

## 第4章 地域の実状に合わせた受け入れ体制強化に向けた対応

### 1. クルーズ船寄港が各産業分野に及ぼす影響分析

#### (1) 基本的な考え方

クルーズ船が寄港することによって多くの観光客が訪れ、地域に新たな経済活動が創出されるが、乗客やクルーなど、対象者別の主な消費項目は下表のように想定される。

消費比率の高い消費としては、貸切バス・タクシー等の二次交通、施設入場料(現状では小さいが、将来的な増大を期待)、体験プログラム(同左)等の観光消費、土産品及びクルーズ船が購入する食材等が大きいと考えられる。

しかし、これらのうち、施設入場料や体験プログラムは域内消費となるが、それ以外の項目は、域内消費の割合が少なくなることも考えられる。

例えば、貸切バス・タクシーについては、地域の事業者によって手配することができればよいが、不足する場合、中南部の事業者の利用のほか、中南部に海外事業者が多数進出していることも考慮すべきである。また、土産品については、大型ショッピングセンターを利用する場合、医薬品や化粧品、電気製品等の生産は域外であり、地域への波及効果は限定的である。また、食材購入費についても、一般的に船社は船専門の仲卸に発注することが多いため、地域で生産された食材を納品するためには、流通チャンネルの獲得やクルーズ船が求める品質の食材を安定的に供給できる体制づくりが必要となる。

#### クルーズ船寄港に伴う主な消費者と消費項目

##### クルーズ船の消費

岸壁使用料

ターミナル使用料

給水

食材購入費

船舶代理店委託費

##### オフィシャルツアー参加者による消費項目

ツアー料金

貸し切りバス

施設入場料・体験プログラム

昼食代

手数料

個人消費

軽飲食

土産代(菓子、食品、医薬品、化粧品、電気製品、衣類)

##### 個人客(FIT)による消費項目

個人消費

タクシー、路線バス等

施設入場料・体験プログラム

飲食費

土産代(菓子、食品、医薬品、化粧品、電気製品、衣類)

##### クルーによる主な消費項目

個人消費

日用品購入

飲食費

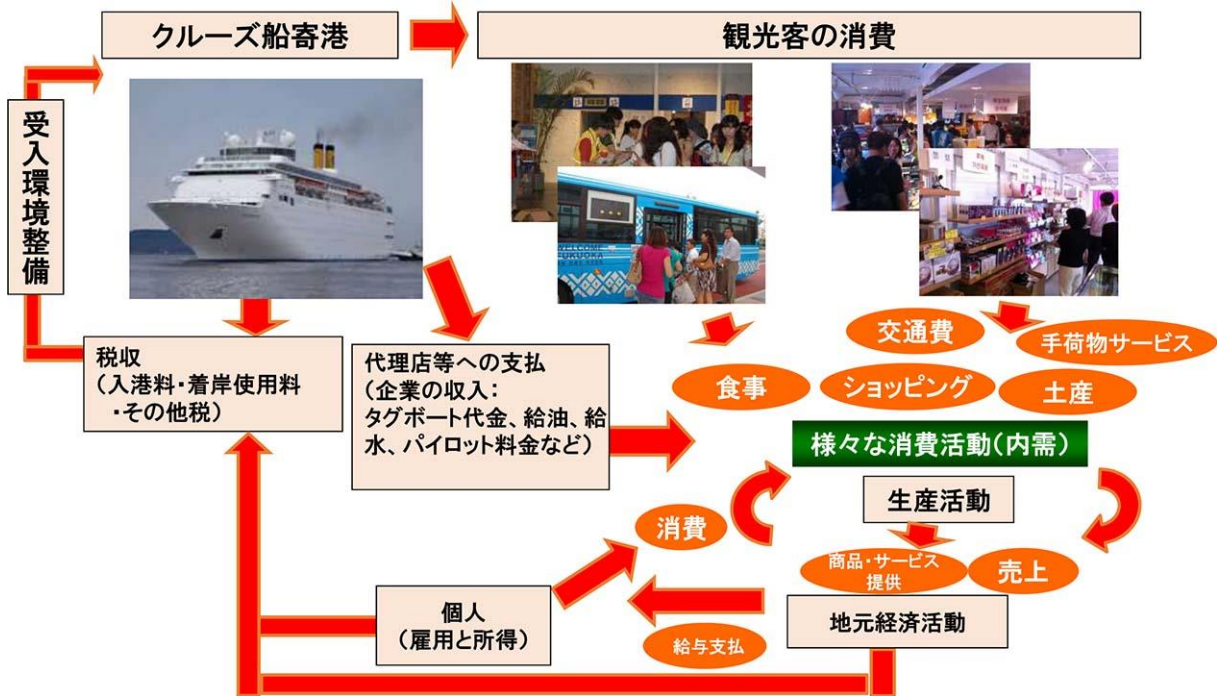
娯楽費

経費

空港への交通運賃

参考として、国土交通省が想定するクルーズ船寄港に伴う経済波及効果は下図のとおりであり、交通費、食事、ショッピング、土産等が直接消費となり、そこから地域内のさまざまな生産活動に波及していくイメージモデルを作成している。

国土交通省資料：外国クルーズ船寄港の経済波及効果 ～クルーズは21世紀最高の観光商品～



出典：クルーズ振興を通じた地方創生(国土交通省 港湾局)

