

## 第2章 受け入れ課題の抽出及び分析

### 1. クルーズ船受け入れに関する取り組み内容の整理

#### (1)クルーズ船受け入れの全体像

クルーズ船の運航には、港湾管理者、船舶代理店、国・県各機関など、多数の人が関わっており、それぞれの役割を着実に果たすことで円滑な運航が実現でき、地域も重要な役割を担っている。

クルーズ船は寄港する際に港湾を利用するが、港湾予約や諸手続きは、船舶代理店を介し、港湾管理者が予約管理を実施している。また、出入国の手続きは CIQ が対応するが、その連絡調整も船舶代理店の役割である。

オフィシャルツアーについては、ランドオペレーターが企画・運営し、地域の観光地や各種サービスを利用することになる。

クルーズ船には多くの乗客がいて、短時間に下船するため、その誘導や二次交通の手配、観光案内等が必要になるが、これらは地域と船社が協力して対応していることが多い。

一方、受け入れる地域や港湾管理者は、クルーズ船の誘致活動を実施し、より多くのクルーズ船の寄港を実現するとともに寄港による波及効果を高めるため、魅力ある商品やサービスを提供するなどの取り組みを行っていくことが大切である。

このようにクルーズ船は特定の団体が単独で受け入れるものではないため、それぞれの役割を明確化し、それぞれが自分の役割をしっかりと担っていくことが大切である。

#### クルーズ船受け入れ体制と各者の役割

<b>地域受け入れ団体</b> (1)クルーズ船誘致活動 ◇クルーズ展示会、商談会、船社営業 ◇船社による観光地視察対応 (2)客船受入・歓迎事業 ◇乗客誘導、フリー客への情報提供 ◇各種演舞、首長等による歓迎式典 ◇観光インフラ整備 (3)地域振興への寄与 ◇着地型観光の提供 ◇地域物産品等の提供	<b>港湾管理者</b> (1)港湾管理 ◇予約管理、施設管理 (2)誘致活動
<b>OCVB</b> (1)客船誘致活動 ◇クルーズ展示会、商談会、船社営業 ◇船社による観光地視察対応	<b>船舶代理店</b> (1)各種手続き・準備代行 ◇港湾予約代行、受入準備、CIQ 連絡調整等
	<b>国機関</b> (1)CIQ ◇税関(Customs)、出入国管理(Immigration)、 検疫(Quarantine)
	<b>ランドオペレーター</b> (1)オフィシャルツアー ◇企画・運営

### (2) 客船誘致活動(ポートセールス)

#### 1) 客船誘致活動の基本的な考え方

沖縄県は多くのクルーズ船の発着港となっている中国南部や台湾から近く、また、本州とアジアの中継地として適切な位置にあること、島嶼地域にあって県内各地に港湾が整備されているため、すでに多くのクルーズ船が寄港している。また、複数のクルーズ船社は、新たな大型クルーズ船を造船中であり、市場はさらに拡大傾向にあると考えられる。

現時点で那覇港は、予約を受け入れを断っている状況があり、また、各船社にセールスを行っている関係者の感覚として、沖縄の知名度は高く、多くの船社が興味を持っているため、新たに本部港を整備することで、一定数の寄港が見込めるものと想定される。

しかし、クルーズ船の乗客は、発着港となっている国や船社によって客層が異なり、活動内容や寄港によって得られる経済効果には大きな差異がみられる。

このため、沖縄県におけるクルーズ船誘致戦略は量的拡大の段階から、より地域にとって好ましい観光客を誘客するといった、観光地としての質の向上を目指す時期にきているものと考えられる。

このような視点から、地域のメリットを最大化するためには、地域にとって好ましい観光客を送客する可能性のある船社に対して誘致活動を展開する必要があり、戦略的な取り組みが大切である。

実際の誘致活動の内容を次項に示す。

#### 2) 客船誘致活動の内容

##### ① 対象者

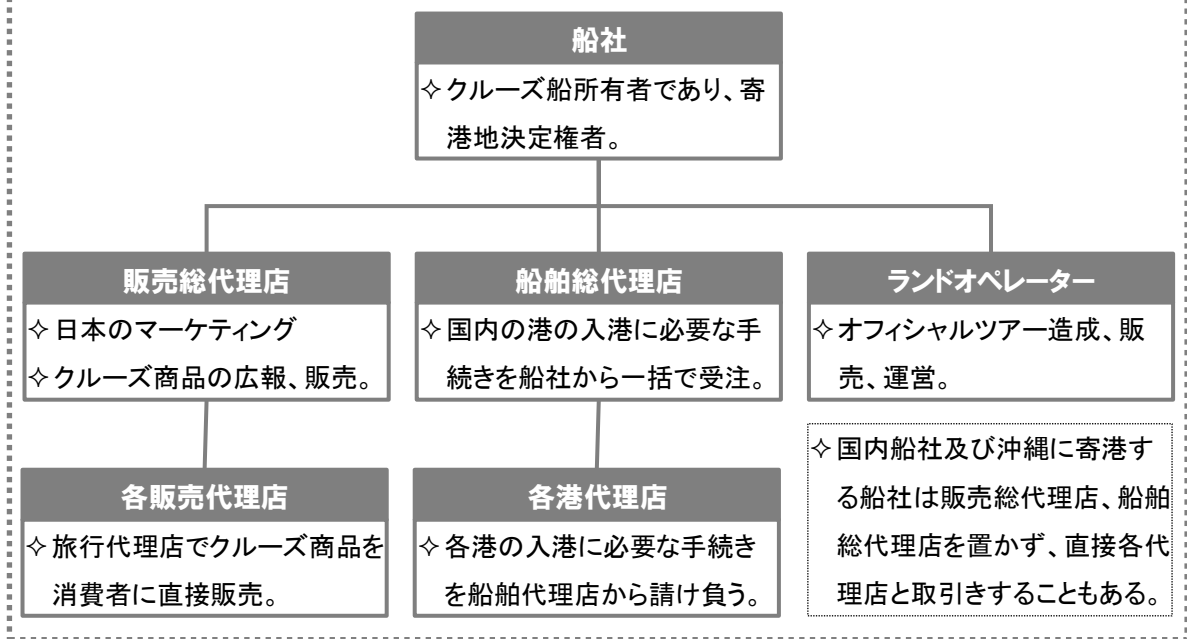
クルーズ船を誘致するためには誘致活動が効果的であるが、できるだけ寄港地選定に影響の強い対象者に働きかけることが大切である。

参考として、次ページにクルーズ業界の関係図を示しているが、クルーズ船の寄港地選定に際し最終的な意思決定権を有しているのはクルーズ船社であり、そのキーパーソンとなる担当者に誘致活動を展開することが大切である。

次に寄港地選定に影響があるのは、クルーズ船のチケット販売を代行する販売代理店及びクルーズ船をチャーターし販売するチャーターラーである。

さらに船舶代理店も寄港地選定に影響があるため、労力と効果を勘案し、優先順位に沿って誘致活動を展開することが大切である。

参考:クルーズ業界関係図



## ②活動内容

### 〔商談会・カンファレンス参加〕

クルーズ船誘致の活動内容としては、いくつかの手法があるが、一度に多くの船社に呼び掛けることができる手法は、各地で開催されている商談会・カンファレンスへの参加である。

県内でも「沖縄クルーズカンファレンス・商談会」が開催されており、多くの船社が集まることから、本部港がクルーズ船を誘致する際に絶好の機会になると考えられる。

また、このような商談会・カンファレンスは各地で開催されており、欧米系の船社を誘致するのであれば、ヨーロッパやマイアミのシートレードに参加することも選択肢の一つであり、他にもクルーズカンファレンスを開催している国や地域は複数ある。

誘致したい船社の出席や参加に費やす労力、費用を勘案し、参加すべきカンファレンスを選定する必要がある。

### 〔船社・代理店訪問〕

商談会・カンファレンスへの参加と同時に各船社への直接訪問も効果的である。

例えば、欧米系の船社の多くは、マイアミに本社を構えており、シートレードに参加した際に同時に訪問することができる。また、中華系の船社は、上海や香港に本店を構えている。

