

2016年11月30日(水)

日本人による
クルーズ振興に関する国際セミナー
“Int’l Seminar on Cruise Development for
Japanese”

基調講演

Key note Lecture

一般財団法人 運輸総合研究所
ワシントン国際問題研究所 所長
鷲頭 誠

Japan Transport Research Institute
President, Japan International Transport Institute
Makoto WASHIZU

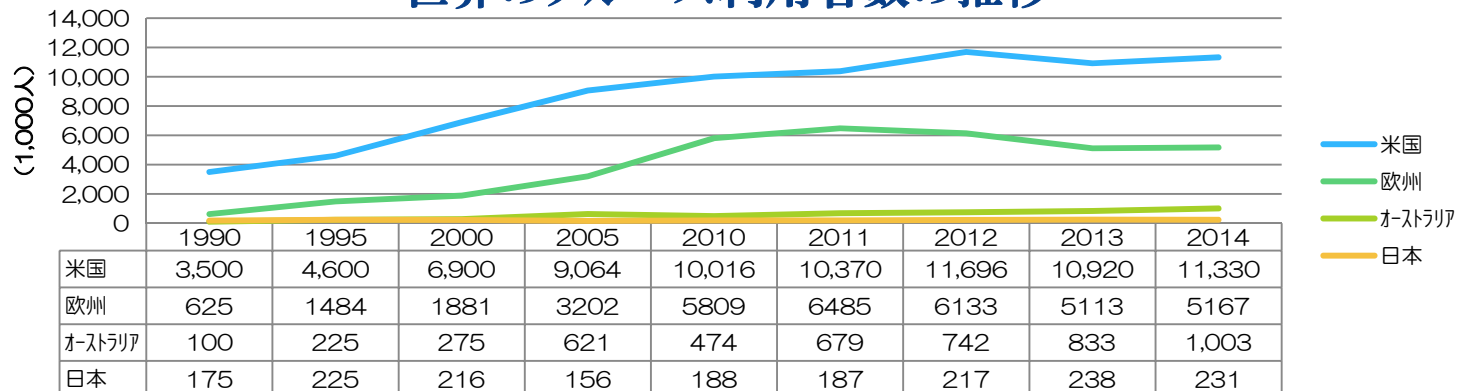
調査・研究の背景

- * 世界のクルーズ利用者は、年間2,000万人を超えている。この10年で約2倍と増加。
- * 世界のクルーズ市場の規模は約5兆円(間接効果も含めると経済波及効果は12兆円)
- * The no. of cruise passengers worldwide has doubled over the last decade to more than 20 million.
- * Market worth around ¥5 trillion in direct consumption, about ¥12 trillion in indirect effect is included.



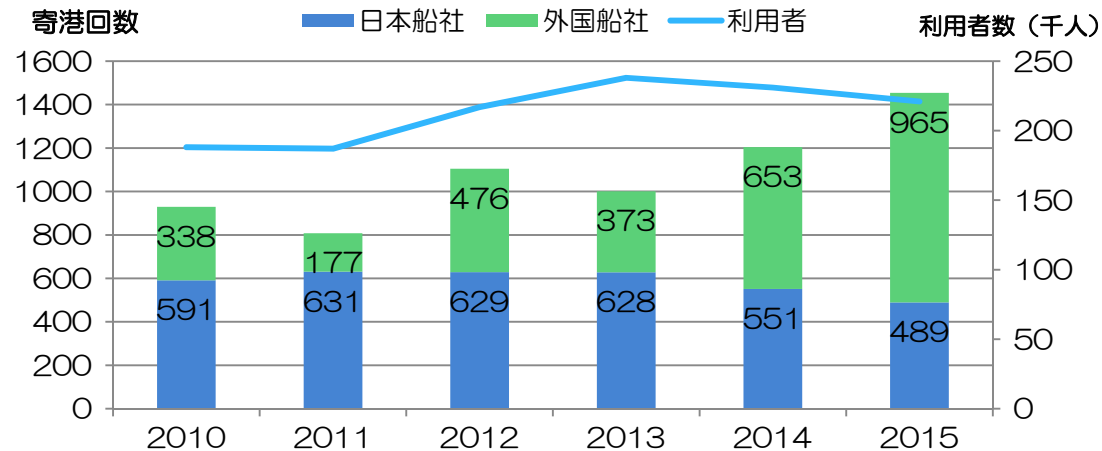
『クルーズ観光は非常に将来性のある産業』 “Cruise industry is quite promising industry”

