

神戸港エリアにおけるクルーズ客船の乗船客の
円滑な動線の確保に関する調査

報 告 書

平成28年3月
国土交通省 神戸運輸監理部

目次

第1章 調査の概要	1
Ⅰ 調査の基本的な考え方とねらい	1
Ⅱ 調査の概要	2
Ⅲ 本調査の背景となった取組について	3
第2章 調査報告	5
Ⅰ 神戸における観光及びクルーズの動向の現状把握	5
1. 調査概要	5
2. 調査結果	6
3. まとめと今後の方向性	11
Ⅱ 神戸の客船ターミナル及び観光スポットにおける動線等の外国人目線での検証	12
1. 調査概要	12
2. 調査結果	14
3. まとめと今後の方向性	30
Ⅲ クルーズ乗船客の動線等に対する満足度調査	32
1. 調査概要	32
2. 調査結果	33
3. まとめと今後の方向性	34
Ⅳ 観光施設等における意識に係る調査	35
1. 調査概要	35
2. 調査結果	36
3. まとめと今後の方向性	41
Ⅴ 受入体制の整備に係る他港での取組の調査	42
1. 調査概要	42
2. 調査結果	43
3. まとめ	56
第3章 課題の解決に向けて	57
Ⅰ 個別調査の結果を踏まえた課題の抽出	57
Ⅱ 課題の解決に向けた方向性	58
資料編	資料1～31

I 調査の基本的な考え方とねらい

神戸は、みなとまちとして栄え、その歴史・発展の経緯や現在の町の雰囲気等から観光地としての認知度は高く、国内外の多くの観光客が来訪する観光地となっており、クルーズ客船も年間100回程度の寄港がなされ、多くの乗船客が訪れている。

近年、アジアの経済発展を背景としてアジアを拠点とするクルーズが大きく増加するとともに、クルーズ客船も大型化していることから、乗船客数も大幅に増加しており、訪日外国人旅行者の増加にも寄与している。これらの状況を受けて、クルーズ客船の受入環境の整備が求められており、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」においてもそのことが位置づけられている。

神戸運輸監理部においては、2014年度に「神戸の活性化に向けたクルーズ客船誘致のあり方に関する調査」を実施しており、その中で、神戸港に寄港するクルーズ客船の乗船客へのおもてなしについては、多言語表記も含めて地域の受入体制が十分でないことが判明し、様々な提言を行ったところである。

また、訪日外国人旅行者数の大きな増加に伴い、その受入体制の早急な整備を図るべく、観光庁が「訪日外国人2000万人の受入に向けたブロック連絡会」を各地方ブロック単位で設置して検討を進めており、関西ブロックについては、その下部機関として「外航クルーズ船対策WG」を設置して検討を行っているところであるが、その中で神戸港も含めた関西の主要港における客船ターミナル及び観光地への案内等の多言語表記の必要性が課題とされたところである。

そこで、昨年度の調査等において、クルーズ客船見学者及び受入施設等から不十分である旨指摘された項目や多言語表記の案内等、円滑な動線等の現状について検証を行い、観光関係施設等の意識や受入体制との乖離性を分析することにより、クルーズ客船の乗船客の円滑な動線の確保の方策を検討し、クルーズ客船の受入体制の充実に繋げることを目的とする。

Ⅱ 調査の概要

神戸運輸監理部が、神戸市と連携を図りつつ、以下の5つの個別調査を実施し、これらの調査結果に基づき、円滑な動線の確保及び今後のクルーズ客船の受入体制についての方向性を示した。

- (1)神戸における観光及びクルーズの動向の現状把握
- (2)神戸の客船ターミナル及び観光スポットにおける動線等の外国人目線での検証
- (3)クルーズ乗船客の動線等に対する満足度調査
- (4)観光施設等における意識に係る調査
- (5)受入体制の整備に係る他港での取組の調査

調査実施スケジュール

年月	全体構成	デスクリサーチ	ヒアリングリサーチ	モニター調査
2015年 12月		予め収集できるデータはデスクリサーチにてデータ収集		
	調査設計 - 調査設計確認 - 調査設計確定 - 実査準備		調査設計期間 - 調査課題の確認 - 調査手法の最適化 - 調査準備	
2016年 1月		【調査Ⅰ】1月中旬 ①デスクリサーチ		
			【調査Ⅰ】1月下旬 ②ヒアリング調査	【調査Ⅱ】1月31日 外国人モニター調査
2016年 2月	調査期間			
		【調査Ⅴ】2月中旬～ ②デスクリサーチ バルセロナ港	【調査Ⅴ】2月中旬 ①ヒアリング調査 東京港	
	データ整理・分析期間 ※一部調査		【調査Ⅳ】2月下旬 ヒアリング調査-1	
2016年 3月			【調査Ⅲ】3月4日 クルーズ乗船客満足度調査	
	とりまとめ報告		【調査Ⅳ】3月上旬 ヒアリング調査-2	
			【調査Ⅵ】 各調査Ⅰ～Ⅴまでの分析及び検討	

Ⅲ 本調査の背景となった取組について

2014年度に実施した「神戸の活性化に向けたクルーズ客船誘致のあり方に関する調査」では、神戸港におけるクルーズ客船誘致の取り組みをさらに充実していくための課題を明らかにしており、このうち本調査に関連する内容は以下のとおりである。

Ⅵ. 神戸港におけるクルーズ客船誘致拡大に向けた課題

これまで見てきたクルーズ市場の現状、神戸におけるクルーズの現状、クルーズ船社の意識及び他港の事例研究に基づき、神戸港におけるクルーズ客船誘致の拡大に向けた課題の整理を行う。

2. 受け入れ施設等における対応

(2) クルーズ客船の乗船客への対応

受け入れ施設等におけるクルーズ客船への対応を考える場合、クルーズ客船の乗船客も含めた訪日外国人全般への対応について考えることが必要である。外国人対応について、受け入れ施設等に対して行ったアンケート結果によると、免税や外国語でのおもてなしについて対応できていない施設等が多いことから、外国人対応の充実に向けた取り組みを行うことが必要であり、そのためには以下のことが課題として挙げられる。

- ① 免税店の拡充
- ② 外国語パンフレット等の作成
- ③ 接客における外国語対応

3. 魅力的な観光拠点としてのアピール

クルーズ客船の誘致においては、神戸という土地そのものが持つ魅力のほか、広域観光等における拠点としての魅力、地域内での動きやすさなど、寄港地及び発着地として優れていることを効果的にアピールすることが必要であり、そのためには以下のことが課題として挙げられる。

- ① 初回訪問者とリピーター双方に訴求できる観光地の魅力の磨き上げ
- ② 神戸市と兵庫県及び隣県との広域連携による魅力的な広域観光ルートの造成
- ③ 地域、顧客層などターゲットに応じたプロモーション
- ④ 船内での観光情報の発信
- ⑤ 観光地へのアクセス情報の発信
- ⑥ 個人旅行者へ配慮した交通アクセス等の充実
- ⑦ Wi-Fi環境の整備
- ⑧ 案内表示の整備

「神戸の活性化に向けたクルーズ客船誘致のあり方に関する調査」報告書（2015年3月）より抜粋

また、「訪日外国人2000万人の受入に向けた関西ブロック連合会」の下部機関である「外航クルーズ船対策WG」においては、クルーズ客船の受入体制の整備におけるインバウンド対応という観点での課題等について2015年12月にとりまとめており、このうち本調査に関連する内容は以下のとおりである。

市町村・地域等	神戸港（第四突堤、中突堤）
課題	ホスピタリティ向上
現状・課題	[現状] ショアエクスカーションには参加せず個人で観光を楽しむ乗船客が増加していることから、多言語によるパンフレット類の提供やインフォメーションにおける観光案内の充実が必要であるが、大型クルーズ客船の入港時には、大量のパンフレット類や多数の観光案内スタッフが必要となり、大きな負担となっている。さらに、乗船客の多国籍化に伴い、英語・中国語・韓国語以外の言語対応が必要となっている。 [課題] 客船ターミナル等における多言語表示等が必ずしも十分ではない。
取組方法	客船ターミナル等における多言語表示等の情報提供基盤の適切な配置・充実 <取組主体>神戸市、近畿地方整備局、神戸運輸監理部 <目標年度>2015年内（可及的にすみやかに対応）
取組の成果	現在は、クルーズ客船の乗船客の国籍等に応じた言語のパンフレット・案内看板を設置して対応しているが、2015年度に神戸運輸監理部と神戸市が連携して「神戸港エリアにおけるクルーズ客船の乗船客の円滑な動線の確保に関する調査」を実施し、当該調査で抽出される具体的な改善策をもとに、さらなる改善を図る。

訪日外国人2000 万人の受入に向けた関西ブロック連絡会「外航クルーズ船対策WG」年末とりまとめ（2015年12月）より抜粋

I 神戸における観光及びクルーズの動向の現状把握

1. 調査概要

(1) 神戸における観光動向の現状把握

- 内 容：・観光スポット、観光施設の入込客数等の基礎データの収集・整理・分析
・観光客の動向に関するデータの収集・整理・分析
- 調査手法：①デスクリサーチ
既存の資料とデータから入込客数や観光客の動向等の情報を収集整理し、現状及び課題を整理した。
[検証資料]
 - ・兵庫県観光客動態調査報告書
 - ・神戸市産業振興局の各種調査資料
 - ・神戸市「神戸創生戦略」（2015年10月、以下「神戸創生戦略」という）
 - ・観光庁の訪日外国人に関する各種調査資料
- ②ヒアリング調査
訪日外国人の神戸への来訪及びそれへの対応の状況並びに課題等について関係団体等にヒアリングを行い、現状及び課題を整理した。調査を行う際には、観光の一般的事項だけではなく、神戸港エリアやクルーズの動向について情報が重点的に収集できるよう努めた。
[ヒアリング先]
 - ・神戸市産業振興局観光コンベンション部観光コンベンション課
 - ・神戸国際観光コンベンション協会

(2) 神戸におけるクルーズ受入等の現状把握

- 内 容：神戸におけるクルーズ受入に係る以下の項目についての整理・分析
 - ・クルーズ客船誘致の取組の現状とその成果、課題
 - ・クルーズ客船受入関連の今後の取組・課題と目標
- 調査手法：ヒアリング調査
[ヒアリング先]
 - ・神戸市みなと総局みなと振興部振興課

2. 調査結果

(1) 神戸における観光動向の現状把握

①外国人観光客の動向

デスクリサーチ	2014年＝74.5万人であり、2019年の目標値＝110万人。（「神戸創生戦略」より） 2015年数値は、まだ公表されていないが、日本や関西地域全体の伸び率から推計すると、大きな伸びがあったのではないかと考えられる。 - 神戸を訪問する外国人の国籍は、府県別の外国人延べ宿泊者数データから類推すると、東アジア4か国地域（韓国、中国、香港、台湾）で、かなりの割合を占めると思われる（P7図表1参照）。
ヒアリング	- 日本人、外国人全体の神戸での宿泊者は増加傾向にあり、これは外国人の宿泊者増加が寄与していると分析している（P7図表2参照）。 - クルーズ客船で来訪する訪日外国人客は、年間約7万人と推計。

②外国人観光客誘致の体制等

デスクリサーチ	地域全体の観光マネジメントを一本化するプラットフォームとして、地域資源・観光産業の付加価値向上を目指す「神戸DMO」の構築も計画されている。（「神戸創生戦略」より）
ヒアリング	- インバウンド誘致は、神戸市（産業振興局観光コンベンション部）と（一社）神戸国際観光コンベンション協会を中心に実施されている。 - クルーズ客船への対応は、神戸市みなと総局、神戸市産業振興局、（一社）神戸港振興協会、（一社）神戸国際観光コンベンション協会等で構成される、「神戸市客船誘致協議会」により実施されている。

