事業選定(観光地型))

<実証実験概要>

第1期は経路検索等の環境整備、オンデマンド交通を試行しMaaS提供体制を整備。第2期は域内陸上・海上の複数交通サービスや旅行商品を統合したMaaSアプリを公開。検索・予約・決済機能の提供、デジタルフリーパス販売を行い需要・技術的検証を行う。

○実験期間:2019年10月~2020年2月

○参画する事業者等

三重県、志摩市、近鉄グループホールディングス(株)、近畿日本鉄道(株)、三重交通(株)、三重近鉄タクシー(株)、志摩マリンレジャー(株)、(株)近鉄・都ホテルズ、(公社)伊勢志摩観光コンベンション機構、(一社)志摩市観光協会、名古屋大学

○MaaSアプリの構築・提供

<対象交通手段>

鉄道、バス、タクシー、マリンタクシー、フェリー、AIオンデマンド交通、ホテル送迎バス

<提供するサービス>

経路検索、予約、決済

○特記事項

- ・名古屋や大阪等のターミナル駅から志摩エリアを周遊できる観光施設とも連携したデジタルフリーパスの販売
- ・周辺観光情報の提供
- ・日英2カ国語対応
※将来的には3か国語以上対応を検討
- ・MaaSが組み込まれた旅行商品を造成・販売
- ・シェアサイクルやレンタカー、観光施設等の予約・決済についての連携も今後検討

<展開エリアイメージ>



<利用イメージ>



① 経路検索ボタンを押して出発地と到着地を入力。

② 各交通機関を利用したルート候補が出ます。

③ 選択したルートからそのまま予約画面へ飛べます。

八重山地域における観光地型MaaS実証実験

(国土交通省 新モビリティサービス推進事業選定(観光地型))

<実証実験概要>

沖縄県八重山地区(石垣市・竹富町)にて、地域DMO、旅行会社、地銀、通信会社が一体となり複数交通モードの情報・オペレーション・交通サービスの連携性・利便性向上のためMaaSサイト・アプリとシステムを構築、公共交通分担率の向上と商業・観光施設等への送客を目指した観光地型MaaSを実現し、他型のMaaSへの将来展開が可能な基盤として有用性を検証する

○実験期間:2019年11月~2020年2月

○参画する事業者等

石垣市、竹富町、(株)琉球銀行、TIS(株)、
一般社団法人八重山ビズターズビューロー、
沖縄セルラーアグリ&マルシェ(株)、(株)JTB沖縄

○MaaSアプリの構築・提供

<対象交通手段>

・バス、タクシー

(東運輸、カーリー観光、西表島交通、かびら観光交通、
石垣島交通、川良山交通、南西交通、あずまタクシー)

・離島船舶(八重山観光フェリー、安栄観光)

・レンタカー(西表島交通)

<提供するサービス>

経路検索、予約、決済

○特記事項

・沖縄最大級の観光情報アプリ「沖縄CLIP」上に、八重山MaaSアプリを構築

・離島船舶、バス、観光タクシーのそれぞれの乗車券を電子チケット化して対象の交通機関を一定期間乗り放題

・ICチップ・QRコードが一体搭載されたスマートプレートに、利用者がスマートフォンをかざすことで乗降・サービス利用を認証

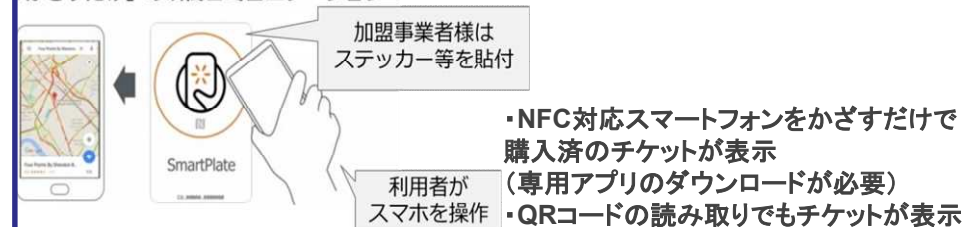
※将来的にはアプリ全体も5カ国語対応(日、英、韓、繁体/簡体)を目指す

<八重山MaaS利用イメージ>



<スマートプレートの利用イメージ>

「かざすだけ」の瞬間コミュニケーション



JNTOの海事観光に関連したプロモーション

2020年2月3日
日本政府観光局 (JNTO)
市場横断プロモーション部長 伊東和宏

JNTOの海事観光に関連したプロモーション

JNTOでは海事観光の魅力を日本の観光魅力の一つととらまえ、各プロモーションの中で様々な海事観光の魅力の情報発信に努めています。

【事例1】 外国人旅行者が参加可能なアクティビティなどの魅力ある観光コンテンツを収集する事業のなかでの海事観光の魅力の発信

⇒地域から2100の案が寄せられ、外国人の受入体制の観点から選定した100のコンテンツを冊子100Experience jn JAPAN としてまとめ、WEBサイトでも情報発信。JNTOのプロモーションにおいて積極的に紹介。

(紹介されている海事観光の1例)



冊子データ



31 Set sail to the islands of 九十九島のクルーズ

【事例2】 ダイビングの魅力を発信する事業の中での海事観光の魅力の発信

⇒ DEMA SHOW2019出展
アメリカ合衆国・フロリダで開催された北米最大級のダイビング業界博にジャパンプースを出展し、ダイビングデスティネーションとしての日本の魅力を発信。



