

# 資料編



# 東アジア諸国のアウトバウンド動向に関する調査

ここでは、資料編として近年、訪日旅行者の大半を占める東アジア諸国のうち、特に上位にある「中国・韓国・台湾」の3ヶ国について、現地でのアウトバウンド動向を掲載する。

なお、この3国はそれぞれクルーズ市場の成長も著しく、クルーズ客船による訪日来客数も年々急増傾向にあり、アウトバウンド動向に併せクルーズの動向及びクルーズ市場を取り巻く状況等について可能な限り詳細に掲載する。

## 目次

I. 中国のアウトバウンド及びクルーズ動向	1
II. 韓国のアウトバウンド及びクルーズ動向	21
III. 台湾のアウトバウンド及びクルーズ動向	28



## I.中国のアウトバウンド及びクルーズ動向について

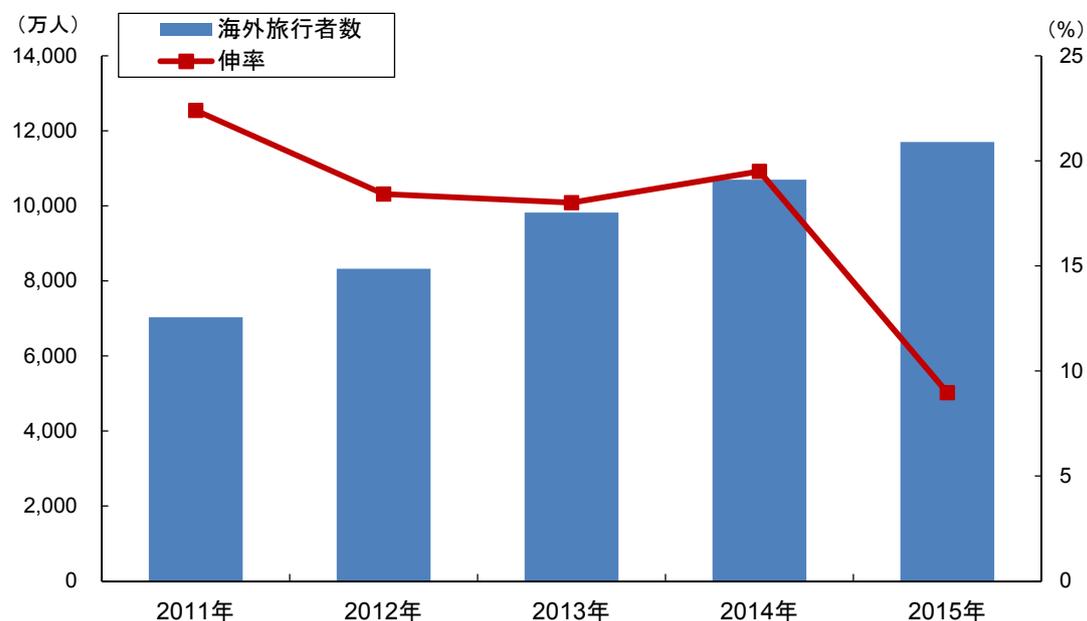
### 1. アウトバウンド（海外への旅行者）に関する統計データ

#### 1) 中国人海外旅行者数の推移

中国では近年、所得水準の向上等に伴い、海外を訪れる旅行者の数が大きく増加している。中国の国家旅游（りょゆう）局が毎年公布している統計資料によると、2015年の中国人の海外（香港・マカオ・台湾地域を含む）旅行者数は1.17億人にのぼっている。海外旅行者数の伸び率を2011年から見ると、4年連続で20%前後の成長を維持していたが、2015年は8.96%増にとどまり、初めて一桁台を記録した。

2015年に緩やかな成長スピードに転じたものの、国家旅游局の直属の研究機関である「中国旅游研究所」では、2016年の中国人海外旅行者数が1.33億人（前年比11.5%増）に達し、伸び率は再び二桁台に返り咲くと推測している。更には、2020年には海外への旅行者数が2億人に達することも推測している。こうしたことから、中国における海外への旅行者数は今後も増加を続けていくと考えられる。

図1. 中国人海外旅行者数の推移（2011～2015年）



単位：万人、%

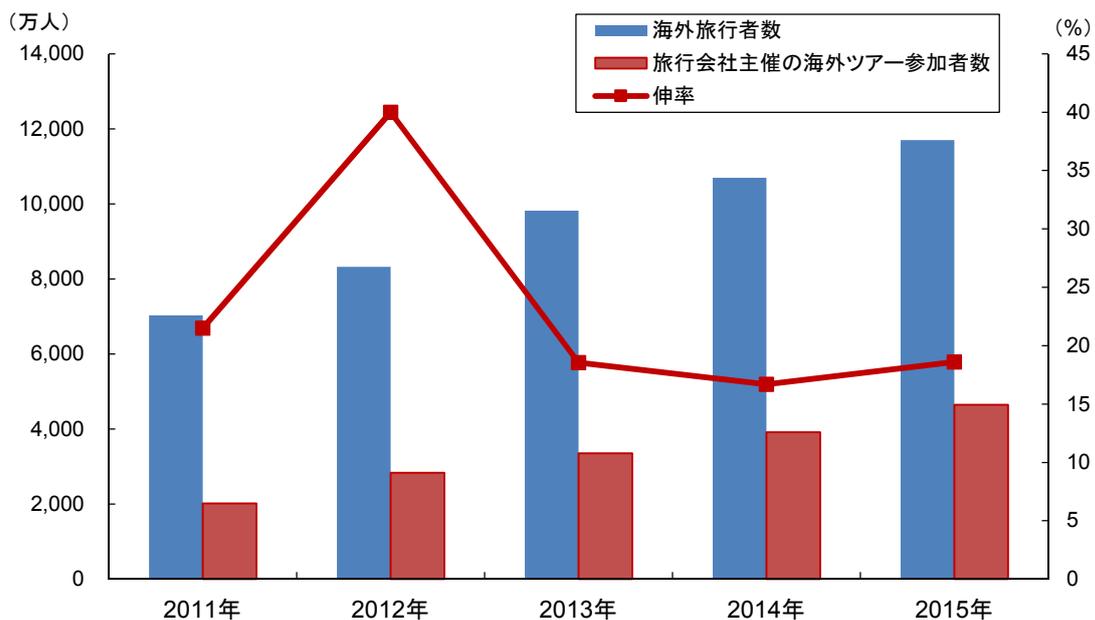
	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
海外旅行者数	7025.0	8318.3	9818.5	10700.0	11700.0
伸び率	22.4	18.41	18.0	19.49	8.96

出所：国家旅游局数据中心の資料を基に作成

## 2) 中国の旅行会社が提供する海外ツアー参加者数の推移

近年は、海外旅行ツアー参加者の数も右肩上がり増加を続けている。2015年の中国旅行会社が提供した海外ツアーへの参加者数は4,643.5万人で、2011年時に比べ約2倍増を達成している。伸び率の推移を見ても、2012年に40%の成長を記録した以降も、10%後半台の成長を維持している。

図2. 中国人海外旅行者総数に占める海外ツアー参加者数の推移（2011～2015年）



単位：万人、%

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
海外旅行者数	7,025.0	8,318.3	9,818.5	10,700.0	11,700.0
旅行会社主催の海外ツアー参加者数	2,021.92	2,830.57	3,355.71	3,914.98	4,643.5
旅行会社主催の海外ツアー参加者の伸び率	21.5	40.0	18.55	16.7	18.6

出所：国家旅游局数据中心の資料を基に作成

### 3) 中国人海外旅行者の訪問先

#### (1) 香港・マカオ・台湾を含む訪問先

中国人旅行者の訪問者数が最も多い地域は香港・マカオ・台湾地域である。

「中国旅游研究院」によると、2015年に香港・マカオ・台湾地域を訪問した中国人旅行者数は8,587.86万人で、2015年の中国出国者総数の約7割を占めている。

中国人旅行者の訪問先を国・地域別で見ると、2015年の訪問先トップ10は下表のようになる。トップ10のうち、アジアの8つの国・地域がランクインしており、中国人にとってアジア地域は身近で訪問しやすい旅行先であるといえる。

**表 1. 2015年中国海外旅行者の訪問先トップ10（香港・マカオ・台湾地域を含む）**

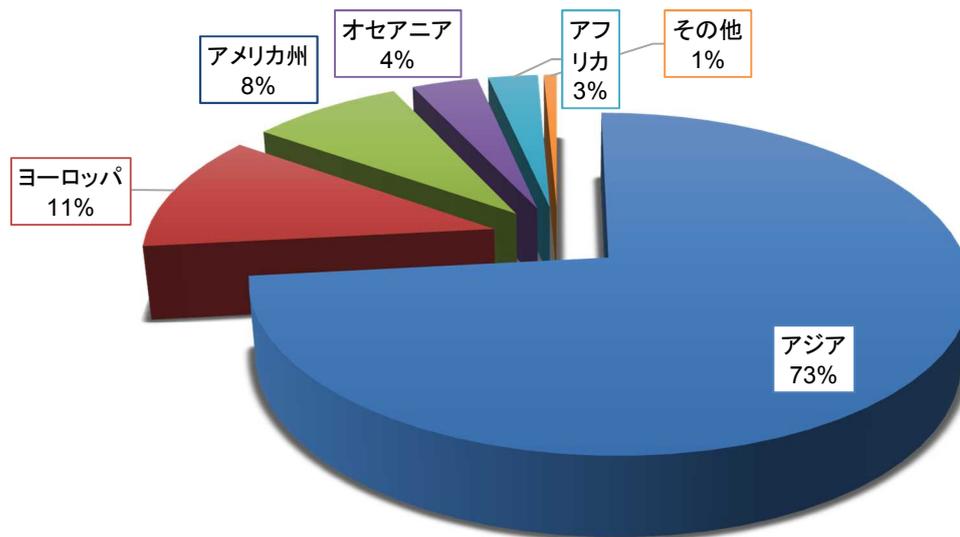
順位	国・地域名称	順位	国・地域名称
1	香港	6	台湾
2	マカオ	7	ベトナム
3	タイ	8	アメリカ
4	韓国	9	シンガポール
5	日本	10	ロシア

出所：『中国出境旅游発展年度報告 2016』

## (2) 香港・マカオ・台湾地域を除いた訪問先

香港・マカオ・台湾を除いた訪問先についても、やはり近隣に位置するアジアの国や地域の人気が高く、2015年は全体の約7割を占める3,077.64万人が旅行に訪れている。次いでヨーロッパ（11%）、アメリカ（8%）の人気が高い。とりわけ、ヨーロッパへの旅行者は前年比23.8%増と、急速に増加している。一方、アフリカへの訪問者は大幅に減少しており、前年比61.8%減となっている。

図3. 2015年中国海外旅行者の訪問先の割合（香港・マカオ・台湾地域を除く）



単位：%

目的地	アジア	ヨーロッパ	アメリカ州	オセアニア	アフリカ	その他
割合	73.3	11.5	8.2	3.6	2.7	0.7

出所：『中国出境旅游発展年度報告 2016』

#### 4) 訪日中国人旅行者数の推移

中国人旅行者の日本への訪問者数の推移を見ると、2014年からは2年連続で増加傾向にある。とりわけ2015年は約500万人と前年から倍増しており、訪日中国人が急増した。こうした背景には、前述の通り円安や対中国人に対する訪日ビザ発給条件の緩和等事由があると考えられるが、中国人旅行者が「爆買い」をする様子はたびたびメディアで取り上げられ、「爆買い」という言葉が2015年の新語流行語大賞の年間大賞に選ばれるなど、社会現象となった。

**表2. 訪日中国人の推移 (2011～2015年)**

単位：人、%

訪日外客数	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
総数	6,218,752	8,358,105	10,363,904	13,413,467	19,737,409
訪日中国人	1,043,246	1,425,100	1,314,437	2,409,158	4,993,689
中国人伸率	-26.2	36.6	-7.8	83.3	107.3

出所：日本政府観光局（JNTO）

#### <参考> 2015年中国の祝日カレンダー

	祝日名称	日付
1	元旦	3連休（1月1日～3日）
2	春節	7連休（2月18日～24日）
3	清明節	3連休（4月4日～6日）
4	労働節	3連休（5月1日～3日）
5	端午節	3連休（6月20～22日）
6	対日戦勝記念日	3連休（9月3日～5日）
7	中秋節	2連休（9月26日～27日）
8	国慶節	7連休（10月1日～7日）

出所：中国政府公式HP

## 2.クルーズでの旅行者の動向・トレンド

### 1) クルーズに関するマクロデータ

#### (1) 中国におけるクルーズ産業の現状

中国におけるクルーズ産業の発展は、欧米諸国に比べ遅いスタートであったが、富裕層や高所得者の増加等に伴い、クルーズ旅行人口は増加の傾向にある。さらに、中国政府や地方政府によるクルーズ業界を支持する政策が複数制定・施行されたこともクルーズ市場の成長を後押ししている。

