

名古屋港の魅力向上への取組

河内愛¹・吉田一²

¹名古屋港湾事務所 企画調整課（〒455-0045 名古屋市港区築地町2番地）

²名古屋港湾事務所 海洋環境・防災課（〒455-0045 名古屋市港区築地町2番地）

近年、日本の港湾に寄港する外航クルーズ船は増加しており、全国の港湾ではクルーズ船誘致のため様々な取組を実施している。しかし、名古屋港においてはにぎわい拠点の点在や受入施設の制約等の諸課題もあり、クルーズ船誘致に出遅れているのが現状である。とりわけ一般市民の港への関心は低く、これを改善するためには、港のにぎわい創出をはじめとした魅力向上への取組の強化が必要と考えられる。

本論文では、名古屋港の魅力向上に係る取組として、外航クルーズ船寄港時の課題及び対応に向けた検討やその他の取組について紹介する。

キーワード：外航クルーズ船、名古屋港、港のにぎわい、訪日旅行

1. はじめに ～名古屋港の概要～

名古屋港の年間総取扱貨物量は約 2億トンで 14年連続で全国一位を誇る港である。エリアは名古屋市、東海市、知多市、弥富市、飛島村の 4市 1村に跨り、陸域面積は全国一位の約 4,200haを誇る。周辺には自動車関連・工作機械・航空機関連企業等、我が国を代表する企業が多数立地しており、日本でも有数の物流産業港である。

2. 名古屋港の魅力向上に向けた取組背景

(1) 女性の視点を取り入れた現状の分析

名古屋港が更に魅力ある港へと発展するためには、物流・産業のみならず、市民がより親しみをもてる港へ成長することが必要と考え、名古屋港湾事務所では、女性の視点を取り入れた検討を実施するため、有識者5名を構成員とした「名古屋港の未来を考える会」を2014年度に発足した。有識者の方々からは、「交流拠点間の交通軸がなく、一体感がないためにぎわいに欠ける。」「市民へのPRが不足しており、寂しい港と感じる。」「物流が優先されており、人が近づきたい。」「名古屋港では市民がクルーズ船に関心が薄く、港がにぎわうのは海の日名古屋みなと祭花火大会の時だけ。」「他港では、クルーズ船寄港時に大学生や高校生などが歓迎のため

のおもてなしをしているが、名古屋港ではこうした姿をほとんど見ない。」「クルーズ船入港時にイベント等のにぎわえば、外国人の乗船客の心に残る港となるのではないか。」「等の、クルーズ船寄港時の対応について、多くの意見をいただいた。

(2) 名古屋港へのクルーズ船寄港状況

近年、日本の港湾へのクルーズ船寄港回数（2015年：1452回）は図-1に示す通り、増加傾向にある。

特に、外国船社が運航するクルーズ船寄港回数（同：487回）は、直近5年間で約3倍と急増している。港湾別では、寄港回数1位の博多港（2014年：99回→2015

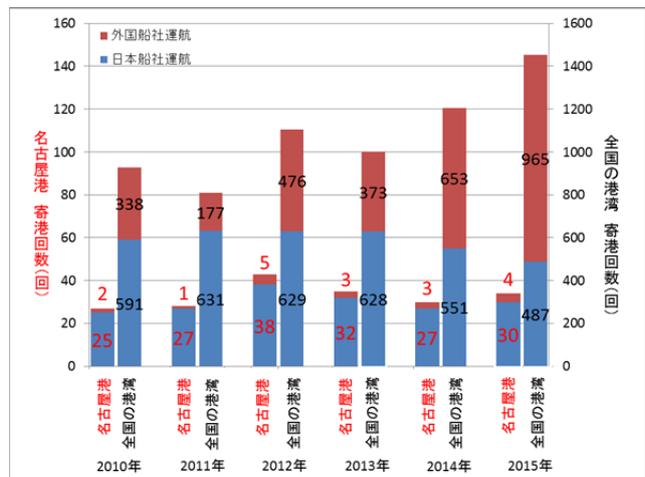


図-1 全国の港湾及び名古屋港へのクルーズ船寄港回数の推移¹⁾

年：245回），2位の長崎港（70回→128回），3位的那覇港（68回→105回）等，寄港回数上位の港湾が高い伸びを見せている。

一方，名古屋港へのクルーズ船の寄港状況は，外国船社が運航するクルーズ船が5回以下と低い回数にとどまっており，国内を含めたトータルでも，ほぼ横ばい状態である。

3. 名古屋港の課題点

(1) にぎわい拠点の点在

名古屋港には，名古屋港水族館や南極観測船ふじ，名古屋海洋博物館を有する「ガーデンふ頭」や，名古屋市国際展示場や名古屋リニア・鉄道館，結婚式場を有する「金城ふ頭」といった交流拠点があるが，これらの拠点は点在しており，回遊するための交通機関が十分ではないという課題がある。上記の理由から，一体感のあるにぎわい空間が創出できず，にぎわいに欠ける港となっている。

