

東京におけるナイトクルーズの集客戦略と存立形態

—東京湾納涼船における若者の利用特性—

太田 慧*・杉本興運*・上原 明**・池田真利子***

飯塚 遼****・磯野 巧*****・小池拓矢*****

*首都大学東京都環境学部, **首都大学東京大学院都市環境科学研究科,

日本学術振興会特別研究員PD, 東京学芸大学, *秀明大学観光ビジネス学部,

*****三重大学教育学部, *****むつ市企画部ジオパーク推進課

近年、日本におけるクルーズ需要は高まっており、都市におけるナイトクルーズも都市観光におけるナイトライフの充実を図るうえで重要な観光アトラクションとなっている。本研究は、東京におけるナイトクルーズの一つとして東京湾納涼船をとりあげ、東京湾納涼船の歴史と運航システムを整理し、東京湾納涼船の集客戦略と若者の利用特性を明らかにした。1990年代以降の東京湾納涼船の乗船客数の減少に対して、2000年以降に若者をターゲットとした集客戦略の転換が図られ、ゆかたを着た乗船客への割引や若者向けの船内コンテンツが導入された。その結果、2014年以降の年間乗船客数は14万人を超えるまでに増加した。乗船客へのアンケート調査の結果、東京湾納涼船は大学生を中心とした若者にとって金銭的にも心理的にも乗船する際の障壁が低いことが明らかになった。つまり、安価で手軽に利用できる東京湾納涼船は学生を含む若者にナイトクルーズ利用の機会を増やしている。

キーワード：東京湾、ナイトクルーズ、若者、集客戦略

I はじめに

1. 研究背景と目的

近年、日本におけるクルーズ需要は高まりをみせており、国内市場だけでなくインバウンドの一つの形態として注目されている。2016年の国土交通省の資料によれば、外航クルーズまたは内航クルーズを利用した日本人乗客数は4年連続で20万人を超えており、クルーズ船による訪日外国人旅客数は前年比の約2.7倍である111.6万人となっている。以上のように、観光需要の高まりに対応するように日本における大型客船を利用したクルーズのニーズは高まっており、船に乗る行為に対する需要は高まりつつあるといえる。しかし、日本におけるクルーズ利用の問題点は、日本のクルーズは高額であり、利用客が金銭的に余裕のある高齢者やリタイヤ層に偏っていることが指摘さ

れている(成実, 2015)。

クルーズには大型の船舶を利用したものや、小型の船舶で都市の河川を周遊するものなど、クルーズの目的に応じて船の種類や周遊時間も多様である。これらのクルーズのなかには、江戸時代から続く伝統的な屋形船¹⁾、工業地帯の夜景を船上から観賞する工場夜景クルーズや船を貸切って船上パーティーを行うものなど、都市の夜間において様々なナイトクルーズの形態がある。また、都市内の河川や港湾を結ぶ水上バスは、もともとは都市内交通が主要な役割であったが、現在は観光アトラクションとしての利用が主であり、夜間のイベントや貸切り運航などのナイトクルーズが展開されている(太田, 2014; Ota, 2014)。金ほか(2013)は、クルーズ船を運航形態によって港湾クルーズ(horbor cruise or bay cruise)、諸島クルーズ(island cruise)、パーティクルーズ

(party cruise), レストランクルーズ (restaurant cruise), 長距離クルーズ (leisure cruise), 外航クルーズ (ocean cruise) の6つに類型化している。以上の類型に従うと, 都市におけるナイトクルーズは, 港湾クルーズ, パーティクルーズ, レストランクルーズの特徴を持っているといえる。

ナイトクルーズは都市観光におけるアトラクションとして, 世界中の河川や港湾付近につくられた都市でみられ, レストランクルーズやパーティクルーズなどの交流の空間, 港湾クルーズなどの景色や夜景観賞の空間として利用されている (Law, 1993; Pearce, 1996)。また, 近年はナイトタイムエコノミーとして世界中の都市で夜間の観光活動が注目されている。一方日本の都市においては, 若者や外国人観光客の夜間の観光需要は満たされていない状況にある (木曾, 2017)。このような状況から, 都市におけるナイトクルーズは時間と料金に制約がある長距離クルーズや外航クルーズのような高齢者層やリタイヤ層の利用だけでなく, 若者にとっても一定の需要が見込まれると考えられる。

そこで本研究では, 東京におけるナイトクルーズの一つとして東京湾納涼船をとりあげ, 東京湾納涼船の歴史や客層について整理し, 東京湾納涼船の運航システムを明らかにする。さらに, 東京湾納涼船の若者の集客戦略と利用実態を把握することで, 東京湾納涼船の存立形態を明らかにすることを目的とする。本研究では, 文献調査や東京湾納涼船の運航会社である東海汽船株式会社への聞き取り調査から運行システムや東京湾納涼船の客層の変化を検討する。さらに, 乗船客に対してアンケート調査を実施することで, 東京湾納涼船の利用実態について明らかにするとともに, 特に若者の乗船客の利用特性について詳細に検討する。

2. 東京におけるナイトクルーズと東京湾納涼船の概要

東京湾納涼船は1950年7月25日に始まった60年以上の歴史のあるナイトクルーズである。初期の東京湾納涼船は東京港の月島埠頭から出港し, 羽田沖まで運航して再び月島埠頭に戻る航路であったが, その後現在と同様に東京港の竹芝埠頭発着に変更された。

東京湾納涼船は伊豆諸島方面への海運関連事業を運航する東海汽船によって運行されており, 2003年からは全長約120mの貨客船「さるびあ丸²⁾」一隻を利用して運航されている。開始当初から現在に至るまで, 東京から伊豆諸島方面の大型貨客船の竹芝埠頭への停泊時間を利用し, 東京湾を周遊する約2時間のナイトクルーズを展開しており, 2016年現在では1日当たり約1,500人が乗船している。

