

クルーズ・シップ・ツーリズム I

白井義男

Cruise Ship Tourism I

Yoshio SHIRAI

目次

序論 1. 研究の背景と目的 2. 現在までの状況 3. 本研究の内容

I 世界のクルーズ需要動向

1. 世界の動向 2. 多様化 3. サービス・レベルによる市場の構造 4. 新造船の就航

II 日本のクルーズ市場

1. 需要動向 2. 需要拡大への阻害要因 ① 言葉 ② 休日の期間 ③ 日本船の価格帯

III 日本におけるクルーズ・シップ・ツーリズムにおける今日的課題

1. 人口動態の側面 ① シニア化 ② 富裕層

2. フェイズIIの研究課題 ① 快楽消費の側面 ② 誘因分析の視点 ③ フェイズIIにむけて

注・参考文献・資料ほか

実地調査

序論

1 研究の背景と目的

少子高齢化の時代を迎え、観光産業にとっても顧客減少による売り上げの低下、若年層の携帯、ゲームへの余裕資金の流れによる旅行費用の低下など、需要低迷の要因として挙げられている。いくつかの要因に関しては、学会発表などが行われている（〔10〕 pp.60-61）。

レジャー産業の所得弾力性などからも、「所得の増加額に対するレジャー費用の増加額を、その比率で示す‘所得弾力性’を計算することができる。具体的な事例としては、1982年から1995年までの14年間のレジャー産業の所得弾力性は2.6となる（〔7〕 pp.11-12）。

全体の傾向としては、実体経済も同じような動きをしている。しかしながら、あるマーケット・

セグメントにおいてはそうではない。具体的には、高齢者世代（コーホート）の動きである。

日本においては高齢者、特に 60 歳以降のクルーズへの参加が伸びている。しかし、世界のクルーズ・シップ・ツーリズム市場との比較における位置付けではどのようなかを見る。

ここで、はじめにクルーズの定義（〔5〕 p.3）を確認しておく。

1. 船に乗ること自体が旅行の主目的のひとつである。つまり、「船」そのものが主要な目的地である。
2. 航空機や鉄道などの大体・振替の輸送機関としての船旅ではないこと。
3. 船を単なる輸送機関としてではなく、船内でのレジャーや滞在、養生ライフを楽しむことが乗船の主目的になっていること。
4. 原則的には船内での宿泊が伴うこと。

各国旅行者に占める、クルーズ人口の割合は、2007 年現在の統計で 1551 万人。その内訳は米国 945 万人（約 60%）、英国 134 万人（約 8%）、日本 18 万人（約 1%）となっている。人口を考慮に入れても日本のクルーズ人口の絶対数、並びにその割合が非常に少ないことがわかる（資料 1〔5〕 p.11）。

アメリカではわずか 3 年間の間に 100 万人の増加と日本市場の 5 倍以上の増加率となっている。すなわち、日本におけるクルーズ・市場そのものが小さいため伸び率が大きくても絶対的な市場の大きさは小さい。しかしながらこれは反面、これからの市場拡大の可能性を示しているとも考えることもできる。実地調査により阻害要因を克服するためその実態を調べ、誘引を明らかにし、今後の日本の観光産業の中での位置付けを明確にしていく。

これにより、クルーズ・シップ・ツーリズムの視点から考察を行う。

2. 現在までの状況

これまでは、マス・ツーリズムにより団体パッケージは、主に飛行機で外国に飛び、陸上ではバス、自動車などを利用し、ホテルに滞在する国際観光が主流であり、SIT や FIT など同様の形で普及してきた。これらに対し、船の旅（クルーズ・シップ・ツーリズム）は、料金体系や旅行日程の長さや言葉の問題などから、日本において今までは市場も小さく、あまり理解されず、注目もされていなかった。

しかしながら、この数年、団塊世代の定年が話題になり、定年後の希望として旅行が挙げられる中、クルーズへの参加希望も著しい勢いで増加している。その結果わずかに数隻と実質的には増えていない日本船は、翌年まで予約で埋まるという現象が起きている。

その反面、外国船への日本人の参加は、母数が小さいので伸び率は大きい（〔5〕 p103）、言葉の問題や旅のシステムの違いや添乗員付きパッケージ・ツアーなどはコースの制約もあり、諸外国におけるクルーズ・シップ・ツーリズムの普及に比べあまり普及していない。

この現状から、今まで日本におけるこの分野の研究成果は、実務家によるガイドブックや官庁に

よるわずかな統計データが存在するが、クルーズ・シップ・ツーリズムに関する学術的なアプローチによる著書、論文はほとんどない。

3. 本研究の内容

研究テーマのクルーズ・シップ・ツーリズムに関するプロセスとして、フェイズ I、II と段階を踏み研究を行う。

クルーズ・シップ・ツーリズム I においては、2009 年度：現状の概要を文献レビュー、インタビューなどにより把握し、クルーズ・シップ・ツーリズムの実態調査（付属資料参照）を行なった。

クルーズ・シップ・ツーリズム II においては、2010 年度以降：引き続き実態調査を行いながら、サービス・マネジメントに概念（SERVQUAL モデルなど）を基礎に考察を行い、再購買における収益管理（Yield management）や共分散構造分析（AMOS）の概念による考察などを行う。

I 世界のクルーズ需要動向

1 世界の動向

世界のクルーズ需要は、表 1 のように、1995 年から 5 年で約 2 倍弱、同様にさらに 6 年で 2 倍弱と、11 年間で約 3 倍程度の乗客の増加になっている。また、参加者の平均年齢の若返りも著しい（表 2）。しかしながら、序論でも述べたように、日本の外航クルーズの世界におけるシェアはわずか約 1% である。

表 1 世界のクルーズ需要

Year	Number (millions)
1995	5.67
2000	9.61
2006	16.00 (est)

