

第20回 海事振興セミナー プログラム

日 時 令和元年6月10日(月) 13:30 ~ 15:00
会 場 刈込外航ビル福岡 博多ステーション3階 刈込外航ビルホール山笠
講 師 国土交通省 海事局 総務課長 松本 勝利 氏
テ ー マ 海事観光の戦略的推進について
主 催 公益財団法人 九州運輸振興センター
後 援 九州運輸局 西日本鉄道(株) JR九州

スケジュール

◎開 会

13:30 主催者挨拶 (公財)九州運輸振興センター
運輸コロキウム等実行委員長
大黒 伊勢 夫

来賓挨拶 国土交通省 九州運輸局
局長 下野 元也 様

◎講 演

13:45 テ ー マ 海事観光の戦略的推進について
講 師 国土交通省 海事局
総務課長 松本 勝利 氏

◎閉 会

15:00 閉 会

松本 勝利(まつもと かつとし)氏プロフィール

1966年生 千葉県出身 東京大学法学部卒

1990年4月 運輸省入省

内閣官房副長官補(安全保障・危機管理担当)付参事官補佐併任、
国土交通省航空局管制保安部保安企画課航空衛星・航空交通管理
センター準備室長、海事局企画課国際海上輸送企画官、秋田県警
察本部警務部長、総合政策局交通計画課地域振興室長等を経て

2012年10月 国土交通省大臣官房参事官(鉄道局)

2013年7月 海上保安庁総務部 国際・危機管理官

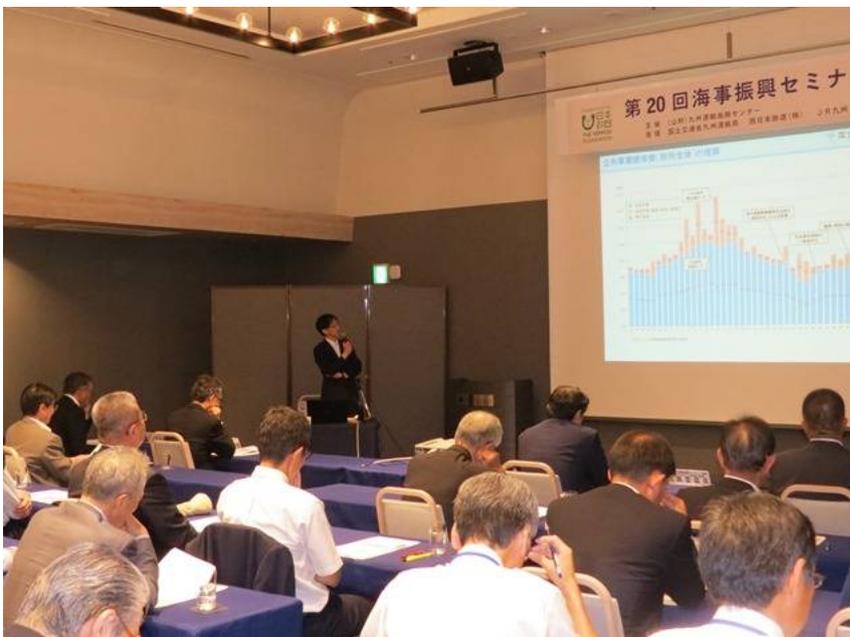
2015年7月 国土交通省総合政策局安心生活政策課長

2016年7月 (独)鉄道建設・運輸施設整備支援機構総務部長

2018年7月 国土交通省海事局総務課長 現在に至る。



第20回
海事振興セミナー
(2019年6月10日開催)





海事観光の戦略的推進について

国土交通省 海事局

総務課長 松本 勝利

日時
場所

令和元年 6月10日(月)
オリエンタルホテル福岡 博多ステーション3階
オリエンタルホールルーム山笠

主催
後援

公益財団法人 九州運輸振興センター
日本財団
九州運輸局 西日本鉄道(株) JR九州

国土交通省海事局で総務課長をしております松本でございます。

このところ福岡出張が重なり、3月には柳川市のボートレーサー養成所の修了式、5月にはギャンブル等依存症啓発週間(14日〜20日)にあわせ取組み推進のお願い、そして今回で3回目となります。

それでは海事観光の戦略的推進についてお話をさせていただきます。

1 我が国の観光政策の方向性

観光という言葉がそもそもどこから来ているのか、実は中国の古典の易経の中の言葉で、国の光(文物や政治、暮らし向き、風俗等)を観る、観せることは為政者にとって重要であると説いています。

