

日本の国際観光と国際航空について

西 松 遙

目次

1. 序論
2. 世界の国際ツーリズム動向
3. 航空事業の構造変化
4. 日本の国際ツーリズム動向
5. 国際ツーリズムの地域別動向と今後の展望
6. これからの日本の国際観光
7. 国際観光発展に向けての航空の役割

1. 序論

人の広域移動の動機について歴史的に遡ると、まず「政治的動機」、「宗教的動機」による移動がおり、続いて「経済的動機」そして最後が「人間的動機」という順になる。

政治的動機のうち時代性と移動距離で測った場合、西から東への移動で傑出しているのは何と言ってもアレクサンダー大王である。ローマ時代より前の紀元前4世紀にバルカン半島から小アジア（今のトルコ）、ペルシャ（イラン）を征服しインド近くまで遠征している。

東から西への移動ではフン族のアッチラ大王であろう。中国の北方に居住していた匈奴の後裔と考えられており、西ローマ帝国が滅びる直前の西暦450年頃にアジアからライン川、ドナウ川、カスピ海に亘る大帝国を築き上げた。「西洋」にとってはあまり良い思い出ではないので採りあげられることは少ないが、移動範囲はユーラシア大陸に跨っており、大遠征であった。ハンガリーの「HUN」、フィンランドの「FIN」はこの「フン」が語源であるという説があるが、学術的には確認されていない。

宗教上の動機から発生した移動としては、キリスト教徒のエルサレム巡礼、イスラム教徒のハッジ、そして単独行動ではあるが7世紀唐代の僧である玄奘三蔵の天竺（インド）行きなどが代表的なものとしてあげられよう。当然のことながら、昔は道路を含め交通手段が貧弱であり、自然災害・人災（盗賊・海賊）など長距離移動には常に大きなリスクを伴った（旅行を意味する「トラベル」という言葉は「苦痛」を語源としている）。したがって、こうした政治、宗教といった強い動機がない限り、人は長距離移動をすることはなかった。

時を経るに従い、交通手段、特に船舶と羅針盤などの航海術の進歩により移動リスクが大幅に軽減され、そして、所謂「地理上の発見」によりその活動範囲が大きく拡大したため、商業・貿易といった「経済的動機」による移動が盛んになった。尤も、盛んになったといっても貨物の移動が主で、常

に人は従であった。

「人間的動機」に基づく国際間移動が始まったのは近世のヨーロッパである。地続きであり移動しやすい地域であるので、道路が整備、安全性が高まるにつれ旅行が盛んになった。旅行と言っても、今の観光とは異なり、上層階級の子弟が見聞を広め、教養を身に着ける教育に近いものであったようである。ゲーテも若いころにイタリアを旅し様々なことを見聞きしたが、それがその後の文学活動の糧となったと言われている。

そして第一次大戦後、特権階級の没落とともに平民層が力をつけはじめ観光旅行の大衆化が進んだ。特にヨーロッパと戦後力をつけてきたアメリカを結ぶ大西洋航路が充実していったが、まだ多くのコストと時間を必要としたため、国際移動の負担は大変大きいものであった。これを解決したのが 1950 年代に就航した高速ジェット旅客機である。最初のジェット旅客輸送機（コメット）は空中分解を繰り返し失敗に終わったものの、その後製造された B707、DC-8 などの名機が安全性・利便性を高め旅客の信頼を得たことから、経済的動機と人間的動機による移動が大幅に増加し、世界は一気にグローバル化していった。「人間的動機」に基づく長距離移動である国際観光も本格的な大衆化を迎えることとなったのである。

一方「政治的動機」による移動については国際政治が安定度を増しその主たる目的が武力行使目的から外交目的に移ったため大幅に縮小。宗教的動機も個人的色彩を強めたことから、観光との区別がつきにくくなった。遡ると「エルサレム巡礼」のための旅行代理店があったようであるし「お伊勢参り」も物見遊山が主と、もともと「観光」と深いかかわり合いを持っているので自然の流れとも言える。

このような過程を経て、今では経済的動機と人間的動機による移動が広域移動の主役であるが、よく見るとこの 2 つの動機はお互いに影響しあう。経済的動機による移動は人間的動機によるものより圧倒的に輸送単価が高いため航空会社は経済的動機による移動を中心に路線便数計画を立てることが多いが、路線が充実することにより、結果的に旅行の利便性が高まり観光地としての魅力が向上することになる。経済的動機による移動が増えるとその地域の知名度が上がり、人間的動機による移動は更に増大する。逆に、異なる地域間で観光（＝人の交流）が盛んになると新しいビジネスが生まれ易くなり、経済的動機による移動が増えることになる。このようにして、長期的にはこの 2 つの動機はお互いに刺激し合って拡大していく。

こうした関係性は政治的動機、宗教的動機などとの間にも存在する。多くの政治的・外交的問題を抱えている国との間の移動量は減るし、宗教的対立がある場合も同じく減少する。イラク戦争は明らかに人間的動機による移動にとってマイナスであったし、パレスチナ問題も折角の観光地、聖地が生かされなくなってしまう。

逆に、何らかの理由によって人的交流が増えるとこうした政治外交問題、宗教的対立も落ち着く方向に向かうこともまた事実である。人の交流が深まることで様々な問題が解決されることとなり、また新たな交流を生み出すこととなるのである。

こうした「国家間の外交的関係」と「ツーリズム」との関連について高寺奎一郎氏は、R.W Cobb

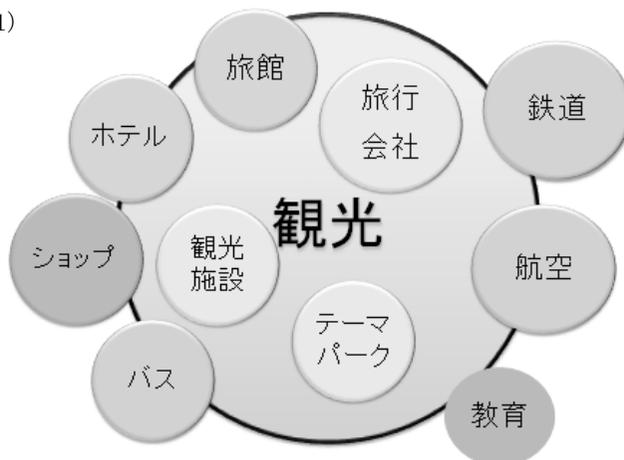
と C. Elder の「ツーリズムと外交の定量的分析」を紹介しながら次のように記している。

- ① 政府が結んだ協定がツーリストの流れを阻害していた要因を取り除き、より多くのツーリストを生む。
- ② ツーリズム・学生交換という人的交流が政府間協力に大きな影響を及ぼす。
但し、この交流と国家間の協力との間には 10 年のタイムラグがある。

国際連合（UN）がツーリズムを重要な分野と位置付けその振興に努めているのは、こうした理由からである。

日本において国際観光が一般的になったのは 1964 年以降である。それまでは外貨不足のため、よほどの理由がない限り海外に出ることは許されなかった。その後、ニクソンショック、円高など紆余曲折を経て、海外旅行ブームが生まれ、現在に至っているのだが、国際観光は今なお、日本では重要な活動として認知されていない。国連の組織である世界観光機構（WTO）がツーリズムは重要な人間的活動の一つである、中でも国際ツーリズムは世界平和にとって不可欠であるとして重要視しているのと対照的で、日本では国際観光（海外旅行）は相変わらず「贅沢なレジャー」の範疇に位置付けられたままである。欧州のように「教養としての国際観光」あるいは「客船で十分時間を使った国際交流」のようなバックグラウンドがなく歴史が浅いため、その効果・重要性が認識され難いのか、あるいは島国で外国人と日常的に接する機会があまりなく国際交流がうまくいかなくても気にならないのか、いずれにせよ、日本ではそれ程重要視されず、確固とした振興策がとられてこなかった。その結果、国民の海外渡航率は極端に低いし、訪日外国人の数も世界で 30 位前後と惨憺たる状況にある。日本に限ったことではないが一般的に観光に携わる関係者が組織化されることは少ない。観光の経済的受益者は浅く広く拡散してしまっており、収入が 100%観光に集中している業種はほんの一部で、大所の経済的受益者であるホテル、交通、商業等にとって観光は事業あるいは顧客の一部に過ぎないからである。

(図 1)



観光はこのような特性を持っているので、各関係者の観光に対する意識はどうしても低くなりがちである。例えば、ショッピングは今や観光にとって重要な分野の一つであるが、銀座の店、台場のショップあるいは御殿場のアウトレットは自分達を観光業だとは絶対に思っていない。これは極端な例だが、各業界とも多かれ少なかれこのような意識であるため、利害関係者を組織化して行くには相当のエネルギーがいる。国際観光となると更に地理的広がりを持つことからより強力な求心力を必要とする。

国際観光のこうした特性・弱点を認識しているが故にほとんどの国が観光局などの専門機関を設置し、国としての方針づくり、プロモーション、利害関係者の調整にあたっている。日本も遅ればせながら、2008年に観光庁ができ、外郭団体である国際観光振興会と足並みを揃え国際観光振興に力を入れ始めた。しかし問題の大きさを考えると政府系機関だけで到底解決できるものではない。同時に、旅行業界、宿泊施設、交通機関、商業、教育界などの関係者が互いに連携し、高い意識を持って国際観光の振興にあたらねばならない。このような関係者による網羅的な活動なくして国際観光を「贅沢なレジャー」から「国際交流の重要な機能」にステップアップさせることはできない。

今般交通機関である航空と国際観光との関わり合いを採りあげることとしたのはこうした問題意識からである。

2. 世界の国際ツーリズム動向

WTO は、ツーリズムを「レジャー、ビジネス、その他の目的（就業目的は除く）をもって、一年以下の間、通常的生活圏から離れた場所に旅し、滞在する人の活動」と定義づけ、そして更に細かく、宿泊を伴う旅行者を「ツーリスト」、宿泊を伴わない日帰りも含めた旅行者を「ビジター」と明確に区別している。

日本の場合、島国であり、国際移動は宿泊を伴うものがほとんどであるため、ここではツーリストのみを分析対象とする。

また、到着数を旅客数としている理由だが、国にとって「到着」は「入国」を意味するため、「出国」より厳格に記録されるからである。例えば米国は、入国審査は大変厳しいが出国については審査すら無い。

次に移動の動機であるが、今では広域移動のほとんどが経済的動機もしくは人間的動機に基づいたものである。

そこで、議論をわかり易くするために、これから以降、政治的動機（目的）と経済的動機（目的）に基づくものを「ビジネス」、全ての人間的動機と宗教的動機によるものを「観光」、そして双方を包含したものを「ツーリズム（ツーリスト）」と定義づけ議論を進めていくこととする。

（1）国際ツーリスト動向

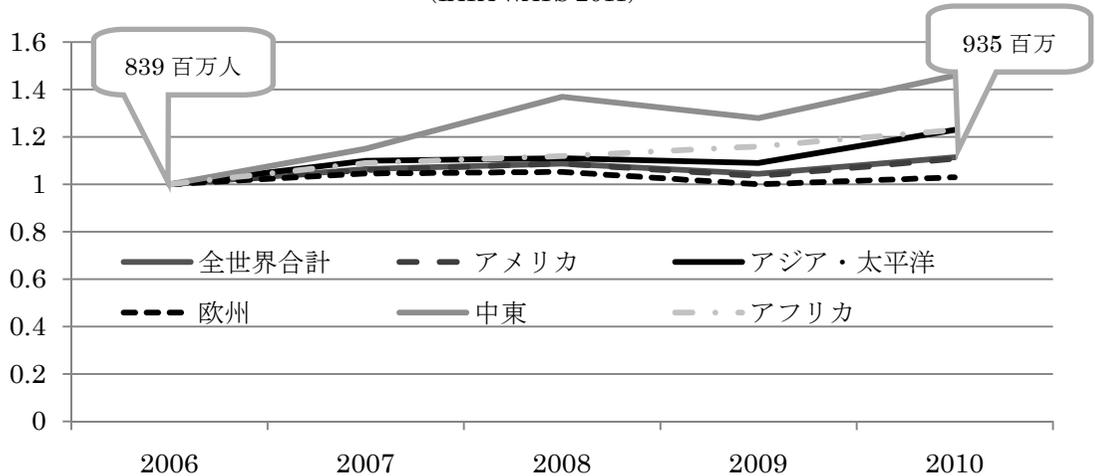
21世紀に入って、9.11、SARS、イラク戦争と国際旅行にとって逆風となるイベントが続出し、又世界経済も低調であったため国際旅行は不振を極めたが、ここ4-5年のレンジで見ると、次表にあ

る通り、2010年実績は2006年対比指数で111、旅客総数では過去最高の9億3500万人を記録するなど比較的健闘している。

エリア別で見ると、原油価格の高騰により経済的に大きく潤った中東が最も高く、サッカーのワールドカップ特需でアフリカも増加したが、規模を考慮すると、注目すべきはアジアである。ついに世界全体でのシェアは20%を超えた。このアジアの成長が世界の国際ツーリズム発展の牽引車となっていることは間違いない。

対照的なのが欧州である。それ程大きくない大陸に数多くの国があり簡単に行き来できるので、国際旅行の分野では常に高いシェアを占めるが、ここ4年で大きくシェアを落としている。もともと観光資源が豊富で世界から観光客を集めている地域だけに国際観光セクターにとっては大きな痛手である。

(図2) 国際観光客動向(到着)(2006年を1とした場合の指数)
(IATA WATS 2011)

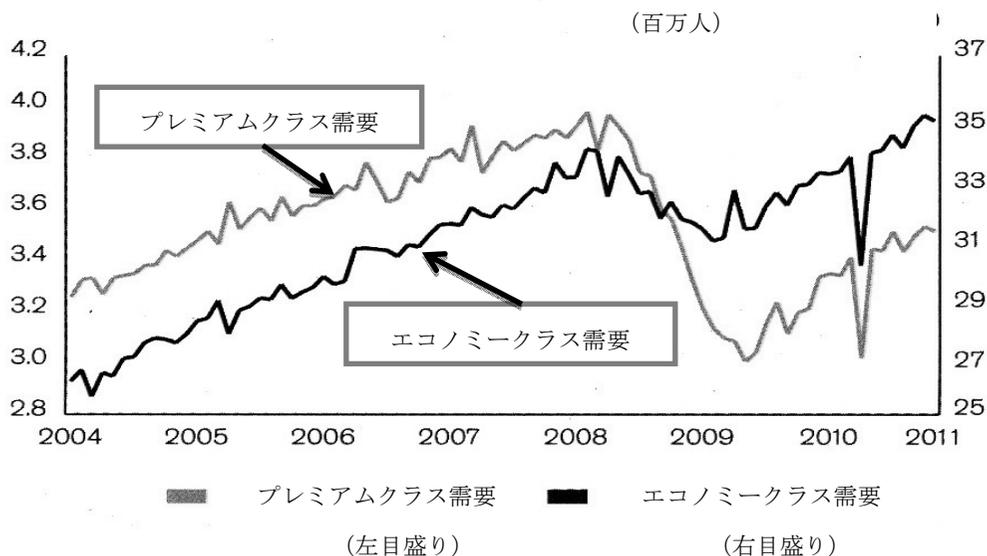


(2) 国際航空における目的別動向

今後の国際観光を考えていくにあたり、まず目的別観光客動向であるビジネス需要と観光需要の最近の状況を確認しておきたいが、国連統計では区分けがされていないので、IATAの国際航空旅客のクラス別統計にある「プレミアムクラス」を「ビジネス需要」とし、「エコノミークラス」を「観光需要」と読み替えてその代替とした。厳密に言えば全く同じではないが、大まかな傾向は把握できると考えている。

(図3) プレミアムクラスとエコノミークラス需要の推移

(IATA WATS 2011)



グラフにある通り、ビジネス、観光とも 2008 年金融危機発生時に大きく落ち込んだが、その後回復基調にある。

観光需要 (=エコノミー需要) が金融危機以前のレベルを超えるまで回復したのに対し、ビジネス需要は落ち込み幅が大きく以前のレベルまでは戻っていない。先ほどの WTO 統計にある観光客総数の順調な伸びはこの観光需要に支えられていることがわかる。

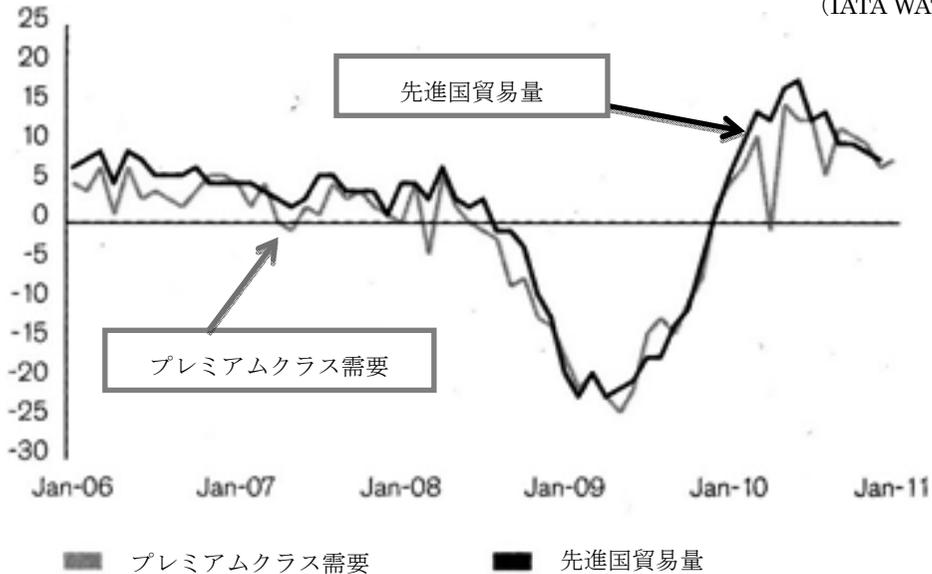
(3) ビジネス需要の特性

ビジネス需要 (プレミアムクラス=ファースト、ビジネスクラス) は経済的動機に基づくものであるだけに観光需要より大きく経済変動の影響を受ける。最近の需要動向は先に示した通りであるが、リーマンショックの影響は観光需要より格段に大きかった。世界経済が持ち直したことから 2010 年以降改善の方向に向かっているが、世界経済が再び EU/ギリシャ問題から不透明さを増しており予断を許さない。21 世紀に入って、政治・経済の振れ幅が大きくなり、地政学的リスクも頻発しているが、その度に「ビジネス需要」が大きく動くため、国際航空事業の不安定性はますます増幅してきている。何と言ってもビジネス需要は各クラスの中で最も収益率の高いセクターであるからである。

このビジネス旅客需要は経済指標の中でも貿易量にリンクしているが、IATA が、今般 2008 年のリーマンショックを挟んだビジネス需要動向と貿易量との関係を発表したので紹介しておきたい。グラフを見ると、船の時代と同じく貿易量ときれいに連動しており、「経済的動機」による移動はやはり「物」と「人」双方に関わるものであるということが見てとれる。

