

博多港はなぜ日本一のクルーズ寄港地になったのか?

— 先行研究を踏まえた考察と今後の展望 —

我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数、特に外国船社の寄港が急増し、中でも博多港は寄港回数国内最多を誇る。本稿では、港湾を中心とするクルーズ受入側での政策立案、施策展開に対して先行研究から示唆を得ることを目的に、クルーズ市場の拡大経緯とクルーズ船社・港湾の戦略に関する先行研究の成果を踏まえ、ケーススタディ的に博多港が日本一の寄港回数を誇るようになった理由を考察し、クルーズ港湾の今後の展望を述べる。博多港は上海港との地理的近接性、迅速な受入れ体制の整備等により、クルーズ船社の戦略と相俟って寄港回数が増加しており、ターミナル運営、リピーター対策等、今後の展望についても先行研究が多くの示唆を与える。

キーワード | クルーズ, 港湾, クルーズ船社, 博多港, レビュー

杉村佳寿

SUGIMURA, Yoshihisa

博士(工学) 金沢工業大学客員教授

朝岡大輔

ASAOKA, Daisuke

博士(学術) 明治大学商学部専任講師

1 はじめに

2008年から2017年の最近10年で、我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数は834回から2,764回へと増加¹⁾、特に外国クルーズ船社の寄港が急激に増加している。寄港回数上位の港湾の多くは九州、沖縄に位置し、中でも博多港は平成27年以降3年連続クルーズ船寄港回数国内最多を誇っている。ここに至るまでに、クルーズ産業を取巻く状況の変化、特にアジアクルーズ市場の成長、クルーズ船社戦略の変化、日本の観光政策の立案、港湾での受入環境の整備等があった。

クルーズ船の寄港については、寄港地では概ね歓迎されている。クルーズ旅客による上陸後の消費を始めとして、寄港が地域経済に与える影響は大きく^{2), 3)}、市民にとっても煌びやかな客船を見ること自体が楽しみであり、寄港時には地域住民挙げての歓迎イベントが催されることも珍しくない。一方で、特に寄港回数の増加やクルーズ船の大型化に伴う交通渋滞や環境負荷の増加など負の効果があることも忘れてはならない^{4) -8)}。

学術面では、クルーズに関する研究は市場の中心である米国を中心に進められてきており、1983年から2009年までの145編の先行研究をレビューしたPapathanassis and Beckmann (2011)⁹⁾を踏まえ、Wang et al. (2016)¹⁰⁾が2010年以降の研究状況をレビューしている。彼らは先行研究を地域分析、リスクマネジメント、環境問題、クルーズ船の4分野に分類し、観光マネジメントの観点からマーケティングや収入最適化に焦点を当てた研究が大部分で、クルーズ

船の寄港ルート等に関するテーマは限定的であるとしている。その理由として、クルーズ産業が観光産業市場の2%という小さいシェアであること、海上輸送の研究者は貨物を焦点としていることを挙げている。また、Wang (2014)¹¹⁾は、クルーズに関する先行研究は主に北米や欧州に焦点を当て、アジアを対象とした研究は限定的であるとしている。国内の研究状況は成実 (2015)¹²⁾が整理しており、国内ではクルーズに関する研究が進んでいないこと、先行研究はわずか10件で、うち6件が日本のクルーズ市場の問題点を論じていることを指摘している。日本クルーズ&フェリー学会論文集が2011年から刊行されている他、海運や観光を扱う学会誌等において国内でも一定の研究蓄積はあるものの、海外文献のレビューは限定的であり、現在でも世界の研究動向を十分にキャッチアップしている状況にはない。したがって、世界の先行研究をクルーズ政策や各港湾での戦略に適用する余地は十分にあり、また急成長する我が国のクルーズ寄港については実証的な研究対象にもなる。

本稿では、港湾を中心とするクルーズ受入側での政策立案、施策展開に対して先行研究から示唆を得ることを目的に、クルーズ市場の拡大経緯とクルーズ船社・港湾の戦略に関する先行研究の成果を踏まえ、ケーススタディ的に博多港が日本一の寄港回数を誇るようになった理由を考察し、クルーズ港湾の今後の展望を述べる。本稿の構成は以下の通りである。第2章では、世界のクルーズ市場を概観するとともに、クルーズ船社とクルーズ港湾の戦略や競争力について整理する。第3章では、我が国のクルーズ寄港数増大の要因となった中国のクルーズ市場を踏まえ、我が国

への寄港要因と博多港の優位性について考察する。第4章で今後の展開について述べ、第5章が本稿のまとめである。

2——世界のクルーズ市場と船社・港湾の戦略

2.1 世界のクルーズ市場の概観

近代的なクルーズ産業は1960年代後半から1970年代初頭の米国で始まり、この頃にノルウェー・ジャンクルーズライン(1966年)、ロイヤルカリビアンインターナショナル(1968年)、カーニバルクルーズライン(1972年)が設立された¹³⁾。当初はエリート層限定の活動であったクルーズ旅行を大衆向けとすることがクルーズ産業全体として目指され、大型クルーズ船の投入による規模の経済の発揮により、それが実現されていった。結果として1980年以降現在に至るまでクルーズ旅客の年平均増加率は7%を超える成長産業となった¹³⁾。クルーズ船の大型化については、1970年代に投入された1,000人乗りから現在では6,000人超の容量となり、特に近年では“big to bigger to jumbo”と称されるほどその傾向は強くなっている¹⁴⁾。それに伴い、船上の娯楽施設は充実し、クルーズ船はもはやfloating hotelからfloating resortへとシフトしている¹⁵⁾。

2017年における世界のクルーズ人口は2,670万人、国別ではアメリカ1,150万人、中国210万人、ドイツ200万人、イギリス190万人、オーストラリア130万人が上位となっている。2017年のクルーズ船の配船シェアは、カリブ海35.4%、地中海15.8%、ヨーロッパ(地中海以外)11.3%、中国6.0%、オセアニア6.0%、アジア(中国以外)4.4%、アラスカ4.3%となっている。また、クルーズ産業による経済効果は2016年で1,260億ドルとされている¹⁶⁾。クルーズ産業の市場シェアは、2000年まで北米が9割を超えていたものが、2010年には約7割となり¹⁷⁾、2016年には52.1%となっている¹⁸⁾。こうした伝統的地域である北米のシェア縮小は、アジアを中心とする新興地域の成長が背景にある。依然、人口に対するクルーズ人口の割合は北米等と比較して小さいが(北米の3%に対して、アジアは0.1%~0.2%程度¹³⁾)、それ故に今後の成長ポテンシャルを有しており、供給側の戦略も相俟って、アジアのクルーズ市場は更に成長が見込まれる¹⁹⁾。

クルーズ産業は寡占市場であり、カーニバルコーポレーション、ロイヤルカリビアンインターナショナル、ノルウェー・ジャンクルーズラインが、旅客数で48.1%、23.1%、10.4%、売上で42.4%、22.1%、12.4%というシェアを誇っている²⁰⁾。この寡占市場構造はクルーズ船一隻当たり10億ドル超という巨大な固定費用及びブランド知名度と評判効果に係る高い参入障壁に起因しており²¹⁾、事実1995年から2005年には大型クルーズ船への投資が困難となって市場からの退出、あるいは吸収合併によるクルーズ船社の統合が行

われており²¹⁾、大手クルーズ船社は今後も強い市場パワーを持ち続けると言われている²⁰⁾。市場の拡大を受けた、世界のクルーズ船の新造船計画は、2018年から2027年の10年間で121隻となっており²²⁾、世界のクルーズ船造船場がフル稼働の状態という旺盛な投資も進んでいる。以上のように、クルーズ市場、特にアジア地域での成長とクルーズ船の大型化、そして大手クルーズ船社の寡占状態は当面は続くと考えられ、クルーズ市場動向を踏まえた大手クルーズ船社の戦略が、クルーズ船の寄港を希望する港湾にとっては引き続き重要となってくるであろう。

クルーズ産業は北米や欧州、特にカリブ海と地中海という大市場を中心に発展してきたが、クルーズ船社の戦略との関係上、両市場は独立している訳ではない。需要の季節変動に対応したクルーズ船の配置が行われており、夏季にはカリブ海からアラスカに、あるいは冬季に地中海からカリブ海に配船されるクルーズ船もある¹³⁾。地域的、季節的な特性はクルーズ市場に大きく影響するため、クルーズ船社にとって、こうした配船に関する戦略的、実務的決定は長期にわたる収益性に影響する²³⁾。近年では、急成長するアジアクルーズ市場から利益を得るために、多くの大型クルーズ船がアジア地域に投入されている¹⁰⁾。アジア市場の拡大は、クルーズ船社にとって配船の選択肢が増えていることを意味し、これまで以上に各地域・港湾が相互に影響を受け合うことになる。クルーズ船を誘致する各港湾は、各地域のクルーズ需要とクルーズ船社の戦略を踏まえながら、誘致やインフラの投資戦略を立てていく必要がある。