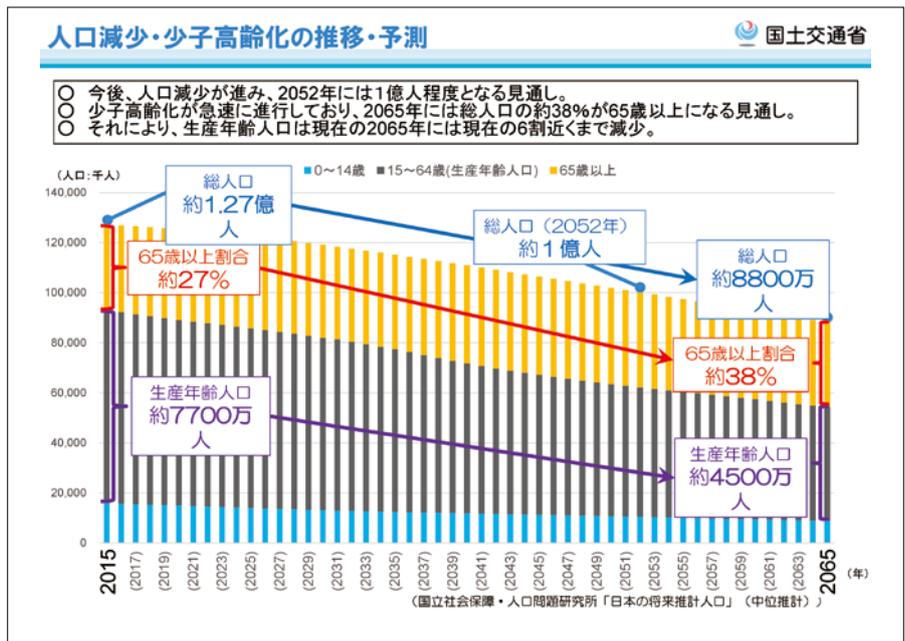
徳川時代には参勤交代があり、街道沿いには特に宿場町において宿泊、食事、物品購買というような経済的效果もあつたはずで、参勤交代自体が図らずとも観光推進になっていたのではないかと思つています。

観光という言葉が広く大衆に使われるようになったのは幕末で、オランダからの寄贈船が観光丸と名付けられたことに発していると言われています。

まず、観光立国の意義についてですが、大きく4つあります。

1つは成長戦略の柱、2つ目に地域発展の鍵、これには経済的な意義も含まれています。3つ目、日本のソフトパワーの向上により国際社会での地位を確固たるものにする、これは政治的な意義でもあり極めて重要、4つ目に、自らの文化・地域への誇りとなっています。

観光立国としては、まず日本人の国内旅行の需要を拡大していくことです。訪日外国人、所謂インバウンドの旅行需要を取込んでいくことが重要となってきます。近年我が国では輸出が減少し、貿易立国としての地位が失われつつあります。そこでインバウンドの国内消費を増大



資料 1

し、地域経済の活性化につなげる、こういうことが不可欠な時代になっています。

これを人口面からみると、現在、日本の人口は約1億2千7百万人、しかし30年後の2052年には1億人で2千7百万人も減となります。(資料1) 東京が2つ消えてなくなるという計算になり、これは日



本にとって大きな問題となっていて、現在東京では社会増が続いていて、この先も活力維持ができる反面、地方は人口流失が加速する、まさに地方をどうするのかという課題があります。

地方の活力をどう維持するのか、例えばインフラの整備というのは地域経済を循環させます。災害に強いインフラづくりあるいは防災のためのインフラ、あるいは経済発展のためには、道路、港湾、空港といったインフラも必要となります。

このような公共事業の予算の推移をみると、ピークの90年代後半では15兆円の時代もありました。しかし

現在では6兆円で、9兆円もの減少となっています

今年度の一般会計の予算をみると、歳入、歳出ともに99兆、およそ100兆、歳出では社会保障が100兆のうちの1/3、33兆となっています。年金、医療、介護等、これは高齢化が進み増加となり、また、地方交付税も全体の中の1/6で約16兆ですが、この2つは減額できません。あとは1/4が国債の償還費25兆ということで、結局、政策的に使えるところは25兆しかありません。しかしその中で、文教及び科学振興、防衛もそれぞれ5兆ずつとなっており、残り公共事業プラスその他を併せて15兆で、結果公共事業の予算は6兆となりました。減少分の9兆円を仮に公共事業で増やそうとすると財源として消費税を上げるということになります。消費税を1%あげると2兆円以上増収となりますが、9兆円だと4%も上げないといけなくなります。このように公共事業による地域活性化を望むことは非常に難しい時代になっています。

そこでインバウンド施策の推進が重要になってくるわけですが、日本において本格的に観光立国関係施策

を進めたのは小泉内閣時代にビジットジャパンを掲げてからです。当時の訪日外国人は520万人でしたが、この時、倍増の1千万人を目標にしました。徐々に訪日外国人数は増えましたが、2008年のリーマンショックで翌2009年には一旦落ち込み、東日本震災の2011年にも落ち込みました。それでも2012年以降は毎年、増加をしています。2018年には3千万人を超えており、現2019年も4%増となっています。

