

3. 提案概要

テーマ選定（該当する項目に○を記入（※①～④のうち、「1つ」テーマを選択））

< 課題テーマ >

①【水産資源の確保】 / ②【海洋環境保全】 / ③【海洋資源・廃棄物の利活用】

< 自由テーマ >

④海を活用したビジネスアイデア

アイデア（製品・サービス）名称

<アイデア名>

ホテルシップで「クルーズワーケーション」
—クルーズ客船の活用による経済波及効果—

<キャッチコピー>

- ・クルーズ客船で仕事もレジャーも楽しもう！
- ・豪華客船だけど、豪華客船ではない
- ・「乗らず嫌い」をなくそう

提案の概要（200字程度）

コロナ禍で人の移動が制限され、観光産業が厳しい状況に置かれている中で、クルーズ客船の運航もできなくなった。クルーズ客船の船内にはレジャー施設もあり、長期に滞在しても飽きさせない。ワーケーションによる長期滞在をクルーズ客船で行うことで、新型コロナウイルス感染症で低下したイメージの改善や新たな客層の開拓によるクルーズ市場の拡大、コロナ禍で寄港が減少した港への経済波及効果の拡大を実現する。

4. 提案内容

目的

<背景>

2010年頃からインバウンド（訪日外国人観光客）が増加し、2019年には3000万人を超えた¹。中国などのアジアからのインバウンドが多いことからクルーズ客船による訪日も増加した。2019年の訪日クルーズ旅客数は215万人であり、中国発のクルーズ旅客数は174万人であった²。

急増するインバウンドに支えられ、観光産業は期待される成長産業であったが、2020年末に新型コロナウイルス感染症が中国で発生し、2021年に入って世界中に拡大して人の移動が制限されたことで状況が一転した。クルーズ客船市場においては2020年2月に大型クルーズ客船のダイヤモンド・プリンセス号で新型コロナウイルス感染症の感染者が確認され、その後船内で感染が拡大して、乗客・乗員3,711人のうち712人が感染し、14人が死亡する³ことになり、マイナスなイメージが定着した。

<目標・課題>

日本船社のクルーズ客船は、にっぽん丸、飛鳥II、ぱしふいっくびいなすの3隻のみであり、外国船社の大型のクルーズ客船の寄港が主流となっている。2019年のクルーズ客船の寄港回数は外国船社1,932回、日本船社934回、合計2,886回である⁴。しかし、2020年以降はコロナ禍によって運航停止が続き、寄港はほぼ皆無と激減した。クルーズ客船の寄港の急増に合わせて各港は受け入れのための岸壁やクルーズターミナル等の整備を進めたが、これらも使われなくなった。数千人が乗船する大型のクルーズ客船の寄港により地元には大きな経済波及効果があったが、それもなくなった。

本提案では使われていないクルーズ客船を港に停泊し宿泊施設として使用する「ホテルシップ」として活用することで地元への経済波及効果を回復することを目標とする。2020年に開催予定であった東京オリンピックではクルーズ船を活用した「ホテルシップ」の実施を予定していた⁵。1年遅れの2021年に開催された際には外国からの観客が来なかったことで「ホテルシップ」は実現しなかったが、実現すれば大きな経済波及効果が見込めた。

課題としては、「ホテルシップ」としてクルーズ客船を長期滞在するためのカボタージュ規制⁶の緩和等の法整備が必要である。

<ターゲット>

クルーズ客船の乗客は、定年退職後の時間とお金に余裕のある高齢者が圧倒的に多い。これはクルーズ客船の旅行は1週間程度と長期で、かつ、日本船社のクルーズ客船の旅行代金が高い（一人1泊3~4万円程度、1回のクルーズは3~7日程度であり10~20万円程度）ためである。現状では人口が多い団塊の世代がリピーターとなっており一定の集客があることと、日本船社のクルーズ客船は3隻のみであり乗客定員が少ないことで人気がある。しかし、団塊の世代と団塊ジュニア世代という人口が多い世代がいなくなれば、需要が激減する。

そのためクルーズ市場の発展のためには、若者の利用を増やすことで将来の顧客を育てることが必須である。本提案では、若者の利用を増やすために、1泊の価格設定を安くし、アクティビティやイベントでレジャーとして楽しめるクルーズ客船を提案する。特に、市場をリードする若い女性に向けた企画を考える。若年層のリモートワークのワーケーションのサラリーマンを主なターゲットとするが、同行する家族もターゲットにする。さらには、規制が緩和されたことで徐々に回復しているインバウンド向けも考える。

具体的な事業内容

※具体的な事業内容については、別途参考資料の添付や

Excel・パワーポイント・PDF資料に代えることも可とする。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が繰り返し発令されたことでクルーズ客船の運航は停止した。また、運航の再開後もクルーズ客船の利用者が大幅に減少し、募集定員に満たず運航が出来ないことも多かった。さらには、寄港地に受け入れが拒否されることもあった。

現在は徐々に制限が緩和され運航は再開しているが、コロナ禍前の状況にまでは回復していない。また、外国船社のクルーズ客船の寄港は非常に少ない。これは、日本においては最初の新型コロナウイルス感染症がクルーズ客船の船内で発症したことによるイメージ低下によるものであり、日本外航客船協会の「外航クルーズ船事業者の新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン」（令和4年7月31日、第7版）や日本港湾協会の「クルーズ船が寄港する旅客ターミナル等における感染拡大予防ガイドライン」（令和4年7月31日、第7版）のような安全対策のもとで寄港が再開しているが⁷、「こんな時期にクルーズ客船に乗るのか」という家族の心配や批判があるため、乗船できない者もいる。

