業界概観03

レジャーマーケットの展望

東京支社
柳田　毅

0. はじめに
1. 余暇市場の動向と今後の展望
2. 遊園地・テーマパーク
3. パチンコ・パチスロ
4. クルーズ市場
5. 温浴施設の海外進出事例

0. はじめに

「レジャー白書 2013」（公益財団法人日本生産性本部）によると、2012 年の余暇産業の市場規模は約 64.7 兆円となっている。これは日本の国家予算（一般会計）の 7 割余り相当する巨大市場であるが、その規模は年々縮小傾向が続いている。一方、内閣府による調査では、今後の生活の力点として「レジャー・余暇生活」を挙げる回答が最も多く、レジャーに対する国民の関心は高い。本稿においては「レジャー白書 2013」を基に、同白書の過去からのデータ推移や関連諸資料等も検討しつつ、最近の余暇市場の動向及びレジャー産業の抱える課題と今後の展望について検討する。

次に、最近の動きとして、現在好調の「遊園地・テーマパーク」、依然として余暇市場において最大のシェアを有する「パチンコ・パチスロ」、潜在需要が大きく今後の伸びが期待される「クルーズ」市場についてレポートする。また、少子化及び人口減少が進む中、市場縮小圧力が強まると予測されるレジャー産業において、海外進出を試みる動きとして、温浴施設大手による中国への出店事例について紹介する。

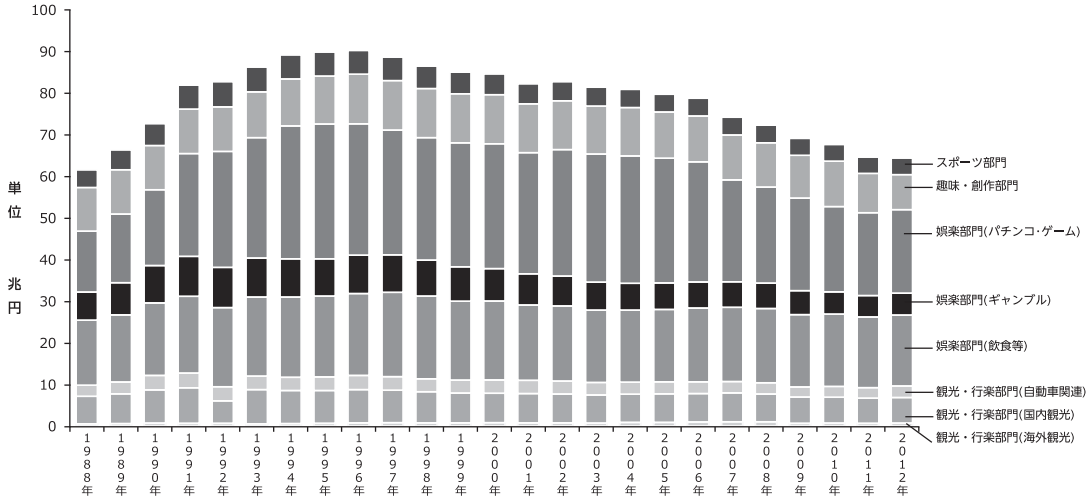
1．余暇市場の動向と今後の展望

（1）2012 年の余暇市場

2012 年の余暇市場の規模は 64 兆 7,272 億円（前年比△ 0.3%）で、東日本大震災及び原発事故等の影響で前年比△ 4.5％と大きく減少した 2011 年に比べ減少率は僅少に留まり、好調な「国内観光旅行」、「遊園地」の需要増等により、市場は概ね回復傾向にある。但し、2012 年の国民総所得は前年比 +1.1%、民間最終消費支出は +1.7%と増加しており、余暇市場の回復ペースは緩慢と言わざるを得ない。また、65 兆円を下回る現在の市場規模は 1980 年代末期（昭和末期）とほぼ同水準であり、これは 91 兆円近かった 1996 年のピーク時に比べると 3 割近い減少である。余暇市場は過去 15 年

以上に渡り縮小傾向で推移し、特に過去 5 年間は、2008 年 9 月のリーマンショック、2011 年 3 月の東日本大震災等が市場縮小に拍車をかけた。なお、2012 年は前年の大幅減の反動でプラスになった分野も多く見られるが、震災前の水準に届いていない分野が大半であり、余暇市場の縮小傾向には震災以外の要因が大きく作用していることが推測される。

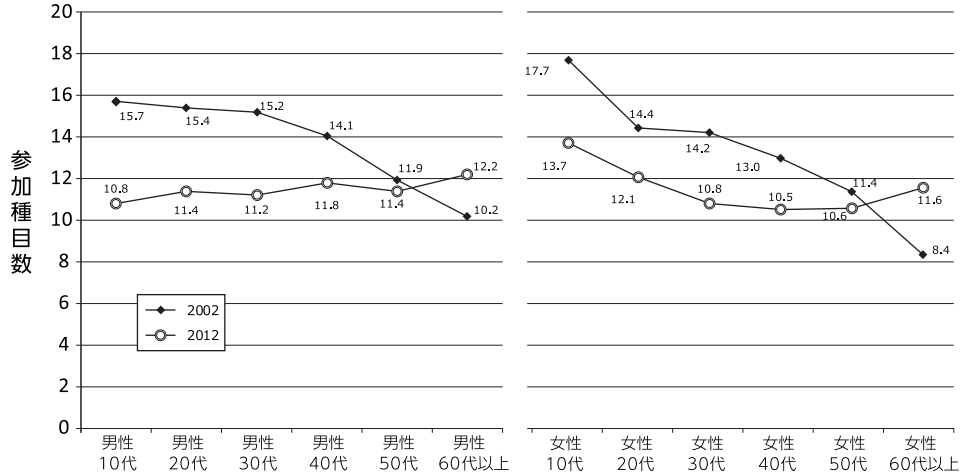
【図表1-1】余暇市場の推移



（2）余暇市場で存在感を増す高齢者

年代別の参加種目数【図表 1-2】は、男性・女性とも、2002 年時点では年齢が上がるにつれ参加種目数が減少する右肩下がりのグラフであった。2012 年時点では、男性の場合、参加種目数が最も多いのは 60 代以上、最も少ないのは 10 代と逆転し、10 年前とは逆の概ね右肩上がりのグラフに変容している。女性の場合は、2012 年時点で、依然として 10 代の参加種目数が最も多いものの、60 代は最下位から第 3 位に上昇し、余暇市場における 60 代女性の存在感が大幅に増している。また、この 10 年間で男性・女性とも 60 代以外の全年齢層で参加種目数が減少しているのに対し、60 代については、男性が 10.2 種目→ 12.2 種目、女性が 8.4 種目→ 11.6 種目と増加を示しており、この点も他の年齢層と大きく異なる動きとして特筆に値すると言えよう。

【図表1-2】性・年代別の参加種目数の推移



（3）レジャー市場における今後の展望

① 潜在需要が大きい種目

レジャー白書では、参加率の調査を「現在の参加率」と「将来の参加希望率」に分けて行い、その差を余暇活動における潜在需要ととらえ、今後の伸びが期待される余暇活動を分析している。【図表 1-3】は、この様な潜在需要を男女別、年代別にまとめたものである。

これによると、第 1 位は「海外旅行」、第 2 位は「国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）」というのが、男女・各年代に共通するパターンであり、この傾向は 2012 年も変化ないが、注目すべきは、第 3 位の「クルージング（客船による）」、第 4 位の「温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等）」といった新たに回答項目として加えた種目が上位に入ったことである。さらに、上記種目に「登山」、「バーベキュー」等を加えると観光・行楽関係が上位 10 種目中 8 種目を占めることになる。

