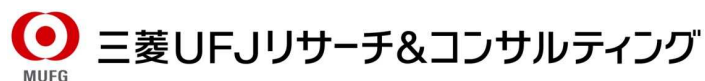


交通利用の利便性に関する方策・事例の紹介



目 次

- I. 受入環境としての周遊チケットの必要性
- II. 中部圏における取組事例
- III. 先行事例の紹介
- IV. 交通利用利便性向上へのポイント

I 受入環境としての周遊チケットの必要性

中華圏マーケットが求める受入環境サービス①(中国)

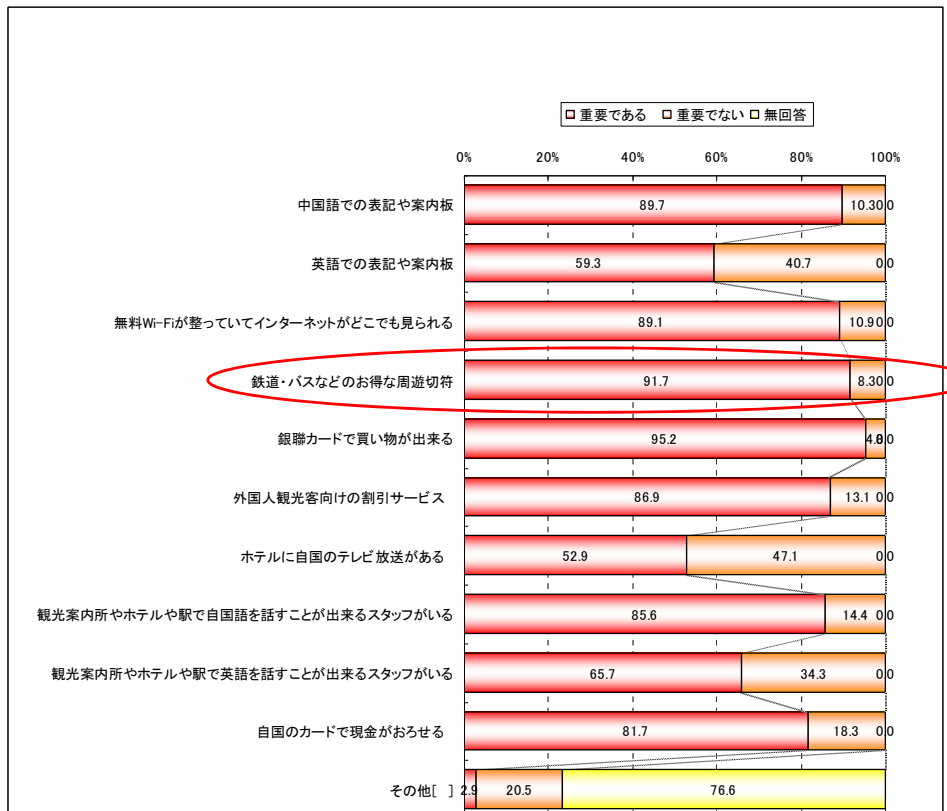
中国人が求める受入環境サービス

(2013.3実施)

インターネットアンケートより)

対象: 中国人312人

(北京、上海、広州各104)



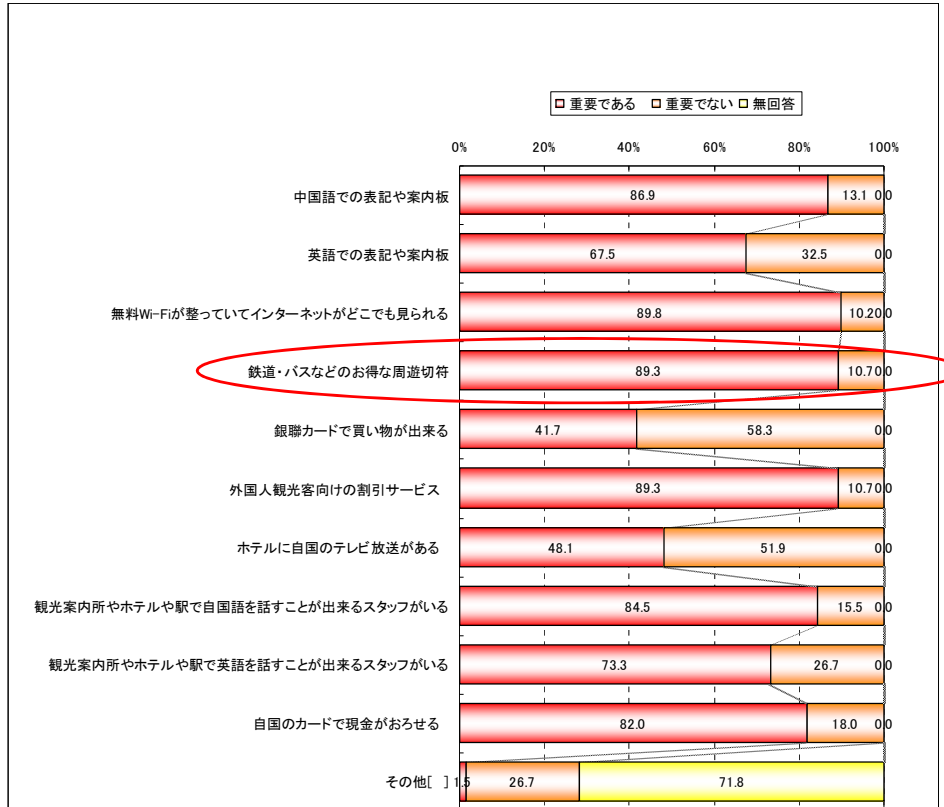
中華圏マーケットが求める受入環境サービス②(台湾)

台湾人が求める受入環境サービス

(2013.3実施:

インターネットアンケートより)

対象: 台湾人206人



中華圏マーケットが求める受入環境サービス③(香港)

香港人が求める受入環境サービス

(2013.3実施:

インターネットアンケートより)

対象: 香港人104人



Ⅱ 中部圏における取組み事例

- ① しずおか1dayパス
- ② メーグル1DAYチケット
- ③ 伊勢・鳥羽・志摩スーパーパスポート“まわりゃんせ”
- ④ KINTETSU RAIL PASS
- ⑤ KINTETSU RAIL PASS wide
- ⑥ 信州飛騨アルプスワイドフリーパスポート
- ⑦ 大阪いっ得切符
- ⑧ 立山黒部アルペンきっぷ

① しずおか1dayパス

- 主な内容: 静鉄電車・バス1日フリー乗車券
- 導入時期: 2010年7月17日(土)より
- 運営主体: 静岡鉄道株式会社/しずてつジャストライン株式会社
- 料金体系: 大人2,000円・小人1,000円(1枚につき1名のみ有効)
- 利用期間: 全日(券面のスタンプ押印日のみ有効、1日限り何度でも利用可)
※利用日の3ヶ月前から購入可能
- 運行エリア: <電車> 静岡鉄道全線の乗降可能(新静岡ー新清水)
<バス> 富士山静岡空港アクセスバス2路線
(JR静岡駅/JR清水駅から片道600円区間内全線)
※適用区間を越えて利用する場合は差額運賃の支払い
- 多言語対応状況: 英語、韓国語
- 販売窓口: <バス> 新静岡バス案内所、静岡駅前案内所、清水駅前案内所
<電車> 新静岡駅、新清水駅窓口
<富士山静岡空港> 旅行会社団体受付カウンター
<旅行代理店> 韓国国内“旅行博士”各窓口
- 付加サービス: 日本平ロープウェイの料金半額
- その他: モデルコースあり

乗車券(表面)



乗車券(中面)



(出所)しずてつジャストライン株式会社ホームページ

② メーグル1DAYチケット

- 主な内容: 市内をめぐる「なごや観光ルートバスメーグル」専用一日乗車券
- 運行事業者: 名古屋市交通局
- 料金体系: 大人 500円 小人 250円(1枚につき1名のみ有効)
- 利用期間: 火曜～日曜(当日限り何度でも利用可)
- 運行時間: 土・日・休日/20～30分に1本運行 平日/30分～1時間に1本運行
- 運行エリア: なごや観光ルートバス「メーグル」の運行ルート
(名古屋駅→産業技術記念館→ノリタケの森→名古屋城→徳川園・徳川美術館・蓬左文庫→文化の道二葉館→市政資料館南→名古屋テレビ塔→広小路栄→広小路伏見→名古屋城→ノリタケの森→産業技術記念館→名古屋駅)
(出所)メーグルホームページ
- 販売窓口: メーグルバス車内、オアシス21iセンター、金山観光案内所、主な旅行会社等
- 付加サービス: 観光施設の入館料割引、なごやグルメ&お土産店舗での特典つき
- その他: バスの乗車自体は、交通局発行のドニチエコきっぷ・一日乗車券、交通系ICカード「mana」等、市発行の福祉乗車券(敬老パス等)でも乗車できる。



③ 伊勢・鳥羽・志摩スーパーパスポート“まわりゃんせ”

- 主な内容: 松阪、伊勢、鳥羽、志摩エリアまでの往復乗車券と特別急行券がセットされた企画きっぷ
- 導入時期: 西暦2002年9月より(毎年度発売)
- 運営主体: 近畿日本鉄道株式会社
- 料金体系: 大人(中学生以上) 9,500円・小人(小学生) 5,200円
- 発売期間: 平成26年3月31日(月)まで
- 利用期間: 平成26年5月3日(土・祝)まで ※年末年始も利用可
※利用期間中で乗車開始日から4日間有効
- セット内容: ①近鉄発駅からフリー区間(松阪～賢島間)までの往復乗車券と往復特急券(引換券)
②フリー区間(松阪～賢島間)の近鉄電車が乗り放題
③松阪・伊勢・鳥羽・志摩地域の三重交通バス・鳥羽市かもめバスが乗り放題
④鳥羽市営定期船・志摩マリンレジャーあご湾定期船が乗り放題
⑤松阪・伊勢・鳥羽・志摩にある29の観光施設に入場・入館できる
⑥伊勢神宮内宮⇄伊勢志摩近鉄リゾートホテル間直行バス「パールシャトル」に乗車できる(事前予約制)
⑦手荷物無料配送サービス付(指定宿泊施設にお泊りの場合に限る)
⑧その他“まわりゃんせ”の呈示で様々な特典あり
⑨“まわりゃんせ”利用者専用の観光タクシー利用可能(別途5,300円)
- 販売窓口: 近鉄主要駅(伊勢中川以西・以北の特急券うりばのある駅)、阪神三宮駅
大阪市営地下鉄 新大阪駅、梅田駅の市営交通案内コーナー
全国の主な旅行会社(近畿日本ツーリスト・JTB・日本旅行各グループほか)