先ほど、訪日外国人が3千万人を超えたと言いましたが、3千万人の外国人の受入れというのは国際的にいうとどの程度の数値なのか、世界観光機関（UNWTO）が集計した外国人旅行者受入数の国際比較では、2017年日本は世界で12位となっています。アジアでは、中国、タイに次いで3位となります。やはりヨーロッパ勢が上位にランクしており、フランス1位、スペイン2位、他イタリア、英国、ドイツがベスト10に入っています。

訪日外国人旅行消費額ですが、具体的にいうと宿泊費、食事代、物品購入費、国内での交通費あるいはサービス、日本の文化に触れる、例

えば、歌舞伎や能を観るといったようなことも入っています。

一人当たりの消費額ですが、およそ、一人当たり13万円から17万円、2018年では約15万円、訪日旅行者数が3千万人なので総額4兆5、189億円となっています。

なお、国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比では1位中国、2位韓国、3位台湾となっています。

4・5兆円の外国人の消費額はある意味、物品サービスが日本が輸出することに相当します。これを他の製品別輸出額と比較すると船舶は1・4兆円、造船業は日本の誇る輸出産業ですし、今も中国、韓国に続き世界3位ですが輸出額ではこの数字となっています。その他、鉄鋼3・4兆円、半導体は4・2兆円です。訪日外国人の消費額が4・5兆円ということで1位の自動車12・3兆円、2位の化学製品8・9兆円に次ぐ輸出産業と言えます。まさに観光は日本の経済を支えているのではないでしょう。

さて、「明日の日本を支える観光ビジョン」についてですが、政府が新たな目標値を設定しました。（資料2）2020年において、インバ

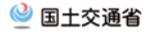
ウンド、訪日外国人旅行者数4千万人という目標を掲げています。一人当たりの消費額、現況約15万円のところを20万円と想定して、訪日外国人旅行消費額8兆円となつていきます。2030年には、オリンピック、パラリンピックの後の観光需要、あるいはIR（統合型リゾート）、カジノ開業等、それらの期待

も込めて外国人旅行者数6千万人、さらに一人当たりの消費額を25万円とし、15兆円という訪日外国人旅行消費額の目標を掲げています。

2020年訪日外国人旅行者数4千万人、消費額8兆円という高い目標が設定されたことを受けて、国土交通省としては、海事分野でも観光振興に向けて様々な取組みを加速化

2 「観光先進国の実現に向けた海事観光の戦略的推進について」とりまとめ

明日の日本を支える観光ビジョン 新たな目標値



2012年から2017年の変化

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大などの施策を実施。

	(2012年)	(2017年)
・訪日外国人旅行者数は、約3.5倍増の2869万人に	836万人	⇒ 2869万人
・訪日外国人旅行消費額は、約4倍増の4.4兆円に	1兆846億円	⇒ 4兆4,162億円

新たな目標への挑戦！

訪日外国人旅行者数	2020年：4,000万人 (2015年の約2倍)※	2030年：6,000万人 (2015年の約3倍)※
訪日外国人旅行消費額	2020年：8兆円 (2015年の2倍超)※	2030年：15兆円 (2015年の4倍超)※
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年：7,000万人泊 (2015年の3倍弱)※	2030年：1億3,000万人泊 (2015年の5倍超)※
外国人リピーター数	2020年：2,400万人 (2015年の約2倍)※	2030年：3,600万人 (2015年の約3倍)※
日本人国内旅行消費額	2020年：21兆円 (最近5年間の平均から約5%増)※	2030年：22兆円 (最近5年間の平均から約10%増)※

※ (1)内は観光ビジョン策定時である2015年時点との比較

資料2

「観光先進国」の実現に向けた海事観光推進の必要性



○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、海事観光のポテンシャルを最大限引き出し、以下の3つの視点により、重点的に取組を推進

三つの視点 ①地方誘客・消費拡大への貢献、②受入環境整備、③多様な魅力の発信強化

→ 海事観光分野において、観光先進国の実現に貢献

※取組の推進に当たり、食やレジャー等幅広い他業界を取り込んだプラットフォーム構築について検討

海事観光分野が有するポテンシャル

<p>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誘客</p> <p>フェリー 旅客船</p>	<p>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</p> <p>スーパーヨット チャーターヨット船内イメージ</p>
<p>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</p> <p>小笠原諸島 座間味島 島国日本の美しい離島へ</p>	<p>④マリナ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</p> <p>マリナクティビティ</p>

資料3

して行きます。海事観光において戦略的推進を進めるため2018年9月に「海事観光戦略実行推進本部」を設置しました。これは内部の会議なので、海事局のメンバーや観光庁がメンバーとなっていますが、いろいろな議論を行って、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ついて」を公表しました。

その中で、推進本部としてはまず、「観光先進国」の実現に向けた海事観光推進の必要性について論じています。(資料3)

