Supported by 日本財団 THE NIPPON FOUNDATION

第19回 海事振興セミナー プログラム

日　　時　　平成 30 年 6 月 11 日（月）　14：40 ～ 15：40

会　　場　　福岡合同庁舎新館　7 階　会議室

講　　師　　大阪経済法科大学
　　客員教授　池　田　良　穂　氏

テーマ　　クルーズ船への対応と今後の地域戦略

主　　催　　九州クルーズ振興協議会
公益財団法人 九州運輸振興センター

後　　援　　九州運輸局　西日本鉄道(株)　ＪＲ九州

スケジュール

◎開　会
14：40

◎講　演
14：42　クルーズ船への対応と地域戦略

大阪経済法科大学
　　客員教授　池　田　良　穂　氏

◎閉　会
15：40　閉　会

池田　良穂（いけだ よしほ）氏プロフィール

1950 年　北海道生まれ、港町室蘭で育つ
1973 年　大阪府立大学工学部船舶工学科卒業
1979 年　同大学大学院博士課程修了
　　同大学助手、講師、助教授、教授、工学研究科長・工学部長
2015 年　定年退職、同大学名誉教授
　　大阪経済法科大学客員教授、現在に至る

日本クルーズ&フェリー学会前会長・現事務局長、
日本船舶海洋工学会元副会長、全国クルーズ活性化会議顧問、
クルーズ・オブ・ザ・イヤー選考委員長、
シップ・オブ・ザ・イヤー選考委員等を務める。

第19回
海事振興セミナー
（2018年6月11日開催）

クルーズ船への対応と今後の地域戦略

大阪経済法科大学
客員教授　池　田　良　穂

日　時　平成 30 年 6 月 11 日（月）
場　所　福岡合同庁舎新館 7 階 会議室

主　催　九州クルーズ振興協議会
　　　　公益財団法人 九州運輸振興センター
助　成　日本財団
後　援　九州運輸局　西日本鉄道㈱　ＪＲ九州

皆さんこんにちは、ご紹介をいただきました池田でございます。

久しぶりの博多ということで楽しみにして参りました。

先週、長崎県の方々と中国へ行ってクルーズの調査をして参りました。２０１７年、中国のクルーズ乗下船客数は４７７万人でほぼ５００万人となっています。ヨーロッパに肉薄するほど、クルーズマーケットの規模が大きくなっています。

もちろん世界のクルーズ人口も順調に伸びていて、２０１７年、２７００万人になり、産業規模は14兆円で、コンテナ船の産業規模の約20兆円に追いつく勢いとなっています。欧米の港がクルーズに目を向けているというのは、コンテナの産業規模はＢtoＢいわゆる企業間取引で世界の経済成長と同じでしか伸びませんが、クルーズはＢtoＣ、企業対消費者取引の商売となっていて、個人消費者のニーズによって成長が変わってきます。中国がこれだけ伸びてくると数年でコンテナ船の産業規模を抜いてしまうのではないかと思います。

しかし、残念なことに日本ではクルーズが充分に成長していません、その辺りも含めまして、今日はお話していきたいと思います。

さて、クルーズは英語で周遊をするという意味です。主に海を周遊するということで、例えば、戦艦の次に大きい巡洋艦は大洋を巡航するわけですが、英語でクルーザー、それから、大型ヨットで宿泊施設のあるもの、これもクルーザーと呼びます。そして今日のテーマ、クルーズ客船。周遊するという意味なので陸上でもよく使われるようになって、ランドクルーザーだとか観光バスにもクルーザーという名前が付くことがあります。おもしろいものではスラング英語で、飲み屋街で酔っ払いが次々と店を変えて飲み歩く、これもクルーズと言います。

商業クルーズ客船の歴史は非常に古くて、欧州で19世紀の終わりに登場した「セイロン」という船が最初です。まだ飛行機がない時代で帆とエンジンを両方持った２２００トンのクルーズ客船が始まりでした。

日本でも意外に古くて、日本初のクルーズは１９０６年にイギリスから購入した「ろせった丸」で、日露戦跡を巡る満韓巡航船というクルーズだったと言われています。

クルーズマーケットはご存知の通り、ほぼ三角形の形をしていて、上にいくほど値段が高く、そして値段が高いほどマーケットは小さくなります。一番上にくるのが探検クルーズと言われる１万トン以下のクルーズ客船で２％以下位。その下に２％位でラグジュアリーと呼ばれる10泊以上のクルーズがあり１泊あたり４万円以上。その下はプレミアムで７泊以上のクルーズ、１泊あたり２万円台からで16％位を占めています。その下に残り80％を占めるカジュアルクルーズがあります。３泊〜７泊で１泊あたり１００ドルからになっていて、世界で一番大きなマーケットとなっています。

