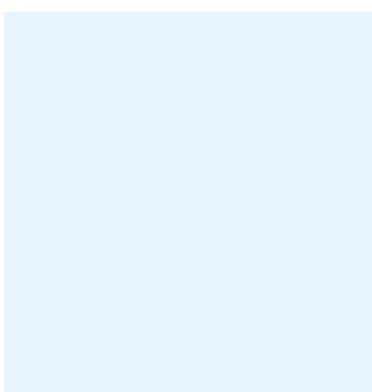
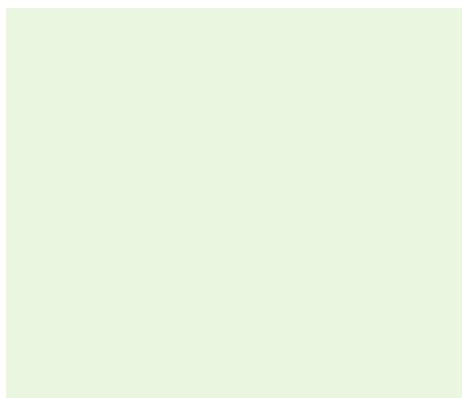
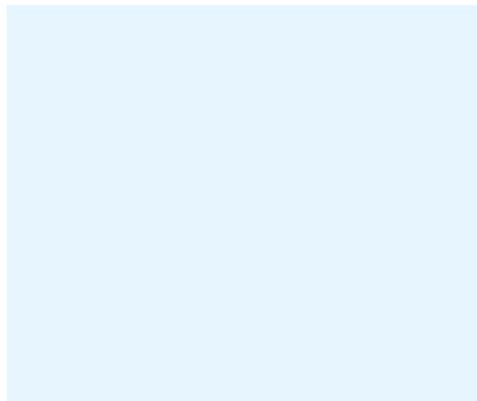


クルーズ旅客を通じた地域振興及び 特産品の輸出振興に向けた手引き (Ver.1)

～YOKOHAMA のブランド価値向上を目指して～



2018年3月

クルーズ旅客を通じた地域振興及び特産品の輸出振興に係る検討会



1. はじめに ～クルーズ開港～	1
2. 横浜港のクルーズ概要	2
2-1 横浜港におけるクルーズ船拠点形成計画について	2
2-2 横浜港訪日クルーズ旅客数について	2
2-3 横浜港に寄港するクルーズ船について	3
3. 現状の課題と対策の事例	4
3-1 港湾エリアでの地域特産品の販売	4
3-2 クルーズターミナルや周辺地域での効率的な販売方法	6
3-3 域内連携やアクセス改善によるクルーズ旅客の取込み	8
3-4 輸出にあたっての海外向けPR・港湾を通じた輸送方法	9
3-5 地域との連携	12
3-6 YOKOHAMAのブランド化・付加価値向上の取組み	13
4. 国内における輸出振興の取組事例	14
4-1 港湾エリアでの販売事例	14
4-2 輸送に関する取組事例	14
4-3 輸出振興に関する取組事例	15
4-4 その他の取組事例	16
5. おわりに～YOKOHAMAクルーズサポートチームの設置～	17
参考 YOKOHAMAクルーズサポートチームメンバー	18

1

はじめに ～クルーズ開港～

現在、政府一丸となって 2020 年訪日クルーズ旅客 500 万人時代を目指した取組みが進められています。その中で、国際旅客船拠点形成港湾として国土交通大臣から指定された横浜港でも、官民連携の下で様々な取組みを進めています。

今般の取組みは、以下の 2 点に着目しています。

- ①（クルーズ船ではなく）クルーズ旅客に着目し、そのクルーズ旅客を媒体として YOKOHAMA の魅力を発信してもらう。
- ② インバウンド観光が「モノ消費」から「コト消費」へと移行しつつある中、YOKOHAMA での「コト消費」を持続的な「モノ消費」につなげる。

現に、訪日旅客の増加に伴い、国内で消費された農水産品の輸出が増加傾向にあります。このような傾向を加速させるため、クルーズ旅客が SNS や口コミ等で自らの体験を PR し、それによって YOKOHAMA の地域振興と輸出振興を図り、引いては YOKOHAMA のブランド強化、付加価値向上、稼ぐ力の向上に貢献することを目指します。

折しも今年には明治維新から 150 年を迎えますが、横浜港はそれ以前、ペリーの来航を契機とした 1859 年の開港以来、貿易港、商業港、工業港として日本経済を牽引して来ました。

