

平成10年5月1日
海 上 交 通 局

客船クルーズ事業振興懇談会報告書について

1. 経 緯

平成9年12月に「客船クルーズ事業振興懇談会」を設け、平成元年に本格的な外航クルーズ船時代を迎えた我が国の客船クルーズ事業のこれまでの10年間をレビューし、今後の客船クルーズ事業の振興のための方策について検討を行った。

この結果、今般、その報告書がとりまとめられた。

2. 検討経過

平成9年12月12日 第1回懇談会（座長 池田良穂 大阪府立大学教授）
平成10年1月19日 第2回懇談会
平成10年2月24日 第3回懇談会
平成10年3月24日 第4回懇談会
平成10年5月1日 報告書公表

3. 報告書概要及び報告書

別紙のとおり。

客船クルーズ事業振興懇談会報告

－ クルーズ人口 100万人構想 －

1. 客船クルーズ、この10年間の回顧と問題点

(1) 客船クルーズ人口は着実に増加

- ・平成7年のクルーズ人口22万人（過去10年間で倍増）
（しかし、世界に比べると少ない。平成7年の世界のクルーズ人口 720万人、特に米国は 460万人、過去5年間で 280万人、62%増加。）
- ・世界一周クルーズはキャンセル待ち

(2) 今後の課題

- ・セミナー、インセンティブ（企業の商品の発表等に係る販売促進のための旅行）等の企業、団体等の利用の減少
→ 個人レジャークルーズの振興
- ・リピーターが主流（30～40%を占める）
→ 新規顧客、新規商品（テーマ性、目的地の重視）の開拓
- ・日本船は高級志向（1泊2日4～5万円以上）
→ 大衆向けで低廉なクルーズの開発
- ・我が国近海の海象等地理的条件
→ フライ&クルーズの展開

2. 客船クルーズ市場の爆発を目指した戦略

(1) バリエティーある客船クルーズ

- ・大衆クルーズ（1泊2日2～2万5千円以上） ～ 高級クルーズ（7～8万円）
- ・ワンナイトクルーズ ～ 世界一周クルーズ
特に、ショートクルーズ（1～3泊）の拡大が必要

(2) コストパフォーマンスのある商品の開発

- ・クルーズはレジャー産業。一般旅行商品、リゾートホテルに負けない競争力

(3) 魅力ある寄港地の開発

- ・日本発着の寄港地 …………… 南西諸島、小笠原諸島、サハリン、麗水（韓国）等
- ・海外発着のフライ&クルーズ … 東南アジア、南洋諸島、オセアニア等

- (4) 旅行業者と連携
 - ・旅行業者とタイアップした魅力ある商品の開発
 - ・旅行業者を通じた販売重視
 - ・クルーズ商品の知識が豊富な販売員の養成
 - ・内外のクルーズ事業者、旅行業者等が加入する組織の充実
((社)日本外航客船協会及び日本船旅業協会の業務提携の強化。)
- (5) 他の交通機関との連携
 - ・航空会社との連携、ジョイントマーケティング
 - ・クルーズ客のための低廉な航空運賃の提供
- (6) 国、地方公共団体との連携
 - ・クルーズ客船バース、ターミナル等の整備推進
 - ・「青年の船」、「市民クルーズ」等の普及
 - ・地方公共団体による寄港増進の環境整備
(「飛鳥」等の3隻のクルーズ客船の横浜同時寄港（本年3月）、約50万人の見学者、約12億円の地域経済効果)
 - ・日本開発銀行の融資等公的支援の活用
- (7) 外国のクルーズ客船の誘致
 - ・新たなクルーズファンの育成
- (8) 社会環境の整備
 - ① 海の文化の普及
 - ・「国民研修船」、「国民休暇船」のようなプロジェクトの検討も一方策
 - ② 休暇制度の改善
 - ・ハッピーマンデー（祝日3連休化）の実現
 - ・長期休暇取得の奨励
- (9) 規制緩和の推進
 - ・旅行業者とクルーズ事業者との間にある取消手数料の発生時期の差異解消の検討
- (10) 広報・キャンペーン等の展開
 - ・クルーズ = 豪華、堅苦しい、船酔いのマイナスイメージの払拭
 - ・キャンペーンクルーズの実施、クルーズ情報の提供等
- (11) マーケティングの推進
 - ・大衆的な商品から高級な商品まで、それぞれの市場におけるマーケティングを実施

3. クルーズ人口 100万人構想

- ・平成20年 クルーズ人口 100万人目標
- ・我が国の市場規模 900～ 1,200億円
- ・船型別船隊規模のイメージ

(船舶の大きさ)	(シェア)	(隻数)
旅客定員 2,000人	60%	4 隻
600人	35%	8 隻
300人	5%	3 隻

- ・モデル事業の実施
 - ・定点型クルーズの定着
(沖縄地域、北海道地域、グァム、サイパン等。特に、沖縄を
発着地とするフライ&クルーズ事業 (モデル事業) 等の検討)
 - ・運航コストの削減方策の検討