クルーズ市場の回復のためには、まずはクルーズ客船に乗りやすい状況にすることが必須である。クルーズ客船の利用が増えない理由は、①価格が高い、②旅行期間が長い、ことである。そのため、洋上でのクルーズに比べて安価で、旅行期間が短い滞在として、クルーズ客船をワーケーションのためのホテルシップとして活用する。

具体的には、現在使われていない外国船社の大型のクルーズ客船を、神戸港や横浜港のようなクルーズターミナルがあり港周辺が観光地として充実している港にホテルシップとして停泊し、仕事をしながらレジャーを楽しむ「ワーケーション」や気軽なバカンスとして近場のホテルに宿泊する「ホカンス」などを目的として利用してもらう。価格は一泊8千円～1万円程の低価格に設定し、食事や船内のアクティビティを自由に利用できるようにすることで割安感を出す。

ホテルシップとしてクルーズ客船を停泊する期間は1か月程度とする。通常のクルーズでは1週間程度の期間は乗船し続けることになるが、ホテルシップは船が停泊しているため期間内であれば長期滞在以外にも1泊からの短期滞在も可能とする。短期滞在を可能にすることで、クルーズ客船に乗りたかったが休みが取れずに乗れなかった、費用が高すぎて乗れなかったという者が気軽に利用できるようにする。日本ではクルーズ客船が「豪華客船」と位置付けられているが、実際にはクルーズ客船は「ラグジュアリー」「プレミアム」「カジュアル」の3つのクラスに分かれており、世界の多くのクルーズ客船は1泊1万円未満の「カジュアルクラス」であり、それがクルーズ市場を拡大してきた。日本では「クルーズ客船＝豪華客船＝高い」という誤解があり、それが「乗らず嫌い」となっている。クルーズ客船への安価な滞在を可能にすることで、「乗らず嫌い」をなくすことができる。

また、日本ではクルーズ客船を移動手段として考えているが⁸、欧米では「クルーズ客船に乗ること」がレジャーの目的となっている。そのため、乗下船する港までは航空機で移動する「フライ&クルーズ」が主流である。日本でも「フライ&クルーズ」や乗下船する港まで鉄道で移動する「レール&クルーズ」が行われるようになっている。

ホテルシップに乗船することを旅行の目的とすることができるよう、クルーズ客船の船内では、一日中遊べるようなショーやイベントなどのアクティビティ、各地の有名な食べ物を食べることのできるレストラン、プールや大浴場など、長期に滞在しても飽きさせないようなものを提供する。船内が広く、Wi-Fiの環境も整備されていることから、仕事ができるコワーキングスペースを設置することでワーケーション客にも対応できる。

乗り物を活用したワーケーションでは観光列車を利用した「トレインワーケーション」がある。長野県内を走る豪華な観光列車「ろくもん」を利用したものであり、車内では非日常を感じさせる設備や食事を楽しみながら、仕事ができる⁹。「クルーズワーケーション」においても、豪華なクルーズ客船の船内で食事やアトラクション、イベントを楽しみながら仕事をすることで特別感を創り出し、仕事への意欲が増すことで生産性が高まる。

但し、列車に比べて大型のクルーズ客船には数千の客室があり多くの乗客を乗せなければならないため、ワーケーション客だけでは満室にできないことが危惧される。そのため、ワーケーション客だけで埋まらない客室をホカンス、家族連れ等の様々な客層をターゲットにする。ワーケーション客で集客するためには、企業の研修等を船内で行うことで団体客を増やす。また、他のホテルと違って移動ができるため、需要が急増した地域に短期間のホテルとして提供できる。例えば、人気のアイドルや歌手がライブを行う地ではホテル不足が問題となり、宿泊価格の高騰等が起こるが、ホテルシップをライブ会場の近くの港の停泊することでホテルとして活用する¹⁰。それによって価格が高くならず、家族連れにも魅力的なホテルになる。

クルーズ客船が一か所に滞在することは、移動のための燃料等のエネルギー消費や二酸化炭素(CO₂)の排出が少なくなり、航海に比べて海に負担をかけない。また、通常の寄港はクルーズ客船の寄港は1日だけであり、寄港地への経済波及効果は限られるが、長期滞在となることで毎日経済波及効果があり、地域への経済波及効果を拡大できる。周辺のホテルにとっては競合することになりマイナスの影響も考えられるが、クルーズ客船に乗船する前泊・後泊の需要もあり、トータルとしては需要の増加となる。

静岡であれば富士山、横浜や神戸であれば中華街等の港町、さらには横浜は東京や千葉、神戸は京都や大阪といった周辺の地域の観光資源も活用することでより魅力を増し、長期滞在につなげることで経済波及効果を大きくできる。

特徴

<強み・想定される競合相手（サービス）に対する優位性>

クルーズ客船の強みは「豪華客船」というイメージによる特別感であるが、そのことが高額なイメージにつながり乗船したことのない者、特に若者に敬遠される原因となっている。レジヤ施設のあるホテルと同等の価格にすることで、「低価格でクルーズ客船という特別感を味わえる」ことをセールスポイントにする。

競合相手となるホテル等の他のワーケーションに対するクルーズワーケーションの優位性は、①海の上で仕事ができるという特別感。②ビジネスホテル程度の価格でシティホテル並みのサービスを受けられる。③シティホテルに比べて娯楽設備が多く、気分転換がしやすい。④食事は毎食提供され、かつ料金に含まれている。といった点があり、優位にある。