世界のクルーズ利用者数の推移



調査・研究の背景

- * 一方、我が国では、近年、外国人の寄港は多いものの、毎年20万人程度の利用者であり、15年程は横ばい状況。
- * On the other hand, the no. of Japanese cruise passengers amounts to around 200,000 overall, that has hardly grown at all over the last 15 years.



どうすれば伸び悩んでいる日本人のクルーズ観光を振興することができるのか？

How to enhance sluggish Japanese Cruise Industry ?

日本人による我が国のクルーズ市場の振興のため、

- ①米国、ドイツ、豪州等のクルーズ先進国/地域を調査し、
- ②日本のクルーズ観光との比較を行い、

③我が国のクルーズ観光を振興するための方策を見つけ出し、提言を実施

This study examines the current state of the cruise industry in the leading markets, comparing them with cruise tourism in Japan, and offers recommendations, with the aim of promoting the industry.

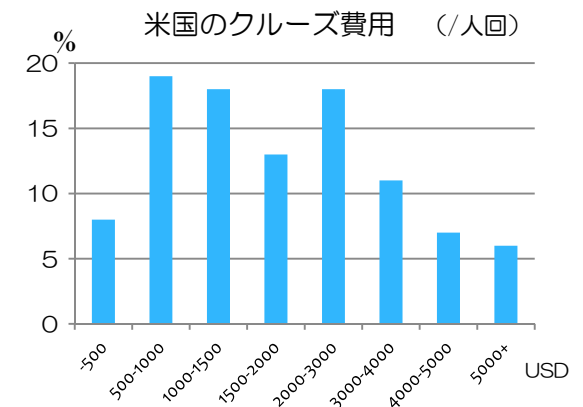
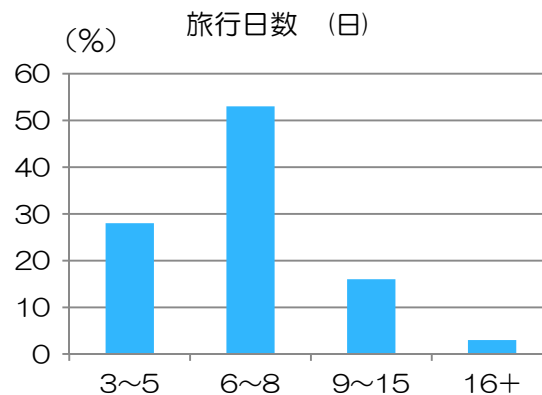
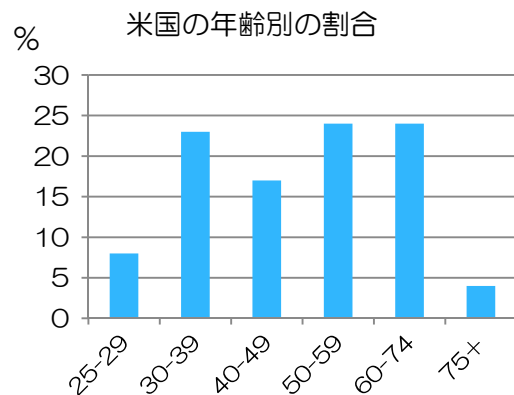
先進地域の調査結果概要

Outline of Study Findings

(1) 米国 the U.S



- * 世界最大のクルーズマーケット
- * 主要な目的地は、カリブ海、アラスカ。フロリダが主要港
- * 1970年代のTVドラマ「ラブボート」が一つの発展の契機
- * 様々な顧客に対応するため、ワインクルーズ、月食クルーズ等の細分化された商品
- * The biggest cruise market in the world.
- * Caribbean and Alaska are the principal destinations.
- * TV program “Love Boat” in 1970’s
- * A variety of products, including wine cruises and eclipse cruises.