1つ目に観光ビジョン、政府目標の達成に向けて海事分野としても貢献する。

2つ目、海事観光を海事分野の成長エンジンにすることです。人口減少時代において離島航路は維持するのも困難な状況です。昨年の九州、五島でフェリー会社が経営破綻しました。何とか関係者のご努力でサービス自体は立ち上がりましたが、やはり、定住人口だけに依存した離島航路の維持は困難な時代になってきています。そこで、減少する定住人口に代わり、インバウンドも含めて交流人口を増やしていくことが必要になってきます。

3つ目に海事局の進める「C t o 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ために2年前から推進しています。これは国民に広く海を知ってもらおう、海に親しんでもらおうというプロジェクトになっています。

また、個別の取組みとして、視点1では地方誘客、消費拡大を3つ挙げています。視点1では地方誘客、消費拡大への貢献ということで、具体的な例として、瀬戸内海の取組みがあります。

JR西日本と瀬戸内海汽船がタイアップし、JRの旅行商品としてレール&クルーズを販売しました。これが大変好調だったので、JR西日本と瀬戸内海汽船がゴールデンウィーク明けに新船を造ることとなりました。

また、自転車愛好者を取込むために、サイクル&クルーズを2018年から開始、しまなみ海道ルート（尾道〜生口島）で、サイクルシッブ・ラズリ2基が運航しています。

富裕層の誘致に向け、スーパーヨットの寄港を推進するには検査基準等の規制の見直しなども検討する必要があります。他にも例えば日本には飛行機で来て、その後豪華

ヨットをチャーターしたい、こういったニーズがあれば支援や環境整備等で協力していくということも必要となってきます。

また、離島へのアイランドツーリズムに関して、現行制度では生活航路を運航する事業形態との関係から、運航する航路等に一定の枠組みあり、観光航路参入のハードルが高くなっていました。そこで2018年「インバウンド船旅振興制度」を創設し、条件は有りますが、「人の運送をする不定期航路事業」では同一航路を年間30日間運航でき、さらに、「一般旅客定期航路事業」において予約状況に応じた柔軟な航路変更ができるようになりました。地元自治体が「インバウンド船旅振興」と位置付けするのであれば、新規運航することを積極的に認めましょうということです。

これを受けて新潟粟島航路の運航も始まりました。また、瀬戸内海では3年に1回「瀬戸内海国際芸術祭」を春、夏、秋の3期に行っていますが、そのイベントに合わせて島間移動の利便向上のため、3航路を創設しました。

コト消費の拡大では、マリナックティビティ関係者を、飲食業界、旅

業界、情報サイト業界等とマッチングし連携の強化を支援する、海マージ！事業では、若年層に、体験と称して無料でマリネレジャーを楽しんでもらう、他にも全国に全16ルート展開する「マリネチック街道」の認定も実施しています。

視点2の受入環境整備ですが、ストレスなく海事観光を楽しむ環境の整備を進めています。（資料4）

フェリー等に

乗船する前のストレスフリーでは、船舶の種類や航路のスケジュール、運賃や利用可能なパス、予約の必要性、クレジット決済が可能なのか等々を日本語だけでなく多言語で情報のオープンデータ化を促進する。

実施する前提として標準フォーマット・入力

ルーツの公表を

国土交通省

視点2 受入環境整備～取組の方向性・具体的取組事項の例～

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

具体的取組の例

<p>航路情報のオープンデータ化促進 【2019年4月19日公表】</p> <p>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</p> <p>フェリー・船客船事業者 コンテンツプロバイダ(CP) 標準的なフェリー・船客船情報フォーマット Googleマップ デジタルサイネージ 自動出力 多言語化された航路情報の検索が可能に 情報利用者</p>	<p>受入環境整備の現状把握・目標設定 【2019年4月23日公表】</p> <p>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策定</p> <p>(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</p> <p>フェリー船内における多言語案内の例</p> <p>日本政府観光局 (JNTO) 認定「海の駅」の普及・拡大</p> <p>JNTO認定取得例 マリネレジャーの拠点である「海の駅」のJNTO認定外国人観光案内所取得の申請促進 ふくおか・おど海の駅</p>	<p>ベストプラクティスの収集・水平展開 【2019年4月19日公表】</p> <p>旅客船、フェリー、マリナッ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</p> <p>(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</p> <p>海上通信環境の改善</p> <p>旅行者のインターネット利用環境需要に対応した海上通信環境の改善 衛星通信機器 Wi-Fi サービス整備</p>
--	---	---

資料4

するとというものです。これにより、例えば、観光地と観光地を結ぶルートを検索したときに、利用できる交通機関が一括表示され、決済システムも整っていれば、ストレスなく快適に海事観光ができるのではないのでしょうか。

乗船後のストレスフリーでは、観光情報を多言語で放送するなどの多

第20回 海事振興セミナー

言語情報提供、また、旅行先の情報・運航状況などの検索に船内WiFi環境の整備が必要となつてきます。整備目標を策定すると共に、事業者の方々に周知し、これらの実現に向けて連携して取組みたいと思います。

