

クルーズ船の寄港による地域活性化に向けて ～佐世保港クルーズ船 乗船客・乗務員アンケートから～

このところ佐世保港へのクルーズ船の寄港数が急増しており、2016年は64回、17年は84回、今年には120回の見通しである。埠頭の整備も進んでおり、この7月には三浦岸壁の延伸工事完了に伴い16万トン級のクルーズ船の寄港が可能となるほか、国土交通省が進める「官民連携による国際クルーズ拠点」として、ハウステンボス近くの浦頭地区で16万トン級に対応できる埠頭が20年4月に供用開始予定であることから、佐世保港へのクルーズ船の寄港数はさらに増加することが見込まれる。

もっとも、いまのところ、期待していたほどは地元での消費に結びついておらず、如何に地域での消費拡大につなげるかが課題となっている。このため佐世保市では、この7月、中心商店街に隣接する松浦公園の一角に大型バスの乗降場を供用開始するのをはじめ、ハード面の受入れ態勢の整備を図るとともに、クルーズ乗船客や乗務員の活動実態の把握によって効果的なソフト面の戦略構築に努めている。

この一環として、当研究所は、(公財)佐世保観光コンベンション協会及びクルーズながさきの委託を受け、クルーズ船の乗船客や乗務員を対象としたアンケートを実施した。本稿ではその結果の概要を紹介する。

調査の概要

アンケートの対象：佐世保港に寄港した国際観光クルーズ船の乗船客と乗務員。アンケートは3回実施し、合計465件（乗船客回答票327件、乗務員回答票138件）の有効回答を得た。

調査実施日	船名	トン数	乗客定員	調査実施時間
17年10月29日（日）	グローリー・シー号	24,782トン	約1,300人	14:30～18:30
17年11月7日（火）	グローリー・シー号	24,782トン	約1,300人	14:30～18:30
18年1月13日（土）	スカイシー・ゴールドン・エラ号	72,458トン	約2,110人	14:00～18:00

アンケートの方法：観光等を終えて帰船する乗船客・乗務員を対象とし、佐世保港国際ターミナル付近で調査員（中国人留学生）が、乗船客には中国語、乗務員には中国語と英語で質問し回答を得た。

アンケート事項：

(1) 乗船客

- 属性（性別、年代、職業等）
- 居住地域、旅行形態、日本への来訪回数等
- 旅行の目的、佐世保の認知度、旅行のきっかけ、旅行の申し込み手段、旅行を手配した時期、
- 旅行を決めた理由、不便だったこと、買い物時の支払い方法、再訪の意向等。

(2) 乗務員

- 属性（性別、年代、職種・乗務員歴等）
- 居住地域、佐世保への訪問回数等
- 外出時間、滞在時の過ごし方、訪問場所、佐世保のお気に入りの場所、不便だったこと、買い物時の支払い方法等。

乗船客アンケート

乗船客の属性を年代別にみると、最も多いのが60歳以上で35.5%、それに次ぐのが50歳代の19.6%と20歳代の18.0%であった。職業別にみると、最も多いのが「無職」（定年退職者を含む）で37.3%、次いで「会社員」が29.1%、「自営業」が7.3%など。リタイアメント層だけでなく、現役世代も多く訪れていることがわかる。

○旅行形態を尋ねたところ、「団体旅行」が48.9%と最も多く、以下「知人・友人との旅行」（22.7%）、「家族旅行」（22.1%）の順であった。中国人観光客の大半は、クルーズ船の運航会社が一括して申請する船舶観光上陸許可制度（ビザ不要）を利用していることから団体旅行の割合が高く、「一人旅」は4.4%にとどまった。

○訪日回数については、「今回初めて日本に来た」人の割合が70.7%、「2回目」が12.1%、「3回目」が5.6%、「4回以上」が11.5%であった。初めて日本を訪れた乗船客が約7割に上るものの、2回以上来日しているリピーターも約3割を占めている。

