

沖縄国際物(人)流セミナー 沖縄のクルーズ観光について

2016年1月15日



JTBグローバルマーケティング
&トラベル

大熊 義孝

クルーズは新旅行の形

◆客船による「洋上周遊旅行」(点ではなく面)

単なる交通手段ではない。

プリンセスクルーズが、
“クルーズを楽しむ”ドアを
日本マーケットに開いてくれた。

◆船上での生活を楽しむ旅

船自体が目的地として楽しむことができる。

◆動くリゾートホテル

目覚めれば新しい街に到着。荷物運ぶ心配なし

◆楽しみ方は、バラエティーに富む。

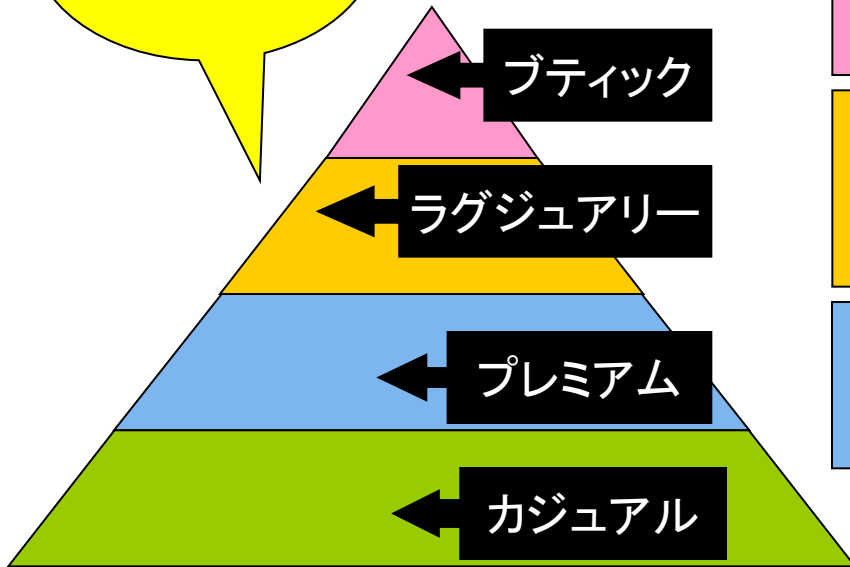
お客様の嗜好に合わせた楽しみ方

Q1. クルーズ船には「富裕者層」の観光客が乗っているのか？

No!

- 多様な形態・カテゴリーがあります。
→ 予算・目的・参加形態によって様々なチョイスが可能
米国では年1000万人が利用する庶民的旅行形態
- 「豪華客船」は日本メディアが作ったイメージ
- 特に中国人乗客は「**新中間層**」が中心

4カテゴリーに分けています。



日本への寄港なし(カリブ、地中海などの海域で運行)
乗員数 > 乗客数の超LUXURYサービス

、QM2、QE、クリスタル シルバーシー、
シーボーン、飛鳥Ⅱ、セブンシーズマリナー、アザマラ
ポナン、ハパクロイドなど

ぱしふいっくびいなす、につぽん丸、ふじ丸、アムステルダム
ダイヤモンドプリンセス、サンプリンセス、プレーメン など

コスタ(コスタビクトリアなど)、ロイヤルカリビアン(ボイジャー、カンタムなど)
カーニバル、スタークルーズ、ノルウェジアンクルーズ、MSCクルーズ など多数

クルーズ会社の体系

- 日本寄港済または寄港計画あり
- ◎寄港検討中,
- 寄港予定なし

カーニバル・コーポレーション(米)

○カーニバル・クルーズ・ライン(米・英)

- キュナード・ライン(英・米)
- プリンセス・クルーズ(米・英・豪)
- ホランド・アメリカ(米)
- ヨット・オブ・シーボーン(米)
- コスタ・クルーズ(伊)
- イベロ・クルーズ(西)
- アイーダ・クルーズ(独)
- P&Oクルーズ(英)
- P&Oオーストラリア(豪)

ロイヤル・カビリアン・グループ(米)

●ロイヤル・カリビアン・クルーズ(米)

- ロイヤル・カリビアン・
インターナショナル(米)
- セレブリティ・クルーズ(米)
- アザマラ・クラブ・クルーズ(米)

ゲンティング・グループ(マレーシア)

- スター・クルーズ(香)
- クリスタル・クルーズ(米)

- シルバーシー・クルーズ(米) ◎ディズニー・クルーズ(米) ●レジデンシーワールド(米)

- ノルウェジアン・クルーズ・ライン(米) ●リージェント・セブンシーズ(米)

●オーシャンシア・クルーズ(米)