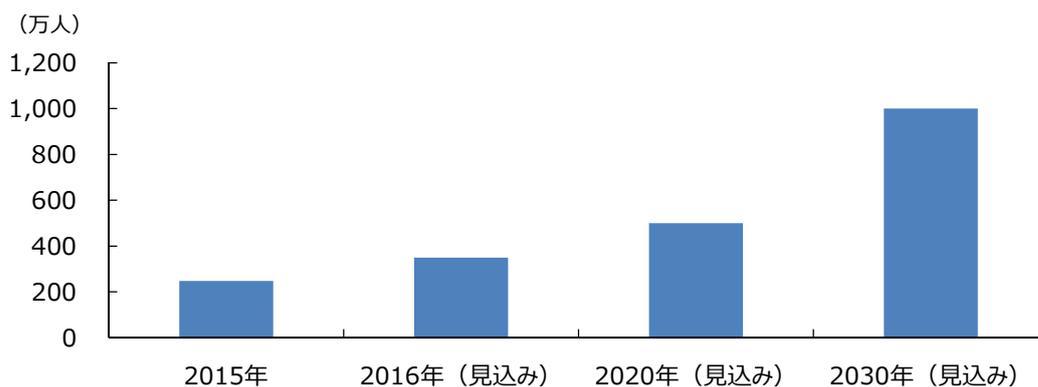
#### (2) 中国クルーズ旅客数

クルーズ客船への旅客数は順調に拡大している。2015年、中国の各港湾で出入国をしたクルーズ旅客数は248万人で、前年比43.9%増という著しい成長率を見せた。そのうち、中国の母港から出国した旅客数は222万人で、アジアにおけるクルーズ市場全体の約40%のシェアを占めている。『中国郵輪（クルーズ）産業発展報告2016』では、旅客数は2020年に500万人、2030年には1,000万人に上ると予測している。

また、2015年3月31日付けのニュースサイト『第一財經網』などによれば、上海国際航運研究中心郵輪経済研究所の程爵浩（チェン・ジュ・ハオ）副所長が2030年までに中国のクルーズ海外旅行者数は世界一に、クルーズ入国者数の数は世界2位になるとの見方を示している。

こうしたことから、中国のクルーズ市場には多くの潜在顧客や見込顧客が存在しており、市場は今後も拡大していくと推察できる。

図4. 中国クルーズ旅客数の推移予測（2015～2016、2020、2030年）



単位：万人

	2015年	2016年 (見込み)	2020年 (見込み)	2030年 (見込み)
クルーズ旅客数	248	350	500	1,000

出所：『中国郵輪産業発展報告2016』

### (3) クルーズ客船による中国出入国者数

中国において、中国を母港とする外国籍クルーズ客船の運航が開始したのは 2006 年 7 月である。当時、イタリアのクルーズ会社「コスタ・クルーズ」が上海港を母港とした “コスタ・アレグラ” (MS Costa Allegra) を運航したのが始まりであった。その後、クルーズ客船数は増加傾向にあり、中国交通運輸協会によると 2014 年は 8 隻、2015 年は 12 隻、2016 年には 18 隻のクルーズ客船が中国の港湾を母港として運航している。

2015 年のクルーズ客船の入港状況について、『中国郵輪産業発展報告 2016』に掲載されたデータによると、中国の 10 大クルーズ港を母港とするクルーズ客船の延べ隻数は 539 隻（前年比 47%増）。中国人旅客をメインとするクルーズ客船の母港延べ旅客数は 222.42 万人（前年比 50%増）に達している。

表 3. 中国港湾別母港クルーズ客船の延べ隻数と母港延べ隻数出入国旅客数（2015 年）

単位：延べ隻数、人

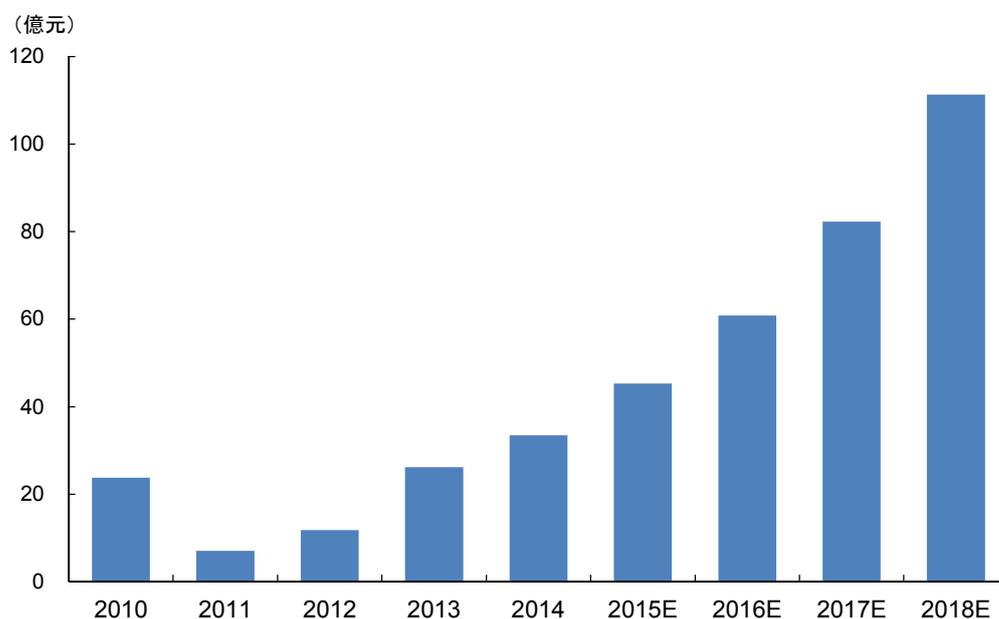
港湾別	母港クルーズ客船の延べ隻数	母港延べ隻数出入国旅客数
上海	320	159,745
天津	86	412,000
アモイ	47	98,399
三亜	-	-
海口	26	36,295
大連	10	13,607
青島	19	32,077
烟台	18	11,286
舟山	12	20,000
広州	1	2,600
合計	539	2,224,209

出所：『中国郵輪産業発展報告 2016』

### (4) 中国クルーズ市場の収入規模予測

『中国郵輪産業発展報告 2016』によると、2015 年の中国クルーズ市場の総収入は 45.3 億元（約 765 億円）で、2018 年には 100 億元の大台を超えて 111.3 億元（約 1,880 億円）に達すると予測している。

図5. 中国クルーズ市場の収入規模予測（2010～2018年）



単位：億元

年別	2010	2011	2012	2013	2014	2015E	2016E	2017E	2018E
収入	23.8	7.1	11.8	26.2	33.5	45.3	60.8	82.3	111.3

出所：『中国郵輪産業発展報告 2016』

## 2) クルーズでの旅行者の動向・トレンド

クルーズでの中国人旅行者の動向やトレンドについて、中国の大手 OTA2 社（「驢媽媽（lv mama.com）」及び「同程旅游（LY.COM）」が、2016 年内に発表したクルーズユーザーに関する調査報告書の内容を OTA ユーザーごとに以下にまとめた。

### (1) 「驢媽媽（lv mama.com）」のクルーズユーザーの動向・トレンド

OTA 名称	驢媽媽旅遊網
URL	www.lv mama.com
報告書名称	2016 年度郵輪消費趨勢報告
報告書執筆にあつた での定義	当該報告書は、「驢媽媽旅遊網」がクルーズ会社のデータ及び驢媽媽プラットフォーム内のクルーズ利用者のビッグデータを基に、2015 年のクルーズ船旅行客の年齢、グループ人数と時間、人気のツアー内容、ユーザーの忠誠度、クルーズ文化に対する認知度などに関して分析を行ったものである。

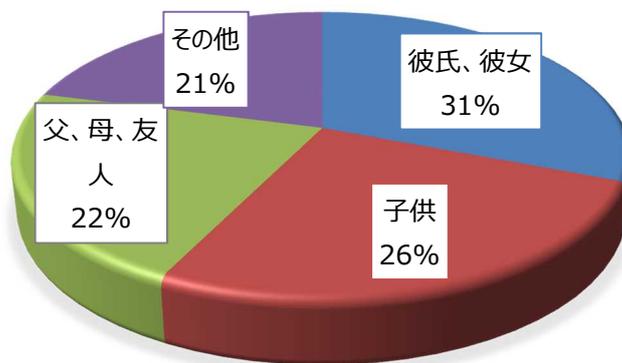
### ①クルーズ旅客数

「驢媽媽旅遊網」ユーザーのクルーズ旅客数は前年比2倍増となった。これは、「驢媽媽旅遊網」がクルーズテーマを明確にした商品を投入したことや、チャーター便の航行回数を増加するなどの施策が功を奏したもようだ。

### ②クルーズ商品を選ぶポイント

a)エンターテインメントの豊富さ、b)ブランドの知名度、c)旅の快適さ

### ③クルーズ旅行の同行者



単位：%

グループの内訳	割合
彼氏、彼女と	34%
子供と	29%
父、母、友人と	24%
その他	23%
合計	100%

出所：驢媽媽旅遊網『2016 年度郵輪消費趨勢報告』

### ④クルーズ旅客の消費意欲

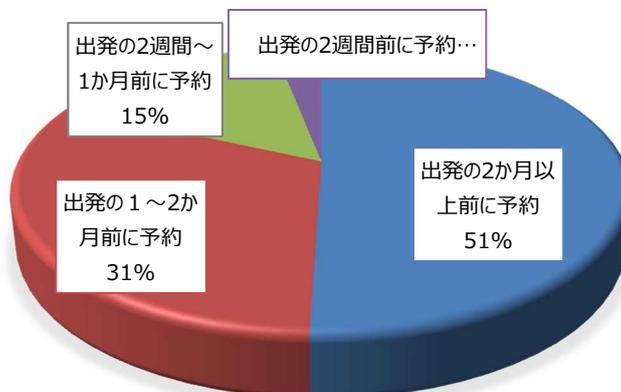
大部分の旅客が有料サービスを利用している。また、消費意欲が強く、なかでも免税店での買い物を最も気に入っている。

### ⑤クルーズ旅客のリピート率

61%の旅客がクルーズ商品を複数回購入しており、クルーズ旅行に対するリピート率は高い。

### ⑥クルーズ旅行の予約時期

半数の旅客がクルーズ旅行の出発の2か月以上前に予約を済ませている。出発の1～2か月前に予約する割合と合わせると、約8割のユーザーが遅くとも1か月前にはクルーズ客船の予約をしている。



単位：％

クルーズ事前予約時期	割合
出発の2か月以上前に予約	50%
出発の1～2か月前に予約	31%
出発の2週間～1か月前に予約	15%
出発の2週間前に予約	3%

出所：驢媽媽旅遊網『2016年度郵輪消費趨勢報告』

### ⑦クルーズ旅行の出発時期

2015年の購入・申し込み状況を見ると、学校の夏休み期間に当たる7、8月が出発のピークで、これに春節期間が続いている。

### ⑧人気のクルーズ客船

カテゴリ	クルーズ船名称等
最も人気があるクルーズ客船	コスタ・セリーナ号
80年代生まれの世代に好評なクルーズ客船	クァンタム・オブ・ザ・シーズ号
グルメが楽しめるクルーズ客船	サファイア・プリンセス号
コスパが高いクルーズ客船	スカイシー・ゴールデン・エラ号
最も好評な船室	○オーシャンビューの船室 ○バルコニー付きの船室

### ⑨ 人気のクルーズ商品

クルーズ商品のうち、83%以上の中国人旅客が日本・韓国航路を選択する傾向にあり、これに香港・マカオ・台湾、東南アジア（ベトナム）航路等が続いている。

2015年、日本側のクルーズ旅客向けのビザ免除政策や、円安の影響で日本行きの商品人気が高まったようだ。クルーズ旅客に最も好評な目的地は鹿児島、福岡、長崎だったという。

### ⑩ 人気のクルーズ日程

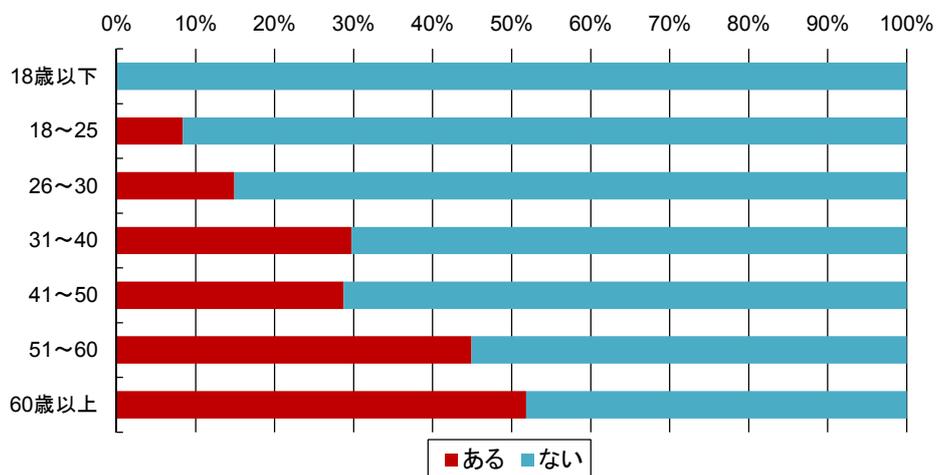
中国の祝休日の制定の特徴や中国人の旅行習慣などから、4～5泊の短期航路のツアーがより市場のニーズに合っており、予約・購入全体の87%を占めている。