客船クルーズ事業の振興について

〔客船クルーズ事業振興懇談会報告書〕

1. 客船クルーズ事業振興懇談会の目的

「豪華」、「雄大」、「グルメな旅」、「ゆとりがある」、「楽しい」、「現代的」、「スポーツ的」、「人とのふれあい」、「自然とのふれあい」等々各種のアンケート調査による客船クルーズの魅力についてのイメージは幅広い。

我が国の経済発展とともに、国民の自由時間の拡大やその関連支出の増加が進む中で、客船クルーズについてゆとりある生活の実現や、国際交流の促進のための手段としてその価値を見直す動きがでてきた。

平成元年に本格的な外航クルーズ客船である「ふじ丸」及び「おせあにくぐれいす」が相次いで就航したのをかわきりに、外航船社が中心となって、次々と客船クルーズ事業の展開を図り、我が国において本格的なクルーズ客船時代が始まった。

このような動きにあわせて、運輸省では、平成元年11月に運輸政策審議会総合部会に「外航客船小委員会」を設け、我が国における健全な外航客船旅行の発展を図るための施策について審議し、報告書をまとめるとともに、安全運航コード及び利用者保護コードを策定するなど客船クルーズの普及のための環境整備が図られてきた。

しかしながら、我が国のクルーズ人口は、増加傾向を示してはいるものの、バブル崩壊後の景気の後退等の影響もあって、当初期待したほどの増加には至っておらず、最近では一部で撤退する事業者も見受けられる。

このため、これまでの10年間をレビューし、国民のクルーズ利用をより一層拡大する観点から、今後の客船クルーズ事業の振興のための方策について検討することとした。

2. 客船クルーズ、この10年間の回顧と問題点

(1) クルーズ船の利用者数の推移

我が国の客船クルーズについてこれまでの10年間を振り返ってみると、客船クルーズの定義は難しいところがあるが、1泊以上のものを客船クルーズと考えると、その利用者数は、平成7年が約22万人となっており、本格的なクルーズ客船時代が始まった平成元年以前の昭和62年と比較し

て約10万人増加しており、当初期待されていたほどの大幅な増加にはなっていないが、客船クルーズはこの10年の間に着実に普及してきていることが分かる。

しかし平成8年は、バブル崩壊後の我が国経済の低迷の影響を受けて、セミナー、インセンティブ等の企業、団体等の利用が減少したことに加え、平成8年以降客船クルーズ事業から撤退する事業者もあり、対前年比で約14パーセントの減少となった。

このような中であって、平成8年から実施された世界一周のロングクルーズは大変好評で、平成10年には2隻のクルーズ客船が世界一周クルーズを実施しているが、両船ともキャンセル待ちが出るほどのブームとなっている。

一方、世界のクルーズ船利用者数は、平成7年には約720万人となっており、最近5年間で約280万人、62パーセント増加している。

国別では、アメリカがクルージング起点に適したフロリダ半島を有し、カリブ海に面していることから、世界のクルーズ船利用者数の60パーセント以上を占めている。

1995年（平成7年）のアメリカのクルーズ船の利用者数は、約460万人となっており、最近5年間で約110万人、31パーセントの増加を示している。

(2) 外航クルーズ船の利用目的の変化

我が国の外航クルーズ利用者の乗船目的は、セミナー、インセンティブ等の企業、団体等の利用に関するものが、平成5年には全体の約70パーセントを占めたが、平成8年には大幅に減少し、約40パーセントを占めるに止まった。このため、これら企業の利用に大きく依存している利用者数が、最近減少傾向にある。

一方、観光等のレジャー関係の個人利用者は、我が国のクルーズ事業者の運航する船舶については若干減少してはいるものの、観光目的が殆どを占めると考えられる海外等のフライ&クルーズの利用者が増加していることから、全体としては増加していると考えられる。

今後は、このような情勢に鑑みれば、外航クルーズについては、レジャークルーズの顧客開拓に力を注いで行く必要があるものと考えられる。

(3) 外航クルーズの利用泊数

平成8年の外航クルーズ利用者は、その31パーセントの約2万3千人が1泊の利用となっているが、これらは全て、海外においてクルーズ船に乗船したフライ&クルーズの利用者である。

また、外航クルーズ利用者のほとんどは、9泊以下の利用であり、10泊以上の長期のものは、全体の15パーセントにすぎない。

しかし、これらの人・泊数で見ると1泊は5パーセントにすぎず、10泊以上の長期のものは、30泊以上のものが20パーセントを占めるところから、全体の46パーセントとおおよそ半分近くを占めている。

(4) 客船クルーズ事業の課題

客船クルーズ事業については、昭和56年ごろから始まっており、「にっぽん丸」、「新さくら丸」、「さんふらわあ7」、「ニューゆうとぴあ」等が黎明期の我が国のクルーズを醸成してきた。

その後、本格的な外航クルーズ客船である「ふじ丸」、「おりえんとびいなす」、「飛鳥」等が相次いで就航し、客船クルーズは、国民の間に徐々にではあるが、定着してきている。

このような中で、何隻かのクルーズ客船が我が国のクルーズマーケットに適合しなかったために市場から撤退した。そして、現在では、日本籍船としては総トン数が2万トン前後、収容乗客数も500～600人で、かつ、高級指向のクルーズ客船が主流となっており、平成10年4月には、新たに、総トン数2万6千トン、乗客数720人の日本籍のクルーズ客船「ぱしふいっくびいなす」が就航したところである。

