

## 海洋観光の振興に関する検討会（第2回）

### 議事要旨

#### 【開催概要】

日時：2014年2月24日（月）15:00～17:00

場所：中央合同庁舎3号館4階総合政策局会議室

#### 【議事概要】

##### 1. 開会

##### 2. 座長挨拶

- 海洋観光の課題の深堀り、取組の方向性について本日は議論したい。

##### 3. 第1回検討会における委員からの意見

- （資料1に基づき事務局より説明）

※委員からの意見は無し

##### 4. 海洋観光の産業規模及び国民アンケート調査結果

- （資料2に基づき事務局より説明）

- クルーズ振興に必要な施策に関するアンケート結果では、「安価な旅行商品の開発」を望む声が多かったようだが、それだけではクルーズの利用は広まらない。現状のクルーズ船に対する負のイメージには、「高い、長い、年配向け、退屈、船酔い、狭い社会で同じ人たち、ドレスコードが面倒」等があると聞く。
- 米国クルーズ市場の増分はショートクルーズによるものである。日本でもショートクルーズや定点定期クルーズを増やし、客層の裾野を広げる必要があるだろう。
- 「安価」を望む声を読み替えると「自分にとって利用しやすい」とか、そういうことなのだろう。
- 現状のクルーズ（海外）参加回数で年1回と答えた方は3.4%おられるが、アメリカのクルーズ人口比率に匹敵するかなり大きい値である。宿泊を伴わないショートクルーズを想定して答えている方が多いのではないか。
- クルーズ（海外）参加回数で年1回と答えた方の属性に関するデータはあるか。
- 後程、属性を確認しておく。
- 設問では、「過去3年間の年平均参加回数」を訊いており0.3回でも1回とカウントしている場合があるため、実際の参加回数よりも数字が大きく出ている可能性があり、値の取り扱いに注意が必要である。また、対象としたクルーズは、宿泊を伴うものに限定していない。

- アンケート結果の数字だけでは見えてこない実情もある点に留意すべきである。クルーズ船に乗ってみたいという感想は良く聞けるが、実際に乗る行動まで移す人は少ないことに留意してグラフの数字を解釈するべきであろう。
- 対象者 1,200 名のサンプリング方法についてお尋ねしたい。海洋観光に興味がある人を対象にのみを対象としてアンケートを行っているのか？
- 海洋観光に興味のない方にも対象者となっていただき、サンプルが 1,200 名に達するまで収集を行った。

## 5. 海洋観光の施策推進に係る課題と方向性

- (資料 3 に基づき事務局より説明)
- 岩手県田野畑村の「サップ船アドベンチャーズ」に参加したが、漁船から断崖絶壁を見学でき、素晴らしかった。また、津波被災体験についても船長よりご教示いただいた。かかる取組のように、資源の発掘と磨き上げをセットで行うべきである。

### 5.1 海洋観光の施策推進に係る課題と方向性

- 「国・地域のブランド力・競争力の強化」について、「外航クルーズ船寄港による地域の魅力発信」とあるが、外航クルーズ任せという印象を受ける。「外航クルーズ」の文言を削除し、日本の魅力向上を重視した記述として頂きたい。例えば、「クルーズ船発着・寄港による地域の魅力発信」としてはどうか。
- 「国・地域のブランド力・競争力の強化」の課題には、「海そのものの魅力発信」が含まれているべきである。
- また、「漁業と観光の連携・一体化」、すなわち省庁間の連携を図ることが必要である。
- 「船そのものの魅力向上」も課題であり、船を活用したイベントがもっとあればいいと考えている。
- 「インフラ整備」に係る課題を「地域振興」または「国・地域のブランド力・競争力の強化」に入れておくとよいのではないかと。
- 課題と方向性の図について、外航・内航の別が分かりにくいと思われる。
- 「我が国海洋のポテンシャルの最大化」が施策体系の最上位に入ったことで、体系が扱う範囲が広くなりすぎたようにも感じる。
- 発地・着地別の観光のあり方、マーケットである大都市との関係性についてさらに議論が必要である。
- ブランド力強化等は、他府省との連携が不可欠である点を留意願いたい。
- 海が繋ぐ「多文化共生」といった趣旨のことを盛り込んでいただけないか。