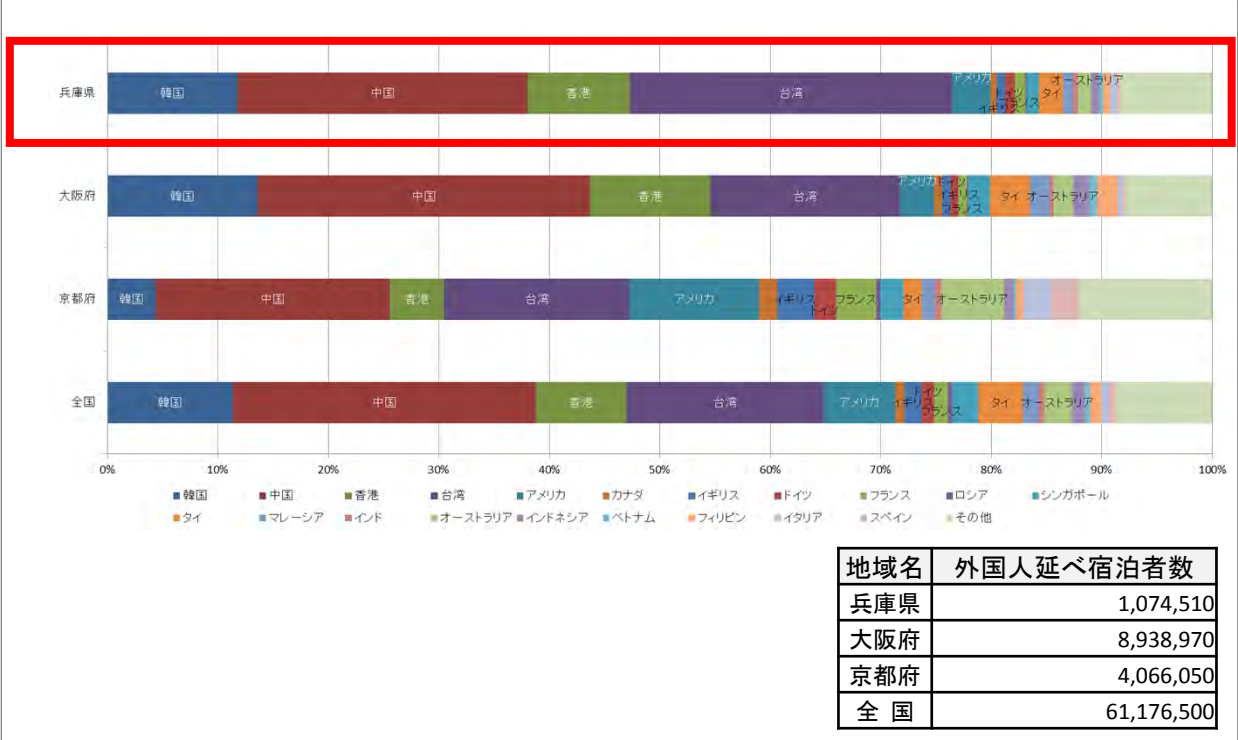
③神戸港への観光客誘客

デスクリサーチ	- 神戸港への観光入込客数は、2014年＝410万人、2019年年目標値＝450万人。新港突堤西地区等の再開発、メリケンパークの再整備、都心からのアクセス機能やまちの回遊性向上を推進し、神戸開港150年記念の取組とともに、ウォーターフロントエリアの魅力を一層引き出す再整備が計画されている。（「神戸創生戦略」より） - 外国客船の年間入港隻数は、2014年＝100隻、2019年目標値＝150隻。クルーズ客船の入港は、国際都市神戸を世界にアピールできる機会であるとともに、インバウンド客による市内経済への波及効果も見込めることから、近年急成長しているアジアクルーズ等の客船誘致に取り組むとしている。（「神戸創生戦略」より）
ヒアリング	神戸市内主要観光地への来訪者数（国内・海外合計・日帰り含む）は、横ばい傾向だが、神戸市街地と神戸港エリアは、増加傾向（P8図表3参照）。

④神戸市の観光客に対応した都市整備計画

デスクリサーチ	都心・三宮の整備、ウォーターフロントの再整備、都心からウォーターフロントへのアクセス機能や回遊性の向上などが計画されている。（「神戸創生戦略」より）
ヒアリング	- 駅と港の間にある、市街地（ダウンタウン）で、外国人観光客が快適に過ごせる雰囲気づくりをしたい。 - 街の文化性に触れることを旅の目的とする人をターゲットとしたい。 - クルーズ乗船客については、他港と神戸港に着いた場合の違いをいかにつくれるかが課題。

図表1 府県別外国人宿泊者割合（平成27年1～12月累計）



観光庁「宿泊統計調査」（平成27年1～12月）より

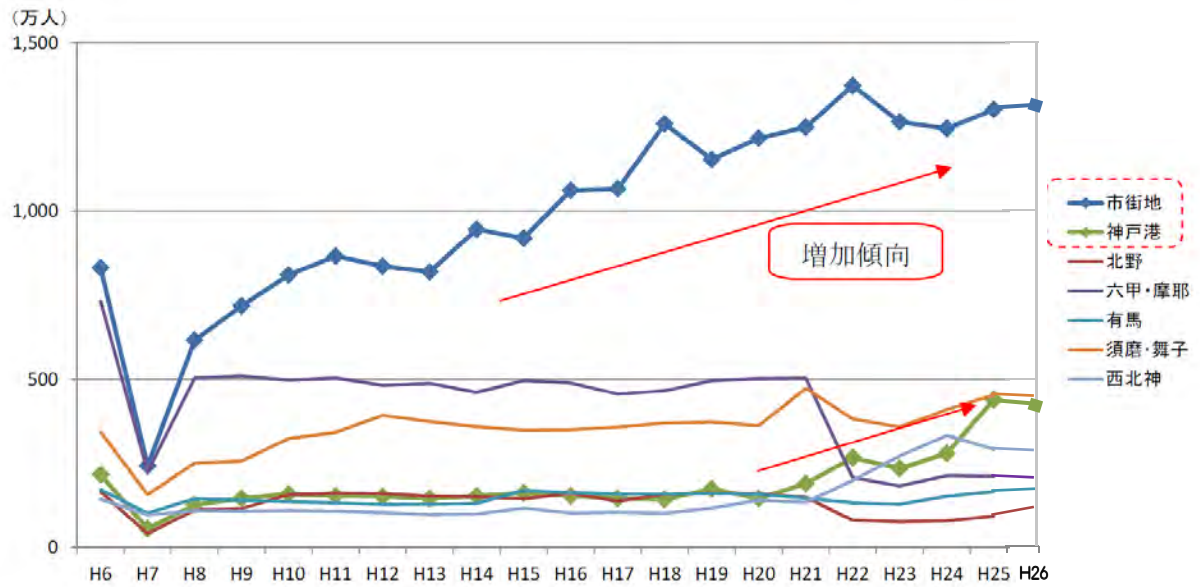
図表2 神戸への入込客数の状況

(単位:千人、%)

項目		対比		平成25年度入込客数		平成26年度入込客数		増減	対前年度比
				入込客数	全体比	入込客数	全体比		
総入込客数				35,730	100.0	35,430	100.0	▲ 300	99.2
日帰り・宿泊の別	日帰り客			30,920	86.5	30,350	85.7	▲ 570	98.2
	宿泊客			4,810	13.5	5,080	14.3	270	105.6
	宿泊客の利用施設別内訳	ホテル		2,902	60.3	3,134	61.7	232	108.0
		旅館		1,242	25.8	1,295	25.5	53	104.3
		民宿・ペンション		0	0.0	0	0.0	0	—
		公的宿泊施設		118	2.5	71	1.4	▲ 47	60.2
		ユースホテル		0	0.0	0	0.0	0	—
		寮・保養所		122	2.5	71	1.4	▲ 51	58.2
		その他		426	8.9	509	10.0	83	119.5
四季別	春（4～6月）			8,425	23.6	8,412	23.7	▲ 13	99.8
	夏（7～9月）			8,095	22.7	7,448	21.0	▲ 647	92.0
	秋（10～12月）			11,624	32.5	10,936	30.9	▲ 688	94.1
	冬（1～3月）			7,586	21.2	8,634	24.4	1,048	113.8

平成26年兵庫県観光客動態調査報告書より

図表3 神戸市内エリア別の観光入込客数の推移



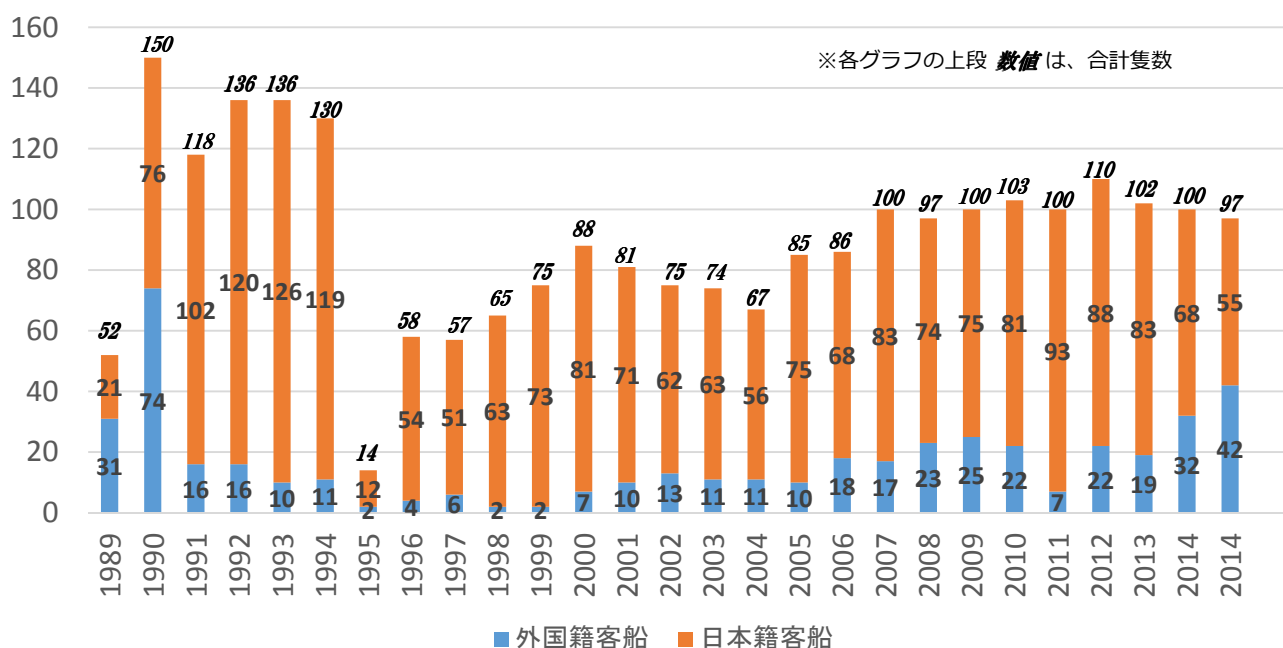
「神戸市観光入込客数」(神戸市産業振興局)より

(2) 神戸におけるクルーズ受入等の現状把握

①クルーズ客船の神戸への寄港の推移

ヒアリング	2007年以降、概ね100隻前後で推移している（P9図表4参照）。 - 外国客船の年間入港隻数は、2014年＝100隻、2019年目標値＝150隻。クルーズ客船の入港は、国際都市神戸を世界にアピールできる機会であるとともに、インバウンド客による市内経済への波及効果も見込めることから、近年急成長しているアジアクルーズ等の客船誘致に取り組む。
-------	---

図表4 神戸港へのクルーズ客船の寄港の推移



神戸市みなと総局資料より

②現状の取組と成果、課題

ヒアリング	2005年に客船誘致専門ポストを神戸市役所内に設置。 - 年間を通じてクルーズ客船入港はあるが、需要期は春と秋。これは、夏は北海道、冬は東南アジアクルーズが増えることが原因と考えられる。 - 中国市場向けには、買い物だけではない層の掘り起こしに努力している。 - 外国船については、ラグジュアリーシップや欧米からのフライ&クルーズを主なターゲットとしている。 - 日本船は、最大ボリュームで、重要と考えている。長年の実績、船会社との信頼関係構築に重きをおく活動を実施。 - 神戸港発のツアー内で、神戸市内への立寄り率をアップさせることが課題。このため、神戸港発オプションツアーに対するニーズを把握できる仕組みづくりが必要。 - クルーズ乗船客に、神戸での観光情報を伝える方法が少ない。
-------	--

③今後のクルーズ誘致の方向性と中長期的な目標

ヒアリング	- 港から市街地まで、おもてなしを切れ目なく連続させており、港だけではなく、街と一体となった空間の創出を目指している（P10図表5参照）。 - 日本のゲートポートを目指したい。 - 経済効果と併せて、神戸市民の港やクルーズに対する認識を深めることも目標。
-------	---

図表5 現状のおもてなし施策

消防音楽隊による歓迎演奏



客船歓迎サポーターによるクルーズ客船のお出迎え



お土産販売



臨時観光案内所・外貨両替
通訳・案内ボランティア KOBE Free Wi-Fiご案内



市街地まで無料シャトルバスを運行



都心商業地でのおもてなし（コンシェルジュ配置等）



神戸市みなと総局資料より

3. まとめと今後の方向性

- ・神戸市への訪日外国人客数は増加しており、今後も拡大を目指す目標が設定されている。
- ・神戸港へのクルーズ客船の誘致についても、今後拡大を目指す目標が設定されている。
- ・クルーズ客船の受入では「神戸市客船誘致協議会」が設置され、関係者や市民が連携した歓迎体制が機能している。今後は、地域の観光マネジメントを一本化するような組織も計画されており、一層の連携強化が望まれる。
- ・神戸らしさ（他港への来港との差別化）の開発は、クルーズ乗船客を含む訪日外国人客に対する神戸の新しい魅力をアピールする機会として、観光側、港湾側両方の関係者で行われることが期待される。

