

激変する日本の空とこれからの中部の航空・空港戦略のあり方

当財団は、2011年度から航空、空港に関するシンポジウムを開催しております。2013年度は、2014年1月10日に開催し、その要旨をまとめました。(文責事務局)

日時：2014年1月10日（金）

会場：中部国際空港内 セントレアホール

後援：国土交通省、名古屋商工会議所、一般社団法人中部経済連合会、
中部国際空港株式会社、中部国際空港二本目滑走路建設促進期成同盟会

■基調講演

「激変する航空・空港戦略について」 国土交通省大臣官房長 武藤 浩 氏



1. はじめに

公共事業費について

今年は1月6日から仕事始めの方が多く、仕事始めの恒例行事ともいえる賀詞交歓会が各所で開催されていることと思います。さまざまな賀詞交歓会に出席させていただきそこでまず感じたのが、名古屋でも同じだと思いますが、参加者が大変多かったということです。そして皆さんの表情が一様に明るく、かつそれぞれのご挨拶も、去年は「大変だね、しかし皆で耐えようね」というものが多かったのが、今年は「将来を見据えてどんどん発展をしよう」という内容に一様に変わっていました。航空政策を語るにあたって、やはり引き続き明るい経済状況が続くことを期待しています。

さて、私が務めている国土交通省大臣官房長と

は、簡単に言いますと、大臣の秘書業務も含む総務部的な役割です。年内は予算の取りまとめをやっておりました。年が明けましたので間もなく1月末から国会が始まります。その国会との連絡調整がまず一番の大仕事です。国会議員の先生方と常日頃から連絡を取り、国土交通省として国会の場でしっかりと話を進められる環境を整えるのが、私の仕事です。そこで、航空関係の話に入る前に、少し予算の話をさせていただきます。

平成26年度の政府の予算原案が年末に決まりました。総額が約96兆円です。歳入からお話すると、税収としては、消費税の増税や好況で法人税が若干増えたことなどにより50兆円を超えています。残りの大半は公債金です。一方、歳出としては、国債費が約23兆円ありますが、具体的な支出としては、「社会保障関係費」で、約31兆円あり、3分の1近くになります。かつ、これが実は毎年

1兆円ずつ増えてきています。これからも変わりなく毎年1兆円ずつ増えるだろうということが予測されており、そのために消費増税をはじめとする税収確保を一生懸命にやっているということです。

また、他の支出で大きいのが3つあります。1つ目は、「公共事業費」です。平成26年度予算では約6兆円でその内訳は後ほどご説明します。そして、2つ目に「文教及び科学振興費」が約5.5兆円、3つ目として「防衛費」が4.9兆円になっています。

まずは予算のお話をさせていただいたのですが、相変わらず公共事業費批判があります。平成26年度の公共事業費が約6兆円と申し上げましたが、前年度の平成25年度の公共事業費は5兆2,285億円でした。これが今度6兆円に迫るものになったということで、マスコミは、「厳しい財政状況の中で、公共事業費が多くけしからん。」という論調です。しかし、公共事業費のこれまでの推移の中で申し上げると、実は平成25年度と平成26年度はほぼ横ばいです。ほとんど変わっていません。もともと公共事業費は10兆円近くありました。それを将来の財政のために毎年7%ずつ減らそうということで減ってきました。それが4年前の民主党政権下において「コンクリートから人へ」というスローガンのもと、公共事業そのものを、毎年の7%減に加え、さらに初年度で2割減ということが打ち出され、その結果、5兆円程度にまでなったわけです。そこから自公政権に戻って、平成25年度予算で横ばい（平成24年度予算：5兆2,285億円）に、そして平成26年度予算でもほぼ横ばいという推移となっています。この現在の水準は、欧米先進国のGDP比で見て、相応な金額と考えられます。

一方で、今後、防災、あるいは笹子トンネルの崩落事故などからもわかるようにインフラの老朽化対策にも早急に着手しなければいけません。そういったこととともに新規投資の必要部分もあり、おそらく5兆~6兆円の投資を続けていかないと日本社会が立ち行かなくなると思います。そこで、

平成24年度、平成25年度、平成26年度と横ばいのペースに戻したということであり、できれば今後、財政全体で健全化して良くなっていくペースに合わせて、それなりの公共事業費のペースを確保していけたらと考えています。では、平成26年度予算の公共事業費約6兆円の中身について、簡単に説明させていただきます。