2.2 クルーズ船社の戦略

前節でクルーズ市場の成長について述べたが、そもそもクルーズ産業は基本的に供給者主導型であり、一義的にはクルーズ船社の戦略により需要が創出される¹³⁾。これは、コンテナ船等他の船社が貿易の派生活動として活動を行っており、需要側も価格弾力的ではないこととは対照的で、クルーズ需要は相対的に価格弾力的になる。したがって、散見される出航日近くでのキャビンの割引販売は、更なる需要の創出に繋がっており¹³⁾、価格弾力的であることと整合する。

Rodrigue and Notteboom(2013)¹³⁾が指摘する通り、クルーズ船社の商品は、寄港地ではなく行程である。旅客は多くの時間を船内で過ごし、また娯楽施設を擁するクルーズ船自体が旅行の目的にもなるが、行程に含まれる寄港地は旅行者がクルーズ旅行を選択する重要な理由でもある²⁴⁾。クルーズ船社は競争的なクルーズ商品を開発しようとするが、同時に運航費用の最小化、又は旅客当たりの収入の最大化の観点からクルーズ船の配船を最適化する。配船戦略と行程設計は季節性、期間、航行と停泊時間の

バランス、必須の寄港地の存在、旅客の全体の満足といった市場の状況に加え、岸壁容量や船へのアクセシビリティ、寄港地間の距離（一般に、一晩で200マイル航行可能）といったことも考慮される¹³⁾。更に、行程設計に先立って、クルーズ船を投入する地域の市場分析が行われる。供給面では、クルーズ船の容量、競合クルーズ船社の有無、既存クルーズサービスの形態、市場構造、寄港パターン等が検討される。需要面では、当該地域の収入レベル、クルーズ旅客の人口層、潜在的な収入源、ブランドとなる寄港地の存在、旅客満足等である。市場分析ではクルーズ需要の有無だけでなく、需要の変動制や季節性も検証される¹³⁾。

クルーズ船が新たな地域に配船される際、まず母港が選ばれ、その後複数のルート候補が設計される²³⁾。クルーズ船社は、航海と寄港を通じて地域的・文化的な経験を旅客に提供できる行程を設計する¹³⁾。欧米での標準的な行程は発着港で始まり、7日で3から5の寄港地を含む。これ以上に長いクルーズも提供されているが、旅客は日程が進むにつれ消費が減るため利益は減少する傾向にあり¹³⁾。こうした点からも船社の戦略上最適な期間となる商品が多く提供されている。寄港の順番は、主に地理的な距離で決定され、全体として短い行程距離は燃料コスト節約を意味するため¹⁰⁾、寄港地同士の近接性が船社の戦略上重要となる。実際、これまでの世界のクルーズ港湾の分布を見ると、高いレベルで地域集中と寄港のクラスタリングで特徴づけられる¹³⁾。

旅客は平均的にクルーズ旅行で1,700ドルを消費し、出費の大部分は船内であり、寄港で平均100ドルを出費するとされる¹³⁾。船社にとって重要となるのは、クルーズ旅行には観光特性と輸送特性の両面が含まれる点である。クルーズ船社が商品の価格にこの両面をどれだけ反映するかが重要な戦略となるが、この点についてはNiavis and Tsiotas (2018)²⁵⁾が、地中海市場のデータを用いて実証的に分析している。観光特性としては船上の娯楽、サービスの質、旅行期間、行程を、輸送特性としては航行速度と行程の近接性を組込んでヘドニック価格分析を行い、一般的に、観光特性が価格形成に大きな影響を与え、特に船上娯楽が最も重要となること、輸送特性では行程の近接性が価格に影響することを示している。一方で、クルーズ商品の価格は個々のクルーズ船社の戦略に影響を受けることも示している。クルーズ船社は、船上のサービス提供で収入を増やすため、どのようなセグメントの需要層を対象とするかで、取るべき戦略は異なる。なお、クルーズ船大型化は、クルーズ船自体が商品の中心になる傾向が強まることを意味する。もはやクルーズ船自体がリゾートであり、商品における寄港地の意義を相対的に減少させる可能性を含んでいることには留意が必要となる²⁵⁾。

クルーズ船社の戦略と港湾との関係では、Chen and Nijicamp (2018)³⁾がクルーズ船の港湾での停泊時間について、日本での寄港データを用いて実証的に分析している。停泊時間を長くする要因は、旅客数が多いこと、前港からの距離・次港への距離が長いこと、外航クルーズ船社であること、拠点港や魅力的な寄港地であることとしている。一方で、邦船社の場合は、寄港地で長時間過ごすことを望まない日本人が旅客の大宗を占めることから停泊時間は短くなる傾向となる。なお、停泊時間は全体的に近年短くなっており、これはクルーズ船社が寄港先を増やし、商品を多様化する戦略の結果である³⁾。Wang et al. (2017)²³⁾はクルーズ船が計画期間中の利益を最大化するためのCSP (Cruise Service Planning) を提案しているが、この中で岸壁利用可能性と限界利益の逓減を組込んでいる。すなわち、需要の多いクルーズ港湾では岸壁利用に限界があること、及びクルーズには行程の新鮮さや多様性が求められるため同じ行程が繰り返されれば限界利益が逓減することを前提として、同一の行程が繰り返されるのは、行程が短く、限界利益が高い場合であることを示している。長い行程については、岸壁容量に制限があり利用可能性が低い場合選択されないが、岸壁利用可能性が高まる場合、限界利益次第で、その行程は選択される。また、岸壁を多く利用すれば、運用日数が増え利益も増えるが、限界利益の逓減を前提としているため、利益増加率は岸壁利用増加率よりも低いことも示している。

以上のように、クルーズ船社の意思決定や戦略についての研究成果も蓄積されており、こうした船社側の戦略は港湾側での戦略にも大きな示唆を与えることになる。

2.3 クルーズ港湾の戦略と競争力

クルーズ船の寄港は大きな経済効果をもたらすため、国はクルーズ産業の発展を目指し、港湾所在都市はクルーズ船の誘致を目指す。ただし、クルーズ船の港湾利用形態によって、その経済効果は異なる。

Marti (1990)²⁶⁾、Lekakou et al. (2009)²⁷⁾、London and Lohmann (2014)²⁸⁾らは、クルーズ港を、クルーズ旅行の起終点となるhome port、訪問先となるport of call、両方を兼ね備えたハイブリッド港 hybrid portに分類している。Rodrigue and Notteboom (2013)¹³⁾は、destination cruise port、gateway cruise port、balanced cruise portに分類している。また、中国では母港、発着港、寄港地に分類しているが、この分類は先の分類のhomeportをさらに分割し、起終点になるものを発着港とし、そのうち特にクルーズ船の基地機能を有する港湾を母港としているものであり、中国では発着港が12港で、うち4港が母港となっている²⁹⁾。この分類に基づく母港となることで、港湾及び地域は5つの

経済的便益を享受する。すなわち、①クルーズ旅客とクルーの出費、②クルーズ船社及び関連企業の雇用、③食糧、燃料、通信等のクルーズ船社の出費、④港湾サービスへのクルーズ船社の出費、⑤クルーズ船社の新造、修理、オフィス等への出費である¹⁴⁾。クルーズ旅客は母港では寄港地の6、7倍の出費を行うとされ²⁷⁾、発着港でも乗船前、下船後の宿泊等での出費も加わるため、寄港地と比較して経済効果は大きい。当然に、母港となるための条件は、寄港地よりも厳しく、国際拠点空港との近接性、ホテル容量、観光市場との近接性、航行上の条件（タグの利用、港湾へのアクセス、次港への距離等）、CIQ手続きの条件、船舶へのサービス供給条件（食糧、燃料、メンテナンス等）といったことが考慮される²⁴⁾、²⁸⁾。母港のターミナルでは1日1万人以上の旅客を捌く必要があるとも言われている³⁰⁾。

このように、クルーズ港の分類は、経済効果の大きい順に母港、発着港、寄港地となり、母港・発着港でありながら寄港地でもあるハイブリッド港という分類も加えるべきであろう。どのタイプのクルーズ港湾を目指していくかが、各港湾・各都市にとっての誘致戦略、港湾戦略の重要な鍵となる。一般的に新規参入地域は、投資が最小で済む寄港地をまずは目指し、成熟した港湾は母港あるいはハイブリッド港湾を目指す²⁸⁾。経済効果が大きな母港となるには、大きな投資を伴うため、クルーズ船社の戦略を踏まえた市場環境や港湾間競争の状況を見ながら、投資に見合うリターンがあるかを判断する²⁸⁾。カリブ海や地中海といったクルーズ先進地域の各港湾は二段階の競争下にあり、一つは行程に含まれるかどうか、そして母港になれるかどうかである²⁸⁾。