○乗船客の属性

		人数	割合	年齢	人数	割合	職業	人数	割合	旅行形態	人数	割合	訪日回数	人数	割合
全体		327	100.0%	20歳未満	9	2.8%	会社役員	12	3.7%	一人旅	14	4.4%	初めて	227	70.7%
				20歳代	59	18.0%	会社員	95	29.1%	家族旅行	71	22.1%	2回目	39	12.1%
性別		人数	割合	30歳代	51	15.6%	公務員	13	4.0%	友人・知人との旅行	73	22.7%	3回目	18	5.6%
男性	134	41.0%	40歳代	23	7.0%	自営業	24	7.3%	団体旅行	157	48.9%	4回以上	37	11.5%	
女性	193	59.0%	50歳代	64	19.6%	専業主婦	15	4.6%	その他	6	1.9%	合計	321	100.0%	
			60歳以上	116	35.5%	学生	15	4.6%	合計	321	100.0%				
			無回答	5	1.5%	無職	122	37.3%							
						その他	29	8.9%							
						無回答	2	0.6%							

○日本への旅行の目的（複数回答）をみると、「観光」が73.7%と最も多く、以下「ショッピング」（37.9%）、「船内アトラクション」（12.5%）、「食事」（12.2%）と続いた。

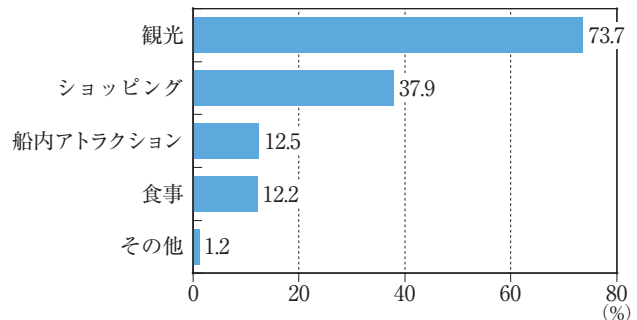
○佐世保市を知っていたかについては、「知っていた」人の割合は42.4%に対し、「知らなかった」が57.6%であった。認知度は必ずしも高くないことから、潜在的な顧客層に届くような効果的な情報発信や、クルーズ船で佐世保に来たことがある乗船客に口コミやSNSなどの方法で情報を広めてもらうなど、認知度向上の余地があることがうかがわれる。

○今回の旅行プランをどこで見つけたかについては、最も回答割合が高かったのは「旅行代理店」で69.8%、次いで「ウェブサイト」が12.0%。その他の回答のなかには「友達からの紹介」が4.9%みられた。

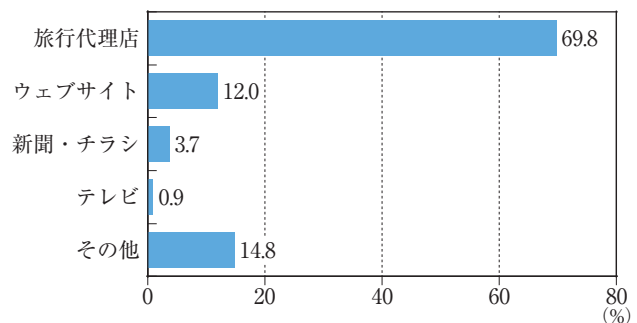
○旅行の申し込みをどこで行ったかについては、最も回答割合が高かったのは「旅行代理店の店頭」で73.8%、次いで「ウェブサイト」が15.4%。このように、旅行プランを見つけたところと、旅行の申込をしたところが、ほぼ同率の結果であった。

○旅行を手配した時期については、最も多かったのが出発前の「1週間以内」で62.2%、次いで「1～2週間前」の20.9%となっており、これらを合わせると8割超の人が旅行の出発2週間前に手配を行っていることがわかる。この背景には、旅行会社が乗船客を募集しても一定数に満たなければ採算が合わないためツアー自体を中止とする場合もあることから、出発の直前まで募集を行っていることが考えられる。

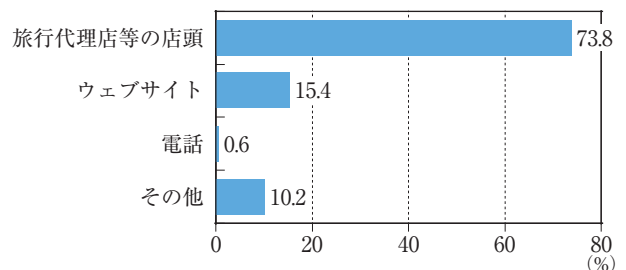
図表1 旅行の目的 (MA, N=327)