## (2) 「同程旅游 (LY.COM)」のクルーズユーザーの動向・トレンド

OTA 名称	LY.COM (同程旅游)
URL	www.ly.com
報告書名称	中国郵輪旅游市場認知度調査・オンライン郵輪旅游消費趨勢報告 2016
報告書執筆にあたっての定義	当該報告書は、2016年上半期に公布されたもので、WEBアンケート調査と「LY.COM」プラットフォーム内のクルーズ船データを分析することでオンラインユーザーのクルーズ旅行市場に関する認知度を分析したものである。中国では、2015年に中国の母港からクルーズ客船に乗って出入国をした旅客が約222万人に上ることは前述の通りだが、「LY.COM」のクルーズ旅客数は16万人に達している。この数字は中国旅客全体の14.39%を占めていることから、「同程旅游」プラットフォームのクルーズ消費データを基にした本報告書の分析は一定の代表性があるといえる。

### ① 層別に見たクルーズ旅行の経験者数

以下は年齢層別被験者のうち、クルーズ旅行の経験が「ある」、または「ない」と回答した被験者の割合を現したものである。下表から、年齢が上がるほどにクルーズ経験者がある傾向にあり、51歳以上の被験者では約4割から5割がクルーズ経験者である。

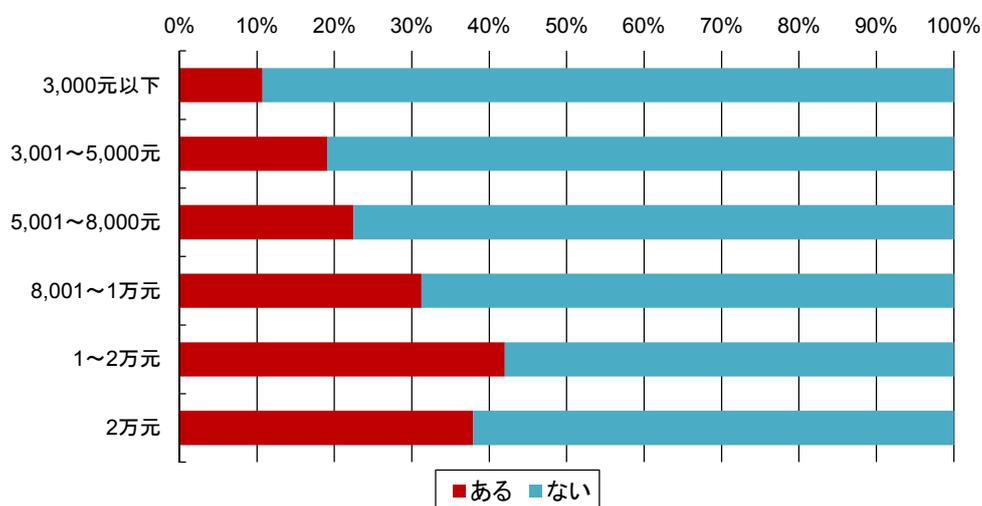


単位：%

	ある	ない
18歳以下	0.00	100
18~25	8.40	91.6
26~30	14.89	85.11
31~40	29.73	70.27
41~50	28.75	71.25
51~60	44.9	55.1
60歳以上	51.85	48.15

## ②収入別に見たクルーズ乗船経験者の割合

以下は月収別被験者のうち、クルーズ旅行経験が「ある」、または「ない」と回答した被験者の割合を現したものである。



単位：%

	ある	ない
3,000 円 (約 5 万円) 以下	10.71	89.29
3,001~5,000 円 (約 8.5 万円)	19.09	80.91
5,001~8,000 円 (約 13.5 万円)	22.49	77.51
8,001~1 万円 (約 17 万円)	31.25	68.75
1~2 万円 (約 34 万円)	42.00	58.00
2 万円	37.93	62.07

## ③クルーズ商品を選択する際に重視するポイント (複数回答)

単位：%

項目	回答者の割合
船上でのエンターテインメントの豊富さ	89.25
美食を 24 時間提供している	84.41
目的地に上陸後の観光内容	69.35
船上のイベントテーマ	61.29
船上での免税店での買い物	49.46
その他	10.22

#### ④クルーズ旅行の予約時期

回答者数が最多なのは「出発の半月から 1 か月前」の予約で 27.67%。これに、「出発の約 1～2 か月前」(22.14%) が続いた。調査結果から、ユーザーの約半数が半月から 60 日以内に注文を済ませていることが分かる。クルーズ旅行を早めに予約をする消費者行動は、「驢媽媽旅遊網」と同じような傾向にあるといえる。

単位：%

クルーズ船事前予約時期	
出発の 0～7 日前に予約	10.59
出発の 8～15 日前に予約	19.75
出発の 16～30 日前に予約	27.67
出発の 31～60 日前に予約	22.14
出発の 61～90 日前に予約	10.33
出発の 91 日以上前に予約	9.53

#### ⑤人気のクルーズ商品

人気のクルーズ商品は、距離が比較的近く、日程が長すぎないものがメインとなっている。主に日本・韓国方面が人気である。

#### ⑥人気のクルーズ日程

「LY.COM」の 2015 年～2016 年第一四半期までのクルーズ旅行予約状況によると、最も人気が高いのが 4 泊 5 日の商品で予約全体の約 60%を占めている。次に多く選ばれたのは 5 泊 6 日の商品であり、クルーズユーザー全体の約 8 割が 5 日～6 日以内の商品を選んでいることになる。

単位：%

日程	選んだ人の割合
3 泊 4 日	9.28
4 泊 5 日	59.67
5 泊 6 日	21.98
6 泊 7 日	4.37
その他	4.70

### ⑦ 中国人クルーズ旅客の消費状況

当該報告書では、中国のクルーズ旅客による韓国ロッテ免税店での消費状況を紹介している。それによると、韓国ロッテ免税店での中国人旅客一人当たりの購入金額は平均 102 ドルだという。購入された商品のうち、最も多いのが化粧品で化粧品の購入金額は消費額全体の 60.72%を占めている。

単位：%

カテゴリ	消費金額の割合
化粧品	60.72
ジュエリー・腕時計	11.59
食品	8.82
ファッション	7.20
革製品	4.14
電子製品	2.51
酒・たばこ	2.41
ギフト	1.76
眼鏡	0.84

出所：ロッテ免税店

### ⑧ クルーズ旅客の出発港湾の状況

2015 年～2016 年第一四半期までにクルーズ旅行をした「LY.COM」クルーズユーザーのうち、9 割を超える約 92%が上海港から出港しており、上海港がメインの港湾であるといえる。

単位：%

出発港湾の所在地	割合
上海市	92.02
天津市	6.72
その他	1.26

### ⑨クルーズ旅客の所在地

2015 年～2016 年第一四半期までに旅行をした「LY.COM」クルーズユーザーのうち、32.5%が上海に住んでおり、トップ3には華東地域の市・省がランクインした。上位3位の市・省を合わせると全体の約57%を占めており、華東地域所在者のクルーズ旅行意欲が高いことがうかがえる。

単位：%

順位	所在地名称	全体に占める割合
1	上海市	32.50
2	江蘇省	15.10
3	浙江省	10.20
4	北京市	5.30
5	広東省	4.10
6	湖北省	3.30
7	安徽省	2.80
8	江西省	2.70
9	遼寧省	2.40
10	湖南省	2.20

### 3. 現地旅行会社のクルーズ取り組み状況

#### 1) 主要 OTA プレーヤーの取組状況

本項については、各社の公式サイトやアニュアルレポート、新聞報道等を基に作成した。

本項の調査から、中国の主要プレーヤーは総じて、オンラインチャネルのみならずオフラインのチャネルも活用し、消費者と直接触れ合い会話をするなどニーズをくみ取り、かつ消費者に対しクルーズ旅行の PR を行うなどして顧客を獲得する動きが目立ち始めているといえる。

#### ① OTA：同程旅游「中高年をターゲットにした旅行会員制度」

2016 年 9 月、同程旅游が中高年層をターゲットに絞った中高年向け VIP 会員制度「百旅会」を開始することを発表した。同会のスローガンは「100 歳まで生きて、世界中をくまなく巡る」で、年齢は通常 50 歳以上 100 歳以下。入会した会員は後述するさまざまな特典を享受できる。

高齢者の旅行振興については、国務院が 2014 年 8 月に公布した『旅行業の改革発展を促進させることに関する国務院の若干意見（中国語：国務院關於促進旅游業改革發展的若干意見）』において、高齢者の旅行を大いに発展させていくことが明記されている。このほかにも国家旅游局が公布した『旅行社の高齢者旅行サービス規範（中国語：旅行社老年旅游服務規範）』が 2016 年 9 月 1 日から施行されたことで高齢旅行者の旅行がより規範化されるなど、中国では国を挙げて高齢者の旅行を振興する動きがみられる。同程旅游ではこうした動きに合わせ、高齢者に特化した新サービスを開始したといえる。

同程旅游によると、同社の会員 6,000 万人のうち、50 歳以上は全体の 10% を、クルーズ旅行の利用者に至っては 50% 近くを占めているという。（出所：2016 年 9 月「百旅会」発表会の席で）

なお、2016 年 12 月 21 日の時点で、全国 120 の都市に「百旅会」分会が設立されているといい、同社が経営の利益化を図る施策としても中高年旅行者の発掘に注力しているようだ。

#### <「百旅会」会員特典一覧表>

名称	ゴールド会員	白金会員	铂金会員
年会費	2,199 元	3,699 元	5,699 元
専門コンシェルジュ	1 対 1 で旅行の相談に乗る。年中無休。		
国内旅行	日帰り周辺バス旅行 年 4 回。	2 泊 3 日ツアーへの参加 1 回。目的地は北京、アモ イ、桂林、西安、等。	無し
クルーズ旅行	無し	無し	二人ロマンチッククルーズの 旅。天海クルーズ・新世紀号 またはコスタ・ビクトリア号
優先予約	旅行商品への優先申し込み。現金 + ポイントの決済可		
健康診断	健康診断や健康に関する講 座が受けられる。	無し	無し

旅行保険	最高保障額 60 万円。 飛行機や船等乗り物に関する けが等を保障。	最高保障額 100 万円 障害保険、入院保険、乗り物保険などを含む。
ポイントの使用	消費金額等によって獲得したポイントを旅費の足しにすることができる。	
月刊誌	会員向け月刊誌を 1 冊×12 か月	
季刊誌	会員による旅行記を雑誌にまとめ配布。年 4 回。	
リアル店舗でのイベント参加	リアル店舗で毎週開催されるイ ベントへの参加ができる。	中高年大学が毎週各種イベントやクラスを開催。年間最 高 52 回のイベントへ参加できる。
会員向けイベントの 全国大会への出場	広場ダンスや書・絵画、合唱などの試合。	
写真撮影とアルバムの贈呈	無し	旅行中にカメラマンが常同し、写真を撮影。アルバム 1 冊と 電子版を贈呈。

出所：利用規約を基に作成

#### <「百旅会」会員向けクルーズ商品の一覧>

No.	会員向けクルーズ商品の概要
1	【MSC スプレンドィダ】地中海、FOXTOWN。8 泊 10 日。 14,800 元～。会員は 300pt=600 元に交換し利用可。
2	【MSC マニフィカ】東西地中海（マルタ、ギリシャ、イタリア等）。 12 泊 14 日。14,800 元～。会員は 300pt=600 元に交換し利用可。
3	【マリナー・オブ・ザ・シーズ】シンガポール、ペナン州、プーケットなど。 8 泊 9 日。9,880 元～。会員は 600pt=1,200 元に交換し利用可。
4	【MSC スプレンドィダ】地中海+アラブ首長国連邦など。10 泊 13 日。 16,800 元～。会員は 500pt=1,000 元に交換し利用可。
5	【ダイヤモンド・プリンセス】上海、シンガポール、バンコクなど。 10 泊 11 日。16,288 元～。会員は 400pt=800 元に交換し利用可。
6	【MSC マニフィカ】イタリア、スペイン、ポルトガルなど。12 日間。 16,800 元～。会員は 500pt=1,000 元に交換し利用可。
7	【MSC スプレンドィダ】イタリア、フランス、スペイン、マルタ、スイスなど。11 日間。18,800 元～。会員は 400pt =800 元に交換し利用可。
8	【華夏神女 1 号】湖北省宜昌、重慶、三峡。 4 泊 5 日。4,450 元～。会員は 100pt=200 元に交換し利用可。
9	【華夏神女 2 号】湖北省宜昌、重慶、三峡。4 泊 5 日。 4,450 元～。会員は 100pt=200 元に交換し利用可。

備考：上記クルーズ商品の詳細は 2016 年 12 月 27 日時点のもの

出所：公式サイトを基に作成

## ②OTA：携程（Ctrip）「クルーズ旅行の自由行動プランを提供」

従来のクルーズ旅行商品では、目的地に上陸後の観光先はあらかじめ決まっており、ツアー客は団体で観光地をまわることが一般的だった。そうしたなか、携程では旅客自身が自由に観光できる自由行動プランを打ち出すべく 2016 年 4 月、クルーズ航路で人気が高い福岡県の福岡港湾局と提携を結び、福岡県に上陸後、旅客は自由に観光地を旅行できるようにした。これにより、団体旅行の際にみられる行きたくない場所への“強制的”な観光や、十分な観光時間が取れず慌ただしい、などの不満を解消することができ、旅客自身のニーズを満足させることができているという。

携程では自由行動旅客向けに観光バスをチャーターし、寄港した港湾から市内間の送迎サービスを提供するほか、中国語のガイドブックやお店で使えるクーポン券、緊急連絡先カード等を提供している。こうした自由旅行のプランを韓国やシンガポール、米国オーランド等行きクルーズ商品でも提供している。

