

〈連載25〉



クルーズの大衆化



大阪府立大学船舶工学科助教授

池田良穂

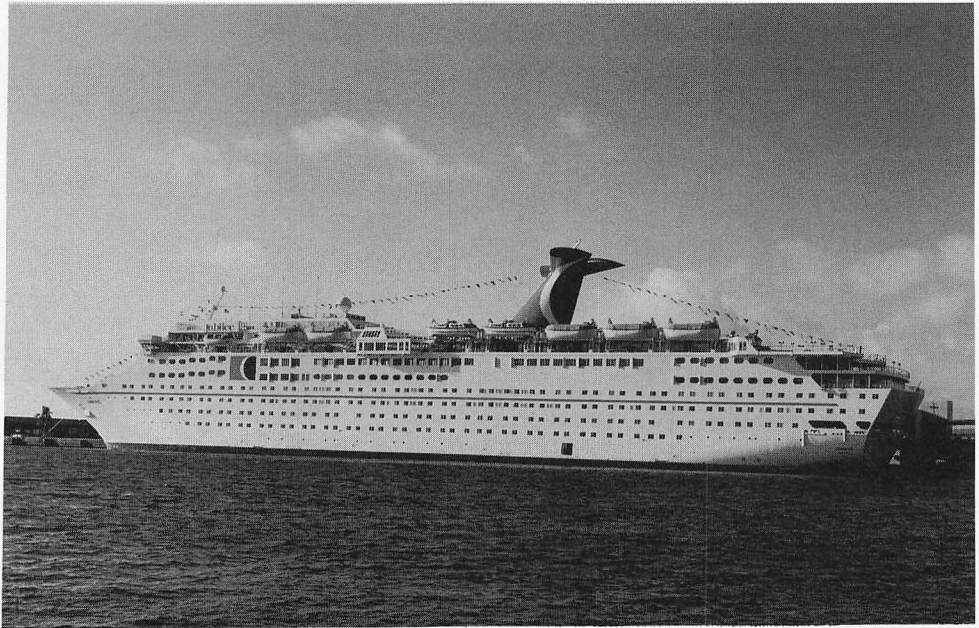
「世をあげて」のクルーズ・ブームである。横浜には「クイーン・エリザベスⅡ」が停泊し、「ふじ丸」と「おせあにっくぐれいす」が、マスコミに大々的に採り上げられている。東京湾、瀬戸内海、大阪湾にも次々とデイ・クルーズ客船の運航が計画され、姿を現している。20年以上にわたって「客船」を趣味として、熱いまなざしを送ってきた筆者としては、大変うれしい状況なのだが、心のすみになにかひっかかるものがあるのも事実である。それを自分なりに分析してみると、幾つかの要因にたどり着く。まず、本当に日本にクルーズ・ブームが来るのかという点。これはやり方次第であろう。このブームの芽をつぶすも、育てるのもこの2～3年の業界の努力にかかってこよう。次に、今クルーズに進出し始めている会社の中で、いったいいくつか成功をおさめることができるのかという点。これは、自由主義経済で動いている限り、成功する会社も失敗する会社も出てこよう。クルーズ・ブームのアメリカの中でも、撤退を余儀なくされた会社はたくさんある。最後に、日本の各社が、北米などのクルーズ・ブームの成功要因についての分析を十分に行い、その教訓を生かしているかという点。これが一番心配な点である。

「特に」筆者を不安にさせるのは、日本でのクルーズがあまりに高級指向なことである。一日あたりの費用が最低で4～6万円、しかも港で泊まったままでこのような料金までとる船まで出て来ている。世界的なクルーズの実情を知っている者としては、こんなことばかりしていて大丈夫かな、と思ってしまう。というのは、北米でのクルーズ・ブームそして現在急成長中の北欧でのクルーズフェリー・ブームは、単なる高級指向から出て来たとは思えないからである。スウェーデンでフェリー・コンサルタントを行っている友人が、今のクルーズ・ブームの主要な要因は「高いサービス・グレード」と「合理的な料金（お買い得料金）」であるとのことである。最初の「高いサービス・グレード」は必ずしも本当の意味の「高級」ではない。乗客を十分に楽しませ、ハッピーな状態にできるサービスという意味である。ここでは、サービス要員の十分な管理が不可欠になる。2番目の「合理的な料金」とは、そのサービスに見合った、しかし若干安い料金ということである。ホテルに泊まって、食事をし、ショーを見て、かつ移動も行うとした場合の価格を陸上と比べて、確かに若干安いという価格が必要ということである。カリブ海でブームになっているクルーズの料金は、1週間で13万円～20万円。この中にはアメリカ

各地からの航空運賃の全部または一部が含まれている。この料金は、日本での格安バックツアーの料金とそれほど変わらない。しかも、クルーズの実際のサービス面のグレードの高さを体験すれば、この料金が極めて「お買い得」であることが実感される。これがアメリカの一般大衆に受け入れられ、本当のクルーズ・ブームが起こったのが今のアメリカでのクルーズ・ブームであろう。北欧のクルーズ・フェリーのブームもほぼ同じであろう。

日本では 最近高級ブームである。400万も

500万もする高級乗用車が売れ、ブランド指向に拍車がかかっている。クルーズも、旅行の高級品としてイメージされ、高いほう売れゆきもいろいろ。このイメージを上手に使うことは営業政策としては重要であろう。しかし、その延長上に本当の日本のクルーズ・ブームが出現するということには若干疑問がある。どうも、今の日本のクルーズが大衆と離れすぎているという気がしてならない。これは貧乏人の筆者のひがみかもしれないが…………。



カリブ海の大衆クルーズ客船の代表選手ジュビリー。
一週間クルーズが13万円から