

中部国際空港株式会社 館執行役員・営業推進本部長  
プレゼンテーション要旨

ただいま御紹介いただきました中部国際空港の館と申します。

本日はこのような機会を与えていただきまして、ありがとうございます。

私の話はかなり雑駁になることを予めお詫び申し上げて、お話をさせていただきます。

私ども中部国際空港は2005年に設立・開港した会社でありまして、来年の2月で9年になります。まだ若い空港でございますが、何か一つでも、今私どもで取り組んでいることで御参考になればという観点でお話をさせていただきます。

(2ページ)

それでは、今日の話の最初は「昇龍道」という取組を御紹介させていただきます。今日お集まりのお客様の中で「昇龍道」って聞いたことあるよ、という方はちょっと手を挙げていただけますか。(挙手少数)

ありがとうございます。

(3ページ)

ほとんどの方がご存じないということでございますが、この昇龍道というのは、愛知・三重・岐阜・静岡・長野・富山・石川・福井・滋賀といった中部地方9県が一体となった観光プロモーションの取組であります。

そもそもこれを言い出したのは、石川県七尾市の和倉温泉の「多田屋」さんの社長様でありまして、石川県、富山、高山あたりの北陸を中心とした観光業の方々が、能登半島を龍の頭に見立てて、「ドラゴンルート推進協議会」なるものを立ち上げられて、観光プロモーションを行ったのがきっかけでございます。

その時、これからはインバウンドが非常に重要だということで、前・中部運輸局長の甲斐様がこれは非常にいいアイデアではないかと、中国の名古屋総領事館・張立国総領事にお話ししたところ、中華圏では龍は非常に縁起がいいということで、この地域一帯の観光プロモーションとして「昇龍道」という名前をつけて、みんなで一体になって取り組んでいこうじゃないかということで始めたものであります。

(4ページ)

「昇龍道」プロジェクトの推進体制ですが、「昇龍道プロジェクト推進協議会」が平成24年3月に設立されております。会長は中部経済連合会会長の三田敏雄様、副会長が北陸経済連合会会長の永原様に就任いただいております。事務局は中部運輸局様、北陸信越運輸局様、中部広域観光推進協議会となっております。

会員は自治体、観光団体、いわゆる旅館、飲食、ホテル等の民間企業を合わせまして、現時点で479の団体に加盟していただいております。

この昇龍道プロジェクトの2大方針というのがございまして、一つは対海外、いわゆるインバウンドに対してどういうアプローチをしていくのかを、昇龍道・9県一致して海外に向けてのプロモーションに取り組んでいこうというものであります。

もう一つ、国内に対しましては、いわゆる受け入れる側、9県の観光力、交通アクセスといった

ものでありますが、そのあたりの発信力、ホスピタリティの強化という取組であります。

冒頭に申し上げましたとおり、この昇龍道において、今私どものエリアに多くお越しいただいているお客様というのは、台湾、中国、韓国といった東南アジアも含めたいわゆる中華圏のお客様が非常に多くなっております。また、中国はとて人口が多く、今後も非常に期待できるエリアですので、最初に中国部会、台湾部会というものが出来て、台湾にはどのようなアプローチがいいのだろうか、中国沿岸部にはどのようなアプローチがいいのだろうか、ということを中心に分科会でつめてまいりました。

ところが皆様方もご存じのとおり、中国とはいろいろと問題が生じておりまして、なかなかアプローチが難しいというところがございます。そこで、東南アジアも非常に重要なエリアでございますから、東南アジア部会ができて、それぞれの地域の特性に合わせたアプローチをしているところであります。

( 5 ページ )

具体的な活動について若干御紹介申し上げます。

まず海外に対しましては、ここに出ております写真は左側が上海ミッション、右側が台湾の観光協会との署名式の様子ですが、いわゆる昇龍道の地域の代表の皆様方で、中国や台湾といった方々に出向きまして、地域の PR をするといったことをしています。

また、旅行博や物産展などは、それぞれの県・団体で従来から取り組んではいますが、やはり個々ではなく、可能であれば昇龍道の地域としての魅力を訴えていこうということで、博覧会・物産展のブースに出展いただいております。

現地の旅行会社は、インバウンドの観点では非常に重要であります。現地で商品をつくってお客様を送り込んでいただかないといけないので、現地の旅行会社のキーマンの方をお呼びして、中部地域、昇龍道の地域にはこんなにもいいところがありますよ、という PR をする、いわゆるファミトリップを行っております。