(出所)近畿日本鉄道ホームページ

④ KINTETSU RAIL PASS

- 主な内容:外国から日本に観光目的で訪れる方のみが購入できる特別な乗車券
 - 1.短期滞在で観光目的の外国人旅行客の方
 - 2.日本人で、外国に居住している人
(居住している国に永住権をもっている場合、日本国外に居住する外国人と結婚している場合)
- 運営主体:近畿日本鉄道株式会社
- 料金体系:大人(12歳以上)3,700円・小人(6歳~12歳未満)1,850円 ※6歳未満は無料
- 利用期間:利用期間中で、乗車開始日から5日間有効
- 運行エリア:近鉄電車の全エリア乗り放題(観光特急「しまかぜ」、デラックスカー、サロンカー、ロープウェイは利用不可)
※近鉄特急引換券3枚付
- 多言語対応状況:英語、韓国語、中国語
- 販売窓口:<海外>韓国、台湾、香港、アメリカの指定旅行会社
※日本に発つ前に指定旅行会社で「KINTETSU RAIL PASS」の引換証を購入
<国内>関西国際空港内の関西エアポートエージェンシー
※日本入国後、購入時に指定された場所で「KINTETSU RAIL PASS」と交換。

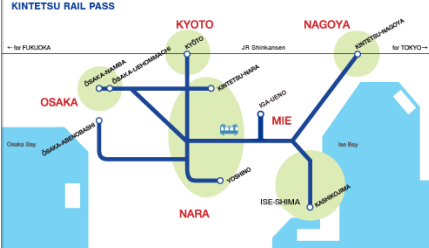
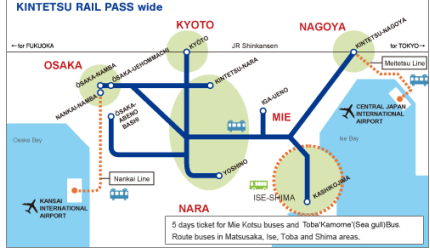
⑤ KINTETSU RAIL PASS wide

- 主な内容:外国から日本に観光目的で訪れる方のみが購入できる特別な乗車券
 - 1.短期滞在で観光目的の外国人旅行客の方
 - 2.日本人で、外国に居住している人
(居住している国に永住権をもっている場合、日本国外に居住する外国人と結婚している場合)
- 運営主体:近畿日本鉄道株式会社
- 料金体系:5,700円(子供料金の設定なし) ※6歳未満は無料
- 利用期間:利用期間中で、乗車開始日から5日間有効
- 運行エリア:近鉄電車の全エリア乗り放題
(観光特急「しまかぜ」、デラックスカー、サロンカー、ロープウェイは利用不可) ※近鉄特急引換券3枚付
- 多言語対応状況:英語、韓国語、中国語
- 販売窓口:<海外>韓国、台湾、香港、アメリカ、シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア
<国内>関西国際空港内の関西エアポートエージェンシー、中部国際空港内の名鉄トラベルプラザ
- 付加サービス:①関西国際空港または中部国際空港から近鉄電車までのアクセス券付き
(南海電車、名鉄電車)
②近鉄電車全線・伊賀鉄道全線・伊勢志摩エリアの三重交通バス・鳥羽市かもめバスの乗降フリー(バス利用可能エリア内では、何度でもご自由に乗り降り可)
③近鉄エリアの観光施設優待券10枚付き



(出所)近畿日本鉄道ホームページ

※参考 KINTETSU RAIL PASS と KINTETSU RAIL PASS wideの比較

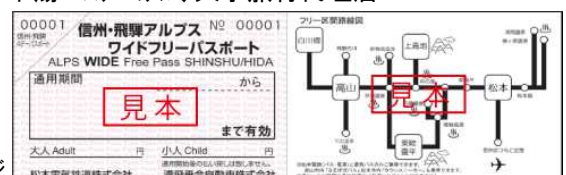
	KINTETSU RAIL PASS ¥3,700	KINTETSU RAIL PASS wide ¥5,700
近鉄電車・伊賀鉄道全線 5日間乗車フリー	●	●
近鉄特急3回乗車券付 ※観光特急「しまかぜ」、デラックスカー、サロンカーは利用不可	●	●
伊勢志摩エリアの三重交通バス・ 鳥羽市かもめバス 5日間乗車フリー	—	●
空港から近鉄電車までの 往復アクセス券付	—	●
観光施設優待券×10枚付	—	●
利用可能エリアマップ		

(出所) 近畿日本鉄道ホームページ

⑥ 信州・飛騨アルプスワイドフリーパスポート

- 主な内容: 観光地として絶大な人気を誇る上高地と、3000m級の山々が連なる乗鞍を中心に、さらには城下町信州まつもと、白川郷や飛騨高山を網羅した4日間何度でも乗り放題のフリーきっぷ
- 導入時期: 2010年4月1日～(通年販売)
- 運営主体: アルピコ交通株式会社、濃飛乗合自動車株式会社
- 料金体系: 大人 10,000円・小人 5,000円(身障者割引あり・小人料金と同額)
- 利用期間: 通用開始日から4日間
- 運行エリア
 - ①アルピコ交通 ●上高地線電車、●上高地線バス(松本・新島々～上高地)●乗鞍線・白骨温泉線、●シャトルバス(上高地、乗鞍)、●乗鞍高原周遊バス、【松本市内線】浅間線、美ヶ原温泉線、タウンズニーカー、空港朝日線(空港まで)
 - ②濃飛バス ●平湯新穂高線、●シャトルバス(上高地・乗鞍)、●白川郷線、●特急バス松本ー高山線、松本ー新穂高線、●【高山市内線】さるぼぼバス/まちなみバス、●高山ー下呂線、●高山ー古川線
- 多言語対応状況: 英語パンフレットあり
- 販売窓口: 松本バスターミナル、新島々駅、高山バスター、下呂バスター、上高地バスターミナル、乗鞍高原観光センター乗車券窓口、白川郷観光案内所、平湯バスターミナル、大手旅行代理店

(出所) アルピコ交通ホームページ



⑦ 大阪いっ得切符

- 主な内容: 長野、松本、茅野からの高速バスアルペン号の往復割引券に100円プラスするだけで、大阪市交通局の1日乗車券(地下鉄・ニュートラム・バスが乗り放題)がついてくるお得なセット券
- 運営主体: アルピコ交通株式会社、阪急バス株式会社、大阪市交通局
- 料金体系: 長野発 11,100円、松本発 10,100円、茅野発10,100円
※往復料金 いずれも大人のみ
- 発売期間: 2012年10月1日～2013年3月31日(有効期間は2013年4月30日まで)
- 運行エリア: 高速アルペン号ルート及び大阪市交通局管内
- 販売窓口: 長野発: 長野駅前総合案内所、長野営業所
松本発: 松本バスターミナル、松本インター前案内所
茅野発: 上諏訪駅前案内所、茅野駅前案内所
- 付加サービス: 大阪市内※30カ所の観光施設で入場料などが割引となる提示割引特典つき
※【海の時空館】…2013年3月10日(閉館)
【海遊館】 …2013年3月12日をもって終了(営業は引き続き行っています。)
- その他: 利用の際は、電話またはインターネットにて高速バス「アルペン号」大阪線の予約が必要



(出所) アルピコ交通ホームページ

⑧ 立山黒部アルペンきっぷ

2013年3月20日現在

- 主な内容: 「立山黒部アルペンルート」をロープウェイやトリーバスなどを乗り継いで通り抜ける周遊型のきっぷ
- 利用時期: 立山黒部アルペンルートの営業期間中
- 運営主体: 東海旅客鉄道株式会社
- 料金体系: ①ひだコース【Aタイプ】大人 20,130～26,230円、小人 10,110円～13,310円
【Bタイプ】大人18,090円～24,190円、小人9,090円～12,290円
②しらさぎコース【Aタイプ】大人 23,130円、小人 11,610円【Bタイプ】大人 21,090円、小人 10,590円
③京都市内発(北陸線・中央線経由タイプ)大人 24,880円、小人 12,330円
大阪市内発(北陸線・中央線経由タイプ)大人 25,980円、小人12,880円
④京都市内発(北陸線往復タイプ)大人22,580円、小人11,180円
大阪市内発(北陸線往復タイプ)大人23,580円、小人11,680円
- 有効期間: 8日間有効
※設定期間: 平成25年4月16日(火)～11月30日(土) ※4月27日～5月6日、8月11日～20日は利用不可
※発売期間: 平成25年4月1日(月)～11月23日(土・祝)
- 運行エリア: 各地区からのJR往復+フリーエリア(富山～信濃大町間)
- 販売窓口: アルペンきっぷ出発地周辺のJRの主な駅
及び主な旅行会社の支店・営業所
- その他: JR線の特急列車の普通車指定席を利用

Ⅲ 先行事例の紹介

■ 関東地域

- ① はとバス
- ② 小田急電鉄

■ 関西地域

- ③ HANKYU TOURIST CITY PASS
- ④ KANSAI THRU PASS

■ 四国地域

- ⑤ ALL SHIKOKU Rail Pass

■ 九州地域

- ⑥ FUKUOKA TOURIST CITY PASS
 - ⑦ SUNQパス
-

Ⅲ 先行事例の紹介

- ① 「 はとバス」(関東地域)



1. はとバス外国語ツアーの概要

- 導入時期: (英語)1950年より英語対応、定期観光ツアーは1952年より催行
(中国語)2005年より催行
- 運営主体: 株式会社はとバス
- 料金体系: ツアーごとに異なるが、原則として「おとな」「子ども」の二段階料金設定
- 運行エリア: 原則として東京エリア(中国語ツアーの一部で富士・箱根エリア有)
- 多言語対応状況: 添乗員は英語または中国語
自動ガイドナビシステム<ツアートレーサー>
..... 韓国語、中国語、スペイン語、日本語に対応
自動ガイドシステム<TOMODACHI>
..... 英語、中国語、韓国語、スペイン語に対応
- 販売窓口: 国内(自社メイン)
- 付加サービス: 主要宿泊施設へのピックアップサービス有
希望によってセンディングサービスも実施