【図表 1-3】余暇活動の潜在需要（参加希望率―参加率）上位 10 種目― 男性 ―

性・年代		回答数	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
全体		3,334	海外旅行 33.7	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 19.6	クルージング（客船による） 16.0	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 14.3	ピクニック、ハイキング、野外散歩 12.9	バーベキュー 11.9	催し物、博覧会 10.7	エステティック、ホームエステ 9.8	登山 9.8	観劇（テレビは除く） 9.6
男性	男性計	1,637	海外旅行 31.0	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 17.0	クルージング（客船による） 13.4	バーベキュー 12.7	ピクニック、ハイキング、野外散歩 11.8	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 11.6	オートキャンプ 10.6	登山 9.8	農園（市民農園など） 9.1	催し物、博覧会 8.1
男性	10代	100	海外旅行 28.0	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 28.0	ドライブ 19.0	バーベキュー 17.0	スキー 16.0	遊園地 15.0	クルージング（客船による） 13.0	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 12.0	催し物、博覧会 12.0	宝くじ 12.0
男性	20代	215	海外旅行 31.1	ピクニック、ハイキング、野外散歩 18.6	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 17.2	登山 16.3	クルージング（客船による） 15.8	海水浴 15.8	バーベキュー 14.9	遊園地 13.9	スノーボード 13.0	ファッション（楽しみとしての） 12.6
男性	30代	285	海外旅行 31.6	バーベキュー 17.2	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 15.1	海水浴 15.1	ピクニック、ハイキング、野外散歩 14.8	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 14.8	遊園地 14.7	オートキャンプ 14.7	登山 13.0	クルージング（客船による） 12.6 / 農園（市民農園など） 12.6
男性	40代	299	海外旅行 35.8	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 22.1	バーベキュー 20.1	オートキャンプ 15.7	登山 15.4	音楽会、コンサートなど 15.1	クルージング（客船による） 15.1	スポーツ観戦（テレビは除く） 13.7	動物園、植物園、水族館、博物館 13.0	ピクニック、ハイキング、野外散歩 12.4
男性	50代	257	海外旅行 34.3	ピクニック、ハイキング、野外散歩 17.1	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 16.0	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 12.8	オートキャンプ 11.7	バーベキュー 11.3	クルージング（客船による） 10.5	動物園、植物園、水族館、博物館 10.1	催し物、博覧会 9.7	観劇（テレビは除く） 9.7
男性	60代	312	海外旅行 29.9	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 18.2	クルージング（客船による） 14.8	釣り 11.8	絵を描く、彫刻する 10.0	陶芸 9.3	ピクニック、ハイキング、野外散歩 8.0	バーベキュー 8.0	演芸鑑賞（テレビは除く） 7.7	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 7.0
男性	70代	169	海外旅行 20.1	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 11.3	クルージング（客船による） 10.7	釣り 8.3	絵を描く、彫刻する 8.3	農園（市民農園など） 8.3	温浴施設（健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 7.7	模型づくり 7.1	水泳（プールでの） 6.0	陶芸 5.9

【図表 1-3】余暇活動の潜在需要（参加希望率―参加率）上位 10 種目― 女性 ―

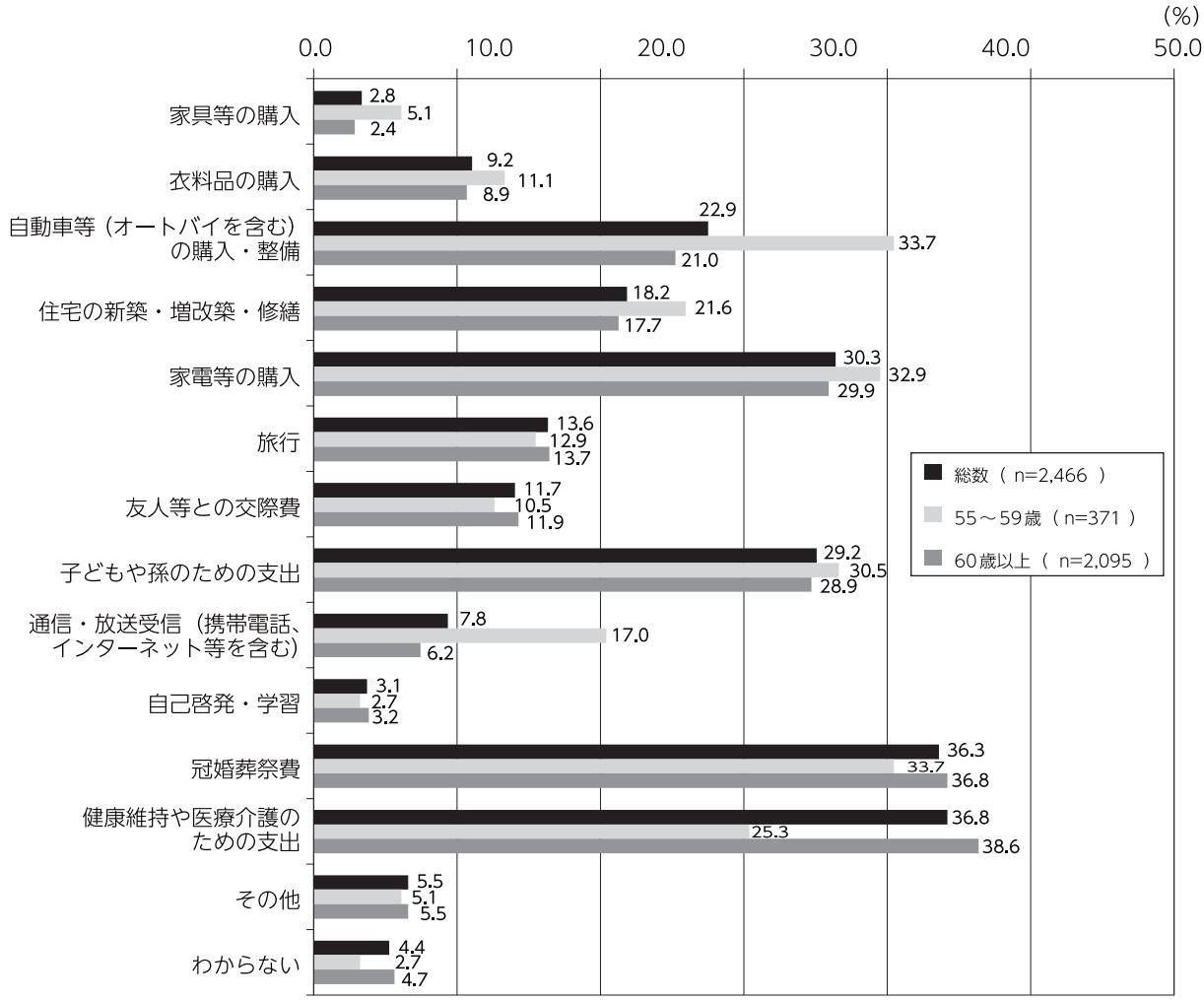
性・年代		回答数	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8 位	9 位	10位
全体		3,334	海外旅行 33.7	国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など） 19.6	クルージング（客船による） 16.0	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 14.3	ピクニック、ハイキング、野外散歩 12.9	バーベキュー 11.9	催し物、博覧会 10.7	エステティック、ホームエステ 9.8	登山 9.8	観劇（テレビは除く） 9.6
女性	女性計	1,697	海外旅行 36.4	国内観光旅行（避暑,避寒,温泉など） 22.0	クルージング（客船による） 18.6	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 16.8	エステティック、ホームエステ 16.2	ピクニック、ハイキング、野外散歩 13.9	催し物、博覧会 13.1	観劇（テレビは除く） 12.6	バーベキュー 11.2	遊園地 11.1
女性	10代	102	海外旅行 38.2	国内観光旅行（避暑,避寒,温泉など） 33.3	遊園地 30.4	エステティック、ホームエステ 30.4	クルージング（客船による） 24.5	バーベキュー 24.5	動物園、植物園水族館、博物館 22.6	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 20.6	海水浴 19.7	ドライブ 18.6
女性	20代	215	海外旅行 39.1	国内観光旅行（避暑,避寒,温泉など） 28.8	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 27.9	遊園地 25.6	ピクニック、ハイキング、野外散歩 25.6	クルージング（客船による） 25.1	エステティック、ホームエステ 24.7	バーベキュー 24.2	海水浴 24.2	催し物、博覧会 20.0
女性	30代	281	海外旅行 46.3	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 27.0	国内観光旅行（避暑,避寒,温泉など） 25.3	バーベキュー 24.9	遊園地 23.8	エステティック、ホームエステ 23.2	ピクニック、ハイキング、野外散歩 20.0	クルージング（客船による） 19.9	動物園、植物園水族館、博物館 19.2	登山 19.2 / オートキャンプ 19.2
女性	40代	289	海外旅行 40.8	国内観光旅行（避暑,避寒,温泉など） 20.1	エステティックホームエステ 18.7	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 17.3	観劇（テレビは除く） 17.3	クルージング（客船による） 17.0	動物園、植物園水族館、博物館 17.0	遊園地 16.3	ピクニック、ハイキング、野外散歩 16.3	登山 14.5 / 催し物、博覧会 14.5
女性	50代	264	海外旅行 39.7	国内観光旅行（避暑,避寒,温泉など） 23.5	温浴施設(健康ランド、クアハウス、スーパー銭湯等） 17.1	エステティック、ホームエステ 17.0	クルージング（客船による） 16.3	ピクニック、ハイキング、野外散歩 14.4	書道 13.6	催し物、博覧会 13.2	観劇（テレビは除く） 11.7	陶芸 11.0
女性	60代	336	海外旅行 29.2	クルージング（客船による） 16.3	国内観光旅行（避暑,避寒,温泉など） 14.3	水泳（プールでの） 12.2	催し物、博覧会 10.2	絵を描く、彫刻する 9.3	観劇（テレビは除く） 8.1	エステティック、ホームエステ 7.8	陶芸 7.7	書道 7.5
女性	70代	210	海外旅行 20.5	国内観光旅行（避暑,避寒,温泉など） 18.6	クルージング（客船による） 15.7	演芸鑑賞（テレビは除く） 8.1	書道 8.1	観劇（テレビは除く） 7.6	絵を描く、彫刻する 5.7	ウォーキング 5.2	農園（市民農園など） 4.8	ピクニック、ハイキング、野外散歩 4.7

