

第17回 海事振興セミナー プログラム

日 時 平成 28 年 6 月 22 日 (水) 14 : 35 ~ 16 : 00
会 場 福岡合同庁舎 新館 7 階 会議室
講 師 九州産業大学 商学部長
教授 千 相 哲 氏
テ ー マ クルーズ振興と観光
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 J R 九州

スケジュール

◎開 会
14 : 35

◎講 演
14 : 40 クルーズ振興と観光
九州産業大学 商学部長
教授 千 相 哲 氏

◎質疑応答
15 : 50 質疑応答

◎閉 会
16 : 00 閉 会

千 相 哲 (せん そうてつ) 氏プロフィール

1959 年 韓国・ソウル市生まれ
1996 年 3 月 立教大学大学院応用社会学専攻博士課程修了後、同社会学部助手
1999 年 4 月 九州産業大学で教鞭を執る
2010 年 4 月 商学部教授・商学部長 現在に至る
専攻は観光学。研究テーマは、観光地域づくり、アジア広域観光圏形成、及び観光統計
『現代日本の地域変化』(共著)、『東アジア地域経済協力と九州』(共著)、『観光
地の持続的発展とまちづくり』(共著)等
日本観光研究学会の常務理事を務めるほか、九州運輸振興センターアドバイザー、
福岡観光コンベンションビューロー評議員、熊本県観光審議会委員、柳川観光ま
ちづくり推進委員、福岡検定実行委員等公職を歴任



クルーズ振興と観光

九州産業大学 商学部長
教授 千 相 哲

日時 平成28年6月22日(水)
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 JR九州

皆様こんにちは、九州産業大学の千でございます。

本日の資料においては、九州クルーズ振興協会の過去4年間の実績等のデータを自分でカウントし、まとめたものもありますので、公式な資料とは少し齟齬があるかもしれませんが、そのあたりはご了承ください。

それでは本題に入りたいと思います。

政府は2030年の訪日外国人旅行者数の目標を6000万人と定めましたが、この目標値を達成するためにはクルーズ誘致が欠かせませんし、この先海洋産業をリードする産業としてクルーズがあるだろうと思います。

本日はそのクルーズと観光がどのような関係にあるのかということを中心に話したいと思います。

初めに最近の観光の話題に触れておきたいと思います。ご承知の通り現在、インバウンドの増加が言われていますが、重要なはその効果が地元にとどのくらいの収益をもたらしているのかということです。韓国から観光客が来ても外資系、外国や中国の免税店で買い物すればお金は地元に着ることがあまりな

い。そして雇用に関しても実際直結しているのかということもある。国内経済の活性化につなげる工夫とインバウンドだけではなく国内の観光客を増やしていくことも重要となってきます。

それからインバウンドの増加と共に宿泊施設の不足が言われています。週末ともなるとなかなか予約が取れない状況が続いています。

それから今日のテーマでもあるクルーズ寄港ですが、それによる爆買いやそれらに関する問題などがマスコミ等に指摘されているところです。

またDMO (Destination Management/Marketing Organization) 観光客を呼ぶだけではなく、「稼ぐ力」を引き出すために「観光地経営」の視点で、各種データ等の収集・分析、観光関連事業者との連携などをトータル的に行う組織が各地で作られて、話題となっています。

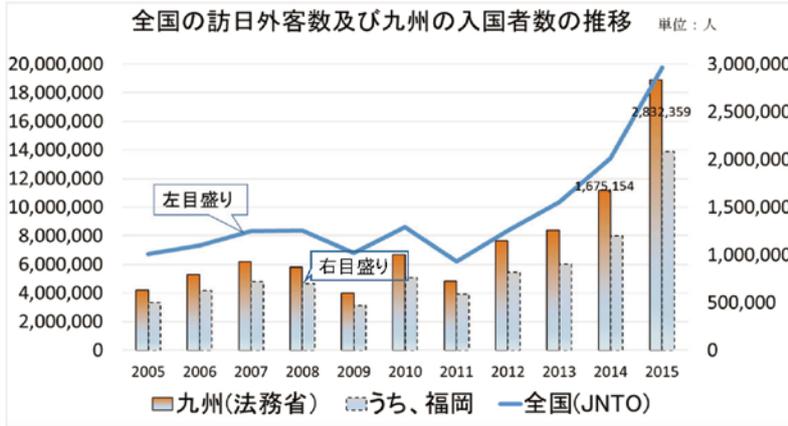
さらに九州の観光復興、今回の熊本地震による風評被害や大きく落ち込んだ観光客数をいかに修復するかということで、本日の私の話が少しでも九州の復興にお役に立てばと思います。