(図4) プレミアムクラス需要と先進国貿易量の推移

(IATA WATS 2011)



3. 航空事業の構造変化

航空事業の構造変化について確認・分析していくに際し、まず「国際ツーリズム」と「国際航空」の関係を整理し、「航空業の持つ構造的な問題」を確認した上で、個々の航空の構造変化、そして国際観光に与える影響について分析していくこととする。

(1) 日本の国際ツーリズムと国際航空

日本は島国であるため、国際ツーリズムは航空が主たる移動手段となる。2010年度の日本からの出国者データでは、98.9%が航空、残りの1%は「博多、下関 ⇒ 釜山」のフェリーである。入国者についてもほぼ同様である。こうした事情から、日本の国際ツーリズムにとって航空は切っても切れない関係にある。

交通経済学では、交通需要は「派生需要」として位置づけられており、「本源的な需要」を分析した後それを前提として「派生需要」である交通需要を予測し、需要・供給のバランスをとるのが交通政策であるとしている。理論的にはその通りで、需給が均衡したところが社会経済的に最も効率的な状態である。

しかしながら、実際のところ、国際交通機関としての航空がこの需要変動に対し臨機応変に供給調整していくことは、経営的にも技術的にも極めてむずかしく、ましてや経済学で言う均衡点にあることは極めて稀である。航空の場合、鉄道、バスと違ってきめ細かい供給調整ができない。便数がそれほど多くないため、例えば3便を4便にすれば、33%の供給増となる。航空機材についても、大きさ・航続距離の面で常に最適な機材があるとは限らないし、あったとしても資金的制約があるため、そう

頻繁に変更できるわけではない。加えて、空港、航空政策、国際情勢など自分ではコントロールできない外的要因にも大きく影響を受ける。こうした様々な事情が細かい供給調整を難しくしているのである。

したがって、恒常的に、航空の供給量である「路線・便数・座席数」と国際観光需要との間でミスマッチが発生するが、日本の場合航空に代わる移動手段がないため、すぐに本源的需要である観光需要に影響を与えることになる。そもそも航空路線のあるなしで観光需要が決定づけられてしまうと、量的ずれが生じただけでも影響は大きい。需供バランスの変化で運賃は上下動するが、国際線の場合、振れ幅は鉄道と比べると極端に大きいし、航空運賃の旅行費用に占める割合も高いことから、結果的に国際観光需要そのものを大きく動かすことになる。派生的存在であるはずの航空の諸事情が本源的需要である国際観光需要を大きく左右してしまうのである。

しかしながら、この半世紀、個別路線ごとに多少状況は異なるものの、総じて言えば、こうしたミスマッチは供給過剰という形で生じることが多かった。交通機関全般に言えることだが、常に公共性が意識され、「必要とするものを提供しないのは望ましいことではない」とする考えが主流で、「必要性が生じた場合飛ぶ」、「十分な座席数を有した航空機材を投入する」という選択をしてきたからである。所謂ナショナルフラッグキャリアの発想である。米国は別として、欧州もアジアも国際航空を立上げる際に国が大きく関与してきたため、このように公共性が優先されがちであった。

そして、この供給過剰を増幅したのが技術革新に伴う航空機の大型化である。中でもB747は、1970年から半世紀に亘り世界中の長距離国際線で活躍した機材であるが、日本でも高度成長時代に欧米への直行使用として導入され、長い間国際線の中心的存在であった。こうした大型機が大量に投入されたことで航空市場は供給過剰となり、航空運賃は大幅に下がった。その結果海外旅行の大衆化が一気に進み、国際観光は増加の一途をたどることとなった。

ところが21世紀に入り、少しずつ状況が変わり始めた。「参入・撤退の自由化」、「技術革新に伴う航空機のダウンサイジング」、「経営の保守化」、「航空会社の経営統合」、「アライアンス」などの動きである。こうした新しい動きは航空の需給関係に大きく影響を与え、航空と国際観光の関係を変えていくことになる。

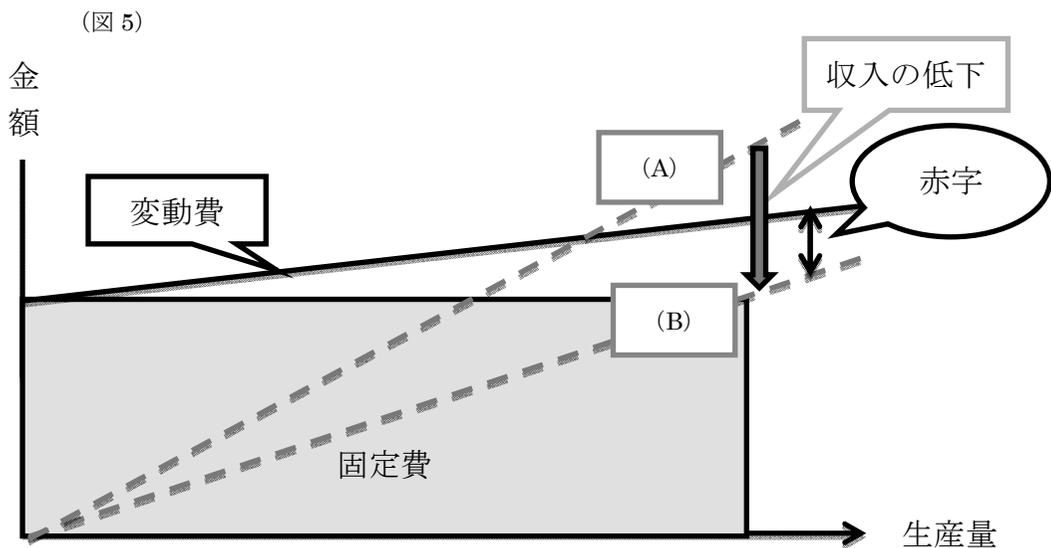
(2) 航空輸送業の構造的問題

- ① 航空輸送サービスはホテルなどと同じく「在庫が利かない性格の商品」である。したがって、限界的には、空席で飛ばすよりどんなに安くても売りきった方が経済的に合う。そして、市場が供給過剰状態にあるとこの欠点は増幅する。空席が多いと、出発日が近づくにつれ、航空券の値段は下落する。本来こうした動きは限界的に起こるものであるが、恒常的に発生するとそれが市場価格として定着してしまう。
- ② もう一つの航空事業の欠点は、機材費、施設費、人件費などの固定費の比率が非常に高いことである。また、普通「変動費」であるはずの燃油費、着陸料なども定期便を張っている以上「固

定的に」出ていく。需要に供給を合わせるには便数、航空機材の変更をするしかないが、航空機材を変更するには時間がかかり、すぐに対応することは大変難しい。また、人的資源についても専門知識を持った集団であるため、量的調整には長い時間を要する。したがって、短期的には、90%以上のコストが「固定的」なものになってしまう。

こうした構造的体質を持っているため、急激な販売量の減少、単価下落がおこると、費用削減のスピードが収入の減少スピードに追いつかず、すぐに大幅赤字を生じてしまうこととなるのである。図式化すると次の通りとなる。

収入を表す点線 (A) が何らかの理由で収入減となり点線 (B) に移動してしまうと、コスト削減が間に合わず、赤字となる。



- ③ この収益の不安定性に加えてバランスシートについての問題もある。航空事業は膨大な航空機投資を伴うため、多くの負債を抱えがちである。こうしたことから、どの航空会社も格付けが低く、いざという時に資金の出し手が出てこないというリスクを抱えている。(現在世界の航空会社で「投資適格」の格付けを有しているのは、サウスウエスト、カンタス、ルフトハンザの3社のみである。それも投資適格の中で一番下のランク。)

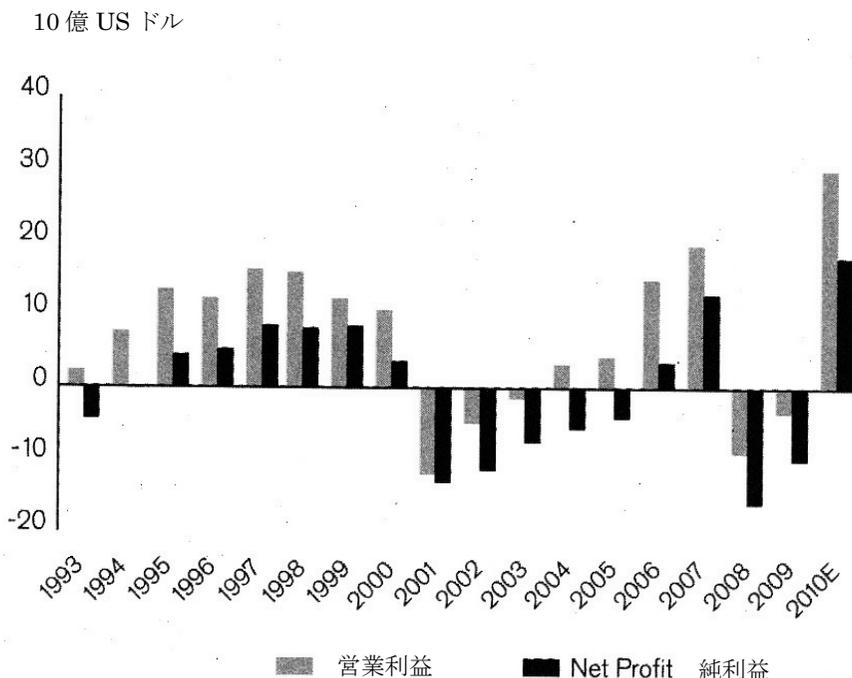
こうした構造的問題は昔から世界の航空会社が共通して持っている問題であったが、航空の高度成長時代には問題が顕在化しなかった。多少の不都合があっても、すぐに旅客需要が増え、問題が解決してしまったからである。

ところが、21世紀に入り突発的事象が多発し経済が停滞したことで局面が変わってしまった。突発事象が発生すると収益性は一気に悪化するが、経済が停滞しているために回復には時間がかかる。その一方格付けが低いと短期間に対応できないと企業存続すら危うくなる。そしてその頻度も昔に比

べ格段に高くなってきている。

こうしたことから各航空会社とも経済的リスクはできるだけ早期に極小化しておかなくてはならなくなつたのである。下のグラフは全 IATA 加盟航空会社の営業利益と純利益の推移である。2001 年の「9. 11」、2003 年の「SARS」そして「イラク戦争」、「リーマンショック」などのイベントが起こる度に大きな赤字計上を余儀なくされた。

(図 6) 世界の全航空会社の利益推移 (IATA WATS 2011)



そこで各航空会社とも、

- ・多くの空席が出ると在庫が利かないため単価が大きく下落する
- ・急激な収入低下が起こると固定費の比率が高いためすぐに収益性が悪化する

という航空業の構造的問題からくる経営上のインパクトを少しでも軽減するため、「搭乗率をできるだけ上げ、利益率を高くしておく」方向に向かった。格付けが低く、いざという時に資金の出し手がないリスクを抱えているからである。搭乗率をあげるには需給バランスをとるしかないのは自明の理で、レガシーキャリアーは、路線・便数の絞り込み、航空機材のダウンサイズをすすめることとなったが、業界再編、ATI の進展もこれに拍車をかけることとなった。2010 年航空会社の業績は急回復している。これが一連の経営改善施策の成果であると判断するにはもう少し時間を要する。

(3) 経営環境変化と経営安定化策

① 航空自由化

世界的に航空の自由化が進み、今まで航空事業を硬直的にしてきた「参入規制」が撤廃されつつある。先鞭をつけたのは米国である。1970年代後半、国内線に「デレギュレーション政策」を導入し、国内航空事業に関しては「安全」を除いて規制を全て撤廃したが、この政策が次第に国際線に波及することとなった。国際線については2国間の「航空協定」があるため、国内線と同じようなデレギュレーション政策をとることはできないが、航空交渉において、米国政府は常に「自由化」を念頭に置いた交渉スタンスを持ち続けた。これがついにEU、続いて日本との間のオープンスカイ協定という形で結実したが、このオープンスカイ協定も後述する通り本来の趣旨から乖離した制度となってしまった。米国のレガシーキャリアーの経営不振がその背景にある。

日本においても羽田、成田の「混雑空港」は別として、閑空をはじめとする地方空港には自由に国際便が参入できるようになった。以降、新規路線が開設されたり、撤退したり様々であるが、総合すると、供給削減の方向に向かった。供給が増えるように思えるが逆である。規制が撤廃されて自由化が進むと市場参加者は「いつでも乗り入れられるのであれば今は無理してやらない。需要が増えた段階でやれば良い」といった経済合理的行動をとることになるからである。

具体的な例として、地方空港の参入規制が取り払われた途端、地方発国際線廃止の動きをした外国航空会社があった。日本政府はびっくりしたが、至極当然のことで、「採算が取れなければ今はやらない」のである。

② 空港拡張

同じことが空港の拡張に際しても発生する。容量不足の空港が拡張された場合、発着枠が増えるため、新規参入・新規路線開設・増便が進むが、同時に便数削減・撤退も起こる。

この発着枠に関しては一般的に「Use It Lose It」と呼ばれるルールがあり、使わないと返さなくてはならないことになっている。したがって、発着枠が目一杯の空港の場合、発着枠を返してしまうと将来元に戻すことができなくなってしまうため、当該便が不採算になっても無理して維持し続けるケースが多い。

ところが、この規制がなくなってしまうと、「参入規制撤廃」と同様、航空会社は経済合理的行動をとるようになり、不採算であればすぐに撤退してしまうことになるのである。

日本では長い間、首都圏空港である羽田、成田の拡張が進まなかったため、超過密状態を解決できず、発着枠はほとんど拡大されなかったが、ここへきて大きく進展している。

2009年、成田空港の第2滑走路が延伸、続いて2010年、羽田空港第4滑走路が完成、発着回数が増えたとともに、国際化された。成田空港については、今後更なる発着枠の拡大が計画されている。

(2009年まで)	年間 20 万回
(2010年)	22 万回
(2012年)	25 万回
(2014年)	30 万回

2009年までの20万回から30万回への増加は、5割増を意味する。首都圏空港ではかつてない空港容量の拡大である。

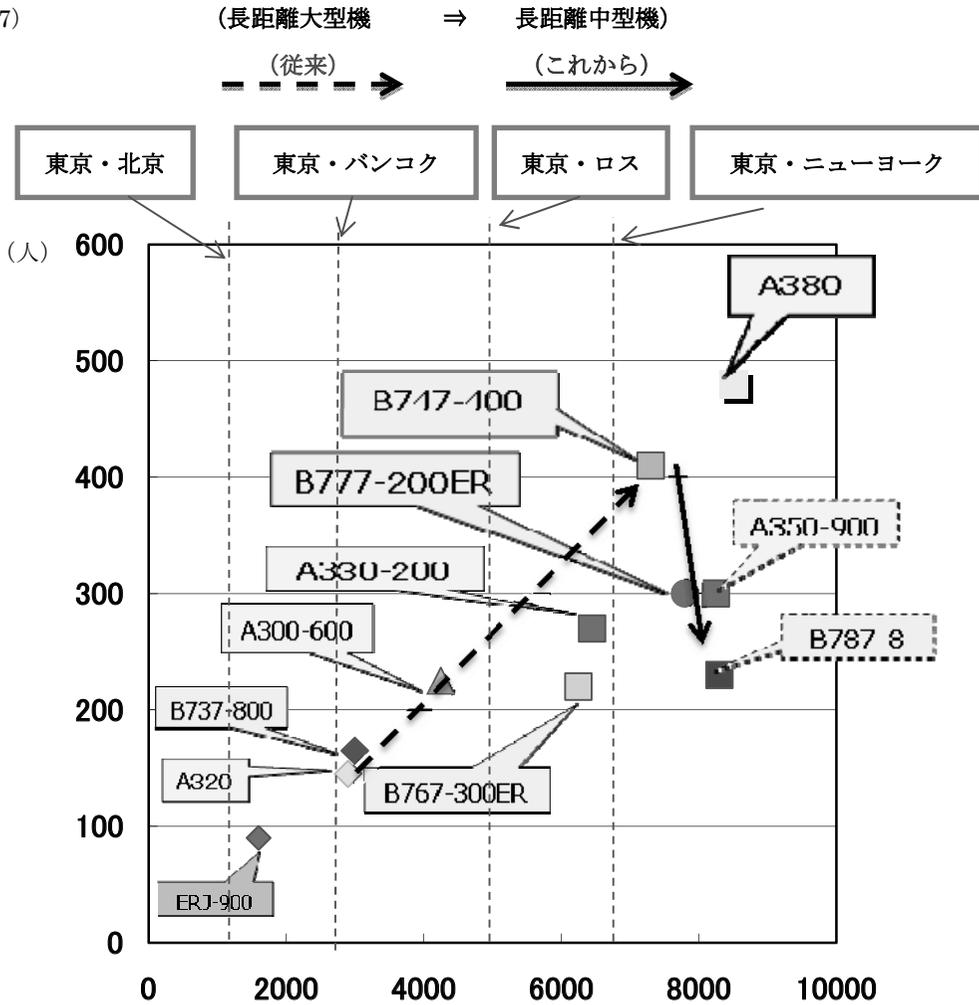
一方、羽田空港でも年間発着回数が11万回増加することとなる。国際への配分枠はこれから決定されることとなるが、国際線枠が増えることは間違いない。

このように発着枠が増えると「Use It Lose It」ルールを気にしなくても良くなるため、航空会社は経済合理的な路線便数計画を自由にたてられるようになる。首都圏空港であるだけにこの容量拡大は日本の航空会社にとって大変大きな意味を持つ。

③ 航空機のダウンサイジング

下表は航空機の大きさと航続距離の流れを示したものである。時代とともに、「飛行機のサイズ」、「航続距離」が大きく変化してきている。

(図 7)



国際線用航空機については1950年代に始まったジェット化以降、半世紀に亘ってスケールメリットの大きい大型機へのシフトが進んだ。100人乗りの航空機でも500人乗りの航空機でも操縦するパイロットは2名で良い。大型機にはこうしたメリットが数多くあったからである。

しかし、需要が安定している高度成長時代は良かったが、急に需要が落ち込む「突発事象」が頻繁に発生するようになると、座席数が多いことが負担になるようになった。大型機の場合、需要が大きく低下すると搭乗率が極端に下がり、販売単価も急低下してしまうため、コストのスケールメリットなどは簡単に吹っ飛んでしまうからである。

こうして各航空会社とも「大型化によるスケールメリット」より「小型化による安定的経営」を指向するようになった。そして時を同じくして燃費の良い効率的な中小型機が開発されたため世界的に航空機のダウンサイジングが加速してきている。長距離国際線用機材でみると、A380などの例外はあるが、B747からB777へ、そして更にB787へと効率の良い機材へのダウンサイジングの方向にある。