- 「国・地域のブランド力・競争力の強化」に係る施策では、「海運振興（外航）」のみの記述だが、国内クルーズ産業振興、発展も施策に位置付けて頂きたい。
- 潮流発電等も海洋資源を活用しているが、産業観光として活用を図ってはどうか。
- 課題に「危機管理」の項目が抜けている。具体的には、船内での病気蔓延・海浜における安全性の確保・津波災害についてどう対応するか等が検討すべき課題である。安全性が確保されないと、海・船に親しんでいただけない。
- 「ブランド力強化」の対象を明確にすることが必要である。誰にとってブランド力を強化するのか、または仕掛け作りを行うのか。ターゲットが不明確だと海洋観光年を設定したとしても、注目を集めにくいだろう。
- 瀬戸内海では旅行商品開発の可能性は大きいですが、実際に商品開発しようとする、船舶間の調整・漁業権の調整・地域連携等課題も多いと思われる。具体的な地域を特定し、海洋観光事例を示していただけると、議論もしやすいのではないかと。
- 「国・地域のブランド力・競争力の強化」で外航クルーズのみ取り上げて記載したが、委員の先生方の御指摘を踏まえ、「クルーズ船発着・寄港による地域の魅力発信」等に修正する。
- 「海そのものの魅力発信」は、「我が国海洋の周知・啓発」項目にて追加検討する。
- 「危機管理」は、「我が国海洋の適切な管理」項目にて追加検討する。
- 海洋観光事例については、資料で提示した沿岸部 3 分類ごとに、第 3 回検討会で紹介する予定である。

## 5.2 地域別の海洋観光推進に係る課題と方向性・分野横断的な課題と取組の方向性

- 離島地域について、離島そのものが観光資源である。離島とクルーズ等の海洋観光をどう結び付け、商品を開発するか考えるべきである。
- 旅行商品の対象者に観光資源の活用法を考えていただくのも有用である。観光庁の検討会で、消費者を巻き込んだ商品開発に取り組んだが、アンケートの数字に表れない願望を反映できると考えている。
- 市場サイドの課題をもっと盛り込む必要がある。
- 「大都市近郊地域・大都市から距離のある沿岸地域」の区分が適切か否かイメージがつかめないため判断できない。港・船寄港実態の分かる地図を示して頂けると全体像が分かり、検証可能である。
- 「世界海の日」のイベントと「海の日」の関係性を明確にしていきたい。7月と9月に同じようなイベントを繰り返すのだろうか。
- クルーズ船は大都市だけでなく地方にも寄港している点を留意頂きたい。

- 「国・地域のブランド力・競争力の強化」の課題で国内クルーズ産業振興が抜けていたこととも関連するが、クルーズ船の発着基地としての振興を盛り込む必要がある。具体的には、基地を起点に宿泊を促進し、地域産業の振興を図る視点が必要である。
- 瀬戸内海を舞台とした映画等、情報発信のコンテンツを充実させる手段もあるのではないか。
- 予備船が減少している。予備船を活用できるような国内船産業の振興策が重要である。
- 港からの距離でなく発着基地との関係からエリア全体を包括的に考えるべきである。
- 旅行業界のクルーズ委員会で情報発信・ブームの仕掛けづくりに取り組んでいるが、限界がある。海洋観光年を設け、国が主体的に動けば、クルーズも注目されるようになるのではないか。
- 発地は大半が大都市であり数も限られてくるが、着地となる地域はたくさんある。インバウンド対応のため、着地型商品開発・寄港地の魅力向上を行うことが重要である。
- 課題を羅列するだけではわかりづらい。クルーズ、交通アクセス、プレジャーボート等、わかりやすく区分して示して頂きたい。
- 国内では、海は遊ぶ所ではなく漁業のための場所として捉えられ、遊ぶとしても7、8月だけ行く所といった認識があるように思える。遊ぶ所として抵抗感をなくすための施策を希望する。現状海開きの期間は短い、場所によっては5~10月まで解放できる場所もある。社会実験として開放するのもよいのではないか。
- 大都市近郊という分け方はしっくりこないと感じる。
- 慶良間諸島の「ふるさみビーチ」がミシュランで二つ星を獲得したため、そのうち人気が出てくるだろう。こちらから何か振興策を仕掛けることが望ましい。
- 若者には、観光の「目的作り」が有効である。若者向け自然保護ツアーを企画し、島でボランティアをしてもらった事例がある。
- 島ではトライアスロンの大会が数多く開催される。ランナー向けのサイトには、「海の魅力を感じながら走りましょう」と記載されているが、情報発信についてはターゲットを絞って情報の集約と発信をしたら良いのではないか。
- 津波被害後、海は怖い所という印象が広まった。しかし、インドネシアやタイでは、津波や水害の被害があったにも関わらず、観光客数の回復が早かった。避難アナウンス・看板を多言語で対応している点等が安心感につながっているとも考えられる。
- 大都市の人々にとって海は市民から遠い存在となっている。都市型の海洋観光とは何かしっかり考察する必要がある。その点、屋形船等、東京では都市型の海洋観光が着実に広がりつつある。
- 沿岸地域では海に近すぎて逆に魅力に気づかないのではないか。着地型観光産業の振興を図るためにも、地域住民に魅力を理解してもらう施策を打つ必要がある。
- 離島地域については、かなり交通の便が悪い所であり、どうやって都市の観光客を連れてくるか考える必要がある。
- 「東南アジア青年の船」のように、離島を回るような研修型のクルーズを積極的に国

