

クルーズ業界のビジネスモデルについて



作成：（一財）沖縄観光コンベンションビューロー

基本の流れ、外国船自主クルーズの場合



クルーズ船社

客船保有者・寄港決定権者
オプションツアー販売元

船舶総代理店

世界各国の港湾へ入港する際に必要な手続きを船社から請け負う。

【例】

- ・(株)ウィルヘルムセン・ SHIPPING・サービス
- ・インチケープ SHIPPING サービス(株) etc...

現地船舶代理店

各港湾入港時に必要な手続きを船舶総代理店から請け負う。また、県内でも本島や離島で手配代理店が異なる場合もある。

【例】

- ・(有)沖縄シブスエーゼンシー
- ・(有)陸通 etc...

港湾管理者・CIQ

総販売代理店

販売地域におけるマーケティング、クルーズ商品の販売を行う。ホールセラー。船社から客室を買い取り、キャビンだけを販売することが多い。寄港地ツアーの販売・手配は行わない。

現地支社がある船社については、それぞれの支社がこの業務を行う。

販売代理店

クルーズ商品を消費者に販売するリテラー。1クルーズでも複数取扱業者がある。

ゲスト

ランドオペレーター

日本寄港時の船社オフィシャルのオプションツアーを船社とともに企画し、その後の運営・手配を行う。

船社毎に特定のランドオペレーターと契約していることが多いが、日本寄港が少ない会社の場合、日本寄港ごとにランドを選ぶ船社もある。沖縄に支店がある会社であっても、東京支社を中心に手配を行っている場合が多い。

【例】

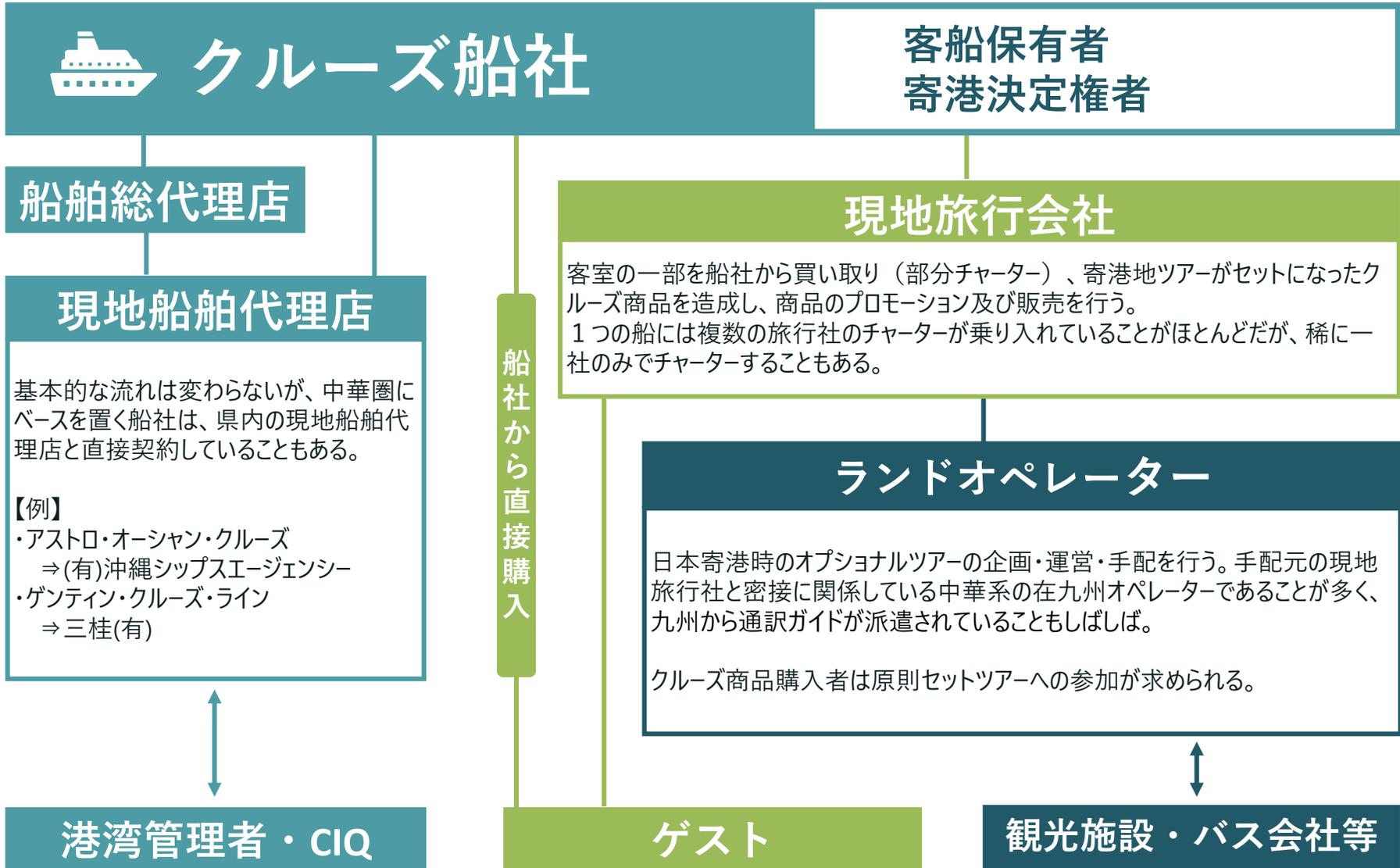
- ・(株)JTB沖縄
- ・(株)JTBGMT
- ・(株)デスティネーション・アジア
- ・(株)HIS
- ・東武トップツアーズ(株) etc...