本検討会では、横浜港の関係者が一丸となって、クルーズ面でも日本を牽引する「クルーズ開港」を目指すという気概の下、クルーズ旅客を通じた地域振興及び特産品の輸出振興に係る検討を行いました。そしてその成果について、「クルーズ旅客を通じた地域振興及び特産品の輸出振興に向けた手引き～YOKOHAMA のブランド価値向上を目指して～」として取りまとめました。

本手引きが、横浜のみならず全国の港にて地域振興や特産品の輸出振興を目指す関係者の皆様の一助になれば幸いです。

◆概念図◆



2

横浜港のクルーズ概要

2-1 横浜港におけるクルーズ船拠点形成計画について

横浜市の計画では、「日本を代表するクルーズポートとして、船舶の大型化や寄港数の増加に対応し、クルーズ船の受入機能を強化する。超大型船については、優先的に着岸できる岸壁を横浜ベイブリッジの外側に配置する」としています。



(出典：横浜市港湾局)

2-2 横浜港訪日クルーズ旅客数について

横浜市発表のクルーズ旅客数は以下のとおりです。

(単位：人)

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
外国航路（乗込）	31,639	43,487	78,419	76,397	83,649
外国航路（上陸）	28,879	45,442	74,585	70,890	82,329
内国航路（乗込）	43,808	46,513	43,284	47,206	55,231
内国航路（上陸）	46,004	48,957	45,574	45,711	51,316
計（乗込）	75,447	90,000	121,703	123,603	138,880
計（上陸）	74,883	94,399	120,159	116,601	133,645

※乗降人員：内国航路には、客船以外に東海汽船（離島への定期航路）等を含む。

(出典：横浜港統計年報)

2-3 横浜港に寄港するクルーズ船について

◆横浜港の2017年客船寄港数は、スタークルーズ社が運航する、「スーパースター・ヴァーゴ」による7月から11月にかけて毎週日曜日の定期的な寄港開始等により大幅に増加し、178回にのぼりました。この数字は、過去最高である2013年の152回を大きく上回っています。



(横浜市発表資料及び関係者ヒアリングより作成)

◆寄港する船舶は下表の通り多彩な顔ぶれになっています。

2017年横浜港寄港船舶一覧

寄港数	客船名	船社	乗客定員※	クラス	主な客層
			(乗務員定員)		
55	飛鳥II	郵船クルーズ(株)	872 (470)	ラグジュアリー	日本
40	ぱしふいっくびいなす	日本クルーズ客船(株)	620 (220)	プレミアム	日本
26	にっぽん丸	商船三井客船(株)	524 (230)	プレミアム	日本
21	ダイヤモンド・プリンセス	プリンセス・クルーズ	3286 (1100)	プレミアム	日本・欧米
16	スーパースターヴァーゴ	スタークルーズ	2800 (1225)	カジュアル	中国・台湾・香港
6	オーシャン・ドリーム	シーホーク・パナマ	1422 (550)	カジュアル	日本
5	セレブリティ・ミレニアム	セレブリティクルーズ	2368 (999)	プレミアム	米国・カナダ
4	フォーレンダム	ホーランド・アメリカ・ライン	1850 (600)	プレミアム	米国
1	アムステルダム	ホーランド・アメリカ・ライン	1653 (615)	プレミアム	米国
1	コスタ・ピクトリア	コスタ・クルーズ	2394 (800)	カジュアル	日本・韓国
1	シーボーン・ソジャーン	シーボーン・クルーズ	462 (330)	ラグジュアリー	米国
1	ドーン・プリンセス	プリンセス・クルーズ	2250 (900)	プレミアム	豪州
1	マジェスティック・プリンセス	プリンセス・クルーズ	3560 (1350)	プレミアム	中国・台湾・香港

(クルーズシップ・コレクション 2016-2017 及び横浜市港湾局資料並びに関係者ヒアリングにより作成)