## (2) 本部港大型クルーズ船寄港における消費額推計シミュレーション

参考として、「官民連携による国際クルーズ拠点形成事業」の選定事業者であるゲンティングループ スタークルーズ社が運航するスーパースター・アクエリアス(5万トン級)、同じくゲンティングループ ドリーム・クルーズ社が運航するワールド・ドリーム(15万トン級)が寄港する際の直接経済効果を次ページに試算する。

オフィシャルツアー、個人客(FIT)の比率や各交通手段の選択率、飲食費、土産品購入費等は、本調査におけるヒアリング結果をもとに推計している。

この結果、5万トンクラスのクルーズ船が寄港した時の直接経済効果は、2,200万円/1寄港、15万トンクラスのクルーズ船が寄港した時の直接経済効果は、5,000万円/1寄港と推計される。

なお、ここで推計された消費額は、船社や客層によって差があると考えられる。

本試算においては、中国本土を発着するクルーズ船をイメージし、消費額を推計している。

【参考：本部港大型クルーズ船寄港における消費額推計 シミュレーション】

スタークルーズ「スーパースターアクエリアス」の場合

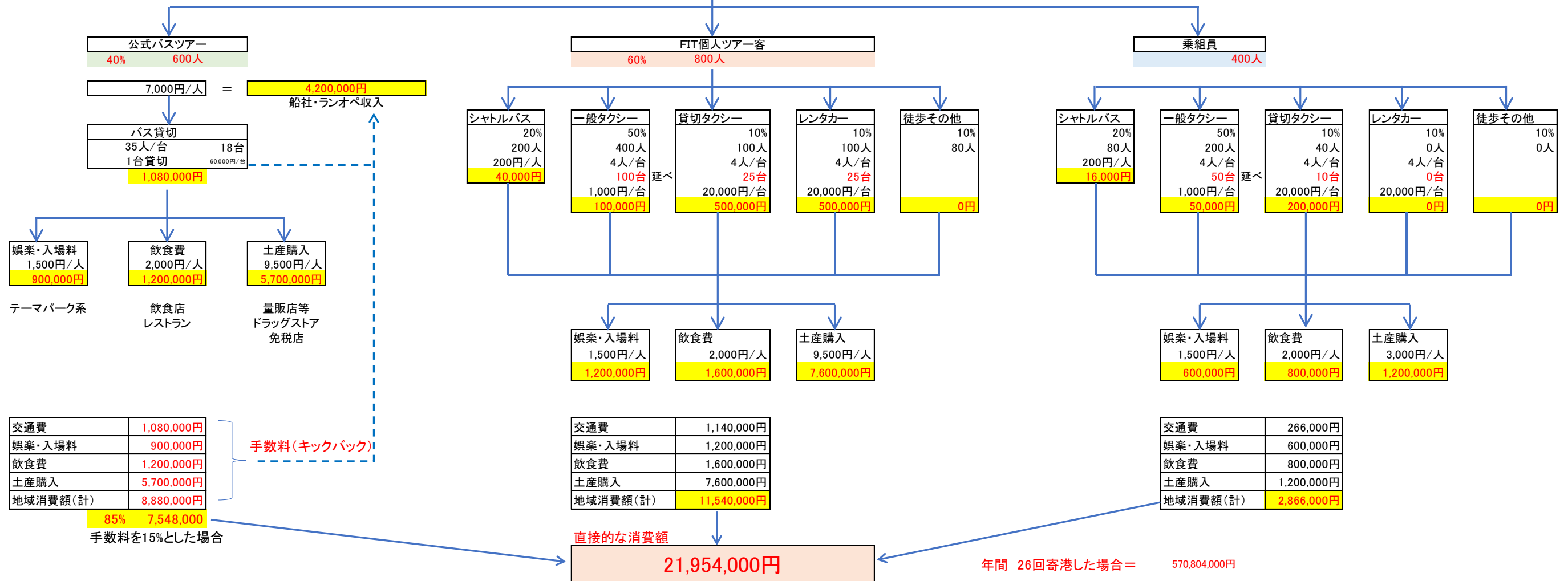
重量(t):	51,039
全長(m):	230
乗客定員:	1,511
乗組員:	700



乗客 90% 1,400  
乗組員 50% 400  
下船 1,800人 とした場合

【参考】

●岸壁使用料	4円/t =	204,156円
●給水		
●ターミナル使用料 (那覇港ターミナルの例)	280円/t =	504,000円
計		708,156円



【公式ツアー客の特性と課題】

- ・船社、ランドオペレーターと地域の協議及び連携体制が必要
- ・バスツアーのため一定規模以上の施設容量が必要
- ・道の駅等、地域産物率の高い場所を組み込み経済効果を高める。
- ・飲食についてホテルやレストランで地域産物の活用促進要

船社・ランドオペレーターとの協議、地域産物供給のため地域の連携体制が必要

【FIT(個人)客の特性と課題】

- ・国籍、カテゴリ別で多様なニーズを持つ。個人ツアーが増加傾向にある。
- ・個人客への地域情報、着地型広域周遊ツアーの提供が必要(船内・発地)
- ・ターミナルでの観光案内の重要性
- ・発地側へのSNS、プロガー、インフルエンサー活用による情報提供要