2. はとバス外国語ツアーの事業スキーム

- はとバスのツアーには「定期観光」と「募集型企画旅行」の2種類ある。
 - 「定期観光」は、一般乗合旅客自動車運送事業にあたり、いわば「観光つき路線バス」。乗客1名でも運行され、外国語ツアーは自社運行。(日本人向けは一部の共同運航便を除き自社運行。)
 - 「募集型企画旅行」は、旅行業として催行するいわゆる「パッケージツアー」。予約が最少催行人員に満たない場合、中止になる可能性。
- 現在の外国語ツアーは、東京は「定期観光」。富士・箱根は「募集型企画旅行」となっている。
 - 定期観光コース名称
 - ◆ 英語: 東京スカイツリーと浅草／ダイナミック東京／東京モーニング／東京アフタヌーン
 - ◆ 英語(ツアートレーサー対応): パノラミック東京／シティラマ東京モーニング
 - ◆ 中国語: 午前半日／東京タワー・お台場／皇居・浅草と川下り／愉快的1日旅遊
 - 募集型企画旅行コース名称
 - ◆ 中国語)箱根周遊と温泉露天風呂／富士山と山中湖温泉／富士急ハイランド
- 外国語ツアーの場合、国家資格を持つ通訳ガイドによるご案内となる。
- 外国語ツアーは、二階建てバスを除き、原則として浜松町バスターミナル発である。

3. 英語ツアーの概要と運行ルート

2013年春季(3~6月パンフレット)における英語ツアー

◆ 東京スカイツリーと浅草

浜松町(13:40発)＝皇居(車窓)＝国会議事堂(車窓)＝迎賓館(車窓)＝銀座(車窓)＝秋葉原(車窓)＝浅草観音と仲見世(自由散策)＝東京スカイツリー天望デッキ(入場・展望)＝東京駅(19:20着予定)

◆ ダイナミック東京

浜松町(9:00発)＝東京タワー＝八芳園(茶の湯体験)＝椿山荘(昼食)＝皇居前(散策)＝隅田川遊覧船12橋めぐり(乗船)＝浅草観音と仲見世(散策)＝東京駅(17:10着予定)

◆ 東京モーニング

浜松町(9:00発)＝東京タワー(展望)＝皇居前(坂下門前散策/約10分程度)＝浅草観音と仲見世(散策)＝東京駅(12:20着予定)

◆ 東京アフタヌーン

浜松町(13:40発)＝世界貿易センタービル「シーサイドトップ」(展望)＝皇居前(散策)＝浅草観音と仲見世(散策)＝隅田川下り(乗船)＝東京駅(17:40着予定)

The image shows four English tour brochures from the '2013 Spring (March-June) Pamphlet'.
 1. **TOKYO SKYTREE® & Asakusa Tour**: Tokyo Skytree and Asakusa. Price: ¥6,500 (¥3,660).
 2. **DYNAMIC TOKYO**: Dynamic Tokyo. Price: ¥12,000 (¥8,000).
 3. **TOKYO MORNING**: Tokyo Morning. Price: ¥5,000 (¥2,650).
 4. **TOKYO AFTERNOON**: Tokyo Afternoon. Price: ¥5,000 (¥2,600).

(出所)はとバス「2013年春季(3~6月)パンフレット」

4. 中国語ツアーの概要と運行ルート

2013年春季(3~6月パンフレット)における中国語ツアー

■ 定期観光4コース

◆ 愉快的1日旅遊

浜松町(9:00発)＝皇居二重橋(散策)＝秋葉原(車窓)＝浅草観音と仲見世(散策・昼食)＝隅田川遊覧船12橋めぐり(乗船)＝東京タワー(展望)＝お台場パレットタウン(散策)＝東京駅(17:20着予定)

◆ 午前半日

浜松町(9:00発)＝皇居二重橋(散策)＝秋葉原(車窓)＝浅草観音と仲見世(散策)☆11:30解散

◆ 皇居・浅草と川下り

浜松町(9:00発)＝皇居二重橋(散策)＝秋葉原(車窓)＝浅草観音と仲見世(散策・昼食)＝隅田川遊覧船12橋めぐり＝浜松町(14:00着予定)

◆ 東京タワー・お台場

浜松町(14:00発)＝東京タワー＝お台場パレットタウン＝東京駅(17:20着予定)

The image shows several Chinese tour brochures from the '2013 Spring (March-June) Pamphlet'.
 1. **浅草**: Asakusa. Price: ¥1,800 (¥900).
 2. **愉快的1日旅遊**: Pleasant 1-day tour. Price: ¥8,500 (¥5,000).
 3. **午前半日**: Morning half-day. Price: ¥1,800 (¥900).
 4. **皇居・浅草と川下り**: Imperial Palace, Asakusa, and River Cruise. Price: ¥3,300 (¥1,650).
 5. **東京タワー・お台場**: Tokyo Tower and Odaiba. Price: ¥3,300 (¥1,650).
 6. **富士山と山中湖温泉**: Mount Fuji and Lake Kawaguchi Hot Springs. Price: ¥8,500 (¥4,500).
 7. **富士山五合目と山中湖温泉**: Mount Fuji 5th Station and Lake Kawaguchi Hot Springs. Price: ¥9,800 (¥7,000).

(出所)はとバス「2013年春季(3~6月)パンフレット」

4. 中国語ツアーの概要と運行ルート

2013年春期(3~6月パンフレット)における中国語ツアー

■ 募集型企画旅行3コース

◆ 富士急ハイランド

浜松町(9:00発)＝富士急ハイランド(昼食・入場券付)＝新宿駅経由＝東京駅(18:30着予定)

◆ 富士山と山中湖温泉

浜松町(9:00発)＝富士ビジターセンター(見学)＝忍野八海(散策)＝ホテルマウント富士(昼食)＝山中湖温泉(入浴)＝新宿駅経由＝東京駅(18:30着予定)

◆ 箱根周遊と温泉露天風呂

浜松町(9:00発)＝ホテル小涌園(昼食)＝箱根海賊船(箱根町～桃源台)＝箱根ロープウェイ(桃源台～大涌谷)＝大涌谷＝小涌園森の湯(入浴)＝新宿駅経由＝東京駅(19:00着予定)

5. 多言語ツアーの概要と運行ルート

- はとバスの実施する多言語ツアーには、英語添乗員＋自動ガイドナビシステム<ツアートレーサー>によるものと、日本語バスガイド＋自動ガイドシステム<TOMODACHI>によるものの2種がある。
- いずれのシステムもGPSを利用し、バスの運行に合わせたガイドが自動的にヘッドフォンに流れる。後者<TOMODACHI>は2階建てオープンバス'O Sola mio'で運用されている。

2013年春期(3~6月パンフレット)における<ツアートレーサー>利用ツアー

◆ Panoramic Tokyo

浜松町(09:00発)＝明治神宮(散策)＝国会議事堂(車窓)＝皇居東御苑＝浅草寺・仲見世＝銀座(車窓)＝シーサイドホテル芝弥生「パステル亭」＝東京湾クルーズ＝お台場＝東京駅(17:20着予定)

◆ CITYRAMA Tokyo Morning

浜松町(9:00発)＝明治神宮＝国会議事堂(車窓)＝皇居東御苑＝浅草寺・仲見世＝有楽町(銀座)(13:00着予定)



5. 多言語ツアーの概要と運行ルート

2013年春季(3~6月パンフレット)における<TOMODACHI>利用ツアー

- ◆ Tokyo パノラマドライブ(4便/日)
東京駅=日比谷公園=霞ヶ関=国会議事堂=東京タワー=レインボーブリッジ=お台場=築地=銀座=東京駅
※すべて車窓見学
- ◆ ベストビュードライブ 東京スカイツリー(6便/日)
東京駅=首都高速=浅草雷門=隅田川(言問橋)=東京スカイツリー=日本橋=浅草橋問屋街=東京駅
※すべて車窓見学
- ◆ 東京摩天楼(5便/日)
新宿駅=新宿高層ビル群=東京都庁=代々木公園=表参道=青山=迎賓館=四谷見附=新宿駅
※すべて車窓見学

いずれも2階建てオープンバス
'O Sola mio
で運行



2階建てオープンバス'O Sola mio 運行ルート



(出所)はとバス「2013年春季(3~6月)パンフレット」
(注釈)「東京さくら回廊」「極まるTOKYO夜景」は、TOMODACHIシステムは利用できない

6. はとバス外国語ツアーによる誘客効果

- 定期観光ツアー利用者約70万人のうち、外国語ツアーが占めるのは8%程度である。
 - はとバスのツアー利用者はほぼ個人旅行者。そのため、直前での申し込みというのも多くなっている。
 - 現時点では、英語ツアーの方が利用者は圧倒的に多く、中国語ツアーも中国本土からの利用者は少ない。
 - 中国語ツアーの利用者は、香港人・中国人4割、台湾人3割、東南アジア華僑3割という感覚。
 - 留学生が日本を知るための手軽な手段として、はとバス外国語ツアーを利用することはよくあるようだ。
 - 日本人が乗る例も少なくない。文法、単語、発音がわかりやすく、観光案内での言い回しの勉強になるとのこと。
- 正統派の観光ツアーに需要がある。
 - 以前は、日本人には人気のある体験型やまち歩きなどを組み込んだ新しい旅行形態のツアーも試してみたが、外国人向けの場合、正統派の観光旅行の方がニーズがあった。
- 中国人旅行者は順調に増加していた。東日本大震災で急減したが、ピークシーズンは変わらず訪日者も多い。
 - 中国語ツアーの利用者は順調に増加して7千人台まで達したが、東日本大震災後、半数くらいまで急減した。その後、8割くらいまでは回復してきており、予想よりは早いペース。国慶節などピークシーズンは変わりなく利用者がある。
 - これらの特徴は、主要顧客が個人旅行者であることが影響している可能性もあり、全てにあてはまるものではない。

