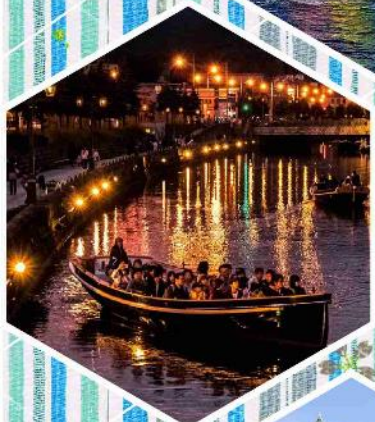


INBOUND BEST PRACTICE

海事分野における
インバウンド対応
ベストプラクティス集



はじめに

国土交通省では、「明日の日本を支える観光ビジョン」に位置づけられている、訪日外国人旅客数を「2020年に4,000万人」という政府目標の実現に向けて、インバウンド対策を主とした観光振興に向けた取組を強化しております。中でも海事観光の分野は、インバウンド旅客の地方誘客や消費拡大の分野において、我が国全体の観光振興に貢献できるポテンシャルを有しており、今後さらなる取組の余地があります。

旅客船分野においては、既に個別の事業者によるインバウンド対応の優れた取組が存在しているところ、そうした例をさらに広げて海事観光の底上げを図るため、今般、海事分野での初の取組として、国土交通省海事局において、インバウンド旅客向け対応の好事例をまとめた「インバウンド対応ベストプラクティス集」を作成いたしました。

この事例集では、北海道から沖縄まで全国の旅客船やマリナクティビティ分野における創意あるインバウンド対応の取組について、事業者の皆様から提出いただいた項目をその内容、効果・成功要因等の観点から取りまとめ、取組内容のカテゴリー別に全38事例をご紹介します。

この事例集を多くの事業者の方々にご覧いただくことで、好事例の展開がなされ、旅客船事業におけるさらなるインバウンド旅客の呼び込みに向けた取り組みの推進が期待されます。また、事業者の方々のみならず、観光をお考えの皆様にもぜひご一読いただき、ご旅行先の検討に役立てていただければ幸いです。

2019年4月
国土交通省 海事局

CONTENTS

第1章 地域資源の活用

- 1-1 観光資源を活かしたクルーズ船による観光の活性化（北海道） …… P5
- 1-2 船体にアイヌ文様をラッピング！アイヌ文化を発信（北海道） …… P6
- 1-3 ねこ相^{あい}ランドにインバウンド旅客誘致（福岡県） …… P7
- 1-4 観光資源のブランド化によるインバウンド旅客の増加（沖縄県） …… P8

第2章 和風船内コンテンツの造成

- 2-1 船内通信環境の整備による利便性向上と
日本文化が感じられる「忍者ショー」の実施（北海道・青森県） ……P10
- 2-2 日本文化を実体験できる船内「こたつ」& 食事（山形県） ……P11
- 2-3 インバウンド旅客の文化に合わせた船内環境の提供（山形県） ……P12
- 2-4 日本文化と景色を楽しめる「屋形船」におけるインバウンド対応
の強化と満足度向上（東京都） ……P13
- 2-5 黄金の和船「大阪城御座船」を使用した大阪城お濠めぐり（大阪府） ……P14

第3章 インバウンド旅客の受入環境整備

- 3-1 きめ細かなFIT案内対応による利便性向上（神奈川県） ……P16
- 3-2 ホームページの多言語化とアクセス情報の分析（静岡県） ……P17
- 3-3 QRコードを利用したキャッシュレス決済の導入
による利便性向上（兵庫県） ……P19
- 3-4 多言語・多決済機能付き自動発券機の導入による生産性向上（兵庫県） ……P20
- 3-5 サイクルシップ導入によるサイクリストの誘致（広島県） ……P23
- 3-6 インバウンド旅客のための利用環境整備（徳島県） ……P24
- 3-7 「九州横断クルーズ」と記憶に残る船旅の提供（熊本県・長崎県） ……P25
- 3-8 インバウンド旅客に対応した電子決済システムの早期導入
による利便性向上（沖縄県） ……P27

第4章 観光プロモーションやSNS等による情報発信

- 4-1 訪日旅行誘致を行うための新潟・佐渡観光推進機構(株)の設立（新潟県）…P29
- 4-2 自治体と連携した海外誘客プロモーションによる知名度向上（富山県）…P30
- 4-3 自治体や観光関係者と一体となった海外誘客（富山県）…P31
- 4-4 SNSを活用したインバウンド旅客誘致（静岡県）…P32
- 4-5 日本国内に留まらないFITへの情報発信（大阪府・福岡県）…P34
- 4-6 割引キャンペーンによるインバウンド旅客の取り込み（兵庫県・大阪府）…P35
- 4-7 リーフレット及び運航状況確認アプリの作成によるインバウンド旅客の誘致（兵庫県）…P37
- 4-8 観潮船の魅力発信・利便性の向上（愛媛県）…P38

第5章 企画乗船券などのインバウンド対応の企画の充実

- 5-1 お得な周遊パス発売とSNSを活用した誘客の促進と拡大（北海道）…P40
- 5-2 インバウンド旅客向け企画乗車券「NIKKO PASS all area」への参加による誘客促進（栃木県）…P41
- 5-3 インバウンド旅客向け企画乗車船券「SADO-NIIGATA PASS」の造成（新潟県）…P43
- 5-4 体験乗船による瀬戸内海の美しさやフェリーの良さの認知度向上（兵庫県・香川県）…P44
- 5-5 「せとうちサイクルーズPASS」リーフレット多言語化による利便性向上（近畿・中国・四国地方）…P45
- 5-6 「せとうち・さんいんCamperクルーズ」キャンピングカー利用による旅行形態多様化の促進（中国地方）…P46
- 5-7 「ショート・のっとこ・おさんぼクルーズ」英語版リーフレット提供による利便性向上（中国地方）…P48
- 5-8 インバウンド旅客特別割引による利用促進（愛媛県・広島県）…P49
- 5-9 海路で結ぶ世界遺産：八代～天草航路（熊本県）…P50

第6章 マリンレジャー

- 6-1 マリンレジャーと宿泊施設の連携による観光メニューの拡大（千葉県）…P52
- 6-2 多様さ・柔軟さでニーズに応えるプライベートクルーズ（東京都・神奈川県）…P53
- 6-3 手ぶらOK！気軽に安心「釣り堀」によるインバウンド誘客（神奈川県）…P54
- 6-4 外国人観光案内所認定に伴う海の駅・マリーナ利用活性化（福岡県）…P55

第1章

地域資源の活用

- 1-1 観光資源を活かしたクルーズ船による観光の活性化
- 1-2 船体にアイヌ文様をラッピング！アイヌ文化を発信
- 1-3 ねこ相^{あい}ランドにインバウンド旅客誘致
- 1-4 観光資源のブランド化によるインバウンド旅客の増加

1-1 観光資源を活かしたクルーズ船による観光の活性化

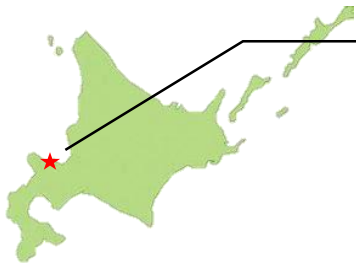
Point

- ❗ 「小樽運河」の歴史的景観を水面からの目線で鑑賞できる観光コンテンツ
- ❗ 外国人スタッフを雇用し、案内の他に新商品開発や海外旅行代理店への営業を実施

事業主体・背景

事業者名：（同）小樽カナルポート <https://otaru.cc/>

運航航路：小樽運河(第一期運河)周遊 中央橋航路（北海道）



小樽運河を航行するクルーズ（左からデイクルーズ、ナイトクルーズ）

年間約800万人の観光客が訪れる小樽の観光名所である「小樽運河」はこれまで、陸上の鑑賞ポイントから小樽運河を眺め、写真を撮影し、運河沿いを散策し、通過するというものでした。

2012年から、小樽運河内を小型のボートで周遊し、船上からキャプテンによるガイドで小樽運河や周辺の歴史的建造物などの歴史を紹介しながら、水面からの目線で歴史的景観を鑑賞するという「小樽運河クルーズ」の運航を開始しました。

内容

- ・ ホームページ、パンフレット、船上での音声ガイドシステムの多言語（英語・中国語・韓国語）対応
- ・ 外国人スタッフ（ニュージーランド、台湾、韓国）を通年雇用し、翻訳や案内をはじめ、外国人のニーズに合わせた新商品の開発や海外旅行代理店への営業などに対応
- ・ 宿泊先のホテルでの紹介などの現地予約に加えKKDAYやVeltra等、海外のWebサイトやオンライントラベルサイトでの予約対応
- ・ 中国人向けにアリペイ、ウィチャットペイのキャッシュレス決済対応
- ・ フェイスブックで「運河クルーズ」にチェックインすると10% OFFサービス
- ・ ハロウィンやクリスマスなどにスタッフの仮装、ボートの装飾やプレゼント贈呈などのイベントを開催
- ・ 2月の中華圏や韓国の春節（旧正月）時期の増便対応



台湾の団体客「出航！」



スタッフのハンドベル演奏

効果・成功要因

- ・ 外国人乗船客は、2013年度の約千人（全輸送人員の2.6%）から年々増加し、2017年度では約3万人（全輸送人員の22%）を数えるまでに増加しています。
- ・ 海外の団体ツアーが小樽観光に訪れる際「小樽運河クルーズ」に乗船するケースが年々増加しており、「運航時間（40分）や運賃（デイ：1,500円、ナイト：1,800円）が手ごろ」や「多言語による音声ガイド」などがインバウンド旅客からも高評価を得ています。

今後の課題・展開

- ・ Webサイトなどを活用した海外への更なる情報発信の充実
- ・ 海外の旅行代理店への営業活動の強化
- ・ インバウンド旅客に対する多言語でのガイドやサービスの向上

1-2 船体にアイヌ文様をラッピング！アイヌ文化を発信

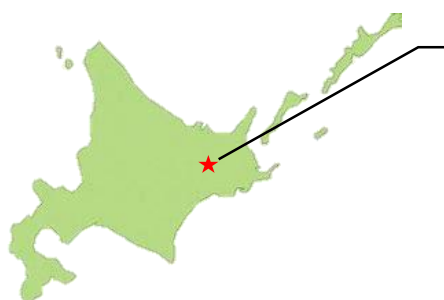
Point

- ❗ アイヌ文化の観光としての魅力向上の取組を地元と一体となって実施
- ❗ 多言語による情報発信

事業主体

事業者名：阿寒観光汽船（株） <http://www.akankisen.com/>

運航航路：阿寒湖内航路（北海道）



特別天然記念物マリモ

阿寒湖は北海道東部にある湖であり、全域が阿寒摩周国立公園に含まれる北海道を代表する観光地です。国の特別天然記念物「マリモ」の生息地は一般の立ち入りが制限されていることから、当社の遊覧船に乗船し、チュウルイ島にあるマリモ展示観察センターを訪れる必要があります。

背景

国内旅行者は人口減少・高齢化に加え、旅行者ニーズの変化により減少傾向にある中、インバウンド旅客の取り込みは事業継続の根幹と位置付けています。

内容

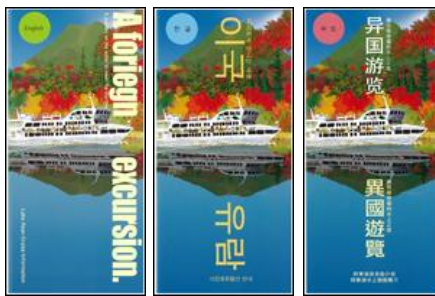
阿寒湖畔は日本最大のアイヌコタン(集落)など、アイヌ文化発信の重要なエリアです。

町全体でアイヌ文化の観光としての魅力を再認識し、磨き上げる取組みの一環として、当社においては、船体にアイヌ文様をラッピングし、船上でアイヌ民族の「語り部」を開催しました。

また、英語・韓国語・中国語（簡体字）対応のパンフレットや、ホームページを作成し情報発信にも努めているところです。



アイヌ文様の「ましゅう丸」



多言語パンフレット



ホームページ（英語版）

今後の課題・展開

広大な面積に観光地が点在する北海道においては、地域全体の滞在時間延長を図ることにより、遊覧船に乗船する時間が確保出来ると考えています。

欧米で人気の高い体験型観光「アドベンチャートラベル」の3要素（遊び、自然、異文化体験）全てを体験できる阿寒の魅力を継続して発信していくことが重要であると考えます。

1-3 ^{あい}ねこ相ランドにインバウンド旅客誘致

Point

- ❗ 相島航路は、猫ブームや各種イベントによりインバウンド旅客を含めた乗船客が増加
- ❗ 一時的な需要に終わらず安定的な需要が続くよう、インバウンド旅客に対して幅広く情報発信

事業主体

事業者名：新宮町

<https://www.town.shingu.fukuoka.jp/>

運航航路：相島～新宮航路（福岡県）



背景

新宮町では西鉄貝塚線の利用促進と相島渡船の利用促進のため、2017年度から西日本鉄道（株）と共同でキャンペーンを実施しています。

キャンペーンを開始した背景は、2010年3月のJR新宮中央駅の開業により、町内にある西鉄貝塚線の西鉄新宮駅の利用者が大幅に減少したことに加え、新造船と猫ブームにより乗船者数が増加傾向にある相島～新宮航路において、将来を見据えて、猫ブームに頼らない乗船客（観光客）、特にインバウンド旅客の確保が必要と考えたからです。

内容

新宮町では2017年度からキャンペーンを実施し、福岡市内から西鉄新宮駅まで西鉄貝塚線を利用し、新宮町のコミュニティバス、渡船を乗り継いで相島を訪れた人に、特製缶バッジや抽選で相島の特産品をプレゼントする企画を開催しました。

2018年度は、「またくるにゃんキップ」と題して、次回来島する際に西鉄電車、コミュニティバス、渡船で利用できる片道券を交付しました。片道券の費用の内、渡船とコミュニティバスについては、新宮町おもてなし協会（観光協会）が負担しました。