また、クルーズには２種類のビジネスモデルがあります。

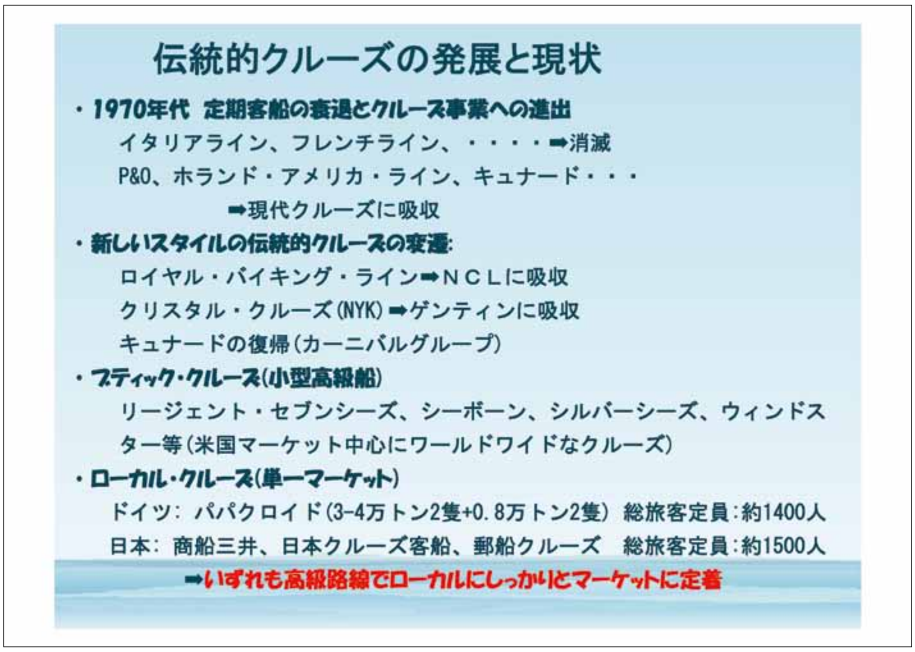
１つはトラディショナルクルーズで、伝統的クルーズです。高齢の富裕者層向け、比較的長期のクルーズで値段も高くなります。１泊あたり４万円以上からですが、リピーターが多いので、同じ航路を回している

と飽きられるため、不定期で毎年いろいろな航路を企画をしています。先程のラグジュアリーに当たり、クルーズ全体の４%～５%くらいのマーケットとなっています。

そしてもう１つは現代クルーズと呼ばれるものです。

現代クルーズというのはいわゆるカジュアル・クラスと呼ばれるもので、対象は一般大衆、現役も含めた家族連れなどです。欧米ではだいたい年収が３００万円位からの人達がターゲットとなっています。

短期で安価なビジネスモデルが成り立つためには、船は固定水域で１年中、同じ定点定期クルーズを行います。



資料１

まず伝統的クルーズ（**資料１**）ですが、先ほども言いましたように、非常に高級な、比較的長期間の値段の高い、質の高いクルーズとなっています。日本の中ではこちらの方がクルーズの主流だと勘違いされている方もまだまだ多いようです。

１９７０年代、航空機網が世界中に伸びていきました。飛行機の１時間が船の丸一日に当たり、飛行機で大西洋を渡るのに５時間、船では５日間もかかります。飛行機の登場により大西洋、太平洋を渡る定期客船は皆、姿を消しました。

そこで船を使ってレジャーをするというクルーズ事業を各船社がこぞって始めましたが、ご存知の通り、ほとんどの会社が事業に失敗しています。イタリアンライン、フレンチラインなどは消滅し、P&O、ホランド・アメリカ・ライン、キュナードなどは現代クルーズに吸収され、名前だけが残っています。

しかし、この客船暗黒の時代とも呼ばれた１９７０年代、飛行機にお客を取られて、客船は商売が出来なくなった時代に、新しいスタイルの伝統的クルーズをやろうという会社が出てきました。これが、ロイヤル・バイキング・ラインという北欧の会社です。20年位は君臨しましたが、NCLに吸収された後、姿を消しています。そのロイヤル・バイキング・ラインが衰退し始めた頃、日本郵船が資本を投下した、クリスタル・クルーズが登場します。これも欧米では高い評価を受けて20年近くは君臨しましたが、最近ゲンティンに吸収されました。

伝統的クルーズでも、本来のラグジュアリークラスのクルーズを続けるのは非常に難しくなっていました。そこでブティッククルーズという、小型のクルーズ客船を使って高級なクルーズをやろうというところが出てきました。今はリージェント・セブンシーズだとか、シーボーン、シルバーシーズ、ウィンドスターなどが米国マーケットを中心にワールドワイドなクルーズを行っています。先ほども言いました通り、大型の伝統的クルーズにこのブティッククルーズを入れても、クルーズマーケットの２%を占めるだけとなっています。

ただここの中で少し変わったものがあり、私はローカルクルーズと、名付けましたが、いわゆる単一言語のマーケットで、ずっと生き延びています。それがドイツと日本です。

ドイツではハパクロイドという会社が、ドイツ語圏を対象に比較的値段の高い長期のクルーズをしています。今でも３～４万トンのクルーズ客船２隻と１万トン以下のクルーズ客船２隻で、総旅客定員が１４００