7. 導入後の課題や今後の展開について

■ 課題点や留意点

- 中国語ツアーというと買い物目的ツアーを想像されてしまうが、はとバスでは、真の観光目的のツアーとして取り組んでいる。そのため、ショッピングセンターやアウトレットモールに寄るようなツアーはないことが特徴である。
- 団体旅行客とやや異なり、個人旅行客には正統派の訪日観光を楽しみたい人々が多い。そのため、特に食事は、中国人旅行客に喜ばれるよう水準の高いものを提供する配慮を行っている。
- 中国人以外の訪日客も今後は増加すると考えられ、やはり食事はポイントになる。これとも関連するが、中期的にはイスラム教徒やヒンドゥー教徒なども増加すると見込まれ、これら宗教への対応は重要になってくると考えられる。

■ 今後の展開・計画

- 訪日外国人は、今後も増加が見込まれる。これまで通り、はとバスならではの高いホスピタリティでお迎えしていく。

■ 事例総括

戦後まもなくから外国人向けツアーに取り組んできた老舗中の老舗であり、日本人向けツアーで発揮されてきたホスピタリティは外国人向けでも有効。東京観光で、外国人に日本の魅力を知らしめている。

Ⅲ 先行事例の紹介

② 「 小田急電鉄」(関東地域)

きょう、ロマンスカーで。



1. 小田急電鉄における取組の背景

■ グループ事業ビジョン「Value Up 小田急」

- 小田急電鉄の路線網は副都心・新宿を起点に小田原まで結ぶ小田原線のほか、湘南に至る江ノ島線、多摩ニュータウンに至る多摩線の3路線で構成されており、営業キロ120.5km(全70駅)となっている。
- 沿線人口は増加傾向にあるが、鉄道利用者のベースとなる通勤・通学者(定期利用者)だけでなく、新宿エリア、箱根エリア、江の島・鎌倉エリアという国内有数の集客力が高い地域をつないでいることから、これらをウェルカムエリアと位置づけ、国内外からの誘客を強化するとしている。



新宿、箱根、江の島・鎌倉をウェルカムエリアと位置付け、国内外からの誘客を強化するほか、沿線の居住エリアを7つのエリアに分け、エリアコンセプトに基づきグループ各社協働で、事業を推進します。

ウェルカムエリア

- ★新宿エリア
- ★箱根エリア
- ★江の島・鎌倉エリア

居住エリア

- 代々木エリア ●世田谷エリア ●川崎エリア ●町田・県央エリア
- 県西エリア ●多摩エリア ●湘南エリア

(出所) 小田急電鉄株式会社「ODAKYU 会社要覧 2012」

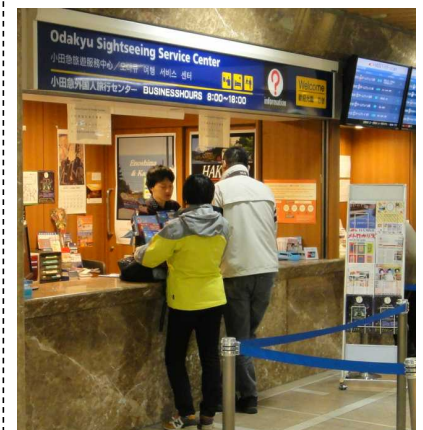
2. 小田急外国人旅行センター

■ 訪日旅行者専用案内所「小田急外国人旅行センター」の設置

- 鉄道事業者初の取組として、訪日旅行者専用案内所を設置しており、新宿の利用者は累計50万人を超えた。

小田急外国人旅行センター

- 開設時期: 西暦1999年8月開設(新宿)
西暦2010年4月開設(小田原)
- 運営主体: 小田急電鉄
- 多言語対応状況: 英語(常駐)、中国語、韓国語 など
- 販売窓口機能: 乗車券・ロマンスカー特急券、各種フリーパスの販売等
宿泊予約や旅行商品の販売は小田急トラベルと連携
- 観光案内機能: 訪日旅行者への観光・交通のご案内
JNTO認定外国人観光案内所(ビジット・ジャパン案内所)
新宿: カテゴリー2 小田原: カテゴリー1
- 付加サービス: 新宿では銀聯カード決済を導入
- 最大年間利用者: 新宿68千人、小田原27千人



(出所) 弊社撮影

3. フリーパスの外国人利用

■ 箱根フリーパス

- 箱根フリーパスは、日本人も購入可能であり、インバウンド専用のきっぷではない。
- 外国語パンフレットを作成し、外国人旅行センター等で配付している。
- 箱根エリアは、富士山が見えること、温泉があること等から外国人からも人気。小田急外国人旅行センター利用者の約7割が箱根フリーパスを購入している。
- 小田急外国人旅行センターのほか、自動券売機でも購入できることもあり、実際に外国人がどの程度利用しているかは不明である。



(出所) 小田急電鉄「箱根フリーパスパンフレット」

3. フリーパスの外国人利用

■ FUJI HAKONE PASS

- FUJI HAKONE PASSは、富士急行、京王電鉄バスと連携して、10年ほど前から設定したインバウンド専用のフリーパスである。
- 3日間有効で料金は大人7,200円／子ども3,600円である。箱根フリーパスが3日間有効で大人5,500円／子ども1,750円なので、大人なら1,700円、子どもなら1,850円の差額となる。
- 小田急線での箱根エリアへのアクセスに加え、富士急や京王の高速バスが組み込まれたことで、富士山エリアへのイン／アウトが設定できるようになった。これは大変好評であり、ヒット商品となっている。



(出所) 小田急電鉄等「FUJI HAKONE PASSパンフレット」

3. フリーパスの外国人利用



(出所) 小田急電鉄等「FUJI HAKONE PASSパンフレット」

4. 訪日旅行者歓迎の取組

■ 小田急グループ春節キャンペーン

- 小田急グループでは、東アジアからの訪日者が増加する春節期間にあわせ、キャンペーンを実施している。平成25年は、1月20日～2月28日にかけて実施した。

新宿、箱根、江の島・鎌倉、伊東 春節キャンペーン

<新宿エリア>

- 小田急スーベニアショップ(小田急百貨店新宿店本館1階中央口前)での雑貨販売
- きらり妓演舞・記念撮影

<箱根エリア>

- 春節限定箱根フリーパスの発売(新宿駅発2日間有効)
- 桃源台ターミナルにて、日本文化に触れるさまざまな歓迎イベントを実施

<その他>

- 小田急外国人旅行センターにおいて、対象エリアで特典が受けられるスペシャルクーポンを配付
- 小田急外国人旅行センターで乗車券類を購入した外国人に対して、小田急百貨店、特急ロマンスカー車内等での無料Wi-Fiサービスの実施

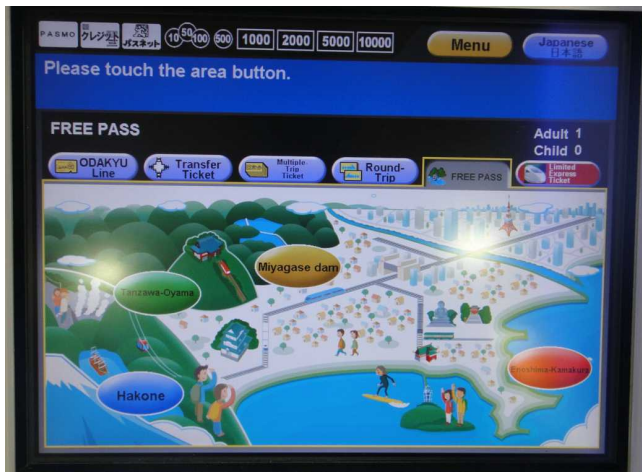


(出所) 小田急電鉄ニュースリリース(平成25年1月30日)

5. 切符や券売機の多言語化

■ 切符や券売機には英語表記

- 駅の券売機は多機能化が進んでおり、フリーパスやロマンスカー特急券等を購入する際に、英語表記に切り替えることが可能となっている。
- ロマンスカー特急券等には、券面に英語での記載もなされている。



(出所) 弊社撮影

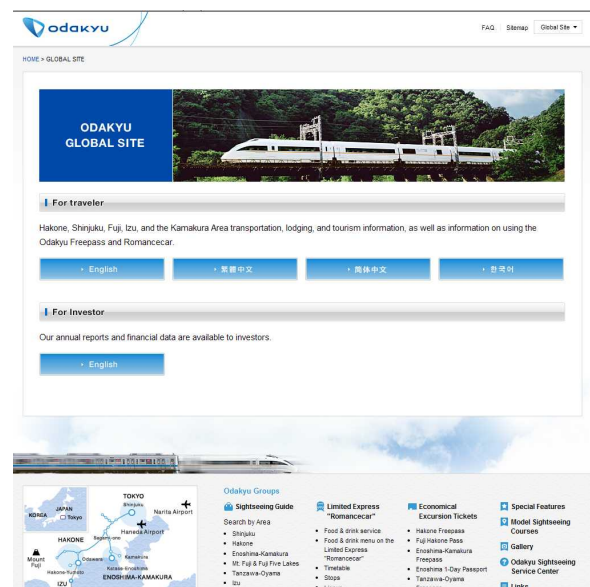


(出所) 小田急電鉄Web

6. 多言語での情報提供やコミュニケーション

■ Webの多言語化とSNSの活用

- 新宿駅の構造は非常に複雑で、わかりにくい。券売機は英語対応しているが、中国語や韓国語には対応しておらず、また多機能ゆえにはじめての観光客には扱いが難しい。
- そのような問題点に対応していくため、切符の買い方や乗り換えの仕方等をまとめたコンテンツを作成し、Web上で公開している。グローバルサイトは、英語、中国語(簡体字、繁体字)、韓国語の4言語に対応している。
- また、観光客とのコミュニケーションの精緻化のため繁体字、英語でのFacebookをはじめた。どうすれば効果がでるか等、緻密に研究を進めており、いまのところ、特に台湾からの反応が良い。



(出所) 小田急電鉄Web

7. 課題や今後の展開について

■ 課題点や留意点

- 外国人旅行者をメインに観光戦略を構築する企業・自治体もあるが、小田急電鉄では外国人旅行者の誘致は、グループビジョン達成のための数ある取組の一つと捉えている。
- 自動券売機が多機能化や、切符のIC化が進展し、留学生等で日本語が堪能な外国人も多数いることをふまえると、鉄道利用者のうち外国人利用者を把握するのは困難であるが、東京に立地する地域特性上、観光庁やJNTOが発表する訪日外国人旅客数の増減と、自社で感じる外国人増減は類似する。外国人旅行者の方々に、無数にある観光地のなかから選んでいただくためには、自社だけでなく、沿線の自治体や国などと協力して誘致に取り組む必要がある。

