

令和 7 年クルーズ船の経済効果調査結果について

1 調査の目的

鹿児島港に寄港するクルーズ船乗客の行動、消費額等を調査・分析することにより、県の観光施策の立案に活かし、クルーズ船寄港による経済効果の県内各地への波及や拡大に繋げることを目的とする。

○ 把握する主な内容

- ・ クルーズ船乗客が、寄港に際してどういったものをどの程度消費しているのか。
- ・ クルーズ船乗客が、本県の何に満足して、何を不満に感じているのか。

2 調査概要

○ 調査時期

多くのクルーズ船が寄港する秋を中心に実施（令和 7 年 9 月～12 月）

○ 対象港

多くのクルーズ船が寄港する鹿児島港（令和 7 年の寄港回数 129 回）

○ 対象クルーズ船

クルーズ船のクラス別のデータ及び様々な国・地域別の乗客のデータが収集できるよう船の発着地などの情報をもとに（同時期の鹿児島港の寄港回数 36 回のうち）20 隻を選定

クルーズ船のクラス別

ラグジュアリー船（L）：4 回、プレミアム船（P）：7 回、カジュアル船（C）：9 回

発着地（想定される乗客の主な国・地域）

日本発着 LC（日本）：4 回、中国・香港発着 C（中国・欧米）：4 回、台湾発着 C（台湾）：2 回

欧米発着 LP（欧米）：5 回、日本発着欧米船 P（欧米）：3 回、日本発着欧米船 P（日本・欧米）：2 回

○ 調査方法

鹿児島での観光終了後、乗船前に多言語のアンケート調査を実施

○ 回答数

日本やアジア、欧米など 23 の国・地域の乗客計 1,115 人から回答を得た

3 調査項目

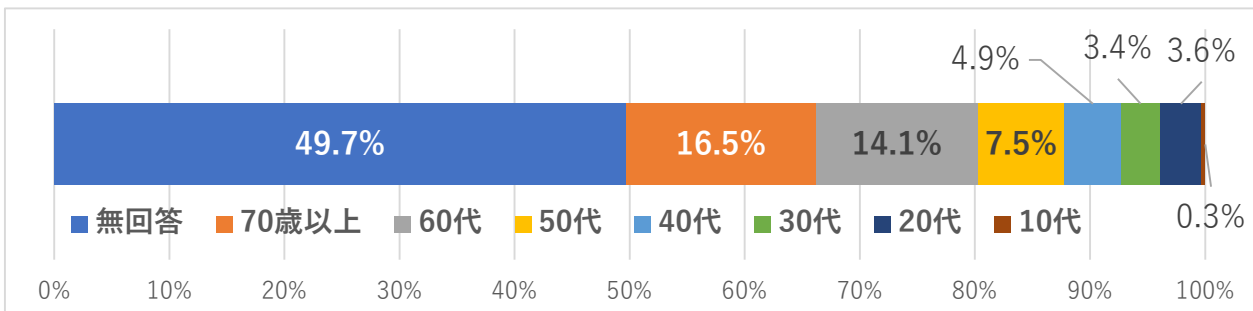
国がクルーズ船のアンケート調査を実施する際の標準調査項目に、天文館エリアの商店街など受入関係者からのクルーズ船客が具体的に何を求めているのかを知りたいといった声を受けて項目を追加。

○ 主な調査項目（☆：本県独自の調査項目）

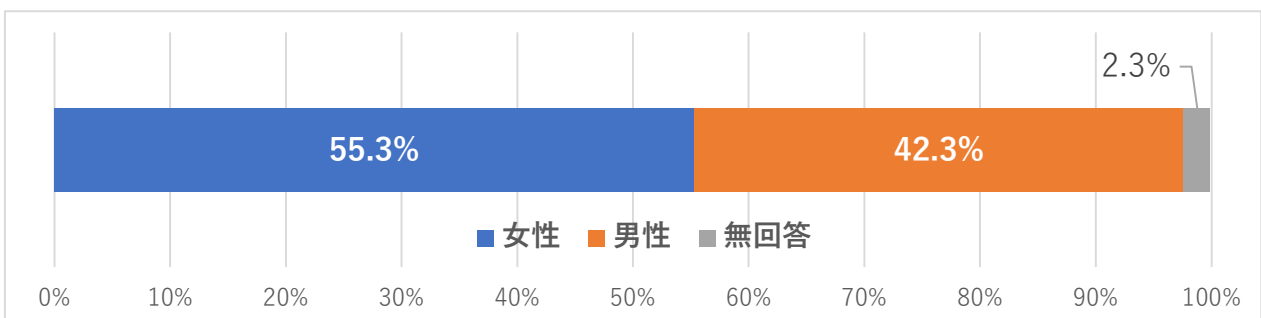
- (1) (2) 年齢, 性別
- (3) 国籍・地域
- (4) 日本におけるクルーズ旅行回数
- (5) 寄港地ツアーへの参加状況
- (6) 乗客一人当たりの目的別（飲食, 交通, 娯楽, 買物）の支出金額
- ☆ (7) (8) 鹿児島で支出した「買物」, 「飲食」の具体
- ☆ (9) 鹿児島の観光で改善してほしいこと
- ☆ (10) 時間がなく訪問がかなわなかった観光地や購入がかなわなかったモノ
- (11) 鹿児島への再訪意欲