人くらいです。

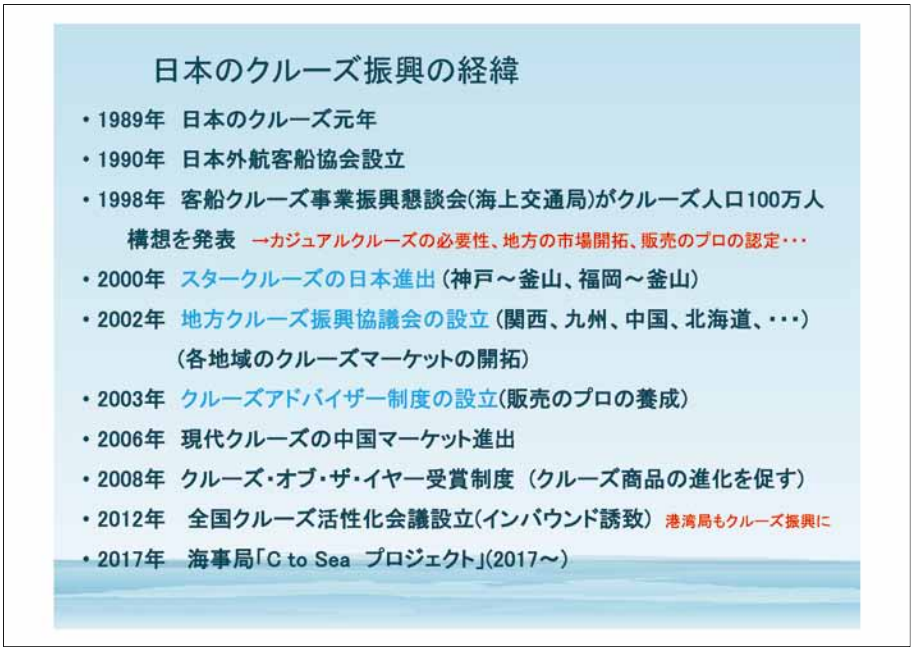
そして、日本。日本人だけを対象にしたクルーズで、商船三井、日本クルーズ客船、郵船クルーズ、この3社が運航しています。だいたい総定員が1500名位ということです。ドイツとドイツ語圏であるスイスやオーストリアなどを入れると1億弱、日本が1億2千万となっていて、両国とも同じような規模での単一言語のラグジュアリークルーズが、しっかりと根付いています。（資料２）

資料２

さて日本のクルーズ産業の歩みですが、平成元年が日本のクルーズ元年と言われています。

この年に商船三井客船のふじ丸と、昭和海運のおせあにっくぐれいすの2隻が、戦後日本で初めてのクルーズ客船として新造されました。

当時は海運不況の時代で、各海運会社は新しい海事産業を模索していて、唯一世界で成長していた海事産業がアメリカのクルーズだったので、ここに活路を見出したということです。



資料３

この当時世界のクルーズ人口が約240万人、この2隻が登場して日本のクルーズ人口は15万人で世界のクルーズの7％弱ですが、日本のクルーズもこの当時は結構大きかったということがわかります。今は世界のクルーズ人口が2700万人で10倍になっていますが、日本のクルーズ人口は昨年でも30万人程でほとんど伸びていません。

このクルーズ元年から短期間に各海運会社がこぞってクルーズに参入しました。10隻の日本籍のクルーズ客船が登場しますが、この中で現在まで残ったのは、先ほども言いました通り、商船三井客船、日本クルーズ客船、日本郵船で各社各1隻だけとなっています。

しかし2017年に超高級船として常石造船系の海運会社が運航する「ガンツウ」が出てきて日本籍船は4隻になりました。いずれもどちらかというと上質なクルーズ、高齢者を対象としたようなクルーズを行っています。

このように、日本のクルーズ船は

にっぽん丸、飛鳥Ⅱ、ぱしひっくびいなす、そしてガンツウということで、各船が年間80～100航海を行っています。多くの高級なクルーズが日本の近海では行われているということで、いずれも1泊あたり4万円以上、世界ランクで見るとラグジュアリークルーズとみなされる価格帯の営業をしていて、主に高齢の富裕層がターゲットという形になっています。ただ、富裕層のリピーターだけをターゲットとしては産業として伸びないので、最近どこの会社も短期のクルーズを行うようになりました。1泊4万でも3泊だと10万ちょっとということで、短くすることによって新しい層を開拓しようという試みをしているところです。

日本のクルーズ振興の経緯ですが、1989年、すなわちクルーズ元年と呼ばれた平成元年に当時の運輸省が委員会を作り、私も委員の一人として参加しました。**（資料3）**そこで日本のクルーズはどうあるべきか、地方の市場開拓やカジュアルクルーズの必要性など、いろいろ議論をしました。その中でクルーズの振興についても話し合いがなされ、1990年、日本外航客船協会が設立されました。そしてクルーズ元年から10年経った1998年に海上交通局が客船クルーズ事業振興懇談会を設立しましたが、実は私が委員長をしていて、クルーズ人口100万人構想というものを公表をしています。

この100万人構想ですが、当時マスコミの方々には絵に描いた餅だと、お叱りを受けました。

報告書では、日本にも比較的値段の安いカジュアルクルーズが必要で、もしもこれが定着すれば100万人になる。それから、地方のクルーズのマーケットを開拓してほしい、販売のプロを認定するような制度を作ろう、等々が提案されています。

特にカジュアルクルーズの必要性というのを強くうたいました。その結果ではないのですが、スタークルーズが日本に進出しました。まさにカジュアルクルーズです。神戸から釜山、福岡から釜山という形の非常に値段の安い短いクルーズが実現しました。しかし非常に残念なことですが、わずか2年間で撤退をしてしまいました。これが根付いていれば日本にもカジュアルクルーズが確立して、クルーズ人口が10年間で100万人くらいは達成できたと思っています。

