

令和8年度 第1回兵庫県域の大阪湾ベイエリア活性化推進協議会企画委員会

せとうちクルーズ戦略（基本構想）について

2026年7月21日

一般社団法人せとうち観光推進機構 専務理事・事業本部長 坂元 浩



氏名：坂元(さかもと) 浩(ひろし) (1962年11月13日生 63歳)

職歴：

- 1985年 4月 JTB入社
オーストラリア、香港、マレーシア、中国、インドでの海外駐在を経験。
マレーシアとインドでは現地法人社長を歴任。
本社ではグローバル戦略策定等に関与。
日本で開催したラグビーワールドカップ(2019)では英国との合併会社
副社長としてホスピタリティビジネスを日本で初めて成功させる。
- 2021年 3月 JTB退職 (58歳)
- 2022年 4月 (一社)せとうち観光推進機構 専務理事／事業本部長 (現職)
(株)瀬戸内ブランドコーポレーション 社外取締役 (現職)
- 2023年 6月 (株)せとうちDMOメンバーズ 代表取締役 (現職)



せとうちクルーズ戦略（基本構想）

2025年1月

せとうちDMO

1. 背景

- (1) 目的・意義
- (2) 現状分析
- (3) 課題
- (4) 総括

2. セとうちクルーズ戦略

- (1) 基本理念
- (2) 将来ビジョン・目標
- (3) セとうちインランドシークルーズの定義
- (4) 基本方針
- (5) セとうちクルーズ戦略の全体像
- (6) 具体的施策
 - ①セとうち周遊クルーズ（内航船）の開発・造船
 - ②クルーズ専門エージェント機能の整備
 - ③SY誘致活動と神戸港湾開発との連携
- (7) 実施体制
- (8) ロードマップ

1. 背景

(1) 目的・意義



せとうちクルーズの背景

■瀬戸内海は、温暖な気候と穏やかな海域に恵まれ、クルーズに最適な自然条件を備えている。加えて、700以上の島々が織りなす多島美は、世界的にも類を見ない絶景を生み出しており、訪れる人々に唯一無二の景観体験を提供できる。また、瀬戸内海沿岸には、かつて港町として栄えた地域が点在し、江戸時代の街並みや歴史文化が今も色濃く残っている。これにより、クルーズを通じて日本の歴史や伝統文化を肌で感じることができるという、他の観光地にはない魅力を持っている。

■しかし、現在の日本国内では新幹線や飛行機などの高速交通網が発達しており、港湾施設も主に貨物輸送を目的に整備されてきたことから、観光クルーズの振興は十分に進んでいない。その結果、瀬戸内海が持つ豊かな自然景観や歴史文化の魅力を国内外の観光客に十分に伝えきれていない。

■近年、世界中でクルーズ観光が注目を集め、クルーズ人口も増加基調にある。特に、クルーズ観光はインバウンドからの人気が高く、日本を訪れるインバウンドの総数も過去最高を記録している。こうした流れの中で、現在は日本国内においてもクルーズ観光を振興する絶好のチャンスが訪れている。

せとうちクルーズの目的・意義

■世界的なクルーズ観光の成長と、日本へのインバウンド観光客の増加を踏まえ、瀬戸内海の持つ強みを活かした持続可能で多様なクルーズ施策を展開することで、観光振興の強力なツールとしてせとうちクルーズを確立することを目的とする。

■クルーズは、船上からの景観鑑賞にとどまらず、各島々や港町への寄港を通じて、地域ならではの食文化、歴史、伝統産業を体験できる観光コンテンツへと発展させることが可能である。国内外の観光客に向けた高付加価値の観光体験を提供することで、インバウンド需要の拡大や地域経済の活性化、国際的知名度向上など多面的にプラスの影響を与える。

■せとうちクルーズを日本唯一無二の観光コンテンツとして確立し、これらの効果を最大限に引き出すことで、「せとうち」を世界一のディスティネーションへと成長させることを目指していく。



(2) 現状分析／文献調査



クルーズの定義

クルーズの定義は以下の4項目を充足するものを指すとされている。

- ① 船に乗ること自体が旅行の主目的であること。すなわち船そのものが主要な目的地（デスティネーション）であること
- ② 航空機や鉄道などの代替・振替の輸送機関としての船旅でないこと
- ③ 単なる輸送機関としてではなく、船内でのレジャーや滞在、洋上ライフを楽しむことが乗船の主目的になっていること
- ④ 原則的に船内で宿泊が伴うこと

客船の種類

- ・ クルーズ船は、船の分類において貨物船と旅客船の中で、「旅客船」に位置付けられる。
- ・ 旅客船は定員が13名を超えるものと定義されており、大きくはクルーズ、遊覧船、連絡船、レストラン船、フェリーの5つに分類されている。
- ・ 瀬戸内海は5万トン以下の受入岸壁が多いことから小型船が適している。

船型	総トン数	乗客数	事例
大型船	101,000～230,000総トン	2,501～6,500人	
中型船	50,001～101,000総トン	751～2,500人	飛鳥Ⅱ
小型船	5,001～50,000総トン	251～750人	につぼん丸
ブティック船	1,000～5,000総トン	50～250人	
その他	1,000総トン未満	50人未満	ガンツウ

参照：クルーズビジネス 池田良穂氏

クルーズ船の種類

原則的に船内で宿泊が伴うことをクルーズと定義されているため、宿泊型クルーズが主流であるが、定期航路のカーフェリーと一体型のものや、宿泊を伴わないデイクルーズなどクルーズ船の種類は様々である。

■ 宿泊型クルーズ

- ・ 世界的にブームとなっているクルーズの主流である。純旅客船で、宿泊、食事、イベントのできる施設がある。
- ・ 2016年時点で世界で約2,500万人の需要があり、14兆円程度の産業規模がある。



ソング・オブ・アメリカ（参照：idyllicoccean）

■ 定期航路の旅客カーフェリー

- ・ 定期航路のフェリーを利用したクルーズビジネスである。毎日同じ航路を就航するフェリーが、船内設備及びサービスを充実させ、船旅を楽しむ観光需要を創出した。
- ・ 年間1,500万人のマーケットまで拡大させた。



シリヤ・シンフォニー（参照：Veltra）

■ 宿泊を伴わないデイクルーズ

- ・ 宿泊施設を持たない旅客船での船旅。
- ・ 本格的なレストランで食事の提供をメインにするレストラン船、海上からの観光を中心として軽食を提供する観光船、海上からの観光だけにターゲットを絞った遊覧船などがある。



