

・2015年度【第5回】学生論文コンテスト

テーマA：観光立国で日本を元気にする方策について、私の提案

若者のクルーズ人口拡大に向けた 「ライトクルーズ」の提案 ～地域と若者を繋ぐ旅～

琉球大学観光産業科学部観光科学科

観光政策研究ゼミ 4年次

安里 巽
新垣 杏衣
佐藤 夢子
砂川 沙織
平良 恵亮
高江洲 景子
當間 千尋
中山 侑子
能重 エンジェル
宮里 明恵
山内 里菜

目次

はじめに.....	2
第1章 クルーズ旅行の概要.....	2
1. クルーズ旅行の特徴.....	2
2. 海外におけるクルーズ旅行.....	3
3. 日本におけるクルーズ旅行.....	4
4. 沖縄県におけるクルーズ旅行.....	5
第2章 若者の意識調査と分析.....	7
1. アンケート結果.....	7
2. 格安世界一周クルーズ旅行の概要と特徴.....	11
第3章 課題～現状とアンケート結果より～.....	12
1. クルーズ入港後の対応.....	12
2. クルーズ旅行の価格.....	12
第4章 若者のクルーズ人口拡大に向けた「ライトクルーズ」の提案.....	13
1. B級グルメ.....	13
2. 船内での参加交流型イベントプログラム.....	13
3. ギャラクシークルーズ.....	14
4. アプリケーションサービス「くるポン！」.....	14
おわりに.....	15
参考文献・資料.....	15

はじめに

近年、参加人口が増加している旅行形態として、クルーズ旅行が挙げられる。海上での旅という非日常を楽しむことのできるクルーズ旅行は、船内で旅の行動を完結でき乗船客にとっては便利である反面、地域とクルーズ乗船客との繋がり薄いように感じる。また、比較的高価であるため、若者層の参加率が低いのも特徴であると言える。

以上のことから、本稿ではクルーズ旅行に焦点を当て、その中でも特に新たな市場である若年層（学生）の需要を創出し、寄港の際の乗船客の観光消費などの観光収入に加え、地域との交流を生むことができるのではないかと考えた。

本稿では、第1章でクルーズ旅行の現況についてまとめ、第2章では若者の行動の特徴や旅の傾向に当て、第3章ではその特徴をもとに仮説を立て、学生を主な対象としたアンケートを集計し、潜在的ニーズを探る。第4章では、アンケートの結果に基づき、若年層のクルーズ旅行に対する具体的なプランの提案と、その普及がもたらす観光産業への効果について考察したい。

第1章 クルーズ旅行の概要

1. クルーズ旅行の特徴

クルーズ旅行とは、宿泊施設やエンターテイメント施設等を兼ね備えた船で全国各地・全世界を旅行する観光形態である。船内にはサービスクルーや医師・看護師なども乗船しており、海上でも安心して長期間過ごせる仕組みがある。基本的な船内設備は、宿泊施設、複数のバーおよびレストラン、ラウンジ、プール、劇場、スパ、カジノなどで、船舶の規模やクルーズ会社によってコンテンツが異なる。

(1) クルーズ船の分類

クルーズ船は、サービス内容と価格帯により、世界的には次の3つに大別される。以下の価格帯は、二人部屋を二人で使用した場合の一人当り単価の目安である。1つ目が Mass と呼ばれるもので、価格が一泊あたり約100ドルから350ドルであり、主な運航会社として「カーニバル」、「コスタ・クルーズ」、「ロイヤル・カリビアン」や「スタークルーズ」などがある。2つ目が Premium と呼ばれるもので、価格は一泊あたり約150ドルから350ドルであり、主な運航会社として「プリンセス」、「セレビリティ・クルーズ」や「ホーランド・アメリカ」などがある。3つ目が Luxury と呼ばれるもので、価格は一泊あたり約400ドルから1000ドルであり、主な運航会社として「リージェント・セブン・シーズ（旧ラディソン）」、「シルバークルー」、「クリスタルクルーズ」や「キュナード」などがある。国内では、日本郵船が運航する「飛鳥II」や、商船三井客船が運航する「につぼん丸」、日本クルーズ客船が運航する「ぱしふいっくびいなす」などがあり、いずれもラグジュアリーに分類される。

(2) クルーズの年代別比率～沖縄県を例として～

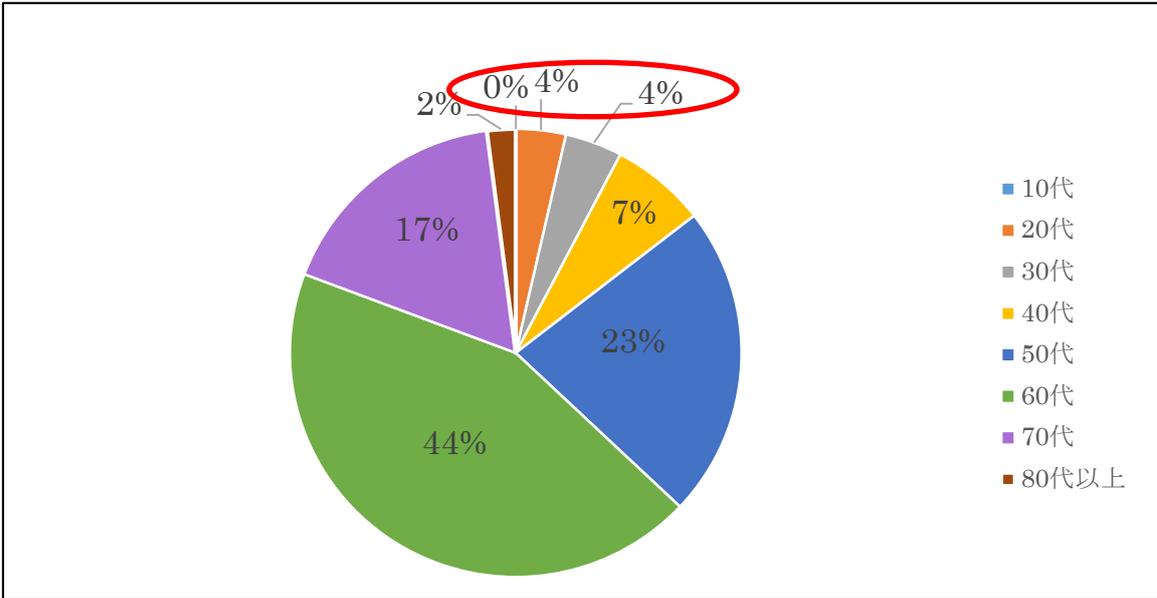


図1 ボイジャー船の沖縄来航の際の年代別比率

(出典:株式会社海事プレス社 公表資料「乗船客(ボイジャーアンケート)結果」より作成)