※全ベット使用時

3-1

港湾エリアでの地域特産品の販売

●現状の課題●

港湾エリアで免税販売を行う際の行政手続きがわかりにくい

●対策の事例●

手続きは、「港湾販売に必要な手続き」と「船内への持込みに必要な手続き」があります。

注) 岸壁を使用する場合、横浜市港湾施設使用条例に基づく行為（行事）許可が必要。
（大さん橋の岸壁の場合、国有施設であることから国の承認も必要。）

品目例	港湾販売に必要な手続き		船内への持込みに必要な手続き	
	必要な手続き	根拠法	必要な手続き	根拠法
農林水産品 (例：お茶)	<ul style="list-style-type: none"> 輸出物品販売場許可申請（免税販売の許可） 事前承認港湾施設承認申請 事前承認港湾施設に係る臨時販売場設置届出 	消費税法	・他国に持込む場合は、相手国の植物検疫ルールに基づく持込みの許可申請	植物防疫法
			・輸出申告（口頭申告）	関税法
			・輸出免税物品購入記録票の提出	消費税法
酒 (例：日本酒)	<ul style="list-style-type: none"> 酒類販売業免許申請 期限付酒類小売業免許届出 	酒税法	・輸出申告（口頭申告）	関税法
			<ul style="list-style-type: none"> 輸出物品販売場許可申請（免税販売の許可） 事前承認港湾施設承認申請 事前承認港湾施設に係る臨時販売場設置届出 	消費税法
衣料品 (例：スカーフ)	<ul style="list-style-type: none"> 輸出物品販売場許可申請（免税販売の許可） 事前承認港湾施設承認申請 事前承認港湾施設に係る臨時販売場設置届出 	消費税法	・輸出申告（口頭申告）	関税法
			・輸出免税物品購入記録票の提出	消費税法

また、クルーズ船社による制限がある場合もあります。

品目例	クルーズ船社による制限
農林水産品（例：お茶）	・船社により、青果物等持込めない品目がある
酒（例：日本酒）	・船社により、種類品目による持込禁止、持込量制限がある
衣料品（例：スカーフ）	特になし

具体的な品目に係る手続きは各当局等に確認する必要があります。

＜主な様式＞

◆輸出物品販売場許可申請書（一般型用）

必要な添付書類

- ① 許可を受けようとする販売場の見取図
（免税販売手続を行う場所を付記したもの）
- ② 免税販売の方法を販売員に周知するための資料
（免税販売手続マニュアルなど）
- ③ 免税販売手続を行う人員の配置状況が確認できる資料
（免税販売手続を行う場所の見取図に人員の配置状況を付記したものなど）
- ④ 申請者の事業内容が確認できる資料
（会社案内やホームページ掲載情報など）
- ⑤ 許可を受けようとする販売場の取扱商品が確認できる資料
（取扱商品リスト、商品カタログなど）
- ⑥ 許可を受けようとする販売場において作成する購入記録票のサンプル

This form is used to apply for a general type of tax-free goods sales venue. It includes sections for applicant information, venue details, and a table for listing goods to be sold. It also contains a section for the applicant's business content and a table for recording purchases.

◆事前承認港湾施設承認申請書

必要な添付書類

- ① 承認を受けようとする港湾施設の見取図
- ② 次のいずれかの書類
イ：港湾施設内に臨時販売場を設置した事実を証する書類
（過去に港湾施設内に臨時販売場を設置した際の港湾施設使用許可書の写しなど）
ロ：港湾施設内に臨時販売場を設置する意思を有する旨を証する書類
（港湾施設使用許可申請書又は港湾施設使用許可書の写しなど）
- ③ その他、以下のような参考となる書類
○申請者の事業内容が確認できる資料
（会社案内やホームページ掲載情報など）
○臨時販売場で販売する商品の内容が確認できる資料
（取扱商品リストなど）

This form is used to apply for advance approval of a port facility. It includes sections for applicant information, facility details, and a table for listing goods to be sold. It also contains a section for the applicant's business content and a table for recording purchases.

◆事前承認港湾施設に係る臨時販売場設置届出書

必要な添付書類

- ① 設置しようとする臨時販売場の付近見取図
- ② 事前承認港湾施設の管理者その他の臨時販売場の設置を許可する権限を有する者から臨時販売場の設置を許可された旨を証する書類（港湾施設使用許可書の写しなど）
- ③ その他参考となる書類

This form is used to notify the setup of a temporary sales venue at an advance approval port facility. It includes sections for applicant information, venue details, and a table for listing goods to be sold. It also contains a section for the applicant's business content and a table for recording purchases.

※各種手続きについては、観光庁・経済産業省「消費税免税店の手引き」や観光庁「免税店サイト」（<http://www.mlit.go.jp/kankocho/tax-free/index.html>）をご参照ください。