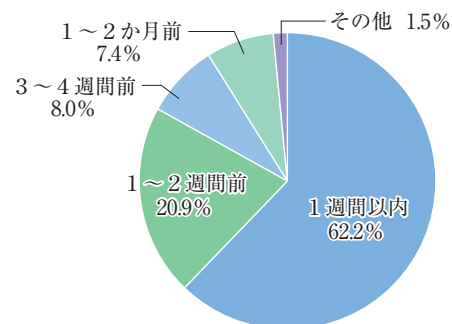
図表2 旅行のきっかけ (N=326)



図表3 旅行の申し込みをしたところ (N=325)

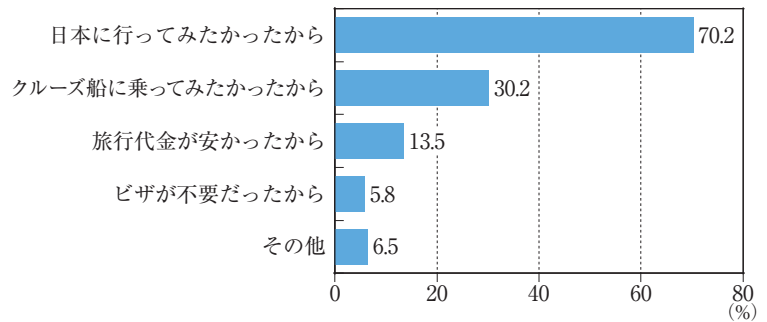


図表4 旅行の手配の時期 (N=325)



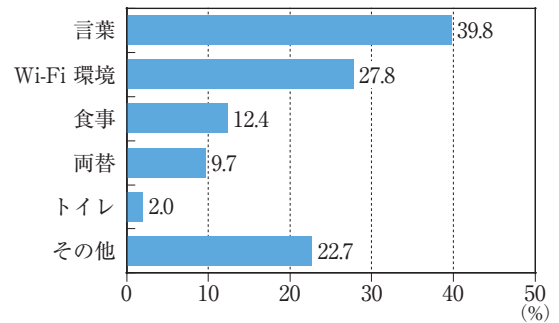
○旅行を決めた理由（複数回答）については、「日本に行ってみたかったから」が70.2%と最も多く、次いで「クルーズ船に乗ってみたかったから」が30.2%、「旅行代金が安かったから」が13.5%、「ビザが不要だったから」が5.8%であった。

図表5 旅行を決めた理由 (MA, N=325)



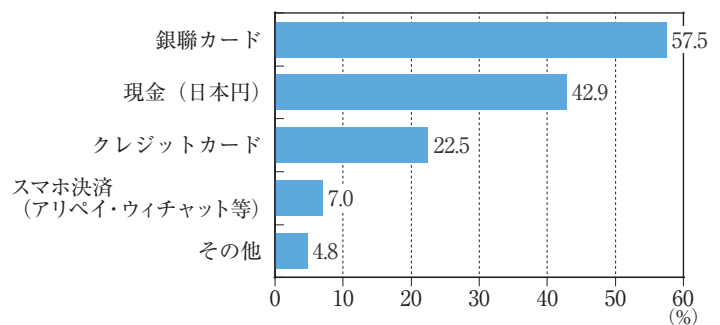
○今回の旅行で1番不便だったことについては、「言葉」が39.8%と最も多く、以下「Wi-Fi環境」(27.8%)、「食事」(12.4%)、「両替」(9.7%)の順であった。なお、「その他」の回答のなかには、「不便はなかった」との回答14.7%を含んでいる（本来1つ選択の設問であるが、複数回答者も集計に含めた）。乗船客の多くが団体行動で、ランドオペレーターが手配したバスで限られた時間内で観光地や免税店を訪れるスケジュールだったことから、「十分な時間がなかった」との意見もみられた。

図表6 今回の旅行で不便だったこと (MA, N=299)