- ノーブル・カレドニア(英) ●カンパニー・デュ・ポナン(仏)
- オールレジャーグループ(英) ●ハパックロイド(独) ●MSCクルーズ(伊)
- ノーブル・カレドニア(英) ●TUI クルーズ(独) ●スカイシー(香港)

Q2. 日本から乗船できる外国船クルーズ船の値段は？

1) ロイヤル・カリビアン・クルーズ(米)

2010年よりGW横浜発着クルーズ開始、
レジェンド(70,000万t)が約1万円/泊
発売後1ヶ月で完売した。大型化し、
日本寄港が継続されている。現在、カンタム、ボイジャー



2) コスタ・クルーズ(伊)

2011年～博多発着韓国・中国ショートクルーズ大量設定コス
タクラシカ(5.3万t)約1万円/泊～、大型化し、日本寄港が継
続されている。現在、コスタビクトリア



3) プリンセスクルーズ(米)

通常、¥15,000/泊程度～

2013年にサンプリンセス(7.7万t級)による日本発着開
始 ¥14,000/泊程度～

大型化し、日本寄港が継続されている。

現在、ダイヤモンド、サファイアプリンセス

アジア・太平洋地区の動向

・15年で5倍に急成長 107万人(2005年)→150万人(2009年)→500万人(2020年)

連動・競合する4大拠点

船社は通年運行の可能なシンガポール・香港を中心に、東アジアからオーストラリアの各地区に客船を季節配船しながら、上手く域内市場と域外からのフライ&クルーズ市場の取り込みを行なっている。

【拠点港】香港

【シーズン】通年

スタークルーズの通年配船を中心にコスタ、RCCLの季節配船による海南島や台湾への短期クルーズが運行される。

【拠点港】シンガポール

【シーズン】通年

22万トン岸壁の完成により飽和状態を解消、スタークルーズ以外も通年配船が可能に。2015年164万人の乗降を目指す。これまでのマレーシア、タイ方面クルーズに加え、アセアン各国やニューカレドニア、豪州への商品も急速に拡大している。

【拠点港】天津・上海・釜山・博多

【シーズン】3月～11月

【商品】5日～9日の日韓台短期

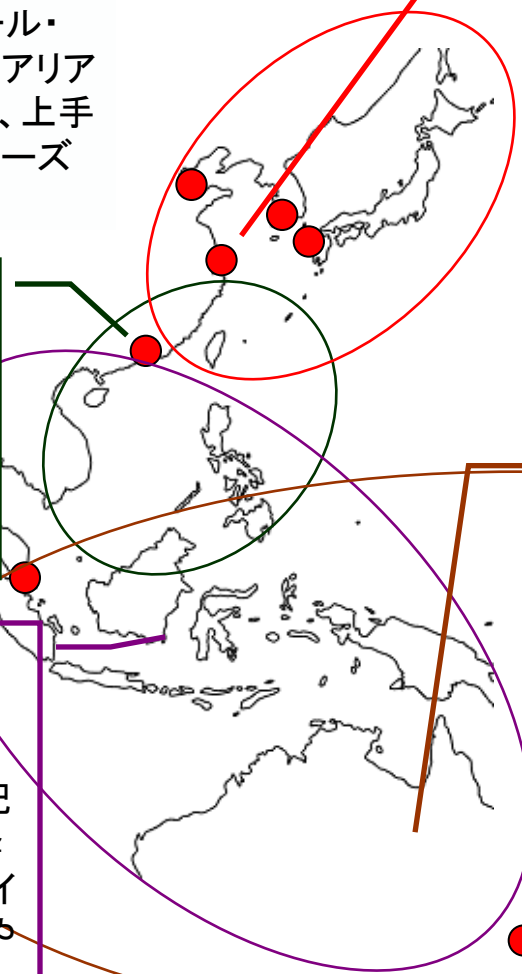
中国の大市場を擁する。大型船社(コスタ、RCCL、HAL、プリンセス)および小型船社(ノーブルカレドニア等)による日本発着クルーズの取り組みも行われている。近年は中国(スカイシー社)、などの民族資本船社の市場参入も進んでいる。カンタムによりシーズン通年化にシフトする。

【拠点港】シドニー

【シーズン】

【商品】7～18日の短・中期クルーズ

40日超のアジア広域クルーズも年7-11%で急成長する豪市場を吸収。シドニーを母港とするサンプリンセスに加え、QM2やRCCLのボイジャー、ラディアンズ、ラプソディも季節配船され、ニュージーランド、フィジー、ニューカレドニア、豪東海岸・西海岸へ運行される。端境期にはシンガポールやハワイ、アラスカへのクルーズも。



急速に進む近隣国ハード整備

青島
クルーズターミナル新設(?)

