

# 長距離フェリーの利用促進に関する研究 —航海時間が8時間以上の航路を対象として—

海老原 碧<sup>1</sup>・桜井 慎一<sup>2</sup>・寺口 敬秀<sup>2</sup>・竹野 巧人<sup>3</sup>

<sup>1</sup>学生会員 日本大学大学院 理工学研究科 海洋建築工学専攻 (〒274-8501 千葉県船橋市習志野台7-24-1)  
E-mail:csmi19003@g.nihon-u.ac.jp

<sup>2</sup>正会員 日本大学理工学部 海洋建築工学科 (〒274-8501 千葉県船橋市習志野台7-24-1)

<sup>3</sup>非会員 鉄建建設株式会社 (〒101-0061 東京都千代田区神田三崎町2-5-3)

近年、トラックドライバー運転手の休憩問題など、物流産業の視点からフェリーの利用価値が見直され、カーフェリーの利用拡大が期待されている。本研究は、長距離フェリーの利用促進を目的とし、連続8時間以上の航海時間を持つフェリー会社9社を対象に利用者拡大に向けた取り組みに関するアンケート調査を実施した。その結果、一般客・大型車に対する取り組みとしては、いずれも船内設備を改善し快適性を向上させることが重要と回答した。さらに、一般客に対しては7社で料金の割引が行われていた。事業拡大の条件については、トラックなど物流関係の需要増加を挙げたのが半数以上となった。一方で、一般客の需要の増加という回答は無く、一般客よりもトラックなど物流の需要が大きく影響していることがわかった。

**Key Words :** Long-distance ferries , Modal shift, Use promotion

## 1. 研究背景および目的

近年、トラックドライバー等の運転手の休憩問題など、物流産業の視点からフェリーの利用価値が見直され、特にカーフェリーの需要が高まっている<sup>1)</sup>。また、フェリー業界も国が推進するモーダルシフト<sup>2)</sup>の影響を受け、新たに航路を開設する動きも始まっている。

2015年7月、厚生労働省により「トラックのフェリー特例」<sup>3)</sup>が見直され、トラックドライバーの休憩時間(勤務と勤務の間の自由な時間)に必要とされる8時間にフェリー乗船時間を含めることが可能となったことを受けカーフェリーの利用が高まっている。そこで、本研究では、8時間以上の航海時間を要する航路のフェリー会社が利用向上のために行っている取り組みや、今後の課題を明らかにすることを目的とする。

## 2. 研究方法

日本国内のフェリー航路のうち、連続8時間以上の航海時間を持つ25航路を運航するフェリー会社(12社)を対象にアンケート調査を実施した。なお、過去の実績については、連続8時間以上乗船する船客に絞って調査を

表-1. 調査概要

調査対象	全国の8時間以上の航海時間を持つフェリー会社
調査方法	E-mail・FAX・郵送によるアンケート調査
調査内容	・一般客・大型車の集客を目的とした取り組みを行ったか ・現在の集客の状態・今後のフェリー航路の増設の有無・利用者から寄せられる要望・フェリー事業拡大に必要な条件 など6項目
調査期間	2019年9月19日～2019年10月31日
有効回答率	75% (9/12社)

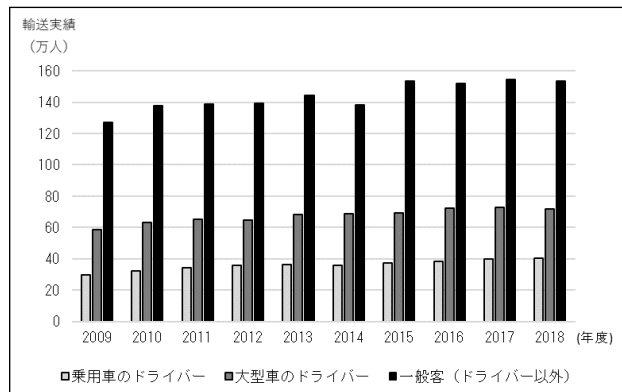


図-1. 過去10年間の輸送実績 (8時間以上の乗船をした数)

