

旅客船 近畿

株式会社名門大洋フェリー  
山本 哲也（営業統括部長）

## 少子高齢化・人口減少時代への対応

株式会社名門大洋フェリー  
営業統括部長 山本哲也

### 1. フェリーの歴史と市場環境

当社は、大阪南港から北九州市・新門司港に大型旅客フェリーのシャトルサービスを行っている。この瀬戸内の航路は、古くから、西日本の人たちには、馴染みのある航路であり、戦後の客船時代より、モーターゼーションの発展につれ、昭和40年代半ばより、自動車航送もできるフェリーに転換されてきたわけである。自動車も運べるというところに大きな特徴を有しており、貨物輸送の部門では、陸走のトラックをそのまま海上で運んできた歴史がある。最近の地球温暖化対策にも環境に優しい輸送機関として、位置付けられており、モーダルシフトの受け皿としての社会的なニーズがある。当社も旺盛な輸送需要があり、週央はほぼ満席という状況が続いている。最近では、シャーシの無人航送の比率が総トラック台数の60%近くまでになり、運送業界のドライバー不足への対応策の一つとなっており、労務問題の解決策としても評価が高い。一方、旅客輸送の部門では、お客様がご自身によりドライブされる高速道路網が随分整備されたことに加え、瀬戸内沿いに展開される各種輸送モードがあり、フェリーを取り巻く環境は、必ずしも勝ち組とは言えない状況にある。民営化により、割引制度の見直しを実施している高速有料道路とこれを利用した長距離バス、年々所要時間の短縮を行うJR新幹線、いくつもの新規参入会社が出てきた航空路線、最近では、旅行代理店の主催旅行形式の格安ツアーバスなるものまで定期旅客輸送のビジネスに参入する始末で、利用者から見れば非常に選択肢の広い市場となってきた。こういった市場環境の中で、今回のテーマである「少子高齢化・人口減少社会」を迎えることになるわけである。

当社は、平成17年度約43万人の年間旅客輸送実績を残した。概略の内訳は、トラックのドライバーが6万人、残りの37万人が、乗用車のドライバーを含む正味の旅客部門での輸送実績であり、この部門の業績の善し悪しが、今後当社が、どのような形で存続できるか、その方向性を決定付けると考える。

### 2. 休暇の多様化と団塊の世代の大量定年時代到来

最近話題になっていることの一つに、今年から始まる団塊の世代の大量定年時代到来がある。実は、フェリーは、この団塊の世代に育てられてきた一面を有する。地方から都市へ、就職のためにこの世代は住まいを移し、年2回「盆・正月」の里帰りのため、民族の大移動を行ってきたわけである。旅客輸送機関は、今でもこの時期には、繁忙期とか多客期と称して、旅客輸送のピークを迎える。各企業もまた同じ時期に休みを設定する関係から、旅行需要が集中することになる。フェリー各航路も同様に、この帰省時期は、大層活況を

呈するわけであるが、悲しいかな装置産業の辛さで、定員以上のお客様にはご乗船頂けないのが現状である。この帰省を目的とする旅行需要は、年々小さくなってきたと感じられる。団塊の世代の親世代人口が、減少していくのだから、避けられないことだと認識する。しかし、相変わらずの時期に旅行が集中するのは、やはり企業の休暇時期の集中によるものである。少し、様子が変わってきたのは、国が実施している「ハッピーマンデー」制度の導入で、3連休が飛躍的に増えたことである。普段の3連休だけでも、当社のような所要時間が一晚（12時間）かかるフェリーには、客数を2～3割増加させる効果がある。また、5月4日が国民の祝日（みどりの日）に設定されたことにより、ゴールデンウィークが常に大型連休となり、今や、「盆・正月」以上の旅行需要を示すまでになった。このように、休暇が分散化されるとこれだけの観光産業への効果が創出できることになる。