図1より、沖縄県に来航したあるクルーズの一例を見ると、クルーズの利用客は50代以上の割合が全体の83%を占めており、年齢層が高いことが分かる。一方、若い世代の利用率が極めて低く、10代、20代、30代を合わせても全体の8%に過ぎない。クルーズ船はその価格やイメージから主にシニア層に好まれ、クルーズ人口が増加している今も若い世代にとっては未だ選択されづらい傾向にある。

2. 海外におけるクルーズ旅行

クルーズ産業は旅行・観光部門で急成長している産業の1つである。

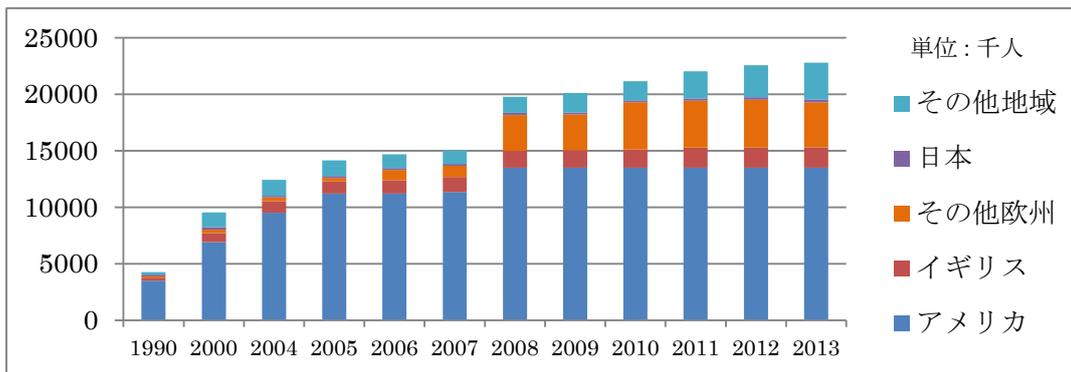


図2 世界のクルーズ人口

(出典: DOUGLAS WARD 「Cruising & Cruise Ships 2015」より作成)

世界のクルーズ人口(図2)より、世界のクルーズマーケットは1990年代以降堅調

な伸びを見せていることが分かる。地域別にみると北米や欧州諸国が主要市場で、近年ではオーストラリアも成長を見せており、クルーズ観光需要の高まりがうかがえる。

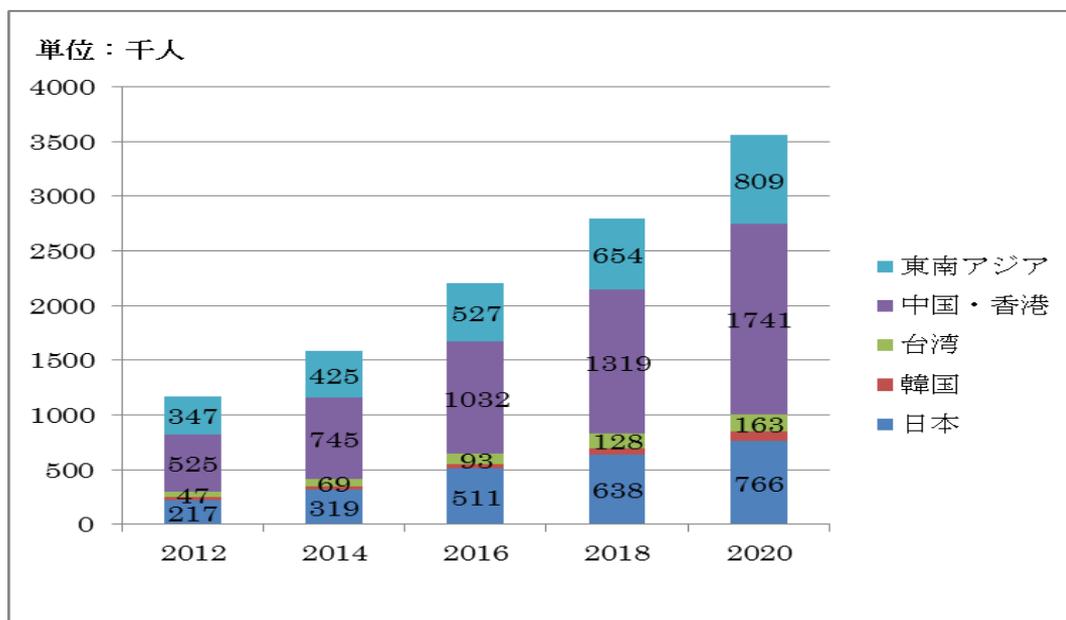


図3 アジアにおけるクルーズ市場規模の予測

(出典：アジア・クルーズ白書 2014年版「アジア・クルーズ・アソシエーション」
及び国土交通省資料「観光立国の推進」より作成)

図3は2020年までのアジアにおけるクルーズ市場規模の予測図である。日本でもここ数年でクルーズ人口が増加してきており、これからのアジア市場では成長の余地が十二分にあると予測されている。そのような需要の高まりから、アジア市場は大手クルーズ企業企業のターゲットになっている。

3. 日本におけるクルーズ旅行

(1) 日本のクルーズ市場

日本では「クルーズ元年」と呼ばれる1989年以降、日本の船会社がクルーズへの進出を宣言し、新造船が相次いで就航した。

2014年日本のクルーズ人口は（外航クルーズ又は国内クルーズを利用した日本人乗客数の合計）、2013年6月の「ふじ丸」の運航停止の影響等により、23.1万人（前年比2.9%減）となった。全体のうち「外航クルーズ」については乗客数が13.8万人、「国内クルーズ」については、9.4万人となっている。また2014年の日本港湾へのクルーズ船の寄港回数は、外国船社が運航するクルーズ船が653回、日本船社が運航するクルーズ船が551回となり、合計では過去最高の1,204回（前年比10

