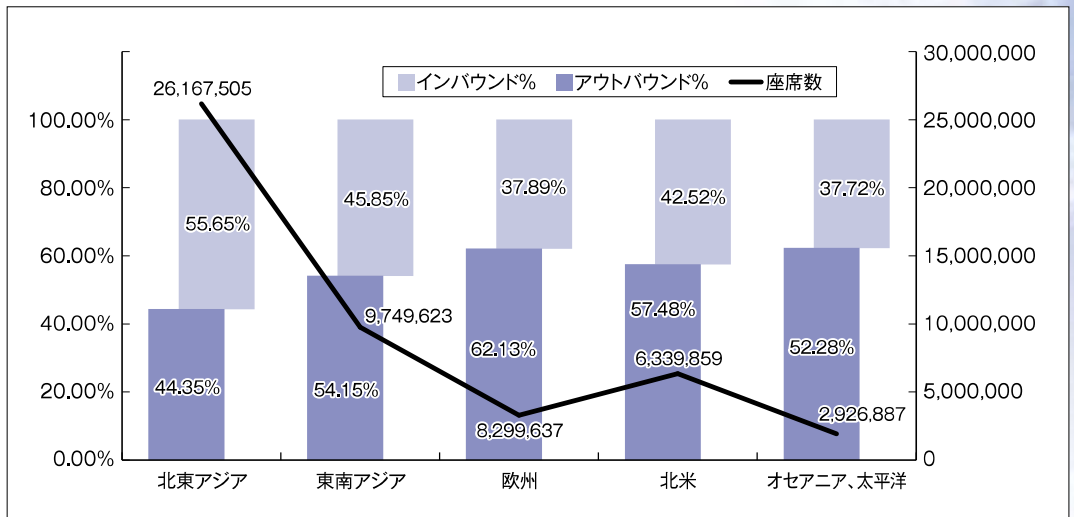


2018年方面別供給座席数とアウトバウンド旅客・インバウンド旅客の比率



# アウトバウンドの座席確保へ対応を 需給予測とキャリア戦略の分析レポート公開へ

2019年は史上初めて出国日本人数が2000万人の舞台を突破しましたが、日本発着路線での航空座席動向をみると、需給逼迫が懸念される状況も生じています。今号では、航空市場をめぐる最近の動きとOAGによる路線別動向の分析を紹介します。（※データ分析の対象はフルサービスキャリア「大手航空会社」で、LCCは含まれていません）

## インバウンド圧力で 逼迫する座席需給

2019年における出国日本人数は前年比5.9%増の2008万6000人を記録して、同2.2%増の3188万2100人だった訪日外客数の伸び率を上回りました。しかし、アウトバウンドの規模はインバウンドの3分の2に満たず、過去5年間における推移を見ると、訪日外客数が1.6倍に拡大しているのに対し、出国日本人数は1.2倍にとどまってい

ます。インバウンド需要の高まりが航空座席の需給を逼迫させることも懸念される状況です。

また、首都圏空港における発着枠も、2020年代半ばには発着需要が空港容量を超過するものと予測されており、座席供給を圧迫しかねません。さらに、空港における地上支援業務（グラウンドハンドリング）の要員不足も生じており、外国航空会社の乗り入れ阻害要因として懸念されています。国土交通省航空局では、地上支援業務の体制強化に向けて2020年度予

## アウトバウンドで高まる ビジネス需要

JATAでは、旅行業界として航空座席の需給逼迫が懸念される事態にどう対処していくべきか、今後の需給予測と航空会社のマーケティング戦略の分析をOAGに委託しており、近くJATA会員向けにレポートを公開する予定です。

OAGによると、日本発着の主要25路線について、2019年4月におけるLCC以外の大手航空会社による予約・発券データを分析したところ、欧米路線では、各路線で予約・発券ともにアウトバウンドがインバウンドを上回り、特に、欧州ではこの傾向が顕著に表れています。ただ、北米路線では、ほかのエリアの長距離路線に比べてインバウンドが強く、アウトバウンドがやや上回る程度にとどまりました。

また、北米路線では欧州路線に比べて、予約開始時期が遅い傾向にあり、例えば、ニューヨーク線

算で22億円を計上しました。

では、66%が出発3カ月前以降に予約されています。平均運賃では、日本発が欧米発を上回り、価格差が3倍に広がるケースもあり、アウトバウンドの渡航目的でビジネスの割合が非常に高いという欧米路線の共通の特徴が、こうした結果をもたらしているようです。

### 「予約の始動時期」が早い インバウンド

東南アジア路線とオセアニア路線では、オーストラリア線を除いて、予約・発券ともにアウトバウンドがインバウンドを上回っています。インバウンドでは、出発の約6カ月前から予約が開始されており、ここでもアウトバウンドよりも早い時期での始動が目立ちました。平均運賃は日本発が現地発を上回り、価格差が3倍になるケースもみられ、アウトバウンドにおけるビジネス目的の割合が非常に高いことを反映しています。

韓国・中国・香港・台湾の各路線では、インバウンドとアウトバウンドがほぼ五分五分かインバウンド

がアウトバウンドを上回りました。予約開始時期は、韓国路線を除き、インバウンドの方が早く、出発の6カ月前から始動しています。平均運賃では、韓国・台湾路線は日本発と現地発がほぼ同水準ですが、中国・香港路線では、日本発が現地発よりも高くなっています。アウトバウンドの渡航目的では、レジャー目的がビジネス目的を上回りました。

### 首都圏全体では 夏の座席増は見込めず

2020年の夏スケジュールでは、羽田空港の発着枠拡大を受けて、同空港での便数と座席数の増加が確定しているものの、北米路線のほとんどが成田空港からの移管であることから、首都圏全体では供給座席の大幅な増加は見込めない見通しです。

同時に、ビジネス需要の高い路線が羽田空港へ移管され、同空港へ新規参入する航空会社もビジネス旅客の獲得に注力する可能性が高く、レジャー目的の団体旅客やツアー旅客向けの座席確保

は厳しくなるものと予想されます。また、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される時期は航空需要のピークシーズンで、運賃・搭乗率ともに高い時期であることに加え、宿泊費を含む滞在費が全般的に高騰するため、大会自体による座席供給の影響は小さいかもしれません。ただ、大会期間中におけるインバウンドの予約時期が早まり、例年に比べて航空座席の予約が難しくなる可能性は残されています。

### 航空会社の戦略を 理解して需要創出を

OAGによる大手航空会社のデータ分析の結果、日本発着路線の大半で、アウトバウンドの予約・発券がインバウンドの予約・発券を上回り、航空各社はより航空券の券面額の高いビジネス需要の取り込みに力を入れていることが分かりました。

さらに、航空機技術の革新によつて大型機に代わって需要に合わせた機材を就航させられるよ

うになり、1便当たりの座席数が減ってきている状況も、レジャー目的のアウトバウンド旅客向けの座席確保を難しくしつつあります。

OAGでは、こうした事態を打開していくため、旅行業界には「航空会社の戦略を理解して需要を創出する必要がある」と指摘。「航空会社の求める路線や時期での集中送客、インバウンドと同等か早い時期での予約・販売の確約なども求められる」とし、航空会社に対する意識を「サプライヤーからパートナーへと変える必要がある」と強調しています。



空港での地上支援業務の要員不足も懸念材料のひとつです（写真はイメージです）