I 九州インバウンドの実態

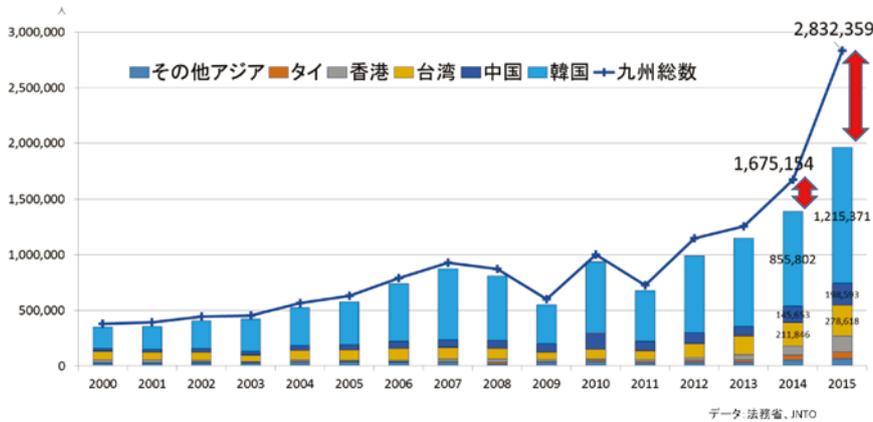
九州のインバウンドは全国に比べ大きな違いがあります。なんとといっても韓国からの入国者が圧倒的に多くなっていますが、全体の伸びが大きくなっているのはクルーズ客が全体を押し上げているということですね。法務省が出している訪日外客数と入国者数の推移ですが、訪日外客数は2015年全国では1970万人、九州への入国者数は280万人となっています。(資料1) 今までは九州への入国者数は全国の10%くらいと言われてきましたが、現時点では14.4%となっています。これ

1. 増加傾向



資料 1

2. 全体を押し上げているクルーズ客



資料 2

はあくまで訪日外客数と入国者数の比較で、JNTOが出している訪日外客数だけを見ると約190万人で全国の1970万人の10%となっていて変化はありません。九州の入国者数を押し上げているのがクルーズ客ということです。(資料2)

の比率が高くなっていて、全国では72%、九州では東アジアだけでも89%、東南アジアとインドを足すと96%位になります。そのアジアの内訳をみると圧倒的に韓国が多く62%で約122万人、2位が台湾の14%で約28万人、3位が中国9%で約20万人となっています。(資料3)

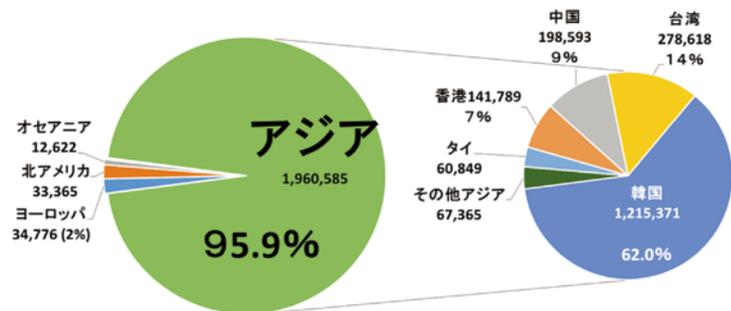
れに対して欧州やアメリカなどはほんのわずかとなっています。JNTOのデータですが、訪日観光客の九州が占める割合を見ると、韓国人観光客の30%が九州、同じアジアでも中国は4%と低く、香港が9%、台湾が7.6%となっています。韓国以外の国は低いのですが、

裏を返せばこれはまだまだ伸びしろがあるということなので、この先の国にもマーケットを広げて誘致していかなければなりません。

それでは九州以外、北海道や沖縄の訪日観光客のアジアの割合はどうかというと、北海道では台湾が35%、タイ・香港も全国平均より高くなっています。沖縄では台湾がトップで31.4%、韓国・香港も全国平均を上回っています。これに比べると九州では韓国以外は全国の平均を下回っています。韓国から近いということもありますが、観光客を増やすということと同時にマーケットの多様化が求められます。

政府は2020年インバウンドの目標値として4000万人、2030年には6000万人と定めました。2030年の15歳から64歳までの生産年齢人口は約6700万人という予測になっていますので、このインバウンドの6000万人がいかに大きな数字かということがお分かり頂けるかと思えます。この6000万人が入ってくるとどうなるか。まず3、4日位は宿泊するというところになり、延べで考えると1億を超える客数が国内で消費するということとなります。先ほど言いましたが、2030年の生産年齢人口をみ

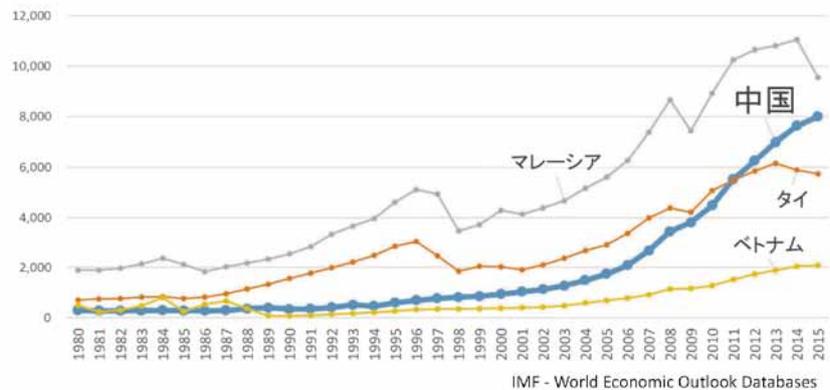
4. 九州の突出する韓国人観光客数 九州の入国者数の国・地域別割合(2015年)



