

当財団は、2011年4月より、財団法人中部空港調査会（2011年3月解散）から航空・空港に関する調査研究事業を引き継いで、中部圏の航空・空港の発展に資する調査研究・普及啓発に取り組んでおります。

近年、世界の航空自由化・オープンスカイの進展とともに、規制緩和による自由化やLCCと呼ばれる格安航空会社の台頭など、日本の航空を取り巻く環境は劇的に変化しており、地域における空港のあり方も大きく変革してきています。

こうした状況のなかで中部圏に立地する8空港（中部国際空港、松本空港、富山空港、能登空港、小松空港、静岡空港、名古屋空港、福井空港）について、その歩みや現状を関係者のインタビューを交えて紹介します。

第2回となる今回は、中部国際空港（後編）です。

（公財）中部圏社会経済研究所
総務企画部主任 折戸 厚子

第2回 中部国際空港（後編）

～中部の観光地、観光発信地としてのセントレア～



中部国際空港は、飛行機が発着する空港としてだけでなく、中部の観光地の一つとして定着している。海と空に近いロケーションを活かした開放的な展望デッキ、エンターテインメント性の高い商業施設「スカイタウン」、毎週のように週末に開催されるさまざまなイベントなど、飛行機を利用しない人にとっても魅力ある観光スポットとして、年間600万人以上を集客している。

一方、空港の需要創出のために、地域と一体となったエアポートセールスを行うだけでなく、中部の観光地としての魅力を国内外に対して発信したり、中部国際空港発着の旅行を地域の人々に対して提案したりといった、従来は旅行会社が行っていたような領域にまで、空港会社自身が積極的に取り組んでいる。

今回は、「中部の観光地、観光発信地としてのセントレア」として、執行役員 上用敏弘 氏へのインタビューとともに紹介する。

1. 観光施設としてのセントレア

従来、空港は目的地へ移動する際に通過する施設であり、レストランや売店も、待ち時間をつぶすために小規模なものが用意されているに過ぎなかった。空港は飛行機に乗る人のための施設であり、飛行機に乗らない人は空港のサービスの対象外であった。

近年、こうした従来の姿とは異なる空港の運営が注目されている。空港は、飛行機に乗る人だけでなく飛行機に乗らない人も対象としたファッションや雑貨、リラクゼーションやエンターテインメントなどの多彩なテナントや飲食サービスを集積したショッピングモール、レジャー施設へと変貌してきている。こうした動きは、1980年代の英国における空港民営化から始まったとされているが、日本においては中部国際空港が「飛行機に乗らない人も楽しめる空港」を本格的に打ち出した先駆けである。

遊びに来てもらうことが空港経営の要

一般的に、空港会社の収入は着陸料や施設使用料などの航空系収入と、免税店や物販・飲食店、駐車場などの商業収入を含む非航空系収入の2つに大きく分けられる。

中部国際空港は、航空系と非航空系の一体経営

中部国際空港の年間集客数と東海3県における
主要な集客施設の中での集客順位

単位(千人)

	年間集客数	順位
2005年	12,009	1位
2006年	8,826	2位
2007年	8,025	2位
2008年	7,409	2位
2009年	6,493	3位
2010年	6,405	3位
2011年	6,572	3位

※全体入場者数から航空旅客数を除いた人数

出典：「東海3県主要集客施設運営実態調査」(2005-2011)
三菱UFJリサーチ&コンサルティング

のもとに、商業収入を増やして、その利益で着陸料を抑え、路線ネットワークの充実につなげていくことを経営戦略にしている。これは、中部国際空港が、成田や関空に比べて後背地の人口や経済の規模が大きくなく、割安な着陸料を用意するなどして、航空会社のビジネスが成り立つ条件を整えなければ、就航数が増えないことを開港前から認識していたためである。

飛行機に乗らない人にも空港へ遊びに来てもらい、楽しんでもらいつつお金を使ってもらおうことが、中部国際空港の経営を支える要となっている。

開港前のアイデア募集キャンペーン

従来の空港とは一線を画す、魅力ある空港を実現するために、計画策定の初期の段階である1999年に空港施設に関するアイデアの募集キャンペーンが行われ、439名から1,190件におよぶアイデアが集まった。

