

わが国におけるクルーズ事業 振興策について

2014年1月28日「第46回運輸政策セミナー」

商船三井客船株式会社 常務取締役 山口直彦



世界各国のクルーズ人口推移

単位:1000人 JOPA教本より

Country	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012
米国	3,500	4,600	6,900	9,064	10,016	10,370	11,696
カナダ	150	250	300	486	691	763	
英国	180	400	800	1,071	1,621	1,700	1,701
ドイツ	190	309	283	639	1,219	1,388	1,544
イタリア	—	250	250	514	889	923	835
フランス	75	200	223	233	387	441	481
その他 EU	180	250	250	745	1,410	1,727	1,572
オセアニア	100	225	275	621	474	679	742
アジア (除日本)	75	450	800	600	600	1,500	1,500
日本	175	225	216	156	188	187	217
 Total	4,625	7,159	10,297	14,129	17,495	19,757	20,291

クルーズ産業の始まり

1844年、P&Oによるエジプトクルーズ
1970年ごろ 米国でクルーズ産業勃興

- 季節運航から周年運航へ（クルーズ専用船）
- 定曜日発着、同一ルート
- フライアンドクルーズ（マイアミ拠点）
- モノクラス
- イールドマネジメント



巨大クルーズ産業へ成長

栄枯盛衰。消えた名門Royal Viking Line, Home Line, Epirotiki

合従連衡。ブランドの買収Cunard, Holland America Line, Costa(伊), Celebrity, Pullmantur(西), AIDA(独)。

- **大型船**への巨額投資RCI 22万トン級で13億ドル、プライベートアイランド
- **IT、システム投資**、宣伝広告費
- 顧客の囲い込み(ブランド成長)
- **グローバル化**



Queen Mary 2



メガキャリア時代

2004年、CarnivalによるP&O Princessの合併。
そして、大手寡占の時代到来。

Carnival Group	102隻	207,557バース
Royal Caribbean	43隻	102,557バース
Genting	15隻	34,363バース
MSC	12隻	30,260バース

高級クルーズ部門や帆船、探検船、リバークルーズなど特殊クルーズでは独立系の会社が存続。

Cruise Industry News 2013



クルーズの訴求ポイント

- ①パッケージのお得感 (移動、宿泊、エンターテインメント、リラックス、そして食事)
- ②様々な選択肢。クルーズ船とそれらのクルーズ海域
- ③**安全**、**快適さ**、そして**安心感** (特に、年配の方や家族連れは、クルーズのサービスに含まれる医務室＝船医、宅急便、あるいはコンシェルジュを高く評価される。)

⇒ **非常に高いリピート率**
(これは世界共通)



日本のクルーズ人口の推移

日本のクルーズ人口は、過去20年間、**175-210千人程度**で横ばい。

但し、中身には変化が見られる。

- ①団体から**個人**へ
- ②長期、短期とも**レジャー**目的が中心
- ③船客の平均像は、やや若年化し、より**アクティブ**に。
- ④**外国船**の乗船者が増加。



1990年代初め

- 地方自治体による交流事業や修学旅行などが中心。
- 個人客は、直接GSAを通じて海外のクルーズへ参加。



ふじ丸 (2013年引退)

スポーツデッキでの手旗信号教室



1990年代

- 相次ぐ新造船竣工により、「豪華客船」のイメージが定着。
- 典型的な船客像は、高齢の富裕層。シルバーリッチと呼ばれる客層で、日本発着クルーズにこだわる。
- 人気のクルーズは、日本一周、そして世界一周。



Launching of M/S Nippon Maru in 1990



Launching of M/S Crystal Harmony (ASUKA-2) in 1990



2000年代に入ると

- レジャークルーズ志向がより明確に。
- Club-Med II や Star Cruises の参入により、日本にもよりカジュアルでアクティブなクルーズが紹介される。