(2) クルーズ船寄港情報の広報不足

名古屋港に寄港するクルーズ船の寄港情報は，一部の官公庁のホームページなどでは公開されているものの，一般市民の目につきやすい形での情報提供はなされていない。そのため，一般市民がクルーズ船の寄港情報を知るためには，能動的に情報を取りにいかなければならないという状況であり，クルーズ船寄港について知る機会が限られている。

(3) 不十分な外航クルーズ船受入体制

名古屋港においては，クルーズ船は通常，名古屋港北部に位置するガーデンふ頭で受け入れるが，クルーズ船は近年大型化の傾向にあり，ガーデンふ頭よりも南方を

通う名港中央大橋（桁下空間 55m）をくぐれない大型クルーズ船は名港中央大橋より南方の金城ふ頭西側岸壁に着岸している。（図-2）しかし，同岸壁付近一帯は，通常は入場制限区域となっており，一般市民が近寄りたく，地域が一体となった港のにぎわい創出がしづらい状況である。

更に，同岸壁は通常，自動車の積み出し基地として利用しており，クルーズ船の受入に必要なターミナル等の施設がなく，外航クルーズ船受入体制は不十分となっている。

4. 名古屋港の魅力向上に向けた検討

(1) クルーズ船寄港促進に向けた名古屋港の魅力向上

各地の港湾では，日本への寄港が増加する外航クルーズ船を誘致しようと，工夫を凝らした様々な取組を実施している。市民が参加して実施するクルーズ船入出港時の歓送迎イベントやふ頭における港周辺の名産品・日本製品の免税販売，乗客・乗員向けの日本文化体験など，取組は多岐にわたる。このような状況の中で，名古屋港へのクルーズ船の寄港を促進していくためには，地域が一体となりクルーズ船寄港時の港のにぎわい創出に取り組むことが求められている。

名古屋港においては，2014年2月に，名古屋商工会議所と名古屋港管理組合が中心となり，「名古屋港外航クルーズ船誘致促進会議」が設立され，乗客に対するおもてなしや，ポートセールス等の誘致に向けた活動を実施している。こうした取組と連携しながら，寄港地としての魅力向上に向け，港のにぎわい創出に取り組むべく，後述の取組を実施した。

a) クルーズ船見学者に対するアンケート

他港で実績のあるような，見学者や地元市民によるクルーズ船の歓迎を行う体制を確立し，見学者がクルーズ船の歓迎に来たくなるような，より親しみやすい港を目指すことを目的として，2015年8月18日，「ダイヤモ



図-2 名古屋港におけるクルーズ船着岸位置図



図-3 クルーズ船寄港時のアンケート実施状況

ンド・プリンセス」の名古屋港（金城ふ頭）初寄港に合わせて、クルーズ船見学者を対象とした名古屋港とクルーズ船に関するアンケートを実施した。

アンケートは、クルーズ船見学に来た 200名に回答いただき、「見学時には休憩所や歓迎イベント、地場製品の販売などがあると良い。」「もう少し派手に歓迎の意を示したい。」「クルーズ船を誘致し名古屋のPRをしてほしい。」といった意見をいただいた。

こうしたアンケート結果を活かし、多くの人がクルーズ船の見学や歓迎がしやすい体制を整えるべく、中部地方整備局は「クルーズ船の寄港促進に向けた名古屋港の魅力向上検討会」の設置を決めた。

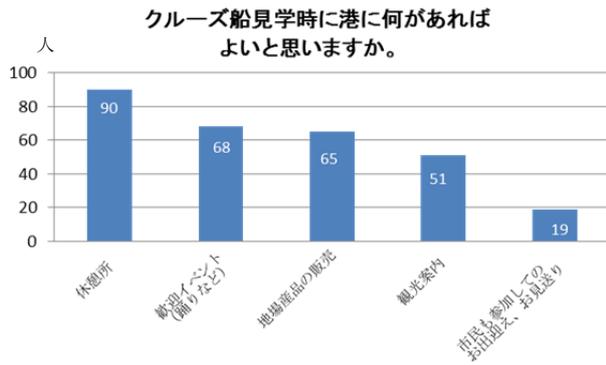


図-4 見学者アンケート結果

b) クルーズ船の寄港促進に向けた名古屋港の魅力向上検討会

前述のアンケート結果や「名古屋港の未来を考える会」での検討を踏まえ、クルーズ船の寄港促進に向け、寄港地としての更なる魅力向上のための具体的な取組を加速すべく、名古屋港におけるクルーズ船受入関係者を構成員とした「クルーズ船の寄港促進に向けた名古屋港の魅力向上検討会」を 2015年 10月に設置し、議論を開始した。