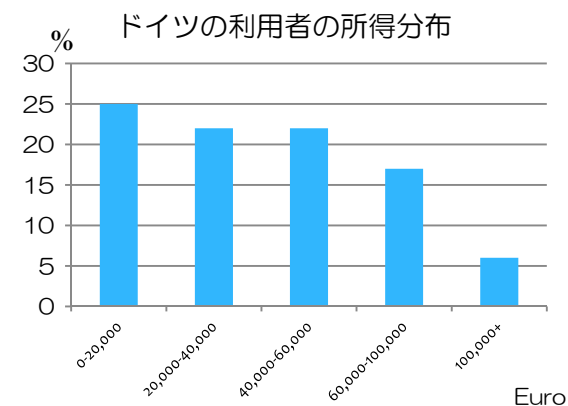
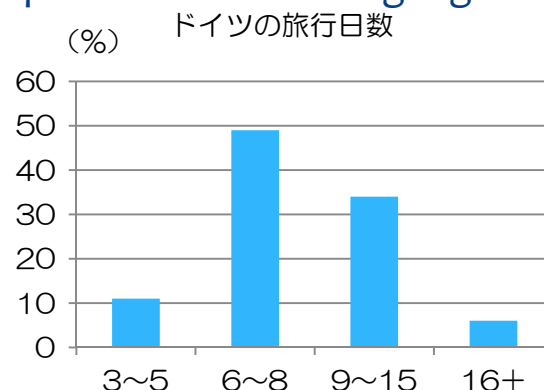
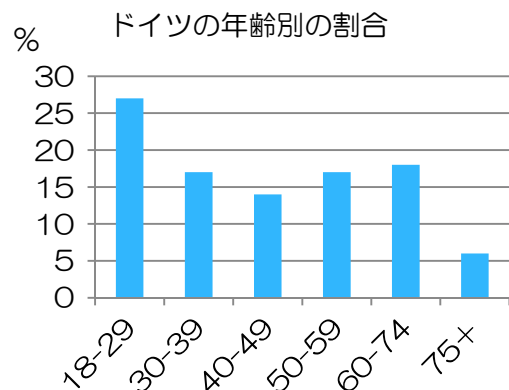


先進地域の調査結果概要

(2) ドイツ Germany



- * 旅行会社がクルーズ市場に参入し、近年、非常に利用者が拡大
- * 主要な目的地は、地中海、北海、バルト海
- * ここ数年でクルーズ事業が変化し、従来の高級、シニア層のイメージから多様な年齢層へ市場を拡大
- * 長期の有給休暇が取りやすい社会環境
- * ドイツ人利用者は船内のドイツ語サービスを好む
- * Travel agencies' emergence in cruise industry has changed considerably.
- * The Mediterranean and Baltic Sea are the principal destinations.
- * Established social right to take long holidays is beneficial to cruise industry.
- * Germans have a tendency to prefer a German-language environment on board ship.