② 高齢化社会と余暇市場活性化対策

日本が高齢化社会を迎えることは、日本人の余暇時間を増やしレジャー市場のプラス要因となり得る。内閣府による「平成 23 年度高齢者の経済生活に関する意識調査結果」では、高齢者世帯が今後、優先的にお金を使いたいと考えているものとして、「旅行」が第 2 位と高く、かつ前回調査（平成 18 年）に比べ大きな伸びをみせている。他方、【図表 1-4】のとおり高齢者世帯においては健康維持・医療介護費や冠婚葬祭費が家計の大きな負担となっており、旅行等のレジャー支出に十分なお金をまわせないでいる現状もある。

余暇活動を活性化するためには、さまざまな利用者の特性やニーズに合致するような、健康状態や年齢によらず楽しめるルールとメニューなど、複合的な対策が必要であるが、これらに加えて、高齢者世帯におけるレジャー支出の抑制要因となっている健康維持・医療介護費用や冠婚葬祭費を減らし、レジャー支出を増やす様に仕向ける工夫が必要と考えられる。このことは、例えば、医療と連携したフィットネスクラブの運営や利用者の料金負担が小さい冠婚葬祭事業など、新たなレジャー、サービス事業の発展にも繋がるものと言えよう。

【図表 1-5】過去 1 年で大きな割合を占める支出



内閣府「平成 23 年度高齢者の経済生活に関する意識調査結果」

③ 海外進出の動き

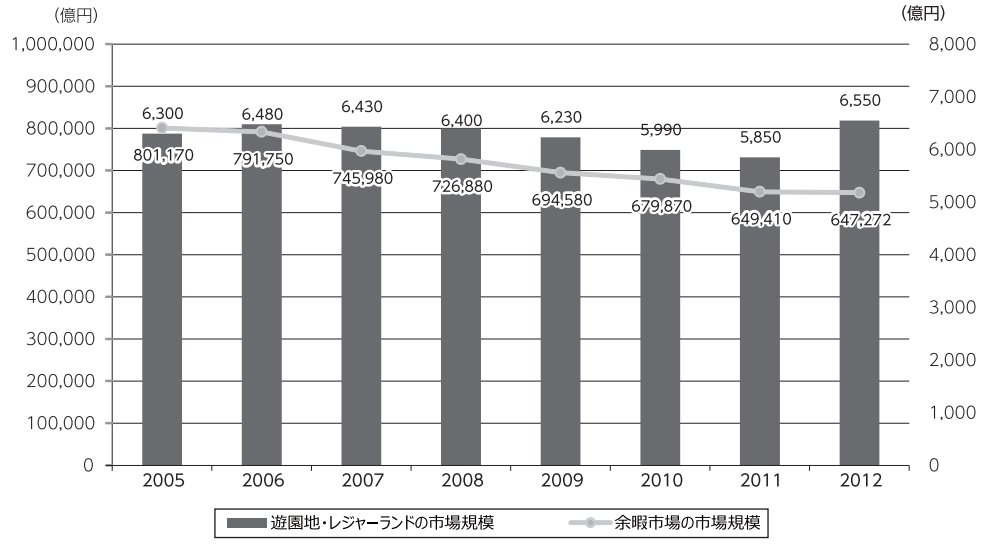
日本では今後も少子化及び人口減少の進行が予想され、国内の余暇市場には縮小圧力が強まることが予想される。このため、レジャー産業大手の中には、今後の市場拡大が期待出来るアジアを中心に海外での事業展開を図る動きが見られる。例えば、カラオケ大手の (株) コシダカホールディングスは、2011 年に韓国に進出、現地で「カラオケ本舗まねきねこ」3 店舗を運営するが、多店舗展開に目途が立ったとして、2013 年 11 月にはシンガポールに海外事業統括拠点を設立、東南アジアや欧米での事業展開を目指している。また、パチンコホール大手ダイナムの親会社（株）ダイナムジャパンホールディングスは 2012 年 8 月、香港証券取引所に上場すると、マカオのカジノ関連企業への出資やモンゴルの商業施設を含む複合ビル開発プロジェクトへ投資を行う等、アジアにおけるビジネス展開を始めている。さらに、温浴施設大手の（株）極楽湯は、2013 年 2 月、中国上海市において、100％子会社である現地法人の運営による温浴施設をオープンし、海外進出を果たしている。今後は北京や大連など中国の大都市圏や台湾、韓国などでの出店も目指す。なお、極楽湯の上海店については後記 5 . 温浴施設の海外進出事例においてその概要を紹介する。