4 調査結果

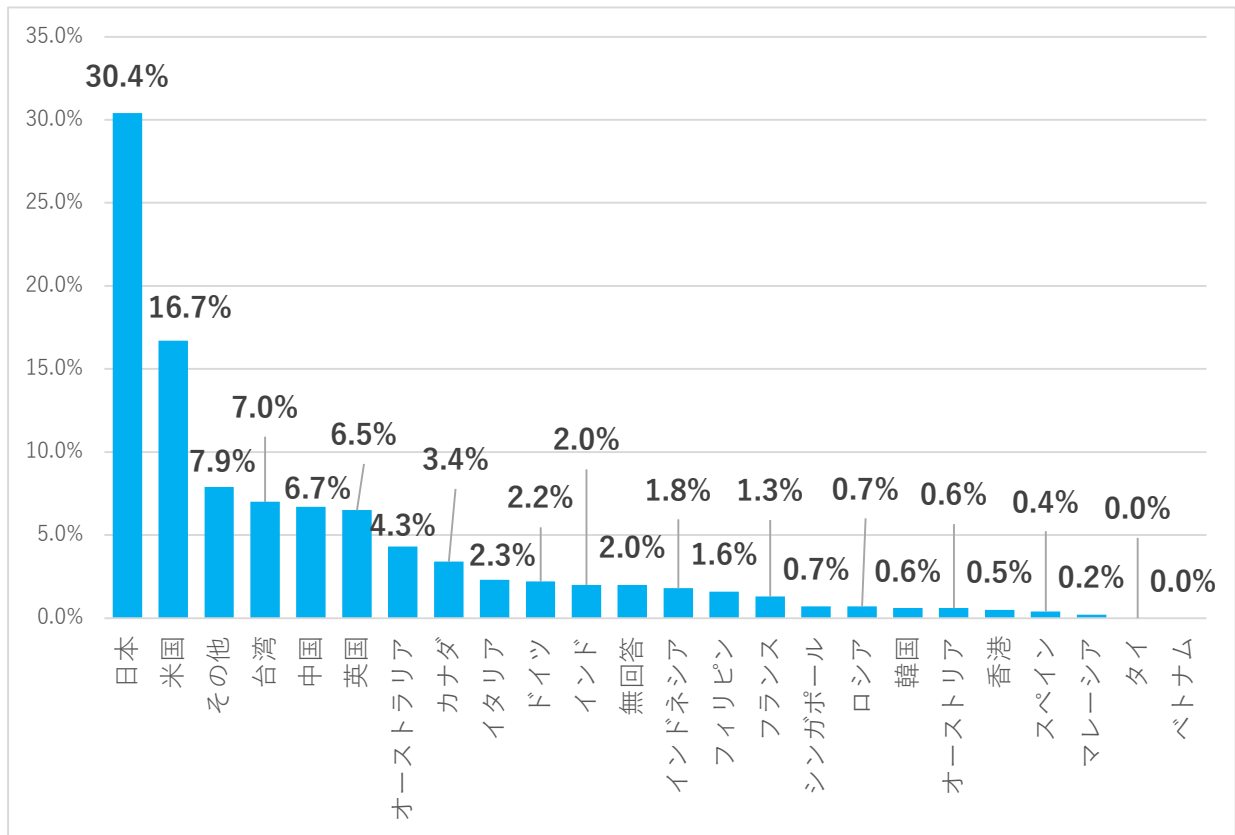
(1) 年齢 ※ あくまでも調査に回答いただいた乗客の年齢



(2) 性別 ※ あくまでも調査に回答いただいた乗客の性別

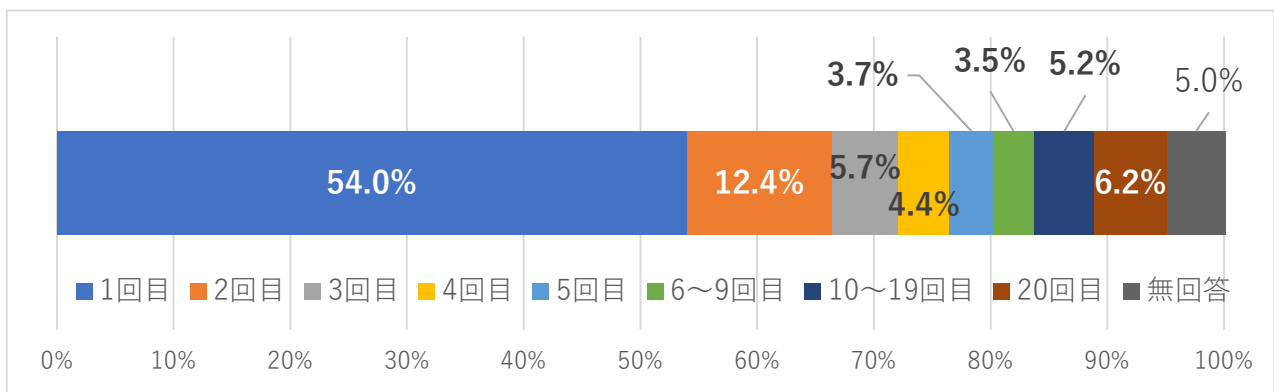


(3) 国・地域 ※ あくまでも調査に回答いただいた乗客の国・地域

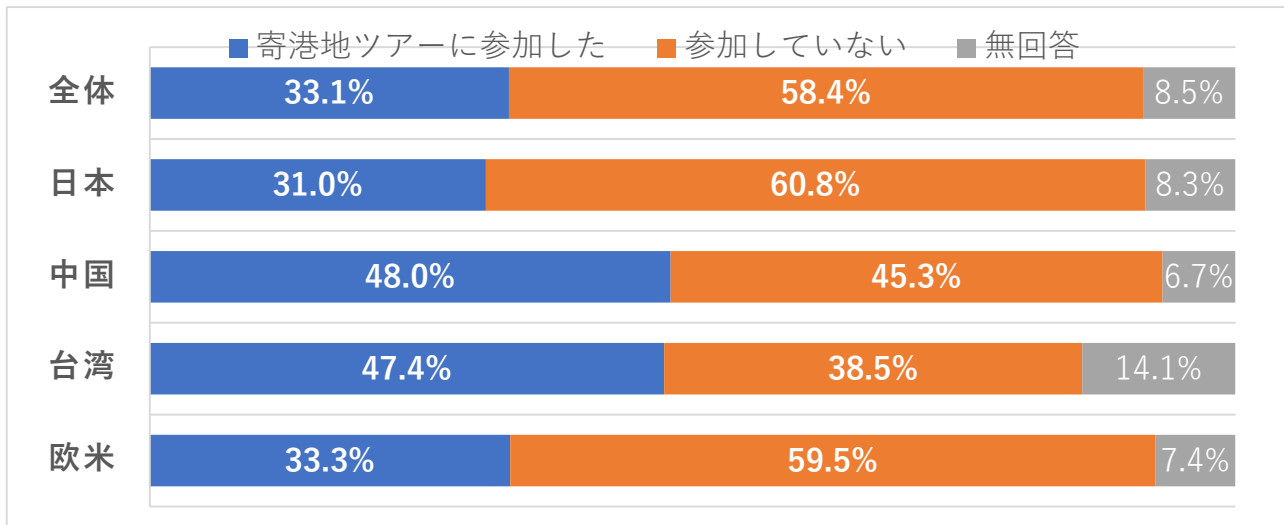


- ・ 全体：1,115人
- ・ 日本：339人，中国：75人，台湾：78人
- ・ 欧米：430人
(米：186人，英：72人，豪：48人，加：38人，伊：26人，独：25人，仏：15人など)

(4) 日本におけるクルーズ旅行回数 ※ あくまでも調査に回答いただいた乗客の回数



(5) 寄港地ツアーへの参加状況



- ・ 寄港地ツアーの参加者は乗客の3割程度
- ・ ツアーに参加せず個人で観光をしている乗客が増加してきている。

(6) 乗客一人当たりの目的別支出金額

① 全体

	飲食費	交通費	娯楽費 サービス費	買物代	その他	合計
全体	4,101 円	2,908 円	2,207 円	8,144 円	9,073 円	26,432 円
(R5 調査)	(5,032 円)	(2,758 円)	(1,341 円)	(10,537 円)	(2,401 円)	(22,068 円)
前回比較	△931 円 △19%	+150 円 +5%	+866 円 +65%	△2,393 円 △23%	+6,672 円 +278%	+4,364 円 +20%