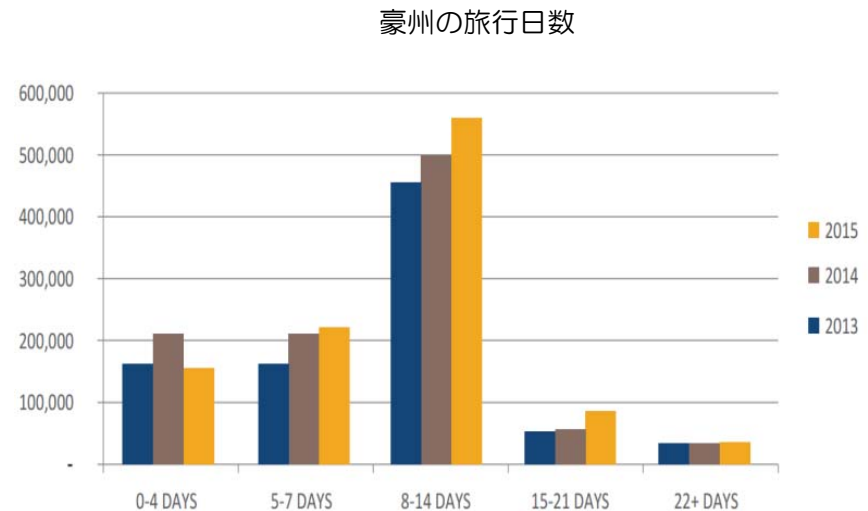
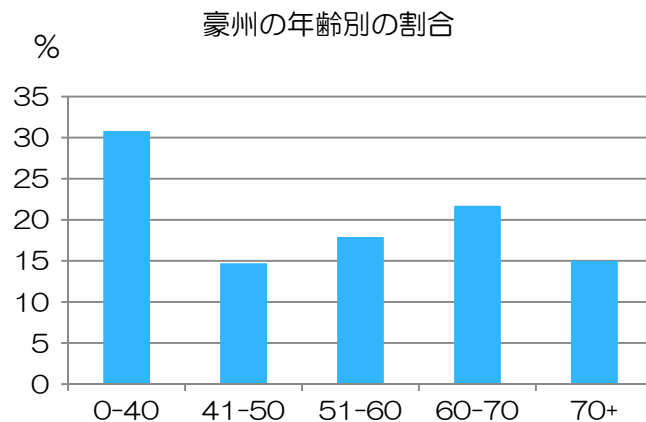


先進地域の調査結果概要

(3) 豪州 Australia



- * 利用者が、ここ15年で27万人から100万人へ急増
- * 市場拡大の理由としては、クルーズ業界が観光商品としてのクルーズの宣伝を強化。メディア、政府も関心を持つようになった
- * The no. of cruise passenger grows remarkably from 270,000 to 1 million for 15 years.
- * The cruise industry actively PR cruise sales.



先進地域の調査結果概要

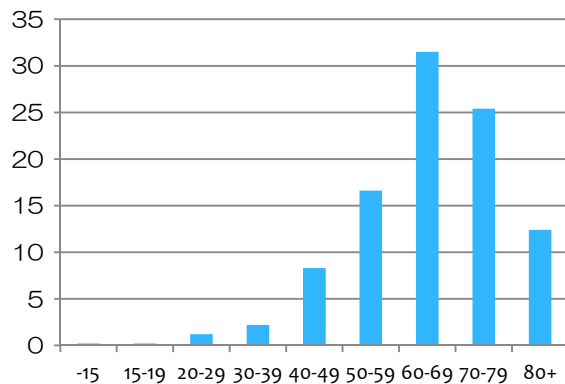
(3) 各国共通 Common to three markets

- * クルーズエリア/ルートは自国近傍のエリアを中心に展開。
- * 利用日数は3、4日から1週間程度が多い
- * 年齢構成は、若年層からシニア層まで幅広い世代
- * 費用は、2万円/泊のカジュアルクルーズが主体
- * 予約は半年~1年前の時期に旅行会社経由が多い
- * 自国籍の船舶は極めて少なく、多くは便宜置籍船
- * The cruise areas/routes focus on areas in the vicinity of that country.
- * The majority of cruise duration is between 3-4 and 1 week.
- * Passengers consist of a wide range of age brackets.
- * The majority of cruises are casual class, charging ¥20,000 per night.
- * Booking is between six months and a year in advance, via travel agents.
- * Vessels sailing under a flag of convenience account for the majority.

