

松山港におけるクルーズ船 ツーリズムへの取り組みの報告

松山港湾・空港整備事務所 企画調整課 係員 村上 寛昌

松山港湾・空港整備事務所 企画調整課 係長 飯田 海

令和元年5月21日、松山港において大型外航クルーズ船ダイヤモンド・プリンセスの初寄港が実現した。今後、クルーズ振興を図るためには、クルーズ客の満足度を向上させ“また訪れたい港湾”として認知される必要がある。今回、クルーズ客へのオプションルツアーに組み込まれていない体験型のツアーを社会実験として乗組員に提供し、今後の松山港クルーズ企画の一資料とすることを目的とし、その満足度を計測した。

本報告は、乗組員を対象としたモニターツアーによるモデルコースの検証結果について報告するものである。

キーワード：外航クルーズ、インバウンド、地域振興

1. はじめに

(1) 日本におけるクルーズ船寄港状況

近年、世界のクルーズ人口は増加しており、我が国においてもクルーズ船による外国人入国者数が増加している。2017年の訪日クルーズ旅客数は前年比約27%増の約253万人となり、「明日の日本を支える観光ビジョン(2016年3月30日)」に掲げられた目標である「訪日クルーズ旅客を2020年に500万人」の実現に向け、官民一体となって取り組んでいるところである。また、クルーズ船の寄港回数については、2017年には外国船社が運航するクルーズ船の寄港回数が前年比約40%増の2,013回、日本船社も含めると2,764回となり、いずれも過去最高となった(図-1)。

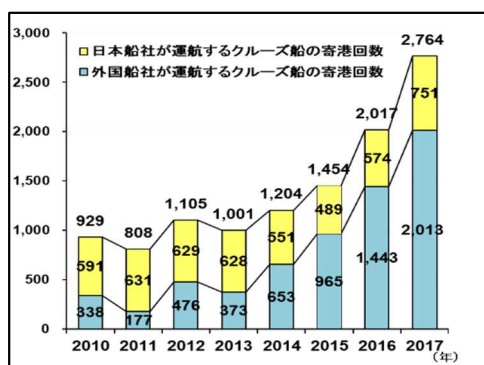


図-1 クルーズ船寄港回数

(2) 四国におけるクルーズ船寄港状況

四国におけるクルーズ船寄港数は、2017年以降小型クルーズ船「ガンツウ」が就航したことにより増加傾向が見られ、2018年には過去最高の185回を記録した(図-2)。しかし、松山港、高松港では背後に多数の観光資源を有しているにも関わらず、瀬戸内海沿岸の他港や四国の太平洋側の港湾と比較すると、クルーズ船の寄港回数は少ない状況である(表-1)。

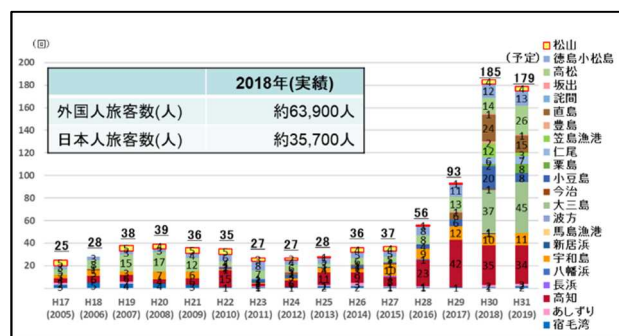


図-2 四国の港湾へのクルーズ船寄港状況

表-1 瀬戸内海・四国の主な港のクルーズ船寄港回数
(2013年～2017年)

別府港	広島港	宇野港	松山港	宇和島港	高松港	高知港
69回	168回	66回	11回	38回	35回	93回

2. クルーズ船初寄港に向けた取り組み

(1) 四国におけるクルーズ船誘致に対する取り組み

瀬戸内海に面する四国において、クルーズ船の寄港拡大を実現させるため、港湾管理者、観光・商工関係者等で構成される「四国における瀬戸内海クルーズ振興検討会(事務局:四国地方整備局)」を設置(2017年5月22日)し、クルーズ船の寄港拡大の実現に向けて取り組むこととなった。検討会では船社にクルーズに関して講演していただくと共に、観光地や松山港の現地(埠頭)視察を行っていただいた。その後、県、市、地元関係者による熱心な誘致活動の結果、大型外航クルーズ船ダイヤモンド・プリンセスの初寄港が決定した。

(2) 松山港におけるおもてなしの検討

ダイヤモンド・プリンセスの初寄港に向けて、また、今後のクルーズ船の寄港拡大、定着につなげるため、市内の観光・商工、交通、港湾及び行政の関係機関で構成された「松山港クルーズ振興会(事務局:松山市)」において、歓迎セレモニー、和文化体験、物産販売や観光案内など松山港における“おもてなし”について検討が重ねられた。