上海
新クルーズターミナル(2009)
宝山22万トン級1500m岸壁
2.44万㎡ターミナル(2011)

廈門
クルーズターミナル新設(?)

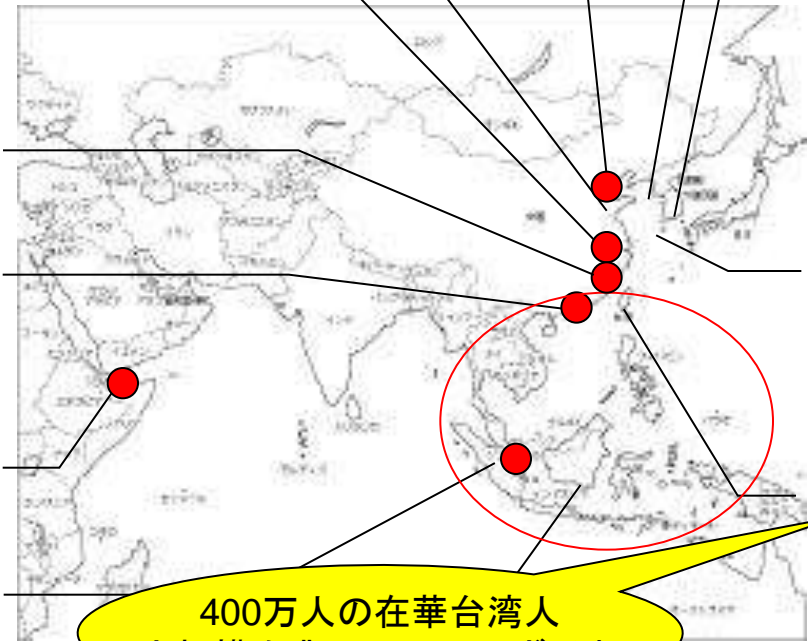
香港
KaiTakクルーズ岸壁(800m)
5万㎡新ターミナル(2013)

アブダビ
MSCクルーズ母港化(2011)

シンガポール
22万トン岸壁(2012)
・カジノに隣接
・2015年164万人が乗降
・東南アジア、オセアニア向
のクルーズハブへ

インドネシア
複数クルーズ港湾の整備
(バリなどの主要観光地)

天津
大規模新ターミナル(2010)



仁川
新クルーズターミナル(2014)

釜山
港湾再開発(2013)
・貨物港郊外移設
・クルーズ港整備
・新ターミナル(2014)
KTX全線開通首都圏直結
(2010)

濟州島
岸壁の複数化(2012)
15万トン対応化(2012)
和順港開発(政府計画中)

台湾
大陸直行航路解禁(2009)
花蓮・台中・高雄・台南への
クルーズ受入(2010)
コスタクラシカ定期クルーズ
(2011年～)

400万人の在華台湾人
大規模企業インセンティブ吸収

オーストラリア
QM2シドニー季節配船
(2012・2ヶ月間)
QE初世界一周寄港(2013)
ボイジャー配船(2012)

**2020年500万人時代
日本の港ハード整備が急務。**

今、国、港が誘致のために、実行すべきことは

‘10年→’13年15%の伸びを予測 (Analysis of Global Cruise Market 2010)

アジア・太平洋地区 107万人(2005年)→150万人(2009年)→500万人(2020年)

～500万人時代を見据えた国際競争と協調の時代へ～

超大型船化に対応した港湾施設整備(大規模岸壁・ターミナル施設

査証の緩和 / 出入国手続きの簡素化・スピードアップ

通訳ガイド制度の緩和(英語以外の言語の絶対数確保と質の向上)

寄港可能な港湾の絶対数拡大(デスティネーションの拡大)

国内港湾連携による情報発信・誘致体制の確立・強化

船社キーパーソンへの継続的な、効果的な営業

船社ニーズ、ビジョンの認識強化

絶大な経済波及効果

マイアミ(通年)1兆円規模、45,000人雇用

寄港地の決定プロセス

基本的に船会社が行う。



Port Operation, Itinerary Planning・Deployment
が、決定->Shore Excursion担当へ
どのソースマーケットをターゲットにするのか？

客室販売責任者の意見が強い。

販売する旅行会社や顧客(リピーター)の
意見が判断の基準になる場合もある
マーケットの動きに敏感である。



アジア、日本への配船計画が決定
寄港地の配船計画は、通常2年前に決定される。
中国マーケットは例外。(現在試行錯誤期、チャー
タラーの意向が大きい)

日本各港湾の誘致活動

各港湾関係者のセールスターゲット

船社決定権者(直接プロモーション)

Cruise Shipping GlobalやSea Trade Asiaなどのトレードショーで、VJC共同出展ブースに参加し、船社担当者へ直接セールスを実施。ブース出展