また、海外に渡航できない場合、多くの船社は東京に営業所を構えているため、これらを訪問し、本部港の魅力伝えることもできる。

各種カンファレンスに参加する場合、ブースを構えたり、カンファレンスに登壇することで、地域の魅力を伝えることができるが、情報提供の時間は限られたものになる。一方、船社・代理店訪問は、一概に言えないが1～2時間程度は対応してもらえるため、より多くの情報や情熱を伝えることができる。船社にとって沖縄は地理的に優位な位置にあり、自然・文化など、魅力的なコンテンツも豊富で、情報を得たいと考えていることが多く、面会の機会は比較的得やすいと考えられる。

### 〔船社視察対応〕

寄港地を選定する際に船社は、港湾の利用条件や周囲の観光地等を把握するため、現地視察を実施しており、その対応は重要な誘致活動である。

船社は運航担当者とマーケティング担当者がいて、技術的な情報は港湾管理者が対応し、地域は観光地を案内したり、地域の魅力を伝えることが大切である。

観光地を案内する際は、実際のオフィシャルツアーの時間に沿ってモデルコースを設定し、各観光地を周ることで、移動にかかる時間や空気感等、文献やインターネットでは得られない情報を提供することができ、担当者の理解を深めることができる。

### 3) 寄港地選定条件

クルーズ船の寄港地選定の最終的な決定をしているのはクルーズ船社であるが、船社が寄港地選定の際に着目している条件は下記の3点が重要であると言われている。

#### 【クルーズ船寄港地選定条件】

**条件-1:** 寄港地が旅行商品の魅力となれるのか。(寄港することで売上が向上するのか。寄港地観光の多様性。)

**条件-2:** 港の安全性、清潔さ、市民の友好度、観光地のクオリティ。

**条件-3:** 費用対効果(燃料代、港湾使用料、タグボード代、オフィシャルツアーの売り上げを総合的に配慮)。

#### 〔条件-1: 旅行商品の魅力向上〕

クルーズ船の最も大きな収入源は乗船料であり、船社や販売代理店はチケット販売の最大化を図るため、魅力的な旅行商品の造成に取り組んでいる。

このため、その寄港地に立ち寄ることで乗客の購買意欲が高まるのであれば、その寄港地を選定する必然性が高まる。

沖縄県内の各港は、いずれもクルーズ船社にとって魅力の高い観光地であり、一部港湾では予約が過密な状態となっており、北部地域も各観光地が一丸となった受け入れ環境を構築し、各観光地も魅力を高めることで、より多くの船社から選択される可能性がある。

#### 〔条件-2: 安全性・友好度〕

クルーズ船は、利用する岸壁の水深や係留施設、風速、潮流、他の船舶との競合など、多様な条件を満たしている必要があり、安全性が確保されていなければ利用することができない。近年は、クルーズ船が大型化する傾向があり、その航行基準はさらに厳しくなっている。

また、この判断には船長の意見も尊重され、例えば平良港漲水地区は、撤去予定の防波堤が一部残っており、至近距離が短く、迫って見えるため、整備そのものに問題はないが、船長の判断で沖泊している例もある。

また、クルーズ船は一度に多くの乗客を連れてくるため、地元の協力が不可欠であり、地域の友好度も選定基準として重要と言われている。

〔条件-3:費用対効果〕

クルーズ船の航行には、燃料費や人件費、港湾使用料等、多くの経費が必要である。このため船社としては、支出とチケット等から得られる収入を比較し、費用対効果の高い寄港地を選定している。

こうした視点において、沖縄県はクルーズ船の発着港となっている中国南部や台湾から近く、燃料費や時間の面で優位な条件にある。

本調査で実施したヒアリング調査においても、県外の寄港地ほどオフィシャルツアーの参加率が厳しく設定されていないことなど、他地域と比較すると比較的有利な条件となっている。

しかし、船社としては費用対効果に対し常に厳しく考慮しており、船社のメリット(収益性の向上)について十分検討したうえで受け入れていくことが大切である。

(3)クルーズ船受入・歓迎

1)クルーズ船受入の全体像

クルーズ船は一度に大人数の乗客を連れてくるため、地域の受け入れ体制の構築が必要不可欠で、多くの関係者が協力して取り組む必要がある。その概要については、次ページ「クルーズ船受け入れの全体像」に示す。

クルーズ船着岸の予約管理や受け入れ手配を行うのは、港湾管理者及び船舶代理店である。

また、ファーストポートである場合、入国する乗客に対して CIQ (Customs、Immigration、Quarantine)で税関、出入国管理、検疫等の手続きを行う。この際に CIQ と連絡・調整するのが船舶代理店の役割である。

入国した乗客に対して、オフィシャルツアー参加者は、ランドオペレーターが速やかに貸切バスに誘導し、そのままツアーに出かけることとなる。アンオフィシャルツアーも同様であり、ツアー主催者が貸切バスに誘導し目的地に移動する。

一方、こうしたツアーに参加しない個人客(FIT)については、各人によって行動が異なっており、受け入れ団体のサポートが必要である。

ターミナルに降り立った乗客は、どこに向かっていいか理解していないため、タクシー乗り場や観光案内所等で目的地を伝えることが大切である。

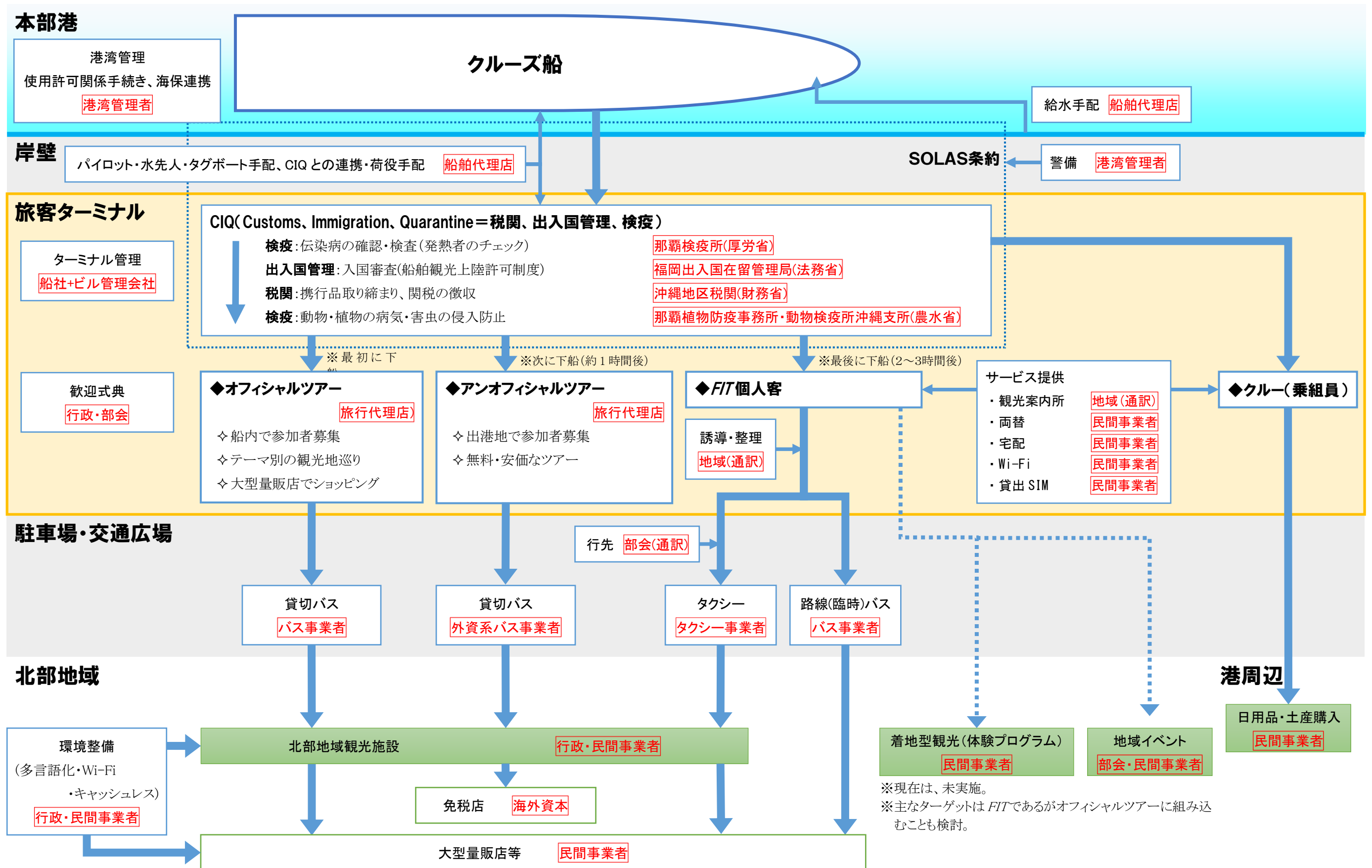
事前に寄港地の情報を入手していない乗客もいるため、こうした乗客には観光案内が必要であり、語学に堪能なスタッフが、地域の観光地やツアーを紹介する。