特に日本の航空会社は長距離国際線を数多く持っているため、今後数多く導入される予定の B787 は日本の長距離国際線・国際観光のあり方を更に大きく変えることとなる。

④ レガシーキャリアーの統合・再編

a. 会社統合

1992 年の EU 発足とともに欧州内の航空自由化 (EU キャリアーの) が進展した。例えば、フランス国内線にルフトハンザグループが乗り入れる等、従来国内線は自国の航空会社しか運航できなかったが、EU 内の航空会社であれば域内で自由に航空事業を営むことができるようになったのである。以降、大手航空会社がシェア拡大に力を注ぐこととなり、中小航空会社、特に小国の航空会社は次第に大手に吸収されていくことになった。そしてこの寡占化の動きは米国にも波及し、「デルタとノースウエスト」「ユナイテッドとコンチネンタル」という大手同士の巨大合併にまで至った。

一方アジアの場合、それぞれの国が独立しており、政治的に EU のような状況にある訳ではない。したがって、各国ともそれぞれ自国の航空会社を持ち独自の方針に沿って運営している。規模で見ればアジア系は欧米の巨大化した航空会社に大きく水をあけられているし、欧州から波及してきたアライアンスに巻き込まれてしまっている。

しかしながら、今後の観光需要についてはアジアが最も伸びると予想されており、また最も人口が多い地域だけにその量的効果も欧米とは比較にならないほど大きい。したがって、アジアの航空会社は、規模の面では欧米航空会社に大きく差をつけられているもののまだ成長の余地を十分残しており、経営的には十分対抗できる。しばらくはアジア地区においては、大きな変化はないと見て良い。

(最近の再編の動き)

= 欧州 =

ルフトハンザ

2007 年 7 月 スイス航空完全子会社化

2008 年 9 月 ブリュッセル航空株式 45%取得、全株取得方針

2008 年 11 月 bmi (英国) 子会社化

2009 年 3 月 オーストリア航空子会社化

英国航空・イベリア航空経営統合

エールフランス

2004 年 5 月 KLM と経営統合

2009 年 11 月 アリタリア航空株式 25%取得

= 北米 =

デルタ航空とノースウエスト航空 ⇒ 合併 (2008 年 10 月) ⇒ 世界最大の航空会社に

ユナイテッド航空・コンチネンタル航空 ⇒ 合併発表（2010年5月）

=アジア=

中国東方航空、上海航空完全子会社化（2009年7月）

中国国際航空、キャセイパシフィック株式 12.5%取得（2009年8月）

=南米=

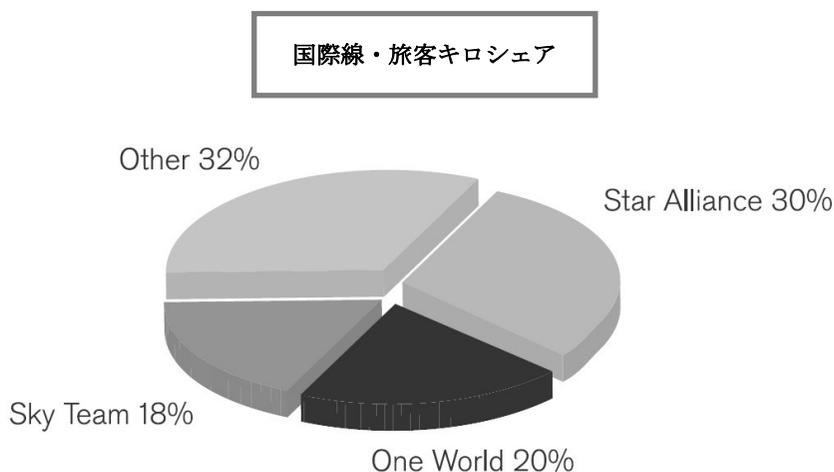
ランチリ航空(チリ)と TAM (ブラジル) ⇒ 合併発表（2010年8月）

こうした会社統合の動きは、次に触れるアライアンスと大いに関係する。特に欧米に顕著に見られるが、3メガアライアンスへの収斂である。欧州は「英・独・仏」を軸としてアライアンスが成立したが、この3つのグループに中小航空会社が飲み込まれつつある。そして、これがアメリカにも波及、3メガアライアンスに歩調を合わせるように、3大航空会社にまとまってしまった（勿論サウスウエストなどの国内線に特化した LCC は除く）。1970年代後半、カーター大統領時代にいわゆるデレギュレーションが始まったが、この競争を促進するために導入したはずのデレギュレーションが紆余曲折を経て、「寡占化」をもたらすことになったのである。全く皮肉な話である（尤も100年以上前にマルクスが資本主義の最終段階は寡占・独占であると指摘しているが）。

b. アライアンス

1997年ルフトハンザが中心となってスターアライアンスが誕生。最初の航空連合となった。その後、1999年にワンワールド、2000年にスカイチームがスタートし、3大メガアライアンス体制が出来上がった。2010年には、この3メガアライアンスで世界のシェア（旅客キロベース）の70%を占めるまでに至っている。

(図8)



(IATA WATS 2011)

(各アライアンスの特長)

お国柄も反映し、各アライアンスはそれぞれ特長を持っている。

=スターアライアンス=

ルフトハンザが大きな権限を持っており、規律は最も厳しいと言われる。アライアンス外の航空会社との提携はほとんど不可能である等参加航空会社にとり不自由な面が多々あるが、アライアンスとしては強力。

=ワンワールド=

英国航空、アメリカン、キャセイ、カンタスなど旧英連邦国の航空会社が多い。

輸送品質を重視するため結果的に大手中心となり、メンバー数は少ない。

=スカイチーム=

エアフランスが中心となって集まった。アライアンスとしてのきまりは最も緩やかと言われていいる。シェアは低い最近メンバーを増やすべく精力的に活動している。

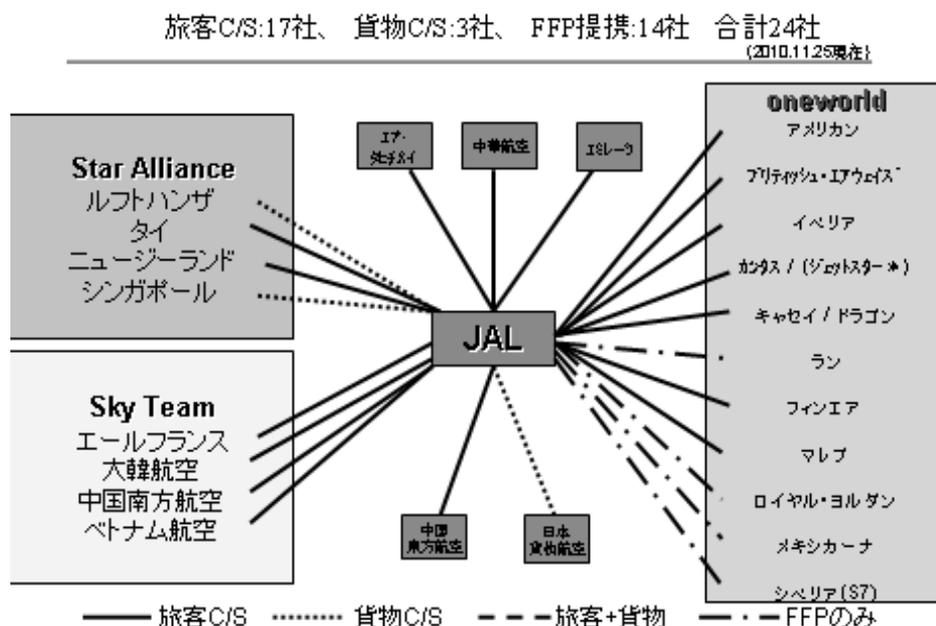
(アジアの航空会社にとってのアライアンス)

もともとお互いに競い合っている欧州の航空会社であればともかく、アジアの航空会社にとって、アライアンスは功罪半ばする。世界を3分割するより全市場を対象にした方がビジネス上良いに決まっているからである。EU 成立後の英独仏の勢力争いのとばっちりを受けていると言っても良い。メガアライアンスに入るのを最後まで躊躇したのはシンガポール航空と日本航空であったが、ともに競争力があり全世界がビジネスの対象であった。現在でもシンガポール航空の政策、例えばチャンギ空港運営等を見ているとアライアンスメンバーとしてではなく独立の航空会社として動いている印象が強いし、日本航空も次表の通りアライアンスの枠を超えて数多くの2社間提携を続けている。また、中国の航空会社についてもアライアンスの言うことを聞かないケースをよく見かける。このようにアジアの航空会社はアライアンスに入りながら独自性を持ち続けており、明らかに欧州系とは異なったスタンスをとっている。

(日本市場におけるアライアンス)

日航がワンワールド、全日空がスターアライアンスに加盟している。スカイチームだけが抜けてしまっているが、日航はこのスカイチームのメンバーとも数多く提携している。早くに世界各国の航空会社と提携したため、アライアンスに入って以降もこの提携関係が続いており、特にアジアではスカイチームの一員であるかのごとき印象を受ける。

(図 9) 日本航空の提携先



(供給量との関係)

アライアンスの進展は供給を制限的にすることに繋がる。勿論独禁法があるので直接的な供給協定、価格協定を結ぶことはないが、世界の航空会社が3グループにまとまるということはコードシェア(後述)などの手法が広まることに繋がるし、コードシェアは一つの「便」を複数社で分け合うということであるから、当然供給は減ることになる。これは一例であるが、いずれにせよ「まとまって事業をやる」ということであるのだから、極端な競争状態を避ける方向に向かうことは間違いない。

この点について UNWTO は「アライアンスが進展すると将来的に地域独占を招き航空運賃は市場コントロールが利かなくなる」と警戒信号を発信しており、また、消費者団体も「グループ化は消費者の犠牲により巨大航空会社をますます豊かにする方策以外の何物でもない」と批判しているが、今のところ具体的アクションを起こすまでには至っていない。

c. オープンスカイ協定

オープンスカイとは、「自らの空をオープンにする」ことではなく、「両国の航空会社は自由に両国間の航空輸送にあたる事ができる」という「2国間協定」を結ぶことである。既に、EU-米国間でオープンスカイ協定が結ばれており、大西洋線は既に欧州、米国どちらの航空会社も自由に欧州-米国間の路線を開くことができる状態にある。

EU-米国に続き、2010年10月、日米オープンスカイ協定(2国間協定)が締結された。従って、現在誰でも日米間の路線を開くことができるし、また、米国内の到着地点から第三国に向か

うこともできる（いわゆる以遠権）。

このオープンスカイ（政策）を導入すると、過当競争を生ずる可能性があるため、同時に「ATI」（独禁法適用除外措置）が認められることとなる。いわば「併せ業」である。ATIが認められると、独禁法に触れる提携、例えば、路線・便数、運賃、販売方法を事前に相談することができるし、究極の提携とも言える「運賃プール制」を採ることができる。「オープンスカイ」という言葉からすると意外であるが、むしろ需給バランスをとる方向に向かうのである。既にオープンスカイが始まった大西洋路線でも、当然、形式上（勿論実質的にも）参入の自由が確保されている。しかしながら大手航空会社ががっちり手を組んだ市場に新規参入する冒険者はなく、結果的にATIだけが機能し、需給バランスはタイトになっている。

（注）提携内容：セールス・マーケティング、収入管理、FFP、ウェブサイト、商品企画・機内サービス、空港ラウンジ・サービス、ネットワーク、ダイヤ、会計・広報、予約サービス、IT

日米間でもオープンスカイ協定が締結されたが、現在、日航－アメリカン航空、全日空－ユナイテッド航空の間でATIについての具体的な協議が進められている。この2つのATIで、日本と北米（除くハワイ）の国際旅客市場の6割強を占めることになる。やはり大西洋線と同様寡占化が進むと見るのが妥当であろう。

d. コードシェア

「Code（便名）をShareする」ことである。本来1フライト・1便名であるが、複数社（2社が一般的）で便名を分け合う手法であり、このように呼ばれる。実際に航空機を運航するのは1社なので、次のように役回りが分かれる。

航空機を提供し実際に運航する会社 ⇒ 運航会社
販売のみ行い運航しない航空会社 ⇒ マーケティング会社

こうしたコードシェアを結ぶ動機を大きく分けると次の2つ。

（ケース1）

「他国の国内線には乗り入れできない」（カボタージュと呼ばれている）が、その国の航空会社とコードシェアをすれば、国内線でも自社便名を付けて運航でき、ネットワークを広げることができる。例えば、シカゴ発ボストン行きの便のコードシェアをすれば、東京からシカゴ経由ボストンまで一気通貫で乗客を運ぶサービスが可能となる。

（ケース2）

1社だけだと採算がとれないが2社でやればペイすると判断した場合に選択するケース。特に、「デイリー運航（毎日運航）」（旅客の認知性が高まるため競争力は格段に上がる）を確保

するために利用される。

1 便を 2 社で分け合うため、明確に座席についての取り決めをしなくてはならないが、現在一般的に取られているのは次の 2 つの方式である。

A. ブロックスペース方式

座席を一定数ブロックして、マーケティング会社に振り分ける方式。(振り分けられた座席は販売責任を伴う)

マーケティング会社の販売責任を和らげるため、段階的に運航会社に返却できる仕組みとすることもある。

返却できる部分をソフトブロック、出来ない部分をハードブロックと呼ぶ。

B. フリーフロー方式

座席を振り分けるのではなく、その都度予約を入れていく方式。予約管理は運航会社が行う。

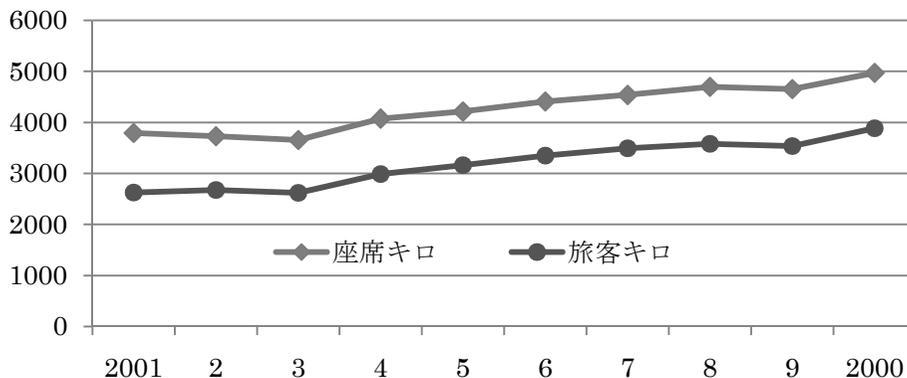
マーケティング会社は残席リスクを回避できるが、運航会社が予約管理をするため、大量に座席を必要とする大型グループの場合にはなじまない。

一昔前であれば 2 社がそれぞれ便を張っていたはずだが、コードシェアにより 1 便となる。従って、供給量削減に繋がりやすいのであるが、一方で、コードシェアをすることで路線が維持されることもあり、利便性の面でのメリットがないわけでもない。しかし総合的に見れば、前者のケースが多く、供給調整的色彩が強いと言えよう。

⑤ 世界の需給バランス

こうした航空業界における様々な構造改革を反映し、緩やかではあるが、需給関係は確実にタイトになってきている。平均搭乗率はじわじわと上昇し、80%に近づいている。この 80%という数字は歴史的にみても最も高いレベルにあり、顧客はいつでも満席という印象を受けるであろう。そして旅客単価も同様に上昇を続けている。こうしたマーケットの状況は、今まで述べてきた世界的な需給バランスのタイト化の動きを反映したものと言って良い。1970 年代に始まった「高度成長、機材大型化とシェア拡大」から「健全な供給体制、安定的経営」への方向に修正されつつあると言える。

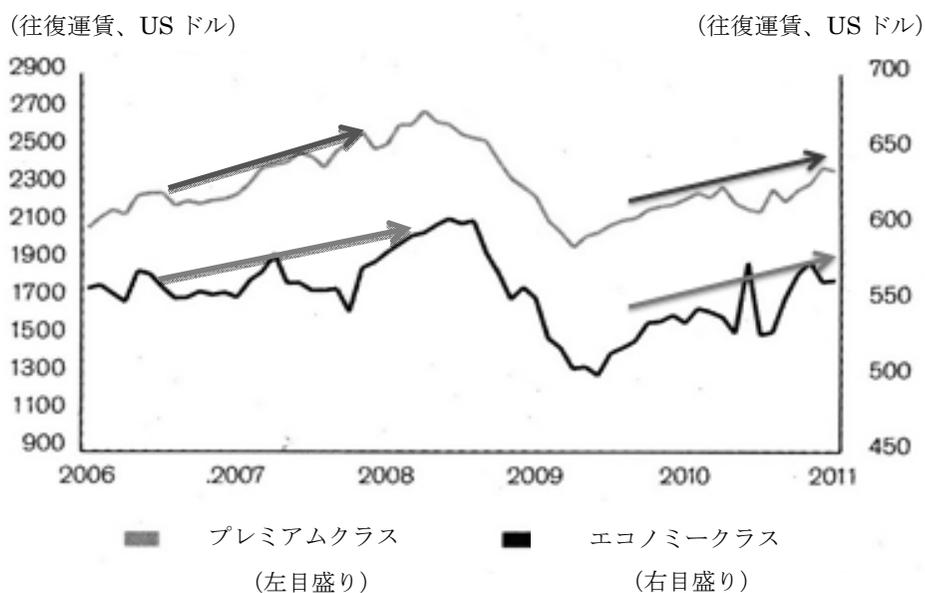
(図 10) 国際線搭乗率 (IATA WATS 2011)



年	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
%	69.2	71.7	71.6	73.3	75.1	76.0	77.0	76.2	76.0	78.2

(図 11) 国際線往復平均単価 (除く燃油サーチャージ)

(IATA WATS 2011)



⑥ 航空業界の安定経営に向けた動きについての評価

航空業界が現在進めている経営安定化に向けた諸施策は、短期的には上述の通り供給調整による運賃上昇等国際観光に少なからずインパクトを与えることとなる。

しかし、一方で、経済原則からすれば、現在のような低い格付けのまま業界が存続し供給し続けることもありえない。格付けが低いと、思うように設備投資ができないため供給を縮小せざるを得ないし、状況によっては市場から退出する航空会社が数多く出てくることになるからである。現在

投資適格の格付けを有しているのは3社のみで、かつそのレベルも投資適格ぎりぎりである。今のままでは到底機材更新も進まず、将来的にも消費者の期待に応えることはできない。

(図 12)

	(Moody's)	(S& P)	
サウスウエスト	Baa3	BBB-	↑ 投資適格
カンタス	Baa2	BBB	
ルフトハンザ	Ba1	BBB	
<hr/>			
全日空	Ba2	N.R	
英国航空	B2	BB-	
ノースウエスト	N.A	B	
デルタ	N.A	B	
SAS	Caa1	N.A	
アメリカン	Caa2	B-	
UA and CO	N.A	B	

