

マイアミクルーズコンベンション CSM2012 に参加して

大阪大学国際公共政策研究科 赤井伸郎

2012年3月にマイアミで行われたクルーズに関する最大のコンベンション(クルーズ・ SHIPPING・マイアミ(通称CSM))に、観光庁のメンバーの一人として参加した。以下では、コンベンションの内容とともに、今後の日本へのクルーズ客船の寄港の展望について感想を述べたい。

コンベンションには、120 か国からクルーズ産業にかかわる団体が参加した。広大なコンベンション会場は、大きく二つに分かれ、半分がクルーズ客船を呼び込むための寄港地の宣伝ブース、残り半分が、クルーズ産業にかかわる、さまざまなビジネスのブースであった。クルーズ産業は、現在大きく伸びている産業であり、その経済効果も大きい。港に寄港すれば、港は潤い、また、ホームポートとなる港では、多くの乗客の乗り降り、クルーズ船内で消費されるさまざまな用品の需要など、さらに経済効果は大きくなる。また、客船も毎年造船されており、造船への効果に加え、船内における最先端のハードおよびソフト技術まで、その効果は幅広い。これらにかかわるあらゆるビジネスの関係者が一堂に集まり、意見交換や情報交換を行うとともに、クルーズ船社のトップリーダーから、今後の展望をうかがう機会でもある。

日本から、政府が主導して、このコンベンションに参加する目的は、二つある。一つは、日本への観光客を増やすためのアピールをすることである。第二は、クルーズ業界の最新情報を入手し、今後の日本の観光戦略に役立てることである。

まず、前者に関しては、複数の港における客船誘致担当者が参加し、積極的に、各港の魅力を、クルーズ船社の寄港地決定担当者にアピールをした。数多くのクルーズ船社が、日本のブースを訪れ、実際に、日本への寄港につながったケースも見られた。まず、日本の魅力を知ってもらうことが、何よりも大事であることがわかる。

後者の情報収集に関しては、他のブースから情報を得ることはもちろん、トップリーダーによる議論の内容が役に立つ。コンベンションでは、セッションが毎日、午前から午後まで、開催されている。以下では、筆者が参加した、メインセッションほか4つのセッション(全体で、合計20ほどのセッションが行われた。)での議論の内容をまとめるとともに、日本への示唆を述べたい。

★セッション1：クルーズ産業の現況

メインのセッションでは、クルーズ船社のトップが、クルーズ業界の展望を語り合った。

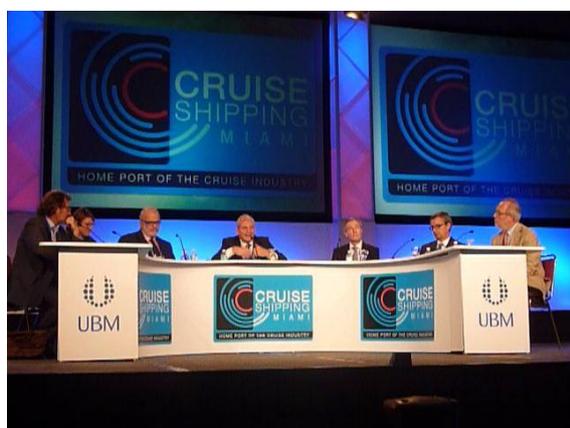


筆者撮影 (以下の写真もすべて同じ)

まず、本セッションの前半で議論となったのは、2012年1月に起きたコスタ・コンコルディアの事故への対応についてであった。この事故は、クルーズ船の安全性への信頼を損ないかねない大事故であり、クルーズ船社で組織する CLIA (Cruise Lines International Association) は、すぐに安全確認をする対応を取った。規制が過剰なレベルまで強化されないように、真相解明と、安全性の在り方について、規制当局との連携が最優先に行われた。この議論に、1時間を費やしたことから、この事件への対処の必要性がうかがわれる。今後は、情報交換、透明性、企業の社会的責任の達成の重要性が強調された。後半の1時間では、クルーズ業界の今後の展望が語りあわれ、クルーズ業界は、不況にも強く、今後も成長の見通しであること、今後も、より多くのニーズにこたえるサービスを提供していくことが成長のカギであることが確認された。

★セッション2：激動のヨーロッパ経済における可能性

本セッションでは、ヨーロッパエリアに関して、事故に対しては、EU当局との連携を強め、安全



性を徹底していることを強調した後、ソースマーケット（旅行者のマーケット）としてのヨーロッパと、目的地としてのヨーロッパに分けて議論が行われた。前者に関しては、ヨーロッパは、財政危機にあるが、経済力や、クルーズへのニーズの底は強いこと、ヨーロッパは、アメリカに比べ休日も多く、アメリカより伸びる余地があることが確認された。また、後者に関しては、ヨーロッパは、魅力的な寄港地も多く、目的地としても伸び