高齢者・障がい者等の方々もどんな旅行される時代なので、バリア

フリー、さらに進めてユニバーサルデザイン、こういったものの取組みも支援していきたいと思ひます。

視点3は多様な魅力の発信強化です。(資料5)

まず、国内旅行者向けに海事振興に係るベストプラクティス(成功事例)集を公表しています。さらに海

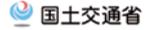
表彰制度を創設します。

また、インバウンド情報発信の強化が重要となつてきますが、外国人が日本に来る時、どのサイトを一番検索するかというと、JNTO(日本政府観光局)のサイトなので、JNTOとの連携も積極的に行つていきたいと思ひます。

「C to Seaプロジェクト」

と連携した情報発信の強化も進めるためにアンバサダー、大使としてSTU48を起用しました。STU48というのはAKBの姉妹グループで、瀬戸内海を拠点とするアイドルグループです。彼女達は船を専用劇場としているので、そういうことも含み「C to Seaプロジェクト」のアンバサダーとして起用しました。

視点3 多様な魅力の発信強化～取組の方向性・具体的取組事項の例～



取組の方向性

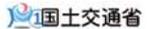
- ✓ 業界全体に海事観光推進に係る取組推進のメリットを浸透させ、機運を高めるための情報発信が必要
 - ✓ インバウンド向けには、JNTOとの連携をはじめとした積極的プロモーションが必要
 - ✓ 国内旅行者向けには、幅広い層に対し、「C to Seaプロジェクト」等と連携した情報発信強化が必要
- (※)「C to Seaプロジェクト」…海や船に触れる機会の創出と、海事・海洋に関する情報発信を行う官民一体の取組

具体的取組の例

<h4>ベストプラクティスの水平展開や表彰</h4> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・海事観光推進に係るベストプラクティスの表彰制度の創設 	<h4>「C to Seaプロジェクト」と連携した国内向け情報発信強化</h4> <ul style="list-style-type: none"> ・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 ・動画やSNSの活用などを通じたポータルサイト「海ココ」の認知度強化、コンテンツ充実 ・各種イベントにおける「C to Seaプロジェクト」アンバサダーSTU48との戦略的連携 ・「海事レポート」等における海事観光の魅力特集・発信 
<h4>インバウンド観光促進のための情報発信強化</h4> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日プロモーションに係るJNTOとの積極的連携 ・訪日外国人旅行者向け英語版ウェブサイト「Scenic Japan from the Water(船から見る日本の絶景検索サイト)」の発信強化 ・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 	

資料5

都道府県別、国・地域別外国人延べ宿泊者数構成比(2018年(速報値))



資料6

3 九州地方の観光の現状

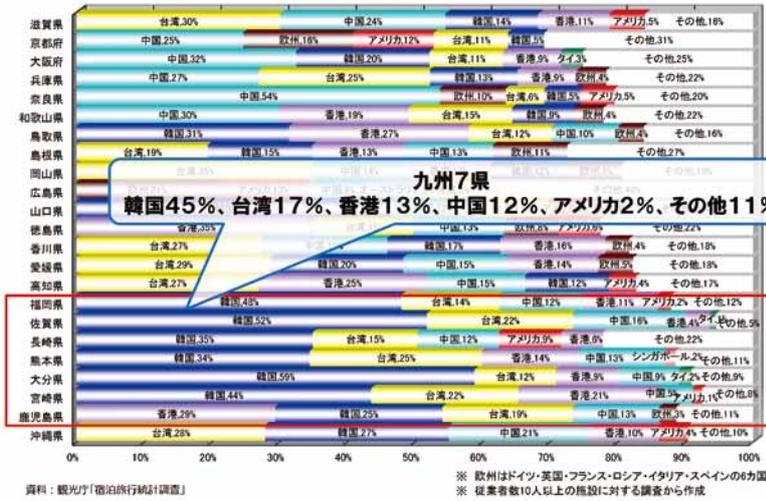
訪日外国人は3千万人に達しましたが、全国の国別訪日外国人は1位中国が約830万人、2位韓国で約750万人、3位の台湾が約470万人となっています。

九州の訪日外国人人数を見ると全国の10%以上の320万人が入国し、国別では1位が韓国で約220万人、2位台湾で約36万人、3位中国人で約23万人となっています。全国の訪日の韓国人が750万人です、その30%近くが九州に来ているということなのです。