(格付けを取得している会社のみ。勝手格付けは含まない)

こうした問題を解決する方法として「政府による信用補強」があるが、世界の民営化の流れに逆行する方法であり現実的ではない。また、過去あったように政府による関与がなされると供給過剰になるのは明らかで問題解決に繋がらない。したがって、現在航空業界が進めている「安定経営路線」への方向転換以外に解決策はないと言わざるを得ない。

カルテル行為にあれば厳しい米国、EU が、経営統合、アライアンス、ATI を認め、大きな社会的コストのかかる「Chapter11」を米国が多用しているのも、航空業界の「社会的必要性は高いけれども安定的に経営することは難しい」性格を如実に表している。

こうした構造的問題は航空に限ったことではなくホテル、リゾートにも当てはまる。

UN WTO もこれを十分認識し、様々な場で次のように問題提起し理解を求めている。このうち、①、②は本項の「経営問題」に、③は本論の趣旨である「関連業界の連携」に関する問題提起である。参考のため記載しておく。

① ツーリズムセクターの需要は変動が大きい。

ツアー料金や家計収入のわずかな変化も需要に大きな変動を生む。

需要は治安や天候、流行等様々な要因により変動を受ける。

そして、消費者は目的地とサプライヤーをいつでも容易に換えられる。

② ツーリズムセクターの供給は需要の変化にすぐには対応できない。

リゾート開発、ホテル建設、交通手段の建設は長い時間と巨額の資金を必要とするため、一度

建設されると簡単にその収容力を変更できない。

③ ツーリズムセクターは様々なサービスが複合したものである。

交通、宿泊、食事、アトラクションなど異なったサービスで成り立っているため、このうち一つのサービスが不十分でもツーリズムは崩壊する。

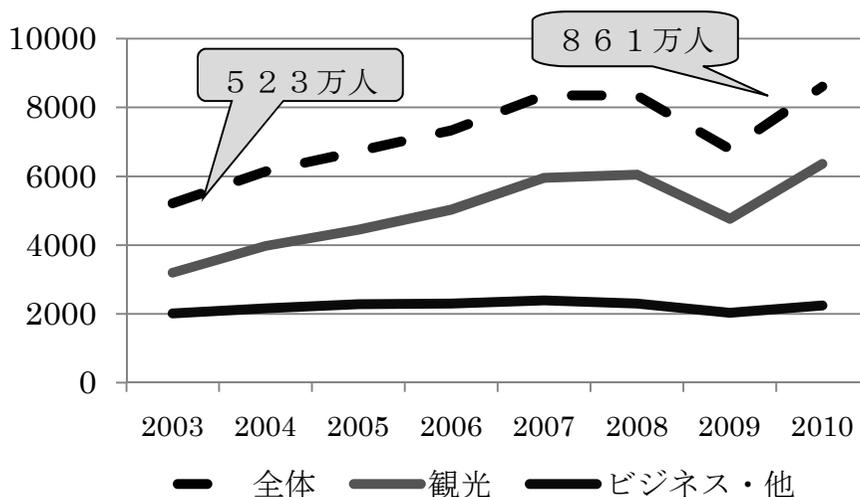
4. 日本の国際ツーリズム動向

このように国際航空は「航空機のダウンサイジング」、「会社統合」、「アライアンス」そして「ATI」など経営安定化に向けた諸施策をとり始めている。これからこの国際航空業界の構造変化が日本の国際ツーリズムに与える影響についてエリアごとに見ていくが、その前に国際インバウンドとアウトバウンドの全体像を把握しておく。

(1) 国際インバウンド

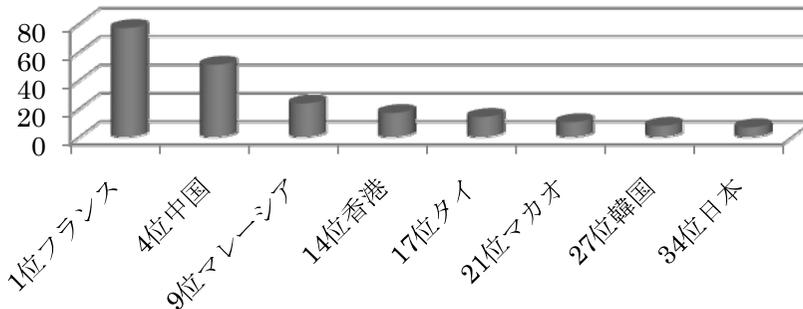
訪日外国人数は観光需要が牽引車となって順調に増加している。一時金融危機により大きく減少したが、2010年度には再度増加に転じ、861万人の過去最高を記録した。

(図 13) 訪日外国人数の推移 (観光白書 2011)



外国人旅行者受入数 (2009年度)

(百万人)



しかし、順調に増加しているとはいえ、国際比較をすると、まだ世界第 34 位。アジアでも、中国は別として、マレーシア、香港、タイ、マカオ、韓国にも後れを取り、7 位に低迷したままである。抜本的な対策をとっていかないとなかなか追いつけない状況にある。(統計上の理由でデータは 2009 年のもの)

(地域別訪日者動向)

地域別に見ると、次の通りアジアからの訪日者が急増している。

(千人)

(2003 年度)	(2010 年度)
韓国： 1,459	韓国： 2,440
台湾： 785	中国： 1,413
米国： 655	台湾： 1,268
中国： 448	米国： 727

2005 年、韓国、台湾からの旅行者(短期滞在者)については「ビザ取得不要」とした。このうち台湾については、一歩踏み込んで、「台湾の運転免許証がそのまま日本で使える」とこととしたが、こうした施策により両国からの訪日者数は大幅に増加した。2008 年のデータだが、日本は韓国、台湾両国からの海外渡航先国としてはともに第 2 位(1 位は中国)。中国については、2008 年にやっと個人ビザが導入され、以降、逐次発効要件の緩和が進められてきたが、その結果中国人の旅行先国の順位でも日本は 2008 年の 6 位から 2010 年には第 3 位(香港、マカオが 1, 2 位)なるなど、堅調に推移している。

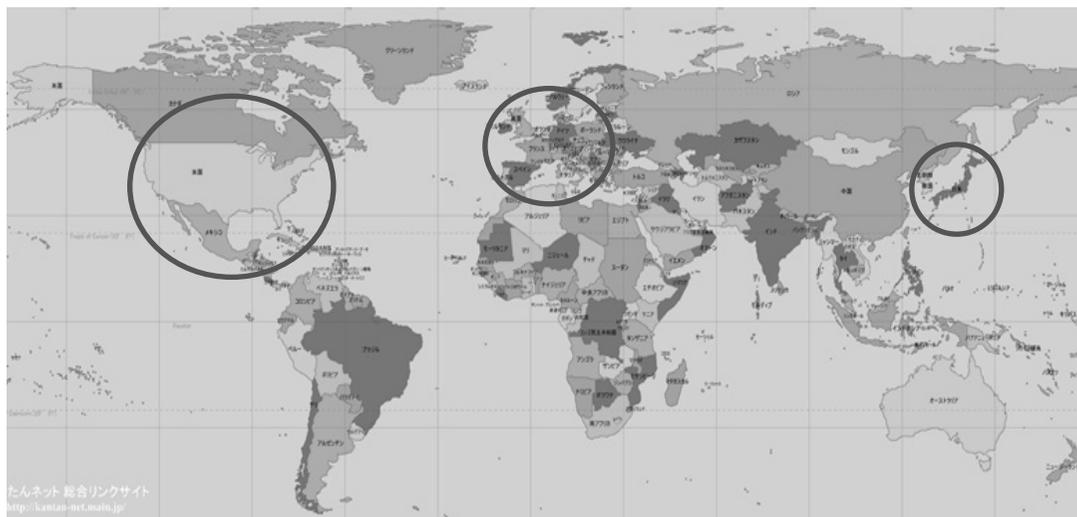
その他東南アジア諸国からの訪日旅行者についても経済発展に伴い順調に増加を続けており、オーストラリアからの入国者も堅調である。

一方的にアウトバウンド優勢となっているのが欧米である。ともに訪日者数は増加しているものの、いかに母数が少なすぎる。欧米から日本への旅行者は欧州、米国とも日本人旅行者の4分の1程度に留まっている。

欧米の人たちの目には日本は大変遠い国と映っているようであるが、それはメルカトル図法の地図のせいかもしれない。欧米で使われる世界地図は下記の通り欧州、大西洋が中心に置かれ日本は「極東」に位置している。ドイツ人はタイへよく出かけるが、感覚的に東南アジアで最も近い国と感じていることがその理由の一つようである。実はタイと日本とでは直線距離にして数百キロしか変わらないのである。

こうした「感覚」を払拭するのもこれからの大切な「プロモーション」の一つである。

(図 15)



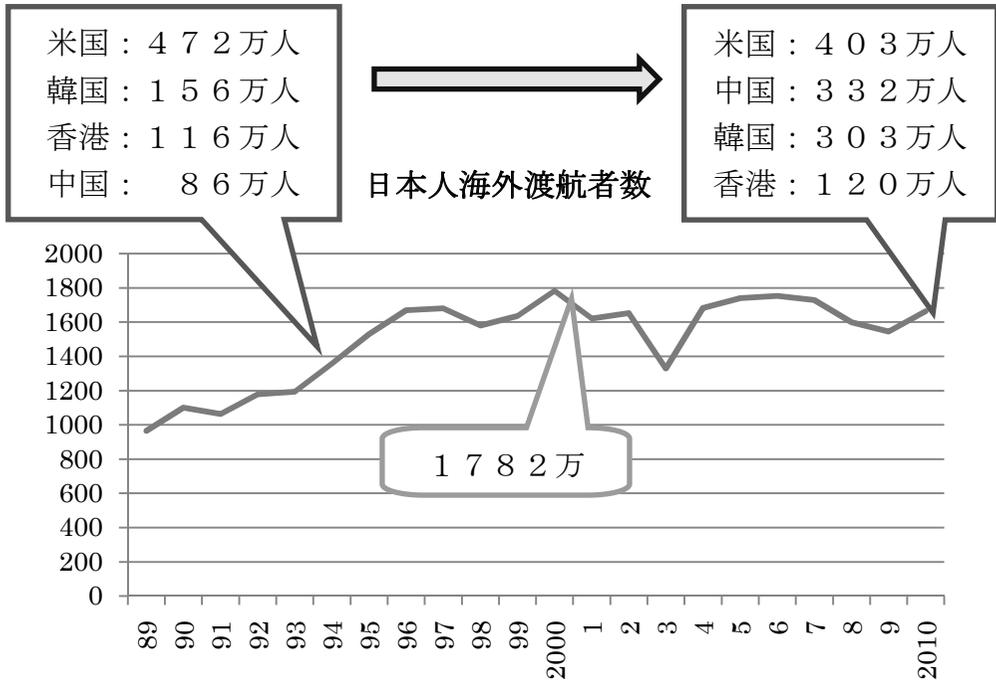
(2) 国際アウトバウンド

① 日本人出国者数

90年代は、バブル後の「失われた10年」と言われながらも順調に増加し、20世紀最後の年2000年には過去最高の1,782万人を記録。しかし、それ以降、世界の国際観光客数が順調に増加しているにも拘わらず低迷を続け、2000年を上回れないままである。日本人は、テロ、SARSのようなリスクに敏感であることも事実だが、構造的問題が主たる原因である。

(図 16)

(航空統計要覧 2011)



出国率は 12.3% (2009 年) と国際比較すると極めて低位にある。勿論各国ともそれぞれ事情がある。例えば欧州大陸では隣国と地続きで人の行き来が頻繁になされるし、韓国、台湾のように観光地が少ないことから必然的に出国率が高くなる場合もある。

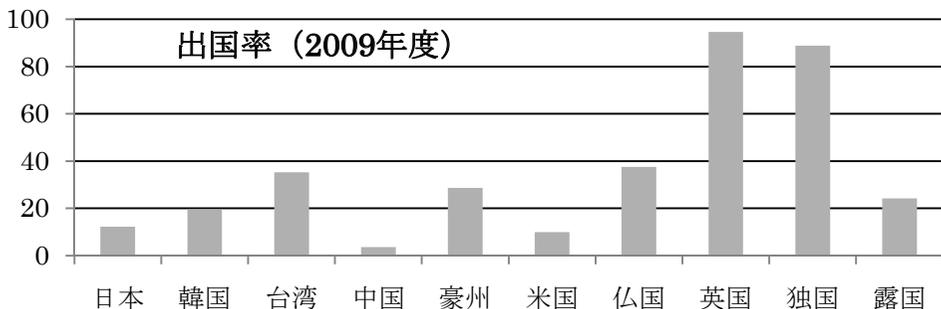
こうしたことを考慮しても、日本の 12~13% は低すぎると言わざるを得ない。

地理的条件の似ている豪州の 28.7% 位にはなっても良いと言われて久しいが一向に上がらない。

大国でありながら同じように低いのが米国で、この日米両国の出国率の低さは目立つ。両国とも地理的に独立していること、「鎖国」、「不干渉主義」などの歴史的背景があり国外に出る「習慣」がっていないこと、経済大国であらゆる機能が充実しており国外に出る「必要性」が乏しいことなどがその原因と言われている。

(図 17)

(数字が語る旅行業 2011)



(注 1) 出国率 = 出国者延べ人数 / 総人口

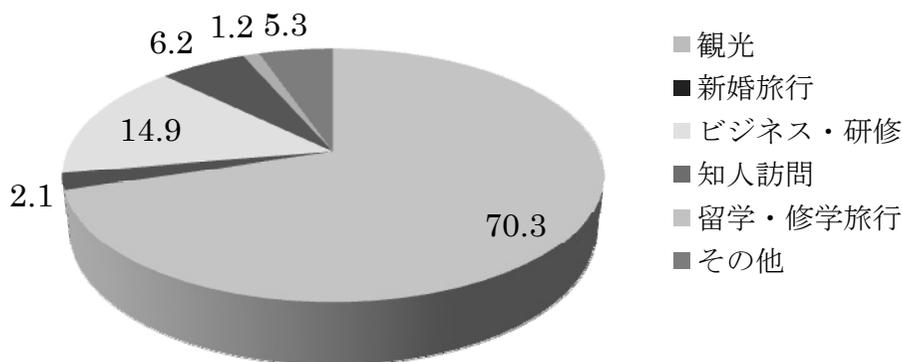
(注 2) 2010 年、日本は 13.2% まで上昇した。外国データが整わないためここでは 2009 年データを使用した。

② 渡航目的

日本人旅客の海外渡航目的は以下のとおりである。ビジネス（含む研修・会議）は15%程度であるが、アジア諸国の経済成長、更なる日本企業のアジア地区進出が見込まれるためこれからも増加していく可能性が高い。

問題は70%以上を占める観光である。21世紀に入ってから出国率が低迷したままである最も大きな原因はこの観光の不振にある。これからシェアの最も大きいこの「観光」をどのように動機づけしていくかが重要なポイントとなる。

(図 18) 海外渡航目的比率 (2009)



(数字が語る旅行業 2011)

5. 国際ツーリズムの地域別動向と今後の展望

国際航空の構造変化が与える影響については、地域ごとに様相を異にする。それぞれの市場の歴史、市場参加者の個別事情、マーケットの成熟度合等が大きく異なるからである。ここでは各地域の現状分析を行うとともに、それぞれの市場がこれからどのように展開していくかについて展望してみた。本来、地域を細かく分けて分析すべきところであるが、紙面の関係もあるので、「米国本土」、「ハワイ」「欧州」「韓国、中国そしてアジア全体」に限定して分析を行った。

(1) 北米

(需要動向)

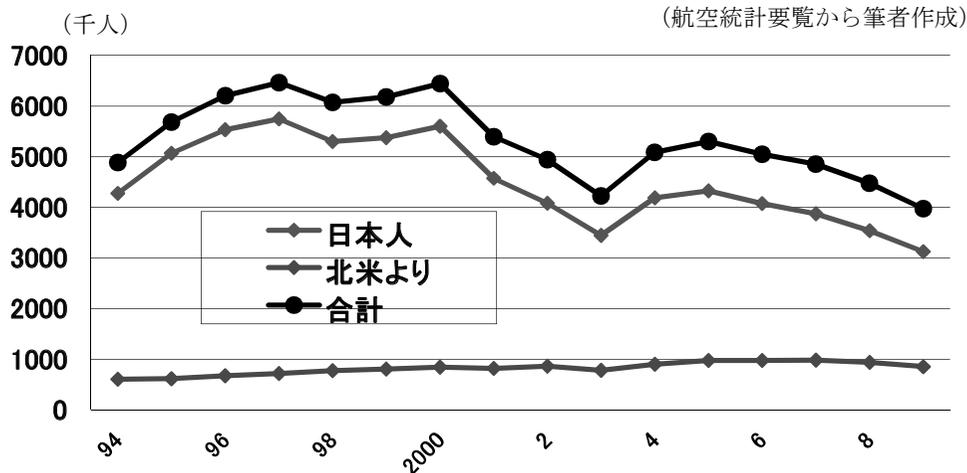
2001年の9.11、2008年のリーマンショックが大きく影響し、日本人の米国への渡航者数は激減、総旅客数でも大幅減となっている。このリーマンショックの翌年にあたる2009年は1997年の6割まで落ち込んでいる。

「9.11」がこの不振の最も大きな原因であるが、それ以降も、イラク戦争、テロ未遂とみられる

事件など航空需要に水を差す出来事が頻繁に起こり、厳しいセキュリティーチェックが続いているため、一向に回復しない。検査場で靴まで脱がされたり、手荷物を引っ掻き回されたりするとやはり敬遠したくなるのは人情であろう。航空・旅行が平和産業であることを示す典型的な例であると言える。加えて、日米貿易量も飽和状態になり、ビジネス旅客の動きが鈍くなっていることもこうした動きに拍車をかけている。

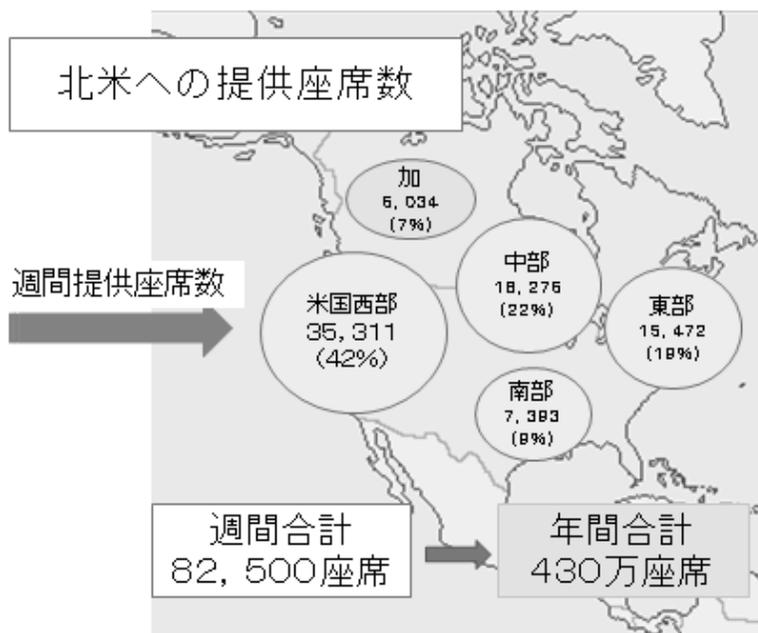
国際観光にとっては何とも解決しようのないことばかりであるが、米国は市場が巨大だけに影響が大きい。