3 回増) となった (図 3)。港湾別では、第 1 位：横浜港 1 4 6 回、第 2 位：博多港 1 1 5 回、第 3 位：神戸港 1 0 0 回となり、横浜港が昨年に引き続き寄港回数第 1 位となっている。

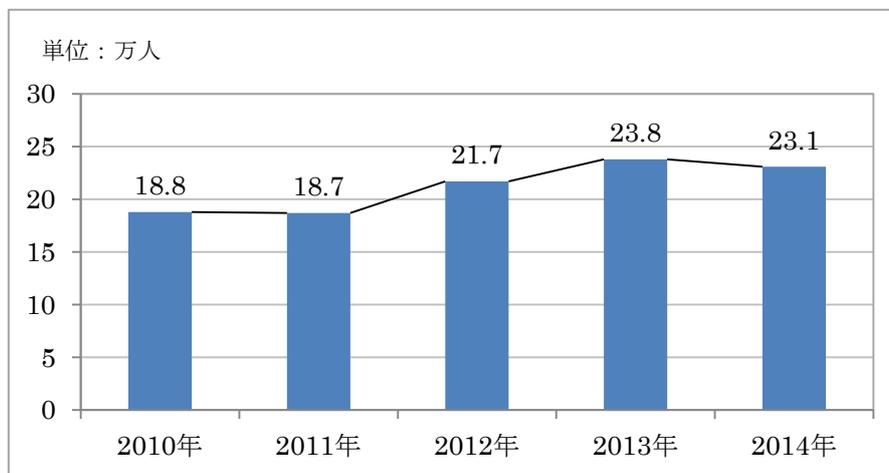


図 4 日本のクルーズ人口

(出典：国土交通省「我が国のクルーズ動向について」より作成)

(2) クルーズ受け入れ現状

現在日本各地のクルーズ寄港地では、その地域の住民たちとともにクルーズ客船を歓迎する取り組みが多く行われている。以下、事例を紹介する。

①北海道・釧路市では、釧路港おもてなし倶楽部を発足し、乗船客および船員を対象に、船内のメインラウンジで歓迎セレモニーを実施したり、北海道くしろ蝦夷太鼓保存会の演奏や、岸壁と市内を結ぶ循環バスを運行させたり、プロジェクターを使用した釧路の観光案内を投影したりして下船観光を促している。

②鳥取県・境港では、境港クルーズ客船おもてなしサポーターを中心に、伝統芸能やダンスなどのパフォーマンスや、着物の着付けや和菓子作りなどの日本文化体験等の交流イベント企画実施を行っており、芸能団や通訳サポートスタッフには一定の報酬もある。

③兵庫県・姫路港では、地元のゆるキャラによるお出迎え、ゆるキャラたちと地元のミュージカル劇団による歌とダンスの「おもてなしウェルカムショー」などを催し、クルーズ船の寄港を歓迎している。

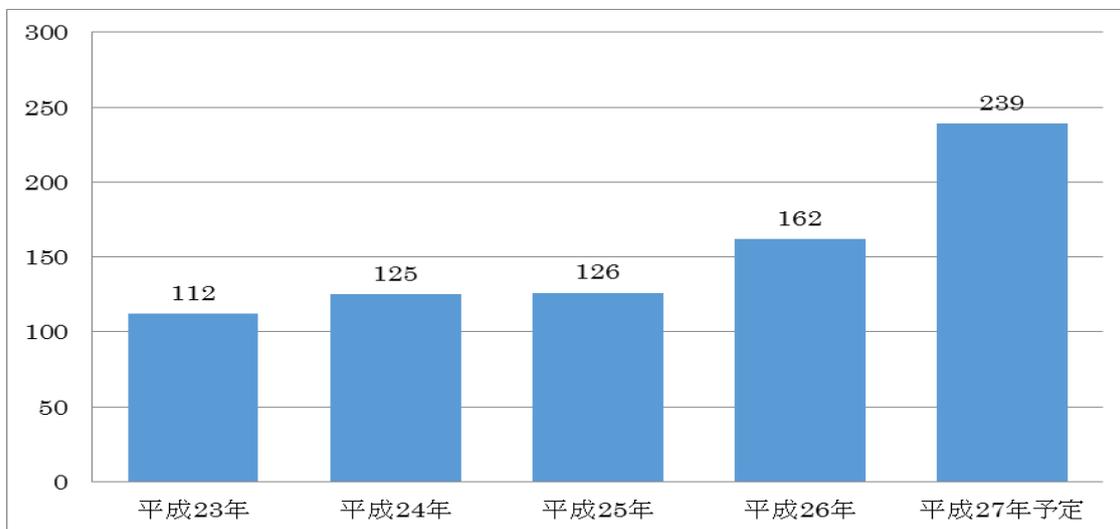
④沖縄県・那覇港では、エイサーや唄三線、琉球舞踊などの地元の伝統芸能音楽を主なアトラクションとして歓迎を行っている。また、沖縄観光親善使節ミス沖縄による歓迎等も行っている。

4. 沖縄県におけるクルーズ旅行

観光立県である沖縄県では、平成 27 年度には入域観光客数 7 1 6 . 9 万人を記録しており、平成 33 年度までに観光客数 1, 0 0 0 万人を目標に掲げている。沖縄県内各港湾

へのクルーズ船の寄港回数も年々増加しており、平成27年には年間239回を予定している(図5)。

図5 沖縄県のクルーズ船寄港数の推移



(出典：沖縄観光コンベンションビューロー

「沖縄県のクルーズ船寄港状況と誘致活動について」より作成)

沖縄へのクルーズ船が増加し続けている要因としては、1997年から行われているスタークルーズによる定期寄港に加え、円安やビザ免除の実施などによる中国発着クルーズの増加などが挙げられる。図6の青線は沖縄の年度別・海路の入域観光客数の推移である。前述したようなクルーズ誘致の動きもあり台湾・香港からの寄港数・観光客数ともに着実に伸びている一方、国内からの観光客数の伸び率は低いことが見て取れる。昨年度の国内からの入域観光客数は約680万人であるため、海路から訪れる人は大幅に少ないことがわかる。

