

観光クルーズ船 店舗ヒアリング調査結果 報告書

◆調査概要◆

- ・ 目的：クルーズ船の入港が地域に与える経済効果や、受入れにあたっての課題等を把握し、今後の施策立案に活用するため。
 - ・ 調査時期：2023年10月5日（木）～11月10日（金）
クルーズ船の入港に合わせて、計5回のヒアリングを実施
 - ・ 調査店舗：佐世保駅、五番街～佐世保四ヶ町、三ヶ町商店街の店舗等を任意に抽出、実訪のうえヒアリング
 - ・ 調査方法：対面でのヒアリング、及び調査票（FAX回答）
- ※アンケート結果の回答は原文のまま掲載しており、誤記等につきましては敢えて修正を加えておりません。



佐世保商工会議所

The Sasebo Chamber of Commerce and Industry

佐世保市のクルーズ船寄港に関する調査から浮かび上がった重要なポイントを以下に纏めました。

特徴

①来店客数と売上の増加

- ・クルーズ船の寄港により、中心商店街及び佐世保駅周辺店舗の来店客数と売上は概ね増加する傾向にあります。ただし、増加率については乗客数や中心商店街への無料シャトルバスの運行本数等に左右されます。

②商品人気のばらつき

- ・商品によって人気度にばらつきがあり、賞味期限に縛られる商品は需要が低い傾向にありました。

③乗客の国籍による違い

- ・欧米系の乗客には和雑貨など「日本（和）の商品」が人気です。食事も価格を気にせずに注文し、客単価が上がる傾向があります。日本人の乗客には「長崎・佐世保の商品」が人気で、カステラや地酒は地方発送も多いようです。

課題

受け入れ準備/情報共有の不足

- ・クルーズ船の入港情報については1～2ヶ月前に入手している店舗が半数以上です。特に乗客数の多いジャパネットクルーズについては、回を重ねるごとに事前の受け入れ準備をした店舗が増加しています。一方で、入港情報はもらっても、入港後の動き（入港後のツアー等）についての情報がないため、スタッフの配置や商品の品揃え等の対応が不十分と感じている店舗も多い状況です。

クルーズ船寄港における商店街の活性化には、適切な情報共有や商品展開の戦略的な見直しが求められます。

今後の受け入れ環境の整備と改善が、地元経済へのプラスの影響をもたらすものと思われれます。

調査詳細_MSCベリッシマ (10月5日入港)

- 船名 MSCベリッシマ
- 入港日時 2023年10月5日 (木) 9:30
- 出港日時 2023年10月5日 (木) 19:00
- トン数 171,598トン
- 乗客 2,160名 (日本人)
- 乗員 1,536名
- 船籍 マルタ
- 航路 横浜⇒函館⇒秋田⇒金沢⇒釜山⇒佐世保⇒和歌山
- ツアー情報 バス合計48台 (内37台が佐世保市内を走行)



(内佐世保市内)	展海峰	2	台	(AM	0	台	PM	2	台)
	弓張岳展望台	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)
	九十九島観光公園	26	台	(AM	16	台	PM	10	台)
	西海橋公園	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)
	パールリゾート	0	台	(AM	0	台	PM	0	台) ※ 内、遊覧船 0、水族館 0
	松浦公園アーケード	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)
	森きらら	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)
	ハウステンボス	9	台	(AM	5	台	PM	4	台)

- **来店および売上状況:**

来店数は**多いと感じた店舗が81%**で、売上も**多かったと回答した店舗が75%**。

変わらないと回答した店舗も25%存在しました。

クルーズ船寄港による効果が見受けられております。

- **準備の状況:**

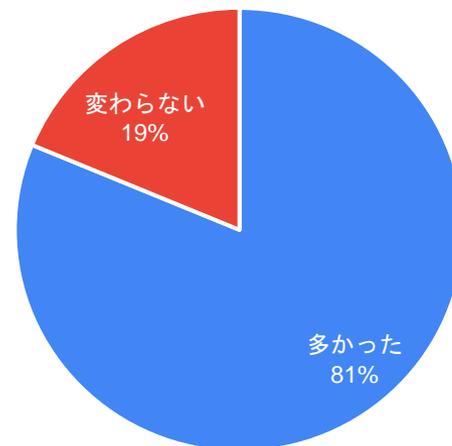
準備をした店舗は29%。具体的な対策として、通常通りの準備や商品増量、在庫の増加などが挙げられています。他方で**準備をしていないと回答した店舗は71%**を占めておりました。

- **人気商品:**

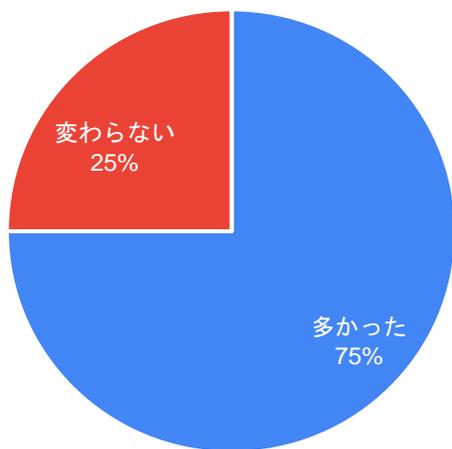
シュークリームやケーキ、ちゃんぽん、高額なお土産セット、香水・フレグランス、おたくさやかんころ餅などが人気です。特にシュークリームとケーキなどのデザートは**船内での試食イベントの影響で特に人気**でした。一方でカステラ等は日持ちが悪いとされ、代替となる他の商品（おたくさやかんころ餅など）が売れたという声もありました。