○買い物をした際の支払い方法（複数回答）については、「銀聯カード」が57.5%と最も多く、次いで「現金（日本円）」(42.9%)、「クレジットカード」(22.5%)となっている。なお、中国人観光客が支払いの際、スマホで決済できる店舗が一部に限られていることから、「スマホ決済（アリペイ・ウィチャットペイ等）」は7.0%にとどまった。

図表7 買い物をした際の支払い方法 (MA, N=315)



○クルーズ船で佐世保、日本を再訪したいかについては、「再訪したい」と答えた人が79.0%にのぼったのに対し、「再訪したいと思わない」は21.0%にとどまっており、概ね好印象を持ってくれたことがうかがわれる。

乗務員アンケート

クルーズ船の乗務員は、航海士や機関士などの乗組員や、船内にあるバー・レストラン、カジノといったレジャー施設のスタッフなどが挙げられ、その人数はクルーズ船の乗客定員のおよそ1/3に上る。船内での仕事が終わると寄港地で自由に過ごせる乗務員は、寄港のたびに地元で消費してくれる顧客と捉えることができる。

○乗務員の属性

	人数	割合
全 体	138	100.0%
性別		
男 性	79	57.2%
女 性	59	42.8%
年齢		
20歳未満	2	1.4%
20歳代	94	68.1%
30歳代	28	20.3%
40歳代	10	7.2%
50歳代	3	2.2%
60歳以上	0	0.0%
無回答	1	0.7%

	人数	割合
居住地		
中国	86	62.3%
インドネシア	19	13.8%
フィリピン	8	5.8%
インド	5	3.6%
ネパール	5	3.6%
バングラディシュ	4	2.9%
ミャンマー	4	2.9%
その他	7	5.1%

○乗務員の居住地については、中国が86人（62.3%）と最も多く、以下、インドネシアが19人（13.8%）、フィリピン8人（5.8%）、インドとネパールがそれぞれ5人（3.6%）であった。

○寄港回数を尋ねたところ、「4回以上」が83.3%と8割超に上り、「初めて」は8.0%にとどまった。乗船客の約7割が初めて来日したのとは対照的に、乗務員は度々佐世保を訪れていることがわかる。

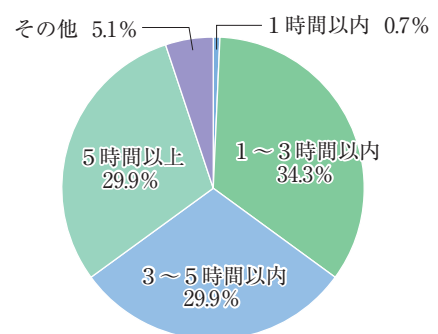
○今回の寄港での外出時間については、「1～3時間以内」が34.3%と最も多く、次いで「3～5時間以内」「5時間以上」（ともに29.9%）であった。乗務員は比較的寄港地で自由に過ごせることがわかる。

○滞在時間の過ごし方（複数回答）については、「買い物」が79.6%と最も多く、以下「食事」（62.8%）、「観光」（41.6%）、「カフェで休憩」（21.9%）、「コンビニで休憩」（19.0%）の順であった。

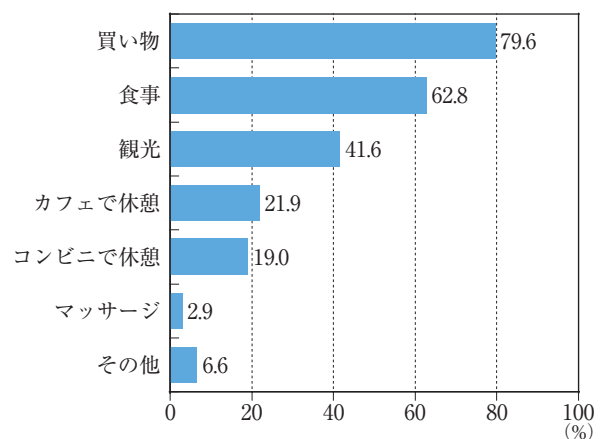
今回の寄港で「買い物」、「食事」、「観光」をした具体的な場所について尋ねた。

○「買い物をした場所」（複数回答）については、128人が回答。最も多かったのは「させぼ五番街」で69.5%、以下「免税店」（39.1%）、「ドラッグストア」（37.5%）、「中心商店街（アーケード）」（33.6%）、「コンビニ」（25.0%）の順であった。