地域の魅力を集約した情報提供、港周辺の散策マップ及び広域周遊ツアー造成のため、地域が連携した情報提供が必要

【クルー客の特性と課題】

- ・リピート可能性が高く、乗客へのロコミ等も期待される。
- ・港周辺での散策や買い物など、地域との関係性を作りやすい。

地域全体で丁寧にもてなすことで、船社と地域との関係構築に寄与する。



【参考:本部港大型クルーズ船寄港における消費額推計 シミュレーション】

ドリームクルーズ「ワールドドリーム号」の場合

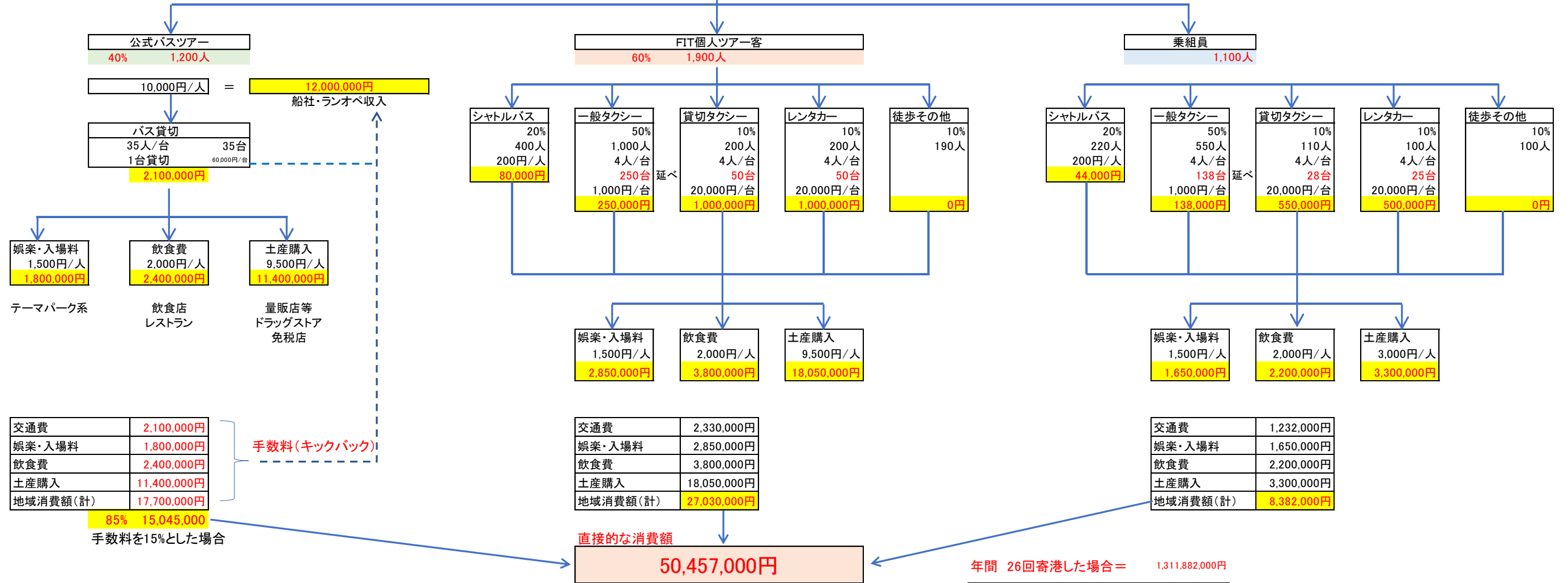
重量(t):	150,695
全長(m):	335
乗客定員:	3,376
乗組員:	2,016



乗客 90% 3,100  
乗組員 50% 1,100  
**下船 4,200人** とした場合

【参考】

●岸壁使用料	4円/t =	602,780円
●給水		
●ターミナル使用料 (那覇港ターミナルの例)	280円/t =	1,176,000円
計		1,778,780円



【公式ツアー客の特性と課題】

- 船社、ランドオペレーターと地域の協議及び連携体制が必要
- バスツアーのため一定規模以上の施設容量が必要
- 道の駅等、地域産物率の高い場所を組み込み経済効果を高める。
- 飲食についてホテルやレストランで地域産物の活用促進要

船社・ランドオペレーターとの協議、地域産物供給のため地域の連携体制が必要

【FIT(個人)客の特性と課題】

- 国籍、カテゴリ別で多様なニーズを持つ。個人ツアーが増加傾向にある。
- 個人客への地域情報、着地型広域周遊ツアーの提供が必要(船内・発地)
- ターミナルでの観光案内所の重要性
- 発地側へのSNS、プロガー、インフルエンサー活用による情報提供要

地域の魅力を集約した情報提供、港周辺の散策マップ及び広域周遊ツアー造成のため、地域が連携した情報提供が必要

【クルーズ客の特性と課題】

- リピート可能性が高く、乗客へのロコミ等も期待される。
- 港周辺での散策や買い物など、地域との関係性を作りやすい。

地域全体で丁寧にもてなすことで、船社と地域との関係構築に寄与する。



参考:クルーズ船に関する経済波及効果に関する試算

クルーズ船寄港に伴う経済効果は、各港で試算されている。

経済効果は、その活動によって直接消費される直接効果と、その消費が発生したことによって、消費が関連産業に波及していく間接効果に分類することができる。また、各試算において、年間経済効果と1寄港当たりの経済効果に分けて算出されており、主な調査結果を以下に示す。