Ⅱ 神戸の客船ターミナル及び観光スポットにおける動線等の外国人目線での検証

1. 調査概要

- 内 容：神戸の客船ターミナルから主要観光スポットまで及び主要観光スポット内の動線における多言語表記や案内等の課題についての調査
- 調 査 手 法：外国人モニター調査
 - ①英語、中国語（簡体／繁体）、韓国語使用者を派遣し、動線上の現状調査を実施（動線調査）。
 - ②動線調査終了後、グループインタビューを実施し、満足度を調査（満足度調査）。
 - ③動線調査及び満足度調査の結果を踏まえ、課題と解決の方向性を抽出。
- 調査エリア：全 言 語：①ポートターミナル～ポートターミナル駅～三宮駅～観光案内所
 ②中突堤旅客ターミナル～シティループバス中突堤停留所
 英 語：三宮～灘地区
 韓 国 語：三宮～有馬温泉地区
 中国語（簡体）：三宮～ハーバーランド地区
 中国語（繁体）：三宮～北野異人館・旧居留地地区



■調査日：2016年1月31日

■調査行程：以下のとおり

全言語者対象調査			
09:30 ターミナル内調査 10:00 ターミナル内～ポートターミナル駅～三宮駅 動線調査			
英語	韓国語	中国語（簡体）	中国語（繁体）
10:30 三宮～ 灘地区 動線調査（往復）	10:30 三宮～ 有馬温泉地区 動線調査（往復）	10:30 三宮～ ハーバーランド地区 動線調査（往復）	10:30 三宮～ 北野異人館地区 動線調査（往復）
11:30～15:00 灘地区調査 （昼食含む） ※神戸酒心館 ※白鶴酒造資料館 等	11:30～15:00 有馬温泉地区調査 （昼食含む） ※金の湯 ※太閤の湯 等	11:30～15:00 ハーバーランド地区 調査（昼食含む） ※「umie」 ※神戸海洋博物館／ カワサキワールド ※神戸ポートタワー	11:30～13:45 北野異人館地区調査 （昼食含む） ※神戸北野美術館 ※風見鶏の館 等 13:45～15:00 旧居留地地区調査
全言語者対象調査			
15:30 中突堤旅客ターミナル内調査 16:00 中突堤～シティループバス中突堤停留所動線調査 16:30 移動・休憩 17:00 グループインタビュー調査（ポートタワーホテル会議室） 18:00 解散			

■外国人モニター：外国人留学生（以下のとおり）

できるだけ外国人旅行者に近い視点を確保するため、外国人留学生に依頼した。

地区	言語	出身国	年代	日本滞在期間
灘地区	英語	イギリス	20代	2年10ヶ月
		ギリシア	20代	2年10ヶ月
有馬温泉地区	韓国語	韓国	20代	約4年
			20代	約2年
ハーバーランド地区	中国語（簡体）	中国	30代	約7年
			20代	3年3ヶ月
北野・異人館 旧居留地地区	中国語（繁体）	台湾	30代	2年9ヶ月
			30代	2年9ヶ月

2. 調査結果

外国人モニターによる街歩き調査を実施した後、モニターが問題として挙げた点をヒアリングすることで調査を補完し、個人の見解によるバラつきを抑える目的と、調査内容の共有化と整理のために全言語の外国人モニターによるグループインタビューを実施。

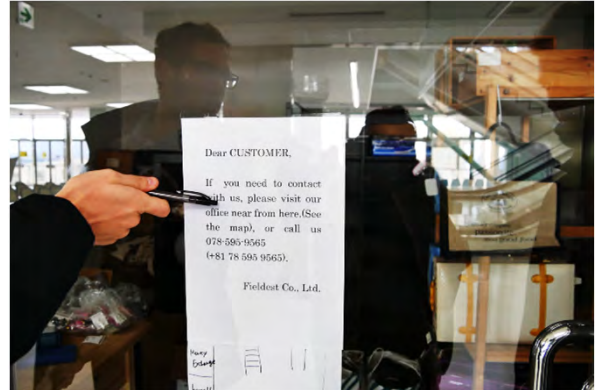
(1) ポートターミナル～三宮（観光案内所）【全言語】



ポートターミナル	共通課題	• 地図が反射して見にくいいため、工夫が欲しい。 • トイレのマークが壁にあるが、混み合った時は見えにくくなってしまう。 • 外国語の案内板が全体的に小さい。 • 全体的に英語の表記は多いが、他の言語が少なく思える。
	言語別課題	• 【英 語】案内表記が間違っている。 • 【韓国語】案内表記が間違っている。 • 【中国語（簡体）】ピクトグラムのみでは分かりづらい。 簡体字・繁体字・日本の漢字が混ざっている箇所がある。 • 【中国語（繁体）】最近ではあまり使用されない古い単語が使われている。
ポートターミナル駅	共通課題	• トイレがない。 • パンフレットが見当たらない。 • エレベーターがない。 • 案内板の字が小さい。 • 駅構内のサインが多言語表記ではないものが多くある。
	言語別課題	• 【中国語（簡体／繁体）】きっぷ売場での中国語表記がない。 運行表のサイネージは中国語があるが一瞬で切り替わるため、読み取れない。
三宮く観光案内所	共通課題	• 外国人には三宮駅は複雑すぎて分かりにくい。 • 観光案内所までの動線が分かりにくい。 • 看板が小さい。 • 観光案内所のピクトグラムが他地域では「i」なのに、神戸は「?」になっている。色も含めて世界でメジャーなものを使ってほしい。 • 観光案内所は「KOBE Information」と英語表記されていたが、具体的に何の案内なのかが分からない。

■ポートターミナルでの調査の様子①

英語が、母国では使われない表記で違和感を感じる



英語が、母国では使われない表記で伝わらない



自分の現在地と表記の現在地の関連性が分かりにくいので、かえって混乱してしまう

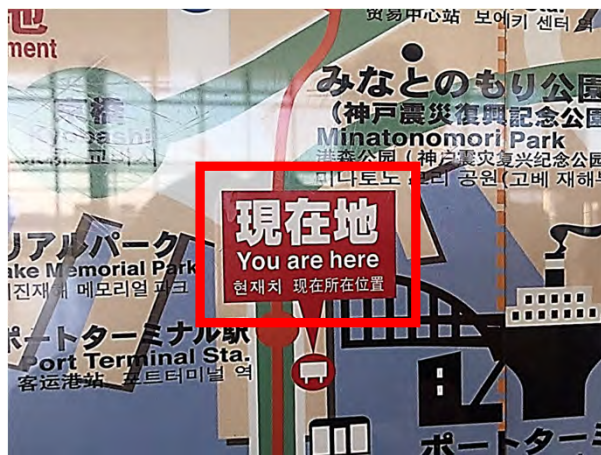


KOBE Free Wi-Fiのログイン方法の表記が分かりにくい



■ポートターミナルでの調査の様子②

韓国語が、母国では使われない表記で伝わらない



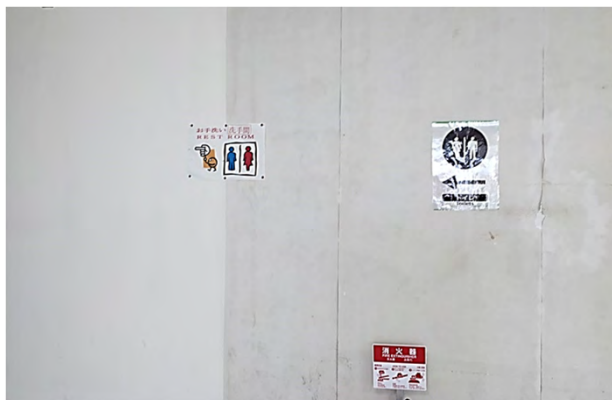
簡体字・繁体字・日本の漢字が混ざっているものもあった



日常ではなじみのないピクトグラムもあるので、ピクトグラムだけの表記では分からないものもある

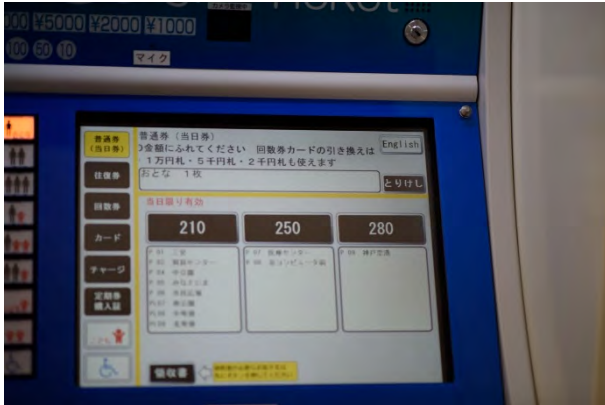


サインの位置やサイズ・表記方法など視認性の低さを指摘



■ポートターミナル駅構内での調査の様子

券売機は日英のみ



運行表のサイネージは多言語だが、切替が早く読み取れない



■三宮駅～観光案内所での調査の様子

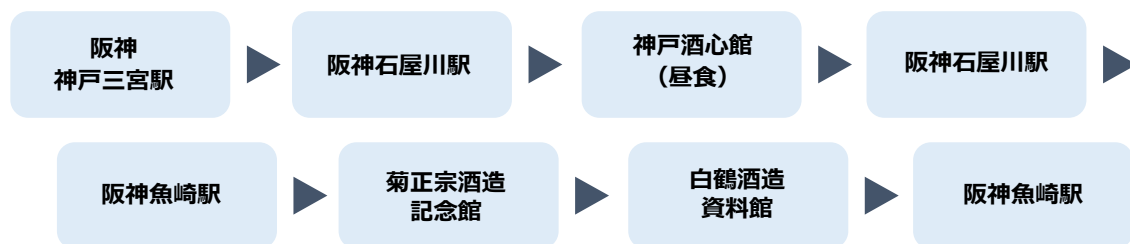
表記サイズが小さく見つけれなかったり、サインの場所が動線上発見しづらいところがあった



別のインフォメーションが隣接していて、サインがややこしい



(2) 三宮～灘地区【英語】



神戸三宮駅	課題	- 案内板が少ないため、動線が分かりにくい。 - 案内板が多言語対応していない。 - Wi-Fiは繋がるが非常に遅い。 - 電車内のアナウンスが多言語化されていない。 - トイレが分かりにくい場所にあり、サインも少なく簡単に見つけることができない。
	評価	
石屋川／魚崎駅	課題	- 駅の案内サインは情報量が乏しく、日本語のみのため分らない。 - 目的地周辺の案内板が少ない。 - 英語のできる駅員がいない。 - 駅でパンフレット等が少ない。 - クレジット対応ではない。 - Wi-Fiは繋がるが非常に遅い。
	評価	
神戸酒心館	課題	- 案内板がほとんどなく、駅から歩いての到着は難しい。コンビニ店員に聞いても施設を知らない状況。 - ATMが少なく、現金を下ろすことが難しい。 <昼食> - パッケージツアー客が多く、個人の旅行者は店に入れない可能性が高い。 - 日本語しかメニューがなく、オーダーするのに苦労した。
	評価	英語でお酒の情報が詳しく書かれており、試飲もおいしく楽しめる内容。
菊正宗酒造記念館 白鶴酒造資料館	課題	- 最寄り駅からの動線が分かりにくい。 - 案内板が少なく、情報量が乏しい。 - Wi-Fiは繋がるが非常に遅い。 - 一部多言語化されていない箇所があった。
	評価	白鶴酒造資料館では、サインもしっかりしており、要所要所に説明の動画があったりして、分かりやすく説明されている。

■三宮～灘地区での調査の様子

英語のできる駅員がおらず、情報が得られない



サインが少なく、詳細が分かりづらい



利き酒を楽しむ調査員



白鶴酒造の施設内は多言語表記で分かりやすい



駅のサインは情報量が乏しく、しかも日本語のみ



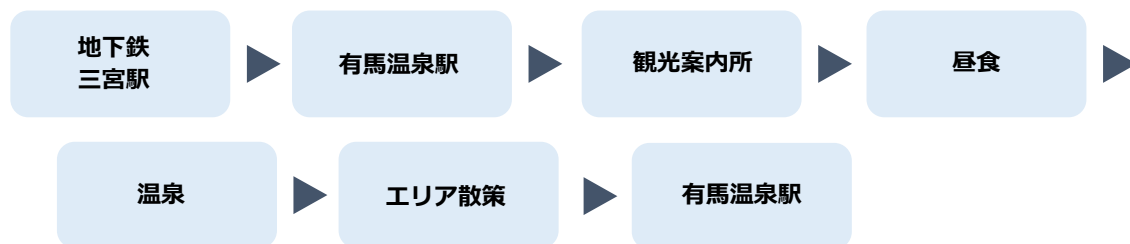
白鶴酒造までの案内板は日本語のみ



昼食のメニューは日本語のみで、料理の内容をスタッフに確認するのに苦労した



(3) 三宮～有馬温泉地区【韓国語】



三宮地下鉄駅	課題	- 案内サインの表記は日英が大半であるため、内容によっては理解できない外国人もいる。 - サインが少なく、トイレを探す時に戸惑う。 - 外の地図は韓国語対応だったが、駅構内の案内は英語が中心となっている。 - インフォメーションスタッフが韓国語対応していなかった。 - Wi-Fiは繋がるが非常に遅い。
有馬温泉駅まで	課題	- 乗換が2回もあるが、外国語での案内放送もなく外国人には難しい。 - 駅及び電車内の停車駅案内の表記は日英対応だが、英語が非常に小さく読みづらい。 - 女性専用車両の表記が日本語のみ。 - 駅の観光案内所の看板が見にくい位置にある。 - 駅のボランティアガイドである旨の表示は日本語のみ。
有馬温泉観光案内所	課題	看板はピクトグラムがなく、日本語のみの表記だったため、観光案内所であることが分かりにくい。
有馬温泉エリア散策	課題	<温泉施設> - 館内では説明サイン等が多言語対応となっていたが、受付のスタッフが多言語対応ではなかったため、チケットの購入に手間取った。 <昼食> - メニューが多言語化されていなかった。 - 多言語対応のスタッフが少ない。 <エリア内の店舗> - 看板によって多言語のものとそうでないものがある。 - クレジットカードが使えない店が多すぎる。 - ATMが少ない。
	評価	- サインは少ないが、案内所で入手できるマップで問題なし。 - 温泉だけでなく、町並みそのものが楽しく、ワクワクする。 - 食べ歩き等散策が楽しかった。