2．遊園地・テーマパーク

（1）2012 年は市場規模拡大

「レジャー白書 2013」によると、2012 年における「遊園地・レジャーランド」の市場規模は、6,550 億円（前年比 +12.0%）となっており、2007 年から 2011 年まで 5 年連続していた縮小傾向に歯止がかかっている。なお、拡大に転じた「遊園地・レジャーランド」の 2012 年における市場規模は、東日本大震災前の 2010 年と比較しても約 9.3%の増加となっており、これはおおよそ 10 年前の市場規模まで回復している。

【図表 2-1】遊園地・テーマパークの市場規模の推移



（公財）日本生産性本部「レジャー白書2013」

（2）大手が好調な市場を牽引

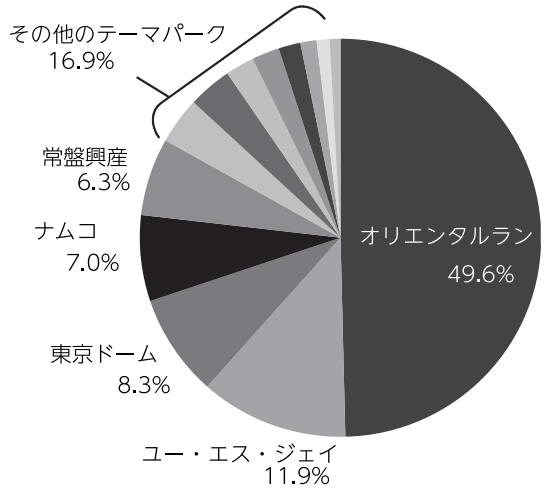
この様な市場規模の拡大は、テーマパーク大手が震災後に軒並み業績を伸ばしていることが主な要因である。東京ディズニーリゾートを運営する（株）オリエンタルランドは、テーマパーク事業の売上高が 3,298 億円（前年比 +10.7%）、来園者数は過去最多となる 2,750 万人記録し首位を独走している。業界第 2 位のユニバーサル・スタジオ・ジャパンを運営する（株）ユー・エス・ジェイも売上高 821 億円（前年同期比 +26.7%）と大幅な伸びを示し、来園者数は 975 万人と開業初年度に次ぐ水準を記録している。第 3 位の（株）東京ドームは、震災の反動に加え、主力事業である東京ドームシティ事業の好調により大幅に売上を伸ばした。また、経営再建中のハウステンボスも、イベントや新たな施設の導入等により来園者数を大幅に改善させている。さらに、福島の「スパリゾートハワイアンズ」を運営する常磐興産 (株) は前年比 167.2%の売上を記録し増収率第 1 位となっている。好調の要因は、震災後の新アトラクション導入やイベントの実施、施設のリニューアル等、積極的な追加投資による集客力向上によるところが大きい。一方、追加投資を行うことが難しい資本力の劣る中小テーマパークは、その多くが依然業績不振から抜け出せていない。2012 年の売上高上位 20 社のうち増収企業は 14 社、20 社の売上合計は前年比＋ 10.9%となっており、2012 年の市場拡大は大手企業の好調が牽引したものと言えよう。

（3）寡占化の進行

東京ディズニーリゾートの様なテーマパーク事業は、巨額の資本投下を要する大規模装置産業であるため、売上に占める固定費の比率が高いが、損益分岐点を超えると一気に利益が拡大する特性を有する。また、顧客を飽きさせないために、常に新しいアトラクションの追加やイベントの開催が欠かせないため、初期投資だけでなく定期的に追加投資を行うことが不可欠である。（株）オリエンタルランドの投資額は毎年数百億円規模にのぼるが、この様な巨額の追加投資を可能とする前提は損益分岐点を大きく上回る売上高の維持にある。但し、そのハードルは高く、現在好調の業界第2位の（株）ユー・エス・ジェイでさえ、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの開業以来、巨額の借入金利と減価償却費負担が重くのしかかり赤字体質に苦しんできた。また、1992年に開園し現在経営再建中のハウステンボスも、1996年に入場者数380万人を記録したものの2001年には292万人まで減少、開業時の負債2,289億円の負担に耐えきれず破綻、2003年に会社更生法の適用を申請している。

この様なテーマパーク事業の特性から、大半の企業は重い初期投資負担に耐えられず、黒字化が定着する前に経営に行き詰まるケースが多い。テーマパーク事業を成功させ、これを維持するには、巨額の初期投資とその後の競争力維持に不可欠な追加投資を可能とする堅固な財務基盤及び豊富な商圏人口を保持することが不可欠となる。この様な条件を満たすテーマパークは全体のごく一部に限られるため、業界は寡占化が進行しやすい構造を内包しているといえる。少子高齢化を背景に、今後インバウンドも含む広域からの集客が重要性を増すことからも、テーマパーク市場では資本力に優る大手による寡占化傾向が一層進むものと思われる。

【図表2-1】遊園地・テーマパークの市場のシェア



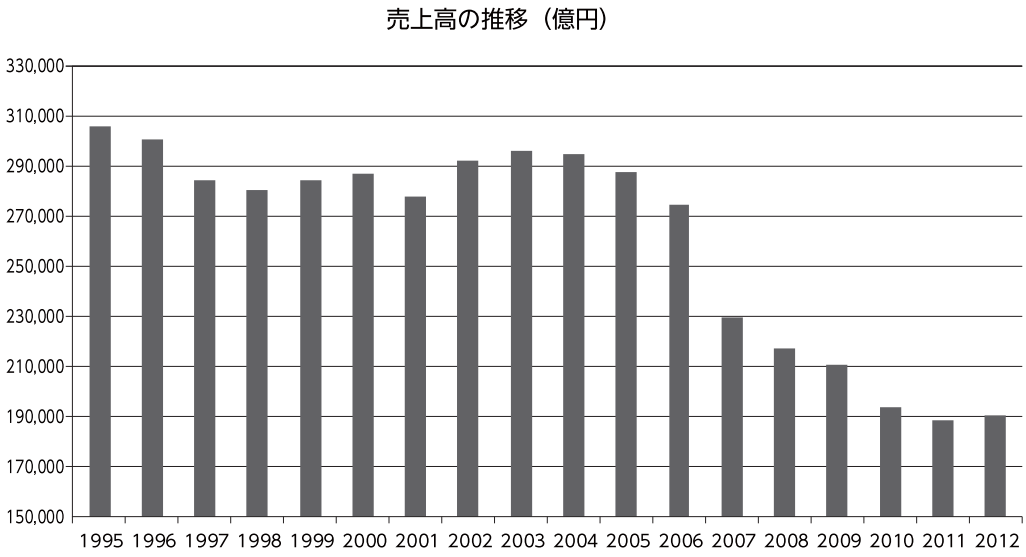
総合ユニコム「レジャー産業資料」・
日経MJ「サービス業総合調査」をもとに弊社作成

3．パチンコ・パチスロ

（1）市場規模

「レジャー白書2013」によると、2012年における「パチンコ・パチスロ」の市場規模は19兆660億円となっており、前年の18兆8,960億円から0.9％と僅かながら増加に転じている。但し、震災前年（2010年）の水準には達していない。過去10年間の推移を見ると、市場規模は2003年の29兆6,340億円をピークに2011年まで8年に渡り減少を続け、2012年の市場規模は2003年当時の2／3足らずに縮小している。なお、2012年に市場規模が約1％の増加に転じたのに対し、後述（2）のとおり参加人口については約12％も減少しているため、以前から指摘されてきたパチンコ・パチスロ参加者のヘビーユーザー化がさらに進行しているものと考えられる。