主なクルーズ船寄港による経済波及効果に関する調査・試算

調査名 (実施主体/調査年)	年間経済効果(億円)			寄港1回当たり		備考
	直接効果	間接効果	波及効果	直接効果	波及効果	
那覇港旅客船バース経済波及効果(沖縄総合事務局/2010)	11.52 億円	8.48 億円	20 億円	-	3,500 万円	57 回寄港
那覇港旅客船バース経済波及効果(沖縄総合事務局/2012)	12.9 億円	9.18 億円	22 億円	-	3,200 万円	68 回寄港
外国クルーズ船那覇港寄港による波及効果(沖縄総合事務局/2012)	-	-	-	-	1.37 億円	乗客 3,600 人
クルーズ船の那覇港寄港における経済効果(沖縄総合事務局/2015)	-	-	-	6.35 億円	-	17 万トン級
清水港客船誘致委員会試算(清水港客船誘致委員会/2014)	5.2 億円	3.1 億円	8.3 億円	-	6,400 万円	13 回寄港
横浜港と地域経済(横浜市港湾局/2012)	-	-	-	-	2.1 億円	乗客 500 人
神戸市調べ(神戸市/2012)	-	-	-	-	1.4 億円	乗客 3,616 人
外国クルーズ船寄港による福岡市への経済波及効果(福岡市/2010)	-	-	-	-	0.4 億円	乗客 1,362 人
八代港における国際旅客船拠点形成計画(八代港/2017)	-	-	-	-	1.05 億円	17 万トン級
外航クルーズの消費による経済波及効果推計(高田和幸/2010)						
那覇港	-	-	-	-	9,750 万円	4 万トン級
那覇港	-	-	-	-	2,442 万円	7 万トン級
神戸港(2009)	-	-	-	-	7,089 万円	5 万トン級
室蘭港(2010)	-	-	-	-	4,932 万円	12 万トン級

## 第4章 地域の実状に合わせた受け入れ体制強化に向けた対応

### 参考:クルーズ船市場規模の把握

参考として、クルーズ船の乗客数と県内市町村の宿泊収容人数を以下に示す。

これによるとロイヤル・カリビアン社のクァンタム・オブ・ザ・シーズやゲンティン社のワールド・ドリームの乗客定員は、竹富町や読谷村の総宿泊人数と同規模である。

これらのクルーズ船は、乗船率が低い状態で運航することは稀であるため、クルーズ船の寄港は、一定規模の市町村の宿泊人数に匹敵する集客効果があると推計できる。

### 主なクルーズ船の乗客人数

船名	船社	総トン数	乗客定員
ゲンティン新造船	ゲンティン	20 万トン級	9,500 人 <sup>※1</sup>
クァンタム・オブ・ザ・シーズ	ロイヤル・カリビアン	16 万トン級	4,180 人
ワールド・ドリーム	ゲンティン	15 万トン級	3,376 人
マジェスティック・プリンセス	プリンセス	14 万トン級	3,560 人
MSC スブレンティダ	MSC	13 万トン級	3,247 人
ダイヤモンド・プリンセス	プリンセス	11 万トン級	2,706 人
スーパースター・ヴァーゴ	ゲンティン	7.5 万トン級	1,974 人
スーパースター・アクエリアス	ゲンティン	5万トン級	1,511 人

※総トン数、乗客定員は各船社 HP 等による。

※'ゲンティン新造船は報道による。

([https://www.cruise-mag.com/news.php?obj=20180314\\_02](https://www.cruise-mag.com/news.php?obj=20180314_02))

### 各市町村の総宿泊人数

市町村名	総宿泊人数
那覇市	38,240 人
恩納村	17,371 人
石垣市	12,441 人
宮古島市	9,135 人
名護市	8,547 人
北谷町	6,326 人
本部町	6,322 人
竹富町	4,770 人
読谷村	3,840 人
うるま市	2,572 人

※観光要覧(H30)



## 2. クルーズ船寄港による波及効果の拡大に向けた課題の抽出

### (1) 各産業分野の経済効果算出

前ページで試算された地域消費額を下表に分野別で集計した。これによると最も多い消費が“土産購入費”であり、全体の6割を占めている。次いで大きな項目としては飲食費、娯楽・入場費、交通費と続いている。

これら各分野の消費の傾向と地域消費の比率を高める手法について、次項において考察する。

#### 地域消費額(スーパースターアケリアス)

費目	オフィシャルツアー		個人客(FIT) 消費額	クルー 消費額	計	比率
	消費額	手数料除				
交通費	1,080,000円	918,000円	1,140,000円	266,000円	2,324,000円	10.6%
娯楽・入場料	900,000円	765,000円	1,200,000円	600,000円	2,565,000円	11.7%
飲食費	1,200,000円	1,020,000円	1,600,000円	800,000円	3,420,000円	15.6%
土産購入	5,700,000円	4,845,000円	7,600,000円	1,200,000円	13,645,000円	62.2%
地域消費額(計)	8,880,000円	7,548,000円	11,540,000円	2,866,000円	21,954,000円	100.0%

※オフィシャルツアーは、船社・ランドオペレーター手数料(15%に設定)を除く金額を地域での直接経費額としている。

#### 地域消費額(ワールドドリーム)

費目	オフィシャルツアー		個人客(FIT) 消費額	クルー 消費額	計	比率
	消費額	手数料除				
交通費	2,100,000円	1,785,000円	2,330,000円	1,232,000円	5,347,000円	10.6%
娯楽・入場料	1,800,000円	1,530,000円	2,850,000円	1,650,000円	6,030,000円	12.0%
飲食費	2,400,000円	2,040,000円	3,800,000円	2,200,000円	8,040,000円	15.9%
土産購入	11,400,000円	9,690,000円	18,050,000円	3,300,000円	31,040,000円	61.5%
地域消費額(計)	17,700,000円	15,045,000円	27,030,000円	8,382,000円	50,457,000円	100.0%