検討会においては、にぎわいの創出による魅力向上に向け、乗客・乗員に対する取組、一般見学者に対する取組、一般市民の参画に向けた取組に関する意見が出され、その他受入に向けた各種調整の円滑化に向け、CIQ等の手続き体制の確保、クルーズ船受入に関する組織体制の構築についての意見が出された。

検討会での意見を踏まえ、名古屋港に外航クルーズ船が寄港する際に各種取組を実施することにより、効果の実証を行うこととした。

(2) 一般市民の名古屋港への理解促進

前述のとおり、名古屋港は日本でも有数の物流産業港であるが、一般市民が立ち入り可能な箇所は限られており、人が近づきがたく、寂しい港との印象を持っている。名古屋港が年間総取扱貨物量日本一の港であり、中部のみならず、日本経済において大きな役割

を果たしていることや、港湾整備が日本の生活に重要であることなど、あまり知られていないのが現状である。

こうした背景から、名古屋港事務所では、より多くの人々に名古屋港の果たす役割や、社会資本整備の重要性を理解してもらうため、また、名古屋港に親しみをもってもらうため、名古屋港の見学を実施しており、2014年度に年間見学者数 2,000名を目標とする「名古屋港visit2000プロジェクト」を立ち上げた。

5. 名古屋港の魅力向上に向けた取組

(1) マリナー・オブ・ザ・シーズ寄港時の取組

「クルーズ船の寄港促進に向けた名古屋港の魅力向上検討会」の設置後、初の名古屋港への外航クルーズ船寄港事例となった 2016年 3月 27日「マリナー・オブ・ザ・シーズ」の寄港に合わせて、官民が連携し、様々な取組を実証した。乗客のほとんどが中国からの訪日旅行者というクルーズ船の寄港で、後述の取組を実施した。

a) パンフレットによる寄港情報発信

クルーズ船寄港について一般市民の方々に認識いただくことが必要なことから、名古屋駅からクルーズ船寄港地まで通じる鉄道駅や名古屋市内の主要観光案内所、名古屋港の交流施設等にて、パンフレットによる情報発信を行った。

クルーズ船寄港当日に見学者のニーズ把握を目的として実施したアンケートでは、「チラシや掲示板が増え、一層親しみがわく。」といったパンフレットによるPR効果を感じたという意見がある一方、「たまたまSNSで見えたので、広報の仕方を変えともっと人が来ると思う。」「もっと宣伝を増やした方が良い。」といった、より充実した情報発信を求める意見も多く聞かれたため、今後これまで以上に充実した情報発信が行えるよう、検討を継続する必要がある。



図-5 配布したパンフレット

b) ふ頭での名産品販売

近年増加する中国等からの訪日旅行におけるニーズを踏まえ、地元百貨店や名古屋周辺企業による名産品販売を着岸岸壁上で初めて実施した。販売時間はオプションルツアーに参加する乗船客が船に戻る時間帯とし、あらかじめ下船する乗船客に対し、名産品販売の実施を伝えるチラシを配布し、周知した。名産品販売に対する乗船客からの反応は良く、販売ブースはにぎわいを見せたが、名産品販売における通訳不足や、最終乗船時刻までに乗船客が船内に戻らず出港に差し支える可能性が発生するなど、課題も多く残った。



図-6 名産品販売の様子

c) 市民ボランティアによる歓送迎イベント

一般市民の参加による港のにぎわい創出をめざし、市民ボランティアによる歓送迎イベントを行った。名古屋の特色を出したイベントを実施すべく、ボランティアとして、につぼんど真ん中祭り参加団体「名古屋学生チーム「鯨」」に参加いただき、お見送りイベントを実施した。乗客が船内に戻る際には、80名以上のメンバーが列を作りお見送りし、その後、演舞で出港を見送った。多くの乗客が船のデッキやバルコニーに集まり演舞を鑑賞し、アンコールが出るほどの盛況だった。



図-7 出港時のお見送り演舞

d) 市民ボランティアによる通訳

外国人の乗客・乗員向けに、市民通訳ボランティアによる英語・中国語の通訳サービスを実施した。シャトル

バス乗り場での案内や、乗客からの質問・要望等に対応いただき、特に名産品販売では活躍した。ボランティアからも「クルーズ船の対応という貴重な経験が出来た。」などと感想をいただいた。