II 東京湾納涼船の歴史

1. 初期の東京湾納涼船

東京湾納涼船は1950年から続くナイトクルーズであるため, 初期の東京湾納涼船の様子を示す資料は多くない。しかし, 過去の新聞記事を読み解くことで, 夏のレジャーの一つとして紹介された過去の東京湾納涼船の様子を知ることができる。以下, 初期の東京湾納涼船の様子について, 新聞記事の記述をもとに考察していく。管見の限りでは, 新聞記事に東京湾納涼船が最初に登場したのは, 1957年8月9日の朝日新聞東京版の広告である。この広告は東京湾納涼船の船上での将棋教室の参加者を募るものとなっており, 当時から船上のコンテンツとして様々な取り組みが行われていたことが示されている。

1960年代には, 夏のレジャーとして新宿駅から登山に向かう行列とともに東京湾納涼船の賑わいについて紹介されている (1961年7月9日

読売新聞東京版)。これによれば、当時の乗船券は150円で、「アベックや家族連れ約五百人が上甲板につくられたホールでダンスをしたり食事をしたり楽しいひとときを過ごしていた」ことが紹介されており、当時の納涼船の客層や船内コンテンツを知ることができる。さらに、1968年6月18日朝日新聞東京版によると、伊豆七島の民宿ブームによって東京湾納涼船や南房総方面への船が減便したと報じられている。これによれば、1967年夏の乗船客数は約14万人であり、「ロマンチックな船旅気分ひたれるとあって、家族連れやアベックに人気」と当時の東京湾納涼船の様子が紹介されている。つまり、1950～1960年代までの東京湾納涼船は、家族連れや恋人同士が主要な客層となっており、東京湾という都市に隣接する身近な海を利用したナイトクルーズとして親しまれていたことが示されている。

2. 東京湾納涼船の客層の変化

一方、1970年代になると東京湾納涼船を取り上げた新聞記事の内容に変化がみられるようになった。1978年8月1日朝日新聞東京版によれば、東京湾納涼船の様子について「夏休みも十分に取れない働きバチたちの、せめてもの憂さ晴らしの場所」、「庶民の一夜だけの「船出の夢」」として紹介されており、東京湾納涼船の主要な客層がサラリーマンであったことが示されている³⁾。つまり、1950～1960年代の東京湾納涼船の主要な客層は家族連れや恋人同士の利用が主だったが、1970年代になると会社員の宴会の場としての性格が強くなった。以上のことから、東京湾納涼船の客層は時代とともに変化していったことがうかがえる。

このような会社員を中心とした客層の傾向は以降も続き、1990年代の船内では落語や手品、サンバなどの40～50歳代向けのコンテンツが提供されていた。また、1990年代の初めには、東京

臨海部の再開発の一環として竹芝埠頭周辺地域の再開発が行われ、埠頭周辺にホテルや若者向けのショッピングビルなどの余暇・レクリエーション空間が展開されるようになった(太田, 2015)。このような1990年代以降に東京臨海部に出現したさまざまな観光スポットは、若者の関心を引き付けるようになっていった。以上のように、40～50歳代の向けのコンテンツの提供や、東京臨海部の状況の変化によって、東京湾納涼船の若者の乗船客数が減少し、1990年代における乗船客数全体の低迷の一因となったと考えられる。

III 東京湾納涼船の航路と運航システム

1. 東京湾納涼船の航路と船内の特徴

図1は東京湾納涼船の航路を示したものである。東京湾納涼船は竹芝埠頭を出港した後進路を南にとり、まもなくレインボーブリッジの下を通



図1 東京湾納涼船の航路

(東海汽船資料により作成)

過する。この際、船内放送の合図で乗船客は乾杯をすることになる。レインボーブリッジ通過後は左舷にお台場の夜景を眺め、右舷に大井コンテナ埠頭のクレーン群が立ち並ぶ景色を眺めることができる。さらに南に進むと羽田空港を離着陸する飛行機をかすめながら進路を北に向けて旋回し、遠方に東京ゲートブリッジをみながら竹芝埠頭に向かって戻る航路へ向かう。クルーズ中には、船のデッキから東京タワーや東京スカイツリーなどの海から離れた建築物の夜景も望むことができ、約2時間のクルーズで東京湾を中心とした東京の夜景を一望することができることが東京湾納涼船の航路の特徴となっている。

さらに、乗船料を支払えば船内での飲み物代は無料である点も東京湾納涼船の特徴である。船内では様々な種類の軽食が販売されており、東京湾の夜景を眺めながら飲食を行うことができる。また、利用プランによっては船内のレストランや個室やお座敷が利用でき、これらは定額での飲食が可能となっている。さらに、船内に設置されたス

テージでは様々なパフォーマンスが行われており、これらの船内コンテンツも東京湾納涼船の一つの特徴となっている。

2. 東京湾納涼船の運航システム

東京湾納涼船は伊豆諸島方面への大型貨客船のわずかな停泊時間を利用した特殊なクルーズであるため、運航システムも独特である。東京湾納涼船は大型の貨客船を利用することにより、一度に大量の乗船客を乗せることが可能となり、一人当たりの乗船料を抑えることが可能となっている。図2は東京湾納涼船の1日の運航スケジュールを示したものである。まず、17:00に竹芝埠頭の乗船窓口がオープンし、乗船客に対して乗船手続きが開始される。17:40には東京湾納涼船として利用されるさるびあ丸が伊豆諸島方面から竹芝埠頭に入港する。これと同時に、伊豆諸島から乗船した客の下船と積み荷のコンテナの荷揚げが行われる。これと並行して、さるびあ丸を東京湾納涼船として利用するための準備も行われ、クルーズ