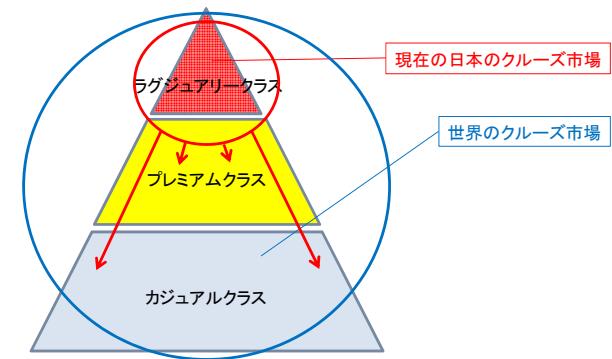
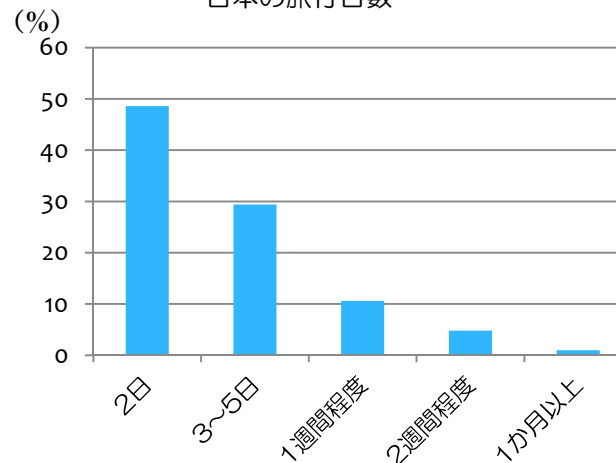
日本市場の現状と課題

- * 日本人のクルーズの太宗を担うのは3隻の日本籍船。いずれも、ラグジュアリー/プレミアクラス。
- * 冬場は台湾、オセアニア等の国外、夏場は日本国内の商品展開。
- * 利用日数は2~5泊が多い。
- * 利用者は、シニア層が中心であり、年齢構成に偏り。
- * 費用は、4~6万円/泊以上。
- * Three cruise Japanese registry ships only, with luxury/premier class.
- * In wintertime : overseas voyages such as Taiwan, Oceania, while summertime: domestic.
- * The average of trip duration: 2-5 nights .Passengers are mainly seniors.
- * Cruise fees more than ¥40,000-60,000 per night.

% 日本の年齢別の割合



(%) 日本の旅行日数

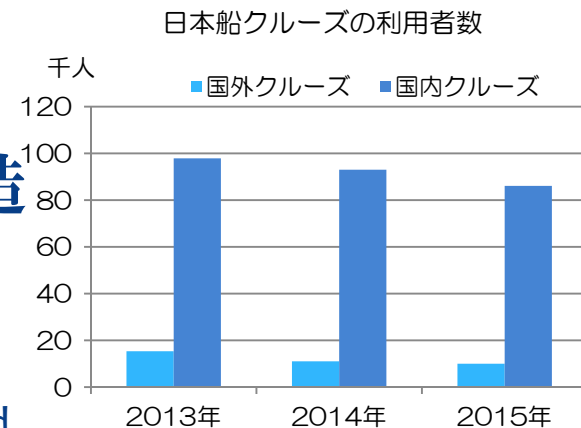


日本市場の現状と課題

- * 日本人には、クルーズのイメージとして、高級、ドレスコードやしきたり等の先入観があり、心理的なバリア。船酔いの先入観も強い。
- * 外国船の寄港(主に中国発着)が急増しているが、地元の消費活性化には繋がっているものの、日本人のクルーズ活性化には寄与していない。また、外国船の日本発着のクルーズ商品は未だに限定的。
- * Image of luxury cruise ships, requirement of western manner is psychological barrier for Japanese.
- * A large no. of Chinese cruise ships visit Japanese ports, but they do not help to promote cruise for Japanese consumers.