来ていただいて、見ていただいて、実際のホテルや店舗と会う面談会・商談会などと組み合わせた活動もしております。

それから、現地のメディアを使った PR も重要な取組であります。

これは現地で取り上げられた白川郷、飛騨高山の香嵐渓の写真です。エアラインの機内誌や、現地の新聞、またプロガーというところにもアプローチしております。

( 6 ページ )

それでは、国内、中部圏の昇龍道エリアの中でどのような活動をしているかといいますと、観光力・ホスピタリティの強化に努めております。

今年の5月に「昇龍道・春夏秋冬百選集」をつくりました。9県で季節それぞれにおいて、こんなに素晴らしいところがある、というものをつくりまして、これも主に海外、現地の旅行会社に対する PR のツールとして使っております。

昇龍道ウェルカムカードにつきましては、重要な取組ですが、緒についたばかりであり、まだ課題もございます。そのほか、来ていただくインバウンドのお客様の方々に見やすいもの、交通カード、リムジンバスといったものも、取組を始めたところであります。

( 7 ページ )

昇龍道という取組について概要をお知らせいたしました。では、昇龍道というものが、ゲートウ

エイであるセントレア，中部国際空港にとって，どのような意義があるのかということについて御説明させていただきます。

（ 8 ページ ）

私どもの空港の概要をざっと御説明いたしますと，左上のグラフが国際線の旅客数と便数の推移でございます。2005年に開港いたしまして，3年間右肩上がりで非常に順調に来ておりましたが，リーマンショック等々がございまして，2007年頃から右肩下がりになっております。

国内線につきましても，2005年は愛知万博のあった年でございます，たくさんのお客様に御利用いただきましたが，それ以降は残念ながら右肩下がりになっている状況でございます。

その下の貨物量のグラフでございますが，中部地域というのはものづくりの地域ですので，国際貨物に大変期待をしており，2005年当時は便数も物量も増えていたのですが，これも3年ほど経った頃から右肩下がりになっております。

ただ，一番右側に2013年の予想のグラフが出ておりますが，旅客数・貨物量とも立ち直りの兆しを見せております。

これには，いろいろな理由がございますが，少しずつ成長軌道に戻し，なるべく早く，まずは開港当時，2005年ないし2006年頃の水準まで戻したいと思っております。

（ 9 ページ ）

それから，私どもの現在のネットワークでございますが，韓国・中国・台湾・東南アジアが圧倒的に多くなっています。残念ながら，ヨーロッパには2都市，北米には1都市だけで，さらに「白地」，現在路線がないところですが，オセアニア・オーストラリア，アメリカ西海岸などがございます。非常に大きな課題でございます。

先ほどの観光庁佐藤次長，航空局久保田課長のお話にもありましたけれども，ネットワーク拡大というものは非常に大事でございます，我々航空営業としても力を入れて取り組まなければならないところでございます。

（ 10 ページ ）

それからもう一つ，私どもセントレアの大きな特色といたしまして，左側のグラフでございますが，出入国者の外国人比率が2割強と全国平均と比べても非常に低いという状況であります。

なおかつ，右側のグラフですけれども，その国籍内訳につきましては，台湾・中国が非常に多いということでもあります。

従来，中国はビジネス需要が多いということで，あまり観光に力を入れてこなかった面がございます。それから，いわゆるゴールデンルート，東京に入って富士山を見て，京都で観光をして，大阪で買い物をして帰るというルートが日本のメインの観光ルートでございますけれども，そういったルートから中部は外れており，通過地点ということでもありますので，昇龍道というものに力を入れているわけでもあります。

（ 11 ページ ）

私どもセントレアを取り巻く環境をざっとまとめますと，現在，航空会社間の競争が激化しております，オープンスカイ，787といった効率的な新機材の開発や導入ということがございます。

それから2点目として，LCCが台頭してきております。

私どもの空港でも，本邦のLCCでいいますとジェットスターに就航していただいておりますが，

エアアジア・ジャパンは残念ながら、撤退という事になりました。

しかし、外国のLCCは非常に増えてまいりまして、このあたりは新しい旅行客を掘り起こす起爆剤にもなるものでございます。

3点目は、この前も話題になりましたが、成田・羽田の発着枠拡大、2020年の東京オリンピック、関空と伊丹の経営統合の問題がございまして。

4点目として、新幹線の延伸、九州・北陸、リニアの関連です。特に北陸につきましては、今は新幹線一色でありまして、大変活気づいております。空港、特に小松空港や富山空港は、大変危機感を持っており、我々にとってもいいところもありますし、脅威な点もあると認識しております。