効果・成功要因

インバウンド旅客について、調査等を行っていないので具体的な増加人数等は不明ですが、インバウンド旅客は確実に増加しています。これは西日本鉄道（株）のキャンペーンにより福岡市圏3万世帯へのチラシ折り込みや、西鉄各線の駅での掲示、ラジオでの告知などのほか、外国人向けにホテルなどへのポスター掲示、外国語表記のチラシ配布など、様々なツールで幅広く発信されたことにより、認知度が高まり、誘客につながったものと考えられます。

今後の課題・展開

町での広報では発信力が弱いので、企業の力を借りてPRできることにメリットが有ると考えられます。今後は、海外からの観光客取り込みのための広報の強化を目指して、継続的に取り組みを進めていく考えです。

1-4 観光資源のブランド化によるインバウンド旅客の増加

Point

- ❗ 2014年に国定公園に指定された慶良間諸島の一つである座間味村の自然をブランド化
- ❗ 国外へのPRにより外国人旅行者が増加

事業主体

事業者名：座間味村 <https://www.vill.zamami.okinawa.jp/>

運航航路：泊港（那覇）～座間味港（沖縄県）

背景

慶良間諸島の一つである座間味島は沖縄本島から西に約40 km離れた離島で、島の魅力である世界屈指の透明度を誇る海は「ケラマブルー」と呼ばれるほど美しく、かつ、珊瑚礁、熱帯魚が多く生息し、ウミガメについては国内で有名な生息地になっています。

その移動手段は定期運航している村営の船舶のみとなっていますが、沖縄本島の泊港（那覇）から高速船で約50分となっており、日帰り可能です。

なお、現在の利用旅客数は年間20万人を突破し、2004年度から1.6倍の約22万となっています。

内容

座間味島において、2005年に慶良間諸島海域でラムサール条約湿地登録、2009年にミシュラン・グリーンガイドで2つ星を獲得、2014年に慶良間諸島全体で国定公園に指定されました。

効果・成功要因

インバウンド旅客については2016年度に1万5千人を超え、順調に増加しており、旅客からは「世界一美しい海」との声もあり、リピーターも少なくない状況となっています。

なお、座間味村の魅力である自然をブランド化することにより、国外にもPRすることが出来たことが成功要因と考えています。

今後の課題・展開

観光客の増加により自然への悪影響（オーバーツーリズム）が懸念される他、外国人への多言語での案内やWi-Fi環境の整備、ルールの周知等も課題となっています。

座間味村の魅力である自然資源の保全と活用のバランスを大切に、持続可能な観光振興に向けての計画策定が急務です。



第2章

和風船内コンテンツの造成

- 2-1 船内通信環境の整備による利便性向上と
日本文化が感じられる「忍者ショー」の実施
- 2-2 日本文化を実体験できる船内「こたつ」& 食事
- 2-3 インバウンド旅客の文化に合わせた船内環境の提供
- 2-4 日本文化と景色を楽しめる「屋形船」における
インバウンド対応の強化と満足度向上
- 2-5 黄金の和船「大阪城御座船」を使用した大阪城お濠めぐり

2-1 船内通信環境の整備による利便性向上と 日本文化が感じられる「忍者ショー」の実施

Point

- ① 船内通信環境、多言語対応の整備によるコミュニケーションの充実
- ① 船内にて忍者イベントを開催し、日本文化を体験

事業主体・背景

事業者名：津軽海峡フェリー（株） <https://www.tsugarukaikyo.co.jp/>

運航航路：函館～青森航路、函館～大間航路（北海道・青森県）



中国の天津から青森空港への直通航路が開設され、青森を観光した後、弊社フェリーを利用して北海道観光も楽しむ中国人インバウンド団体ツアーの流入が近年非常に増加しています（2017年で約2万人、2018年で約1万9千人が乗船）。津軽海峡圏の異なる文化や冬季の積雪を楽しむ傾向が見られています。

内容

上記状況を踏まえ、船内（乗船時間3時間40分）の利便性を高めるべく、Wi-Fi通信環境整備を行い、乗船中の無料・無制限でのインターネット利用を可能にし、またWi-Fi接続の多言語化、受付窓口での多言語翻訳タブレットを導入しました。

更に日本文化を感じられるイベントとして、青森大学忍者部と提携し、船内にて「忍者ショー&忍者服を着て記念撮影会」を実施しました。

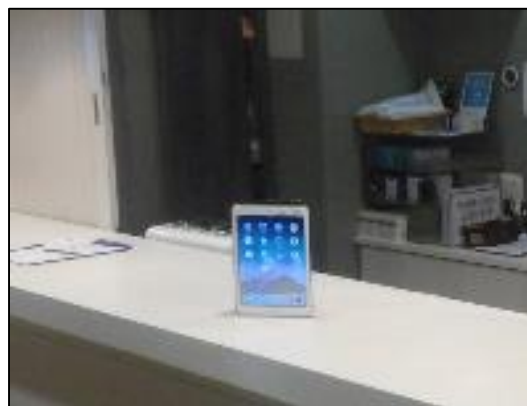
効果・成功要因

船内環境整備によりインバウンド旅客とのコミュニケーションも以前より綿密に行えるようになり、クレームに繋がるトラブルが減少しました。忍者ショーも好評頂き、以下のような感想を得ております。

- ・新鮮感があった、格好良かった。
- ・旅行の途中で日本の忍者文化や忍者服（試着）を体験でき、良かった。
- ・このようなショーを今まで観覧した事がなく、素晴らしかった。



忍者ショーを見学するインバウンド旅客



多言語音声翻訳アプリを導入したタブレット

今後の課題・展開

船内環境整備について、海上での通信環境は気象状況に左右される等不安定な面がまだあるので機器設備の機能進化については引き続き注視する必要があります。

船内イベントについては、実施回数がまだ少ないため、今後も企画実施に注力したいと思います。

2-2 日本文化を実体験できる船内「こたつ」& 食事

Point

- ❗ 雪景色を眺めながら暖をとり、日本文化を堪能
- ❗ 日本文化を体験できるコンテンツとして海外メディアからも注目

事業主体

事業者名：最上峡芭蕉ライン観光（株）

<http://www.blf.co.jp/>

運航航路：最上峡芭蕉ライン航路（山形県）



背景

1964年に開始した舟下り事業は当初冬期間の運航はしていませんでしたが、乗客数が増えてきたこと、従業員の冬期間の就労を考え、1972年に客席を屋形で覆う形の雪見舟を就航し、通年運航を開始。平成に入り冬の乗客数も増え、お客様からの要望や、話題作りという観点から、客席にこたつを置いた「こたつ船」の運航を開始しました。

内容

毎年増加傾向のインバウンド旅客対応としていろいろ模索しており、英語、北京語、韓国語の案内紙を数年前から使用しています。また、船内での食事としてお弁当や芋煮汁、鮎の塩焼きなどを提供していますが、予めアレルギーや精進などを確認し、お客様にあわせたメニューで対応しています。

効果・成功要因

インバウンド旅客で一番多い台湾からのお客様は、旧正月を利用し冬（雪）を目当てに来るので、冬期間の乗客数も他月と遜色ないほどに増加しました。

現在では冬の風物詩と言われるまでになったこたつ船は、海外のメディアにも取り上げられ、日本の文化を体験できるものとして自負しています。

今後の課題・展開

外国人は靴を脱いでお座敷に座るといった文化が少ないため、こたつ船も、イスに座ったまま暖をとれるようなスタイルがあってもいいものと考えています。（イスタブも1艘あり）



2-3 インバウンド旅客の文化に合わせた船内環境の提供

Point

- ❶ 和船に靴を履いたまま乗船可能、靴を脱がない文化のインバウンド客に好評
- ❷ 乗降時間の短縮や船内スペースに余裕が生まれ、運航効率アップ

事業主体

事業者名：最上峡芭蕉ライン観光（株）

<http://www.blf.co.jp/>

運航航路：最上峡芭蕉ライン航路（山形県）



背景

インバウンド旅客と高齢者利用の増加にともない、2006年、それまでのお座敷タイプの船1艘をイスの船に改造したのが初めて、翌年の新造船もイスのタイプで建造しました。現在は全部で4艘（1艘は冬期間こたつ船で展開）で運航しています。

内容

インバウンド旅客の団体には、出来る限りイス船を提供するようにしています。

効果・成功要因

靴を脱がない文化のインバウンド旅客には好評で、加えて靴の脱ぎ履きの時間が短縮、座敷よりも座ったときに余裕があるというメリットもあり、運航の効率アップにも繋がっています。

今後の課題・展開

今後も、インバウンド旅客や高齢者増が予想され、新造・代替建造の際は座敷タイプではなく、イス船になるものと思います。しかしながら冬のこたつや、中にはお座敷が良いと言うお客様もいることから、そういったニーズの客数と船数のバランスを見ながら検討していきたいと考えています。



2-4 日本文化と景色を楽しめる「屋形船」における インバウンド対応の強化と満足度向上

Point

- 1 日本文化を堪能できる船内イベントの実施
- 2 インバウンド旅客から好評を得て、2020年東京オリンピック・パラリンピックの誘客増加へ期待大

事業主体

事業者名：(有)晴海屋 <https://www.harumiya.co.jp/>

運航航路：屋形船による東京港内（お台場等）周遊及び隅田川周遊（東京都）

背景



近年のインバウンドの盛り上がりに伴い、日本の伝統的な文化や和食と水上からの景色が一度に楽しめる観光ツールとして「屋形船」が注目されている中、近年は外国人の利用者が増加の一途をたどっています。2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けてますます人気が高まることを見込まれ、このビジネスチャンスに様々な面に対応することで、今後の利用者の増加へつなげていく必要があります。

内容

- ホームページ及び案内パンフレットの多言語化（英語、中国語（繁体・簡体）、韓国語に対応）
- 外国語（英中韓）に対応できるスタッフ（船頭等）の登用および育成
- 外国人に受けが良い船内イベントの充実（芸者さん、振袖さん、寿獅子舞、南京玉すだれなど、日本文化を楽しめるもの）
- ベジタリアンメニューへの対応
- 堀ごたつ等のインバウンド旅客にも負担のかからない船内設備



効果・成功要因



設備、食事、接遇など総合的にインバウンド対応の強化を図った結果、乗船していただいたインバウンド旅客の方からもご好評をいただきました。年々、インバウンドは増加しており、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けてさらなる増加も見込まれます。

今後の課題・展開

今後、インバウンド旅客に屋形船の認知度をさらに上げていただくため、業界全体でメディアやSNS等を活用した情報発信に積極的に取り組んでいく必要があります。

また、インバウンドのお客様からの様々なニーズに応えるべく、外国語に対応できるスタッフをさらに育成していくとともに、翻訳機等のツールも活用しながら外国語コミュニケーションを強化していく必要があります。

2-5 黄金の和船「大阪城御座船」を使用した大阪城お濠めぐり

Point

- ❗ 光り輝く黄金の和船から見上げる天守閣、日本一の高さを誇る石垣を、大阪城の四季折々の風景と共に堪能

事業主体

事業主体：伴ピーアール(株)

<https://www.banpr.co.jp/>

運航航路：「大阪城お堀めぐり」大阪城内堀内周遊
(大阪府)



背景

大坂夏の陣から400年を迎えた2017年、大阪府、市等は「大坂の陣400年プロジェクト実行委員会」を設立し、「大坂の陣400年天下一祭」と銘打ち、大阪城をメイン会場に大阪府内等ゆかりの各地で関連イベントを開催しました。

大阪河川において周遊事業を行っている当社では、大阪城お堀めぐりを企画し、当該イベントに参加するため、新たに堀内周遊航路を開設しました。

乗船者の約8割近くがインバウンド旅客で、ほとんどがアジア圏からでした。

内容

大阪城内堀を約20分で遊覧。水面から見上げる天守閣は迫力満点で、日本一の高さを誇る石垣や大名の刻印が間近に見え、大阪の歴史の奥深さが体験できます。

船舶は、「鳳凰丸」「金城丸」「金扇丸」の3隻で、豊臣秀吉の黄金の茶室にあやかり金箔を施した和船（手こぎ・船外機）風にしています。また、船内では、日本語・英語・中国語のアナウンスや、QRコードを読み取ることで、英語・中国語（繁・簡）・韓国語により航路の見どころ等の情報が入手できるよう工夫しています。



効果・成功要因

400年以上前に豊臣期大坂図屏風に描かれており、歴史的にあった秀吉の御座船を再現しています。黄金の国ジパング・和の文化技術・本物の金の輝きから、金箔にこだわりました。特にアジア系のインバウンド旅客は金色を好み、さらにインスタ映えすることも人気の要因と考えられます。

今後の課題・展開

乗船待ち時間が1時間以上となりますが、景観上これ以上（3隻）船舶を増やせないことや金箔の張替えにコストがかかること、キャッシュレスシステムの導入が課題となっています。



第3章

インバウンド旅客の 受入環境整備

- 3-1 きめ細かなFIT案内対応による利便性向上
- 3-2 ホームページの多言語化とアクセス情報の分析
- 3-3 QRコードを利用したキャッシュレス決済の導入による利便性向上
- 3-4 多言語・多決済機能付き自動発券機の導入による生産性向上
- 3-5 サイクルシップ導入によるサイクリストの誘致
- 3-6 インバウンド旅客のための利用環境整備
- 3-7 「九州横断クルーズ」と記憶に残る船旅の提供
- 3-8 インバウンド旅客に対応した電子決済システムの早期導入による利便性向上

3-1 きめ細かなFIT案内対応による利便性向上

Point

- 外国人スタッフの登用による船員等のインバウンド旅客への案内対応の負担軽減と複雑な案内への対応力強化

事業主体

事業者名：箱根観光船(株) <https://www.hakone-kankosen.co.jp/>

運航航路：箱根町～湖尻桃源台、芦ノ湖遊覧（神奈川県）

背景

近年様々な国から箱根を訪れる外国人旅行者が増加する中、その旅行形態も団体利用からFIT（海外個人旅行）へシフトしている傾向が見られ、よりきめ細かな多言語での案内対応が課題となっていました。

内容

- ホームページの多言語化
 - ・ 日本語の他、英語、中国語（繁体、簡体）、韓国語に加えて、タイ語にも対応
- 待合所における案内機器の多言語化
 - ・ ホームページと同様に5か国6言語に対応したデジタルサイネージを導入し、航路図、運賃、時刻表等の情報を提供
 - ・ 音声（日英中韓）による船の紹介
- 外国人スタッフによる案内・営業
 - ・ 外国人営業スタッフ（日英中の3か国語に対応）を2名登用し、待合所等での旅客の案内や、外国人の団体を誘致するための営業に従事