※ その他は記述式ではないため、詳細は不明

- ・ 前回と比較して、約4千円増の約2万6千円
- ・ 令和5年の調査結果と比較して、飲食費及び買物代が減少
- ・ 娯楽費・サービス費が増加

② クルーズ船のクラス別

クラス	飲食費	交通費	娯楽費 サービス費	買物代	その他	合計
全体	4,101 円	2,908 円	2,207 円	8,144 円	9,073 円	26,432 円
ラグジュアリー	3,548 円	2,607 円	3,180 円	9,485 円	2,775 円	21,595 円
プレミアム	3,894 円	3,528 円	2,158 円	5,875 円	14,505 円	29,960 円
カジュアル	4,486 円	2,214 円	1,982 円	10,686 円	7,205 円	26,573 円

【消費が最大であったサービス・商品】 ※ 具体の記述があったもの

クラス	サービス・商品名
ラグジュアリー	薩摩切子：数万～十数万円，酒類：3万円，食事：3万円，人力車：1万円 など
プレミアム	タクシーによる移動：数万円，食事：数千～数万円，お土産：数千円 など
カジュアル	食事・お土産：数千～数万円，薬品：数千～数万円，衣類：数千～数万円 など

- ・ ラグジュアリー船の乗客は、「娯楽・サービス」や「買物」に多くを支出。
- ・ プレミアム船の乗客は、総額が最も高く，中でも「交通費」の消費が最も大きい。
- ・ カジュアル船の乗客は、「飲食」や「買物」に多く支出する。

③ 乗客の国・地域別

国・地域	飲食費	交通費	娯楽費 サービス費	買物代	その他	合計
全体	4,101 円	2,908 円	2,207 円	8,144 円	9,073 円	26,432 円
日本	3,164 円	2,731 円	1,406 円	7,079 円	3,448 円	17,828 円
中国	20,907 円	1,458 円	9,000 円	15,450 円	37,000 円	83,815 円
台湾	5,473 円	1,788 円	0 円	17,709 円	4,500 円	29,470 円
欧米	3,600 円	3,329 円	2,245 円	7,020 円	10,443 円	26,637 円

- ・ 日本は、「買物」に支出する割合が高い。
- ・ 中国は、総支出額が最も高く，中でも「飲食」や「買物」の支出が大きい。
- ・ 台湾は、「飲食」や「買物」の支出が大きい。
- ・ 欧米は、「交通費」の支出が大きい。

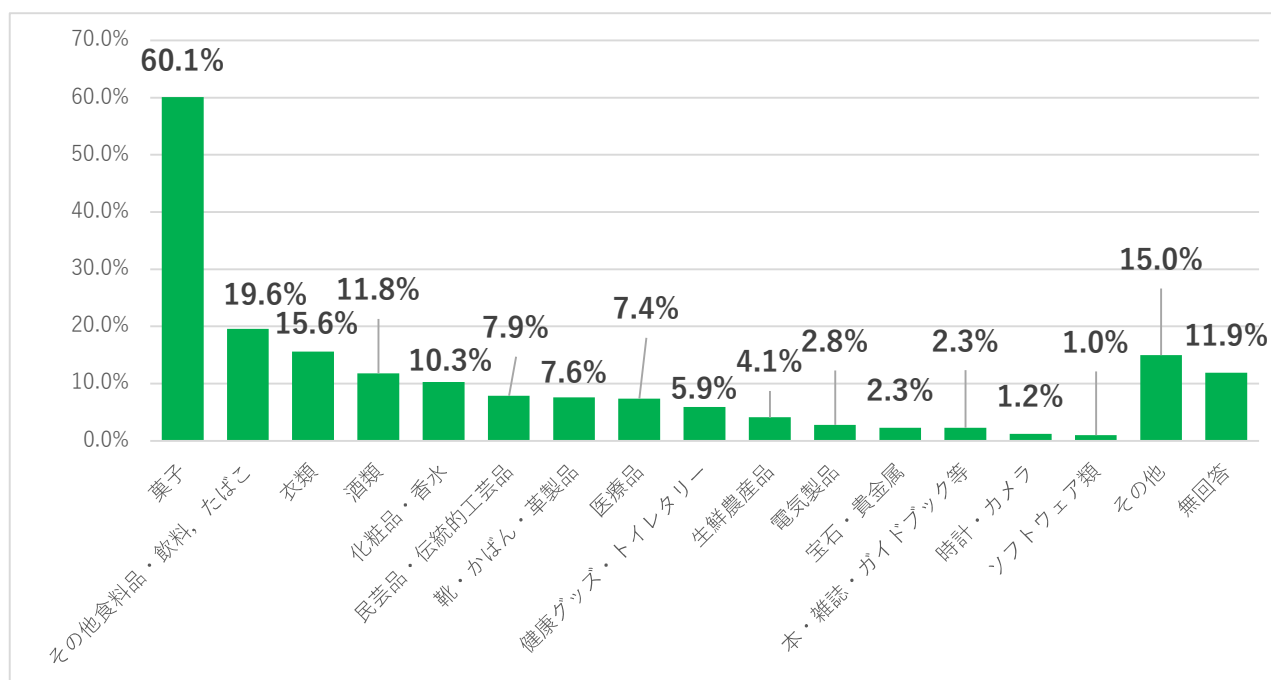
＜R7 鹿児島港に寄港したクルーズ客による観光消費額＞

試算

観光消費額：約117億

(国・地域別の一人当たり消費単価×国・地域別の年間クルーズ客数を合算)