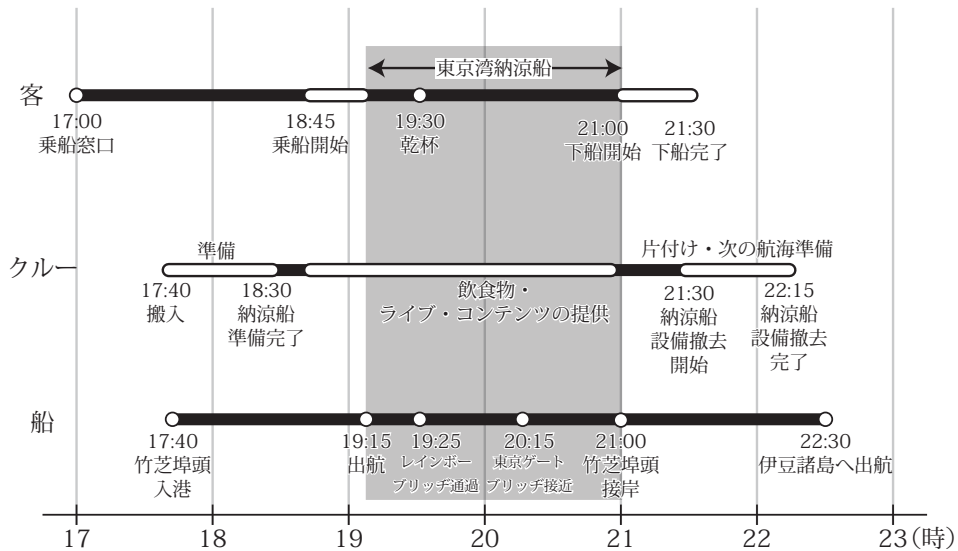


図2 東京湾納涼船の運航スケジュール

(東海汽船資料により作成)

中に提供される飲食物の搬入や船内コンテンツのためのステージの準備、船内の装飾、船の客室に納涼船の個室席として利用するためのテーブルの搬入・設置が行われる。東京湾納涼船のための準備はおおむね18:30には完了し、18:45には客の乗船が開始される。

さるびあ丸の船内では、19:15に竹芝埠頭を出港してから21:00に再び竹芝埠頭に戻るまでの約2時間の間に、飲食物の提供や船内のステージでのライブパフォーマンスが展開される。東京湾を周遊した後、21:00の竹芝埠頭の接岸とともに乗船客の下船が開始される。21:30から東京湾納涼船のためのステージや船内装飾、テーブルなどが撤去され、次の伊豆諸島へ向けた航海のための準備が行われる。以上のように、定期航路

の合間に運航される東京湾納涼船には、独自の運行システムが導入されている。

IV 東京湾納涼船の若者の集客戦略

1. 東京湾納涼船の集客戦略の転換

図3は1990年代以降の東京湾納涼船の乗船客数と年間の運航回数の推移を示している。これによれば、1990年代のピークである1990年には年間約82,000人であった乗船客数は徐々に減少していき、2000年には約45,000人にまで減少したことが示されている。このような状況に対して、東京湾納涼船の運航会社である東海汽船は乗船客数の回復、とりわけ若者の集客力を向上させるための戦略を展開するようになった。まず、2000年には、ゆかたを着用した女性客の乗船料を無料にす

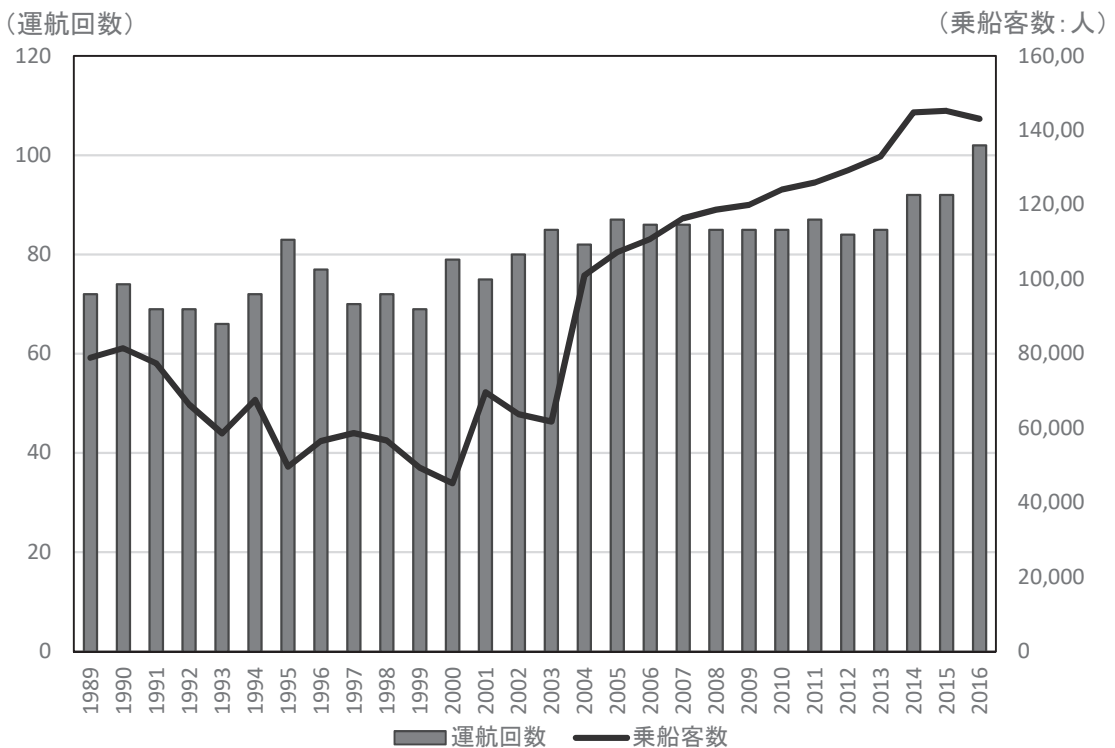


図3 東京湾納涼船の乗船客数と年間運行回数の推移図

(東海汽船資料により作成)

るキャンペーンを展開した。これと同時に、船内コンテンツとしてゆかた姿の女性が船内のステージでパフォーマンスを行う「ゆかたダンサーズ」が導入された。乗船料については、翌年の2001年からこれまでの男性3,700円と女性2,700円から男女ともに2,500円まで値下げされた(表1)。さらに、2001年からは男女ともゆかたを着用した乗船客に対する「ゆかた割引」が導入された。この「ゆかた割引」は2017年現在も継続して行われている割引キャンペーンとなっている。つまり、2000年以降はゆかたを東京湾納涼船の一つのアイコンとして位置づけることで、若者の利用が低迷した東京湾納涼船のイメージを転換し、若者の利用者を増加させること目指したのである。