また、タクシーの利用時、運転手に行先を伝えることに時間がかかり、行列が増えてしまうため、これを通訳するスタッフが必要である。

こうした対応には多くの人材が必要で、3,000 名規模の乗客を受け入れる場合、那覇港の事例では 10 名程度の語学が堪能なスタッフが対応している。



クルーズ船受け入れの全体像







## 2) 受け入れ事業

### ① 対象者

船社によって精度は異なるが、クルーズ船の多くは下船する乗客をグループ分けし、ターミナルの混雑を緩和するように配慮している。

最初に下船するのは、上級客室滞在者、オフィシャルツアー参加者であり、続いてアンオフィシャルツアー参加者、最後に個人客(FIT)を下船させている。

オフィシャルツアー参加者やアンオフィシャルツアー参加者は、ランドオペレーター及び主催者が速やかに貸切バスに誘導するため、受け入れ団体としては、最後に下船する個人客を中心に誘導したり、各種サービスを提供する必要がある。

### ② 誘導・整理

下船し、CIQを終えてターミナルに着いた個人客(FIT)は、タクシー乗車場や観光案内所を探しており、出口付近で滞留すると危険を伴うため、スタッフが目的とする場所を聞き、速やかに誘導する必要がある。この対応には、語学スキルが必要であり、語学に長けた人材が担当する必要がある。



個人客を誘導するスタッフ(那覇港)

### ③ 観光案内所

主に行き先の決まっていない個人客(FIT)や行き先を確認したい個人客(FIT)が観光案内所を利用する。

多言語スタッフが各人の要望を聞き、適切な観光地を紹介するが、単に行き方を質問する観光客も多く、那覇港や平良港では、主要観光地までの所要時間や、タクシー料金(概算)を示したシートを用意し、速やかに利用者には示せるように工夫している。(次ページ写真)

さらに平良港においては、タブレット端末に地域の観光情報を紹介したホームページを表示し、利用者が自由に利用できるようになっている。



観光案内所のイメージ(那覇港)



観光案内 HP を表したタブレット端末(平良港)

バス番号	乗車時間	4人乗車	9人乗車
1. 那覇前 (PARCO大津島西口)	10分 / 1.5h	約830	約1,300
2. 那覇港 (津田町、津島船場)	15分 / 3.5h	約1,100	約1,500
3. 五箇中継	10分 / 2.8h	約1,000	約1,400
4. 那覇中心SA A1000中心 MAIN PLACE	15分 / 5 h	約1,500	約2,200
5. 元久KVLBO(那覇市比嘉 公園)中心	15分 / 4.5h	約1,300	約2,000
6. PARCO CTV(SAKURA 西側)	20分 / 6 h	約2,000	約2,800
7. 小浜Aeon(那覇中心)	20分 / 6.7h	約1,800	約2,500
8. 那覇城	30分 / 7 h	約2,000	約2,800
9. 那覇市	35分 / 7.5 h	約2,500	約3,500
10. 那覇市庁舎(那覇市 旧那覇港)	25分 / 7.3h	約2,000	約2,800
11. 那覇港 Umikaji Terrace	25分 / 10 h	約2,500	約3,700
12. OUTLET ASHIBINAA	30分 / 11 h	約3,000	約4,300
13. 那覇市立公園 那覇SUN海浜 (那覇SUNビル)	35分 / 11.5 h	約3,200	約4,500
14. 那覇大公園	30分 / 11 h	約2,700	約4,300
15. 那覇市立那覇(那覇市那覇)	35分 / 13 h	約3,500	約5,000
16. 那覇市立那覇(那覇市文化王宮)	45分 / 16 h	約3,900	約5,800
17. 那覇市立那覇(那覇市那覇)	45分 / 17 h	約4,600	約7,500
18. 那覇市立那覇(那覇市那覇)	55分 / 22 h	約4,900	約8,000
19. 那覇市立公園	45分 / 21 h	約5,000	約7,500
20. 那覇市	75分 / 32 h	約6,700	約10,000
21. 那覇市 (那覇市)	100分 / 45 h	約10,000	約15,000
22. 那覇市立那覇(那覇市那覇)	150分 / 90 h	約19,000	約28,000

主な観光地の行き方を示したシート(那覇港)

モデルコースとハイヤー料金を示したシート  
(平良港)

#### ④二次交通の確保・行き先通訳

オフィシャルツアー、アンオフィシャルツアーに参加しない個人客(FIT)は、何らかの二次交通を確保することが必要であり、大半の人はタクシーを利用することになる。路線バスや臨時バス、レンタカー、レンタサイクル等の利用も考えられるため、対応方針を以下に示す。

#### [タクシー]

タクシーについては、事前に事業者と寄港情報を共有すればその時間に周辺のタクシーを集めることができ、当日であっても混雑が確認されれば、タクシー無線で集合を指示することもできるため、柔軟な対応が可能である。

ただし、本部町を含む北部地域で営業しているタクシーは台数が少なく、大人数のクルーズ船に対応することが困難であると想定され、その確保が課題である。

乗車に際しては、運転手と乗客の意思疎通に時間がかかり、すぐに行列が伸びてしまうため、行き先を通訳するスタッフがサポートする必要がある。那覇港の例では、行先を聞き出すスタッフと運転手に伝えるスタッフが2名一組で対応している。近年は、タクシーに翻訳端末を備えている車両も増えているが、現状では人が直接通訳した方が速やかな対応ができる。

また、帰りについては、「港に戻ってください」などの日本語を印刷した紙を事前に配布し、乗客がタクシー運転手に提示するだけで戻って来られるように工夫している。



タクシー乗車の様子、1名が行先を通訳し、  
もう1名が運転手に伝える(那覇港)



帰りに使用する行先を示した用紙(那覇港)

〔路線バス・レンタカー・レンタサイクル〕

二次交通として、路線バス、レンタカー、レンタサイクル等を利用する可能性もあるが、これらは民間事業者が需要を判断して営業することになるため、受け入れ団体の役割としては、その利用方法を案内したり、必要に応じてその場所まで誘導する等の対応が必要となる。

⑤両替

外国人観光客が訪れるため、両替サービスが必要であり、民間金融機関等に依頼することになる。那覇港の場合は、両替機を設置していつでも利用できるようになっているが、平良港はファーストポートでない場合が多いため、両替サービスを提供していない。本部港においても必要性に応じて弾力的に取り組む必要がある。

3) 歓迎事業

① 歓迎式典

初寄港のクルーズ船については、歓迎式典を行うことが一般的である。

市町村の首長や観光協会長、キャンペーンレディ等が対応し、船長と記念品の交換をするほか、エイサー演舞等で歓迎する例もあり、事前に人材を確保する必要がある。



歓迎式典の様子(那覇港/ブリッジ内)



歓迎式典の様子(那覇港/岸壁)

② その他歓迎事業

上記以外では、清水港の事例として、入港時の「タグボートからの放水」、出港時の「見送り演奏・演舞」、「シャボン玉で見送り」、夜間出航の場合「打ち上げ花火」等で歓迎の意を表している。これらはクルーズ船の顧客満足度を高めるうえで効果があるといわれている。