Gui and Russo (2011)³¹⁾が指摘する通り、クルーズ船社と港湾及び都市の連携により、寄港地観光によって追加的な収入が得られるため、またChang et al. (2016)²⁾が示す通り、インフラへの投資はクルーズ船を惹きつけ、寄港による経済便益を都市に与え得るため、各港湾・各都市はクルーズ船誘致やインフラ整備・拡張の意思決定を行うが、インフラやサービスの充実に関する投資がクルーズ港湾としての競争力に大きく影響する。例えば、Sun et al. (2014)¹⁴⁾は、中国におけるクルーズ港湾の競争力を評価しているが、その視点は、観光資源、岸壁容量、供給されるサービス、港湾の位置、都市の経済発展レベル、背後圏の状況、クルーズ市場の大きさ等となっている。すなわち、近隣の観光資源や都市の状況といった港湾にとって外生的と言える要因とともに、各港湾の戦略に依存するインフラの整備状況といった内生的な要因も当然に競争力に影響する。

Rosa-Jimenez et al. (2018)³²⁾は、地中海における各クルーズ港湾を評価している。基準としては、地域のタイプ（本土か島か）、港湾都市の人口、港湾都市内の世界遺産

の数、文化的背後圏の世界遺産の数、目的都市までの距離（gateway cruise portの場合）、国際空港までの距離、鉄道駅までの距離、母港としているクルーズ船社の数、寄港しているクルーズ船社の数、ターミナルの数、岸壁延長、最大岸壁水深、クルーズ旅客数である。これらの基準を用いて、母港、母港又は高いレベルのインフラを伴った寄港地、限定的なインフラしかない母港、単なる寄港地に分類しており、バルセロナ港、ベニス港、チヴィタヴェッキア港、ピレウス港が高く評価されている。Manning (2006)³³⁾が指摘する通り、一般的には旅客数の多いクルーズ港湾はセキュリティとインフラが整ったところに位置し、例えば北アフリカや東地中海は、インフラの改善と社会情勢の安定化次第では拡張の可能性がある、西地中海では都市的システムと統合されているため観光資源への交通システムが充実しており、母港としても寄港地としても機能しやすい³²⁾。

ウォーターフロント再整備、観光地への投資、革新的なターミナル整備といったクルーズに関連する投資は、収入を生み出す可能性がある一方で、予想を下回る収入や観光資源に対する負の影響といった正と負の両方の帰結をもたらす可能性があるため、複雑な力関係の中で投資が決定される。こうした力関係を規定するため、London and Lohmann (2014)²⁸⁾は、①港湾のタイプ、②ステークホルダー、③整備の段階、④港湾の特性、⑤提案の出所の5つの要素を組込んだフレームワークを提示している。港湾のタイプは先述の通りで、ステークホルダーは、クルーズ船社ステークホルダー（船社、旅客等）、ゲートキーパーステークホルダー（規制官庁、エアライン等）、港湾側ステークホルダー（港湾管理者、ターミナルオペレーター等）、陸側ステークホルダー（政府、デベロッパー、地域住民等）の4つに分類されている。整備の段階としては、計画→成熟→衰退の3段階で、各段階で船社と寄港地ステークホルダーとの間、あるいはステークホルダー間の力関係は異なり、新たなクルーズ寄港地がインフラ整備を希望する場合と、成熟した港湾でインフラを拡張する、あるいはクルーズ船社が撤退する段階ではパワーバランスは異なる。港湾の特性としては、所有、ガバナンス、運営の主体が問題となり、特にクルーズ船社が所有や25年以上の長期コンセッションによりターミナル運営に関与する場合、その力が大きくなる。提案の出所については、寄港地側かクルーズ船社側かにより、資金調達方法、ターミナル空間の利用方法、ターミナルの所有・運営主体に関連する。最終的な寄港の権限があるため、究極的にはクルーズ船社が力を有していると考えられているが、寄港地側ステークホルダーも重要な力を有しており、地域の力でターミナル建設が反対された事例やクルーズ船社撤退後に別の船社を誘致した事例も存在する。クルーズ船社は長期コンセッションや全体・部分のク

ルーズ施設の所有により、岸壁の優先使用とサービスサプライチェーンが保証されれば、大きな力を発揮する。

クルーズ市場の成熟やクルーズ船社の戦略の変化に伴う港湾間競争について言及する先行研究も多い。Karlis and Polemis (2018)³⁴⁾は地中海でのクルーズ母港間の競争について検証している。地中海では2010年代に入ってからクルーズ市場全体の成長が鈍化し、結果として港湾間競争が強まっているとし、港湾そのものの競争力と地域全体の傾向といった外部的要因の影響を分離するため、シフトシェア分析により各港湾を評価している。結果として、西部での地域全体として成長、最大の母港であるバルセロナ港の西部地域内での競争的優位性の向上、東部では地域全体では需要が減少する中、ピレウス港のような競争的優位性を活かす港湾があることなどを示している。地中海の港湾の中には、競争的優位性と合致しない、あるいは不利さに適切に対処しない戦略を採用している港湾があるとの指摘は、注目に値する。また、クルーズ船社の戦略との関係でも、Chen and Nijicamp (2018)³⁾が、近年の寄港地での停泊時間の減少は地域内での港湾間競争をもたらすことを指摘している。各港湾では停泊時間の減少を避け、又は寄港頻度を増やすための戦略が必要となり、旅客満足の上昇、近隣港湾との協働、外航クルーズ船社の受入体制の強化、拠点港や魅力ある寄港地となることなどが戦略に含まれる。一方で、過当競争を避けるためには、地域内の近隣港湾との協働や、地域外の拠点港と連携したマーケティング計画の策定を推奨している。

以上のように、クルーズ港湾はクルーズ船社の戦略と港湾間競争を踏まえながら戦略的に目標設定やインフラ投資の意思決定を行うこととなる。

3——中国クルーズ市場の成長と日本への寄港

3.1 中国クルーズ市場の成長

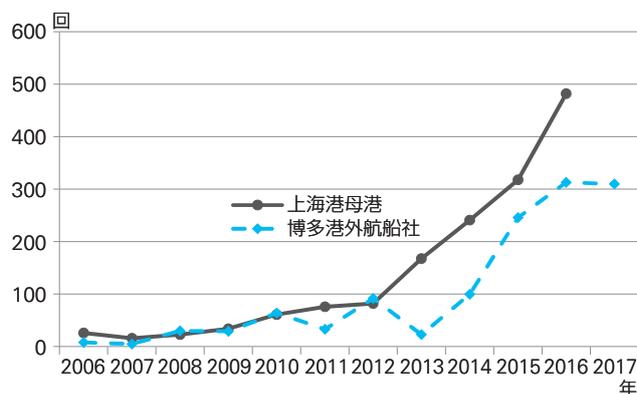
前章で述べた通り、世界の近代クルーズ市場は北米を中心に成長してきたが、近年ではアジアの成長が著しく、日本においてもクルーズ市場に大きな変化が生じている。2008年から2017年の最近10年で、日本人のクルーズ人口は19.0万人から31.5万人と年平均約6%の成長、邦船社の寄港数も516回から751回と年平均約4.5%の成長を遂げている¹⁾。しかし、訪日クルーズ旅客数、外国船舶の寄港回数については2014年頃から爆発的に伸びている。これは、アジア、特に中国のクルーズ需要の大幅な成長が背景にあり、2012年に中国のクルーズ人口は日本と同程度の21.7万人であったものが、2016年には世界第二位の210万人へと急増している。中国一位の上海港の発着回数と、日本で寄港回数一位の博多港の外航船社の寄港回数は図一の通

り同様の傾向を示しながら急増している。すなわち、日本における訪日クルーズ旅客数と寄港回数の増加は、中国のクルーズ市場の成長と密接に関係している。

Sun et al. (2014)¹⁴⁾は中国のクルーズ産業の歴史と成長を整理している。中国は世界の1/5の人口と1,800kmの海岸線を誇り、1978年の改革開放政策の採用以降経済が急速に発展した。現在では3億人以上の中間所得層がおり、沿岸部の都市に集中している。中国のアウトバウンド需要は2005年から2011年の間に2倍以上になり、こうした背景が中国のクルーズ需要を急激に増加させた。しかしながら、中国でクルーズ旅行は大衆化に至っておらず、今後成長する余地は大きい。中国クルーズ市場は大型クルーズ船を擁するロイヤルカリビアン、コスタクルーズ、スタークルーズと中小のクルーズ船社により支えられている。欧米と比較して、中国人はショートクルーズを嗜好し、欧米では平均7日超えであるのに対し、中国では4.5日となっている。これは中国人のクルーズ旅客の大部分は雇用者であり、中国には有給休暇制度がないことや、連休の期間が長期でないことが要因となっているが、加えて価格に対してより敏感であることも理由とされている¹⁴⁾。ショートクルーズについては、中国での市場分析を踏まえて、クルーズ船社が当該地域に合わせた商品を開発した結果と考えられる。

China Communications and Transportation Associationは、中国クルーズ産業の発展について、三つの段階を示している¹⁴⁾。すなわち、2008年より前の第一段階は、国際クルーズ船と旅客の受入が中心で、インフラプロジェクトを開始又は完了させ、クルーズ船社に寄港地又は母港として選択させる段階である。2008年から2015年の第二段階では、クルーズ受入ビジネスを拡大、寄港数増加を目指し、実際この時期に中国での最初のクルーズ旅行ブームが起こっている。2016年以降の第三段階は成熟段階で、クルーズ旅行の大衆化が進み、クルーズ造船業の競争が起こる段階であるとされている。

