

— 現場に近いところから —

進み始めた内航海運PR

全日本内航船員の会 松見 準

一般の方からの提案によって記念日「内航船の日」が誕生したことは、昨年、内航海運新聞でも記事になった。当日、都内では洋上の船員から送られてきた写真が人気銭湯で展示され、大阪ではこの記念日の提唱者でもある谷川夏樹さん（絵本作家）の個展が連日開催された。特徴的なのは、どちらのイベントも一般市民と一緒に盛り上がり、最終的にはちゃんと海運産業に人心を繋いでいるところである。

昨年は、記念日第一回目として「内航船の日」特製手ぬぐいも発表している。用意された50本は、一晩で即完売した。ネットの画面には、岸壁の自船の前で手ぬぐいを広げる作業着姿の船員と、陸で手ぬぐいを広げる一般の人の姿が一緒に並んだ。ある内航船船長の自室にも手ぬぐいが飾られ、その写真が公開されると海陸を超えて盛り上がった。他にも、記念日当日、九州の船主さんたちが集まる勉強会の会場にも、この手ぬぐいが飾られ、社会性の高い記念日を媒介として人々は繋がり会うことができた。

今年に入り1月には、不定期航路の内航貨物船の現役船長が東海大海洋学部の教室で講演会を開催した。これもネットでの一般の方からの要望で実現し、広く一般にも公開された。講演料も交通費も全て船長の自腹で、講演内容も特定の会社を宣伝するものではなく、純粋に内航海運のPRである。

昨年10月頃からは、内航船で可愛がられているネコがネット内で人気となっている。船側ではその反響の大きさに戸惑いながらも、発信の目的を内航海運のPRに徹底した。全日本内航船員の会からも「ベスト内航船員賞」を贈るなど応援した。ネット内では、ネコのカンパチ船長と出会えなかったら、一生「内航船」という言葉さえ知ることはなかったと声があがった。

船側としては、業界PRは絶対に必要だと考えていたが、思わぬ業務への支障や迷惑を心配し、社名も船名も明かさない方針を決めていた。そのため、多くの出版社やテレビ局でこのネコの乗った船を特定できず、当会に連絡が入ることとなった。当会では、社名や船名が明かされることで、様々な混乱やトラブルになりかねないこと等を説明し、内航海運がおかれている実情を解説した。船側のこれまでの発信の努力もあり、一様に問題意識はすでに高まっていた。

ざっと広げてみても数々の書籍や雑誌で紹介されている。辰巳出版、晋遊舎、朝

日新聞出版、中央公論新社…。ジャンルは文芸誌にまで広がっている。2月には「航海士にゃんこ カンパチ船長」(河出書房新社)として初の写真集も刊行された。発売数日で重版が決定する程の人気となっている。そして、どの出版社の刊行物でも内航海運のPRを無視したものはない。



内航海運のPRは、船員不足問題と直接向き合う現場に近いところから、真剣な意気込みで始まっている。船社の中にも自社のHPのコラムで「内航船の日」を応援する会社が出てきた。

ネコのカンパチ船長は複数の雑誌や書籍で取り上げられ内航海運のPRに貢献

内航問題が深刻であることは多くの関係者にとって分かりきっていることだが、複雑に業種が入り組んでいることや、重層的な産業構造の中にいることで、肝心な当事者意識が薄らいでいないかと危惧する。一方、問題意識を共有する方々からのこれまでの親切、応援があったことは心から感謝を申し上げたい。

内航海運で働く者は誰でもがオペレーター会社には迷惑をかけたくない。オペレーター会社の担当者にしても、特別に面倒なことはしてほしくない。それぞれに立場がある。しかし、内航海運のPRは、関連する業種全体からの理解と協力がなければ進まないという現実がある。そこは海事行政の立場に、この理解を広めていく役割を期待するとともに、お願いしたい。(了)