データ:法務省出入管理統計

資料3

8.3 一人当たりの名目GDP(USドル)の推移



資料4

ると6700万人に過ぎない。旅行者の消費額も2020年には8兆円を目指していますが、この8兆円というのは福岡市の生産額と同じです。これらを鑑みても九州への観光を積極的に誘致し、シエアを広げていかなければなりません。では近頃観光の伸び率の高くなっ

ている地域はどこかというところ、世界的にもアジアで、これをもう少し細かくみると北東アジアや東南アジアが伸びてきています。ここからはターゲットを絞っていかないといいませんが、しかし忘れてはいけません。隣国、中国ではないでしょうか。

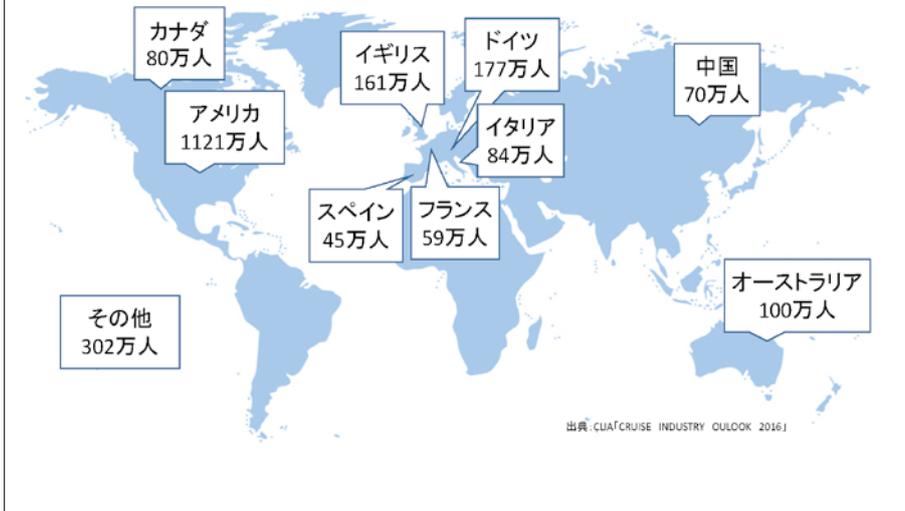
アジア各国の1人当たりの名目GDP(USドル)を見ると、タイ・中国・マレーシアなどがかなり伸びてきています。(資料4) 1人当たりのGDPが約1万ドルを超えると、海外ブランド品を買い求めるとい傾向が強く表れると言われ、並行して海外旅行を楽しもうという人

も増えていきます。雁行型経済発展というモデルがありますが、まず日本が先頭を切って走ってきて、その後、台湾、韓国・中国などが続いてきました。GDPと出国率というのはかなり比例していて、人口の伸び率とGDPの成長率とを勘案して2011年に出した私の予測では、2020年には中国人の海外旅行者数は2億人に達すると思われまます。この数字は、他のいろいろなところも同じような数字をはじき出しています。現在、訪日中国人観光客数が500万人程度ですから、いかにここから誘客ができるかということです。

II クルーズ観光の成長と中国人誘致

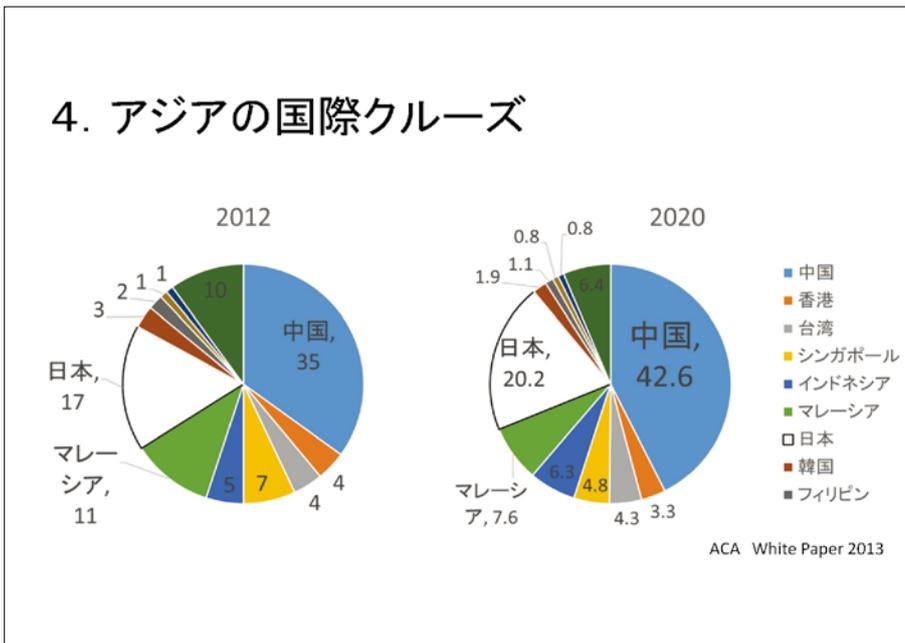
そこで大きくクローズアップされているのがクルーズ観光です。日本に初めてクルーズ船が入港したのは1975年で、元々は大西洋定期横断航路専用客船だったクイーンエリザベスⅡです。その後日本のクルーズ元年と言われる1989年から「ふじ丸」や「おせあにつくぐれい」が就航しました。しかし日本では、クルーズと聞くと高嶺の花というイメージが強く、特に富裕層だけ