※オフィシャルツアーは、船社・ランドオペレーター手数料(15%に設定)を除く金額を地域での直接経費額としている。

### (2) 各分野の消費拡大に向けた課題の整理

#### 1) 交通費の消費傾向及び拡大に向けた課題の整理

交通費については、主に貸切バス、シャトルバス、タクシー、レンタカーから構成されると考えられる。クルーズ船から短時間に多くの乗客が下船するため、北部地域の二次交通だけでは不足すると考えられ、当面は中南部の交通事業者から配車されることが想定される。

この場合、北部地域内での波及効果は限定されているが、沖縄本島全体で捉えた場合、一定の経済効果が期待できる。

クルーズ船の寄港数増加に伴って、北部地域の民間事業者による増車や新規参入等も想定され、この場合は北部地域での経済効果、および雇用の創出が期待できる。一方、他の地域のように中華系のバス会社が参入してくる場合、域内での波及効果が限定される可能性がある。

#### 2) 娯楽・入場費の消費傾向及び拡大に向けた課題の整理

娯楽・入場費としては、北部地域の観光施設への入場が考えられ、これまで本部港に寄港したクルーズ船が利用した有料施設は“沖縄美ら海水族館”、“なごパイナップルパーク”、“今帰仁城跡”などの利用が多かった。

## 第4章 地域の実状に合わせた受け入れ体制強化に向けた対応

また、ラグジュアリークラスでは、“大石林山”や“やんばる学びの森”まで訪れた事例があり、北部の多くの地域にクルーズ客が訪れる可能性がある。

中華系のクルーズ客は、オフィシャルツアー参加者も個人客も、有料施設は1～2か所にとどめ最後にショッピングセンターに行くというコースが一般的であり、域内の各観光地としては、その1～2か所を選択されることが大切である。

娯楽・入場料は、地域にとって重要な収入源の一つであり、積極的に誘致することが大切である。

### 3) 飲食費の消費傾向及び拡大に向けた課題の整理

飲食費も地域にとって重要な収入源である。オフィシャルツアーは、バス等でアクセスできる施設が求められており、大型店舗が南部ほど多くない北部地域では、利用可能な店舗が限定される。

一方、個人客に関しては、日本人観光客以上に SNS が普及しており、口コミで様々な店舗を利用しており、特定の店舗に利用者が集中することもある。この場合、いわゆる“インスタ映え”などのように SNS で注目されやすい“インパクトのある見た目”が影響することも多い。

また、石垣港では石垣牛の人気の高まっているように、知名度が高まれば、客単価の高い商品でも観光客から選択されるメニューもあり、地域の特色を生かし、いくつかの食材についてブランド化を進めていくことも効果的と考えられる。

### 4) 土産購入費の消費傾向及び拡大に向けた課題の整理

消費額が最も多いと推察される費目が土産購入費である。内訳については、次ページ以降に県内外の類似調査事例の結果を掲載しており、これによると中国人観光客にとってショッピングの人气が非常に高いことが理解できる。

購買傾向としては、中国大陸系の乗客と台湾系の乗客で異なった傾向を示し、中国大陸系の乗客は免税店で消費するのに対し、台湾系の乗客は「ドラッグストア」や「スーパーマーケット」で消費する傾向が強い。購入品目について、台湾の乗客に関する調査資料は示されていないが、中国大陸系の乗客は「土産品」を購入する人が多い。消費額では、「衣料品」や「電化製品」、「医薬品・化粧品」が多くなっている。これらは、中国大陸系の乗客が免税店を多く利用していることとも整合している。

一方、台湾系の乗客は、中国大陸系以上に観光地の土産品店で消費しており、地域にとって経済効果も大きい。

ただし、台湾系の乗客も「ドラッグストア」や「スーパーマーケット」の利用率が高いことから、物品購入では、地域外の商品を購入する割合が高くなるため、これを地域に導くことができるような取り組みが必要である。

各種調査においてクルーズ客は、「沖縄に訪れている」という認識よりも「身近な日本に訪れている」という認識が強く、“高品質な日本製品”に対するニーズが高い。

地域の特産品を販売し、経済効果を高めるためには、クルーズ客のニーズを分析し、地域で提供しうる特産品を企画・開発することが大切である。例えば山原の自然を生かした高品質な健康商品等、客単価は低くても量を販売することのできる土産品等、商品の企画・開発含めて戦略的に取り組んでいくことが大切である。

参考資料:クルーズ船の消費に関する各種調査結果

クルーズ客の消費については複数の港湾で調査が行われており、以下にまとめる。これらは地域や時期も異なるため、それぞれ結果が異なっている。

参考1. 外国人観光客実態調査(平成30年度沖縄県)

本県において、年次ごと継続的に実施している外国人観光客の調査であり、海路客については、那覇港、石垣港、平良港で調査が実施されている。

活動内容としては、いずれも「ショッピング」が9割程度の実施率であり、人気の高い活動である。また、買い物をする行先について、台湾観光客は「ドラッグストア」や「スーパーマーケット」、「コンビニエンスストア」を、ツアー客の多い中国は、「免税店・DFS」が突出して高い結果となっている。