(7) 鹿児島で支出した「買物」の具体



※ 「その他」の詳細については不明

【国・地域別】 ※ 無回答・その他を除く

国・地域	1位	2位	3位	4位	5位
全体	菓子 60.1%	その他食料品ほか 19.6%	衣類 15.6%	酒類 11.8%	化粧品・香水 10.3%
日本	菓子 68.1%	その他食料品ほか 20.6%	酒類 14.2%	生鮮農産品 6.5%	衣類 6.2%
中国	菓子 72.0%	化粧品・香水 32.0%	その他食料品ほか 25.3%	健康グッズほか 21.3%	酒類 16.0%
台湾	菓子 71.8%	医療品 37.2%	その他食料品ほか 32.1%	健康グッズほか 21.8%	衣類 20.5%
欧米	菓子 52.6%	衣類 19.8%	その他食料品ほか 16.5%	民芸品・伝統工芸品 10.9%	酒類 10.0%

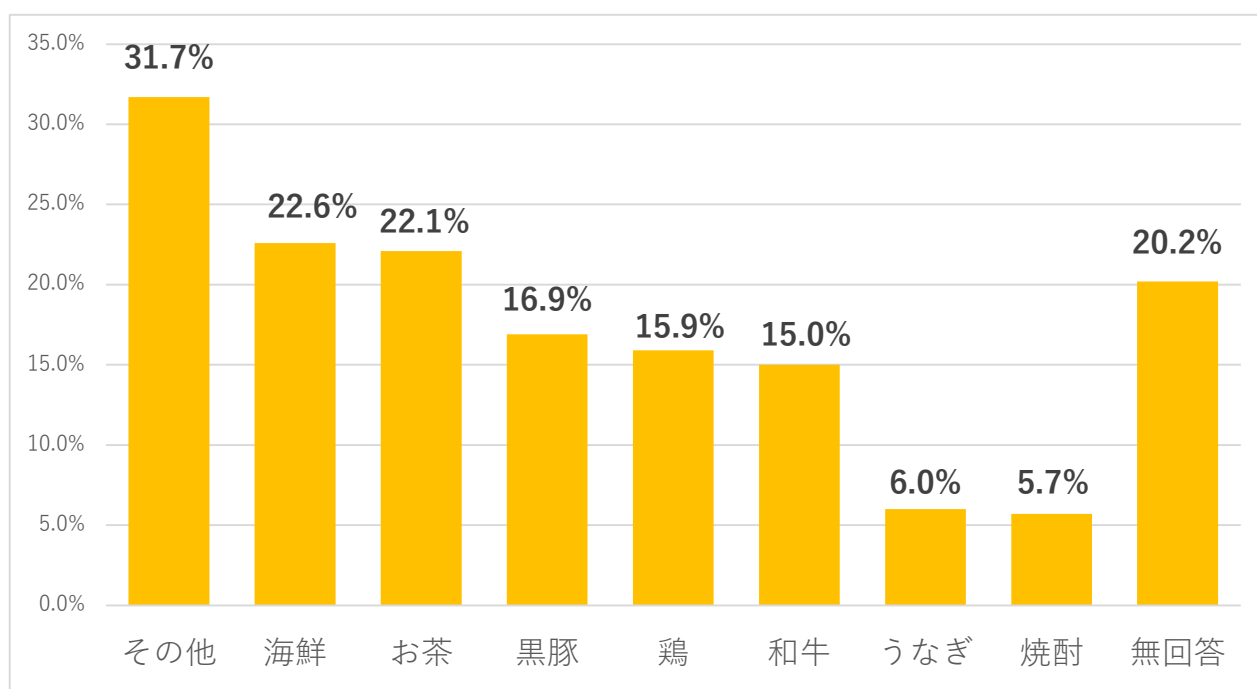
- ・ 国・地域にかかわらず「菓子」の購入が多い。
- ・ 日本は、「酒類」や「生鮮農産品」の購入が多い。
- ・ 中国は、「化粧品・香水」の購入が多い。
- ・ 台湾は、「医療品」の購入が多い。
- ・ 欧米は、「衣類」や「民芸品等」の購入が多い。