[15] p.5 より

表 2 クルーズ客の平均年齢

Year	Age
1995	65
2000	55
2006	45

[15] p.5 より

2. 多様化

参加年齢もかつては現役を引退した老人とのイメージがあったが、平均年齢は 65 歳から 20 歳も若くなり現在では 45 歳程度となっている（表 2）。

これにより、クルーズの過ごし方の変化や若い家族やカップルでの参加も可能な大型カジュアル船などが普及してきた。個別に見ると、例えば、Carnibal Cruise 社の場合この 2004 年までの 10 年間で年間の客数が 50 万人以上と 4 倍以上の伸びを示している（〔18〕 p.1）。

3. サービス・レベルによる市場の構造

クルーズ市場の構造はまず、船のサービス・レベルにより図 1 に示されるように、大きく 3 つに分かれており近年は先に述べたカジュアル・マーケットの伸びが新型の大型船の伸びと共に伸びている。

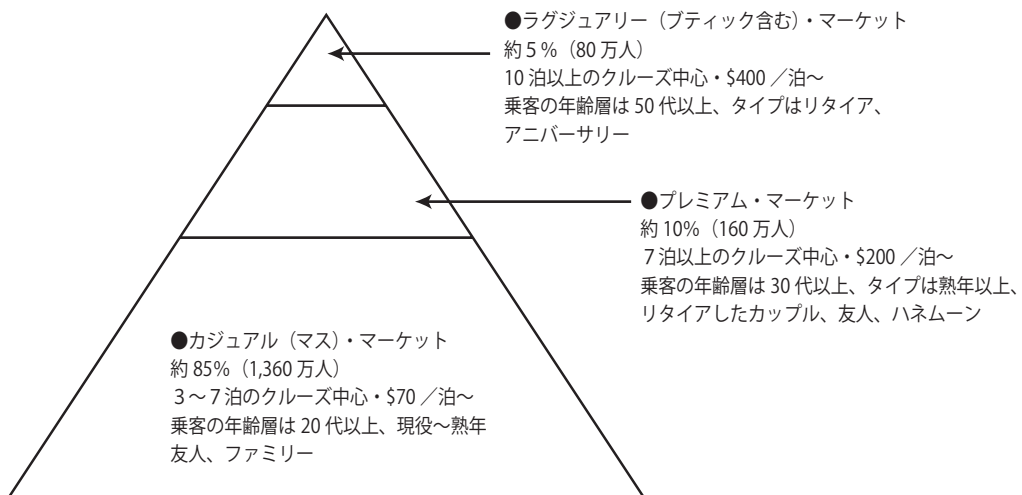


図 1 世界のクルーズマーケット〔5〕 p.18 より

提供されるサービス製品の品質（設備、サービス・レベルによる 1 日あたりの料金）により、クラスが分けられる（表 3）。また、カジュアル、プレミアム、ラグジュアリー、とは別に、帆船など船の特色によるニッチな市場としてのブティック・クラスが分類されている（〔5〕 p.19）。これらの市場細分化による概念は、表 3 の料金などのほかに、乗客一人当たりの乗組員などの比率としても比較されている（表 4）。

表3 クルーズ市場のセグメンテーション

(Bjornsen,2003)

Segment	Budget	Contemporary	Premium	Niche	Luxury
Share	5%	59%	30%	4%	2%
Cruise Duration	Varies	3-7 days	7-14 days	7 days and upwards	7 days and upwards
Ships	older,smaller	New,large and mega	New,medium, and large	Small	Small and medium
Cruise lines	My Travel, Thomson, Royal Olympia	Carnival,Royal Caribbean, NCL,Princess, Costa,Royal Olympia,Ocean Village,Aida, Island Cruise, Arosa	Celebrity, Holland America, Cunard	A&K,Swan Hellenic,Star Clippers, Clipper, Lindblad Explorer,Orient Cruise Lines	Crystal,Silversea, Seabourn, Radisson 7 Seas, Seadream Yacht, Cunard,Windstar, Hapag Lioyd
Itinerary	Caribbean, Mediterranean, Baltic	Caribbean, Mediterranean	Caribbean, Mediterranean, Alaska	Worldwide, Antarctica, Greenland, Asia	Worldwide
Average cost per day (USD) per pax	80-125	100-50	150-300	200-900	300-2,000
Less Expensive ←—————→ More Expensive					

[18] p.12 より

表4 クルーズ客船のサービス基準判断の目安

	カジュアルクラス	プレミアムクラス	ラグジュアリークラス	ブティッククラス
	カーニバル・コンクエスト 総トン数：110,329 トン 乗客定員：2,974 人 (ツインベース) 乗組員数：1,160 人	ダイヤモンド・プリンセス 総トン数：115,879 トン 乗客定員：2,674 人 (ツインベース) 乗組員数：1,238 人	クリスタル・セレニティ 総トン数：110,329 トン 乗客定員：2,974 人 (ツインベース) 乗組員数：1,160 人	シルバー・クラウド 総トン数：110,329 トン 乗客定員：2,974 人 (ツインベース) 乗組員数：1,160 人
乗組員 1 人当たりの乗船客数	2.6 人	2.2 人	1.6 人	1.4 人
乗船客 1 人当たりの総トン数	37.1 トン	43.3 トン	62.6 トン	57.2 トン

(データは「Complete Guide to Cruising & Cruise Ships 2008」から引用)

[参考]

	飛鳥Ⅱ	にっぽん丸	ばしふいっく びいなす
乗組員 1 人当たりの乗船客数	1.8 人 (800 人 / 440 人)	2.8 人 (532 人 / 190 人)	2.9 人 (644 人 / 220 人)
乗船客 1 人当たりの総トン数	62.7 トン (50,142 総トン / 800 人)	41.2 トン (21,903 総トン / 532 人)	41.2 トン (26,561 総トン / 644 人)