対象にアンケート調査を実施した。なお、過去の実績については、連続8時間以上乗船する船客に絞って調査を実施する(表-1)。

表-2. アンケート調査結果

質問内容	フェリー事業者									回答率 (〇/〇社)	
	A社	B社	C社	D社	E社	F社	G社	H社	I社	特に効果あり	全体
<b>問1: 2009年度以降で一般客の集客を目的とした取り組み (複数回答)</b>											
1-a.パンフレット等の作成	●	●	●	●	●	●	●	●	●	0% (0/9社)	100% (9/9社)
1-b.一般客を対象とした割引の作成	●	●		●	●		●	★	●	11% (1/9社)	78% (7/9社)
1-c.船内設備を改善し快適性を向上させた	●	★			★		●	★	★	44% (4/9社)	67% (6/9社)
1-d.自社での旅行プランの作成	●		●	●			●	●		0% (0/9社)	58% (5/9社)
1-e.船内見学などフェリーを周知してもらうためのPR活動	●				●	●	●	●		0% (0/9社)	58% (5/9社)
1-f.他の交通機関との連携					●		●	●	●	0% (0/9社)	44% (4/9社)
1-g.ほかのフェリー会社と連携した割引サービスの作成						★		●	●	11% (1/9社)	22% (2/9社)
1-h.その他						●		★		11% (1/9社)	22% (2/9社)
<b>問2: 2009年度以降で大型車 (トラック・バス) の集客を目的とした取り組み (複数回答)</b>											
2-a.船内設備を改善し快適性を向上させた	●	★	●	★	●		●		★	33% (3/9社)	78% (7/9社)
2-b.パンフレット等の作成				●		●				0% (0/9社)	22% (2/9社)
2-c.その他						●		●		0% (0/9社)	22% (2/9社)
2-d.大型車 (トラック・バス含む) を対象とした割引の作成							●			0% (0/9社)	11% (1/9社)
<b>問3: 現状の集客の状態 (複数回答)</b>											
3-1.一般客	3-1-a.さらに集客したい	●	●	●	●	●	●	●	●		100% (9/9社)
	3-1-b.現状ではこれ以上集客できない										0% (0/9社)
	3-1-c.現状に満足している										0% (0/9社)
3-2.乗用車	3-2-a.さらに集客したい	●	●	●	●	●	●	●	●		100% (9/9社)
	3-2-b.現状ではこれ以上集客できない										0% (0/9社)
	3-2-c.現状に満足している										0% (0/9社)
3-3.大型車	3-3-a.さらに集客したい	●	●	●	●	●	●	●	●		100% (9/9社)
	3-3-b.現状ではこれ以上集客できない										0% (0/9社)
	3-3-c.現状に満足している										0% (0/9社)
<b>問4: 今後、長距離フェリーの航路を増やす予定があるか</b>											
4-a.予定がある					●						11% (1/9社)
4-b.予定はない	●	●	●	●		●	●	●	●		89% (8/9社)
4-c.航路を減らしたい											0% (0/9社)
<b>問5: フェリー利用について利用者から特に寄せられる要望</b>											
5-a.船内設備を改善してほしい		●	●				●				34% (3/9社)
5-b.フェリー利用手続きについての改善								●	●		22% (2/9社)
5-c.船以外の設備 (フェリーターミナル等の改善) の改善						●					11% (1/9社)
5-d.フェリーターミナルから駅までの二次交通手段の整備						●					11% (1/9社)
5-e.その他	●										11% (1/9社)
5-f.無回答				●							11% (1/9社)
<b>問6: どのような条件がクリアできれば更なる長距離フェリーの事業拡大が可能か (複数回答)</b>											
6-a.トラック・バスといった物流関係の乗客需要	●	●		●			●		●		58% (5/9社)
6-b.新たな船舶の建造	●							●			22% (2/9社)
6-c.乗組員・人材の確保	●										11% (1/9社)
6-d.寄港地の漁業関係者・地域住民の理解						●					11% (1/9社)
6-e.寄港地にふさわしい設備の確保	●										11% (1/9社)
6-f.寄港地周辺の道路など交通の整備					●						11% (1/9社)
6-g.一般客の乗客需要											0% (0/9社)
6-h.無回答			●								11% (1/9社)