また、アイドルやアーティストなどのライブを開催したり、コスプレ等のアニメづくりのクルーズなどのように、強いテーマ性のイベントで集客することができる。現状のクルーズ客船においても歌手が乗船してコンサートを行っており、それがファンを集客することになっている。クルーズ客船の船内で自分の推しのアイドルを生で見られたり、握手会をしたり、限定のグッズを販売するなど、推し活ができるイベントを開催すれば、一定の顧客を獲得することができる。船内が広いことから複数のイベントを同時に開催できるので、複数のアイドルやアーティストのファンを集めることで多数の乗客を集めて満室にすることができる。

さらには、船内が広いため、ワーケーションによる長期滞在、家族旅行を目的とした滞在、イベント目的の滞在を同じ船内でデッキ（フロア）によって分けることで、一つの船内で様々な世代や職種の人々が同時に利用でき、客室を満室にできる。

テーマ性のあるクルーズ客船の利用例（ワーケーション以外のものを掲載している。ワーケーションによる滞在者が下記のイベントを楽しむこともできる。）

- ・ジャニーズクルーズ（コンサートや握手会を開催する。）
- ・アニメの祭典としてコスプレクルーズ（コスプレイベントは海外でも人気であり、外国人向けのクルーズとしても活用できる。例えば、漫画やアニメで人気のある『ワンピース』のコスプレをして乗船する。VR（バーチャルリアリティ、仮想現実）でアニメの世界観を体験する。）
- ・アフタヌーンティークルーズ（若い女性に人気のアフタヌーンティーを船内で楽しむ。）
- ・ワーケーションに関するものとしては、異業種交流会やチームビルディング研修等のイベントが考えられる。

<マーケティング（プロモーション）戦略>

「豪華客船だけど、豪華客船ではない。」をキャッチコピーとする。豪華客船という言葉に萎縮して今まで乗ったことがない人に興味を持ってもらう。クルーズ客船に乗ったことがない人が多い現状では市場の伸び代があり、多くの人に注目されることになればこれまでにない客層を呼び込むことができ、市場を拡大できる。

また、その他のマーケティングとしては、①既存のクルーズ客船は1泊当たり数万円もするので1泊1万円以内で安く泊まれるようにする。②長期滞在だけでなく1泊から宿泊できるようにすることで、高いというイメージを持っている人や若者や乗ったことがない人が来てくれる。③船内で写真を撮りたくなるようなフォトスポットや料理をつくり、SNSで拡散してもらう。④クルーズ客船限定のグッズや数量限定などの限定品を提供する。

<想定地域（海域）、又は全国的な地域（海域）にふさわしいか>

（想定している地域（海域）がある場合は、具体的な地域（海域）も記入ください。）

横浜・神戸・静岡のようなコロナ禍以前にクルーズ客船の寄港が多かった地域を想定している。そのような地域では年間で数百回の寄港を受け入れており、それがほぼ皆無となった状況から回復することは急務である。

また、名古屋等のこれまでクルーズ客船の寄港は少なかったが、宿泊需要は多い大都市圏も対象となる。宿泊需要の多い地域では、ホテルや旅館などに並ぶ宿泊施設の選択肢の1つとしてクルーズ客船を利用することができる。祭りやコンサート等のイベントでホテル需要が急増する地域も対象となる。

コロナ禍以前には、クルーズ客船の寄港が急増したことで全国各地で寄港誘致活動が行われるようになっていた。観光資源が乏しいなどの理由で寄港が実現しなかった地域においても、ワーケーションやホカンスにより地元の住民による利用が期待できることでクルーズ客船のホテルシップとしての停泊が可能になる。

メインは寄港が激減したクルーズ客船の寄港地を活性化するための提案であるが、これまで寄港実績のない港も含めて全ての地域に適用できる提案である。

期待できる効果

<市場規模・事業展開の可能性>

コロナ禍の影響を受ける前の2019年の日本のクルーズ人口は35.7万人であり、3年連続で30万人を超えて過去最高を記録した。そのうち国内クルーズ人口は11.8万人と外航クルーズ人口に比べて小規模であるため、市場拡大の余地は大いにある¹¹。

クルーズ客船が寄港することで寄港地での食事、観光、交通などの直接的な経済効果だけでなく、地元の産業全体への経済波及効果も期待できる。

クルーズ客船をホテルシップとして活用し、従来とは異なるカジュアルなスタイルを提案することで、客層の大半を占めていた金銭的・時間的に余裕のある高齢者層だけでなく、若者等に客層を広げ市場を拡大し、さらにはテーマ性を高めることで新たな事業展開が期待でき、クルーズ産業の発展に繋がる。

コロナ禍での規制が緩和されたことでインバウンドも増加し始めており、インバウンド向けの宿泊施設としても活用できる。

<自治体、関連団体（漁協など）への貢献>

新型コロナウイルス感染症の拡大は様々な産業に影響を及ぼし、経済活動が大きく停滞した。その中でもクルーズ業界は、クルーズ客船の船内で集団感染が発生したことでほぼ運航が不可能となり、大きな損失を強いられた。クルーズ業界への世間の風当たりは未だに強いというのが現状である。しかし、クルーズ客船の寄港は様々な産業に影響を及ぼし、その経済波及効果は地元経済に大いに貢献する。

第一に、クルーズ客船が寄港することで、寄港地の地域振興に貢献する。例えば、クルーズ客船の船内で提供する料理の食材に寄港地の特産品を取り入れることでその地域の魅力を伝え、消費を広げることができる。地域の食材を購入することから、地元の産業には大きな利益をもたらす。特に、寄港回数の少ない港にとっては、大型のクルーズ客船の寄港は経済波及効果が大きいと期待できる。

第二に、クルーズ客船が停泊している場所に行くまでには様々な交通機関を使用することから、バス・鉄道・航空・タクシーなど幅広い交通機関に貢献する。特に、フライ&クルーズやレール&クルーズが本格化すれば、より大きな収益が期待できる。