⇒「日本の海」水中フォトコンテスト2019を開催
日本各地の魅力ある海を題材として、水中フォトコンを開催し、日本の海を世界に紹介。

【事例3】 官民連携事業による離島観光の情報発信
※単年度事業

⇒情報発信拠点の離島を設定し、JNTOと（一社）旅客船協会がそれぞれにすみ分けながら離島の魅力をプロモーション。

情報発信拠点の離島

JNTO事業

- メディア招請
- デジタルパンフレット作成
- オンライン/オフライン広告等

- ・利尻、礼文
- ・佐渡島
- ・伊豆諸島
- ・隠岐諸島
- ・瀬戸内海の島々
- ・五島列島
- ・大隅諸島
- ・八重山諸島

旅客船協会事業

- 協会HPの改修
- 海外旅行博でのPR
- オンラインコンテスト等



隠岐諸島の情報発信例

外国人目線での魅力発信

- ・ターゲットの絞り込み(いつ/どこ/国籍/年代・性別/嗜好)
 - ・ターゲットの特性を理解
 - ・ニーズにマッチする観光要素を分析
 - ・ターゲットに合った発信方法で情報を発信
- ⇒いつ・どのような方法でプロモーションするのかを選定

観光コンテンツの磨き上げ

- ・受入環境の整備
(Wi-Fi、多言語対応、二次交通、クレジットカード対応など)
- ・文化体験型観光の拡充(和装、陶芸、焼酎作り体験等)
- ・地元の観光資源や産業を活かした誘致/コンテンツづくり、
単なる見学に終わらないテーマとストーリーある広域観光周遊ルートづくり
「このエリアでしか体験できない魅力は？」

各地域が戦略をもって
誘致に取り組むことで
魅力的な観光資源を確実に世界
へ発信！

令和元年度調査事業の結果報告

- プレジャーボート利用に係る国内外の旅客対応事業
- マリンアクティビティ情報発信事業
- 船舶アクセスに優位性のある広域周遊ルート活性化に関する実証事業

目的

我が国の豊かな海洋自然環境が、国民のみならず、外国人に対して観光資源としての認知度が低く有効に利用されていないこと、また、世界の観光の潮流として自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型観光が注目されていることを踏まえ、欧州で行われている実例を参考に、大型プレジャーボートを使用して観光圏を巡る1週間程度の滞在型周遊ツアーを行い、事業の有効性を検証する。

事業概要

【実施期間】

- 令和元年9月中旬～令和2年3月

【実施場所】

- 海上と陸上の豊富な観光コンテンツを有し、かつ、国際空港に近く訪日外国人旅行者の需要が見込める伊勢志摩地域

【調査事業の概要】

□ 海外事例調査

- チャーターによる大型プレジャーボートを活用した滞在型周遊ツアーが盛んな欧州事業者の事例調査

□ 観光ルートの検討・環境影響調査

- 滞在型周遊ツアー事業実証のための観光ルート検討
- 大型プレジャーボートによる周辺漁業活動等への影響調査。

□ 実証実験

- 欧州事業者を調査員として招聘し、体験モニターツアー（実証実験）の実施
- 調査員、運航スタッフ、水産・宿泊などの受入施設のツアー関係者からのヒアリングによる課題の抽出・解決策の検討



豪華プレジャーボート



豪華プレジャーボートの船内

結果・課題

□ 海外事例調査

- イタリア中部の都市であるガエータで現地調査を実施
- ハード面では桟橋・マリーナ等が充実し、ソフト面では地域関係者のボート受入れ意識が高く・クルー等のスタッフも優秀
- ボート利用文化の相違（日本：釣り、欧州：観光地を巡る）等

□ 観光ルートの検討・環境影響調査

- 「マリンチック街道」の伊勢湾ルートを基本とした自然・水産・文化等の海上観光と陸上観光の施設を周遊するルートを検討
- ルート上の漁業活動（漁具等）に配慮した航行時の注意点を調査

□ 実証実験

- イタリア・トルコ・ロシア事業者を調査員とした6泊7日の実証実験を実施
調査員からは、伊勢・志摩・鳥羽地域の自然・水産物・文化が魅力的な観光コンテンツであることが評価される一方、欧州人の慣習に合わせたツアー日程の工夫等のサービス改善が提案
- 天候を考慮した運航計画の立案、利用できる桟橋の整備の推進、人材育成、体験型の観光ツアーの充実等の事業化に向けた対策を検討
（参考）受注事業者はこの実証事業を元に令和2年度からチャーター事業を開始（コロナウイルスの影響で延期中）



実証実験に使用した船舶（2艇）と実証実験中の調査員との意見交換の様子

目的

我が国のマリンアクティビティの潜在能力を踏まえ、製作したマリンアクティビティ動画の放映に加え、関係団体の各種マリンアクティビティの魅力を発信することにより、効果的にマリンアクティビティの認知度を向上させ、多くの国民に体験型観光への参加を促すことを目的に、一般客が多く来場する観光展へ出展した。

出展結果等

【名称】ツーリズムEXPOジャパン2019大阪・関西（東京以外での開催は初）

【主催】(公社)日本観光振興協会、(一社)日本旅行業協会、(独)日本政府観光局

【開催日時】2019年10月24日(木)～27日(日)