こうした中国におけるクルーズ産業の急速な成長は、中



出所：Annual report on China's cruise industry及び国土交通省資料
 ■図一 上海港発着数と博多港外航クルーズ船寄港回数

国政府の政策とは切り離せない。特に中央政府レベルでは2007年から2012年で、クルーズ教育、CIQ関係、クルーズサービス基準、国際的クルーズ運営、外資系クルーズ会社の中国国内起業、自国でのクルーズ運営、クルーズ船の建造など、クルーズ産業に関する多様な政策を打ち出している（詳細はSun et al. (2014)¹⁴⁾。更に、2012年と2013年に上海と天津で中国クルーズ観光開発ゾーンが承認され、これより両市はクルーズの政策立案で先導的役割を果たすこととなった。同時期に、沿岸都市はクルーズ船誘致を競い合い、インフラプロジェクトを実施、地方レベルでも関連するクルーズ政策も打ち出している。例えば、上海では、香港、シンガポールに次ぐアジア太平洋第三のクルーズ拠点、東アジア第一のクルーズハブ港となるべく、第12次5か年計画（2011～2015年）を策定、また海南政府の大プロジェクトとして、世界トップレベルの島嶼レジャーリゾートを2020年までに建設予定で、そこではクルーズ観光がシンボルとして計画されている。更に、中央政府の強力な海事戦略と21世紀海のシルクロード戦略により、クルーズ観光は安定成長期に入ったとの報告もある³⁵⁾。

中国のクルーズに関連する課題としては、インバウンドよりアウトバウンドがかなり多いというインバランスがある。実際、表一1に示す通りアウトバウンドが大宗を占める母港クルーズが、インバウンドが大宗を占める寄港地クルーズの10倍以上の寄港回数となっている。周辺の観光資源が十分でない港湾も多く、インフラ整備状況も含め寄港地として成熟していないことが原因とされており、中国政府はこの課題解決に当たっているが、現時点では大きな改善は見られず、このことは日本側の港湾や都市でこの課題を踏まえた施策展開の有用性を示唆する。また、中国クルーズ市場においても季節変動があるが、行程の多くが日本と韓国へ行く単調なものであるため³⁵⁾、変動を吸収できていない。アウトバウンドに関しても、クルーズ旅行の主な目的は未だ買物であり、クルーズ船文化も成熟していない³⁵⁾。港湾につ

いては、成熟したサービス提供システムや運営システムが確立されていないため依然として港湾における収入レベルや利益率は低く、また中央政府主導の包括的な港湾整備計画がないことから³⁵⁾過当競争に繋がりがかねない。

図一2に2011年と2016年の中国及び日本の各港湾の寄港回数と中国港湾の今後の整備計画を示す。2016年の中国クルーズ港湾及び寄港回数の地理的な配置を見ると、上海港の拠点性は依然として高いが、北部の天津港と南部の広州港・深圳港が拠点性を高めており、主要クルーズ船社が配船する母港になりつつある。経済発展、インフラ整備、クルーズ人口の伸び、優遇措置等の結果、港湾間競争が進み、中国クルーズ市場の構造は複数拠点港化の方向に変化しつつある³⁵⁾。先述した通り、Sun et al. (2014)¹⁴⁾は先行研究の順位を平均する形で中国におけるクルーズ港湾の競争力を評価しており、上海港、天津港、深圳港、広州港、厦門港、大連港、三亜港、青島港、寧波港、海口港の順となっている。中国国内での港湾間競争は地理的接近性の観点から日本での寄港先に影響を与えるため、十分な注視が必要となる。

なお、中国同様に台湾のクルーズ市場の成長も、日本、特に地理的に近い沖縄地域の寄港回数に大きく影響する。この点については、Chen (2016)³⁶⁾が、台湾がニッチ市場として成長した原因を分析しており、24時間観光サービスセンターの設立、クルーズロジスティクスサービスの充実、宣伝のための外国クルーズオペレーターの招待、アジア他国との協働、専門政府組織の設置、観光資源の開発等を理由として挙げている。クルーズ拠点となっている基隆港は台北市に近く、交通アクセスの利便性も高いが、狭い港湾用地が制約となっており、台湾が競争性を高めるには、他港へのインフラ投資が必要であることも併せて指摘している³⁶⁾。観光産業が日本以上に重要であることがこうした施策展開の背景と考えられ、実際、台湾は日本の約2割の人口でありながら、クルーズ人口は23.7万人と日本と同程度であり³⁷⁾、クルーズ観光の国民への浸透率が高い。

■表一1 中国における母港クルーズと寄港地クルーズ

年次：2016年、回数：回、旅客数：万人

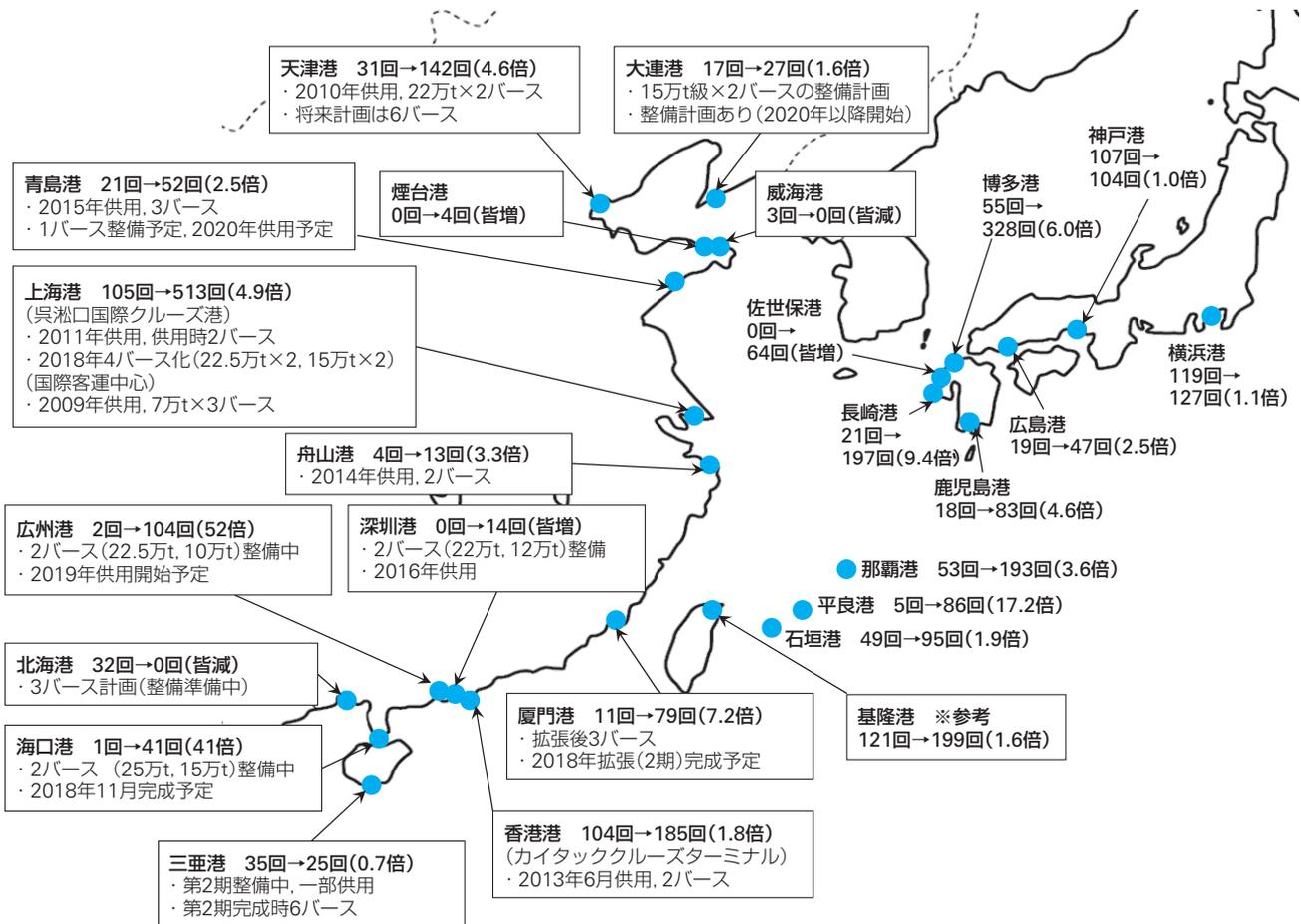
	母港		寄港地		合計	
	回数	旅客数	回数	旅客数	回数	旅客数
上海	481	285.9	28	8.6	509	294.4
天津	128	68	14	3.5	142	71.6
広州	104	32.6	0	0	104	32.6
厦門	66	14.4	13	5.7	79	20.8
青島	52	8.6	0	0	52	8.6
海口	39	6.2	2	0.3	41	6.5
大連	27	6.5	0	0	27	6.5
三亜	0	0	25	9.6	25	9.6
深圳	14	4.4	0	0	14	4.5
舟山	12	1.7	1	0.04	13	1.8
煙台	4	0.6	0	0	4	0.6
計	927	428.9	83	27.7	1010	457.3