最も要望の高かった施設が「大浴場・露天風呂・シャワーの設置」であった。また、「エステティックやクイックマッサージ」、「適正な価格でおいしく専門性の高い飲食店」、「空港で結婚式がしたい」、「バラエティに富んだ品ぞろえの物販店」など、多様かつこれまでよりワンランク上の「楽しさ、おいしさ、リラクゼーション」が新しい空港に求められていた。こうした意見の実現の可能性が一つひとつ検討され、中部国際空港の魅力が形作られた。

テーマパークのようなスカイタウン

空港ターミナルビルは1階から4階で構成されているが、中部国際空港の大きな特徴として知られているのは4階の「スカイタウン」である。

地元人気店や全国有名店が軒をつらねるショッピングモールだが、開港時に「空港でここまでやるのか」と評判となった店揃いとテーマパークのような雰囲気が売りになっている。向かって左側がヨーロッパの路地裏をイメージした「レンガ通り」、右側が古き良き日本の町をイメージした「ちょうちん横丁」である。「レンガ通り」は世界



ヨーロッパの路地裏をイメージした「レンガ通り」



飛行機の離陸が見える展望浴場



古き良き日本の町をイメージした「ちょうちん横丁」

の味と雑貨を中心とした構成で、「ちょうちん横丁」は懐かしの味をテーマとして、古くから名古屋に伝わる名物など和食を中心とした店が並んでいる。どちらも、路地裏風の入り組んだ配置で、路地を曲がると何があるのかというワクワク感を演出している。

空港は、無機質で現代アートのデザインが世界的な主流となっているが、スカイタウンは、暖かみのあるノスタルジー漂うデザインとなっている。空間づくりの参考となったのは、福岡のキャナルシティや東京・お台場のヴィーナズフォートなどのテーマパーク型ショッピングモールで、空港の中にいるとは思わせない、「入ったとたんに非日常」を感じさせるつくりになっている。

また、「市中と同一価格での販売」がテナント応募の際の条件となっており、いわゆる空港料金ではなく、通常価格で食事や買い物ができるのも人気の要因の一つとなっている。

日本初、空港内に飛行機が見える展望浴場

スカイタウンのちょうちん横丁には、日本で初

めてとなる空港内の展望風呂がある。これは、開港前のアンケートで最も要望が多かった意見の実現で、入浴しながら飛行機が離陸する瞬間が見えるという、絶好の場所に位置している。

開業後、利用者の意見をとりいれて、飛行機の離陸時のエンジン音を風呂内に流したり、屋外に休憩スペースを設けて、臨場感のある飛行機の音や海風を肌で感じられるようにしたりして、空港内のお風呂という非日常性に富んだ魅力をより楽しめるようにリニューアルしている。

また、サウナ、エステ、食事もできる総合リラクゼーション施設となっていて、物珍しさだけでなく、乗り継ぎや旅の行き帰りのリフレッシュの場としてや空港見学の際のくつろぎの場として、無くてはならない場所となっている。

滑走路を間近に見る展望デッキ

4階のスカイタウンを抜けると、飛行機の離着陸が大パノラマで観られる「スカイデッキ」が無料で開放されている。スカイデッキの先端は、飛行機が移動する誘導路までわずか50m程度、滑走路までは300m程度で、日本の国際空港で、これほど滑走路まで近づける展望デッキは他にはないという。また、金網フェンスではなく、独自のワイヤーフェンスを日本で初めて採用した。視界の邪魔になりにくく、写真撮影がしやすいと好評を博し、国内の他の空港の展望デッキも追随している。

スカイデッキの警備には、未来型電動二輪車「セグウェイ」を用いている。これは警備の作業



海と空の大パノラマが広がる「スカイデッキ」

効率や抑止力向上のために導入されたが、見学客の間をぬってセグウェイに乗った空港警備員が移動する様は、未来を感じさせる中部国際空港ならではの風景として親しまれている。

個性的な空港ツアー

セグウェイは、期間限定ながら空港内の見学ツアーにも用いられている。公認インストラクターによるセグウェイの乗車講習の後に、実際に空港ターミナル内や屋外のセントレアガーデンなどのコースを走行する。



公認インストラクターの指導によるセグウェイツアー



空港ボランティアが活躍する社会見学

そのほかにも、各種ツアーが用意されている。なかでも、制限区域内をバスで巡り、普段は立ち入ることのできない滑走路脇で航空機の離着陸を見学する滑走路見学ツアーは、「既成概念にとらわれない発想」で考え出されたアイデアで、日本で初めて実現した。後に、各地の空港でも行われるようになり、中部国際空港の「空港の常識」ととらわれない挑戦が、新しい「空港の常識」を作り出した一例となっている。