3. 国別クルーズ人口(2014)



資料5

4. アジアの国際クルーズ



資料6

の楽しみ、クルーズファッションという言葉もある通り、ある特定の層だけが利用するというイメージが強く、なかなか一般の方々に定着していませんでした。

現在世界のクルーズ人口は2400万人と言われていて、順調に伸びてきています。

地域別のシェアでは、カリブ海が33・7%、地中海18・7%、地中海を除くヨーロッパなどが11・7%で、アジアの場合は9・2%となっています。世界四大海域と言われる、北欧と地中海、アラスカ、カリブ海にクルーズ船が集中しています。かなり飽和状態になっていてク

ルーズ船社が新しい市場を求めてアジアに進出しているようです。アジアでも特に中国をターゲットに置き、各社が熾烈な競争を繰り広げています。

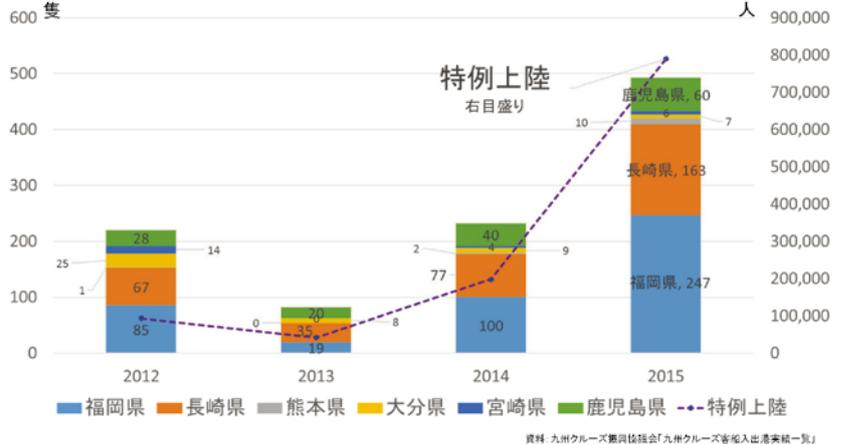
国別クルーズ人口では、アメリカが1121万人、ドイツ177万人、イギリスが161万人で、アジ

アでは中国が70万人となつていいます。(資料5) 地域的にシオートクルーズができるような国では当然ながらクルーズ人口も多いということになります。残念ながら日本は横浜と神戸に関して言えば太平洋側ということで寄港するところがない、またアジアに向けて出港しても日本の海域を出るだけで丸1日かかります。その分値段も高くなるということと、この辺り、日本にとってクルーズはかなり不利なのではないかと思えます。

アジアの中では2012年中国が35%で日本は17%でした。2020年の予測では中国が42・6%で約160万人、日本は20・2%で約76万人ですが、今現在、日本のクルーズ人口は減少気味となっておりますので、2020年の予測の76万人もかなり厳しい状況です。(資料6)

年増加率を見てみると中国は2012年から2020年では16・7%、日本は17%という予測になっています。2015年は22万人位でしたので、2016年の予測51万人もかなり難しいのではないかとこのころです。アジアでは中国と日本以外はそれほどクルーズ人口は多くありませんが、全体で見ると2020年に約

7. 九州の国際クルーズ客船寄港回数及び特例上陸数の推移



資料 7

9. 中国発クルーズの寄港とビジネスモデル



資料 8

380万人になるだろうと予測されています。

クルーズはこの10年間で68%の増加となっていて、その内アジアのキャパシティをみると220万人となっていますので、この先の伸びを期待したいところです。

さて、九州での国際クルーズ客船

の寄港回数とクルーズ客数ですが、2015年は約500隻が寄港し、客数も約75万人となっています。特に福岡県や長崎県に集中しています。が、鹿児島県もこのところ増加しています。(資料7)