しかしながら、携程によると自由行動プランのテストマーケティング中の予約状況などから、一部の中高年旅客は自由行動に対するニーズがそれほど強くない、または現地で自由行動をする能力を有していないことが分かった。よって、今後も団体行動プランを継続しつつ、テーマや利用者層によって自由行動プランを提供していくようだ。

## ③旅行代理店：凱撒（Caissa）クルーズ「クルーズ旅行の紹介等に特化した体験センター開設」

旅行会社大手「凱撒旅游」傘下の「凱撒クルーズ」が 2016 年 8 月、クルーズ旅行の紹介等に特化した体験センターをオープンさせた。当該体験センターは、クルーズ文化の伝承、クルーズ商品の紹介、クルーズ旅行に関する窓口問い合わせなどを行う店舗である。

体験センターでの目玉の一つが「クルーズ＋バーチャルリアリティ」というもので、専用のゴーグルをつけ映像を視聴することで、クルーズへの乗船経験を体感できる。映像は従業員が実際にクルーズ客船で撮影したものを使用している。

同社では今後 3 年間で、同様のクルーズ客船体験センターを 60 店舗開設する予定。天津や上海等の沿岸地域のほかにも、内陸部に設立し、内陸部の潜在顧客も開拓したいとしている。



【「凱撒郵輪體驗センター」の様子】

写真出所：<http://travel.sohu.com/20160826/n466245054.shtml>

## 2) 外国籍クルーズ客船会社の動き

### ①カーニバル・コーポレーション

2015年10月、同社は2017年に傘下のクルーズブランド「カーニバル・クルーズライン」及び「アイダ・クルーズ」を中国市場に投入する計画を発表した。

### ② ディズニー・クルーズ

2016年3月、ディズニー・クルーズがイタリアのFincantieri造船工場と世界最大級のクルーズ客船24.5万トンを造船する備忘録を結んだ。2018年夏頃に完成予定で、上海を母港とした4か月にわたるクルーズツアーを提供する予定。

### ③ コスタ・クルーズ

2016年4月、コスタ・クルーズは中国市場向けに新品のクルーズ船2隻をイタリアの「Fincantieri」社が造船すると発表した。クルーズ客船はそれぞれ13.55万トンで、乗客定員は約4,200名。2019年及び2020年の運航開始を予定しているという。

### ④ ノルウェー・クルーズライン

2016年7月、同社は2017年夏頃に上海と北京を母港とした「Norwegian Joy」号を運航させる計画を明らかにした。

## 3) 中国における豪華客船造船計画の動き

クルーズ市場の拡大に伴い、中国製のクルーズ客船を造船する動きが加速している。

### ①「中国船舶工業集团公司」とアメリカ「カーニバル・コーポレーション」

2014年10月、「中国船舶工業集团公司」とアメリカの「カーニバル・コーポレーション」が今後、中国で合併会社を設立することに同意した。両者は中国において中国らしさを有する豪華クルーズ客船やツアー、母港の運営や建設面で協力し、中国におけるクルーズ経済産業を発展させるという。「中国船舶工業集团公司」はクルーズのデザインと造船を、「カーニバル・コーポレーション」はクルーズの運営・管理を担当するという。

### ②「中国船舶工業集团公司」とイタリア「Fincantieri」

2016年7月、「中国船舶工業集团公司」とイタリア「Fincantieri」が豪華客船の造船合併会社設立に関する協議に署名した。両者は香港で合併の豪華客船デザイン・造船会社を設立するという。

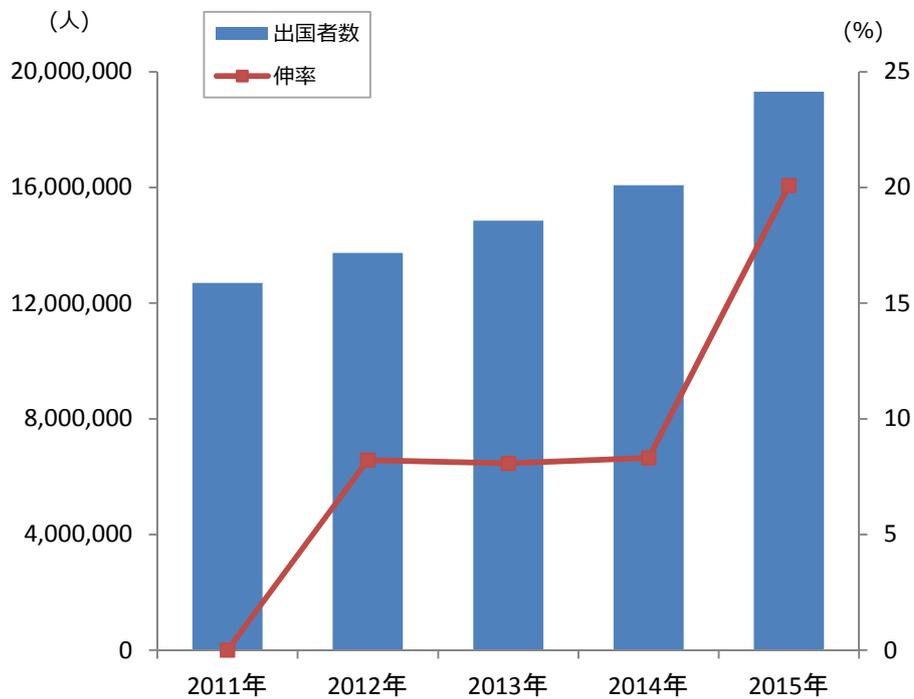
## Ⅱ. 韓国のアウトバウンド及びクルーズ動向について

### 1. アウトバウンド（海外への旅行者）に関する統計データ

#### 1) 韓国人海外旅行者の推移

2015年の韓国人の海外旅行者は1931万人で、前年より20.1%増加した。

図1. 韓国人の出国者数推移



単位：人、%

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
出国者数	12,693,733	13,736,976	14,846,485	16,080,684	19,310,430
伸率	—	8.22	8.08	8.31	20.08

出所：韓国観光公社

## 2) 行き先別出国現況(2011年～2015年)

出国先は、2011年から中国、日本、米国のトップ3に変化はなく、2015年は中国が4,444,400人(23%)、日本が4,002,052人(21%)、米国が1,763,871人(9%)であった。

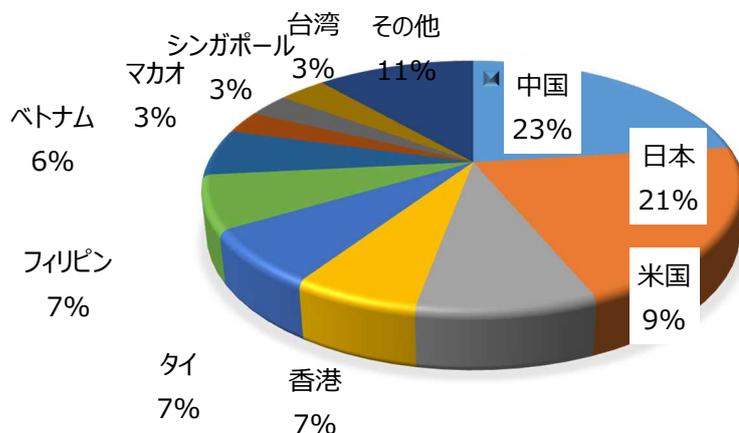
表1. 行き先別出国現況割合(2011年～2015年)

行き先 (Destination)	集計基準	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年
中国	Nationality	4,444,400	4,181,800	3,969,000	4,069,900	4,185,400
日本	Nationality	4,002,052	2,755,313	2,456,165	2,042,775	1,658,073
米国	Residence	1,763,871	1,449,538	1,359,924	1,251,432	1,145,216
香港	Residence	1,243,293	1,251,047	1,083,543	1,078,458	1,020,996
タイ	Residence	1,372,456	1,116,493	1,295,342	1,163,619	1,006,283
フィリピン	Residence	1,339,678	1,175,472	1,165,789	1,031,155	925,204
ベトナム	Residence	1,152,349	832,969	748,727	700,917	536,408
マカオ	Residence	554,177	554,521	474,269	444,773	398,807
シンガポール	Residence	577,082	536,975	471,768	445,157	414,879
台湾	Residence	658,757	527,684	351,301	259,089	242,902
カンボジア	Residence	395,259	424,424	435,009	411,491	342,810
マレーシア	Residence	421,161	385,769	274,622	283,977	263,428
インドネシア	Residence	263,319	328,122	324,560	303,856	302,184
ドイツ	Residence	296,900	254,332	228,865	208,108	172,866
イギリス	Residence	237,166	201,778	204,000	158,000	140,000
オーストラリア	Residence	230,100	201,310	194,450	196,800	198,000
トルコ	Nationality	222,580	248,654	187,040	159,084	149,943
オーストリア	Residence	277,032	234,557	182,442	134,856	106,359
カナダ	Residence	188,585	162,536	144,579	139,999	151,093
サイパン	Residence	-	142,081	139,958	129,394	107,503
インド	Nationality	-	109,469	112,619	109,469	108,680
ロシア	Nationality	129,160	135,676	107,942	94,922	91,335
モンゴル	Nationality	109,152	106,180	105,210	103,542	103,538
国内人総出国者数		19,310,430	16,080,684	14,846,485	13,736,976	12,693,733

出所：韓国観光公社

※2006年7月より国民の出国の際に作成した「出国カード」が廃止となり、2006年から海外旅行者の目的地の把握が不可能。以上はその代替材料として各国に入国した韓国人旅行者をまとめた資料であり、2013年を基準として10万人以上の韓国人が訪問した国を対象とする。\*ロシアは9月までの統計。\*乗務員含む。

図2. 2015年 行き先別出国現況割合



単位：人、%

順位	国名	人数	割合
1	中国	4,444,400	23%
2	日本	4,002,052	21%
3	米国	1,763,871	9%
4	香港	1,243,293	6%
5	タイ	1,372,456	7%
6	フィリピン	1,339,678	7%
7	ベトナム	1,152,349	6%
8	マカオ	554,177	3%
9	シンガポール	577,082	3%
10	台湾	658,757	3%
—	その他	2,202,315	11%

出所：韓国観光公社

表2. 韓国人旅行者の訪問先トップ10の国・地域（2011～2015年）

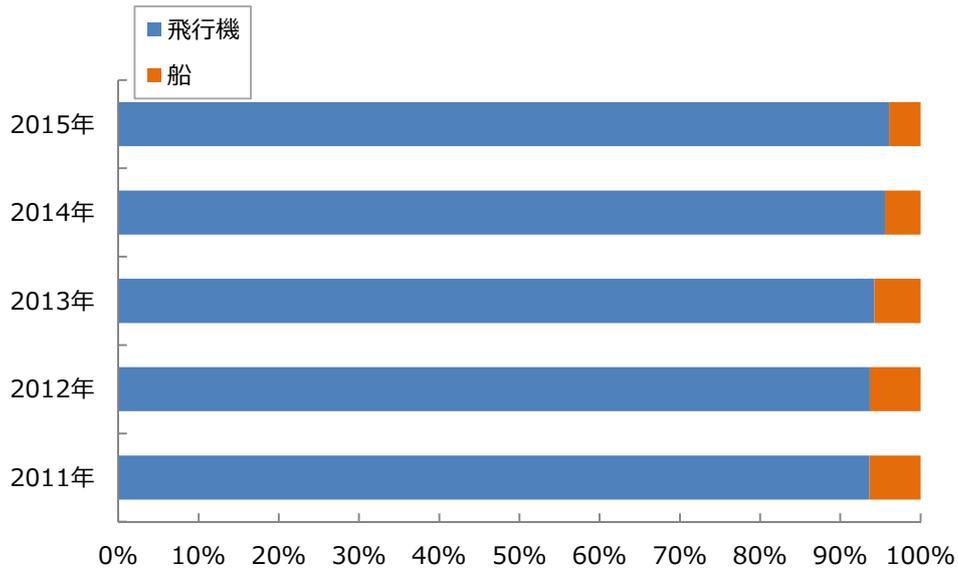
順位	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
1	中国	中国	中国	中国	中国
2	日本	日本	日本	日本	日本
3	米国	米国	米国	米国	米国
4	香港	タイ	香港	香港	香港
5	タイ	香港	タイ	タイ	タイ
6	フィリピン	フィリピン	フィリピン	フィリピン	フィリピン
7	ベトナム	ベトナム	ベトナム	ベトナム	ベトナム
8	シンガポール	シンガポール	マカオ	マカオ	マカオ
9	マカオ	マカオ	シンガポール	シンガポール	シンガポール
10	カンボジア	カンボジア	カンボジア	台湾	台湾

出所：韓国観光公社

### 3) 交通手段別出国現況(2011年～2015年)

韓国人海外旅行者の出国方法について、飛行機と船の割合の推移を見ると、2011年の飛行機93.6%、船6.4%から船の比率は減少を続け、2015年には飛行機96.1%、船3.9%の割合であった。

図3. 韓国人旅行者の出国方法の推移 (2011～2015年)



単位：人

	飛行機	船
2011年	10,821,766	737,954
2012年	11,683,356	790,786
2013年	12,746,631	778,666
2014年	14,072,555	653,533
2015年	17,180,467	705,187

備考：※乗務員は含まない (Excluding crew members)

※2001年3月、仁川国際空港開港 (Incheon Int'l Airport opened on March 29, 2001)

※2013年より済州港/済州空港の分類集計、2012年までには両方済州空港に含まれる (Jeju seaport was separated from Jeju airport since 2013)