さらに、もう一つの転機となったものは、2004

年の「ゆかたダンサーズ」出演者の公募オーディションの導入である。これまではダンス専門学校の学生によるパフォーマンスであったが、2004年以降はテレビ局関連の番組制作会社によってオーディションが行われるようになった。これにより、東京湾納涼船はさまざまなメディアから注目されるようになり、2017年は8人の募集に対して138人の応募があった。また、オーディションの経過やダンスレッスンの様子は随時WebサイトやSNSで発信されており、これらの情報が「ゆかたダンサーズ」のみならず東京湾納涼船への若者の関心を惹きつけるようになった。以上のような取り組みによって、2003年には年間約62,000人であった乗船客数が2004年には約101,000人を超えるようになり、以降の年間乗船客数は増加傾向に

表1 東京湾納涼船の運賃と船内コンテンツの変化

西暦	運航終了日※1		運賃(男)	運賃(女)	料金関連	船内コンテンツ
1989	9月9日	(土)	3700	3700		
1990	9月8日	(土)	〃	〃		
1991	9月7日	(土)	〃	〃		
1992	9月5日	(土)	〃	〃	学生料金導入	
1993	9月4日	(土)	3800	3800		
1994	9月10日	(土)	〃	〃		
1995	9月10日	(日)	〃	〃		
1996	9月8日	(日)	3700	2700	男女別料金設定	パパロア楽団 カリビアンナイト サンバナイト
1997	9月7日	(日)	〃	〃		
1998	9月6日	(日)	〃	〃		
1999	9月5日	(日)	〃	〃	ゆかた女性無料 ゆかた割引導入	ゆかたダンサーズ導入
2000	9月16日	(土)	〃	〃		
2001	9月14日	(金)	2500	2500		
2002	9月19日	(木)	〃	〃		
2003	9月23日	(火)	〃	〃		
2004	9月20日	(月)	〃	〃		ゆかたダンサーズ公募オーディション導入
2005	9月25日	(日)	〃	〃		
2006	9月24日	(日)	〃	〃		
2007	9月24日	(月)	〃	〃		
2008	9月23日	(火)	〃	〃		
2009	9月23日	(水)	〃	〃		
2010	9月23日	(木)	〃	〃		
2011	9月25日	(日)	〃	〃		
2012	9月23日	(日)	〃	〃		
2013	9月23日	(月)	〃	〃	ネット割引導入	
2014※2	9月30日	(火)	2600	2600		
2015	9月30日	(水)	〃	〃		
2016	10月10日	(月)	〃	〃	9月19日から平日秋割引	海賊、迷彩服1600円キャンペーン

※1 7月1日運航開始(1990年のみ6月30日運航開始)

※2 2014年以降は中高生1050円, 小学生550円

(東海汽船資料により作成)

ある。

また、同時期にクルーズを盛り上げる船内テレビ番組が放送されるようになり、プロのラジオパーソナリティによる「クルージングナビゲーター」とそれをアシストする「キャンパスDJ」が募集されるようになった。「キャンパスDJ」には大学や短期大学の放送研究会・アナウンス研究会に所属するアナウンサーを目指す学生が参加し、船内放送によって東京湾納涼船を盛り上げる役割を果たしている。船内テレビ番組では、「キャンパスDJ」によってイベントや船内各所の中継レポート、イベントの前説などが行われる。なお、「キャンパスDJ」についてもオーディションが実施されている。「キャンパスDJ」の男性はアロハシャツ、女性はゆかたを着用する決まりになっており、船内の雰囲気づくりに配慮されている。

2. 東京湾納涼船の発展

さらに、表1に示すように、東京湾納涼船の運航期間は年々変化している。東京湾納涼船は毎年7月1日⁴⁾から運航され、1990年代は9月の第1週目ないし第2週目の週末まで運航されていた。2000年以降になると、9月の中旬まで運航期間が延長され、2014年以降は9月の下旬、2016年は10月上旬まで運航されるようになった。運航期間の延長に伴い、東京湾納涼船の年間運航回数も年々増加している。なお、「ゆかた割引」のほかにもインターネットでの予約による「ネット割引」、9月の平日限定の割引である「平日秋割引」が導入され、乗船料に対する様々な割引が実施されている。また、2014年の9月の下旬からは、「ハロウィンウィーク」として客に海賊などの仮装を促すキャンペーンも実施された。以上のように、2000年代から東京湾納涼船は若者を呼び込むための割引や船内コンテンツなどの戦略を次々と展開し、乗船客数の増加につながっている。

また、2013年には「ゆかたの街 浜松町・大門」として、東京湾納涼船が発着する竹芝埠頭周辺の商店でゆかた客に対して割引があるキャンペーンや、竹芝埠頭周辺のショッピングビルで東京湾納涼船乗船客の限定メニューが考案されるなどの竹芝埠頭周辺での地域受容基盤も整備されつつある。さらに、2017年には下船後にバスで東京タワーまで送迎するサービスが開始されるなど、下船後の客を竹芝埠頭周辺やその近隣の地域に滞在させるための様々な取り組みが行われている。

V 東京湾納涼船と若者の利用実態

1. 東京湾納涼船乗船客の属性

以下、2017年8月2日（水）に筆者らが実施したアンケート調査に基づいて、東京湾納涼船の乗船客の年齢や職業などの属性、納涼船の利用動機を把握し、東京湾納涼船の利用実態を検討する。アンケート調査では、竹芝旅客ターミナルで乗船を待つ無作為に選択した東京湾納涼船の乗船客にアンケート調査票を配布し、117人から回答を得た。回答者の性別は男性が35.0%、女性が61.5%、無回答が3.4%となっていた。図4は東京湾納涼船の乗船客数の年齢と職業を示したものである。これによれば、回答者の87.2%に該当する102人が18～35歳未満の若者となっており、東京湾納涼船が若者の支持を集めていることが示されている。職業については、大学生が50.4%、大学院生が4.3%、専門学校生が0.9%、会社員が39.3%、無職が1.7%、無回答が2.6%となっており、大学生と大学院生で回答者の半数以上が占められていた。

