

# プリンセス・クルーズから見た クルーズ振興

平成26年11月20日  
「ザ・シンポジウムみなとin札幌」  
株式会社カーニバル・ジャパン  
代表取締役 木島 榮子

# プリンセス・クルーズ日本市場参入

- \* 2013年 4月～7月 外国客船として初めて、長期間日本市場に配船。
- \* 相次ぐ大型客船の誕生により、ヨーロッパ、カリブ海等供給過多  
新しい市場の開拓が必要
- \* 消費者にとっても新しいデスティネーションが必要
- \* 日本は高齢者社会、65歳以上の人口が23%  
健康で、経済的に安定、個人の預貯金も高い、生活水準も欧米並み  
ソースマーケットとしてのポテンシャルが高い  
大型船40隻投入可能なマーケット
- \* 日本の寄港地には観光地としての魅力がある
- \* 外国人にとっても魅力あるフライ&クルーズ商品を提供可能

# 2013年サン・プリンセス 横浜発着クルーズ

\* 2013年 「サン・プリンセス」就航

総トン数: 77,000トン、

全長: 270メートル

乗客定員: 2020名



\* 横浜発着クルーズ:

期間: 4月27日~7月23日 88日間

10日間クルーズ 9出発

\* 参加者の30%は外国人

# 2014年2隻投入 日本市場本格参入

- \* 運航期間 4月～10月 6ヶ月間に延長
- \* 発着港： 3港設定 横浜、神戸、小樽
- \* 集客目標設定人数： 100,000人
- \* 中型客船サン・プリンセスと日本生まれの大型客船  
ダイヤモンド・プリンセスとの2隻体制
  
- \* シニア層に加え若年層、現役世代向け商品提供
- \* 夏の定番クルーズ アラスカ・クルーズを目標
- \* 日本マーケット用に日本語サービスの充実、日本食、  
すしレストラン、日本人従業員、 展望風呂の新設

# ダイヤモンド・プリンセス 横浜発着

\* **ダイヤモンド・プリンセス:**

総トン数: 116,000トン、全長 290メートル、

乗客定員: 2670名、乗務員 1100人

\* **運航期間:** 2014年4月17日～10月15日 6か月間

\* **横浜発着:** 21出発

世界遺産後・済州島と台湾周遊 10日間

北海道周遊とサハリン クルーズ 10日間

日本の古都めぐりと釜山クルーズ 10日間

日本の温泉地めぐりと済州島 10日間

他



# サン・プリンセス 神戸発着

\* 神戸発着：2014年 4月29日ー6月24日 2ヶ月間

関西圏の市場開拓目標

日本人参加者 85%~90%

\* クルーズコース：

美ら海の沖縄、石垣島、奄美 台湾クルーズ 9日間 6出発

九州周遊と韓国・世界遺産の地クルーズ 9日間 1出発

# サン・プリンセス 小樽発着

- \* 小樽発着： 2014年 6月28日～9月24日 3ヶ月間  
関東中心に、関西、九州等全国からのフライ&クルーズ市場開拓  
北海道地場の市場も期待
- \* クルーズコース  
北海道周遊とサハリン クルーズ 8日間 12出発  
(小樽、函館、室蘭、釧路、知床半島クルーズ、網走、コルサコフ、小樽 )
- \* 土曜日出発・土曜日帰着 の8日間  
若年層、夏休み家族旅行、現役世代  
夏のアラスカ・クルーズを目標

# 発着港としての条件の課題

- \* 大型客船接岸可能かどうか
- \* 客船専用バースの有無
- \* スムースなCIQ対応可能なターミナルの有無  
入国管理官の人数、 X線手荷物検査装置、
- \* 大型客船客の荷物の出し入れスペースの有無
- \* 寄港地観光用のバスの駐車スペースの有無
- \* 空港、最寄駅、市内へのアクセス
- \* 観光地としての魅力
- \* WIFI環境等

# 小樽港



- \* ターミナル機能 大型仮設テント
- \* 乗下船客のスムーズな荷物検査と受け渡し
- \* スムースな出入国検査
- \* 広い観光バス駐車場
- \* 街中までの便利な公共バス
- \* 港湾関係者、市民等の官民一体の歓迎



# クルーズ船寄港による効果

## \* 寄港地の経済効果大

港湾関係等収入、地場での食材、バンカーオイル等の購入

寄港地及び後背地への観光収入

地場でのショッピング等の収入

(プリンセス・クルーズ 2013年のシーズン3か月間)

乗客、乗務員の消費合計：725百万円

乗客+乗務員 1回の平均消費額 ¥10,000～¥20,000

## \* 地域住民との交流、ボランティア、地域活性化に貢献

## \* インバウンドビジネス(外国人観光客)への貢献

# 北海道クルーズの問題点

- \* 大型客船の客船受け入れ港の確保  
物流港での共存
- \* 大型化客船の寄港地観光の受け入れ態勢  
バスの確保、英語・中国語等のガイド確保
- \* Fly & Cruise 商品開発のための航空便対策  
定期便、LCC, 海外からの直行便等
- \* 北海道民のクルーズへの啓蒙活動

# 市民見学会

港	回数	総参加者数	サン・プリンセス	ダイヤモンド・プリンセス
小樽	3 回	200人	50人x2回	100人x1回
函館	3 回	300人	100人x1回	200人x2回
室蘭	1 回	100人	100人x1回	0
釧路	2 回	200人	100人x1回	100人x1回
網走	1 回	100人	50人x2回	

# プリンセス・クルーズ効果

- \* TVコマーシャル、紙媒体での宣伝広報活動によるクルーズの認知度アップに貢献
- \* クルーズに対する認識の変化  
高い、日数が長い、退屈、日本語が通じない  
→→以外に料金が安い、日本発着は身近、荷物の心配が無くても  
楽な旅行、車椅子でも参加可能
- \* 多様なクルーズ商品の提供、選択肢の増加
- \* 日本船への相乗効果
- \* 2014年度の参加者： 54%初めてのクルーズ  
64%又乗船したい  
クルーズは非常に満足度の高い商品

# 日本のクルーズ市場の将来性

- \* アジアのクルーズ市場との競争
- \* 政府、地方自治体一体となった誘致活動
- \* 客船の大型化に対応、港湾設備の充実
- \* スムースなCIQ対応
- \* 新しいソースマーケット、若年層客の開拓
- \* インターナショナルな客への対応（ビザ、言葉）
- \* 観光地としての魅力、アクセス、インフラ整備
- \* 大型客船対応のバス確保、ガイドの確保
- \* 新しい寄港地の開拓

# おわり