2003年につぼん丸世界一周はパターンメイドを承ります。

今度の世界一周は、みなさんでつくる、みなさんがつくる、オリジナル。私たちは、ここでのりたい、ここからのりたい、このリプランを提案します。



ココのリプランの詳細は、別途お問い合わせください。

ココのリプランはー ◎連続乗船日数9泊10日以上 ◎弊社にて設定する乗下船可能な港のみのご案内となります。



そして今日では

- 3隻の日本籍船が、高品質のクルーズ商品を日本人向けに提供
- 料金は、平均すると一泊一人あたり4万円から6万円(平均的なキャビン)
- 平均的客層は、よりアクティブで、クルーズライフの楽しみ方を知っているシニア層となった。
- 彼らの中には、飛行機で海外で飛び、現地でクルーズに参加するフライアンドクルーズを厭わない人も多い。



大型外航クルーズ船の 日本市場への参入

2013年SUN PRINCESS号(77,000トン、2000人乗り)が、9本のクルーズ、述べ88日間の日本発着クルーズを行なった。この他にも、さらに大型のVOYAGER OF THE SEAS号(137,000トン、3100人乗り)も、東京・横浜港にやってきた。

- これらの客船は、安く、完成されたレジャー商品を提供しており、日本客船にとっての脅威となる。

Welcome to Japan



Sun Princess号 カーニバルジャパン提供



- しかし、正しい戦略を選べば共存共栄できる。
それは、価格競争ではなく、価値に訴える**差別化**の道である。
- 海外の客船は、外国人観光客のインバウンド誘致手段としてたいへん有効である。寄港地への経済効果も期待できる。



にっぽん丸夏祭り



Sun Princessのプールデッキ



日本籍のクルーズ船比較

	飛鳥-II	ぱしふいっく びいなす	にっぽん丸
GRT	50,142	26,518	22,472
L x W x D	241x29.6x7.5	183x25x6.5	167x24x6.6
Pax (LB)	872	476	398
Crew	470	220	230
Build/Major Refurbish	1990/2006	1998	1990/2010
Operator	NYK Cruise	Japan Cruise Line	MOPAS



では日本船の長所とは・・・

日本船の場合、次のポイントが期待される。

- ① チャレンジングな航路設定や目先の変わった寄港地
- ② 美味なる食体験
- ③ 人とのふれあい (not commercial driven)
- ④ 日本船ならではのエンタメ