- で出していくというような施策をやると、離島の振興につながるのではないか。
- 呉市海事歴史科学館は民間が請け負って運営しているが、年間 80 万人の客が入り、黒字である。海洋教育の拠点として、博物館・学校・みなとオアシス等の機能を充実させる必要がある。
  - 「世界海の日」の平行イベントはぜひ活用願いたい。国を挙げてイベントを企画して頂きたい。
  - 課題と方向性の 2 頁から 5 頁にかけて、離島や離島の管理の重要性に関する情報発信の不足と取組の必要性が縷々書かれているが、海洋観光の推進という観点からはここまで書く必要はないと思う。離島管理の重要性だけを訴えても観光客が来てくれるわけではない。むしろ、海洋観光資源としての離島の魅力の PR 不足とその必要性を書いてほしい。
  - 離島に行く動機は、釣り・ダイビング以外にもいろいろある。
  - 離島の良さを伝える手段を充実させる必要もある。例えば、長崎の沿岸観光地域図では、五島列島に係る記載が不足しており、魅力が伝わっていないのではないかと。1 つの離島だけでなく五島列島全体で売り出していく必要がある。そのためには島を周遊できるクルーズ等を充実させるべきであると考えている。離島にとって海洋観光は、船旅の良さを伝えるだけでなく、離島の良さも伝えるツールである。
  - 「世界海の日」の平行イベントは、9 月下旬~10 月に開催されるため、「海の日」とは区別できる。2015 年を海洋観光年として国を挙げて盛り上げていきたい。
  - 危機管理に係る課題を挙げていただいたが、大いに賛成である。安心は大前提。
  - 全国で約 50 港に外航クルーズが寄港している。クルーズを振興することが地域振興につながることを地域住民に周知していきたい。
  - 府省をまたがる施策については調整を行っていきたい。
  - 沿岸域（陸域）だけでなく EEZ も入れると海洋観光産業の対象エリアはかなり広大であり、そこまで考える必要がある。
  - 委員から意見があったが、再生可能エネルギーや海洋資源の重要性も認識している。
  - 港湾に関する記述が資料中に少ないと感じた。港と海と船はセットで論じるべきである。
  - みなと総合研究財団（WAVE）のシンポジウムに参加したが、発表内容に文化的側面が盛り込まれていて良かった。2015 年の世界海の日平行イベントに於いても産業もいいのだけれども、文化的側面を盛り込んでいけば良いのではないかと。
  - 瀬戸内海全体をテーマパークに見立て、港・離島・船をどうマネジメントして売り込むかという視点も重要だと考えている。サイクリングもターゲットとして良いと思う。
  - どこから施策に取り組むか戦略を考えた上で、エリアの分け方を含めて見直せばよい

と思われる。

- 海洋の魅力・クルーズが産業としてポテンシャルを持っていることがあまり世間に知られていないという意見が多かった。情報発信をいかに戦略的に行うか考える必要があるだろう。
- 2015年「世界海の日」の平行イベントに向けて取組を集約していく必要がある。全国で小さい取組は数多く行われている。集約の司令塔機能を果たせるか否かで、最初の、国民に知ってもらふ段階というのはかなり前進するのではないか。
- 情報発信、観光商品のイノベーション(ショート・カジュアルクルーズ等商品の充実、旅行目的の明確な設定、対象とするエリア設定等)、インフラの整備の3点についてどの順番でやるべきか等を整理した上で、次回議論したいと考えている。

## 6. 海洋観光の振興に関するとりまとめの骨子（案）

- （資料4に基づき事務局より説明）  
※委員からの意見は無し

<以上>