【開催場所】インテックス大阪

【概要】

- ・来場者数は、業界関係者48,308人、一般約102,791人。
- ・海事局船舶産業課舟艇室では、マリンアクティビティの普及促進、舟艇産業の活性化を図るべく、マリン関連の団体等からなる「UMI協議会」の協力のもと、スポーツツーリズムエリアに出展。
- ・ブースは、ヤマハ発動機(株)と共同で設置するとともに、今般製作した「マリンアクティビティ動画」を常時放映する等により、来場者にできるだけ海のイメージを強く印象付けるとともに、集客向上を図った。
- ・来場者に対しては、C to Seaプロジェクト、マリンチック街道、海事観光等の海事局の取り組み、そして海マジ、ボートショー、体験学習等の関連団体の取り組みの紹介をはじめ、旅先でも楽しめるマリンアクティビティの魅力のPR等を行った。
- ・特に、旅行会社、地方自治体等の業界関係者との面談においては、今後、マリンアクティビティをツアー、地域活性化等のメニューの一つに加えて戴けるよう、説明・意見交換を行った。
- ・来場者へのアンケート(男性67名、女性93名、性別無回答40名)の結果、マリンレジャーに関し、女性よりも男性の方が比較的高い興味を示していること、男女問わず20代以下の若年層はマリンレジャーへの関心が高いこと等が伺えた。



事業概要

- マリンアクティビティは、かつては幅広い年齢層に人気がある憧れの存在であったが、近年では、娯楽の多様化や若者の生活スタイルの変化と共に、体力的・技術的に新規参入(初挑戦)のハードルが高いイメージを持たれやすいために需要(参加人口)が低迷。
- このため、マリンアクティビティ未経験の若い女性に「挑戦！ できた！ 面白い！ またやりたい！」(見る側に「できそう、やりたい！」)という成功体験をしてもらい、誰にでも気軽に楽しめるマリンアクティビティの魅力の発信して、新規参入のハードルを下げることを目的とした動画制作及び広報事業を実施(※今回はプレジャーボート、PWC、サーフィン、SUP、シーカヤック、旅客船(船旅)の動画を撮影)
- 体験者として、登録者40万人を超える人気YouTuber「のが」、ITタレントでNHK番組にも出演する「池澤あやか」の2名が出演。マリンのイメージがなく、知名度の高い女性を起用することで、これまでリーチ困難層であった若者や無関心層など幅広い階層からの注目を狙う。
- 今後、国内外旅行需要層の海事観光への関心を引き起こすためには、旅行計画立案の動機、軸となる訪問先や現地体験の充実が不可欠であることから、海の「コト消費」であるマリンアクティビティの活性化は、海事観光の普及促進にも大きく貢献。

出演者



のがさん(のがちゃんねる運営)
 YouTube 46.5万人,
 Twitter 4.7万人,
 Instagram 1.6万人
 筋トレ動画で2018年Youtube
 動画トレンドランキング8位を
 獲得した人気YouTuber



池澤 あやかさん
 Twitter 4.3万人,
 Instagram 6千人
 東宝芸能株式会社所属
 NHK「趣味どきっ！」や
 情報番組などに出演する
 IT系タレント

広報手法

- 日本最大の観光イベント「ツーリズムEXPO」等のイベントでの上映だけでなく、幅広い層へのマリン体験動画の拡散を図るために、新たな情報発信ツールであるYouTubeを積極的に活用した広報活動を実施。

【旅行業界・旅行関心層への情報発信】

ツーリズムEXPOへのブース出展

開催日: 2019年10月24日(木)~27日(日)

会場: インテックス大阪

来場者数: 151,099人



【一般向けの情報発信】

- ・C to Sea公式YouTube「海ココちゃんねる」
- ・「umiasoBe」事業との連携
- ・出演YouTuberによるメイキング映像配信
- ・関係団体等によるマリンイベント等
- ・大手家電量販店の店頭放映(予定)



【概要】

○マリンアクティビティ未経験者を主な対象として、「はじめるのが難しそう」「費用が高そう」といったネガティブな心理的ハードルを下げ船旅をはじめとするマリンアクティビティは誰でも気軽に楽しめることをPRするコンテンツ。

○人気YouTuberを起用し、実際に体験した様子や、インストラクターから見た魅力、費用感などを具体的に示すとともに、日本観光振興協会制作のマリンアクティビティ啓発動画や、日焼け対策特集を組み込むなど工夫。

○R1年度は冊子を5,000冊制作。全国に配布し各種イベント等で配布予定。また、コンテンツはC to Seaプロジェクト公式サイト「海ココ」にてリリース。SNS等を活用しながらWEB上での情報発信を実施。

【出演者】

表紙デザイン



のが

フォロワー40万人の人気YouTuber。筋トレ動画が2018年YouTube動画トレンドランキング8位になるほど人気。

池澤 あやか

東宝芸能株式会社所属。NHK「趣味どきっ！そろそろスマホ」ほか、情報番組などに出演。

【内容】フェリー・サーフィン・SUP・カヌー・カヤック・プレジャーボート・PWC・日焼け対策・豪華客船 等



事業の目的

レンタカーとの連携をはじめとする「フェリーの活用に優位性のある広域周遊ルートの活性化」は、地方送客増加の観点から喫緊に取り組むべき課題であり、本実証事業は、「他公共交通モードに比して船舶による移動が優位性のあるルート」（和歌山～徳島航路）において、訪日外国人の地方送客に関する強みを明らかにし、船舶を用いた地方部への訪日外国人旅行者の誘致の加速化することを目的とする。

▶ レンタカーとフェリーを接続・連携させた広域周遊ルートを造成し
地域の具体的な観光コンテンツも組み合わせたモデルルートを設定する

【実施内容】

①事前調査・マーケティング

- ・ 訪日外国人の来訪状況、観光コンテンツ及び航路の現状に関する基礎調査
- ・ 地元・観光関係者へのヒアリング調査
- ・ 航路とレンタカー及び観光コンテンツとの連携手法の検討

