

## 第6回クルーズ振興部会 記念講演会

日時：平成22年2月4日（木）18：45～19：40

場所：釧路市観光国際交流センター 2F 視聴覚室

演題：「クルーズ事情と寄港地に期待すること」 ～お客様が楽しめる寄港地へ～

講師：JTB北海道 法人営業札幌支店 営業企画マネージャー 加藤 武

出席者：36名

### <講演要旨>

このような機会を与えていただき、感謝申し上げます。

本日は旅行会社からの視点でお話をすすめさせていただき、最終的には皆様と一緒に考えていきたい。

サブタイトルで「お客様が楽しめる寄港地へ」としたが、寄港地で「何を楽しんでもらうか」が重要。

クルーズも観光も一緒に、お客様は何か目的があって旅行をする。そこでしか体験できない「何か」を考えていきたい。

JTB北海道として取り組んでいる「飛んでクルーズ北海道」は、商品化してから4年たち、新しいチャレンジで企画を進めているところ。

上海～ウラジオストッククルーズの「レジェンド・オブ・ザ・シーズ」の商品造成にも取り組んでいる。

乗船客が寄港地に期待するのは何か？岸壁の「賑やかし」ではない。そこでしか体験できないものに期待している。

クルーズ船は一度にたくさんの人を運べ、船でしか行けない船ならではの場所に行ける。寝て起きると寄港地。多くの人に理解をしてもらっている。

アラスカクルーズを例に話す、アラスカの玄関口のケチカンは、常に3~4隻のクルーズ船が停泊している。ホテルはトータルで370ベッドしかないが、5~9月の観光客の来客数は100万人にもものぼる。クルーズ船は動くホテル。

北海道はこういうものを目指してはどうか（アラスカは北海道と似ている）。

アラスカの成功事例をマネしてはどうか（JTB北海道もマネをしている）。

日本のクルーズ人口はこれから増えていく可能性が大きい。実際、昨年より増えている。

邦船クルーズは4隻あるが、チャーター専用の「ふじ丸」を除き、サービスは殆ど同じでラグジュアリータイプ。

ロイヤルカリビアン・インターナショナルとプリンセスクルーズは一泊（込み込み）で最低1万円位から幅広の料金設定だが、邦船クルーズは最低3万円台以上と高い。色々と価格で選べると良い。

欧米との比較では、日本の参加年代はシニア層。欧米はファミリー層（三世代がターゲット）。船に乗って、船で楽しむのがクルーズ。低価格ならなお魅力的。

クルーズは、寄港地への経済波及効果が大きい。何としても来てもらうという取り組みが必要。

クルーズマーケットの問題点（仮説）として、一つは間違ったイメージ（高額な商品で一般の旅行者に馴染まないなど）が根付いている。旅行会社も認識不足ではないか。船社のパンフレットを使っただけの販売、本当にそれで良いのか。クルーズ商品のパンフは多くの販売店で後ろの方に置かれている。

例えば、北海道内のクルーズ人口を増やすため、九州のクルーズをフライ&クルーズ商品として北海道で販売するなど、もっともっと工夫でき、巻き込めるのではないか。

また、関係者間の連携も欠如しているのではないか。クルーズ船社が航路（寄港地）を選定し、旅行会社に投げる。旅行業者は商品化するため、企画を地域の行政（自治体）等に相談するが、「それはできない」となる（真ん中の旅行会社が困る）。

このようなときに地域一丸の「クルーズ協議会」の存在意義がでる。日頃から地域で何ができるかを考えていくことが重要。また、マーケット拡大への努力が必要となる。

JTB北海道と商船三井客船さんの「飛んでクルーズ北海道」は、船社・旅行会社・行政（自治体）の三つが全ての寄港地で一体となり、うまくいっている事例である。

「飛んでクルーズ北海道」は、さらなる運行回数の拡大や定期・定点クルーズを目指しており、日本のみならず、外国（とりわけアジア）からのお客さんを増やしたい（すでにマレーシアや台湾から各30名程度の予約もある）と考えている。

また、ロイヤルカリビアン・インターナショナルと話をしてきたところ、「何とか日本の寄港地を北に持ってこられないか」と言うことで「小樽」に入港することとなったが、全国各地での販売は150名となり、釧路からのお客様も10名程度いる。