しかし、客船クルーズの利用者にはリピーターが多く、この傾向は従来から大きく変わっておらず、現在でも全クルーズ人口の30～40パーセントは、リピーターであるといわれている。

このため、新規の顧客の開拓が、今後の課題となっている。

また、最近の傾向として、リピーターといえども客船クルーズについてそのテーマ性や目的地を重視するようになってきているが、このような需要に応えるための新規商品の開拓が次第に難しくなっており、我が国の客船クルーズ事業の将来の伸びを危惧する声もある。

このような情勢に鑑みれば、今後、我が国の客船クルーズ事業が大きく発展していくためには、クルーズ料金を廉価なものとするにより、クルーズ利用者の裾野を広げる必要がある。この目的を達成するためには先

ず新たに我が国の近海でフライ&クルーズを含めた大衆クルーズを開拓することが不可欠と考えられる。

大衆クルーズは、一般の国内旅行と競争関係に立つことから、コストを如何にセーブしてより品質の高いコスト・パフォーマンスのあるサービスが提供できるかが課題となってくる。

ちなみに、現在の国内旅行の状況を勘案すると、1泊2日で2万～2万5千円程度の商品設定を目指す必要があると考えられる。

さらに、我が国近海の季節的な海象（台風）等の地理的条件を考慮した場合には、客船クルーズ事業をクルージングに適した地域で展開し、利用者は、我が国から現地までは航空機で移動しクルージングを楽しむフライ&クルーズの展開についても検討する必要がある。

3. 客船クルーズ市場規模の爆発をめざした戦略

(1) バラエティーある客船クルーズ

我が国における客船クルーズ市場の規模を拡大していくためには、第一に利用者の様々な需要に応えられるサービスを提供していくことが必要であるが、これまで我が国の客船クルーズ各社が提供してきたサービスは、主に1泊4～5万円以上の高額なものとなっている。このため、これまで客船クルーズを利用する客層も高齢者層を中心とするものに限られており、客船クルーズが若い層にまで拡大していかない状況にある。

従って、新たに1泊2日で2万～2万5千円の価格の安い大衆クルーズの導入を図り、1泊2日で7万～8万円の高級船から価格が安く誰でも気軽に楽しめる大衆船までバラエティーに富んだクルーズ客船が提供され、多様な消費者の需要に応えていくことが期待される。

また、クルージングの日程についても、ワンナイトクルーズのような短期間のものから世界一周のような長期のものまでバラエティーのある商品が提供されることが望まれる。

特に今後客船クルーズを大衆化していくためには、長期休暇がとれず時間的に余裕のない場合にも容易に楽しめるよう土日を含んだショートクルーズ（1～3泊程度）をさらに拡大していくことがポイントとなると思われる。

(2) 他のレジャーに負けないコスト・パフォーマンスのある商品の開発

客船クルーズは、単なる運送事業と考えるのではなく一大総合レジャー

産業の分野に入るものと考えられる。従って、その競争相手は、一般の旅行商品若しくはリゾートホテルであるので、今後クルーズ市場の規模を拡大していくためには、価格面、サービス面でこれらに負けない競争力を備えていく必要がある。

現在、通常の1泊2日のパック旅行は宿泊料込みで1万5千円～2万円、職場旅行（東京から100キロメートル圏内）でも平均3万円～3万5千円といわれている。このため、これらの商品と競合する我が国を拠点とするフライ&クルーズ含めた大衆クルーズについては、船舶の大型化を図り、複数の船を運航する等の方法により利用者1人当たりのコストを引下げ、消費者に対してより安いクルーズ料金を提供することにより、これらに対抗していける競争力をつけることが要求される。また、高級船についても、高級旅館、高級リゾートホテルを競争相手と認識し、これらに負けない価格、サービスの提供を図り、新たな顧客の獲得を図っていくことが必要である。

(3) 魅力ある寄港地の開発

客船クルーズには、利用者は自ら移動することなく、快適なホテルに居ながらにして、異なる風景、異なる文化に接することができるという魅力がある。

客船クルーズ事業並びに国民のクルーズ利用人口を今後さらに拡大していくためには、このような客船クルーズの魅力を最大限に発揮させる必要がある。

このため、日本発着船については、日本から比較的近いエリアにおいて、また、海外発着のフライ&クルーズについては、国際航空便の発着する空港から比較的近いエリアにおいて、それぞれ異なる魅力を持つ寄港地を発掘または開発し、利用者の需要に応じていく必要がある。

これらについては、日本近海では、南西諸島、小笠原諸島、サハリン、麗水（韓国）等、フライ&クルーズにあつては、アジア、太平洋地域等も考えられるが、今後は、アミューズメントパーク事業等と連携して寄港地を開発する等新たに寄港地を創造していくことも必要であると考えられる。