※にっぽん丸およびばしふいっくびいなすには、グループ3および4のキャビンがあるため、乗船客数は総定員を使って計算。

[5] p.19 より

4. 新造船の就航

10万トンを超える大型船の建造も、著しい（資料2〔16〕pp.682-683、〔5〕p.12〔15〕p.10）。これらの資料から、時代とともに客船が大型化し、性能、設備も充実してきたことがわかる。これらの多くは、カジュアル船やプレミアム船である（〔18〕pp.6-7）。

特にこの最近21世紀に入ってから、2000年に13.7万トン（GRT；gross registered

tonnage) の ‘Explorer of the Sea’ 2003 年 ‘Queen Mary 2’ 15 万トンなどが建造され、大型客船の時代を迎えた（〔18〕 p.4、〔15〕 p.10 資料 2 〔16〕 pp.682-683）。

II 日本のクルーズ市場

1. 需要動向

近年の余暇市場は低迷を続けている（表 5）。そのなかで、日本国内の観光市場の推移は、平成 2 年から 8 年ごろの 12 兆円前後の推移をピークとして平成 13 年以降は、10 兆円台にとどまったまま低迷を続けている（〔6〕 pp.92-93）。このような状況の中、世界におけるクルーズ市場は、先に述べたように大きく拡大している。

表 5 余暇市場の推移

（単位：億円，％）

	平成 15 年	平成 16 年	平成 17 年	平成 18 年	平成 19 年	伸び率（％）	
						18/17	19/18
スポーツ部門	45,250	43,800	42,990	42,970	43,190	-0.0	0.5
趣味・創作部門	114,880	116,320	111,540	110,220	107,760	-1.2	-2.2
娯楽部門	553,150	547,750	54,130	531,670	486,690	-1.7	-8.5
観光・行楽部門	104,860	105,560	106,390	106,660	107,730	0.3	1.0
余暇市場	818,140	813,430	802,050	791,520	745,370	-1.3	-5.8
対国民総支出	16.7	16.3	16.0	15.6	14.5	-2.5	-7.1
対民間最終消費支出	29.0	28.6	28.1	27.2	25.4	-3.2	-6.6
国民支出（名目）	4,902,940	4,983,284	5,017,344	5,089,251	5,155,811	1.4	1.3
民間最終消費支出（名目）	2,817,910	2,844,284	2,859,356	2,907,190	2,935,293	1.7	1.0

〔6〕 p.45 より

「国土交通省の調べによると、2007 年度中にクルーズを利用した日本人は、約 18 万 4 千人で前年度に比べ、3.9% 増えた。増加は 2 年連続。海外に向かう外航クルーズの乗客が約 9 万 6 千人と 12.7% 増えたのが大きい。時間的・金銭的な余裕があり、長い船旅を楽しみたいという高齢者などが増えている。逆に、国内クルーズは、フェリーや不定期船の貸切などが減り、4.3% 減の約 8 万 6 千人にとどまった。」¹⁾ と報じられている。

これに対し、他のデータすなわち図 2 の日本の将来人口推計値からは、将来的な需要増加は難しいことがわかる。また、現在世界の伸び率と比較すると、その伸び率は芳しくない。

また、資料 3 の外航・国内クルーズ乗客の推移（1989 年—2007 年）からわかることは、先にも述べたように、世界のマーケットの伸びとは対照的に、その伸びが著しく低いということである。内訳を見てみると、日本船のフェリーは減り外国船は増加している。

しかしながら、外航クルーズ泊数別乗客数は近年堅調な伸びを示している（図 3）。これは、外航クルーズにおいては遠方ということもあり、特に 4 泊から 13 泊のクルーズにおいて拡大を示しており、平均泊数も全体として延びており 2007 年度では 10.7 泊となっている。また、その目的

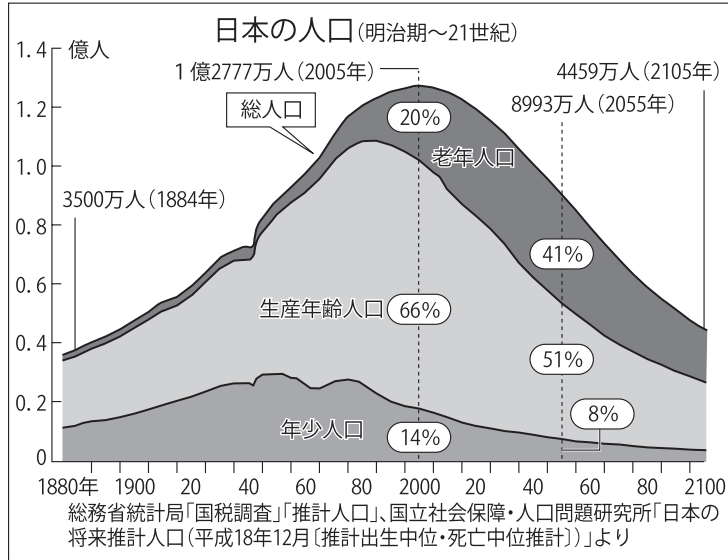
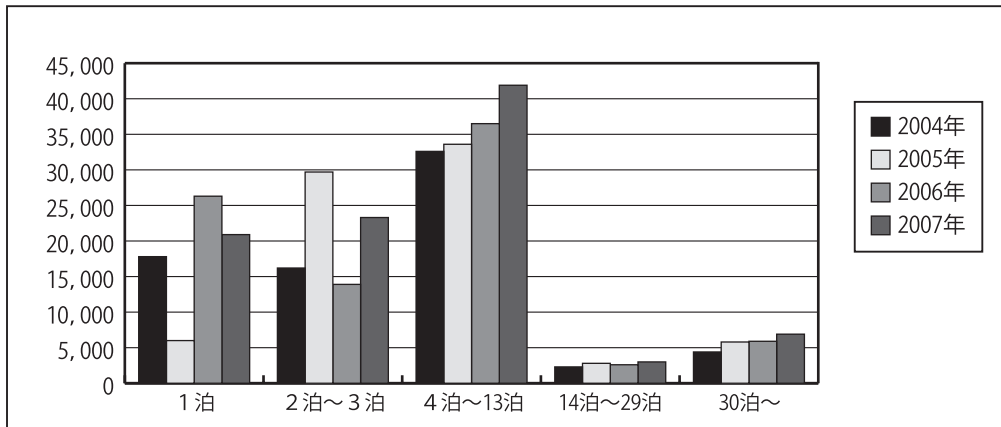