図5は東京湾納涼船の乗船客の居住地を職業別に示したものである。これによれば、会社員と比較して学生（大学生、大学院生、専門学校生も含む）の居住地は多摩地域を含むと東京西部から神奈川県北部まで広がっていることがわかる。こ

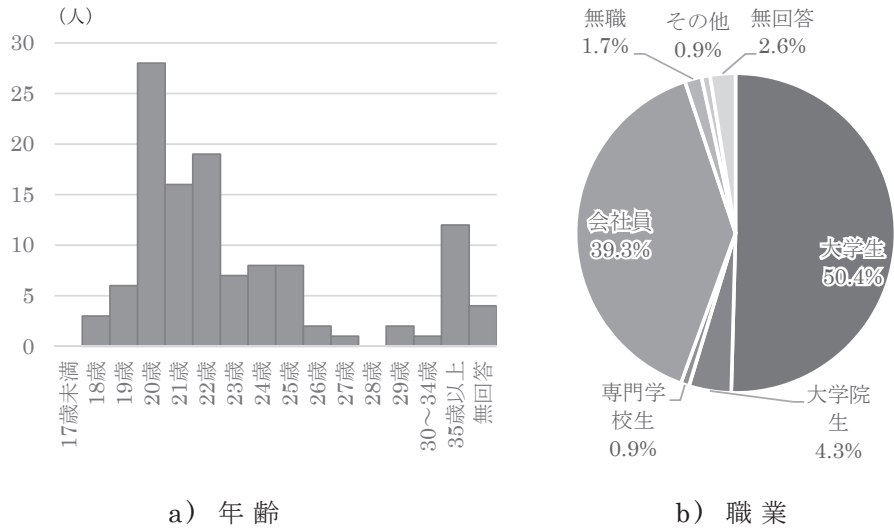


図4 回答者の年齢と職業

(アンケート調査により作成)

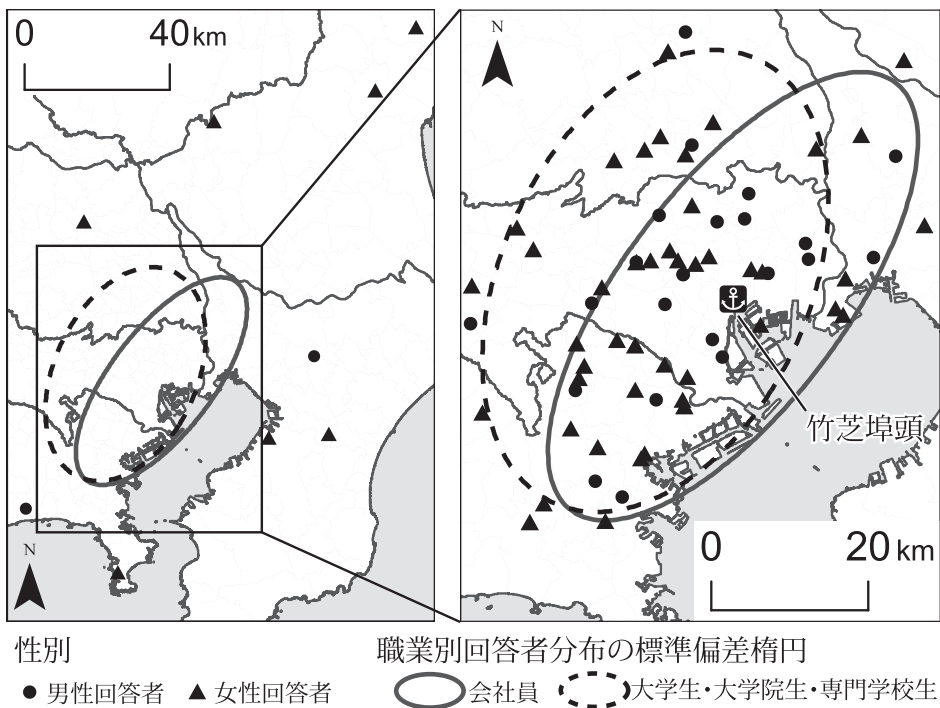


図5 東京湾納涼船乗船客の居住地

(アンケート調査により作成)

のことは、多摩地域に多くの大学が立地していることが関連している。「自宅から直接きた」乗船客は、学生は65.6%、会社員51.1%であった。つまり、会社員の乗船客のうち約半数は平日の休みを利用して乗船しており、これは休日に会社の宴会として乗船するパターンである。

図6は東京湾納涼船さるびあ丸の見取り図と職業別の滞在予定エリアを示したものである。さるびあ丸はA～Fの6つのデッキと船の屋上であるトップテラスからなり、このうちFデッキを除く5つのデッキとトップテラスが東京湾納涼船として

利用される。トップテラスには小規模なステージ、Aデッキには大きなイベント用のステージとDJブース、およびフードコーナーが設置されている。「ゆかたダンサーズ」のパフォーマンスもAデッキのステージで行われるほか、アイドルグループのパフォーマンスや地方の観光地と連携したPRの場として利用されることもある。Bデッキの個室とEデッキのお座敷については、伊豆諸島方面への定期船運航時の客室に納涼船用の机を設置することで貸切プランとして利用される。また、Dデッキのリクライニングシート席の一部に

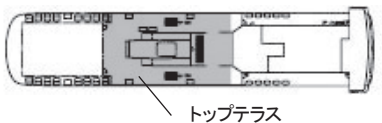
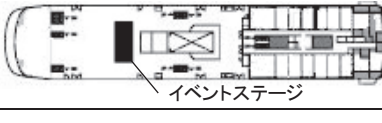
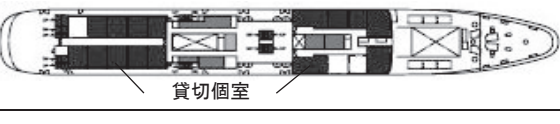
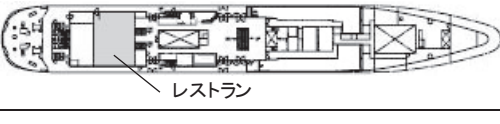
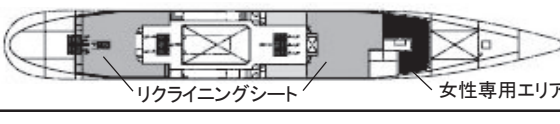