また、子供のための社会見学の受け入れにも力を入れている。海上保安庁や消防署、空港税関などの各機関や事業所の協力により、多種多様なコース（全13コース）を用意していることが大きな特徴であり、空港ボランティアによる、子ども目線のわかりやすい説明が好評である。

コンサートなどの多彩なイベントの開催

2011年からは、商業事業部内に「にぎわい創出グループ」を設置して、集客イベントを強化している。イベントプラザやギャラリーを中心に、スカイデッキや臨時駐車場など空港内のあらゆる施設を有効活用して、毎週末のように、イベントを開催している。屋外ライブ、Dreams Come Trueとコラボレーションしたクリスマスイルミネーションの実施やジャパネットたかたの公開生放送など、空港という枠に留まらない催しも数多く開催されており、中部国際空港に行けば常に何かをやっているという状態を作り出している。

2012年の秋には、中部圏としては約30年ぶりに第12回国際航空宇宙展が開かれる。世界の主要航空機製造企業、各種部品製造企業、ロケット製造企業、人工衛星製造企業などがトレード活動を行う、世界トップレベルの技術ビジネス展示会である。中部国際空港を会場とした、一般でも参加できるパブリックデーが3日間設けられて、完成機体の展示やデモフライトなどが行われる予定になっている。

地域との連携によるイベント開催

地域観光イベントも毎週のように開催されてい

る。弥富市特産の金魚を出発ロビーに展示したり、半田市で5年ごとに開催される「はんだ山車まつり」の事前PRイベントを開催するなど、中部圏の独自文化を国内外からの訪問者に発信しつつ、地域の観光PRを行う場として、積極的に開放している。

2010年より、地元の常滑市との共同で、トライアスロンの国際大会である「アイアンマン70.3セントレア常滑ジャパン」を開催している。この大会は、世界で初めて空港をコースの一部とした大会として高い支持と評価を受けており、専門誌によって「読者が選ぶ人気大会ベスト10」の第1位に選ばれている。

LIXIL IRONMAN® 70.3™ CENTRAIR TOKONAME JAPAN

また、常滑市の盆踊り大会が廃止されたのを引き継ぐ形で、「セントレア盆踊りのゆうべ」を開催している。飛行機の離着陸を背景としたスカイデッキを会場として、和太鼓を演奏するやぐらを設け、提灯を飾り、お祭りムードを盛りあげる。日本一飛行機に近い場所で行われる盆踊り大会として常滑市の新しい夏の風物詩となり、4回目となる今年は、7月21日、22日に開催され、地元の人たちだけでなくセントレアを訪れていた人たちも参加し、大盛況であった。



スカイデッキが盆踊り会場に変身

新しいスポットも登場

空港で結婚式をあげることができるのも、中部国際空港の目玉となっている。1階の吹き抜けの大空間を利用して結婚式を行い、展望レストラン「クイーンアリス」で披露宴を行う。飛行機の離着陸が見られる結婚式という面白さだけではなく、遠方からやってくる参加者の集まりやすさや、結婚式のすぐ後に新婚旅行に旅立てる利便性も魅力だという。現在までに約450組が結婚式をあげている。

他にも、1階では空港ならではの高い天井の空間に毎年テーマを変えて巨大キルトを多数展示する「アートキルトミュージアム」、未来コンセプトビークル「i-unit (アイユニット)」が展示された「ロボットコーナー」、セントレアをパネル、映像や模型などで紹介する「セントレア情報コーナー」などが開港時からのお馴染みのスポットとなっている。また、2011年には中部地区の武将観光をテーマにした「中部武将館 SAMURAI LAB. (サムライラボ)」、2012年には空港施設内としては公営競技初となる場外舟券売場と常滑市の観光案内所を兼ねた「オラレセントレア」がオープンするなど、毎年のように、新たな話題を提供している。