Q1. 来店数は普段と比較してどうでしたか？

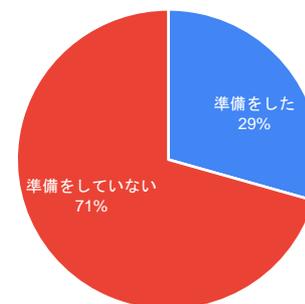
ヒアリング先の店舗数	
三ヶ町	4
四ヶ町	8
駅・五番街	5
合計	17



Q2. 売上は普段と比較してどうでしたか？



Q3. どのような準備をしましたか？



【準備したと回答した具体的内容】

いつも通り準備する予定/商品を多めに準備した。
 今後もこのようなことがあったら品揃えをよくする
 予定/在庫を増やした。

Q4.どのような商品が人気でしたか？

- ・ シュークリーム、ケーキなどのデザート（船？バス？の中でシュークリームの試食があったため、それ目当てのお客さんが多かった）
- ・ ちゃんぽん
- ・ クルーズ船のお客様用のお土産セットを3種類用意した分が人気だった。（いずれも5,000円以上になるような組み合わせ）
- ・ 香水などのフレグランス
- ・ カステラは日持ちが悪くお勧めできなかったため、おたくさやかんころ餅が売れた
- ・ カステラ
- ・ チーズクッキー
- ・ 購入者が観光客か市民かの区別ができないから、わからない
- ・ スペシャルバーガー
- ・ 佐世保バーガー（単品）
- ・ 目薬、シップ、化粧品（パックなど）、ヘアカラー剤
- ・ 日本酒を購入したかたが20名程度、器は5組程度しか購入していない
- ・ パフェ、フルーツサンドなど

調査詳細_MSCベリッシマ (10月14日入港)

- 船名 MSCベリッシマ
- 入港日時 2023年10月14日 (土) 9:30
- 出港日時 2023年10月14日 (土) 19:00
- トン数 171,598トン
- 乗客 4,000名 (日本人)
- 乗員 1,500名
- 船籍 マルタ
- 航路 横浜⇒函館⇒秋田⇒金沢⇒釜山⇒佐世保⇒和歌山
- ツアー情報 バス合計55台 (内42台が佐世保市内を走行)



(内佐世保市内)	展海峰	3	台	(AM	0	台	PM	3	台)				
	弓張岳展望台	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)				
	九十九島観光公園	33	台	(AM	8	台	PM	25	台)				
	西海橋公園	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)				
	パールシーリゾート	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)	※ 内、遊覧船	0	、水族館	0
	松浦公園アーケード	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)				
	森きらら	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)				
	パワーステップス	6	台	(AM	6	台	PM	0	台)				

• 来店および売上状況:

来店数は多かった店舗が64%、変わらないが27%、分からないが9%という回答結果となりました。売上が増えたと回答した店舗が64%、変わらないが27%と、いずれにしても**前回調査同様、クルーズ船によるプラスの影響はもたらされている**と考えられます。

• 準備の状況:

前は3割程度の店舗しか準備をしていたと回答しておりませんでした。今回は準備をした店舗が**64%**でした。具体的な準備内容として、在庫の増加や商品購入者への粗品プレゼント、購入者へのドリンクプレゼント、5000円以上購入で郵送料割引などを実施したという事例がありました。また、観光バスで上映されるPR動画も事前に取得し、歓迎ポップを張るなどのアクションもありました。

• 人気商品:

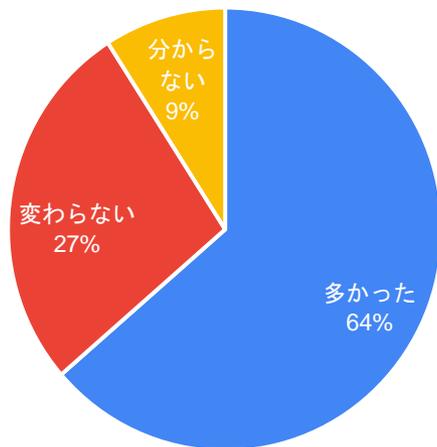
カステラや詰め合わせセット、ハンバーガー単品、角煮まんじゅう、レモンステーキ、化粧品、婦人服などが人気であったことがヒアリング内容からわかりました。

Q1. 来店数は普段と比較してどうでしたか？

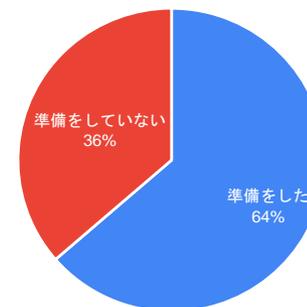
ヒアリング先の店舗数	
三ヶ町	4
四ヶ町	7
駅・五番街	0
合計	11



Q2. 売上は普段と比較してどうでしたか？



Q3. どのような準備をしましたか？



【準備したと回答した具体的内容】

在庫を増やした/商品購入された方に粗品プレゼント/商品を購入したお客様にドリンクプレゼント/郵送料について、5000円以上購入で安くなるという案内をしていく/観光客が乗るバス？で上映されるPR動画も事前にとっていた/歓迎ピップを張った/アルバイトの調整や在庫の確認