第三に、クルーズ客船の運航会社にとっては、一度の運航で何千人もの乗客が乗船するため、まとまった収益を得られることである。

第四に、従来のクルーズ客船であれば寄港で一泊するのが一般的であるが、提案するホテルシップは長期滞在を基本としているため、より長期間に渡って地元の様々な企業や自治体、港湾関係者に貢献することができる。

<期待される波及的効果（全国的な汎用性）>

横浜、神戸、静岡等以外の港にも適用でき、クルーズ客船が停泊できる港があれば、全国の全ての港で実施することができる。日常的に乗下船をするために岸壁やクルーズターミナルがある港が望ましいが、テンダーボート（連絡船）による移動も可能であり、多くの港が対象となる。そのため、地方の地域格差の是正につながる。また、宿泊施設の少ない地域や、イベントなどで宿泊施設が必要な際に、クルーズ客船を宿泊施設として使用できるため、選択肢の幅を広げることができる。

外国船社の寄港が急増した那覇港等でも新型コロナウイルス感染症の感染が拡大した 2021 年以降の寄港実績はない。現在は外国船社に依存していた港ほど寄港が少なくなっており、適用できる可能性が高い。

資源やエネルギーの制約が厳しくなる中で人口の増加が続いていることから、環境や人々の健康に配慮しながら経済活動も円滑に行える社会を持続させることが求められおり、そのために 2030 年までに達成すべき具体的な 17 の目標（ゴール）と 169 のターゲットを定めた SDGs（Sustainable Development Goals、持続可能な開発目標）の実現が取り組まれている。本事業により、SDGs の目標 1「貧困をなくそう」、目標 3「すべての人に健康と福祉を」、目標 8「働きがいも経済成長も」、目標 9「産業と技術革新の基盤をつくろう」、目標 11「住み続けられるまちづくりを」、目標 14「海の豊かさを守ろう」が実現できる。具体的には、多くの人が豊かな旅行を楽しめることで目標 1 を、ワーケーションによりワークライフバランスが取れることで目標 3 を、ワーケーションにより創造性や生産性が向上することで目標 8 を、ホテルシップのための施設整備や町全体の環境の整備で目標 9 と目標 11 を、港の整備や海洋環境への配慮で目標 14 を達成する。

想定されるリスク・課題とその対応策

新型コロナウイルス感染症が最初に拡大したのがクルーズ客船の船内であったためイメージが悪いことから、感染防止対策を万全にする必要がある。また、クルーズ客船には多くの乗客が乗船していることから観光地が混雑する「観光公害」や排気ガスや波の影響による「クルーズ公害」といわれる状況が生じる。本提案ではワーケーションを主なターゲットとしているため、乗客が集中的に観光地に行くことはなく、「観光公害」は生じない。

「クルーズ公害」に関しては、寄港地に停泊している間も電気等の供給のためにエンジンは動きっぱなしになるため、また、乗客・乗員が多く廃棄物が多いため、環境破壊、具体的には排気ガス、波による海岸の浸食、水生生物への影響の防止対策が必要である。排気ガスや騒音に関しては基準内に収められている。そのため廃棄物を定期的に回収することや、生態系に影響

響を与えるものを海洋へ投棄しないことを徹底する。波による海岸の浸食については停泊中は移動しないので波が発生しないことや岸壁がしっかりしたところへ停泊することで防ぐ。大量に廃棄物が出ることはその処理費用が業者の収入となり、経済波及効果を大きくする。

超大型の台風が来た場合には、港を離れて安全な港に移動する、または、洋上で待機する。

参考文献

池田良穂『基礎から学ぶ クルーズビジネス』海文堂出版 2018年

一般社団法人みなと総合研究財団クルーズ総合研究所監修『クルーズポート読本』成山堂書店
2018年

川崎豊彦『ツウになる！クルーズ船の教本』秀和システム 2019年

フィリップ・ギブソン著、橋本洋子訳『クルーズオペレーションマネジメントークルーズの舞台裏ー』創成社 2009年

矢島正枝『そろそろクルーズはいかがですか 日本に真の「クルーズ元年」は来る？』カナリア
書房 2013年

¹ 日本政府観光局「訪日外客数（2019年12月および年間推計値）」

https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/pdf/200117_monthly.pdf

² 国土交通省「訪日クルーズ旅客数について(2019)」

<https://www.mlit.go.jp/common/001324822.pdf>

³ 国立感染症研究所「ダイヤモンド・プリンセス号新型コロナウイルス感染症事例における事例発生初期の疫学」(IASR Vol. 41 p106-108: 2020年7月号)

<https://www.niid.go.jp/niid/ja/typhi-m/iasr-reference/2523-related-articles/related-articles-485/9755-485r02.html>

⁴ 国土交通省「2019年の我が国のクルーズ等の動向（調査結果）」

https://www.mlit.go.jp/report/press/kaiji02_hh_000252.html

⁵ 読売新聞「東京五輪のレガシー目指した「ホテルシップ」頓挫 船会社撤退で」2021年4月21日 <https://www.yomiuri.co.jp/olympic/2020/20210421-OYT1T50151/amp/>