3. ダイヤモンド・プリンセス初寄港の概要

(1) ダイヤモンド・プリンセス

本船は、総トン数115,875トン、乗客数2,706人、全長290mのプリンセス・クルーズ社所有の船であり、松山港へ寄港する船としては過去最大である(図-3)。

また、今回の周回コースは図-4のとおりである。



※提供:愛媛県

図-3 松山港に着岸したダイヤモンド・プリンセス



図-4 ダイヤモンド・プリンセス周回コース

(5月21日 寄港時)

(2) 初寄港・おもてなし

a) 乗船状況(5月21日 寄港時)

乗船客数 : 約2,700人(約8割は欧米を中心とした外国人)

滞在時間 : 約8時間

松山港では、お茶体験、浴衣の着付け体験等の和文化体験が人気であり、多くのクルーズ客に喜ばれた。また、三津の商店街では、ボランティアの方々による町並み案内も行われており、地域住民との文化交流が生まれるなど地域活性化につながる(図-5~8)。



図-5 お茶体験



図-6 浴衣の着付け体験



図-7 松山盆踊り



図-8 地域ボランティアによる三津の町並み案内

b) 船上販売によるオプションツアー

今回、船上販売されているオプションツアーを表-2に示す。初寄港ということ、高齢者が多いことが考慮された結果、観光を主としたツアーとなっている。そこで、乗組員にはアクティブな体験型ツアーを企画した。

表-2 船上販売オプションツアー 一覧表

	ツアー名（行き先）	時間	昼食	対象
1	①ベストオブ松山 （松山城、石手寺、伊佐爾波神社、道後散策）	7 h	○	外国人
2	②松山 1 日観光 （松山城、道後散策、子規博、坂雲M、秋山兄弟生誕地）	7. 5 h	○	日本人
3	③ハイライトオブ松山 （道後温泉、石手寺、松山城）	4. 5 h	×	外国人 日本人
4	④道後温泉 ホットスプリング （飛鳥乃湯泉（入浴）、道後散策、石手寺）	4 h	×	外国人
5	⑤道後温泉と子規記念博物館 （飛鳥乃湯泉（入浴）、道後散策、子規記念博物館）	4 h	×	日本人
6	⑥今治・しまなみ海道 （タオル美術館、サンライズ糸山、亀老山展望台）	7 h	○	外国人 日本人
7	⑦三津レトロタウンウォーキング★ （三津の街並み散策／旧木村邸、旧濱田医院など）	6 h	○	外国人
8	⑧内子・大洲観光 （上芳我邸、本芳我邸、内子座、分庁舎、あさもや）	7. 5 h	○	外国人 日本人

4. 乗組員を対象としたモニターツアー

(1) 目的

松山港において、今後の寄港拡大、定着を図るため、満足度が高く、受入地域にも経済効果が見込まれる体験型ツアーのモデルコースを作成することを目的として、モニターツアーを企画した。

(2) ツアー計画の立案

クルーズ船社においては、ツアー先として寄港地で人気が高く、多くの観光客の受け入れ可能な観光地を選択する傾向がある。そのため、モニターツアー先については、オプションツアーにはない観光地を、愛媛県国際交流課、愛媛県観光物産協会(以下、県物産協会)、松山市観光・国際交流課から提案してもらい、計画の立案を行った。

愛媛県、県物産協会からは、愛媛県において、しまなみ海道を「サイクリストの聖地」として推進していることもあり、体験型ツアーとして、サイクリングと来島観潮船の提案があった。松山市からは、お遍路体験と酒造見学等の提案があったが、既に石手寺(お遍路)がオプションツアーに含まれていること、対象が乗組員のためアルコールは避けることとなり、調整の結果、二ノ丸庭園、坊ちゃん列車となった。

(3) モニターツアーの概要

a) 船社との調整

今回、モニターツアーの参加者を乗組員としたため、船社とツアーに参加できる時間帯について調整した結果、乗船客の下船、乗船時の作業を考慮し、参加可能な時間帯は11:30～15:30(4時間)となった。

b) ツアースケジュールの決定

当初、乗組員には複数の観光地を体験してもらう予定であったが、時間帯が11:30～15:30(4時間)となったため、2つのコースに分けての実施となった(図-9)。



図-9 位置図

(4) アンケート調査

a) アンケート実施概要

対象者:モニターツアー参加者17名

【内訳】コースA 松山市内観光 :9名(図-10)

コースB しまなみサイクリング :4名(図-11)

コースB' 来島海峡観潮船 :4名



図-10 松山市内観光
(二ノ丸庭園)



図-11 しまなみサイクリング
(二ノ丸庭園)

b) アンケート項目の設定

今後のオプションツアー先の候補として検証するため、新たなツアーとしての可能性、観光地のPR手法や乗組員によるSNS・口コミ等による観光地・魅力の情報発信の可能性等を加味したアンケート項目を設定した(表-3)。