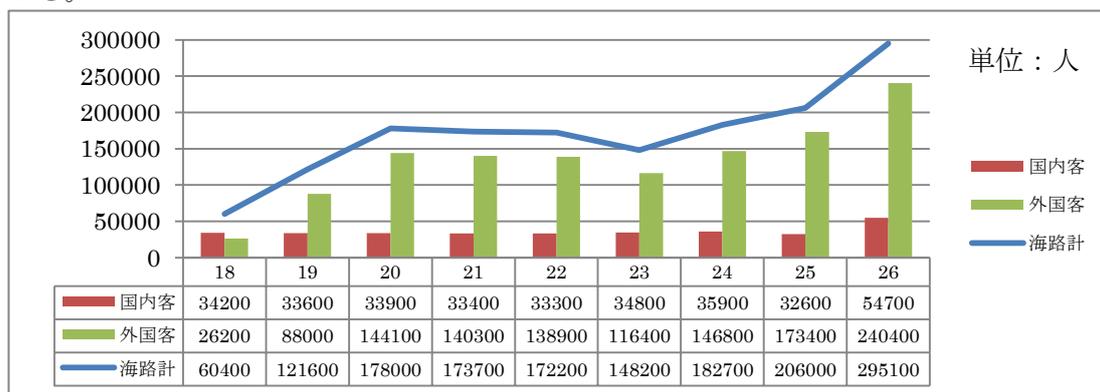


図6 年次別 入域観光客の推移(海路のみ抜粋)

(出典：沖縄県「沖縄県 平成26年版観光要覧」より作成)

沖縄の強みとしては、沖縄が持つ独自の自然や文化、近隣アジア諸国との距離が近い地

理的優位性などが挙げられる。クルーズ観光においてもこれらが魅力になりうるが、クルーズ船受け入れに伴う今後の課題としては、多言語対応やポートサービス等の入港システムの強化、台風や冬場の季節風への対応などが挙げられる。

沖縄県が掲げる入域観光者数1,000万人達成のためには、特に利用者の少ない海路からの観光客の底上げが重要である。沖縄は現在、県を挙げてクルーズ誘致を強化している。

第2章 若者の意識調査と分析

近年、クルーズ船は魅力的な旅行スタイルの一つとして世界的に注目されている。一方で、日本国内では多くの課題が残されている。その内の一つが、高価なイメージによる若者のクルーズ旅行催行の低さであると考えられる。前章でも述べたように、我が国におけるクルーズ旅行参加の年齢層は高いことが分かっている。また、若者の旅行催行率に関して、観光庁の調査によると年々減少している傾向にあるというデータがある。少子高齢化などの社会背景に加え、「安・近・短」のアクティビティが充実したことにより、敢えて時間とお金を使って旅に出なくても余暇を楽しめる現状にある。

しかし、若年層市場は、将来の観光産業の発展や、クルーズ旅行を振興させる為に不可欠なマーケットであると考えられるため、課題やニーズを抽出すべくアンケート調査を行った。

1. アンケート結果

私たちは、今回の研究に必要なデータを取得するため、独自にWebでアンケート調査を実施した。以下が、調査の概要となっている。

クルーズ旅行に関するアンケート調査概要

実施期間	平成27年10月下旬
調査対象	国内在住の大学生及び専門学生
配布数	909枚

本調査では、クルーズ形態も含めた旅行に対する若者の動向に焦点を当て、アンケート調査を行った。主な調査内容は、

- ① 旅行への関心について
- ② 旅行目的について
- ③ クルーズに関する意識調査
- ④ クルーズ旅行経験の有無
- ⑤ クルーズ旅行へのニーズ

- (1) 大学・短大・専門学校在学中の宿泊旅行（国内外不問）

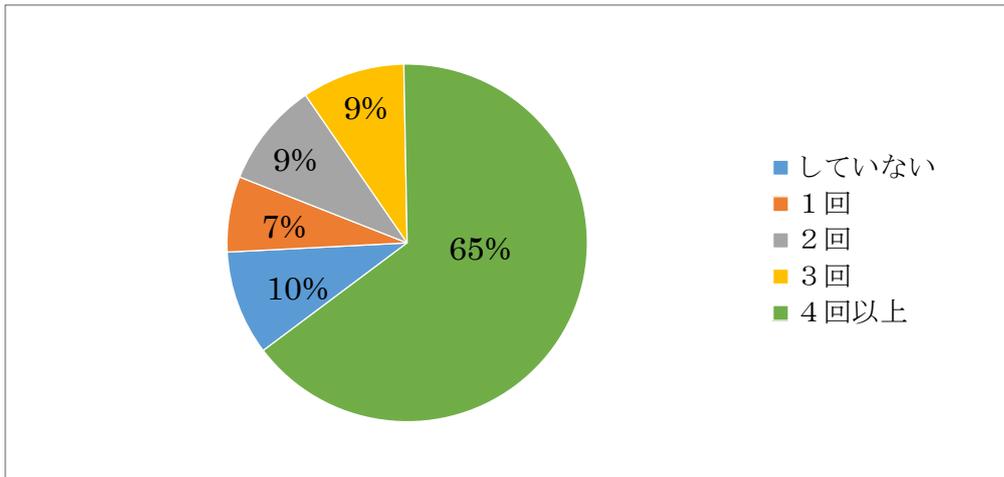


図7 学生時代の宿泊を伴う旅行回数の調査

図7から、回答者の9割以上が在学中に宿泊を伴う旅行をしたことがあるとわかる。そのうち過半数が4回以上宿泊を伴う旅行をしている。つまり学生は、社会人よりも時間を作りやすく旅行に費やすための長期休暇がとりやすいと考えられる。また、多くの回答者に旅行経験があることから、目的は様々であるが旅行に興味・関心を持っていることが分かる。

(2) 宿泊旅行の主な目的 (複数回答可)