こうしたことを踏まえまして、アウトバウンド、日本人のお客様が海外へ出られるというのは人口動態からみてもそれほど伸びるとは思えません。一方で、インバウンドにつきましては、海外からのお客様は、佐藤次長の資料にもございましたが、まだまだ伸びる余地があると考えております。

私どもの空港は国内線と国際線が便数・旅客数とも同程度でバランスがとれており、その点も踏まえまして、我々としては、インバウンド、外のお客様に来ていただくということ、また日本国内のお客様の乗り継ぎも含めた集積基地にしていくことが、国際空港としてのセントレアの課題であると認識しております。

(12ページ)

中部地区のインバウンドの可能性でありますけれども、東京 - 大阪のゴールデンルートは、訪日回数が少ないという方が大半を占めると考えられます。初めて日本に来る方は、やはり東京に入って、富士山を見て京都をみるケースが多い。ただ徐々に訪日回数が増えてまいりますと、資料にありますように、海外から北海道に訪れる方のように、雪が良いというお客様が出てきます。中部には、台湾のお客様が多いのですが、北陸の春のアルペンルートや桜を目的にされている。九州ですと、韓国のお客様が非常に多い。韓国から九州というのは、ほぼ国内旅行に近い感覚で旅行に来ていると言えます。各県、各地域がそれぞれの特色を活かして取り組んでいく必要がございまして。

中部には、雪であるとか、自然、食、歴史、温泉、ゴルフといったアクティビティも全て揃っております。これは東北も同じだと思うのですが、そのあたりを踏まえて、リピーターが増えれば増えるほど、観光ルートとしての中部はまだまだ伸びていく余地があると考えております。

インバウンドが今年の1,000万人から、将来的な目標である訪日外国人3,000万人プロジェクトを達成させて行くには、日本の東京以外の各地域が同じように伸びていくことが重要であると思っております。

(13ページ)

繰り返しになりますが、私どもがネットワーク拡大のために、エアラインに営業に行きますと、エアラインもLCCの台頭などで経営が非常に厳しいものですから、一生懸命地域をPRしても、なかなか簡単に就航してはいただけない状況にあります。

航空会社が重視するポイントは、その地域にどれだけの需要規模があるのか、地域に旅行客が行く魅力がどれだけあるのか、アウトバウンドだけでもインバウンドだけでもダメであり、そのバランスがとれているか、さらに新規就航するために、その地域がどこまで支援してくれるのかと

いうことであります。

エアラインが新規就航するためには大変なコスト，特に初期コストが非常にかかりますから，LCCも含めて，我々はそうした宿題をしっかりとらって帰ってくるといったことがあります。それから下にあるとおり，一つ一つがうまくいきますと「正のスパイラル」になっていきますから，我々としても重要な課題であると思っております。

( 14 ページ )

それではセントレアは空港としてどういった取組を行っているかということについてお話申し上げたいと思います。

( 15 ページ )

昇「龍」道でございますので，私どもの空港にはまずお出迎えということで，国際線到着口に大きな龍のLEDのオブジェがございます。高さ3メートル以上，横5メートル以上ある非常に大きなものです。

真ん中は，「昇龍道情報館」というインバウンドのお客様向けにパンフレット等のいろんな案内を行う場所がございます。こちらに郡上地域の方がチェーンソーでおつくりになった昇龍の像がございます。

最後に出発口には福井県の和紙工業協同組合様がおつくりになった，横10メートル以上ある，非常に大きな和紙でつくった龍のオブジェがお見送りをしておりまして，昇龍道のゲートウェイだと海外から来ていただいた方にわかるようにしております。

( 16 ページ )

次に多言語化，無線LANエリア拡大であります。

空港案内表示につきましては，これは私ども国際空港として当然のことでありまして，英語，中国語は繁体字と簡体字，ハングル語を含め，5カ国語で御案内をしております。

パンフレットについても同様です。

また最近タイのお客様も増えてまいりましたので，タイ語のパンフレットも用意しております。

それから私どもの空港のレストランは全店舗，メニューの多言語化に対応しております。

また海外からのお客様の不満の一つがWi-Fiエリアの問題でございまして，これもエリアの拡大を図っております。

まだ若干つながりにくいエリアもありますが，空港エリア内全てをカバーしております。

ただし力を入れて取り組んではいるものの，先週，名古屋の方でこういった空港経営に関する会合がございまして，大学の先生などから，名古屋駅から来ると，空港はまだまだ多言語表示が不足しているとの指摘を受けておりまして，こういった点も反映していきたいと考えております。