(4) 旅行業者との連携

現在、我が国のクルーズ商品のかなりの部分はクルーズ事業者自身が販売しているところであるが、今後、客船クルーズ市場を拡大していくため

には、少数のクルーズ事業者が販売の中心になるのではなく、アメリカで行われているように多くの旅行業者を通じた販売にその比重を移していくことが必要である。

また、客船クルーズは、一般にはまだ十分に知られているとはいえず、かつ、一般旅行商品とは異なる特性を持つことから、客船クルーズ商品についての知識を豊富にもつ販売員を養成し、利用者に対して木目の細かいサービスが実施できるような体制を整備することが必要とされる。

販売員の養成については、現在は（社）日本外航客船協会作成のビデオ等を使い旅行業者各社がそれぞれの社内で行っているが、我が国においても、アメリカのCLIA（CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION）のように内外のクルーズ事業者及び旅行業者が加入する組織を充実し、そこで研修及びクルーズカウンセラー等の資格認定を実施する等の人材養成システムを確立していくことが望まれる。

なお、内外のクルーズ事業者及び旅行業者が加入する組織は、現在ある（社）日本外航客船協会及び日本船旅業協会を統合することが望ましいとの意見もあるので、当面は両者の間で業務提携の強化を図るなどにより体制整備を図っていくことが望まれる。

さらに、（社）日本旅行業協会の内部において、クルーズの振興について検討するなど旅行業者の客船クルーズへの関心を高めていくことも有効と考えられる。

また、それぞれの客船クルーズ事業者にあつては、定まった港からの定曜日サービス等の旅行業者が商品化しやすいサービスを提供していくとともに、イベントとタイアップしたクルーズ、陸上のレジャーも組み入れたクルーズ等の魅力のあるクルーズ商品を旅行業者と連携して開発していくことも必要である。

(5) 他の交通機関との連携

客船クルーズを利用しやすく、これまでより廉価な商品とするためには、旅行業者との連携とともに、航空、鉄道等の接続する他の交通機関との連携を図り、例えば、片道利用でも割引きされる客船クルーズ用運賃を設定する等により他の交通機関の運賃を含む料金をより廉価なものとしていくことが有効である。

我が国の周辺海域には、季節によりクルージングに適さない時期があるため、通年のサービスを重視すれば、アジア、太平洋地域等温暖な地域に

においてフライ&クルーズを展開していくことが有望であると考えられる。

このフライ&クルーズを実施していくには、クルーズ客船が発着する場所までの利用者の安定的輸送を確保するとともに、航空運賃をより廉価なものとして利用者に提供していくことが必要である。

しかし、その実現には、これまで航空会社との連携が十分でなかったために、利用者が満足する商品を提供できなかったという事例も見受けられるので、今後は航空会社とジョイントマーケティングを実施する等その連携をより一層強化していくことが必要である。

(6) 国・地方公共団体との連携

これまでに国及び各地方公共団体が実施してきた「青年の船」、「市民クルーズ」等は、国民に対する客船クルーズの普及に確実に寄与しており、今後客船クルーズ市場の規模を拡大していくためには、これらがさらに拡充され、より多くの国民にクルーズ体験の場が提供されることが望まれる。

客船クルーズ市場の規模拡大には、首都圏、近畿圏からの客船クルーズだけでなく、地方発着の客船クルーズも設定し、幅広い需要の喚起に努める必要がある。

また、国民が身近かな港からより魅力のある客船クルーズを利用できるよう、需要規模に応じつつ、これらの港におけるバース、旅客ターミナルの整備等港湾の開発を行っていくことも必要である。

さらに、港湾において、ポートチャージの減免措置等のクルーズ客船が寄港しやすい環境が整備されれば、クルーズ客船の寄港地の増加にもなり、客船クルーズの市場規模のさらなる拡大にもつながっていくと考えられる。

一方で、大型クルーズ客船の定期的な入港は、クルーズ船利用者による観光をはじめショッピングなど地域経済に寄与するのみならず、下記の如く、入港に際し見学者の参集など当該地域の観光振興の起爆剤ともなり、各地方公共団体にとっても大きなメリットがあると思われる。

ちなみに、本年3月に横浜港に「飛鳥」、「クイーンエリザベスⅡ」、「オリアナ」の3隻のクルーズ客船が同時に入港した際には、3日間で約50万人の見学者が参集し、約12億円の地域への経済効果をもたらした。

また、我が国のクルーズ客船の整備にあたっては、日本開発銀行の融資等、公的支援を最大限に活用すべきである。

(7) 外国クルーズ客船の誘致

我が国における客船クルーズ事業については、国民のクルーズ利用の拡大の観点から外航クルーズの分野においては、外国のクルーズ事業者が運航するクルーズ客船を積極的に誘致することにより、国民がバラエティーあるクルーズサービスを受けられるように客船クルーズ事業の振興を図っていくことも考えられる。

なお、外国クルーズ客船を誘致して新たなクルーズ人口を開拓し、中年、若年層にクルーズファンを創っていくことは、これらの人々がやがてリピーターとなって我が国クルーズ事業者のクルーズ客船にも乗船することが期待されることから、ひいては我が国クルーズ事業者にとっても好ましいものと考えられる。