※乗務員含まない。

出所：韓国観光公社

## 2.クルーズでの旅行者の動向・トレンド

### 1) クルーズ観光客

韓国を訪問するクルーズ客船と観光客はかなり増えたが、韓国を母港として出発するクルーズ客船はまだ少ない。2012年に初めてクルーズ客船会社ハーモニークルーズが2万トン級クルーズ客船を就航したが、翌年1月に運航を中断して廃業した。その後、韓国を出発するクルーズ客船は一部の旅行会社が外国船を短期賃貸する形で運営されている。

韓国を母港として出発したクルーズ客船は今年15回、1万5000人規模にすぎない。昨年、母港出港客が22万人に達した日本と比較すると15分の1水準だ。海洋水産部では来年、韓国から出発するクルーズ客船を37回、乗客を2万2400人に増やす計画だ。ロッテ観光開発は来年5月に束草（ソクチョ）を出港してロシア・北海道などを経て韓国に戻る環東海クルーズ客船を2回運航することにした。

済州（チェジュ）・釜山（プサン）など一部の港にクルーズ観光客が集中する現象も改善する必要があると指摘されている。昨年韓国を訪問したクルーズ観光客87万人のうち済州（62万人）と釜山（16万人）が大半を占めた。業界の関係者は「日本は30カ所以上の寄港地にクルーズ観光客が分散しているが、韓国は偏りが大きい」とし「より多くの港にクルーズ客船の入港が可能になるよう政府と地方自治体が関心を持つべきだ」と指摘している。

2016年の釜山港、東海港の準母港運行(15港次)と2017年の韓国籍クルーズ就航など、2020年まで韓国国内の母港利用のクルーズ観光客を20万人以上拡大する計画。

### 2) クルーズ観光客の特徴

クルーズ旅行の始まりは、北米のカリブ地域とヨーロッパの地中海地域を中心にシルバー富裕層から発展し、最近ではアジア地域で次第に拡散しながら大衆化傾向にある。年齢層はシルバー世代から30～50代の若い年齢層へと低くなりながら、家族とハネムーンクルーズ旅行などの低価格の旅行商品として発展しているものと見られる(観光研究 第24巻第3号、2009年)。

クルーズ旅行に対する関心が高まりながら、年間3,000人程度の韓国人が国外のクルーズ旅行商品を利用していると調査に現れている(海洋韓国 2007年5月)。

なお、海洋水産部、韓国公社に電話で問い合わせたところ、現在韓国人の海外クルーズ旅行客に対する統計はわからないとの回答だった。

#### <観光・レジャー研究(第25巻第4号、2013年)に発表された資料より抜粋>

2013年「観光・レジャー研究(第25巻第4号)」に発表された「国際クルーズ観光に参加する韓国人観光客の事例研究」によると、性別では男性74人(49.7%)、女性75人(50.3%)で、年齢では31～40歳が47人(38.5%)で最も高く、続いて41～50歳が40人(27.0%)、51歳以上が30人(20.3%)の順であった。

学歴は大学在学/卒業が110人(76.9%)で大部分を占め、月平均の世帯所得は601万ウォン以

上（約60万円）が42人(28.2%)。301～400万ウォン（約30～40万円）が29人(19.5%)、201～300万ウォン（約20～30万円、17.4%）の順であった。

また、これまでクルーズ観光の経験がない場合は122人(81.9%)と高かった。同伴者数は1～5人が104人(69.8%)で最も高く、同伴者類型は配偶者/子供を同伴する場合は83人(46.4%)、友人/親戚が66人(36.9%)、会社仲間が16人(8.9%)、団体旅行が9人(5.0%)、1人旅行が4人(2.2%)で、家族単位の観光が拡大していることがわかる。

観光目的、または関心は「新しいものへの追求」が一番高く、女性の場合は男性に比べ「自然への追求」、「娯楽への欲求」、「知的追求」が高く、20～30歳の若い年齢層及び相対的に低所得層の場合は「休みの追求」、「娯楽への欲求」が高かった。クルーズ観光に初めて参加した場合、「新しいものへの追求」と「娯楽への欲求」が高く、寄港地に初めて訪問する地域が含まれている場合に「新しいものへの追求」、「誇示欲」、「知的追求」がすべてを訪問した場合よりも高い結果があらわれた。

同伴者の類型の場合、友人/親戚を同伴した場合は、「新しいものへの追求」と「休みの追求」が高く、購入類型で本人が直接クルーズ旅行を選んだ場合には「休みの追求」が高いと表れた。

※複数応答、回答者数基準%

※2012年9月2回にわたり釜山<->日本のクルーズ旅行客(149人)を対象に調査

### <観光学研究 第40巻第4号、2016年4月>より抜粋

性別構成を見ると、男性115人(38.3%)、女性185人(61.7%)で、女性の比率が高かった。年齢別では45歳～54歳が66人(22.0%)で最も多く、25歳～34歳が63人(21.0%)、35歳～44歳が60人(20.0%)で同じような数値であった。

次に55歳～64歳が44人(14.7%)、18歳～24歳が39人(13.0%)、65歳以上が29人(9.3%)であった。回答者の学歴を見ると、大学卒業が116人(38.7%)で最も高かった。年俸(税前)は5,500万ウォン以上～7,000万ウォン未満（約55～70万円）が59人(19.7%)で最も多く、1億ウォン以上（約100万円）が54人(18.0%)と続いた。2,500万ウォン～4,000万ウォン未満（約25～40万円）が49人(16.3%)、4,000万ウォン～5,500万ウォン未満（約40～55万円）が45人(15.0%)、7,000万ウォン～8,500万ウォン未満（約70～85万円）が38人(12.7%)、8,500万ウォン～1億未満（約85～100万円）が29人(9.7%)、2,500万ウォン未満（約25万円）が26人(8.7%)という結果であった。

※2015年7月初 約1週間、クルーズ観光の経験がある観光客(300人)を対象にオンラインアンケート実施

## 3.韓国政府の取り組み

### 1) 国内クルーズ人口拡大に向けた取り組み

クルーズハブを目指す韓国にとって、国内クルーズ人口を増やすことも課題である。このため、外国クルーズ客船をチャーターしたモデル運航の継続的な実施、韓国籍クルーズ客船社育成、同社による韓国発着クルーズの運航等が計画されている。現在は韓国籍クルーズ客船の就航に向け、予算面での支援等が議論されている段階である。

## 2) ビジョン及び政策目標

ビジョン	アジアのクルーズハブ育成で地域経済の活力の引き上げ
------	---------------------------

政策目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 2020年 クルーズ観光客寄港地 300万人誘致、母港 20万人拡大</li> <li>◆ 2020年 韓国籍クルーズ 3隻就航</li> <li>◆ 専門人材の養成で 2020年まで 2千の 青年雇用創出</li> </ul>
------	---

戦略課題	細部推進課題
------	--------

外国クルーズ観光客誘致拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 各地域の特色ある観光商品の開発</li> <li>▪ ポテンシャルのある寄港地の開発</li> <li>▪ 海外広報マーケティングの強化</li> <li>▪ 実用的な入出港システムの構築など</li> </ul>
---------------	--

韓国籍クルーズ客船会社育成支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 韓国籍クルーズ客船会社の出帆支援</li> <li>▪ 韓国国内のクルーズ人口の底辺拡大</li> <li>▪ 韓国型クルーズモデルの開発</li> <li>▪ 港湾施設の使用支援及びインセンティブ提供</li> </ul>
-----------------	---

クルーズインフラの造成	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ クルーズ港湾の運営機能の特化</li> <li>▪ クルーズインフラの拡充</li> <li>▪ 観光インフラの拡充</li> <li>▪ 交通インフラの拡充</li> </ul>
-------------	---

クルーズ産業及び関連産業の活性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 専門人材の養成で青年の雇用創出</li> <li>▪ 海洋・農水産・造船・教育産業の連係</li> <li>▪ 港湾用域の供給業の拡充</li> <li>▪ クルーズ産業の支援体系の構築</li> </ul>
------------------	---

出所：新海洋産業育成と経済活性化のため、第1次クルーズ産業育成基本計画(2016年3月9日、関連機関合同)抜粋。

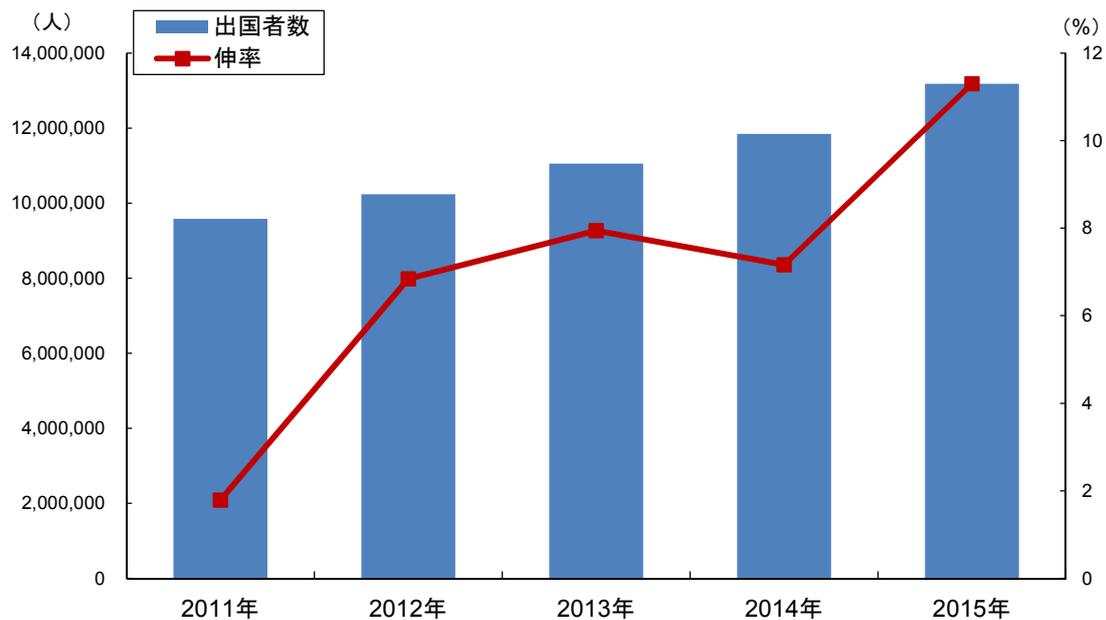
### Ⅲ. 台湾のアウトバウンド及びクルーズ動向について

#### 1. アウトバウンド（海外への旅行者）に関する統計データ

##### 1) 台湾人海外旅行者数の推移

台湾では近年、海外旅行へ出かける台湾人旅行者の数が右肩上がり増加している。2012年に年間1,000万人を突破すると2015年には前年比11.3%増の約1,300万人を超えている。海外旅行者が増加傾向にある背景について、台湾の上場旅行会社「雄獅旅遊」は同社の2015年アニュアルレポートの中で、2015年にトルコ航空が台湾直行便を運航したことや、LCCが台湾—東南アジア便を新設したこと、中華人民共和国公安部が発行する『台湾居民来往大陸通行証』を有する台湾人は5年間、中国への訪問が何度でも可能になる、などの好材料が多く、こうした動きが台湾人の海外旅行ブームを後押ししたと分析している。

図1. 台湾人出国者の推移（2011～2015年）



単位：人、%

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
出国者数	9,583,873	10,239,760	11,052,908	11,844,635	13,182,976
伸率	1.79	6.84	7.94	7.16	11.30

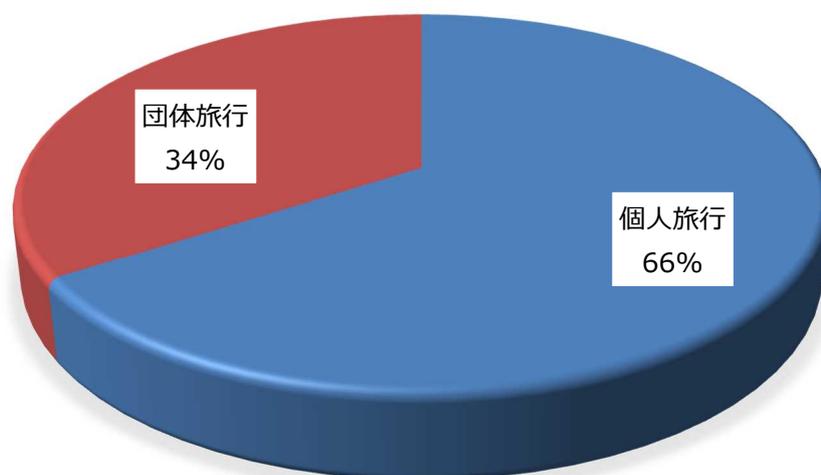
出所：台湾交通部観光局

## 2) 海外ツアー参加者と個人旅行者の割合

台湾交通部観光局が台湾人の旅行状況についてまとめた報告書によると、2015年に海外を訪問した台湾人旅行者のうち、団体旅行への参加者は全体の34%を占めた。一方、個人旅行者は66%と、団体旅行者の約2倍を占めた。

海外旅行者が個人旅行を選ぶ傾向は国内旅行の場合でも同じで、国内旅行の場合は個人旅行者が全体の9割近くを占めるほど多い。こうしたことから、台湾人旅行者は国内・海外旅行を問わず、団体旅行ではなく、個人旅行を好む傾向にあるといえる。