■三宮～有馬温泉地区での調査の様子①

地下鉄の誘導サインは日英のみで小さく、分かりにくい



駅名表記は日英だが、英語があまりにも小さくて見づらい



日本語のみの有馬温泉駅のガイドジャンパー



有馬温泉の観光案内所はピクトグラムがなく、日本語のみの表記で分かりにくい



■三宮～有馬温泉地区での調査の様子②

金の湯外観



柱には、小さいが多言語誘導サインがある



銀の湯外観



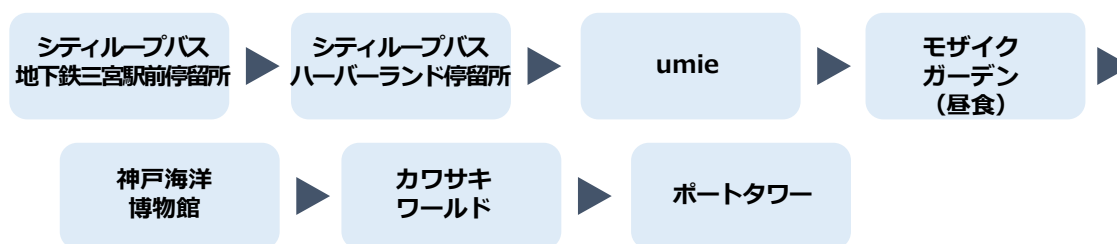
多言語の料金案内が外に設置されている（金の湯・銀の湯両施設とも）



館内では、入浴方法や注意・禁止事項などマナーに関しても多言語化されている（金の湯・銀の湯両施設とも）



(4) 三宮～ハーバーランド地区【中国語（簡体）】



三宮	課題	- 観光案内所での案内が正しく伝わらず、目的地へ行くバスの乗り場を間違えた。 - バス乗り場付近のボランティアが日本語対応のみ。 - バス乗り場周辺にサインが乏しく迷う。
----	----	---

ハーバーランド 境界散策	課題	<umie> - ATMの案内が見つけられず、場所が分かりにくかった。 1枚の看板の中に中国語表記が一部分しかなく、かえって混乱する。 - 中国語の表記が全体的に少ない。 <昼食> - スタッフやメニューは英語対応だが、中国語対応が少ない。 <神戸海洋博物館／カワサキワールド> - 神戸海洋博物館では英語対応のスタッフしかいなかった。 - カワサキワールドでは中国語の表記がない。 - ATMがなかった。 <エリア散策> - 案内板が少ない。 - バス停名の表記が中国語対応していない。 - Wi-Fiが繋がらない。
-----------------	----	---

■三宮～ハーバーランド地区での調査の様子

シティループバスのボランティアが日本語対応のみ



umieのサインは日本語のみのものもあった



ハーバーランドの街中サインは日英サインが大半



シティループバスの多言語誘導サインも一部にはあった（中突堤）



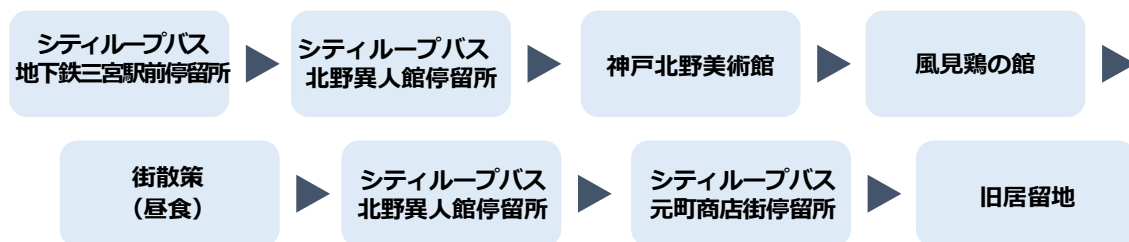
umieのインフォメーションはサービス内容が日本語のみ



散歩もショッピングもできる都心の海辺に評価が高かった



(5) 三宮～北野異人館・旧居留地地区【中国語（繁体）】



三宮	課題	・シティーループバスには多言語のスタッフがいない。 ・車内に多言語のスタッフがいないため、災害や盗難等の緊急時には少々不安を感じる。 ・クレジット対応していない。 ・Wi-Fiが繋がらない。 ・観光案内所での案内が正しく伝わらず、目的地へ行くバスの乗り場を間違えた。
	評価	

北野異人館エリア散策	課題	<風見鶏の館> ・英語スタッフはいるが、中国語スタッフがいらない。 ・Wi-Fiは繋がるが非常に遅い。 <北野美術館> ・パンフレットが日本語だけ。 ・案内板の地図が多言語化されていない。 <昼食> ・中国語のメニューはあり、スタッフも片言程度の中国語には対応。 <エリア全体> ・日本における西洋文化は、説明がないと外国人には興味が持てない。 ・外国語対応のパンフレットやサインが少ない。 ・クレジット対応が少ない。 ・コンビニにしかATMの設置がない。 ・Wi-Fiが繋がりにくい。
	評価	・サインは少ないものの、日本語（漢字）があるため推測できる。 ・このエリアは高台にあるため、景色が素晴らしい。 ・食べ歩きした和菓子もランチも美味しい。日本の食は美味しい。

旧居留地エリア散策	課題	<街歩き> ・異人館から旧居留地への案内板がないため、動線が分かりにくい。 ・街歩きするにもマップ等ツールが少なく、楽しめない。 ・Wi-Fiが繋がりにくい。 <お茶> ・外国語対応のスタッフはいない。 ・外のメニューは写真付きだが、日本語表記のメニューしかない。
	評価	・神戸を代表する洋菓子は、価格が高いのがネックだが味の評価は高い。

■シティループバスでの調査の様子

三宮界限でシティループバスの誘導サインは見当たらず、案内所などで聞かないとたどり着けない



シティループバスの車内では多言語表示がある



■北野異人館での調査の様子

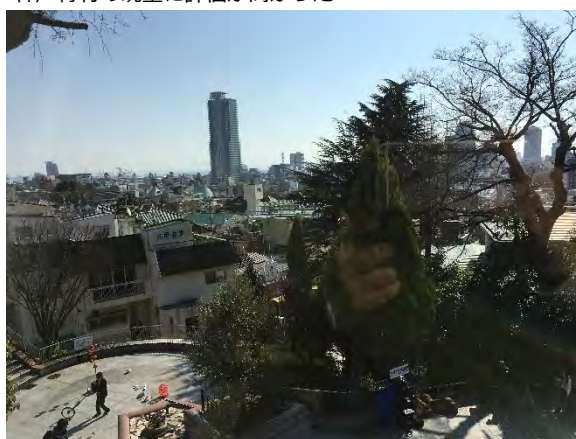
誘導サインや施設サイン、料金表は日本語のみも多い



誘導サインは少ない



神戸特有の眺望に評価が高かった



■旧居留地での調査の様子

メニューに写真があるが日本語のみ



重要文化財の建物等街並みは素晴らしいのに、PRが不足しており、良さが伝わっていない



(6) 中突堤旅客ターミナル～シティループバス中突堤停留所【全言語】

中突堤旅客
ターミナル

シティループバス
中突堤停留所

中突堤旅客 ターミナル	共通課題	- ターミナル内で、外国人には現在地がどこなのか分かりにくい表示となっている。 - ターミナル内での外国語表記がほとんどなかった。
	言語別課題	【中国語（簡体／繁体）】中国語の表記がない。
シティループバス 中突堤停留所	共通課題	- 外に出てからバス停までの動線には、案内もないため分かりにくい。 - 市バスとシティループバスの案内が紛らわしい。
	言語別課題	【英語】シティループバスのバス停到着までの英語案内のサインの表記が紛らわしくて迷う。 【中国語（繁体）】日本の漢字と繁体字とで意味が違うものがあり、内容を理解するのに時間がかかった。

■ 中突堤旅客ターミナルでの調査の様子

ターミナル内の常設サインは日本語のみが多い



複合施設を案内しているこのサインがよく設置されていたが、外国人には現在地がどこなのか分かりにくい表示となっている



■ 中突堤旅客ターミナル～シティループバス中突堤停留所の調査の様子

誘導サインはほぼない



シティループバスの案内がないため、市バスの停留所とシティループバスの停留所を間違える



バス乗り場に掲出されている地図は見やすく、分かりやすい



3. まとめと今後の方向性

○サイン等におけるネイティブチェック及びピクトグラムや色等に係る表記ルールの一

今回の調査では、外国人が母国で使わない表記がされていたり、違和感のある表現や間違いが散見される状況であった。また、ばらつきのある表記や、他エリアと異なったピクトグラム等に対して、分かりにくいとの意見も多く出された。

特に外国人旅行者は日本人よりも得られる情報量が少ないため、正確な外国語表記を行うとともに、ピクトグラムの導入や統一された施設名の表記を行うことにより、的確に誘導しなければならない。そのためには、多言語サイン等を設置する際に、最低限ネイティブチェックを受けて外国人に伝わる内容とすることは必須である。また、2014年3月に観光庁が制定した「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」に基づき、統一されたピクトグラムを用いるとともに、少なくとも日英表記を行うことが必要である。

これらの取組は、観光ルートに関係する自治体や事業者が個々に対応するのではなく、連携して現状のサインを見直した上で、計画的に取り組んでいくことが重要である。

○サイン計画の見直し

ポータターミナル内や三宮の観光案内所への誘導サイン等では、サインが小さかったり、サイン設置の位置が高すぎたり低すぎたりして視界に入らないなど、サインの視認性が低いため案内の機能を果たせていないものが多く見られた。日本ではサインの数は多いが、最適な場所に最適なサイズで設置できておらず、また不要なサインで街の景観を損ねている場合もある。

旅行者が得られる移動関連情報は、誘導サインだけではなく、パンフレットやスマートフォンなど様々である。媒体別の特性を生かして情報を整理した上で、サイン計画自体を見直す必要がある。

○電車やバスにおける乗降等の円滑化

電車の乗換や乗継、バスの乗降等については、本調査でも見られたように外国人旅行者にとって分かりにくく、迷う最大のポイントである。人による説明が不可欠であるため、スタッフの多言語対応が求められる。また、交通事業者が連携し、外国人にとって利便性の高いパスを造成することも、外国人にとっては煩わしい料金の諸問題がクリアできるため有効である。

○Wi-Fi環境の改善

あらゆる施設等でWi-Fiの接続を試してもらったが、なかなか繋がらなかったり、スピードが遅かったりして使いづらいとの回答が多かった。外国人旅行者にとって、スマートフォンなどで情報を入手することは今や必須となっているため、Wi-Fi環境の整備が急がれる。

○クレジットカードへの対応及び両替・外貨対応のＡＴＭの設置

今回の外国人モニターからも、クレジットカードへの対応や両替・外貨対応のＡＴＭについて改善を求める声が多く出た。クレジットカードへの対応や両替・外貨対応ＡＴＭについて、それぞれのインフラ整備は急務である。特にクルーズ乗船客は様々な国を転々とするため、現金よりもクレジットカードの方が利便性が高い。より多くのクルーズ客船を誘致するためには、クレジットカード決済のインフラ整備は不可欠である。

○神戸の楽しみ方を伝えるツールの開発

楽しみ方などに関する多言語対応ができている施設での満足度は高いが、多くの外国人は日本らしさや日本の伝統・文化等に触れたいと考えていることから、西洋化された文化等が多い神戸での観光には興味を示しにくい傾向にある。歴史を説明するツールの整備や体験型プログラム開発を実施するなど、神戸の魅力を伝える工夫をすることにより、もっと満足度の高いコンテンツとなり得る観光スポットやエリアがたくさんある。

