

# エクスプローラ ジャーニーが提案する ラグジュアリーの進化系

MSCグループが新たに立ち上げたラグジュアリー船社エクスプローラ ジャーニー。  
スタイリッシュで高級ホテルのような広々とした空間で提案するのは、  
この船「エクスプローラI」でしか経験できない、スペシャルな体験。  
進化するラグジュアリーを探りつつ、真の贅沢とは何かを考える船旅に出た。

写真・文=吉田絵里



デッキ10にあるアトール・プール&バー。  
船尾にプールがあり、航跡を見渡しながら  
のんびり過ごせる。5デッキにはダイニング  
と直結した同様のプールも。海を近くに  
感じられるスペースが多い船だ



ロビー&ロビーバー。2層吹き抜けだが、それ以上に広々と感じられるのは、そのデザイン性の高さゆえか。朝は寄港地体験ツアーの集合場所になり、夜は社交場になっていた



下半分が濃紺に塗られた船体は、どこかクラシカルで正統派の客船といった佇まい。船内の現代的なインテリアとの対比もいい

## コンセプトは「海とのつながり」 非日常感あふれるラグジュアリーな空間

その名前からして、ずっと気になってきた。多くの船会社が「○○○クルーズ」という名を持つなか、「エクスペローラジャーニー」という船社名からして、唯一無二の存在感を放つ。

それは単なるクルーズを提供するだけではない、船に乗って旅する経験、すなわち「ジャーニー」を提供するもの……船社名からもそんな強い思いが伝わってくる。

今回乗船したクルーズ船「エクスペローラI」を運航するエクスペローラジャーニーは、地中海を拠点にするMSCグループが、満を持して運航を始めたラグジュアリーブランドだ。MSCグループといえば世界第一位の規模を誇る海運会社のクルーズ部門を担っており、日本発着を行う「MSCベリツシマ」は多くの日本人をクルーズに誘った立役者。そんなMSCグループが新たなクルーズラインを立ち上げたとあって、世界中で期待を寄せる人は少なくない。同船は6万トンサイズの中型で、乗客

定員922人。船内のスペースを広々と確保、乗客一人当たりの乗務員の数を厚くし、ラグジュアリーな市場に乗り込んでいった。

その独自性は、チェックインのときから感じられた。生花で飾られたテーブルで一人ずつ丁寧にチェックインの手続きをする。そこに行列は存在しない。そして船内に足を踏み入れると「ウェルカム・ア・ボードー」、ビシッと制服を着こなしたホストが、にこやかにウェルカムシヤンパンを手渡してくれた。近くにフカフカのソファがあり、客室に入る前に、まずはソファで軽く一杯。そこは使い勝手のいい船内のカフェで、どこかホテルのラウンジのような雰囲気だ。

さらに奥に進むと天井までポトルが並んだ広い吹き抜けの「ロビーバー」があり、そのゆつたりとした空間の使い方はまるで高級ホテルのエントランスロビーのよう。それも最近オープンしたばかりの、デザイン性の高いモダンなホテルにいる気分だ。

ロビーバーの脇には、高級ブランド店が並んでいた。洋上初出店というロレックス専門店では、日本では人気すぎて目にするのが少ないデイトナなどの人気モデルが店頭には平然と並んでいる。

その脇にはデスクが並び、ホストが待機する。大型客船ではしばしば人の行列ができるレセプションだが、ここは個々の乗客にじっくり向き合うコンシェルジュといった佇まい。実際、乗船中に何度か足を運んだが、待ち時間はまったくなかった。

エクスペローラジャーニーのコンセプトは、「Ocean State of Mind」、日本語に訳すならば、「海とのつながり、つながる心」とでも言おうか。「海からインスピレーションを得て、穏やかに、そして心豊かに旅を楽しんでいただけます。サービスを提供しています」。エクスペローラジャーニーのセールス担当者はそう語り、にこやかに笑った。