②観光ルート設定・アセスメント・商品造成

- ・ 検討会議（有識者、関係事業者・団体、関係自治体・DMO等）の開催
- ・ ①の結果を踏まえた観光ルートを設定、事業の採算性や観光地としての魅力などの評価の実施
- ・ レンタカーと船舶を組み合わせた旅行商品の造成・観光コンテンツ等との連携及びモニターツアーの実施検討

③実証事業・プロモーション

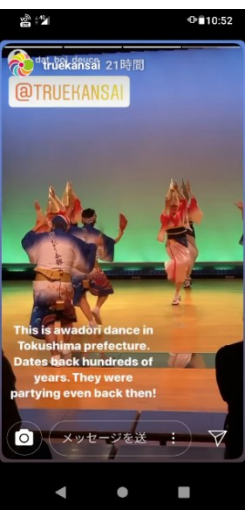
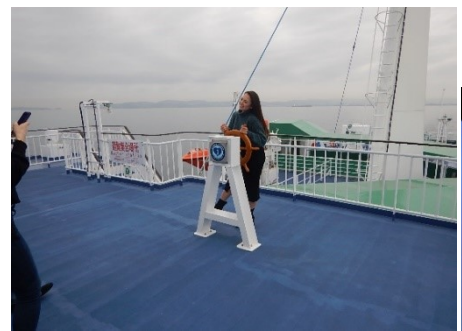
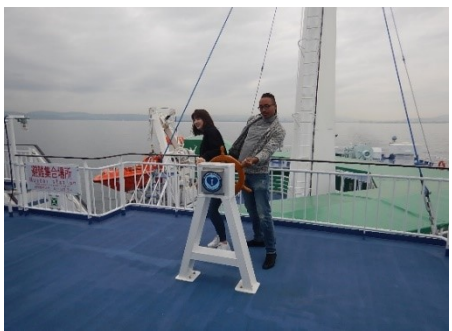
- ・ 運航に係る実証内容、実証方法、実施体制の検討
- ・ 事業者名：南海フェリー（和歌山県和歌山市）和歌山港～徳島港（往復18便/日）
→和歌山県～徳島県エリアにおけるレンタカーを活用した広域周遊ルートの設定
- ・ 事業開始前及び実施中に、航路のプロモーションの実施
- ・ 実証事業実施後、利用者・事業者双方からヒアリング等を行い今後の課題を抽出
- ・ 実施後に影響力のある発信手段を用いて広く周知
- ・ 実証実験等の結果を踏まえた企画乗船券等の商品化や広域周遊ルート振興施策の検討



【モニターツアーの実施】

実施日：令和元年12月17日（火）
 行程等：大阪（0900発）～和歌山港（1035発）～徳島港（1250着）～阿波おどり会館（阿波踊り体験等）～
 眉山ロープウェイ（景観鑑賞等）～徳島港（1630発）～和歌山港（1835着）～大阪（2000着）
 参加者：DEONTAE DEUCE GRIGGS（関西観光本部 職員／アメリカ出身）／発信力(Engagement Rate)：8.85%
 LINA NISHIBORI（モデル／カナダ出身）発信力(Engagement Rate)／19.02%
 LUISA MMMEL（デザイナー、イラストレーター／ドイツ出身）／発信力(Engagement Rate)：13.62%
 ※Engagement Rateは、発信した投稿(例：ストーリー等)に対するアクション率を指します。世の中平均：4.7%
 目的：旅行商品造成にあたり実施するモニターツアーについて目的別にコースを設定（5コース程度）

 第1回目となる今回は新造船「フェリーあい」（2825G/T）の情報発信をメインとしたコース（撮影した動画や写真は、その場でTRUE KANSAI（インスタグラム）等で公開）



【検討会】

日時：令和元年12月24日（火）1330～1530

出席者：近畿運輸局、南海フェリー（株）、関西観光本部
イースト徳島、そらの郷、大阪府レンタカー協会

請負者：リクルートライフスタイル（株）

オブザーバー：和歌山県、徳島県、南海電鉄（株）

目的：第1回目に検討会議においては、
事前調査やマーケティングの結果を踏まえた観光ルートを設定し、
事業の採算性や観光地としての魅力などの評価を実施。
また、その後の具体的な進め方を共有することで、
対象地域の共通認識と意識の醸成。
なお、第2回目（令和2年3月予定）の検討委員会において
モニターツアー結果に対して相対評価・絶対評価を行い
旅行商品の磨き上げを行うとともに次年度以降に向けた動きの確認。



【事業の取りまとめ、報告書作成】

以上の取り組みの結果、モニターツアーとして造成した旅行商品を中心に、
フェリー・レンタカー活用で具体的にどのように進めることが望ましいのか、
また、見いだされた課題等に対する解決策の提案を中心とし報告書を
令和2年3月19日（木）までに作成予定。

また、将来的にグロコン造成事業などへ発展させる事の可能性も検討。

※グロコン造成事業・・・訪日グローバルキャンペーン等に対応しコンテンツ造成事業の略。
訪日外国人旅行消費額の目標達成に向けて、観光庁・日本政府観光局による
訪日グローバルキャンペーン等に活用できる新たな滞在型コンテンツ等について
地方運輸局と観光地域づくり法人（DMO）等が連携し、特に地方部をはじめ全国各地域に創出する。



【取組結果】

◆モニターツアーの結果に対して評価を行い、モニターツアーとして造成した旅行商品を中心に、フェリー・レンタカー活用で具体的にどのように進めることが望ましいのか、また、見いだされた課題等に対する解決策を検討