(参考) 鹿児島で支出した「買物」の具体

【国・地域別】 ※ 無回答・その他を除く

国・地域	1位	2位	3位	4位	5位
全体	菓子 60.1%	その他食料品ほか 19.6%	衣類 15.6%	酒類 11.8%	化粧品・香水 10.3%
日本 339人	菓子 68.1%	その他食料品ほか 20.6%	酒類 14.2%	生鮮農産品 6.5%	衣類 6.2%
中国 75人	菓子 72.0%	化粧品・香水 32.0%	その他食料品ほか 25.3%	健康グッズほか 21.3%	酒類 16.0%
台湾 78人	菓子 71.8%	医療品 37.2%	その他食料品ほか 32.1%	健康グッズほか 21.8%	衣類 20.5%
インドネシア 20人	菓子 60.0%	衣類 30.0%	その他食料品ほか 15.0%	靴・かばん・革製品 15.0%	ソフトウェア類 15.0%
フィリピン 18人	菓子 61.1%	その他食料品ほか 44.4%	化粧品・香水 33.3%	衣類 33.3%	靴, 電化製品, 時計等 16.7%
インド 22人	菓子 68.2%	衣類 40.9%	靴・かばん・革製品 36.4%	電化製品 27.3%	酒類, その他食料品 22.7%
欧米 430人	菓子 52.6%	衣類 19.8%	その他食料品ほか 16.5%	民芸品・伝統工芸品 10.9%	酒類 10.0%
米国 186人	菓子 50.0%	衣類 22.6%	その他食料品ほか 19.4%	民芸品・伝統工芸品 9.7%	化粧品・香水 7.0%
カナダ 38人	菓子 60.5%	衣類 15.8%	その他食料品ほか 13.2%	化粧品・香水 10.5%	酒類, 医療品, 民芸品等 7.9%
英国 72人	菓子 45.8%	民芸品・伝統工芸品 18.1%	衣類 11.1%	その他食料品ほか 8.3%	靴・かばん・革製品 4.2%
フランス 15人	菓子 53.3%	化粧品・香水 26.7%	衣類 26.7%	民芸品・伝統工芸品 20.0%	酒類, 靴等, 本 6.7%
ドイツ 25人	菓子 76.0%	その他食料品ほか 24.0%	酒類 20.0%	民芸品・伝統工芸品 16.0%	衣類 12.0%
イタリア 26人	菓子 61.5%	酒類 34.6%	衣類 19.2%	その他食料品 15.4%	靴・かばん・革製品 15.4%
豪州 48人	菓子 50.0%	衣類 27.1%	その他食料品ほか 22.9%	酒類 14.6%	靴・かばん・革製品, 民芸品 10.4%

(8) 鹿児島で支出した「飲食」の具体



※ その他の主なもの（全 188 件中）

ラーメン：49 件，しろうま：15 件，蕎麦：12 件，うどん：8 件，寿司：7 件 など

【国・地域別】 ※ 無回答を除く

国・地域	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
全体	その他 31.7%	海鮮 22.6%	お茶 22.1%	黒豚 16.9%	鶏 15.9%
日本	その他 33.0%	黒豚 21.8%	お茶 15.3%	海鮮 13.6%	和牛 10.9%
中国	海鮮 40.0%	黒豚 36.0%	その他 32.0%	和牛 28.0%	お茶 28.0%
台湾	海鮮 41.0%	和牛 25.6%	黒豚 24.4%	お茶 15.4%	その他 12.8%
欧米	その他 35.6%	お茶 25.8%	海鮮 22.6%	鶏 20.2%	和牛 13.3%

※ その他 日本：ラーメン，しろうま，蕎麦など その他 日本以外：ラーメン，寿司など

- ・ 国・地域にかかわらず「その他（ラーメンなど）」の割合が高い。
- ・ 日本は、「黒豚」や「お茶」の割合が高い。
- ・ 中国や台湾は、「海鮮」や「肉類」の割合が高い。
- ・ 欧米は、「お茶」や「海鮮」の割合が高い。