国内GSA(間接プロモーション)

ミキツアーリスト、Carnival Japan、Costa Japan、ICM等

旅行代理店(間接プロモーション)

JTBGMT、東武トップツアー、HIS、華僑系エージェントなど

近年積極的な誘致活動をする港湾が増えている。

寄港地の条件(沖縄)

船社の目から見ると、重要な条件をクリアーしている

1. 地理的条件が良い

上海、台湾などのソースマーケットがある海外の港にほど良い距離。

2. 港湾設備が整備されている

Quantum, Oasisを受け入れる対応能力のある岸壁整備予定(那覇)がある。中城は？

3. 沖縄の知名度は、確実にUPしている。Be Okinawa多言語対応。クルーズ会社とタイアップしたキャンペーンが今後必要になる。

中国人訪日観光におけるクルーズの課題 船社の視点から、戦略

●大型船(22万トン、16万トンクラス)対応の

岸壁の整備が急務

2018年Oasis of the Seas

2017年Royal Princess

●入港できるバースの整備、確保

2016年MSC Cruises

2016年Norwegian Cruise Line

2017年Disney Cruise Line

中国人訪日観光におけるクルーズの課題 船社の視点から、戦略

●世界最大のマーケットになるアジア

1) 中国ソースマーケット

2) 欧米、アジアソースマーケットの
新ディスティネーション

●中国ソースマーケット

現在5泊6日以内の旅程が売れる。

●欧米、アジア 7泊8日以上 の長期クルーズが主流。 フライ&クルーズ

日本人クルーズ旅行の発展のための課題 クルーズ販売旅行会社の視点

- 日本人のクルーズを拡大するには、
長期休みが取れない日本人には、
中国マーケット同様に5泊6日のショート
クルーズを中心に販売することにより、
マーケットの拡大が見込まれる。
- 母港は、博多港、那覇港として、東京、関西
からのフライ&クルーズで日本人マーケット
拡大できる。

ランドオペレータの視点

●カボタージュ規制の撤廃

- 。 日本[○]の海運業者の利益、国益を守る法律。
旅行業界に日本[○]の旅行業者の利益、国益を守る法律が存在しない。

- 中国人クルーズのランドオペレーターは、華僑系が主流で、コンプライアンス違反の野放し状態。日本の旅行業者は、下請けとして、バスの手配を行う。

ランドオペレータの視点

●コンプライアンス違反

- Quality Japanを維持する為、
日本に寄港を拡大するには、
お客様へ持続的な質を維持する必要性。

●悪徳お土産屋の存在

●ライセンスなしガイド(スタッフ)の問題

●一時的な爆買で、メディアが騒いでいるが 地元のためになっているのか？

ランドオペレータの視点

●博多港での中華系ランドオペレーターの
中国旅行社チャーター会社へのツアー
販売価格は？

—3,000円～—5,000円(一人当たり)
が常識化。

健全な、持続可能なビジネスモデルへの
変換が官民協力のもと急務。

中国人訪日クルーズ市場の特徴

1. 新中間層、大都市および周辺の比較的若い世代が中心
2. 市場の二極化(富裕層—上級客室、ラグジュアリー船)
3. 7~8月(夏休み)国慶節休みには**個人客(ファミリー、カップル)小グループ**が多い。その他の時期には、**企業インセンティブ等団体客**が多い
4. 旅行会社は独自に上陸観光の手配先として**華僑系ランド社**を使うケースが100%に近い。
5. クルーズは安い「交通・宿泊手段」で**ライフスタイルとしての「クルーズ観光」は未確立**

クルーズ寄港地に求められる魅力と 取り組むべき課題

●他の港と比べてユニークな体験を提供する。

。 中城港湾の独自性をアピールする。

勝連城址、中城城址の利用、協力

海岸道路、ビーチの観光開発

東海岸で美しいビーチ認知、

マリンアクティビティの開発

ショッピング誘致策、シーフードレストラン等

クルーズ寄港地に求められる魅力と 取り組むべき課題

- 他[○]の港と比べてユニークな体験を提供する。
中城の独自性をアピールする。

ヒント

熊本、八代港の魅力は？

日本人の目

クルーズキーパーソンの目

クルーズ寄港地に求められる魅力と 取り組むべき課題

● 他[○]の港と比べてユニークな体験を提供する。

○ 横並びでなく、中城港湾の独自性をアピールする。

岸壁でのショッピングの工夫

(地元への金の流れを確保。

華僑系悪徳商店の排除)

全国初のモデルケースとして、中城港は、
独自性をアピールするべきでは？

ご清聴有難うございました。

クルーズキーパーソン、外国人の目で、
誘致のお手伝いが出来れば、幸いです。

JTB GMT クルーズ担当
大熊 義孝