(8) 社会環境の整備

① 海の文化の普及

我が国は、四方を海に囲まれ海からの恩恵を大きく受けているが、国民一人一人の海に対する認識はそれほど深くはなく、クルージングに関してもその内容まで理解している人は少ない状況にある。

国民が容易に海や船に親しみ、海の恩恵に感謝する心を育む場としてクルージングは絶好の機会となるので、国、地方公共団体等の公的機関が主体となって海の文化の普及に努めるには、「国民研修船」、「国民休暇船」のようなプロジェクトを検討していくことも一方策として考えられる。

また、このようなプロジェクトを実施することは、現在、国民の間にある「クルーズ＝豪華、堅苦しい、船酔い」などというマイナスイメージを改める絶好の場ともなる。

② 休暇制度

客船クルーズ市場の規模を拡大していくためには、クルーズ人口を中年、若年層にまで広げていくことが不可欠であるが、現在、これらの層では長期休暇をとることが難しい環境となっており、のんびりとクルーズ客船に乗船するような環境にはない。このため、祝日の三連休化であるハッピーマンデーを是非とも実現するなど、今後、これらの層が長期休暇をとることができるような方策を推進していくことが必要である。

さらに、一年間を通していつでも希望する時期に長期休暇をとることができるような社会環境が整備されれば、シーズンによる利用者数の跛行性が小さくなり、客船クルーズ事業の振興に大きく寄与するものと考え

える。

(9) 求められる規制緩和、運用の弾力化

客船クルーズ事業の振興に関しては、次のような規制緩和を求める声がある。

規制緩和は、新たな需要の創出、価格の引下げ等の効果が期待しうるのでできる限り実施していくことが望ましいが、一方では消費者の保護、安全性の確保等においてのマイナスの効果が発生することも予想される。従って、今後指摘のあった各種の規制についてクルーズ振興の観点から充分検討することが必要である。

【事業者からの要望事項の例】

- ・ カジノの解禁
- ・ C I Q（税関、入国管理、検疫）の改善
- ・ 外国人船員に対する上陸許可の取扱いの緩和

〔上陸許可条件の緩和〕

〔要注意船舶の外国人船員に対する上陸許可の取扱いの緩和〕

また、旅行業者が主催するフライ＆クルーズ旅行において、利用申込者と旅行業者間の取消料に比較して、旅行業者とクルーズ事業者間の取消料の発生時期が異なることから、旅行業者がフライ＆クルーズ旅行の商品化に消極的であるとの声もあり、消費者保護に配慮しつつ、取消料の取扱いについても検討する必要があるとの意見も出された。

(10) 広報・キャンペーン等

本格的なクルーズ客船時代が始まった平成元年以前の我が国において、客船クルーズは、ごく少数の熱心な船旅の愛好家だけにしか知られていなかった。これが、これまでの10年間に於ける事業者、関係団体等の努力により、現在では各種のクルーズ情報誌も発行されるようになり、その存在は、国民の間にかなり浸透してきている。

しかし一方では、消費者の中に「クルーズ＝豪華、堅苦しい、船酔い」などというマイナスイメージも払拭されていないので、今後、クルーズ人口を拡大していくためには、客船クルーズの発着等の情報の提供、官民一体となったキャンペーンの展開、キャンペーンクルーズの実施、パンフレット、ビデオ等の資料配布等をさらに幅広く実施し、客船クルーズが、国民の誰でもが気軽に楽しむことができるレジャーであることを周知してい

くことが必要である。

また、アメリカにおいて客船クルーズが現在のように定着したのは、クルーズ客船を舞台とした連続テレビドラマが人気番組となったことが大きく寄与しているといわれている。この例でも分かるように、より多くの国民に客船クルーズを知ってもらうには、マスメディアを媒体とすることが有効であるので、今後、さらに関係者の創意工夫が必要である。

(11) マーケティング

客船クルーズ市場の規模を拡大していくためには、高級船による豪華なものから気軽に乗れる大衆的なものまで幅広い商品を消費者に提供していくことが求められる。このためには、まずそれぞれの市場において的確なマーケティングを実施することが必要である。

この場合、ホテル等で行われている不特定多数の一般客、特定のリピーター、法人客に分ける方法などは、その性格がレジャー産業に近い客船クルーズの分野には有効なものと考えられる。

4. クルーズ人口100万人構想

(1) 目標規模の妥当性

当懇談会では、10年後の平成20年における我が国のクルーズ人口の目標を100万人とすることとした。

クルーズ人口100万人は、現在の我が国のクルーズ人口の5倍であるが、アメリカのクルーズ人口の4分の1から5分の1にあたり、これは全人口比で見るとアメリカのおよそ2分の1、イギリスとは同じ水準になる。

従って前章で述べた方策を着実に実施し、国民がいつでも魅力あるクルーズを安い価格で楽しむことができるようになれば、決して達成不可能な目標ではない。

(2) 市場規模

クルーズ人口を100万人とすると、利用者1人当たり15万円から20万円支出するとして、客船クルーズの市場規模は、およそ1,500億円から2,000億円と見込まれる。この100万人のうち40パーセントが外国船に、60パーセントが日本のクルーズ客船に乗船するとすれば、我が国の客船クルーズ事業は、900億円から1,200億円の規模となり、我が国の海運業界の活性化に大いに資するものと考えられる。