効果・成功要因

ホームページや案内機器を多言語化したことにより、肌感覚ではありますが、導入以前と比べ船員や乗り場係員のインバウンド旅客への案内対応の負担が軽減されたと感じます。

また、外国人スタッフの登用により、外国人旅行者の迷子や忘れ物など、複雑な案内が必要とされる場面での対応力の強化に繋がっています。

今後の課題・展開

- ・ 自然災害など異常時における、インバウンド旅客への案内、誘導対応（多言語対応式翻訳機や誘導ブラカードなどを使用し、各種訓練実施の際、試験運用を実施。多言語翻訳機については今後も増設を予定）
- ・ 船員、乗場係員の語学力向上（船員、陸員を対象とした英会話研修を実施（2018年度より継続実施予定））



5か国6言語に対応したデジタルサイネージ

3-2 ホームページの多言語化とアクセス情報の分析

Point

- 1 多言語ページのセッション数の推移を毎月把握し、営業に活用
- 1 外国人によるGoogleマップの評価コメントやSNS書き込みメッセージ件数が増加

事業主体

事業者名：（株）エスパルスドリームフェリー
<https://www.dream-ferry.co.jp/>
運航航路：駿河湾フェリー 清水～土肥（静岡県）



背景

富士山を望む駿河湾内を航行する観光ルートで、2013年、全国3例目として海上県道223（ふじさん）号に指定されました。年間輸送人数は約17万人です。

インバウンド旅客は中国・台湾の団体バス利用が多く、静岡空港を利用したお客様が多くを占めています。2016、17年は共に19,000人／年の利用がありましたが、2018年は台湾からの運航便数が減ったことに起因して年間11,000人と大幅に落ち込みました。

一方、FIT客の実数は把握していませんが、バス・電車などの公共交通機関と乗継ぎができる伊豆ドリームパスという周遊きっぷ等は安定して売れており、多様化するインバウンド旅客のニーズに応えるため、ホームページの多言語化、ターミナルへのデジタルサイネージの設置を行いました。

- 土肥港ターミナルに設置した多言語案内もおこなうデジタルサイネージ



- ホームページの多言語化



内容

導入成果を計るためGoogle Analyticsを導入して多言語各ページのセッション数の推移を毎月把握しており営業会議の報告事項としています。

また、デジタルサイネージやGoogleマップには多言語HPをQRコードで案内表示するなど、待合の時間や乗船中にWi-fi利用サービスなどの追加情報を取得していただくよう誘導しています。

●サイネージに表示させている各言語HPのQRコード



Suruga Bay Ferry Official Site
English Guide



英語



駿河湾渡輪官方网站指南



中国简体字



駿河灣渡輪官方網站指南



台灣繁體字

効果・成功要因

セッション数は毎月昨年対比120%以上増加しており、外国人によるGoogleマップの評価コメントやSNS書き込みメッセージ件数が増加しています。コメント内容や券売窓口でのやりとりからも、事前の情報収集に利用したと伝えられており、満足度を向上させていると考えております。

今後の課題・展開

ホームページは新規掲載や変更修正をかけていくものであるため、都度翻訳して対応するアナログ的な作業が多々あり苦労するところです。また、現在英語、繁体字、簡体字の3言語対応としていますが、言語数の増加に比例して作業工数も増加します。

作成言語である日本語からGoogle翻訳をベースに一括変換し、AIで学習機能を持たせた翻訳サービスを提供する業者も出てきているため、今後そういったAI変換機能サービスに乗り換えるなど工夫改善を検討したいと考えています。

3-3 QRコードを利用したキャッシュレス決済の導入による利便性向上

Point

- ❗ 中国・台湾・香港のインバウンド旅客を取り込むために、キャッシュレス決済を導入
- ❗ Googleマイビジネスのリスティングなどを活用し、絶えずインバウンド旅客の満足度などに注意

事業主体

事業者名：神戸ベイクルーズ（株）

<http://www.kobebayc.co.jp/>

運航航路：神戸港周遊（兵庫県）

背景

当該遊覧船事業は元々個人が行っていましたが、両備グループが継承する形で、当社が事業を開始するに至りました。

近年3カ年の航路状況は、輸送人員が微増という状態です。バスツアー減少とインバウンド増加の差し引きが、この結果につながっていると分析しています。

インバウンド旅客は、中国・台湾・香港が多いと感じていましたところ、この度、当該キャッシュレス決済を導入することとしました。



内容

PayPayの導入

当社は、運賃及び料金の収受を棧橋入り口で行っているため、クレジットカードのリーダーを置くスペースを確保できませんでした。QR決済であれば、QRコード板の設置だけですむためPayPayを導入しました。また、現金決済の場合は、絶えずつり銭を用意する必要があり、盗難のリスクを伴っていたところ、当該キャッシュレス決済の導入により、盗難リスクの減少及び両替手数料の圧縮が期待できます。



汽船「OCEAN PRINCE」



効果・成功要因

中国などは偽札が横行しており、現金決済に消極的です。当該キャッシュレス決済は中国・台湾・香港に約8億人のユーザが利用していると言われるAlipayと提携しており、中国・台湾・香港のインバウンド旅客の取り込みに寄与すると期待できます。

Googleマイビジネスのリスティングなどを活用し、絶えずインバウンド客の満足度などに注意を払っています。

今後の課題・展開

中国・台湾・香港以外のインバウンド旅客の取り込みを見据えた場合、当該キャッシュレス決済のみでは不十分ではないかと考えています。

3-4 多言語・多決済機能付き自動発券機の導入による生産性向上

Point

- ❶ 多言語・多決済機能付き自動発券機を導入し、乗船券販売時の便指定や残数管理、販売データの蓄積・活用による生産性向上を図る

事業主体

事業者名：ジョイポート南淡路（株）

<http://www.uzu-shio.com/>

運航航路：鳴門観潮周遊航路
（兵庫県）



背景

（１）当社の現状

当社は鳴門海峡の渦潮を遊覧船で見学する「うずしおクルーズ」を主業とし、500人乗りの咸臨丸と700人乗りの日本丸の2隻で、年間約21万人の観光客が乗船しています。

近年の営業力強化が功を奏し、6期連続で乗船者数は増加しています。

利用者時増加に伴い、オペレーション上の課題や多様化する顧客ニーズや決済手段の対応が今後の事業拡大のボトルネックとなっており、本事業に取り組むこととしました。

（２）マーケットの状況

① 淡路島の観光客の入込

淡路島への観光客の入込状況は年間1,200万～1,300万人になっており、うち宿泊者数は120万～130万人で推移しています。しかしながら、当社においてはここ数年増加しているものの年間20万人程度であり、全入込数に占める割合は2%程度です。PR強化、サービス向上による顧客満足度の向上と合わせて、本計画実施に伴う顧客利便性の向上により取り込み余地は十分にあると考えています。

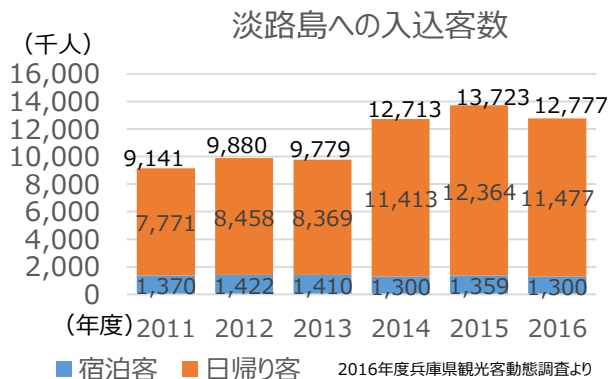
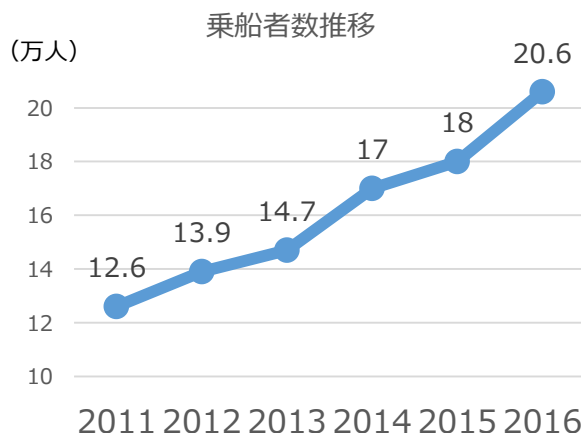
② 鳴門の渦潮の観光客の状況

鳴門の渦潮観潮船運営会社は淡路島で当社を含む2社、徳島県鳴門市に2社の計4社が競合しています。また、鳴門市側には大鳴門橋から渦を見学できる「渦の道」があります。観潮船の保有数と大きさ、料金等は以下の通りです。

	当社	A社	B社	C社
観潮船保有数	2隻	1隻	2隻	1隻
定員	1,200人（500+700）	24人	445人（399+46）	86人
料金	2,000円	1,500円	1,800円、2,400円	1,550円
所要時間	1時間	30分	30分	30分

当社の遊覧船はキャパシティが最大であり、帆船型の遊覧船が人気を博し、4社の中では最大の乗船者数（年間約21万人）であるものの、徳島側へ流れる利用者も依然と多いです。

統計的な資料はないものの、ヒアリング等の自主調査では鳴門市渦の道で50～60万人、鳴門市観潮船2社で20～25万人と徳島県で70～80万人程度が渦潮観潮を体験しています。これら徳島側の利用者に対し、本計画による差別化で当社で取り込む余地が十分にありま



③ 鳴門海峡の渦潮世界遺産登録の状況

鳴門海峡の渦潮は兵庫県と徳島県が協力し、世界遺産登録に向けて協議会を設立し、両県知事がリーダーシップを発揮して推進しています。また、両県の市民や議員も推進団体を組成するなど機運の盛り上がりを見せています。登録への道のりはまだまだ長いと思われませんが、これらの推進活動が徐々にメディアなどへの取り上げ増加にもつながっており、今後益々注目され、観光客の増加も見込まれるところです。当社は本計画を通じてこれら顧客の取り込みに対し優位性を発揮していきます。

④ インバウンド旅客の来日状況

2017年のインバウンド旅客数は2,869万人（前年比119.3%）に達しており、その内訳は、中国・韓国・台湾・香港などの東アジアが74%と大きな割合を占めています。これらインバウンド旅客の取り込みの為に多言語対応やキャッシュレス化は重要なファクターであり、競合他社に先駆け整備することが必要です。

（3）当社の現状と課題

うずしおクルーズを営む当社では、近年乗船客は順調に推移し、6年連続の増客となっています（前期乗船者数年間約22万人）が、乗船券は印刷されたチケットを窓口有人対応で販売しており、支払いも現金のみの取り扱いとなっていることにより、以下の課題が顕在化しています。

a) キャッシュレス対応

顧客の支払い手段の多様化（クレジットカード、電子マネー等のキャッシュレス化等）が進む中で、当社は対応できておらず、支払いは現金のみの取り扱いであり、それが原因となる窓口での乗船取りやめや、潜在的なターゲット顧客（インバウンド旅客を含む）が観光地を選択する際に訪問対象から外れることにより収益機会を逸失しています。

b) 発券業務と多言語対応

当社の営業上の特性（渦潮の発生時間に顧客が集中する）により、乗船券は短時間に大量の販売をする必要があり、販売員による販売では相当の熟練を要し、後継者育成にはかなりの時間と労力を要します。また、作業として発券に追われ、受付としての十分な顧客サービスが提供できておらず、顧客満足度の向上につながっていません。さらに、近年増加するインバウンド旅客との発券時のコミュニケーションについては英語以外の言語対応が極めて困難です。

c) 乗船者数管理

発券事務の煩雑性回避のため、乗船券は便指定（出航時間指定）ではなく1日共通券を使用していることより、顧客は満員になるのを恐れて早くから並ばなければならず、観光時間ロスの要因となり、消費にも影響を与えています。また、当社としても乗船者数管理が困難です。

d) 改札業務

乗船時の改札についても全て人手での回収であり、乗船者数をリアルタイムに把握できていません。

e) データ対応

1日共通券の手売りでは、乗船者の乗船券購入行動や乗船行動に関する分析（季節や曜日、渦潮期待度等の要因と乗船者数のデータ化等）全て手入力で労力負荷が大きい状況です。

また、乗船券の購入時間と乗船時間の関連等については分析不能であり有効な誘客戦略が立てられていません。



内容

【乗船チケット発券システムの導入】

乗船券販売時の便指定や残席管理、販売データの蓄積・活用による生産性向上を実現する発券システムの導入とインバウンド旅客を含む多様な顧客ニーズに対応する多言語・キャッシュレス対応の自動発券機を導入し、新規顧客の獲得を図ります。

乗船チケットの発券システムおよび多言語・多決済機能付き自動発券機の導入

業務分類	現状	今回対応(必須)	今回対応(検討)	将来展望(拡張)
発券	手売り	システム化 データ収集	自動機化・ 多言語表示	チケットレス化
決済	現金	クレジットカード	電子マネー	
便指定	指定なし	繁忙期の整理券配 布	便指定	
改札	手切り	バーコード等 システム認証	自動改札機等 無人化	チケットレス 自動改札
	<現状の課題> ・発券業務が他国語に対応や多言語のスキル等を要する ・販売もアプリ等で販売状況のデータ化が不十分 ・決済は現金のみで、支払の多様化に対応できず、機会損失 ・改札も完全に手作業 ・従事する社員も作業に慣れず顧客サービス等不十分	<今回の対応による効果> ・発券業務における他国語対応の対応や販売のスキル等を要しない ・機械化と合わせて便指定を行い、顧客の予約状況やデータ化が可能となり、季節、時間、天候、海況による販売動向がシステムでデータ化され、今後の戦略に活用可能 ・クレジットカードや電子マネー(ICカード含む)の導入により、キャッシュレス化を促進し、外国人旅行者を含む顧客の支払いの多様性に対応し、収益機会を拡大する ・発券改札業務の軽減が顧客説明や対応の向上につながる顧客満足度を向上	<将来展望> 今回のシステム導入並びに多言語・多決済機能付き自動発券機の導入により、対応言語の拡大や決済のイノベーション対応、ITの高度利用等、今後の顧客ニーズや潮流の変化への対応への拡張性が見込める。	