和歌山県・徳島県のコンテンツについての課題

- 表記言語、受け入れスタッフの体制が不十分
- 検索エンジンで多言語対応がなされていないスポットがある。情報が入手できず、客が訪問しない可能性が高い

フェリーの優位性についての課題

- 船内がキャッシュレス対応になっていない
- Wi-Fiがほぼつながらず、ストレスを感じる（Wi-Fiマークがあると期待値があがってしまう）
- 海外旅行に来た際にフェリーに乗ることが目的になることはない

今後に向けて

【前提】和歌山及び徳島のルートやコンテンツの魅力を訴求し、「まずは和歌山に行きたい！」と思われることが大前提

そのうえで、フェリーが付加価値となるように訴求していくことが重要

- Wi-Fiについては、海上での電波問題を考慮し、つながりにくいなどの表記をする
- 乗船券購入時から、乗船後の飲食販売などにおけるキャッシュレス対応が必要
- 船内にInstagramから発信したくなる仕掛けをつくり、国内外へ発信を行う（壁を写真映えするようにデザイン）

令和2年度事業実施報告(民間事業者)

- せとうちパレットプロジェクト新造船導入による海事観光振興
(西日本旅客鉄道株式会社、瀬戸内海汽船株式会社)
- 愛媛県南予地域における観光MaaS実証実験
(ANA)

せとうちパレットプロジェクト
新造船導入による海事観光振興



令和2年9月
西日本旅客鉄道株式会社
瀬戸内海汽船株式会社

2020年度の取り組み概要（実績と計画）

（1）新造船の着実な建造・竣工と安全運航

- 7月6日 瀬戸内クラフト社（広島県尾道市）にて進水式挙行
のち8月4日に竣工、引渡（広島・宇品港へ回航）

– 8月20日

就航披露式・試乗会開催

- ★国土交通省海事局長、
中国運輸局長、
広島県知事、関係各市長
ほかご出席

（国土交通省海事局 C to Sea
YouTube チャンネルの取材あり）



（2）戦略的・計画的なプロモーションによる販売

- 9月12日 営業初便運行

- ★当初首都圏・関西発の団体旅行が4月頃より多数予約→コロナ影響でキャンセル
→広島県・岡山県内発の日帰り団体（マイクロツーリズム）が好評、9月中満席
- ★10月～12月中旬は、個人型販売も加えた定期運航／団体チャーターでほぼ毎日稼働
- ★コロナウイルス感染拡大防止対策

定員を90名から60～70名程度に減じて運航

抗菌・抗ウイルス加工「セルフイール」をJR西日本テクノスにより施工

非接触お土産物販売「みやげっと in SEA SPICA」（株ギフトパッド）を初導入

2020年度の取り組み概要（実績と計画）

（3）地域との連携による着地観光開発の推進

－9月12日 各立寄港にて、市長・駅長等による営業初便のお出迎え・お見送り

10月2日 デスティネーションキャンペーンオープニングでの式典、お出迎え

★「シースピカ」の運航・集客状況については、以降も継続して地元住民と共有
従って、地元住民の任意で、寄港地において適宜お出迎え・お見送り、マルシェ出店



◎観光庁・関係自治体による外客受入環境整備とコンテンツ開発への進捗フォロー
～「海洋周辺地域魅力向上補助金」の採択・交付（8月～）・・・1/3国費補助

【観光コンテンツの磨き上げ】

- ・旅行会社、インフルエンサー等を招致したテストマーケティング費用（船舶チャーター）
- ・船内外での多言語案内ツール（動画コンテンツ）製作費用

【受入環境整備】

- ・寄港地における移動円滑化費用（タラップスロープ）
- ・案内ガイド育成費用
- ・多言語予約販売システム、ウェブサイト構築費用

今後の計画と展望

(1) 2020年度中における課題

- コロナ禍の情勢変化に合わせた誘客対応
 - 東京都初商品のGo To キャンペーン組入による動向変化が不透明
 - 中長距離旅客とマイクロツーリズムとの割付（対旅行会社の席数管理）バランスに難
 - 地元での報道やウェブサイトを戦略的に活用し、近距離の個人向け需要を喚起
- 営業初年度としての運航コース試行
 - 「瀬戸内しまたびライン」定期航路ダイヤでの冬場の催行は困難（波荒れ、日暮れ）
 - ただし、マイクロツーリズムが好調なこともあり、短区間乗船の航路での試行を模索
- 「トワイライトエクスプレス瑞風」立寄コースとしての運用開始（2021.2～）
 - 富裕層によるご利用形態の感触獲得（船内でのお土産物など）

(2) 次年度以降の展望

- 運航コース（寄港地）と内容の定着化
 - 販売手法（席数管理）の安定化、ガイドのスキルアップ
 - 運航コースについては、「瀬戸内しまたびライン」の定着化を図りつつも、
お客様の志向と地元の受入態勢に応じてマイナーチェンジ／新規開発を図る必要
- MaaS、外国人旅客を意識した集客と販路拡大
 - いずれも既にインフラ対応済
 - オリパラ開催を見据えながら、戦略的なプロモーションが必要

令和2年度事業実施報告(国土交通省海事局)

- クルーズの安全・安心の確保に係る検討・中間とりまとめ
- 内外向け航路情報・ルート検索の基盤整備の推進
- マリンチック街道と「new pec smart」の連携
- 海事観光の総合的プロモーション事業
- 海事観光を動画でPR! 「海ココちゃんねる」