クルーズの振興に大きなキーとなるのが地方の市場開拓です。2002年から関西、九州、中国、北海道等でクルーズ振興協議会を設立して頂きました。各地域のクルーズマーケットを開拓しようという試みが、これ以来綿々と行われています。

クルーズという旅行は普通のレジャーとはかなり違いますので、なかなか正確にその内容をお客様に説明することが難しい、そこでまずクルーズの専門家を育てようということになりました。2003年にクルーズアドバイザー制度が設立され、今は7千人を超えるクルーズコンサルタントの方々が旅行会社の窓口でクルーズを販売しています。

カジュアルクルーズについては、日本の船社にも声を掛けたのですが、手を挙げてくれるところがなかったので、先ほどのスタークルーズや欧米の船会社にも、日本でクルーズをしませんかと誘致しました。残念ながら、この現代クルーズは日本を飛び越えて中国マーケットに進出して、中国起点のクルーズを始めました。当時、アジアで唯一クルーズ人口があるのは日本でしたが、クルーズ人口がゼロの中国で2005年コスタクルーズがカジュアルクルーズを始めました。次の年にはロイヤルカリビアンが上海起点の定点定期クルーズを始めました。昨年の中国のクルーズ人口は約240万人となりました。

この数字から見ても、海外の大手の会社はマーケットをよく読んでいたということがわかります。

他にも、クルーズ商品の進化を促すため2008年に外航客船協会が「クルーズ・オブ・ザ・イヤー」受賞制度を創設しました。

そして2012年、港湾局が主導して「全国クルーズ活性化会議」が設立されました。インバウンドの誘致ということで、海事局に加え港湾局も参入したということです。

それから2017年、昨今の海離れをくい止めようと海事局が「C to Sea」プロジェクトを立ち上げました。Cは国民（CITIZEN）であったり、子供（CHILDREN）や消費者（CONSUMER）であったりしますが、とにかくすべての国民に海に関心を持ってもらおうということで、この中でクルーズの振興もうたっています。

このように国を挙げてクルーズの振興を行う時代が遂にやってきたのではと思っています。

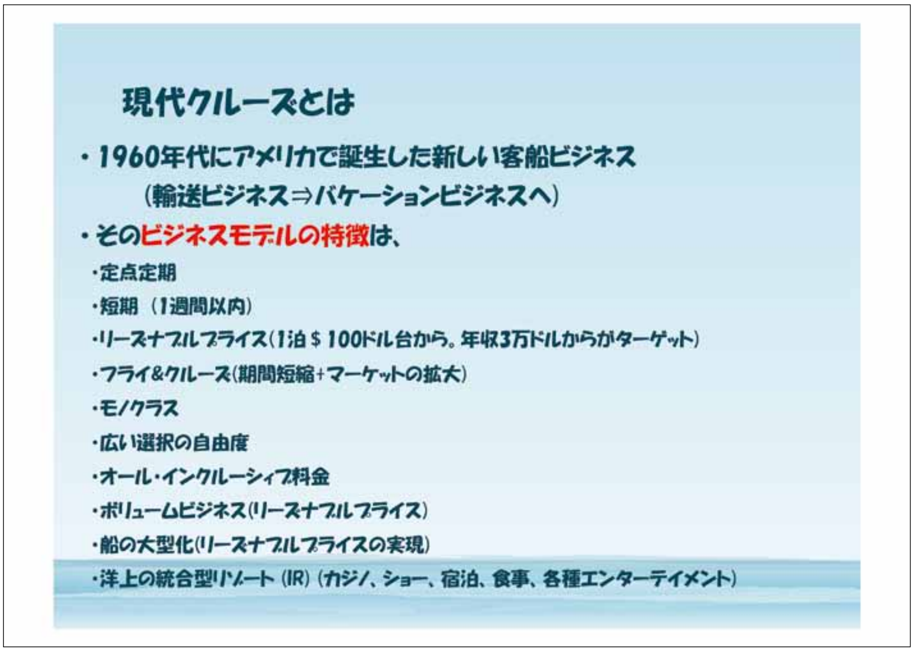
さて日本のクルーズ人口の推移ですが、1989年、約15万人のクルーズの人口がありました。そして1989年から3年の間に8隻ものクルーズ船が就航しました。おせあにっくぐれいす、ふじ丸、ソングオブフラワー、おりえんとびいなす、にっぽん丸、フロンティアスピリット、ジャパニーズドリーム、飛鳥です。しかし、先ほども言いましたが、国内のクルーズの需要が伸びなかったため、撤退が続き、現在残っているのは3社だけとなりました。ただ2000年に、スタークルーズが日本発着クルーズを始めたので、この年は大きく伸びています。しかし先ほども言いましたが2年程で撤退しています。この結果クルーズ人口は1989年と比べても1万人位の増で、約16万人にとどまっています。

そのスタークルーズが撤退した理由ですが、もちろん日本のマーケットが育たなかったというのが大きな要因ですが、もう1つの理由としてスタークルーズのオーナー、マレーシアのカジノ王であるゲンティンが、世界のクルーズ王になることを目指し、この時期にノルウェージャン・クルーズ・ラインを買収しました。そして現代クルーズのパイオニアでありながら、当時衰退しつつあったノルウェージャン・クルーズ・ラインを立て直すため、大型船を全て同社のクルーズ事業に投入しました。これに資本を集中するということもあって、あんまり伸びない日本マーケットからは撤退ということになったのです。