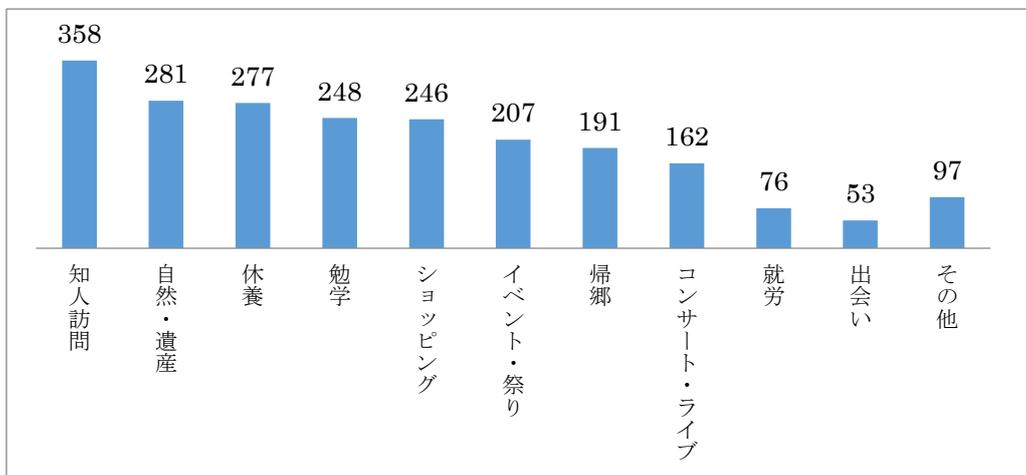


図8 若者の旅行目的の調査

図8より、「知人訪問」が最も多く、次に「自然・遺産巡り」や「休養」、「勉学」や「ショッピング」などが上位に挙げられている。知人を訪問する傾向に着目すると、クルーズ旅行での若者同士の交流は、今後の旅行の動向にも繋がると考えられる。回答における「勉学」や「帰郷」は、学生らしさが見受けられ、そのほか「イベント・祭り」、「コンサート・ライブ」は、船上で開催するコンテンツとして参考にできる。

(3) 旅行プランを決定する上で重視すること

(各項目を「よくあてはまる」～「全く当てはまらない」までの5段階の表示し、「よくあてまる」と「あてはまる」の数を集計してグラフ化)

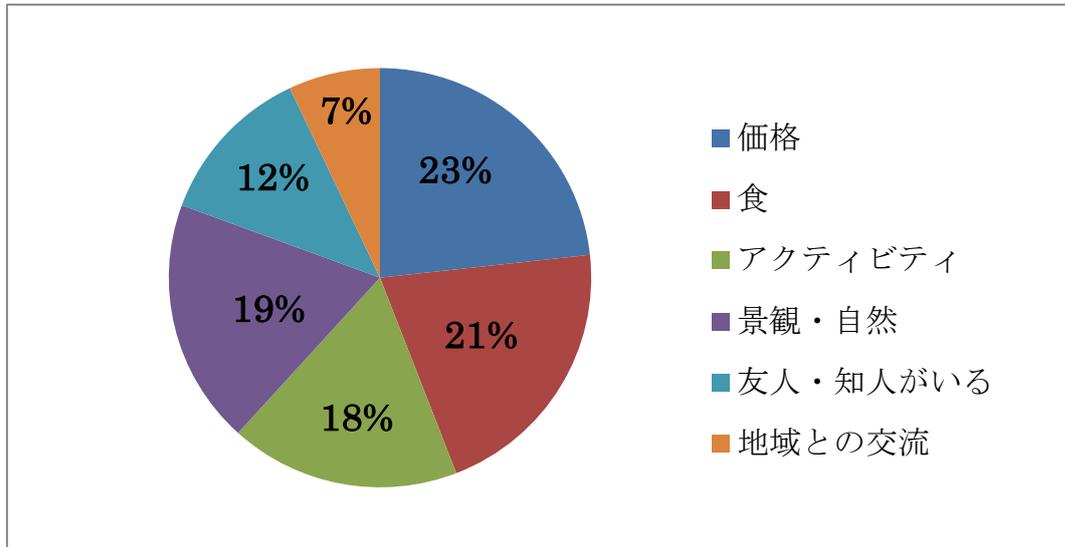


図9 旅行プラン決定時に重要視する項目の調査

若者が旅行プランを決定する上で、「価格」が最も重要視されていることが分かる。学生にとってコストは旅行プランを組む上で大切な要素となっている。そのほか、「食」や「景観・自然」、「アクティビティ」や「友人・知人がいる」などもやや重要視される傾向にあるが、若者にとって、地域との交流はそれほど重要な要素ではないことが見られる。