令和2年9月18日

海事局外航課
港湾局産業港湾課

「クルーズの安全・安心の確保に係る検討・ 中間とりまとめ」を公表します

我が国において発生した、ダイヤモンド・プリンセス号、コスタ・アトランティカ号の事案を踏まえ、国土交通省では、クルーズの安全・安心の確保のための検討を行って参りました。

この度、感染症・危機管理等の専門家を含む多様な有識者の皆様からの意見を踏まえ、「クルーズの安全・安心の確保に係る検討・中間とりまとめ」を公表する運びとなりました。

「中間とりまとめ」の公表に合わせて、関係業界団体が策定したクルーズ船及び受入港の感染症対策に関するガイドライン(国内クルーズを対象とした初版)も公表されました。

今後、これらに基づき関係者によるクルーズの安全・安心の確保のための対策や調整が進むことが期待されます。

1. 中間とりまとめは以下の項目で構成されておりますが、引き続き、最終とりまとめの策定に向け検討を行っていく予定です。

- ①ダイヤモンド・プリンセス号等事案の検証について
- ②クルーズの再開にあたって
- ③関係者の役割分担について
- ④安全・安心確保に向けた具体的措置(その制度化を含む。)について
- ⑤実効性担保のあり方について
- ⑥国際的なルール作りを含む主導的役割のあり方

2. 中間とりまとめの策定に当たって、ご意見を伺った有識者の方々は以下のとおりです(敬称略)。

- | | |
|---------|---------------------------|
| ○赤井 伸郎 | 大阪大学大学院国際公共政策研究科教授 |
| ○河野 真理子 | 早稲田大学法学学術院教授 |
| ○須野原 豊 | 日本港湾協会理事長 |
| ○高松 正人 | 観光レジリエンス研究所代表(危機管理) |
| ○森 隆行 | 流通科学大学教授 |
| ○森重 俊也 | 日本外航客船協会理事長(前任 小野芳清) |
| ○和田 耕治 | 国際医療福祉大学大学院医学研究科教授(感染症対策) |

※ 上記の他、外国クルーズ船社、港湾関係者からも意見を聴取

3. 関係業界団体が策定したガイドラインにつきましては、以下のとおりです。

「外航クルーズ船事業者の新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン(令和2年9月18日(初版))」(一般社団法人 日本外航客船協会)

「クルーズ船が寄港する旅客ターミナル等における感染拡大予防ガイドライン(令和2年9月18日(初版))」(公益社団法人 日本港湾協会)

【問い合わせ先】

国土交通省海事局外航課	仲村、西中(内線 43352)
	(直通) 03-5253-8619
港湾局産業港湾課	林、赤城(内線 46432)
	(直通) 03-5253-8672

- 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、世界中で船内感染の発生例が相次ぎ、我が国においても、横浜(ダイヤモンド・プリンセス号)及び長崎(コスタ・アトランティカ号)において、多くの乗船者が感染する事案が発生
- 国土交通省では、クルーズ船の利用者、寄港する港湾の関係者等の安全・安心の確保に向け、感染症、危機管理等の専門家からの意見を踏まえ、関係業界によるガイドライン整備、その実効性を担保するための措置等について検討・整理

I. ダイヤモンド・プリンセス号等事案の検証について

- 船内の感染拡大について、ダイヤモンド・プリンセス号及びコスタ・アトランティカ号事案における、現時点で国土交通省が課題、教訓とする事項を整理
- 再発防止に向けて、**船側に求められる措置**、**受入港湾側の措置**、**国土交通省に求められる措置**を整理

II. クルーズの再開にあたって

- 第一段階: 第三者認証取得等準備の整ったクルーズ船と受入港から、**国内のショートクルーズをトライアルとして実施【短期的措置】**
- 第二段階: 上記トライアル結果等を踏まえ、得られた知見をガイドラインに逐次反映した上で、本格的に国内クルーズを実施【短期的措置】
- **国際クルーズについては**、水際対策の状況や他国の安全・安心対策との調和に留意しつつ、**ガイドラインの検討等所要の準備を進める【継続検討】**

III. 関係者の役割分担について

- クルーズ船の受入判断や有症者・感染者等への対応が求められる際には、**クルーズ船事業者、検疫等の国の関係機関、港湾管理者や保健所等を含む地方自治体との間で**、課題の把握と対応を迅速かつ適切に行える**体制を構築**
- 万一の事態に備えて、クルーズ船の寄港に関わる関係機関間の**対応訓練を実施**
- 国際クルーズにおける関係国、クルーズ船事業者が果たすべき役割分担のたたき台を提示【継続検討】

IV. 安全・安心確保に向けた具体的措置について

- 国内クルーズの再開にあたり、「船舶ガイドライン」及び「港湾ガイドライン」に盛り込むべき措置
- 港湾管理者等は、クルーズ船の寄港受入に際し、船舶及び港湾ガイドラインへの適合を確認するとともに、**都道府県等の衛生主管部局を含む地域の関係機関で構成される協議会等における合意**を得た上でクルーズ船を受け入れる
- 船内で感染者が確認された場合には、次の寄港地での陸上隔離等を実施後、速やかに下船港(発着港を基本)に向かう

V. 実効性担保のあり方について

- クルーズ船事業者(邦船社)が策定する手順書(マニュアル)の船舶ガイドラインへの適合状況について、**(一財)日本海事協会(NK)が認証を行う【短期的措置】**
- 邦船社については、**海上運送法に基づく安全管理規程に感染症対策(衛生管理規程(仮称))を追加**すること、また、衛生管理規程を遵守することを義務づけ【短期的措置】