- * **小規模な日本の市場には、現状のままでは、今後も高価なクルーズ船を新たに建造して参入しようとする投資者は期待できず、市場の拡大が見込めない。**
- * As there will be no incentive to enter the small Japanese cruise market, the Japanese cruise market do not expand if things remain.



クルーズ振興のための提言①

① 魅力的なクルーズエリア/ルートづくり

《基本方針》

- * 世界の先進地域では、有数の観光地（エリア）とともに、エリアを結ぶクルーズルートが組み立てられている。
 - * The world's leading cruise areas have various attractive areas, enabling cruise lines to put together enjoyable routes.
- 
- * 我が国とその周辺に、カリブ海等と同様の魅力あるクルーズルート/エリアの構築が必須。
 - * 日本船、外国船が航海する多様なクルーズルートを提供。
 - * It is essential to develop Japanese cruise area/routes around Japan.
 - * Offering variety of cruise route where Japanese and foreign cruise lines.

クルーズ振興のための具体的な施策①

① 魅力的なクルーズエリア/ルートづくり

- * 国、地方自治体、旅行会社、クルーズ会社、港湾管理者、観光協会等による「クルーズ船寄港地検討会議(仮称)」を設置。
- * ビジネスとして永続させていくため、クルーズ船の受け入れから、観光、食事、ショッピング等を踏まえたDMOを設立しビジネスプランを作成。
- * 国は、テーマ性等を考慮して、日本クルーズルートを公表、認定。
⇒陸上での観光庁「広域観光周遊ルート」を参考
- * ルートに沿って、港、航路、観光地等について、ソフト・ハードのインフラ整備。
- * Establish the “Investigative Commission on Cruise Ports” among concerned parties.
- * To ensure its longevity as a business, destination marketing organizations (DMOs) should be established.
- * The central government should unveil and authorized “Japanese cruise routes”

クルーズ船寄港地検討会議(仮称)

国 地方自治体 旅行会社 クルーズ会社



モデルルートの例

クルーズ振興のための提言②

② 日本クルーズエリア/ルートの周知宣伝

《基本方針》

- * 多様なクルーズ商品の造成のため、世界の利用者・クルーズ会社に日本のクルーズエリア/ルートの周知が必要。
 - * PR and advertising of Japanese cruise routes to encourage developing cruise products
- 
- * 情報発信の効果を最大化し、アピール度の高い情報発信を様々な媒体を通じて多角的に実施。

クルーズ振興のための具体的な施策②

② 日本クルーズエリア/ルートの周知宣伝

- * まず、日本クルーズエリア/ルートを一つのブランドとしたイメージを確立。
- * 国、地方、業界が一体となり、適切な情報を発信する体制を整備。
海外ではJNTO等を活用。
- * トップセールスの活用やメディア、SNSを通じた広報活用。
(体験乗船の記事の発信、食ベログ等に似たクルーズ情報を網羅するHPの立ち上げ)
- * Establish a brand image of the Japanese cruise areas/routes.
- * Create a framework for promoting the brand.
- * Highly appealing publicity that takes advantage of top-level sales pitches and special events, including utilization of SNS.

クルーズ振興のための提言③

③ クルーズ人口の裾野の拡大

《基本方針》

- * 既存の利用者だけではなく、諸外国と同様に、家族連れ、若年層等へのクルーズ利用者の拡大を図る。
- * Broaden the base of cruise passengers including families and the younger generation



- * クルーズの既成概念を変えるプロモーションが必要。
- * 長期休暇取得のための社会環境の整備。(学校や企業)
- * 将来の利用者である若年層に対する働きかけ。
- * Promotional activities that transform stereotypical perceptions of cruises
- * Efforts to encourage people to take longer vacations
- * PR for younger generation, who will be the passengers of the future