※問1・問2は該当するものを●。特に効果があったと回答した項目を★とする。

### 3. 結果および考察

アンケート調査の有効回答率が75% (9/12社) となった、調査結果を集計したものを (表-2) に示す。

#### (1) フェリー事業の動向

過去10年間における連続8時間以上乗船した船客の輸送実績について、一般客・乗用車・大型車の3つの項目に分けて調査を行った。回答のあった5社10航路の状況をまとめたものが図-1である。一般客に着目してみると10航路中9航路で増加し、乗用車・大型車ともに10航路すべてで増加している。フェリー業界は2009年のETC利用料金の「大口・多頻度割引」、2012年の原油価格の高騰により2度落ち込んだが、モーダルシフトや客室の快

適性向上によるイメージアップにより、需要が増え利用者増加につながったと考えられる。

#### (2) 各社の一般客集客に対する取り組み

問1では、一般客の集客に対する取り組みについて質問を行った結果、全体で「1-a.パンフレット等の作成」が最も多い100% (9/9社) となり、「1-b.一般客を対象とした割引の作成」が78% (7/9社) と次いだ。また、特に効果があったものとしては「1-c.船内設備を改善し快適性を向上させた」が最も多かった。

「1-h.その他」では、「港の移転が最も効果が大きかった」との回答があり、「集客に対して港の立地が大きく影響する」といった意見も挙がった。また、テレビ・

ラジオ等のマスメディアを活用している会社や、ゆるキャラの作成を行いイベントに参加し利用客に対してPR活動を行っている会社もあった。

### (3) 各社の大型車集客に対する取り組み

問2では、トラック・バスの集客に対する取り組みについて質問を行った。その結果、「2-a.船内設備を改善し快適性を向上させた」が最も多い78% (79社) となり、効果が大きかったとの回答も同様に最も多い回答 (33%) となった。近年フェリーにリニューアルや新船造船を行い大部屋に雑魚寝するスペースを排し、客室を完全個室にする動きがあり、フェリー業界全体で快適性の向上が図られている。

また、「2-c.その他」ではモーダルシフト<sup>2)</sup>の提案を行っている会社があり、長距離ドライバーの労働時間規制や、長距離ドライバーの減少に対しフェリー会社がトラック業界にモーダルシフトの提案を行っており、大型車の利用に問題が非常に関わっていることがわかる。

### (4) 現状の集客の状態について

現状の集客状態 (問3) をみると一般客・乗用車・大型車の三つの項目全てに対して、各社全てが「さらに集客したい」と回答している。

### (5) フェリー航路増設について

今後航路を増やす予定があるかと聞いたところ、「4-b.予定はない」との回答が89% (89社) と最も多かった。また、「4-1.予定がある」と回答した1社について内容を聞いたところ、航路増設ではないが、トラック運送業者からの要望で現在の航路で運航する隻数を増加する増便計画を行っている会社があることがわかった。

### (6) 利用者からの要望

問5では、フェリー利用について利用者から寄せられる要望について質問を行った。その結果、「5-a.船内設備を改善してほしい」が最も多く34%(39社)となった。また、「5-c.その他」の中でWi-Fiの整備を求める要望を寄せられているとの回答があった。これらより、利用者からのフェリー利用が快適にかつ利用しやすくしてほしいという要望が多いということがわかる。

一方、改善を求められる回答があった3社について着目してみると、問1、2の集客を目的とした取り組みですべての会社が「船内設備を改善し快適性を向上させた」と回答をしていたことがわかった。

### (7) 事業拡大の条件

「問6：どのような条件がクリアできれば更なる長距離フェリーの事業拡大が可能か」と質問を行った結果、「6-a.トラック・バスといった物流関係の需要」が56% (59社) となった。それに対し「6-g.一般客の乗客需要」が皆無であるため、乗客需要よりもトラック・バスからの需要が事業拡大に関係していることがわかる。