(図 19)



(図 20)

(2011年2月定期便から筆者が推定したもの)



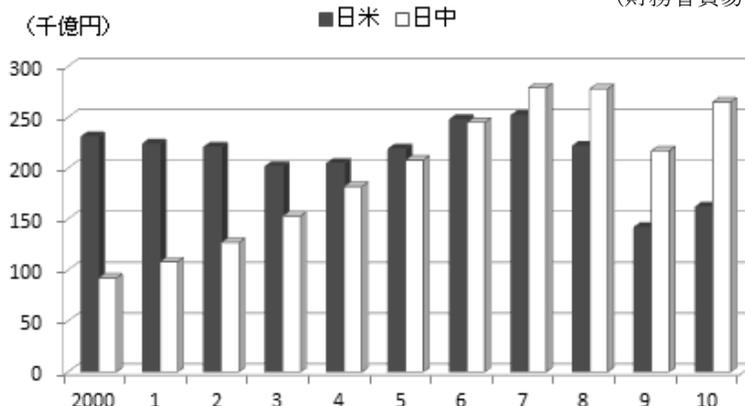
供給サイドであるが、提供座席数は 1990 年代後半には年間 700 万席を超えていたものが、現在は 430 万席まで縮小と、需要の変化に敏感な対応がとられるようになってきている。日本から最も多く乗り入れている地域は西海岸であり、全米国本土行きの 4 割超を占めている。(2011 年 2 月時点での定期便から算出した。以降同様のデータ)

(貿易量とビジネス旅客)

日米貿易額を見ると明らかに縮小に向かっている。円高が進んだのでドルベースで見れば、表にあるほど落ち込み幅は大きくないと思われるが、中国との比較においては、日本との経済関係における地位の低下は否めない。下表は日本との貿易量推移だが、2007 年に中国に抜かれ、更にその差を広げられてしまっている。

IATA 統計でも、貿易量とプレミアムクラス需要は連動していると出ているが、今後ビジネス旅客の米国から中国へのシフトが一層進むと見るべきであろう。

(図 21) (千億円) ■日米 □日中 (財務省貿易統計)



(業界再編と ATI)

業界再編の動きであるが、米国航空業界は、「デルタとノースウエスト」、「ユナイテッドとコンチネンタル」の大型合併が実現し、国際線航空会社としてはこれに「アメリカン」を加えた 3 グループに収斂してしまった。そして、日米路線において、この 3 つがそれぞれアライアンスに分かれ、オープンスカイ政策導入に伴い認められた ATI (独禁法除外措置) により、「UA & CO と全日空」、「AA と日航」が業務提携に入ることとなった。この ATI により両グループは、供給調整、価格調整、業務統合を進め、太平洋線ではあたかも合併したかのごとく動くことになる。当然効率アップを目指すので供給過剰にならないように調整されることになるが、現在の計画で見ると、「UA & CO と全日空」、「AA と日航」での ATI 対象となる便の総座席数は日本-米国本土・加路線の 60%強になると予想されている。こうした提携により便数・座席数の効率化、価格上昇が進むこととなるため、日本-米国本土間の供給座席数は大きな影響を受けることとなる。

(2) ハワイ

日本の国際観光にとってハワイは老舗中の老舗である。特に観光事業にとって大切なリピーター需要の最も高いデスティネーションであり、その需要動向はいわば日本の観光需要にとってのリトマス試験紙である。

(需要動向)

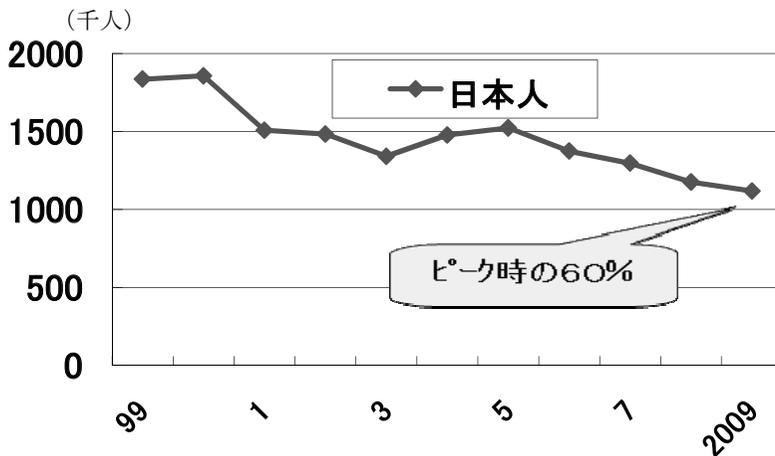
2000年以降減少を続け、2009年にはピーク時の6割まで減ってしまっている。

2001年の同時多発テロの影響が大きく尾を引いていること、リーマンショックなどの景気減速等が理由とみられる。

紺の背広と同じく「ハワイに始まりハワイに終る」と言われている路線で「国際観光の勢い」を表す指標だけに現在の需要の落ち込みは日本にとっては大きな懸念材料である。

(図 22)

(航空統計要覧から筆者が作成)



(供給量)

日本との間の定期便では週間提供座席3万席強であり、年間提供される座席数は、160万席。ここ10年で大きく減少してしまった。但し、上記数字は定期便の数字であり、夏場に臨時便が大量に張られる路線であるので、提供座席数はこれより20%は増えるものと考えて良い。

(需給バランス)

ハワイ路線は日米間のATIに参加しないデルタ航空が3分の1の供給量を占めており、「UAと全日空」、「日航」(AAは乗り入れていない)とも対等に戦えるので、競争関係については大きな変化はない。但し、日航がB747の退役に伴い大きく供給量を減らしているため、需給バランス面ではタイト化が予想されている。

需要面では円高(ドル安)が良い影響を与える可能性がある。現在75円前後で推移しているの

で、ハワイでの滞在コストは4-5年前と比較すると3割前後低い。これにより日本人の観光需要が刺激されれば更なる需給バランスのタイト化をもたらすことになる。

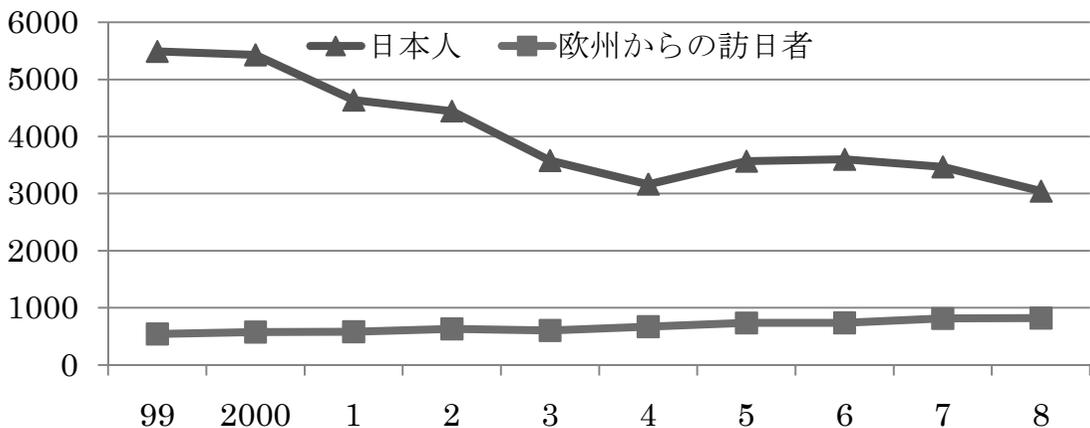
(3) 欧州

(旅客動向)

米国市場と同様、日本人の訪欧者数はピーク時の55%まで下落してしまった。特に観光の不振が目立つが、その原因の一つにユーロ高がある。2002年のユーロ発足以降ユーロ高が続き、日本人観光客にとってコスト高であったため、敬遠されていたものだが、最近為替レート的大幅修正が起きており日本人観光にとっては追い風となっている。中東欧などで我が国になじみのない地域がまだ数多くあるので、新しいデスティネーション開発・プロモーションを期待したい。

一方、ビジネス需要だが、全く鈍ってしまっている。経済の不振から欧州・日本間の貿易量が頭打ちの状況になったことが主たる原因であるが、現在もなお、ギリシャ問題に端を発したユーロ危機が再燃しており、回復への糸口が見つかっていない。

(図 23) 日欧間の旅客動向 (航空統計要覧から筆者作成)



(注) 欧州からの来日者数はロシア（過去の統計上の問題）を除く欧州全て。

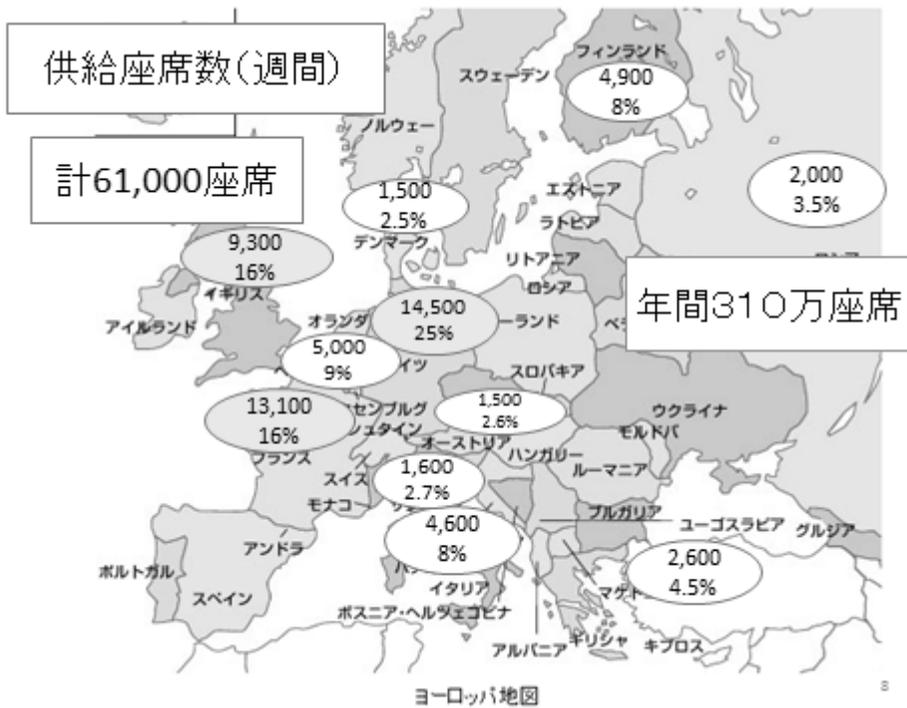
日本人の欧州渡航は、15か国（英、独、仏、伊、蘭、瑞典、瑞西、西、澳、丁抹、白、芬蘭、ノルウェー、希、葡）の合計（1トリップで複数国に入国するケースが多いので、実際の日欧間移動旅客数より多くカウントされている）

(日欧間の供給量)

日本と欧州間の週間提供座席数は57,393座席（年間ベースで約300万座席）。米国が83,000座席なので、その約7割程度に縮小。

数字で見ると欧州域内に広がっているように見えるが、日系はじめ大手は、ロンドン、パリ、フランクフルトに路線を集中している。地点として最も多いのがドイツで4分の1。次いで英仏がそれぞれ16%。この3国で6割弱を占めている。

(図 24) (注) ○印内の%は欧州全体に対する提供座席数シェア



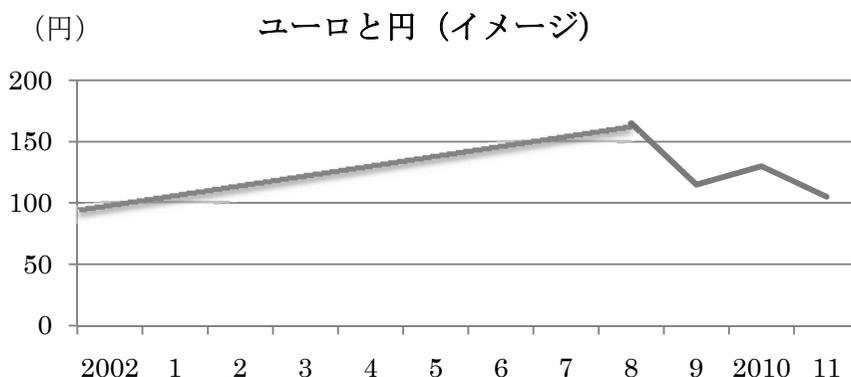
(乗り入れ地点)

航空機の航続距離が伸び直行化が進んだため、ノンストップで便数が多く乗継に便利な大空港へ行き、そこから最終目的地に行くケースが増えたが、日欧間についても、ロンドン、パリ、フランクフルトへの集中が進んでいる。特にアドバンテージを持ったのがフランクフルト空港。冷戦が終わり、中・東欧への旅行客が増えたが、それにはフランクフルト空港が最も便数が多く便利なためである。しかし、ここへきて、ヘルシンキ、モスクワが乗継経由地点として脚光を浴び始めている。空港の整備が進み、中東欧への乗継に際しての地理的優位性に注目が集まったのである。しかしながら、中東欧需要が輸送量的には未だ多くなく、フランクフルトなどのハブ空港にとって代わるには時間がかかるため、日欧間に関しては当面この3地点集中が続くと見られる。

(為替レート)

新通貨ユーロ発足(2002年)から2008年にかけて、日本円に対しユーロ高で推移してきた。5割近く上昇した時期もある。欧州の場合、もともと現地でのコストが高く、またショッピング需要も大きいだけ為替の動きは観光需要を大きく左右する。そうした中でユーロ高は日本人観光需要に水を差した結果となった。現在このユーロ高は急ピッチで修正されており、今では100円台。この水準であれば日本人にとって旅行費用の大幅削減となるため、観光需要にとってはプラス材料。

(図 25)



(業界再編)

1992年にEUが成立したことで欧州の航空界は大きな影響を受けることとなった。今までどの国も例外なく航空会社を抱えていたが、EU成立後中小の国は自国の航空会社を持たなくてはならないとする考えを捨ててしまった。既に、ベルギー、オランダ、スイス、オーストリア、そしてスペインの航空会社は形式的には別だが実質的には英独仏の傘下であり、欧州は実質的にエアフランス、英国航空、ルフトハンザの3グループに収斂しつつある。そしてこの3社は積極的にアライアンス活動を行っているため、欧州の寡占化度合いは更に強まってきている。

(日欧間供給量)

このように欧州側は寡占化の動きを強めているため、供給量については保守的になるものと見られている。一方日系航空会社であるが、新規に導入するB787をこの欧州線でどのように使うかで供給量が大きく変わる。B777を更にダウンサイズするのか、それとも多少需要の少ない地点に新たに投入するのか、それ次第でエコノミークラス座席数が変動し観光需要に大きな影響を与えることとなるので、大いに注目される場所である。

もう一つのキーとなるのがスカイマーク社の動きである。A380を4機確定発注し、欧州線に投入すると発表。同社にとっては初の国際線進出で、2014年就航を目指している。座席数については不明であるが、仮にシンガポール航空の座席配置と同様であるとする、供給席数は週間ベースで約6,600席増えることとなる。現在の日欧路線の週間総座席数が、57,000席なので約11%の供給増となり、需給関係に大きな影響を与えることになる。このA380導入は驚きをもって迎えられた。今まで、スカイマーク社は、小型機であるB737一本に絞って技術的負担を最小限に抑えコストダウンを図ることで競争力をつけてきた。事業分野はもちろん国内線で、米国のサウスウエスト、ジェットブルーなどと全く同じビジネスモデルであったが、この大転換である。アジアのLCCに共通してみられる「ビジネスモデルのレガシーキャリアー化」である。「小型機から一気に世界一の大型機への移行・長距離国際線への進出」が果たして順調にすすむのか否か、大変に注目されると

ころである。

＝サウスウエスト航空＝

LCC のモデルとしてしばしば言及されるので、ここで同社のビジネスモデルの紹介をしておきたい。

同社はもともと LCC を意識して設立されたわけではなく、ダラス・フォートワース空港の補助的空港であるヒューストン・ホビー空港を使用し、小型機を使った point to point のオペレーションに専念したのが結果的に成功したと言われている。

中でも、547 機全て B737 で統一（単一機種）していること、40 年たっても国内線に特化していることが大きな特長。継続することの大切さを表している。（2010 年 3 月 31 日現在）

- ① 設立 : 1971 年
- ② 単一機種 : B737-300（137 席）173 機
 - 500（122 席） 25 機
 - 700（137 席）349 機 計 547 機
- ③ point to point 路線：大手のハブアンドスポークと大きく異なる。大手がハブアンドスポークをこなし切れず乗継ミス、荷物の紛失等を繰り返したが、乗継の無いこの方式ではこうした不都合は発生しない。
- ④ 空港 : 空港利用料の安い空港のみ使用（69 都市）
- ⑤ 国内線のみ：国際線には進出しない
- ⑥ コスト削減：航空機の高稼働などコスト効率が極めて高い
- ⑦ 電子航空券：営業コスト徹底削減

（注）「顧客第 2 主義、従業員満足第 1 主義」を掲げる。

＝ 従業員を満足させることで顧客に最高の満足を提供する」考え方

（４）アジア

米国は 1 国であるし、欧州も EU が成立、欧州内は欧州航空会社にとり国内線ということになった。そして両地域とも域内の航空路線網が充実しているので簡単に域内の都市に乗り継いで行くことができる。したがって、日本から主要都市に飛び、そこで乗継いで最終目的地まで行くケースが頻繁に起こる。また、観光の場合、複数国（地点）を訪れるケースが多い。そのため地点間というより日米間、日欧間の路線としての性格が強い。いわば「面」である。これに対してアジアの場合、2 地点間の路線となる。成田・フランクフルト線は成田・パリ線の代替になりうるが、成田・バンコク線は成田・ホーチミン線の代替路線となりづらいのである。欧米市場が「面」だとするとアジア市場は「点」ということになる。ここがアジア市場の大きな特徴である。欧州の EU 成立後のように域内全てがオープンスカイになれば様相は大きく変わるが、中国が世界最大の市場になるのは時間の問題である。自国市場を開放するとは到底考えられず、アジア地区で自由化が進んだとしても「2 国間協定に基づくオー