3-2

クルーズターミナルや周辺地域での 効率的な販売方法

●現状の課題●

クルーズ旅客のマーケティング情報が不十分

●対策の事例●

クルーズ船ごとのクラス・年齢層など、船社 HP やビッグデータの活用で収集可能です。

クルーズ船は「ラグジュアリー」「プレミアム」「カジュアル」というように、3つのクラスに分けられます。

ラグジュアリーから順にきめ細やかなサービスが期待でき、乗船料が高いのが一般的ですので、入港する船舶のクラスを把握することが旅客情報収集の基本になります。

その上で、船社からの情報や各種統計資料など、活用できる旅客情報は少なくありません。その他、様々な事業者が提供する旅客動態や、買物嗜好の調査なども参考になります。

横浜港で行った複数のクルーズ船の旅客嗜好調査(2017年10月実施)における「自分用に購入したい品目」では、国籍ごとに上位品目が異なる結果となりました。

欧米からの旅客では「1位：衣料品」「2位：食品」「3位：宝飾・時計」、一方アジアからの旅客では「1位：化粧品」「2位：食品」「3位：衣料品」という結果に、また豪州地域からの旅客は「1位：食品」「2位：衣料品」「3位：宝飾・時計」となり、一様ではないことが明らかになっています。

寄港する船舶の主な客層等を事前にリサーチすることで、効果的なプロモーションを行うことが可能です。

● 現状の課題 ●

港湾エリアで効率的な買物が出来る体制が不十分

● 対策の事例 ●

クルーズ旅客にとって観光後乗船までの時間が短いため、事前告知や販売オペレーション等の工夫により、効率の良い販売が必要です。

クルーズ旅客の多くは、入港後にバス等を利用して寄港地を観光した後、概ね出港 2 時間前に港湾エリアに戻ってきます。

したがって、多くの販売につなげるために重要なのは、ターミナル等における販売場の「事前告知」と「環境整備」、「販売オペレーション」です。

- ① **事前告知**…乗船直前に買物ができるということが事前にわかっているならば、旅客は計画的に臨時販売場を利用することができ、買物時間の短縮かつ購買額増が実現できます。船社等の協力を得て、船内での事前告知を行うことが望ましいでしょう。
- ② **環境整備**…旅客が買物しやすい環境を整えることも重要ですので、多岐にわたる決済方法（特に中国人旅客の場合は三大電子マネー「銀聯カード」「Alipay」「WeChatPay」）への対応や多言語表示（案内・誘導看板・ショーカード等）にも気を遣う必要があります。
- ③ **販売オペレーション**…多くの旅客に対し限られた時間の中で販売するために、会計や免税手続きに時間を取られることは避けなければなりません。したがって、免税手続きの説明ができる多言語スタッフの配置と併せて、会計から免税手続きまでをスピーディに処理できるオペレーションも必要です。（出品を希望する複数免税店が、通訳や店舗スタッフを共同で活用するなど、会計・免税手続き等を協力して実施する方法も有効です。）

3-3

域内連携やアクセス改善によるクルーズ旅客の取込み

● 現状の課題 ●

- 大さん橋ターミナルや周辺店舗への案内、多言語による誘導手段が不十分
- ハイエンド旅客の取込みが難しい
- 大さん橋ターミナルへのアクセス整備が不十分

● 対策の事例 ●

クルーズ旅客に対する各種案内所や多言語マップの設置及びそれらの周知が重要です。

◆ 大さん橋を中心とした多言語ガイドブック（マップ）の作成

◆ 旅客が行きたい場所への移送手段の確保

- ・ 横浜駅周辺へのタクシーやバスの確保、それらの駐車場の確保
- ・ 「あかいくつ」等の観光周遊バスや「桜木町行き無料バス」の更なる活用（CIQエリア近くから多言語誘導看板を設置する等）

◆ 大さん橋周辺散策のための遊歩道等のアクセス改善

◆ 新たな体験型観光の開発

「酒蔵ツーリズム®」のような観点で、独自の地域特性を生かした「コト消費+モノ消費」の商品開発

◆ FAM ツアー（Familiarization tour）の開催

地元観光地の周知や、より魅力的な観光ルートを開発を促すため、ツアーの開発者である旅行会社や船会社を招待し、おすすめの観光資源等を実体験してもらう FAM ツアーの開催

クルーズ船寄港ふ頭を中心とした周辺案内マップの事例



出典：広島市佐伯区3商店街 H/P



三溪園抹茶体験 出典：横浜市

3-4

輸出にあたっての海外向けPR・ 港湾を通じた輸送方法

●現状の課題●

その地域ならではの商品（特産品）の海外PRができていない

●対策の事例●

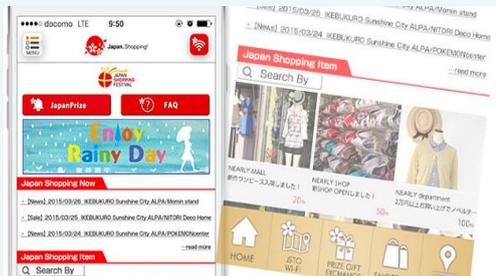
海外向けの配信プロモーションサイトを活用したPRが訪日外国人へのプロモーションに有効です。