さるびあ丸見取り図		職業別滞在予定先エリア (複数回答可、学生N=65、 会社員N=39、その他N=3)	
トップテラス		学生 40件	61.5%
		会社員 15件	38.5%
		その他 2件	66.7%
Aデッキ		学生 14件	21.5%
		会社員 15件	38.5%
		その他 1件	33.3%
Bデッキ		学生 7件	10.8%
		会社員 9件	23.1%
		その他 0件	0.0%
Cデッキ		学生 1件	1.5%
		会社員 2件	5.1%
		その他 1件	33.3%
Dデッキ		学生 4件	6.2%
		会社員 0件	0.0%
		その他 0件	0.0%
Eデッキ		学生 9件	13.8%
		会社員 9件	23.1%
		その他 0件	0.0%

図6 さるびあ丸の見取り図と職業別の滞在予定エリア

(東海汽船資料、アンケート調査により作成)

は女性専用エリアが設けられている。図6右側はクルーズ中の滞在予定エリアを職業別に示したものである。これによれば、学生の61.5%は夜景を最も楽しむことができる船の屋上のトップテラスへの滞在予定として回答しており、会社員の回答も38.5%であった。これに対して、Bデッキの貸切個室、Cデッキのレストラン、Eデッキのお座敷などの貸切りのための予約を必要とするエリアでは学生の割合が低くなっていた。

2. 東京湾納涼船の利用動機

まず、東京湾納涼船の情報を集めるために利用した媒体としては、「友人の話」が63.8%、「その他Webサイト」が14.7%、「SNS」が13.8%であった。つまり、東京湾納涼船の乗船客の半数以上が友人の話やSNSなどの口コミを重視している実態が明らかになった。

図7-aは東京湾納涼船の乗船理由を学生と会社員に分けて示したものである。これによれば、学生と会社員ともに「船に乗ることを楽しむ」の64.6%と58.7%が最も多い。会社員は「お酒を飲む」についても「船に乗ることを楽しむ」と同率の58.7%で最多であった。また、乗船目的として「ゆかたを着る」をあげた回答者は学生では53.8%で2番目に大きな乗船理由であった。「夜景を楽しむ」については、学生と会社員ともに3番目の乗船理由となっていた。また、「写真を撮る」や「SNSで共有」といったフォトジェニック⁵⁾な項目に対しては、学生の回答者はそれぞれ41.5%と15.4%が回答していたのに対して、会社員では「写真を撮る」が28.3%にとどまった。反対に、乗船目的に「お酒を飲む」を挙げた回答者は、学生では5番目(35.4%)の理由であったのに対して、会社員では最も多い(58.7%)の乗船理由となっていた。つまり、会社員はお酒を飲む場所としての東京湾納涼船を重視しているのに対

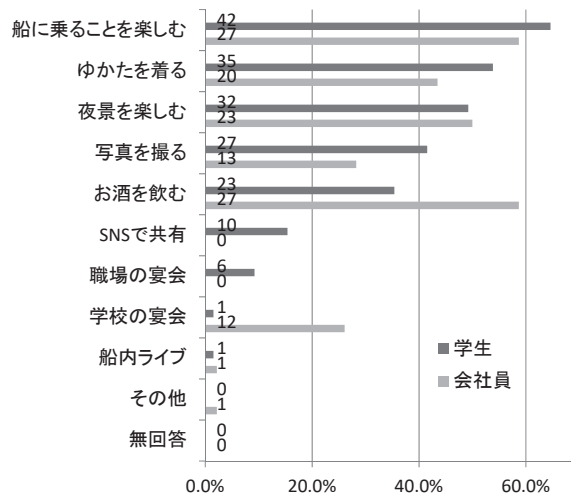
して、学生は写真撮影やSNSなどの共有体験をより重視していた。一方、船に乗ることや夜景などのナイトクルーズに特徴的な体験は、学生と会社員に関係なく重視されていた。

他のナイトライフと比較して東京湾納涼船を選んだ理由としては、学生では「値段が安い」が53.1%で最多であった(図7-b)。一方、会社員では「船に乗れる」と「ゆかたを着られる」がそれぞれ46.3%で最多であった。つまり、学生だけでなく会社員の乗船客もゆかたを着る非日常体験を重視していたことが示された。

3. 若者乗船客のレジャー特性

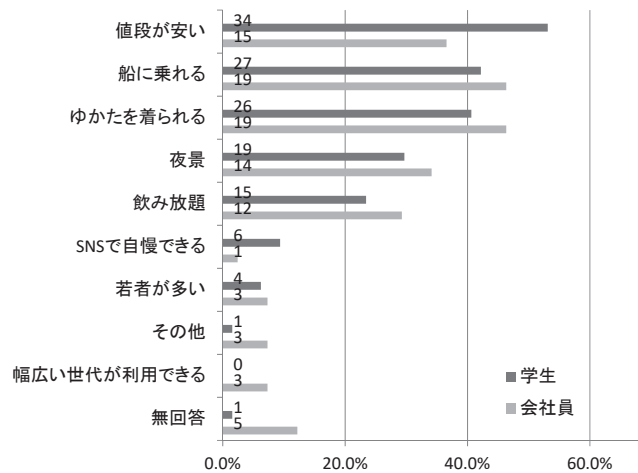
18～34歳までの若者⁶⁾の回答者の日常的なレジャー特性はどのようなものなのだろうか。以下、回答者のうち18～34歳に限定して東京湾納涼船の若者の利用実態を検討する。18～34歳までの回答者のうち、83.9%に該当する73件が「ゆかた割引」を利用しており、18～34歳までの女性の回答者のうちの89.7%の52件がゆかたを着用していた。図8-aは回答者の近年若者に人気のあるレジャー体験を示したものである。若者の回答者のうち、「制服ディズニー」と「ハロウィンコスプレ」の経験はそれぞれ34.5%と28.7%となっており、若者に人気のレジャー体験の中でも「変身」をとまなう体験の経験者は多い。藤本(2015)によれば、「制服ディズニー」や「水族館の浴衣割」は非日常体験ができる口実と「お得感」で人気を集めているとされている。つまり、若者の乗船客の多くはゆかたを着て「変身」することによる非日常の体験を重視しており、東京湾納涼船における「ゆかた割」はこうした若者の需要をとらえたものといえる。