日本のクルーズ人口は、バブルの崩壊、9・11のテロの影響などもあり、2003年には15万人を切る14万人になりました。しかし、リーマンショック等で減少した時期を除けば、それ以降は比較的右肩上がりとなっています。このように日本のクルーズは少しずつですが着実に成長しています。

また、クルーズ産業は不況などの影響をあまり受けにくい産業だと欧米では言われています。日本のクルーズもリーマンショックなどで減少しましたが、すぐに回復しています。

次に現代クルーズについてですが、これは1965年から1973年にかけて、アメリカのマイアミで生まれた新しいクルーズのビジネスモデルです。（**資料4**）これのパ



資料4

イオニアがノルウェージャン・カリビアン・ラインズです。このノルウェージャン・カリビアン・ラインズは欧州に進出した時、社名の中のカリビアンをクルーズに替えたので、ノルウェージャン・クルーズ・ラインとなりました。

２番手がロイヤル・カリビアン・クルーズ・ライン。今のロイヤル・カリビアン・インターナショナルです。ビジネスモデルはノルウェージャン・カリビアン・ラインズとほとんど同じで、クルーズ客船を複数隻揃えてクルーズを行い、しかも定点定期で1週間以内の短いクルーズを繰り返し行うというビジネスモデルです。

３番手が１９７０年代に入ってから現れたカーニバル・クルーズ・ラインズです。今では世界のクルーズの50％以上を牛耳る現代クルーズの王者です。この創始者というのはノルウェージャン・カリビアン・ラインズを作った経営者の一人です。彼のビジネスモデルというのはとにかくボリュームビジネスで、船もほぼ同時に3隻以上を建造したりしています。毎週定曜日発着の定点定期クルーズを行っています。

現代クルーズと１９６０年代のトラディショナルクルーズとどこが違うのかということを少しお話しします。

トラディショナルクルーズは１９６０年代、客船暗黒の時代と呼ばれた時代に、それまでの定期客船の一等のサービスを継承して行った、客船を使ったバケーションビジネスです。対して船客の満足度を最大にする為にはどんなビジネスモデルがいいのかということを考え抜いて作られたのが、現代クルーズです。

これは、定点定期で毎週金・土・日曜日にマイアミ港を出港し、1週間ベースで、金曜日の夕方に出て行った船は金曜日の朝にマイアミ港に戻ってきて、また夕方、お客さんを乗せてクルーズに向う。ドック期間以外は同じところを、年間を通じて回っていて、期間は1週間以内。1泊１００ドルからとなっていて、まさにリーズナブルプライスです。これは年収３００万円をターゲットにしたと言われています。1泊１００ドルですが、アメリカでホテルに泊まり食事をしてショー鑑賞をすれば、とてもこの値段では無理です。これを船で実現するということをベースにして、このビジネスモデルは組み立てられています。

それからフライ&クルーズは言葉通り飛行機とクルーズを組み合わせたビジネスです。

実は、定期客船がクルーズに進出した時、船会社は飛行機と手を結ぶということなど考えませんでした。飛行機にお客さんを奪われ、クルーズという新しいビジネスをせざるを得なかったため、飛行機は一緒に組む相手ではなく、競争する相手でした。ところが、マイアミの現代クルーズを考案した人達は、一般大衆は休暇を取るにしても普通1週間以上とることは非常に難しいだろう、と考えました。全米の様々な都市から招致して、マイアミ港でクルーズに乗せて1週間で廻るには、時間短縮が必須となります。そこで飛行機会社とのタイアップを考えつきました。クルーズ会社にとっては、どのような交通手段でもマイアミに来てもらいさえすればいいわけです。さらに運航コストも減少できるということで、マーケットが全米に拡大しました。マイアミを起点にしたクルージングをするわけですが、ニューヨークやカリフォルニアから飛行機で集客することで大きくマーケットを拡大することに成功しました。

次に等級差の解消です。トラディショナルクルーズでは厳格な等級があって、サービス等も違っていましたが、楽しむためにクルーズに乗って差別されるのは、特に下のクラスの人達にとっていい感じがしません。これを解消するためにモノクラスとなりました。モノは1つということで、等級差なしということです。

それから、広い選択の自由度。船の中で自分が好きなことをやって下さい、「AS　YOU　LIKE」と言われるものです。クルーズ船では何をしてもいいですよ、退屈する人は存分に退屈を堪能して下さい、遊びたい人は思いっきり遊んでください。そういういろいろな楽しみの選択ができ、しかもオール・インクルーシィブ料金。すなわち、船代、各施設使用料、食事代、宿泊費も全部入った料金です。最近ではオール・インクルーシィブという言葉を、アルコールも含んだ船にだけ使うこともありますが、基本的には昔からクルーズ料金は、オール・イン

クルーシィブと言われています。

　このビジネスの大きな特徴は規模で勝負し、安価で、サービスを提供するボリュームビジネスです。百貨店とスーパーの違いと言ったらいいでしょうか、多くの人を集めて1人当たりのコストを下げ、リーズナブルプライスを実現させるというものです。そのため船は大型化し、大型化したことで、カジノ、ショー、プール等が充実し統合型リゾートへの展開が可能となりました。各種のエンターティメントをてんこ盛りにして1泊1万円から遊べます。