調査詳細_ノルウェー جان・ジュエル (10月25日入港)

- 船名 ノルウェー ジェル
- 入港日時 2023年10月25日 (水) 9:30
- 出港日時 2023年10月25日 (水) 19:00
- トン数 93,502トン
- 乗客 2,319名 (欧米系 (米・加・英・豪))
- 乗員 1,046名
- 船籍 バハマ
- 航路 油津 (宮崎) → 佐世保 → 名瀬 (鹿児島)
- ツアー情報 バス合計15台 (内5台が佐世保市内を走行)



(内佐世保市内)	展海峰	1	台	(AM	0	台	PM	1	台)
	弓張岳展望台	1	台	(AM	0	台	PM	1	台)
	九十九島観光公園	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)
	西海橋公園	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)
	パールリゾート	0	台	(AM	0	台	PM	0	台) ※ 内、遊覧船 0、水族館 0
	松浦公園アークード	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)
	森きらら	0	台	(AM	0	台	PM	0	台)
	ハウステンボス	3	台	(AM	3	台	PM	0	台)

• 来店および売上状況:

来店数は増加が82%、変わらないが18%。売上も増えたとする店舗が68%、変化なしの店舗が32%でした。

• 準備の状況:

6割の店舗がクルーズ船入港に向けた準備をしていました。具体的な内容としては、スタッフの配置や仕込み量の増加、翻訳アプリの導入、クルーズ船入港に合わせた商品のバリエーション拡充、歓迎ポップの飾りつけなどがありました。

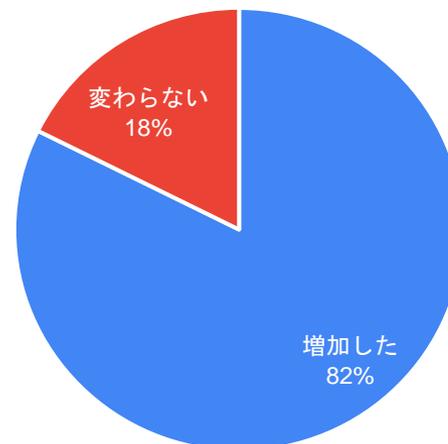
• 人気商品:

今回のクルーズ船は欧米系の乗客が多い特徴がありました。以前の日本人の乗客が主体であったケースと比較してみると、欧米系の乗客による購買傾向の違いが見受けられ、以下がその特徴です。

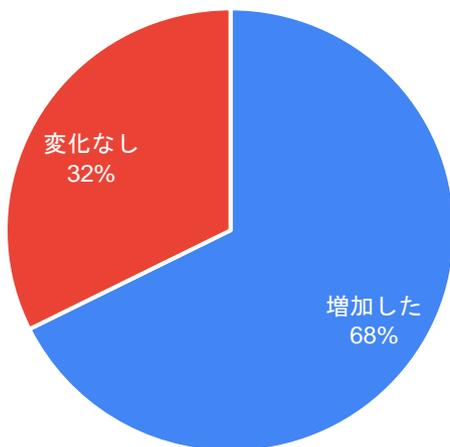
- 金額を気にせず一番人気のメニューや豪勢なメニューを注文する乗客が多かった。
- 欧米系乗客は様々な商品を一気に購入する傾向が見受けられる。また、長い船旅中に必要な商品を購入する傾向があり、特に頭痛薬などの健康製品の購買が目立った。
- 特にキャラクターグッズやJAPANロゴのアイテムが人気であった。

Q1. 来店数は普段と比較してどうでしたか？

ヒアリング先の店舗数	
三ヶ町	3
四ヶ町	11
駅・五番街	7
合計	21



Q2. 売上は普段と比較してどうでしたか？



Q3. どのような準備をしましたか？



【準備したと回答した具体的内容】

スタッフを常に置いておく/仕込む量を増やした/翻訳アプリを入れた/10月から定期的にクルーズ船が入るようになり、商店街にバラ売りのお菓子を置き、午前中～16:00頃まではお会計も外でできるようにしたところ、クルーズ船の入港の有無にかかわらず売上が伸びた/今はハロウィンのお菓子等を店頭に出している。/アウターを増やす/四ヶ町からもらった歓迎ポップを飾った

Q4.どのような商品が人気でしたか？

- ・単価の高いラーメンや、セットで注文する方が多かった
- ・特にこれが人気！
という特徴は見られなかった
- ・頭痛薬など長い船旅の中で、現在の体調に合わせて必要なものを購入されていた印象をうけた。
- ・カステラ
- ・キャリーケース、バッグなど
- ・様々な商品を一気に購入していくのでこれといったものはない
- ・角煮まんじゅう
- ・かきちゃんぽん
- ・パール、ネックレス
- ・キャラクターグッズ
- ・JAPANロゴのTシャツ、ソーラーでふりふりする舞妓ちゃんの人形など
- ・スマホ関連、飲み物やお菓子、インテリア
- ・アジア系の方（中国系）はピーラーなどの料理用品を多く買っていた