Ⅲ クルーズ乗船客の動線等に対する満足度調査

1. 調査概要

- 内 容：ポートターミナルから観光スポットまで及び当該観光スポット内の動線等に係る満足度について、神戸港へのクルーズ客船寄港時に、欧米人を中心とした乗船客に聞き取り調査を実施
- 調査手法：ヒアリング（アンケート）調査
 - ・ターミナル付近にて、帰船時にヒアリング（アンケート）調査を実施。
 - ・調査協力を得やすいよう、スタッフは英会話が可能な着物着用の女性スタッフ2名を配置。
- 調 査 日：2016年3月4日
- 調査対象：「SEVEN SEAS VOYAGER」
 - 総トン数：42,000 t
 - 乗客定員：700人
 - クラス：ラグジュアリー
 - クルーズスケジュール：中国・韓国・日本寄港クルーズ16泊欧米人を中心とし、特に個人で行動した旅行者を選定。27サンプルを回収。
[サンプル属性]
 - 男女比：男性15名、女性11名
 - 年 齢：60才以上22名、50代2名、30代1名、20代1名

3月4日調査した「SEVEN SEAS VOYAGER」



クルーズ乗船客への満足度調査のスタッフ



2. 調査結果

- 本調査では、対象となったクルーズはエクスカーションが含まれたツアーであったことや、無料のシャトルバスがあることから、ポートライナーで移動した旅行者は非常に少なかった。
- フリーで出かけた旅行者の行先の大半が、シャトルバスの発着となる元町界隈と三宮界隈であった。
- 動線に関しては、遠くに移動していないこともあり、特に困っていない。
- 出かけた先での行動としては、街散策や買い物が多く、それぞれ「楽しかった」という声が多い。またターミナルでのショッピングも楽しんでいる。
- 優しさや思いやりに触れ、よい感触を持った人が多い。
- 日本のプロダクツへの信頼度が高く、価格面でも納得している。
- 街のきれいさへの評価が高い。
- 買い物に関して、価格表示が日本語のみで困ったり、外貨対応A T Mが探せず、また決済時にクレジットカードが使えないことで困った経験をした人が多い。

※なお、調査結果の詳細は資料編のP 25～P 31参照。

乗船客に合わせて、英語対応のサインが設置されていた



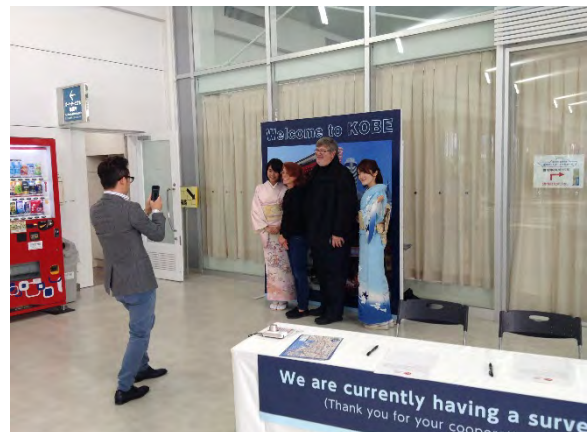
3階の臨時売店



帰船時に回答していただいた



ご協力いただいた外国人乗船客



3. まとめと今後の方向性

○クルーズ乗船客のニーズ把握の必要性

今回エクスカーションに申込みをした人以外の行動については、シャトルバスの発着場である元町付近で下車し、付近を散策・買い物した人が大半であり、神戸の観光スポット等を積極的に楽しんでいるクルーズ乗船客が非常に少なかった。この調査では、対象サンプルの数が少ないため、課題を抽出して一般化することは難しいが、少なくともクルーズ乗船客の動向調査を実施するなどして、行動・趣向等を把握するとともに、どういったことが人気があるのか、何が求められているのかといったクルーズ乗船客のニーズを知る必要がある。

○魅力ある観光コンテンツのPRの必要性

六甲へ行ったクルーズ乗船客の満足度は高かったが、数は非常に少なかった。Ⅱの外国人モニター調査において、神戸には外国人旅行者にとって満足度の高いコンテンツがたくさんあるという結果になっているにもかかわらず、そのようなコンテンツがクルーズ乗船客に選ばれていないことがうかがえる。現状では、観光地サイドからクルーズ乗船客にPRする手段がないことから、クルーズを実施している代理店と観光従事者のコネクションづくりや連携体制の構築が必要である。また、クルーズ乗船客がどのタイミングで次の寄港地の情報を得るのかなど、クルーズ客船の旅行の傾向について調査するなどして、対策を検討することが重要である。

○クレジットカードへの対応及び両替・外貨対応ATMの設置の必要性

クレジットカードへの対応及び両替・外貨対応ATMについて、それぞれのインフラ整備が急務である。

Ⅳ 観光施設等における意識に係る調査

1. 調査概要

- 内 容：観光施設等受入施設におけるクルーズ客船の受入やおもてなしについての意識に係る調査を実施
- 調査手法：ヒアリング調査
- 調査項目：
 - ・クルーズ乗船客の受入やおもてなしに関する現状と課題
 - ・クルーズ乗船客の受入やおもてなしに関する今後の方向性
- 調査対象：神戸市内の各エリアと施設のジャンルを考慮して、以下の対象施設を抽出した。
[対象施設及び調査日]
 - ホテルオークラ神戸（2016年2月25日）
 - 神戸酒心館（2016年3月1日）
 - 大丸神戸店（2016年2月25日）
 - 六甲山観光（2016年3月25日）
 - 金の湯（2016年3月25日）

2. 調査結果

(1) 株式会社ホテルオークラ神戸

＜インバウンドの占める割合＞
・ 宿泊総数の40%が団体、団体宿泊の70%がインバウンド。ただインバウンドはFIT化が進んできている。レストラン利用者においては1割にも満たない。宿泊客はほとんどホテル外で夕食をしている。宿泊客で多いのは台湾。続いて中国・韓国・タイ・マレーシア・香港など。 ・ ただ、最近ではインバウンドの消費行動に若干変化が見られ、ホテル内の売店にも立ち寄る方も見受けられるようになった。
＜受入体制＞
・ 館内表示は日英対応。客室内の案内・レストランメニューなども基本は日英対応。一部のレストランでは中国語メニューも用意しているが、常設はしておらず必要に応じてお渡ししている。フロント・コンシェルジュも日英対応。 ・ ただ、宿泊客に中国系の方が多くなってきたことから、今後中国語での客室内の案内なども必要になってきたと考えている。
＜クルーズ客船があたえる影響（クルーズ客船への期待度）＞
・ 現状、クルーズ乗船客がレストランを利用しているといった状況は、かなり少ないと思われる。 ・ 今後クルーズ乗船客の消費を誘発するためには、クルーズ客船入港時のエクスカーションを企画している代理店の情報が不可欠。 ・ 現在は、クルーズ客船の入港に関する情報はあつたものの、どこの代理店がエクスカーションを担っているかという情報がなくアプローチができないので、ニーズが把握できない状況となっている。ただ、今までこういった代理店から問い合わせもほとんどなかったことから、ニーズがないのではないかと、とも思える。
＜インバウンド（特にラグジュアリー層）に対しての対応＞ ＜インバウンドに対するおもてなしのポイント＞
・ 事前に旅行代理店や添乗員から嗜好・要望を細かくお伺いし、それに見合った対応をするように心がけている。これはカジュアル層でもラグジュアリー層でも同様。具体的な事例で言うと、朝食ブッフェ会場を日本人と分けている。これは日本人に好まれるメニューも外国の方には好まれないものがたくさんあることから（又はその逆）、より嗜好にあわせた対応を実施するためである。
＜インバウンドに向けて神戸全体での取組として期待すること＞
・ 神戸市内での消費金額を上げる仕組みづくりが重要。 ・ 街中の案内表示が質・量ともに不親切なので改善が必要。 ・ 神戸のアピールポイント（ストロングポイント）を明確に訴求。 ・ 神戸ビーフ以外の世界に通用する食の開発。

(2) 株式会社神戸酒心館

＜インバウンドの占める割合＞ 年間来館者約13万人のうち、インバウンドの占める割合は約10%程度。以前は欧米系の方ばかりだったが、ここ数年は台湾・韓国・タイなどを中心としたアジア系の方が増えてきた（先日タイのメディアファームトリップがあった）。ただ、世間で言われる「爆買い」といった感じではない。日本酒（酒文化）は欧米系を中心とした方に、評判が良いような印象を持っている。
＜受入体制＞ - 館内に設置している案内リーフレットは日英対応。酒蔵見学の映像は英語・中国語（簡体/繁体）・韓国語対応。館内表示について、現状では大まかな案内のみ英語表記がある程度。ただしこれから2～3ヶ月の間で館内表示を多言語化していく。対応言語は英語・韓国語・中国語（繁体）・イタリア語・フランス語・タイ語・スペイン語・ドイツ語・オランダ語・スウェーデン語・ロシア語。これらの言語すべてをそのまま表示させることはできない（見えにくい）ので、各言語毎のQRコードを表示させることで対応予定。これに準じてWi-Fiも整備（QRコードを稼働させためにも必要）。現在はKOBE Free Wi-Fiをレストランや店舗に導入しているが、今後は酒蔵見学のエリアや施設内の中庭などに拡大していく予定。 - 免税店にはなっているが、免税に対応した梱包に時間を要するため、大きくは表示していない。外国語対応スタッフは英・仏が1名、英語のみが5名（パートタイマー）。 - 施設として大人数の団体より、20名から30名規模の団体及びFITを中心に対応している。
＜クルーズ客船があたえる影響（クルーズ客船への期待度）＞ - エクスカーションに組み込まれるかどうかポイント。うまくエクスカーションに組み込まれると影響が大きい。これはインバンドやクルーズだけでなく国内旅行においても、旅行の行程に組み入れられることかどうかポイント。ただ、クルーズ客船の入港に関する情報はあるものの、どこの代理店がエクスカーションを担っているかの情報がなく、営業的にアプローチが難しくなっている。 - 直接的な売上も大切だが、同時に来館者が帰国した際の口コミや現地での購入など、来館者を広告塔ととらえるとその影響はさらに大きい。 - クルーズ乗客は施設のターゲットにも合うので期待したい。
＜インバウンド（特にラグジュアリー層）に対する対応＞ ＜インバウンドに対するおもてなしのポイント＞ - 団体の場合はエージェントと打ち合わせをした上で、それぞれの対応を取っている。事例としては普段の試飲では出さないような銘柄の提供や、甘酒の提供など。これはインバウンド・日本人、ラグジュアリー・カジュアルに関係なく、その都度協議をしながら実施をしている。 - 来る日程が決まっている場合は、あらかじめ外国語対応スタッフを配置するなどの対応を実施。 - FITに対しては、前記の多言語化表示を推進することにより、少しでも長く施設を楽しんでいただけるようにしていく。
＜インバウンドに向けて神戸全体での取組として期待すること＞ - エクスカーションに組み込んでもらうことを期待したい。クルーズ客船の寄港日程だけではなく、波及力の大きいエクスカーション情報の事前公開を望む。 - 港に出店して販売するだけでは展開が小さいので、いかに港から市内各施設に人が誘導できるか、といった仕組みづくりを行政として全体で考えていただきたい。

(3) 株式会社大丸松坂屋百貨店 大丸神戸店

<インバウンドの占める割合> - 大丸神戸店における免税カウンター取扱額は、全売上額の2%弱程度。同じ大丸でも大阪地区の店舗と比較すると低く、神戸はインバウンドの消費額が低いという認識を持っている。 - 訪問国で多いのは中国で続いて香港・台湾・韓国・タイの順番。前年はタイが多かったが、本年は減少している。
<受入体制> - 館内に設置している店内案内リーフレットは、日本語・英語・中国語（簡体/繁体）・韓国語。外国語版は免税案内も兼ねた構成としている。店内案内表示は一部日英表示だが日本語のみの表示もある。今後も多言語化については検討していく（「免税カウンター」の表示は日本語・英語・中国語（簡体/繁体）・韓国語）。 - ストレスフリーな買い物環境の整備の一環として、銀聯カード決済端末の増設や、ウィチャットペイメントでの決済などを実施している。
<クルーズ客船があたえる影響（クルーズ客船への期待度）> - クルーズ客船が入港する際、神戸市に大丸付近とポートターミナル間で無料シャトルバスを運行していただいているが、シャトルバス利用のお客様がなかなか来店につながらない。 クルーズ客船の乗船客を誘客するためには、クルーズ客船入港時のエクスカーションを企画している代理店の情報が不可欠。過去、あるクルーズ客船のエクスカーションを担っている旅行代理店とタイアップし、エクスカーションに組み込んでもらったところ、一定の成果があがった。 - ただ、クルーズ客船の入港に関する情報はあるものの、どこの代理店がエクスカーションを担っているかの情報がなく営業的にアプローチが難しくなっている。 クルーズ乗船客の大多数が神戸港に入港しながら京都・大阪等へ向かってしまい、神戸市内での滞留者が少ないという認識を持っている。
<インバウンド（特にラグジュアリー層）に対しての対応> まだインバウンドの占める割合が小さいものの、購買額単価が他店と比較して高いのが大丸神戸店の特徴。過去、台湾やタイからのお客様で数百万円の、買い物をしていただくような方もいた。今まではこのようなお客様に対して粗品を贈呈する程度の対応だったが、3月16日から一定以上の金額を購入いただいたお客様に対して、VIPカードを発行し数年間にわたって特典を提供する仕組みを開始する。
<インバウンドに対するおもてなしのポイント> インバウンドだからといって特別扱いをしたり、身構えたりすることなく日本人のお客様と同様に自然な対応をすることが重要と考え、そのように心がけている。
<インバウンドに向けて神戸全体での取組として期待すること> - クルーズ客船の誘致も重要だが、誘致したクルーズ客船から神戸市内での消費金額を上げる仕組みづくりがより重要になってくる。このような取組は単体の店舗だけでは限界があり、やはり神戸全体としての取組が重要なポイントとなるため、行政主体で街ぐるみの取組となるよう働きかけてほしい。 「消費額の向上⇒各受入施設のインバウンド（クルーズ）への期待度向上⇒各受入施設のおもてなし、受入体制の向上⇒さらなるインバウンドの誘客・消費額の向上」といった良いサイクルになるように期待したい。