4) その他

① クルーに対するサービス提供

クルーズ船には多くの観光客が乗船しているが、それに比例して、サービスを提供する側のクルーも多数乗船している。乗客が下船した後は、彼らも休憩をとることがあり、彼らに対するサービスも重要である。

那覇港においては、船舶代理店がクルー専用のシャトルバスをショッピングセンター向けに運行したり、下船するスタッフを空港まで送迎するなどのサービスを実施している。

### ②クルーズ船情報の提供

クルーズ船は一度に多くの観光客を送客するため、地域経済にとっても新たな商機を獲得する機会が生まれる。

このため、多くの港湾でクルーズ船の入港情報を提供しているが、宮古島市ではこれをメーリングリストにして乗客数等の詳細な情報を事前に得られる仕組みが構築されており、登録すれば誰もが情報を得ることができる。



宮古島市クルーズ船情報配信サービス

<https://tourism-miyako.com/>

### ③地域全体の観光インフラの拡充

#### 〔フリーWi-Fi エリア拡大〕

クルーズ船に限らず、インバウンドを受け入れるためのサービスとして、フリーWi-Fi はなくてはならない機能である。

近年、スマートフォンの普及によって、誰もがインターネット環境を持ち歩くようになっており、生活するうえでなくてはならない存在である。特に旅行中は地図を調べたり、近隣の飲食店を探すなど、行動を決定するツールとして必要性が高い。現在、日本以上にフリーWi-Fi 設備が普及した地域から訪れる外国人観光客にとって日本の Wi-Fi 環境は脆弱で、訪日外国人が日本で困った内容として常に上位に挙げている。

フリーWi-Fi のエリア拡大は、地域全体で取り組んでいくべき内容である。

#### 〔電子決済・キャッシュレス化推進〕

前項と同じように海外では現金を持ち歩かない電子決済・キャッシュレス化が普及している。また、電子決済であれば、両替等の必要もなく、外国人にとって利便性の高いシステムである。電子決済システムを導入するのは民間事業者であり、中には小規模店舗もあるため、決済端末導入のコストや手数料等の負担があり、容易に導入できない店舗も存在すると考えられるが、インバウンド消費を拡大するためには必要な投資である。

商工会、行政等を中心に啓蒙活動を実施するなどの取り組みが必要である。

#### 〔サイン等の多言語化〕

クルーズ船に限らず、多くの外国人観光客を受け入れるためには、サイン等の多言語化も必要である。日本の案内サイン、誘導サイン等の公共サインは、近年急速に多言語化が進められてきているが、未対応のものも散見され、言葉の異なる人であっても不自由なく行動できるように多言語化を推進することが大切である。

こうした多言語化は、行政内のクルーズを所管する部署だけでなく、まちづくりの部署など庁内で取り組んでいく必要があり、さらに民間の商業施設など、他分野の関係者の協力も必要である。

〔観光案内パンフレット作製〕

近年、スマートフォンなど携帯端末の普及に伴って、地図情報や観光情報の収集はインターネットに頼る人が増えているが、紙媒体の観光パンフレットも一覧できて見易いなど、効果的な情報提供手法である。

地域の観光情報について、中国語(繁体字・簡体字)、英語、韓国語等の多言語パンフレットは必要性の高いツールである。

〔周辺まちづくり〕

クルーズ船を受け入れるうえで、多くの自治体にとって二次交通の確保は、重要な課題となっている。このため、いくつかの地域は徒歩圏内に新たな観光拠点を整備し、二次交通に頼らずに一定人数の観光需要に対応できるよう整備を進めている。

例えば石垣港においては、二次交通の不足から、離島地域への周遊を模索したが、離島の理解が得られず断念し、代わってクルーズバース(新設)近くの人工海浜で海水浴ができるようにした。また、隣接する緑地に商業施設を検討し、民間事業者にサウンディング調査を実施して可能性を探っている。

また、平良港では、港湾計画を変更し、クルーズターミナルの先に商業施設用地を確保し、複数の地元企業が入居できる交流拠点の整備を検討している。

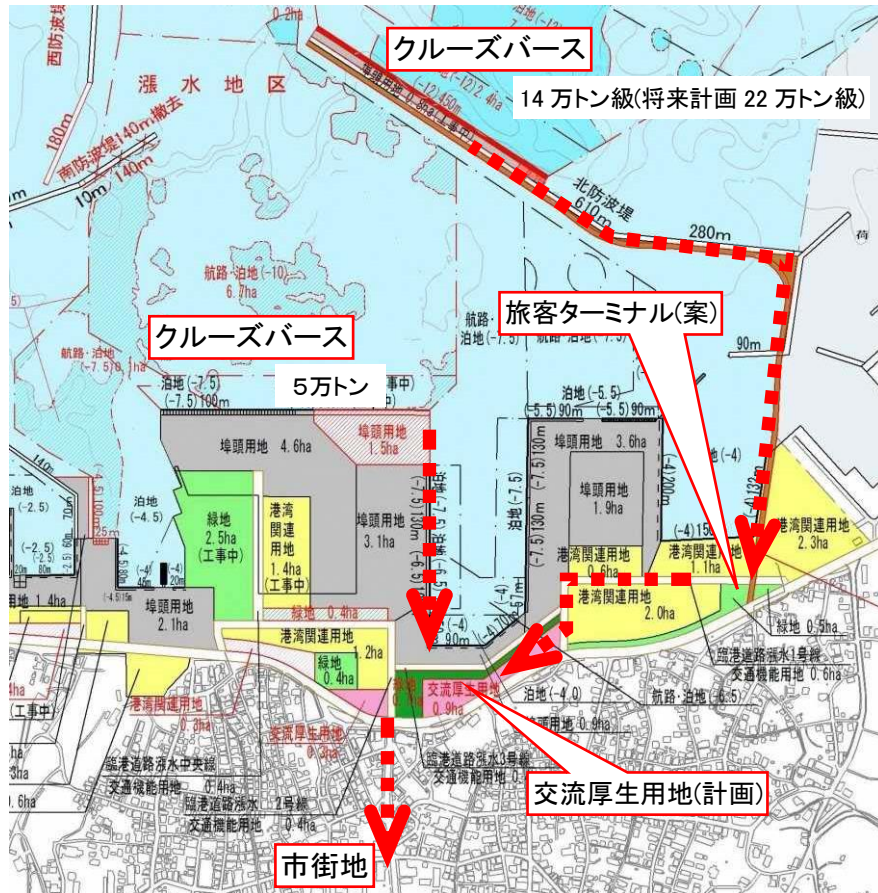
これらの取り組みについては、クルーズ受け入れの枠を超えて、行政及び民間事業者が協力して、まちづくりを実現していくという体制づくりで事業が進められている。



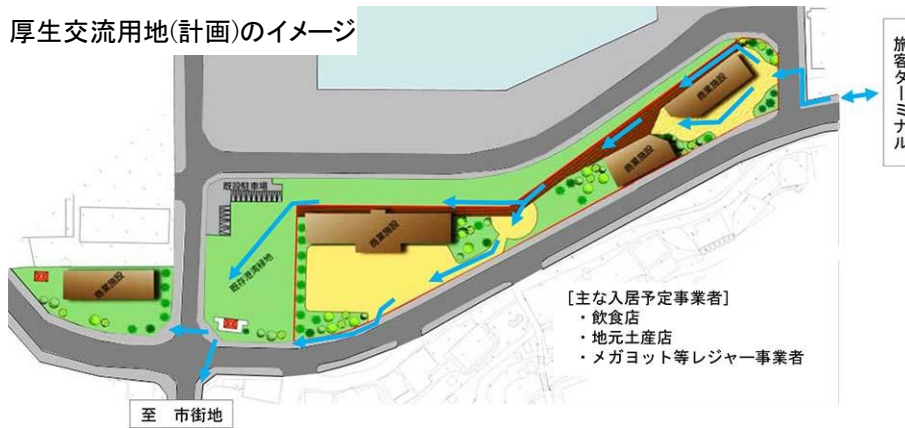
石垣港周辺まちづくりのイメージ

出典: 石垣港新港地区旅客ターミナル整備事業再評価資料(沖縄総合事務局)