国によって日本のどこを訪問するかは好みがあるようです。中国人は関東、中部、近畿での宿泊者数が多くなっています。成田空港や羽田空

第20回 海事振興セミナー

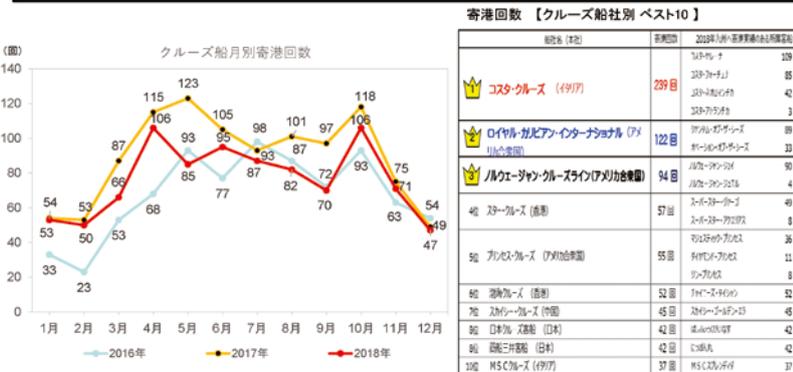
都道府県別、国・地域別外国人延べ宿泊者数構成比（2018年（速報値））国土交通省



資料 7

九州(下関を含む)へのクルーズ船の寄港状況 国土交通省

- 2018年の九州（下関港を含む）への寄港回数は、外国船社、日本船社ともに前年から減少したことにより、全体で918回となり、対前年比で14.2%の減少となった。
- クルーズ船社別の寄港回数は、コスタクルーズが239回、ロイヤル・カリビアン・インターナショナルが122回、ノルウェー・ラインが94回と外国船社が上位を占めている。



資料 8

港で入国してきて、富士山を見て中部空港、関空から出国する、もしくは逆のパターンが多くなっています。（資料6・7）

一方韓国人は九州での宿泊者数が多く、福岡県と佐賀県が半分以上です。なお、台湾人は雪を見たいというところで東北や北陸での宿泊者数が多くなっています。

都道府県別の日本人、外国人の延べ宿泊者数です。日本人の宿泊先の1位は東京で、年間の合計約4億2千万人泊、ビジネス客を含んだ数字ですが、日本の人口が1・27億人なので、一人当たり3・51泊をしています。

外国人の延べ宿泊者数は年間8千8百人泊となっていて、2018年

約3千万人が来日しているのので1人当たりの平均宿泊日数は2・9日となっています。

九州各県ですが、福岡を見ると、日本人の延べ宿泊者数は1・275万人で全国10位ですが、外国人では316万人で7位となっていて、他6県も外国人延べ宿泊者数の方が順位を上げています。

4 九州地方における海事観光の取組

まず、九州、下関も含めクルーズ船の寄港状況です。（資料8）

クルーズ船月間別寄港回数は2018年では918となり、対前年比では14・2%の減となっています。

クルーズ船社別ではトップ3がコスタ・クルーズ社、ロイヤル・カリビアン・インターナショナル社、ノルウェー・ライン社となっていて、日本のクルーズ船社では、「ぱしふいっくびいなす」と「にっぽん丸」が各々42回づつとなっています。

九州の各港を見ると日韓定期航路があるのが、博多、厳原、比田勝、下関です。2018年の年間クルーズ船寄港状況は最多で博多港が279隻、長崎港が220隻、佐世保港108隻、鹿児島港100隻と続きますが、最少では細島港の6隻となっています

余談ですが、先週、たまたまテレビで「豪華客船の世界」という番組を見たのですが、2020年は20隻以上の外国客船が来るという話があり、その内13隻は日本発着のクルーズを予定しているという紹介があ

りました。

クルーズ市場と主なクルーズ船です。

世界のクルーズマーケットは一般的に3つに分類されています。10泊以上の豪華なラグジュアリーマーケットは、リタイアされた方、あるいは記念日などで乗船される方、だいたい1泊5万円程度、日本のクルーズ会社はラグジュアリーサービスを提供していると言われています。それよりも少し安いランクがプレミアムマーケットで、7泊以上で1泊3万円程度、比較的若い年齢層の方も多いいとされています。ダイヤモンドプリンセスなどが提供しています。さらにエコノミーなのがカジュアルマーケット、3〜7泊が中心で、客船が近年、どんどん大型化している関係で、安いものでは1泊20ドル程度というようなサービスもあります。

世界のクルーズ人口は2600万人ですが、日本では訪日外国人3100万人の内、250万人がクルーズ船で来日しています。2020の年、訪日外国人旅行者数の目標4000万人の内、クルーズ船訪日外国人の目標は500万人となっています。

九州地方に寄港しているクルーズ

船の概要です。(資料9)

日本にはかつて9隻のクルーズ船がありました。現在は飛鳥II、につぼん丸、ぱしふいっくびいなすの3隻となっています。この3隻はいずれも九州に寄港していて、ラグジュアリークラスということ。ちなみに、外国のクルーズ船はカジュアルクラスと言われる船が来ています。

長崎における外航定期航路(日韓定期航路)は対馬釜山航路で韓国からの旅行客が急増し、かなり混雑してきているので、比田勝港においてターミナルの新設、入管機能の増強を行い、対応しています。