出所：Annual report on China's cruise industry

3.2 日本への寄港数増加と博多港の優位性

中国クルーズ市場の急速な拡大が、日本の港湾への寄港を急増させてきたが、逆に、日本側での受入れも中国クルーズ市場を支えている。本節では、クルーズ船の寄港要因と、博多港に代表される寄港回数上位港の優位性について考察する。

クルーズ船の寄港要件についてはいくつかの先行研究で整理されている。例えば、Cottam et al. (2007)³⁸⁾やSoriani et al. (2009)³⁹⁾では、温暖な気候、都市の魅力、周辺都市の自然的・文化的資源、航空や鉄道ハブネットワークの存在、インフラの技術的ハンドリング能力、クルーズ



出所：Sun et al. (2014), Asia Cruise Trends 2016 Report (CLIA), 国土交通省資料より筆者作成

■図一 中国港湾の寄港回数と整備計画

船や旅客へのサービスが要件とされている。Wang et al. (2014)¹¹⁾はクルーズ船社の寄港地選択の要因は、第一に観光の魅力、第二に接続性と機敏性(港湾背後地へのアクセスやCIQの自由さ)であるとしている。国内では、水野(2017)⁴⁰⁾が外航クルーズ船の寄港地となる要因を、地理的要因(歴史的要因)、施設的要因、観光地的要因に分類している。実務的にも、European Commissionは観光客への魅力、アクセシビリティ、港湾施設を基準としてクルーズ港の類型化方法を提示しており、クルーズ観光ハブ港、高いポテンシャルの寄港地、純粋な寄港地、純粋な発着港、未発展の寄港地、寄港地とならない港湾等に分類している。これを参考に藤生・高田(2014)⁴¹⁾は、フライ&クルーズを前提に、国内外の主要クルーズ港の類型化を行っており、国内港湾については観光地の魅力を有するものの、空港アクセシビリティで成田・羽田・関西国際空港のみを対象としているため、横浜港が上位、神戸港、博多港が中位、長崎港、那覇港が下位、港湾施設については停泊可能隻数が3隻以下であることから中位と評価している。ただし、Wang(2014)¹¹⁾にあるように、多くの旅客がフライ&クルーズパッケージを利用する欧米とは異なり、アジアではこのような旅行形態は浸透していないため、空港アクセシビリティはアジアにおいては寄港地選択において重要

な基準になっていないと考えられる。また、柴崎ら(2011)⁴²⁾はAHPにより寄港地の魅力度評価を試みており、レジャーよりも自然や歴史・文化要素の評価が高いことを明らかにしている。そのため、国内港湾では世界遺産を擁する寄港地が上位で、現時点で寄港回数が多い港湾のランクは高くない。ただし、この結果は国内クルーズ旅客を中心に行われたアンケート結果に基づくため、中国発着クルーズに対してそのまま当てはまるものではない。先行研究で示される寄港地の選択要因は、旅客の属性や市場の成熟状況に応じて適用されるものであり、依然黎明期とも言える中国から寄港する外航クルーズに適用するには、もう少し時間がかかるだろう。実際、博多港で行われたクルーズ旅客に対するアンケート⁴³⁾では、乗船動機として、「日本に行ってみよう」、「日本で買物がしたい」、「クルーズ船に乗ってみたい」といったことが挙げられている。また、寄港時の一人当たり消費額は10.7万円と先行研究と比較しても大きい⁴³⁾。これらの結果からも、これまでの日本側の寄港地選択に観光資源や都市の魅力が重視されてきたとは考えにくい。

以上を踏まえると、日本の港湾への寄港増加については、中国のアウトバウンド需要の増加と、クルーズ乗船経験と日本への訪問(特に買物)という旅客ニーズを戦略的

に取込んだクルーズ船社の戦略によるものと考えられる。ただし、先行研究を踏まえれば、港湾施設や船舶へのサービスについては寄港の必要条件として考慮されてきたことは間違いない。さらに、寄港地として選択された港湾については、ファーストポートと、それ以外の港湾で分けて考えるべきである。前章で述べた通り、クルーズの行程は母港・発着港と3～5の寄港地で構成されるが、ショートクルーズであれば寄港地は絞られ、港湾同士の近接性も考慮される。クルーズ船受入れ可能な港湾施設及びCIQ体制の有無と母港との近接性により、ファーストポートが選ばれ、ファーストポートとの近接性でその他の寄港地が選択されたと考えられる。博多港は中国最大の母港である上海港と近く、岸壁延伸やクルーズターミナルの新設等、迅速に港湾施設を整備して受入れ体制を整えたことにより、国内でファーストポートとしての優位性を発揮できた。実際、クルーズ船社へのヒアリングでも、上海港に近いという地理的な優位性に加え、船社との十分なコミュニケーションが、博多港が日本一の寄港回数を誇っている要因であるとの回答を得た。当然、船舶観光上陸許可制度導入といった政府の施策も追い風となっている。

しかし、こうした要因の多くは博多港に限ったものではない。国内クルーズ港湾への寄港特性を実証的に検証した水野(2017)⁴⁰⁾や湧口・酒井(2018)⁸⁾では、国内寄港回数上位港に対してクラスター分析を行った結果、九州・沖縄の港湾は概ね同じクラスターに分類される傾向にある(ただし、湧口・酒井(2018)⁸⁾が指摘するように、クラスターリングの目的によっては、寄港回数と寄港者数のどちらを変数とするかで結果が異なりうることに留意が必要)。すなわち、中国と地理的に近く、受入環境を整えた港湾は、概して外航クルーズ船の寄港回数が多くなっていることを示唆している。その中で、長崎港等他港ではなく博多港が第一位となったことについては、クルーズ船の大型化に対応した岸壁やターミナルといったハード施設に加えて、CIQ体制が先んじて整備されたこと、買物が中国人旅客の大きな目的であった中、大都市ゆえに免税店や家電量販店等が多く立地していることが挙げられよう⁴⁴⁾。加えて、歴史的にも博多港は中国、韓国と結ぶ海運ルートが多かったこと、特に最近ではクルーズ船の大型化に伴い関門海峡を超える必要のある港湾よりも柔軟な受入が可能であったことも影響していると考えられる。

ただし、博多港(同様に九州の寄港回数上位港も)のこうした優位性が継続する保証はない。まず、中国側の港湾間競争がある。上海港からだファーストポートとしての地理的優位性はあるが、中国南部地域や台湾からだ那覇港等に優位性があり、中国内の動向に左右される可能性がある。更に、日本国内での港湾間競争もある。国内他港

でも港湾施設の充実を図っており、施設面で他港が競争性を高めている。実際、博多港及び那覇港のファーストポート率は、2016年にそれぞれ91%、59%であったものが、2017年には77%、70%と拮抗してきている。更には、国際旅客船拠点形成港湾制度の適用により、クルーズ船社と連携した取組みを進める港湾もある。また、アジアクルーズ市場の成熟も考慮する必要がある。成熟期では旅客ニーズの多様化やリピーターの増加があるため、異なる市場セグメントに対するクルーズ船社の戦略により、寄港地が変わる可能性がある。先行研究を踏まえても、一般的には、観光資源がより重視される方向に変化するだろう。もちろん、中国の政策を踏まえても、中国における上海港の拠点性が大きく減退することは考えにくく、この場合、地理的優位性を有する博多港の優位性は変わらない。また、国内有数の寄港地として築いたブランドは大きな武器となる。いずれにしろ、将来については不透明な部分も多く、今後の戦略が重要となる。この点については次章で述べる。

4——今後の展望

4.1 港湾戦略の多様化

中国でのクルーズ市場の急激な成長に伴い、2008年以降我が国の寄港回数は急激に伸びた。しかしながら、中国発着クルーズでの過当競争は欧米地域への再配船へと繋がり、2018年は寄港回数が伸びない踊り場の状態になると予想されている²⁹⁾。一方で、世界における新造船計画やクルーズ市場に関する各種将来予測、2020年のクルーズによる訪日外国人数500万人という日本政府の目標⁴⁵⁾を踏まえると、踊り場を通過した後当面は我が国への寄港数が増えることが期待される。ただし、2012年の尖閣諸島問題に起因する中国発着クルーズの我が国への寄港減少、2017年のTHAAD問題に起因する韓国への寄港中止に見るように、クルーズ市場は政治的な影響を受けうため、中国発着クルーズに過度に依存することには一定のリスクが伴う。

現在、我が国のクルーズ港湾で起こっているのは、戦略の多様化であり、大きくは3つに分類される。まずは、国際旅客船拠点形成港湾グループである。これはクルーズ船社との連携を重視するグループで、船社にクルーズターミナル等への投資を行わせて岸壁の優先使用権を与え、当該船社の寄港を確保しようとするものである。クルーズ船社が行った投資を回収するために寄港を増やすことは合理的な行動と考えられる。