公共事業の大半は国土交通省の予算です。国土交通省では、「社会資本整備事業特別会計」という特別会計を持っておりましたが、それを今回、一連の会計の行政改革ということで特別会計が廃止されたことにより、一般会計に統合しました。実は、特別会計の時には地方公共団体に公共事業の一部をお手伝いしていただいていたおり、それが6,000億円強ありました。公共事業費としては国が直接支出する5兆2,300億円分しか計上していませんでした。それが今度、社会資本整備事業特別会計の廃止に伴い、これまで同特別会計に計上されていた地方公共団体の直轄事業負担金などが一般会計に計上されるため、5.2兆円が5.9兆円というフレームになったわけです。あくまでこれは経理上の変更であり、事業が増えているということではありません。

もう少し細かな話をしますと、消費税が上がります。当然、公共事業の施行に関しても消費税がかかります。土地には消費税がかかりませんので、構造物などに消費税がかかることを考えると、消費増税分に対応して1,000億円ぐらいの予算が必要になり、その分も加え、その結果が約6兆円になるわけです。そういう訳で今、公共事業費に関して、横ばいのペースまで戻してきたというのが現状です。

公共事業の執行の現状

もう1点申し上げたいのが、公共事業の執行の現状です。

お正月のテレビなどを見ていると、「学べるニュース」などでお馴染みの池上彰さんが社会情勢の説明をされている中で、「公共事業費は今、お金をいくら確保しても執行できないのです。」という

話をされてきました。あの説明だけを聞いていると本当にそうだなと思ってしまうので、ここで説明させていただきたいと思います。

執行できない背景として言われるのが、次のことです。公共事業費の7%削減が続いたことや民主党政権下でのさらなる削減という流れの中、公共事業を担う建設業界では「この事業は将来性がない」ということで、人員削減や、新規投資が敬遠されたりしたのが、この10年ほどの傾向であることは事実です。その中で、新卒者がこの業界に入って来なくなったというのが大きな背景としてあります。これに加えて、震災復興事業ということで、東北に多くの土木関係者が集まって、そこでかなりの事業が行われています。その結果、全体としての人手不足感が建設業界にあります。

しかし一方で、私ども国の公共事業を執行している現場の実情を申し上げますと、執行できないということはありません。確かに、今、お話ししたような背景があり、入札をかけると入札が整わない「入札不調」になる率が今までより高くなったことは事実です。その報道が大きく出されるので、公共事業が執行できていないという印象を持たれるわけですが、現実には、そういった入札不調が起これば、事業を小分けしたり、あるいは他の事業と合わせたりして、再度入札をかけます。結果的に国の公共事業の執行率を申し上げますと、99.5%執行しています。

人手不足の話をしたましたが、まさに工事現場で働く方の労働単価が低く設定され続けているという問題がその一因でもあります。そこで、労働単価を引き上げて、現場の職人さんたちが集まりやすい体制を整えているところです。

もう1つ、人手不足の視点でのお話をすると、地方公共団体の公共事業においては、特に土木だけでなく、建築物をつくる場所にもその影響は出ており、地方公共団体の公共事業の執行が遅れているという現状はあります。これについて改善を図らねばと取り組んでいるところです。

そういうことなどもあります。公共事業の執行は着実に進められるよう動いているにもかかわらず、

根拠のない、裏打ちのされていない公共事業批判が相変わらず蔓延しているようですので、ここでお話をさせていただきました。

「公共事業はムダ」という方はいまだにおられます。しかし、災害が起きた時に現場のがれきを除去したり、土のうを積んだりといったことに実際に携わっておられるのは、地域ごとにある公共事業を担う会社です。こういう人たちがしっかりと事業を継続できる体制をとっていないと、災害時に日本が非常に弱い体質になってしまうということが言えます。

そういう観点からも、必要な事業に限定をした上で、なお公共事業の回復をしていく必要があるというのが、国土交通省の現在の立場です。それをぜひご理解いただきたいと思います。

2. 航空輸送の現在の世界的な動向

世界の航空需要の5%の日本

では、そういうことを踏まえたうえで、本題の航空・空港戦略についての話に入ります。

世界の航空需要は、順調に伸びております。資料1は、2011年の統計で、少し統計が古いですが、右側の赤い線が国内線の旅客数です。20億人ぐらいに達しています。青い線が国際線で、これも10億人を超えています。2013年はもっと伸びています。

日本の数字を申し上げますと、国内線旅客数は1億人いません。8,000万人程度で、世界全体の5%ぐらいです。国際線旅客についても同じで、5,000~6,000万人ですから、世界の5%です。

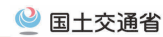
次に、赤い線が世界の国際・国内合わせた航空旅客数です。青い線が世界全体のGDPの成長率です。これを見てもわかるように、経済の動向にそのまま合わせて航空需要が伸びているということです。