■ 今後の展開・計画

- グループビジョンのもと、新宿、江の島・鎌倉、箱根のウェルカムエリアを活かし、外国人旅行者を受け入れていく方針に変わりはない。

■ 事例総括

新宿、箱根等の外国人にとって魅力有るエリアを沿線に抱える強みを活かし、いち早く外国人旅行センターを設置、券売機やWebの多言語化を進めるなど、外国人旅行者のニーズに responding している。これが観光のためにアドホックに対応するのではなく、グループビジョンに沿って中期的に捉えられている点が秀逸である。

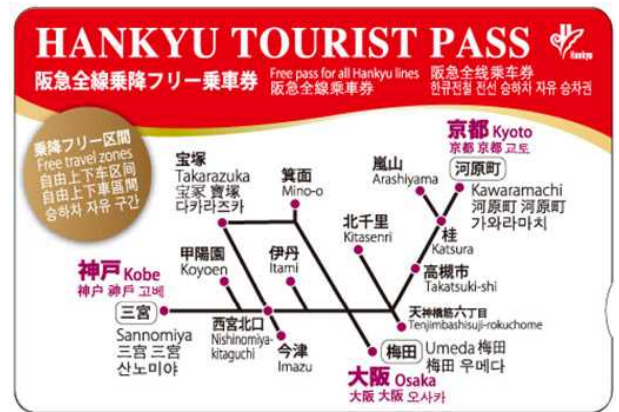
Ⅲ 先行事例の紹介

③ 「HANKYU TOURIST PASS」(関西地域)

1. HANKYU TOURIST PASSの概要

- 発売開始: 2012年6月1日
- 運営主体: 阪急阪神ホールディングス
- 料金体系: 1day: 大人700円、2day: 大人1,200円
- 運行エリア: 阪急電鉄沿線(神戸高速鉄道を除く)
- 多言語対応状況: 多言語での使用注意書、沿線ガイドブック等を添付、HPにおいてパス及び観光情報を発信(英、韓、中)
- 販売窓口:
 - 国内販売: 阪急ツーリストセンター 大阪・梅田、阪急系列の4ホテル
 - ※言語対応等が困難なため駅での販売は行っていない
 - 海外販売: 海外旅行代理店で販売
- 付加サービス: 沿線集客施設の割引クーポン

■ パスのサンプル、対象区間



■ 阪急ツーリストセンター



(出所) 阪急・阪神ホールディングス ホームページ

2. HANKYU TOURIST PASS導入の背景

- HANKYU TOURIST PASS導入の背景
 - 阪急阪神ホールディングスにおいて数年前より訪日外国人対応の取組を進めていた。
 - 阪急電鉄は「京都」「大阪」「神戸」の3都市を結んでおり、FIT向けのパスの需要が高いと考え、沿線への外国人客誘客の一環として取組むこととなった。
 - 社内の後押しもあり、2012年6月1日に導入を実現することができた。

3. HANKYU TOURIST PASSの販売戦略

- パスではなく観光情報を前面に出したPR
 - 鉄道会社がパスをつくると、どうしても「鉄道」を前面にPRしがちになる。
 - 利用者のニーズを考えると、「鉄道」よりも「京都」「大阪」「神戸」の3都市のコンテンツを全面に打ち出したほうが良いと考え、「大阪・京都・神戸黄金路線360°」というHPや冊子等を作成し、沿線の旬な情報やモデルルート情報を発信している。
- 魅力的なコンテンツづくりと海外への小まめな営業
 - 海外の旅行博等に小まめに出展し、沿線の旬な情報等をネタに現地代理店等とのコミュニケーションを深め、同時にパスの認知度向上を図っている。

3. HANKYU TOURIST PASSの販売戦略

■大阪・京都・神戸黄金路線360° HP(トップページ)



■大阪・京都・神戸黄金路線360° 冊子(モデルルート)



(出所) 阪急阪神ホールディングス ホームページ

4. HANKYU TOURIST PASSの販売実績

■ HANKYU TOURIST PASSの販売実績

- 導入当初の目標枚数を大幅に上回り、現在、阪急電鉄が販売している様々な企画乗車券の中でも上位の実績。
- パスの存在に関しては事前にHPで知り、購入する人が多い。ホテルでもかなり売れている。
- 関西国際空港のLCC誘致や台湾のオープンスカイにより訪日外国人が増加したことも追い風となった。

■ HANKYU TOURIST PASSの強みについて

- 「HANKYU TOURIST PASS」は、京都・大阪・神戸の3都市を片道30~40分で行くことができるというのが最大の強み。
- なお、パス導入で観光客が増える訳ではない。現在、日本人観光客ですらあまり訪れないエリアや2泊3日の行程に収まらないエリアでのパスの導入による同様の効果は難しいかもしれない。

■ 事例総括

- 自社の強みや訪日外国人マーケット需要を十分、捉えた上でのパスの導入
- 訪日外国人の関心を引く情報発信~パスではなく、旬な観光情報の発信を重点化等

Ⅲ 先行事例の紹介

④ 「KANSAI THRU PASS」(関西地域)

1. KANSAI THRU PASSの概要

- 導入時期: 2001年より販売開始(運用期間 約12年)
- 運営主体: 株式会社スルッとKANSAI
 - ・職員数: 約70名※
 - ※スルッとKANSAI、PiTaPa等に関わる会社全体の職員数
- 料金体系: 2dayチケット: 大人3,800円／小児1,900円
3dayチケット: 大人5,000円／小児2,500円
- 利用可能エリア: 計41社局(私鉄、私バス、公営鉄道、バス)※次頁参照
- 多言語対応状況: パス購入者全員にガイドブックを配布(英、韓、簡・繁)
- 販売窓口:
 - 国内販売: (株)スルッとKANSAIから関西国際空港トラベルデスク、南海電鉄・関西空港駅等へ販売委託(手数料支払い)。
 - 海外販売: 台湾、韓国の代理店を通じて販売。
⇒販促は「継続的な営業活動」が最も重要との認識。観光協会等と連携により、PR力強化
- 付加サービス: 寺院や博物館等、周辺施設利用割引等の実施



【参考】 KANSAI THRU PASS 利用可能エリア(2012年4月現在)



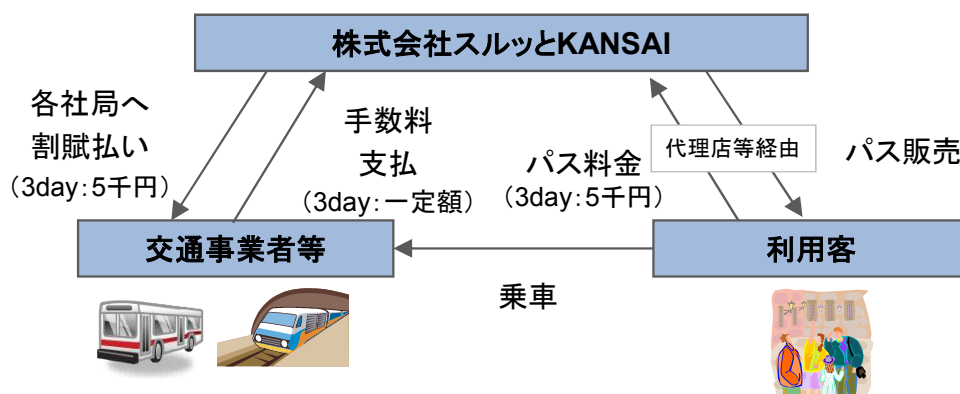
2. KANSAI THRU PASS導入の背景及び事業スキーム

■ KANSAI THRU PASS導入の背景

- 1996年3月から阪急電鉄、能勢電鉄、阪神電鉄、大阪市交通局、北大阪急行電鉄の5社局で磁気カードによる共通乗車システム「スルッとKANSAI」としてスタート。
- 2000年7月から各社業務分担方式を発展させ、専任事務局である㈱スルッとKANSAIを設立
- 急増していたアジア等の訪日観光客の利便性を高めるため、2001年より「KANSAI THRU PASS」の販売を開始

■ KANSAI THRU PASSの事業スキーム

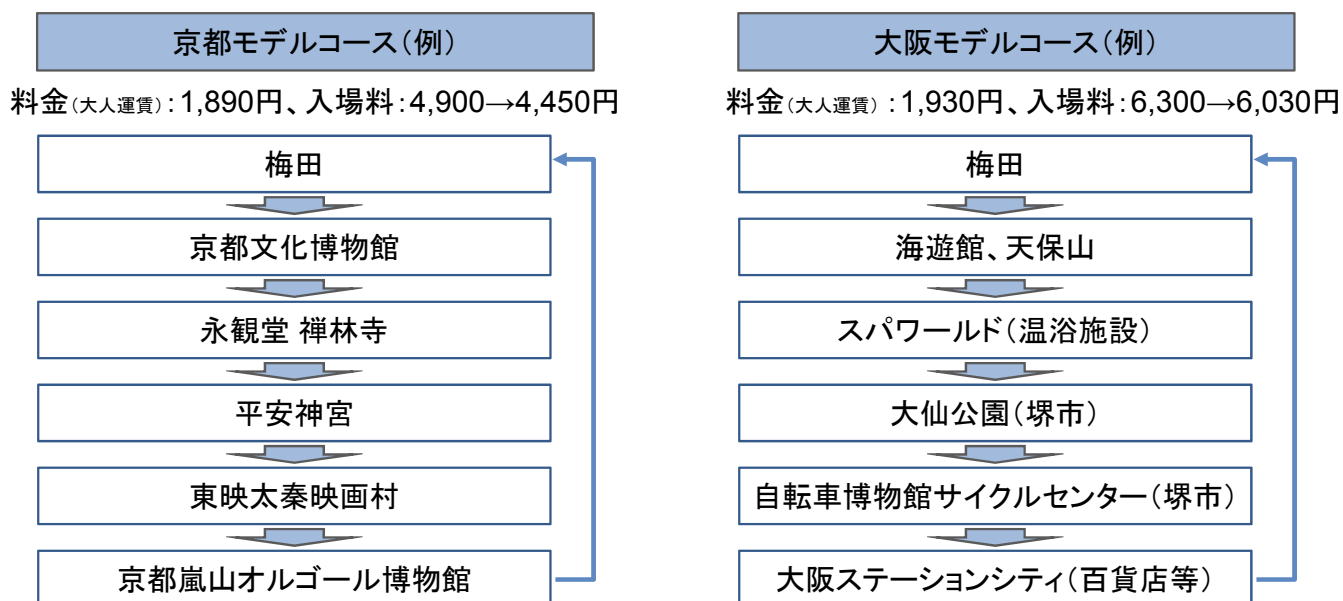
- 3dayチケット(5千円)の場合、交通事業者が㈱スルッとKANSAIへ一定の手数料を支払い