(4) クルーズ船を利用した旅行経験

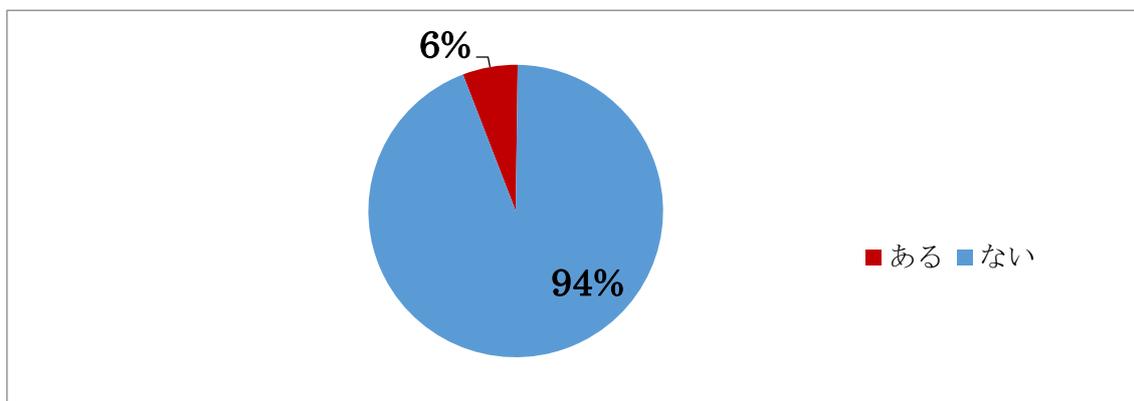


図10 クルーズ旅行経験の有無の調査

クルーズ旅行を経験したことがある若者は比較的少ないことが挙げられており、クルー

ズ旅行を旅行形態の一つとして取り入れていないことが分かる。

(5) クルーズに関するイメージ（3つまで複数回答）

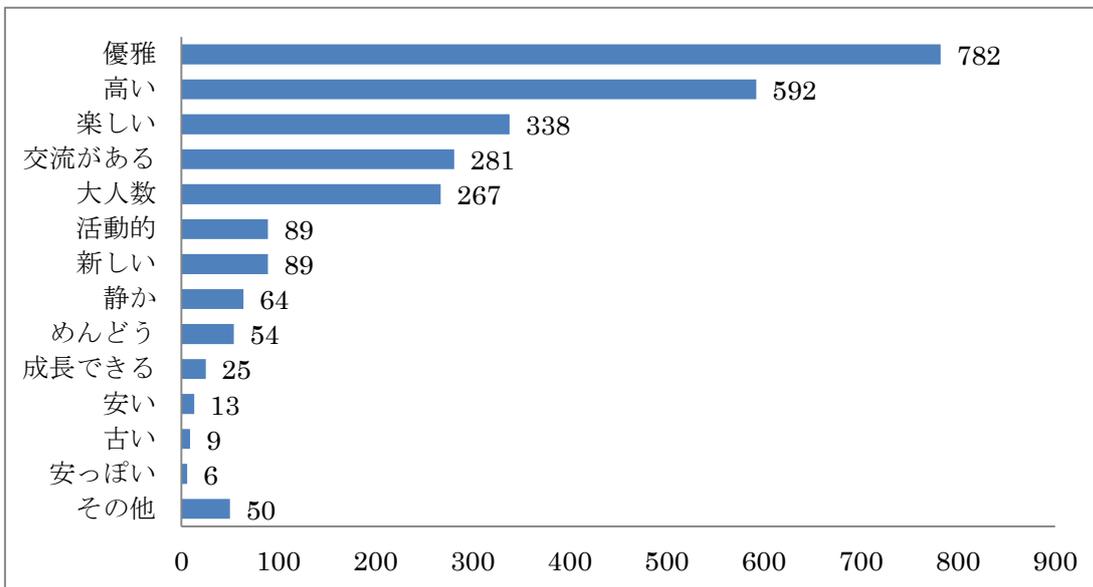


図1 1 クルーズに関するイメージ調査

クルーズ旅行に対するイメージとして、「優雅」、「高い」というイメージが圧倒的に多い。一方、楽しい、交流があるというポジティブなイメージも持っている。

(6) 若者向けクルーズ旅行の魅力的なコンテンツ（4つまで選択可）

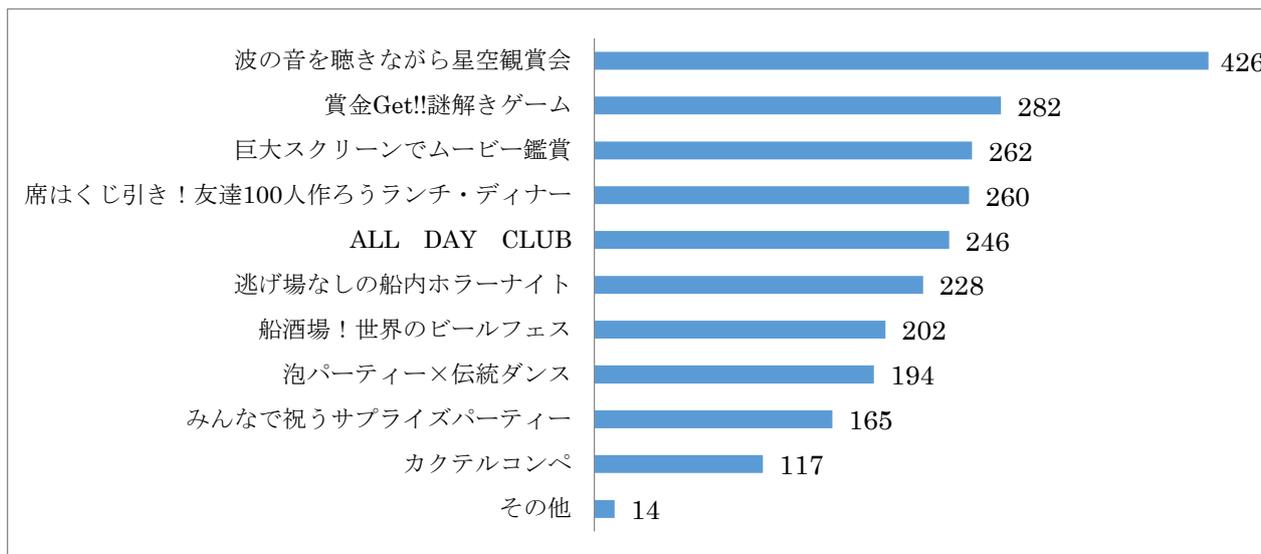


図1 2 魅力的に感じるコンテンツに関する調査

上位に入っているコンテンツとして、「波の音を聴きながら星空観賞会」などクルーズな

らではのシチュエーションを満喫するもののほかに、大勢で楽しめる「賞金 GET!!! 謎解きゲーム」、「席はくじ引き！友達100人作ろう ランチ・ディナー」や「ALL DAY CLUB」、「逃げ場なしの船上ホラーナイト」な参加型でアクティブなコンテンツの人気の高い。その他、自由記述にて参加してみたいコンテンツとして、「船上で花火鑑賞」や「クルーズ旅行の特色が出るようなイベント」、「船内スポーツ大会」、「アートやデザインを組み合わせたイベント」等が挙げられた。