第2章 受け入れ課題の抽出及び分析



厚生交流用地(計画)のイメージ



平良港周辺まちづくりのイメージ

出典: 平良港港湾計画資料(一部改変)

#### (4) 地域振興への寄与

##### 1) クルーズ船寄港による経済波及効果の概要

地域にとってクルーズ船を受け入れることは、新たな観光客集客を図り、地域振興に寄与することを期待しており、どのようなメリットが享受できるか明確化することで目標が設定しやすくなり、最大化を図ることができる。

主に想定される地域のメリットは、①オフィシャルツアーへの観光地の売り込み、②個人客(FIT)に対する着地型観光・体験プログラムの提供、③地域特産品の販路拡大の3つが想定され、以下にその概要を示す。

##### ① フィシャルツアーへの観光地の組み込み

次ページの「参考:クルーズ船の収益構造」にまとめられているように、船社にとってオフィシャルツアーは、クルーズ船の重要な収入源の一つであり、船社はその売上げを拡大したいと考えている。

また、地域にとっても新たな団体旅行を獲得する機会が得られるため、この中に地域の観光地や飲食店を積極的に組み込んでいくことが、地域にとって経済効果を高めることにつながる。

地域としては、ツアーを造成する船社やランドオペレーターに観光地を紹介することで、誘客につながっていくことが大切である。

##### ② 個人客(FIT)に対する着地型観光・体験プログラムの提供

前述のように、船社にとっては、オフィシャルツアーの売上げは重要であり、その売上げが少ない場合、その寄港地を選定する理由がなくなってしまうため、対応には留意が必要であるが、オフィシャルツアーに参加しない個人客(FIT)に対して、地域主導の着地型観光を販売することは、地域への波及効果を最大化するうえで重要かつ効果的な取り組みである。

地域の魅力を生かした着地型観光や体験プログラムを提供することで、地域の魅力を伝えることができ、同時にオフィシャルツアーに参加しない層に対し、消費の機会を掘り起こす効果が期待できる。

##### ③ 域特産品の販路拡大

一般的にクルーズ船内の食事はチケット料に含まれているため、追加料金なしにいつでもビュッフェ形式で食事をするができるが、それ以外に特別なメニューを有料オプションとして提供している。

この中で“おきなわ和牛”や石垣牛は人気のメニューとなっており、船社にとって顧客満足度を高め、同時に新たな消費を生み出す重要な役割があり、積極的に販売したいと考えている。

また、中国系のクルーズ船が使用する食材は、出航地で日数分を積み込んでくるが、例えばレタスなどの青果が想定以上に消費されてしまった場合、寄港地で追加購入することもある。(ただし、日本船や小型のラグジュアリー船は寄港先で食材を調達する船もある。)

一般的にクルーズ船の食材は、船舶専門の食材仲卸業者に発注されることが多いが、JA沖縄がゲンティンから“おきなわ和牛”や青果を受注しているように、一定の条件を満たすことができれば、船社に材料を納品することもでき、地域にとっては新たな販路の獲得につながり、地域への経済効果が期待できる。

### 参考:クルーズ船の収益構造

クルーズ船社は民間事業者であり、営利目的でクルーズ船を運航しているが、地域もクルーズ船が寄港することによって新たな観光集客を図り、地域振興に寄与することを意図している。

寄港地選定は船社に決定権があり、地域は船社が何を求めているか理解したうえで、相互利益につながるサービスを提供する必要があるため、船社の収益構造を理解するため、以下に概要を示す。

#### 収益の柱1 クルーズ料金

クルーズ船が収益の柱としているのは、クルーズ船のツアー料金であり、一般的に乗船料やビュッフェでの食事、ショー鑑賞、イベント参加などのアクティビティが含まれている。

これらの販売チャンネルは、自社販売、代理店販売等があり、近年は1隻の中でこれらが混在した状態となっているクルーズ船が多いが、中には大手代理店がフルチャーターしているものもある。

船社にとって、このクルーズ料金の最大化は重要であり、その寄港地を組み込むことで、チケット販売が伸びるのであれば、その寄港地を選択する必然性が高まる。

中華圏の乗客は、若者層・ファミリー層が利用するため、安価・短期間のショートクルーズの人気が高く、逆に欧米系のクルーズ船はアクティブシニア層の利用が多いため、ロングクルーズが選択されている。

#### 収益の柱2 オフィシャルツアー

欧米系クルーズ船に多いが、ラグジュアリークラス、プレミアムクラスは、既に上記のツアー料金にオフィシャルツアーが組み込まれている例が多い。

しかし、中華系のクルーズ船はカジュアルクラスが多く、この場合、オフィシャルツアーがオプションとして設定されているため、これに参加するためには追加料金を支払う必要があり、船社にとって重要な収入源となっている。

このため、船社はその最大化を求めており、清水港の例では、船社から「参加率が6割を切ると、その寄港地は魅力がなくなるため、その売り上げ拡大を図ってほしい」と依頼され、沖縄においても参加率の向上が要求されている。

オフィシャルツアーは、船社としてクルーズ料金に次いで重要な収入源であり、そのことを念頭に地域の取り組みを検討することが必要である。

#### 収益の柱3 船内有料サービス

船内の飲食は追加料金なしに利用できるビュッフェと追加料金が必要なレストランに分けられ、船社にとって有料レストランは重要な収益源となっている。

その地域独自のメニューも人気であり、“石垣牛”、“おきなわ和牛”は人気が高く、船社としても顧客満足度を高め、追加料金が見込めるメニューの開発に力を注いでいる。

他にも船内には映画館、ショー、アミューズメント施設等の遊興施設があり、追加料金なしの施設と有料施設に分けられ、これらも重要な収益源であり、船社としてはその魅力を高め、販売拡大を求めている。



## 2) オフィシャルツアーへの観光地の組み込み

前述のように、オフィシャルツアーは船社にとって重要な収益源であり、その売り上げ向上を求めるとともに、地域にとっても新たな団体観光客の獲得につながるメリットがある。

乗客にとってもオフィシャルツアーは、クルーズ観光の魅力の一つであり、船社は寄港地を選定する前に現地視察に訪れるため、その際に地域の魅力を伝えることは有効な取り組みであり、その方法を以下に示す。

### ① 観光地カルテ・モデルコース設定

船社は、寄港地を選定する段階で、担当者が実際に港湾及び地域の観光地の視察に訪れるため、その際にマーケティング担当者に観光地を案内することで、地域の魅力をより多く伝えることができる。

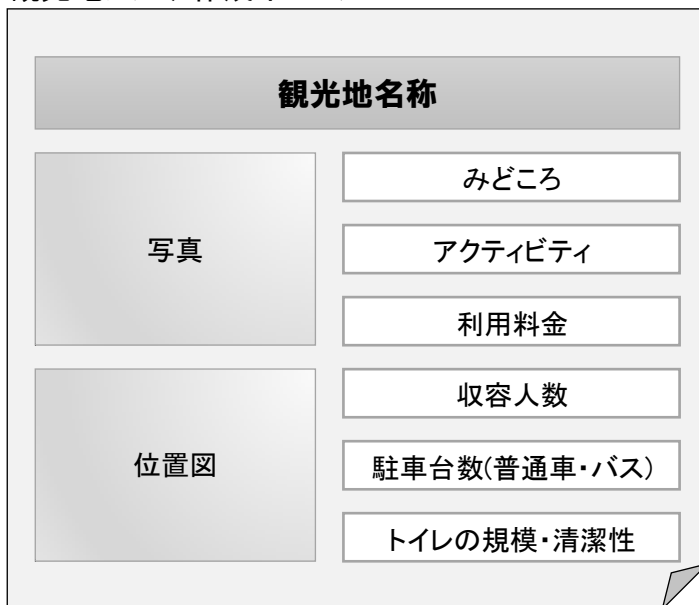
その際に大切なことは、地域の観光地情報をわかりやすく伝えることであり、宮古島市では、観光地カルテを作成し、船社が知りたい情報をシートにまとめて一覧で紹介できるようにしている。