沖縄での活動内容

活動内容	全体	台湾	中国	その他
ショッピング	88.9%	91.2%	84.3%	91.2%
自然・景勝地観光	51.0%	32.2%	67.3%	33.3%
都市観光、街歩き	46.6%	63.8%	32.4%	47.4%
歴史的・伝統的な景観、旧跡観光	37.0%	26.5%	42.7%	15.8%
沖縄料理を楽しむ	35.8%	44.1%	25.4%	40.4%
沖縄料理以外の日本食を楽しむ	17.3%	24.6%	10.2%	29.8%
海水浴・マリレジャー	3.4%	2.8%	0.8%	10.5%
サイクリング	1.1%	2.0%	0.8%	1.8%
エコツアー	1.0%	1.2%	0.7%	1.8%
ダイビング	0.6%	0.2%	0.3%	3.5%
伝統工芸体験・伝統芸能鑑賞	0.6%	0.4%	1.1%	1.8%
保養・休養	0.6%	0.6%	0.1%	1.8%
スパ・エステ	0.5%	0.2%	0.0%	3.5%
イベント・伝統行事	0.4%	0.1%	0.4%	1.8%
戦跡地参拝	0.3%	0.2%	0.2%	1.8%
スポーツ大会等	0.2%	0.1%	0.3%	0.0%
ゴルフ	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%
空手	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%
その他	0.1%	0.4%	0.0%	0.0%
上記には当てはまるものがない	0.0%	0.1%	0.0%	1.8%

訪問場所

訪問場所	全体	台湾	中国	その他
ドラッグストア	53.6%	69.3%	37.1%	60.7%
免税店・DFS	43.9%	14.1%	71.3%	18.0%
自然景勝地	42.7%	26.9%	60.2%	27.9%
コンビニエンスストア	42.7%	53.4%	30.9%	41.0%
スーパーマーケット	41.2%	57.4%	25.1%	47.5%
海岸・ビーチ	41.2%	23.2%	47.7%	27.9%
観光地の土産店	27.3%	41.5%	13.3%	41.0%
史跡	20.2%	16.2%	23.5%	9.8%
城跡・城郭・宮殿	19.7%	13.2%	24.5%	8.2%
ショッピングセンター	17.9%	31.9%	12.0%	13.1%
公園	11.4%	8.0%	13.1%	9.8%
百貨店・デパート	11.3%	11.0%	9.4%	14.8%
アウトレットモール	5.9%	8.1%	2.8%	9.8%
家電量販店	5.8%	8.9%	4.1%	1.6%
100円ショップ	5.1%	5.8%	3.7%	6.6%
工場・見学施設	3.9%	2.7%	16.2%	3.3%
テーマパーク・テーマ型観光施設	3.7%	3.6%	2.7%	3.3%
宿泊施設の土産店	3.5%	3.6%	3.1%	3.3%
動植物園・水族館	2.5%	2.8%	2.7%	1.6%
博物館・美術館	1.6%	1.6%	1.8%	1.6%
その他	7.5%	12.7%	5.6%	9.8%

出典:外国人観光客実態調査(平成30年度沖縄県)

第4章 地域の実状に合わせた受け入れ体制強化に向けた対応

参考2. 那覇港旅客船バース経済波及効果調査(H24 沖縄総合事務局)による推計

当該調査は平成 24 年の資料であり、クルーズ船が現在ほど増加する前に調査された資料である。また、発着港は上海となっている。

これによると消費額としては「洋服・バッグ・靴等」の消費額が大きいですが、購入者は1割程度とそれほど多くなく、次いで「薬品」、「電化製品」の消費も大きいですが、こちらも購入者は1割と限定されている。逆に「食料品・飲料品」については、約半数の人が購入しているが、消費額は6千円程度と小額になっている。

購入品目(金額)

電化製品	20千円
食料品・飲料品	6千円
洋服・バッグ・靴等	34千円
時計	21千円
貴金属・アクセサリー	7千円
化粧品	18千円
薬品	24千円
その他	5千円

購入品目(比率)

食料品・飲料品	48.0%
化粧品	18.1%
飲食	15.2%
洋服・バッグ・靴等	12.3%
薬品等	10.1%
電化製品	10.0%
和風雑貨	9.1%
その他	20.8%
不明	27.4%

買い物をした場所

百貨店	18.8%
コンビニエンスストア	25.0%
スーパーマーケット	21.7%
家電量販店	4.7%
DFS	29.9%
アウトレットモール	12.1%
100円ショップ	1.1%
ドラッグストア	9.5%
土産品店	34.0%
買い物をしなかった	4.0%
その他	3.8%
不明	14.5%

出典：那覇港旅客船バース経済波及効果調査(H24沖縄総合事務局)

参考3. クルーズ船寄港地における上質な着地型観光の実現に向けた調査

(H29 国土交通省 九州運輸局)

国土交通省九州運輸局では、中国大陸からの乗客に対して調査を実施している。

調査結果は購入額ではなく、購入者数となっていることに留意する。

最も多い品目が「菓子類」であり、次いで「化粧品・香水」、「医薬品・健康グッズ」と続いている。

日本の寄港地で購入したもの

	比率
菓子類	61.6%
化粧品・香水	55.8%
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	44.2%
その他食料品・飲料・酒・たばこ	41.9%
マンガ・アニメ等関連商品	27.9%
カメラ・ビデオカメラ・時計	25.6%
電気製品	23.3%
和服(着物)・民芸品	22.1%
服(和服以外)・かばん・靴	15.1%
書籍・絵葉書・CD・	15.1%
宝石・貴金属	3.5%
その他	4.7%
何も購入していない	1.2%

※出典：クルーズ船寄港地における上質な着地型観光の実現に向けた調査(H29)