- ・箸やハロウィングッズ
- ・シューズ、小さめのバッグなど
- ・湯呑、Tシャツ、ハガキ
- ・ローズ系の商品
- ・ポケモンカードを目的に来る方がいた
- ・和風のお土産物（箸、マグネット）
- ・財布
- ・カステラ
- ・バラ売りのお菓子や、6～10個程度の小さめの箱詰め商品
- ・ゲームソフト
- ・スポーツ系商品
- ・クッキー
- ・ホットドック
- ・玄米茶のパック、抹茶のパック
- ・真珠のネックレス、イヤリング

豪勢なメニューを注文する乗客が多い傾向にありました。また、キャラクターものや和風の製品が欧米系の乗客にとって人気であることも伺えました。

Q5.自由記述（感想、要望など）

- ・商店街の人出は多くどんな商品があるのか見に来る方はちらほらいたが、売上にはあまりつながらなかった
- ・日持ちがしない商品が多く、詰め合わせではなく単品を購入する観光客が多い
- ・台湾の時はとても多かった。前回の欧米のクルーズ客はほぼ変化なし。中国のクルーズの時もキャリーケース等買っていかれる方はぼちぼちいる。
- ・台湾のときより少なかった印象。国籍によって動向は変わってくる。
- ・年齢、国籍によって購入するものが違う。今回の欧米だとポケモンが人気
- ・JAPANロゴのTシャツは一人で6枚とか、2人で10枚とか買っていく方もいる。今日は忙しくて疲れた。国籍もだが前後の寄港地によっても購入状況が変わる。次が長崎港に入る船だと伸びはぼちぼち、次が沖縄の時はまあまあ多かった。佐世保が最後の寄港地だったら、もっと購入点数も金額も増えるだろう。
- ・来店してもTAX FREEじゃないと知って帰って行かれるお客様も少なくなかった
- ・米海軍の方の来店が多い。
- ・商材は団子等。買われる外国人はなかなかいなかった印象。
- ・年配の方が多かったので、来店しても見るだけで帰る方がほとんどだった
- ・ターゲットを観光客向けにしていないが、意外と乗務員が購入することが多い
- ・台湾の時は爆売れだった。
- ・ランチ時間帯は普段より外国人のお客様が多かったと聞いているが、自分は夕方からシフトに入ったので詳しいことは分からない
- ・玄米茶が人気の理由がわからないが、よく売れたとのこと。
- ・前回の台湾からのクルーズ船の時は、1万円単位でスクラッチなどの購入者が多かったとのこと。
- ・今回はアメリカ人、オーストラリア人の来店が多かった。

調査詳細_セブンシーズ・エクスプローラー（11月7日入港）

- 船名 セブンシーズ・エクスプローラー
- 入港日時 2023年11月7日（火） 8：00
- 出港日時 2023年11月7日（火） 18：00
- トン数 55,254トン
- 乗客 736名（欧米人）
- 乗員 537名
- 船籍 マーシャル諸島
- 航路 釜山→佐世保→別府
- ツアー情報 バス合計24台（内12台が佐世保市内を走行）



※尚、同時期にオーストラリア海軍・カナダ海軍も入港しており、海軍の入港による影響も併せて調査を実施しました。

バス台数 及び ランド情報	合計	24	台	①(株)デスティネーションアジアジャバ	24	台	⑥		台
				②		台	⑦		台
				③		台	⑧		台
				④		台	⑨		台
				⑤		台	⑩		台
岸壁	入庫開始	7:00	以降	帰着予定	17:00				
行程	別紙のとおり								
(内佐世保市内)	展海峰	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)					
	弓張岳展望台	12	台	(AM 4 台 PM 8 台)					
	九十九島観光公園	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)					
	西海橋公園	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)					
	パールリゾート	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)	※ 内、遊覧船	0	、水族館	0	
	松浦公園アークド	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)					
	森きらら	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)					
	ハワイアンボス	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)					

- **来店および売上状況:**

来店数は普段比較で32%が増加、68%が変わらないと回答しており**他の調査日と対照的な結果となりました**。売上も26%が増加、74%が変化なしと回答しております。

- **準備の状況:**

調査対象の店舗では約9割の店舗が準備をしておらず、事前の対策が見受けられませんでした。今回の入港に至っては、事前の情報が入っておらず、準備がしづらいものでした。

- **人気商品:**

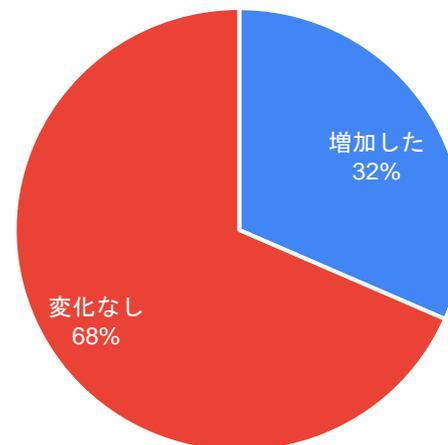
食事とワインの需要が高く、カステラや抹茶シェイカー、和風アイテム（扇子や箸等）も人気でした。国籍による嗜好差や日本らしいアイテムへの興味も見受けられました。