VI. 国際的なルール作りを含む主導的役割のあり方

- **外務省等関係機関と連携し、国際海事機関(IMO)における国際ルール作り**も視野に、クルーズ船の安全確保に向けた国際的な議論を我が国が主導【継続検討】

- 成長戦略フォローアップ(令和2年7月17日閣議決定)において、「クルーズ船と受入港の安全安心確保に係るガイドラインを2020年度を目途に策定する等、再び安心してクルーズを楽しめる環境整備を図る。」としたところ。
- 国土交通省において、感染症や危機管理の専門家等の意見を聞きながら、関係業界が整備するガイドラインなど、クルーズの安全・安心の確保に関する検討を実施。

国土交通省におけるクルーズの安全・安心確保に係る検討・中間とりまとめ(9月18日)

日本外航客船協会ガイドライン (国内クルーズを対象とした初版)

- 乗客の事前スクリーニング
 - ・検温、質問票 など
- 船内の予防策
 - ・マスク着用、手洗い、消毒、健康管理の徹底
 - ・船内施設の座席数減、間隔確保
 - ・換気の実施 など
- 有症者発生時の拡大防止
 - ・船医による診療
 - ・船内隔離、イベント中止 など

日本港湾協会ガイドライン (国内クルーズを対象とした上記ガイドラインに対応)

- クルーズ船の旅客や乗組員、ターミナルビルの従業者の間の感染防止
 - ・症状のある者の入場回避、マスク着用
 - ・列や座席の間隔確保、消毒液配置 など
- ターミナルビルの従業者の感染防止
 - ・健康状態確認 など

船内における感染防止対策
(クルーズ船事業者)

旅客ターミナル等における感染防止対策
(港湾管理者等)

寄港地における受入体制の構築

クルーズ船の寄港検討

情報共有等

寄港地の関係機関等 ※

※衛生主管部局、港湾関係機関等

1. 海事観光の総合的プロモーション事業

背景・現状

- 新型コロナウイルス感染症の影響は深刻であり、まずは官民一丸でこの厳しい状況をしのいでいくことが最優先課題
- 他方、事態終息後には、国内外の観光客を呼び戻し、さらなる観光産業の発展を推進していかねばならない
- 政府・関係機関等による「Go To キャンペーン」等の観光推進施策も活用し、観光需要を沿岸地域に積極的に誘導するためには、**海事観光**というジャンルを国内外に広く認識してもらうための総合的にプロモーションを実施する必要がある

都市部観光地



有名観光地



海事観光地



総合的プロモーション

海事観光地は、大自然の風景や希少な動物など、都市や内陸部にはないダイナミックで魅力あるスポットが多くあるが、関連事業者が少数かつ零細であることが多く、PR活動の不足等により、観光資源を十分に生かし切れていない。個々の観光地のPR活動だけでは限界があるため、海事観光施策として総合的プロモーションを実施する。

STEP 1 : 広報素材の作成



- 広報ビデオ
- WEBページ
- ポスター
- チラシ

個々の観光地ではなく、「**驚きと新発見**」をコンセプトとして、海事観光全般が印象に残る広報素材を作成

STEP 2 : 効果的な広報活動

多様な手法で幅広い広報活動

- ・ ツーリズムEXPO出展
- ・ YouTube動画配信 (PR広告)
- ・ インフルエンサーとの連携
- ・ SNSの活用
- ・ 写真イベント(有名写真サイト)
- ・ Scenic Japanの周知 等

STEP 3 : 旅行計画に誘導

- 旅行業界と連携して、海事観光ツアー商品の開発や、ツアー予約サイト等に誘導する仕組みを検討
- ・ じゃらんネット
 - ・ いこーよ 等



1-1. プロモーション動画「#海があるから」

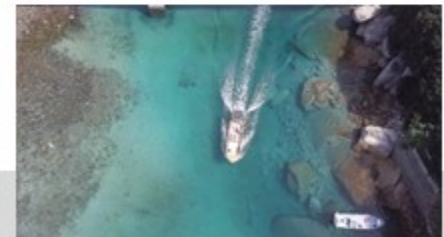
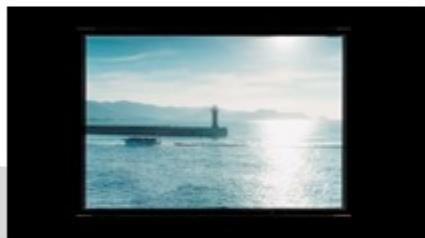


タイトル「#海があるから」
 テーマ「海があるから」出会えた、「驚きと新発見」
 ディレクター 市川 渚 / 映像監督 赤地 剛幸
 本編 2分23秒 / ダイジェスト 30秒
 2020年8月27日公開開始
 これまでの再生数 約7.2万回



ぜひ動画をご覧ください

- 今やスマートフォンは日常で最もよく使うカメラでもあり、誰もが旅先で手軽に写真を撮り、SNSで旅の思い出を共有する時代・・・「観光=写真」
- キャストが旅をしながら様々な海の風景に出会い、写真に残す様子を、ダイナミックで象徴的な海事観光地の写真素材を織り交ぜながら描くストーリー構成



1-2. フォトキャンペーン

有名写真サイト (XiCO) でのフォトキャンペーン

- 「#海があるから」 出会えたとおきの瞬間や場所、視点を捉えた一枚をTwitter、インスタグラムで募集
- 投稿作品の中から、有名フォトグラファー (保井崇志氏) が優れた作品をピックアップし、有名写真サイト等で紹介するフォトキャンペーン (ピックアップ期間2020年8月27日～2020年9月30日)
- 目的: フォトコミュニケーションを通じた、【海をテーマとした「驚きと新発見」】の拡散