図8-aに示したもののうち、「オクトーパーフェス」、「ナイトクラブ」、「リムジンパーティー」、「ナイトプール」、「ラン系イベント」、「ハロウイ



a) 東京湾納涼船の乗船理由

(複数回答可, 学生 N=65, 会社員 N=46)



b) 東京湾納涼船と他のナイトライフの比較

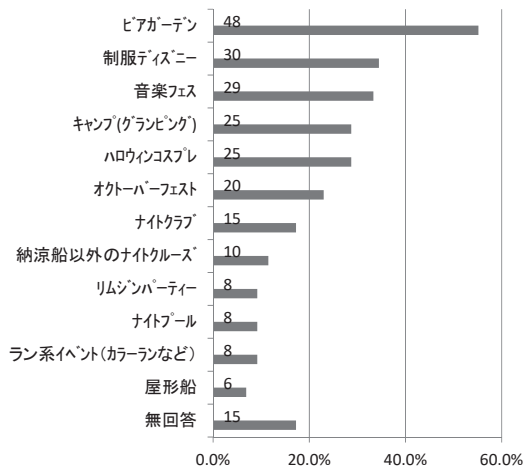
図7 東京湾納涼船の利用動機 (複数回答可, 学生 N=64, 会社員 N=41)

グラフ上の数値は実数

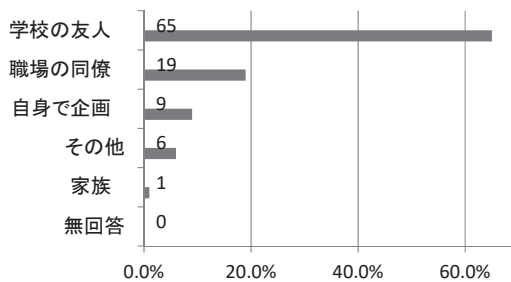
(アンケート調査により作成)

ンコスプレ」は原田 (2016) のあげていたパーティーピープル⁷⁾(以下, パリピ) が好むレジャー体験である。このうち, 「ナイトクラブ」利用したことがある回答者は17.2%にとどまり, 「リム

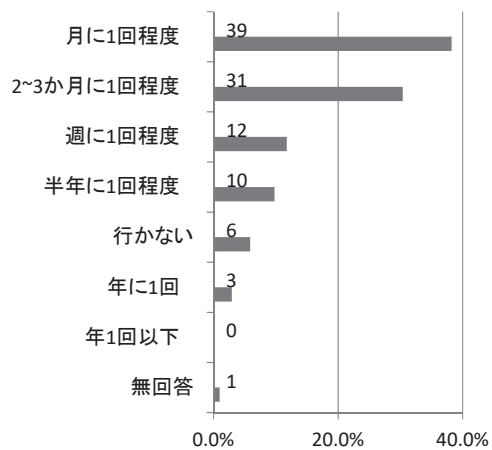
ジンパーティー」と「ナイトプール」の体験がある回答者はそれぞれ9.2%であった。つまり, 東京湾納涼船の乗船客の傾向としては, パリピが好むレジャー体験を経験している者は少数にとど



a) 若者特有の体験（複数回答可，N=87）



b) 乗船の企画者（N=100）



c) レジャー頻度（N=102）

図8 若者のレジャー体験

18～34歳までの回答者のみ集計，グラフ上の数値は実数
（アンケート調査により作成）

まった。なお、東京湾納涼船と同様のナイトクルーズである「屋形船」や「納涼船以外のナイトクルーズ」の体験がある回答者は6.9%と11.5%であった。

また、回答者の東京湾納涼船乗船のきっかけとしては、「学校の友人」が65.0%と最も多く、次いで「職場の同僚」が19.0%であった図8-b。これに対して、「自身で企画」した回答者は9.0%となっており、回答者の大半が誰かに誘われて乗船していたことになる。原田（2016）によれば、パリピは日常的にナイトクラブに通い、自身で旅行などを積極的に企画する存在として特徴づけられている。しかし、回答者のレジャー頻度の大半は月に1回程度や2～3か月程度に1回程度の頻度であった（図8-c）。これらをふまえると、東京湾納涼船の乗船客は原田（2016）のいうパリピの下位に位置づけられるサーピーやパンピー、つまり流行の追従者にも多く利用されていると考えられる。したがって、東京湾納涼船は大学生を中心とした若者にとって金銭的にも心理的にも乗船する障壁が低く、気軽に利用できるナイトライフとして定着しているといえる。

VI おわりに

日本におけるクルーズは、利用料金が高額であることと利用客が高齢者層に偏っていることに大きな特徴がある。これに対して、都市における港湾クルーズの一つである東京湾納涼船では、以下の2つの特徴が見出された。一つは東京湾納涼船の乗船料の安さと、もう一つは若者向けのコンテンツの充実である。伊豆諸島への大型貨客船の停泊時間を利用した東京湾納涼船は、独自の運行システムを確立することで短時間のうちに多数の乗客を乗船させることを可能にするとともに、一人あたりの乗船料の値下げにもつながっている。また、運航会社である東海汽船は2000年代以降に段階

的に乗船料を値下げするとともに、「ゆかた割引」などの割引キャンペーンを実施することでさらなる低料金化を図った。もう一つの特徴は、「ゆかたダンサーズ」をはじめとした若者向けのコンテンツを充実させることで、東京湾納涼船の客層の転換が行われたことである。このことは、学生を中心とした若者に対して大きな利用動機となっていた。