神戸コンチェルト（参照：idyllicoccean）

(2) 現状分析／文献調査

世界の主なクルーズ海域と瀬戸内海の大きさ

世界の主なクルーズ海域は下記のとおりであるが、瀬戸内海とよく比較される地中海においては面積が瀬戸内海の130倍もの大きさであり、大型の国際クルーズ船が行き交うこれらの海域とは規模が異なることがわかる。



	面積	水深	周辺国数
地中海	300万㎡	1,500m	21ヶ国
カリブ海	271.8万㎡	2,647m	13ヶ国
エーゲ海	21.5万㎡	2,100m	2ヶ国
アドリア海	13.8万㎡	250m	6ヶ国
瀬戸内海	2.3万㎡	38m	1ヶ国

特殊クルーズマーケット

世界では海洋や広大な海域を航行するオーシャンクルーズが一般的であり、船は大型で喫水が深く数千人が乗船可能で娯楽整備がされている。一方、河川や運河などの内水域を航行する100～200人程度のリバークルーズや、探検クルーズ、帆装クルーズといった特殊クルーズマーケットも存在している。

■ リバークルーズ

- ・欧州ではライン川、ドナウ川、ボルガ川などに、アメリカではミシシッピ川、エジプトではナイル川、アジアでは長江などに宿泊施設を有する本格的なクルーズが多数就航している。
- ・リバークルーズは見る間に航海して、夜間は観光地に停泊する場合が多く、河川に沿った観光地を効率よく訪問できるメリットがある。



アメリカンハーモニー
参照：クルーズネットワーク

■ 探検クルーズ

- ・秘境と呼ばれる地域や極地へのクルーズ（アラスカや南極）を主目的としている。
- ・需要は大きくなく、小さい港の利用が多いため、小さいクルーズ船を利用するケースが多い。
- ・リンドブラッド・エクスプローラーが分野のパイオニア。



リンドブラッド・エクスプローラー
参照：idyllicocean

■ 帆装クルーズ

- ・ヨットと同様に本格的に帆走を楽しむことを主目的とするものと帆装を備えて風のある時に乗客へのエンターテインメントとして帆走気分を味わってもらうものの2タイプがある。
- ・ニッチなマーケットとして定着しており、海外ではクラブメソッド2やウインドスターが有名で、国内でも「海王丸」や「みらいへ」がある。



クラブメソッド2
参照：idyllicocean

(2) 現状分析／文献調査



クルーズ環境の変化

●クルーズ需要の増加

海外：クルーズキャパシティ、乗客数の増加見込

国内：クルーズ再開により需要が徐々に回復、日本寄港の多い中国発着クルーズの運航再開、ニーズの多様化により新たな寄港地の発生

●船舶の大型化

海外：今後数年で20万トン超えの新造船が予定が多数あり

国内：日本へ過去最大の17万トン級が寄港

●オーバーツーリズムの発生

海外：1日あたりの隻数の受け入れ制限、受け入れ場所の制限の実施

国内：陸上の二次輸送不足、海洋周辺のコテン不足

●SDGsへの対応

海外：陸上給電の港の増加、環境配慮型の船舶の増加、環境への影響を考慮する乗客の増加

国内：日本船社のLNG船の投入、CNPの推進

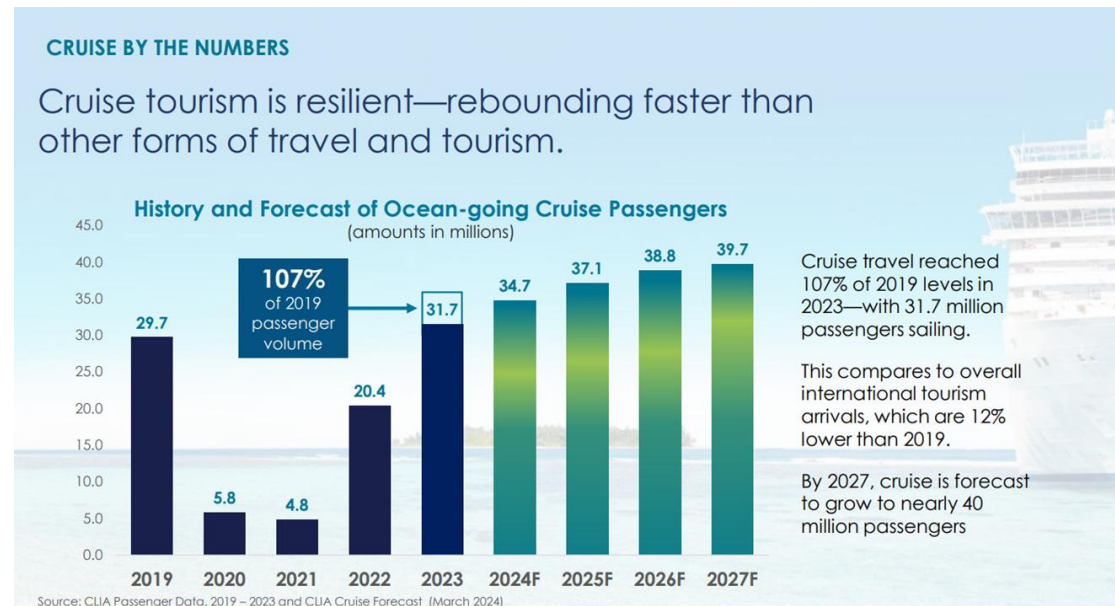
●DXの推進

海外：次世代高速Wi-Fiサービスの船舶への導入、様々な自動化技術の導入

国内：船上の通信環境の改善、生産性向上、手続きの電子化

クルーズ人口の実績と将来予測

- 世界のクルーズ人口は、すでにコロナ前の水準を超えている。
- 2023年の世界のクルーズ人口は3,170万人となり、コロナ前の2019年に比べて107%の水準になっており増加している。
- 地域別には、北米が+17.5%と大幅増加に対して、アジアは▲37.7%と回復が遅れている。
- 今後も世界のクルーズ人口は増加していくと予想されている。