　1960年代の船は1万8千トンで900人、80年代には3万8千トンで1600人、80年代の後半には7万トンで2500人、90年代の末には14万トンで3800人となりました。そして2009年にはロイヤル・カリビアン・インターナショナルのオアシス・オブ・ザ・シーズが就航、22万トンで約6000人。船が大きくなればなるほどコストはどんどん下がっていき、陸上では考えられないような値段が実現できるということです。（**資料5**）

資料５

　例えば、ロイヤル・カリビアンのオアシス・オブ・ザ・シーズクラスの西カリブ海クルーズでは、フォート・ローダデールから出航し、1週間かけてラバディ、ファルマス、コスメルと周るクルーズを1年中行っています。（**資料6**）クルーズ料金は一番安いクラスで729ドルからとなっていて、1日約1万円からとなっています。スタンバイチケットだとこの半額位で乗れるとのことです。

資料６

　さて、この現代クルーズ産業ですが、クルーズ人口は2017年の統計が出て、2680万くらいになったということで、14兆円位の経済波及効果をもつ産業に成長してきました。

　昔、客船は国家保護産業で、有事の時には軍隊輸送船として使うため、国が建造費の援助、運航費の援助をしていました。

　しかし、現在では独立した産業になっていますが、売上の10~17%という高い利益率があるため、毎年のように10万トン以上のクルーズ客船

を各社2隻も3隻も作るという状況になっています。

このアメリカ生まれの新しいビジネスモデルの世界展開は1990年代から始まりましたが、旅行業者にとっても売り易く高い利益率となっていて、起点港にとっては非常に大きな経済波及効果があります。寄港港にとっても、起点港ほどではないにしろ、かなりの経済波及効果があるので、港湾のクルーズ誘致合戦が世界的に展開しています。

世界のクルーズの人口の推移ですが、この図（**資料7**）はペネトレーションと言って、クルーズ人口をそれぞれの国の人口で割ったものです。人口の何％くらいがクルーズを楽しんでいるかということで、今、1番高いオーストラリアで4％くらいとなっています。特にオーストラリアは急成長していて、この3月にオーストラリアまで行ってきましたが、毎日、2隻も3隻もシドニーからクルーズ客船が出ているというような状況でした。

アメリカは1970年代からほぼ順調に成長してきています。新しいクルーズ船が就航することによって市場が活性化し成長していく、ビジネスモデルとしては非常にいい形でアメリカは進んでいて、2015年で3・6％くらいの数字となっています。

イギリスは伝統的クルーズで長い間一定値になっていました。しかしイギリス資本のエアツアーが現代クルーズを始め、その後、96年位からアメリカのクルーズ客船が入り始めると、ぐっと伸びてい今は2・5％くらい、ただ現況では少し停滞気味です。

ドイツは30万人のトラディショナルクルーズのクルーズ人口でしたが、2002年くらいからアイーダなどの現代クルーズが始まった結果成長して、2・3％となっています。

それから、イタリアでも現代クルーズがはやり始めて2000年代を超えるくらいから、急激にクルーズマーケットが成長し、1・5％となっています。

最後になりましたが、日本では長い間、0・2％辺りだったものが、2015年くらいから動き始めています。日本船の高級クルーズの3隻とガンツウを入れると4隻、そして外国籍のカジュアルクルーズの利用者が伸び始めて、これを見ると欧州と同じような変化率となっていて、私は今から一気に上昇して来るのではないかと思っています。

日本マーケット内の外国船社運航クルーズの利用者だけを抜き出してみると、2000年スタークルーズが進出してきた時にはかなり伸びましたが、撤退となり3年間で終わりました。しかし凸凹は多少あっても順調に成長してきています。プリンセス・クルーズ、コスタクルーズなどが日本発着クルーズを始めたことで、クルーズマーケット拡大の兆しが見え始めているのです。

中国のクルーズマーケットですが、2006年にコスタ・クルーズが上海起点の定点定期クルーズを始め、翌年にはロイヤル・カリビアンが上海起点で定点定期クルーズを始めました。2010年代に入って中国資本のクルーズ客船、それからプリンセス・クルーズ、MCS、去年からはNCLもこの中国マーケッ

資料7

トに参入をしました。

２０１２年での中国のクルーズ成長率は70％超で、２０１３～２０１６年は約40％という驚くべき数字となっています。これはクルーズ客船の新規参入、大型客船の大量投入で伸びたのですが、２０１７年くらいから少し傾向が変わってきています。原因はマーケットの混乱と同時に価格の暴落です。ＭＳＣやＮＣＬが中国でクルーズビジネスを始めましたが、国策により中国の旅行社が客船をチャーターするという形でしか商品を売ることができませんでした。しかしその中国の旅行社が、この成長率についていけなくなっています。さばききれない上に、多くのクルーズ客船が提供されるのでチャーター料が暴落し、これに伴いクルーズの質が下がりました。利益をチケット販売以外の各種のマージンで得るしかなくなり、観光バスで免税店に連れていき粗悪品を買わせるなど、違法な商売が頻繁に行われるようになりました。そのため中国国内でもクルーズに対する評判が悪くなってきています。