図2 日本の将来人口推計



泊数	2004年	(シェア)	2005年	(シェア)	2006年	(シェア)	2007年	(シェア)
1泊	17,800	24.3%	6,000	7.7%	26,300	30.9%	20,900	21.8%
2泊～3泊	16,200	22.1%	29,700	38.1%	13,900	16.3%	23,300	24.3%
4泊～13泊	32,600	44.5%	33,600	43.1%	36,500	42.8%	41,900	43.6%
14泊～29泊	2,300	3.1%	2,800	3.6%	2,600	3.1%	3,000	3.1%
30泊～	4,400	6.0%	5,800	7.4%	5,900	6.9%	6,900	7.2%
乗客計	73,300	100.0%	77,900	100.0%	85,200	100.0%	96,000	100.0%
人・泊計	688,745		626,977		861,571		1,027,020	
平均泊数	9.4泊		8.0泊		10.1泊		10.7泊	

- ・邦船社、在日外国船社支店・代理店及び一般旅行者に対するアンケート結果に基づく。
- ・人・泊数は各クルーズ客数と泊数との積。
- ・端数処理のため、合計があわないことがある。

〔3〕より

図3 外航クルーズ泊数別乗客数

は表6からもわかるように、レジャーが9割以上とほとんどを占める。

ここで、日本船と外国船のサービス特性の違いを見てみると、表7に見られるよう提供される価格帯、言語、生活様式の多様性などで異なる。このため、日本船にはカジュアル船がないため価格が高くなり、富裕層を中心に顧客年齢が高くなる。

表6 外航クルーズの目的

(単位：人)

目的	2004年	(シェア)	2005年	(シェア)	2006年	(シェア)	2007年	(シェア)
レジャー	66,200	90.3%	73,100	93.8%	77,200	90.6%	89,400	93.1%
(うち日本船社)	6,700	11.4%	8,400	11.5%	12,000	14.1%	14,800	15.4%
インセンティブ	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
セミナー	3,800	5.2%	2,900	3.7%	800	0.9%	2,200	2.3%
団体旅行	700	1.0%	800	1.0%	3,700	4.3%	1,700	1.8%
交流	2,600	3.5%	1,100	1.4%	3,500	4.1%	2,700	2.8%
計	73,300	100.0%	77,900	100.0%	85,200	100.0%	96,000	100.0%

- 注) 1. インセンティブは企業が販売促進のため販売店・従業員等を対象に行う招待または格安旅行。
 2. 団体旅行は社員旅行、修学旅行。
 3. 交流は、墓参、姉妹港・姉妹都市間の交流を主な目的として行うもので、官公庁・市民団体主催による友好の船、青年の船によるものをいう。

[5] p.103 より

表7 日本船と外国船のサービス特性

日本船	外国船
<ul style="list-style-type: none"> ・和食サービス ・日本語 ・展望風呂 ・日本発着なので楽(スーツケース等の事前送付→直接キャビンへ) ・ノーチップ(ポート・チャージなどを含む) 	<ul style="list-style-type: none"> ・価格の選択肢が多い ・国際性(国際色)が強い ・カジノ ・多様(食事、エンターテイメント) ・選択肢が多い魅力的な海域

[5] p.19 より

2. 需要拡大への阻害要因

① 言葉

ほとんどのツアーで英語が必要。このため通訳をかねた添乗員や現地ガイドなどの利用が行われ、表8からもわかるように、特定の日本人顧客を想定した船では、日本人コーディネーターを置き、個人客の言葉の問題に対応している。

コスタ・クルーズなどのイタリア船では、イタリア語、スペイン語、ドイツ語、フランス語、英語などで館内の案内がなされるが、日本語での案内は、日本人顧客が見込める場合、日本人コーディネーターが乗船している場合もある。日本語のツアー・デスク、日本語の船内新聞などはあるが、オプションルツアー、エンターテインメントなど具体的なアクティビティでは使用されていない。

これを解決してくれるのが日本船である。現在の日本船は表9のようになっている。但し、先に

表8 クルーズ商品の種類

日本船	国内クルーズ	区間乗船と列車、航空機の組み合わせも有り
	海外クルーズ	
	チャータークルーズ	
外国船	添乗員付きパッケージツアー（船社既存コースの仕入れとチャーターに分かれる）	
	添乗員なしパッケージツアー（2名催行）	
	FIT*	

*近年、船内に日本人コーディネーターを配置し、船内新聞、メニュー等の日本語サービスをする客船が増えてきた。FIT 適合商品として、クルーズ個人旅行も増加傾向にある。

〔5〕 p.19 より

述べたようにカジュアル船はない。

表9 我が国における外航クルーズ船一覧

船名	ふじ丸	にっぽん丸	飛鳥II	ばしふいっくびいなす
運航会社名	日本チャータークルーズ(注)	商船三井客船	郵船クルーズ	日本クルーズ客船
総トン数	23,235	21,903	50,142	26,561
乗客(人)	603	532	800	644
満載航海速力(ノット)	21	21	23	20.8
乗組員(人)	130	190	470	220
就航年月	1989年4月	1990年9月	2006年3月	1998年4月

※(社)日本外航客船協会調べ

注)商船三井客船㈱、日本クルーズ客船㈱の共同出資によるチャータークルーズ会社。

※参考 日本関係船社運航船

船名	クリスタルシンフォニー	クリスタルセレニティ
船籍	バルマ	
運航会社名	クリスタル・クルーズ(注)	
総トン数	51,044	68,870
乗客(人)	960	1,080
満載航海速力(ノット)	21	22
乗組員(人)	545	655
就航年月	1995年5月	2003年7月