マーケティング担当者は観光のプロであり、すでに沖縄の見所や飲食、体験プログラム等の情報を熟知している場合が多く、さらに詳細な収容人数や駐車場の規模、トイレの清潔性、実際の移動時間を知りたいと希望しているため、これらを観光地ごとにまとめておくことが大切である。

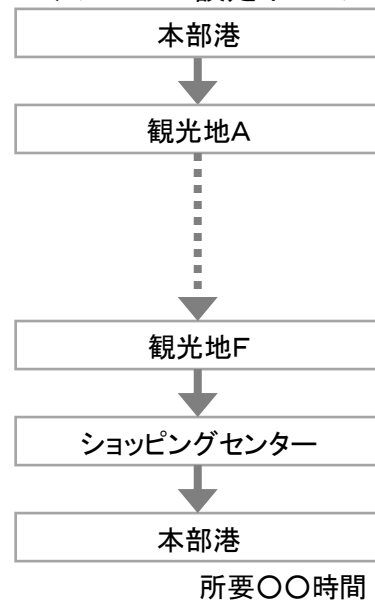
また、オフィシャルツアーはロングコースで6時間、ショートコースで3時間の設定をしているものが多いことから、モデルコースを作成し、これに沿って周ることでさらに理解を深めることができる。

周遊する観光地の設定に際しては、有料・無料の観光地を5～6か所周遊し、最後にショッピングセンターを利用するコースが主流となっている。

#### 観光地カルテ作成イメージ



#### モデルコース設定イメージ



## 第2章 受け入れ課題の抽出及び分析

### ②乗船PR

中城湾港では、中部地域を周遊するオフィシャルツアーの販売を促進するため、中部広域市町村圏事務組合の担当者が、事前に乗船して中部圏域の観光地をPRし、オフィシャルツアーの販売促進を図っている。

本島中部の観光地は、外国人観光客にとって首里城や美ら海水族館ほど知名度が高くないため、観光客から情報を知りたいという要望が強く、実際に地域の担当者が乗船し魅力を伝えることで、オフィシャルツアーの売上げが向上し、船社にとってメリットが大きい。

中部広域市町村圏事務組合に対するヒアリングにおいては、「船内でオフィシャルツアー以外の観光地を積極的に販売することはできないが、オフィシャルツアーに含まれてない観光ニーズがあった場合には、地域の着地型観光を紹介することもあり、地域にとってのメリットも大きい。」と言われている。

3) 個人客(FIT)に対する着地型観光・体験プログラムの提供

オフィシャルツアーに参加しない個人客(FIT)に対しては、地域が独自に着地型観光・体験プログラムを造成し、サービスを提供することもでき、新たな消費の掘り起こしにつながる。

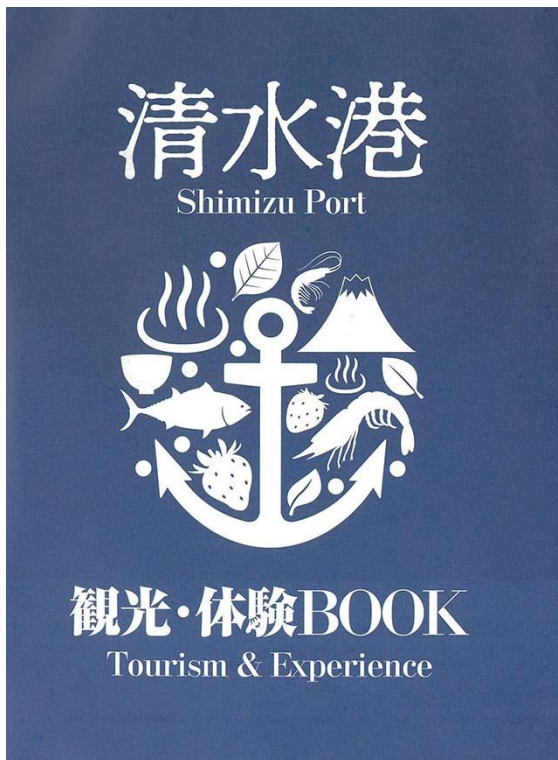
こうした個人客向けのサービスは、大人数を受け入れなくともよいので、地域の中で参加できる事業者が増えるというメリットがあり、また、地域の産業や地域資源を活用することで、波及効果が高いと考えられる。魅力的で多様なプログラムを地域が協力して多数創出することが大切である。

清水港では、こうした着地型観光・体験プログラムを冊子にまとめ、船社やランドオペレーターに配布しているが、地域で提供しているサービスが一覧でき、オフィシャルツアーに採用する機会にもなるため、有効な手法である。

この冊子は、体験プログラム等の情報が変更になることを想定し、情報を最小限に抑えており、各ページに記載されているQRコードから、ホームページが検索できるようになっている。

当初は、地域の民間事業者からの反響は少なかったが、クルーズ客が増えることで、徐々に掲載依頼が増えていったと言われている。

事業者にとって、クルーズ船寄港のメリットを享受するためには、地域の魅力・資源を積極的に活用し、クルーズ客の参加・購入意欲を高めるサービス、商品を開発することが必要であり、受け入れ団体はその内容を周知し、販売促進に協力することが大切である。



清水港の着地型観光・体験プログラム紹介パンフレットの例



寿司の歴史を学び、寿司握りを体験

見学

**清水すしミュージアム**  
| しみずすしミュージアム |  
見学 + 寿司の握り方体験 2,500円~  
寿司の歴史や文化を学ぶことは、別途料金がかかります。  
自分で握ったお寿司を食べられる。

日本といえば「寿司」。昔の清水港周辺の町並みを再現したすしミュージアム内では、寿司の歴史と文化を学べるが、清水の次郎長気分になれるコスチュームも用意。寿司握りの体験ができる「大漁市場」では、寿司職人が付いて握り方のコツを教えてくれるので、目の前ではいかに賑わいそうなど、新鮮な魚を手に自分で寿司を握ってみよう。1週間前までに要予約。

予約 体験に際しては日本語が出来る同行者がいる場合のみ対応可能。 | 25名~40名 | 日本語での予約のみ対応可能

**data** 予約 25名~40名  
住所 静岡県清水区入船町 13-15 エスバロスドリームプラザ2F  
TEL 054-354-3393 (飲食事故 大漁市場)  
営業時間 握り方体験 / 14:00~18:00 (要相談)  
定休日 無休 | カード / V / M / J / A  
HP <http://www.dream-plaza.co.jp/enjoy/dreamplaza-sushi/>



### 4) 地域特産品の販路拡大

クルーズ船は乗客向けの食品等を大量に購入するため、農水産物等の食品の提供も地域にとって経済効果が高いと考えられる。

前述のように船内には、追加料金なしのビュッフェと追加料金が発生するレストランがあり、船社も収益を拡大するため、後者を販売促進していきたいと考えており、プレミアム感を創出できる地域特産品を望んでいる。このため、既に“石垣牛”やJA沖縄の販売する“おきなわ和牛”は人気のメニューとなっており、寄港の際に定期的に納品されている。

一般的にクルーズ船の食材は、船舶専門の食材仲卸業者に発注されることが多いが、JA沖縄がゲンティンから“おきなわ和牛”や青果を受注しているように、一定の条件を満たすことができれば船社に材料を納品することもできる。

JAおきなわのヒアリングにおいては、牛肉もモモ肉など特定の部位のみ大量発注されるため、要求に応えられないことがあり、他の部位も使用してもらうため、停泊中のクルーズ船に出向いて、他の部位を用いたメニューを提案し、使用部位の多様化を図ったと言われている。

また、クルーズ船のシェフは一流ホテルのシェフと同格であり、日本の高品質の食材の人气が高く、カボチャや甘藷、トマト、ぶどう、柿、桃、リンゴなど、輸出統計と同じ傾向で注文が入ると言われている。