① タッチパネル式券売機

- ・タッチパネル式であり、乗船を希望する便を指定して発券できます。
- ・画面は言語選択ができ、外国人観光客もセルフで乗船券を購入できます。
対応可能言語：日、英、中(簡体字・繁体字)、韓、さらに拡張することができます。
- ・支払いは、高額紙幣、クレジットカードが利用できます。(電子マネー対応は検討中)

② 窓口発券機

- ・有人窓口も残し、窓口での発券もできます。(電子マネー対応は検討中)

③ 残席表示機・チケット売り場に設置し、各便ごとの残席数を表示し、残席状況を顧客が把握できます。

④ 乗船カウントハンディーターミナル

- ・ハンディのバーコード読み取り機で、乗船時のチケット確認を行います。

効果・成功要因

乗船券の便指定、残席表示、券売機(他言語・高額紙幣・クレジットカード対応)、窓口発券機(自動発券・クレジットカード対応)、改札口乗船券バーコード読み取り機にて乗船人員カウント及び管理を行っています。業務システム化によりサービスの飛躍的向上及びデータ収集活用が可能になりました。

発券システム導入後のインバウンド旅客の増加数は現時点では不明ですが、今後は当該発券数データ収集活用によりサービス向上を目指します。

今後の課題・展開

顧客ニーズや商流変化への対応

① 予約システムの導入 (2019年6月～7月頃運用開始予定)

現在、団体乗船客のみ予約の取り扱いをしていますが、全体の75%を占める個人乗船客については予約の取り扱いをしていません。毎日数十本の電話での個人予約の問い合わせがあるものの断っている状況にあり、確実に乗船出来ないことにより乗船を見送るケースも相当数あると思われます。

また、インバウンド旅客の予約ニーズは日本人旅行者以上であり、インバウンド旅客の取り込みには本システムは不可欠であり、当社ホームページや旅行サイトを通じての予約が可能となり、毎年2,000人程度の予約利用者の増加を見込んでいます。

- ② 対応言語の拡大
- ③ 決済イノベーション(電子マネー等)対応
- ④ ITの高度利用(自動改札機での無人化やチケットレス自動改札等)

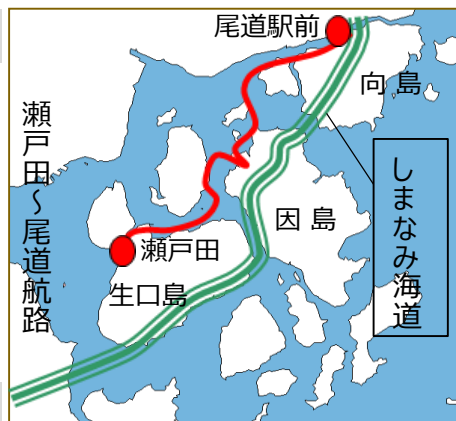
3-5 サイクルシップ導入によるサイクリストの誘致

Point

- ❗ 自転車をそのまま船内に持ち込むことができるサイクルシップを導入
- ❗ しまなみ海道へのサイクリストの誘致に貢献

事業主体

事業者名：(株)瀬戸内クルージング
<http://www.s-cruise.jp/>
運航航路：瀬戸田～尾道（広島県）



背景

瀬戸内各地でサイクリングコースの整備が進むなか、さらなる利用者の視野を広げるための取り組みとして、せとうちDMOと(株)JR西日本イノベーションが共同出資及びせとうち観光活性化ファンドを活用し、自転車搭載可能な旅客船「サイクルシップ」を建造しました。

サイクリストの聖地である瀬戸内しまなみ海道の魅力を国内外に広く発信し、交流人口の拡大による地域活性化を目指しています。

内容

サイクリストで有名なしまなみ海道に、広島側の玄関口である尾道と、生口島の瀬戸田間の定期航路や貸切チャーター船として、サイクリストのみならず、多様な観光振興を図っています。自転車をそのまま船内に持ち込めるように、サイクルスタンドを設置しています。

船体の両サイドには、自転車の車輪の上半分を模したアーチ状の形を採用しています。

また、船内は掲示物や放送案内など多言語化を導入しています。Wi-Fiも設置しており、インバウンド旅客を意識した対応を行っています。

効果・成功要因

運航事業者のホームページにおいて「サイクルシップ・ラズリ」の運航情報や、尾道観光協会での観光情報として広く発信しています。

しまなみ海道は海の上を自転車で走れることが魅力の「空中サイクリング」を目当てにやってくるインバウンド旅客も多く、サイクルシップ就航は観光振興に貢献するものとして期待しています。

今後の課題・展開

- ・情報発信強化
- ・PRツール発信
- ・コンテンツ作成

「サイクルシップ・ラズリ」



3-6 インバウンド旅客のための利用環境整備

Point

- ❗ 船内音声案内等の多言語対応や、インバウンド旅客に対する国旗でのお出迎え等のサービス向上によりメディアへの露出が増え、インバウンド旅客の集客増に成功

事業主体

事業者名：大歩危峡観光遊船（有）
<https://www.mannaka.co.jp/restaurant/excursionship/excursionship.html>
 運航航路：大歩危～小歩危（周遊）
 （徳島県）



背景

1891年、一艘のかんどり舟を仕立て、漁を始めた創業者が、朝夕に吉野川を上下するうちに、その美しい景観に心打たれ、客を舟に乗せて見せるようになったのが始まりです。

大歩危峡は、その間近で見える美しい岩石やV字谷は日本列島の成り立ちを知る上で学術的に価値が高い場所として、国指定名勝・天然記念に指定されており、船上より四季折々の景観を楽しむことができます。

現在、四国内各空港の国際線就航や海外クルーズ船の寄港など国際化が一段と進み、利便性の向上による人やモノの流れが変わったことで、都市部中心だったインバウンド旅客も地方へと広がりを見せています。その追い風を活かし、海外からのお客様を積極的に取り込みをおこなっています。

内容

国内のお客様はもちろんのこと、インバウンド旅客に対しても利用しやすい環境に向け、表示板の多言語、船内での英語・中国語での音声案内、国旗を印刷したパンフレットの多言語の製作、船内でSNS等での情報発信ができるよう、一部船内でのポケットWi-Fiを設置しました。

また、お越しいただいた国の旗(130ヶ国以上)を準備し、歓迎に使用しています。



効果・成功要因

地道に取り組みを続けることで、お客様からSNS、現地のニュース、新聞等で情報を出していただける機会が増え、誘客につながるようになりました。

今後の課題・展開

受入体制においても海外から評価の高い「おもてなし」を進化させるとともに、お客様に楽しんでいただけるサービスの開発や改良を進め、今後は、スタッフの語学研修やその国の習慣や考え方などの調査等を「おもてなし」に活かし、社内人材の育成も行っていきたいと考えています。

3-7 「九州横断クルーズ」と記憶に残る船旅の提供

Point

- ① 九州の横軸として九州全体の周遊ルートの一部を形成
- ① 船内ポストの設置やオリジナルドリンクの提供により、楽しい思い出として記憶に残る船旅を提供

事業主体

事業者名：熊本フェリー（株）
<https://www.kumamotoferry.co.jp/>
運航航路：熊本港～島原港
（熊本県・長崎県）

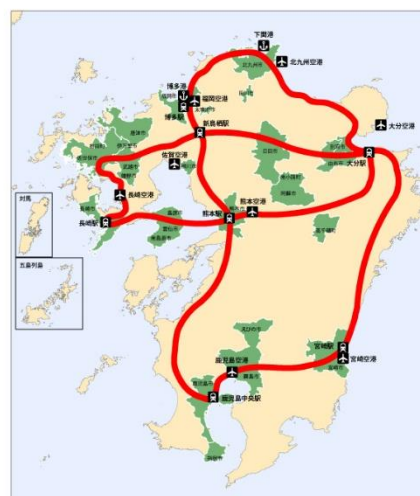


背景

熊本フェリーでは、1998年、高速フェリー「オーシャンアロー」の投入により所要時間を在来船の半分（1時間を約30分）に短縮するとともに、「九州横断クルーズ」として運航を開始した当初からインバウンドを魅力ある成長マーケットと予測し海外営業を展開しています。

「広域観光周遊ルート」の「温泉アイランド」として認定され、日本を代表する観光資源が凝縮された周遊ルートは、船旅も併せて楽しめる九州の横軸でもあり、「オーシャンアロー」はバスの乗船が多く、その内、インバウンド旅客のバス利用が20～25%を占めています。

現在、全国のインバウンド旅客数が3千万人を上回り、アジア・欧米と多様化する中、更なるインバウンドの利用促進に取り組んでいます。



内容

熊本フェリーでは、これから益々増え続けることが予測されるアジア・欧米からのFITを新たなターゲットとし、県内の利用促進、活性化を図るため、次の取組を行っています。

- ① インバウンドのバス同様、FIT全員に乗船記念として「オーシャンアロー」のペーパークラフトを提供
- ② ホームページの乗用車の予約システム及び港までのアクセスを多言語化
- ③ キャビンサービスの更なる質の向上
 - ・ 船内に無料Wi-Fiを設置
 - ・ 船内カフェにて多言語表示、オリジナルドリンクの提供
 - ・ オリジナル切手・特製ハガキを船内から直接投函出来るように船内ポストの設置（帰国後に再度、船旅の思い出を）



効果・成功要因

ホームページの多言語化により、レンタカーを利用した海外からの直接予約が増加（約200台／月が乗船）しました。

また、交通アクセスの整備により新幹線・熊本駅から「オーシャンアロー」に接続しているバスの利用による乗船が増加するとともに、船内に無料Wi-Fiを設置したことで、オープンデッキでのカモメ餌付け体験（冬の風物詩として定着）、普賢岳に沈む夕日、船内の七夕飾り、正月飾りなどをSNSでリアルタイムに投稿され、船旅の魅力の発信、新たな乗船客の確保へと繋がっています。

さらには、次世代の海上交通、高速カーフェリーに相応しいスタイリッシュな外観デザインへの「こだわり」が、車ごと乗船すること自体をテーマパークのアトラクション的な感覚で楽しんで頂いています。



今後の課題・展開

2019年ラグビーワールドカップ・世界女子ハンドボール選手権、2020年東京オリンピックの開催を契機として、これまで主であったアジア・米国に加え、今後期待される欧州への新たな取り組みを行いたいと考えています。

3-8 インバウンド旅客に対応した電子決済システムの早期導入による利便性向上

Point

- ❗ 既存ブランドに加え、いち早く中国銀聯対応の電子決済システムを導入
- ❗ インバウンド旅客が急激に増加し、今後は電子マネーの導入を予定

事業主体

事業者名：(有)川平マリンサービス <http://www.kabiramarine.jp/>
運航航路：川平湾内遊覧（沖縄県）

背景

沖縄本島から南西約400 kmの位置にある石垣島の北西部に位置する川平湾は、美しい海と湾内に浮かぶ緑の島々により豊かな自然が魅力となっており、石垣島を代表する景勝地となっています。

湾内にはサンゴ礁が群生しており、当該事業者が行うグラスボートでの湾内遊覧にて鑑賞することができます。

また、当該湾は平成9年に国の名勝、2005年に西表石垣国立公園（第1種特別地域）に指定されています。

なお、ここ近年、石垣島への訪日外国人旅行者数は、外国籍船クルーズの寄港回数増や台湾、香港との航空直行便の開設等もあり、かなり増えている状況となっています。



内容

約5年前から中国銀聯のクレジット決済の導入を行っていますが、利用者の半数以上で利用されており、好評を博しています。そのため、今後アリペイ（電子マネー）も導入する予定です。

効果・成功要因

2016年度のインバウンド旅客の利用者は約2,000人でしたが、現在は2倍以上となっています。

現在、石垣島への訪日外国人旅行者が急激に増加している状況にありますが、外国人利用者の支払いについて、川平湾周辺において対応できるクレジット決済を導入している事業者は少ないのが現状です。

VISA・マスターをはじめとする既存のブランドに加え、いち早く中国銀聯のクレジット決済を導入したことが利用者増加の一因と考えています。

今後の課題・展開

アリペイ等QRコード決済等、インバウンド旅客に対応できるキャッシュレス決済方法の多様化をはじめ、各種言語に対応できる案内や表示についても拡充する予定です。

第4章

観光プロモーションや SNS等による情報発信

- 4-1 訪日旅行誘致を行うための新潟・佐渡観光推進機構(株)の設立
- 4-2 自治体と連携した海外誘客プロモーションによる知名度向上
- 4-3 自治体や観光関係者と一体となった海外誘客
- 4-4 SNSを活用したインバウンド旅客誘致
- 4-5 日本国内に留まらないFITへの情報発信
- 4-6 割引キャンペーンによるインバウンド旅客の取り込み
- 4-7 リーフレット及び運航状況確認アプリの作成によるインバウンド旅客の誘致
- 4-8 観潮船の魅力発信・利便性の向上

4-1 訪日旅行誘致を行うための 新潟・佐渡観光推進機構(株)の設立

Point

- ① 佐渡汽船(株)が主体となってインバウンド誘致を行う会社を設立し、現地プロモーション等を展開
- ① 自治体の施策に合わせて、誘致活動を拡大予定

事業主体

事業者名：佐渡汽船(株) <https://www.sadokisen.co.jp/>
(新潟県)

背景

インバウンド旅客の動向については、政府目標として2020年に4,000万人を目指す中、新潟県の取り組みは全国的にも立ち遅れていると言わざるを得ない状況と感じています。

それを打破するため、民間企業が主体となって新潟県へのインバウンド誘致を行うための任意団体である「新潟・佐渡インバウンド推進連絡会（現：新潟・佐渡観光推進機構協力会）」を2016年11月に立ち上げ、同会の運営を効率的に行うための会社として佐渡汽船(株)が中心となり、新潟・佐渡観光推進機構（株）を2017年6月に設立しました。

内容

現在の活動は、新潟空港への直行便が就航している国の旅行会社による団体型ツアーの造成が中心です。

自治体や公的機関ではできない現地エージェントとの価格交渉や先方のニーズに合わせた具体的なコース提案、協力会組織に加盟するホテルや観光施設を交えた現地プロモーション等を展開することで、新潟への旅行誘致を行っています。