※国土交通省海事局調べ

注)日本郵船全額出資の子会社(米国)

〔3〕より

② 休日の期間

外航クルーズ泊数別乗客は、4-13泊が主流である(前出;図3)。これは、前後の土日を利用することにより、9日間の休暇が取れることなどによる。

退職者は仕事による休日取得の制約がないので、この年代の富裕層が増えることにより大幅な顧客増加が期待できる。

③ 日本船の価格帯

日本船はプレミアム船の価格帯1泊3食3万円以上のツアーとなっている。すなわち、外国船のようなカジュアル船(1泊3食1万円程度)の価格帯の船がないのである。

価格が安くなると、それはフェリーなど、船の旅そのものを楽しむ客船ではなく、移動と価格の安さを前面に出した船旅となる。日本船の価格の高さの主な理由は、人件費や食材費といわれる。この価格と比較すると、外国船の合理的な値段（人件費や物件費など）により、国内クルーズ派、フェリーを含めて低調である。理由は、他の交通機関の発達や快適性に劣るからである。

Ⅲ 日本におけるクルーズ・シップ・ツーリズムの今日的課題

1. 人口動態の側面

① シニア化

先に述べた日本における需要拡大への阻害要因はいくつか挙げられるものの、逆に人口動態的には、今後の少子高齢化に伴う高齢者は、クルーズ市場の大きな構成要素となる。

2008年の『レジャー白書』（〔6〕 p.98）の特別レポートは、シニア層（ここでは50歳以上）に注目してまとめられている。これは、少子高齢化による様々な現象が取り沙汰されている中でのひとつの減少でもある²⁾。

先にも人口推計により述べたが、‘人口減少の背景と将来展望’の中で、2005年に1億2777万人をピークとし日本の人口は減少に転じ、50年後の2055年には、8993万人まで減少するとの中位推計では示されている。ここで重要なことは、人口は50年前と同じ程度までに減少するが、年齢構成は様変わりするということである。

具体的には、現在65歳以上の高齢人口比率20%が41%と倍増し、生産年齢人口（15歳から64歳）は、現在の66%から51%へ減少し、年少人口（0歳から14歳）も同様に14%から8%へと減少する（前掲図2）。

表10より余暇におけるシニアの比率が50%を超えている種目を見てみると、レジャーに関する種目としては、2007年度における観光行楽部門では、登山59.8%、国内観光旅行50.5%（海外旅行45.4%）となっており、いずれも1997年対比で伸びを示している（〔6〕 p.99）。また全体としては、国内・海外旅行のシニア化率（50歳以上の年齢構成〔6〕 p.98）伸びはそれぞれ4.2%、3.2%と増加し、高齢者の参加率が增大していることがわかる。

シニアの内訳を見てみると、観光・行楽部門の年代別の消費を過去10年との比較で見ると、表11より、50代、60代、70代以上の伸びが著しい（〔6〕 p.105）。

② 富裕層

表12から所得間格差における余暇市場の消費を見てみると、富裕層の消費は平均的な所得水準の3から4倍程度となっている。実際、クルーズにおいては、ある程度の休日日数と、費用が必要となる。

また、富裕層の余暇消費を見てみると、表12のように、1500万円以上では平均の2.5倍を超

表 10 種目によるシニア化比率の伸び

観光・行楽部門	1997年	2007年	差
	(1) 遊園地	17.7%	21.7%
(2) ドライブ	30.3%	39.5%	9.2
(3) ピクニック、ハイキング、野外散歩	36.2%	46.0%	9.7
(4) 登山	46.1%	59.8%	13.8
(5) オートキャンプ	9.7%	17.4%	7.7
(6) フィールドアスレチック	4.5%	8.1%	3.6
(7) 海水浴	12.5%	17.0%	4.5
(8) 動物園、植物園、水族館、博物館	30.4%	34.8%	4.4
(9) 催し物、博覧会	40.7%	53.8%	13.1
(10) 帰省旅行	36.0%	39.5%	3.4
(11) 国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）	46.3%	50.5%	4.2
(12) 海外旅行	42.2%	45.4%	3.2

〔6〕 p.99 より

表 11 余暇消費の年代比較

		全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
スポーツ部門	1997年	70,340	65,400	69,000	62,370	83,830	67,790	76,430	58,270
	2007年	69,680	25,250	56,400	55,550	70,550	81,140	112,420	62,460
趣味・創作部門	1997年	79,750	82,350	83,570	86,770	78,960	74,430	74,660	79,340
	2007年	79,560	47,790	82,980	72,870	79,470	89,600	90,680	71,380
娯楽部門	1997年	127,680	131,260	126,370	122,620	119,900	134,490	133,940	125,900
	2007年	127,360	35,050	115,190	144,890	153,130	138,750	145,010	93,220
観光・行楽部門	1997年	187,310	229,880	174,060	172,710	194,550	198,110	183,950	176,030
	2007年	186,530	69,960	128,260	182,380	178,280	232,330	213,690	207,410
年間余暇消費総額 (4部門計)	1997年	465,090	508,970	453,010	444,480	477,230	474,820	468,980	439,530
	2007年	463,120	178,050	382,840	455,700	481,420	541,820	561,800	434,470

注) 各部門の平均消費額の算出にあつては、各部門の種目中一つも参加種目がなかったサンプルは欠損値として除外して計算した。
なお、網かけは10年間で増えたもの。

〔6〕 p.105 より

えている。実際、クルーズ参加者を見てみると、カジュアル船においては若年齢化しているものの、定期航路（フェリーなど）を除く日本船（わが国における外航クルーズ船）では、カジュアル船が存在しないため客単価が高額になり、依然高齢者がその大半を占めている。

表 12 富裕層の余暇消費

	全体平均	1,000万円～ 1,500万円	1,500万円以上
スポーツ部門	69,680	535,850	837,900
趣味部門	79,560	356,880	478,400
娯楽部門	127,360	225,540	306,360
観光部門	186,530	317,990	489,170
年間余暇消費総額	463,130	1,436,260	2,111,830