### (8) 長距離フェリー航路を有する会社からの意見

今後の長距離フェリーに関して意見を聞いたところ、「モーダルシフトが進む中、ドライバー不足も顕著となりこれから船舶輸送の需要が高まると予想される。このような状況下において新航路の開設や航路再編などの動きが活発となっているが、インフラなど道路整備状況や貨物の集荷地と港へのアクセスなどさまざまな要因でその時代に応じ、長距離フェリーの在り方も変化し続けていくものである」との回答や、「利用者からのイメージとして『船底で雑魚寝する』というイメージが払拭されておらず、近年では船内を快適に過ごすための整備が行われているにも関わらずその情報が周知されていない」という意見もあり、問1での一般客の集客に対する取り組みで最も効果があったとの回答があった「1-e.船内設備を改善し快適性を向上させた」を踏まえると、快適性を向上させたことをPRすることが一般客を増やすために重要ではないかと考える。

## 3. まとめ

本研究で得られた主要な知見を以下にまとめる。

- ①過去10年間における連続8時間以上乗船した船客の輸送実績について、一般客に着目してみると10航路中9航路で増加し、乗用車・大型車ともに10航路すべてで増加している。
- ②集客に対する取り組みについては一般客に対してパンフレットの作成や、一般客を対象とした割引の作成を行っていた。大型車集客に対する取り組みとしては、船内設備を改善し快適性を向上させたが最も多く、この回答はともに最も効果のあったものであることがわかった。
- ③現状の集客状態は、一般客・乗用車・大型車の3つの項目に対して、各社全てがさらに集客したいとの回答を得た。
- ④事業拡大の条件についてはトラック・バスといった物流関係の需要が最も多く関係していることがわかり、一方で、一般客の乗客需要との回答が皆無

であったことから一般客よりも物流の需要が事業拡大に関係していることがわかる。

- ⑤フェリーの航路増設については、89%の会社が予定がないことがわかった。
- ⑥船内を快適に過ごすための整備が行われているにも関わらずその情報が周知されていないとの意見があり、問1、問2での集客に対する取り組みで最も効果があったとの回答があった「船内設備を改善し快適性を向上させた」を踏まえると快適性を向上させたことをよりPRすることが一般客・大型車を増やすために重要であると考えられる。

#### 参考文献

- 1) 国土交通省九州運輸局：長距離フェリーは3年連続の増加 主要離島航路も順調に推移，<http://www.tb.mlit.go.jp/kyushu/content/000036480.pdf>, 2018.7.31
- 2) 国土交通省第一回海運モーダルシフト推進協議会：平成29年海運モーダルシフトの現状について，<https://www.mlit.go.jp/common/001213355.pdf>, 2017.11.20
- 3) 国土交通省地方運輸局：トラックのフェリー特例（改善基準告知の通達）の見直しについて，<https://www.tb.mlit.go.jp/shikoku/content/000006045.pdf>, 2015.7.1

## STUDY ON PROMOTION OF LONG-DISTANCE FERRY USER - FOR ROUTES WITH SAILING TIMES OF 8 HOURS OR MORE-

Midori EBIHARA, Shin-ich SAKURAI, Takahide TERAUCHI and Takuto TAKENO

In recent years, the value of use of ferries has been reviewed from the viewpoint of the logistics industry, such as the problem of resting truck drivers, and the use of car ferries is expected to expand. In this study, we conducted a questionnaire survey on nine ferry companies with more than eight hours of continuous voyage time to promote the use of long-distance ferries. As a result, they answered that it was important to improve the onboard equipment and improve comfort for both general passengers and large vehicles. In addition, discounts were provided to the general customers at seven companies. More than half of the conditions for business expansion were increased demand for logistics such as trucks. On the other hand, there was no response that the demand for general customers increased, indicating that the demand for logistics such as trucks had a greater effect than for general customers.