① 航路設定と寄港地

顧客の期待に応えるため、日本船社は**新しい寄港地開発**にあくなき挑戦を続けている。

にっぽん丸は、日本国内で 150 港（そのうち、22 港はテンダーボートサービス）に入港した。



M/S Nippon Maru、八丈島

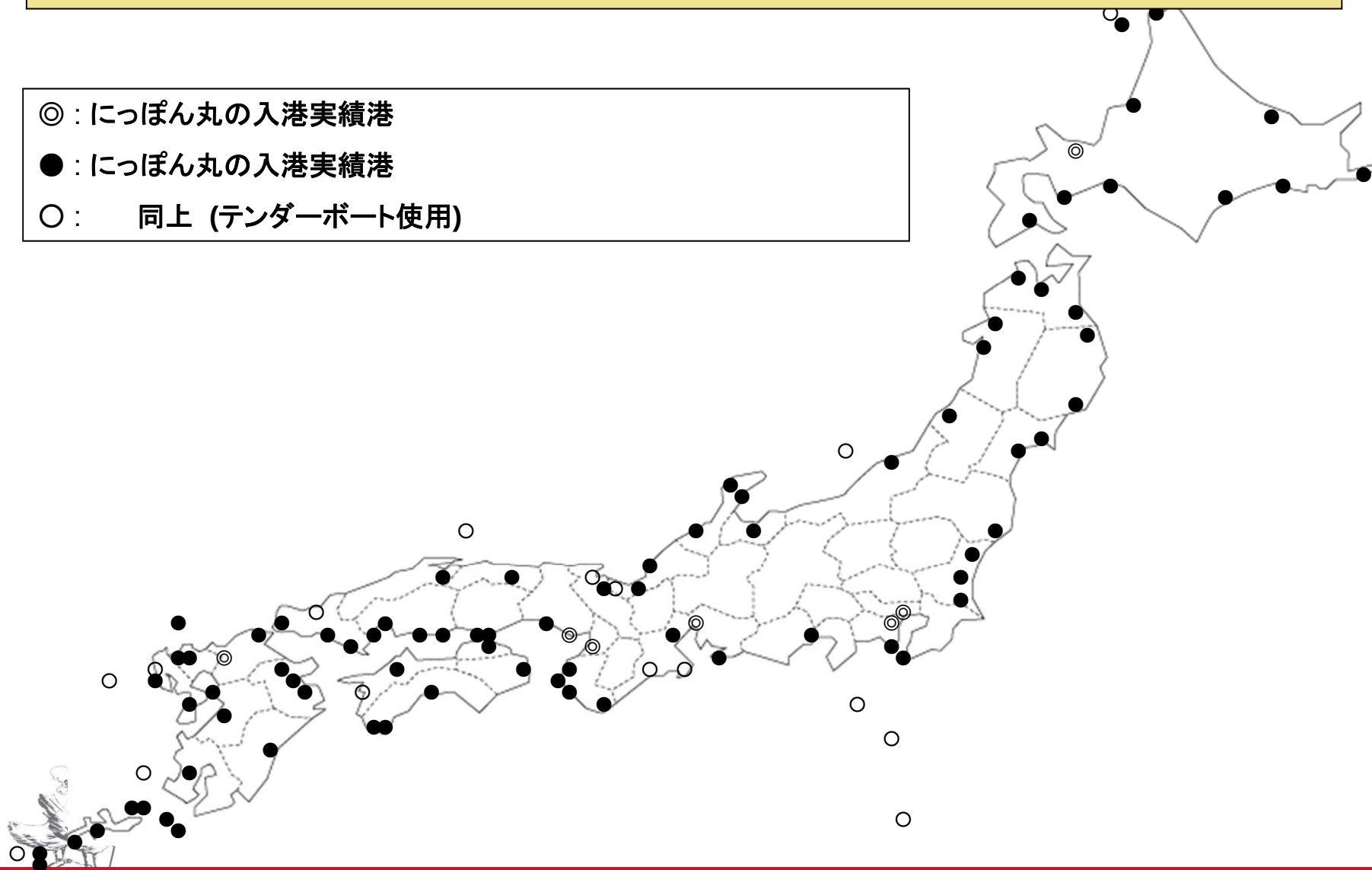


M/S Nippon Maru 館山花火



にっぽん丸の寄港実績

- ◎：にっぽん丸の入港実績港
●：にっぽん丸の入港実績港
○： 同上 (テンダーボート使用)



② 美味なる船

にっぽん丸が目指すのは”美味なる船“。決していつもフルコースの豪華なディナーを意味するわけではありません。



田崎コレクション



和食は特に自慢です。寿司バー(有料)も。



北海道ディナー(飛んで北海道クルーズ)