(7) 国内クルーズ旅行への関心

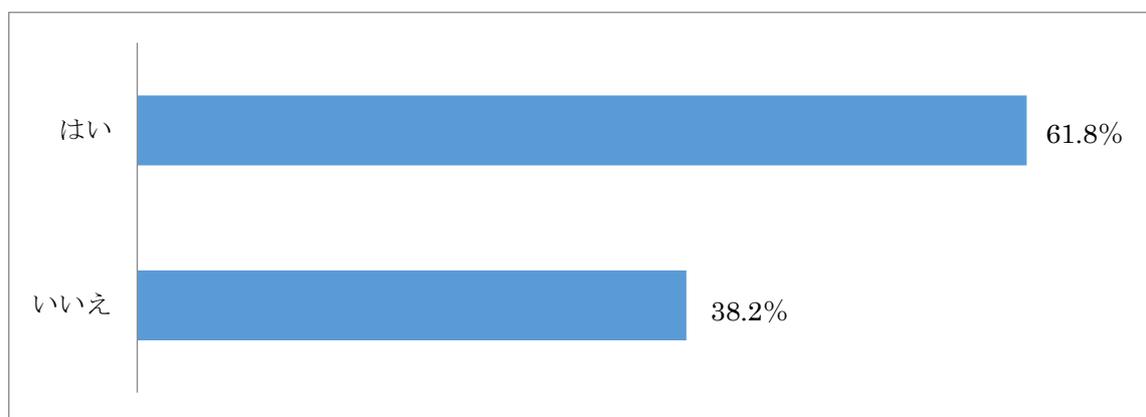


図13 日本のことを知る手段としてクルーズ旅行への関心

日本のことを知る手段としてクルーズ旅行をしたいというアンケート回答者が6割を超えており、今後若者向けのクルーズ旅行が一つの旅行形態になりうることが考えられる。

2. 格安世界一周クルーズ旅行の概要と特徴

(1) 「ピースボート世界一周の船旅」の概要

近年、低価格で世界一周のクルーズ旅行ができると若者に注目されているのが、「ピースボート世界一周の船旅」である。1983年に設立された非営利の国際交流団体NGOであり、青少年を運営主体として「国際交流の船旅」を企画し、旅行業者としてジャパングレイスが運営・実施している。2002年には国連の特別協議資格を取得し、これまでの参加者は国内外合わせて4万人を超えている。

約3万5千トン以上の客船に乗船し、約3か月20ヵ国を巡る。寄港地では、現地の若者と街を散策、環境や人権の問題に取り組むNGOを訪れ、参加者に「体験」と「交流」を促し、「国際交流の理解」を図るプロジェクトを行っている。

一般的なクルーズと異なる特徴は、大きく2つある。1つ目は、「水先案内人」と呼ばれる専門家による洋上講座やワークショップがあることである。参加者は、語学教室(Global English Training)やカルチャー教室などの各種イベントから興味がある項目を自由を選ぶ

ことができる。2つ目は、「一般参加者」と「ピースボートボランティアスタッフ」の兼任による割引制度が設けられていることである。船旅の宣伝活動・運営準備、ピースボートセンターの事務作業、イベント企画活動実績に応じて、最大で費用全額免除もある。

(2) 参加者ヒヤリング結果

ヒヤリング結果の特徴は以下の通りである。

- ① 参加者の特徴は、「人とかかわることに積極的な人」が多かった。
- ② 「乗船をきっかけに自分自身の何かを変えたい」という参加理由が多かった。
- ③ 客船ならではのイベントに加え、寄港地をテーマにしたイベントやエンターテイナーによるショーが好評だった。
- ④ 参加者が自主的にイベントを企画・実施することもある。
- ⑤ ボランティア割引が適用されると、約120万で3食＋アフターヌーンティー付のサービスが受けられるため、費用対効果は良かった。
- ⑥ ボランティアスタッフには同年代が多く、若者同士の交流が生まれる反面、豪華な船旅やおもてなしを望む参加者は不満に思うかもしれない。

第3章 課題～現状とアンケート結果より～

1. クルーズ入港後の対応

現在日本各地のクルーズ寄港地では、その地域の住民たちとともにクルーズ船を歓迎する取り組みが多く行われている。このような取り組みは、多くの観光客に喜ばれているが、そのどれもが港で完結する「歓迎だけ」のものであり、実際に降り立った後の地元の人々との触れ合いが欠如していると考えられる。また、クルーズ入港時の「歓迎」のセレモニーやイベントの数に対し、「見送り」のイベントの開催は圧倒的に少ない。最初から最後まで心のこもったおもてなしを行うことが、満足度の向上に繋がり、再訪の動機づけになる。そのため、私たちは「観光地での地域住民との出会い」が、その旅の価値を高めるため、交流の機会を増やす必要があると考える。

2. クルーズ旅行の価格

若者のクルーズ旅行に対するイメージとして「高い」という項目は依然として圧倒的に高く、クルーズ旅行の経験がある若者は非常に少ないため、旅行形態のひとつとして選択肢になっていないことが分かる(アンケート調査の結果参照)。そのため、バラエティーに富んだサービス、期待を超えるサービスを提供し、ニーズに可能なものから対応していくべきである。そこで、若者の情報収集手段である SNS を活用し、「高価で手の届かない」というイメージの払拭、認知度の向上、興味関心を促す情報発信をしていく必要があると考える。そして、今後の市場拡大のためにも、アンケート調査の結果が示す若者のニーズに合った魅力的なコンテンツを組み込むことや、低価格のクルーズ旅行の新形態を提案して

いく必要がある。

第4章 若者のクルーズ人口拡大に向けた「ライトクルーズ」の提案

日本が人口減少時代に入った今、国内観光の活性化には若者層の旅行を促進する必要がある。クルーズ旅行についても若者という新しいターゲットの開拓が必要である。若者はアクティブな層であるため、クルーズ利用者が増えることで、寄港地に賑わいをもたらすことが期待できる。これまでの国内旅行は航空機、鉄道、自動車を手段とした観光が中心であったが、手軽なクルーズの普及により新たな市場拡大が可能となる。

アンケート調査結果の図9より、学生が旅行プランを決定する上で重視することとして、「価格」「食」「アクティビティ」「自然・景観」の4点が挙げられる。なかでも最も重要視されている項目は、「価格」である。

そこで私たちは、これら「クルーズに関するコスト削減」を前提とし、①参加者同士が船内外で多くの人々と交流することによる地域活性化、②若者のクルーズ参加促進を目的とした「ライトクルーズ」のコンテンツを4点提示する。

1. B級グルメイト

(1) 内容

「B級グルメイト」とは、「B級グルメ」と「メイト (mate : 仲間になる)」を掛け合わせた造語である。地域のB級グルメブースを船内に出品し、乗客と地域住民が交流できる場を設けるプログラムである。

(2) 効果

出展側のメリットとしては、地域の人達だけでなく乗船している全国各地の人達への宣伝効果がある。地域住民側には、イベントと並行してクルーズ見学を行うことで、認知度を高め、興味・関心を持ってもらえることが期待できる。乗船者側のメリットとしては、様々な寄港地グルメを楽しめるほか、地域住民と交流を持つことが出来る。

2. 船内での参加交流型イベントプログラム

(1) 内容

従来のクルーズ船内で行われるショー等ではなく、アンケート調査で評価が高かった交流型の「賞金GET!!! 謎解きゲーム」や「席はくじ引き! 友達100人作ろう ランチ・ディナー」のようなイベントを開催する。「逃げ場なしの船内ホラーナイト」や「船酒場! 世界のビールフェス」は、クルーズ船という非日常的な場所を活かした、参加型のイベントである。