中華系のクルーズ船は、一週間以内のショートクルーズが主体であり、出港する際に港で必要な物資を積み込むが、例えば航海中に想定以上に特定の食材が消費された場合、寄港地で材料を購入することもあり、その場合は、価格を気にせずに材料を調達しているとのことである。

これらは、一度に大量の注文が入るため、その要求に応えることが重要であり、JAではこれに県内全体で対応している。不足すれば県外からの移入もあるため、いつでも要求に応じることのできる量の確保が課題になると考えられる。

## 2. 受け入れに関する課題の抽出と対応方針

### (1) 課題の抽出と基本的な考え方

これまで、クルーズ船誘致、受け入れ態勢の構築、地域振興への寄与という視点から、地域の役割と取り組みをまとめてきたが、特に二次交通の確保や人材育成、民間事業者の参加など、クルーズ船を受け入れるうえで重要な課題が想定された。その対応方針について検討を加える。

### (2) 二次交通の確保

クルーズ船は一度に多くの観光客を送客するが、本部港周辺では大人数に対応した公共交通がなく、バスやタクシーに頼らざるを得ないため、その確保が喫緊の課題であり、以下にその対応方針を推察する。

#### 1) 貸切バス

オフィシャルツアーやアンオフィシャルツアーの移動には貸切バスが使用され、その調達はランドオペレーター等の役割であるが、絶対量が不足していると考えられ、地域としても対応を議論していく必要がある。

クルーズ船によって利用台数は異なるが、多いケースで約 150 台の貸切バスを使用することもあるため、乗客約1万人の大型クルーズ船も造船中であることから、今後一定台数の確保の必要性がより高まっていくと想定される。

貸切バスを確保するためには、バス業界が抱える問題が大きいため、以下にその概要を示す。

#### ■ バス業界全体の課題

◇ 沖縄本島の貸切バスは那覇空港を発着する利用が最も多く、現状では北部地域の貸切バスの絶対量が不足している。

◇ バス運行の課題は、車両よりも人材確保が課題であり、運転手不足で運行できていない車両が多い。

◇ 県全体のバス需要はトップ期・ボトム期の変動が大きく、稼働率が 50%を下回っている現状では、バスの増車は容易でない。

#### ■ 北部の貸切バス使用の課題

◇ 前述のように沖縄本島の貸切バスは、那覇空港発着が圧倒的に多く、クルーズ船以外に北部発着する需要が限られているため、増車するバスの維持はクルーズ船の需要頼みである。

#### ■ 南部の貸切バス使用の課題

◇ 南部から北部に移動する運賃が必要となるため、使用料が割高となる。

◇ 運転手の最大拘束時間は 13 時間(交替運転者の配置基準/国交省)であり、右表により北部でワンマン運行する場合、ツアーの利用可能な時間は約6時間と試算される

内容	時間
点検点呼	2時間
本部港往路	2時間
下船待機	1時間
ツアー	6時間
那覇帰路	2時間
計	13時間

## 第2章 受け入れ課題の抽出及び分析

このような課題がある貸切バスであるが、想定される対応策として下記が検討される。

### ■課題に対する対応策の例

- ◇現在のバス運行の問題点は、運転手不足であり、季節によっては県外の応援ドライバーを呼ぶことも可能である。
- ◇ボトム期(修学旅行以外の時期)であれば、南部のバスを北部に配車することもでき、運転手は北部に宿泊し、そこから運行するなど、弾力的な対応が可能である。しかし、その場合、週5～6日の稼働が必要である。
- ◇ホップオンバス(巡回型ツアーバス)を運行し、少ない車両を有効活用する手法も有効である。
- ◇需要に応じて新規参入を検討する民間事業者が存在すると想定される。

上記の対応が考えられるが、これらは寄港時期や年間の寄港回数によっても条件が異なる。

本部港に需要が見込まれるのであれば、新規参入も含めて多様な対策が取りやすいと考えられるが、逆に寄港頻度が低い場合、バス事業者も増強をためらうため、上記の解決策を採用することは困難になる。

今後はバス事業者も含めて、地域で対応策を協議していくことが必要である。

### 2) タクシー

主に個人客(FIT)が利用する移動手段であり、台湾から訪れたクルーズ船は、特に利用率が高い。

前述のようにタクシーについては、事業者と情報を共有することで、周辺のタクシーを集めることができ、当日であっても混雑状況を確認できればタクシー無線で集合の指示ができるため、柔軟な対応が可能であるが、そもそも本部町を含む北部地域で営業しているタクシーの絶対量が少ないため、タクシーを集めるにも限界がある。

中南部のタクシーを呼ぶことも可能性としてはあるが、貸切バスと同様に運行規程があるため、北部で実働可能な運行時間が制限されるという問題がある。

一方、貸切バスで提案されたように、中南部の事業者が一定期間北部に宿泊し運行する方法も可能性としてあるが、その場合、宿泊費等の負担が課題となる。

タクシー確保の課題について、タクシー事業者も含めて、地域で対応策を協議していくことが必要である。

### 3) 路線バス

本部港周辺の路線バスについては、例えば美ら海水族館向けのバスが1日に約40本運行しており、時間帯によっては、移動手段として十分に活用できると考えられる。

しかし、美ら海水族館から他の観光地に移動する場合、路線や便数が限られていることから、利用は現実的でないと考えられる。

### 4) 臨時バス

タクシー、路線バスが不足する地域においては、バス会社と協力して臨時バスを運行している事例があり、タクシーが確保できない個人客にとって、必要不可欠なサービスと考えられる。

しかし、船社によってはオフィシャルツアーの販売に影響があるため、敬遠する船社もあり、実施の可否は事前に協議することが必要である。

特に本部港については、美ら海水族館の人气が高いと考えられるが、オフィシャルツアーでも美ら海水族館ツアーを設定するため、臨時バスとオフィシャルツアーに価格差があった場合、売り上げに影響が出てしまうため留意が必要である。

#### 参考：デマンドバス・デマンドタクシーについて

デマンドバス・デマンドタクシーとは、決められたルートを実行する路線バスと異なり、予約ごとに行き先や時間を弾力的に運行するバスのことで、規模に応じてデマンドバス、デマンドタクシーと呼ばれている。

近年、過疎地の自治体で導入が進み、路線バスを維持できない地域にとって、地域の足としてなくてはならない存在となっている。

特にこれにICT技術を組み合わせることで、行先や時間を調整しやすくなり、予約をまとめることができれば効率的な運行が可能である。

このようなデマンドバスは北部地域で有望な公共交通手段であるが、クルーズ船の場合、利用人数が多いことが課題であり、需要に見合った台数の確保は容易でないと想定される。

#### 5) レンタカー

レンタカーについては、クルーズ船の需要が一定程度見込めるのであれば、民間事業者の参入が期待できる。特に個人旅行を好む台湾客の利用は多いと想定される。

中国大陸のクルーズ客については、団体旅行が多いことや、そもそもジュネーブ条約に加盟していないため、国際免許が日本国内で有効でないため、基本的に自動車の運転ができないと考えられる。

これらは、クルーズ船によって利用者数に変動があり、その対応が課題となる。

#### 6) レンタサイクル

レンタカー、レンタサイクルについても、民間事業者が運営するのであれば、有効な手法である。特にレンタサイクルについては、初期投資や維持管理コストが最小限であるため、有効な交通手段である。

また、レンタサイクルで移動する場合、行動範囲が限定されると考えられ、本部町内など、近隣観光地の利用が増えるというメリットも期待できる。

移動に際し、多言語マップの配布等が有効である。

#### 7) 離島航路

本部港及び渡久地港から、それぞれ伊江島、水納島にフェリーが運航されており、離島周遊も有望なアクティビティである。

便数は限定されているが、時間帯によっては十分に観光利用が可能であり、両島と連携し、クルーズ船受け入れに向けた取り組みを実施することも検討課題である。

## 第2章 受け入れ課題の抽出及び分析

### 8) 二次交通の確保に関する取り組み

これまでそれぞれの交通手段の確保について検討を行ってきたが、本部港に寄港した場合や周囲の観光地を利用する場合、二次交通の利用が必須であり、十分な量が確保できなければ、オフィシャルツアーや個人客(FIT)の移動に支障がでる可能性がある。