- **調査結果の特徴:**

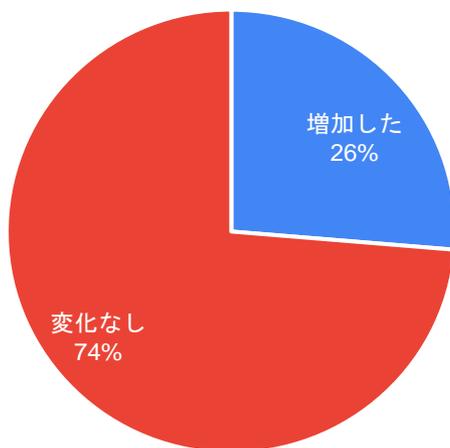
外国人来店者には和風商品が好評で、国籍によって異なる嗜好があることがわかります。日本の文化に触れられる商品が特に歓迎され、お土産として購入する傾向にあります。

Q1. 来店数は普段と比較してどうでしたか？

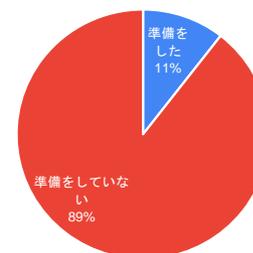
ヒアリング先の店舗数	
三ヶ町	3
四ヶ町	8
駅・五番街	8
合計	19



Q2. 売上は普段と比較してどうでしたか？



Q3. どのような準備をしましたか？



【具体的内容】

入港後の動き（どのようなツアーが組まれているか、中心部にも来るか）が遅くとも1週間前に分かれば、多めに在庫を用意しておくことができるが、現状は全く情報が入ってこない。/日本のお土産を常に店頭に並べているが、入港後の動きについて1週間ぐらい前に情報をもらえれば、仕入や陳列などさらに準備がしやすい。/シフトに入れる人数を増やした/外国人対応のメニューを準備

Q4.オーストラリア海軍・カナダ海軍の入港による影響はありましたか？

- 若い欧米人だったので、おそらく海軍の方と思われる方の来店があった。昨日はほうじ茶を5本買っていかれた。
- 本ヒアリング調査中も、若い欧米人が何人も来店していた。日本国内に何か所か寄港するクルーズ客よりも、日本で佐世保にしか寄港しない海軍の方が、購買意欲は旺盛かもしれない。
- 中国系よりは7日の欧米系の方が興味があるようだった。箸の文化が珍しいため。
- 海軍が入ると位置的にも来やすいので、来店・売り上げともに大きく伸びる。人気の商品は、Tシャツ派か、扇子・湯呑・酒器（おちょこ）などの小物派に分かれる。

Q5.自由記述（感想、要望など）

- 普段は日本人・台湾人のクルーズの時は来店が多く、欧米のクルーズの時は変化ないが、今回は多かった。
- "入港情報だけでなく、入港後の動きについても早めの情報提供があると嬉しい。
- 中国人は玄米茶、欧米人は抹茶を求めて来店する方が多い。
- マナーが悪かった。例えば、レジの順番を守れない、ごみを店に置いていく、レシート入れにガムを捨てていくなど。文化の違いにうっぴんがたまっている様子でした。
- 海軍の入港は知らなかった
- 中国人はまとめ買いが多かった
- 海軍の入港は知らなかった。中国人はお金を気にしない印象がある。
- 中国人はフレンドリーでたくさん買っていく印象
- 国籍によって特徴はあるが、人によるのであまり気にしていない
- 欧米人は単価の高い商品を単品で買っていく印象で、中国人はセール品をまとめ買いする印象
- 中国人の態度も悪いが、外国の船は毎回どの船でも乗組員の態度が悪い
- 観光客の印象は悪くない

調査詳細_MSCベリッシマ (11月10日入港)

- 船名 MSCベリッシマ
- 入港日時 2023年11月10日 (金) 9:00
- 出港日時 2023年11月10日 (金) 19:00
- トン数 85,619トン
- 乗客 主に日本人4,071名
- 乗員 1,570名
- 船籍 マルタ
- 航路 横浜→函館→秋田→金沢→釜山→佐世保→和歌山
- ツアー情報 バス合計61台 (内44台が佐世保市内を走行)



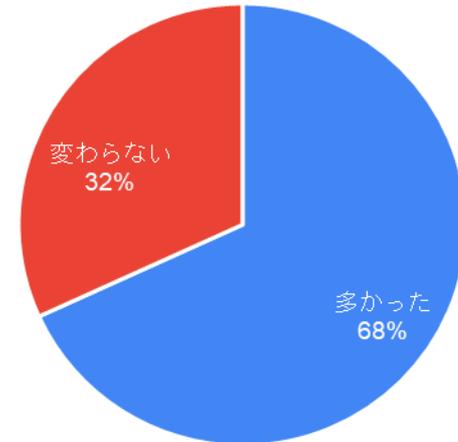
(内佐世保市内)	展海峰	4	台	(AM 0 台 PM 4 台)
	弓張岳展望台	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)
	九十九島観光公園	32	台	(AM 15 台 PM 17 台)
	西海橋公園	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)
	パールリゾート	0	台	(AM 0 台 PM 0 台) ※ 内、遊覧船 0 、水族館 0
	松浦公園アーケード	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)
	森きらら	0	台	(AM 0 台 PM 0 台)
	ハウステンボス	8	台	(AM 8 台 PM 0 台)