今後は新潟県の空港利用促進に合わせて、チャーター便就航が見込まれる地域（国）に対して誘致活動を拡大することも検討しています。



効果・成功要因

佐渡に関しては、2016年のインバウンド旅客数は2,726名でしたが、2017年には7,584名、2018年は9,077名と順調に伸びています。

これは新潟～台北便が定期就航したことにより、台湾からの旅行が大幅に増えたもので、同国からの団体旅行者数は2018年が6,024名と全体の6割を超える比率になっています。

今後の課題・展開

今後、新潟県への団体旅行を増やすためには、成田、羽田、中部、関西の他、近隣の庄内や花巻利用のチャーター便等の、新潟空港利用以外の路線を利用したツアー造成がポイントになると考えています。

また、旅行形態においてもFIT（個人型旅行）が主体となってきており、SNS等を活用した情報発信の必要性も感じています。特に、個人旅行では複数回来日されている方も多くなっており、「東京～京都～大阪」のいわゆるゴールドルートから、訪問先として地方都市部への転換が進んでいます。

旅行先として選択してもらうためには地域としての知名度を上げる必要があります。その点では新潟県や各市町村と連携したプロモーションにも積極的に取り組んでいきたいと考えています。

個人型旅行においては、二次交通の充実やキャッシュレス決済等の普及も重要となることから、協力会会員向けの受入環境整備事業にも取り組みを始めています。



4-2 自治体と連携した海外誘客プロモーションによる知名度向上

Point

- ① 自治体と連携した誘客プロモーションを実施
- ① 温暖な気候の台湾・香港を中心に1～2月の雪景色で人気スポットに

事業主体

事業者名：庄川遊覧船（株） <http://www.shogawa-yuran.co.jp/>
 運航航路：長崎橋周遊航路（富山県）

背景

2012年4月に「中華航空」による富山～台北定期便就航以降、所要時間25分の長崎橋周遊航路が台湾のお客様を中心に、1～2月の雪景色で人気の観光スポットとなっています。

内容

2009年より、富山県や砺波市の主催する台湾における旅行会社の商談会や営業、香港における観光プロモーションなどに参加しています。2015年には富山県、長野県、岐阜県と共同で台湾における広域観光商品提案会に参加し、広域的な誘客プロモーションに取り組んでいます。その他インバウンド旅客に冬景色ポストカードセットをプレゼントしたり待合室に春節の飾りつけを行うなど現地においても歓迎の工夫をしています。

また、案内表示やパンフレット等の多言語化、Wi-Fiの整備など、受入環境整備についても進めています。

効果・成功要因

温暖な気候の台湾・香港のお客様に1～2月の雪景色が知られるようになり、圧倒的人気があります。どんなに寒くても吹雪でも、2階デッキに出て写真を撮っている光景が見られます。

ここ3年間インバウンド旅客は1万人を超え、2018年度は16,000人を超える勢いになっています。

今後の課題・展開

台湾・香港とも旅行会社の募集ツアーは減少傾向で、ますます個人旅行にシフトしているため、移動手段として2次交通の充実は避けて通れない問題であり、関係機関に働きかけていきたいと考えています。

遊覧船に乗船後、すぐ金沢や白川郷、高山などの次の目的地に行かれたのではもったいないので、庄川町や砺波市内でよりお金を使ってもらえる仕掛け、仕組みを考えなければならないと考えています。

今後は東南アジア、欧米系観光客の誘致を検討していきます。



多言語表示



ポストカードプレゼント

4-3 自治体や観光関係者と一体となった海外誘客

Point

- 立山黒部アルペンルートの誘客の取組として自治体、観光協会、民間事業者等が参画する協議会と共同で海外プロモーションを実施

事業主体

事業者名：(株)関電アメニックス
<https://www.k-amenix.co.jp/>
運航航路：黒部湖周遊航路（富山県）



背景

富山県立山町と長野県大町市を結ぶ観光地である「立山黒部アルペンルート」の中に位置する黒部湖を遊覧する旅客航路事業であり、近年の異常気象により運航率の低下はあるもののインバウンド旅客は増加傾向にあります。

内容

マーケティングにより、台湾、中国、東南アジアなどの海外セールスや商談会を実施しています。また、立山黒部アルペンルートという観光地全体の誘客の取組として大町市をはじめとする自治体、観光協会、民間事業者等が参画する「大町市インバウンド推進協議会」などと共同でプロモーションにあたっています。デジタルサイネージによる多言語表示を始めとしたデジタル・ITを活用し集客対応をしています。

効果・成功要因

2018年度の外国人利用者は対前年度比14%増の約4,000人増となっており、その大半は中国、台湾が占めています。

今後の課題・展開

今後は海外のリゾート業者と提携して、シナジー効果を目指します。

4-4 SNSを活用したインバウンド旅客誘致

Point

- 海外で人気のあるブロガーやYouTuber等を招聘
- SNSを活用した認知度向上

事業主体

事業者名：(株) 富士急マリリゾート
<https://www.hatsushima.jp/>
 運航航路：初島航路（熱海～初島）
 （静岡県）



（初島における撮影）

背景

【事業開始に至った経緯】

インバウンド旅客の割合が少ない熱海市において（図1参考）、従前より初島航路のFacebook（日本語・英語）やホームページ（日本語・英語・中国語）により情報を発信していたところですが、更なるインバウンド旅客の誘致のため、地元自治体、誘致に意欲のある近隣事業者、グループ本社や海外事務所と協同し、海外で人気のあるブロガー、YouTuber等の積極的な招聘、提携ホテルにおける初島の紹介等を通じて、インバウンド旅客の増加を企図しています。

【近年の航路状況】

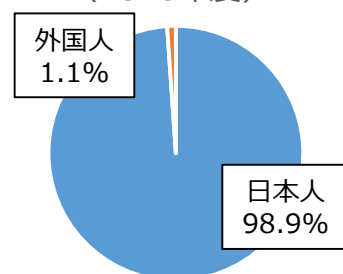
初島航路利用におけるインバウンド旅客の利用者数は全体の約1%（2017年度実績）となっています（熱海市における外国人の宿泊客は全体の1.1%（図1））。

また、2019年4月1日から初島～伊東区間の運航を休止し、熱海～初島区間の増便を行います。

【インバウンド旅客の傾向】

インバウンド旅客の内訳はアジア圏85.5%、欧米圏10.3%、その他4.2%（2017年度実績）となっています。特に中国（56.7%）、韓国（7.7%）、米国（9.9%）の利用者が多いです。

熱海市 宿泊者数
（2016年度）



2016年度	人数
宿泊客数	3,026,279人
うち外国人	32,864人

熱海市HPより引用

内容

【コンテンツ】

- SNS（Facebook、Instagram、YouTube、新浪微博（シンランウェイボー）など）
- 提携ホテルからの紹介、セット券販売

【新規性・工夫した点】

- インバウンド旅客の自国において人気のあるブロガー、YouTuber等を積極的に招聘することにより、フォロワーの興味を誘発し、初島を認知する波及効果を狙っています。
- 提携するホテルのSNS・Webで初島を紹介することにより、インバウンド旅客の宿泊者に対して初島の認知を図っています。

効果・成功要因

【インバウンド旅客の増加数】

対前年度比3%増加（2019年2月現在）

【インバウンド旅客の感想等】

旅行の行程上、初島の滞在時間の制約が明白になっています。

今後の課題・展開

今後、インバウンド旅客の更なる誘致を行うにあたり、時間の制約をはじめ多様なニーズを受け
るなかで、特に以下の受け入れ環境の整備を行う必要があります。

①ハード

- ・ 船舶の老朽化による代替建造
- ・ 団体向け駐車場の整備
- ・ 待合所、船内、島内に設置する標識の多言語化
- ・ 待合所、船内、島内へのWi-Fiの設置
- ・ チケット販売窓口におけるキャッシュレス決済の導入
- ・ インバウンド向けのオンライン決済の導入
- ・ 行政機関や地元企業との協同による初島・市内の受け入れ環境の整備

②ソフト

- ・ 従業員向けの言語、文化教育
- ・ 海外向けの営業強化

4-5 日本国内に留まらないFITへの情報発信

Point

- ❗ 世界最大の宿泊予約サイトを活用した乗船券販売
- ❗ SNSを利用した幅広い世代への情報発信

事業主体

事業者名：(株)名門大洋フェリー <http://www.cityline.co.jp/>

運航航路：大阪～門司航路（大阪府・福岡県）

背景

FITへの利便性向上、利用促進の方策については、すでに各種講じているところですが、移動が主な乗船目的となる長距離フェリーでは、日本国内において行う方策では、これ以上、FITの利用を増加させることの限界を感じており、海外に目を向ける必要性を鑑みたものです。

内容

- ホームページの多言語化
2017年4月より、FITに対する利便性向上のため、ホームページの予約サイトに、英語、中国語（簡体、繁体）、韓国語のものを加えています。
- 海外の予約サイトを活用した乗船券の販売
自らのホームページでの乗船券の販売に加え、ウィラートラベル・スカイチケットでも行っているが、より多くのFITからの利用を促進するため、2019年から、海外の予約サイト「ブッキング ドット コム」での販売も開始しました。
- 台湾で開催された旅行博への参加
FITを含めた利用者への広告は、インターネットを使ったものを中心に行っていますが、海外で開催される旅行博での商談会に参加することで、直接、旅行に興味のある博覧会来場者等に対するPRを行っています。
- SNSの活用
Facebook、InstagramなどのSNSを活用した情報発信を行うことにより、幅広い世代への情報拡散を期待しています。



効果・成功要因

今後のFITの増加が期待されるところです。

今後の課題・展開

FITへの対応として、タブレット等の翻訳機を導入するなどの準備を整えているところではありますが、今後、FITが順調に増加した場合、人的な対応に限界があるのではないかと考えており、FITに対応する人材の確保、育成を行っていく課題があります。

4-6 割引キャンペーンによるインバウンド旅客の取り込み

Point

- ① インバウンド旅客の利用が増加している関空からのFIT取り込み
- ② 運賃割引キャンペーンと海外プロモーションの実施

事業主体

事業者名：(株) O Mこうべ <https://www.kobe-access.jp/>
 運航航路：神戸空港～関西空港（兵庫県・大阪府）

背景

2隻体制により1日16便を運航しています。
 年間輸送人員は、35万人弱から40万人弱で推移しています。
 インバウンド旅客の傾向としては、関西国際空港を利用する訪日外国人が増加している中、近隣諸国からの訪日旅行者の訪問地は、京都・大阪となっています。
 関空到着後、団体旅行の移動手段は、自社貸切バス・JR等を利用して大阪、京都へ移動することが主流となっています。
 また、インバウンド団体旅行の中心である中国人のインバウンド旅行で、爆買いなどのモノ消費からコト消費への転換も指摘されるようにインバウンド目的の多様化が進む中で、個人旅行へとシフトしています。
 現在、WeChatペイ及びAlipayを決済方法として導入しています。
 こうした状況をふまえ、増加する個人旅行客の取り込みに努めるため、インバウンド旅客割引キャンペーンを実施しました。



リーフレット表面（中国語版）



リーフレット裏面（韓国語版）

内容

インバウンド旅客に対する割引（個人）

インバウンド旅客（個人）に対する旅客運賃について次のとおりです。

- ① 割引
 - ・ インバウンド旅客（個人）に対する大人旅客運賃 1,850円⇒500円
 - ・ インバウンド旅客（個人）に対する小児旅客運賃 930円⇒250円
- ② 適用条件
 - ・ 外国籍のパスポート持参した場合に限る。
- ③ 適用期間
 - ・ 2018年4月1日～2019年3月31日迄（2019年度も継続予定。）

地域資源の活用
和風船内コンテンツの造成
インバウンドの受入環境整備
観光プロモーションやSNS等による情報発信
企画の充実
マリンレジャー

効果・成功要因

運賃割引キャンペーンの他、以下の海外プロモーションが功を奏し、関空からの輸送人員は増加しています。

海外プロモーション（2019年度～）

(1) 現地プロモーション

関空からの入国者数が多い東アジア地域のうち、台湾（7月）・香港・上海（12月）で実施。旅行会社・メディアを訪問し、広告の依頼や現地の人に効果的なPR方法などのヒアリング等を行いました。

【台湾結果】チケット代行販売契約（2社）、広告等契約（3社）を締結

(2) 旅行博への出展

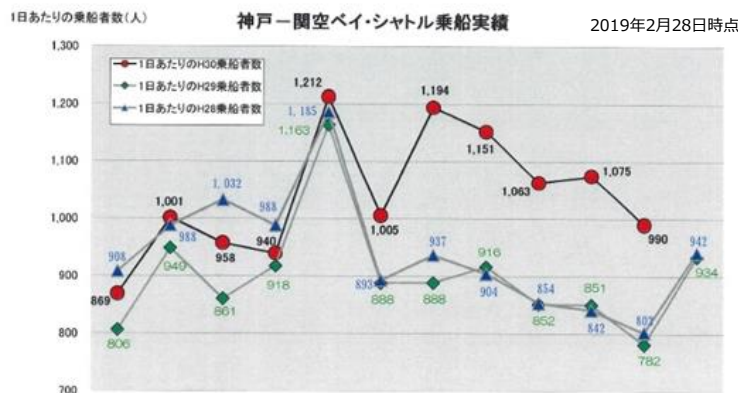
現地旅行会社情報発信部門の企画により、台北最大の一般向け旅行博「ITF2018_台北国際旅展」（11/23～11/26）にブース出展、期間中に台湾MRT駅等での広告掲示なども行いました。

(3) メディア広告等

台湾メディアを招聘し、動画の撮影や旅行雑誌等の記事掲載を行います。

(4) その他

神戸観光局との共同事業により、エアラインと連携したPR（広告・動画・WEBコンテンツ作成、SNS配信）や旅行会社の発行するインバウンド旅客向けトラベルマガジンへの記事掲載などを行います。



今後の課題・展開

- ・ カウンターでのコミュニケーション能力向上のための多言語強化
- ・ 乗船に対する付加価値の付与（船内の模様替えなどで対応）
- ・ 観光地としての神戸の魅力の向上、航路の認知度向上
- ・ 乗船手続の簡素化（キャッシュレス化、チケットレス化など）
- ・ 利便性の向上（日本人は旅行期間中の神戸空港側駐車場使用料は無料）