また、クルーズ船の需要は普段の需要よりも圧倒的に多いため、クルーズ船に合わせた二次交通容量の設定は、クルーズ船の寄港が多いのであれば問題ないが、少ない場合、その維持が困難となる可能性も懸念される。

本部港の利用において、二次交通の確保は必要性が高いため、バスやタクシー等の交通事業者、地域、行政が議論し、問題の解決に向けて取り組んでいくことが大切である。

### (3) 人材育成・確保

クルーズ船を受け入れるためには多くの関係者の協力が必要であるが、特に語学に精通したボランティアスタッフを多数確保する必要がある。

那覇港では、担当者とは別に8~12名のボランティアスタッフが、個人客(FIT)の誘導や観光案内所の運営、タクシーに対する行先の通訳等をサポートしている。こうしたボランティアスタッフの登録は50名弱であり、当日参加できない人もいる中でローテーションを組んでいるが、本部港においても、多数のボランティアスタッフが必要になると考えられ、その確保・育成は重要な課題である。

スキルとしては、中国語、英語、韓国語等が堪能であることが条件であり、地元名桜大学等と協力しながら、必要な人材を確保していくことが重要である。

### (4) 民間による着地型観光・体験プログラム等の造成

前述のように寄港地としての魅力を高め、地域に対する波及効果を高めるためには、民間事業者がクルーズ客に対して、地域の魅力を生かした着地型観光・体験プログラム等のサービスを充実させる必要がある。

清水港においては、クルーズ船寄港の増加に伴って、当初は否定的であった民間事業者の対応が変わり、徐々に積極的にプログラムを開発していると言われている。

受け入れ団体及び行政の役割としては、クルーズ船寄港によるメリットを“見える化”し、地域の理解を深めることで地域の意欲を高めることが必要であり、開発した着地型観光・体験プログラムを観光客に周知する仕組みづくりを構築することも重要な役割である。

### (5) その他の取り組み

前述のようにインバウンドを受け入れるためには、「フリーWi-Fi エリア拡大」、「電子決済・キャッシュレス化推進」、「サイン等の多言語化」等のまちづくりが重要である。これらは行政や民間事業者全体で取り組んでいくべき課題であり、理解を深め、地域全体で取り組んでいける体制づくりが重要である。



【本部港大型クルーズ船寄港における取り組み課題の整理】

本部港 国際旅客船拠点形成計画	
20万トン級	5～10回
15万トン級	26回
10万トン級	26回
5万トン級	26回
計	88回



【参考：ターミナル運営・管理】

- 官民連携による国際クルーズ拠点
  - ・ターミナル施設を整備することで、岸壁の優先使用权(早期予約権)を船社が取得。
- 清水港の事例(ターミナル整備)
  - ・ターミナル整備・運営費によって、船社が岸壁の優先使用权を購入した。
  - 運営費も船社が負担する。収益事業の有無は船社の判断。
- 清水港の事例(ターミナル運営の方向性)
  - ・船社は施設管理のノウハウを持たないため、ターミナル運営のためのSPCを設立。SPCには地元港湾関連会社も参画。

【必要な取り組み】	(1)客船誘致活動	(2)客船受入・歓迎事業		(3)地域振興への寄与	
	①ポートセールス・ツアーセールス	②歓迎事業・観光案内	③二次交通	④観光周遊促進	⑤まちづくり
【現状】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クルーズ展示会、商談会、船社営業</li> <li>・船社による観光施設視察対応</li> <li>・マーケティング(客層分析)</li> <li>・船社訪問</li> <li>・商談会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・歓迎セレモニー</li> <li>各種演舞、吹奏楽演奏</li> <li>首長・観光キャンペーンレディによる歓迎式典</li> <li>・乗客誘導・FITへの情報提供</li> <li>観光案内所の設置</li> <li>通訳・案内ガイド</li> <li>配車手配</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ツアーバス→(ランドオペレーター)</li> <li>・一般タクシー</li> <li>・貸切タクシー</li> <li>・レンタカー</li> <li>・シャトルバス運行</li> <li>・情報共有</li> <li>・渋滞政策・路上駐車等</li> <li>・白タク行為取締り</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光案内所の設置</li> <li>・通訳・ガイドの配置</li> <li>・情報発信(発地向け)</li> <li>・受入側の情報共有</li> <li>・JAPANブランド活用</li> <li>・キャッシュレス化推進</li> <li>・広域周遊ツアー造成</li> <li>・観光客の分散化・平準化</li> <li>・マナー喚起・ルールづくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東洋のカリブ構想の実現</li> <li>・商店街(消費の場)</li> <li>・みなと周辺のまちづくり</li> <li>・歩いて楽しいまちづくり</li> </ul>
【他港の事例】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・船内で寄港地ツアーPR</li> <li>・OCVB 商談会参加</li> <li>・PR 動画制作</li> <li>・スーパーヨット誘致</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仮設テントの案内所</li> <li>・飲食ブース⇒管理上問題</li> <li>・ウェルカムドリンク提供</li> <li>・通訳は名桜大生や教育関係団体より</li> <li>・費用はOCVB補助金活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公式ツアーバス</li> <li>・ランドオペレーターが手配</li> <li>【FIT向け】</li> <li>・港⇄大浜 無料シャトル運行</li> <li>・タクシー会社へ情報開示</li> <li>・白タク行為も見られる</li> <li>【本部半島エリアの現状】</li> <li>貸切バス 49台※1</li> <li>タクシー 196台※2</li> <li>※1 北部観光バス所有貸切</li> <li>※2 弊社調べ7社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【公式ツアーの傾向】</li> <li>①テーマパーク系+量販店</li> <li>②景勝地+量販店</li> <li>※和船、欧米船客は体験</li> <li>【FIT客の傾向】</li> <li>①貸切タクシー</li> <li>②一般タクシー</li> <li>③徒歩で大浜のドラッグストア</li> <li>④シャトルバス</li> <li>※個人客の動向は未調査</li> <li>【クルー客】</li> <li>①港周辺で遊ぶ傾向あり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(計画中の拠点施設)</li> <li>・本部半島多機能拠点施設</li> <li>・国道449号拡幅</li> <li>・古宇利島観光拠点施設</li> <li>・伊江島ハイビスカス園</li> <li>・みなとまちづくり(宮古)</li> <li>・新港地区まちづくり(石垣)</li> <li>※二次交通不足</li> <li>⇒港周辺まちづくりへシフト</li> </ul>
【本部港課題】 (案)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・船社(GHK)と交流の場づくり</li> <li>・ランドオペレーターとの交流の場づくり</li> <li>・情報の集約と発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中部広域で手配(中城)</li> <li>・観光協会に委託(宮古)</li> <li>・民間業者に委託(石垣)</li> <li>※いずれも地域の芸能団体や園児、学生等を活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シャトルバス運行</li> <li>・路線バス活用方策</li> <li>・ホップオンバス</li> <li>・巡回バス⇒船社よりクレームあり</li> <li>・路線バスでの移動事例あり</li> <li>・電動スクーターが好評</li> <li>※二次交通不足</li> <li>⇒港周辺まちづくりへシフト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・着地型ツアー造成</li> <li>・広域周遊ツアー造成</li> <li>・船内でのツアーPR</li> <li>・ホテルレストラン活用(和洋中)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本部港周辺のまちづくり</li> <li>・大浜通り・渡久地港周辺のまちづくり</li> <li>・名護中心市街地のまちづくり</li> <li>・古宇利島周辺の賑わいづくり</li> </ul>
【関係団体】 (案)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受入協議会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受入協議会</li> <li>・県及びOCVBの支援</li> <li>・名桜大学、文化協会の活用</li> <li>・観光関連行政</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元バス会社</li> <li>・地元タクシー会社</li> <li>・レンタカー会社</li> <li>・道路・運輸関連行政</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光協会・商工会の広域連携</li> <li>・やんばる会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各行政</li> <li>・各商工会、通り会</li> </ul>