その中で中国の船籍または運営クルーズの九州への寄港回数を見ると

2015年にはクルーズ全体の30%を占めていて、これが2015年のクルーズ客数の増加に大きく貢献しました。

その中国発クルーズでの売れ筋は4泊5日のツアーで、上海や青島、烟台、北京、大連などから入ってきます。(資料8)

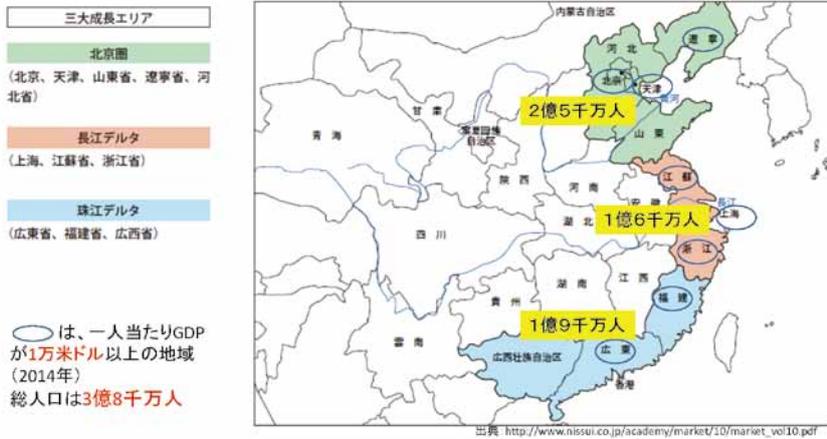
値下げによって利益が出ない、バスの現地では不足している、九州圏外からも調達せざるを得なくなり、益々マイナスになる。どこでこれを取り戻すかという、もう買物しかないわけです。店舗からのマージンでマイナスを埋めるということで、爆買いですね。昨年あたり

からで、ここから博多に行って帰ればちょうど4泊5日で、料金も手頃な価格となっています。1泊だと5000円くらいの計算になっていて、プリンセスクルーズが6日で9万円、1泊につき1万5000円なので、3分の1の値段となっています。

皆様もご存じかと思いますが、出発間際の予約となると50%引きになり、1万5000円が7500円です。

今のビジネスモデルでは、旅行会社が船をチャーターして集客もする。以前はクルーズ会社が集客から全てをやっていましたが、今は旅行会社に丸投げをすることに、よってリスクを回避しています。旅行会社は客数を確保するために、低価格で売りさばこうとする、またクルーズ船の大型化、さらに競争の激化等が低価格化に拍車をかけているようです。

10. 中国の主要マーケット



資料9

2. クルーズ寄港地に変化？

博多港寄港のクルーズ (2016年1月時点、予定を含む)

| 所有または運行 | 船名 | 万t | 回 |
|-----------------------------|----------------------|------|----|
| ロイヤルカリビアン 61回 (17.8%) | クアンタム | 16 | 22 |
| | マリナー | 13.8 | 28 |
| | レジェンド | 6.9 | 2 |
| | オペレーション | 16.8 | 9 |
| カーニバル 188回 (55.0%) | シーボーン | 3.2 | 1 |
| | コスタ | 10 | 32 |
| | フォータナ | 11 | 59 |
| | セレナ | 8.5 | 57 |
| | アトランチカ | 7.5 | 19 |
| | ヴィクトリア | 7.5 | 19 |
| プリンセス 7.0% | サファイア | 11.5 | 16 |
| | ゴールデン | 10.8 | 4 |
| MSC (7.0%) | MSC | 6.5 | 24 |
| リリカ | 6.5 | 24 | |
| ダンディ 6回 (1.8%) | クリスタル | 6.8 | 1 |
| 中国 (6回) 19.9% | スカイシー | 7.2 | 39 |
| | ゴールデン・ドラゴン (天海郵船) | 2.5 | 4 |
| | ダイヤモンド | 2.5 | 4 |
| 海海郵船管理有限公司 | 中華泰山 | 2.4 | 25 |

注: ビースポートを除く
資料: 九州クルーズ振興協議会「九州クルーズ寄港地実態調査報告書」

資料10

受入上の問題点

- ・ 闇ガイド
- ・ コースがワンパターン
- ・ 待つ時間が長い
- ・ バス不足
- ・ 市内交通渋滞

これはかなりマスコミなどから注目されました。
さて中国の主要マーケットですが、三大成長エリアと言われる沿岸地域、北京、天津、山東省などの北京圏、また上海・江蘇省などの長江デルタ、広東省・福建省などの珠江デルタで、ここだけで3億8000

万人の人口となっています。(資料9) 広東や福建はもちろん北京や上海では1人当たりのGDPが1万米ドル以上となっています。ここだけで日本の人口の3倍以上がいるわけが、いかに大きなマーケットかということがわかります。
この先、中国だけをターゲットに