(4) 六甲山観光株式会社

＜インバウンドの占める割合＞ - 施設が複数にわたり、FITも多いため正確な数値は掴めないが、かなりのスピードでインバウンドは増えてきている。訪問国で多いのは、団体旅行の場合、台湾・韓国・香港・タイ・インドネシア。会社としても5年ほど前から海外への営業活動を実施している。主な営業先の国は台湾・韓国・香港・マレーシア・インドネシア・シンガポール。営業方法としては商談会への参加・海外観光展への出展・現地旅行エージェントへの直接セールスなど。 - 今後さらに営業を強化していきたい。国によって嗜好が異なるので、その嗜好に最も合った施設をフックに他施設やプランを組み合わせ、回遊性やシーズンの通年化を目指したい。
＜受入体制＞ - 受入ツールとしては、六甲山の各施設を紹介した総合的なパンフレットを制作し設置している。言語は英語・中国語（繁体）・韓国語。自社の六甲山にある施設全体は、概ねこのパンフレットで理解できる内容となっている。個別施設としては、六甲オルゴールミュージアム、六甲高山植物園の2施設について多言語パンフレットを作成している。 - また、FIT向けとして、神戸市営バスの一部系統・ケーブルカー・山上バスの交通手段と、山上の各施設の入場割引特典を組み合わせた「ROKKO TOURIST PASS」を昨年4月より販売開始した。 - サイン類については、日英の2言語表示を基本としている（多言語になりすぎると各表示が小さくなってしまう）。まだ日本語のみの表示箇所もいくつかあるが、サイン類の更新のタイミングに合わせて、順次変更予定。
＜クルーズ客船があたえる影響（クルーズ客船への期待度）＞ 過日ある大型クルーズ客船のエクスカーションに組み込まれ、約80台のバスに来てもらったこともあった。大阪観光との組み合わせで夜景観光として来るケースもある。このようにエクスカーションに組み込んでもらえることが重要なので、日本側の旅行エージェント数社に営業をしている。今後、情報があればさらに営業先を広げていきたい。
＜インバウンド（特にラグジュアリー層）に対する対応＞ - ラグジュアリー層に限った話ではないが、団体向けに閉館後の六甲オルゴールミュージアムを貸し切り、説明員をつけたオルゴールの特別コンサート、オルゴールの組み立て体験でクルーズ客船の船名や日付を特別に入れたオルゴールの提供、六甲ガーデンテラスで夜景＋神戸ビーフの満喫といった、特別感を演出できるような各種プランを展開している。 - いずれにしても営業活動により、現地のニーズを踏まえたプランを展開するよう心掛けている。
＜インバウンドに対するおもてなしのポイント＞ 重複するが、現地のニーズを把握したプランの作成や、現地の嗜好に合わせた売り場づくりなどを実施している。外国人スタッフ（営業担当で1名）や海外営業担当のスタッフが、売り場表示の方法などをアドバイスしている。また、六甲スノーパークでは今シーズンから外国人向けスキーレッスンを実施した。こういった現地のニーズや目線を踏まえた展開が重要と考えている。
＜インバウンドに向けて神戸全体での取組として期待すること＞ 難しい部分も多々あると思うが、神戸に来る前に神戸の情報を乗船客に提供できる方法や仕組みを検討してほしい（例えば船内でのパンフレットの設置・配布など）。この部分はなかなか民間企業では難しい。

(5) 有馬本温泉 金の湯・有馬温泉 銀の湯

<インバウンドの占める割合>

- FITの把握は難しいが、全体の約5%がインバウンド団体客。FITを含めると約10%程度がインバウンドではないかと推察している。ここ数年、かなりの勢いで伸びてきている。
- 訪問国で多いのは、団体では台湾・韓国、FITでは台湾・韓国・香港が多い。欧米系はかなり少なく、来られていても日本人が同行している場合がほとんど。

<受入体制>

- サイン類は英語・中国語（簡体/繁体）・韓国語で展開。営業というよりルールやマナーの告知・注意喚起として掲示している。外国語対応ができるスタッフはいない。
- また、インバウンド向けに今まではただ単に入浴における注意事項を書いたものを渡していたが、**最近、漫画・イラストを使って説明するリーフレットを制作し配布しており、よく読んでいただけるようになった。**

<クルーズ客船があたえる影響（クルーズ客船への期待度）>

<インバウンド（特にラグジュアリー層）に対する対応>

<インバウンドに対するおもてなしのポイント>

- 日本人と異なった対応は実施していない。当施設は観光地にあるものの公衆浴場であり、ありのままの日本に触れたい外国人が集まってくる。そのため、日本人を含めた**マナーの向上を図り、みんなが気持ちよく同じ空間を共有できるようにすることが最大のおもてなしとなる。地元利用者・日本人観光客・インバウンドの皆が共生できることが一番重要と考えている。**

<インバウンドに向けて神戸全体での取組として期待すること>

- 事前に日本的なマナーの啓蒙を図ってほしい。

(参考) イラストを使った入浴方法説明のリーフレット



3. まとめと今後の方向性

○受入体制

言語面では英語化は大半ができており、さらにその他言語の多言語化も進みつつある。特にアジア系の観光客が増加している施設が多く、免税対応をはじめとする様々なニーズやサービスに応えるなど、言語以外の受入体制も整い始めている。

○ラグジュアリー層への対応

ラグジュアリー層に対する特別扱い施策を実施している店舗も出てきている。

○クルーズ乗船客へのアプローチの必要性

クルーズ乗船客に積極的にアプローチしたいが、アプローチ先の情報が少ない、エクスカーション情報を事前に入手できないなど、到着後のツアー実施についての情報がないという意見が多い。

○神戸での滞在時間を長くするための取組の必要性

神戸での滞在時間が短く、京都・大阪に向かうクルーズ乗船客が多くなってきている。港から市内施設への誘導の仕組みづくりを官民協力して実施する必要がある。また、街中の案内サインが不親切との意見もあり、改善する必要がある。

そのため、神戸のアピールポイント（ストロングポイント）を訴求するとともに、神戸ビーフ以外の世界に通用する食の開発など、現状のコンテンツだけでなく新たな魅力づくりのための開発を行うことが重要である。

V 受入体制の整備に係る他港での取組の調査

1. 調査概要

- 内 容：他港におけるクルーズ客船の受入体制について調査を実施
- 調査手法：①ヒアリング調査
②デスクリサーチ
- 調査項目：
 - ・クルーズ客船に関する基本データの収集、整理と分析
 - ・クルーズ客船の受入体制と取組
 - ・先進事例等参考としている他の自治体、港、施設等
 - ・クルーズ乗船客の動線に関する取組と整備状況
- 調査対象：アドバイザーや専門家からの助言等により、参考にすべき港を選定し調査。
 - ①ヒアリング調査
 - 東京港：2020年に予定されている東京オリンピック・パラリンピックを踏まえ、外国人観光客の増加が見込まれる。また近年ポートセールスを盛んに実施している。
 - [ヒアリング先]
 - ・東京都港湾局
 - ・(一社)東京都港湾振興協会
 - ②デスクリサーチ
 - バルセロナ港：欧州でのクルーズのハブとなりつつある港であり、市街地と港が近接している点が、神戸と類似している。

2. 調査結果

(1) 東京港

① 東京港の概要

【晴海ふ頭の概要】

所在地：東京都中央区晴海5丁目7番1号
岸壁延長：456m
バース数：2
水深：-10m
ターミナル延床面積：17,650㎡

【大井水産ふ頭の概要】

所在地：東京都大田区東海5丁目3番5号
岸壁延長：450m
水深：-12m
※現在は、土日祝祭日のみ、レインボーブリッジを通過できない大型客船を受け入れている。普段は貨物ふ頭であるため、あくまで暫定的なふ頭として活用。ポートサービスとしてシャトルバスを運行している。

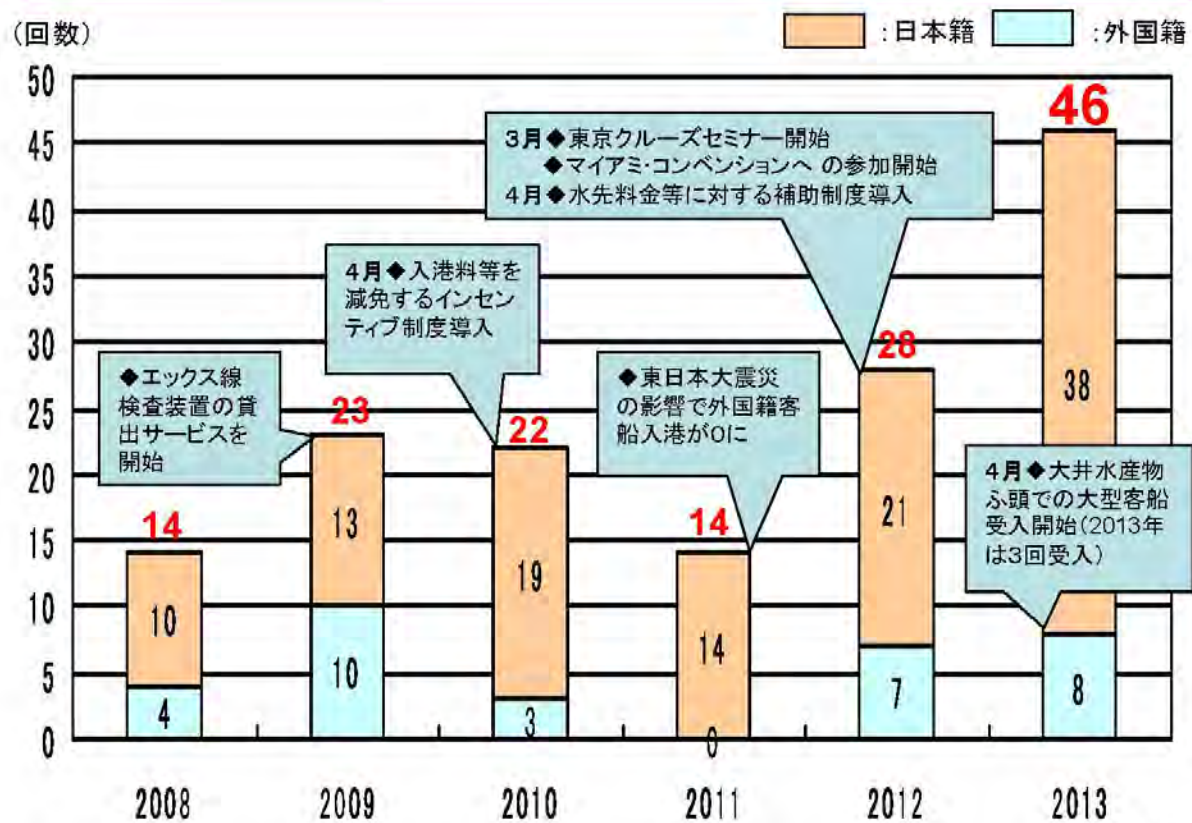
図表6 東京港におけるクルーズ客船受入施設現況



「東京クルーズビジョン」（2015年1月）より

②東京港へのクルーズ客船の寄港の状況

図表7 東京港へのクルーズ客船の寄港の推移



「東京クルーズビジョン」(2015年1月)より

③クルーズ客船受入の現状

＜クルーズ客船誘致に向けた取組状況とその体制＞	
「Seatrade Cruise Global」及び、全国クルーズ客船誘致連絡会に積極的に参加。また業界関係者向けにクルーズセミナーを年1回実施している。誘致の数値目標を掲げ、外国籍船、日本籍船どちらも積極的に誘致していく（P45図表8参照）。客船誘致事業を主に担当している職員数は3名である。	
＜おもてなし＞	
- 現状は（一社）東京都港湾振興協会が主体となって実施している。入港時には歓迎演奏・歓迎セレモニー、出港時にはお見送りの演奏等を実施。オーバーナイトの船の時は、ディナー後に船内で伝統芸能ステージも実施。コアタイムに観光informationデスクを設置。 - さらに街中では、外国人観光客に対して「おもてなし東京」（東京都観光ボランティア：現在約1,300名が登録）で対応している。おもてなしがおしつけにならないように気をつけている。	
＜免税店＞	
現時点で出店実績はないが、今後、需要等を踏まえ、対応を検討していく。	
＜両替＞	
両替機（米ドル専用）を設置している。他通貨の場合にも可能な限り対応している。	