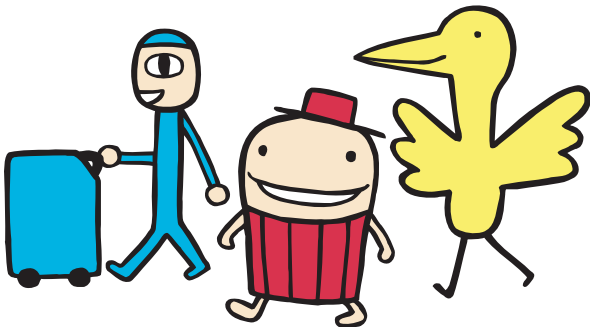
中部武将館の常設展示コーナー

マスコットキャラクターは「なぞの旅人」

開港前の2003年に、中部国際空港のオリジナルキャラクターが発表された。キャラクターデザインは、「愛・地球博」の「モリゾー・キッコロ」と同じく「アレンジ・アロンゾ」で、開港後のキャ

ラクタービジネスを視野に入れ作成した。

メインキャラクターは「なぞの旅人フー」、「なぞの荷物持ち」、「なぞのトリ」の3体で、空港内の各所やイベントなどに使用されている。従来の空港運営にはなかったマスコットキャラクターの採用によって、これらのキャラクターは、地元で親んでもらうとともに全国や世界へのPRに役立っている。キャラクターグッズは、セントレアオフィシャルショップで販売されている。



なぞの旅人フーとなかまたち

空港オリジナル商品の開発

2006年より、航空貨物扱いとなる「ボジョレー・ヌーボー」を空港として積極的にPRするべく、セントレアオリジナル「ボジョレー・ヌーボー」を商品化して、解禁日に合わせて空港内の店舗で販売・提供をしている。2008年からは、ラベルデザインを一般公募して、商品の話題性とオリジナリティを高めている。



人気を集める空港オリジナル商品

空港限定の「空弁」も数多く発売されており、なかでも、中部国際空港の社内公募から生まれた完全オリジナルの「穴子わっぱ」が人気を呼んでいる。地元の特産品にこだわり、知多産こうなごの佃煮のませご飯の上に知多半島・豊浜産の天然穴子がのっており、常滑焼のオリジナル飛行機型箸置が付いている。

また、地元漁協有志と共に、空港島周辺護岸に成育する海藻「アカモク」を商品化して、「天然あかもく セントレアの恵み」として販売している。「アカモク」はメカブのように粘りのある海藻で、豊富なミネラルや抗がん作用などで注目されるフコダインなどが含まれているが、これまで中部圏では食されてこなかった。しかし、今回の商品化により、広く知られることとなり、店頭で並べられるとすぐ売り切れてしまうというくらいの人気商品となった。

最近では地域資源として登録されて、知多半島の6次産業の一例にもなった。中部国際空港の飲食店でアカモクを使用したメニューが提供されているほか、地元スーパーや公立学校の学校給食でも取り扱われている。

2. 観光発信地としてのセントレア

中部国際空港は、開港前より地域と一体となって、エアポートセールスや訪日観光客需要の開拓に取り組んできた。最近では、中部地域の観光資源を世界にアピールするため「Facebook」の英語版を開設して、外国人向けに中部地域の観光情報を発信するなど、時代に即した取組みを積極的に導入しつつ、観光需要の取り込みを図っている。

中部国際空港利用促進協議会の発足

開港前の2001年に、中部国際空港の機能を最大限に発揮させるため、官民一体となって利用促進の方策を整備すべきであるとして「中部国際空港利用促進協議会」が発足した。中部国際空港株式会社、地元自治体、経済界が中心となって結成され、現在までさまざまな取り組みが行われている。

開港前には「フライ・ナゴヤ」キャンペーンを展開した。これは、中部国際空港の開港時に多くの航空会社が乗り入れて、充実した路線網を構築するには、当時、運用中の名古屋空港の利用実績を高めることが重要であるとして、地元空港の優先利用を訴えたもので、開港後は「フライ・セントレア」キャンペーンへと発展して現在も継続している。

また、全国プロモーション「ウェルカムtoセントレア」として、名古屋空港からの就航路線のあった国内24都市を訪問して、中部国際空港のPRを実施した。中部国際空港が国内線・国際線が一元化された日本で最も乗り継ぎ利便性の高い空港であることをアピールして、国内各都市から中部国際空港を利用した海外渡航を呼びかけるとともに、海外から中部国際空港を経由して国内各都市を来訪する外国人旅行者の拡大を図ろうと、旅行会社などを対象としたセミナーを開催して中部の観光素材のPRを行い、各都市から中部国際空港を経由した海外旅行の企画を提案した。