### 3. 持続可能な受け入れ体制の構築に向けた取り組み

#### (1) 基本方針

##### 方針1. 北部地域全体による取り組みの実現

沖縄本島北部地域は、豊かな自然環境や歴史文化に育まれた観光資源が広範囲に立地し、多くの周遊観光客が訪れている。しかし、こうした恵まれた観光資源があるものの、都市部と比較すると人口規模が小さく、大規模な集客に対応した施設が少ないことなど、クルーズ船を受け入れる上での課題も懸念されている。

このため、本部港に寄港したクルーズ船を円滑に受け入れるためには、北部地域全体が協力して受け入れ体制を構築し、広域での利用の分散を図っていくことが大切である。

クルーズ船受け入れ体制に関する取り組みについても、特定の市町村に負担が集中することなく、北部全域が一様に取り組める体制づくりが求められている。

このような考え方を実現するためには、観光庁が規定した日本版 DMO の取り組みが参考になる。

日本版 DMO は、「Destination Management Organization」の略で、地域の観光資源を活用し、地域と共に観光地の受け入れ体制の構築やブランディングを行う法人のことであり、“やんばるインバウンド・クルーズ推進部会”がさらに発展していく中で、目指すべき姿の一つになると考えられる。

「日本版 DMO」は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人である。

観光庁HPより抜粋([http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04\\_000048.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000048.html))

##### 方針2. 民間経営の視点に立った取り組み

クルーズ船寄港にともなう集客・受け入れは、民間のノウハウ、経営感覚を生かして取り組んでいくべきであり、マーケティングの視点が大切である。

日本社会が成長段階にあった時代は、多くの人が一定水準以上の生活を送るため、大量生産が求められ、均質なニーズを満たすために“プロダクトアウト”の戦略が成功を収めた。

しかし、多くの人が一定水準以上の生活を送れるようになり、社会が成熟段階に達した現在、各人が個性を求めているため、“マーケットイン”の戦略でなければ受け入れられなくなるなど、市場ニーズが変化してきている。この傾向は SNS の発展によってさらに強まり、誰もが情報を発信でき、個性を求める志向が強まっていることから窺える。

観光分野を俯瞰すると、過去には団体バスによって大人数で移動することが当たり前であったが、レンタカーの普及によって、個人行動が基本になり、さらに近年は SNS に紹介された店舗に突然多くの観光客が訪れるようになるなど、観光客の行動をコントロールすることは不可能となっている。

観光客が行き先を決めるのは、観光客自身であり、そこには多様なニーズが存在している。こうした多様なニーズをつかむためには、民間の視点に立って、日頃の接客によって培われた経営感覚が大切であり、クルーズ船受け入れ体制には、地域の民間事業者も加わって意思決定に加わっていきける仕組みづくりが大切である。

### 方針3. 多様なサービスの提供と寄港地としての魅力向上

前項で述べられているように、消費者である観光客のニーズの多様化による要求に地域が対応するためには、地域としても多様なサービスを提供する必要がある。多様なサービスを提供するためには、地域のより多くの人材、企業がクルーズ船受け入れに参加してこなければならない。

清水港の例にあるように、当初は着地型観光・体験プログラムの造成に積極的でなかった地域の民間事業者も、いくつかの事業者が成功を収めることで次々に参入を希望する企業が増え、プログラムが充実していった経緯が参考になる。

本地域でも同様にクルーズ船受け入れによる経済効果の拡大で、多くの民間事業者の参入を促すことが大切である。

寄港地を選定する船社にとっても、寄港地観光(エクスカージョン)の魅力は重要な要素であり、これが充実することによって、さらに多くの船社から選択されやすくなる。

クルーズ船寄港として成功するためには、地域の魅力を活かした観光の実現、多様なアクティビティを確保することが必要不可欠であり、多くの民間事業者の協力が必要である。

### 方針4. 地域の特性を活かしたブランディングの検討

世界で沖縄本島北部にしか存在しないやんばるの自然、琉球文化に代表される独自の文化は、本島北部地域の財産である。

沖縄県に訪れる観光客もこうした独自の自然文化を求めており、この魅力を活かしていくことは、沖縄の魅力を多くの人に伝えるうえで大切な取り組みである。

一方、沖縄本島のクルーズ船受け入れは、本部港が加わることで、那覇港、中城湾港の3港がクルーズ船を受け入れることになる。

中城湾港に寄港するクルーズ船のうち、那覇港にキャンセルが出ると、いくつかは那覇港へ移動することも発生しており、受け入れ準備をしていた地元にとって大きな負担となっている。このため、本部港が目指す方向性としては、船社から那覇港の代替港として認識されるのではなく、那覇港とは全く異なった魅力を提供した沖縄本島の新しい魅力として、本部港のブランディングを図っていくことが必要である。

本島南部は沖縄県の県庁所在地である那覇があり、多くの商業施設が集積している。また、首里城や斎場御嶽をはじめとする琉球の歴史文化を楽しむこともできる。

これに対して本部港は、美ら海水族館で“沖縄の海”を楽しみ、今帰仁城では“琉球の歴史的原風景”を楽しみ、やんばるの森では、“独自の自然環境”を学ぶなど、南部観光との差別化を図っていくことが大切である。さらに、未利用の土地が多く残されているため、広々とした景観も那覇とは異なった魅力になると考えられる。

こうした北部ならではの魅力を活かし、那覇港や中城湾港との違いを明確化することで、クルーズ船の寄港地として独自のブランディングを図っていくことが大切である。

## (2)クルーズ船受け入れ効果の明確化と地域理解の向上

地域でクルーズ船を受け入れるためには、関係者をはじめ多くの人の協力が必要であり、地域が果たす役割は大きい。一方、一部では渋滞の原因となるなど、地域での生活に影響を与えることも懸念される。