参照：国土交通省「クルーズ市場を取り巻く最近の動き」

(2) 現状分析／文献調査



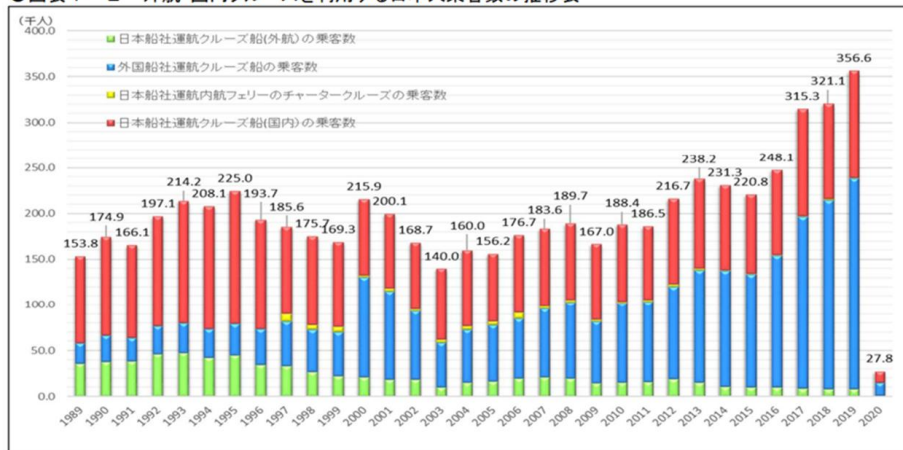
訪日クルーズ市場

- 国土交通省の発表によると2023年に日本を訪れたクルーズ旅行者の数は、356,000人で、日本の各港のクルーズ船停泊回数は、前年の約2.5倍にあたる1,854回に達した。
- 外国籍のクルーズ船が1,264回、日本籍のクルーズ船が590回で、外国籍のクルーズ船が停泊した港の数は92港に上った。
- 新型コロナウイルス感染症流行により、2020年から国際クルーズの運航は中断されたが、2023年3月より運航が再開され、日本へのクルーズ旅行が再び盛り上がりを見せ始めている。

日本人のクルーズ市場

- 国土交通省によると2019年の日本人のクルーズ人口は、外航クルーズ人口 23.8万人、国内クルーズ人口11.8万人となり、合計は過去最多の35.7万人となっている。

●図表1-2 外航・国内クルーズを利用する日本人乗客数の推移表



参照：国土交通省（2020年の我が国のクルーズ等の動向）

日本へのクルーズ配船

●ディズニークルーズの就航

- オリエンタルランドは、ディズニーの世界観を楽しめるクルーズ船を、日本で2028年度に就航させることを発表した。米国で運航中の「ディズニー・ウィッシュ」と同じ約14万トン級の船を新造予定で、日本船籍のクルーズとしては最大規模となる。
- 乗客定員は約4,000人。約1,250室の客室は複数のグレードを用意し、対象旅客はファミリー層、インバウンド層。料金はオールインクルーシブとし、標準タイプで1人あたり10～30万円を想定している。総投資額は約3,300億円で、就航から数年後に年間の利用者数を約40万人、売上高を約1,000億円を見込む。

●MITSUI OCEAN FUJIの就航

- 商船三井クルーズが新たな「MITSUI OCEAN FUJI」（32,477総トン、乗客定員458人）が2024年12月に就航する。
- デビューは、2024年12月1日から翌年1月8日にかけて、関東、中部、関西から別府、新宮、高知、高松、鹿児島、韓国の釜山や済州島などに寄港する6つのクルーズを催行する。全てのクルーズが5～10日間程度の旅程となっている。

●ジャパネットツアーズが日本一周クルーズ催行

- ジャパネットツーリズムが、スイス船社MSCクルーズの「MSCベリッシマ」（171,598総トン、乗客定員4,434人）をチャーターして企画・造成した9～11月出航の「秋の日本一周」5本のうち、3本が全キャビンで「キャンセル待ち」となっている。
- スイート以上は、早い段階で5本全て「キャンセル待ち」となり、東京港発着で、函館、秋田、金沢、済州島（韓国）、鹿児島の順に寄港する9泊10日のクルーズ。

参照：国土交通省「クルーズ市場を取り巻く最近の動き」

(2) 現状分析／国内ヒアリング調査

※詳細は別途「国内調査レポート」参照



1 セとうちエリアの港湾整備について

- ・港湾整備が貨物船用でクルーズ船用になっていない
- ・ターミナルがや港は電気供給等のインフラ整備が必要
- ・日本の港は、港に鉄や肥料が置いてあり、汚いところも多い
- ・ビジター桟橋など船を停泊させることができる場所が少ない

2 瀬戸内海の規制について

- ・瀬戸内海には水先人を乗船させなければならないエリアがありコストが割高になる
- ・全長200m以上の大型客船夜間航行禁止の規制がある
- ・規制ではないが漁業関係者との合意形成が難しい
- ・地域住民の理解も重要

3 エクスカーションについて

- ・二次交通に大きな課題がある
- ・ガイドが少なく、各国に比してサービスレベルはまだまだ改善が必要
- ・魅力的なアクティビティが少ない

4 瀬戸内海のポテンシャルについて

- ・にっぽん丸では瀬戸内海のエリアは人気がある
- ・瀬戸内海は観光コンテンツが多いエリアだと思う
- ・瀬戸内海はエーゲ海に番近いと言われていたが、実はアラスカが一番瀬戸内に似ている
- ・瀬戸内の魅力は多島美よりも昔ながらの歴史に触れられる航路、塩町、村上海賊、などのストーリー

5 クルーズビジネスについて

- ・日本は船の減価償却期間が短い
- ・クルーズ船の建造に大きいお金と時間が必要で、黒字化までの資金繰りなど財務面にも課題がある
- ・日本船籍の取得に厳しい検査があり時間がかかる
- ・1年に1度の定期検査中稼働できないのできつい

6 クルーズに係る行政について

- ・クルーズ船の寄港については県の観光課と行うことが多い
- ・停泊をしなくても通るだけでも魅力があるエリアと感じているが、航行する許可をどこに取れば良いかわからない

7 世界のクルーズについて

- ・クルーズが盛んなエリアは世界中にたくさんあるが瀬戸内海のモデルになるようなところはない。瀬戸内海は稀有
- ・リバークルーズもライン川、ミシシッピ川、ナイル川などがある

8 クルーズ業界の動向

- ・東京や大阪ではデイクルーズであるレストランクルーズがインバウンドを中心に大人気にである
- ・クルーズ需要は世界中で伸びている
- ・クルーズ業界は人材不足が課題になっている

【ヒアリング先】

国交省港湾局クルーズ振興室
国交省海事局内航課
せとうちクルーズ（ガンツウ）
両備ホールディングス
一般社団法人みなと総合研究財団
ナカシマプロペラ等
日本旅客船協会
瀬戸内海クルーズ推進会議
JNTO
シルバーシークルーズ
日本プロジェクト産業協議会（JAPIC）
JTBグローバルマーケティング&トラベル
魅力R合同会社
PONANT（ポナン）
日本クルーズ・フェリー学会
オリエンタルランド
郵船クルーズ
瀬戸内Joycruise
瀬戸内海汽船
広島県港湾振興課ポートセールス
商船三井クルーズ
香川県港湾課
瀬戸内アイランドクルーズ
横浜ベイマリーナ
SETOUCHI SEAWIND
商船三井さんふらわあ
ひじ町ツーリズム協会
海峡都市関門DMO
クルーズのゆたか倶楽部