次にクルーズの質の多様化を目指す港湾がある。中国発着クルーズへの過度な依存から脱却し、邦船各社に加え、欧米クルーズ船社の太平洋配船や日本発着、小型探索船などをターゲットに、誘致戦略を見直す動きである²⁹⁾。

クルーズ寄港地は政治的な影響を受けるリスクがあり、この点はクルーズ船社へのヒアリングにおいても、「状況は政治的に一夜にして変わることもある」とのコメントがあった。

博多港はハイブリッド港を目指し、独特な戦略を取っている。まずは、上海港との連携である。日中両国の寄港回数一位同士の港湾の連携により、定期定点クルーズの開発を目指している。表一2に示す通り、インバウンド需要を意味する上海港の寄港地クルーズ回数は、時系列で見ても全く伸びていない。インバウンド需要の増加を希望する上海側とアウトバウンド需要の増加を希望する博多港側の利害が一致したwin-winの連携となっている。複数のクルーズ船社の母港となっている上海港と連携して船社を囲い込む戦略は、未だクルーズ人口が小さく大型船での発着クルーズが組みにくい我が国においては合理的な戦略であると考えられる。

この連携を通じて、すでに片道フライ・片道クルーズ商品の開発も行われており、これは将来のフライ&クルーズの布石にもなる。更には日本初の港湾でのコンセッションが検討されている⁴⁶⁾。民間のノウハウで効率的な運営や効果的な誘致活動が期待される他、出資者のコンソーシアムの中にクルーズ船社が入れば、国際旅客船拠点形成港湾と同様の効果も生じることになる。

4.2 ターミナル運営の民間関与

我が国においては、国際旅客船拠点形成港湾制度とコンセッションの適用時に、ターミナル運営においてクルーズ船社との連携が図られる可能性があり、運営効率性とインフラ投資の観点から重要となる。

運営効率性の面では、Di Vaio et al. (2011)⁴⁷⁾が、クルーズターミナルの管理形態の違いに着目して効率性を分析している。具体的には、地中海の港湾を対象として、アウトプットを乗降客数と寄港客数、インプットを岸壁数、バース総延長、最大バース長、最大バース水深、チェックインブース数、エレベーター数、エスカレーター数、可動式通

路ギャングウェイ数、ターミナルビル総面積、ターミナルビルのフロア数として確率フロンティア分析を行い、コンセッション契約に基づいた民間運営ターミナルでは効率性が高く、公的運営ターミナルでは低いことを示している。特に、クルーズ船社が株主かつ利用者である場合、効率性の上昇が見られるが、公的所有でも官民のパートナーシップによりパフォーマンスを改善しているクルーズターミナルもある。実際、欧州の66港湾を調査したMedCruise (2013)⁴⁸⁾によれば、ここ10年のクルーズ市場の成長は、クルーズターミナルの民営化を背景としており、調査対象のうち半数で民間セクターが運営、公的管理のうち46%がクルーズ船社等のコンセッションを始めとする民間との提携手続中とされている。バルセロナ港、ナポリ港等では、クルーズ船社が直接運営を行っている^{31), 49)}。

インフラ投資面でも、London and Lohmann (2014)²⁸⁾は、所有、ガバナンス、運営に係る港湾の特性が大きく影響することを指摘しており、特に、寄港の権限を有するクルーズ船社が所有・部分所有、あるいはターミナル運営に関与している場合、当然、投資の意思決定に直接的に関与する。World Bank (2008)⁵⁰⁾によれば、クルーズサービスの効率性と質を改善するため、コンセッション等を通じたターミナルへの投資はクルーズ船社にとって合理的であり、例えばクルーズが盛んなイタリアでは民営化が急速に進められた。

以上のような先行研究や事実は、民営化及びクルーズ船社との連携という観点で、我が国で進むコンセッションや、国際旅客船拠点形成港湾制度の適用を肯定すると考えられる。もはや、世界的な潮流としてクルーズ船社は民営化を通じてクルーズインフラの消費者から所有者へと変化しており、この傾向は継続されるだろう。ただし、Rosa Jimenez et al. (2018)³²⁾が主張する通り、運営に関わる以上、持続可能な交通システムの使用促進等、クルーズ船社は寄港地の社会厚生を改善する社会的責任も担うべきであり、このためにも港湾及び都市との間の十分なコミュニケーションが必要となる。加えて、コンセッション適用時には、Pallis et al. (2018)⁵¹⁾が指摘するように、クルーズ船社だけでなく、国際的クルーズターミナルオペレーターが運営に参画するケースもある。

なお、コンセッションを始めとする民営化の課題も十分に認識する必要がある。Wang et al. (2014)⁵²⁾が指摘するようなモラルハザード問題が最たる例で、地域経済に大きな影響を与え、また多くのステークホルダーを擁しながらも、公共の意向に沿わない運営が行われる可能性がある。その他、コンセッション制度の一般的な課題も含め、別報⁵³⁾で整理しているので参照されたい。

■表一2 上海港の母港・寄港地クルーズの状況

単位：回

年	合計	母港	寄港地	割合 (%)
2006	59	25	34	68
2007	46	15	31	70
2008	62	22	40	55
2009	80	33	47	49
2010	107	60	47	35
2011	105	75	30	32
2012	121	81	40	27
2013	197	167	30	8
2014	274	240	34	5
2015	344	317	27	3
2016	509	481	28	3

※割合は寄港地クルーズ旅客の割合

出所：Annual report on China's cruise industry

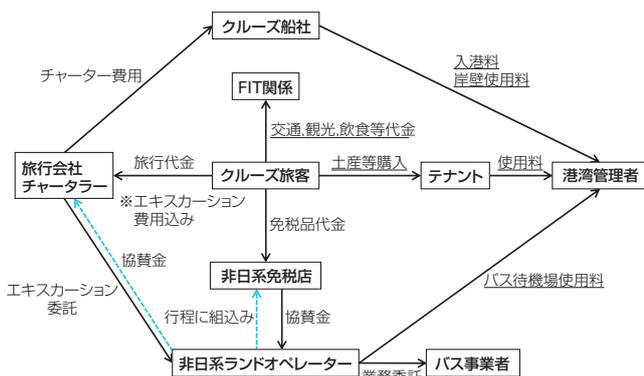
4.3 地域経済効果

先行研究では、クルーズ船寄港による経済効果がクルーズ船の誘致の背景として述べられることが多く、例えば Florida-Caribbean Cruise Associationによれば、クルーズ中の出費に占める観光出費の割合は約53%であり、クルーズ一行程における旅客の出費は42.58ドル～191.26ドル、このうち寄港地での陸上活動での平均が103.83ドル、クルーズの出費は約67.1ドルとなっている⁵⁴⁾。これらが寄港先地域の収入となればその経済効果は大きい。北米や欧州といったクルーズ先進地域とは異なり、クルーズ産業が未成熟のアジア地域では地域経済効果の波及先が課題となっている。

クルーズ観光に伴う収益は主に旅行代金、船上出費、寄港先での出費であり、これらのフローの多くはクルーズ船社の本社所在国に入るため、アジア最大のクルーズ人口を抱える中国でさえ、クルーズ関係の収益セグメントは限定的で、収益性も低いとされる。中国側での運営収入は、岸壁使用料、クルーズ船社へのサービス提供、旅行代理店料金などであり、これらはクルーズ船社の収益と比較して低く、中国国内で調達する物品もわずかである。このため、こうした実態はクルーズ産業チェーンを拡大することで改善されると考えられている⁵⁵⁾。

我が国においても、訪日旅行者の寄港地観光を手配するのはランドオペレーターであるが、収益は立寄り先の免税店の売上げに応じて店側から受け取る手数料に大きく依存しており、特定の免税店ばかりに誘導することが常態化し⁵⁵⁾、地域への経済効果の観点からは改善の余地が大きい⁵⁶⁾、⁵⁷⁾。

図一3にクルーズ寄港による、金銭の流れの概念を示すが、下線部を引いた部分が直接的な地域経済効果に相当する。チャーター、ランドオペレーター、免税店と繋がる関係の改善、個人旅行 (FIT) の促進といった施策展開を地域において行う必要があるが、一方でクルーズ市場の成熟により、買物中心の旅行目的は観光中心に変化することも十分に予想されるため、そうした変化を見越した戦略も必要となる。



■図一3 クルーズ寄港に関係する金の流れ

4.4 市場の成熟とリピーター対策

北米では2000年代前半は半数以上が新規旅行者であったが⁵⁸⁾、2000年代中ごろには45%となり¹⁷⁾、2014年には38%となっている⁵⁹⁾。リピーターである62%の旅客は平均3.8回のクルーズを経験しており⁵⁹⁾、市場に浸透してきている。世界のクルーズ産業は依然成長段階にあるが、北米市場は成熟しており、新規旅客とリピーターの両方の獲得が重要となっている。今後、中国市場が成熟していくことを見据えれば、リピーター対策はクルーズ船社側でも、受入側でも重要な戦略となる。