( 17 ページ )

これが先ほど申し上げました「昇龍道観光情報館」であります。空港2階の到着ロビーにコーナーを設けまして，昇龍道エリアの各県，各自治体の観光パンフレット等を用意しております。

また，中華圏のお客様は，夏でも水ではなく，お湯がないかとよくいわれます。お茶の葉は自分たちで持参しているけれども熱い白湯が欲しいというご希望がございますことから，この昇龍道情報館では，お湯とお水を自由に御利用いただけるようになっております。

( 18 ページ )

これはWEBでございます。これも先ほどのWi-Fiと同様，最近の海外のお客様，特にFIT，個

人のお客様が、来日してからもスマホで情報を検索されますので、私どものWEBサイトも8周年を期にいろいろとリニューアルいたしました。

スマホ対応としたほか、英語と日本語だけだったものを、中国語、ハングル語でも対応可能なように多言語化いたしました。

(19ページ)

それからWEB上で昇龍道エリアの観光スポットもご覧いただけるようになっておりますので、FITでお越しになっても、どこかいい観光スポットはないかということWEBで検索できるようになっております。

(20ページ)

それともう一つ御紹介させていただきたいのですが、私どものセントレアは開港以来CS、Customer Satisfaction、顧客満足度世界一の空港を目指すということで取り組んでおります。おかげさまでACI(国際空港評議会)の評価でエクセレントエアポートの評価をいただき、旅客数規模別では2年連続で第一位という評価をいただいております。

スカイトラックス社によるCS評価でも3年連続で一位という評価をいただいております。

(21ページ)

そのために、どんなことをしているかを簡単に御紹介いたしますと、私ども空港関係者はお客様に喜んでいただくという取組をしているわけではありますが、空港関係者だけでなく、いわゆる税関や入国審査といった官公署、店舗、清掃、警備、もちろんエアライン、アクセスの鉄道事業者、そういったところを全て含めて、関係機関で団体を構成いたしまして、お客様からの御要望や厳しいお叱りといったものも共有化して、カイゼンに取り組んでいるところであります。

(22ページ)

いわゆる空港の「裏動線」にこういったポスターを貼っておりますが、空港で働く人間はいろんな職種がございますので、一人一人のおもてなしの心がお客様に伝わるのだということの浸透に日頃から努めておりまして、年間を通じていろんな事業者様に対する表彰も行っております。最近の事例で申し上げますと、清掃関係の事業者様が、気分の悪くなったお客様を介抱して大変感謝されたといった事例であったり、エアラインのグランドの方が、お客様が鉄道の最終便に乗り遅れそうになったので、荷物を持って一緒に走ったりといった事例があります。そうした好事例を共有化しながらCS向上に努めて参りたいと思っております。

(23ページ)

これが今回一番大事なところだと思っておりますが、地域とのかかわりについて、昇龍道もさることながら、こうした小さい取組も御紹介したいと思っております。

左側の昇龍道エリアですが、中部運輸局様、北陸信越運輸局様、エアライン、観光業者様などで構成される「中部国際空港利用促進協議会」という組織がございますが、これは仙台空港でも同様の組織があると聞いておりますが、私どものセントレアは愛知県、岐阜県、三重県、名古屋市、名古屋商工会議所、中部経済連合会と利用促進協議会を組織し、「フライ・セントレア」「フライ・セントレアカーゴ」という取組を行っております。

(25ページ)

どんなことを行っているかと申しますと、昇龍道と似たようなことをやっております。しっかりとした予算と年間計画を立てて、メディアを招請しファミトリップを行い、白川郷や忍者村とい

った地域を見てもらう、そして海外と地元の担当者が直接対話する意見交換会や商談会を行い、商品造成につなげるといったことに取り組んでおります。

( 26 ページ )

レンタカーが FIT にとって非常に重要になってきております。

北海道がよくやられていると思いますが、中部地方は残念ながら、公共交通機関で長野とか岐阜に行こうと思えば、なかなか移動が難しいということがございます。最近では、個人の旅行者を中心にレンタカーの利用が増えてきておりますので、レンタカー事業者様を中心としたこういった取組も行っております。

( 27 ページ )