【図表 3-1】市場規模の推移



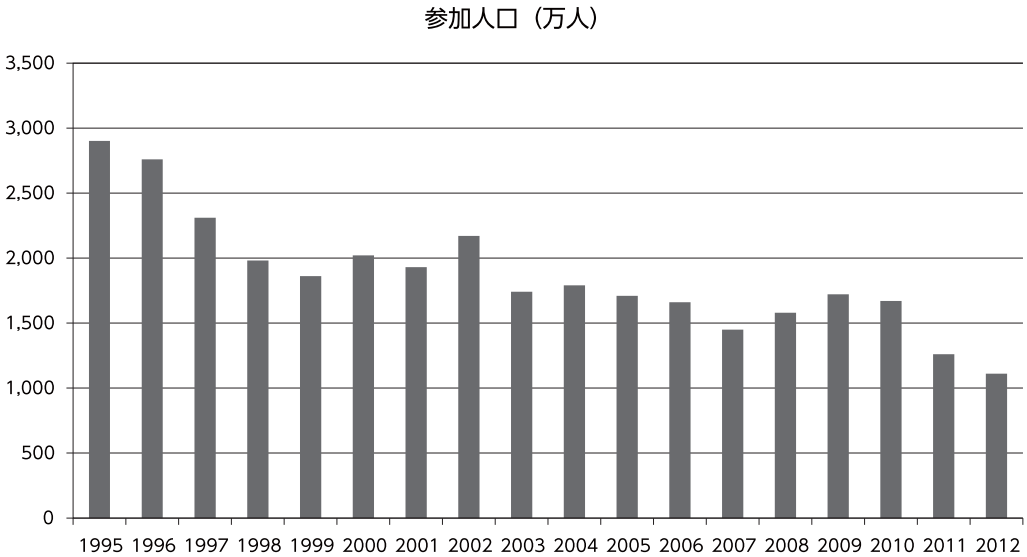
（公財）日本生産性本部「レジャー白書2013」

（2）参加人口

「レジャー白書 2013」によると、2012 年における「パチンコ・パチスロ」の参加人口は、1,110 万人（前年比△ 11.9%）となり、前年の 1,260 万人から 150 万人の減少となった。参加人口の 1 ／ 4 近い 410 万人もの極めて大きな減少を記録し業界に衝撃を与えた 2011 年に比べれば減少幅は縮小したものの、2010 年から 3 年連続の減少となった。

近年の参加人口は、2007 年のいわゆる「パチスロ 5 号機問題」（射幸性の高いパチスロ機の規制強化による参加人口の減少）を底とし、2009 年までは回復傾向で推移したが、その後は再び減少に転じている。2012 年は、前年の震災による落ち込みから立ち直り参加人口の回復が期待されていたものの、参加人口の減少には歯止めがかかっていない。

【図表 3-2】参加人口の推移



（3）厳しさを増す市場環境

1953 年に第 1 次黄金期を迎えた業界は、翌 1954 年に連発式パチンコ機の禁止令により大きな打撃を被り、店舗数は半減した。その後、1960 年に当時としては画期的な役物「チューリップ」が登場すると第 2 次黄金期が到来する。1980 年に登場した「フィーバー機」は爆発的ブームを起こし、業界は第 3 次黄金期に突入、1995 年の市場規模は 31 兆円に迫り、この年が市場規模のピークとなった。しかし 1996 年頃から変造カードやパチンコ依存症等が社会問題化し、以降パチンコ市場は減少トレンドに転じた。1999 年に到来したパチスロブームは、射幸性の上昇とヘビーユーザーに依存する現在のパチンコ業界の体質を作る下地となった。2007 年の「パチスロ 5 号機問題」を生じた規制強化は市場の縮小に拍車をかけることとなり、その後、遊戯性を高めた機種の導入等、ライトユーザー取り込みを図る動きにより一時参加人口の回復も見られたが、現在は再び減少トレンドで推移している。

この様な厳しい市場環境のもと、ホール数は年々減少傾向が進んでおり、平成 25 年の警察庁公表資料によると、平成 24 年末は 12,149 店と平成 7 年（18,244 店）のピークの 2 ／ 3 に減少している。一方、1 ホール当たりの設置台数は増加傾向にあり、地方を中心に中小規模ホールの減少と大手ホールによる店舗の大型化傾向が進んでいる。

業界を取り巻く規制は年々強化される傾向にあり、これまで不況に強いと言われてきたパチンコ業界に対する逆風となっている。例えば、前述した射幸性の高い機種に対する規制のほか、改正貸金業法、地方自治体の条例による新規出店規制等はパチンコ市場回復の足かせとなっている。さらに、2014 年 4 月とその翌年 10 月に予定されている消費税の増税は、ホール経営を一層圧迫する要因となりかねない。即ち、現在の過当競争下では、貸し玉料金値上げによる客離れを恐れ増税分をホール側が負担する懸念もあり（現状貸し玉料金は内税となっている）、経営環境は更に厳しさを増すことが予想される。

4．クルーズ市場

（1）日本のクルーズ人口

平成 25 年 4 月、国土交通省が公表した「我が国のクルーズ等の動向について」（クルーズ船社や旅客船事業者、船舶代理店、旅行会社、全国の港湾管理者等へのアンケート調査）によると、2012 年（1 月～ 12 月）における我が国のクルーズ人口（邦人のクルーズ旅行利用者数）は、外航クルーズ利用者 12 万人、国内クルーズ利用者 9.6 万人、合計 21.7 万人となっている。これは前年に比べると約 3 万人の増加、増加率は前年比＋ 16.2％である（図表 4-1 参照）。

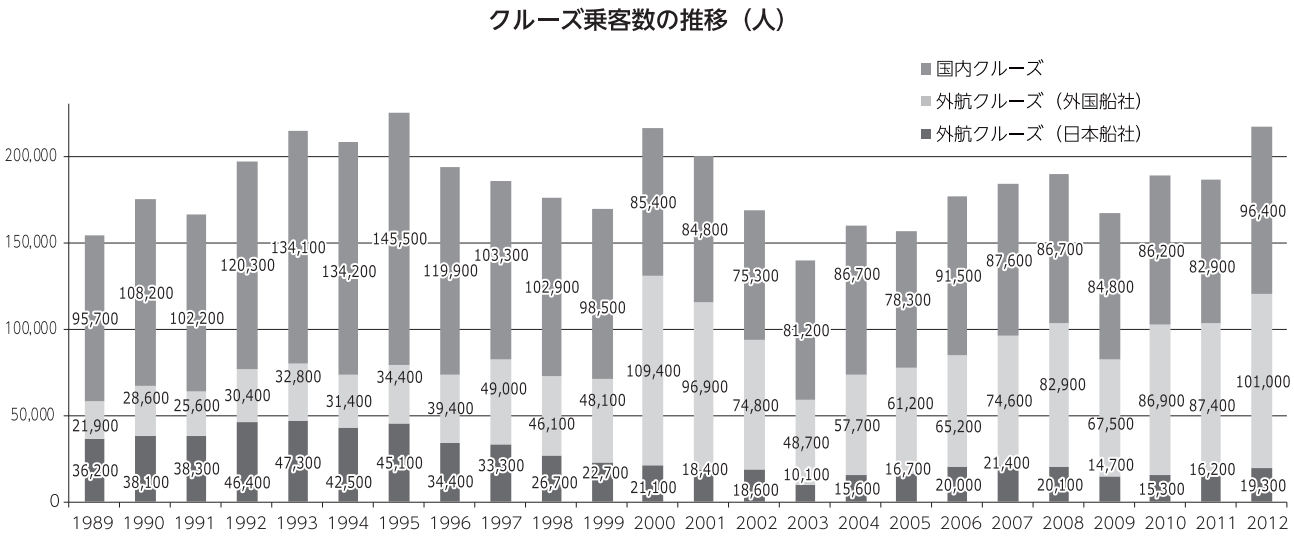
その内訳をみると、外航クルーズが、日本船社運航の利用者 1.9 万人（前年比＋ 19.1％）、外国船社運航の利用者は 10.1 万人 (前年比＋ 15.6％) で、計 12 万人（前年比＋ 16.1％）、国内クルーズは、日本船社外航クルーズ船の利用者 9.4 万人、内航フェリー利用者 3 千人、計 9.7 万人 (前年比＋ 16.3％) で外航・内航クルーズとも増加となっている。