(2) 現状分析／海外調査

※詳細は別途「海外調査レポート参照」



ヒアリング調査

ベネチア

- ・ベネチアの船の運航に係る規制は非常に多いため、その内容を地図上で可視化している
- ・船の需要は非常に大きい、環境問題が深刻化して政府から大型クルーズの入港を禁止されている
- ・クルーズ船の受入を行うには港湾整備の充実が必要不可欠である
- ・観光の閑散期については船の運航は減少するようにしている

ドゥブロヴニク

- ・自社で運航するクルーズ船は観光利用だけでなく社内研修など多目的利用を行っている
- ・閑散期に便数を減らすだけでなく12月～3月は運航自体をとりやめ、従業員を他事業に回している
- ・ドゥブロヴニクは1日2隻の大型クルーズ船の寄港があるため、大量なクルーズ客を捌けるノウハウが求められる

イスタンブール

- ・観光船の運航や誘致には港湾設備が極めて重要であり、港湾整備なしに観光誘客は難しい
- ・世界のエージェントとネットワークを持たないと他国との競争には勝てない
- ・港湾整備とプロモーションのターゲットイングが重要であり、それを最優先に行ってる
- ・日本（瀬戸内エリア）は港湾整備をはじめ観光開発が全く進んでいないと感じる

街並み観察調査

クルーズの受入環境



ベネチア港は、大型クルーズの起点港で、クルーズターミナルは整備されており、大量のクルーズ客の受入を可能としている

港湾規制



ベネチア湾では、速度制限、桟橋利用制限、乗客数制限、航行ルート制限、夜間航行規制など、非常に多くのルールが存在している。

港周辺整備



港周辺はオープンテラスのレストランが並び、船の往来をみながら食事が可能で多くの観光客で賑わっている

周遊クルーズ



アイランドホッピングを提供する周遊クルーズも多く運航されている。所要時間は約4～5時間で料金は各社異なるが30€程度が多い

【ヒアリング先】

ベネチア	1	Duca le
	2	北アドリア海港湾局
	3	Alil aguna
ドゥブロヴニク	4	Klik Holidays
	5	Applicon Tours
イスタンブール	6	TURYOL
	7	トルコプロモーション エージェンシー
	8	DENTUR

(3) 課題



せとうちエリアのクルーズ振興の課題

港湾	・ 観光客を受け入れる設備（バス乗降場や待合スペースなど）が整っておらず、店舗などの賑わいが不足している（玄関口ではなく勝手口のようなと言われている） ・ 給電設備の不足や、十分な水深の栈橋がない場合もある ・ 定期航路・漁業関係者専用の港であることやスペース不足などの理由でビジターの観光利用が出来ない港が多い ・ 悪天候時や老朽化などで安全性が確保されていないことがある ・ 夜間航行可能な船は200M以内という規制や強制水先区など特有の規制の存在 ・ インバウンドの受入環境が未整備（多言語化など）
観光	・ 海からみるせとうちの魅力は、ローカルガイドにさえもまだまだ認知されていない（プロモーション不足） ・ 船を活用したツアー造成が少なく、ガイド自体も船に乗る機会がほとんどない ・ 観光地を周遊する観光船やレストラン船などを取り扱っているクルーズ専門エージェントがない。 ・ インバウンド観光客の利用が少ない ・ 船内でのアトラクションや飲食提供などの工夫がないと、景色だけでは寄港までの時間が長く感じて飽きてしまう ・ 地方港では、ガイド付きツアーや多言語対応の案内が不足している ・ クルーズ客を効率的に観光地へ運ぶためのバスや鉄道などの二次交通が不足している ・ 高付加価値層の受入や大規模人数の受入に対応できるエクスカージョンが未成熟 ・ クルーズ船の受入について、地域住民や漁業関係者との合意形成が難しい ・ 船社会全体で人材不足傾向にある ・ 冬場は特に天候に左右されることもあり、バックアップ策が必要となる
船舶	・ 観光船の数が少なく、移動のアシとして船が利用されている状況 ・ 建造費が高いことに加え、減価償却期間が短く、船舶所有のハードルが高い ・ 純正旅客や観光利用だけでは事業収支が見込めず、担い手がいない ・ 日本の船舶の基準が厳しく、国内で建造できない船も多く、建造に莫大な時間とコストがかかり、所有にも固定資産税等がかかる ・ 1年に1度の定期検査が必要で船を稼働できない時期が出てしまう ・ 天候に左右されるため稼働数や顧客満足度が不安定である

(4) 総括



- クルーズの定義は存在したものの、人によって認識は様々であり、せとうちクルーズの定義を改めて設定する必要あり
- クルーズの範囲は広いため、ターゲット（船舶サイズや種類、目的）をしっかりと絞った方がよい
- いわゆるクルーズ船（オーシャンクルーズ）とは規模や環境が異なるため、せとうちが目指す方向性は異なることがわかった
- 世界中をみても瀬戸内海は特殊な海域であり、他の地域を参考にしながらも独自路線を検討する必要あり
- 船はアシではなく、せとうち固有のウリにしていく必要がある
- 民間運航会社は運航に専念し、プロモーションや船舶手配を行うクルーズ専門エージェント機能が必要
- 観光船の数が少なく選択肢が少ないため、クルーズコンテンツを増やさなければならない
- 船は大きければ大きいほど一人当たりの単価を下げるができるが、せとうちには大型船は不向きであり、小型船（200名以下）での効率的なビジネスモデルの構築が必要
- 観光客が行き交う港の賑わいづくりが不可欠
- 海や島を語れるガイドの育成も必要

2. せとうちクルーズ戦略（基本構想）

(1) 基本理念



多島美や島の暮らしを感じる閉鎖性海域である穏やかな瀬戸内海を通じて、ゆったり、のんびり海と島を楽しみたい人に、島の文化やせとうち海域を堪能することのできるクルーズ体験を提供し、新たなせとうちの魅力として、自由で開放感ある「海と島の旅」を目指す。