⁶ 現在はカボタージュ規制によって航海中の外国の港への寄港が義務付けられている。

⁷ 国土交通省「クルーズの再開に向けた安全対策について」

https://www.mlit.go.jp/maritime/maritime_tk2_000017.html

⁸ フェリーとクルーズ客船の区別がついていない者もあり、フェリーの客室の高級化などの「フェリーのクルーズ客船化」といえる状況となっている。

⁹ 長野県公式観光サイト「日本初！乗り継ぎ『信越トレインワーケーション』で仕事旅」

<https://www.go-nagano.net/theme/id=19775>

¹⁰ 現在でも祭りなどのイベント、例えば青森市のねぶた祭りの期間には多くのクルーズ客船が寄港している。

¹¹ 国土交通省「2019年の我が国のクルーズ等の動向（調査結果）」

https://www.mlit.go.jp/report/press/kaiji02_hh_000252.html

ホテルシップで「クルーズワーケーション」

—クルーズ客船の活用による経済波及効果—

椋山女学園大学 現代マネジメント学部 現代マネジメント学科 2年

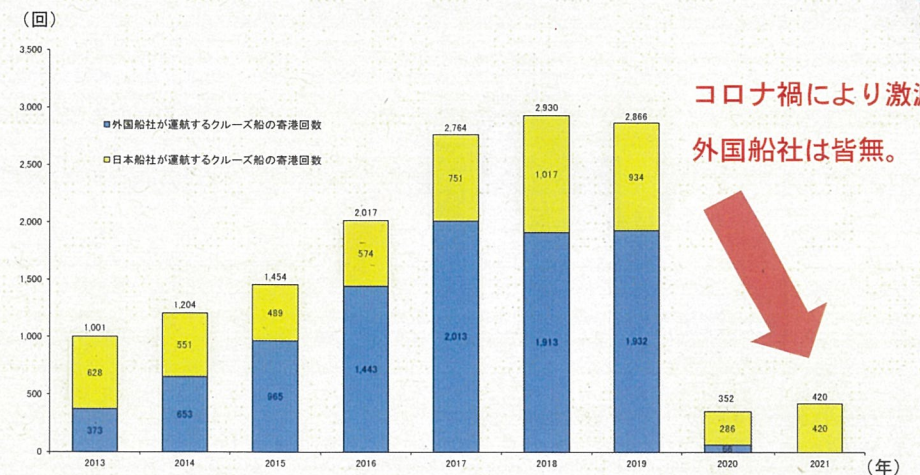
池村 すみは 石川 梨夏 大塚 伊織 大塚 紗織 川野 菜々美
川村 結愛 木下 梨花 高植 雪乃 滝岡 なつみ 松本 結

目次

- 01 事業背景
- 02 目標・課題
- 03 ターゲット
- 04 事業内容
- 05 事業戦略
- 06 地域・環境への影響

事業背景

日本へのクルーズ客船の寄港回数



コロナ禍により激減。
外国船社は皆無。

2018年から日本船社の寄港が急増しているのは、2017年10月から瀬戸内海で「ガンツウ」の運航が始まったことによる。

新型コロナウイルス感染症によるクルーズ客船への影響

2020年2月にクルーズ客船ダイヤモンドプリンセス（乗客・乗員3711人）の船内で感染者が確認される

→712人が感染、うち14人が死亡

メディアによる連日の報道

→感染リスクが高いという**マイナスのイメージが定着**

→大型のクルーズ客船に対する見方は厳しくなった

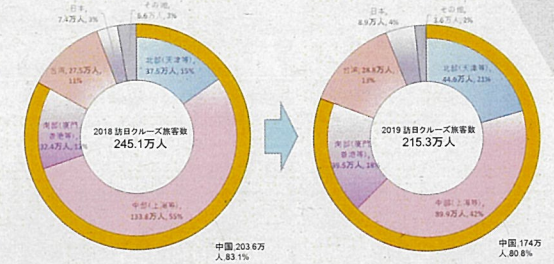
5

アジア・日本のクルーズ市場の推移

▶ コロナ禍前の2019年の訪日クルーズ旅客数は**215万人**

→うち、中国発のクルーズ旅客数は**174万人**

▶ 2019年の日本国内のクルーズ人口は過去最多の**35.7万人**

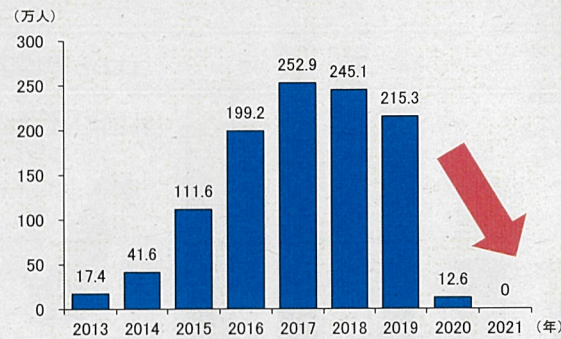


外国船社の運航するクルーズ船の出発国別 訪日クルーズ旅客数

2019年のインバウンドは過去最高の**3,188万人**

6

クルーズ客船による外国人入国者数



政府は「明日の日本を支える観光ビジョン」で2020年にクルーズ客船によるインバウンドを**500万人にすることを目標**にしていた。

しかし、コロナ禍により**激減**。

※ 法務省出入国在留管理庁の集計による外国人入国者数で概数（乗員除く）。

※ 1回のクルーズで複数の港に寄港するクルーズ船の外国人旅客についても、（各港で重複して計上するのではなく）1人の入国として計上している。

7

目標・課題

8

目標1：運航できないクルーズ客船の活用

コロナ禍で運航が停止したクルーズ客船をホテルシップとして活用する。

(ex) 廃船が決まればしゅいっくびいなすをホテルシップにする。

寄港できない外国船社のクルーズ客船をホテルシップとして活用する。

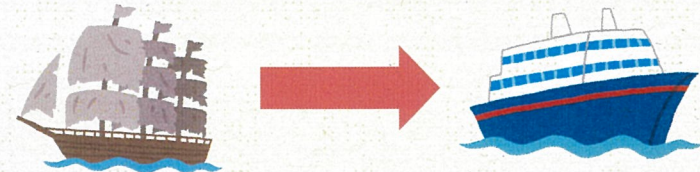
(ex) カタールでのワールドカップでのホテルシップ
イギリスの客船「クイーン・エリザベス2」→アラブ首長国連邦のドバイ
「クイーン・メリー」→アメリカのカリフォルニア州
ロングビーチホテルになっている