〔6〕 p.114より

2. フェイズIIの研究課題

「誰がなぜクルーズに行くのか」(〔21〕 p.17,p.156) という要因分析を行うためにクルーズ・シップ・ツーリズム IIにおいては、サービス・マネジメントの観点から、消費者行動としての、クルーズ・シップ・ツーリズムにおける知覚価値と満足度 (SERVQUAL モデル) に関して考察を行う。具体的には、

- ・クルーズの再購買に関して、共分散構造などの概念 (AMOS など) により、再購買の要因と消費者行動について考察を行う。
- ・また、価格政策に焦点を当て、収益管理に関して予約システムとしての収益管理の概念を引用し考察を行う。

これらの考察の基礎的概念として、既に研究ノートとして発表をした、快樂消費 (〔8〕 2009年9月 pp.51 - 60) や、共分散構造の因子としての誘因分析、マーケティングモデルなどを以下に示す。

① 快樂消費の側面

ツーリズムにおいては、「複合的な楽しさ；移動、宿泊、食事、経験、知識など」としての快樂消費が存在し、個人の覚醒のレベルの深さがその目的によって成立すると考えられる。

めまいと覚醒の違いは、生理的なめまいと心理的な覚醒として捉えることができる (〔8〕 pp.51 - 60)。消費欲は、体験・経験の購入である。言葉を変えると、無形財の購入となる。

観光における‘覚醒’と‘快樂’；自然と人工施設の対比 具体的には、自然遺産としてのカカドゥほか、クルーズ・シップ・ツーリズムの分野では、アラスカ そして人工施設としての中東湾岸諸国 (ドバイ、オマーン他) などの調査を行っている。

② 誘因分析の視点

考えられる主な要因としては、まずマーケティングの主たる要素としての製品、チャネル、プロモーションの側面から

- ・わずらわしくない パッケージ；食事 宿泊 移動 エンタテインメント
- ・すべてからの開放 船の上は外界から遮断されている
- ・楽 ホテル間の移動がない
- ・選択可能性が広い 何もしない オプションツアー
レストランはいつでもオープン
子供づれ、18歳未満無料 託児所（大型船）

などがあげられる。

また価格の側面から、表 13 よりわかることは、パッケージ化されているためにトータル・コストとしては、陸上ツアーと比較し、決して高くはないということである。また、包括料金が宿泊・移動・食事などのわずらわしさを排除している。

表 13 クルーズと陸上ツアーの価格対比

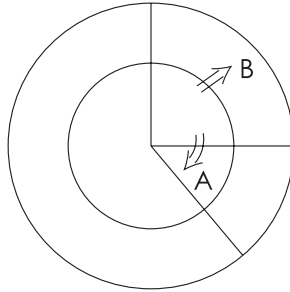
		Typical land-based Vacation vs. cruise vacation	
		Land-based resort package	Cruise 8 days/7nights 3ports
Fixed	Base price	\$680(\$97/day)	\$1,475(\$210/day)
	Air	\$400	Included
	Transfers	Included	Included
	Meals	\$350	Included
	Service charges	\$93	—
	Tips	—	\$60
	Taxes	\$76	\$89
Variable	Sightseeing	\$35	\$40
	Entertainment	\$55	Included
	Beverages	\$150	\$100
	Total	\$1,839	\$1,764
	Per diem	\$263	\$252

[21] p.23 より

③ フェイズⅡに向けて

キーワードは、シニア化（定年後の余暇）そして富裕層となる。これは、マーケティングから考えた場合の人口推計による潜在顧客の拡大である。他方、アメリカ船やイタリア船のように、大型カジュアル船の新造船によるファミリー層や若年層向けの1泊1万円程度の市場拡大(収益管理)も、新市場拡大、並びに将来の潜在顧客の比率を上げるという意味で非常に重要となる。図4は、内側の円が既存市場のシェア拡大、外側の円が新市場へのパイの拡大となる。

また、キーワードとして 顧客満足；SERQUAL モデル 再購買要因としての共分散構造による因果関係；AMOS これらによる、収益管理などが検討課題として挙げられる。



A 既存市場の拡大 B 新市場の拡大

図4 既存市場の拡大と新市場の拡大の概念

(しらい よしお・高崎経済大学地域政策学部教授)

注

- 1) 日本経済新聞 2008年8月19日朝刊p.5
- 2) 日本経済新聞 2008年10月15日朝刊p.13

参考文献

和書

1. 大島啓太郎「わが国のクルーズの発展可能性についての一考察」『日本観光学会第9回全国大会発表論文集』pp.34-35 2008年10月18日
2. (株)ANA総合研究所『航空産業入門』東洋経済新報社 2008年
3. 国土交通省『2007年のわが国のクルーズ動向についてお知らせします!』プレス・リリース 平成20年6月27日
4. コトラー、P.他(白井義男日本語版監修)『コトラーのホスピタリティ&ツーリズム・マーケティング』ピアソン・エデュケーション 2003年
5. クルーズアドバイザー認定委員会『クルーズ教本』日本外交客船協会 2008年
6. (財)社会経済生産性本部『レジャー白書 2008』(財)社会経済生産性本部 2008年 P.130 シニア化 p.145 郵船クルーズ「時間消費型レジャー」飛鳥II 5万トン2006年早期割引 2008年104日世界1週クルーズ
7. 白井義男『レジャー産業のサービス・マネジメント』同友館 1999年
8. 白井義男「快樂消費」『地域政策研究』11-2. 2009年9月 pp.51-60
9. パート・バン・ロイ他(白井義男日本語版監修)『サービス・マネジメント 上・中・下巻』ピアソン・エデュケーション 2004年
10. 村松智恵、向後千春「日本人大学生の海外旅行における志向と意欲および経験の関連性」『日本国際観光学会第9回全国大会発表論文集』2008年10月18日、pp.60-61

