

海旅復活への視点や方向性随所に 航空業界との連携強化が重要

アウトバウンド促進協議会（会長 菊間潤吾 JATA 副会長）は9月21日、東京・有明の東京ビッグサイトで第2回全体会議を開催しました。セミナー・講演も行われ、市場動向や航空業界の現状について関係者が認識を共有し、海外旅行復活への決意を新たにしています。

航空会社がインバウンド市場に着目

全体会議では、ジャパンライフデザインシステムズの谷口正和代表取締役社長による特別セミナーや国土交通省航空局航空ネットワーク部の大沼俊之航空事業課長による特別講演とともに、航空会社と旅行会社の立場から現状の分析と今後の展望を行う特別セミナーを通じて、海外旅行市場の活性化に向けて専門性の高い知見や情報が提供され、参加者にとっては今後の方向性や課題などを考える貴重な機会となりました。

「見つけよう。旅の『新しいカタチ』」をテーマに開催された特別セミナーでは、航空新聞社の石原義郎取締役編集長がモデレーターを務め、カンタス航空の荻野雅史日本支社長、KNTホールディングスの



カンタス航空の荻野雅史日本支社長



カタール航空の宮本慎二日本支社長



KNT-CT ホールディングスの河野淳海外旅行部長

河野淳海外旅行部長がパネリストとして登壇したほか、カタール航空の宮本慎二日本支社長もビデオメッセージの形で登場し、現在の航空環境を踏まえた海外旅行販売のあり方について、議論を交わしました。

荻野支社長は、2012年に7対3だったアウトバウンド市場とインバウンド市場の規模が、2017年には4対6に逆転する見通しとなっている状況について、「国際的に展開する海外の航空会社が日本のインバウンド市場に着目するようになっている」背景を指摘しています。



航空新聞社の石原義郎取締役編集長

ためのIT座席が減ってきており、座席を確保しづらくなっているという印象は否めない」と語り、「収益確保に重要な長距離路線、メインフィードであるレジャー路線など、路線特性に応じて対応を図る必要がある」と訴えました。

宮本支社長は、「アベノミクスで円安が進展し、日本市場の収益性向上は、本社の日本路線に対する評価を高めた」と分析。「日本企業が元気になって法人需要は活性化しており、この部分をどう取り込んでいくかは旅行業界にとっても重要なポイント」という見方を示しています。

供給される座席の価値を高める工夫

航空会社やホテルなどサプライヤーの間では近年、レベニューマネジメントの考え方も確立されてきており、石原編集長がいわゆる「イールドコントロール」が重視されるようになっている事情に言及したのに対し、荻野支社長は「路線や便当たりの分析、予測の材料や仕組みの精度も高まり、一刻も早く少しでも高く売れる市場を見極める目が非常に厳しくなったのは事実」と説明しています。

また、インバウンド需要が順調に増加を続ける中で、石原編集長は「アウトバウンド需要向けの座席供給が減少していく傾向にどう対処すべきかも、海外旅行の復活に向けて喫緊の課題」と指摘。「単純に座席供給を増やして欲しいということに拘泥するだけでなく、供給されている座席をどう



アウトバウンド協議会の菊間潤吾会長

日本市場のレベニュー最大化への協働を

したら少しでも高く売れるか、あるいは、限られた座席で如何に利益を生みだしていくかも重要なテーマ」と強調した河野部長は、「SITや深掘り商品によって収益性を確保したり、ビジネス需要として取り込んだ顧客にレジャー需要も重ね合わせるプレミアム市場への取り組みを強化し、利益の拡大を図るような考え方もあるのではないかと問いかけています。

アウトとインの双方向で6000万人による「大交流時代」を迎える2020年に向けて、航空環境の大きな変化も踏まえながらどのような対応を図るかは、旅行業界の大きな課題です。

荻野支社長は、「インバウンドの増加で座席供給の逼迫も懸念されているが、航空会社のグローバル戦略において日本市場の地位が低下することのないよう、旅行会社と緒に取組むことの重要性が増している」と語り、「日本市場のレベニュー最大化を図るため、航空会社が旅行会社の造成する商品