3. KANSAI THRU PASSモデルコース

■ 運行ルート／モデルコースの概要

- 大阪市内を出発地として、大阪、兵庫、京都、奈良のモデルコースを紹介



(出所)KANSAI THRU PASS Guide Book(2012年度版)

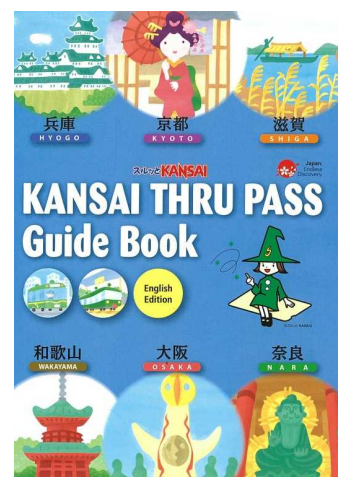
4. KANSAI THRU PASSの販売実績／導入による誘客効果

■ チケット販売実績

- 2010年度: 約11万枚→2011年度: 約7万枚(東日本大震災)→2012年度: 2010年度並みの販売実績に回復中
- 長期的にみると2001年度の開始から販売実績は着実に増加。
- 韓国、台湾の利用が大半。
- 海外での販売: 国内での販売=約6:約4。国内での販売は関西国際空港等が多い。

■ KANSAI THRU PASSによる外客誘客効果

- 約10年の取組によりパスの認知度は向上。利用者数も着実に増加。
- ガイドブックも利用促進に効果を発揮
- 磁気カードであるため、訪日外国人の細かな周遊実態については、把握できていないが、京都・大阪の利用が多く、次いで、奈良や高野山での利用が多いと思われる



5. 導入後の課題や今後の展開について

■ 事業費

- 事業費の内訳はガイドブック制作費、その他に営業費(海外博覧会出展費等)、HP運営費 等。
- 会社ではKANSAI THRU PASS以外の事業(スルッとKANSAI、PiTaPa等)にも取り組んでおり、本事業のみの人件費等は不明。

■ 課題点や留意点

- 台湾、韓国への営業ネットワークは一定、構築できているが、その他については今後の課題。

■ 今後の展開・計画

- 海外の博覧会等への出展等を通じた現地代理店等への営業活動。
- 利用者のニーズにあったサービスの提供。

■ 事例総括

- 公共／民間、鉄道／バス等、幅広い事業者の参画による訪日外国人等の交通移動の利便性向上
- 海外の博覧会等への出展等を通じた営業活動による販売促進
- ガイドブック配布、モデルコース作成、優待券等によるパスの付加価値向上

Ⅲ 先行事例の紹介

⑤ 「ALL SHIKOKU Rail Pass」(四国地域)

1. ALL SHIKOKU Rail Passの概要

- 導入時期: 2012年4月1日
- 運営主体: 鉄道各社(JR四国等)、四国ツーリズム創造機構等
- 料金体系: 右図
- 運行エリア: JR四国、土佐くろしお鉄道、阿佐海鉄道、ことでん、伊予鉄道、土佐電気鉄道
- 多言語対応状況: 四国運輸局23年度「外国人旅行者の移動容易化のための言語バリアフリー化調査事業」と連携し、4カ国語の四国公共交通マップを制作。
- 販売窓口: JR四国が「JAPAN RAIL PASS」の販売窓口を通じて販売
 - 海外での販売: 発売箇所で引換証を購入。日本入国後、引換証をパスに交換
 <発売箇所> 海外の日本航空(株)、全日本空輸(株)、(株)ジェイティービー、(株)日本旅行、近畿日本ツーリスト(株)、トップツアー(株)、(株)ジャルパックの支店等又はその会社が別に指定する旅行代理店
 <引換箇所> JR四国の旅行センター(ワープ)のうち5支店(高松、松山、徳島、高知、梅田)
 - 国内での販売: 上記引換箇所にて販売
- 付加サービス: 引換証についているクーポンにて、空港リムジンバスが割引料金で利用可能

Pass Type	2-day	3-day	4-day	5-day
Adult (age 12 and over)	6,300 yen	7,200 yen	7,900 yen	9,700 yen
Child (age 6-11)	3,150 yen	3,600 yen	3,950 yen	4,850 yen

【参考】 ALL SHIKOKU Rail Pass 運行ルート



2. ALL SHIKOKU Rail Pass導入の背景及び事業スキーム

■ ALL SHIKOKU Rail Pass導入の背景

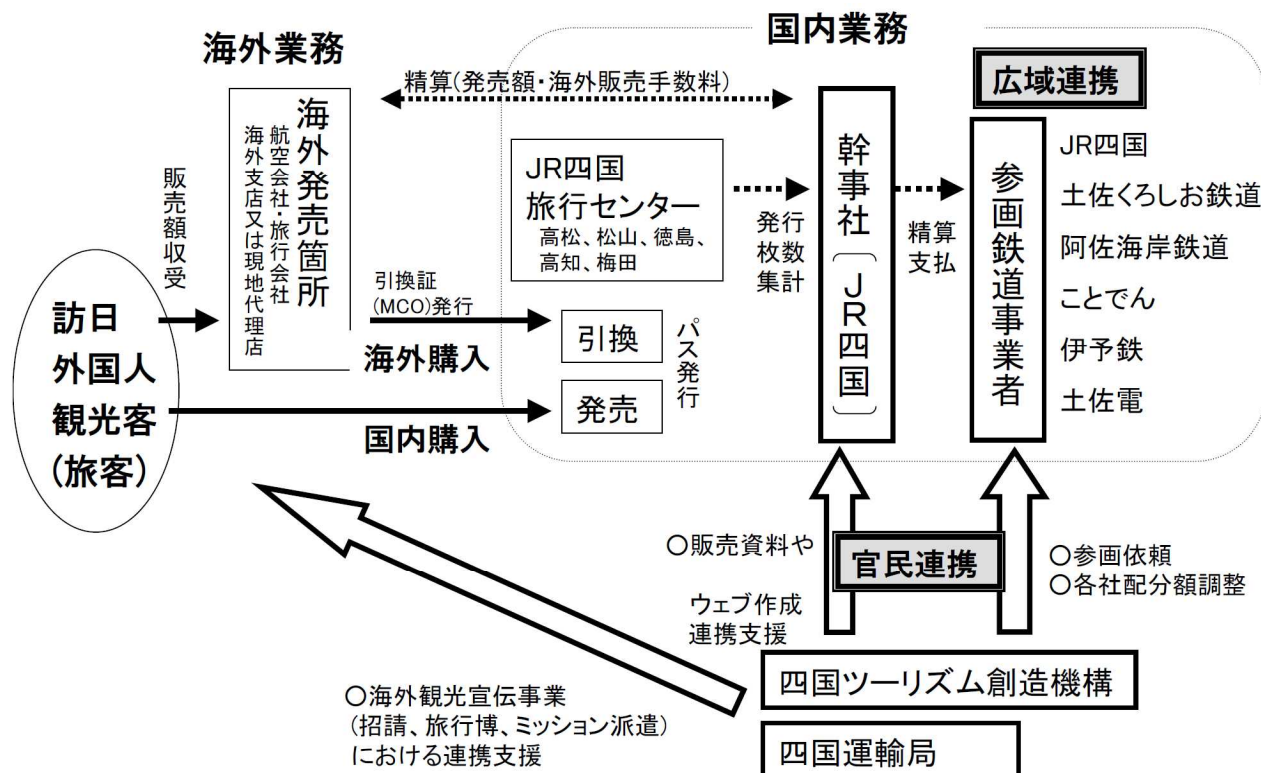
- 2011年、夏頃に四国ツーリズム創造機構の会長（JR四国社長）が、訪日外国人向けのパスを発売することを発案したのがきっかけ（会長の鶴の一声）。
- 四国ツーリズム創造機構が中心となり、四国運輸局の協力の下、鉄道各社の調整を実施。
- 2011年の夏の発案から約半年強の2012年春に実現。

⇒四国ではJRと私鉄各社があまり競合関係にないこと、JR四国が幹事社として事務作業を一手に担い、初期費用を四国ツーリズム創造機構が負担したため、私鉄各社の負担が「殆ど」なかった等が理由で、調整がスムーズに進んだ。

■ ALL SHIKOKU Rail Passの事業スキーム（スキーム図は次頁参照）

- 四国ではJR四国が各私鉄と連携した周遊パスを販売する仕組み（精算システム等）が既に存在。そのため、JR四国が幹事社となり、既存の仕組みを活用する事業スキームとした。
- 販売に関してはJRの「JAPAN RAIL PASS」の仕組みを活用。
- 海外の営業やPRについては、四国ツーリズム推進機構が実施。
- 精算に関しては、発売初年度であり利用状況等による按分設定が困難ため、現在は6社合意のもとキロ按分を適用。今後、アンケート調査により利用状況を調査し、按分方法の変更等の可能性有。