洋書

11. Bow,Sandra “Working on Cruise Ships” Vacation works 2005
12. Daher,Rami Farouk “Tourism in the Middle East” Channel View Publications 2007
13. Dervaes,Claudine “Selling Cruises 2nd edition” Thomson 2003
14. Dickinson,Bob Vladimir, Andy “Selling the Sea 2nd edition” Wiley 2008
15. Dowling,Ross K. “Cruise Ship Tourism” CABI 2006
16. Douglas Ward, “Complete Guide to Cruising & Cruise Ships 2009” Berlitz 2009
17. Fitzsimmons, James A.Fitzsimmons Mona J. “Service Management 6th” McGraw-Hill 2008
18. Gibson,Philip “Cruise Operations Management” Butterworth-Heinemann 2006
19. Hull,Tidd “Service Innovation” World Scientific Publishing 2003
20. Klein,Ross, “Cruise Ship Blue” New Society Publishers 2007
21. Mancini,Marc “Cruising 2nd edition” Thomson 2004
22. World Tourism Organization “World Cruise Ship Activity” World Tourism Organization 2003

資料ほか

資料1 世界のクルーズ人口 2003-2007

国（エリア）／年	2003	2004	2005	2006	2007
アメリカ	7,990	8,314	9,064	9,358	9,452
カナダ		435	486	594	676
プエルトリコ		122	121	126	119
イギリス	964	1,029	1,071	1,204	1,337
ドイツ	537	583	639	705	763
イタリア	346	400	514	517	640
スペイン	307	300	379	391	518
フランス	212	222	233	242	280
スカンジナビア	54	56	42	62	94
ベネルクス	42	41	42	64	82
スイス	47	50	51	56	64
オーストリア	35	38	39	44	52
ポルトガル	14	14	15	18	20
キプロス	75	75	75	75	75
その他ヨーロッパ	113	101	102	105	155
日本	140	160	156	177	184
アジア（除く日本）	600	600	600	600	600
オーストラリア・ニュージーランド	250	500	500	310	400
合計	11,726	13,040	14,129	14,648	15,511

- (注) 1. アメリカ・カナダは「Cruise Lines International Association」発表。 (単位：1,000人)
 2. キプロスを除くヨーロッパ各国は「European Cruise Council」発表。
 3. 日本は国土交通省調べ。
 4. キプロス、アジア（除く日本）、オーストラリア・ニュージーランドは DOUGLAS WARD 「Complelet Guide to Cruising & Cruise Ships 2008」より引用。ただし、オーストラリア・ニュージーランドの2007年は、「Cruise Down Under」の年間報告より推定。

〔5〕 p.11 より

資料2 新造船の就航

CRUISE LINE	NAME OF SHIP	TONS	COST	LENGTH (feet)	LENGTH (meters)	PASSEGE (lower be capacity)
2009 (13Ships)						
AIDA Cruises	<i>AIDAlluna</i>	68,500	€330 million	826.7	252.0	2,030
American Crusie Lines	<i>Independence</i>	3,000	\$30 million	220.0	67.0	104
Carnival Cruise Lines	<i>Carnival Dream</i>	130,000	\$668 million	1,092.5	330.0	3,652
Celebrity Cruises	<i>Celebrity Equinox</i>	122,000	\$641 million	1,033.4	315.0	2,850
Costa Cruises	<i>Costa Luminosa</i>	92,700	\$528 million	902.4	275.0	2,260
Costa Cruises	<i>Costa Pacifica</i>	114,500	\$579 million	951.4	290.0	3,004
MSC Cruises	<i>MSC Splendida</i>	133,500	\$550 million	1,092.5	330.0	3,887
Norwegian Cruise Line	<i>to be announced</i>	150,000	\$940 million	1,066.2	325.0	4,200
Pearl Seas Cruises	<i>Pearl</i>	8,700	\$64 million	324.8	99.0	214
Royal Caribbean International	<i>Oasis of the Seas</i>	220,000	\$1.24 billion	1,181.1	360.0	5,400
Seabourn Cruise Line	<i>Seabourn Odyssey</i>	32,000	\$275 million	650.0	198.0	550
Sea Cloud Cruises	<i>Sea Cloud Hussar</i>	4,200	€69 million	445.2	135.7	138
Silversea Cruises	<i>Silver Sprit</i>	36,000	\$250 million	650.0	198.0	540
2010 (14Ships)						
AIDA Cruises	<i>to be announced</i>	71,000	€350 million	826.7	252.0	2,174
CIP Cruises	<i>to be announced</i>	10,700	\$100 million	459.3	140.0	264
CIP Cruises	<i>to be announced</i>	10,700	\$100 million	459.3	140.0	264
Celebrity Cruises	<i>Celebrity Eclipse</i>	122,000	\$641 million	1,033.4	315.0	2,850
Costa Cruises	<i>to be announced</i>	92,700	€548 million	902.2	275.0	2,260
Cunard Line	<i>Queen Elizabeth</i>	92,000	€500 million	967.8	295.0	2,092
Holland America Line	<i>to be announced</i>	86,000	€425 million	959.6	292.5	2,100
MSC Cruises	<i>MSC Magnifica</i>	90,000	\$548 million	964.5	294.0	2,568
Norwegian Cruise Line	<i>F3</i>	150,000	\$940 million	1,066.2	325.0	4,200
Oceania Cruises	<i>to be announced</i>	65,000	\$500 million	823.4	251.0	1,260
P&O Cruises	<i>to be announced</i>	116,000	€535 million	951.4	290.0	3,110
Royal Caribbean Internaitonal	<i>to be announced</i>	220,000	\$1.4 billion	1,092.5	330.0	3,887
Seabourn Cruise Line	<i>to be announced</i>	32,000	\$200 million	650.0	198.0	550
Star Clippers	<i>to be announced</i>	7,400		518.0	157.8	296
2011 (7Ships)						
AIDA Cruises	<i>to be announced</i>	71,000	€380 million	826.7	252.0	2,174
Carnival Cruises	<i>Carnival Magic</i>	130,000	\$738 million	1,092.5	330.0	3,652
Celebrity Cruises	<i>to be announced</i>	122,000	\$641 million	1,033.4	315.0	2,850
Costa Cruises	<i>to be announced</i>	114,200	\$726 million	951.4	290.0	3,012
Disney Cruise Line	<i>to be announced</i>	124,000	\$900 million	1,114.8	339.8	2,500
Oceania Cruises	<i>to be announced</i>	65,000	\$530 million	823.4	251.0	1,260
Seabourn Cruise Line	<i>to be announced</i>	32,000	€200 million	650.0	198.0	550
2012 (5Ships)						
AIDA Cruises	<i>to be announced</i>	71,000	€385 million	826.7	252.0	2,174
Celebrity Cruises	<i>to be announced</i>	122,000	\$641 million	1,033.4	315.0	2,850
Costa Cruises	<i>to be announced</i>	114,200	\$726 million	951.4	290.0	3,012
Disney Cruise Line	<i>to be announced</i>	124,000	\$900 million	1,114.8	339.8	2,500
Oceania Cruises	<i>to be announced</i>	65,000	\$530 million	823.4	251.0	1,260