また、現地でのPRとともに現地ニースの情報収集等も可能な旅行博への出展や海外小売店での物産展の開催なども有効です。

①海外向けの配信プロモーションサイト

◆Japan Shopping Navi

英語、繁体語、簡体語、韓国語、タイ語に対応したお店のセールやイベント情報だけでなく、お店やレストランのクーポン等を提供するスマートフォン用アプリ



出典：Japan Shopping Now H/P

◆楽吃購(ラーチーゴ)！日本

香港・台湾で最大の訪日観光情報サイト。台湾人記者による企画・取材・記事化やFacebookへの掲載によるPRが可能

②旅行博への出展

海外旅行博にブース出展してプロモーションを展開することも1つの手法。現地ニースの情報収集や他出展者との商談の機会を設けることも可能。



出典：Touch The Japan H/P

③海外小売店での物産展

海外の日系小売店で物産展を一定期間開催することも1つの手法。神奈川物産展を海外小売店で開催すればより効果的にPRが可能。



出典：シンガポール経済新聞 H/P

●現状の課題●

それぞれの商品に適切な品質管理方法がわからない

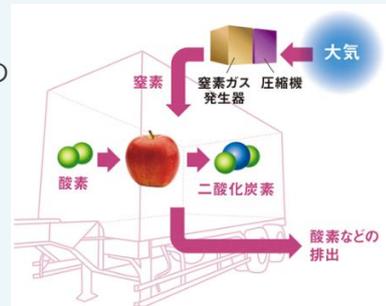
●対策の事例●

近年、日本酒や生鮮野菜等を輸送する際に、様々な技術が導入されています。

鮮度維持輸送の事例

◆CA コンテナ

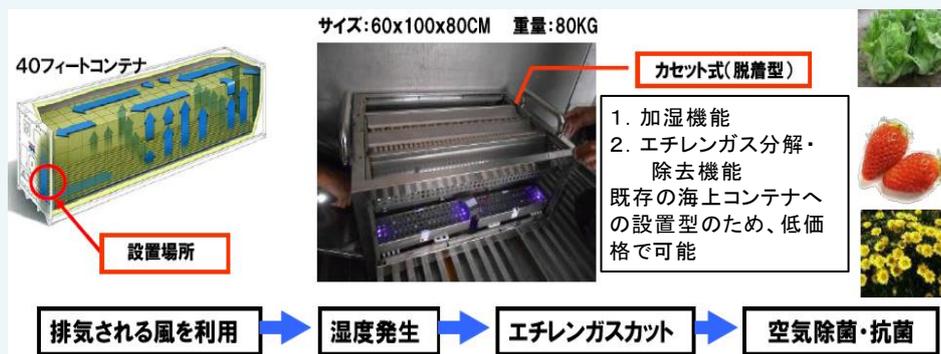
CA コンテナとは Controlled Atmosphere の略で、一般的にはリーファーコンテナの一種であり、温度だけでなく湿度・二酸化炭素の濃度を調整し、主に青果を輸送するのに適しています。



出典：日経ビジネスオンライン

◆日本通運 NECK's

本機械は、リーファーコンテナ内にカセット式で取り付け、加湿機能・エチレンガス分解除去機能をもたせることにより、野菜・果物・花などの鮮度を保持するためのシステムです。



出典：FCP 主催第5回国際標準に関する勉強会資料

●現状の課題●

小口混載輸送にはどのようなサービスがあるかわからない

●対策の事例●

小口混載輸送とは、コンテナ1本を埋めきれない少量の貨物をCFS(コンテナフレートステーション=倉庫)で混載業者が受け取り、複数の荷主の異なった種類の貨物と合わせて1つのコンテナにまとめ、輸送するサービスです。

輸出を行うための手順

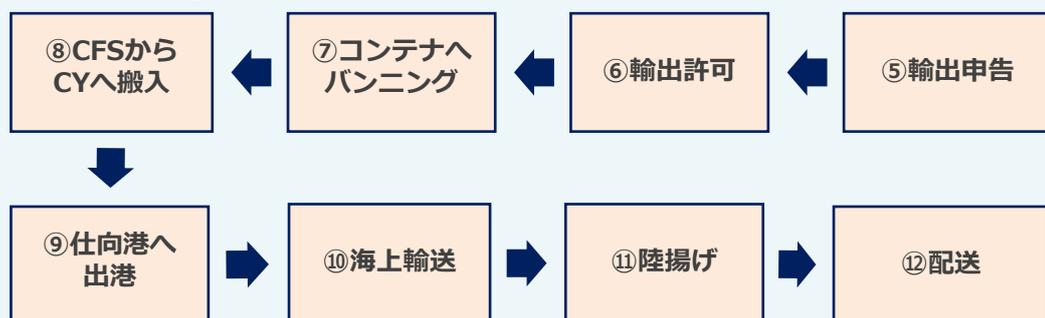
輸出を行うためには①～④の手順を行います。

その後の手続きは、混載業者の手配で現地までの発送が可能です。

◆荷主手配



◆混載業者手配



※必要書類

- ・仕入書 (Invoice)
- ・包装明細書 (Packing List)
- ・船積依頼書 (Shipping Instruction)