(3) 船隊規模

例えば、クルーズ人口が100万人となった場合の我が国のクルーズ船隊規模を考えてみると、バラエティーに富んだクルーズ客船の開発が進むものと想定すれば、全体で15隻、大きさ別では、旅客定員2,000人の大型大衆船が4隻、現在の日本のクルーズ客船クラスの旅客定員600人の船舶が8隻、旅客定員300人の小型高級船が3隻必要との構想も成り立つと考えられる。

この15隻全てが新造されることになれば、これらに要する建造費はおよそ2,800億円と見込まれる。そして、これら全てが我が国の造船所で建造されることになれば、造船業界の活性化にもなると考えられる。

【船型別船隊規模の具体的イメージ】

日本のクルーズ客船への利用者数を60万人、1人当たりの利用日数を6泊7日、各船の平均消席率を85パーセントと仮定すると、必要ベッド数は、約13,500となり、これに船の大きさごとのシェアを次のように見込み、船舶数を考えるとそれぞれ次のようになる。

(船舶の大きさの別)	(シェア)	(船舶数)
旅客定員2,000人	60%	4隻
600人	35%	8隻
300人	5%	3隻

(4) モデル事業の実施

我が国のクルーズ人口を100万人とするためには、これまで述べた方策を着実に実施し、多様なクルーズを設定することにより利用者の拡大を図って行く必要がある。そのためには先ず、例えば定曜日運航など定期性のある運航を行い広報宣伝も恒常的にできる定まった港をベースにしたサービスを提供し、国民が衆知しやすく、かつ、利用しやすい定点型クルーズを定着させることが求められるが、この定点型クルーズの出発港には、台湾、中国等に距離的に近い沖縄地域、サハリン、北方四島を背後に控えた北海道地域、ミクロネシア諸島の拠点となるグアム、サイパン地域等が適していると考えられる。

このため、官・民が協力して、まず沖縄を出発港としたフライ&クルーズ等をモデル事業として実施し、当該地域における定点型クルーズの早期

の創設を促していくことも、我が国の客船クルーズの振興を図る一つの有効な方策と考えられる。

なお、モデル事業の実施にあたっては、コストをできるだけセーブすることが望ましいことから、その実施にあたっては、運航コスト等のコスト削減の方策についての検討をあわせて行う必要がある。

5. おわりに

本懇談会では、クルーズ人口を100万人とすることを目標としたが、とりわけ冬場には荒れるという我が国周辺海域の海象条件の悪さなどから、この目標の達成は困難ではないかとの指摘もあった。

しかし、これまで述べてきたように、現在のクルーズ人口は諸外国に比べて少なく、国民がいつでも魅力あるクルーズを安い価格で楽しめるような環境が整備されることになれば、将来増加する可能性は十分にあり、この目標の達成は不可能ではないと考えられる。

今後、客船クルーズに係わる関係者等の努力により、我が国クルーズ人口100万人の目標が達成され、我が国の客船クルーズ事業が飛躍的に発展することを期待したい。

人と人との交わりが希薄となりつつある現代において、客船クルーズは、多数の利用者と乗組員が生活を共にすることからそこに一体感が生まれ、日本人同志、外国人と日本人、親子、老人と若者等の様々な関係の人間の間でコミュニケーションが深められるなどこれまでのレジャーにはない魅力をもっている。

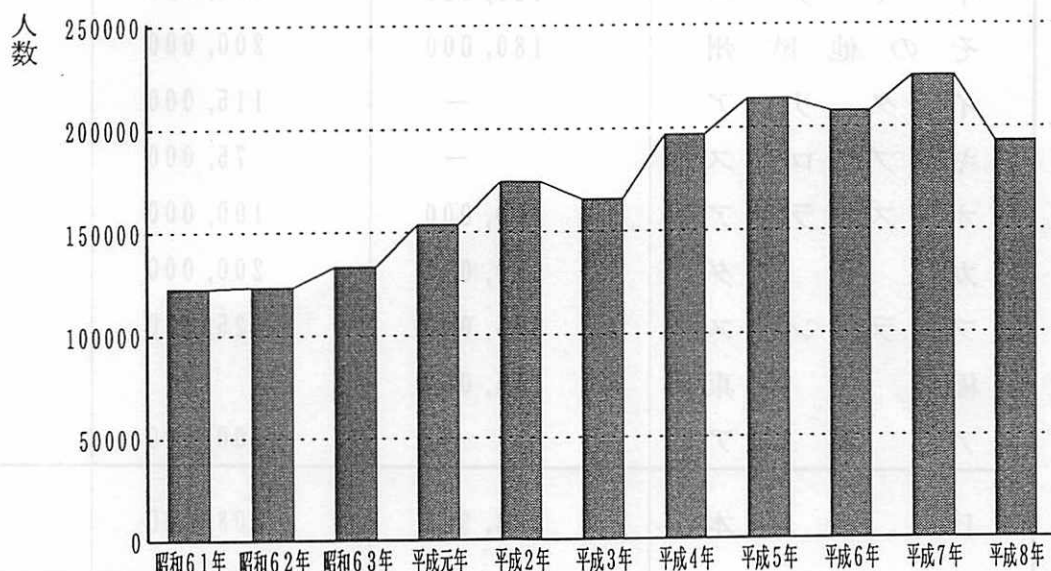
また、我が国の客船クルーズのこの10年間を省みても全く無事故であるなど安全性が極めて高いが、この点についても広く国民の認識が得られるよう努める必要がある。