これは前年の東日本大震災の反動も考慮すべきとはいえ（2011 年は 18.7 万人で前年比△ 1.0％）、震災前の水準も大幅に上回っていることから高い伸びを示したものと言えよう。

（2）クルーズ船の寄港回数

上記クルーズ利用者数の増加等を背景に、2012 年の我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数は、外

【図表 4-1】外航・国内クルーズ乗客数の推移



国土交通省「2012年の我が国のクルーズ等の動向について」
国土交通省海事局外航課調べ
注1：日本発着クルーズの他、フライ＆クルーズを含む。
注2：端数処理のため合計値が合わない場合がある。
注3：外航クルーズ…乗船地、下船地及び寄港地のいずれかに海外が含まれるもの。
国内クルーズ…乗船地、下船地及び寄港地の全てが日本国内であるもの。

国船社運航のクルーズ船 476 回、日本船社運航のクルーズ船 629 回、合計 1,105 回（前年比 297 回増）で、1,000 回の大台を超えるとともに過去最高を記録している（図表 4-2- 参照）。

寄港回数が大幅に増加した要因は、日本船社運航のクルーズ船が前年の 629 回からほぼ横ばいであったのに対し、外国船社運行のクルーズ船の寄港回数が震災等による減少から回復し、かつ、過去最多であった震災以前の 2009 年（348 回）をも大きく上回る 476 回を記録したことによる。その内訳を港湾別にみると、韓国クルーズ船社による寄港により、博多港が前年の 26 回から 85 回へ、長崎港が 17 回から 72 回と各々大幅に増加し外国船社クルーズ船の寄港回数の底上げに寄与している。また、上位 10 港のうち 6 港を九州・沖縄が占め、かつ、上位 5 港は全て九州・沖縄の港が独占している点も外国船社による寄港の特徴である（図表 4-4 参照）。

なお、日本船社クルーズ船の寄港回数については、2011 年 6 月に世界自然遺産に登録された小笠原諸島の二見港への寄港回数が前年の 5 回から 30 回へと 6 倍に躍進したことが挙げられる（図表 4-5 参照）。

（3）クルーズ市場好調の要因

2012 年における我が国のクルーズ市場好調の要因としては、日本船社による金環日食ツアー等のバラエティーに富んだ魅力あるクルーズが実施されたこと、2011 年に世界遺産に登録され人気となった小笠原クルーズが定番クルーズとして定着したこと、大手外国クルーズ船社による日本発着

外航クルーズが実施されたこと、また、超円高の効果による外航クルーズに割安感を生じたこと等が挙げられる。

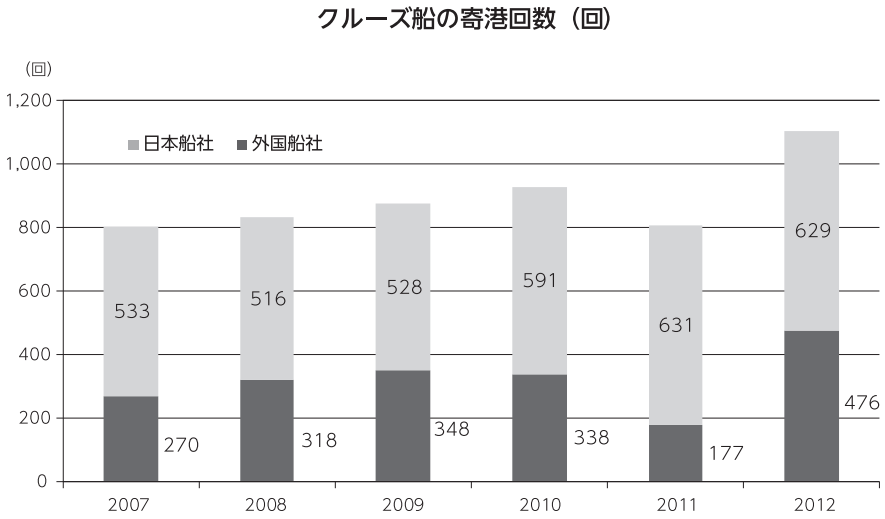
（4）日本のクルーズ市場の推移

2012年､日本のクルーズ人口が20万人を上回ったのは2001年以来のことであり、それは裏を返せば、日本のクルーズ市場には長く低迷期が続いてきたことを物語るものでもある。

我国では、バブル経済の盛り上がりを背景に日本の船会社がクルーズ事業に対する意欲を強め、クルーズ市場への進出を宣言した1989年（平成元年）をもって「クルーズ元年」と呼ぶことが業界では一般的である。

日本の大型クルーズ船の大半は、バブル経済がピークを迎える1990年前後に建造されており、「ふじ丸」が就航した1989年の利用者数は15.4万人、翌1990年が17.5万人と順調に増えたが、日本船籍最大の客船「飛鳥」が就航した1991年以降はバブル崩壊に苦しむこととなる。バブル崩壊後の景気低迷下における供給増というアンバランスな需給環境の下、クルーズ利用者数は微増と微減を繰り返すこととなり、利用者数は1995年の22.5万人をピークに、2003年の14万人をボトムとして2011年まで15万人台から18万人台で推移し、我が国のクルーズ市場は長期にわたり低迷状況が続くこととなった。

【図表 4-2】我が国港湾へのクルーズ船寄港回数の推移



国土交通省「2012年の我が国のクルーズ等の動向について」
国土交通省海事局外航課調べ
注1：日本発着クルーズの他、フライ＆クルーズを含む。
注2：端数処理のため合計値が合わない場合がある。
注3：外航クルーズ…乗船地、下船地及び寄港地のいずれかに海外が含まれるもの。
国内クルーズ…乗船地、下船地及び寄港地の全てが日本国内であるもの。

【図表 4-3】2012 年　港湾別のクルーズ船の寄港回数

順位	港湾名	回数
1	横浜	142
2	博多	112
3	神戸	110
4	長崎	73
5	那覇	67
6	石垣（石垣島）	52
7	名古屋	43
8	別府	34
	鹿児島	34
10	大阪	33
11	二見（父島）	30
12	東京	28
13	広島	24
14	小樽	19
15	境	15
	宮之浦（屋久島）	15
17	函館	11
	青森	11
19	細島	10
20	油津	9
	名瀬（奄美大島）	9
22	伏木富山	8
	宇野	8
24	室蘭	7
	沓形（利尻島）	7
	仙台塩釜	7
	秋田	7
	敦賀	7
29	金沢	6
	高松	6
	高知	6
	下関	6
	八代	6

