



クルーズ船寄港による地域活性化 ～経済効果と取り組むべき課題～

大阪大学 大学院 国際公共政策研究科

教授 赤井 伸郎

日時 平成26年6月18日(水)
場所 福岡合同庁舎新館

主催 九州クルーズ振興協議会
公益財団法人九州運輸振興センター
助成 日本財団
後援 九州運輸局 JR九州

講演概要

自治体の役割と説明責任

自治体に関わる事業には、以下の条件が必要である。

「社会的便益VコストV私的便益」

自治体担当者にとって、事業を行うには、まず、コストが私的便益を上回るので、私的(民)には供給が来ず、また、社会的便益がコストを上回ることで、社会的価値もあることがわかる。この条件の成立を証明できれば公的な事業として継続される。加えて、知識がなくてもわかるような説明も必要である。(説明責任)これを、クルーズ振興として眺めてみると、「①コストの明確化、②便益の提示、③コストを上回る便益の3つを確実にわかりやすく証明する必要がある。」と言える。まず、政策の正当化に向けて経済的価値の証明が重要であるが、加えて、クルーズ船寄港の場合には、住民の意識改革の価値の評価も必要である。このような形の見えない価値を表わすのは簡単ではなく、客船が入港した地域で住民の意識が盛り上がる、意識が改革される、このような目に見えない部分をいかに提示し説得できるのかということが大切である。

世界のクルーズ事情と経済効果

欧米では、クルーズは、身近なレジャーとなっている。クルーズの経済効果は、全産業で見れば、造船というところの需要から始まって、雇用、消費へとつながる。全世界で77万5千人の仕事を生んでいると報告されている。

日本のクルーズ事情

日本のクルーズ人口について、2000年にスタークルーズが日本にきて一気に伸びたものの、その後SARSで一旦落ち込み、徐々に回復し始めたところで、リーマンショックでまた落ち込んだ。震災や中国の尖閣問題で停滞したものの、近年は中国でクルーズがブレイクし日本の寄港数も伸びてきている。さらに、2013年からプリンセスクルーズによる日本発着クルーズが開始され、さらに伸びが期待できる状態にある。観光全般に言えることであるが、世界情勢や自然災害などで大きな影響を受けるものの、今後、日本へのクルーズ船の寄港は、確実に伸びていく分野であると思われる。

入港時の経済効果

これまで、大型客船が寄港した際の経済効果については、いくつかの調査がなされている。それらの調査は、寄港時のアンケートに基づき、寄港時の消費額をベースに計測するものである。沖縄県の経済効果の調査結果では、1寄港で約1・4億円の効果があると計測されている。2013年、サンプリンセスが半年間の発着クルーズを行い、全国の港に入港した。各々の港で盛大に歓迎され、経済効果を生みだしている。様々な調査がなされているものの、一覧性は乏しい。色々なデータを蓄積して、失敗事例も成功事例も含めて情報共有できる仕組みがあることが望ましい。

経済効果測定の意味と方向性

クルーズというものがどのように地域活性化に役立っているのか、それをどのように測るのか、試行錯誤が必要で、情報・分析・事例の積み重ねが大事となる。例えば、完全ではないレポートでも、100集まればおおよその中身が見えてくると思われる。加えて、地域がどのように対応し、地域住民がどのように意識

を変えていったのかという非金銭的なデータの時系列的な蓄積と分析も必要である。クルーズ船が来ることによって、人がいなくなった商店街に人が歩くようになる、消費は増えなくとも商店主の気持ちは大きく変わってくるかもしれない。福岡や大阪、横浜、神戸のように大きな街の場合には、インパクトは小さいとしても、小さい港町の場合には、船が来るだけで町全体が、ガラリと変わる。その時、住民がどのような意識をもち、その意識が入港前後でどのように変わっていったかということの時系列的にデータで把握しておくことが役立つと思われる。さらに将来計画策定のためには将来予測も必要となるが、これはなかなか難しく、的確な予測のためには、予測を積み重ねる以外に方法は無い。国土交通省も、将来のクルーズ人口を予測しているが、これは中国との外交問題など様々な事柄が関係してくるため、予測の精度は見えない。過去に行った予測に対して、失敗した予測もあれば成功した予測もあると思うが、その乖離が、どういう理由によるものかをきっちり分析した上で積み重ねていくことが重要である。

すなわち、効果測定を試みを蓄積して、的確で説得力のある予測を目指すべきである。ここでも、重要なこ

とはこれまでの分析を一覧できるようにし、説明責任を果たすことである。クルーズも日々進化している。自分の自治体だけではなく、全国でどのようなことが起こっているのか、様々な事例を積み重ねてこそ、成功を導く鍵が見つかる。

効率的・効果的なクルーズ振興…魅力の効果的な発信に向けて4つの視点

1 情報不足の解消

様々なニーズに対応するために、情報は最も重要である。世界の多様な事例をベースに、ベストプラクティスを収集し、地域インフラごとの最適な方法を編み出す必要がある。日本での成功事例、失敗事例も含めて、いろいろなところで調査は行われている一方で、それが共有されていない。それぞれが地域にとって最適な方法を見つげるためにも、情報不足の解消と、その情報の共有は不可欠である。