資料出所：(公財)佐世保観光コンベンション協会

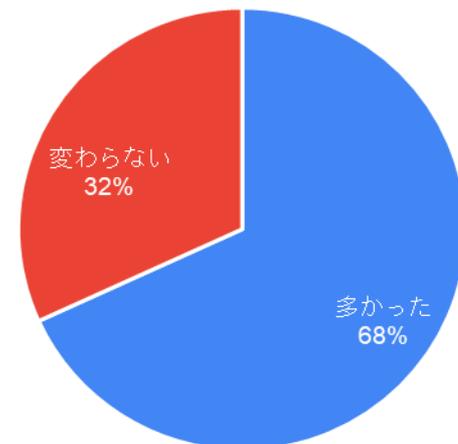
- クルーズ客の来店により、7割弱の店舗が来店数・売上ともに通常時より「多かった」と回答。
- 来店数・売上の増加幅は店舗により大きく異なります。
- 来店数は「通常の1.5倍前後」と回答した店舗が最も多かったのですが、中には「4倍」という回答もありました。
- 売上は「通常の1.5～2倍」と回答した店舗が多かったのですが、中には「6倍」という回答もありました。
- 来店数・売上を伸ばした店舗は「長崎・佐世保のもの」を取り扱っている店舗が多かったです。
例) カステラ、長崎ちゃんぽん、レモンステーキなど
これは、乗客のほとんどが日本人で、かつ寄港地も国内が多かったためと思われます。
さらに地方発送対応をしている店舗は売上が大きく伸びました。
- 一方で、中国や欧米の船が入港した際に人気の和雑貨、お茶、化粧品、家電等を取り扱う店舗は、今回あまり恩恵を受けておりません。
- 今回の寄港については、ほとんどの店舗が商店街組合等を通じて1～2ヶ月前に情報を入手していました。
- 一方で詳細情報（実際の乗客数、入港後のツアー等の情報）までは把握していない店舗が多数。
- 入港後のツアー情報等も事前に周知してもらうことで、来店が多い時間帯を予測し、商品の品揃えやシフト調整に活かすことができるという声が聞かれました。

Q1.来店数は普段と比較してどうでしたか？

ヒアリング先の店舗数	
三ヶ町	4
四ヶ町	12
駅・五番街	8
合計	24



Q2.売上は普段と比較してどうでしたか？



Q3.客単価はどうでしたか？

- ・ 600円～700円
消費期限の短い商品しか取り扱っていないため
その日のうちに食べられる個数だけ購入された。
（飲食店／四ヶ町）
- ・ 2,000円以上
お土産として、2～3箱以上購入された。
地方発送も多かった。（土産物店／四ヶ町）
- ・ 普段の半分程度
イカのお造りをお目当てに来店されたが、当日
イカの入荷がなく、定食を注文されたため、客
単価は普段よりも下がった。
（飲食店／四ヶ町）

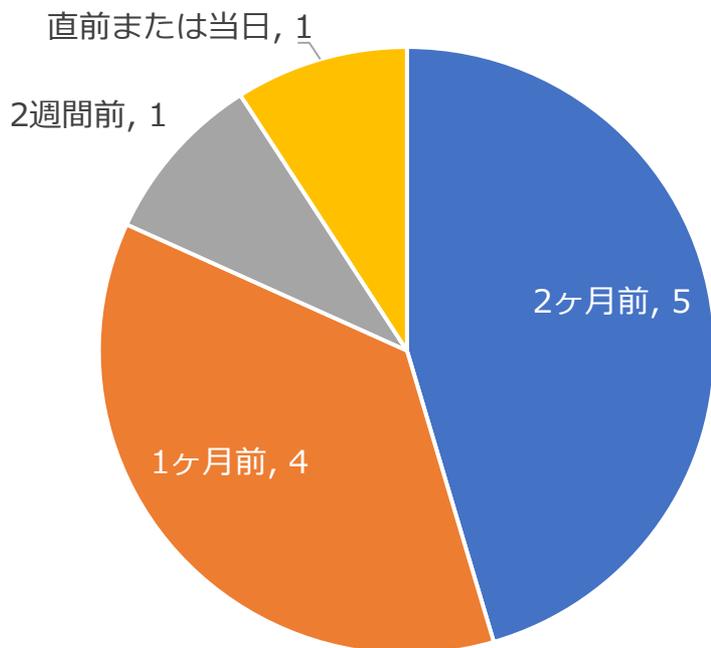
日持ちする土産物（カステラ・地酒等）を取り扱っている店舗では客単価が上がり、さらに地方発送対応している店舗は上昇幅が大きかったです。

Q4.どのような商品が人気でしたか？

- ・ カステラ
- ・ 九十九島せんぺい
- ・ はなかご
- ・ ひよこ饅頭
- ・ 長崎ちゃんぽん皿うどん
- ・ めんべい
- ・ ミモザフルール
- ・ 五島の塩を使った塩キャラメルナッツクッキー
- ・ イカのお造り（入荷できず定食を案内）
- ・ レモンステーキ
- ・ 女王シュークリーム
- ・ ビーフシチュー
- ・ 食べ歩き用のスイーツ（シュークリーム等）
- ・ 地酒（特に絞りたて生酒、磨き大島）
- ・ 豆皿等が当たる焼物のガチャ
- ・ 乾きもののおつまみ
- ・ ボディソープ、ギフト用品
- ・ レンジメイト
- ・ 洗濯フオーズ