輸出先や品目により追加書類が必要な場合があります。

横浜港における主な混載業者のサービス

事業者	仕向国	主な取扱品目	対応温度	頻度	海上輸送期間
株式会社日新	シンガポール	肉類 魚介類 ケーキ・和菓子 冷凍パン等	-20℃	隔週	約9日
セイノーロジックス株式会社	ドイツ イギリス 香港 韓国	日本酒・みそ等	+7℃	月一回	ドイツ・イギリス / 約35日 香港 / 7日~10日 韓国 / 約3日

詳細については [P14 リーフターコンテナによる海上輸送サービス](#) をご覧ください。

3-5

地域との連携

●現状の課題●

ボランティアや学生との連携が十分にできていない

●対策の事例●

学生等のボランティアと連携してクルーズ旅客向けの通訳・観光案内・歓迎イベントなどを行うことにより、クルーズ旅客と地域の文化交流が促進されるとともに、学生等による地元への誇りや愛着、地域資源の再発見につながることも期待されています。

通訳ボランティア・イベント事例

◆名古屋港の例

名古屋港では国際交流協会の紹介のボランティア10名（英語6名・中国語4名）による通訳を実施
【2016年3月】出典：国土交通省



観光ブースでの通訳ボランティアの活動



英語を駆使して案内する高校生

◆油津港（宮崎県日南市）の例

油津港では地元の日南振徳高校の生徒がクルーズ旅客向けの観光案内を実施【2015年9月】

出典：NHK 宮崎放送局「宮崎熱時間 来襲 巨大客船～日南市の4ヶ月～」

◆横浜港の例

横浜港ではクルーズ船内において地元の岡津太鼓による和太鼓演奏を実施
【2017年10月】



クルーズ船内での和太鼓演奏

3-6

YOKOHAMAのブランド化・付加価値向上の取組み

3-1から3-5などの取組みを地域が一体となって進めることが、結果的にYOKOHAMAのブランド力や付加価値を高めることにつながります。

加えて、積極的なポートセールスや親しみやすく統一的なロゴの作成などにより、地域の取組みをサポートすることも重要です。

● 現状の課題 ●

- YOKOHAMAの認知が十分になされていない
- 統一的に使用するブランド商標がなく、イメージ発信が十分に行われていない

● 対策の事例 ●

◆ 横浜市では様々なポートセールスを行っています。

- ① 海外クルーズ見本市や合同商談会の参加
- ② 海外船社や旅行会社等を直接訪問
- ③ 海外船社のキーパーソンの招聘（他の自治体と連携）
- ④ 海外クルーズ専門誌への広告掲載

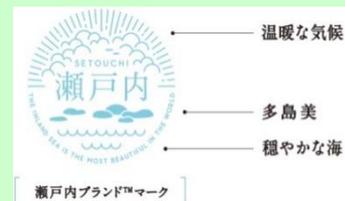
◆ ブランド商標作成やその保護が必要です。

横浜にはすでに外国人に評価されている観光施設が多く存在していますので、横浜の特産品や観光施設を紹介する際に、わかりやすい

「YOKOHAMA」商標を付することで、その商標の価値も向上させることができます。

商標価値（オフィシャル感やクオリティ保証のイメージ等）が向上することで、次回以降の商標貼付の「商品」や「施設」は外国人にとって安心して購入・利用できるものになります。

◆ 地域ブランドマークの事例



出典：瀬戸内ツーリズム HP

4

国内における 輸出振興の取組事例

4-1 港湾エリアでの販売事例

①クルーズ埠頭への臨時の免税店の出店

- 2015 年 4 月に「事前承認港湾施設内への免税店の臨時出店に係る届出制度」が創設され、臨時出店の手続きが簡素化されたことにより、クルーズ船が着岸するふ頭における消費を通じた地域の活性化が期待されている。
- 制度創設以降、552 回のクルーズ船の寄港に際し、延べ 1,010 店舗の臨時免税店の出店実績がある。(2017 年 9 月末現在)。