今後は、旅行の最需要期には、ビジネス現役世代が、比較的、時間の余裕があると考えられる団塊の世代には、少し時期をずらして頂ければ、業界としても有難い話である。この団塊の世代に選択される旅行商品の造成が、今後の営業でのポイントであり、ここが上手くいけば、今後の10年は、何とか乗り切れるものとする。この世代は、フェリーの認知度はそれなりに高く、乗船経験の有る方も多い。但し、過去のフェリーのサービスに狭い、プライバシーのない雑魚寝のイメージを強烈に持っておられる方も多く、現在の改善されたフェリーの船客サービスを想像もしていただけないお客様もいらっしゃるわけである。マイナスからのイメージチェンジは相当なパワーが必要である。このための努力は、業界を挙げて行う必要があるとともに、当社独自の情報発信が求められる。60年の人生の中で、厳しい時代と豊かな時代の両方を経験してきたこの世代に、自分らしいスタイルを表現できる“旅”を提供できれば、受け入れて頂けるものと確信する。但し、同じフェリー業界の中でも、お客様から選ばれるフェリーでなければ、生き残りは困難であり、そのための基本的なサービスのブラッシュアップは欠かせない。

### 3. 少子・高齢化、人口減少時代の到来と外国人訪日旅客の誘致

その先にある、本格的な「少子・高齢化、人口減少時代」の到来に備え、今から着実に準備をする必要があると思われることを整理しよう。現在、国の重大政策の一つに「外国人の訪日旅行誘致」がある。着実に成果が上がりつつあるが、現在の700万人から、目標の年間1000万人までは、まだ時間が掛かりそうである。当社のインバウンド旅客数は、17年度実績で韓国から1万人、中国からは2千人の規模である。当社の持つ航路特性である「瀬戸内」のクルーズは、海外へもアピールできる内容であり、向こう5年間で、韓国3万人、中国1万人まで増加させることを中期の目標としている。そのため、現地セールスにも出向き、中国からは、小・中学生の修学旅行まで獲得している。まさしく、日本の修学旅行が、生徒数の減少で、スケールダウンしている代替となり得る要素がある。外国からの修学旅行では、現地の学校が望むことは、日本各地で学校交流が出来る環境である。是非とも、国土交通行政だけでなく、国を挙げての支援が望まれるところである。その他、

今のところ、ツアーエスコート（添乗員）が付くグループツアーが大半を占めるが、今後は、FIT（個人客）が増えるものと考えられる。当社も外客誘致法の指定事業者になり、法に基づく情報提供を実施すべく計画を立案しているところであるが、個人客の場合、言葉の壁も厚く、対応に苦慮しているところである。この分野での国の支援があればと期待するものである。運輸業界だけでなく、日本の国内観光業界は、訪日外国人旅客に頼らなければ、生きていけないと考える。業界全体を下支えするような施策が、本当の「ビジットジャパンキャンペーン」で策定されることを望みたい。

#### 4. 船員不足と海技継承問題

運航面においては、深刻な若年船員の慢性的不足により、海技の継承が問題となっている。このことは、会社経営の根幹である安全に対する大きな障壁となっている。現在は、定年を迎えた船長を嘱託雇用し、若い航海士の教育に当たってもらっているが、今暫く、こういう状況が続くものと予想される。このように、「若手の育成」とともに、「人材の活用」が業務遂行上欠かせないものとなっている。また、運航定員の減少に伴い、航海中のOJTが十分にできなくなったため、操船シュミレーションの活用や、各種研修会の座学に参加させることにより、「体験させる」機会を増やすことを心がけている。機関部でも、若手部員を造船所、メーカーの教育カリキュラム（対ユーザー、対新入社員）へ参加させることや、実際の現場に派遣することにより、幅広い業務知識の習得に当らせている。

#### 5. 若年者層の船員離れ

社会的風潮として、船員を志望する若者が減っていることは、フェリー業界だけでなく、海運業界全体の問題であり、海国日本の将来を危うくする。定期旅客船事業を営むものとして、小学生への船内見学会や、海の記念日の湾内周遊クルーズ等、小さい事ではあるが、海事知識の普及のため、自らでできることをやっていきたい。また、海事関係学校以外から、例えば工業系の学校から、インターン制度で船員を体験させること等も今後、検討をしていきたいと考える。

#### 6. 最後に

これまで、今回のテーマである「少子高齢化・人口減少時代への対応」は、漠然とは考えていたが、具体的にはまだ先の事として、捉えていた。この原稿執筆を機会に、少し意識が変わり、今後は、よりテーマを持って、フェリー事業の展開を考えていきたい。良い機会を与えて頂き、感謝している。