観光施設・バス会社等

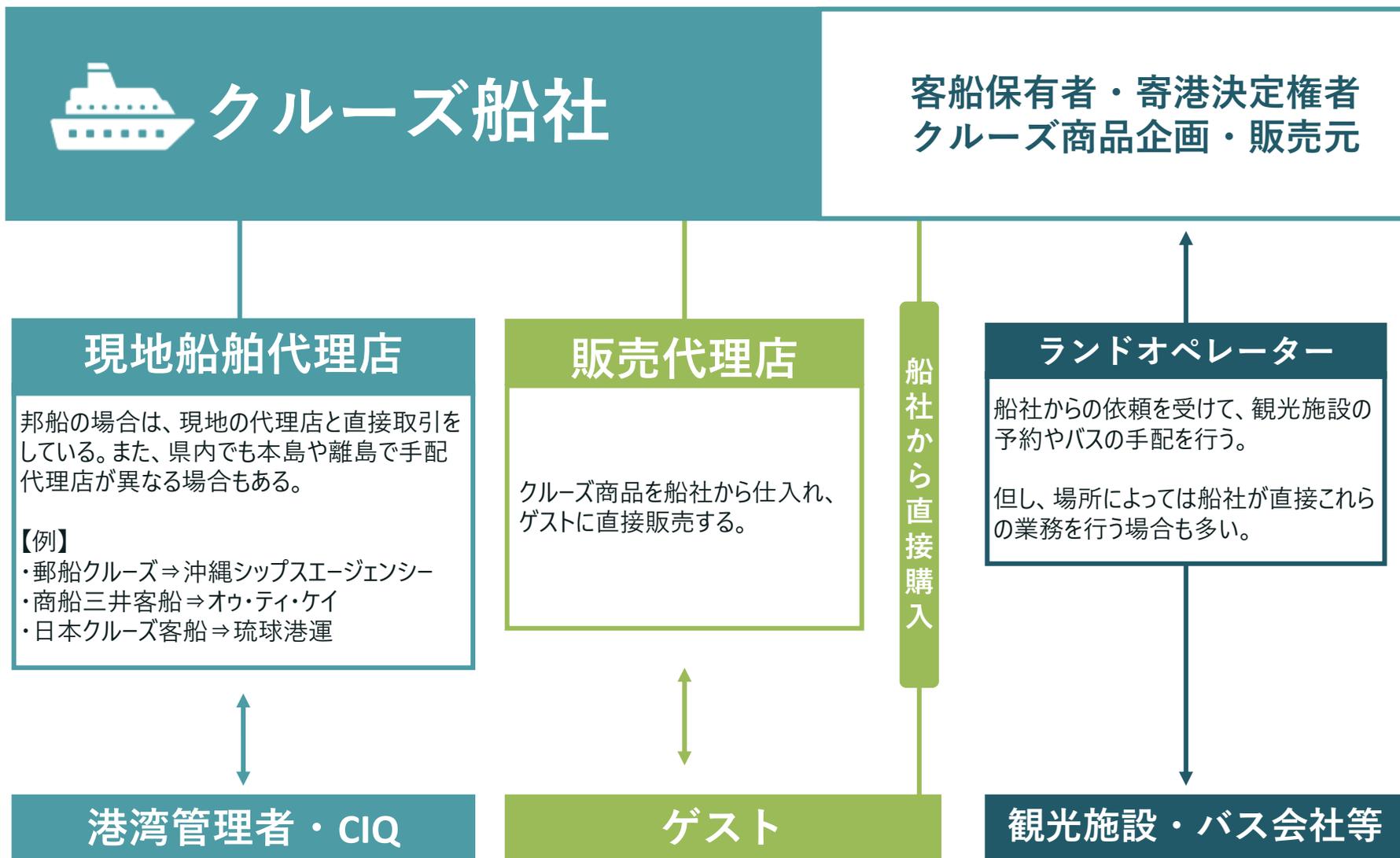
船社から直接購入

中国大陸発着の場合

※例外あり



邦船の場合（飛鳥Ⅱ、にっぽん丸、ぱしふいっくびいなす）



国内旅行会社によるチャーター船の場合