図 2. 海外ツアー参加者と個人旅行者の割合（2015年）



単位：%

項目	国内旅行	海外旅行
海外ツアー参加者	12.1	34.3
個人旅行者	87.9	65.7
合計	100	100

備考：海外旅行回答者計 2,182 名、国内旅行回答者計 22,257 名、調査期間 2015 年 1 月 1 日～12 月 31 日

出所：台湾交通部観光局

次に、団体旅行参加者が団体ツアーを選ぶポイントについては、国内または海外いずれのツアーにおいても、旅行者が重視するポイントの順位は同じであった。

回答率が高い順に「友人の推薦」、「価格が値ごろ」、「過去に同じ旅行会社のツアーに参加したことがある」との回答がトップ3を占めた。一方、最も回答率が低かったのは「行きたいコースや観光地が当該旅行会社しか提供していないから」で、10%を下回っている。よって、台湾人の団体旅行者は特定の目的地へのこだわりよりも、周りの口コミや価格、旅行会社に対する安心度を重視して選んでいるといえる。

**表 1. 旅行会社（のツアー）を選ぶ理由の比較（2015 年）**

単位：%

旅行会社を選ぶ理由	国内旅行	海外旅行
友人から推薦されたから	57.0	43.1
価格が値ごろだから	36.2	35.4
過去に同じ旅行会社のツアーに参加したことがあるから	34.8	31.0
旅行会社に対する評価が高く、知名度が高いから	18.4	17.7
行きたいコースや観光地がこの旅行会社しか提供していなかったから	7.7	5.8
その他	0.4	5.2

備考：海外旅行回答者計 2,182 名、国内旅行回答者計 22,257 名、調査期間 2015 年 1 月 1 日～12 月 31 日、複数回答。

出所：台湾交通部観光局

また、以下調査結果の通り、台湾人海外旅行回答者の約 7 割が観光を目的として出国している。

**表 2. 台湾人が海外旅行へ行く目的（2015 年）**

目的	割合
観光旅行	69.0
ビジネス	18.3
家族や友人を訪ねるため	11.6
短期留学	0.7
その他	0.4

台湾人海外旅行回答者が訪問先を決める主な要因では、「家族や友人に誘われたから」が最多（33.7%）で、これに「好奇心、異国情緒を体験したい」（15.6%）が続き、いずれも前年調査時から微増している。一方「国内を離れてストレスを緩和したい」、「歴史的文化財」を選んだ海外旅行回答者はいずれも前年から 2.6%減と最も減少している。

**表 3. 台湾人海外旅行者が海外旅行先を決める主な要因**

単位：%

要因	2015年	2014年
家族や友人に誘われたから	33.7	30.1
好奇心、異国風情を体験したいから	25.6	23.5
国内を離れて、ストレスを緩和したいから	13.0	15.6
会社の招待	5.5	5.0
旅費が安いから	5.5	4.8
買い物	4.7	3.9
歴史的文化財	2.8	5.4
旅行の交通が便利だから	2.3	1.7
異国のグルメを味わいたいから	2.2	2.1
特定の観光イベント特殊観光活動	2.1	3.0
休憩施設が優れているから	1.3	3.2
宗教因素宗教的理由	0.6	1.3
その他	0.7	0.6

備考：「その他」には、訪問国の情勢や天災、天気等を含む。

海外旅行回答者計 2,182 名、国内旅行回答者計 22,257 名、調査期間 2015 年 1 月 1 日～12 月 31 日、複数回答。

出所：台湾交通部観光局

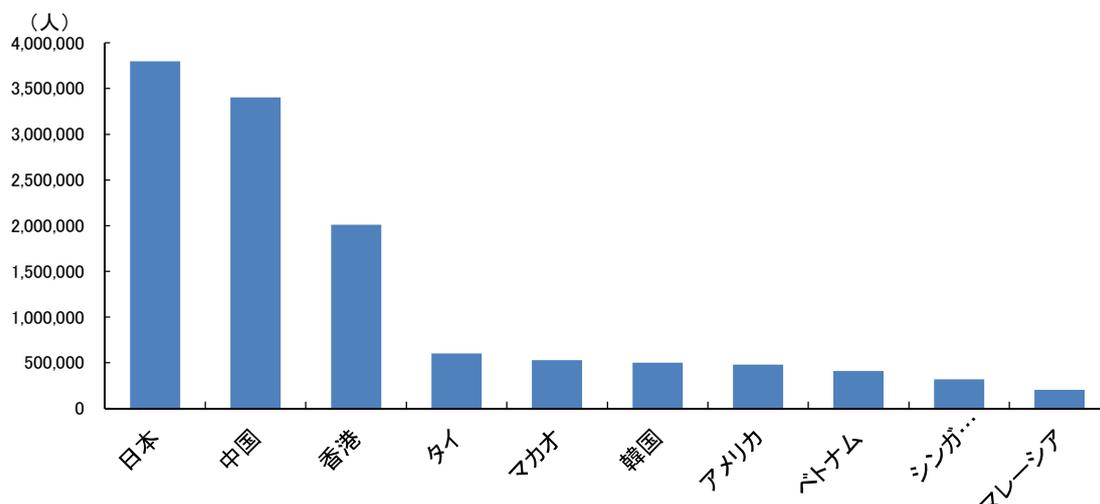
### 3) 台湾人海外旅行者の訪問先

#### (1) 香港・マカオ地域を含む訪問先

2015年、台湾人海外旅行者の訪問先として最も人気が高かったのは日本である。日本への旅行者は379.8万人に達し、初めて中国への旅行者数を超えている。実に昨年比27.8%増と大きく増加しており、2015年の台湾人海外旅行者全体の3割近くを占めた。2位中国への旅行者も全体の26%を占めており、2015年の海外旅行者の半数が日本または中国を訪問していることになる。

このほか、ランキング7位のアメリカを除くトップ10にはアジアの国・地域がランクインしており、アジア人気の高さがうかがえる結果となっている。また、2015年の中国人旅行者の訪問先傾向と比較すると、台湾ではアジアのランクイン数が多く、ヨーロッパが入っていない点が特徴といえる。

図3. 国・地域別 2015年の訪問者数トップ10



単位：人

順位	国名	人数	割合
1	日本	3,797,879	29%
2	中国	3,403,920	26%
3	香港	2,008,153	15%
4	タイ	599,523	5%
5	マカオ	527,144	4%
6	韓国	500,100	4%
7	アメリカ	477,156	4%
8	ベトナム	409,013	3%
9	シンガポール	318,516	2%
10	マレーシア	201,631	1%
—	その他	939,941	7%

出所：台湾交通部観光局

続いて、台湾人に人気の訪問先の推移を 2011 年から 2015 年までまとめると、下表のようになる。

日本は、2011 年から常にトップ 3 に入っていたが 2015 年、トップに君臨し続けていた中国を抜いてついにトップに立った。香港の人気も高く、この 5 年間は一度もトップ 3 から落ちていない。

特筆すべきはタイである。2011 年から 2014 年までは 7 位—8 位—6 位—7 位と 6 位以下を行き来していたが、2015 年は突如トップ 4 に躍り出た。さらに、昨年比 43.04% 増と急速に伸びている。タイへの旅行者が急増した要因には、2015 年 9 月から台湾人旅行者はオンラインでランディングビザを申請できるようになり利便性が高まったことや、政治の混乱が収まってきたことなどが挙げられる。

**表 4. 台湾人旅行者の訪問先トップ 10 の国・地域 (2011~2015 年)**

順位	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
1	中国	中国	中国	中国	日本
2	香港	香港	日本	日本	中国
3	日本	日本	香港	香港	香港
4	マカオ	韓国	韓国	韓国	タイ
5	韓国	マカオ	マカオ	マカオ	マカオ
6	アメリカ	アメリカ	タイ	アメリカ	韓国
7	タイ	ベトナム	アメリカ	タイ	アメリカ
8	ベトナム	タイ	ベトナム	ベトナム	ベトナム
9	インドネシア	シンガポール	シンガポール	シンガポール	シンガポール
10	マレーシア	フィリピン	マレーシア	マレーシア	マレーシア

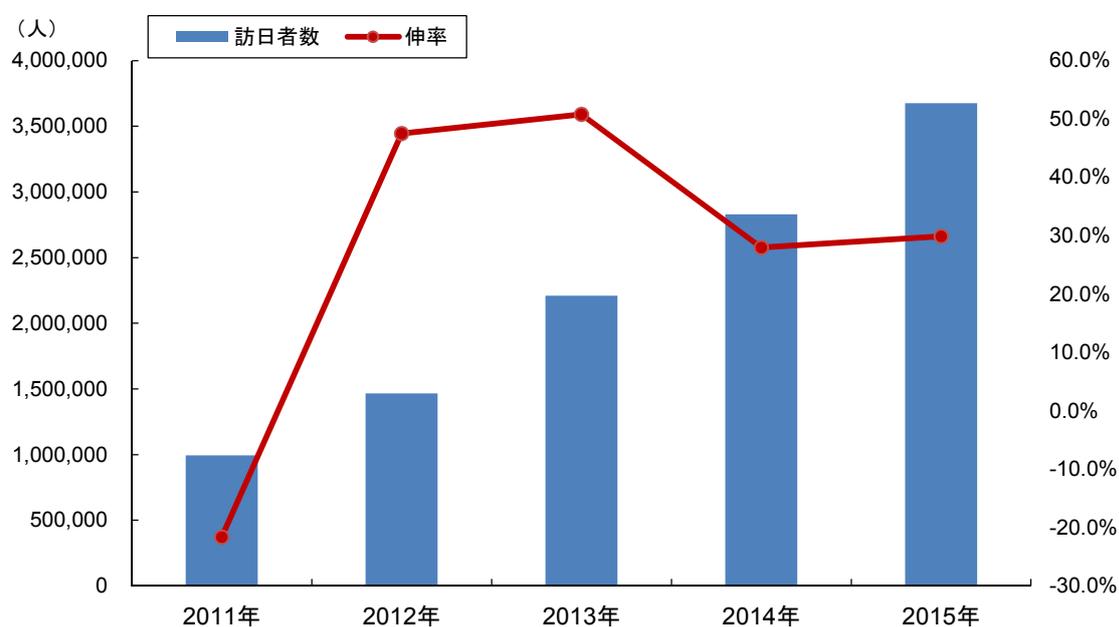
出所：台湾交通部観光局

#### 4) 訪日台湾旅行者数の推移

2015年の訪日台湾人旅行者数について、日本政府観光局（JNTO）の統計データによると、前年比29.9%増の368万人（台湾交通観光局の統計データでは380万人）にのぼり、2012年からは二桁成長を維持している。

2015年は円安の影響だけでなく、2015年から祝日の制定方法が新しくなり、記念日及び祝日等が土・日曜日に重なった場合、振替休日を設けるという制度を設けたことで休みがとりやすくなったことなども台湾人旅行者の訪日意欲を刺激したと推察できる。

図4. 訪日台湾人数の推移（2011～2015年）

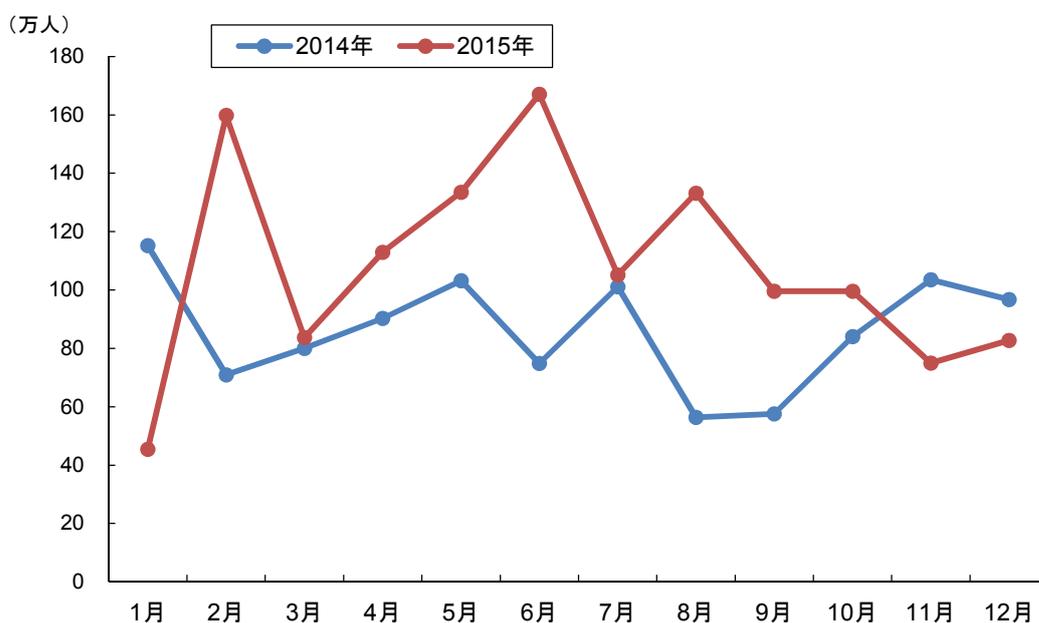


単位：人、%

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
訪日者数	993,974	1,465,753	2,210,821	2,829,821	3,677,075
伸率	▼21.6%	47.5%	50.8%	28.0%	29.9%