(参考) 鹿児島で支出した「飲食」の具体

【国・地域別】 ※ 無回答を除く

国・地域	1位	2位	3位	4位	5位
全体	その他 31.7%	海鮮 22.6%	お茶 22.1%	黒豚 16.9%	鶏 15.9%
日本	その他 33.0%	黒豚 21.8%	お茶 15.3%	海鮮 13.6%	和牛 10.9%
中国	海鮮 40.0%	黒豚 36.0%	その他 32.0%	和牛 28.0%	お茶 28.0%
台湾	海鮮 41.0%	和牛 25.6%	黒豚 24.4%	お茶 15.4%	その他 12.8%
インドネシア	鶏 45.0%	和牛 20.0%	黒豚 15.0%	海鮮 15.0%	お茶 10.0%
フィリピン	その他 66.7%	鶏 33.3%	黒豚 16.7%	海鮮 16.7%	お茶 11.1%
インド	鶏 59.1%	お茶 36.4%	和牛 31.8%	その他 22.7%	海鮮 18.2%
欧米	その他 35.6%	お茶 25.8%	海鮮 22.6%	鶏 20.2%	和牛 13.3%
米国	その他 31.2%	お茶 25.3%	海鮮 22.0%	鶏 17.7%	和牛 16.1%
カナダ	その他 50.0%	お茶 28.9%	黒豚 23.7%	海鮮 23.7%	鶏 21.1%
英国	その他 37.5%	鶏 13.9%	お茶 11.1%	海鮮 9.7%	焼酎 6.9%
フランス	お茶 40.0%	鶏 33.3%	海鮮 26.7%	その他 13.3%	焼酎 13.3%
ドイツ	その他 52.0%	お茶 28.0%	海鮮 28.0%	鶏 16.0%	和牛・焼酎等 4.0%
アジア	鶏 38.5%	海鮮 38.5%	その他 30.8%	お茶 26.9%	黒豚 26.9%
豪州	その他 39.6%	海鮮 31.3%	お茶 29.2%	鶏 22.9%	和牛・黒豚 12.5%

※ その他 日本：ラーメン，しろくま，蕎麦など その他：ラーメン，寿司など

(9) 鹿児島島の観光で改善してほしいこと

※ 具体の記述があったもの

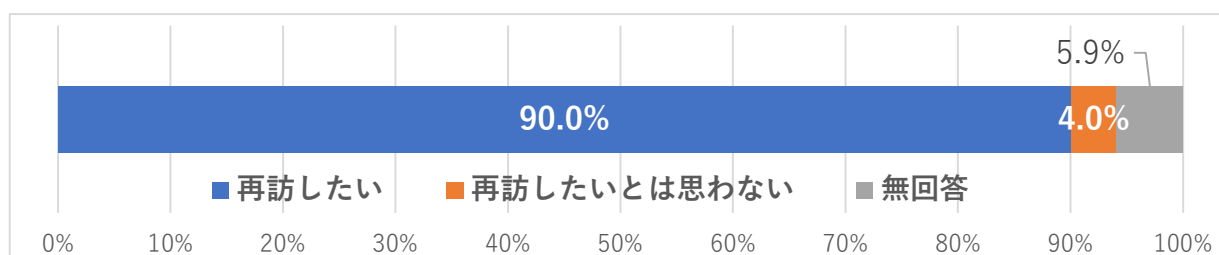
項目	主な意見
総論	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>時間が足りない。</u>
観光案内	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>地図の案内が分かりにくい。</u> ・ <u>有名な店舗の目印が欲しい。</u> ・ <u>飲食店の情報が不足。</u>
交通機関	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>交通が不便。駅や停留所が遠い。</u> ・ <u>公共交通機関の支払い方法が分かりにくい。</u> ・ <u>交通系 I C に対応していない。</u>
買物	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>様々な決済に対応していない。</u> ・ <u>生ものは日持ちがしないため購入が難しい。</u> ・ <u>欲しいモノの店舗を見つけることができなかった。</u>