これは、ご存じない方もいらっしゃると思いますが、世界コスプレサミットというのは名古屋が発祥でございまして、今年の夏で 11 回を数えるほどになっております。

現在世界 20 カ国で予選を行い、予選を勝ち抜いたコスプレイヤーが名古屋で最終本戦を戦うということになっております。開始当初は非常に小規模なイベントでございまして、一緒に活動していただいたテレビ会社様などは、費用と手間ばかりかかると嘆いておられましたが、何とか認知もされてまいりまして、現在では様々な自治体を含めた方々から引っ張りだこになるイベントとなりました。空港でも毎回半日くらいコスプレの撮影会を行っておりますので、私どものスカイデッキがアニメキャラクターの格好をした方々であふれるという日がございます。

( 26 ページ )

クチコミというのが今は非常に大事でございまして。SNS、Facebook、ツイッターといった媒体に留学生などが情報を載せたりするのは大変効果がありまして、そういった取組についても実施しております。

( 29 ページ )

さらに海外だけでなく、熊本、仙台、札幌、福岡、大分といった国内の就航地域で PR するといった取組も行っております。

また就航地域側からセントレアに来ていただいて空港のイベントスペースでお互いの PR をするといった取組も日常的に行っております。

( 30 ページ )

さらに教育旅行の説明会も行っております。

最近では飛行機を利用した修学旅行も増えてきておりますので、名古屋だけではダメということで、最近では札幌や福岡、仙台でも開催いたしました。各地へ出向きまして、双方向で韓国や台湾だけでなく、国内の教育旅行にも飛行機を使いましょうといった活動も行っております。

( 31 ページ )

これが就航先での PR の様子でありまして、函館に行ったり、西鉄の天神駅に行ったり、こんなことをやっております。

( 32 ページ )

東北物産展は先週も開催いたしました。「萩の月」や牛タンですとか、大変好評でありました。

また「おもてなし武将隊」という取組も行っております。仙台の伊達武将隊にも来ていただいて、連携イベントも行っております。

( 33 ページ )

今後の課題でございます。

( 34 ページ )

一番大きなものはアクセスであります。

先日大学の先生からも御指摘いただいたところですが、中部国際空港は名古屋駅から来ると、非常にわかりにくい。鉄道のアクセスは名古屋鉄道一本、三重県方面からは船、バス路線は開港当時に比べ、だいぶ細くなっております。このあたりが非常に大きな課題でございますが、空港だけでは解決できない問題でございますから、こういった点を利用促進協議会であるとか、関係団体様と一緒にカイズンしていきたいと考えております。今後の大きな課題であります。

( 35 ページ )

これが先ほど申し上げましたバス路線の減少等でございます。

これからインバウンドのお客が増えて参りますと、バスというのは非常に使いやすい交通手段でございますので、これを充実していきたいと考えております。

( 36 ページ )

これは一つの例でございますが、近鉄様に「レールパスワイド」という海外からのお客様にとって大変使いやすいチケットを作っていただいております。

中部地方は名古屋を中心に JR 様など多くの交通事業者様がおられますが、なかなか連携の足並みが揃わないのが現状であります。

関西地方は私鉄が多いにも関わらず、こういったインバウンドにとって使いやすい便利なチケットを作っておられるということでこういった事例を参考して参りたいと思っております。

( 37 ページ )

まとめでございますが、空港の利便性を考えた場合、空港だけでできることは限られてきますので、地域を挙げて空港を盛り上げる、仙台空港であれば東北の玄関口として盛り立てていこうという気持ちになっていただくのが非常に大事なことでと考えております。

( 38 ページ )

東北楽天イーグルス、日本一おめでとうございます。

これは大変喜ばしいことございまして、楽天も2004年11月に設立されて、球団創設9年目ということでございますが、我々セントレアも2005年2月の開港でほぼ「同い年」でございます。

仙台の場合は楽天イーグルスだけでなく、ベガルタ仙台も頑張っておりますし、地域が一つになっていくということは非常にいいことであります。

東京だけでなく、東北には楽天がある、関西には阪神がある、名古屋にはドラゴンズがある、そういったものを含めて、それぞれの地域がそれぞれの特色を活かして頑張っていくことが、日本全体の盛り上がりにつながるのではないかと、このように思う訳であります。

本当におめでとうございます。

( 39 ページ )

最後になりますが、雑駁な話を長時間お聞きいただきまして、ありがとうございます。

今週末からセントレアのスカイデッキでクリスマスイルミネーションが始まります。

今回のイルミネーションにはだいぶお金をかけまして、神戸ルミナリエ、東京ミレナリオのデザイナーの方にプロデュースしていただきまして、今秋土曜日に剛力彩芽さんに点灯式を行ってい