有名写真サイト (XiCO) 内に告知ページを設置



インフルエンサー等を起用したプロモーション



SNS上で集まった作品を有名フォトグラファーがピックアップし、HPやインスタグラムで紹介

投稿作品例

KenT
@kentanhashi
初めて降り立った駅にはこんな素敵な景色が待っていました。
#海があるから
#reco_ig



写眞家 右近雄太郎 - Rintaro Ukon
@rintaro_ukon
水面を隔てた別世界
海があるから
人はまた
夢を見られる
#reco_ig #海があるから



インスタグラム



作品紹介ページ



1-3. ツーリズムEXPO 2020(トラベルフェスタ)



名称 ツーリズムEXPOジャパン2020 トラベルフェスタ

開催日 2021年1月7日(木)～1月9日(土)

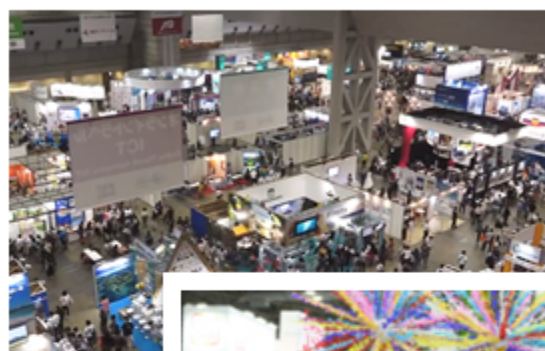
7日・8日：商談会(西1ホール) ※テーブル・椅子のみ

8日・9日：展示会(西3・4ホール)

会場 東京ビッグサイト

出展ブース：展示会に出展(商談会は展示スペースなし)

参加バイヤー数：約250社



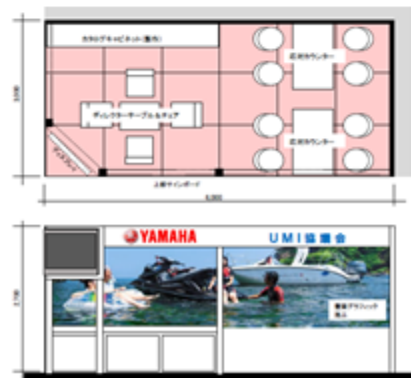
【ブース方針】

- ・海事観光の魅力を視覚で印象的にPRできるような装飾(壁紙等)
- ・プロモーション動画をプロジェクターで放映
- ・総合的プロモーション、旅客航路、情報サービス等をワンストップで提供
- ・具体的な説明や商談ができるように、商談スペースを用意
- ・旅行関係者(出展者含む)、バイヤー、一般来場者に対応

【出展内容(相談中)】

海事観光・新型コロナウイルス対策PR(海事局)、内航旅客船、外航クルーズ、海マジ!、鉄道・運輸機構(JR TT、共有船)、総合海洋政策事務局、国土政策局離島振興課、STU48(動画出演等)

昨年の出展ブースの例(UMI協議会&YAMAHA共同ブース)



昨年のツーリズムEXPO来場者実績(大阪・関西)

日付	天気	人数
10月24日(木)	曇りのち雨	20,000人(業界日)
10月25日(金)	雨	28,000人(業界日)
10月26日(土)	曇りのち晴	51,000人(一般日)
10月27日(日)	曇りのち晴	51,000人(一般日)
合計		150,000人 (参考：2018年合計：207,000人)

1-3. ツーリズムEXPO 2020(トラベルフェスタ) 海事観光(官民)共同プロモーションブースの出展

◇「海事観光」プロモーション (海事観光全体のイメージアップ・新型コロナウイルス対策)

驚きと新発見
II
「海があるから、みつかった場所・風景」
「海があるから、みつかった視点・アングル」
を通して
海へ思いを巡らせ、
海へ向かう行動へといざなうこと



↓ 具体的提案

◇魅力ある航路・船旅の提案 (例)

飛鳥II
2021年 世界一周クルーズ
30th Anniversary

BEST 100
GOLD SELECTION
NEW CONCEPT
2020年8月1日 “シーパセオ2” 就航
HIROSHIMA - KURE - MATSUYAMA

◇海事観光サービスの紹介 (例)

海マジ! MARINE MAGIC
夏のタダで
思い出をつくろう
19、20歳限定! マリンスポーツ・釣り・クルージング他 無料体験

海にいこーよ
海は最高のあそび場

2. 海事観光を動画でPR！「海ココちゃんねる」

海ココちゃんねる

海事局では、海事観光の魅力や船の楽しさをより多くの方に知っていただく「CtoSeaプロジェクト」の一環として、職員自らが取材・編集を行い、YouTube「海ココちゃんねる」で積極的に発信しています。
アナウンサー歴を持つ海事局職員による新造船潜入レポート、就航披露式典取材動画など、精力的に発信中！



ナビゲーター
「ココちゃん」

令和2年度取材実績

さるびあ丸

6/25公開

元アナウンサーのレポート技術で
離島航路の大型船の快適さをPR！



SEA PASEO 2

8/5公開

「ヒミツ（非密）」をテーマに、
コロナ禍でも安心して楽しめる船旅をPR！



SEA SPICA

(瀬戸内しまたびライン)

8/25公開

新幹線×船の連携で、快適に、半日
から楽しめる島旅の魅力をもPR！