することは無理があると思います。将来的にアジアでは中国を中心にクルーズが増えていくのは確実ではないでしょうか。経済の発展に伴いクルーズ会社もアジアに目を向け始めましたし、観光というのは爆発的に増えるという傾向があります。
世界で一番海外旅行者数が多い地

域はもちろんヨーロッパですが、ここは域内観光がほとんどで、少し足を延ばせば世界有数の観光地が陸續と点在しています。
アジアでも域内観光ができるような状況にやっとなってきました。70年代のアジアの経済発展国と言えるのは日本だけでしたが80年代になると台湾・韓国が加わり、90年代後半には中国、現在は東南アジアも加わってきました。この先もアジア諸国の経済発展は続くでしょうし、それに伴って域内観光も伸びてくると思います。
九州8県の港における外国人入国者数をみると、1964年は空港での入国が75%、海港での入国では1970年代前半でわずか10%だったものが、2015年は35%となっています。アジアでの域内観光というのは飛行機、LCCだけではなく、クルーズ客もこの先大きなウエイトを占めるのではないかと思います。
クルーズにおける世界のビッグプレイヤーには、カーニバル・ロイヤルカリビアン・アポロなどがありますが、カーニバルのコスタ・シーボーン・プリンセスなどが博多に寄港しています。クルーズ船社も吸収合併や傘下に入るなどしてますます巨大化していて、世界に75社あるク

クルーズ船社の350船隻の内、10万吨以上のクルーズ船は50隻あるそうですが、アジアに就航しているのはごく一部です。もちろんこの先アジアに向けてのクルーズ船は増えていくと思います。

そして最近、クルーズ寄港地に変化が出てきたのではないかと思います。(資料10) クルーズ振興協会さんのデータを分析してわかったのですが、ロイヤルカリビアン、クアータム、コスタのフォーチュナなど10万トンクラス級のクルーズ船が来ますが、最近では中国の渤海の中華泰山なども寄港するようになっていきます。しかし同じく中国のダイマモンドのグロリーなどは寄港地を下関に変えたようです。中国からの観光客は絶対に博多がいいというわけでもなく、場所が変わっても受け入れ気にはしないということなのか、そこははっきりとはわかりませんが、博多港のキャパシティや長い待ち時間、バス不足などの問題は言われています。もちろん下関市の方でも観光や買い物などいろいろ工夫されている結果だと思いますが、それらを考えてもクルーズ船客が九州から逃げていくことは十分あり得るのではないのでしょうか。

そこで受け入れの問題を真剣に考えなければなりません。例えば闇ガイドが増えたり、コースがワンパターン、観光客が降りて見て回るところが限られていて受け入れに十分対応できていないのが現状です。最近福岡市の港湾局の方でも新しいコースを考えているようですが、先ほど言いましたが、他にもバス不足や駐車場の問題、市内の交通渋滞などがあります。また地元の市民も渋滞などの不便を強いられているなど問題がいろいろ出てきています。

また、マスコミ等で観光客のマナーが悪いのではないかと言われたりしていますが、このマナーが悪いと言いますのは、1950年から60年におけるアメリカ人観光客や1970年代の日本人海外旅行者と重なるわけで、裕福になり経験したことのない世界に行く、要するに観光に慣れていないということです。それでもみなみなそうだというわけではなく、一部に過ぎないということです。また、爆買い、爆買いと言われていますが、買い物だけを目的に来ている層だけではないので、九州に誘致をするためにはそこに目を向けるべきではないでしょうか。中国の観光客の中には、先進国日本しか体験できない何かを求めてやってきている方々も増えてきています。

欧米にももちろん行っていきますが、買い物だけではなく、食やファッション、美術館など文化に触れてみたいということ、少しずつ中国人の観光のスタイルも変わってきています。海外旅行の経験の少ない中国人客がクルーズ船でどつとやってきて、文化の相違もあって誤解を招くということも事実ですが、せっかく中国からたくさんの人々が来るのですから、交流を深めるという意味でも九州の魅力を伝える大きなチャンスだと思えます。このように前向きにとらえないと九州は、観光しにくい観光地のイメージが定着してしまうでしょう。

現在、世界一お金を使っているのは中国人で2920億USD、2位のアメリカ、1200億USDの倍以上です。3位にはドイツ、4位イギリス、5位フランスと続いています。中国が世界一になったのは2012年以降です。これをみてもいかに中国人を取込むかということが、真剣に考えないといけないことをご理解頂けると思います。