出所：日本政府観光局（JNTO）

図 5. 月別の訪日台湾人の推移（2014～2015 年）



単位：人、%

	2014 年		2015 年	
	人数	前年同月比	人数	前年同月比
1月	196,923	76.9	217,035	10.2
2月	191,235	27.3	277,626	45.2
3月	208,610	41.5	277,934	33.2
4月	257,894	30.3	335,140	30.0
5月	281,997	44.1	339,677	20.5
6月	254,274	12.0	345,243	35.8
7月	279,316	17.1	361,683	29.5
8月	229,871	17.9	313,929	36.6
9月	220,797	6.7	302,897	37.2
10月	260,398	22.0	343,601	32.0
11月	236,520	32.9	296,499	25.4
12月	211,986	41.9	265,811	25.4

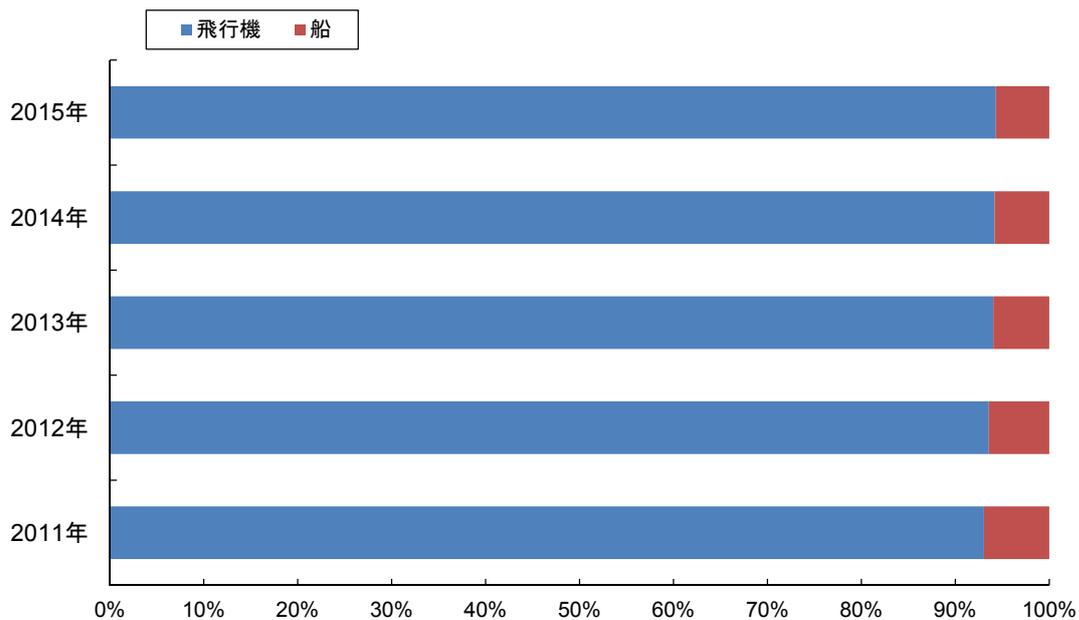
備考：訪日外客数とは、日本を訪れた外国人旅行者の数。法務省の出入国管理統計から JNTO が独自に算出。

出所：日本政府観光局（JNTO）

## 5) 出国方法

台湾人海外旅行者の出国方法について 2011 年～2015 年の推移を見ると、飛行機と船、割合は 2011 年は飛行機約 93%、船 7%だが、2012 年からは飛行機 94%、船 6%の割合に変化は見られない。

図 6. 台湾人旅行者の出国方法の推移 (2011～2015 年)



単位：人

	飛行機	船
2011年	8,917,352	666,521
2012年	9,580,142	659,618
2013年	10,394,418	658,490
2014年	11,155,298	689,337
2015年	12,433,262	749,714

出所：台湾交通部観光局観光統計資料庫

## 6) 出国先での滞在日数

2015年の台湾人海外旅行者の滞在日数は8.33泊である。1988年は14.08泊と長めだったが、2011年からの推移を見ると滞在日数は年々減少していることが分かる。

**表 5. 台湾人海外旅行者の国外滞在日数の推移**

単位：泊

	1988年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
平均宿泊日数	14.08泊	9.33泊	9.06泊	8.72泊	8.62泊	8.33泊

出所：台湾交通部観光局観光統計資料庫

## 7) 台湾人海外旅行者の消費状況

2015年の海外旅行1回当たりの平均支出は50,384台湾ドル（約18万円）で、前年に比べマイナス5.54%と、やや減少している。一方、出国前や帰国後にかかった旅行関連費用を含む海外旅行総支出は増加しており、前年比約10%増の6,642億台湾ドル（約2兆3600億円）となった。

**表 6. 旅行者の旅行1回当たりの平均消費支出と海外旅行総支出**

	2015年	2014年	伸率
旅行1回当たりの平均支出/人	50,384台湾ドル (1,587米ドル)	50,944台湾ドル (1,680米ドル)	台湾ドル▼1.10% 美金: ▼5.54%
海外旅行総支出	6,642億台湾ドル (209.18億米ドル)	6,034億台湾ドル (198.98億米ドル)	台湾ドル:+10.08% (米ドル:+5.13%)

備考：「旅行1回当たりの平均支出/人」には、飛行機等チケット費用、ビザ取得費用、宿泊費用及び全ての国外消費支出等を含むが、出国前及び出国後にかかった関連費用は含まない。

「海外旅行総支出」とは、「旅行1回当たりの平均支出/人」を基に台湾交通部観光局が算出したもの。飛行機等チケット費用、ビザ取得費用、宿泊費用及び全ての国外消費支出等を含む。

出所：台湾交通部観光局

## 2.クルーズでの旅行者の動向・トレンド

### 1) クルーズに関するマクロデータ

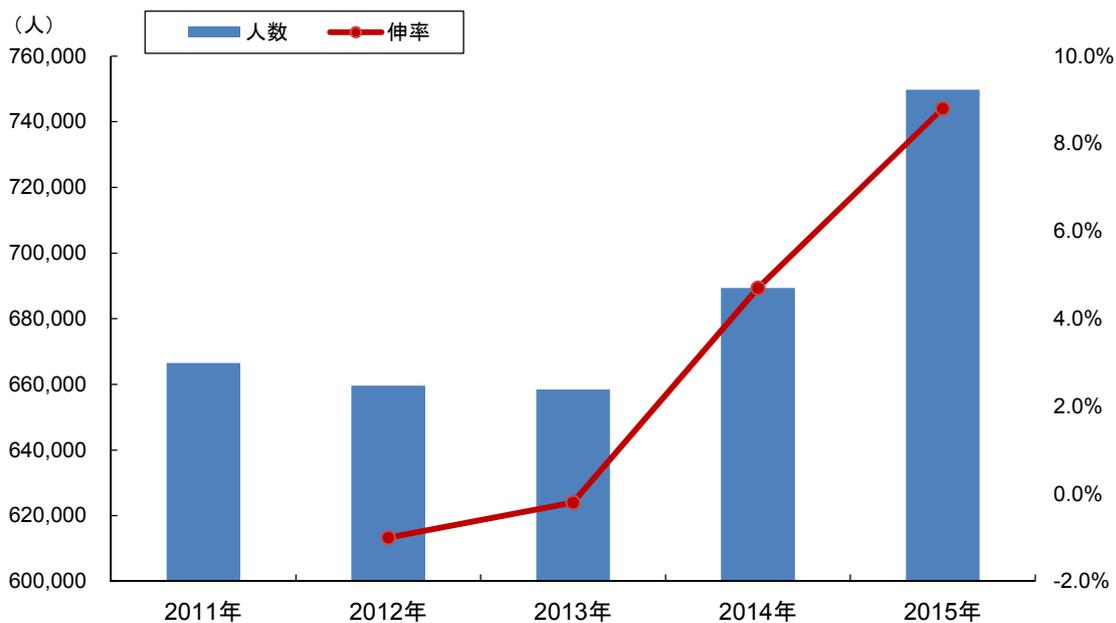
#### (1) 台湾におけるクルーズ産業の現状

台湾では近年、クルーズ旅客の輸送量が増加傾向にあり、2014年には100万人の大台を突破し、約138万人を記録している。また、台湾政府が中国本土や外国籍のクルーズ客船に対する補助金支給政策を講じたのに伴い、複数の港湾では相次いで埠頭等の整備が行われるなど、クルーズ客船のインバウンドにも力を入れている。

#### (2) 台湾の港湾から出国した台湾籍旅客数

台湾の港湾から出国した台湾籍旅客数は近年増加している。とりわけ2014年及び2015年は2年連続で増加しており、2015年は約75万人が船を使って出国している。

図7. 台湾の港湾から出国した台湾籍旅客数の推移 (2011～2015年)



単位：人、%

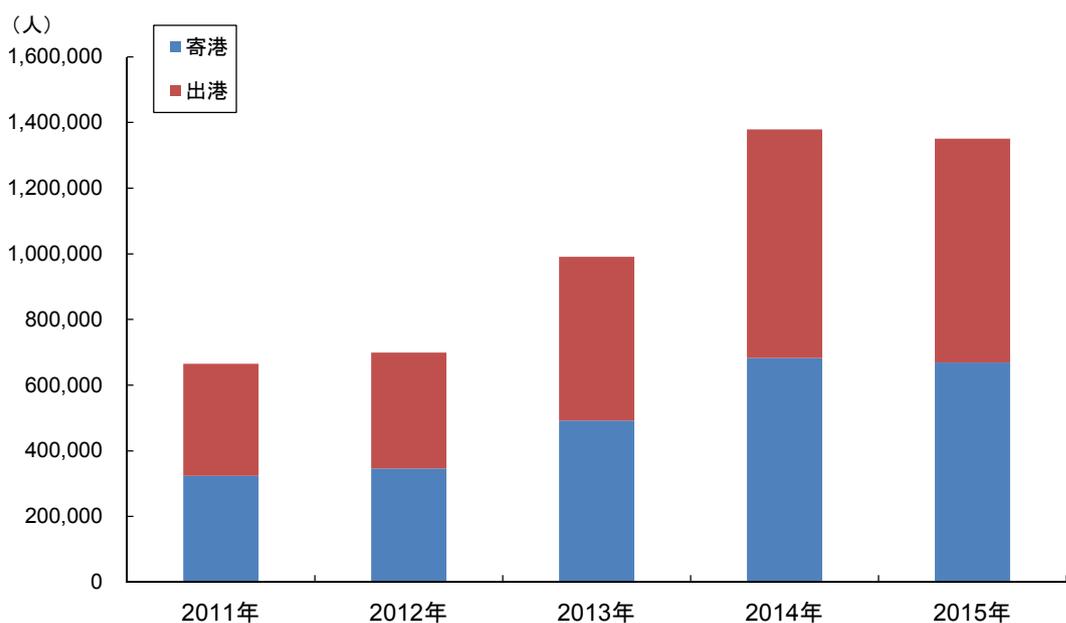
	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
人数	666,521	659,618	658,490	689,337	749,714
伸率	—	▼1.0	▼0.2	4.7	8.8

出所：台湾港務股份有限公司（台湾港務有限責任株式会社）

### (3) 台湾の国際貿易港 (International Commercial Ports) の旅客輸送量

四方を海に囲まれた台湾には、国際貿易港 (International Commercial Ports) として機能する港が複数存在している。台湾の国際貿易港に寄港、出港した船舶で乗り降りした旅客数は 2011 年から 2014 年まで増加の一途にあったが、2015 年は微減している。また、2011 年以降、出港による旅客輸送量が寄港によるそれを上回る傾向にある。

図 8. 台湾国際貿易港の旅客輸送量の推移 (2011~2015 年)



単位：人

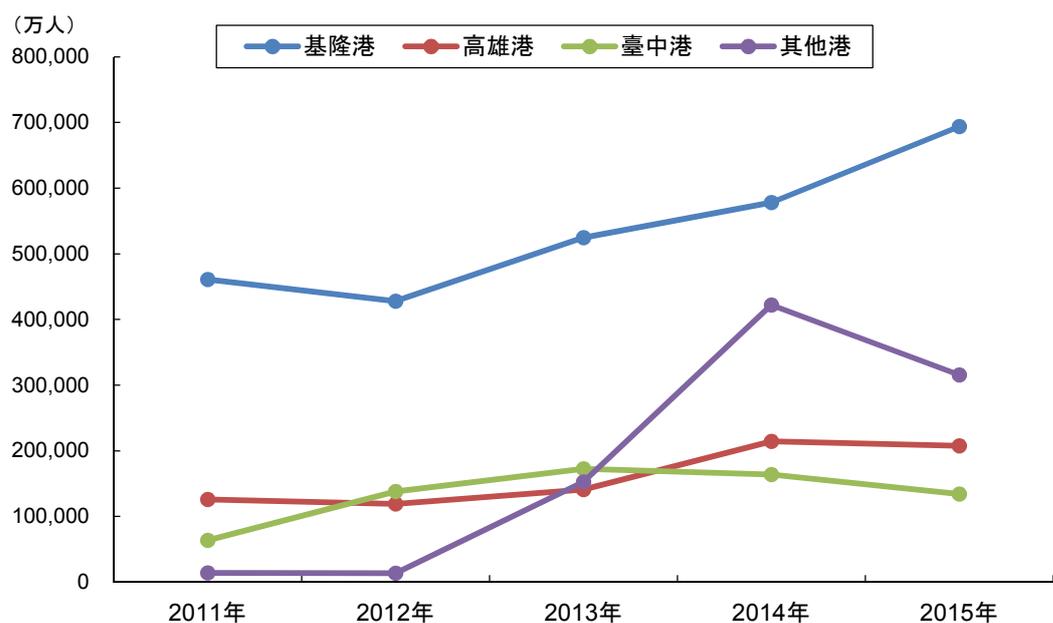
	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
寄港	324,342	345,899	491,745	682,969	668,694
出港	340,447	353,234	499,427	695,625	682,522
合計	664,789	699,133	991,172	1,378,594	1,351,216