毎年3月にマイアミで行われるクルーズの祭典（クルーズシッピングマイアミ…通称マイアミコンベンション）には、船会社のトップやクルーズに関わる企業の人達が多く集まる。クルーズ振興を行う上で何を重視すべきなのか、また旅行者や船

会社が何を重視しているのか、それに応えるための政策は何であるのかなど、じっくりと学ぶ良い機会になる。日本からも多くの港湾関係者が参加されているものの、単に自分の港をアピールするだけにとどまっているように思える。他の港がどういう戦略を持っているのか、旅行者や船会社が何を重視しているのかなど、色々な情報を集める事が大事である。

いずれにしても情報共有するプラットフォーム作りを進化させるべきである。クルーズ活性化会議などを活かして、連携して進めていくことが大事であろう。

2 効率的・効果的なプロモーション体制の整備

空港や港湾運営において、経営改革としてのコンセクションが目ざれている。クルーズ船誘致においても、民間を活用することも考えられる。外部からのエネルギーを取込んでいく視点が考えられる。港湾管理者が持つ権限を民間にゆだねて、コンセクションのような形で誘致を行うことも検討価値があるであろう。

たとえば、クルーズターミナル経営のコンセクションや、港湾関係のポート・オーソリテイを通じて、全面的に客船誘致を行う可能性も考え



られる。沖縄は、沖縄コンベンションビュローが誘致を行っている。メリットとしては、行政に縛られないような形でのプロモーションが可能となる点が挙げられる。

さらに空港と港湾の補完性に着目すれば規模及び範囲の経済性の向上につながる要素が大きくなる。港湾から入り空港から出るなど、多様なルートの開拓を生み出すことにより需要が生まれる。港湾・空港など、海外とつながるインフラを地域内で一体的に独立運営するポート・オーソリテイを通じて、地域全体で売り込んでいくことも効果的である



う。九州全体で売り込んでいく形のプロモーションも考えられよう。

3 外部性排除による連携

努力を促す競争はもちろん重要であるが、隣接した港湾管理者が誘致活動を行うと、無理な奪い合いになりかねない。地域全体でメリットを共有する、すなわち、連携をしながら戦略的にプロモーションを行うことが重要である。自治体や民間が連携し、情報発信・情報収集・誘致活動を行うことも効果的である。2〜3年前に比べると、このような連携したプロモーションも地域ごとに増加しているものの、ここで大切なのは担当者の意識改革である。個別地

域のためだけでなく、地域全体でメリットを共有するという意識の成熟が大事である。

4 財務的安定化

地域活性化につなげるためには、継続的にアピールする体制を構築することが重要である。プロモーション部隊の財務的安定化とは、長期的に戦略を行うための財務基盤の確保を意味する。アピールしても船が入るまでに5年かかる場合もある。その間、継続してアピールが出来る仕組みづくりが大切である。例えば空港において非航空系収入を拡大すれば、空港の財務が安定化する。ターミナルビルをショッピングエリアと合築させるような仕組みづくりである。長期的に安定化した財源を確保して、プロモーションを継続していけば、それが将来的には収益につながっていく。このような視点、仕組み作りも重要である。

寄港の意義

クルーズ客船が寄港することの大きなメリットは、その情報が全世界に発信されるということである。全世界のクルーズ船社や船客は、常に、新しい地域を探している。クルーズ船が寄港すれば、その人達に

生きたメッセージを発信できる。世界のクルーズ客は、常に新しいデスクティネーションを求めており、どういふところにどういふものがあるのかを調べている。1回でも寄港してもらえれば全世界のクルーズ客が注目するきっかけになる。船に来てもらうと地図にマークが付くような意味があり、現在のネット社会にそれはとても重要なことである。クルーズドットコムというサイトでは、全世界のクルーズ船がどこを廻っているのか、一目でわかる。1回でも寄港すると、クルーズドットコムの港名に港の名前が載る。さらに、来た人が「ここがよかった、あそこがよかった」と発信すれば、注目度も上がる。その機会づくりが重要であり、地域の魅力を発信するためのきっかけとなる。そのためにも、継続して、クルーズ船社やクルーズ客向けに魅力の発信を積極的に行っていくことが重要である。

地域においてもクルーズ客船寄港の動きは意欲に変化を生み出す、日ごろ、観光客が来ない地域に観光客があふれると、人口が一気に増える。わが地域にも未来があるのではないかという希望を与えることになる。この希望はまさに地域再生に最も重要な要素である。

最後に、次世代クルーズ層の拡大のために開催している、スマート・クルーズ・アカデミーを紹介したい。港湾関係者・観光関係者の情報収集のために、国土交通省とクルーズ活性化協議会が連携して研修クルーズを同時に開催している。

スマート・クルーズ・アカデミーというのは、まさに船上で船を体感しながら港湾の在り方、観光の在り方、地域活性化の在り方、船がアジア諸国を回って行けば、そのアジアにおける日本の役割をとともに参加者全員で考える試みである。港湾関係者は、クルーズを実際に体験することで、船内の動きや港でのオペレーションを自分の眼で確認することが出来る。クルーズアカデミーではクルーズ振興に寄与できるデータを提供するため、学生の体験レポート作成など様々な取組みをしており、有益な情報が蓄積されることを期待している。

このような試みを通じて、港湾関係者・観光関係者に情報が蓄積され、また、将来の若い世代にクルーズが浸透し、今後日本でもクルーズが伸びていくことを期待し、今日の講演を締めくくる。