クルーズ振興のための具体的な施策③

③ クルーズ人口の裾野の拡大

* クルーズに対する先入観の解消

* Transform stereotypical perceptions of cruises

⇒クルーズ船は揺れない、厳格なドレスコード等はない、通常の旅行と比較して、移動代、食事代も入っており安価 等

* 長期休暇の取得のため、観光庁で取り組みがされている「ポジティブオブ運動」を推進するなど、社会環境の整備促進。

* Urging employers to take a positive view of time off and encourage their staff to take a vacation

* 学校における課外活動における教育プログラムの充実

* Enhancing educational programs in schools in the extracurricular activities

•クルーズ船やフェリーを利用した現地実習の実施。


•児童/学生によるクルーズ船の入出港の歓迎行事への参加

•修学旅行へのクルーズ船の活用

クルーズ振興のための提言④

④ 日本船社・外国船社への働きかけ

《基本方針》

- * 日本クルーズエリア/ルートにおいて豊富なクルーズ商品展開が必要。
 - * Ensure that cruise ships offer a variety of cruise products
- 
- * 国内外のクルーズ会社に日本クルーズエリア/ルートを利用してもらう必要。
 - * 外国船社の日本市場への参入。
 - * 日本人の好みを取り入れた改造船や新造船を日本のクルーズ市場に投入できるように新規投資を呼び込む。
 - * Encourage Japanese and foreign cruise lines to cruise Japanese cruise area /routes
 - * Invite foreign cruise ships to Japanese market
 - * Invite new investment for shipbuilding or convert cruise ships that suit Japanese customer's taste

クルーズ振興のための具体的な施策④


④ 日本船社・外国船社への働きかけ

- * クルーズ会社からの問合せ、要望等にワンストップで一元的に対応する必要
→国、地方自治体、旅行会社等からなる「日本クルーズ振興機構」(仮称)を設立。
- * 機構は、個々のクルーズ会社に対して、日本クルーズルートに関する情報を提供し、商品造成を手助け。
- * 自治体や旅行会社によるクルーズ会社への働きかけの後押し、成功事例をDMOに周知。
- * The Japan Cruise Organization provide a centralized, one-stop service for dealing with inquiries from cruise lines
- * Provide each individual cruise line with information about special events along Japanese cruise routes encouraging to create cruise products
- * Provide examples of success more widely to DMOs

クルーズ振興のための提言⑤

⑤ 日本のクルーズマーケットの拡大

《基本方針》

- * 多様なクルーズ商品が提供・販売されることが極めて重要。
 - * 市場規模は段階的に拡大するため、数千人規模の大型クルーズ船の早期の導入は困難
 - * Increase no. and variety of cruise products is most important
 - * In the first stage, it is difficult to introduce large cruise ships
- 
- * 日本人への商品販売では、日本の旅行会社の役割が重要。
 - * 小型船を利用した多様なクルーズ商品の提供が重要。
 - * 多様な商品形成のため、旅行会社によるチャーターを促進
 - * Japanese travel companies have an important role to play
 - * Encourage charter products to enhance creating variety of cruise products, including utilizing small cruise ships

クルーズ振興のための具体的な施策

⑤ 日本のクルーズマーケットの拡大

- * 旅行会社はクルーズ商品の販売促進のため利用者への説明力を高める必要。
- * 外国船社の小型船を利用したチャーター船の活用を促進し、クルーズ商品を充実させるため、旅行会社のチャーター契約にインセンティブが働くモデル契約を関係者で検討。
- * Travel agencies should enhance ability of explaining cruise products to consumers
- * Industry representatives should consider model flexible contracts
- * Utilizing small cruise ships to promote variety of cruise products

まとめ

- * クルーズは、世界的に伸びている産業であり、我が国においても、近い将来、必ず大きな産業に成長。
- * 日本人によるクルーズ観光の振興は、①日本人の宿泊旅行の減少に歯止め、②日本の観光産業の規模拡大、③地域経済の発展、④外客誘致にも貢献。
- * 今回のセミナーを機会に、関係者においてクルーズ観光の議論が深まっていくことを期待。