改正「外国人旅行者向け消費税免税制度」の概要 <http://www.mlit.go.jp/common/001085597.pdf>

4-2 輸送に関する取組事例

①リーファーコンテナによる海上混載輸送サービス

- FCL (満載コンテナ) や航空便の他、小口輸出の場合でも海上混載輸送サービスにより、比較的安価に輸送が可能。
- リーファーコンテナによる海上混載輸送サービスはアジア向けのルートが多い。
- 横浜港を仕出港としたリーファー混載サービスの事例

株式会社日新 食品混載チーム (国際営業第一部複合輸送一課内) TEL : 03-3238-6576

https://www.nissin-tw.co.jp/service/international_transport/ocean/post_95.html

セイノーロジックス株式会社 カスタマーサービス部 TEL : 045-682-5315

<http://www.logix.co.jp/reeferconsolidation/>

②日中における越境 EC 輸送

- 中国政府は、2014 年に保税區を利用した越境 EC の対象、免税規定を明確化するなど、国内および越境の両面で、EC 政策を推進してきた。
- 2014 年の日本発中国向け越境 EC の売上規模は 6064 億円に達し、前年から 5 割以上の伸びを示した。2018 年には 2014 年実績の 2.3 倍にまで拡大するとみられている。
(出典 : Logistics Today)

- 越境 EC は中間業者が介在しないため、売り手と消費者が直接取引することが可能。また、課税額が低く抑えられる。

JETRO「中国の越境 EC」: <https://www.jetro.go.jp/world/reports/2017/01/9ff9c019ac31289b.html>

- 運送会社の EC モールとの連携について

日本通運株式会社 <https://www.nittsu.co.jp/global/cross-border-ec/>

ヤマトホールディングス <https://goo.gl/Bqhb4K>

4-3 輸出振興に関する取組事例

① JFOODO

- 農林水産省が 2016 年 11 月より実施している「農業競争力強化プログラム」において、農林水産物・食品のブランディングやプロモーション、輸出事業者へのサポートを強化するため、農林水産物・食品の輸出促進にミッションを特化した「日本版 S O P E X A（ソペクサ）※」を創設することとされた。
- これを踏まえ、2017 年 4 月に「日本食品海外プロモーションセンター」（略称：JFOODO（ジェイフード））が日本貿易振興機構（JETRO）の一組織として新設された。
※ S O P E X A（ソペクサ）とは、フランス産の農林水産物・食品、飲料の存在価値を高め、その輸出促進を図ることを目的に、1961 年に設立されたフランスの機関。

JETRO「日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）」：<https://www.jetro.go.jp/jfoodo/>

② 日本産酒類輸出促進に関するジェトロの取組

- JETRO では日本産酒類輸出促進に関する取組として、国内事業者向けに海外事情や現地規制等の情報提供を行い酒類の輸出促進に努めている。
- 「海外見本市における出展、セミナー・商談会」「海外バイヤー・インフルエンサーの招聘」「各種セミナー開催」を行っている。

内閣府「日本産酒類輸出促進に関するジェトロの取組み」<https://goo.gl/p4e6JM>

③ 地域での輸出振興に関する取組

● 関西圏の食輸出に関する取組

- 関西・食・輸出推進事業協同組合は「日本の美味しいを世界の食卓へ」をスローガンに、関西から新たな食輸出のスタイルを創造する関西初の団体。
- 関西からの「食」輸出拡大を図ることを目的として、関西・食・輸出推進事業協同組合と阪神国際港湾株式会社の共同により、大阪港からの海上冷凍混載輸送サービスを行う事業者の認定・支援を行っている。

関西・食・輸出推進事業協同組合：<https://www.japan-foods.jp/>

● 北海道国際流通機構（HIDO）の取組

- 2017 年 4 月 3 日、一般社団法人北海道国際流通機構（HIDO）は、元北海道開発局 HOP 推進協議会に参加していた民間企業が中心となり、海外とのマッチング機能を強化し、北海道産品の輸出拡大を図ることを目的とし新設された。

一般社団法人北海道国際流通機構（HIDO）<http://hi-do.or.jp/>

④ 神奈川県の特産品・輸出取組事例

- 「かながわ名産 1 0 0 選」は、神奈川県のご伝統と風土に培われた物産（工芸品、加工食品、農林水産品等）の中から県民による選定委員会が選定。

神奈川県「かながわ名産 1 0 0 選」<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f300096/>

- 神奈川県の食品輸出取組事例として、農林水産省 HP に 3 つの事例が紹介されている。

農林水産省「農林水産物・食品の輸出取組事例（平成 28 年度版）」：
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/torikumi_zirei/zirei_2016.html