図表8 東京港のクルーズ客船の誘致目標

	2013年 (平成25年)	2020年目標 (平成32年)	2028年目標 (平成40年)	備考
東京港利用 客数(万人)	3.3	21	50.2	
日本籍船 (回)	38	38	92	2013年に「ふじ丸」引退
外国籍船 (回)	8	75	188	
合 計 (回)	46	113	280	

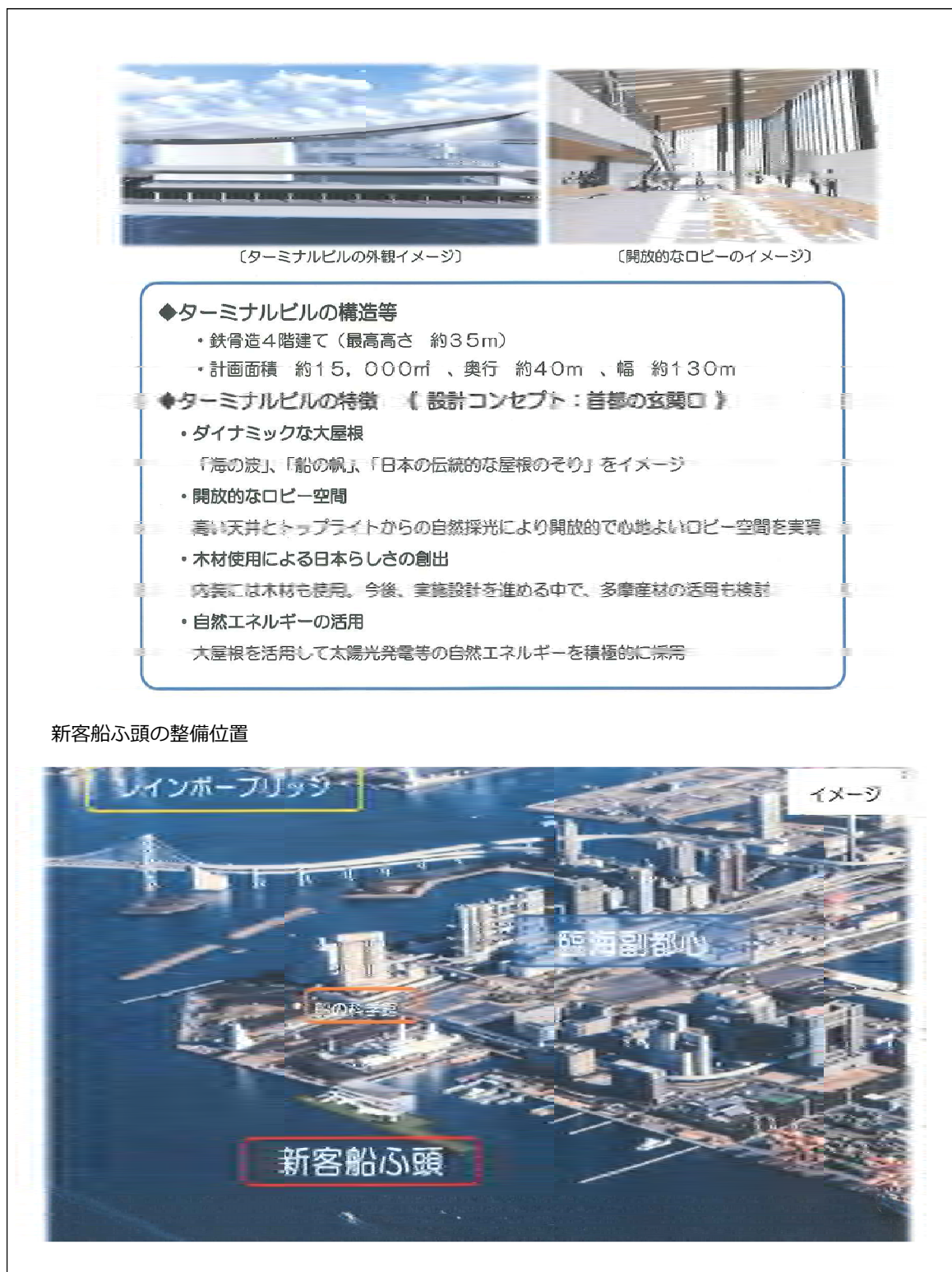
「東京クルーズビジョン」（2014年1月）より

<クルーズの認知度向上に向けた取組>
- 客船ふ頭の認知度向上を図るため、まずは都民に知ってもらう必要があると考えている。主な取組は以下のとおり。 - 都民クルーズの実施 - 船に乗ってクルーズ客船を見に行く企画の実施 「友の会」の運営（晴海客船ターミナルの指定管理会社が運営しており、船が来た際大きな手をはめて手を振るなどの取組をしている。友の会のメリットとしては、日本船が着いた際の見学会への参加などがある） - 都民クルーズとして人気の高いのは、小笠原諸島へのクルーズ。東京都は離島が多いのも魅力のひとつとして捉えている。
<街中での対応（神戸の“街中コンシェルジュ”的な取組の有無）>
港で案内した後の街中の対応は、都市域が大きいため、各観光施設に任せている。

④動線の現状と今後の展開

- 現状では、外国人も含めた旅行者向けサイン等はない。
- ターミナルでは4言語（英語・中国語（簡体/繁体）・韓国語）対応になっているが、現状晴海ふ頭に寄港しているクルーズ客船に中国船はほとんどない。
- 2015年12月25日に、東京オリンピック・パラリンピックまでの開業を目指した「新客船ふ頭ターミナルビル」の概要を発表した（P47図表9参照）。新ターミナルビルについては、現在実施設計中であり、利用者の利便性を第一に検討を行っている。また、交通機関については、オリンピック・パラリンピック開催に伴い検討されているBRTのルートや、現在運行している循環バスのスポット追加などについて検討すべきであると考えている。
- 2016年1月29日に「東京みちしるべ2020」を発表し、その中では客船ふ頭が重点整備エリアのひとつに位置づけられた（P48図表10参照）。

図表9 新客船ふ頭ターミナルビルの概要



東京都港湾局報道発表資料（2015年12月25日）より

図表10 「東京みちしるべ2020」における重点整備エリア

第4章 重点整備エリア・路線

英語併記化を全都道において実施するとともに、その他の整備項目については、平成31年度までに重点的な整備を実施するため、重点整備エリア・路線を設定し、優先的に整備を進めていく。

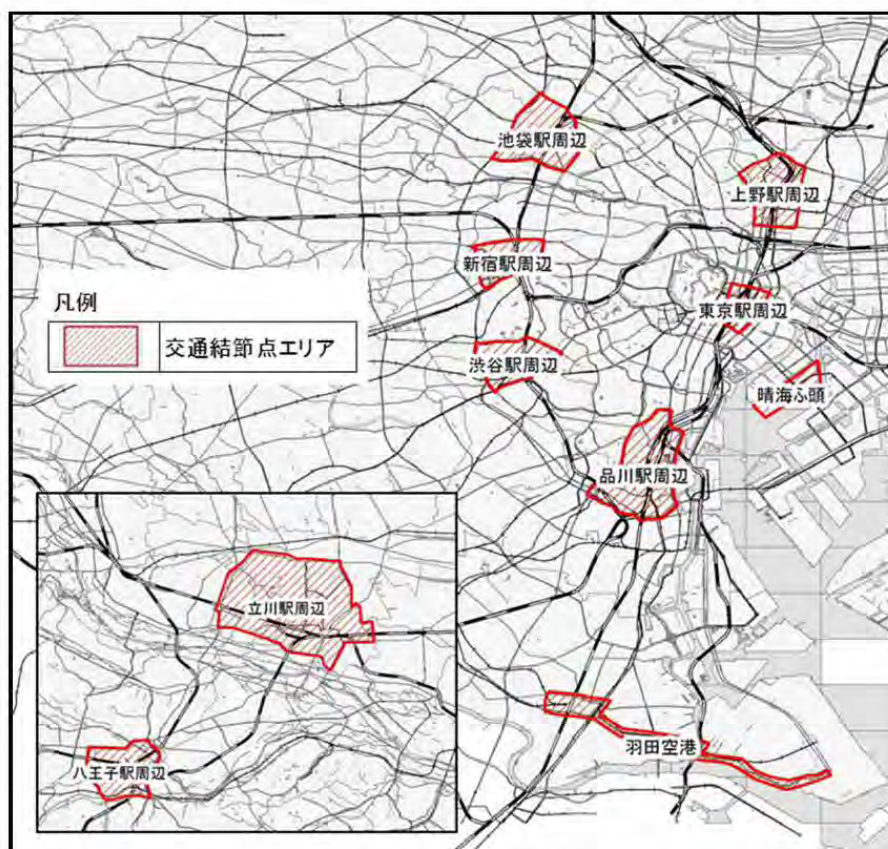
4-1 重点整備エリア

多言語対応協議会にて、多言語対応の強化を目指す地域として示されている次の地域を参考に、重点整備エリアを設定し、エリア内の全都道について整備を推進する。

(4) 交通結節点エリア

国際空港、客船ふ頭、主要駅など様々な交通が集中する地点を幹線道路で囲ったエリア

国際空港	羽田空港（東京国際空港）
客船ふ頭	晴海ふ頭（晴海客船ターミナル）
主要ターミナル駅	東京駅、新宿駅、渋谷駅、品川駅、上野駅、池袋駅、立川駅、八王子駅



「東京みちしるべ2020」（2016年1月）より抜粋

⑤将来的な取組・ビジョン

- 2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、まずは新ターミナルビルをいいものにしたい。使い勝手の良いターミナルを作って様々な船社に利用していただき、その方々にいろいろな機会を捉えてその良さを発信してもらえたらと考えている。
- 使い勝手の良いターミナルの条件としては、何よりも平屋であることであると考えている。上下移動がない構造が一番使い勝手が良いということもよく聞く。
- 日本の岸壁は、水面からの高さが高く、船種や潮位によっては荷物が出せなくなってしまうこともある（晴海で3.7m）。ロイヤルカリビアン系の船は荷物の出し入れ口が低いと聞いている。このようなクルーズ客船にも対応した形で栈橋等を整備していく必要があると考えている。
- クルーズ客船については、入港料、ボーディングブリッジ使用料等についてインセンティブ制度や補助制度等の優遇がある（詳細は東京都港湾局HP英語版に掲載）。ただ、これらの財源は全て税金であり、他にクルーズ誘致をしている都市と競争しても仕方ないと考えているが、新しいターミナルビルを作ったからには使っていただけるようにしたい。
- 「東京クルーズビジョン」においてもMICEとの関係性をうたっている。新ターミナルビルが完成したらより多くの海外からのクルーズ乗船客を受け入れることが可能となり、MICEに係る取組にも大きな効果が見込めると考えている。
- 東京港の持つ魅力としては、都心に近く観光やショッピングに便利なため、魅力あるエクスカーションが可能であること、空港に近くターンアラウンドに便利であること、などがあると考えており、今後もこれらの魅力を最大限アピールしながら積極的にクルーズ誘致を行っていききたい。

(2) バルセロナ港

①バルセロナの基本情報

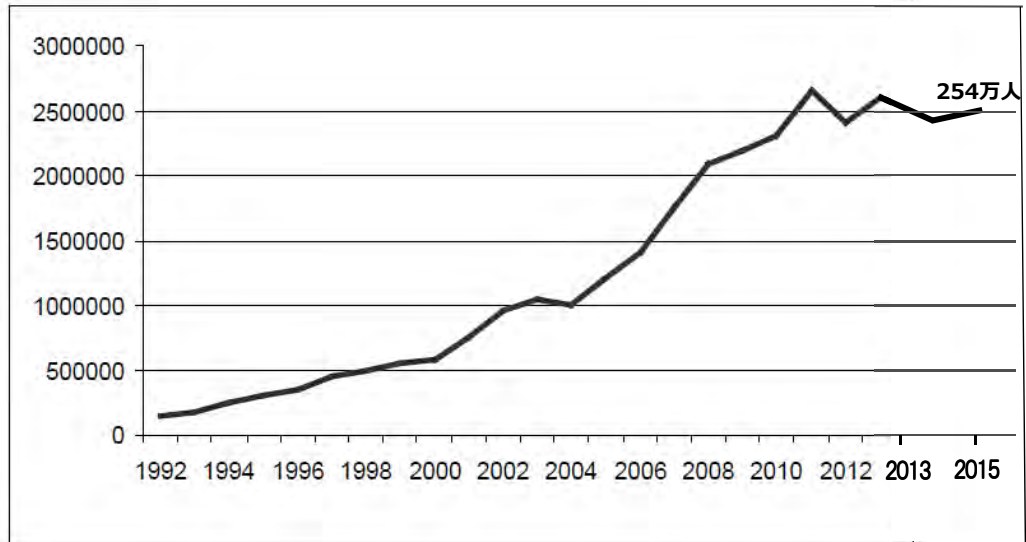
- バルセロナは世界遺産の9つの建物がある唯一の都市である。
- バルセロナは、ICCA（国際会議協会）によると世界で3番目に有名な国際会議都市であり、UIA（国際団体連合）によるとコンベンションツーリズムにおいて世界第8位の都市である。
- 2013年、バルセロナは250万人のクルーズ乗船客を受け入れた（P 51図表12参照）。これは、ヨーロッパ内の港において初めてのことであり、世界で第4位である。
- ブリティッシュエアウェイズによると、バルセロナは都市滞在型の休暇が楽しめるデスティネーションとしてイギリス人に好まれている。
- バルセロナがツーリストデスティネーションとして大きく発展したのは、1992年のオリンピック・パラリンピックからである。
- 特に障害者向けの環境整備も行っている。