〔16〕 pp.682-683 より

資料3 外航・国内クルーズ乗客の推移 (1989-2007年)

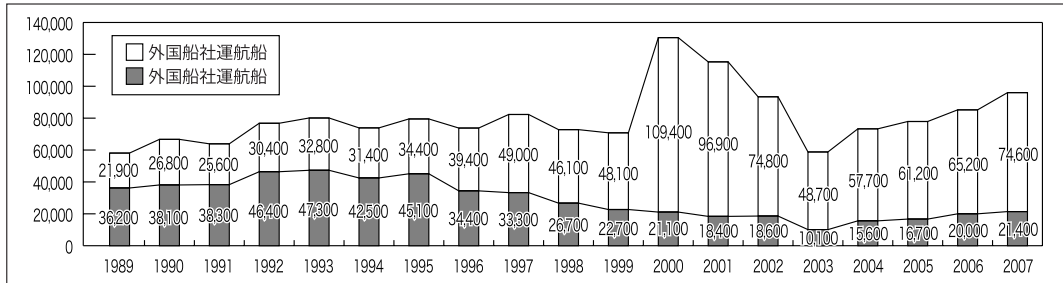
(単位:人)

年	外航クルーズ				国内クルーズ				合計	
	日本船社運航船	外国船社運航船	小計	対前年比	外航クルーズ船	国内フェリー	小計	対前年比	合計	対前年比
1989	36,200	21,900	58,100	32.6%	95,700	—	95,700	6.5%	153,800	15.0%
1990	38,100	28,600	66,700	14.8%	108,200	—	108,200	13.1%	174,900	13.7%
1991	38,300	25,600	63,900	-4.2%	102,200	—	102,200	-5.5%	166,100	-5.0%
1992	46,400	30,400	76,800	20.2%	120,300	—	120,300	17.7%	197,100	18.7%
1993	47,300	32,800	80,100	3.3%	134,100	—	134,100	11.5%	214,200	8.7%
1994	42,500	31,400	73,900	-7.7%	134,200	—	134,200	0.1%	208,100	-2.8%
1995	45,100	34,400	79,500	7.6%	145,500	—	145,500	8.4%	225,000	8.1%
1996	34,400	39,400	73,800	-7.2%	119,900	—	119,900	-17.6%	193,700	-13.9%
1997	33,300	49,000	82,300	11.5%	95,400	7,900	103,300	-13.8%	185,600	-4.2%
1998	26,700	46,100	72,800	-11.5%	97,700	5,200	102,900	-0.4%	175,700	-5.3%
1999	22,700	48,100	70,800	-2.7%	92,900	5,600	98,500	-4.3%	169,300	-3.6%
2000	21,100	109,400	130,500	84.3%	83,400	2,000	85,400	-13.3%	215,900	27.5%
2001	18,400	96,900	115,300	-11.6%	81,600	3,200	84,800	-0.7%	200,100	-7.3%
2002	18,600	74,800	93,400	-19.0%	73,000	2,300	75,300	-11.2%	168,700	-15.7%
2003	10,100	48,700	58,800	-37.0%	77,800	3,400	81,200	7.8%	140,000	-17.0%
2004	15,600	57,700	73,300	24.7%	82,900	3,800	86,700	6.8%	160,000	14.3%
2005	16,700	61,200	77,900	6.3%	73,900	4,400	78,300	-9.7%	156,200	-2.4%
2006	20,000	65,200	85,200	9.4%	85,000	6,500	91,500	16.9%	176,700	13.1%
2007	21,400	74,600	96,000	12.7%	85,000	2,600	87,600	-4.3%	183,600	3.9%

国土交通省海事局外航課調べ (以下同じ)

- (注) 1. 日本発着クルーズの他、フライ&クルーズを含む。
 2. 邦船社、在日外航社支店・代理店及び一般旅行者者に対するアンケートから重複を除いたもの。
 3. 国内フェリーによる内航クルーズについては97年よりアンケートを開始した。
 4. 端数処理のため合計値が合わない場合がある。

外航クルーズ船乗客数推移 (1989-2007)



- ・ J T B各種パンフレット
- ・ C R U I S E 2008 Sep 海事プレス社

実地調査

- アラスカ 期間 2008年9月2日から9月15日 (2週間)
 船会社 プリンセス・クルーズ; プレミアム船
 訪問先 船; ジュノー、ケチカン、バンクーバー など
 (陸上は汽車の旅; フェアバンクス、マッキンリー)
- ドバイ 期間 2009年2月14日から21日 (1週間)
 船会社 コスタ・クルーズ; カジュアル船
 訪問先 UAE オマーン バーレーン など