4-4 その他の取組事例

①おみやげ農畜産物検査受検円滑化

- 農畜産物の訪日外国人に対する販売については、動植物検査の手続きが分かりにくいこと等の課題があることから、購入した農畜産物を動植物検査を経て円滑に持ち帰ることができるような検査手続のサポート体制を整備することを目的とし、農林水産省は「おみやげ農畜産物検査受検円滑化支援事業」を2015年に開始した。
- 同事業において「空港を利用して農畜産物の持帰りを円滑化させる仕組みの拡大」、「クルーズ船客に対して農畜産物の持帰りを円滑化させるモデルの構築」等の実証事業が行われた。

訪日外国人向けお土産農水産物販売促進協議会：<http://omiyagefruits.jp/>

②酒蔵ツーリズム®と酒税免税制度

- 酒蔵ツーリズム®とは、開放された酒蔵の見学や地酒を味わうことなどを中心とした観光スタイル。酒蔵は都市ではなく地方に多いため、酒蔵ツーリズム®の発展が地方活性化に貢献することが期待されており、日本酒を中心に地域の食文化などを楽しむ観光スタイルと捉えた方が適切である。
- 日本酒には「今だけしか飲めない」「ここだけでしか飲めない」「職人の手仕事」というキャッチーな要素があり、酒税免税も手伝って「訪日外国人観光客」に注目されている。

観光庁「酒蔵ツーリズム®」：

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/sakagura.html>

観光庁「【平成29年度税制改正】訪日外国人旅行者向け酒税の免税制度の創設」

http://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000300.html

③NTTドコモの国際ローミング利用者の取込み

- NTTドコモは日本滞在時にドコモのネットワークを通じて国際ローミングの利用者を対象に、ラオックス等提携施設（12ブランド・施設）での買い物に利用できる特別優待サービス（商品の割引クーポン等）の提供を行っている。
- また、チャイナモバイルの国際ローミング利用者に体験型旅行商品（寿司握り体験、相撲稽古見学、着物体験、人力車ツアー等）の情報配信を行っている。
- 訪日外国人のキャッチアップ、ビッグデータの活用等の効果を狙っている。

株式会社NTTドコモ報道発表資料：

https://www.nttdocomo.co.jp/info/news_release/notice/2016/02/04_00.html

https://www.nttdocomo.co.jp/info/news_release/2017/08/21_00.html

5

おわりに ～YOKOHAMA クルーズサポートチームの設置～

本検討会は、第1フェーズとして本手引きを取りまとめたことで、具体の事業実施に向けた第2フェーズへ移行します。

組織形態についても、本検討会を、クルーズ旅客を通じた地域振興及び特産品の輸出振興を目指す事業者に対し、官民連携の下で様々な面からの助言、支援を行う「YOKOHAMA クルーズサポートチーム」へ発展的改組します。

本チームへのご相談、お問い合わせは、下記連絡先までお願い致します。

事務局：国土交通省 関東地方整備局 港湾空港部

連絡先：クルーズ振興・港湾物流企画室

045-211-7437

E-mail：pa.ktr-yokohamacruise@ml.mlit.go.jp

参考 YOKOHAMA クルーズサポートチームメンバー

(クルーズ旅客を通じた地域振興及び特産品の輸出振興に係る検討会より発展的改組)

所 属	役 職	氏 名
横浜港大さん橋国際客船ターミナル指定管理者 一般社団法人横浜港振興協会	代表 副会長	小此木 歌藏
横浜ショッピングキャンペーン実行委員会	事務局長	田原 和彦
公益財団法人 横浜観光コンベンション・ビューロー	専務理事	青木 利行
一般社団法人 ジャパンショッピングツーリズム協会	専務理事	新津 研一
ゲンティンクルーズライン スタークルーズ日本オフィス	代表	山本 有助
郵船クルーズ株式会社	代表取締役社長	服部 浩
株式会社カーニバル・ジャパン	代表取締役社長	堀川 悟
横浜川崎国際港湾株式会社	上級理事	安永 豊
横浜市 政策局	局長	小林 一美
横浜市 港湾局	局長	伊東 慎介
財務省 横浜税関	税関長	片山 一夫
国税庁 東京国税局	課税第二部長	多田 毅
国土交通省 関東運輸局	局長	河田 守弘
国土交通省 関東地方整備局	副局長	高田 昌行

◆事務局：国土交通省 関東地方整備局 港湾空港部

発行元：クルーズ旅客を通じた地域振興及び特産品の輸出振興に係る検討会

事務局：国土交通省 関東地方整備局 港湾空港部