図表8 乗務員の外出時間 (N=137)

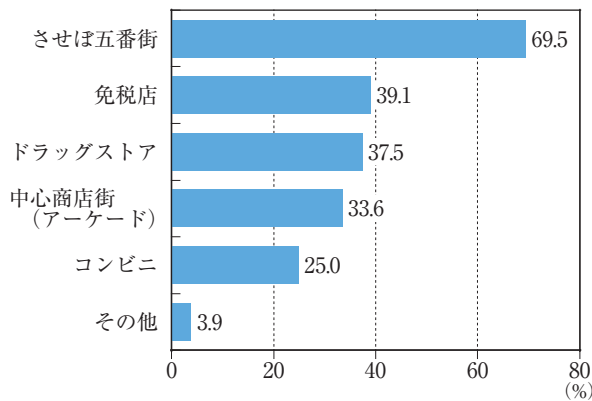


図表9 外出時間の過ごし方 (MA, N=137)

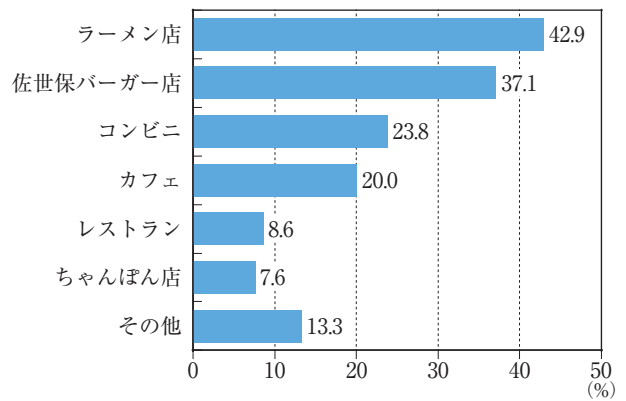


- 「食事をした場所」（複数回答）については、105人が回答。最も多かったのは「ラーメン店」で42.9%、以下「佐世保バーガー店」（37.1%）、「コンビニ」（23.8%）、「カフェ」（20.0%）の順であった。

図表10 買い物をした場所 (MA, N=128)

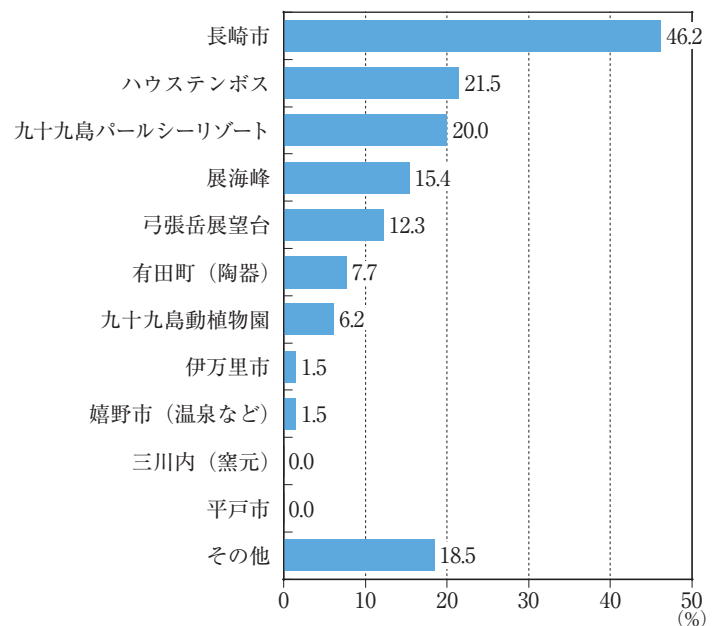


図表11 食事をした場所 (MA, N=105)



- 「観光した場所」（複数回答）については、65人が回答。最も多かったのは「長崎市」で46.2%、以下「ハウステンボス」（21.5%）、「九十九島パールシーリゾート」（20.0%）、「展海峰」（15.4%）、「弓張岳展望台」（12.3%）の順であった。