このような状況下、ロイヤル・カリビアン、プリンセス、ＮＣＬ等は利益の獲れる場所へクルーズ客船を移動させ始めています。

２０１７年の中国の成長率約30％で他と比べると十分高いのですが、海事マスコミなどで、中国のクルーズマーケットに陰りが出てきたと報道するところもあります。しかし、私が先週、上海で聞いてきた限りは、そのような感じではなくて、急成長のひずみが出てきて、修正が始まっているという見解でしょうか。

今後も10～15％程度の成長率が見込まれ、世界のクルーズの成長率に比べても倍となっていて、中国のクルーズはまだまだ成長するのではないかと思います。各クルーズ会社も赤字を出すわけにはいかないので、儲かるところ、東南アジア、南中国、オセアニアに季節配船をしたために、北中国のクルーズが若干減少しているということでした。

中国のクルーズ人口の成長ですが、２０１２年から２０１７年、まさにうなぎのぼりで増加をして、約２４０万人となっています。そしてそのクルーズの70％余りが日本の港に寄港しています。すなわち、中国発着の日本クルーズを行っているのです。

中国のクルーズ人口の成長を各国と比較すると、２０１４年には日本を抜き、さらに０・５％を目指しているということですが、もし人口の１％となれば、１３００万人ですから、とんでもない数です。

クルーズ人口成長カーブを見ると、欧米での現代クルーズが入ってからの成長率に非常によく似ています。日本の成長率も近々では上がり始めていて、日本のマーケットも期待できるのではないでしょうか。

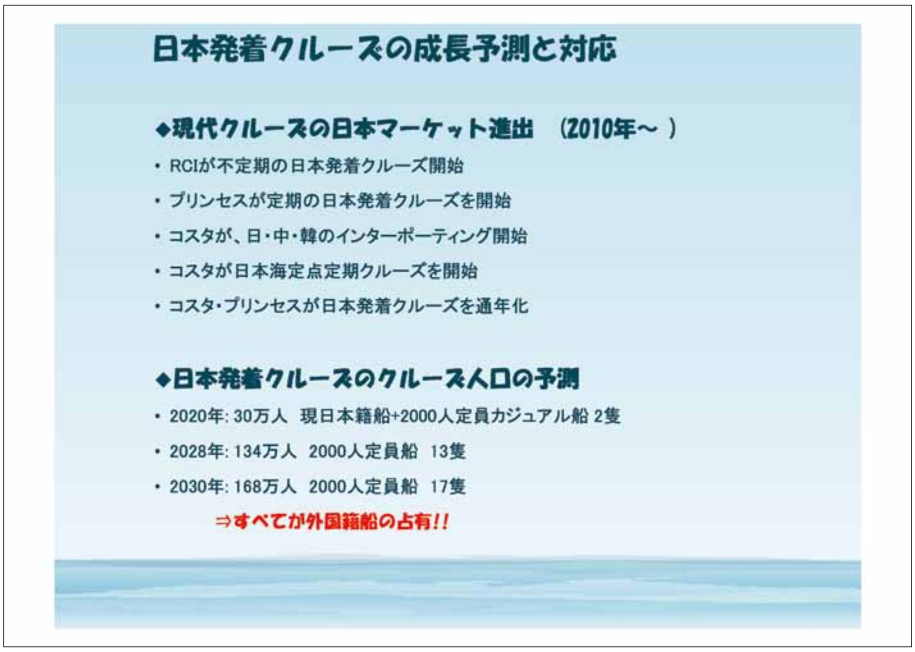
先週、上海に行った時の情報ですが、中国発着のクルーズ本数が８３０本、その内、日本寄港のクルーズが５９７本ということで、日本無しでは中国発着のクルーズは有り得ないということをしきりに言っていました。日本の港には非常に期待をしているようですが、クルーズマーケットの急成長期、70％とか40％という時期はそろそろ終わり、安定成長期に移行するだろうというのが、研究所や各クルーズ会社の中国支社などの共通する意見でした。先程も言いましたが、10～15％の成長率ということで、今後も中国からの訪日クルーズ客は同じように伸びていくでしょう。それを見越して港湾計画を立てねばなりません。２０３０年には中国のクルーズ人口は確実に１千万人に到達するということです。年率６％で成長すると、今の倍、約５００万人となり、もしも10％となると１千３百万人を超えます。強気の方はアメリカのクルーズ人口を抜くと言っています。

クルーズマーケットのターゲットをみると年収は12万元、だいたい２０万円位からで欧米の３００万円に比べると、少し低くなっています。また、今は平均年齢が30歳台ですが、今後少し上がって47歳程度になるだろうと予測しています。さらに将来は中国も高齢化が進み、平均年齢はもっと高くなるだろうということでした。ただ大きな問題として、中国の年金制度があり、受給金額が非常に少ないので、果たして高齢者がクルーズに乗る余裕があるのかということでした。