開閉式の屋根がついた屋内プール。観葉植物も植えられ、リゾート感満載。すぐにドリンクのオーダーもとりきてくれた



## 海と太陽を近くに感じられる 喧噪とは無縁の、スペーススな空間

荷物を置きにまず客室に入ったときの印象もやっぱり「陸のホテルのよう」。クルーズ船は限られたスペースゆえ、客室は陸のホテルと比べて往々にしてコンパクトなことが多い。けれどもエクスペローラーの客室は最低でも35平方メートルと、ホテルと比べても遜色ない広さ。ソファもゆったりしており、フアブリックなども上質で心地よく、誰もが居心地良く感じるはずだ。

ちなみにエクスペローラジャーニーでは客室のことを「キャビン」と呼ばず、「スイート」と呼ぶ。上質さをアピールするその言葉遣いからも、同社の哲学が感じられる。

ラグジュアリー船らしいと感じられたのが、客室のウォークインクローゼットだ。バスルームと隣接しているうえに、鏡台とイスも同じ空間にあった。そして鏡台の中には、最新鋭のダイソンのドライヤーがきつちりと収納されていた。すなわちシャワー↓ドライヤー↓着替え↓メイクという一連の流れが、同じ空間でスムーズにできるのだ。特に女性は何かとおめかしする機会が多い船旅で、この客室の動線は秀逸だと感じた。

ちなみにこの船にはドレスコードはなく、タキシードやスーツ、そしてドレスは必要ない。それでもおしゃれな船内だけに、ディナー時はやっぱりおめかししたくなるし、実際上手におしゃれを楽しんでいる乗客ばかりだった。

### プライベート感満載のリゾート

船内を歩いていて思うのが、とにかくスタイリッシュで洗練されているということ。そしてどの空間もゆったりとしており、混雑とは無縁だということ。

朝昼晩とお世話になるダイニングは、色使いはおさえられており、派手さはない。けれども上質なインテリアに包まれて、心地よい高級感が満たされている。

上部11デッキには屋根が開閉式となったプールデッキがあるが、吹き抜けの天井は高く、開放感いっぱい。真夏のクルーズでなかったせいもあるが、デッキチェアは余るほどあり、チェアが見つからずウロウロ……というシーンは皆無。そこはプライベート感満載のリゾートという雰囲気だ。この屋内プールに加え、同船には実に10カ所も水に親しめるエリアがある。



レジデンスと呼ばれる上級客室はバトラーサービス付き。こちらは56平方メートルの広さのコーヴレジデンス



客室は全室テラス付きで、最小でも35平方メートル。テラスもゆったりくつろげる広さがある



部屋のアメニティもオリジナルのもの。香りもよく、乗客に好評。ショップで販売もされている



プライベートなパーティーを開けるテーブルも。ワインをインテリアに配した、スタ  
イリッシュかつ高級感あふれる空間



船首にあるヘリオスプール&バーは、景色を眺めるのにも最高の場所。このエリア  
は大人専用だが、キッズルームもあり、子どももウェルカムな船会社だ

カフェやダイニングなども大きな  
全面窓が多く、海と太陽を近くに  
感じられる空間が多い。

「エクスペローラジャーニーはヨッ  
トにインスパイアされています。  
誰もが自分のプライベート・ヨッ  
トにいるようにゆったりとくつろ  
げる空間を提供しています」と語  
るのは、デイエゴ・ミケロツツイ船  
長。「そのうえで、弊社は環境に  
も最大限配慮しています。われわ  
れは常に海や自然について考え、  
長くクルーズを持続していくため  
に必要なことを実践しています」。

### 海のようにゆったりとした ホストたちのサービス

こうした上質な空間を演出する  
立役者がホストたちだ。エクスペ  
ローラジャーニーでは彼らを「ク  
ルー」や「スタッフ」ではなく「ホ  
スト」と呼ぶ。その名の通り、乗  
客をもてなすのが彼らの役目と明  
確に位置付けている。

エクスペローラの船内に、焦  
っているホストはいない。グラスが  
空になりそうになると「お飲み物  
はいかがですか」と速やかに声がか  
かる。ナプキンが落ちればすぐさま  
ま拾ってくれるし、とにかく「人手

が足りている」という印象だ。

「エクスペローラジャーニーの  
ホストは、クルーズ船での勤務経  
験者のみならず、高級ホテルなど  
のホスピタリティー業界の経験者  
が数多くいます。多くの船会社で  
は中間にエージェントが入ってク  
ルーを派遣する形をとっています  
が、エクスペローラジャーニーは  
直接雇用でこだわっています。自  
社で教育を行い、皆エクスペロー  
ラジャーニーのホストとしての  
哲学を学んでいます」と語るのは、  
ゼネラル・マネージャーのマーティ  
ン氏だ。