新規需要とリピーターは別の市場セグメントとして捉えられる。Sun et al. (2018)¹⁷⁾は、新規旅客とリピーターの間の行動の違いを分析しており、①予約のタイミング (新規の方がリピーターより出発に近いタイミングで予約、ただし複数回リピーターは出発の直前)、②旅行期間 (新規のほうが短い)、③クルーズ港湾への距離 (新規の方が遠方から来る)、④クルーズ料金の支払額 (新規の方が少なく、初回リピーターが最大)、⑤キャビンタイプの選択 (リピーターは良いキャビンやバルコニー付きを選好、特にマルチリピーターはスイートを選好、新規はオーシャンビューを選好)、⑥キャビンタイプの評価 (新規はスイートやオーシャンビューよりバルコニー付きを相対的に高く評価) といったことが明らかにしている。

また、Toudert and Bringas-Rabago (2016)⁶⁰⁾は、クルーズのリピーターに焦点を当て、寄港地のイメージと、寄港地における経験、満足、リピート志向の関係を分析している。結果として、先行研究⁶¹⁾、⁶²⁾と同様に、寄港先のイメージが、旅行者の満足には大きな影響を与えない一方で、経験に影響を与え、この経験がリピーターの創出と家族や友人への推薦に繋がることを示している。そして、寄港先のイメージを形成するのが、先行研究⁶³⁾同様、大きい順に観光資源、都市の環境、インフラであるとしている。その上で、旅行代理店やDMO (Destination Management Organization) は、観光商品の開発において、満足度を重視するのではなく、経験の質の向上と多様化のために資源を割くべきであり、そのためには観光資源や都市環境と連携した寄港地のイメージが重要であることを指摘している。具体的な方法として、出発地側でもクルーズ船社と連携した雑誌、テレビ等の活用やプロモーション活動の実施を挙げている。

以上の様に、クルーズ船社は新規需要との違いを踏まえながら、リピーター獲得への資源の配分を戦略的に決定しなければならず、港湾や都市側でそれを踏まえた戦略が必要となる。現在、中国におけるクルーズ観光客の90%は新規で、リピーター客はそれほど期待できないとされている³⁵⁾。我が国港湾においては、中国の市場の成熟と中国人旅行者のリピート率の増加を踏まえながら、適切な戦略

を取っていく必要がある。

5—おわりに

本稿では、港湾を中心とするクルーズ受入側での政策立案、施策展開に対して先行研究から示唆を得ることを目的に、我が国のクルーズ寄港回数の増加について、クルーズ船社とクルーズ港湾の戦略や競争力、中国クルーズ市場の成長等に関する先行研究を踏まえて、九州、沖縄の港湾の寄港地としての優位性、特に博多港がなぜ日本一のクルーズ寄港地となり得たのかを考察した。さらに、我が国におけるクルーズ市場やクルーズ港湾についての今後の展望について述べた。

博多港は、上海港を拠点とする中国クルーズ市場の成長を受け、第一の戦略として、地理的優位性を活かしながら受入環境整備を全国に先駆けて行ってきたことで寄港回数日本一になったが、観光資源で優位性を持たない博多港が今後のクルーズ市場の変化にどのように対応するかについては、第二、第三の戦略が重要となる。すなわち、海外港との連携を通じたクルーズ船社との関係強化及びコンセプションという二つの戦略である。これらの戦略は先行研究を踏まえても肯定されるものであり、成功すれば、博多港はハイブリッド港として揺るぎない地位を確立するだろう。

クルーズ市場は供給主導型であるため、今後の動向は、一義的にはクルーズ船社の戦略が鍵を握る。この点、クルーズ船社の戦略については、先行研究でも十分なコンセンサスが形成されていない部分も多い。また、今後の我が国のクルーズ市場の成長や寄港状況についても確実な予測が立てられる訳ではない。ヒアリングの中で聞いた「クルーズ船社の戦略はサイエンスでは分析できない。なぜなら、それはアートだから」というクルーズ船社幹部の言葉は、ある意味、的を射ているのかもしれない。そのような中、国際旅客船拠点形成港湾制度の適用が進み、博多港では我が国初の港湾コンセプションが予定されている。こうした動きを成功という帰結に導くには、クルーズ船社や港湾に関係する学術的知見も必要となる。本稿がその参考として活用されれば幸いである。

参考文献

- 1) 国土交通省 [2018], “2017年の我が国のクルーズ等の動向(調査結果)について～日本人のクルーズ人口、クルーズ船の寄港回数及び訪日クルーズ旅客数が過去最高～”, 平成30年6月12日報道発表資料, http://www.mlit.go.jp/report/press/kaiji02_hh_000236.html, 2018/8/1.
- 2) Chang, Y., Park, H., Liu, S.M., and Roh, Y. [2016], “Economic Impact of Cruise Industry Using Regional Input-output Analysis: A Case Study of Incheon”, *Maritime Policy & Management*, Vol.43, pp.1-18.
- 3) Chen, J.M., and Nijkamp, P. [2018], “Itinerary Planning: Modelling Cruise Lines’ Lengths of Stay in Ports”, *International Journal of Hospitality*

Management, Vol.73, pp.55-63.

- 4) Maragkogianni, A., and Papaefthimiou, S. [2015], “Evaluating the Social Cost of Cruise Ships Air Emissions in Major Ports of Greece”, *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, Vol.36, pp.10-17.
- 5) Macneill, T., and Wozniak, D. [2018], “The Economic, Social, and Environmental Impacts of Cruise Tourism”, *Tourism Management*, Vol.66, pp.387-404.
- 6) Zhen, L., Li, M., Hu, Z., Lv, W., and Zhao, X. [2018], “The Effects of Emission Control Area Regulations on Cruise Shipping”, *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, Vol.62, pp.47-63.
- 7) 鈴木祐介・酒井裕規・湧口清隆 [2018], “クルーズ客船による大気汚染の影響—博多港のケース—”, 『交通学研究』, 第61号, pp.77-84.
- 8) 湧口清隆・酒井裕規 [2018], “外航クルーズ客船の寄港の集中がもたらす負の影響に関する考察”, 『交通学研究』, 第61号, pp.85-92.
- 9) Papathanassis, A., and Beckmann, I. [2011], “Assessing the ‘Poverty of Cruise Theory’ Hypothesis”, *Annals of Tourism Research*, Vol.38, No.1, pp.153-174.
- 10) Wang, K., Wang, S., Zhen, L., and Qu, X. [2016], “Cruise Shipping Review: Operations Planning and Research Opportunities”, *Maritime Business Review*, Vol.1, pp.133-148.
- 11) Wang, Y., Jung, K.A., Yeo, G.T., and Chou, C.C. [2014], “Selecting a Cruise Port of Call Location Using the Fuzzy-AHP Method: A Case Study in East Asia”, *Tourism Management*, Vol.42, pp.262-270.
- 12) 成美信吾 [2015], “日本と米国のクルーズに関する論文の論旨整理と分類”, 『日本国際観光学会論文集』, 第22号, pp.195-200.
- 13) Rodrigue, J.P., and Notteboom, T. [2013], “The Geography of Cruises; Itineraries, Not Destinations”, *Applied Geography*, Vol.38, pp.31-42.
- 14) Sun, X., Feng, X., and Gauri, D.K. [2014], “The Cruise Industry in China: Efforts, Progress and Challenges”, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.42, pp.71-84.
- 15) Papathanassis, A. [2012], “Guest-to-guest Interaction on Board Cruise Ships: Exploring Social Dynamics and the Role of Situational Factors”, *Tourism Management*, Vol.33, pp.1148-1158.
- 16) Cruise Line International Association [2018], “2018 Cruise Industry Outlook”, <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/featured/2018-clia-state-of-the-industry.pdf>, 2018/7/3.
- 17) Sun, X., Kwortnik, R., and Gauri, D.K. [2018], “Exploring Behavioral Differences Between New and Repeat Cruisers to a Cruise Brand”, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.71, pp.132-140.
- 18) Cruise Line International Association [2018], “2017 State of the Industry Report”, <https://www.cruising.org/about-the-industry/research/2017-state-of-the-industry>, 2018/7/1.
- 19) アジアクルーズ協会 [2014], 『アジアクルーズ産業白書』, みなと総合研究財団.
- 20) Chang, Y.T., Lee, S., and Park, H. [2017], “Efficiency Analysis of Major Cruise Lines”, *Tourism Management*, 58, pp.78-88.
- 21) Papatheodorou, A. [2006], “The Cruise Industry: An Industrial Organization Perspective”, *Cruise Ship Tourism*, pp.31-40.
- 22) Cruise Industry News [2018], “Cruise Ship Orderbook”, <https://www.cruiseindustrynews.com/cruise-news/cruise-ship-orderbook.html>, 2018/8/8.
- 23) Wang, K., Wang, S., Zhen, L., and Qu, X. [2017], “Cruise Service Planning Consideration Berth Availability and Decreasing Marginal Profit”, *Transportation Research Part B: Methodological*, Vol.95, pp.1-18.
- 24) Brida, J.G., Pulina, M., Riano, E., and Aguirre, S.Z. [2013], “Cruise Passengers in a Homeport: A Market Analysis”, *Tourism Geographies*, Vol.15, pp.68-87.
- 25) Niavis, S., and Tsiotas, D. [2018], “Decomposing the Price of the Cruise Product into Tourism and Transport Attributes: Evidence from the Mediterranean Market”, *Tourism Management*, Vol.67, pp.98-110.
- 26) Marti, B.E. [1990], “Geography and the Cruise Ship Port Selection Process”, *Maritime Policy and Management*, Vol.17, pp.157-164.
- 27) Lekakou, M.B., Pallis, A.A., and Vaggelas, G.K. [2009], “Which Homeport in Europe: The Cruise Industry’s Selection Criteria”, *Tourismos*, Vol.4, No.4, pp.215-240.
- 28) London, W., and Lohmann, G. [2014], “Power in the Context of Cruise