【せとうちクルーズの強みと提供価値の整理】

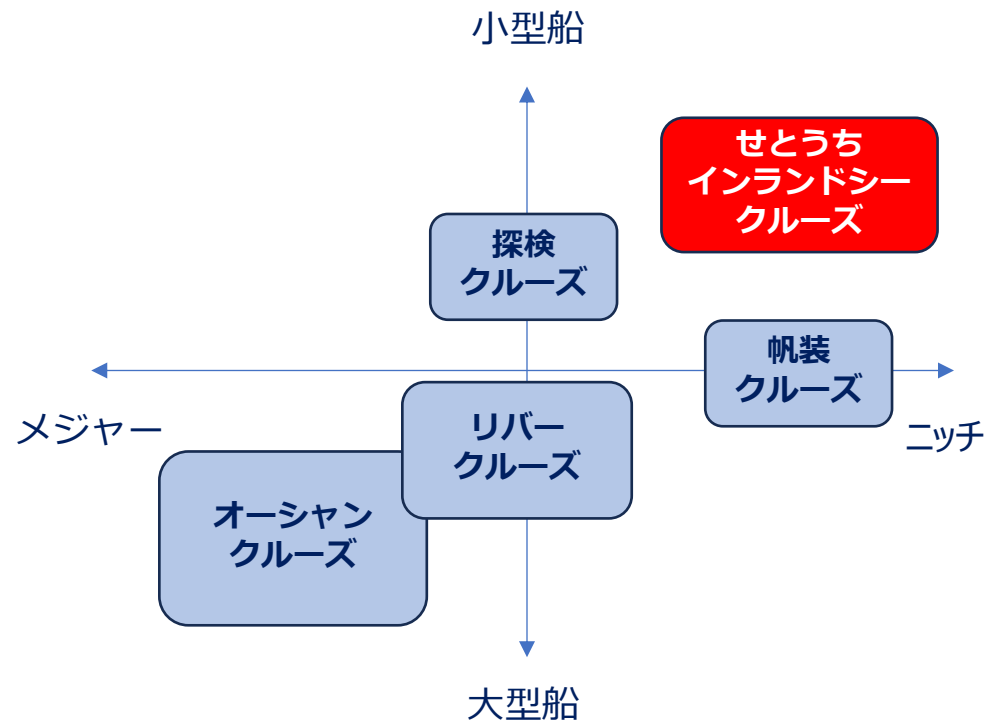
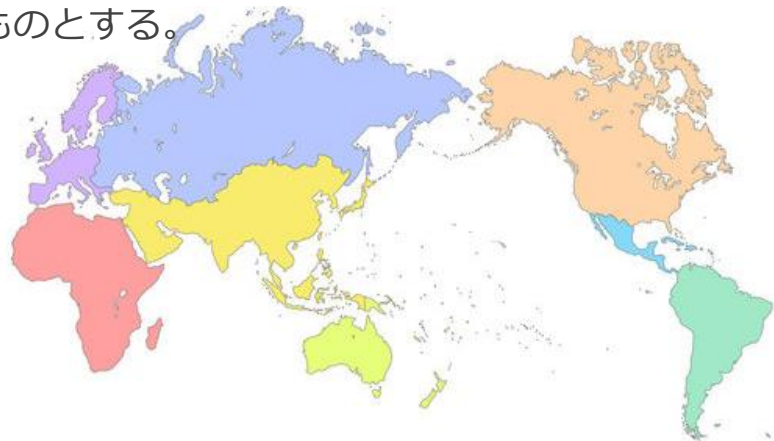
強み・特徴・客観的事実	機能的価値	情緒的価値
●世界3大内海 ●狭小海域 ●700を超える島々がある ●島それぞれに異なる暮らしや文化がある ●波が少なく穏やかな海 ●干満差が激しい ●歴史的な重要海上航路 (北前船、朝鮮通信使など) ●定期航路が多い ●漁業との共存エリア ●規制が多く航行が難しいエリア (全長200m以上の夜間航行禁止) (強制水先案内区が存在) ●風待ち、汐待ちの歴史	●風光明媚な風景を見ることができる ●せとうちの特徴的な海域を学べる ●島への交通手段 ●船に乗るという体験 ●海からみるせとうちを体験 ●陸路より海路の方がアクセスが良い場合あり ●海路の選択肢が多い ●チャータークルーズはクローズ空間	●景色に癒される ●穏やかな気持ちになる ●ゆっくりとした時間を過ごすことができる ●島の人とのふれあいでほっこりする ●忙しさを忘れる ●開放感がある ●リッチな気分になる ●海からの観光に新しさがある

(2) 将来ビジョン・目標



「せとうちインランドシークルーズ」という新たなマーケットを構築する

世界三大内海の一つであり、狭小で干満差が大きく穏やかな気候と言われ世界のどこの海域とも異なる特殊なエリアである瀬戸内海。これまでの世界のクルーズマーケットの主流である巨大な船で長期にわたって旅をするオーシャンクルーズや、川沿いの数々の街を訪れるリバークルーズ、運河クルーズや秘境クルーズとは異なるせとうちならではの「インランドシークルーズ」という新たなジャンルのクルーズの在り方を構築し、世界のクルーズマーケットとの差別化戦略によってせとうちの魅力のテーマの一つのウリとして発信していくものとする。



(2) 将来ビジョン・目標

「せとうちインランドシークルーズ」の目指す姿とは

- 小回りの利く小型で多様な種類の船舶によって海と島を周遊する内航クルーズができる
- 穏やかな海そのものを船上で味わうクルーズが多種多様ある
- 海外からの小型船・ブティック船・スーパーヨットの寄港地がある
- 大小さまざまな特徴ある港町や島で生活する人と交流ができ地域にも経済効果が生まれる
- 多島で複雑な多航路の組み合わせでアイランドホッピングを自由に楽しむ船の旅ができる（陸×船×島）



(3) せとうちインランドシークルーズの定義



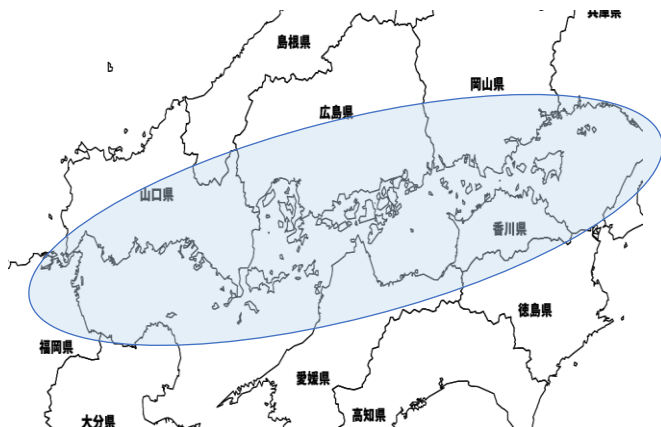
せとうちインランドシークルーズの定義

一般的に「クルーズ」は宿泊設備を備えた船で、船そのものが主要な目的地であることと定義されているが、我々が推進するせとうちにおけるクルーズの定義は、宿泊を伴ったものに限らず、「**観光客が乗船する観光目的で瀬戸内海を航行する船**」とする