9

目標2：クルーズ客船のイメージ改善

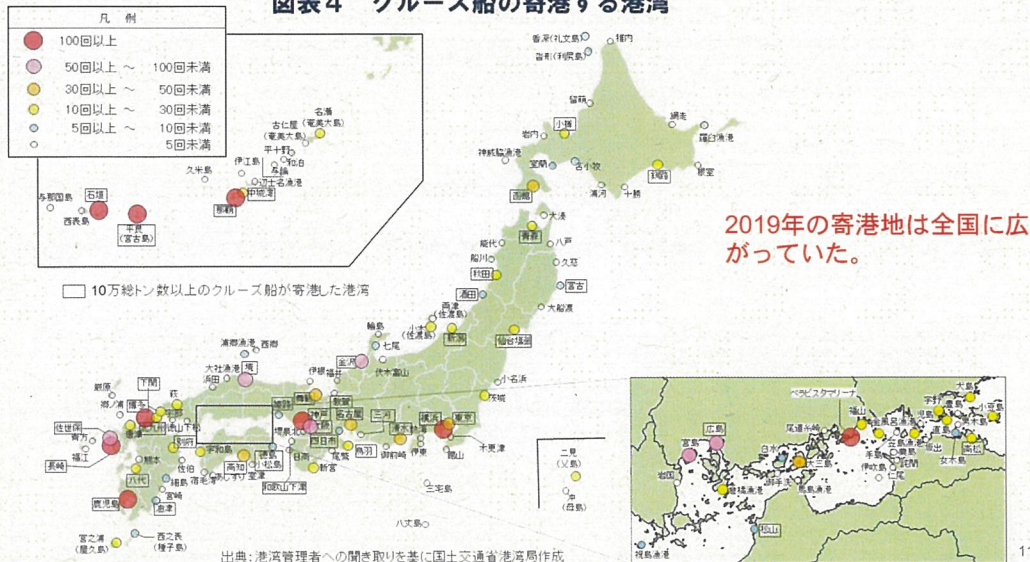
コロナ禍で悪いイメージとなったクルーズ客船を知ってもらう機会とする。

クルーズ客船は悪くない。コロナが悪い。



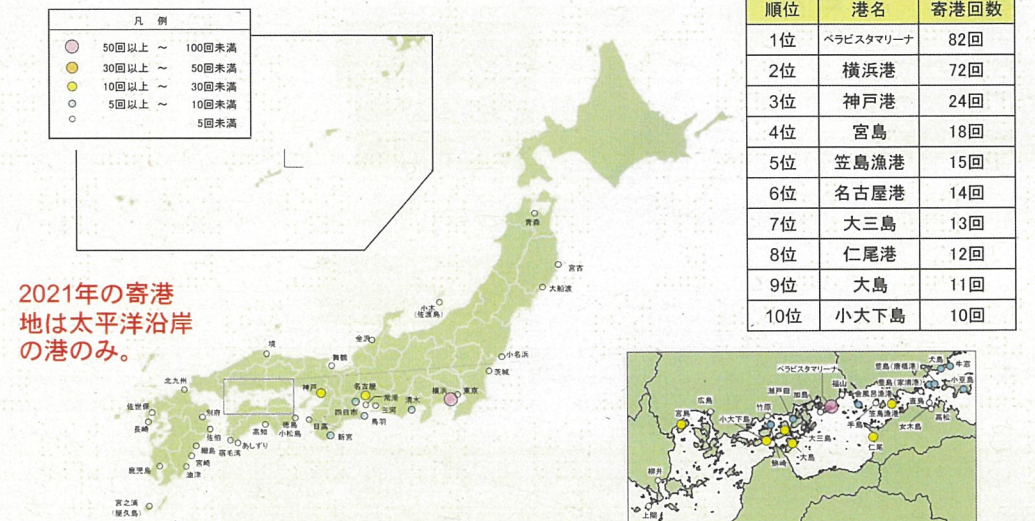
10

図表4 クルーズ船の寄港する港湾



11

図表4 クルーズ船の寄港する港湾



12

目標3：寄港地の増加

寄港が皆無となった港への寄港を回復する。

寄港地へ経済波及効果をもたらす。



ターゲット

クルーズ客船市場の構造

市場の中心は割安なカジュアルクラス

ラグジュアリークラス
約5%

プレミアムクラス
約15%

カジュアルクラス
約80%

日本ではクルーズ客船は豪華客船という誤解があるが、世界の市場では約2割のみ。

世界の市場の約8割は、低価格なカジュアルな客船で身近な存在となっている。

ジャンボジェット機のような大型機によって海外旅行が普及したのと同様に、大型のカジュアルクラスのクルーズ客船の普及でクルーズ旅行が低価格化し、普及している。

ターゲット

TARGET
01

ワーケーション客

TARGET
02

若者の女性

TARGET
03

イベント客

クルーズワーケーション

観光振興としてワーケーションが注目されている。

理由：観光産業の振興だけでなく、働き方を変えることで、**生産性**や**創造性**を高める。

単なる旅行ではない、新しいアイデアが浮かぶ旅行

(ex) 観光列車を利用したワーケーション
異業種との交流による**共創**

そのための「クルーズワーケーション」

クルーズ旅行でもよいが、それができない状況を考えて
「ホテルシップ」とした

17

ターゲット1

ワーケーション客



食事やアトラクション、イベントを楽しみながら仕事することで特別感を出し、**仕事への意欲が増す**。
→企業研修等を船内で行うことで団体客を増やす

18

クルーズワーケーションに必要なこと

01 無料で**Wi-Fi**を提供できる。

02 **コワーキングスペース**の設置。

03 休憩に**おいしい食事**や**アトラクション**が楽しめる。

今までにない新しい環境で仕事ができるため、**クリエイティブ**（創造的）や**イノベティブ**（革新的）な考えが浮かびやすくなる

19

具体的な事例

チームビルディング研修として、広い船内をめぐる
オリエンテーリング

異業種の交流による**共創**

船内のビュッフェ食堂で食べながら飲みながら交流

クルーズ客船では乗船時に新型コロナウイルス感染症のPCR検査が行われており、感染者は乗船できないことから、「**バブル方式**」で安全な状態で滞在できる。



20

ターゲット2

若者の女性



- ▶ 船内での
アフタヌーンティー
- ▶ アイドルやアーティストのライブによる「**押し活**」
→ 経済波及効果が期待できる。

芸能人によるコンサートは多くのクルーズ客船で行われている。

21

ターゲット3

イベント客



- ▶ 漫画やアニメで人気のあるワンピースとのコラボ
ex)客船をサウザンドサニー号仕様にする
参考) ディズニークルーズ
- ▶ コスプレ

アニメや声優のイベント、コスプレのクルーズはばしふいっくびいなすで行われている。

22

ターゲット3 (MICE)

MICE

- ▶ MICEを開催し、クルーズ客船をホテルシップとして滞在施設にする。

ex)横浜港のパシフィコ横浜のホール・会議室、展示施設等で開催

名古屋港の金城ふ頭の国際展示場で開催
(金城ふ頭には宿泊施設はない。)

Meeting (会議・研修)、Incentive travel (報奨・慰安旅行)、Convention (国際会議・学会)、Exhibition・Event (展示会・イベント) の略