以上のような運航会社の集客戦略による若者向けのコンテンツとともに、東京湾納涼船の利用動機には船に乗ることそのものを楽しむことや東京湾の夜景を楽しむことも重要な乗船理由となっていた。この傾向は、学生や会社員の双方でみられ、東京におけるナイトクルーズに対して一定の需要があることが示された。また、東京湾納涼船は他のナイトライフと比べて、金銭的にも心理的にも乗船する障壁が低い。つまり、若者にとって東京湾納涼船はナイトクルーズ利用の一つのきっかけになるとともに、東京湾納涼船の乗船を契機としてナイトクラブをはじめとした他のナイトライフへの入り口となりうる。

謝辞

聞き取り調査の際に丁寧にご対応していただいた東海汽船株式会社広報の柳場様と内山様の両氏に謝意を申し上げます。また、アンケート調査に協力していただいた東京湾納涼船の乗船客の皆様、首都大学東京都市環境科学部の学生の皆様に謝意を申し上げます。なお、本研究は日本観光研究学会研究分科会「若者の観光行動と地域受容基盤に関する研究」の助成を受けて実施したものである。また、本研究の骨子は2017年7月の地理空間学会シンポジウム「大都市における若者の観光・レジャーの行動と空間」で発表した。

注

- 1) 屋形船は和船を用いており、一般的にイメージされるクルーズ船とは外観が異なるが、海外の旅行ガイドLonely Planet Travel Guide（2017）では、

昼夜に運行される屋形船はday and night cruiseとして紹介されている。これに従い、本研究でも夜間に運行される屋形船もナイトクルーズの一つとして扱う。

- 2) イカロス出版 (2014) による。
- 3) これとは反対に、東京湾納涼船が発着する竹芝埠頭からは「離島に向かう若者の姿が目立つ」としており、東京湾納涼船の客層と離島に向かう若者を対比させながら紹介されている。つまり、1970年代の東京湾納涼船は、伊豆諸島にレジャーに向かう若者達と対照的な存在として取り上げられており、東京湾納涼船はサラリーマン達の悲哀を象徴する存在として新聞記事に描かれている。
- 4) 1990年のみ6月30日から運航が開始された。
- 5) 写真に撮った時に絵になるか、真新しさがあるかというという要素 (藤本, 2015)
- 6) 杉本 (2017) では、基準が異なる厚生労働省、内閣府、観光庁の各定義に共通する若者の年齢幅を基準として、15～34歳を若者とみなしている。なお、本研究の調査では15～17歳の回答者は存在しなかったため、18～34歳の回答者を若者とした。
- 7) 原田 (2016) によれば、海外セレブや国内の一部で流行っているものをいち早く見つけ出す嗅覚を持ち、それを自分のものにしてマスに対して伝導する役割をもつ存在とされている。

文 献

- 朝日新聞東京版 (1957) : 「朝日将棋教室 夜の東京湾納涼船で」, 1957年8月9日.
- 朝日新聞東京版 (1968) : 「減る東京湾納涼船」, 1968年6月18日.
- 朝日新聞東京版 (1978) : 「うさ晴らし 東京湾の夜」, 1978年8月1日.
- イカロス出版 (2014) : 『にっぽんの楽しい船旅2014-2015 特集 東海汽船』イカロス出版.
- 太田 慧 (2014) : 東京ウォーターフロントにおける水上バス航路の変遷と運航船舶の多様化. 観光科学研究, 7, 37-44.
- 太田 慧 (2015) : 東京臨海部における港湾再開発と土地利用変化の特性 - 東京都港区海岸地区を事例に. 地学雑誌, 124, 525-544.
- 木曾 崇 (2017) : 『「夜遊び」の経済学 世界が目にする「ナイトタイムエコノミー」』光文社新書.
- 金 戊丁 (2013) : 東北アジアクルーズ市場と都市観光の活性化 - 日本の福岡と韓国の済州道. 東アジア研究, 第13・14合併号, 1-29.
- 国土交通省 (2016) : 2015年の我が国港湾へのルーズ船の寄港回数及び訪日クルーズ旅客数について (確報).
- 杉本興運 (2017) : 東京大都市圏における若者の日帰り観光・レジャーの時間的・空間的特性 - 大規模人流データによる分析 -. 地理空間, 10, 51-66.
- 原田曜平 (2016) : 『パリピ経済 パーティーピープルが市場を動かす』新潮新書.
- 藤本耕平 (2015) : 『つくし世代 「新しい若者」の価値観を読む』光文社新書.
- 成実信吾 (2015) : 日本と米国のクルーズに関する論文の論旨整理と分類. 日本国際観光学会論文集, 22, 195-200.
- 読売新聞東京版 (1961) : 「駅の外まで行列 新宿は夜行登山組ワンサ」, 1961年7月9日.
- Law, C. M. (1993) : *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, Mansell, London.
- Milner, R., Bartlett, R., Bender, A., McLachlan, C. and Morgan, K. (2017) : *Japan 15 (Lonely Planet Travel Guide)* .
- Ota, K. (2014) : Changing waterbus routes and increasingly diverse boat designs in the Tokyo Rinkai (Waterfront) Area. *European Journal of Geography*, 5, 47-55.
- Pearce, D. (1996) *Tourism Today: A Geographical Analysis Second Edition*, Longman.

**A study on the attraction strategy and operation of night cruise in Tokyo:
the trend of youth utilization in *Tokyo-wan-noryosen***

OTA Kei*, SUGIMOTO Koun*, UEHARA Akira**, IKEDA Mariko***, IIZUKA Ryo****,
ISONO Takumi***** and KOIKE Takuya*****

*Faculty of Urban Environmental Sciences, Tokyo Metropolitan University,

**Graduate School of Urban Environmental Sciences, Tokyo Metropolitan University,

***JSPS Research Fellow, Tokyo Gakugei University,

****Faculty of Tourism and Business Management, Shumei University,

*****Faculty of Education, Mie University,

*****Geopark Promotion Division of Planning Department, Mutsu-city Government

Keywords: Tokyo bay, night cruise, youth, strategies related to attracting tourists