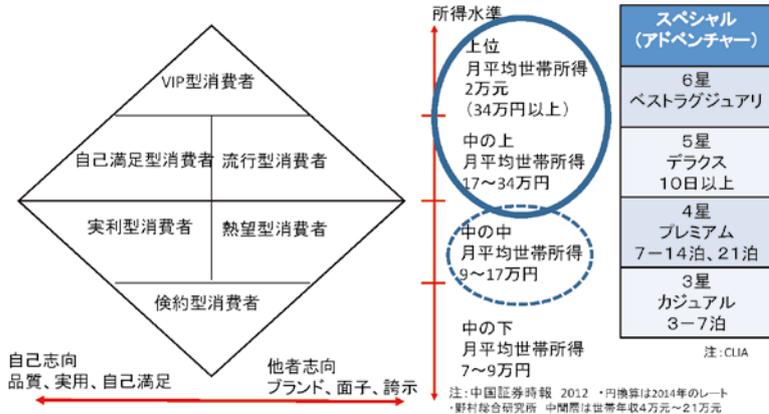
そこで中国人観光客誘致のカギは何なのかということですが、中国人の観光客というのはクルーズなど団体のイメージが強いのですが、海外旅行の動機を見てみるとか



なり多様化しています。個人での出張や海外留学、家族旅行、チャイナマナーを使った不動産への投資。もちろんショッピングも動機の1つで、ブランド物を海外で低価格で購入できるということ、世界のブランド品の25%、世界の4分の1は中国人が買っていて、購入品の60%を海外旅行で買っているようです。

さて中国人消費者を区分とどうかセグメントすると、大きく他者志向型と自己志向型に分けられます。その両者を所得水準で分けて8つの型の消費者に分類しました。(資料11) 所得水準が中の中、月平均の所得が

5. 中国人消費者のセグメント



資料 11

9〜17万円の熱望型消費者とそのもの少し上、中の上、平均所得17〜34万の流行型消費者、これらの層が一番日本に来ている、クルーズ客もそうです。クルーズのレベルはカジュアル・プレミアム・ベストトラゲジュアリなどに分けますが、今、中国人はカジュアルを多く利用しています

さらに所得層も大きく分かれているので、誰をどんな人々をターゲットにして誘客するのかわからないところも大きなポイントになると思います。先ほど申し上げました沿海地域だけではこの先の増客は見込めないでしょうし、地域・所得・世代・生活スタイルなどを考えていかなければなりません。その中で私が特に注目しているのは、80年代後半の「バーリンホウ」と言わ

る世代と90年代後半の「ジョウリンホウ」です。1978年鄧小平の改革が始まり、その後80年代に生まれたバーリンホウの特徴として、面白い物好き、海外の文化や情報も抵抗なく吸収し、個性重視というものがあげられます。また、一人っ子政策が1979年から始まり、その後90年代に生まれたジョウリンホウの特徴は小皇帝、自己本位、ネット依存などがあげられます。

今この人達が20代・30代となっていて、日本に来る観光客の多くはこの世代です。日本の新しい何か、体験や買物求めてやってくるこの世代を、マナーが悪いと言うだけであまり問題視すると、彼らはもう来なくなるという可能性もあります。彼らがどういう事を求めて日本に来たのかを見極めた上で、もちろんマナーの件も含めて、きちんと対応していかなければいけません。

余談ですが、この改革時の政策で先富論というのがあります。先に豊かになれる条件を整えたところから豊かになって、その影響で他が豊かになればいいというもの、沿海地域の発展はこれによってなされました。

最近の中国旅行者の動向をみると、日本への旅行者数は伸び悩んで

いるので、対策が急がれますが、同時に日本からの旅行者も増やさないといけません。観光というのは双方向で、インバウンドだけではなくアウトバウンドも伸ばしていくということが大切になってきます。そのためにもまずクルーズに対する認識を新たにすること、気軽に参加できる商品を提供する、ということが求められてきます。

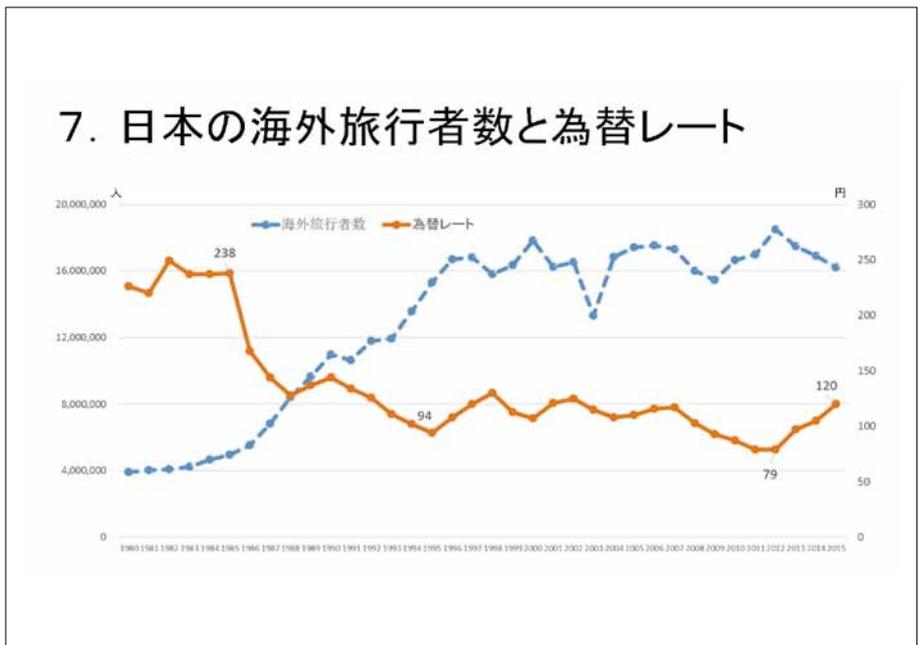
次に日本の海外旅行者数と為替レートの関係では、2016年1月から中国人旅行者数の伸び率が減少、全体的にみても減少傾向にあります。(資料12・13) これは為替レートが大きく影響しているかと思われま。もちろん熊本震災などの影響もあるでしょうが、やはり為替レートが一番大きいのではないかと思います。しかし、これは九州の観光のこれからの方向を考える上で大きなチャンスではないでしょうか。今までは円安やビザの緩和、LCCなど、どちらかという外部的な要因が大きく影響し、観光客数も増減を繰り返してきました。今は円高が進んでいますので、これまでと同様にインバウンドも増え続けるというわけではありません。ここで九州の観光の魅力の真価が問われることとなります。これまでクルーズで