このため、地域住民や事業者に対しては、クルーズ受け入れによる効果を“見える化”し、多くの人から理解が得られるように努力することが必要である。

受け入れ主体は、経済波及効果や雇用創出など定量的な効果、国際交流機会の創出や人材育成、知名度向上など、定性的な効果をできるだけ、地域に情報提供していくことで、地域住民の理解を深めていくことが大切である。

## (3)域内消費の拡大

前述のように、クルーズ船寄港に伴う消費は、交通費、娯楽・入場料、飲食費、土産購入等が考えられるが、例えば域外の事業者の参入や域外で生産された商品等が増えることで、波及効果が北部地域から地域外に流出することも懸念される。

このため、交通事業者に関しては、民間事業者の理解を得て、できる限り地域の企業がバスやタクシーの運用に関わり、連携していくことが大切であり、娯楽・入場料、飲食についても同様に地域資本が参入していくことが望ましい。

土産購入についても、中国人観光客の多くは「品質の良い日本製品」として、化粧品や衣服、電化製品等を購入したいというニーズがあり、その多くはショッピングセンター、ドラッグストアを求めて域外に流出してしまう。こうしたクルーズ客のニーズがありながら、如何に地域の特産品を購入してもらえるか検討し、観光客の購買意欲を高める特産品を開発していくことが急務である。

消費を決断するのは消費者であり、そのニーズをつかんだ企画・開発が必要である。

## (4)船社・ステークホルダーとの関係構築

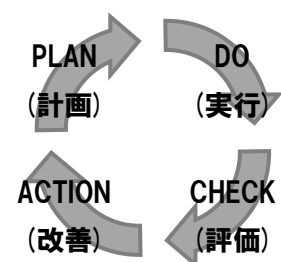
クルーズ船寄港を決断するのは船社であり、他に船舶代理店、ランドオペレーターなど多くの関係者がクルーズ船運航に関わっている。これら関係者も旅行商品を造成するため、乗客のニーズの把握など市場を調査している。こうした関係者から情報を得ることは、地域で取り組むべき事柄を明確化するうえで効果的である。

また、域内の観光地をオフィシャルツアーに組み込んだり、地域特産品を販売するなど、交渉の窓口を確保するうえでも船社やステークホルダーとの関係を構築することは大切である。

## (5)PDCA サイクルによる対応の深化・適正化

クルーズ船受け入れは、乗客のニーズや地域の事情、船社の要望等によってさまざまな関わり方があり、時間とともに変化も生じると考えられる。

また、現段階で地域と合意した受け入れ体制についても、これが固定したのではなく、受け入れを進めていく中で問題が生じれば、それに合わせて柔軟に対応することを検討している。このため、関係者はPDCAサイクルを意識し、問題点を常に共有し、次回の受け入れに向けて改善していく姿勢が大切である。



## 4. クルーズ船の利用キャパシティの試算

### (1) 二次交通のキャパシティ

#### 1) 貸し切りバス

貸し切りバスの利用については、中国大陸系のクルーズ船の利用率が高いと考えられ、約7割の乗客がバスツアーを選択している。

現状で乗客数が多いクルーズ船として、16万トン級のワールド・ドリームの場合、乗客3,100人に対し、約7割が貸切バスを利用すると仮定すると利用者数は2,170人、バス1台の乗車人数を35人とするすると62台の貸切バスが必要と試算される。

また、ゲンティンが新たに造船しているクルーズ船は、乗客が最大9,500人であるため、利用率が70%と仮定すると、バス利用者数は6,650人、バス1台の乗車人数を35人とするすると190台の貸切バスが必要と試算される。

#### ■ 貸し切りバス必要台数の試算

ワールド・ドリーム (中国大陸)
乗客 : 3,100人
利用率 : 70%
利用者数 : 2,170人
乗車人数 : 35人/台
必要台数 : <u>62台</u>

ゲンティン新造船 (中国大陸)
乗客 : 9,500人
利用率 : 70%
利用者数 : 6,650人
乗車人数 : 35人/台
必要台数 : <u>190台</u>

#### 2) タクシー

タクシーの利用率が高いのは台湾を発着するクルーズ船であり、台湾からの寄港が多いスーパー・アクエリアスを例にとると、乗客1,400人に対し、タクシーの利用率が80%で1,120人がタクシーを利用すると試算される。この時にタクシー1台の乗車人数を4人と設定すると280台のタクシーが必要となる。

一方、ゲンティンの新造船が中国大陸の乗客を連れてきた場合、タクシーの利用率は高くないと想定されるが、乗客数が多いため相当の台数が必要と想定され、同様に試算する。仮にゲンティンの新造船が9,500人の乗客を連れてきた場合、大陸系の乗客のタクシー利用率はそれほど高くないため、20%と設定すると利用者数は1,900人となる。タクシー1台の乗車人数を4人と設定すると475台のタクシーが必要となる。

#### ■ タクシー必要台数の試算

スーパー・アクエリアス (台湾)
乗客 : 1,400人
利用率 : 80%
利用者数 : 1,120人
乗車人数 : 4人/台
必要台数 : <u>280台</u>

ゲンティン新造船 (中国大陸)
乗客 : 9,500人
利用率 : 20%
利用者数 : 1,900人
乗車人数 : 4人/台
必要台数 : <u>475台</u>