海外旅行復活へ!! アウトバウンド促進協議会 第2回全体会議を開催



登壇者の議論に聞き入る全体会議の参加者ら

への理解を深め、どういったタイミングでどのクラスの座席を供給すればいいのか、座席を確保してもらおうにはどうすべきかなど、旅行業界の皆さんともしっかり話し込まなければならぬ」という認識を示しました。

宮本支社長は、「オンラインで販売されている旅行の少ない方面も沢山あり、旅行会社による積極的なアプローチで需要を掘り起こし、市場の活性化につなげてほしい」と要望。「消費者の選択肢を増やせるように、旅行会社と協議を重ねつつ、一緒に取り組める部分を広げていきたい」と呼びかけます。

河野部長は、「パッケージツアーや旅行ビジネスの限界を指摘する声も出てきているが、そんなに単純な話ではない」と強調。「航空会社と協力していただきながら、今ある座席の価値を如何に高めて販売してい



ジャパンライフデザインシステムズの谷口正和代表取締役社長

ニユースや時々の話題など、注目すべき変化を捉えて、人々が価値移動を行う時代とも言えるでしょう。そうした移動に

現代の社会は、人々が互いに交流すること、ヒトモノカネ、そして、情報もが往來する「大流動社会」の時代です。人々は移動することを通じて、新しい問題発見と解決としてのビジネスチャンスの気づきを得ています。

「ライフデザイン・ツーリズム」という新しい旅のカタチの追求

株式会社ジャパンライフ
デザインシステムズ 谷口正和 代表取締役社長

大流動社会の時代、人は何故移動するのか

くか、その結果を出すことで、将来における座席の増加や路線バリエーションの確保につなげていかなければならない。旅行会社と

してどうしりと構え、我々にしかできない商品を作って市場に供給していくことに努めたい」と決意を示しました。

人間は生涯を通じて学習をするものですが、特に、日本人は生きるに値する価値創造を求めているのではないのでしょうか。

外国の文化にふれる学習効果を伴う海外旅行は、生きるに値する価値創造を求めてきた日本人の心に訴え、アウトバウンド市場を形成してきました。

また、昨今の傾向として、移動社会における多様性が進む中で、ジェンダーの問題もパーソナルセクシャリティへの転換へ広まりつつあります。つまり、男性と女性の時代が終わって、個性の時代が始まっているのです。個性が大事にされるという根幹部分で、タ イーシティが実現されてきています。多様性と相反する概念である画的な視点で全てを眺めていたら、個性を成長させていく

は、旅行はもちろん、留学や移住、移民なども含まれ、学びや研究、存在証明など、自己実現を超えて社会に役立とうとして成長しながら歩いている人々の姿を見てとることができます。

そうした視点を軸に、日本からのアウトバウンド市場をどうしたらいいのかというテーマで話をさせていただきたいと思ひます。

新しい変化を感じたり、新しい価値創造を全身で受け止めることで、人はさらなる成長を遂げていくのです。

自分の好きなことを、あるいは、自分の関心のあることを突き抜けてやってみる。二回きりの人生を自分らしく、たった二人の自分の生き方について、他人がどう言うというよりも、自分がどう思うか。自分で果敢にやり遂げたいという人間が増えれば、世の中も変わっていくことになります。

旅行会社の皆さんも、旅行を一般論で考えるという段階から卒業していただかなければなりません。一般論で企画された旅行商品には、もう顧客がいらないのです。自分の価値を高めようという生き方こ

日本社会は学習型の社会構造を持っていると考えていますが、学習が行き詰った顧客に学習に値する入り口を用意するのも、旅行会社の役割かもしれません。

旅を通じて学びに自らが投資するわけで、学習は最大の自己投資とも言えるものです。そこには、個人にとつての新しい価値創造の可能性も出てくるでしょう。

人は旅に出て解放され、自らの価値を求めて動き始めるのです。すべてのライフスタイルを旅に変えるという可能性を内包したライフデザイン・ツーリズムともいえるべき、新しい旅のカタチを追求する時代に入っているのだからと思います。