今後の我が国の客船クルーズの発展により、国民の余暇利用において新たな一ページが開け、新たな文化が形成されることを願うものである。

客船クルーズ事業の現状

○ 外航・内航クルーズ客数の推移

特に、外国籍船による外航クルーズが大幅に増加



(単位：人)

年	外航クルーズ		小計		内航クルーズ		合計	
	日本籍船	外国籍船		対前年比		対前年比		対前年比
61	30,600	7,600	38,200	—	84,900	—	123,100	—
62	29,800	9,000	38,800	1.6%	84,900	0.0%	123,700	0.5%
63	31,600	12,000	43,800	12.9%	89,900	5.9%	133,700	8.1%
元	36,200	21,900	58,100	32.6%	95,700	6.5%	153,800	15.0%
2	38,100	28,600	66,700	14.8%	108,200	13.1%	174,900	13.7%
3	38,300	25,600	63,900	-4.2%	102,200	-5.5%	166,100	-5.0%
4	46,400	30,400	76,800	20.2%	120,300	17.7%	197,100	18.7%
5	47,300	32,800	80,100	4.3%	134,100	11.5%	214,200	8.7%
6	42,500	31,400	73,900	-7.7%	134,200	0.1%	208,100	-2.8%
7	45,100	34,400	79,500	7.6%	145,500	8.4%	225,000	8.1%
8	34,437	39,387	73,824	-7.1%	119,870	-17.6%	193,694	-13.9%

(注) 1. 運輸省海上交通局調べ。

2. 外航クルーズには、日本発着クルーズの他、フライ&クルーズを含む。

3. 1泊以上のものが対象。

○ 世界のクルーズ人口の推移

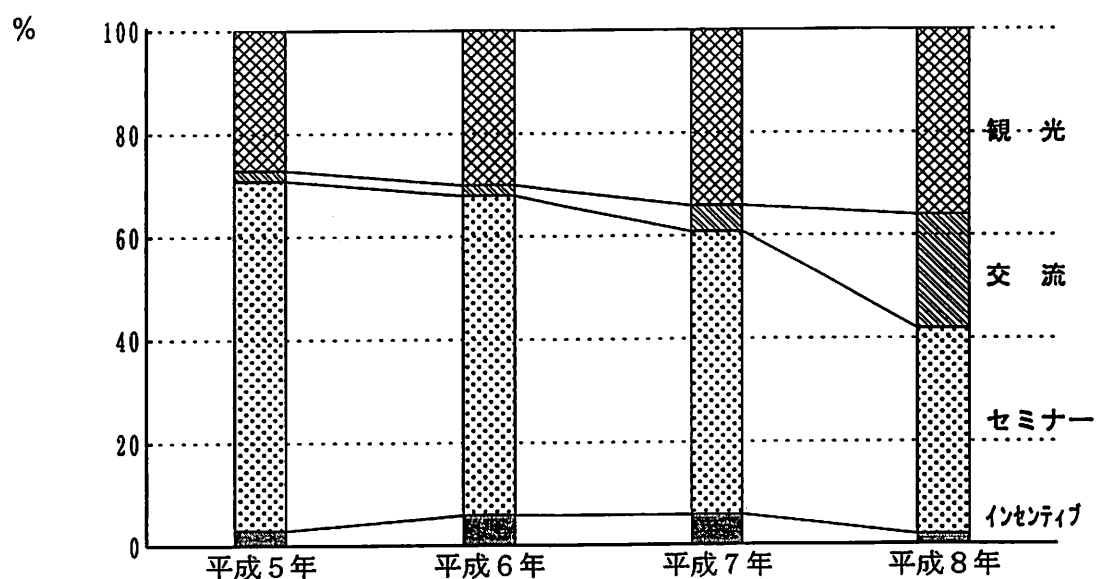
(単位：人)

国 名 (又はエリア)	平成 2 年	平成 6 年	平成 7 年
ア メ リ カ	3,500,000	4,750,000	4,600,000
西 ド イ ツ	190,000	—	—
ド イ ツ	—	235,000	* 309,000
イ ギ リ ス	180,000	300,000	480,000
そ の 他 欧 州	180,000	200,000	250,000
イ タ リ ア	—	115,000	250,000
キ プ ロ ス	—	75,000	75,000
オーストラリア	100,000	100,000	150,000
カ ナ ダ	150,000	200,000	250,000
フ ラ ン ス	75,000	125,000	200,000
極 東	75,000	—	—
ア ジ ア	—	200,000	450,000
日 本	174,900	208,100	225,000
合 計	4,475,000	6,375,000	7,239,000