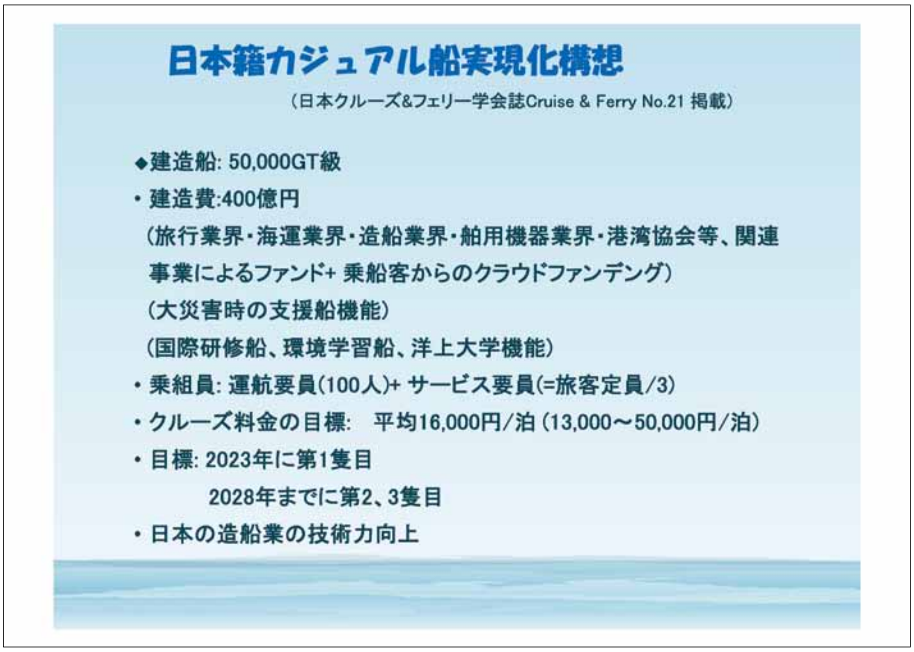
クルーズ期間は、現在は４～５日間が中心ですが、６～７泊も増加しています。さらに世界一周のクルーズなど長期のクルーズも始まりました。

新しい動きとして、チャータークルーズから個人旅行へ動き始めています。ただ先ほども言いましたように、今はクルーズ会社の利益率が低下してしまっています。これは、新造の大型船が大量に投入されてチャーター料金が下がった、チャーター旅行社の販売能力を超えてきているということで大きな問題となっています。

また、強調していたのはクルーズは海外旅行の中でのシェア争いをしなければならないということでした。中国にクルーズが参入した2006年頃は中国人の収入が増えて、海外旅行ブームが起こりました。40年前日本でも同じように海外旅行がブームとなりましたが、日本では飛行機で行くしかありませんでした。しかし中国にはクルーズ客船の選択肢もあり、海外旅行の一部としてのクルーズがこれからどう伸びていくかということです。



資料８



資料９

このシェア争いで十分勝てるとは言いきれませんが、この中でクルーズは生きていけると思います。30年前カリブ海にクルーズを視察に行った時にクルーズ会社が言うには、競争相手は陸上のレジャーだと。例えばディズニーランド、ここのお客さんに魅力あるサービスを提供できれば、クルーズに勝算はあるということでした。

それから、カーニバル社が中国での客船建造を始めます。2隻プラス4隻で10万トン級クラスが6隻。これは全部中国の市場に投入されるということです。またこれは、イタリアからの建造技術供与が行われます。私もはっきりはわかりませんが、これら中国で建造した船に対して、中国政府がその内に、船員を中国人にするというようなことを義務付けを行うのではと、考えています。

また、上海のクルーズ港ですが、2030年の1千万人に対応できるよう整備が完了したようです。

さて、日本発着クルーズについてです。

今後のクルーズマーケットの成長

予想では、2020年には30万人、2028年には134万人、2030年では268万人くらいの人がクルーズを楽しむようになるとのことです。そうなると、2千人定員の船が12隻は必要となりますが、問題はこれが全部、外国籍船ということです。（**資料8**）

今、日本が取組むべきことは、日本籍のカジュアル船をなんとか実現することではないかと思っています。（**資料9**）

私の試算で見て頂くと、5万トンクラスで建造費が400億円かかるとします。ファンドを作って、旅行業界、造船業界、海運業界、船用業界、港湾業界、それと例えば乗客からのクラウドファンディングも募る。加えて大災害時の支援機能も備えておく、さらに国の国際研修船とか環境学習船というような機能も備えた日本籍のカジュアルクルーズ客船で、定員が1千人から2千人としてシミュレーションをしてみました。全員日本人の船員を使うと、乗客定員1千人だと、一日当たりのクルーズ料金は約4万円、2千人だと2万7千円くらいになります。これを今の日本籍船と同様、サービス要員に外国人船員を使うと1千人の定員で3万円弱から、2千人では1万8千円くらいでしょうか。さらに食材費をカットする、今の日本船に使っている食材をカーニバル社で使っているくらいの食材費に近づけると1600人の定員では、損益分岐点でのクルーズ料金は、2万円は切って1万7千円くらいの料金で提供ができるのではないでしょうか。工夫さえすれば1万円台の前半から2万円台の後半くらいまで料金を分布させることができると思います。

このように日本籍のカジュアルクルーズ船を造ることができたら、もっとクルーズが人気のレジャーとして定着するのではと思っています。

まだまだいろいろな提案をしたかったのですが、現在、クルーズはこのような状況下にあるということを簡単にご説明させて頂きました。

現在、私は私立の大学でクルーズビジネス論を教えていますし、日本クルーズ&フェリー学会の事務局長として、クルーズの振興活動をしていますので、さらにクルーズを勉強したいと思う方がいらっしゃれば、是非、学会にご入会をいただければと思います。

また、この4月に「基礎から学ぶクルーズビジネス」（海文堂出版）という本も出版しましたので、ご参考になればと思います。（**資料10**）

ご清聴ありがとうございました。

資料10