(2) 効果

アンケート調査より、評価の高かった参加交流型のイベントを行うことで、若者のクルーズ旅行参加意欲を促進することに繋がる。また、旅行の主な目的を調査した結果、「知人訪問」が最も多かったことから、参加交流型のイベントによる若者同士の交流は今後の旅行の動向に影響する可能性が高い。クルーズで知り合った人の地域を訪問することにより、様々な場所を訪れる機会が生まれる。

3. ギャラクシークルーズ

(1) 内容

「ギャラクシークルーズ」とは、「ギャラクシー (galaxy : 天の川や銀河系)」と「クルーズ」を掛け合わせた言葉である。目的地に到着した際に一斉に船内の消灯を行い、日常生活では見ることのできない満点の星空を、星座探索アプリケーションを利用しながら鑑賞するプログラムである。

(2) 効果

星空観賞に特化しているため、夜から朝にかけての短時間でクルーズ旅行を行い、船の稼働時間を短縮できる。それに加え、船内の消灯をすることで消費電力を抑えることができるため、コスト削減につながる。

4. アプリケーションサービス「くるポン！」

(1) 内容

若者に広く普及しているスマートフォンのアプリケーションを使用することで、寄港地での会計や船内アクティビティ等を一括で行う。

船内では、コンテストを行った際の投票や、ライブ等のイベントを行う際のツールとして活用する。また、船内紙をSNSニュースのようにアプリで配信することによって、船内のどこに居てもイベント内容等を閲覧することが可能になる。

船外においては、寄港地で使える専用バウチャーを使用することで飲食類の精算が可能であり、上限を超える金額の場合はクレジットカードと併用することができる。また、観光ガイドを搭載することでガイドブックの役目も果たす。

(2) 効果

支払いの手続きやデータ収集の簡素化ができ、地域への還元額の集計機能を備えることで寄港地の人気ランキングを出すことも可能である。また、寄港地で使える専門バウチャーを配布することで現地での観光や消費を促すことができる。

おわりに

本稿では、クルーズ旅行の増加が進む現状をふまえ、現在クルーズ旅行に関わりの少ない若者をターゲットとし更なるクルーズ人口の増加を狙う。学生のクルーズ旅行に対する意識調査を行い、学生が参加しやすい新しいクルーズ形態を考えた。

今後の課題研究として、若者クルーズ旅行の知名度向上策、収益性の検討、継続運航のための取組などが挙げられる。

最後に、本稿文の作成に当たって多大な協力を頂いた沖縄県、アンケートに回答して下さった国内在住の大学生及び専門学生の皆様に感謝致します。

参考文献・資料

1. ウィキペディア「クルーズ客船-Wikipedia」（閲覧日 2015/09/15）

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%AF%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%82%BA%E5%AE%A2%E8%88%B9>

2. 国土交通省「我が国のクルーズ等の動向について」（閲覧日 2015/09/28）

2010 <http://www.mlit.go.jp/common/000147027.pdf>

2011 <http://www.mlit.go.jp/common/000211668.pdf>

2012 http://www.mlit.go.jp/report/press/kaiji02_hh_000132.html

2013 http://www.mlit.go.jp/report/press/kaiji02_hh_000162.html

<http://www.mlit.go.jp/common/001083305.pdf#search='%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%AE%E3%82%AF%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%82%BA%E9%9C%80%E8%A6%81%E3%81%AE%E6%8E%A8%E7%A7%BB'>

3. 日本政府観光局(JNTO)－首都大学東京 観光経営トップセミナー「訪日外国人旅行市場の現状と日本政府観光局の取り組み」（閲覧日 2015/10/03）

https://www.jnto.go.jp/jpn/about_us/profile/pdf/ps_20120723.pdf#search='%E8%A6%B3%E5%85%89%E5%BD%A2%E6%85%8B+%E3%82%AF%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%82%BA+%E5%89%B2%E5%90%88'

4. 「わが国におけるクルーズ発展の可能性～旅行会社の中核ビジネスとなり得るか～」著者 飯田芳也（閲覧日 2015/10/04）

<http://www.jiu.ac.jp/books/bulletin/2010/tour/iida.pdf#search='%E4%B8%96%E7%95%8C%E3%81%AE%E8%A6%B3%E5%85%89%E5%BD%A2%E6%85%8B+%E3%82%AF%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%82%BA'>

5. 「我が国におけるクルーズ観光の実態分析」 著者 藤生慎 吉田誠 高田和幸（閲覧日2015/10/10）

http://library.jsce.or.jp/jsce/open/00039/200811_no38/pdf/220.pdf#search='%E4%B8%96%E7%95%8C+%E3%82%AF%E3%83%AB%E3%83%BC%E3%82%BA%E8%A6%B3%E5%85%89+%E9%9C%80%E8%A6%81'

6. 国土交通省「クルーズ 100 万人時代に向けて（2014 年速報値公表） ～外国人クルーズ旅客数は前年比 2.4 倍の 41 万人強となりました～」 （閲覧日 2015/10/10）
http://www.mlit.go.jp/report/press/port04_hh_000112.html
7. 国土交通省「2014 年の我が国のクルーズ動向等について」（閲覧日 2015/10/10）
http://www.mlit.go.jp/report/press/kaiji02_hh_000183.html
8. 沖縄県「平成 25 年度外国人観光客実態調査」（閲覧日 2015/11/08）
http://www.pref.okinawa.lg.jp/site/bunka-sports/kankoseisaku/kikaku/report/inbound_survey_report/h25inbound_survey.html
9. 沖縄県「Ⅱ 沖縄観光に関する統計・調査資料」（閲覧日 2015/11/11）
<http://www.pref.okinawa.jp/site/bunka-sports/kankoseisaku/kikaku/report/youran/documents/toukei.pdf>
10. 平成 26 年「観光庁観光地域振興部観光資源課将来的な商品化に向けた観光資源磨きのモデル調査業務」（閲覧日 2015/11/12）
<http://www.mlit.go.jp/common/001039774.pdf>
11. ピースボートステーション<クルーズ公式サイト>
www.pbcrui.se.jp
12. 沖縄県 平成 26 年版観光要覧