4-7 リーフレット及び運航状況確認アプリの作成によるインバウンド旅客の誘致

Point

- ① 行政、観光協会と協力したインバウンド旅客誘致
- ② 英語表記された沼島観光案内リーフレット及び運航状況確認アプリを作成

事業主体

事業者名：沼島汽船（株）
運航航路：沼島～土生（兵庫県）

背景

沼島を起点終点とする航路は、従前3者3航路により運営されていました。1969年に当該3者を統合する形で、当社が事業を開始しました。

近年の航路状況は、年間輸送人員13万人前後で推移しています。

外国人のみでの来島(乗客)者は、今のところありませんが、通訳を伴っての観光客は少しずつ増えてきています。

南あわじ市観光協会ではインバウンド旅客の誘致に積極的に取り組み始めており、弊社も協会会員として協力しています。



汽船「しまちどり」

内容

英語表記された沼島案内リーフレットと運航状況確認アプリの作成（南あわじ市）



沼島案内リーフレット



運航状況確認アプリ

今後の課題・展開

英語圏以外のインバウンド旅客(中国・韓国)への対応



汽船「しまかせ」

4-8 観潮船の魅力発信・利便性の向上

Point

- ❗ ドローン撮影の動画紹介等による魅力発信、多言語対応・キャッシュレス会計等の利便性向上により、平日のインバウンド旅客の集客増に成功

事業主体

事業者名：(株)しまなみ <http://www.imabari-shimanami.jp/>

運航航路：来島海峡周遊航路 他（愛媛県）

背景

2007年より今治市の指定管理者として、しまなみ海道の島しょ部にある道の駅3駅を管理運営しています。当時、しまなみ海道は観光地としても知名度が薄く、いかにして観光客を島しょ部に呼び込むかが大きな課題でした。

2008年、来島海峡の渦潮や急潮流を間近で観覧できる船舶として「来島海峡急流観潮船」の運航を開始いたしました。その“呼び水”効果もあり週末の観光客は増加していますが、平日の来場者数が少ないこともあり、平日の利用が多いインバウンド旅客に注目し、インバウンド旅客対策に取り組んでいます。



内容

- ・ JNTO認定外国人観光案内所の登録
- ・ 中国、香港、台湾、タイ、シンガポールなど現地に赴き営業セールスを実地
- ・ ドローン撮影によるダイナミックな動画紹介（多言語化、視覚効果）
- ・ 日本遺産「村上海賊」に扮したスタッフによるアトラクションを実施
- ・ 多言語対応可能な観光ガイドスタッフによる観光ガイダンス
- ・ 多言語によるガイドブックの作成
- ・ 下船後に道の駅でグルメ&ショッピング（免税店導入）
- ・ キャッシュレス会計の推進



効果・成功要因

- 2014年8月 テレビ東京「ガイアの夜明け」にてインバウンド旅客受入の取り組みが紹介
- 2016年8月 来島海峡急流観潮船の乗船者数30万人達成
- 2015年2月 ゲートウェイ型の道の駅として、サイクリストを中心としたインバウンド観光等に取り組む道の駅として、「重点道の駅」に認定
- 2018年9月 トリップアドバイザーの「旅好きが選ぶ！道の駅ランキング2018」において、全国1,145駅の中で弊社が運営する道の駅2施設が全国15位と24位に選出
- 2018年11月 来島海峡急流観潮船の乗船者数40万人達成

今後の課題・展開

サイクリストの聖地として知名度が高まったしまなみ海道として、今後は自転車も積載できる観光船（サイクルシップ）の開発

第5章

企画乗船券などの インバウンド対応の企画の充実

- 5-1 お得な周遊パス発売とSNSを活用した誘客の促進と拡大
- 5-2 インバウンド旅客向け企画乗車券
「NIKKO PASS all area」への参加による誘客促進
- 5-3 インバウンド旅客向け企画乗車船券
「SADO-NIIGATA PASS」の造成
- 5-4 体験乗船による瀬戸内海の美しさやフェリーの良さの認知度向上
- 5-5 「せとうちサイクルーズPASS」
リーフレット多言語化による利便性向上
- 5-6 「せとうち・さんいんCamperクルーズ」
キャンピングカー利用による旅行形態多様化の促進
- 5-7 「ショート・のっとこ・おさんぽクルーズ」
英語版リーフレット提供による利便性向上
- 5-8 インバウンド旅客特別割引による利用促進
- 5-9 海路で結ぶ世界遺産：八代～天草航路

5-1 お得な周遊パス発売とSNSを活用した誘客の促進と拡大

Point

観光協会と共同でインバウンド旅客を対象としたお得な周遊パスを発売
SNSに投稿されたコメントに返信を行うことで誘客の促進及び拡大

事業主体

事業者名：ハートランドフェリー（株） <http://www.heartlandferry.jp/>

運航航路：稚内～利尻・礼文、江差～奥尻航路（北海道）



2017年就航の新造船「カンセ奥尻」

背景

稚内～利尻・礼文、江差～奥尻間を結ぶ航路において、幅広い世代で快適な船旅ができるように、新造船「カンセ奥尻」は横揺れ防止やバリアフリー化にするとともに、ベビー、キッズ、レディース、ペットなどの専用ルームを完備しています。

さらに、2020年2月に稚内～利尻・礼文島間を結ぶ航路にも新造船を投入します。

また、高齢化や人口減少に悩む離島を活性化させるため、インバウンド旅客の誘致にも注力しており、予約発券システムやカード決済等のIT化を進め、待合室・船内放送の多言語化やピクトグラム（絵文字）化を行っています。

さらに、ソフト面でも社員の語学研修のほか、自治体・観光協会と連携して留学生や海外の有名ブロガーの招待、イベントの企画をおこなうなど、船会社の枠を超えて誘致に取り組んでいます。

内容

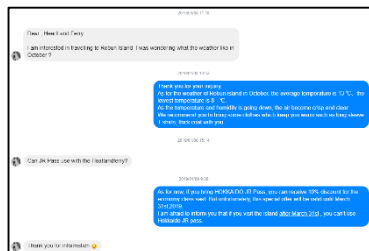
周遊パス『45°Hopping Pass 2019』

『45°Hopping Pass』は、利尻礼文観光推進協議会・わっかない観光活性化協議会・北宗谷広域観光推進協議会が共同で企画し、インバウンド旅客を対象に発売しています。

パスを購入（10,000円）いただいた旅行者は、発行日より4日間、「フェリー（2等客室）乗り放題」、「バス（島内、稚内市内）2日間乗り放題」、「ウニ取り等の体験メニュー」、「お土産品の割引」の利用を可能としています。



SNS（Facebook・Instagram・TripAdvisor・Tumblr）の活用



国内外のお客様からの電話予約時に、フェリーの施設、離島の名所や接続アクセスなどの問い合わせがあります。また、SNSに投稿されたコメントや疑問を見つけて、当社から離島観光の楽しみ方、疑問に対する解決策を返信しています。

こうしたSNSの活用によって当社への信頼感を高めるとともに、誘客の促進、来島者からのSNSによる拡散によるリピーターの拡大に努めています。

インバウンド誘客戦略の効果

他の観光地に比べ出遅れていた離島のインバウンド戦略ですが、こうした積極的な対応の結果、2017年は前年比41.6%増、2018年は前年比62.8%増、2019年は北海道胆振東部地震により全体的に旅客数が減少しましたが、外国人旅行者はほぼ前年並みとなり、アジアはもちろん、北米や欧州からの利用者が増加しています。

5-2 インバウンド旅客向け企画乗車券 「NIKKO PASS all area」への参加による誘客促進

Point

- ❗ 鉄道・バス・ロープウェイがセットになったインバウンド旅客向け企画乗車券へ参加
- ❗ インバウンド旅客数が伸長し、特に個人客が増加

事業主体

事業者名：東武興業（株）

<http://www.tobu-kogyo.com/>

中禅寺湖機船

<http://www.chuzenjiko-cruise.com/>

運航航路：中禅寺湖一周航路、千手ヶ浜航路（栃木県）



男体

運航期間は、毎年4月中旬から11月30日まで（それ以外は冬季休業）。2017年8月に新型遊覧船「男体」が就航しました。

また、現在、中禅寺湖畔イタリア大使館別荘記念公園付近への新棧橋建設と遊覧船の寄港を計画しております。

2018年度の利用者は約16万人で、6～10月に日光を訪れる修学旅行・林間学校の学生団体が全体の約半数を占めています。うちインバウンドの利用者は、9,428人で年々増加傾向にあります。アジアからの利用者が中心で、2018年度は上位の台湾・中国・タイで全体の約70%を占めました。

これまでインバウンド受入環境整備として、ターミナルの案内標識の多言語化、船内Wi-Fiの整備、多言語・交通系ICカード対応券売機の設置、船内案内放送の多言語化等を行い訪日外国人旅行者への利便性向上を図ってきました。

内容

2018年7月にインバウンド受入環境整備を進め、誘客を促進するため、東武鉄道（株）ではインバウンド旅客専用企画乗車券のリニューアルを行いました。中禅寺湖機船は新たにこの4日間フリーの企画乗車券「NIKKO PASS all area」に参加し、乗り降り自由なフリー乗船となりました。「NIKKO PASS all area」の発売場所は東武鉄道（株）東武ツーリストインフォメーションセンター浅草と浅草駅窓口、その他提携旅行会社での発売も行っております。

企画乗車券のリニューアルにあたり、既存の3種類を2種類に集約し、更に鉄道・バスのみであったフリー乗車区間に遊覧船やロープウェイ等が新たに加わることとなりました。既に日光・鬼怒川エリアの東武グループの交通機関等が乗り放題となる日本人観光客向けの「プレミアム日光・鬼怒川東武フリーパス」が発売されておりましたが、今回インバウンド旅客向けに販売するにあたり、エリアを限定し、安価で分かり易く購入しやすい内容に改訂のうえ商品化されました。

効果・成功要因

「NIKKO PASS all area」に参加したことで、インバウンド利用者数が伸長し、2018年度は9,428人で前年比6,712人増となりました。うち「NIKKO PASS all area」の利用者は6,575人で全体の約70%を占め、個人客が増えています。

「NIKKO PASS all area」へ参加したことで遊覧船への誘客促進につながっています。

今後の課題・展開

日光エリアへの観光客入込数639万人、日光東照宮など二社一寺318万人、（栃木県産業労働観光部観光交流課2017年栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果より）華嚴の滝約70万人と比較して中禅寺湖で遊覧船を利用される割合は少ないことから、日光市内から足を延ばして奥日光・中禅寺湖への更なる誘客促進のために情報提供やPR等様々な施策を行いたいと考えております。

NIKKO PASS all area

NIKKO PASS all area
大人/夏用/オモテ



日光バスオールエリア all area 日光地区全域
日光地区全域 日光バスエリア 日光バスエリア

A No. 00000

寺社仏閣拝観券は含まれません。
Admission ticket for shrines and temple are not included.
各寺院・寺廟の拝観券。

Valid from から

to

年/Year 月/Month 日/Day まで

(4日間有効 Valid for 4 days)

※往復・下り専用は1往復のみ有効です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※Between Asakusa Sta. and Shinjochi Sta., valid for one round trip only. However, you can get off the way at both TOKYO SKYTREE Sta. and Tochigi Sta.

運賃 大人(12 years old+)

Fare Adult

4月20日~11月30日
April 20 to November 30

¥ 4,520

有効日
Date of Issue


発券場所 Place of issue

東武ツーリストインフォメーションセンター浅草
TOBU Tourist Information Center ASAKUSA
東京都台東区浅草 3-10-10
東京都台東区浅草 3-10-10
TEL:03-3841-2871



Lake Chuzenji
Kegon Falls

NIKKO PASS all area
大人/夏用/ワラ



日光バスオールエリア all area 日光地区全域
日光地区全域 日光バスエリア 日光バスエリア

A No. 00000

寺社仏閣拝観券は含まれません。
Admission ticket for shrines and temple are not included.
各寺院・寺廟の拝観券。

Valid from から

to

年/Year 月/Month 日/Day まで

(4日間有効 Valid for 4 days)

※往復・下り専用は1往復のみ有効です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※Between Asakusa Sta. and Shinjochi Sta., valid for one round trip only. However, you can get off the way at both TOKYO SKYTREE Sta. and Tochigi Sta.

運賃 大人(12 years old+)

Fare Adult


4月20日~11月30日
April 20 to November 30

¥ 4,520

有効日
Date of Issue


発券場所 Place of issue

東武ツーリストインフォメーションセンター浅草
TOBU Tourist Information Center ASAKUSA
東京都台東区浅草 3-10-10
東京都台東区浅草 3-10-10
TEL:03-3841-2871




Lake Chuzenji
Kegon Falls

(東武鉄道乗車券)
(TOBU RAILWAY TICKET)




※往復・下り専用は1往復のみ有効です。下り北・東武日光を乗換乗車券フリー乗車区間です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※You may allow making one round trip between Asakusa Station and Shinjochi Station with including unlimited ride between Shinjochi Station and Tohokujo Station, and between Shinjochi Station and Shinjochi Station.
However, you can get off on the way at both TOKYO SKYTREE Station and Tochigi Station.
※For additional fare when you use limited express train.

(東武バス乗車券)
(TOBU BUS TICKET)



※往復・下り専用は1往復のみ有効です。下り北・東武日光を乗換乗車券フリー乗車区間です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※You can get on and off freely in the area indicated on the ticket.
※日光バス(線)は平日のみの運行となります。
※日光バス(線)は平日のみの運行となります。
※The Nikko Kinugawa Line operates only on the operation dates.

(中津寺湖船内乗車券)
(LAKE CHUZENJI CRUISE TICKET)



※往復・下り専用は1往復のみ有効です。下り北・東武日光を乗換乗車券フリー乗車区間です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※You can get on and off freely in the area indicated on the ticket.
※日光バス(線)は平日のみの運行となります。
※日光バス(線)は平日のみの運行となります。
※The Nikko Kinugawa Line operates only on the operation dates.