ちなみに今回のクルーズの乗船  
率は70パーセント程度。だからこ  
ろ船内空間もサービスもゆったり  
としていた。セールのにも、今  
後、乗船率100パーセントを目  
指すのが目標ではないという。さ  
らにこれでも100パーセント  
になった場合は、ホストの数を増  
やす場合もあるとのこと。

同社の哲学である「Ocean State  
of Mind (海とのつながり)」はす  
なわち、大海原のようなゆったり  
としたサービス精神なのかもしれ  
ない——ホストたちと接してい  
てそう思った。



ゴールドに濃紺がマッチしたファンネル部分。上品な雰囲気が漂う。デ  
ッキェアには同色のタオルがきちんと畳んで置かれていた



ブラウンをベースにした重厚感のあるウイスキーバー。日本のウイスキーも並び、まるで自  
分が映画の主人公になった気分に

# ここだけでしかできない 極上の美食体験

エクスプローラ ジャーニーの最大の特徴のひとつ、それは美食の数々だ。  
しかもミシュラン星付きのスターシェフが監修する世界最先端の食体験から、  
気軽につまめる寿司までとにかくバリエーション豊富で、それぞれ質が高い。  
多彩なダイニングを食べ歩きしてみたい。

ちなみに「エクスプローラI」で予約が必須なのは  
ディナー時の「アンソロジー」、そのほか予約推奨は「サクラ」と「マーブル& Co グリル」。  
和食を含めて、好きな時間に好きなダイニングを利用できる気楽さも  
リラックスして過ごせるラグジュアリー体験の一環と言えそうだ。



# 朝に晩に足が向かう フランス料理ダイニング

## 【フィルルージュ】

朝食・夕食を提供するダイニング。朝食はヘルシーな豆腐料理から、ステーキやラムチョップといったパワフルなメニューまで提供。ディナーはフランス料理を中心に幅広いメニューが並ぶ。メイン料理だけでも10種類以上とそのチョイスの多さに驚く。



4



1



3



2

1 丸窓がアクセントになったフランス料理のダイニング「フィルルージュ」 2 デザートのミルフィーユは甘すぎず、パイ生地のサクサク感を存分に楽しめる一品だった 3 前菜だけでも6種類以上から選べる。ホタテなど魚介を使ったメニューも多く、飽きがこない 4 写真の「ブルゴーニュ風エスカルゴのキャセロール」など手の込んだ料理が並ぶ



# イタリア各地の美食を 目と口で楽しむ空間

## 【アンソロジー】

エクスプローラIとエクスプローラIIの船上で体験できる高級ダイニング「アンソロジー」。総料理長フランク・ガラングェが監修するメニューは、イタリアの伝統的な地方料理を最高級の地元食材を使ってモダンに表現している。



アンソロジーで提供されるのは、繊細な味はもちろん、見た目も美しい料理の数々。おすすめはアラビカコーヒーとトンカ豆を合わせた地中海のスズキや、黒トリュフで味付けしたホタテのカネロニなど。青い海を望めるテラス席での食事も可能だ



## 和食とアジア料理が 食べられる安心感!

【サクラ】

ランチ&ディナーを提供しており、日本人乗客には安心感があるだろう。ランチでは握り寿司も入ったお弁当も提供、そのまま外のプールデッキで食べることもできる。夜は握りやロールなどの寿司メニューのほか、焼き魚や和牛のグリルなどつまみも充実。



1 ランチで提供される弁当ボックス。和洋折衷の内容で、重すぎずランチにちょうどいいサイズ感 2 サクラでもメニューに和牛が並ぶ。外国人乗客からも次々とオーダーが入るほど、和牛人気は高い 3 オープンキッチンで活気がある。店内には寿司カウンターも設置されている



## 極上肉が 夜を彩る ステーキハウス

【マーブル& Co グリル】

ディナーのみ営業するグリルレストランで、要予約。ドイツ、フランス、スウェーデンなどヨーロッパ各地の牛肉も提供する。仔牛肉、豚肉、羊肉、鶏肉のほか、ロブスターや魚のグリルもメニューに並び、バリエーション豊富。シックな店内も居心地がいい。