表-3 アンケート項目の設定詳細

設問番号	項目	設問内容	設問意図(分析内容)
Q1	個人属性	性別・年齢・出身地	・回答者属性の把握
Q2	ツアーの満足度	各スポット・体験イベントの満足度	・オプションツアーとしての可能性の確認
Q3		SNSでの情報発信の意向	・ツアー内容の評価
Q4		周囲への口コミによる情報発信の意向	・観光地のPR手法
Q5	自由回答	自由記述	・情報発信の可能性の確認
Q6	【参考】乗客の観光イベントへの関心度	乗客が感心を持ちそうな県内の観光地・体験イベントについて	・アンケート項目では拾いきれないニーズや課題、提案の把握

(5) アンケート結果

a) 結果

ツアー参加者は、20代後半から30代前半の男女を中心に様々な国籍であった。また、行程にかかわらず、ツアー参加者全員(SNSを利用していない方を除く)から今回のツアー体験をSNSに投稿したいという意見があり、満足度の高さを確認することができた(図-12, 13)。

自由意見等から特徴的な意見を抽出した。

コースA : 坊ちゃん列車内が混雑していた(30歳, 女性, ボスニア). 日本庭園が素晴らしかった(30歳, 男性, 南アフリカ, 他3名).

コースB : サイクリングコースが短かった(31歳, 男性, イギリス, 他2名). 景色が素晴らしかった(24歳, 女性, 中国, 他2名). みかんゼリーが美味しかった(49歳, 男性, フィリピン, 他2名).

コースB' : 渦潮を見ることができると貴重な体験であった(24歳, 女性, 日本, 他2名). ボートに乗るまでの時間が長かった. もっと大きな渦潮を見たかった(28歳, 女性, 日本).

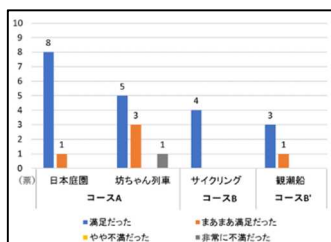


図-12 ツアーの満足度

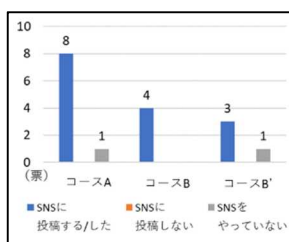


図-13 情報発信の意向

b) 課題

コースA : 観光の時間が短く, 他施設を見られなかったこと. また, 坊ちゃん列車内での混雑に不満を感じていた.

コースB : サイクリングコースが短いことで物足りなさを感じていた.

コースB' : 観潮船までの移動時間が長いこと. また, 渦潮のピークではないことに物足りなさを感じていた.

c) 考察

モニターツアー参加者に対して実施した, 行ってみたいところ・やってみたいことに関する関心度調査を図-14に示す. サイクリング・潮流体験・そば体験等の体験型ツアーや, その地域固有の自然・食べ物に興味・関心が高いことがわかる. また, 今回は体験型ツアーを主としていたため, 歴史的

建造物などの観光は少なかったが, それらも関心が高いことがわかる.

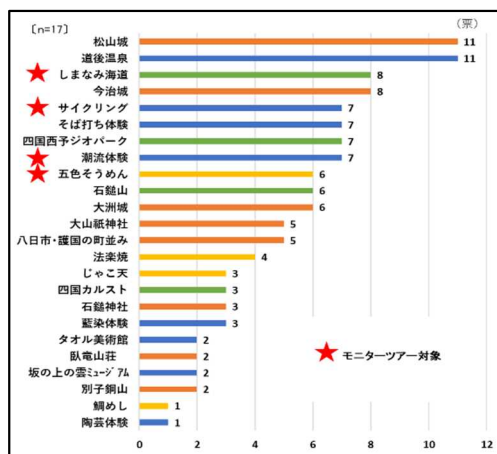


図-14 関心度調査

d) 提案

コースA : メジャーな施設でなくても, テーマ/ストーリー性を持たせ, 関連施設を周遊することで印象を引き立たせ, ツアーの満足度を向上させる.

コースB : しまなみ海道の特徴である点在する島々には, 道の駅など休憩可能な箇所も多く, 参加者の体力・経験・要望に応じたコース選択を可能とする. また, 距離別の完走賞授与等を行うなど, 参加者のSNS投稿を促し地元PRにつなげる.

コースB' : 道中に観光スポット(菊間瓦等)を入れるなど, 移動時間を感じさせることなく, 渦潮の規模が大きくなる適切な時間帯となるよう, タイムスケジュールを工夫し, 全ての時間で楽しんでもらう. それにより, 本来通過していた地域にも交流・振興が生まれる.

5. 終わりに

現在, 6月3日の第2回寄港を含めて, 松山港クルーズ振興会(事務局:松山市)において, 地域振興の効果に関して取りまとめられているところである. 今回の一連の取り組みを通じて, 乗客の満足度向上の鍵は, その地域でしか味わえない特別な体験と地域との交流が重要であると感じた.

本社会実験の結果も併せ, 今後さらに分析を深め, 県や市との意見を共有することで, 松山港をはじめとした愛媛県全体のクルーズ船寄港拡大および地域振興の一助としたい.