NIKKO PASS all area
小人/夏用/オモテ



日光バスオールエリア all area 日光地区全域
日光地区全域 日光バスエリア 日光バスエリア

A No. 00000

寺社仏閣拝観券は含まれません。
Admission ticket for shrines and temple are not included.
各寺院・寺廟の拝観券。

Valid from から

to

年/Year 月/Month 日/Day まで

(4日間有効 Valid for 4 days)

※往復・下り専用は1往復のみ有効です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※Between Asakusa Sta. and Shinjochi Sta., valid for one round trip only. However, you can get off the way at both TOKYO SKYTREE Sta. and Tochigi Sta.

運賃 小人(6~11 years old)

Fare Child

4月20日~11月30日
April 20 to November 30

¥ 1,150

有効日
Date of Issue


発券場所 Place of issue

東武ツーリストインフォメーションセンター浅草
TOBU Tourist Information Center ASAKUSA
東京都台東区浅草 3-10-10
東京都台東区浅草 3-10-10
TEL:03-3841-2871



Lake Chuzenji
Kegon Falls

NIKKO PASS all area
小人/夏用/ワラ



日光バスオールエリア all area 日光地区全域
日光地区全域 日光バスエリア 日光バスエリア

A No. 00000

寺社仏閣拝観券は含まれません。
Admission ticket for shrines and temple are not included.
各寺院・寺廟の拝観券。

Valid from から

to

年/Year 月/Month 日/Day まで

(4日間有効 Valid for 4 days)

※往復・下り専用は1往復のみ有効です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※Between Asakusa Sta. and Shinjochi Sta., valid for one round trip only. However, you can get off the way at both TOKYO SKYTREE Sta. and Tochigi Sta.

運賃 小人(6~11 years old)

Fare Child


4月20日~11月30日
April 20 to November 30

¥ 1,150

有効日
Date of Issue


発券場所 Place of issue

東武ツーリストインフォメーションセンター浅草
TOBU Tourist Information Center ASAKUSA
東京都台東区浅草 3-10-10
東京都台東区浅草 3-10-10
TEL:03-3841-2871




Lake Chuzenji
Kegon Falls

(東武鉄道乗車券)
(TOBU RAILWAY TICKET)




※往復・下り専用は1往復のみ有効です。下り北・東武日光を乗換乗車券フリー乗車区間です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※You may allow making one round trip between Asakusa Station and Shinjochi Station with including unlimited ride between Shinjochi Station and Tohokujo Station, and between Shinjochi Station and Shinjochi Station.
However, you can get off on the way at both TOKYO SKYTREE Station and Tochigi Station.
※For additional fare when you use limited express train.

(東武バス乗車券)
(TOBU BUS TICKET)



※往復・下り専用は1往復のみ有効です。下り北・東武日光を乗換乗車券フリー乗車区間です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※You can get on and off freely in the area indicated on the ticket.
※日光バス(線)は平日のみの運行となります。
※日光バス(線)は平日のみの運行となります。
※The Nikko Kinugawa Line operates only on the operation dates.

(中津寺湖船内乗車券)
(LAKE CHUZENJI CRUISE TICKET)



※往復・下り専用は1往復のみ有効です。下り北・東武日光を乗換乗車券フリー乗車区間です。ただし、とうきょうスカイツリー駅、栃木駅で途中下車できます。
※You can get on and off freely in the area indicated on the ticket.
※日光バス(線)は平日のみの運行となります。
※日光バス(線)は平日のみの運行となります。
※The Nikko Kinugawa Line operates only on the operation dates.

5-3 インバウンド旅客向け企画乗車船券 「SADO-NIIGATA PASS」の造成

Point

- ❗ 新幹線駅～旅客船ターミナル間の陸上交通、フェリー乗船券、佐渡島内の交通をセットにした
- ❗ 企画乗船券を格安な価格で販売

事業主体

事業者名：佐渡汽船(株) (新潟～両津航路 カーフェリー 2等往復) (新潟県)

<https://www.sadokisen.co.jp/>

その他事業主体：(一社) 佐渡観光交流機構 (台紙、各チケット、チラシ等の作製)

新潟交通(株) (新潟駅⇄佐渡汽船、新潟市観光循環バス 1日乗車券)

新潟交通佐渡(株) (佐渡島内路線バス 3日間乗車券)

背景

新潟～両津航路においてはインバウンド旅客数が年々増加しており、中でも団体客よりも個人客がより伸び率が大きくなっています。この傾向から、将来に渡り訪日されているお客さま (FIT) の佐渡島観光拡大を図るため、企画乗船券を販売することになりました。



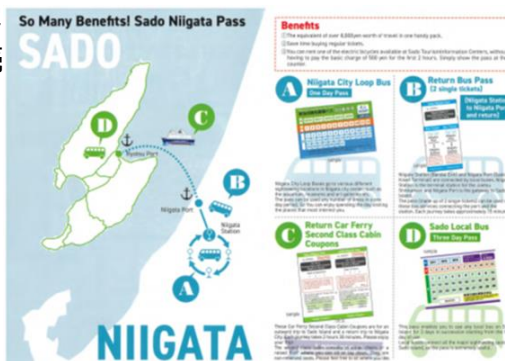
内容

トキめき佐渡・いがた観光圏の実施事業として、個人旅行 (FIT) で訪日されているインバウンド旅客に佐渡島観光へと誘発を図るため、JR東日本で発売しているJR EAST PASSを所持している旅行者へ、2017年6月から特別企画乗船券

(SADO-NIIGATA PASS) を販売しています。

新潟～両津航路のカーフェリー1往復に加えて、新幹線駅である新潟駅～佐渡汽船ターミナル間のバス、新潟市内及び佐渡市内のバスの乗車券をセットにすることでインバウンド旅客の利便を向上させるもので、各運送事業者は普通運賃の50%OFFと格安な価格で販売しています。

新潟駅観光案内所 ((公財) 新潟観光コンベンション協会)、新潟港総合案内所 (佐渡汽船 (株)) で、販売しています。



効果・成功要因

母国でJR東日本のホームページに掲載されているSADO-NIIGATA PASSの案内を閲覧して購入されるお客さまが多いです。

SADO-NIIGATA PASS の販売実績は、2017年度が226枚 (2017年6月1日～2018年3月31日)、2018年度が539枚 (2018年4月1日～2019年1月31日) と、比較期間は違うものの、前年比238.4%と利用者を大きく拡大しています。SADO-NIIGATA PASSの利用者は、アジア圏が約83.0%を占め、中でも台湾の利用者が37.3%となっています。

英語、中国語 (繁体字) 等のチラシを作成し、ホームページに掲載したことで宣伝強化に繋がりを、利用者拡大となりました。

今後の課題・展開

販売チャンネルを増やし、更なる利用者拡大を図ることを考えているものの、収益率の向上等様々な諸問題があることからその問題点をクリアする必要があります。

5-4 体験乗船による瀬戸内海の美しさやフェリーの良さの認知度向上

Point

関西や四国の観光施設や宿泊施設に設置した割引券とパスポートの提示で運賃無料 SNSを活用したキャンペーンを実施

事業主体

事業者名：ジャンボフェリー（株）

<https://ferry.co.jp/>

運航航路：神戸～高松、神戸～坂手（小豆島）
（兵庫県・香川県）



背景

1969年から加藤汽船と関西汽船が共同運航で神戸～高松航路を結ぶジャンボフェリー航路を就航。1998年の明石海峡大橋開通に伴い、同航路を運航していた他船社の撤退が相次ぐなか航路を存続。2003年には加藤汽船の航路撤退に伴いジャンボフェリー株式会社を設立し航路運営を引き継ぎ、同航路の運航を存続。

2011年に小豆島・坂手港へ寄港を開始しました。また近年、有人トラックから無人トラックへのシフトを行い、安定的な乗船台数の確保を行っています。

インバウンド旅客は、航海時間が比較的長い航路のため、伸び悩んでいます。インバウンド旅客は全体の1%以下と認識しています。

内容

【訪日外国人限定で片道旅客運賃無料】（期間：2016年7月16日～2017年12月31日）

小豆島又は直島のホテル、関西や四国のゲストハウスや観光施設に設置した割引券とパスポートの提示（外国人の確認のため）で運賃を割引する取組です。

一度体験で乗船してもらい、瀬戸内海の美しさや小豆島や高松への交通手段の認識を持っていただくために乗船無料としました。

また、同時に航路から見える瀬戸内海の風景をSNSに投稿してもらうことで瀬戸内の素晴らしさやフェリーの良さを発信してもらうキャンペーンを企画しました。キャンペーン内容は投稿に所定の#（ハッシュタグ）を付けSNSに投稿し、「いいね！」数を一定数獲得した方に粗品を進呈する仕組みにして、SNSへの投稿を促しました。

効果・成功要因

「バズる」と呼ばれるような短期間で爆発的に話題が広がるころまでは効果はありませんでしたが、少なからず効果はあったと感じています。

今後の課題・展開

当企画は、既に日本国内に入国したインバウンド旅客を対象としたものですが、旅行者の多くは観光ルートを既に決められている場合が多く、フェリーに誘導するのは極めて困難です。

交通機関の利用を誘致するためには旅行の前の計画段階でのルート選定時に情報が必要であり、そのため関西のランドオペレーターへの提案に切り替えています。

ランドオペレーターとしても代理店手数料を得るべく積極的な営業活動を行うため、成果が期待できます。

他社のフェリーと異なり、当社は日中にも運航しているため、瀬戸内の風景が楽しめるクルージング船であるという点をアピールしていきたいと考えています。



5-5 「せとうちサイクルーズPASS」 リーフレット多言語化による利便性向上

Point

- サイクリスト向けに乗船料の割引や提携先で特典を受けられる
- 英語版リーフレット、中国語繁体字版リーフレットを作成し、利便性を向上

事業主体

対象エリア：瀬戸内海海域（対象航路47事業者、50航路） 2018年4月現在

背景

（一社）中国旅客船協会（<http://chu-ships.jp/>）が主体となり、四国旅客船協会、神戸旅客船協会と連携し、せとうちサイクリングの魅力向上を図り、旅客船の利用を促進することによって交流人口を拡大し、島しょ部を含む瀬戸内海の地域振興と旅客船事業の持続的発展の本地域の活性化推進につなげていくものです。

内容

瀬戸内海へ増加しているインバウンド旅客の利用を踏まえ、2016年10月より「せとうちサイクルーズPASS」の英語版リーフレット及びPASSカード、さらに2018年5月より、中国語繁体字版リーフレットを作成し、全国的に進められている訪日外国人受入環境整備の一環として取り組んでいます。

効果・成功要因

英語版「サイクルーズPASS」の発行実績は、年々着実に増加しており、2017年度146枚に対し、2019年1月末現在で157枚と前年度を上回っています。

今後の課題・展開

- 情報発強化
- PRツールの更新
- 対象航路においての自転車積載能力のある船舶の抽出
- サイクリングモデルコースの整備
- 交通系ICカードの導入
- Wi-Fi環境の整備や多言語対応の促進



5-6 「せとうち・さんいんCamperクルーズ」 キャンピングカー利用による旅行形態多様化の促進

Point

- ❗ キャンピングカーによるフェリーの乗船機会を高めるサービスを提供し、旅行形態の多様化を促進
- ❗ 島しょ部の交流人口の拡大につなげ旅客船事業の持続的発展と地域の活性化を図る

事業主体

「せとうちCamperクルーズ」 9社12区間

事業者名	航路（区間）
瀬戸内シーライン(株)	宇品（広島） ～ 三高（江田島）
上村汽船(株)	宇品（広島） ～ 切串（江田島）
さくら海運(株)	呉ポートピアパーク（呉天応） ～ 切（江田島）
瀬戸内シーライン(株)	呉 ～ 小用（江田島）
瀬戸内海汽船(株) 石崎汽船(株)	広島 ～ 呉、広島 ～ 松山、呉 ～ 松山
大崎汽船(株)	白水（大崎上島） ～ 竹原
山陽商船(株)	竹原 ～ 垂水（大崎上島） 竹原 ～ 白水（大崎上島）
しまなみ海運(株)	明石（大崎上島）～小長（大崎下島）
今治市	岡村（岡村島） ～ 今治

「さんいんCamperクルーズ」 1社5区間

事業者名	航路（区間）
隠岐汽船（株）	隠岐島 ～ 七類・境、島前 ～ 島後 菱浦 ～ 別府、別府 ～ 来居、菱浦 ～ 来居

（一社）中国旅客船協会 <http://chu-ships.jp/>

背景

フェリーの乗船機会を増やすサービスの提供により、近年、全国的に増加傾向にあるキャンピングカーのドライブエリアを内陸部から島しょ部へ拡大し新規需要を開拓することで、島しょ部の交流人口の拡大につなげ旅客船事業の持続的発展と地域の活性化を図っていこうとするものです。

内容

インバウンド旅客数が増える中、旅行形態も多様化しており、レンタルキャンピングカーの利用も高まっています。こうした状況を踏まえ、フェリーを利用したキャンピングカーでの観光地周遊促進の取り組みです。

効果・成功要因

インバウンド需要を一部の観光地域だけでなく、旅客船事業者や関係自治体など多様な主体が連携すれば、島しょ部でも今後インバウンド効果が期待されます。

今後の課題・展開

- ・ 情報発信強化
- ・ PRツール作成
- ・ 付帯割引の設定
- ・ キャンピングカー滞在施設の情報提供、受入れ体制の整備
- ・ 交通系ICカードの導入
- ・ Wi-Fi環境の整備や多言語対応の促進



5-7 「ショート・のっとこ・おさんぽクルーズ」 英語版リーフレット提供による利便性向上

Point

- ❗ 既存航路に乗船、本土から島しょ部間を下船せずに往復することで、手軽にクルーズを楽しめる
- ❗ 英語版リーフレットを作成し、利便性を向上

事業主体

対象エリア：瀬戸内海及び山陰（対象航路28事業者、47航路） 2018年4月現在

背景

（一社）中国旅客船協会（<http://chu-ships.jp/>）が主体となり、既存航路に乗船し、本土から島しょ部間を下船せずに往復して、瀬戸内海・山陰の海から景色を手軽に楽しむショートクルーズとして旅客船の利用を促進しています。