たきます。皆様方是非飛行機を使って見に来ていただきたいと思います。

やはり地域あつての空港であると思いますので、ここにお集まりの皆様方の「継続的な御支援」が仙台空港の発展、東北発展につながります。私どもも、負けないように頑張りますので、よろしく願いいたします。ありがとうございました。

< ファシリテーターとの質疑応答 >

( 福田エグゼクティブディレクター )

ありがとうございました。

今お話をいただきまして、3点ほど興味深い点がございました。

一つはやはり今日の議論の最初にも申し上げましたけれども、セントレアにおいても名古屋・愛知・中部というところだけではなくて、昇龍道という北陸まで視野に入れたエリアの中で空港というものをどう位置づけていくか、そこにヒトの流れをどのように創っていくかが航空会社にとっても需要が見えてきて、その空港を使ってみようかという話になってくる点が重要になってくるというお話でした。この場での議論でも出てきており、裏付けられたと思います。

もう一つはセントレアの利用者に中華圏の方が非常に多いというお話でしたが、この特徴を活かして昇龍道というネーミングもそうですけれども、マーケティングをしていて、自分の空港の強み・特性というものを見極めて、そこにフォーカスしてマーケティングを行っていくという経営の発想を持っていらっしゃるという点であります。

そして3点目ですけれども、もともと昇龍道のプロジェクトは民間ベースで動き出した話であり、それに「官」や空港が乗ることで盛り上がってきているということでもあります。

やはり空港や行政だけではなくて、それを支える地域の取組があつて盛り上がっていくというところがあるのだと思います。

この3点を非常に興味深く聞かせていただきました。

一方でこの場で議論をさせていただいておりますアクセスの問題というのは、仙台でも問題ですけれども、中部でも依然として問題であり、空港の普遍的な問題であるのかとも思って聞かせていただいております。

以上が私の感じたところでございますが、その関連といたしまして、せっかくの機会ですからお聞かせいただきたいのですが、中部・北陸というエリアの中での空港を位置づけ、需要を創っていくというお話であったわけですが、仙台と中部、少しエリア的には離れておりますが、資料の中にもありますとおり、物産展などを通じた就航都市との交流にも取り組んでおられますが、これから仙台空港にもセントレアのように空港を経営する会社ができ、同じような役割をする組織体が中部と仙台にある中で、こういう会社とこんな事やったら面白いのではないかと、セントレアとしてこんな事を提案したいというアイデアがございましたら、現状でお考えになっている範囲で構いませんので、お考えをお聞かせ願えないでしょうか。

( 館執行役員 )

ご質問ありがとうございます。

鉄道と飛行機の交通分担の境目はおよそ3時間といわれております。仙台と名古屋ですと新幹線

の乗り継ぎで3時間以上かかりますので、海外からお越しになったお客様も含め、名古屋 - 仙台間の航空機の利用は重要な選択肢になると考えます。

私も青森に2年いた経験がございますので、よくわかるのですが、東北地方にはいい観光地がたくさんあります。

ですから海外、アジアのお客様が青森の十和田湖に行って、仙台で美味しいものを食べて、名古屋に寄って三重県の伊勢神宮に詣でて帰る、というような旅行商品が十分成り立つと思います。

そういう意味では、各地域が頑張っていて、東京や大阪は一度訪れたので違うところに行ってみたい、という時には空港間の連携が非常に重要になってくると思います。

我々の昇龍道についても、エリア内には小松空港や富山空港、能登空港がありまして、チャイナ航空様などは、春先はチャーター便を飛ばすなど多くの需要がございます。

そうしますと富山 IN、名古屋 OUT という商品が十分成り立ちますし、こういう流れでいきますと仙台 IN で名古屋 OUT とか、富山 IN 仙台 OUT という商品も十分考えられると思います。

これは、民間活力で空港を運営していく上で重要なテーマになってくるだろうと思います。

鉄道ではカバーできない取組を行っていく、これが重要であると思います。

(福田エグゼクティブディレクター)

ありがとうございました。

一見連携といいますと、近いところとつながると思いがちですが、我々ここで議論しているのは空港・航空という世界でありまして、離れているところをつなげるというところに特徴・個性があるだろうという風に考えますと、名古屋と仙台、一見離れているように思えますが、今のようなアイデアがあればいろいろなルート設計が可能になってくる。

要はそういうアイデアを考え、動いていくという人達がそれぞれの地域に出てくるというのが、大事であろう、とそういう御示唆ではなかったかなと思います。

本当にありがとうございます。