4 スタイリッシュなインテリアのグリルレストラン。こちらにもエントランスにオープンキッチンが設けられており、肉が焼かれている様子が見られる 5 マッシュしたじゃがいもの上にキャビアがたっぷり載った前菜。この船でキャビアを見かける機会が多い 6 熟成肉を含め、欧州各地のステーキが味わえるのが特徴。ワインとのペアリングも秀逸 7 デザートには「ゆずのチーズケーキ 桜風味のラズベリー」も。船内ではしばしば和食からインスパイアされたメニューを見た



# 海の幸たっぷりの 地中海料理が 日本人に合う

## 【メッドヨットクラブ】

海や航海をテーマにした地中海、北アフリカ料理などを提供するダイニング。丸窓があり、帆船模型なども飾られた船上らしいインテリアだ。ランチとディナーを提供、シェア用の小皿メニューもある。魚介類やパスタなどの日本人の口にあうメニューが豊富。



1 船の絵画が飾られたインテリア。全体的にテーブルやイスが高くなく、日本人にはありがたい 2 鮮やかなトマトソースとともに提供されたタコのグリル 3 ワインのつまみに最適なピンチヨスも充実。皆でシェアできて、野菜がしっかりとれるメニューが多い



# 眺望を楽しみながら 優雅な午後を満喫できる

## 【アフタヌーン・ティー】

午後4時になると、エクスプローラ ラウンジはアフタヌーン・ティーの会場に変身する。ピアノの生演奏の中、スイスに本店を置く紅茶ブランドchanoyuの各種紅茶やスコーン、日替わりのミニケーキなどが提供され、眺望とティータイムを楽しむ乗客でにぎわう。



4 紅茶はカートで運ばれ、好みのティーバッグを選ぶことができる。スイーツも同様にカートで運ばれてくる 5 アフタヌーン・ティーの会場となるラウンジは、ガラスの天井や大きな窓に囲まれ、屋外テラスもある 6 定番のスコーンとクロップド・クリームのほか、レモンケーキやフルーツのタルトなどのミニ・ケーキも。サイズ感もちょうどいい



1 海に面したテーブルがいくつも並ぶ。朝食など混雑する時間も、空きテーブルが見つからないことはない 2 ハンバーガーはオーダー制。パテはジューシーでパンズもふっくら。日本の高級ハンバーガーを彷彿とさせる味だった 3 日本人にうれしい、寿司コーナー。好みの握りやロールを提供してくれる外国人乗客にも大人気だった 4 スイーツは見た目も美しく、味も甘すぎない上品なもの。毎度どれにしようか迷うほど

もはや「ビュッフェ」ではない

## 寿司にオイスターに 極上の食が並ぶダイニング

【エンポリウムマーケットプレイス】

今回の乗船で驚いたのが、オールデイダイニングの質の高さ。オーダーしてから作る料理も多く、すべてクルーが皿に盛ってくれるシステムはもはや様々なレストランが一堂に会する、極上の食スペースだ。

エクスペローラIには11デッキに「エンポリウムマーケットプレイス」があり、朝・昼・晩と好きなものをチョイスして食べられる。いわゆるクルーズ船のビュッフェ・レストランの位置づけだが、ここは一般的なビュッフェとは一線を画す。

ここではそれぞれのブースに立つホストが、料理を指定するとお皿に盛ってくれる。自分でお皿を持つわずらわしさは最小限で、衛生的でもある。コロナ禍以降、このスタイルを採り入れるクルーズ船は増えているが、そもそも人手がないとできないだろう。

特筆すべきは料理の種類の高さと質の高さ。ダイナーではその場で焼いてくれるグリルコーナーや、カニやオイスターが並ぶコーナーもある。焼きたてピザにオーダーごとに作ってくれるパスタや麺類に寿司に……と日本人なじみの味も。スイーツも街角のケーキ屋さんかと思うほど美しく並ぶ。