- (注) 1. ダグラス・ワードの「クルーズ専科」の資料。
 2. *は、91,000人の河川クルーズ客数を含む。

○ 外航クルーズの目的

交流目的の割合は増加、セミナー、インセンティブ等企業の利用は減少



(単位：人)

目 的	平成5年 (シェア)	平成6年 (シェア)	平成7年 (シェア)	平成8年 (シェア)
観 光	13,430 (27%)	12,911 (30%)	15,741 (34%)	12,625 (36%)
交 流	1,017 (2%)	911 (2%)	2,419 (5%)	7,648 (22%)
セミナー	33,968 (68%)	27,029 (62%)	25,102 (55%)	14,143 (40%)
インセンティブ	1,544 (3%)	2,524 (6%)	2,846 (6%)	775 (2%)
計	49,959 (100%)	43,375 (100%)	46,108 (100%)	35,191 (100%)

(注) 1. 運輸省海上交通局調べ。

2. インセンティブとは、企業の商品の販売促進のための報酬旅行。

○ 我が国における外航クルーズ船一覧

(平成10年4月現在就航船舶)

船 名	新さくら丸	ふ じ 丸	クリスタル ハーモニー	おりえんと びいなす
船 籍	日 本 籍	日 本 籍	バハマ籍	日 本 籍
運 航 会 社	商船三井客船	商船三井客船	クリスタル・クルーズ (*1)	日本クルーズ客船 (*2)
総トン数	17,389	23,340	48,621	21,906
乗 員(人)	552	団体 600 個人 350	960	606
速 力(ノット)	21	21	23	21
乗組員(人)	87	135	480	120
就 航 年 月	昭和47年7月 (1972年 7月)	平成元年4月 (1989年 4月)	平成2年7月 (1990年 7月)	平成2年7月 (1990年 7月)

船 名	につぼん丸	飛 鳥	クリスタル シンフォニー	ばしふいっく びいなす
船 籍	日 本 籍	日 本 籍	バハマ籍	日 本 籍
運 航 会 社	商船三井客船	郵船クルーズ (*3)	クリスタル・クルーズ	日本クルーズ客船
総トン数	21,903	28,717	50,202	26,518
乗 員(人)	団体 600 個人 350	610	960	720
速 力(ノット)	21	21	22	21
乗組員(人)	160	243	545	180
就 航 年 月	平成2年9月 (1990年 9月)	平成3年11月 (1991年11月)	平成7年5月 (1995年 5月)	平成10年4月 (1998年 4月)

(注) 1. 運輸省海上交通局調べ。

2. *1は、日本郵船全額出資の海外子会社(米国)。

3. *2は、SHKライン(新日本海フェリー、阪九フェリー、関釜フェリー等で構成される長距離フェリーグループ)全額出資による新会社。

4. *3は、日本郵船全額出資の子会社(日本)。

客船クルーズ事業振興懇談会の概要について

1. 趣旨、目的

平成元年に本格的な外航クルーズ船が相次いで就航し、客船クルーズ事業の展開を図ってきたところである。

しかしながら、我が国のクルーズ人口は、増加傾向を示してはいるものの、当初期待したほどの増加には至っていない。

このため、これまでの10年間をレビューし、客船クルーズ事業の振興のための方策、今後のあり方について検討することとし、(財)日本海事広報協会に客船クルーズ事業振興に係る懇談会を設置する。

2. 検討期間：平成9年12月～平成10年3月（4回）

第1回 平成9年12月12日 客船クルーズ事業現状について（説明）

第2回 平成10年1月19日 問題点等討議

第3回 平成10年2月24日 問題点等討議

第4回 平成10年3月24日 客船クルーズ事業振興方策案の検討

3. メンバー （別紙）

4. 事務局

(財)日本海事広報協会
海上交通局外航課
海上交通局海事産業課

客船クルーズ事業振興懇談会委員名簿

座 長	池 田 良 穂	大阪府立大学教授
委 員	東 康 生	写真家（元・毎日新聞社写真部長）
	入 谷 一 成	日本クルーズ客船株式会社専務取締役
	大 林 明 彦	株式会社日本交通公社クルーズ事務局長
	木 島 榮 子	株式会社クルーズバケーション取締役社長
	沢 木 泰 昭	株式会社トラベルジャーナル『トラベルジャーナル』 論説委員
	渋谷 忠	商船三井客船株式会社常務取締役・クルーズ営業本 部長
	清 水 武 彦	株式会社日本旅行東京クルーズ支店長
	祖 師 英 夫	株式会社パシフィックツアーシステムズ・クルーズ デスク部長
	那 波 光 俊	郵船クルーズ株式会社常務取締役・営業本部長
	深 田 信	日本航空株式会社商品開発部長
	増 田 和 美	クルーズ評論家／クルーズライター
	村 松 悦 朗	横浜市港湾局誘致担当部長
	安 田 憲 一	社団法人・日本外航客船協会業務部長
	若 勢 敏 美	株式会社海事プレス『クルーズ』編集長
	島 崎 有 平	運輸省運輸政策局観光部旅行振興課長
	園 田 良 一	運輸省海上交通局外航課長
	中 本 光 夫	運輸省海上交通局海事産業課長
	西 村 光 徳	運輸省海上交通局海事産業課企画調査室長