今後はもっともっと大きな船を釧路へ持ってきていたいと考えている。

関東から北海道へお客を持ってくるのに都合が良い港は、「函館」と「釧路」になる。

「釧路港」は極めてポイントの高い港であり、将来的に検討していきたい。

お客様が楽しめる寄港地とは何か。期待は、まず「非日常」。そして「観光・食・文化」だが、やはり一番の目的は「観光」ではないか。

「ここに来ないとできないものは何か」がポイントとなる。食は何を食べたいか（食べさせたいか）。リピーターが望む伝統文化とのふれあいはどのように。地域に行って学びたい人への対応（どの様な著名人が居て、どうだったのか）も考えたい。

利尻町では比較的年配の乗船客を意識して「子供たちの踊り」や「中学生の発表会」などを実施している。

他の地域では体験できないもの、魅力あるものの「創造」は、旅行業者と行政（自治体）、地域が一緒にやっていかなければ達成できない。

アラスカでは数多くのオプションツアーができあがっている。成功事例をマネすることが一番の近道。

何のために「賑やかし」をするのか。「歓迎してくれるから」と言う理由だけで「行きたい」という人はいない。

JTB北海道は、次世代のクルーズのお客を育てたいと考え、学生（中学生、小学生、幼稚園）にお願いし、「おもてなしイベント」へ参加してもらっている。

「フリープラン」の企画に当たっては、幅広く色々なものを参考に考えていったら良い。

ポイントは、「ここへ行ったら何がみられ、何ができる」など。

魅力あるコンテンツを提供いただければ、調味料を加えて作らせてもらう。一緒にアイデアをフラッシュしていこうではありませんか。

クルーズ船社は、クルーズ商品がマンネリ化しないよう、航路（寄港地）をどんどん代えることがある。

従って、「ここへ行ったら〇〇を体験できる」などの良いプランがあればクルーズ船は必ず寄港するので、まずは、旅行会社に相談していただきたい。

そして、船社と利害関係が一致する旅行会社から船社に提案させる。うまく旅行会社を使って「誘致」につなげていただきたい。

JTB北海道の「加藤」に言っていただければ、全力で対応したい。是非、旅行会社とともに（他の旅行会社も含め）良いものを作り、全国へ発信しようではありませんか。

本日の話のポイントは三つ。

①連携が大切と思っている。是非、協議会を活用して意見交換を行っていただきたい。

②アイデア、企画がでたら、それをすぐに実施していただきたい。

網走の事例だが、乗船客へのフリープランで「ジャガイモ掘り」を企画した。結果、最初の利用者は6名と全然ダメであったが、実施したことにより新たなアイデアが生まれ、新しい企画となり、次の展開へつながっている。

③無料で奉仕するのではなく、有償のプランとしていただきたい。

お金をしっかり取って（軍資金じゃないが次に使えるように）次の企画へ投資し、育て上げていくと良い。さらに発展し、誘致活動は盛り上がる。

## <意見交換>

1. 釧路では7月下旬から9月上旬に三つの大きなお祭りがある。このお祭り開催時にクルーズ船に寄港していただければ、乗船客に色々と楽しんでもらえる。

については、「飛んでクルーズ北海道」が小樽～利尻・礼文～網走を航路として、丸4年継続し便数も拡大してきているが、次年度以降に1便で良いので釧路を起・終点として苫小牧、室蘭、函館のいずれかをワンラッチして小樽港に寄港する北海道の下回りコースを創設し、北海道周遊ができるフライ&クルーズとして「飛んでクルーズ北海道」を拡充・商品化できないか、ご検討いただきたい。

○「飛んでクルーズ北海道」は、将来の定期・定点航路を目指し、色々と検討している。

これまでは、「飛んでクルーズ北海道」の第一便に併せ、「横浜～小樽航路」を組み、最終便につながる「小樽～サハリン航路」を組んで来ているが、どちらの商品も好調である。

しかし、「一番始めに釧路に入ってつなげる」という検討はあると思う。より良い商品とするため検討したい。

釧路で何ができるのか、是非、地域で考えていただきたい。

以 上