だから「ダイナーは11デッキで食べるが多かった」という乗客も。「ビュッフェで済ます」のではなく、あえて「ビュッフェに行く」という選択肢になる場だ。



❶ 料理はすべてそのコーナーを担当するホストがとりわけてくれる。また頼めばお皿もテーブルまで運んでくれる ❷ ディナー時にはオイスターやカニのコーナーも。クリーミーなカキが洋上で好きだけ楽しめる贅沢さ！ ❸ オールデイダイニングの外のデッキには、オーダーするとクレープを作ってくれるコーナーも。ほかにもジェラートやアイスも充実 ❹ オーダーしてから作るパスタもこの種類の多さ！ ❺ 日替わりの麺類に寿司が提供されるのは、日本人には心強いだろう



## 2026年夏、 エクスプローラIII就航

エクスプローラ ジャーニーは現在、船隊を拡大中。2024年9月には「エクスプローラII」が就航し、さらに2026年夏、3隻目となる「エクスプローラIII」も運航を開始する。同船はエクスプローラ ジャーニー初のLNG船で、就航シーズンのコースもすでに発売中だ。

エクスプローラIIIのテーマは「洋上のわが家」。72,900トンとエクスプローラI、IIからサイズサイズアップしているが、客室の数は463室と微増にとどまる。すなわち、さらにゆとりある空間を実現する。

就航シーズンには北欧やアイスランドとグリーンランド、北米東海岸などをめぐり、2026～27年の冬期はカリブ海を航行する予定だ。

エクスプローラIII 概要  
 総トン数:72,900トン/全長:268メートル  
 全幅:33メートル/乗客定員:926名



1 船内にしつらえられたデコラティブな階段。「MSCベリッシマ」のスワロフスキーの階段をほうふつとさせる 2 RINAのドルフィン認証を受け、燃料を採用し、環境にも配慮した「エクスプローラ1」。この後、第6船までデビュー予定で、コースの選択肢も増えるだろう。日本に來航する日もくるかもしれない 3 広々とした船首のデッキ。近年眺望を楽しめる広いラウンジが全体的に減っている中、こうしたクルーズ船らしい空間は貴重だ

## 物質的な豊かさに とどまらない「ラグジュアリー」 そこにあるのは、人生を豊かにする体験

「ラグジュアリーとは何か」——  
最近クルーズ船に乗るたびに、そ  
んなことを考える。

人によってラグジュアリーの定  
義は異なるだろう。豪華絢爛な世  
界で、輝く宝石に囲まれる「ラグ  
ジュアリー」も存在する。

エクスプローラジャーニーが提  
案するラグジュアリーは、物質的  
な豊かさにとどまらない。寄港地  
体験ツアーでは地元の選りすぐら  
れたレストランで、名物料理を少  
しずついただく体験ができた。少  
人数だからこそなした地元との  
距離の近さが印象に残っている。

美食の数々、特に同船のダイニ  
ング「アンソロジー」にて陸に下  
りずしてミシュランシェフの繊細  
な9皿ものコース料理を、ゆった  
りと楽しめたことも良き思い出だ。

客室のコーヒーマシンがうまく使  
えなかったところ、ホストがすぐ飛  
んできてくれた。彼女がやるとあつ  
という間にできて、顔を見合わせ  
笑った瞬間はいまでも忘れられない。

エクスプローラジャーニーのテ  
ーマである「Ocean State of Mind  
(海とのつながり)」。それは常に  
海を感じながら、心地よくストレ  
スなく、さらにその船旅でしかな  
しえない、人生を豊かにする体験  
をもたらすことなのかもしれない。  
旅が終わったいま、自分のマイン  
ドが心地よくリセットされた感覚  
がある。

すでにエクスプローラVIまでの  
建造が決まっているエクスプロ  
ラジャーニー。急速に拡大をして  
いるなか、知名度が高まりきって  
いない今こそ、コストパフォーマンス  
よく乗船できるタイミングな  
のかもしれない。

### 取材メモ

エクスプローラ1  
ロサンゼルス～バンクーバー  
日程:2024年4月12日～18日  
船名:エクスプローラ1  
(エクスプローラジャーニー)  
コース:ロサンゼルス～サンフランシ  
スコ～アストリア～ビクトリア～バ  
ンクーバー  
総トン数:6万3900トン  
乗客定員:922人/乗組員数735人



Explorajourneys.com