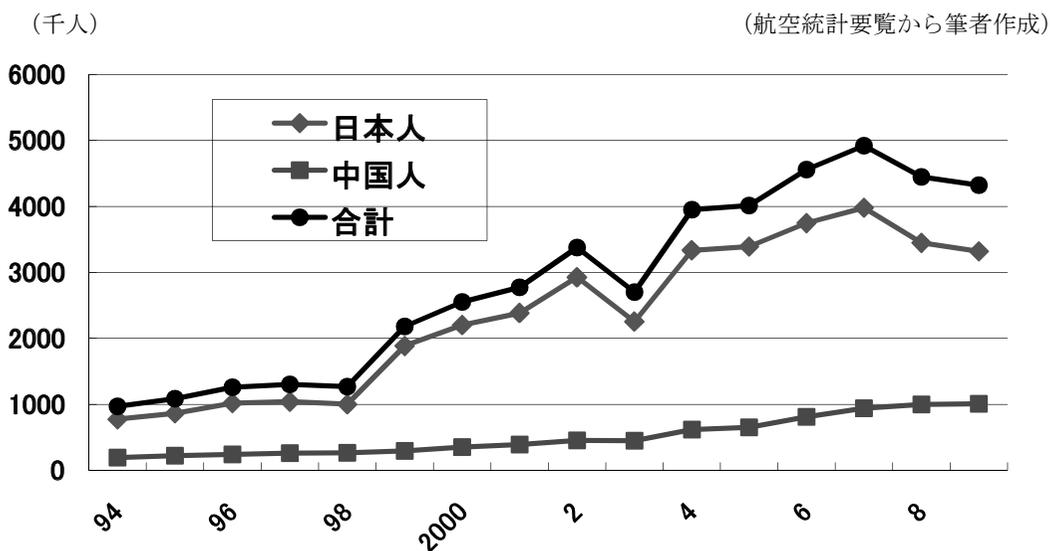
プンスカイ協定」が限度。いずれにせよアジアでは当面 2 国間協定が続くと見て良い。

① 中国

経済発展とともに、最も急成長した路線で、今後も高い伸びが見込まれる。

国際線だけではなく、国内線も急成長している。中国は米国と似て国土が広く、交通網としては鉄道より航空が向いている国である。勿論中・近距離である北京—上海などは高速鉄道の出番もあるかもしれないが、それより長くなった場合空に上がってしまった方が時間もコストもセーブできる。固定電話をスキップして一気に携帯電話に行くのと同じことである。

(図 26) 日中間の旅客数推移



最近、中国当局は 2030 年までに新たに 5 千機、金額にして 6 千億ドル (46 兆円) の民間航空機需要があると発表した。また、既に国産航空機製作にも着手しているが、数年以内に完成予定と発表しており、いろいろな意味で目の離せない国である。

中国は現在、アジア諸国の中で航空の市場開放に最も消極的な国であるが、今後のアジア市場の展開はこの中国の航空政策にかかっている。何しろ国内マーケットは膨大であり、国際線も急成長している。どのようにこの膨大なマーケットに外国航空会社がアクセスできるようになるのか興味深い。現時点では中国当局の 2 国間協定に関する交渉スタンスは厳しく、外国社の参入については制限的である。自国航空会社の育成が急務であるからだ。

(供給量)

週間便数：625 便、提供席数：11 万 4 千席、年間総席数：約 600 万席

航空会社 (日本) 日航、全日空

(中国) 中国国際航空、中国東方航空、中国南方航空、春秋航空 (LCC)

(乗り入れ地点)

乗り入れ地点は、上記の通り、日本から 14 地点で、北米とほぼ匹敵する。中国の場合、沿岸に近い地域から経済発展しているため、現時点ではまだ沿岸地域の都市が主となっているが、今後経済が成長していくにつれ、日本からの航空便はより内陸部に入っていくものと見られる。

(図 27)

中国側乗り入れ地点



- ① 北京 ② 上海 ③ 大連 ④ 広州 ⑤ 杭州 ⑥ 福州 ⑦ 無錫 ⑧ 南京 ⑨ 青島
⑩ 煙台 ⑪ 天津 ⑫ 済南 ⑬ 瀋陽 ⑭ ハルピン

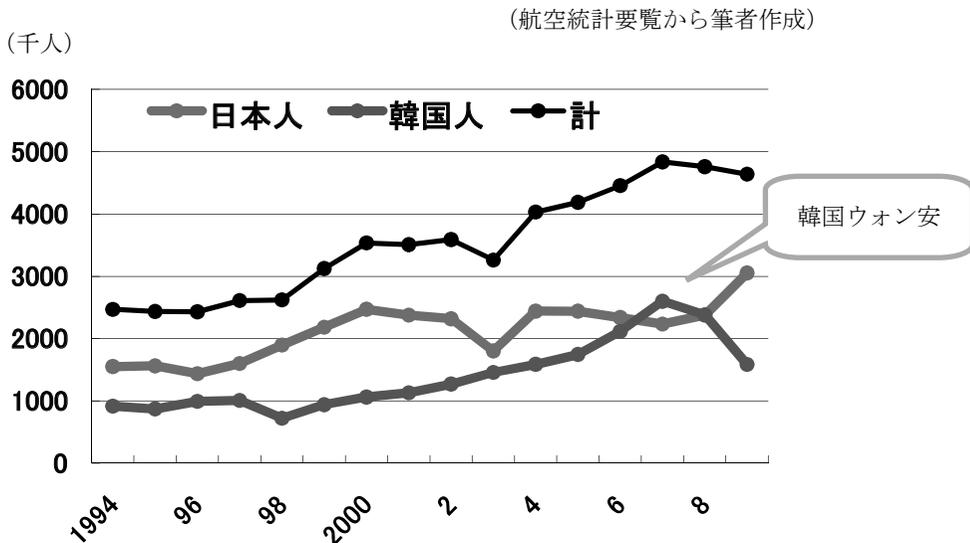
② 韓国

両国の出入国旅客数は順調に増加している。

2002 年の W 杯日韓共同開催、03 年から 04 年にかけての「冬ソナ」ブームがきっかけとなり日本人の韓国渡航が増えたが、逆に 05 年ごろから韓国人旅行者ビザ撤廃を契機に韓国人の日本への渡航が急増。2007 年にはついに 260 万人に達した。リーマンショック後 08、09 年と不振であったが、2010 年再び増加に転じ、2007 年の 260 万人には届かなかったが、244 万人まで回復している。その結果、東京⇄ソウル線は旅客数で世界第 3 位の国際路線に成長している。

観光需要は「行く人が増えると、来る人も増える」すなわち、双方向性があると言われるがその典型である。今後の国際観光を考えるにあたって大いに参考にすべき事象である。

(図 28) 日本—韓国の旅客動向



また、最近の日韓関係をみると大きく改善してきているとの印象があるが、間違いなく日韓の旅行者増がこうした関係改善に一役買っている。勿論第一義的には日本の外交筋、政権当局者の努力によるところが大きいが、既に述べた通り人の往来が盛んになるとお互いの理解が進み誤解も少なくなる。観光も大いに貢献しているのである。一方、日本企業の韓国への進出であるが、台湾、中国ほど積極的ではなく日本人ビジネスマンの韓国渡航者もびっくりするくらい少ないが、こうした交流が進めば、韓国に進出する日本企業の増加も大いに期待できる。そして、このように日本企業の進出が進めばさらにまた観光需要も高まるといった相乗効果が期待できる。

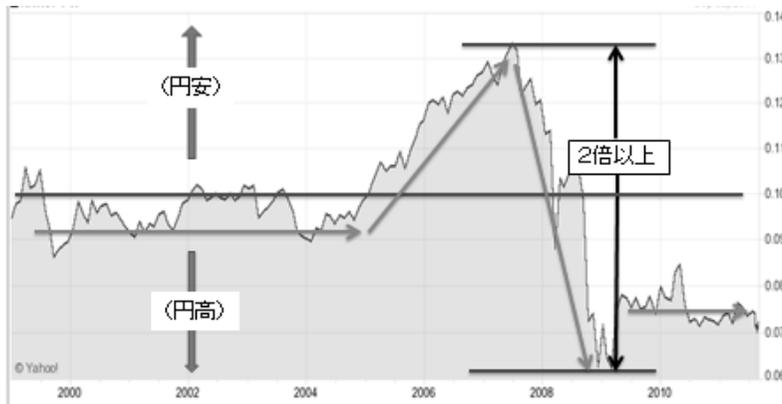
(供給量)

日韓定期航空便の年間総供給座席数は 700 万座席の規模で、米国・中国を上回り、日本との間の路線では最大規模。

(為替レート)

激しい為替レートの動きが日韓の旅行者動向に大きな影響を与えている。韓国ウォンは円に対し 2005 年から 2008 年にかけて急上昇したが、2008 年半ばから一気に下落、一時は円に対して半分になってしまった。このような為替レートの乱高下は日韓の旅行者動向を大きく左右することになる。観光需要に与える影響は計り知れない。

(図 29) 韓国ウォンと円レート



(韓米オープンスカイ協定)

韓米オープンスカイ協定締結の動きがあるが、これが成立すると、大韓航空・デルタ（スカイチーム）、アジアナ航空・ユナイテッド（スターアライアンス）のATIが始まる。状況次第では、デルタは日本の航空会社とのATIがないだけに、供給の一部を韓米路線にシフトさせる可能性がある。そうすると日米路線も影響を受けるため、要ウォッチ。

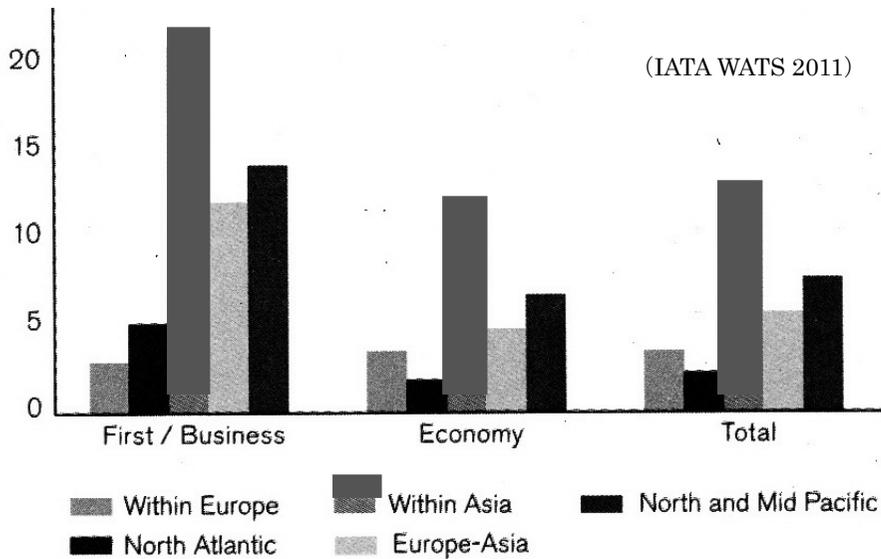
③ その他アジア諸国

その他のアジア諸国については、総じて中国、韓国の動きとよく似ている。直近のIATAのデータを見てもアジア大洋州地区の旅客需要は大きく伸びているが、これからも高い経済成長が予想されているので、訪日旅客・日本人渡航者は一層増加するものと見られる。

個別にみても、「台湾」、「香港」、「ベトナム」、「タイ」、「マレーシア」、「インドネシア」「インド」全ての路線（日本間）で大きく増加している。

例外は「オーストラリア」。日本人の訪豪者数は2000年のピーク時から半減してしまっているが、一方で訪日者はこの10年で倍増と珍しいケースである。このままいくと訪豪者数が訪日者数を上回るのは時間の問題。

(図 30) 世界各地区の 2010 年の前年対比の伸び率



④ アジア路線の今後の見通し
(供給量)

アジア諸国と日本との間の 2 地点間の供給は、日本と韓国、日本と中国、日本とベトナムといった 2 国間での交渉で決まる。

もちろん、第 3 国の航空会社が乗り入れることはない。日韓路線にベトナム航空が乗り入れることはなく、逆に日越路線に大韓航空が乗り入れることもない。又広く旅客の流れを見てもバンコク線がホーチミン線を補完することはないため、2 地点間の実質的な供給量も両国でコントロールできることになる。

具体的に相手国の航空会社を見ると、香港線では「キャセイ航空」バンコク線では「タイ航空」、ホーチミン線では「ベトナム航空」、マニラ線では「フィリピン航空」、ジャカルタ線では「ガルーダ航空」、シンガポール線では「シンガポール航空」、インド戦では「エアインディア」と相手国の乗り入れ航空会社は 1 社だけという路線が多い。複数社であるのは、韓国 (2 社+LCC)、台湾 (2 社)、中国 (3 社+1LCC)、クアラルンプール (1 社+1LCC) くらいである。現在のところ、LCC を除いて、これらアジア系各社は安定経営を指向しており、強引なシェア拡大策をとることはない。

こうしたことからアジア路線では需給関係は比較的安定している。既に成田、羽田以外は事実上参入自由であるが、実績を見ても無謀な路線開設はそう多く見られない。

また、今後羽田・成田両空港の発着枠は大幅に拡大される見込みであり、そうなれば増便はいつでも可能であるので、無理して発着枠を取りに行く必要もない。

したがってしばらくは需給バランスが大きく崩れることはないとするのが妥当であろう。

(航空協定)

航空協定の話が出たので、ここで少々専門的になるが 2 国間協定の説明を加えておく。

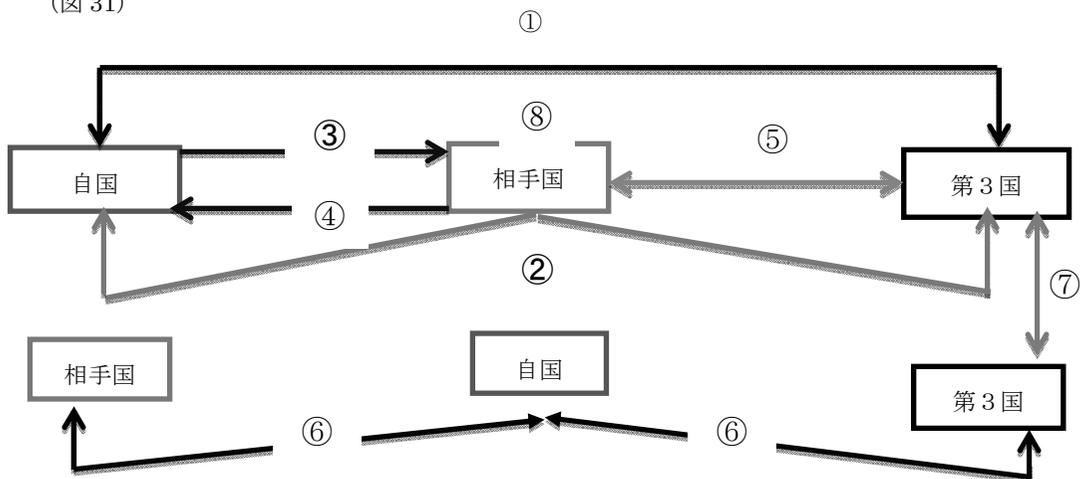
現在のところ航空権益は次の 8 種類に整理されている。

- 第 1 の自由 . . . 上空通過の権利
- 第 2 の自由 . . . 技術着陸（燃料補給など運輸以外の目的での着陸）の権利
- 第 3 の自由 . . . 自国にて積み込んだ貨客を相手国に運送する権利
- 第 4 の自由 . . . 相手国にて積み込んだ貨客を自国に運送する権利
- 第 5 の自由 . . . 相手国と第 3 国との間で貨客を運送する権利
- 第 6 の自由 . . . 相手国と第 3 国との間の貨客を自国経由で運送する権利
- 第 7 の自由 . . . 第 3 国と第 3 国との間で貨客を輸送する権利
- 第 8 の自由 . . . 相手国内で貨客を運送する権利（前例がない、カボタージュ）

メインとなるのは当然「第 3」、「第 4」である。現在では殆ど問題にならない「第 2」だが、昔は、航空機の航続距離が短かったため、島伝いに飛ばざるを得ず、常に交渉の中心であった。ちょうど 1853 年に結ばれた「日米和親条約」（アメリカ船は日本で「水・食糧」「燃料」を補給）と同じ外交上の権利。

現在では逆に「第 1」が話題となることもある。航空機の航続距離が伸び、シベリア上空等で多くの通過航空機が飛ぶこととなったためである。ロシアはこれに対し上空通過料（通称テラ銭）を設定するなどの経済的措置を取っており、国際的に評判が悪い。

(図 31)



最近これに、「相手国の認可なしに相手国内で貨客を運送する権利」を第 9 の自由と定義づける人も出始めたが、ここまできたら、航空協定そのものがなくなることを意味する。やはり「第 9」は「最終形」、「大みそか」に似合う言葉であるようだ。

ここで少々脱線することになるが、海はグロチウス以来の「航海の自由」原則に基づき運営されているのに、なぜ航空は 2 国間協定に縛られるのかという点に触れることとする。航空協定は「領空主権」が出発点になっている。この領空主権が国際的に大きな議論になったきっかけは 2 度の世界大戦である。戦争を通じ、「他人が自国領土の上を飛行する」ことの危険性をいやというほど体験したからである。第一次世界大戦直後に「パリ条約」、そして第二次世界大戦直後に「シカゴ条約」が結ばれ、国際的に「領空主権」が合意された。そして「人工衛星」が地球上を廻るようになったことで「領空の範囲」を定める必要性が生じ、様々な議論がなされたが、現在の国際的コンセンサスは以下の通りである。

(ヨコ)

領空とは「領海」の「上空」をいう。

領海：領土から 12 海里 (22. 2KM) まで。200 海里 (排他的経済水域) ではない。

(タテ)

上空：航空機 (人工衛星は入らない) の 飛行可能な範囲まで。

この「領空主権」をお互いに認め合ったため、「いかなる国の航空機であっても、主権国の許可なしにはその国の領空を飛行することはできない」ということになり、船とは違って、「航空協定」締結が必要となったのである。

(LCC)

アジア地区において注目されているのが LCC である。最近、日本マーケットへの新規参入が相次いでいる。現在のところ、この LCC は「レガシーキャリアーの供給制限的動き」に対抗した形で新規需要開拓に努めている。従来航空輸送には縁遠かった客層の取り込みにも力を入れているが、成功すれば人口の多いアジア地区にとって大変に意義深いものになる。しかしながら、まだ、LCC のビジネスモデルという点では不透明なところが多い。欧米 LCC は地域によって多少差があるものの概ね次次の通りであり、ビジネスモデルが明確である。欧州は「低料金の二次的空港の利用」、米国は「Point to Point (ハブアンドスポークではない) 方式」が特徴的なところであるが、アジアでは、人件費単価の相違以外に明確な大手航空会社との違いが見られない。日本の空港についても大手と同じ羽田、成田空港を使い、高額な着陸料を支払っているし、路線についても、欧州ではせいぜい EU 域内まで、米国は国内線に限っているのに対し、アジアでは中長距離国際線に進出とこれも大手との違いが見いだせない。特にこの「路線」と「機種」の戦