【対象とする船舶】

【対象地域】

瀬戸内海のうち山口県、広島県、岡山県、兵庫県、愛媛県、香川県、徳島県の海域である

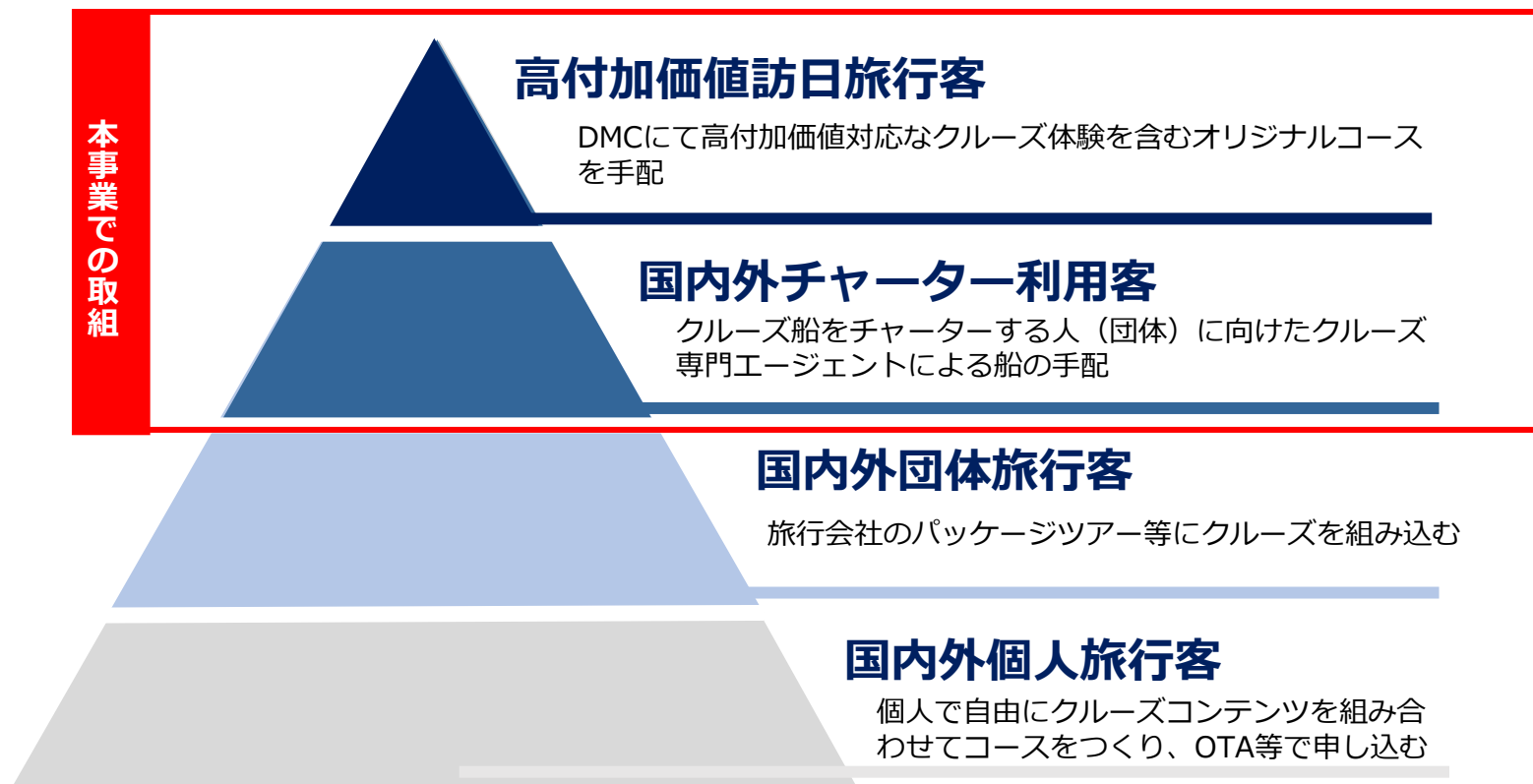


国内外	船の種類	旅客船の種類	瀬戸内エリアのクルーズ船の種類		
外航船	旅客船	クルーズ船	小型クルーズ船	ブティック船	その他 (50人未満)
	非旅客船	スーパーヨット			
内航船	旅客船	クルーズ船	小型クルーズ船	スモールラグジュアリー船	
		レストラン船	ディナークルーズ	ランチクルーズ	アフタヌーンティークルーズ
		観光周遊船	周遊船	遊覧船	ナイトクルーズ
	非旅客船	小型チャーター船	サロンシップ	クルーザー	水上タクシー

(4) 基本方針



- 「せとうちインランドシークルーズ」という新たなジャンルのクルーズの在り方を構築するため、せとうちの海と島及びクルーズの魅力を発信し、ウリとしての受入環境を港湾・船舶・観光の視点で整備する。
- クルーズ文化になじみのある欧米豪の訪日旅行客を優先的なターゲットとし、国内旅行客へのクルーズ機運を高めるものとする。
- 多島で複雑な多航路は、せとうちの特徴であることを強みとし、専門的なオリジナルなコース設計には付加価値をつけた料金設定とする。また、逆に複雑さをウリにした情報提供で世界的なクルーズマーケットと差別化を図る。



(5) せとうちクルーズ戦略の全体像



クルーズをせとうちの「アシ」ではなく「ウリ」として開発を強化

本事業での取組

●クルーズ誘致プロモーション

- ・欧州船社の3年前から企画準備、2年前から販売開始のスケジュールに対応
- ・地域一体となったセールス体制づくり
(※本事業ではスーパーヨットの誘致に限る)

●既存クルーズのプロモーション

- ・海外エージェント、国内DMC、旅行会社へのネットワークづくりに加え、B2Cへのプロモーション等実施

●周遊クルーズの開発・造船

- ・レストラン船、周遊船の造船
- ・水上タクシーの造船
- ・デザイン性等観光に特化した船の開発・造船

●寄港地エクスカージョンの造成

- ・クルーズの寄港地としての魅力ある商品造成
- ・地域住民や漁業関係者との合意形成

本事業での取組

●港湾インフラ整備

- ・圧倒的に観光港としての機能不足であり、レストラン・カフェなどの賑わいが必要
- ・みなとPPPなど民営化などの活用
- ・外国語表記、キャッシュレス対応等の整備
- ・クルーズツーリズムに連動した港周辺の観光開発