出所：台湾港務股份有限公司

#### (4) 国際貿易港別の旅客輸送量

国際貿易港別の旅客輸送量をみると、台湾当局がアジア地域のクルーズ母港となることを目指している基隆港の存在感が非常に大きく、2015年の旅客輸送量は約70万人に達している。次に、台湾における第二のクルーズ母港となることを期待されている高雄港での旅客輸送量が多く、2015年は前年から微減したものの、約20万人を維持している。

図9. 港別の台湾国際貿易港旅客輸送量の推移（2011～2015年）



単位：万人

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
基隆港	461,112	427,845	524,608	578,002	693,956
高雄港	125,815	119,374	141,119	214,416	207,443
臺中港	63,740	138,284	172,551	164,102	134,441
その他の港	14,122	13,630	152,894	422,074	315,376
合計	664,789	699,133	991,172	1,378,594	1,351,216

備考：その他の港には、花蓮港、蘇澳港、安平港、臺北港を含む。

出所：台湾港務股份有限公司

## 2) クルーズでの旅行者の動向・トレンド

クルーズでの台湾人旅行者の動向やトレンドについては、関連する論文等に記載されていたクルーズ乗船経験者のプロフィールや専門誌での業界関係者による発言、大手 OTA「EZtravel（易游網）」上で販売されているクルーズ商品の内容を分析するなどの手法を用いて以下の通り纏めた。

### (1) スタークルーズ、プリンセス・クルーズ、カリビアン、コスタ・クルーズ乗船経験者の動向・トレンド

本項では、専門誌『Maritime Quarterly』2015年3月号に掲載された論文の中で実施されたアンケート調査の被験者プロフィールを活用した。

【被験者】スタークルーズ、プリンセス・クルーズ、カリビアン、コスタ・クルーズの旅客

【実施時期】2014年2月20日～4月15日まで

【アンケート実施場所】台湾のクルーズ港湾（基隆港、高雄港）、旅行会社、インターネット調査

【有効回答数】250件

#### ①クルーズ乗船回数

回答者のうち、「1回目」の回答が最多で約7割を占める。これに「2回目」が続き、1回目と2回目の被験者が9割近くを占めている。

項目	有効回答数（件）	割合（%）
1回	171	68.4
2回	50	20.0
3回	13	5.2
4回またはそれ以上	16	6.4

#### ②クルーズ旅行の同行者（複数回答可）

クルーズ旅行の同行者は「配偶者」（31.9%）が最も多く、「子供」（18.5%）、「友人」（16.0%）の順で続いた。

項目	有効回答数（件）	割合（%）
配偶者	114	31.9
子供	66	18.5
友人	57	16.0
両親	35	9.8
同僚	34	9.5
親戚	24	6.7
一人	22	6.2
その他	5	1.4

### ③クルーズ旅行情報の取得先（複数回答可）

クルーズ旅行の情報については、「友人等親しい人」と「旅行者」を通じての取得がそれぞれ 30%近くを占めており、身近な経験者や専門家の意見により耳を傾ける傾向がうかがえる。

項目	有効回答数	割合
友人等親しい人	88	29.3
旅行社	86	28.7
インターネット	40	13.3
新聞、雑誌	37	12.3
テレビ広告	27	9.0
その他	22	7.3

出所：「Investigating Tourist Choice Behavior in Cruise Tourism: An Application of the Theory of Consumption Value」『Maritime Quarterly』 Vol. 24 No. 1 March 2015 pp. 61-89

### （2）人気のクルーズ訪問先、滞在日数、価格帯

本項では、台湾の大手 OTA「EZtravel（易游網）」上で販売されているクルーズ商品を分析し、クルーズでの旅行者の動向・トレンドを探った。

【URL】<http://vacation.eztravel.com.tw/>

【調査実施日】2017年1月5日

【出発港】基隆港発

【出発予定日】2017年1月07～12月31日までのいずれかの日

当該サイトで上記情報を入力し検索をした結果、該当するクルーズツアー商品は計 28 件あった。

これら 28 件はいずれも基隆港発アジア方面行きツアーのみで、欧州などに寄港するクルーズの発着地は現地の空港であった。

#### ① 「EZtravel」で販売中のクルーズツアーで運航するクルーズ客船

調査時点で 2017 年 12 月 31 日までに参加できるクルーズツアー商品は 28 本あった。そのうち、全体の 57%が「スター・クルーズ」が運営するクルーズ客船「スター・アクエリアス」であった。次いで「プリンセス・クルーズ/サファイア・プリンセス」が 25%、「コスタ・クルーズ」は「フォーチュナ」と「ネオロマンチカ」の 2 つの客船を投入している。

#### ② 「EZtravel」で販売中のクルーズツアー日数

③ クルーズツアー商品 28 本のうち、ツアーの旅行日数別でみると、「3 日間」のツアーが最も多かった（10 本）。次に、「5 日間」が多く 5 本だった。これに「4 日間」、「8 日間」が続いた。

### ③「EZtravel」で販売中のクルーズツアーで運航するクルーズ船の訪問先

クルーズツアー商品 28 本のうち、すべてのツアーで日本方面への運航が組み込まれている。とりわけ、沖縄方面への人気が高く全体の 68%を占めている。

それ以外の訪問先には、長崎、鹿児島、広島、別府、高知、宮崎があり、プサンに寄港するツアーは 2 件あった（8 日間コース）。

#### 「EZtravel」で販売中のクルーズツアーの訪問先

クルーズ訪問先	ツアー商品件数（件）
与那国島、那覇、石垣島、宮古島	19
それ以外	9

### ④「EZtravel」で販売中のクルーズツアーの価格帯

クルーズツアー商品 28 本の価格帯をみると、3,600～50,900 台湾ドル（約 1.3 万円～約 18.3 万円）のラインナップを取り揃えている。最も多い価格帯は「8,001～9,000 台湾ドル（約 2.9 万円～3.2 万円）」で全体の 18%を占める。10%台はほかに「50,001～51,000 台湾ドル（約 18.0 万円～18.4 万円）」（14%）、「13,001～14,000 台湾ドル（約 4.7 万円～5.0 万円）」（11%）の価格帯。これら価格帯のツアー日数は 3 日間 5 日間、及び 8 日間である。

## 3. 政府、現地旅行会社のクルーズ取組状況

### 1) 政府としてのクルーズ戦略

#### (1) 台湾交通部観光局の年間重点政策

台湾交通部観光局が毎年公布している年間の重点政策の中で、2014 年からクルーズに関する重点政策が記載されるようになった。2014 年と 2015 年は同じ内容であった。

各年の重点政策は以下の通り。

<p><b>&lt;2016 年の重点政策&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 国際クルーズ市場の普及を強化する。</li> </ul>
<p><b>&lt;2015 年の重点政策&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域間のクルーズ協力を推し進める。地域内のクルーズ市場規模を拡大させ、国際クルーズがアジア地域に常駐するようひきつけ、共にアジアクルーズ産業の商機を創造する。</li> </ul>
<p><b>&lt;2014 年の重点政策&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域間のクルーズ協力を推し進める。地域内のクルーズ市場規模を拡大させ、国際クルーズがアジア地域に常駐するようひきつけ、共にアジアクルーズ産業の商機を創造する。</li> </ul>

## **(2) 訪台旅客向けのノービザ政策実施の動き**

台湾大手新聞『自由時報』の電子版（2016年9月18日付け）によると、台湾を訪れる国際クルーズ客船を誘致する目的で、地方政府や旅行関連の業界関係者らからクルーズ客船の一部外国人旅客に対するノービザ政策を実施すること検討することを政府に対し求めているようだ。

記事の中で、台中市長らは「韓国や日本、シンガポール、マレーシア、香港等ではすでにノービザ政策を実施することで外国人旅客をひきつけている。よって、政府やクルーズ業者が積極的に協力をし、台湾の港湾に出入港するクルーズツアーの外国人旅客に対し24時間または48時間のノービザ政策を講じることで、クルーズ市場に商機をもたらしたい」などと述べている。

## **(3) 外国籍クルーズ旅客誘致のための助成金政策**

台湾では国外のクルーズ旅客を誘致するため、国外主管機関が認可した外国籍及び中国大陸（香港及びマカオを含む）の大型定期客船会社に対し、旅客の人数によって助成金を支給するという奨励政策が実施されている。

当該施策は2012年から施行されたのち、2014年に名称や助成内容が修正され、改訂版が公布・施行されている。

## **2) 旅行会社の取り組み状況**

### **(1) 主要プレイヤーの取組状況**

台湾では主に、クルーズ会社が旅行会社と代理店契約を締結し、クルーズチケットを販売している。

#### **① 旅行代理店：クルーズチケットの早割キャンペーン**

台湾メディアの報道によると、複数の旅行代理店で、クルーズチケットの早割キャンペーンを実施している。たとえば「Lion Travel」では、2017年6月27日～7月5日までの期間中、イタリア「コスタ・クルーズ」が運営する「フォーチュナ」をチャーターし、「2017年コスタ・フォーチュナの8泊9日の旅」商品を販売する。その際、早割キャンペーンとして「2人目無料」サービスを行っている。

同社幹部によると、同社が販売するクルーズ商品の旅客のリピーター率は3割を超えており、これらリピーターの多くが次回は6日以上ツアーを選択しているという。旅客のこうした傾向を受け、同社ではコスタ・クルーズと組んでチャーター便で9日間のツアーを販売することにした。加えて上述の早割得点をつけることで、消費者を取り込む施策を講じている。

ちなみに、今回の8泊9日のツアーは、基隆港から出発クルーズの中で最長日数のツアーであると同時に、鹿児島、高知、大阪、神戸、別府に停泊する初めてのツアーであるという。

#### **② クルーズ会社：「プリンセス・クルーズ」が2017年に高雄市港湾をクルーズ母港とする**

台湾メディア『高雄報導』などによると、「プリンセス・クルーズ」が2017年、高雄市を母港とし、かつ高雄港への寄港回数も増加させる計画があるという。

高雄市では現在行っている埠頭の整備が2017年に完了する予定で、工事完了後には埠頭に2艘

のクルーズ客船が同時に停泊できるようになり、1度に2,500名を超える旅客の対応ができるという。こうした動きは高雄市のクルーズ産業発展を推し進めるとみられている。

### ③クルーズ会社：「コスタ・クルーズ」が2016年9月に台湾支社を設立

台湾におけるクルーズ市場の発展を重視したコスタ・クルーズが2016年9月、台湾に支社を設けると発表した。さらに、2017年夏休みごろには基隆港を母港とするクルーズ客船を運航させるといい、年間4万人の台湾人旅客を搭乗できると意気込んでいる。これにより、台湾に支社を置く国際クルーズ会社は「スタークルーズ」、「プリンセス・クルーズ」、「コスタ・クルーズ」の3社となる。

「コスタ・クルーズ」の職員によると、2016年夏に韓国プサンから出発し日本海を航海するツアーに対し2,000万人を超える台湾人旅客が参加したことを受け、台湾人のニーズがあると見込み台湾支社の開設に至ったという。

このほか、「コスタ・フォーチュナ」は2017年の夏休みに基隆港を母港として7～8回の航海を予定しているという。

### ④クルーズ会社：「プリンセス・クルーズ」が2017年から基隆港をクルーズ母港とする

「プリンセス・クルーズ」が2017年から基隆港をクルーズ母港として運航することが分かった。トータル停泊期間は半年に及ぶもよう。運航回数は2015年の10回から2016年は27回、2017年には40回以上を見込んでいる。

「プリンセス・クルーズ」の幹部によると、2016年に「プリンセス・クルーズ」の台湾から出発した旅客数は7万人、2017年に台湾母港計画を実現させた後では、旅客は10万人の記録を突破すると見ている。台湾人旅客を拡大させるため、クルーズチケット販売の正規旅行代理店の数も増やしている。

### ⑤クルーズ会社：ゲンティン香港グループ（雲頂香港集団）の動き

ゲンティン香港グループは、クルーズブランド「スタークルーズ」を運営している。ブランドは、“スーパースター・ヴァーゴ”、“スーパースター・アクエリアス”、“スーパースター・ジェミニイ”など6つのクルーズ客船を有する。

1993年9月設立。2015年のグループの売上高は約6億8990ドルで、前年比20.9%の増加。業績が好調な背景には、2015年5月に日本郵政の100%出資米国クルーズ会社「クリスタル・クルーズ」を購入したが、当該「クリスタル・クルーズ」ブランドの船票収益及び船上消費が良い影響をもたらしたようだ。

同社が運営する「スタークルーズ」ブランドは1997年に台湾市場に参入。2014年末から基隆港を母港とした“スーパースター・アクエリアス”が通年運航を開始。当該“スーパースター・アクエリアス”は、4月～10月は3泊4日で宮古島と那覇をめぐるツアー。11月～3月は4泊5日で那覇、石垣島をめぐるツアーを組み、年間を通して定期便を出したところ台湾市場で人気を博した。