内容

2017年11月に作成した英語版のリーフレットを活用し、増加している外国人観光客の利用拡大を図っています。

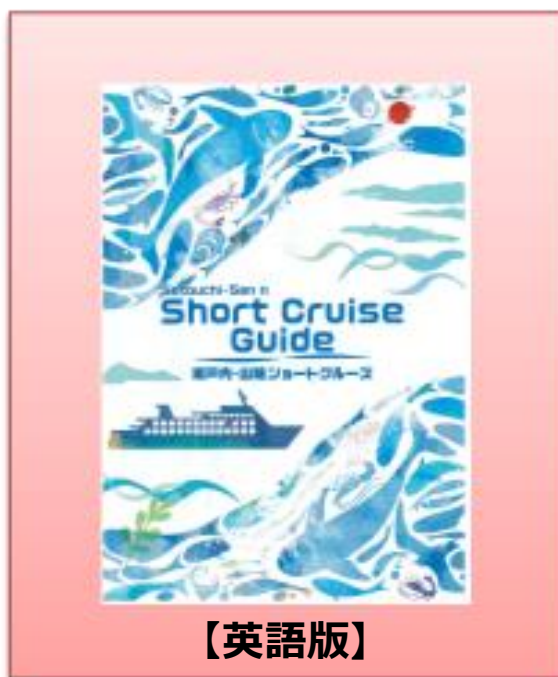
効果・成功要因

中国地方の主要観光スポット案内所や、主要なJR駅、東京の広島アンテナショップ（TAU）等に設置し、好評を得ています。

また、インバウンド旅客を対象としたジャパン・レール・パスを利用して外国人観光客が増加しています。

今後の課題・展開

- ・ 情報発信強化
- ・ PRツールの更新
- ・ 交通系ICカードの導入
- ・ Wi-Fi環境の整備や多言語対応の促進



【英語版】

5-8 インバウンド旅客特別割引による利用促進

Point

- ❗ パスポートの提示によるクルーズフェリー及び高速船運賃の割引やカード決済への対応
- ❗ インバウンド旅客の利用増加

事業主体

事業者名：石崎汽船（株）

<http://www.ishizakikisen.co.jp/>

運航航路：松山～呉・広島（愛媛県・広島県）



背景

国の重要文化財である道後温泉(松山)と、世界遺産である厳島神社を有する宮島(広島)を結ぶこの航路は、国籍関係なく多くのインバウンド旅客が利用しています。年々増加傾向にあるインバウンド旅客のさらなる利用促進を期待し、外国人割引を2014年から導入しています。

内容

切符窓口においてパスポートの提示により、クルーズフェリー及び高速船の運賃が3割引になります。カード決済も可能で、インバウンド旅客が松山と広島を気軽に行き来することができます。

割引後の運賃はクルーズフェリーが松山～広島間で2,520円、高速船が4,970円となっています。



効果・成功要因

2014年末からスタートしたこの割引事業を利用するインバウンド旅客は年々増加しています。2015年の利用者数はクルーズフェリー及び高速船を合わせて約3,300人、2016年ではHP等での発信効果もあり前年比、倍以上の約7,900人、2017年ではさらに増加し約9,000人、そして昨年2018年では10,700人と1万人を超える数字になっており、今後も増加すると予想されます。

クルーズフェリー及び高速船の利用比率においては、高速船の比率が高くなっており、インバウンド旅客は金額面よりも短い時間で松山～広島間を移動できる高速船の利用を好んでいるのだろうと推測できます。

今後の課題・展開

現在行っているインバウンド旅客向けの特別割引は、今後さらにインバウンド旅客の利用が増えてきた場合、この割引を継続していくのかが問題です。

割引運賃を適用しなくても、インバウンド旅客に利用してもらえるような取組が必要になってくるのではないかと考え、現在も切符窓口及び船内において掲示物の多言語表記や翻訳機の導入などを行っていますが、今以上のインバウンド対応をしていくことが今後の課題と考えています。

5-9 海路で結ぶ世界遺産：八代～天草航路

Point

- ❗ 海路により移動時間を短縮し、八代と天草を結ぶツアー商品を造成
- ❗ 訪日クルーズ客取り込みを図る

事業主体

事業者名：（株）シークルーズ

<https://www.seacruise.jp/>

運航航路：八代・天草観光航路（熊本県）



背景

国内の主要港では、インバウンド旅客を乗せた大型クルーズ船の入港が急増しています。2018年中のインバウンド旅客数が3,000万人を超え、しかも都市圏中心であった訪問先が地方へも向きつつあります。

九州のインバウンド旅客数も初めて500万人を超え、当社の定期船及びクルーズ船を利用するインバウンド旅客も2017年度の1万5千人から2018年度は2万人を超える見込みです。

熊本県八代港においては、2017年度66隻で前年度の5.5倍となったところであり、2020年4月から内港に「クルーズ船用岸壁」が整備されることから、今後も寄港数の増加も見込まれます。



このような状況において、八代港に寄港するクルーズ船の乗船者はバスツアーで県内各地へ出かけますが、天草地域へは陸路で片道約90分かかることからツアー造成がなされていません。

天草地域は、阿蘇地域に劣らず風光明媚で、世界文化遺産の「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」をはじめ、イルカウォッチングクルーズや海鮮料理等豊かな観光資源を有していることから、ツアー商品造成を探っていたところ、クルーズ船社側からインバウンド旅客の満足度を高めるためツアー多様化の要請があるとの情報を得たため、本事業を計画いたしました。

内容

天草地域は、世界で3か所しかない根付きのイルカの生息地と知られ、遭遇率が95%以上であることから、イルカウォッチングに高い人気があります。このイルカウォッチングクルーズに割引運賃で乗船できるよう、セットでチケット販売を行いました。

効果・成功要因

合計8日間の運航に延べ416人の利用があり、そのうちインバウンド旅客は延べ74人で、クルーズ船乗客の利用者は延べ6人でした。クルーズ船乗客6人は、イルカウォッチングクルーズに乗船しました。通常のバスツアーではなく船を利用した商品はめずらしく、乗船された方からは高いご満足をいただきました。

今後の課題・展開

クルーズ船乗客の利用者増が命題であり、クルーズ船内における航路や地域の情報提供及びツアーの商品化が重要です。また、クルーズ船乗客以外のFITの利用や生活航路としての需要も含み、商業ベースでの運航が可能か検証する必要があると考えています。

第6章

マリンレジャー

- 6-1 マリンレジャーと宿泊施設の連携による観光メニューの拡大
- 6-2 多様さ・柔軟さでニーズに応えるプライベートクルーズ
- 6-3 手ぶらOK！気軽に安心「釣り堀」によるインバウンド誘客
- 6-4 外国人観光案内所認定に伴う海の駅・マリーナ利用活性化

6-1 マリンレジャーと宿泊施設の連携による観光メニューの拡大

Point

- ① 自然環境に恵まれた日本有数のクルージングポイントでヨットセーリング等の体験が可能
- ① 地元大手ホテルと密接な協力関係を形成し、インバウンド向けサービスを展開

事業主体

事業者名 : Falcon Sailing Club

<https://falcon-sailing-club.business.site>

(千葉県)

背景

首都圏（関東）から近い千葉県南房総市富浦港（東京駅、横浜駅から車（バス）で約80分、電車で約140分）にて、自然環境に恵まれた日本有数のクルージングポイントで体験セーリング等が可能です。

インバウンド向けの対応に慣れており、地域と連携したイベントも開催しています。



内容

ヨットセーリング（2艇）では、クルー付のクルージングでサービス提供、およそ1時間前後の体験乗船がメインです。

また、テnderボート（約10艇）も免許のいらぬミニボートとして配備しています。その他スキューバー等も体験できます。



効果・成功要因

インバウンド対応として、地元大手ホテルと密接な協力関係が形成されており、外国人対応可能人材の支援確保や外国人に見合った一流シェフによるBBQ、ランチ等の食事提供も可能です。

※クラブ利用者に対するホテル宿泊への紹介・誘導にも効果



今後の課題・展開

引き続き、訪れる外国人に満足してもらうよう事業を継続・展開させる方向です。

また、利用している港が漁港であることから、地元漁業協同組合、自治体、観光協会等と連携を図りながら、さらなる発展方策についても検討しています。

6-2 多様さ・柔軟さでニーズに応えるプライベートクルーズ

Point

- ① 多様なクルーザーのラインナップとともにパーティーやウェディング等利用者の様々なニーズに対応
- ① 英語が堪能な専門スタッフにより、船内サービス等についてもハイレベルかつ柔軟に提供

事業主体

事業者名：(株) ケーエムシーコーポレーション
<http://www.reservedcruise.com/>
(東京都・神奈川県)

背景

東京・横浜を拠点とするチャーター船による様々なクルーズサービスを企画・提供するとともに、「よこはま・つるみ海の駅（KMC横浜マリーナ）」においてマリーナ事業を運営しています。



内容

30ft級（約10m）の快速クルーザーからラグジュアリー感あふれる国内最大級90ft（約27m）クルーザーによるクルージングパーティー、ウェディングクルーズなどを展開しています。

加えて、東京・横浜港周遊航路、さらには気軽に横浜港の夜景や京浜運河沿いの工場夜景を楽しめる乗合クルーズも実施しています。



効果・成功要因

クルーザーはラインナップが豊富で、外国人を含む利用者の様々なニーズに合わせた運航プランニングが可能です。

また、英語が堪能な専門スタッフ（客室要員）の体制も充実していることから、細やかな対応により、柔軟でハイレベルなクルーズサービスを提供しています。



今後の課題・展開

今後の外国人利用増加を踏まえ、さらなるオリジナルチャータークルーズへの多彩な要望に対応するためには、通常の運航要員とは別に多言語にも堪能な専門スタッフの確保が必須です。しかしながら、人材不足や経費の問題から、このような体制を構築することが困難な状況です。現在、社内養成制度を含め様々な方法を検討中です。

6-3 手ぶらOK！気軽に安心「釣り堀」によるインバウンド誘客

Point

- ① 貸竿等が用意されていることで、手ぶらでも簡単に気軽に海釣り体験が可能
- ① 初心者でも高級魚を安全に釣ることができる満足度の高いコンテンツ

事業主体

事業者名：みうら海王

<http://www.miura-kaiou.com/>
(神奈川県)

背景

みうら海王は、みうら漁業協同組合が新たなレジャー事業として、相模湾で初となる海上釣り堀としてオープンしました。

釣り堀は、品川駅から電車及びバスで約90分のところにある「みうら・みさき海の駅（うらり）」前にある船乗り場から、渡船で約10分の海上にあります。

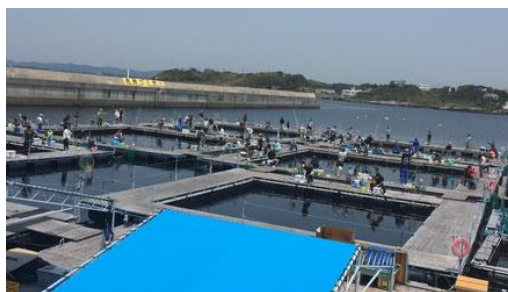
本格的な海釣りの醍醐味を味わうことができる釣り放題システムとなっており、季節の魚や高級魚を安全に釣ることができます。外国人も含め多くの方々が訪れています。



内容

貸竿等の用意もあることから、手ぶらで海上釣り堀での釣り体験が可能です。

養殖のマダイ、ブリ、ワラサ、ヒラマサ、シマアジ、カンパチ、ヒラメ、カレイなどが放流されるため、いつでも釣りを楽しむことができます。



効果・成功要因

海上釣り堀であることから、タイ、ブリなどの高級魚が初心者でも、安全に釣ることができます。また、手ぶらで利用可能なため、外国人であっても簡単に気軽に楽しむことができます（釣れなくてもお土産つき）。

今後の課題・展開

受け入れ人数に限りがあり、多数のツアー客には対応できないこともあります。

また、HP、パンフレットともに多言語対応はしていません（ただし、利用にあたっての詳細な説明は必要ありません）。

今後、JNTO認定外国人観光案内所に認定申請中である、「みうら・みさき海の駅」を通じた、周知・広報を検討していきます。

6-4 外国人観光案内所認定に伴う海の駅・マリナー利用活性化

Point

- ❗ JNTO認定外国人案内所の海の駅を拠点として、同一事業者が近傍のマリナーも運営
- ❗ 大型クルーズ客船が寄港した際の誘客や地元自治体とのイベント等による連携の幅が拡大

事業主体

事業者名：ふくおか・おど海の駅（福岡市ヨットハーバー）
<https://www.fukuoka-sailing.jp/>
（福岡県）

ふくおか・おど
海の駅

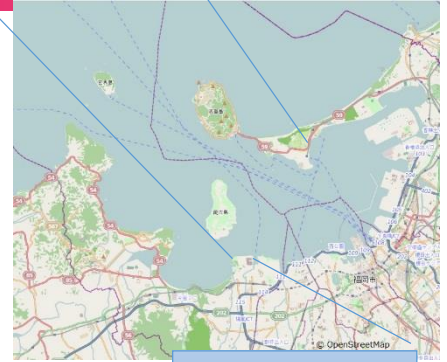
海の中道
マリナー&テニス

背景

ふくおか・おど海の駅は、ササキコーポレーションが指定管理者として運営していますが、同社は博多湾に面する、ふくおかマリノア海の駅や海の中道マリナー&テニスも併せて運営しています。

これらのマリナーでは、小型ヨット（デインギー）操船体験、クルーザーヨット（乗船のみ）、クルーザーボート（乗船のみ）、ウェイクボード体験等が可能です。

また、いずれのマリナーも福岡市中心部からアクセスが良い位置にあるほか、運営会社が同一で申込み窓口が一本化されており、気軽にマリナクティビティが体験できます。



ふくおか・マリノア
海の駅

内容

拠点となるふくおか・おど海の駅は、JNTO認定外国人観光案内所のカテゴリⅡとして認定されており、他の拠点においても訪日外国人対応が可能です。

各拠点には外国籍船が寄港することもあり、スタッフは経験が豊富です。



効果・成功要因

近くの福岡港に来港する大型クルーズ船からの誘客効果が期待できます。

また、福岡市と連携し、地域イベントを開催するなど、訪日外国人誘致に積極的な自治体との連携が図られています。



今後の課題・展開

福岡近辺に来訪する訪日外国人旅行者等へのさらなる具体的な周知・広報方法について現在検討中です。



海事分野におけるインバウンド対応
ベストプラクティス集

編集：国土交通省海事局
発行日：2019年4月

海事分野における
インバウンド対応
ベストプラクティス集



国土交通省 海事局

2019年4月