2. ALL SHIKOKU Rail Pass導入の背景及び事業スキーム

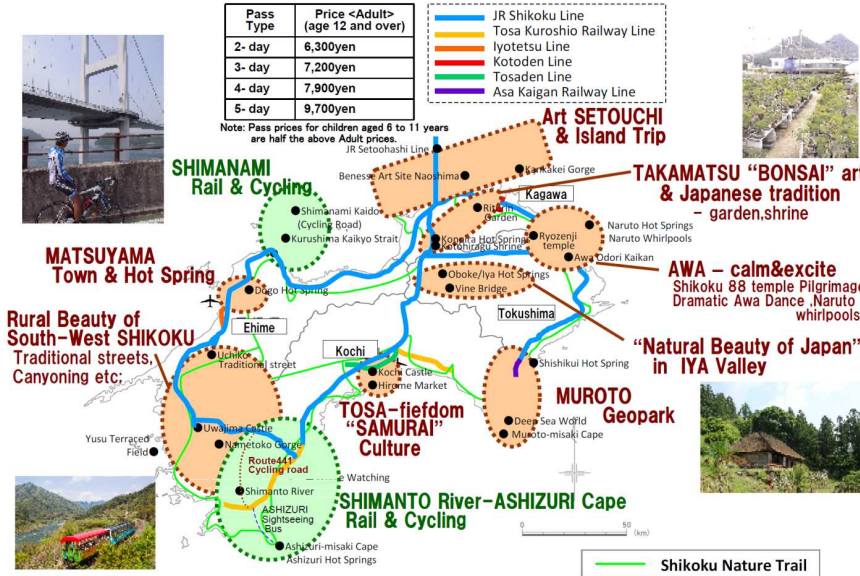


(出所) 四国旅客鉄道「外国人観光客向け四国広域鉄道パス「ALL SHIKOKU Rail Pass」について」
 (国土交通省「観光を通じた鉄道の利用促進・活性化に関する検討会」(平成24年4月17日) 説明資料)

3. ALL SHIKOKU Rail Passモデルコース

■ 運行ルート／モデルコースの概要

- 四国鉄道旅行の魅力を、「日本地方部の魅力に触れる旅」と定義し、「1,100kmの四国鉄道旅行」をコンセプトに設定。



(1)海岸部と山間部を乗り継いで、自然や素朴な生活風景に触れる「四国周遊の旅」。

- 車窓に広がる瀬戸内の島々やみかん畑を楽しみながら、個性ある伝統的町並みや活気ある市場、山深い秘境に佇む古民家を訪問。都会にはない新たな日本を発見する旅。
- サイクリング愛好者憧れの「しまなみ海道」「日本最後の清流・四万十川ライド」走破や、古民家ステイ、ラフティング、お遍路などの体験型旅行。

(2)4大都市近郊線を利用して、地域の伝統文化に触れる「都市滞在の旅」。

- 4県の中心都市である高松・松山・高知・徳島では、城や庭園、神社・寺社、祭り・伝統芸能食など特色ある地域文化が体験する旅。
- 4大都市内の宿泊施設も充実しており、都市近郊線や路面電車を利用した史跡や庭園、博物館巡りなどの滞在旅行

(出所) 四国旅客鉄道「外国人観光客向け四国広域鉄道パス「ALL SHIKOKU Rail Pass」について」
(国土交通省「観光を通じた鉄道の利用促進・活性化に関する検討会」(平成24年4月17日) 説明資料)

4. ALL SHIKOKU Rail Passの販売実績

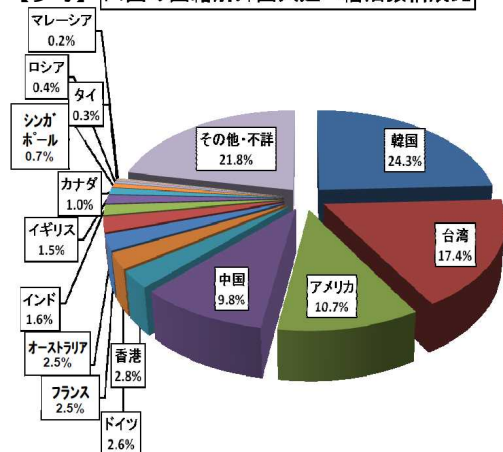
■ チケット販売実績

- 2012年度の販売目標500枚
- 現在1,200枚発売と目標を大幅に上回る。
- 販売が多いのは4日間のパス。
- 購入者の半数は台湾、次に韓国、香港が多い。
- 購入場所は海外:日本=約3:7。

■ 事業費

- 事業費は約300万円程度。

【参考】 四国の国籍別外国人延べ宿泊数構成比 (2010年)



四国パス販売目標

24年度 500枚

25年度 1,000枚

(考え方)

JR北海道「Hokkaido Rail Pass」

平成22年度販売数(見込) 16,600枚(H23.3月9日同社公表資料) —①

外国人延べ宿泊者数(観光目的が50%以上の施設)

四国 / 北海道 = 41,430人/1,718,200人 (2.4%) —②

①×② = 400枚/年

(出所) 四国旅客鉄道「外国人観光客向け四国広域鉄道パス「ALL SHIKOKU Rail Pass」について」
(国土交通省「観光を通じた鉄道の利用促進・活性化に関する検討会」(平成24年4月17日) 説明資料)

5. 導入後の課題や今後の展開について

■ 課題点や留意点

- パスの販売以前に、海外において「四国」の認知度がそもそも低いことが大きな課題

■ 今後の展開・計画

- 四国のモデルコース・遊び方の提案等、四国の認知度向上と合わせたパスの販売
- 2013年3月21日にチャイナエアラインが高松～台北線に就航。これらの就航路線等を踏まえた、効果的な販促活動(アジアマーケット中心)
- 海外販売の強化に向けた海外代理店の販売員の教育(四国の魅力を販売員から消費者に伝えてもらうことが最重要との考え)
- 二次交通(フェリー等)、宿泊・観光施設、体験プログラム(古民家ステイ等)との連携
- 訪日外国人の鉄道の利便性向上に向けたHPの充実
- 当面の目標は、販売数として存在感が出る約5千枚

■ 事例総括

○既存事業の有効活用による事業実施

- 各社との既存の精算システムの活用、JAPAN RAIL PASSの販売窓口の活用

○自らの強みと弱みを十分踏まえた戦略的な販売活動

Ⅲ 先行事例の紹介

⑥ 「FUKUOKA TOURIST CITY PASS」(九州地域)

1. FUKUOKA TOURIST CITY PASSの概要①

- 導入時期: 2012年(平成24年)9月30日より2014年(平成25年)3月31日
(社会実験のため運用期間 6ヶ月)
- 検討体制: 福岡市共通フリー乗車券導入に向けた勉強会(九州運輸局、福岡市、西日本鉄道株式会社、昭和自動車株式会社、九州旅客鉄道株式会社、福岡市交通局)
- 販売対象: 外国人旅行者(販売窓口にてパスポート確認)
- 販売価格: 800円(福岡市内)、1,300円(福岡市内+太宰府)
- 適用エリア: 福岡市内及び西鉄福岡(天神)駅～西鉄太宰府駅
- 多言語対応状況: チケット(英語・繁体字・簡体字・韓国語)
利用ガイド 日本語・英語・韓国語、日本語・繁体字・簡体字 の2種類
- 販売窓口:
国内 福岡空港発着所、博多港国際ターミナル、博多駅総合案内所 等10ヶ所
海外 韓国代理店
- 付加サービス: 窓口で提示することで、一部施設の割引等をうけることができる

1. FUKUOKA TOURIST CITY PASSの概要②

FUKUOKA TOURIST CITY PASS



スクラッチ式
利用日を削って使用

FUKUOKA TOURIST CITY PASS 利用ガイド



日本語・英語・韓国語版



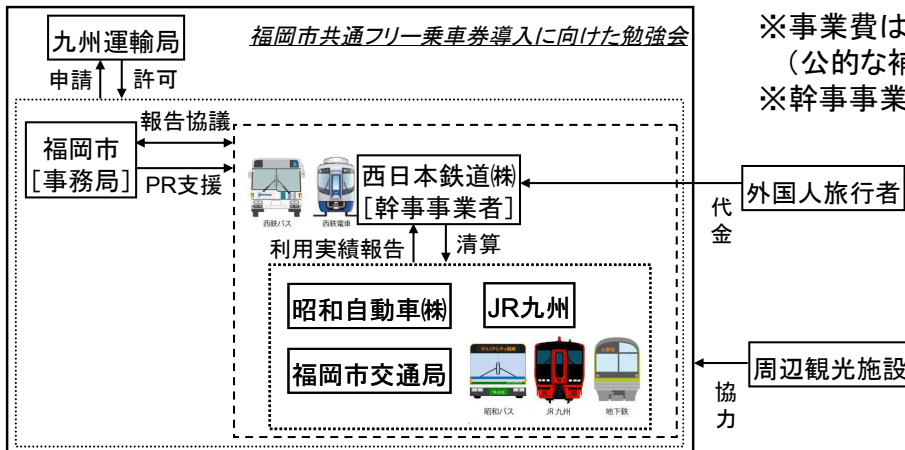
日本語・繁体字・簡体字版

2. FUKUOKA TOURIST CITY PASSの背景／スキーム

■ FUKUOKA TOURIST CITY PASS導入の背景・経緯

- 福岡市と交通事業者の協議の中で、地下鉄・バスの利用環境改善に向けた具体的施策の一つとして検討開始。
- 平成24年1月「福岡市共通フリー乗車券導入に向けた勉強会」設置
- 平成24年8月関係者間での合意・覚書の締結、九州運輸局への申請(8/27)

■ FUKUOKA TOURIST CITY PASSの事業スキーム概要



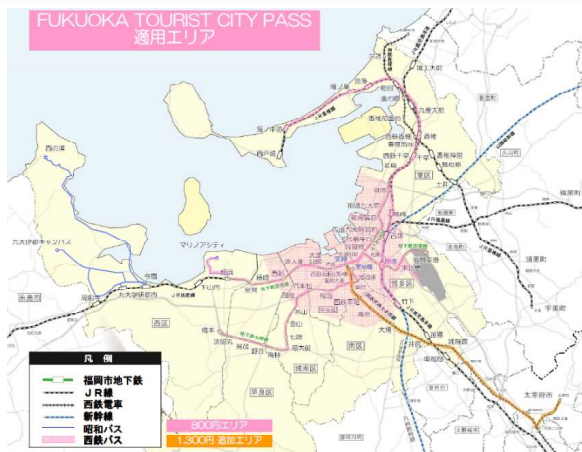
※鉄道車輛・バス車両画像は「よかなびWeb」より引用

3. FUKUOKA TOURIST CITY PASS適用エリア等

■ 適用エリア／モデルコースの概要

- エリアは福岡市内を基本とし、オプションとして太宰府までのルートを設定している。
※福岡市内:800円 + 太宰府:500円
- モデルコースは市役所観光部局が設定。参画事業者のバランスを考慮し、3コースを設定。