略が気になる点である。欧米の LCC は上述の通り国際線をビジネス対象から除外している。国際線は需要変動が大きすぎリスクが大きいこと、そして、航続距離、サイズの異なる複数の航空機材を保有しなくてはならずコスト高であることが主たる敬遠の理由である。米国の「サウスウエスト」「ジェットブルー」はこうした国際線のビジネスリスクを避け国内線に特化し、B737 一機種に絞ってコストを抑え、経済変動リスクを回避し、かつ高い搭乗率を維持している。欧州の「ライアンエアー」も「イーージェット」も同様に、「小型機による欧州域内ビジネス」に特化して競争力を維持している。極めて合理的な戦略で、これが各社の安定経営を支えているのである。

こうした戦略性が今までのところアジアの LCC には見られない。未だ参入直後だけに評価を下すのは早計だが、LCC のあり方はアジア地区の国際観光需要を大きく左右することになるだけに今後 LCC 各社がどのような戦略をとってくるか、そして、旅客、特に日本の消費者がどのように LCC を評価するかが注目される。

当面の LCC 進出による供給増であるが、LCC のアジア地区全体の供給量に占める割合を考えると、全体の需給バランスに影響を与えるようになるには未だ当分時間を要すると見られる。

(LCC の基本的ビジネスモデル)

- | | | |
|------------|---|--------------------------------|
| (1) 運賃 | : | 低運賃、払い戻し不可、連帯輸送なし |
| (2) マイレージ | : | なし |
| (3) 運航形態 | : | Point to Point (ハブアンドスポークではない) |
| (4) アライアンス | : | 不参加 |
| (5) 航空券 | : | E チケット |
| (6) サービス | : | ノンフリル (機内サービスは有料) |
| (7) 航空機種 | : | 小型の単一機種 (B737、A320 が主流) |
| (8) 利用空港 | : | 低料金のセカンダリー空港 |

(日本に乗り入れている LCC)

チェジュ航空	関西=仁川 関西=金浦 北九州=仁川 中部=金浦
エアブサン	福岡=釜山(アジアナ系) 関西=釜山
ジンエアー	関西=仁川 (大韓航空系)
イースター航空	札幌=仁川
春秋航空	茨城・高松=上海

エアアジア X (マレーシア) 羽田＝クアラルンプール
ジェットスター 成田＝ケアンズ (カンタス系)

(中東の航空会社)

LCC とともにアジアのマーケットに影響を与える可能性があるのが中東、特にアラブ首長国連邦 (UAE) の航空会社である。日本－中東間の路線であるので直接影響がある訳ではないが、UAE のドバイ空港、アブダビ空港 (両空港とも名実ともに 24 時間空港) は乗継空港としての機能が大変充実しており中東以遠の旅客にとって利便性が高いため、間接的にアジア市場に影響を与えることとなる。ドバイ空港を拠点とする「エミレーツ航空」は国際線・旅客キロベースでルフトハンザを抜き世界一 (注) となり、「エティハド航空」もアブダビのオイルマネーを背景に世界 22 位 (2010 年) まで上がってきた。

今後も空港の利便性を武器に主として乗継旅客の取り込みに力を入れ、業容を拡大していくと見られるが、こうした動きはアジア市場のみならず、当然日本－中東間需要、そしてその以遠需要の拡大に繋がるだけに大いに注目される場所である。

(注) AF と KLM、LH とスイスなど経営統合した航空会社があるが、事業会社としてはそれぞれ独立した形で順位づけした。

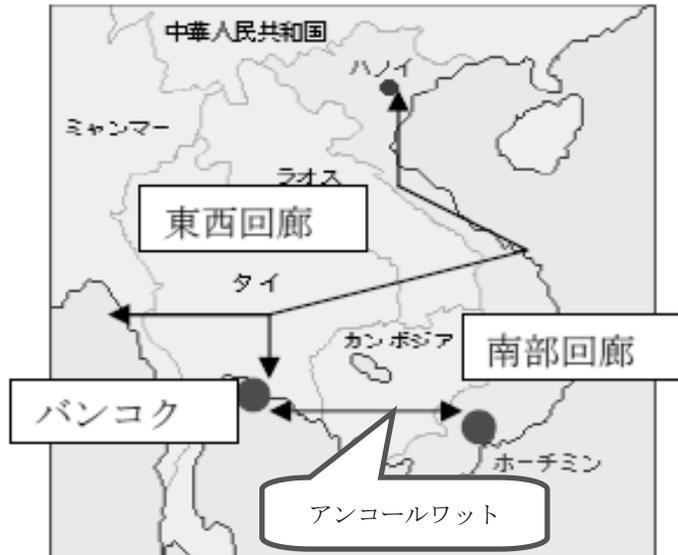
統合した数値では、AF と KLM グループが第一位となる。

(デスティネーション開発に伴う需要増)

一般的に、経済が発展し、旅行者が増加すると、宿泊施設、道路、アクセスなどのいわゆる観光インフラの整備が進む。そうすると、移動の利便性が高まるため、又更に観光の振興が図られるといった相乗効果が生まれる。

ヨーロッパなどと比較するとアジア地区の観光インフラは十分整備されておらず、国際観光にとって大きな障害であったが、経済発展とともにこの障害は少しずつ解消に向かっている。次の図はインドシナ半島のメコン河流域の高速道路整備の状況であるが、タイのバンコクからカンボジアを経てベトナムのホーチミンまでの「南部回廊」とラオスを経てハノイまでの「東西回廊」が整備されつつある。これによりインドシナ半島の経済は大きく発展するものと見られているが、このような道路整備を通じ、観光インフラも更に進むこととなる。アジア地区は観光資源が数多くあるだけに、日本人旅行者にとっても更に一層魅力的な地域となっていくであろう。

(図 32)



又、観光は新興国が経済を活性化する際に最も手っ取り早く手掛けられる産業とも言われている。カンボジアも例外ではなく、下記の通り、外国からの直接投資では観光分野が最も大きなシェアを占めている。「産業」としても観光は大きな役割を持っているのである。

農 業	160 百万ドル	6%
工 業	717	27%
サービス	694	26%
観 光	1,098	41%
ホ テ ル	21	1%
計	2,672	

6. これからの日本の国際観光

前5項で見てきたように、今後、日米間については経営統合とATIにより、日欧間は経営統合とアライアンスにより国際航空の需給バランス調整が進み、アジア地区では拡大均衡、すなわち重要増に対応した形で供給増が図られていくと予想される。

こうした航空業界の動きからすると、細部は別として全般的には、これから更に運賃が下がる可能性は低いとみざるを得ない。その中で低迷を続ける国際ツーリズムの活性化を図らなくてはならないのであるが、それには国際ツーリズムの本源的な需要拡大に結び付く諸施策を推進していくしかない。

この国際ツーリズム需要のうち、ビジネス需要については「2. 世界の国際ツーリズム動向」の項で指摘した通り、景気動向、特に「貿易量」に大きく左右されるため、業界の努力で需要増に結び付けることができる範囲は限られている。経済動向を主とすればあくまで従の関係にある。インバウン

ドでも「MICE」など努力・工夫により需要増を図ることのできる分野もあるが、規模はそう大きくない。また、航空会社側で、座席あるいは機内食などのサービスを改善して競争力を高めても、自社の積取りシェアを上げるのが精一杯で、なかなか総需要拡大にまでは至らない。

その点、国際観光需要はサイクリカルな経済動向にも左右されるが、日本の場合停滞の主たる原因は構造的問題であるため、航空・観光業界の主体的行動によりこれを解決できれば、総需要拡大に繋がる。

そこで、マーケティングの基本に戻り、観光需要についての「事業分野」、「セグメンテーション」そして「マーケティングの4P」を整理するところから始めてみたい。

「マーケティングの4P」は PRODUCT（製品）、PRIce（価格）、PLACE（販売の場所）そして PROMOTION（販売促進）ということになる。今まで、国際観光分野では PRIce（価格）が戦略の中心であったが、これからは残りの3Pが重要な戦略となる。

まず PRODUCT としてはデスクティネーション開発や新しいスタイルのツアー開発、PLACE の課題としてはインターネットを活用した販売、中国での現地販売の強化、そして PROMOTION では発地国での宣伝・販売促進活動などがあげられる。

「事業分野」としてはアジアがアウトバウンド、インバウンドともに重要な地域となる。経済成長とともに観光インフラの整備が進み日本への渡航者も急増している。航空の供給面での問題も見当たらない。このようにアジア地区には、新しい観光デスクティネーションの開発、市場開拓を進めていく条件が揃っている。

そして何よりの魅力は「人口」の多さである。今年の10月末ついに世界の人口が70億人に達したようであるが、その内約60%がアジアに住んでいると言われている。どの業種にも当てはまることであるが、特に、観光・航空は「人の移動・宿泊」を扱うだけに「人」がいなければ始まらない。日本の観光業界・航空業界はこうした多くの人口を有したアジアに位置し、その「成長率」の高さとともに、その増加の「絶対数」の大きさも享受できる。これほど大きなアドバンテージはない。当然アジアが最重要市場となる。

そして、どのセグメントを重点的に需要喚起していくか（セグメンテーション）も効率を考えると重要な戦略となる。後ほど触れるアウトバウンド分野での「若年層の活性化」、「地方の活性化」などがこの範疇に入る。国際観光はリピーターが多い。若年層、地方在住者に取り敢えず一度海外に出てもらえることができれば、間違いなく将来の活性化につながる。

そしてインバウンド旅客の取扱シェアも忘れてはならない重要なテーマである。日系代理店のインバウンド旅客時に観光客の取扱い比率は10%台と極めて低い。もっと取扱高を増やし、情報を得ていかないと到底旅客の実体・ニーズをつかむことはできない。発地国での営業活動がものをいうためすぐに取扱高を増すことは難しいと思うが、顧客の動向把握は戦略策定の重要な情報源である。活発な営業活動による取扱量増を期待したい。

具体的需要喚起策についてはこれから触れていくこととするが、こうした諸施策を着実に、継続的に実施していけば必ず成果が上がるはずである。何と言っても、日本人の海外渡航率は諸外国と比べ

て極端に低いし、訪日外国人の数でも世界 34 位と低位にある。逆説的に言えば、日本は大変大きな「国際観光の潜在需要」を持っているのである。

(1) 国際インバウンド

① 海外におけるプロモーション

観光は自動車、電機等とは異なり、その「製品」が日常的に消費者の目に入ることはない。したがって、プロモーションが大きな意味を持つ。ドイツでのケースだが、日本市場で「ロマンチック街道」のプロモーションを盛んに行った結果旅行客が急増、しかし一方で「ライン下り」はすたれてしまったという例がある。このようにプロモーションには大きな効果がある。

又、「ロコミ」も重要である。サービス業の「製品」は無形であるのでロコミが威力を発揮する（バイラル（ウィルスの）マーケティング）と言われている。発地国での積極的なプロモーションにより訪日者を増やし良い評価を得られればそれがロコミで広く伝わる。今般、観光庁が、外国人 1 万人を無料招待する計画を打ち出した。ロコミを使って外国人観光客誘致を図るアイデアである。こうした一つの試みが大事である。観光庁と JNTO に大いに期待したい。

プロモーションについて観光白書に具体的な記載があるので紹介しておく。

(観光白書)

訪日外国人旅行者の増加が見込める 15 の国・地域（韓国、台湾、中国、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インド、オーストラリア、米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、ロシア）を対象市場とし、なかでも東アジア 4 市場（韓国、中国、台湾、香港）を当面の最重点市場と位置づけ、訪日旅行促進のためのプロモーションを実施。

外国人旅行者の訪日促進のための事業内容としては、主に海外メディアの日本への招請・取材支援、海外の旅行雑誌等による広告宣伝、ウェブサイトによる情報発信、海外の旅行博覧会への出展等を行い、旅行目的地としての日本の関心を高め、訪日旅行需要の喚起を図るとともに、海外旅行会社担当者の日本への招請や国内の旅行会社等との商談会の実施による魅力的な訪日旅行商品の造成・販売支援や青少年交流の拡大に向けた訪日教育旅行の誘致等を行っている。

② 外国人旅行者の受入れ態勢の整備

次に重要なのが、受け入れ態勢である。「ロコミ」で広げていくには、当然日本滞在が満足するものでなくてはならない。

現在、ビザ発給手続きの迅速化・円滑化、出入国手続きの迅速化・円滑化、外国人旅行者用案内所の充実などが進められているが、こうした施策に加え、言語対応も重要な施策となる。観光地のみならず商業施設など様々なところで外国人を意識した対応が求められる。

③ 中国人ビザ問題

中国人ビザについては漸次緩和し、その効果は絶大であった。これに対し現在でも外国人に対するビザ緩和（撤廃）には慎重であるべきという意見が多い。しかし治安上の問題もそれほど多く発生しておらず中国人の正規入国者を増やすことが大きな問題とは考え難い。これから少子化を迎え、どうしても内需が不足気味となる日本経済にとって、訪日外国人は有効需要の下支え役となる。こうした広い視点から本件を捉え、更なる緩和を検討すべきであろう。

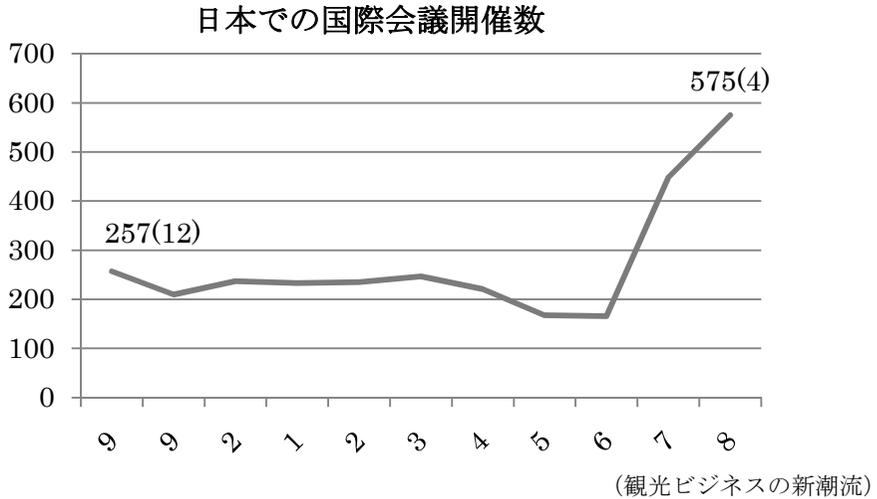
④ メディカルツーリズムの振興

国際医療観光は世界的に大きく動いている。中東の富裕層は 2001 年のテロ以降欧米への入国審査が厳しくなったことからアジアの病院を選択するようになったし、中国の富裕層は病歴秘匿のため頻繁に国外で治療している。このようにアジアでのメディカルツーリズムが急速に拡大している。2013 年にはアジア地区で、7 千億円市場に成長すると見られているが、残念ながら日本はシンガポール、タイなどに遅れをとってしまっている。そうした中、やっと 2010 年「高度先進医療や検診の分野で外国人患者を積極的に受け入れるための政策」が閣議決定され、具体的な対策として「長期滞在できる特別な査証（医療ビザ）の発給（同時に観光活動も可能）」が決定された。しかし、医療面でのハードウェアはそろっているが、観光医療にかかわる人材が不足しているため、はかばかしい進展がみられない。本格的に進めるには、「医療知識・高度先端技術と多言語対応力」を持った医師、「医療と観光を結び付けることができる医療観光の専門人材」が必要なのだが、この問題の解決には、医療サイドの協力、政府の後押しが欠かせない。

⑤ MICE 市場

MICE とは大規模な国際会議、展示会などの催しを指す。この分野も日本は後れを取っていたが、最近になりやっと競争力をつけ、2008 年には世界 4 位のランクまで上がってきた。MICE は経済波及効果が極めて大きく、開催地は社会に広く認知されることとなるので、日本としてもこれからも力を入れていくべき分野である。どの国も国を挙げて誘致を進めており、競争力をつけなければなかなか実現できない。それには、外務省をはじめとする政府の協力そして関係省庁の垣根を越えた連携・協力が不可欠である。

(図 33)



⑥ 商業施設

外国人訪日者にとって日本でのショッピングは魅力である。特に最近アジアの国々の人々は経済力をつけており、観光振興のためには「ショッピングの魅力」は重要な意味を持つ。こうした外国人訪日者による消費行動は、旅行業界というより商業の分野に係わるものであるため、少子化を迎える日本経済の穴を埋める重要な要素でもある。このように観光振興はもはや旅行業界だけのテーマではなく日本全体の問題である。日本人の海外での観光活動を見てもショッピングは極めて重要で、行き先を決める大きな要素となっている。パリの魅力は「ルーブル」だけでなく「ルイヴィトン」にもあるし、最近アメリカで広まっている「アウトレット」も米国人相手のモールだけではなく観光客誘致の強力なツールともなっている。

これから否応なく少子化を迎えることとなる日本にとって、こうしたショッピング分野に留まらず、経済活動から日常生活に至るまであらゆる分野で外国人観光客を意識した施策・政策を幅広く取り上げていくことが大切になる。

(2) 国際アウトバウンド

インバウンドについては様々な問題提起がされ、着々と諸施策が実施されているが、アウトバウンドについては、観光庁の基本方針にその振興について言及されているだけで具体的な振興策がとられていない。旅行の消費地が海外であるため経済的受益者が少ないのが主たる原因であろう。しかしながら、長期的に見れば、インバウンドとアウトバウンドはお互いに触発し合う。人的交流は双方向性を持つからである。その意味でもアウトバウンド活性化は重要な施策である。

① 観光デスティネーション開発・プロモーション

インバウンド同様最も重要な施策である。既に触れた通り、これからアジア地区の観光インフラの整備は急速に進むとみられる。したがって、まずこのアジアの観光地向けツアーの開発・プロモ-

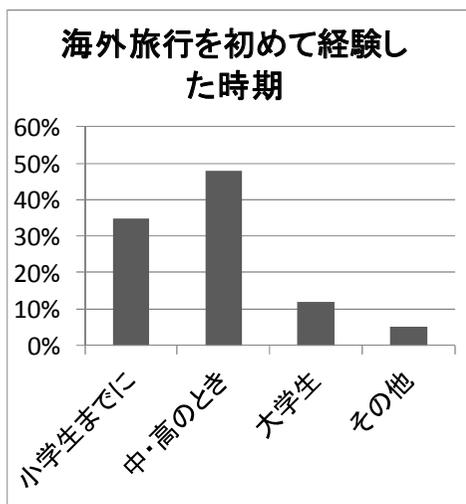
ションに力を注ぎ、多くの魅力あるデスティネーションを日本で広く認知させる必要がある。アジア地区は手軽な「安、近、短」の旅行商品を作ることができる。一度パスポートをとり日本の国外へ出て非日常性に触ればリピーターになってもらえる可能性が高い。出国者はその70-80%がリピーターと言われている。是非アジアの手軽さを大いに活用したいところである。