図-8 市民通訳ボランティアの活躍

e) 学生ボランティアによる乗員向け通訳・アテンド

大型外航クルーズ船には、乗客の1/3～半数近くの乗員が乗船しており、クルーズ船の寄港を促進するには、クルーズ船を運航する船社に直接つながる乗員からの評価も重要となる。しかし、名古屋港においては、着岸岸壁周辺に買い物ができる施設があまりない上、言葉の壁もあり、多くの外国人乗員が岸壁や船内で出港までの時間を過ごしている。このような多くの乗員に日本文化や名古屋の観光地等を知ってもらうため、また、外国人とふれあう機会の少ない学生に外国人と直接話す機会を提供するため、学生ボランティアによる乗員向け通訳・アテンドを実施した。英語を用いた案内で、ショッピングセンターでの買い物のサポートや公園での花見を実施し、乗員からは、「普段、船から降りても地元の人とふれあう機会があまりないが、今回学生との会話や買い物は本当にいい思い出となった。次回の寄港以降も行ってほしい。」との感想が聞かれた。参加した学生からも、「海外に行かなくても外国の方と交流ができ、積極的にトレーニングができることは非常に良い経験となる。」と



図-9 ボランティアと花見を楽しむ様子

いった感想をいただいた。

f) 一般見学者向け休憩・情報提供ブース設置

港のにぎわい創出の一環として地域の方々がクルーズ船の見学やお出迎え・お見送りに気軽に参加できるよう、一般見学者用の休憩・情報提供ブースを着岸岸壁上に設置し、名古屋港周辺の観光情報やクルーズ船寄港予定等の情報提供、クルーズ船に関するセミナー等によるクルーズ船啓発活動を実施した。

また、見学者のニーズ把握を目的としたアンケートを実施し、2015年8月18日に寄港したクルーズ船「ダイヤモンド・プリンセス」寄港時と比較した意見の中で、「前はただ広いだけで寂しかったが、今回は名産品販売やセミナーがあり、にぎわいがある。」といった、にぎわい創出に向けた取組の一定の効果を裏付ける回答が得られた。



図-10 一般見学者向け 休憩・情報提供ブースの様子

(2) 名古屋港visit2000プロジェクト

2014年度に立ち上げた「名古屋港visit2000プロジェクト」は、名古屋港の役割や魅力をより多くの方に知っていただくため、名古屋港湾事務所が案内する年間見学者数2,000名を目標とする取組である。見学者数は2013年度は1,040名、2014年度は1,840名と年々増加しており、2015年度には2,035名と目標を上回った。

名古屋港が日本でも有数の物流産業港であることを知ってもらうと共に、大型外航クルーズ船が寄港する港であることを知ってもらい、名古屋港がよりにぎやかで



図-11 名古屋港見学で名古屋港について学ぶ学生

親しみやすい港となるよう、このような名古屋港の見学は今後も継続して行っていく予定である。

6. まとめ ～今後名古屋港が目指すもの～

今回、名古屋港の魅力向上に向けた検討や実証を重ねる中で重要なことは、一人でも多くの人に名古屋港に対して親しみを持ってもらうことだと、様々な立場の方からの意見により気づかされた。物流面で他港に負けない港をハード面から整備することももちろん重要であり、今後も名古屋港が抱える多くの課題を解決すべく尽力していかなければならないが、人流の促進あるいは一般市民の港に対する関心を高めるなど、港の魅力向上という観点も今後の港湾整備を考えるうえで重要視されている。また、ソフト面での対応を実施することにより、人が集うようになったり、クルーズ船の寄港回数が増加したりと、ソフト面対策の効果が表れれば、そこからより魅力的な港となるためのハード面の整備につながることもあるだろう。

名古屋港の魅力向上を目指す中で、クルーズ船の寄港促進に向けての取組や、港内見学者数を増やすことは、方法の一つに他ならないが、今後も、名古屋港のより魅力ある港への発展をめざし、名古屋港が「日本一利用しやすく、親しみやすい港」となるべく、今後も検討を継続する必要がある。

謝辞：クルーズ船寄港時の取組実施に当たり、ご協力いただきました「名古屋学生チーム「鯨」」の皆様、多くのボランティアの皆様、クルーズ船について貴重なご意見をいただき、多くのご協力をいただきました、「名古屋港の未来を考える会」構成員の皆様、「クルーズ船の魅力向上検討会」構成員の皆様、名古屋港に関心を持ち、見学にお越しいただいた多くの皆様など、名古屋港の魅力向上への取組にご協力・ご賛同いただいた多くの皆様へ、心から感謝の気持ちと御礼を申し上げたく、謝辞に代えさせていただきます。

参考文献

1) 国土交通省：「2015年のクルーズ船の寄港実績等について（速報値）」,2016.

※http://www.mlit.go.jp/report/press/port04_hh_000130.html