る余地があること、また、今後の成長には、VFM (Value For Money) が重要であることが確認された。(以下の表からもヨーロッパの伸びが大きいことがわかる。) 魅力的な目的地の中には、ギリシャの財政危機や、チュニジアやエジプトの情勢不安もあるものの、現地に滞在しないという意味では、安全面においてクルーズは優位な立場にあり、今後も可能性を探っていく必要性が確認された。

海域	2000年シェア	2010年シェア	変化率
カリブ海	39.9	34.8	-5.1
地中海	11.65	17.8	6.15
ヨーロッパ	6.95	8.67	1.72
アラスカ	7.79	5.72	-2.07
パシフィック・メキシコ	4.98	4.75	-0.23
ハワイ	5.94	6.53	0.59
その他	22.75	21.7	-1.05
合計	100	100	0

★セッション3：上級クルーズマーケット

本セッションでは、上級のクルーズ船社のトップが一堂に会し、上級層向けのクルーズの今後の在り方が議論された。このタイプのクルーズは、一見、高そうだが、チップも、乗船前宿泊も、トランスファーも、現地ツアーも込なので、実際は高くないという報告(リージェント・セブンシーズ・クルーズ)もあった。(以下の表を参照。) マーケットの拡大には、「何かの特別」(Something Special)、「新しい経験・体験」が重要であり、それが成長の源泉となること、また、常に、「なぜ旅行をするのか」を問い直すことが大事であること、15年間のデータ分析においても、「目的地



と文化」が、不変のキーワードであることなどが主張された。「今後は、中国マーケットが見逃せない。規模を考えると、中国ブランドの船があってもいいかもしれない。」との主張や、「日本にも高級層はたくさんいるが、言葉の壁がある」との筆者の質問に対しては、「言葉の壁の克服は大事だと考える。日本人には、船内での日本語や食事やライスを出すなどのきめ細かな対応を目指す。」と熱く語ってくれた。

クルーズタイプ	ラグジュアリー (すべて込)クルーズ	プレミアム クルーズ
クルーズ期間	10日間 (ローマからイスタンブール)	10日間 (ローマからローマ)
部屋のタイプ	356sq. ft.	372sq. ft.
クルーズ料金	7409	2499
追加料金		
東海岸からのフライト	無料 (インクルード)	1309
港送迎	無料 (インクルード)	158
寄港地ツアー	無料 (インクルード)	1112
乗船前ホテル滞在	無料 (インクルード)	300
船内チップ	無料 (インクルード)	110
バー、ドリンク、ワイン	無料 (インクルード)	288
ボトルウォーター他	無料 (インクルード)	115
特別レストラン	無料 (インクルード)	125
合計金額(ドル)	7409	6751
金額(1日当たり)(ドル)	741	675

★セッション4：配船の鍵

最後に、本セッションでは、どの地域に船を配船するのかに関して、クルーズ船社の配船担当者、港湾関係者や港デザイン関係者が集まり議論が交わされた。根本的に、船社は、収益会社であり、まず、その配船によって、利益を上げることができるかが、配船のカギとなる。すなわち、その寄港地に行きたいという旅行者のニーズ（そこでお金を払ってもよいという満足感）があるのかどうか重要である。また、目的地のアピールには、ウェブやSNSを積極活用することが重要である。

9. 11のテロ以降は、飛行機に乗らなくても良いルートが開発が進んだ。（ニューヨーク発着ルートの開拓など）また、ウォーターフロントの開

発も、1年を通じて楽しめる港づくりとしては重要である。1年間楽しい街を作れば、1年間船はやってくる。すなわち、「付加価値」がカギがあることが熱く語られた。



最後に、これらのセッションでの議論を踏まえて、地域活性化の観点から日本への寄港を増やすための方策を考えてみたい。ニーズは、大型船と小型船では異なると考えられる。大型船では、いわゆる一般的な観光地の魅力をアピールすることが重要である。世界遺産など、ブランド的名目は強い。一方、小型船では、いわゆる、「何かの特別」(Something Special)、「新しい経験・体験」が重要である。日本には、目立たなくても興味深い地域文化が多くあり、その協調が大事である。上級マーケットは、普通の場所では味わえない特別な経験・体験を求めている。費用対効果 (Value for Money: VFM) が大事である。(コストは高くても、価値 (VALUE) がそれを超えれば良いともいえる。) 瀬戸内海には、秘められたものが多くある。小型船なら、航行の自由度は高い。魅力的な環境と低コストは両立しない場合もあるが、コストに見合うだけの魅力を見出せば、乗り越えられるであろう。