もう一点はプロモーションの主体である。個々の会社がこうしたプロモーションの主体となるより業界あげて行った方が良い場合がある。国内の話だが、例えば、沖縄キャンペーンをやるとそれぞれの航空会社が万遍なく恩恵を被るといったことがおきる。これからデスティネーション・プロモーションのこうした特長を生かした対応をすることも重要であろう。いずれにせよ一度国外に出てもらおうことが肝要で、この後触れる「若年層問題」「地域較差」も本質的には同根である。

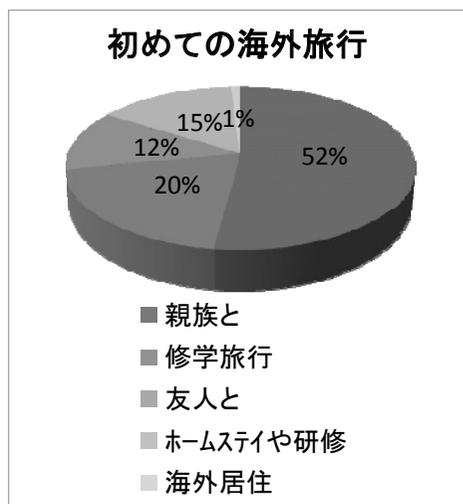
② 若年層問題

ここ5年の年代別の傾向を見ると、20代の減少、60歳以上の高齢者層の増加が目立つ。15歳から29歳までの若年層の出国者数では、1997年に355万人だったものが、2008年には218万人にまで減少してしまっている。最近の統計を見てもこの傾向はより顕著になっているが、中でも気になるのが男子である。20代の男子は同年代の女子のほぼ半分しか出国していない。将来の日本を担う世代だけにこの状況は大きな問題である。一般的には、幼少期に海外渡航の経験を積むとその後積極的に海外に出ると言われている。次表は「海外旅行経験のある学生」に対するアンケート結果（「観光ビジネスの新潮流：千葉千枝子著」からの引用）であるが、やはり、海外旅行経験のある学生は幼少期、少なくとも高校生までに海外旅行の経験をしており、これを裏付けている。

(図 34)



(図 35)



このデータを見ると、修学旅行などの学校関係行事で初めて海外に出たケースが3分の1を占めていることがわかる。これからは、観光部門だけでなく教育界を巻き込んだ形で、「海外修学旅行」

「ホームステイ」「留学」「研修」などの機会を頻繁に若年層に与えていく必要がある。長期的な視点を持って地道な対応をしていくしかない。

③ 地域較差

地域差も大きなテーマである。県別に見ると、特に東北、南九州地区の低さが目立つ。

県民性、経済力の相違もあろうが、最も大きい原因は国際空港へのアクセス問題である。成田、関西空港とも国内線空港（羽田、伊丹）から遠く離れており、地方の旅行者が海外旅行するには大変な労力を必要とする。「航空（空港）が観光を規定する」典型的な例であると言える。そうした中で、羽田空港が国際化されたが、この羽田空港を上手に活用すれば、地方の居住者が海外に出て行き易くなる。まずは一度海外に出てもらうことが重要。

(表 1)

(数字が語る旅行業 2011)

出国率比較 (2010 年度)		(%)	
東 京	24	青 森	3.1
神奈川	20	秋 田	3.4
千 葉	17	岩 手	3.5
奈 良	15	鹿 児 島	4.1
兵 庫	15	宮 崎	4.2

④ 日本企業の海外進出

円高が続き、日本企業の工場の海外移転、海外企業買収などの動きが加速してきている。これからも様々な形で日本企業の海外進出が進むと見られるが、日本の地理的条件を考慮すれば為替相場の動きに拘わらずアジア諸国との経済関係が密になっていくのは当然のことで、こうした動きは今後も加速していくと見た方が良い。このようにして日本企業の海外進出が進むと必然的に日本との間の行き来が増大する。そして人的交流が深まれば、観光需要にも良い影響を与えることになる。したがって、日本企業の海外進出の手助けになる施策を立案していくこともまた観光業界の重要なテーマの一つである。

⑤ E ビジネスの推進

「旅行」「航空」は「製品」が無形であるため、店頭で得られる情報とインターネットを通じて得られる情報の間に大きな差が無い。むしろネット経由の方が消費者により多くの情報を与えられる場合がある。インターネットにはこうした情報の豊富さとともに手配が手軽であるというアドバンテージもあるため強力なプロモーション手段となりうる。

日本でも次第に広がりを見せているが、米国などと比較すると未だ不十分。一層の充実を期待したい。

(3) 原油価格と為替レート

第5項路線別動向のところでも触れたが、原油価格と為替レートの変動は国際観光需要に極めて大きな影響を与える。原油価格の高騰分は「燃油サーチャージ」となり、為替レート変動は「宿泊などの滞在費」を大きく左右する。

このうち燃油サーチャージをみると2011年10月時点で日本—欧州間往復で5万円。ツアー料金は12万円から25万円と設定されているので、ツアー価格の20—40%を占めることとなる。観光需要に対する影響は計り知れない。

一方為替レートであるが、その動きはアウトバウンド、インバウンドに対し全く反対に作用する。円高になれば「アウトバウンドが有利、インバウンドが不利」、円安では反対になる。変動幅が少なければ大した問題とはならないが、ここ10年の為替レートの動きは極めて激しく国際観光に大きな影響を与えている。

(イメージ)

	(2002年)	(2008年)	(2011年)
円—USドル	125円	100円	75円
円—ユーロ	100円	160円	105円
円—韓国ウォン	0.09円	0.13円	0.07円

いずれも観光業界の努力でどうにかなるものではないが、実態経済全体に与える影響も大きく、相場の安定化が待たれるところである。

7. 国際観光発展に向けての航空の役割

冒頭指摘した通り国際観光は航空に大きく影響を受ける。航空業界は現在、航空機のダウンサイジング、経営統合、ATIなどにより需給バランスの改善に努めているが、どこかで需要と供給の均衡点を迎えることになる。したがって、これから航空機の小型化、柔軟な路線・便数設定などフレキシブルな生産体制をとり、国際航空事業のリスクを軽減していけば、再び国際航空網を充実させるチャンスがやってくるはずである。

ターゲットをあてるべき戦略路線としては当然アジアである。アジアは近距離路線が多く既にB737などの小型機が主流となっており、需要が右肩上がり拡大している市場であるのでビジネスリスクはあまり高くない。

また、2010年秋、羽田空港が国際化したが、これもアジア路線運営にとって追い風となっている。現在のところ欧州線、太平洋線は夜間・早朝しか羽田空港を使えないきまりだがアジア線についてはそうした縛りがなく地方からの乗継ぎに支障はないため、羽田の国内線網とアジアへの国際線が直結することになる。そして、受け入れ先の都市でも羽田と同じシティーエアポートが使われる。ソウルは「仁川」でなく「金浦」、台湾は「桃園」でなく「松山」そして上海は「浦東」ではなく「虹橋」と

都心に直結した空港であり旅客利便性は極めて高い。

したがって、この「羽田空港国際化」は、関東地区の需要喚起はもとより、東日本地域の国際観光需要を掘り起こす絶好のチャンスでもある。ここで一度でも海外に出るという経験をすれば海外に出ることの抵抗感を払拭することができる。地方較差解消は国際観光における大きなテーマの一つである。是非とも路線、ダイヤを工夫したいところである。

次に欧州・米国線であるが、ともに縮小均衡が進んでいる路線である。

こうした中、やっと B787 が就航した。全日空、日航ともこれから 50 機以上導入する予定だが、日本における長距離国際線のダウンサイジングの最終局面であると言って良い。この B787 がどう使われるかで今後の日本の国際観光は大きく左右される。B777 の後継機として使われてしまえば更なる縮小に、増便あるいは新規路線投入であれば供給増・新規デスティネーション開発に繋がるからである。全日空は既にフランクフルト線に投入すると発表した。現時点では B777 との入れ替えか増便なのか明確でない。どちらなのか注目される場所である。ただ長期的に見ればこの B787 の投入は国際観光にとってプラスに働くことは間違いない。B787 は国際線仕様では 200 から 220 席であるため、需要の細い路線でも採算がとれるリスクも少ない。また燃費が今より 20%以上改善するため多少旅客単価が低くとも対応できる。こうしたアドバンテージを持っている航空機材であるので、国際観光振興にも十分貢献できる機材である。こうした視点からの B787 の有効活用も大いに期待したい。

敢えてこのように言ったのは、現在の航空のスタンスはビジネス重視の傾向が強すぎているからである。航空は供給過剰状態の中でエコノミークラスの価格があまりにも下がりすぎたため、観光離れを起こしてしまっている。それもわからないわけではないが、ここで国際観光の重要性をもう一度思い起こす必要がある。ビジネス需要と観光需要は、長期的には互いに刺激し合う。観光需要が増えれば長期的にはビジネス需要も好影響を受けるはずである。したがって、これからは、ビジネスと観光を車の両輪のように位置づけ、バランスよく路線運営をしていくことが求められている。

(LCC)

アジア地区で期待されるのが LCC である。LCC は新規需要の掘り起しに繋がるし、又供給増をもたらすからである。

しかしながらアジア版 LCC のビジネスモデルについては未だ不透明なところが多い。

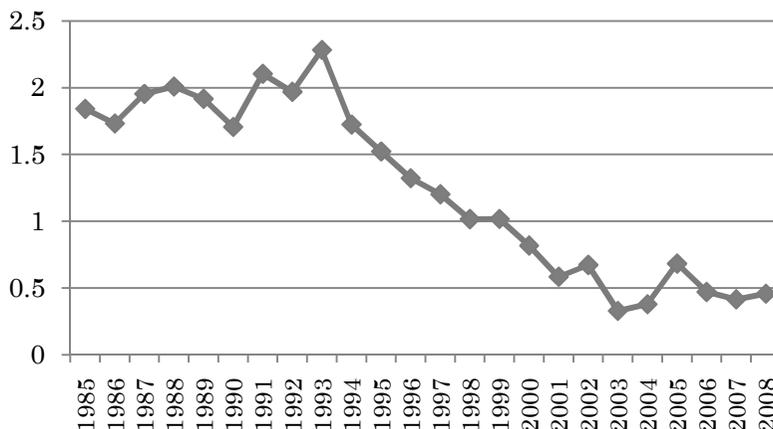
欧米 LCC は既に触れた通り、「低料金の二次的空港の利用」、「Point to Point 方式」、「小型機による国内線特化」等ビジネスモデルが明快であるのに対し、アジアの場合「空港」「路線」「機種」についての工夫もなく、人件費単価の相違以外に明確な大手航空会社との違いが見つからない。これで、需要変動が大きくリスクも高い国際線を安定的に運営できるのか少々疑問である。

これから様々な工夫をし、明確なビジネスモデルを確立することによって、欧米のような長期安定的な「航空座席の供給者」に成長することを期待したい。

(安全)

忘れてはならないのが「安全」である。「9.11」の後、大きく旅行需要が減退したが、「安全」に疑義が持たれたためである。ここ 15 年、技術的進歩により航空機の安全性が飛躍的に高まり、下表の通り事故確率は確実に下がってきている。

(図 36) 100 万飛行回数あたり死亡事故件数



しかし未だヒューマンエラーはなくなっておらず、毎年航空事故による死亡者が発生している。一旦事故が発生すると観光需要に致命的な打撃を与える。昨今の原発問題もそうであるが、日常的に「事故に繋がる可能性」を意識し、「どんなに小さくとも綻びの兆候が出たらすぐに対応する」、「ミスが出てても大事故に繋がらないフェイルセーフの仕組みを整備しておく」ことが大切である。航空事故は忘れたころにやってくる。「安全運航」は、レガシーキャリアー・LCC の区別なく、航空事業遂行にあたっての大前提である。

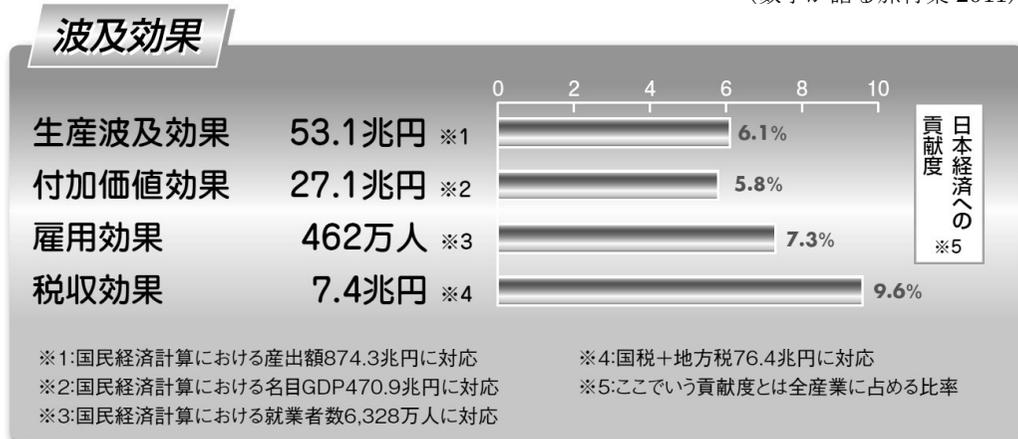
(3) 最後に

観光は経済インフラが整っていない初期段階から立ち上げ、経済成長・雇用創出・外貨獲得に繋げることができる産業である。こうした性質を持っているため、観光は特に発展途上国にとり重要な産業であるが、勿論、先進国においても同様の経済効果をもたらす。

日本の 2009 年度における「観光」の直接的経済効果は 25.5 兆円で日本の GDP の 5% を占め、多くの雇用 (251 万人) を生んでいる。これに波及効果を加えると、生産波及効果 53 兆円、付加価値効果 27 兆円、雇用効果 462 万人、税収効果 7 兆円と試算されており、経済効果は更に大きなものとなる。

(図 37)

(数字が語る旅行業 2011)



資料:観光庁

この中で最も注目すべきは「雇用」である。日本の産業構造は第2次産業から第3次産業にシフトして行くべき段階にあるが、未だ第2次産業が経済の中心にある。それがここへきての急激な円高である。これにより国内メーカーの海外移転が加速し、急速に第2次産業の空洞化が進んでいる。本来、第3次産業が成長し、ここを埋める役割を果たさなければならないのであるが、うまく産業転換が進んでいないため、雇用、特に若年層の雇用に大きな支障が出ている。「アウトバウンド」の項で若年層の出国率の低さを指摘したが、こうした雇用状況もこの結果を生んだ一つの大きな要因である。いずれにせよ、この「雇用創出力不足」を何らかの施策により埋めなくてはならないが、観光業は雇用創出効果が高いだけに、その役割の一端を担えると思うのである。

もう一つの要素が財政負担である。周知のごとく日本の国家財政は膨大な国債発行残高を抱え、又プライマリーバランスのマイナスが続いていることから改善の兆しが見えていない。その点「観光政策」推進には公共事業などの多くの財政支出を必要としない。「観光業界の取りまとめ」「海外での日本キャンペーン」「中国人に対するビザ緩和」「出入国手続き簡素化」「国内における外国語対応」「休日拡大」どれをとっても多くの財政支出を伴わなくてもできるものばかりである。

こうした観光業の持つ利点について改めて広く理解を求めたい。なにより「日本社会の観光の重要性に対する深い理解」なくして「観光振興」はおぼつかないと思うからである。

ここでは、主として「航空」と「国際観光」の関わり合いについて論述してきたが、冒頭触れた通り、国際観光、特にインバウンドに関しては、国内交通機関、宿泊、観光地、ショッピングなどの商業、教育界等様々な業種・分野が関係している。具体的施策の項で「医療観光」、「MICE」、「ショッピング」などの課題に触れたが、いずれも観光業界の領域を超えた分野であるし、若年層対策として重要である修学旅行は教育界の協力を必要とする。このようにこれから国際観光振興を図るには幅広い業界、分野の理解、連携・協力なくては始まらない。これらの関係者が国際観光の重要性を十分

に認識し、互いに連携を深めていくことができれば、間違いなく国際観光の成長スピードは速まるし、関係業界にとっても経営的に大きなプラスになる、そして何より日本経済活性化にも寄与することになるのである。速やかに様々な業種が幅広く連携していく態勢が採られていくことを期待したい。このようにして国際観光に対する国民の理解が深まり、更に一層活性化させることができれば、様々な分野・レベルでの国際交流が進むし、そうなれば、国内経済のみならず、政治、文化、芸術、あらゆる分野で国と国との関係改善に繋がる。このような大きな役割を「国際観光」は担っているのである。

「もし太平洋戦争前に海外旅行ブームが起きていたら戦争は起こらなかったであろう」と言われた航空業界の大先輩がおられたがまさに至言である。

【参考文献】

- ・ IATA 編『World Air Transport Statistics』2011 年
- ・ 観光庁編『観光白書』2011 年
- ・ 財務省編『貿易統計』2011 年
- ・ 坂本昭雄、三好晋『新国際航空法』（有信堂）1999 年
- ・ 高寺奎一郎『国際観光論』（古今書院）2006 年
- ・ 千葉千枝子『観光ビジネスの新潮流』（学芸出版社）2011 年
- ・ 日本航空協会編『航空統計要覧』2011 年
- ・ 日本旅行業協会編『数字が語る旅行業』2011 年

International Airline Industry and Tourism in Japan

Haruka Nishimatsu

Abstract

The state of international tourism in Japan from both an inbound and outbound perspective is particularly poor. Not only is the uptake of tourism as measured by economy and embarkation rates remarkably low, but Japan ranks a lowly 30th as an international tourist generating nation.

International airline services between Japan and foreign countries have until recently been characterized as being mass transportation. A fortunate consequence of this has been that the tourism business in Japan has enjoyed the advantage of cheaper air fares. However, in recent years the restriction of supply has weakened this advantage through phenomenon such as the integration of airline companies, the formation of alliances, and the overall global tendency towards smaller passenger aircraft.

Due to these changes it is unreasonable to expect international tourism to develop further unless we find new ideas and structures: this is a matter of vital importance to Japan as a country.

With these points in mind, in this essay I examine the changes that have occurred in the airline industry and explore what policies should be considered to promote international tourism in the future.

Trends in international tourism

Changes in the structure of the airline business

International tourism in Japan

Regional trends in international tourism

The future of international tourism in Japan

The role of aviation in expanding tourism

As well as being important to the economy, international tourism has a key role to play in diplomatic relations, culture, and exchange between peoples. I therefore believe that with a more developed international tourism industry, Japan can improve its standing in all manner of international relations.

Based on this framework, to promote international tourism I firmly believe the Japanese government needs to implement policies that not only promote international tourism, but that also remove the boundaries between different business sectors, and that increase co-operation between these sectors.