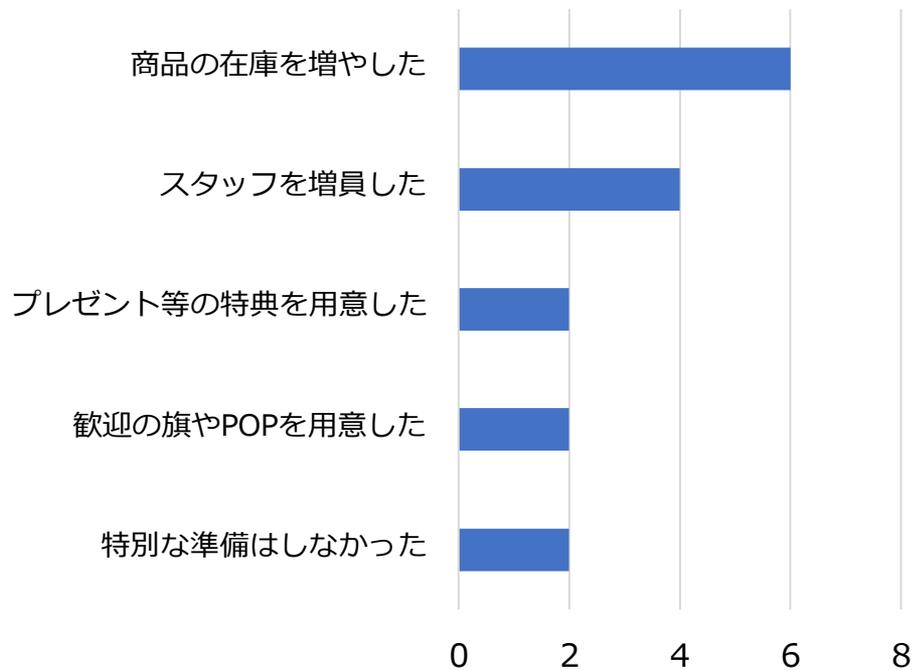
日本人の乗客が多く、寄港地もほぼ国内のため、「日本的な商品」ではなく「長崎・佐世保の商品」が人気でした。

Q5. 寄港情報はいつ頃知りましたか？



商店街（組合）や駅・五番街から1~2ヶ月前に情報を入手していた店舗が多かったです。

Q6. どのような準備をしましたか？



特典の具体的な内容は、「3,000円以上購入でお菓子プレゼント」「長崎国際大学制作のマップの買上特典としてお菓子をプレゼント」などです。

Q7.自由記述（感想、要望など）

- 今回は13時前～15時頃にかけて人通りが増えた。入港後のツアー情報などが事前に分かれば、来店が増える時間帯を予想し事前に準備ができる。乗客の多い船でもツアーで市外に行く方が多いと、街中の人出は増えない。逆に数百人のクルーズ船でも、ツアーが組まれておらず商店街を散策される方が多い時もある。乗客のうち何人がバスでツアーに行き、何人ぐらいがフリーで動かれるのかが事前に分かるとうるさい。（飲食店／四ヶ町）
- 昼～15時頃までひっきりなしにお客様が来店され忙しかった。（土産物店／四ヶ町）
- 今回は雨が降っており過去2回の寄港時よりも多く来館されていた。8月13日の寄港時ほどではなかったが、10～11月にかけての3回のジャパネットクルーズ寄港の中では一番売上が良かった。（土産物店／させば駅・五番街）
- 年配のご夫婦が多かった。（土産物店／佐世保駅）
- たくさん購入され、地方発送が多かった。（土産物店／四ヶ町、させば駅・五番街）
- 今回は不発。前の方がよかった。（茶舗／四ヶ町）
- 今回は特に影響はなかった。欧米人の乗客が多い時はそれなりに売上増加する。（文房具店／四ヶ町）
- 飲食店のお尋ねが多かった。観光案内所に行かず、接客中にも関わらずお構いなしに聞きに来る。クルーズ船乗り場周辺の飲食店を詳しく紹介するチラシを用意していただきたい。（土産物店／佐世保駅）
- 中国の方の購買量が多い気がする。（家電量販店／三ヶ町）

佐世保港では、2014年に三浦岸壁、2015年に国際ターミナルビルを併用開始して以降、国際クルーズ線の寄港が年々増加し、2018年には108回（全国8位）を記録しました。また、2018年7月には三浦岸壁の延伸工事が竣工し、16万トン級クルーズ客船の寄港が可能となっています。さらに、国際旅客拠点形成港湾の指定を受け、浦頭地区においても三浦地区と同じく16万トン級クルーズ客船に対応した岸壁等を整備し、コスタ・クルーズなどを参加に持つカーニバル・コーポレーションと連携しながら国際クルーズ拠点の形成を目指し、背後地域における国際観光の活性化を図ることとしています。



【浦頭地区】国際クルーズ拠点整備事業



【三浦地区】クルーズ客船の寄港状況

佐世保市は**2014年から国際旅客船を積極的に受け入れ**、2018年7月には大型クルーズ船の寄港が増加（2016年度77隻、2017年度89隻、2018年度100隻見込）しています。しかし、寄港乗客の多くは市外の免税店やオプションツアーでの買い物に参加し、乗組員も商店街への来訪が制限されています。この状況で、まちなかへの消費取り込みが喫緊の課題として浮上しています。地元の人口減少や郊外の大店立地、ネット通販の普及が域内消費を減少させる中で、**まちなかへの活気を呼び戻す施策**が求められます。

1.クルーズ船観光バス専用の乗降場整備:

商店街に隣接する公園をクルーズ船観光バス専用の乗降場として整備。外国人観光客誘致の一環。

2.受け入れ環境の整備課題の発見:

Wi-Fiや決済環境の不足が店舗側の受け入れ環境の問題と認識。個店ではなくエリア全体の整備が必要と判断。

3.環境整備のための勉強会開催:

大型商業施設含むまちなか全体での受け入れ環境整備のため、スマホ決済導入説明会やインバウンドセミナーを開催し、商業施設や商店街のスマホ決済導入やWi-Fi環境整備を促進。

4.外国人観光客歓迎のイベント実施:

クルーズ船入港日には多言語ポップの統一掲示や店頭ワゴン販売、無料シャトルバスの運行などを実施して歓迎の雰囲気を醸成。

5.エリア全体の一体感を構築:

個店単位ではなくエリア全体の受け入れ環境整備と歓迎の雰囲気作りに取り組み、外国人観光客の安心感を向上。結果として商店街への外国人観光客増加と購買店舗数の増加を達成。また、まちなかウォーキングスタンプラリーなどを通じた回遊性向上や滞在時間延長も効果的。

- コロナ禍前の外航クルーズ船寄港による経済効果は、訪日旅行消費だけでも年間約800億円。
- 外国船による日本周遊クルーズは、大都市圏のみならず地方部での経済効果も大きいです。

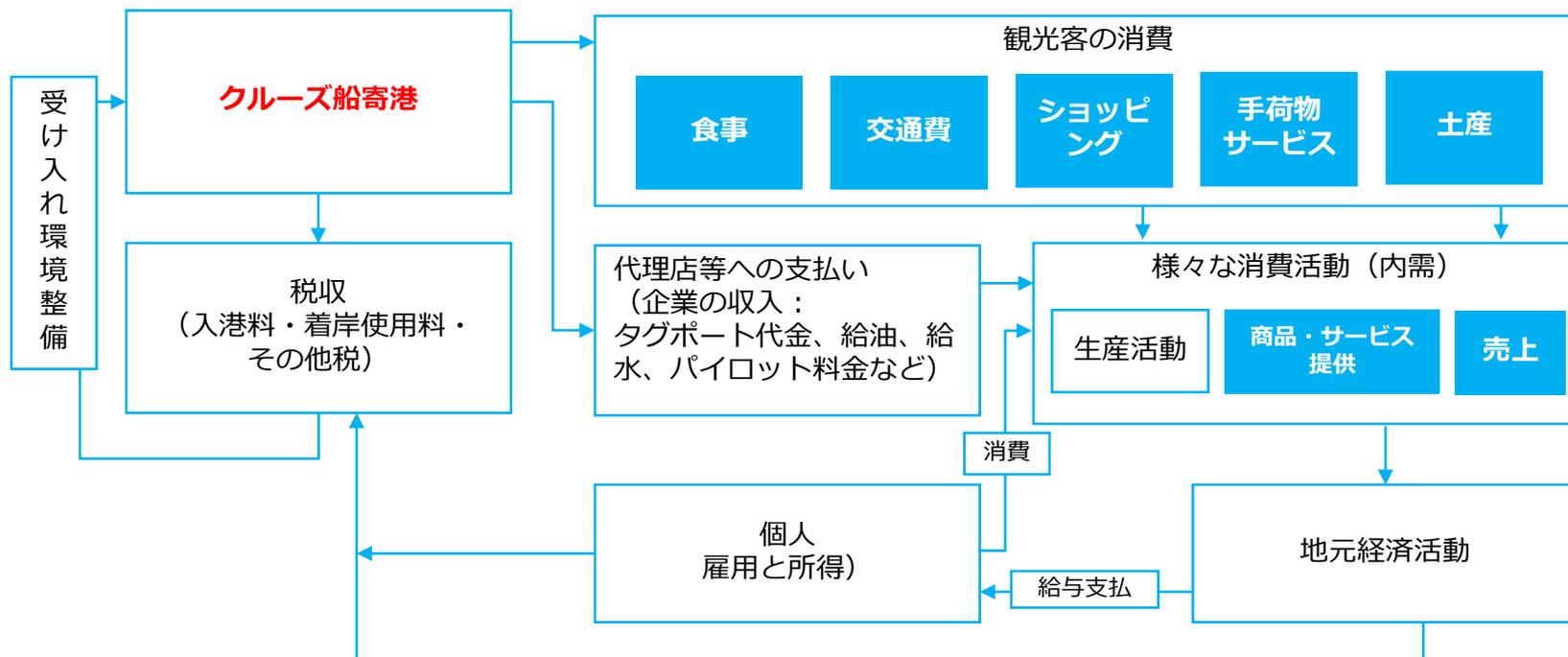
訪日クルーズ客の旅行消費額

クルーズ客の旅行中支出

クルーズ客の旅行中支出は1人当たり平均39,710円でした。費目別にみると、「買物代」が1人当たり平均37,899円、「飲食費」が同1,258円などとなっています。**クルーズ客の旅行消費額は805億円**と推計されます。費目別では、「買物代」が768億円、「飲食費」が25億円などとなっています。

出典：訪日外国人の消費動向2019年報告書（官公庁）

クルーズ船寄港による地域への経済効果



出典：国交省港湾局資料

企業を育て 地域を伸ばす！

 佐世保商工会議所
SASEBO CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY



佐世保商工会議所

The Sasebo Chamber of Commerce and Industry