インバウンド旅客の誘客に向けた取組みでは、新宮港から北西の海上に浮かぶ相島は猫が非常に多く、しかも人にとってもなついています。普通は人が猫の方に行くと猫は逃げますが、むしろ猫が寄ってくるということです。可愛らしい猫が200匹も300匹も住んでいて、4年、5年前ですか、CNNで猫の島と紹介されたところインバウンドに注目され来島者が急増しているようです。

今日、ここに来る前に新宮漁港の方に行ってみました。韓国人のグループや、ヨーロッパの方

もいて85人の乗船客ということでした。ちなみに島民は200名位ということで、多分ほとんどが観光客ではないでしょうか。

新宮町の利促進として、外国表記のポストターやパンフレットの作成、さらに西鉄貝塚線の終着駅から新宮町へのコミュニティバスを6往復の船に合わせ、運行をしているということ

「海上旅客航路維持・活性化支援推進本部」の取組状況についてです。九州運輸局との取組ということ。海上旅客船の航路維持、活性化のために何をしているのかということ、1つ紹介します。

島原〜三池航路は有明海を横断し、福岡〜長崎の陸路に比べて距離

九州地方に寄港しているクルーズ船の概要		
<p>郵船クルーズ</p> <p>飛鳥II (ラグジュアリークラス)</p>  <p>就航: 2006年3月(建造1990年7月) 総トン数: 50,142トン 乗客数: 872名、客室数: 436室</p>	<p>商船三井客船</p> <p>につぼん丸 (ラグジュアリークラス)</p>  <p>就航: 1990年9月 総トン数: 22,472トン 乗客数: 524名、客室数: 202室</p>	<p>日本クルーズ客船</p> <p>ぱしふいっくびいなす (ラグジュアリークラス)</p>  <p>就航: 1998年4月 総トン数: 26,594トン 乗客数: 620名、客室数: 238室</p>
<p>ノルウェー・クルーズライン(米国)</p> <p>ノルウェー・ジョイ (カジュアルクラス)</p>  <p>就航: 2017年 全長: 335m 総トン数: 167,725トン 乗客数: 3,804名、客室数: 1,902室</p>	<p>ロイヤル・カリビアン・インターナショナル(米国)</p> <p>クアンタム・オブ・ザ・シーズ (カジュアルクラス)</p>  <p>就航: 2014年11月 全長: 348m 総トン数: 168,666トン 乗客数: 4,180名、客室数: 2,090室</p>	<p>コスタ・クルーズ(イタリア)</p> <p>コスタ・ネオロマンチカ (カジュアルクラス)</p>  <p>就航: 1993年11月(2012年改装) 全長: 220.6m 総トン数: 57,150トン 乗客数: 1,800名、客室数: 789室</p>

資料9

的・時間的優位となつていますが、グーグルマップでは表示されていませんでした。そこで、九州運輸局の支援推進本部では、航路運航情報の経路を検索サービス会社に提供するための支援を実施し、検索画面に表示されるようになりました。この結果、2019年のゴールデンウィークの利用者が、前年比35%増

ふくおか・マリノア海の駅を紹介



ふくおか・マリノア海の駅とは

福岡市西区にある九州最大のマリーナ、「西福岡マリーナマリノア」にある「ふくおか・マリノア海の駅」です。平成17年9月15日、九州運輸局管内で最初に登録された海の駅の一つです。博多湾の玄関口として、また、マリンレジャーのメッカとして多くのビジターボートや、海外からのプレジャーボートが係留されています。

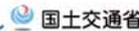
「ふくおか・マリノア海の駅」には、外国語の堪能なスタッフが常駐しており、国内外のビジターボートに対応できます。

名称：ふくおか・マリノア海の駅(西福岡マリーナ)
 場所：福岡市西区小戸2丁目11番1号
 ビジター利用数：30ftサイズであれば、20隻まで係留可能
 60ftサイズまで係留可能
 設備：給油、給水、給電、シャワールームなど



資料 10

九州の海の駅を活用した取り組み～九州UMI(うみ)アカデミーの開催～



九州UMI(うみ)アカデミーとは

「(U)海に(M)みんなで(O)行こう」を合言葉に、平成23年から、毎年、福岡県マリンスポーツ実行委員会(任意団体)が中心となり開催。小学生とその保護者を対象とし、マリンスポーツや海洋学習を通して、海が「誰でも、気軽に、安心して、楽しめる」フィールドであることを感じてもらうことができる体験型のプログラムです。

海の駅を活用した九州UMIアカデミーの展開

「ふくおか・おど海の駅」、「ふくおか・マリノア海の駅」、「しんもじ海の駅」、「べっふ海の駅」において、海に親しむための「ディンギーヨット体験」、「キッズ船長体験」、「シーカヤック教室」、「マリーナ見学」を含めた教室を開催。参加した多くの親子に好評を得ています。