図表12 観光をした場所 (MA, N=65)



- 佐世保にお気に入りの場所があるかについては、回答した119人のうち、「ある」と答えた人が61人（67.2%）であった。お気に入りの場所が「ある」と回答した人に、その具体的な場所を1つ挙げてもらったところ、「させぼ五番街」が22人（36.1%）と最も多く、次いで「九十九島」8人（13.1%）、「中心商店街」7人（11.5%）などであった。

図表13 お気に入りの場所 (N=61)

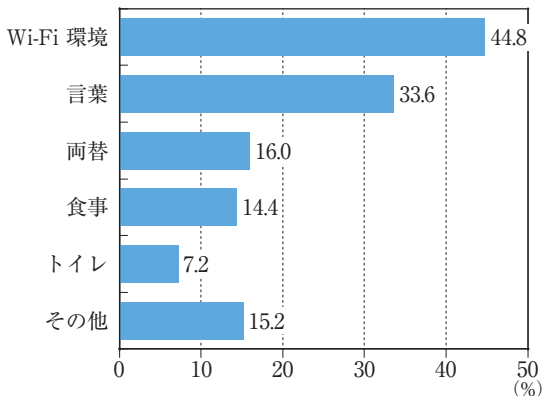
場所	人数	構成比
させぼ五番街	22	36.1%
九十九島	8	13.1%
中心商店街	7	11.5%
ハウステンボス	6	9.8%
ブックオフ	3	4.9%
珈琲店	3	4.9%
ラーメン店	2	3.3%
ドラッグストア	2	3.3%
その他	8	13.1%
N(%ベース)	61	100.0%

- 佐世保で1番不便だったことについては、125人が回答。「Wi-Fi環境」が44.8%と最も多く、以下「言葉」（33.6%）、「両替」（16.0%）、「食事」（14.4%）の順であった。なかには、現地の最新情報をスマートホンで検索しつつ、行先を決めようとしている乗務員もみられたことから、ネットに繋が

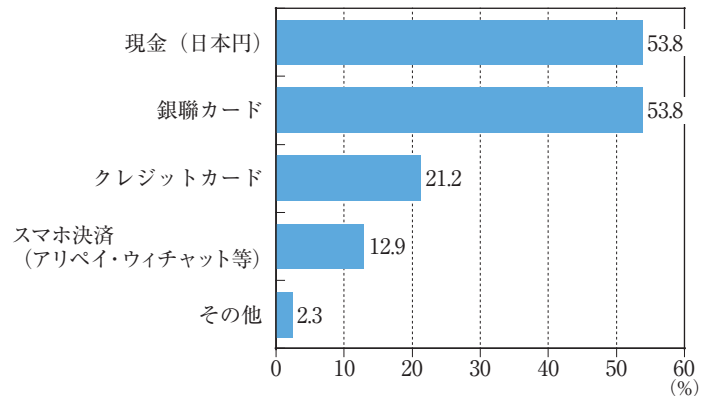
らないと不便と回答したものと考えられる。

○買い物をした際の支払い方法（複数回答）については132人が回答。「現金（日本円）」と「銀聯カード」がともに53.8%で最も多く、以下「クレジットカード」(21.2%)、「スマホ決済」(12.9%)の順であった。

図表14 佐世保で不便だったこと (MA, N=125)



図表15 買い物をした際の支払い方法 (MA, N=132)



さいごに

佐世保市は、港湾整備や大型バスの乗降場などハード面を整備し、クルーズ船観光客の受け入れ態勢を充実させてきた。佐世保港に寄港するクルーズ船の大型化や寄港回数の増加により、これまでより多くの観光客が訪れる見通しとなっている。

これからは「如何に佐世保で満足して消費をしてもらうか」が重要となってくる。一時期の爆買いは沈静化し、モノからコト消費にシフトしていると言われるようにインバウンド消費は変化が速い。今回のアンケートに回答してもらった観光客は、再度訪れてくれる意向が高いこともわかった。今後もニーズの変化を的確に捉え満足度を高めていくことによって、選ばれ続ける寄港地としていく必要がある。

(泉 猛)