順位	港湾名	回数
1	横浜	142
2	博多	112
3	神戸	110
4	長崎	73
5	那覇	67
6	石垣（石垣島）	52
7	名古屋	43
8	別府	34
	鹿児島	34
10	大阪	33
11	二見（父島）	30
12	東京	28
13	広島	24
14	小樽	19
15	境	15
	宮之浦（屋久島）	15
17	函館	11
	青森	11
19	細島	10
20	油津	9
	名瀬（奄美大島）	9
22	伏木富山	8
	宇野	8
24	室蘭	7
	沓形（利尻島）	7
	仙台塩釜	7
	秋田	7
	敦賀	7
29	金沢	6
	高松	6
	高知	6
	下関	6
	八代	6

順位	港湾名	回数
56	北九州	2
	郷ノ浦（壱岐島）	2
	島間（種子島）	2
70	天売（天売島）	1
	十勝	1
	八戸	1
	船川	1
	能代	1
	館山	1
	両津（佐渡島）	1
	七尾	1
	日高	1
	呉	1
	三田尻中関	1
	萩	1
	坂出	1
	宿毛湾	1
	伊万里	1
	厳原（対馬島）	1
	佐世保	1
	小浜	1
	牛深	1
	大分	1
	佐伯	1
	宮崎	1
	西之表（種子島）	1
	平土野（徳之島）	1
	与論	1
	伊延（沖永良部島）	1
	里（上甑島）	1
	座間味	1
	合計	1105

国土交通省「2012年の我が国のクルーズ等の動向について」

【図表 4-4】外国船社の港湾別クルーズ船寄稿回数の推移（2007 年～ 2012 年上位 10 港）

順位	2007年		2008年		2009年		2010年		2011年		2012年	
	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数
1	長崎	37	那覇	51	那覇	50	博多	61	石垣	42	博多	85
2	那覇	26	石垣	37	長崎	45	那覇	46	那覇	37	長崎	72
3	石垣	25	鹿児島	30	石垣	32	鹿児島	45	博多	26	那覇	47
4	金沢	16	長崎	25	博多	28	石垣	45	長崎	17	石垣	46
5	広島	16	博多	25	広島	22	長崎	39	横浜	9	鹿児島	27
6	鹿児島	16	神戸	22	鹿児島	22	神戸	22	鹿児島	8	横浜	26
7	神戸	16	広島	17	神戸	22	横浜	18	広島	6	別府	25
8	萩	16	宇野	10	横浜	21	広島	8	神戸	6	神戸	22
9	境	15	横浜	10	大阪	10	大阪	6	大阪	5	大阪	22
10	宇野	14	萩	9	東京	10	函館	4	別府	4	広島	14

【図表 4-5】日本船社の港湾別クルーズ船寄稿回数の推移（2007 年～ 2012 年上位 10 港）

順位	2007年		2008年		2009年		2010年		2011年		2012年	
	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数	港湾名	回数
1	横浜	104	横浜	110	横浜	106	横浜	104	横浜	110	横浜	116
2	神戸	81	神戸	86	神戸	71	神戸	81	神戸	101	神戸	88
3	名古屋	30	名古屋	31	名古屋	28	名古屋	25	博多	29	名古屋	38
4	東京	27	広島	19	宮之浦（屋久島）	20	宮之浦（屋久島）	24	名古屋	27	二見（父島）	30
5	宮之浦（屋久島）	25	宮之浦（屋久島）	17	博多	18	博多	23	宮之浦（屋久島）	23	博多	27
6	博多	18	大阪	15	東京	13	東京	19	那覇	16	東京	21
7	広島	15	鹿児島	14	大阪	11	高知	15	東京	14	那覇	20
8	大阪	13	高松	10	名瀬	11	小樽	15	広島	13	宮之浦（屋久島）	15
9	金沢	10	博多	10	小樽	9	長崎	15	小樽	13	小樽	14
10	小樽	9	小樽	9	広島	8	広島	14	敦賀	11	大阪	11
圏外									二見（父島）	5		

出典　国土交通省海事局外航課調べ

（5）日本のクルーズ市場拡大への期待

世界のクルーズ人口については専門家の間でも意見が様々であり、その規模は 1400 万人とも 2000 万人近いとも言われるが、そのマーケットの 6 割～ 7 割を占めるのが米国である。同国のクルーズ市場は 1990 年から 2010 年までの 20 年間でおよそ 3 倍に伸びており、2 位の英国や 3 位以下のドイツ、カナダ、イタリア等も同様の高い伸びを示している。

一方、前述のとおり日本のクルーズ人口は前年に比べ大幅に伸びた 2012 年でも 22 万人足らずで、参加率は、米国の約 3％に対し日本は僅か 0.1％に留まっている。団塊世代がクルーズ適齢期に入ること等もあり、これまで低迷してきた日本のクルーズ市場も拡大が期待されている。

なお、これまで日本のクルーズ市場がなかなか拡大しなかった要因として、長期休暇の取得が難しい社会環境やスローライフが苦手な日本人、社交性に乏しい国民性や外国語に対する不安等が挙げられることがあるが、これらがクルーズ市場の大きな阻害要因ではないことは、前述したレジャー白書や大手旅行会社による調査結果（これまでクルーズに参加していない理由として、「外国語が心配」と回答したのは僅か 1 ％であった）等からも明らかである。市場が拡大しない要因として言われるもののうち、最も的を射ていると思われるものが、日本のクルーズ市場にはラグジュアリークラスしか存在せず、アメリカの様にラグジュアリークラスを頂点にスタンダードクラス、カジュアルなクラスまで揃う、すそ野の広いいわばピラミッド型のマーケットが存在しないため、顧客にとってクルーズの選択肢が乏しく、これが日本のマーケット拡大を阻害しているといった意見であろう。

（6）平成の黒船来航

日本にはクルーズ船が数隻しかなく（現在就航している日本船は 3 隻のみ）、これが市場拡大の足かせとも言われてきたが、長期にわたり停滞傾向が続いてきた我が国のクルーズ市場も平成の「黒船来航」即ち海外のクルーズ会社による日本市場への参入により、その様相は一変する可能性が出てきた。「プリンセス・クルーズ」等、20 のクルーズブランドと所有船 100 隻を擁する世界最大の客船運航会社カーニバル・コーポレーションは、日本市場への本格的参入のため、平成 24 年 3 月、(株) カーニバル・ジャパンを設立した。同社は日本のクルーズ市場について、日本の総人口の約 3％がクルーズの潜在需要として高い成長の可能性を見込んでおり、日本への進出は、定員 2,600 人クラスの客船 40 隻の常駐規模と考え、同社幹部は「潜在需要を発掘できれば大きく拡大できる。需要が伸びていく可能性は高い」と日本のクルーズ市場の拡大に期待を示している。プリンセス・クルーズは 2013 年 4 月から、外国船籍の日本発着クルーズとしては過去最大規模となる 7 コース 9 本を設定、2014 年には展開を拡大し、日本船籍最大の客船「飛鳥Ⅱ」の 2 倍超の大規模船「ダイヤモンド・プリンセス」(11 万 6,000 トン、乗客定員 2,670 名) も投入、10 コース 40 本を設定し、集客数を一挙に 2013 年の 5.5 倍となる 10 万人とする計画である。

この様な平成の「黒船来航」は、国内のクルーズ事業者にとって大きな脅威となっている。その一方で、外資の参入は、長らく低迷に甘んじてきた国内のクルーズ市場を活性化し、マーケットの拡大につながると期待する業界関係者も少なくない。例えば、「ぱしふぃっくびいなす」は 5 年ぶりに世界一周クルーズの実施を計画、「飛鳥Ⅱ 」は、鉄道と連携したレイル＆クルーズ商品を企画するなど、外資による参入は、これまで比較的競争の