資料 11

となりました。そこに来て初めて情報を知るといふことでは乗船する人数は限られてしまいますので、前もってネット検索でアクセスができるということ、現況のネット社会では非常に重要であり、効果的であると思います。

海の駅ですが、道の駅はご存じかと思いますが、その海版でヨット、クルーザーで来てもらい、マリ

ンレジャーを楽しむ、あるいは美しい眺めを見つるぐ、飲食や休憩をする、お土産を買ってもらう。そのような機能をもったマリーナ、漁港を国土交通省で「海の駅」と認定しています。現在169ヶ所が海の駅として認定されており、九州には26の海の駅があります。

例えば福岡市小戸の「ふくおか・おどヨットハーバー海の駅」に隣接する、九州最大の海の駅「ふくおか・マリノア海の駅」では外国人も多く来るといふことで、外国語堪能のスタッフが常駐しています(資料10)。また、大人だけではなく、親子とも楽しんでもらうというこ

海「海の駅」を使って「UMIアカデミー」という親子向けのマリンスポーツ体験教室にも力を入れていきます。(資料11) ディンギーヨットやシーカヤック体験といったメニューもあるといふことで、子供達にも大変好評だと聞いています。

このような海の駅を含むプレジャーボートのモデルルートを「マリンチック街道」と認定するという事業も行っていて、全国に16のマリンチック街道があり、九州では福岡、長崎、天草といった3ルートが選定されています。

5 海事振興

「海の日」行事というものを国土交通省海事局は運輸局と連携しながら取り組んでいます。

海洋立国日本における海の日由来や意義を周知するために、「海と日本プロジェクト」を内閣府、国交省、日本財団の共催で行っています。2015年から開始し、東京港・晴美客船ターミナルでの総合開会式に続き、船舶の一般公開、操船シミュレーター体験などのイベントを実施していますが、1万人くらいの参加者があるようです。一方、地

第20回 海事振興セミナー

方で行うイベントとしては「海フェスタ」があり、2018年は新潟で開催、2019年は秋篠宮殿下・妃殿下をお迎えし、静岡市で開催しました。

国民の海離れは深刻となっていて、特に世代が若くなるほど海を知らないという方が多くなっています。そこで、先ほどもお話ししましたが、

姉妹グループとは異なり、船に専用劇場を持ちたいと思っていました。が、船舶についての知識がなく困っていました。一方我々は「C to Sea」で誰か発信力がある人たちがいないのかと探していて、タイミングよく双方の求めるものが合致し連携に至りました。海や船の発信のため、STU48にはメ

アンバサダー-STU48との連携(C to Seaプロジェクト)

国土交通省

STU48:「瀬戸内SeToUchi」エリアを本拠地とし「1つの海、7つの県」を股にかけるAKB48グループ初の広域アイドルグループ

○多様な分野における海・船の魅力発信



小型船舶操縦者免許取得
(ジャパンインターナショナルポートショー、2018.3.8)



「きたかみ」運水式見学・発信
(三菱重工業株下関造船所、2018.7.4)



自動車専用船見学・発信
(晴海 海の日イベント、2018.7.16)

○日本初の劇場船「STU48号」改造工程の戦略的発信(2019年4月16日就役)



福田朱里さんが改造工事を見学・発信
(JIMU神岡島工場、2018.11)



海ココSNSで改造工事の様子を発信
(2018.11~)



STU48号就役式及びセレモニーに
藤田国土交通審議官が出席(2019.4.16)

資料 12

2017年夏から「C to Seaプロジェクト」と銘打って情報発信を強化しています。まずは「C to Sea」というキャッチフレーズの啓発グッズの作成、そしてSTU48をアンバサダーで任命しました。また、2018年4月から「海ココ」というSNSの発信も開始しています。(資料12)

メンバーの中から数人来てもらいイベントや見学会に参加するなど、様々な活動をしてもらっています。日本初の劇場船「STU48号」が2019年竣工、RORO船を改造し、母港は広島県の宇品港で4月16日に就役を行いました。改造工事の様子も海ココSNSで発信し、より多くの人々に海への関心を深めてもらうようPRに努めています。

海事観光についてお話してきましたが、島国である日本には多くの離島航路があります。島民にとって離島航路は重要な生活航路となっています。居住人口が少なくなっていく中、その航路維持が大変難しい時代になってきました。しかしその一方で多くのインバウンドが日本に来ています。航路維持のためにもその人達をいかに交流人口に取込んでいくのか、海事観光と銘打ってインバウンドをターゲットに、船に乗りたくなる環境を整備できればと思っています。海事局は各運輸局と共に、新しい取組みを模索している地域や事業者と連携しながら海事観光を含め、様々な海事振興を推進していきたいと考えています。引き続きのご協力をどうぞお願い致します。



本日はご清聴ありがとうございました。