23

事業内容

24

事業内容

既存の豪華クルーズ客船

- ①価格が高い
- ②旅行期間が長い



- ①価格は一泊8千円~1万円
- ②食事代や施設の利用料も含まれる**オールインクルーシブ**
- ③ホテルシップのため**短期利用も長期利用も可能**

外国船社のカジュアルクラスのイメージ

25

エネルギー消費量、
CO₂排出量の削減

長期間の停泊
(滞在)

環境への負荷が減少

経済波及効果 大

26

特徴

クルーズワーケーションの優位性

- ①**海の上**で仕事ができるという特別感
- ②**ビジネスホテル程度の価格**でシティホテル並みのサービスを受けられる
- ③シティホテルに比べて**娯楽設備が多く**、**気分転換**がしやすい
- ④食事は**毎食提供**され、かつ料金に含まれている

27

擬似カジノ

- ▶クルーズ客船ならではのカジノを体験できる
- ▶ポイント制
- ▶獲得数に応じて次回の予約を割引

顧客の獲得



外国船社のクルーズ客船内のカジノ



28

クルーズのテーマ例

- ① ジャニーズクルーズ（コンサートや握手会を開催する）
- ② アニメ祭典コスプレクルーズ
（人気アニメのコスプレをして乗船する）
- ③ アフタヌーンティークルーズ
（アフタヌーンティーを船内で楽しむ）



29

港の活用

コロナ禍になって港が使われていない。



- ・道の駅のような地元の食材をあつめた市場
- ・屋台を集めたお祭り
- ・映えスポット
- ・地元のおいしいごはんのフェス



30

事業戦略

31

マーケティング戦略

- ▶ 「豪華客船だけど、豪華客船ではない。」というキャッチコピー
→豪華客船という言葉に萎縮していた人の興味を惹きつける
- ▶ クルーズ客船に乗ったことのない人が多いという現状
→市場の伸びしろがある

↓
市場の拡大



32

市場規模

世界のクルーズ人口
約3,000万人



日本クルーズ人口 (2019)
35.7万人 (海外での乗船を含む)



市場の拡大

国内クルーズ人口 (2019)
11.8万人

日本船は飛鳥II、にっぽん丸、ぱしふいっくびいなすの3隻のみ、かつぱしふいっくびいなすは廃船となる。



33

想定する地域

コロナ禍以前にクルーズ客船の寄港が多かった地域
横浜、神戸、静岡、九州・沖縄の各港等



急激に減少した寄港の受け入れを回復

これまでクルーズ客船の寄港は少なかったが宿泊需要は多い地域
名古屋等の大都市圏



宿泊施設の選択肢の1つとしての利用が可能

34

観光資源が乏しいなどの理由で寄港が実現しなかった地域



ワーケーションやホカンスにより地元の住民による利用が期待できる



クルーズ客船のホテルシップとしての停泊が可能になる

ホカンスとは、遠くに旅行に行くのではなく、自分が住んでいる身近な地域のホテルでバカンスを楽しむこと

35

事業展開の可能性

従来のクルーズ客船

金銭的・時間的余裕のある高齢者



新規事業展開のクルーズ客船

カジュアルなスタイルでエンターテインメント性やテーマ性を高める

ファミリーや若者に客層を広げ市場拡大→クルーズ産業の発展へ



事業のSWOT分析

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	強み(strength) ・既存のクルーズ客船の活用	弱み(weakness) ・燃料費の高騰や円安によるクルーズ商品の価格の上昇
外部環境	機会(opportunity) ・コロナ禍で旅行に行けなかったため、旅行に行きたいという需要が増えている ・ワーケーションブーム ・働き方改革 ・SDGsへの関心の高まり ・統合型リゾート整備推進法によるカジノの容認 ・マスコミでクルーズ客船が紹介される機会の増加	脅威(threat) ・コロナ禍 ・クルーズ客船へのマイナスイメージ ・円安 ・エネルギー価格の上昇

