

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

愛媛県南予地域における観光MaaS実証実験

※申請者:5団体連名(KDDI、南予広域連携観光交流推進協議会、伊予鉄南予バス、全日本空輸、瀬戸内ブランドコーポレーション)

ANA

【1】実験の概要

NFCタグを活用したアプリ不要な観光型MaaS実証実験を実施し、広域版デジタルフリーパス(鉄道、バス、船舶、観光施設等)のキャッシュレス決済を実現する。また、農産品直売所、保険業、飲食業等、航空運輸業、ホテル業と連携し、情報や決済サービスを一体提供することにより、交通のODデータに加え、観光客の周遊・決済データを収集・分析を行う。得られたデータ、知見は協議会構成員が把握し、今後の観光客誘致、交通ネットワーク再構築、まちづくりの参考資料として活用する。

【2】協議会構成員、役割

自治体、交通事業者、DMO、情報通信等が一体となり事業を推進

構成員 ※5団体連名で申請	主な役割
KDDI株式会社(幹事)	全体総括、企画、MaaS基盤構築
南予広域連携観光交流推進協議会	域内自治体、企業連携推進等
愛媛県南予地方局	域内観自治体とりまとめ
南予9市町*	観光政策、まちづくりとの連携等
四国旅客鉄道株式会社	フリーパス作成、販売
伊予鉄バス株式会社	空港リムジンバス等の連携
宇和島自動車株式会社	路線バス等の連携
一般社団法人愛媛県観光物産協会	特産品魅力発信、PR等
伊予鉄南予バス株式会社	路線バス等の連携
全日本空輸株式会社	アプリ間データ連携、PR等
株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション	広域PR、域内事業者利用促進等

*南予9市町:宇和島市、八幡浜市、大洲市、西予市、内子町、伊方町、松野町、鬼北町、愛南町
※愛媛県とKDDI(幹事)は、地域課題解決に向け、相互連携をより一層深めるべく、本実証実験採択後に協定締結予定

【3】MaaSで解決したい地域の課題、対応策、目標

1)課題と対応策

解決したい課題	課題の原因	対応策
公共交通機関の低い利用率	平日、休日、時間帯の整備 乗り継ぎ利便性の不足	鉄道、バス横断の周遊チケット販売による観光客誘致 乗り継ぎに関する情報提供
路線維持のために必要な自治体コストの削減	ODデータに基づいた適正化の未実施 公共交通データの可視化不足	NFCタグによるOD把握分析 GTPSに合わせた路線データの整備 NFCとクラウドを組み合わせる 観光MaaSによるキャッシュレス化
交通、観光施設に対して安価なキャッシュレス決済基盤の整備不足	キャッシュレス未対応 投資コストの懸念	乗り継ぎ数に合ったペネトレーションの提供 農産物物販施設との連携
西日本豪雨からの経済復興	観光客数の回復遅れ 観光消費額の回復遅れ	

2)目標

- フリーパス販売枚数:3,000枚(内ANA利用の松山空港来訪者からの送客数:30件)
- 平均周遊箇所数:1.25倍(紙のきっぷの利用者との比較)
- 利用者満足度:3.5以上(利用者アンケートから集計、5段階評価)
- 損害保険加入率(送客率):1.0%以上(既存の送客手段の平均送客率との比較)

【4】実験概要

1)実施時期、対象地域、交通手段

実証期間:2020年10月~12月を予定

対象地域:愛媛県南予地域 ※宇和島市、八幡浜市、大洲市、西予市、内子町、伊方町、松野町、鬼北町、愛南町、松山市、広島市、呉市

交通手段:鉄道(JR四国)、路線バス(伊予鉄バス、伊予鉄南予バス、宇和島自動車)

【協賛中】石崎汽船、瀬戸内海汽船 ※松山観光港、呉、広島

2)実証実験の内容

①NFCを活用したアプリダウンロード不要で利便性の高い観光型MaaSの実現

【概要】複数交通モード及び域内の観光施設で利用可能な広域版デジタルフリーパスを提供。加えて、公共交通乗継数に応じて特典を呈する周遊促進策を実施し、公共交通での観光と域内消費を促進。

【検証事項】NFCを活用したMaaS実現による利便性、持続可能性を検証。

②観光施設、農業、小売、保険、飲食等との異業種連携による付加価値創出

【概要】NFCタグを活用し農産品直売所等で地域特産品の魅力発信や決済サービスを提供し、販売促進。加えて、保険業(自転車保険、国内旅行保険)、飲食業等の異業種と連携し、情報提供や決済サービスを一体提供し、付加価値創出及び異業種への送客モデルを構築。

【検証事項】観光施設、農業、保険、飲食等へ誘導し行動変容、送客モデルを検証。

③アプリ間データ連携、動態把握による交通・都市政策への活用

【概要】ANAアプリ等とのデータ連携により顧客属性レコメンドを実施。また、本実証で収集したODや周遊データと、商用の人流ビッグデータとの比較等により得られたデータを今後の観光客誘致、交通ネットワーク再構築、まちづくり等の参考資料とする。

【検証事項】アプリ間連携のメリット/コストの分析・他の人流動態データとの比較検証。

<サービスイメージ>

3)本実証の位置付け

- 持続可能性を重視しており、本年度の開発コストを調達できれば、21年以降は地域で自立可能となる損益分岐点への到達を目指す。
- 21、22年度で県、JRとの大型イベントと連携予定。

2020年度	本取組の有用性確認、21年度大型イベント連携準備
2021年度	いしれの南予・復興イベント(飯前)(7-12月)との連携 JRデザインエッセイキャンペーン(10-12月)との連携
2022年度	第35回全国健康福祉祭入場大会(ねりんピック)との連携