●クルーズツーリズム産業の仕組みづくり

- ・クルーズツーリズム産業の役割の明確化、旅行会社との集客連携
- ・地域にお金が落ちる仕組みづくり
- ・港からの二次交通の連動と整備

●瀬戸内海航行規制・ルールの可視化と共有

- ・船社にとってわかりやすい情報発信と、一元化した窓口の検討

●環境保全の取組

- ・海やほかの産業への影響を配慮
- ・開発と同時に懸念される事項についての取組

クルーズ
(外航船) 誘致

周遊クルーズ
(内航船) の活性化

寄港地づくり

クルーズツーリズムの体制整備

(6) 具体的施策①／せとうち周遊クルーズ（内航船）の開発・造船



- クルーズ観光を通して瀬戸内海の多島美や島々の文化の体験を提供するため、①クルーズ船（宿泊型）、②レストラン船、③観光周遊船、④水上タクシー等を建造・改修して、せとうちエリアのクルーズ文化を醸成する。

【既存の主なクルーズ船】



宿泊型のラグジュアリー船



広島周辺の瀬戸内海を周遊する
観光クルーズ船



神戸港発着のレストランクルーズ



鳴門の渦潮遊覧船

【クルーズ船建造・改修までの流れ】

●船舶造船プロジェクト委員会の開催

内航船の新規造船計画策定にあたり関係企業・団体を選定し、委員会を開催。船のサイズや機能、隻数、ターゲット、運航ルート、販売計画、投資計画について協議を重ねる。

●周遊クルーズの実証実験

新規造船計画のためのテストマーケティングとして、同様の船舶ではないものの、既存船舶を活用してせとうちの周遊クルーズに関するニーズや企画の方向性などの実証をおこなう。

●開発スキーム及びクルーズ船設計

クルーズ船の所有者と運航者を分けてリスクを分散するスキームを採用予定。クルーズ船の所有に際しては、リース（オペレーティングリース・ファイナンスリース）や共同所有（複数社で共同出資）、SPCスキームなど検討する。

(6) 具体的施策②／クルーズ専門エージェント機能の整備



【目的】

せとうちエリアを訪れる観光客がクルーズや船旅の情報に簡単にアクセスできる環境を整える。また、各種海上交通の手配がスムーズにでき、瀬戸内海の海を便利に楽しめるようにするため、クルーズ専門エージェント機能を整備する

【対象とする船舶】

外航船に関する取扱いエージェントや仕組みは既に構築されているため、観光周遊船からレストラン船のクルーズ、小型チャーター船まで、多彩な内航船商品を提供する。
(貸切の小型チャーター船は既に専門DMCも存在するため、連携を図るものとする)

国内外	船の種類	旅客船の種類	瀬戸内エリアのクルーズ船の種類		
外航船	旅客船	クルーズ船	小型クルーズ船	ブティック船	その他 (50人未満)
	非旅客船	スーパーヨット			
内航船	旅客船	クルーズ船	小型クルーズ船	スモールラグジュアリー船	
		レストラン船	ディナークルーズ	ランチクルーズ	アフタヌーンティークルーズ
		観光周遊船	周遊船	遊覧船	ナイトクルーズ
	非旅客船	小型チャーター船	サロンシップ	クルーザー	水上タクシー

【クルーズ専門エージェントの機能】

●国内外へのプロモーション活動

在京の国内外発着の大型クルーズを専門としたエージェントとは異なり、せとうちエリアに特化した内航船クルーズ商品を取扱う。
海外エージェント、国内DMC、旅行会社へのネットワークづくりに加え、B2Cへのプロモーションも実施する。

●クルーズ商品開発

島々を巡るアイランドホッピングや瀬戸内海を楽しみながら食事をするレストラン船などせとうちエリアならではの商品を企画する。

●旅客船の手配

各運航会社と連携しコース調整、桟橋利用などの手配を行う

●小型チャーター船の手配

プレジャーボートなどの小型船のチャーターや海上タクシーの手配がスムーズにできるように、せとうちエリアの運航事業者を一括で取りまとめ、協議会の設置及び予約や情報提供を行うプラットフォームの開設などを検討。
せとうちエリアはプレジャーボートの登録数が全国的にも多く、遊休船の活用を推進する。

(6) 具体的施策③／SY誘致活動と神戸港湾開発との連携



商談会出展

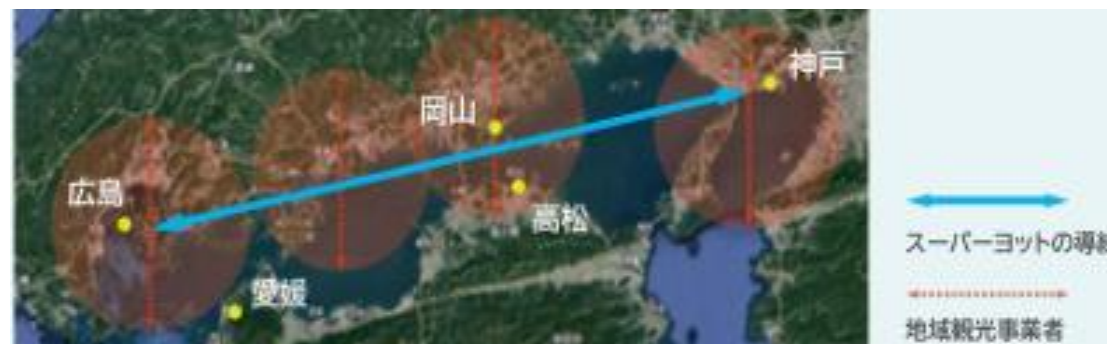
年2回程度海外のヨットショー等の商談会へ出展し、SY誘致活動を実施する

※2025年度は、オーストラリア、モナコに出展し高付加価値旅行者のせとうちエリアへの誘客を促進。



神戸港におけるマリーナ等の整備・運営事業

2024年12月には、神戸港におけるマリーナ等の整備・運営事業において、SBCが参画、STAが協力する企画を提案した共同企業体が優先交渉権者に決定した。今後、都市ブランド価値を高め、賑わい創出を生み出すスーパーヨットを中心としたマリーナ整備を進める。
また、環境整備とあわせて、神戸港を起点に瀬戸内クルージングネットワークの実現を目指す。