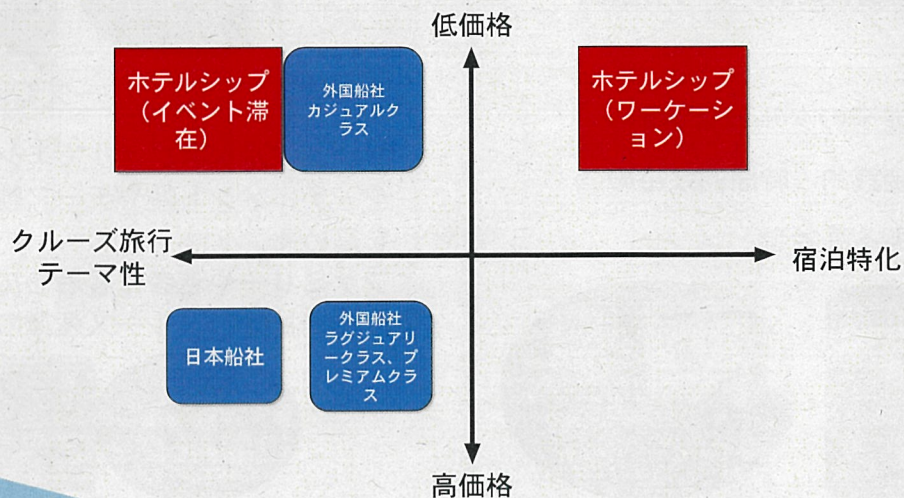
37

クロスSWOT分析

		内部環境	
		機会(opportunity)	脅威(threat)
外部環境	強み(strength)	・ワーケーション客向けのホテルシップ	・クルーズが再開されると、クルーズができるワーケーションに需要を奪われる
	弱み(weakness)	・燃料費等のコスト上昇による採算性への懸念 ・円安による影響	・クルーズ客船への根強いマイナスイメージによる集客の困難

38

ポジショニング戦略



39

地域・環境への影響

40

自治体、関係団体への貢献

寄港地の地域振興

寄港地の特産品を使用し
地域の**魅力**を伝え**消費を広げる**

ホテルシップへの乗船後も、ファン
となって購入してもらえる



41

自治体、関係団体への貢献

交通機関の利用

クルーズ客船の停泊地まで
バス・タクシー・鉄道・航空などを使用する

- ▶ フライ&クルーズ
- ▶ レール&クルーズ



42

自治体、関係団体への貢献

コロナ禍で業績が悪化したクルーズ船社にとっては、まとまった収益の確保

長期停泊（滞在）によって、一度の寄港で数千人単位の乗客が利用する



43

自治体、関係団体への貢献

長期間の停泊（滞在）による貢献

ホテルシップは長期間の停泊（滞在）となるため、通常の1日だけの寄港よりも寄港地に**多くの経済波及効果をもたらす**

長期の停泊を促進するために、**港湾使用料の減免**や**燃料や水・食料の補給の優遇**を行う。



44

地元への経済波及効果を大きくするために

クルーズ客船＝食事等も含むオールインクルーシブ



宿泊のみ可能に

- ①料金をより安くすることで集客
- ②船外での食事を楽しむことを選択可能に

日本の温泉旅館では一泊二食付きが主流であったが、素泊まりも可能となっている。同様に、クルーズ客船でも食事を別とすることで選択肢を増やす。

45

地元への期待される効果

効果 1

クルーズ客船外での
食事クーポンの提供

↓
旅行客が寄港地の飲食店
を利用

↓
地元への経済波及効果
が増大

46

地元への期待される効果

効果 2

港地の食材利用

↓
その土地の魅力発信

↓
自宅へ戻ってからも
取り寄せによる継続
的な購入につながる

47

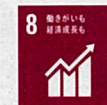
具体的なSDGsへの貢献

地域振興
雇用を増やす

ワーケーションでワークライフ
バランスを実現し、健康増進
創造性・生産性の向上

施設整備
町全体の環境整備

港の整備
海への興味関心を高める
海洋環境への配慮



48

想定されるリスク・課題とその対応策

法整備

クルーズ公害

観光公害

気候変動

49

対応策

法整備

旅館業法やカボタージュ規制の緩和

特に、カボタージュ規制によって外国船社のクルーズ客船には、一回のクルーズで必ず外国の港に寄港が義務付けられており、緩和が必要。

50

対応策

観光公害

主なターゲットはワーケーションであるため
乗客が観光地に集中することはない

51

対応策

クルーズ公害

- ▶ 排気ガス、騒音
停泊のため、航海中の移動に比べて少ない
- ▶ 廃棄物
港で定期的に回収できる。
- ▶ 波による海岸・岸壁の浸食
停泊中は移動がないため、波は発生しない

52

対応策

気候変動

台風

港を離れて安全な港に移動

53

まとめ

コロナ禍でクルーズ客船の運航は停止した。

2023年、世界のクルーズ客船の運航は再開されている。日本への外国船社の寄港も予定されている。

日本のクルーズ業界も再開に向けて大きく動き出すべきであり、そのためにホテルシップは大いに有効である。



ご清聴ありがとうございました



- ・寄港数等の図表は国土交通省「2019年の訪日クルーズ旅客数及び我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数について(確報)」、「訪日クルーズ旅客数及びクルーズ船の寄港回数(2021年確報)」に基づいている。
- ・写真は寄港地の現地調査にて撮影したものを使用している。
- ・イラストはいらすとや、ソコスト、shigureni,loosedrawingを使用している。

55