図表11 スペイン国内におけるバルセロナの位置



ウィキペディア「バルセロナ」より

図表12 バルセロナ港のクルーズ乗船客数の推移



出典 : Lluís A. Garay, Gemma Cànoves & Josep M. Prat
「Barcelona, a Leader Destination in Cruise Passenger Tourism: Keys, Impacts and Facts」
International Journal of Tourism Sciences, Volume 14, Number 1, pp. 23-49, 2014
※2015年数値は、バルセロナ港HPより追加
<http://www.portdebarcelona.cat/>

②バルセロナ港の概要

- 地中海のリーディングクルーズ港のひとつ（西地中海クルーズのマザーポート）。
- 9つのターミナルがあり、うち7つがクルーズ用のターミナル。
- バルセロナ港は、地域の経済にも大変貢献している。3,000社以上3,000億ユーロの売り上げがあり、港の直接雇用も13,000名を超える。この数字はカタルーニャ州の求人の0.9%を占める。

図表13 バルセロナ クルーズポートの外観



European Commission Enterprise and Industry Directorate General(DG ENTR)
Mapping and Performance Check of the Supply of Accessible Tourism Services(220/PP/ENT/PPA/12/6491)
Case Study 14 Barcelona Accessible Cruise Destination, Spainより

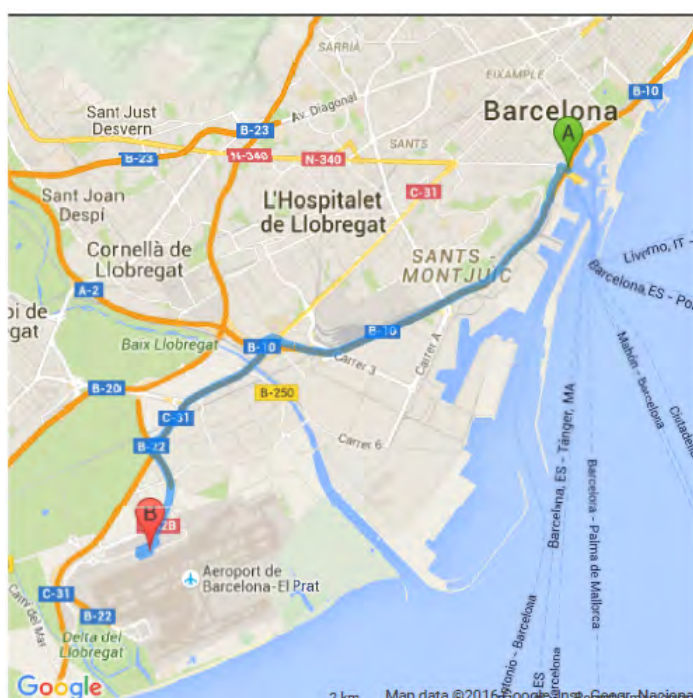
図表14 バルセロナ クルーズターミナルマップ



barcelona-tourist-guide.comより

- バルセロナのクルーズターミナルは、町の中心に位置し、バスやタクシーといった公共交通でのアクセスが便利（市内中心部よりバスで15分、車で10分）。
- 港、空港、高速道路、鉄道が、半径5 Km以内にあり（P53図表15参照）、このことは、商業や輸送、流通において、地中海のハブ港の1つとして君臨している。
- 港付近には、モザイクのような商業施設、美術館やホテルもあり、都市の構造が神戸と似ている。

図表15 バルセロナ＝エル・プラット空港（B）からバルセロナ港（A）へのアクセスマップ



barcelona-tourist-guide.comより

③バルセロナ港へのアクセス

【空港】

- バルセロナの空港は、主なヨーロッパのハブ空港の1つである。
- 2010年5月より、クルーズ乗船客のため、14カウンターからなる特別ターミナルエリアをターミナルT1に、オープンさせた。エールフランス、ブリティッシュエアウェイズ、KLM、ルフトハンザ、アメリカンエアラインズの乗客が利用している。
- 更に2011年の夏には、バルセロナに空路で入りクルーズで旅行を続ける旅客に対し、優先して荷物のチェックインができるようにした。

【鉄道】

- 2013年9月に、バルセロナ港への鉄道建設が、カタルーナ州、バルセロナ港、スペイン政府により締結された。

【バス】

- バルセロナ観光局により、ツーリストバスも運行されている（港にもバス停あり）。
- バリアフリー（特に車いす対応）のツアーも準備されている。

図表16 ツーリストバスとシティツアーバス



T3 PORTBUS shuttle service that runs along the Barcelona cruise ports.



The Barcelona City Tour bus leaving

barcelona-tourist-guide.comより

図表17 バルセロナ港で準備されている障害者・車いす対応可能ツアー

Barcelona Accessible Tours and Cruise Excursions

Disabled visitors to Barcelona have several fully accessible Barcelona tours to choose from. Half-day wheelchair accessible walking tours are available to experience the old history of Barcelona...from its founding as a Roman city through medieval times. A half-day accessible driving tour allows you to see the modern side of Barcelona including the world famous Gaudi sights. Combine both tours into a full-day Barcelona accessible tour to see everything!

[Book an Accessible Tour](#)

Highlights of Barcelona Accessible Guided Tour

See all the Barcelona highlights in a single day!



From ancient remains of Roman walls to the still under construction Sagrada Familia, you'll get to see all of the Barcelona highlights on this fully-accessible tour! In the morning you'll drive to see the modernistic sights found in the Eixample district, on top of the Montjuic hill, and elsewhere. Your afternoon on this [Barcelona accessible guided tour](#) will be spent walking/rolling through the winding streets of medieval Barcelona and along the world famous Las Ramblas boulevard!

Sage Accessibility



Essential Barcelona Accessible Driving Tour

Our most accessible tour in Barcelona!



This [half-day Barcelona accessible driving tour](#) visits the main tourist attractions outside of the Gothic Quarter using a wheelchair accessible van. You won't just be snapping pictures on this driving tour, your officially-licensed tour guide will explain the significance and history between the sights including the Sagrada Familia, the Park Guell, the Montjuic Hill, and the Passeig de Gracia avenue. The modernistic sights you'll see on this tour are unlike anything you'll find anywhere else in Europe!

Sage Accessibility



Medieval Barcelona Accessible Walking Tour

Our cheapest accessible tour!



The Gothic neighborhood in Barcelona was first established in 16 BC and you'll spend half a day experiencing the history that has taken place in this neighborhood. The Barcelona Cathedral, the Plaça del Rei, the former Jewish Quarter, and several shopping areas will be visited on this [accessible Barcelona walking tour](#). The tour route uses wheelchair accessible sidewalks and pedestrian streets to visit the neighborhood, and your tour guide can push manual wheelchair users if required.

Sage Accessibility



Accessible Barcelona Private Tour to Montserrat Mountain

See the Spanish countryside!



Previous visitors to Barcelona, as well as anyone who wants to get out of the city will love this 5 hour [accessible Barcelona private tour](#) to Montserrat. You'll get to see the Spanish countryside and the impressive Montserrat monastery located 1236 meters above Barcelona. A visit to an accessible winery for touring and tasting is also possible on this tour.

Sage Accessibility



SAGE TRAVELING のHP (地中海クルーズ寄港地でのツアー紹介ページより)
<http://www.sagetraveling.com/accessible-mediterranean-cruise-excursions>より

3. まとめ

【東京港】

- 東京都では、東京オリンピック・パラリンピックを控えて、客船ふ頭が重点整備エリアとされ、整備が進みつつある。
- 神戸港のような官民等が連携した誘致協議会はないが、既存団体等の連携により、歓迎体制が構築されている。
- 港からのシャトルバス運行に関しては、「カジュアル」「プレミアム」「ラグジュアリー」といった船のグレード別に、利用車両を分けるなどの工夫がされている。
- ポートセールスでは、マイアミ・コンベンションや全国クルーズ客船誘致連絡会などを活用したセールスや、業界関係者対象のクルーズセミナーを開催している。
- 港から街中への観光客の誘導策やおもてなしについては、都市域が大きすぎるため、あまり考慮されていない。
- MICEとの連動についても検討している。

【バルセロナ港】

- 港と市街地の距離感が、神戸と類似しており、港から市街地へのクルーズ乗船客誘導という観点において参考になると考えられる。
- 年間クルーズ乗船客を250万人受け入れているという実績は、クルーズ乗船客受入体制のハード、ソフト開発の観点において参考になると考えられる。
- バルセロナ観光局が運行するツアーバスや、専門旅行会社によるバリアフリー観光ツアーが実施されている点も、今後の神戸港から神戸市街地へのクルーズ乗船客の観光を促進する観点において参考になると考えられる。
- 西地中海クルーズの母港として機能している点は、今後神戸港が目指すべきアジアにおける日本のホームポートという観点において参考になると考えられる。

I 個別調査の結果を踏まえた課題の抽出

第2章の5つの個別調査結果を踏まえ、円滑な動線の確保及び今後のクルーズ客船の受入体制の充実に向けた課題を以下のとおり抽出した

- 神戸港におけるクルーズ客船に対する誘導や案内表示は、クルーズ客船の種類やクルーズ乗船客の国籍等により臨機応変な対応がとられているが、ターミナル設備や常設サイン等には外国語表記に分かりにくいものや間違っているものが見られたことから、これらの表記の改善が必要である。
- 客船ターミナルから神戸市内の観光地まで及び観光地内の動線における案内表示等については、問題ないものもあるが、観光地への案内表示そのものがなかったり、あったとしても日本語のみの表記になっていたり、神戸港における外国語表記と同様に分かりにくいものや間違っているものが見られたことから、これらの改善が必要である。
- 神戸市内における店舗でのクレジットカード対応や両替・外貨対応ATMの設置についてはまだまだ進んでおらず、当該店舗だけではなく、関係者一丸となった対応による改善が必要である。また、観光地によってはWi-Fiの整備が十分ではないところも見受けられ、特に外国人観光客にとってスマートフォンでの情報収集は今や必須となっていることから、早急な改善が必要である。
- 神戸港に上陸したクルーズ乗船客が、大阪や京都に流れてしまったり、神戸市内でも主要観光スポットには行っていないという状況が見られることから、神戸の魅力を積極的にPRするとともに、神戸の魅力の磨き上げを官民挙げて取り組んでいくことが必要である。

Ⅱ 課題の解決に向けた方向性

神戸港におけるクルーズ客船の受入体制を充実させるためには、クルーズ乗船客が安心して観光を楽しめるよう、港から観光地まで及び観光地内の円滑な動線を確保し、そのことを神戸の魅力の1つとして積極的にPRしていくことが非常に重要である。2014年度に神戸運輸監理部が実施した「神戸の活性化に向けたクルーズ客船誘致のあり方に関する調査」においては、神戸港におけるクルーズ客船誘致に係る課題を網羅的に挙げており、本調査では、そのうち円滑な動線の確保やホスピタリティ向上に係る課題について、外国人クルーズ乗船客へのヒアリングや、外国人モニターによる動線調査等を通じてさらに深掘りしたものである。今後は、クルーズ関係者や観光関係者が連携して、本調査で明らかになった課題の解決に向けて、個別具体的な検討と取組を行っていくことが必要である。

ただ、本調査においては一定程度外国人の意見を集約はしたが、サンプル数が少ないことや、検証エリアが限定されていたことから、今後本調査のような内容の取組について、対象サンプル数を増やしたり、検証エリアを拡大したりすることを通じて、クルーズ乗船客のニーズを的確に把握しながら、改善に向けた取組を行っていくことが重要である。

前記の昨年度の調査においても、個別の課題ごとに関係者間で検討していくことを提言したところであるが、残念ながらまだその検討が十分進んでいるとは言えない状況である。本調査を契機として、円滑な動線の確保や受入体制のさらなる充実に向けて、関係者間での本格的な検討や取組が進展し、神戸港が真の意味での日本のホームポートに成長していくことを期待したい。