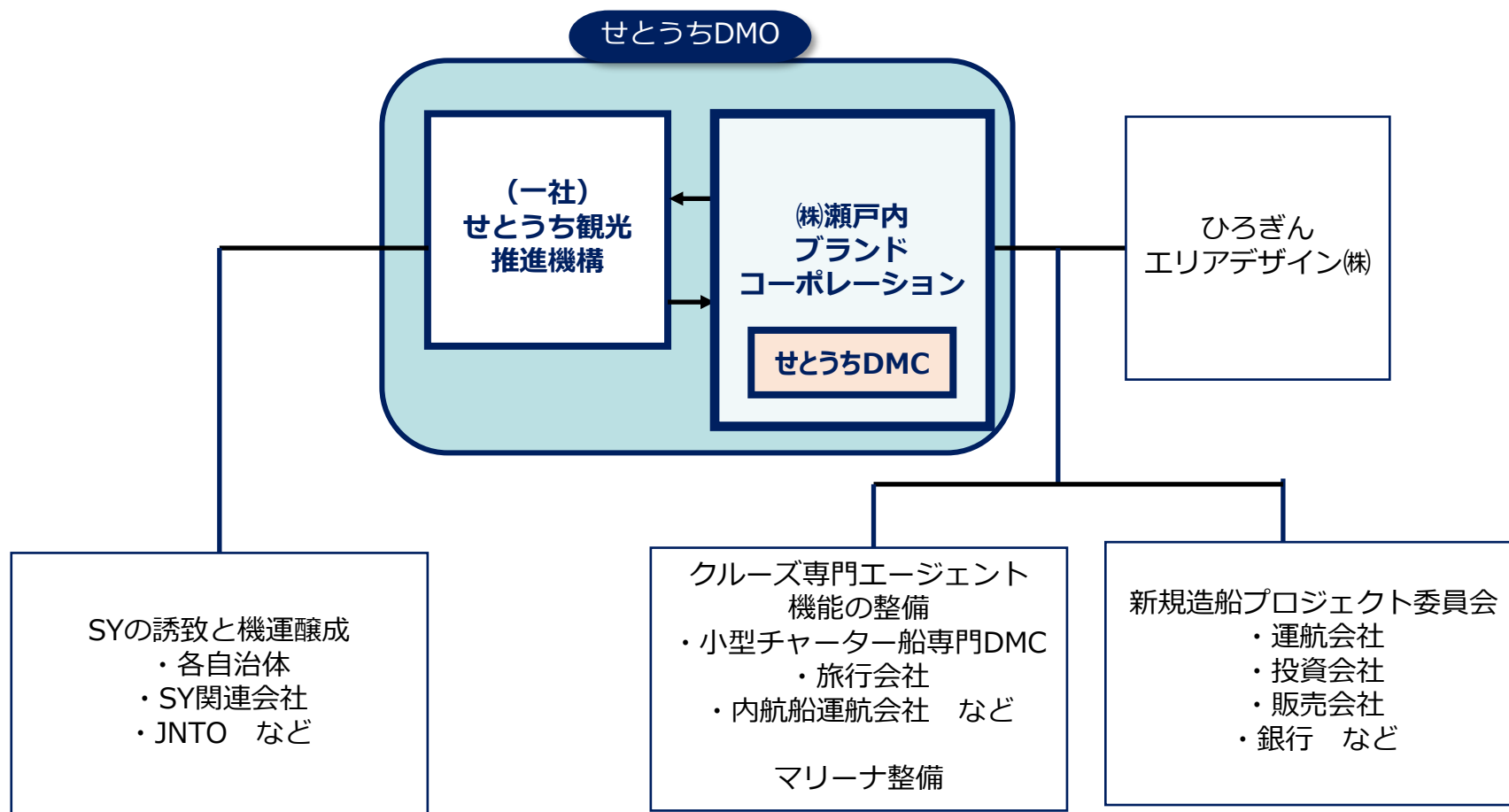
SY誘致機運醸成活動

せとうちエリアへのスーパーヨット誘致の機運を醸成するため、県や港湾各局を主な対象とした試乗会や勉強会を今後も開催予定。
また、SYが寄港できる港湾整備等についても情報提供等の働きかけを行う。

アジアパシフィックSYサミット誘致活動

毎年開催されている「アジアパシフィックSYサミット」の2027年度開催地として、神戸に誘致する活動を実施する

(7) 実施体制



(8) ロードマップ



実施内容	R7年度（2025年度）	R8年度（2026年度）	R9年度（2027年度）
	実証実験	事業化	事業拡大
せとうち周遊クルーズ（内航船）の 開発・造船	委員会の開催 実証実験 新造船計画作成	(造船)	新造船完成
クルーズ専門エージェント機能の整備	事業者ヒアリング スキームづくり 事業計画作成 専門エージェ ント開設	プロモーション活動（海外商談会含む） 旅客船・小型チャーター船の手配 クルーズ商品開発	海外商談会等出展
SY誘致活動と神戸港湾開発との連携	豪：商談会出展 モナコ：商談会出展 アジアパシフィックSYサミット誘致活動	※商談会年2回程度継続的に出展	神戸港開発完成
その他 ①寄港地エクスカーション造成		港町や島のコンテンツ造成	FAMツアー組込み、プロモーション
その他 ②港の賑わいづくり	各自治体と連携した港開発への取組み準備	各自治体の港周辺の開発計画作成	各自治体の港周辺の開発計画作成

Asia-Pacific Superyacht Summit 2026の誘致成功

5月7日～8日に、Asia-Pacific Superyacht Summit が初めて日本（兵庫県神戸市）で開催された。

1日目午前には日本セッションが設けられ、DMOが調整を行った8名の方々が、せとうち地域の魅力について紹介された。

また、サミット終了後には次年度開催地に関する会場アンケートが行われ、その結果、日本がトップとなった。これにより、2年連続での神戸開催への期待が高まっている。なお、最終的な開催地については、今後主催者により検討される。

【開催概要】

日 時：2026年5月7日～8日

場 所：ラ・スイート神戸オーシャンズガーデン

主 催：Superyacht times

参加者：世界各地より191名

直接的な旅行消費額（推計）：約5400万円

【DMOが調整した登壇者】

- ・一般社団法人淡路島観光協会 代表理事 / 株式会社ホテルニューアワジ 代表取締役 木下 学 氏
- ・Yacht Zoo Nigel Beatty 氏
- ・株式会社パソナグループ 取締役副社長執行役員 南部 真希也 氏
- ・神戸市 港湾局 ウォーターフロント再開発部長 白波瀬 浩司 氏
- ・新西宮ヨットハーバー株式会社 代表取締役社長 種池 寛 氏
- ・株式会社クリエーション 代表取締役 新谷 幸雄 氏
- ・環境省 中国四国地方環境事所長 坂口 芳輝 氏
- ・香川県 交流推進部長 西尾 徹 氏