やって来た人達が九州に来て、九州の魅力に感銘してリピーターになる。次に来的时候には一人で、または家族でというふうになることが大切です。九州の魅力をいかに伝えることができるのかという事です。そして九州の受け入れ態勢の整備、アジアの国から見た九州はす

でに成熟社会、先進国ですから、受け入れ態勢がなっていないということになると、ほんとうに観光客を受け入れる気があるのかと、疑われる。受け入れ態勢の整備は成熟観光地としての真価が問われるということ事です。あともう1点は、観光客数の目標

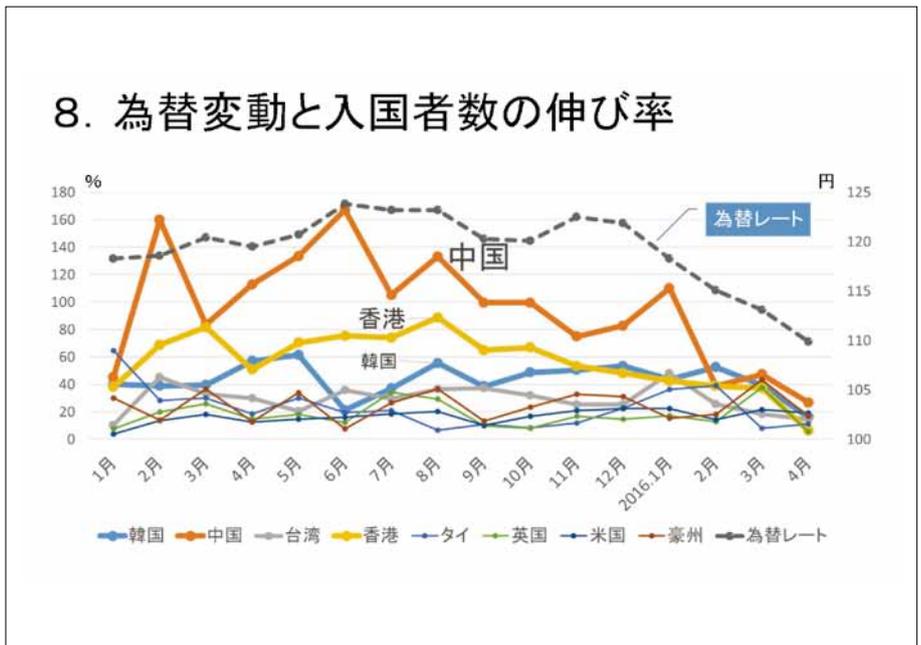
が4000万人、6000万人と言われているますが、いかに滞在時間を延ばし、いかに消費額を上げるか、この質的な部分の向上も重要になってきます。最後にありますが、今後の観光のパロメーターとしてクルーズがある

7. 日本の海外旅行者数と為替レート



資料 12

8. 為替変動と入国者数の伸び率



資料 13

のではないかと思います。クルーズ客に満足度のアンケートをとると満足度は高いと出ますが、逆に不満度のアンケートをとればこれもたくさん出るでしょう。なぜ日本に観光に来るのかというと、根本にあるのは日本への憧れだと思います。それプラス何かがあるのか。例えば、日本式おもてなし、あるいは日本文化体験など、上乗せされたものを掘り起こし提供しない限り、この先のクルーズ客の集客は続かないでしょう。クルーズが、九州へのインバウンド誘致が成功するかどうかの鍵を握っているのではないかと思います。九州にはまだまだすばらしい素材がたくさんあります。その素材をいかに磨いて発信していくか、皆さんと力を合わせて考えていきたいと思っています。本日はご清聴ありがとうございました。