- Destination Stakeholders' Interrelationships", *Research in Transportation Business & Management*, Vol.13, pp.24-35.
- 29) 伊東弘人 [2017], "中国のローカルクルーズ船社の現状と課題", [日本海事新聞], 2017年12月27日
- 30) Capocaccia, F. [2001], "Cruising in the Mediterranean", *Portus* 2, pp.14-19.
- 31) Gui, L., and Russo, A.P. [2011], "Cruise Ports: a Strategic Nexus Between Regions and Global Lines - Evidence from Mediterranean", *Maritime Policy & Management*, Vol.38, pp.129-150.
- 32) Rosa-Jimenez, C., Perea-Medina, B., Andrade, M.J., and Nebot, N. [2018] "An Examination of the Territorial Imbalance of the Cruising Activity in the Main Mediterranean Port Destinations: Effects on Sustainable Transport", *Journal of Transport Geography*, Vol.68, pp.94-101.
- 33) Manning, T. [2006], "Managing Cruise Ship Impacts: Guidelines for Current and Potential Destination Communities", <http://tourism.com/wp-content/uploads/2017/10/Managing-Cruise-Ship-Impacts.pdf>, 2018/8/8.
- 34) Karlis, T., and Polemis, D. [2018], "Cruise Homeport Competition in Mediterranean", *Tourism Management*, Vol.68, pp.168-176.
- 35) Shanghai International Cruise Business Institute [2017], "China's Cruise Industry in 2016-2017: Transformation, Upgrading and Steady Development", Hong, W. (eds.), *Annual Report on China's Cruise Industry*, Social Sciences Academic Press (China).
- 36) Chen, C.A. [2016], "How Can Taiwan Create a Niche in Asia's Cruise Tourism Industry?", *Tourism Management*, Vol.55, pp.173-183.
- 37) Cruise Line International Association [2018], "Asia Cruise Trends 2017", <https://cruising.org/about-the-industry/research/asia-cruise-trends-2017>, 2018/8/8.
- 38) Cottam, H., Roe, M., and Challacombe, J. [2007], "The Impact of Transitional Changes of Maritime Passenger Transport on Croatian Tourism Development", *Maritime Policy & Management*, Vol.34, pp.185-202.
- 39) Soriani, S., Bertazzon, S., Cesare, F.D., and Rech, G. [2009], "Cruising in the Mediterranean: Structural Aspects and Evolutionary Trends", *Maritime Policy & Management*, Vol.36, pp.235-251.
- 40) 水野英雄 [2017], "アジアにおけるクルーズ市場の拡大による外航クルーズ船社の日本への寄港のクラスター分析", [相山女学園大学研究論集], Vol.48, pp.121-130.
- 41) 藤生真・高田和幸 [2014], "国内外の主要クルーズ港の立地条件・機能条件の類型化", [日本クルーズ&フェリー学会論文集], 第4号, pp.44-54.
- 42) 柴崎隆一・荒巻健・加藤澄恵・米本清 [2011], "クルーズ客船観光の特性と寄港地の魅力度評価の試み—クルーズ客船旅客を対象とした階層分析法の適用—", [運輸政策研究], Vol.14, No.2, pp.2-13.
- 43) 福岡市経済観光文化局 [2016], "平成27年度博多港クルーズ船乗客実態調査", <http://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/52066/1/cruise.pdf?20161130165927>, 2018/8/1.
- 44) 嘉瀬英昭 [2018], "クルーズ船観光客の行動に関する考察", [日本国際観光学会論文集], 第25号, pp.105-111.
- 45) 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議 [2016], "明日の日本を支える観光ビジョン—世界が訪れたい日本へ—", <http://www.mlit.go.jp/common/001126598.pdf>, 2018/8/1.
- 46) 福岡市住宅都市局 [2017], "ウォーターフロント地区(中央ふ頭・博多ふ頭)再整備の検討状況について", 平成29年12月議会第4委員会報告資料.
- 47) Di Vaio, A., Medda, F., and Trujillo, L. [2011], "Public and Private Management and Efficiency Index of Cruise Terminals", *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*, https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7090/7090136/di_vai0_260911.pdf, 2018/8/1.
- 48) MedCruise [2013], *Medcruise Benchmarking Report*, Piraeus: Medcruise.
- 49) Di Vaio, A., and Medda, R. F. [2010], "Governance and Efficiency of Mediterranean Cruise Terminals", World Conference on Transport Research, http://www.sietitalia.org/siet2010/29-di%20vai0_medda_paper.pdf, 2018/7/16.
- 50) World Bank [2008], "Port Reform Tool Kit Second Edition – Module 3, Alternative Port Management Structures and Ownership Models", https://ppiaf.org/sites/ppiaf.org/files/documents/toolkits/Portoolkit/Toolkit/pdf/modules/03_TOOLKIT_Module3.pdf, 2018/7/16.
- 51) Pallis, A.A., Parola, F., Satta, G., and Notteboom, T.E. [2018], "Private Entry in Cruise Terminal Operations in the Mediterranean Sea", *Maritime Economics & Logistics*, Vol.20, pp.1-28.
- 52) Wang, G.W., Pallis, A.A., and Notteboom, T.E. [2014], "Incentives in Cruise Terminal Concession Contracts", *Research in Transportation Business & Management*, Vol.13, pp.36-42.
- 53) 朝岡大輔・杉村佳寿 [2019], "港湾のコンセッションを巡る課題と展望: インフラファイナンスの拡張", [運輸政策研究], Vol.21, pp.60-71
- 54) Florida-Caribbean Cruise Association and Participating Destinations [2015], "Economic Contributions of Cruise Tourism to the Destination Economies", <https://www.f-cca.com/downloads/2015-cruise-analysis-volume-2.pdf>, 2018/8/8.
- 55) "クルーズ船寄港九州・沖縄が突出", [日本経済新聞], 2018年1月30日
- 56) 酒井裕規・湧口清隆 [2016], "外航クルーズ客船誘致活動における現状と課題", [海運経済研究], 第50号, pp.31-40.
- 57) 酒井裕規 [2017], "地方港におけるクルーズ船誘致に向けた課題", [運輸と経済], 2017年7月号, pp.42-29.
- 58) Jainchill, J. [2006], "Steep Decline in First-time Cruisers Concerns Dickinson", *Travel Weekly*, November 6.
- 59) Cruise Line International Association [2015], "2014 North American Cruise Market Profile", <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/consumer-research/2014-north-american-cruise-market-profile.pdf>, 2018/8/1.
- 60) Toudert, D., and Bringas-Rabago, N.L. [2016], "Impact of the Destination Image on Cruise Repeater's Experience and Intention at the Visited Port of Call", *Ocean & Coastal Management*, Vol.130, pp.239-249.
- 61) Andriotis, K., and Agiomirgianakis, G. [2010], "Cruise Visitors' Experience in a Mediterranean Port of Call", *International Journal of Tourism Research*, Vol.12, pp.390-404.
- 62) Brida, J.G., and Risso, W.A. [2010], "Cruise Passengers Expenditure Analysis and Probability of Repeat Visits to Costa Rica: a Cross Section Analysis", *Tourism Analysis*, Vol.15, pp.425-434.
- 63) Blas, S.S., and Carvajal-Trujillo, E. [2014], "Cruise Passengers' Experiences in a Mediterranean Port of Call, The Case Study of Valencia", *Ocean & Coastal Management*, Vol.102, pp.307-316.

(原稿受付2018年8月29日, 受理2019年2月1日)

Why Did Hakata Port Become to Be the Busiest Cruise Port in Japan?

By Yoshihisa SUGIMURA and Daisuke ASAOKA

Hakata port has been the busiest cruise port since 2015 in Japan. In this paper, we considered the reason of this fact based on previous studies related to the rapid growth of Asian cruise market and the strategies of cruise lines or cruise ports to give indications to Japanese cruise port policy. We revealed that the geographical proximity to Shanghai port, developments of port-related infrastructure and so on let Hakata port show superiority as a first port and previous studies gave us many suggestions to consider the future situation of Japan's cruise tourism.

Key Words : *cruise, port, cruise line, Hakata port, review*