③ 乗組員とのコンタクト

にっぽん丸のおもてなし、は
お茶会の一期一会にも似て、
クルーズのあらゆる場面での出会い
を大切にします。
それは、ノーチップポリシーにも現れ
ています。



Chashitsu "Yoshino", Ms. Nippon Maru



船内では思い思いの楽しみ方が。



二階建てドルフィンホール Show lounge of two decks high



Show lounge of two decks high



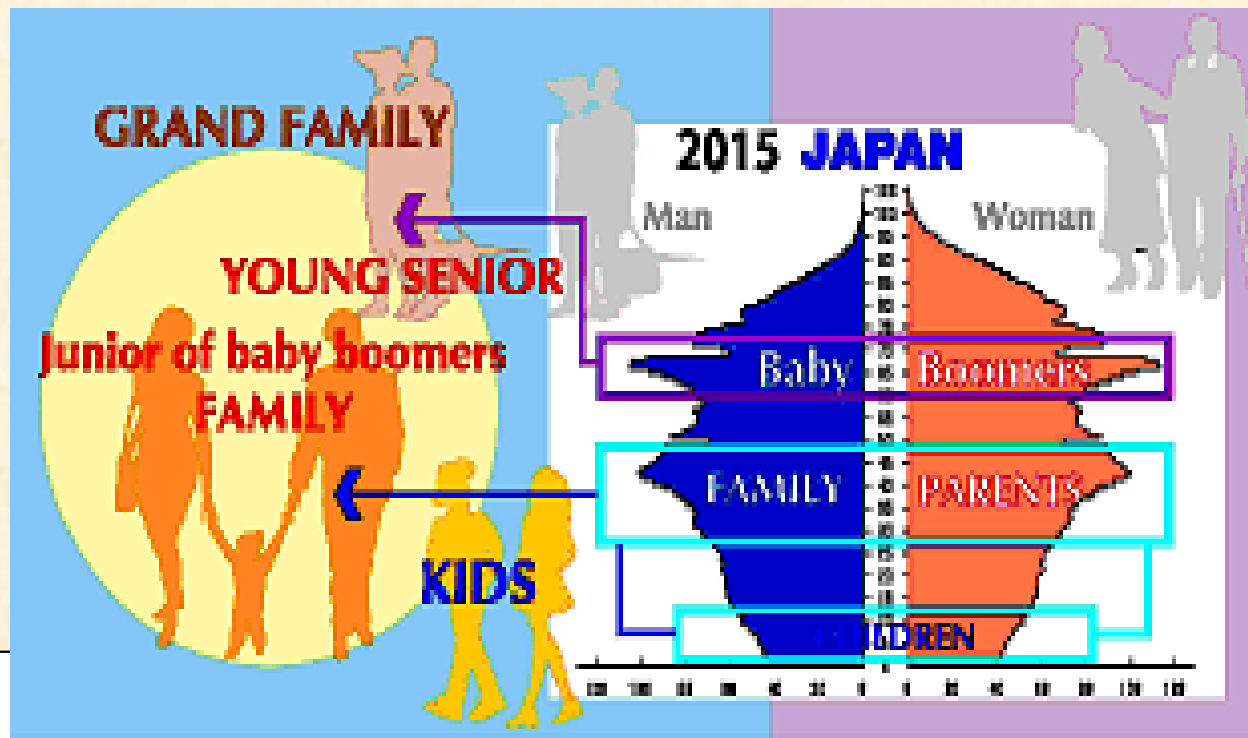
④日本型イベントの追及

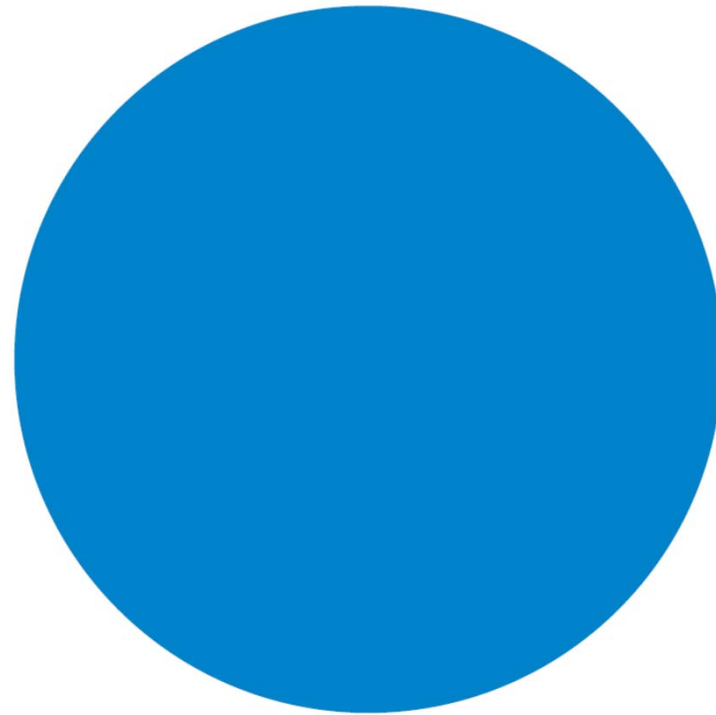
[illegible]

一例:歌舞伎on にっぽん丸

対応すべき課題

1. バランスの取れたクルーズ振興策の深耕
2. 日本の人口構成の変化に向き合うこと





NIPPON MARU