「未来の旅人」を発見して作り出す

海外旅行復活へ!! アウトバウンド促進協議会 第2回全体会議を開催



国土交通省航空局航空ネットワーク部の大沼俊之航空事業課長

特別講演

国土交通省
航空局航空ネットワーク部
大沼俊之 航空事業課長

インとアウトのニーズを踏まえた航空容量の拡大

アウトバウンド市場の拡大という観点から、国土交通省航空局が所与の条件あるいは前提として考えていることについて、お話をさせていただきます。

観光立国推進において航空政策が担うべき役割については、観光立国推進閣僚

そ、今の時代に求められている大きな潮流であり、その仕掛け人としての旅行会社が提供するチャンスが、一番の学習機会である旅にほかなりません。

「未来の旅人」を発見して作り出し、応援する。旅行業界の皆さんは、重要な

2020年交流人口6000万人見据えた航空政策

未来の仕掛け人としての役割を担っているはず。過去に足場を置くのではなく、未来の可能性を見据えてください。可能性は十二分にあります。その時間とお金は日本のマーケットにはたっぷりあるのに、使われていないだけなのです。

会議（主宰：内閣総理大臣）が今年5月に策定した「観光ビジョン実現プログラム2017」で、「首都圏空港の容量拡大」と「地方空港のLCC・チャーター便の受入促進」という2つのポイントが盛り込まれました。

空港の容量拡大については、物理的な側面と規制的な側面の2つがあり、物理的な側面としては首都圏空港の発着枠の拡大など、規制的な側面としてはチャーターに関する規制の見直しなどがあります。首都圏空港の空港処理能力を発着枠でみると、羽田空港が2010年の37万回（国際線は6万回）から2015年には44万7000回（同9万回）まで増加し、成田空港は22万回から30万回に拡大されました。

現在、さらに、東京オリンピックパラリンピックが開催される2020年までに、羽田・成田の両空港で1日約50回ずつ増やす方向で検討が進められています。成田空港では管制機能の高度化や高速離脱誘導路

の整備、夜間飛行制限の緩和などの方策が検討されており、羽田空港でも滑走路処理能力の再検証や滑走路運用・飛行経路の見直しなどの検証が行われているところです。

双方で物理的な容量を拡大して供給量を増やすのは、インバウンドの増加を念頭に置いた施策ではありますが、羽田においては新しく増える容量をどう活用するか、特に羽田からの直行便需要に応じることへの期待が大きくなっています。都心部から至近にあるという利便性を活かすことを考えていますから、アウトバウンドも視野に入れる形となり、インとアウトのニーズが合致する路線が優先されることになる見通しです。

「観光先進国」に資する航空行政の役割と取り組み

規制面については、周知の通り、チャーター規制の緩和を段階的に進めてきています。

直近の規制緩和では、チャーターの形態を問わない形となりましたが、これは、定期便のオープンスカイ化とも平仄を合わせたもので、いわゆる航空権益交換の対象となっている空港（成田、羽田空港）は別として、それ以外の空港における緩和を実現しました。

航空局は、安全面の規制も含めて、合理性を超えて過剰な規制が行われている部分がないかという見直し検討を行ってきています。

定期便については、計画減便あるいは経済減便などと呼ばれている天変地異などの

理由以外での運航キャンセルについても、その見直しを検討しています。外国では旅客が集まらない場合に、時刻表に載っている定期便であってもキャンセルを認めているケースもあり、日本に乗り入れていない海外のLCCなどからは見直しの要望が出てきました。航空運賃についても、日本では、航空法の規定により「申請+認可」という制度になっていますが、外国の場合は「申請」だけというケースもあります。

定期便運航や運賃制度について、現在の規制によるメリットとデメリットを仔細に検証したうえで、制度そのものを改める手前で、何が出来るかを見極めたいと考えています。

航空会社におけるレベニューマネジメントも、精度の高い需要予測と機材の適正な組み合わせにより、戦略的な重要性が高まってきています。

航空局としては、供給量を如何に増やすかということ、航空政策を通じて追求しているわけですが、旅行会社の側から航空会社に対してレベニューマネジメントやイールドコントロールに積極的に貢献できるように提案が行えるようになれば、供給量の拡大だけでなく、航空会社のサービスが多様化されていくことにつながっていく可能性も出てくるかもしれません。

「観光先進国」を目指す政府としての重要な課題に、どういう形で航空行政が役割を担えるかという立場で考えているという観点から、今後の取り組みも見えていただければと思います。