さらに、中部圏には豊富な観光資源があるものの、海外での知名度は必ずしも高くないため、開港後は中部国際空港に就航する航空会社などと連携して、世界各国の旅行会社、メディア関係者、人気ブロガーなどを毎月のように招請している。実際に中部圏の観光コースを回ってもらい、地元の観光事業者や観光関連組織との交流会や商談会などを行うことで、中部地域に訪日旅客を誘致して、中部国際空港の利用促進につなげている。

航空会社との観光交流プロジェクト

中部国際空港株式会社は、2012年から全日本空輸株式会社と連携して、全国から中部地区へ観光客を呼び込み、中部地区から全国への観光客を送り出す「中部発！地域交流プロジェクト」を開始した。

第一弾として、北海道旭川市で開催される「旭川冬まつり」に両社と名古屋おもてなし武将が参加して中部の観光地をPRした。今後も、中部国際空港から全日本空輸株式会社が就航する各地で

PR活動を行う。また、中部国際空港および名古屋市において、中部国際空港から就航する各地の観光案内や物産販売を行っている。

さらに、両社は「中部発！セントレアで繋がる地域交流プロジェクト 飛ぶ！遊ぶ！チューぶ！」というホームページを共同で開設した。中部国際空港の近くに住む豚とネズミの家族「チューぶ一家」というキャラクターを設定して、「中部へ」の観光情報および「中部から」の観光情報を発信している。



「飛ぶ！遊ぶ！チューぶ！」

ホームページ <http://www.ana-chubu.jp/index.html>

昇龍道プロジェクトへの参画

2012年より、中華圏から中部圏9県への旅行客誘致促進を図る「昇龍道」プロジェクトが開始した。これは国土交通省中部運輸局、北陸信越運輸局が主導する官民一体の取組みで、中部圏全体を面としてとらえながら能登半島を龍の頭に見立て、中部国際空港から入り北陸へと抜ける中部圏の観光ルートを「昇龍道」と命名して、中国と台湾を中心とする中華圏に積極的なプロモーションを展開している。

外国人旅行者、特に中国人旅行者の多くが、東京（成田空港）—富士山—京都—大阪（関西空港）を結ぶ「ゴールデンルート」を好むのに対して、中華圏で人気のある龍をモチーフとして中部圏の認知度をアップし、龍が天に昇るように中部圏を南北に縦断しながら観光をして、中部圏の魅力を堪能してもらおうルートを提案している。中部圏9県への訪日外国人観光客数を今後3年で倍増させることを目指している。（200万人泊→400万人泊）



「昇龍道」PRリーフレット

中部国際空港は、このプロジェクトの推進主体の一員として積極的な関与を表明している。今年の夏ダイヤから中国便、台湾便が大幅に増加されたこともあり、中国で最も普及する銀聯カードが使える店を29店舗から36店舗に拡大した。免税対応レジも16台増やし、空港内の全飲食店に中国語メニューを用意した。

また、中部国際空港の国際線到着出口ゲート前には、豊田合成株式会社製のLEDで装飾された「龍のLEDオブジェ」を展示している。同社が所有する約2万個のLEDを使用した龍のオブジェが、昇龍道プロジェクトを中部国際空港内で紹介するコーナーのシンボルマスコットとして貸し出



光る龍のLEDオブジェ

されている。訪日外国人観光客を出迎える龍のLEDオブジェは、日本に到着した旅行者の絶好の写真スポットとして、さっそく人気を集めている。

写真提供

中部国際空港株式会社
ANA名古屋支店

3. インタビュー



中部国際空港株式会社 執行役員 上用敏弘氏 プロフィール

- 1974年 3月 北海道大学工学部土木工学科卒
- 1974年 4月 運輸省入省
- 1998年 5月 中部国際空港株式会社 建設部次長
- 2004年 7月 中部国際空港株式会社 建設事務所 所長
- 2005年 4月 中部国際空港株式会社 運用本部 空港施設部長
- 2007年 6月 中部国際空港株式会社 執行役員
(お客様サービスセンター・地域連携・第二滑走路担当)

最初から「空港で遊んでもらう」がコンセプト

— 中部国際空港はいつも賑やかですね。

旅客が減ってきているので、飛行機に乗らない方にもどんどん空港に遊びに来てほしい。そのために、去年からイベントを強化し、いろんな企画をして集客に取り組んでいます。毎週のように週