(10) 時間がなく訪問がかなわなかった観光地や購入がかなわなかったモノ

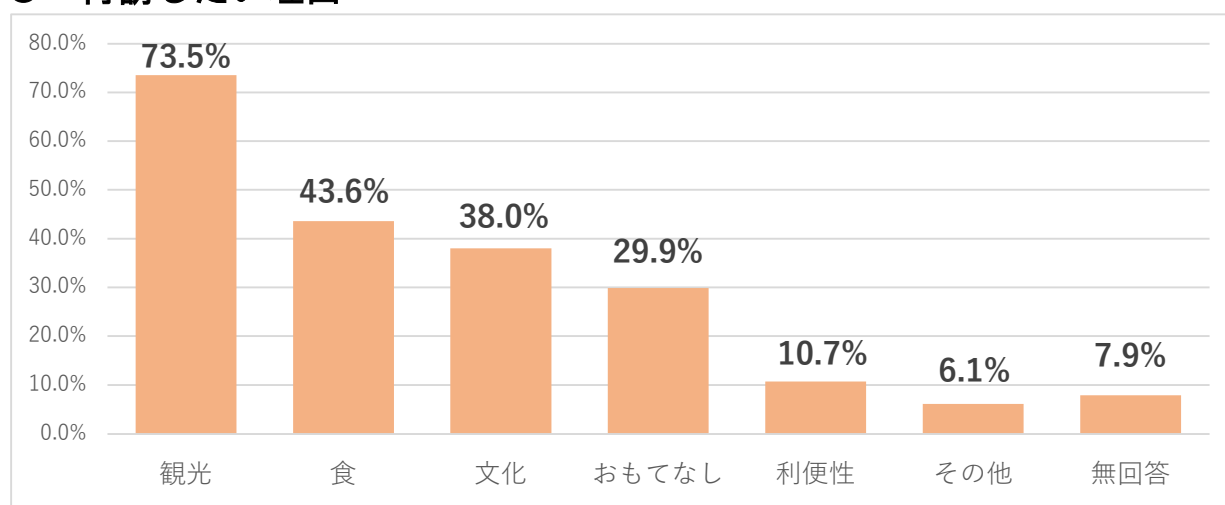
※ 具体の記述があったもの

種別	項目	主な意見
日本人	県内各地の観光	温泉, 桜島 など
	お土産や食事	大島紬の小物, 和紙, 甲冑, 漬物, かるかん お茶, さつまあげ, 黒豚, うなぎ, 黒酢 しろくま, そうめん流し など
外国人	県内各地の観光	温泉, 桜島, 寺社, 城郭, 日本庭園, 産直市場 など
	お土産や食事	薩摩切子, 着物, 靴, アクセサリー, 衣類, 櫛 火山灰, 酒類, しゃぶしゃぶ, 抹茶 など

(11) 鹿児島への再訪意欲



○ 再訪したい理由



※ 「その他」の詳細については不明

【国・地域別】 ※ 無回答・その他を除く

国・地域	1位	2位	3位	4位	5位
全体	観光 73.5%	食 43.6%	文化 38.0%	おもてなし 29.9%	利便性 10.7%
日本	観光 78.8%	食 37.5%	文化 18.0%	おもてなし 10.3%	利便性 3.8%
中国	観光 70.7%	おもてなし 40.0%	食 36.0%	文化 34.7%	利便性 18.7%
台湾	食 70.5%	観光 64.1%	文化 38.5%	おもてなし 29.5%	利便性 29.5%
欧米	観光 78.8%	文化 51.9%	食 43.7%	おもてなし 41.6%	利便性 10.2%

- ・ 乗客の鹿児島への再訪意欲は高い。
- ・ 国・地域にかかわらず「観光」や「食」の評価が高い。特に台湾は、「食」の評価が高い。
- ・ 欧米は、「文化」の評価が高い。
- ・ 外国人は、「おもてなし」の評価が高い。

(参考) 鹿児島への再訪意欲

○ 再訪したい理由

【国・地域別】 ※ 無回答・その他を除く

国・地域	1位	2位	3位	4位	5位
全体	観光 73.5%	食 43.6%	文化 38.0%	おもてなし 29.9%	利便性 10.7%
日本	観光 78.8%	食 37.5%	文化 18.0%	おもてなし 10.3%	利便性 3.8%
中国	観光 70.7%	おもてなし 40.0%	食 36.0%	文化 34.7%	利便性 18.7%
台湾	食 70.5%	観光 64.1%	文化 38.5%	おもてなし 29.5%	利便性 29.5%
インドネシア	食 65.0%	文化 45.0%	観光 25.0%	おもてなし 20.0%	利便性 10.0%
フィリピン	観光 83.3%	食 77.8%	おもてなし 72.2%	文化 66.7%	利便性 50.0%
インド	観光 59.1%	食 54.5%	おもてなし 50.0%	文化 40.9%	利便性 22.7%
欧米	観光 78.8%	文化 51.9%	食 43.7%	おもてなし 41.6%	利便性 10.2%
米国	観光 75.8%	文化 52.7%	食 46.2%	おもてなし 44.1%	利便性 8.6%
カナダ	観光 78.9%	文化 39.5%	食 36.8%	おもてなし 34.2%	利便性 13.2%
英国	観光 87.5%	おもてなし 50.0%	文化 45.8%	食 33.3%	利便性 9.7%
フランス	観光 60.0%	おもてなし 46.7%	文化 40.0%	食 33.3%	利便性 13.3%
ドイツ	観光 88.0%	文化 64.0%	食 52.0%	おもてなし 32.0%	利便性 16.0%
アジア	観光 73.1%	文化 65.4%	食 57.7%	おもてなし 38.5%	利便性 11.5%
豪州	観光 91.7%	文化 58.3%	食 47.9%	おもてなし 41.7%	利便性 10.4%

5 今後の対応

クルーズ船の寄港による経済効果を県内各地へ波及させるため、以下について取り組む。

- ・ クルーズ船客の飲食や購入の具体の状況，改善してほしいことなどについて，乗客の国・地域別の傾向などを分析した上で，地元自治体や観光関係団体，商店街関係者など受入関係者とも情報共有し，更なる観光消費の拡大が図られるよう取り組む。
- ・ クルーズ船社等に対し，クルーズ船客が高い関心を示す観光や食，お土産等に関する新たな素材や体験メニュー，周遊ルートの提案を行い，県内各地に経済効果の波及が図られるよう取り組む。