FUKUOKA TOURIST CITY PASS適用エリア



(出所)FUKUOKA TOURIST CITY PASS プレスリリース資料

FUKUOKA TOURIST CITY PASSモデルコース



(出所)FUKUOKA TOURIST CITY PASS プレスリリース資料

4. FUKUOKA TOURIST CITY PASSのPR／販売実績

■ FUKUOKA TOURIST CITY PASSのPR方法

- 国内: Web掲載が中心。「よかなびweb」が核(関係者HP、観光サイトからのリンク)。販売窓口へのPOP、リーフレットの設置 など
- 海外: パワーブローガー招聘、海外商談会でのPR、「FUKUOKA City Wi-Fi」との連携 など

■ これまでの販売実績

- 目標4,000枚に対し、2月末現在4,800枚の実績。韓国人旅行者の使用が約7割を占める。
- 1日あたりの販売数は直近で30枚/日強となっている。
- 800円のチケット販売が約6割を占める。



4. 導入後の課題や今後の展開について

■ 事業を通じて明らかとなった課題点等

- 外国人観光客の周遊パターンが不明なため、交通事業者間の協議により費用配分を行っている。
- 適用エリア、販売価格の検討は慎重におこなったが、路線によっては既存の周遊チケットとの競合が生じている可能性がある。
- コンベンションと連携した販促への取組みが十分行えなかった。

■ 今後の展開・計画

- 次年度以降については、現在検討中であり、できるだけ早い段階で結論をだしていきたい。

■ 事例総括

- 交通事業者が、補助金に頼らず、自立的に運営する事業スキームであり、社会実験⇒事業化への円滑な移行を視野にいたれた取組みを進めている。
- 幹事事業者が調整役となることで、バス事業者、鉄道事業者のバランスを考慮した事業計画を立案している。
- 利用者数が徐々に増加するなど、海外でのPR活動効果が現れている。

Ⅲ 先行事例の紹介

⑦ 「SUNQパス」(九州地域)

1. SUNQパスの概要①

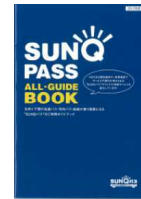
- 導入時期:2005年3月1日より(運用期間 8年0ヶ月)
- 運営主体:SUNQパス運営委員会
- 料金体系:全九州+下関 4日間:14,000円 3日間:10,000円
北部九州+下関3日間 8,000円
※韓国国内は、全九州+下関で6,000円
- 運行エリア:九州島内および山口県下関市周辺
高速バス・一般路線バスほぼ全線と一部の船舶
- 多言語対応状況:利用ガイド(韓国語)、Webサイト(英、繁、韓)、
バス車両(一部 英、繁、韓)
- 販売窓口:国内 インターネット、バス事業者窓口、旅行代理店、コンビニ
※インターネット、コンビニ、九州島外・下関以東の窓口での購入は引換券発行
海外 韓国、香港、台湾の旅行代理店へ委託販売
- 付加サービス:クーポン券+SUNQパス提示による提携施設の優待サービス(割引等)

1. SUNQパスの概要②

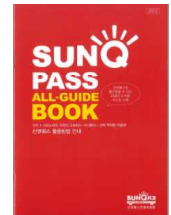
種類	全九州＋下関 [4日間]	全九州＋下関 [3日間]	北部九州＋下関 [3日間]
デザイン			
対象 エリア等	九州7県＋下関 4航路	九州7県＋下関 4航路	九州5県＋下関 3航路
価格	14,000円	10,000円	8,000円
販売窓口	<ul style="list-style-type: none"> ■参加バス事業者の主要高速バス乗車券販売窓口 ■全国主要旅行代理店窓口 ■夜行高速バス共同運行会社主要窓口 ■インターネット ■コンビニ ■韓国・香港・台湾の一部旅行代理店 		

(出所)西日本鉄道株式会社ニュースリリース(2008年5月16日)をもとに作成

利用ガイド



(日本語版)



(韓国語版)

バス車両ステッカー



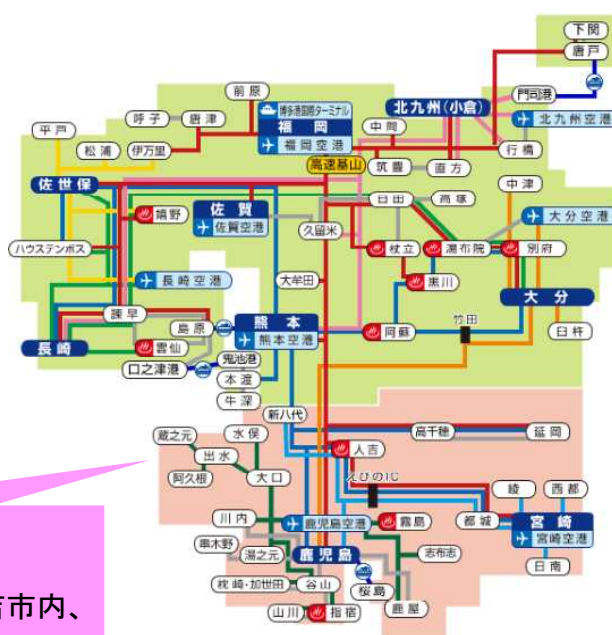
2. SUNQパス導入の背景・経緯

- 2004年度に国土交通省の実証実験として取り組んだ高速バス共同予約システムの取り組みの一環として、利用客の利便性向上等を目的に取り組みを始めた
- 2005年3月 オール九州高速バス予約システム「楽バス」運用にあわせ、九州島外からの旅行者対象に3日間フリー乗車券を6,000円で販売開始(対象路線は北部九州5県の高速バス31路線＋一部一般路線バス)
- 2005年8月 韓国国内向けに釜山－福岡を結ぶ高速船「コビー」乗車券とのセット販売開始
- 2006年4月 対象が九州島内の高速バス、一般路線バスほぼ全線に拡大され、券種が北部九州6,000円と全九州10,000円の2種類に(ともに3日間)
- 2008年6月 利用エリアを山口県下関市へ拡大、海上4航路も利用可能に券種に全九州4日間券を追加
- 2009年2月 北部九州の国内価格を8,000円に統一化し、現行の料金体系へ

3. SUNQパスの事業スキーム

- SUNQパス運営委員会には、対象路線・航路を運営する51社局が参画。
- 九州各県に幹事会社を設けている。精算幹事会社を福岡県の幹事会社である西日本鉄道株式会社が担当。(幹事会社が定期的な会合を持ち、商品評価や今後の施策検討等を行っている)
- バスの売上げ按分方法:乗務員がSUNQパス利用者をカウントし、路線ごとに集計、精算幹事会社へ実績を報告。利用実績をもとに売上げを按分し、各社へ配分する。
- 事業費:加盟各社から前年度の売上げに応じた広告費を徴収(年1回)。
- 代理店でのチケット販売手数料は5%。

4. SUNQパス適用エリア



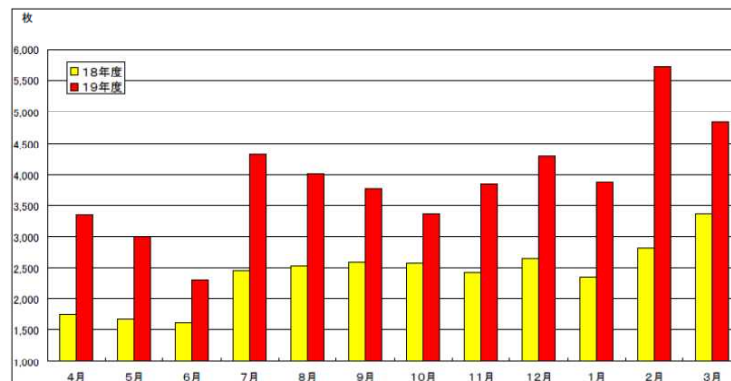
全九州のみ利用可能なエリア

● 北部九州版でも利用可能な路線
熊本～人吉線、産交バス運行路線バス(人吉市内、水俣市内、八代市内)

4. SUNQパスの販売実績等

- 2007年度(平成19年度)の4.6万枚をピークに下降傾向にあり、2011年度(平成23年度)は震災の影響もあり大きく落ち込むが、2012年度(平成24年度)は回復基調にある。
- 海外旅行者への販売は韓国向けがほとんどであり、震災時に落ち込みが見られたものの比較的安定した推移を見せている。
- 2007年度(平成19年度)は韓国国内での販促を行っており、その効果が実績に反映されていると考えられる。

SUNQパスの月別発売実績(2006年度～2007年度)



(出所)西日本鉄道株式会社ニュースリリース(2008年5月16日)

5. 導入後の課題や今後の展開について

- 課題等
 - コミュニティバスや観光路線など一部路線が適用外であり、外国人旅行者がSUNQパスの利用可能路線の確認をしたくても、バス乗務員が外国語対応できないケースがある。
 - 予約制の高速バス利用時に座席券の発行が必要となるが、そのスキームが上手く周知できていない。
 - 規制緩和によるツアーバス等の競合参入により、SUNQパスよりも割安な割引料金が適用される路線が生じ、SUNQパスの売上に影響を与えている。
- 今後の展開・計画
 - 国内外での販促活動の展開
 - 時代の変化に合わせた商品構成の検討
- 事例総括

- 幹事会社を中心とした協力関係の構築
- 定期的な見直しによる柔軟な商品の展開
- 外国人観光客の属性(韓国人観光客)に着目した商品展開

IV 交通利用利便性向上へのポイント

先行事例からみた取組みのポイント

- 訪日外国人のニーズを踏まえた戦略的な運用
 - 外国人旅行者への訴求力のある観光資源を活かしたルート・エリア設定
 - 特定の国籍にターゲットを絞った商品の展開
 - 優待チケットなどによるチケットの付加価値向上
- 積極的な販促活動の展開
 - 海外展覧会への出展や海外代理店との提携などによる積極的な営業活動
 - 観光情報の随時更新による外国人旅行者への情報発信
- 商品構成の柔軟な見直し
 - 事業者間の連絡調整を密にした運用体制の構築
- 既存システムを活用した過大な負担の抑制
 - 新たな設備投資への負担を最小限におさえた参画しやすいスキームの構築