末には何かのイベントがあります。

最近、道の駅や羽田などの空港が集客施設としての機能を強化してきているとのことですが、セントレアの場合は最初から「空港で遊んでもらう」がコンセプトです。

P T B（旅客ターミナルビル）の施設配置など、計画段階から航空旅客だけではなく商業施設を充実させることに心がけてきました。商業機能の充実の延長にイベントの開催があります。

—そうしたイベントの企画は、どこが行っているのですか。

営業推進本部商業事業部の中の、その名も「にぎわい創出グループ」が中心となって企画しています。毎週のようにイベントが入っていますので、担当者は大変ですよ。FM放送と組んで公開放送もやりますし、歌手のコンサートの開催など、空港会社というより、イベント企画会社みたいな仕事もやっています。

—制限区域の中に入っただけの空港ツアーも新しい試みでしたね。

一般の方を制限区域の中に入れるというのは、関係機関からの抵抗が強いのです。このツアーも最初は、ただバスの車窓から見るだけ、窓も何か飛んではいけないので開けてはいけないという制限がありました。しかし、やはり外に出て飛行機の音を聞きたい、匂いを嗅ぎたいという要望がありました。そこで、バスから降りて飛行機の離着陸を体感してもらおうと、一か所、降車できる場所を設けました。ただ、降りたときに、一般の人がわっと散ってしまうと困るので、展望デッキと同じようなワイヤーフェンスで囲まれた展望場所を作って、そこから見ていただいています。非常に近くで飛行機の離着陸が見られるということで好評です。

ターミナルビルを地域の情報発信基地に

—地域との連携イベントも盛んですね。

われわれとしては、地域の情報発信の場として、中部国際空港やターミナルビルを大いに利用してほしいと考えています。

例えば、今年で3回目となる国際的なスポーツイベント「アイアンマン70.3セントレア常滑ジャパン」は、常滑市と一緒に開催しています。スカイデッキで常滑の盆踊り大会を開催するのも今年で4回目。また、今年は半田の山車も展示し、半田山車まつりに先だって、中部国際空港で展示することで事前の盛り上げ役を担いました。

当初、地域との関係は、騒音は大丈夫だろうかとか、雇用環境が変わるのではないだろうかといった心配が地域の方々にあって、空港ができることのマイナス面への対応や調整がメインでした。しかし、近年は、せっかく空港が近くにあるのだから、活用して地域を盛り上げたいという提案など、プラス面で地域の自治体の方たちと話をすることが多くなってきました。前向きな目で空港を見ていただき、使っていただく。われわれとしてはそういった最近の傾向は望ましいことだと思っています。

—開港して7年経ちましたが、地域との良好な関係を着々と築いてこられたのですね。

開港までの建設コストの低さや工期の短さなどを各方面から評価していただきましたが、それには、実際に、工事に携わったわれわれの努力もありますが、やはりその前に、地域への説明を丁寧にくり返し行ってきたことが、間違っていなかったという気がしますね。

会社ができる前から、地元にとけこみ、しっかり説明会をするなどの取り組みを行ったことが、結果的に建設がスムーズにいき、地域との前向きな関係を作ることができた理由の一つかなと思います。

中部圏の認知度の低さは大きな課題

—アジア方面を中心に新規路線の開設や増便などがあります。

訪日旅客で多いのは韓国、中国、台湾、香港。この4方面で全体の約7割を占めます。大きなターゲットであるアジア方面は、今夏は、増便や休止していた路線の復便などがけっこうあります。

従来、朝セントレアを発って、夕方到着するという便が多く、日本からアジアに行く人にとっては便利でした。しかし、アジアから来る人にとっては、夕方現地発になって使いにくかった。今回、増便した便は現地を朝に出て、午後セントレアから帰る便です。そうするとアジアからのインバウンド客にとって利用しやすくなります。

また、アウトバウンド客についても、例えば、中部圏でも、長野や北陸など中部国際空港から離れたところに住んでいる人は、朝一番の出発便だと空港まで来るのが大変だったり、前日に宿泊しなければなりません。しかし、午後出発便なら十分間に合い、利用しやすいでしょう。ですから、アジアの近場を中心に、1日1便を朝と夕方の2便にするなど、利用される層を増やしていこうと、航空会社にいろいろ働きかけをしているところです。