少なかった国内のクルーズ事業者にとって良い刺激となっている側面もある。

（7）大きな経済効果

千人単位の乗客を乗せたクルーズ客船の寄港が地域経済に与える波及効果は一回の入港で数千万円とも言われており、日本全国で年間延べ1千回を超える寄港がもたらす経済効果は数百億円に及ぶと見込まれる。その効果は寄港地周辺の商業施設の売上増等を通じ、不動産マーケットにも影響を及ぼすことが考えられる。さらにクルーズ船の寄港が定着すれば、中長期的に臨海部の土地利用や街づくりを変える可能性もある。また、寄港地は、横浜や神戸の様な大都市だけでなく、地方の中小都市や離島なども多く含まれる（2012年は全国97都市に寄港:図表4-3参照）ことから、クルーズ市場の拡大は停滞する地方経済の活性化に貢献することも期待されている。

世界最大の市場である米国ではクルーズ産業がもたらす経済効果は3兆円規模にのぼると言われ、世界的なクルーズブームを背景に欧州や南米、豪州でもクルーズ市場は近年成長が著しい。また、アジアにおけるクルーズ人口も年8%のペースで成長し、今後大幅な市場拡大が見込まれている。低迷が続いてきた日本のクルーズ市場も、外資の本格参入を契機に次第に活性化しつつあり、国の「日本再興戦略」でも、訪日外国人旅客数増加の方策として大型クルーズ船に対する入国審査の迅速化や外国クルーズ船社に対応するワンストップ窓口の周知を図るとしており、日本のクルーズ市場も今後大きく成長することが期待されている。

一般社団法人日本外航客船協会HPより

5．温浴施設の海外進出事例

■ 面積は国内店舗の6倍

温浴業界大手の㈱極楽湯（JASDAQ上場）は、2013年2月、中国上海市に海外進出第1号店「極楽湯 碧雲温泉館」をオープンした。施設運営を行う現地法人は、中国企業との合弁ではなく、同社の100%子会社「極楽湯（上海）沐浴有限公司」である。従業員は㈱極楽湯の海外事業部に所属する店舗責任者等を除き、全員が現地雇用である。施設が立地するのは、2010年の上海万博会場となった上海の新都心「浦東新区」で、施設規模は極楽湯の国内標準店舗の約6倍となる延床面積12,000㎡におよぶスケールである。建物は元々工場として建設されたものを温浴施設にリノベーションした賃借物件のため、面積当たりの投資額は国内の既存店舗の4割程度に抑えられているとのことである。国内店舗の約6倍もの広さを生かし、2階建ての元工場を4フロアに再構成した館内は、日本の店舗と同様、露天風呂、サウナ、冷水風呂、塩釜風呂、絹水素風呂、電気風呂等の様々な風呂を備えるほか、韓国式サウナ「汗蒸幕」（ハンジュンマク）など7つの岩盤浴も設置している。レストランについては寿司や海鮮等の和食をメインとし、中華や洋食も用意する。この他にもリラ

クゼーションルーム、キッズコーナー、イベントスペースなどを備える。

■ VIP ルームも完備

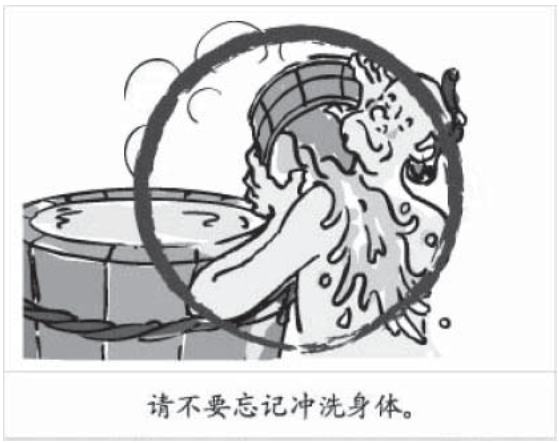
上海の新都心に立地するこの施設で特徴的なのは、日本国内の標準的店舗 1 店分を超える広大なスペース（約 3,000㎡）を充てられた VIP ルームの存在であろう。この VIP ルームは、富裕層の利用のほか、ビジネスミーティング等における利用も想定されており、受付も VIP 専用のものが用意される。入館料金は一般が大人 128 元、子供が 68 元、会員が 108 元、子供 46 元で、会員となるための入会金は 100 元である。なお、1 万元から 5 万元までのプリペイドカードも用意されており、これを購入すると、入館料が 98 元となり、各種優待を受けることができる。上記 VIP ルームを利用するには、このプリペイドカードを購入し、VIP 待遇の会員となることが必要である。利用料金は、平均的サラリーマンの月収が 4,000 ～ 5,000 元と言われる現地の物価水準を考慮すると相当高額と思われるが、上海では口コミを中心に人気が広まり、オープン当初は入場制限が行われる程の順調な滑り出しとなった。現在でも入場に 2 時間待ち、退出時の精算に 1 時間程度の待ち時間が発生することがあるとのことである（その盛況ぶりは NHK の報道番組でも紹介されている）。主な商圏は自動車を利用して 1 時間圏内で、自家用車による来客のほか、バスやタクシーを乗り継いでの利用客も多いとのことである。顧客の年齢層は 20 代から 30 代が主力で、男女の比率は、男性 2 に対し女性が 1 となっている。

■「おもてなし」のこころ

㈱極楽湯の投資家向け開示資料によると、中国出店について、『「心からのおもてなし」による接客サービスや明るくかつ清潔感のある癒しの空間を提供してまいります。』とコメントしている。極楽湯上海店（中国での施設名称「極楽湯 碧雲温泉館」）の「おもてなし」とは、前述した様な VIP ルーム等の設置だけでなく、日本のように熱いお湯に入る習慣がない中国人が湯当たりするのを防ぐため、お湯の設定温度を低めにしたり、館内放送で湯当たり注意の放送を流したり、また、入浴や飲用には不向きな中国の硬水を、いったんろ過し軟水化して供給するシステムを導入するなど、顧客の生活習慣や中国の水質等、現地特有の事情に応じたきめ細かなオペレーションによって実現されている。

■ 今後の展開

この様な「おもてなし」のこころは、単なる物珍しさや話題性に終わらない息の長い運営により現地でのブランド確立をはかり、中国及び周辺アジア諸国への店舗展開を目指す同社の海外初出店にかける意気込みの表れともいえよう。㈱極楽湯では、上海店の初年度目標を入館者数 50 万人弱、売上約 5,000 万元としているが、今後は 3 年以内をめどに上海市内に直営店を 2 店舗、北京・大連など大都市圏を中心にＦＣや運営受託による数店舗の出店を目指し、さらに中国を足がかりに台湾や韓国等への進出も視野に入れている。日本国内の市場が飽和状態にある温浴施設業界において、今後市場拡大が期待される新興国へ進出を試みる初めての事例として、同店事業の成否及び日本の温浴企業によるアジアでの今後の展開が注目される。



「極楽湯（上海）沐浴有限公司」HP に掲載されている「日式浴场的使用方法」

参考・引用文献

・「レジャー白書」公益財団法人日本生産性本部
・「高齢者の経済生活に関する意識調査結果」内閣府
・「国民生活に関する世論調査」内閣府
・「風俗関係事犯の取締状況等について」警察庁
・「我が国のクルーズ等の動向について」国土交通省
・「CURUISE」株式会社海事プレス社
・「月間レジャー産業資料」綜合ユニコム株式会社
・「日本経済新聞」「日経流通新聞」日本経済新聞社
・「特定サービス産業動態統計調査」経済産業省　ほか