一新規路線を増やしていくための課題は何でしょうか。

アジアは、経済成長が非常に旺盛ですし所得も向上しつつあります。LCC（格安航空会社）の台頭といった動きもあり、アジアの人々が爆発的に飛行機を利用するようになるという期待は大きい。しかし、成田、関空、新千歳、福岡といった国内の各空港もアジアの人々をターゲットにしているので、どうしても、地域間の競争というか、取り合いになってしまいます。もっと広くみれば、韓国、台湾、中国でも、観光客を集めようと動き始めています。インバウンド客の取り込みというのは、地域全体で取り組まないといけない課題です。

そのなかで、われわれが一番大きな問題だと思っているのは、特に観光に関して、中部圏がほとんど知られていないことです。アジアのほとんどの人々にとって、「中部国際空港はどこ?」、「何が

あるの?」という感じです。

航空会社としては、日本からの観光客が見込めるだけでなく、向こうの人がどれだけ日本に向けて飛行機を使ってくれるのか、双方向からの需要が見込めないと、なかなか路線を増やせません。しかし、各航空会社にエアポートセールスに行くと、必ず言われるのは中部圏を知らないということです。

現在、関係団体と中部圏のPRに取り組んでいますが、まだまだ認知度は低い。アジアに伝わっていないのです。まず、中部には素晴らしい観光素材がある、食べ物もおいしい、人々も良いよと、いろんなことをしっかりとPRしていかないと、中部圏を目指してくる航空需要は増えません。そこが、やはり大きな問題、これからの課題だと思います。

都市間の交流を盛り上げたい

ーアジアの観光客を中部圏に呼ぼうとする昇龍道プロジェクトが始まりました。

中部国際空港から北陸に抜けるルートを龍に見立てて、新しい観光ルートとして売り込もうとしています。これは、昇龍道プロジェクトとして、ドラゴンルートとも言い、中部運輸局を中心に、関係団体が入り、われわれも参加しています。

まず、ネーミングがおもしろい。龍というのは、アジアの人々には縁起が良いとして非常に人気の高いキャラクターです。これが、今年空港利用促進のメインと考えています。あわせて、空港内の表示を飲食店のメニューに至るまで、できる限り日本語、英語、韓国語、中国語の4ヶ国語で表示しようとしています。従来、この地域は観光にあまり力を入れてこなかったため、取り組むべきことは多いです。われわれとしては、観光客の方がわかりやすいような表示を、空港内だけでなく、鉄道、道路、町の中の案内など中部圏全体に広げていただきたいと思います。

また、国内線も、開港時よりは減りましたが、まだまだ多くの路線があります。それをうまく活

用して、都市間の交流を盛り上げることを考えています。中部国際空港から日本各地に路線を持っている航空会社と組んで、就航先の都市の人々に中部圏に来てもらおうと、いろいろ企画をしています。せっかく飛行機の路線があるのですから、お互いの交流が活発になるようなことをやっていこうと思っています。

どちらも、取り組みを始めたばかりで成果が出てくるにはもう少し時間がかかるかもしれません。「これから本格的に」というところですね。

中部国際空港概要（2012年7月末日現在）

位 置	愛知県常滑市			
空 港 種 別	拠点空港（会社管理空港）			
設 置 管 理 者	中部国際空港株式会社			
開 港 時 期	会社設立	1998年5月1日		
	開 港	2005年2月17日		
ア ク セ ス	http://www.centrair.jp/access/index.html			
	電 車	名古屋鉄道 中部国際空港駅（徒歩0分）		
	バ ス	15路線 多便		
	船	2路線 24便		
供 用 時 間	24時間			
基 本 施 設	面 積	471ヘクタール		
	滑 走 路	3,500m×60m（18/36）		
	駐 機 場	60スポット		
		国内線	18スポット	
		国際線	18スポット	
		国内・国際共用スポット	14スポット	
貨物	10スポット			
付 帯 施 設	駐 車 場	7,800台	有料	
主 な 関 係 団 体	中部国際空港二本目滑走路建設促進期成同盟 中部国際空港利用促進協議会			
就 航 航 空 会 社	国 内	5社		
	国 際	23社		
就 航 便 数	国 内	73便（日）		
	国 際	289便（週）		
就 航 都 市 数	国 内	17都市		
	国 際	26都市		
窓 口	中部国際空港株式会社 愛知県常滑市セントレア一丁目1番地 http://www.cjiac.co.jp/index.html			
方 針 ・ 戦 略 等	セントレグループ中期経営戦略（2010～2014年度） http://www.cjiac.co.jp/ir/2010medium_term_strategy.pdf			