急伸するアジア太平洋地域の需要をどう取り込むか

資料2により地域ごとの動きを見ますと、これも少し前のデータで申し訳ないのですが、5年毎

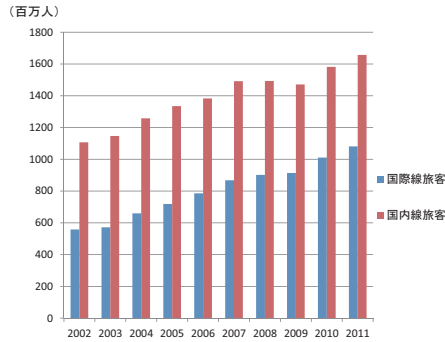
資料 1

航空旅客輸送の世界的な動向

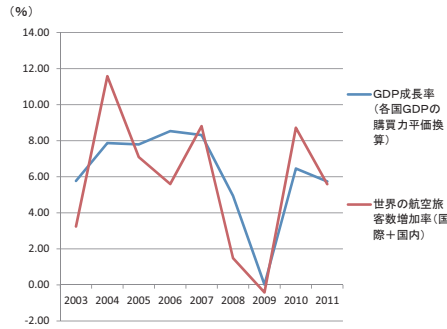


- 世界の旅客数の推移としては、基本的には右肩上がりの増加を示している。
- 旅客数の増加と世界経済規模の拡大とは連動した動き。

世界の航空旅客数の推移(際・内別)



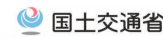
GDP成長率と旅客数の増減率の推移



ICAO, Annual Report of the Council
IMF, World Economic Outlook より作成

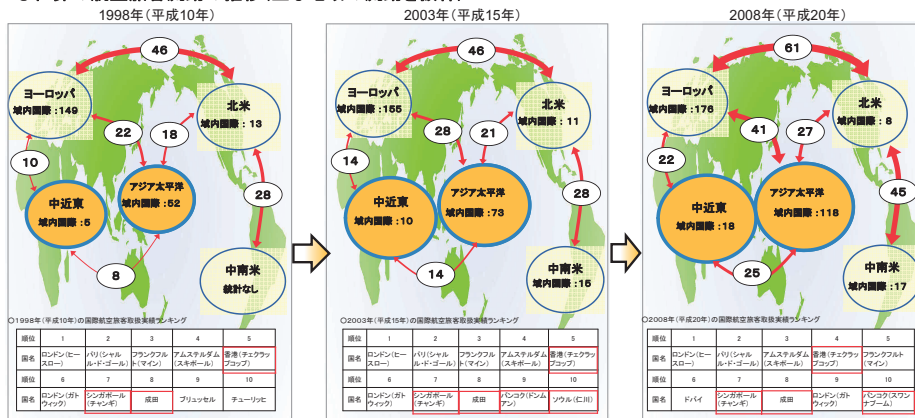
資料 2

世界の航空旅客流動



- 近年、アジア太平洋地域や中近東地域の伸びが著しい(アジア太平洋地域:2.3倍、中近東地域:3.6倍)。

世界の航空旅客流動の推移(主な地域の流動を抜粋)



(単位:百万人)

※ IATA(国際航空運送協会)「World Air Transport Statistics(2009)」より航空局作成

に統計を取っており、今回はこのデータでお話させていただきます。地域ごとに丸で囲ってありますが、黄色に塗ってあるのが伸び筋の地域です。まず、アジア太平洋ですが、5,000万人だったのがどんどん伸び、倍増し、1億1,800万人となっています。まさに日本は、このアジア太平洋にいますから、アジアの流動をできるだけ日本に取り込むというのが日本の戦略です。一方で、中近東も伸びています。あと、今後の伸び筋を申し上げると、中南米、特にブラジルなどが伸びてくるだ

ろうと思います。特に北米との行き来をみれば、伸びているのがわかると思います。

他方、だいたい伸び率の上げ止まりにきたかなというのが、ヨーロッパあるいはアメリカですが、ヨーロッパはなお経済成長に伴って伸びていきそうです。

また、空港ごとの国際旅客数のランキングですが、日本の成田国際空港(以下、「成田」)は8番目にあります。ロンドン(ヒースロー空港、イギリス)、パリ(シャルル・ド・ゴール空港、フラ

ンス)、アムステルダム(スキポール空港、オランダ)、そしてフランクフルト(フランクフルト国際空港、ドイツ)とヨーロッパの空港が以前はトップの定位置を持っていましたが、徐々にアジアの空港がトップに顔を出してきています。仁川国際空港(韓国)は2003年に第10番目にランクされました、おそらく今後入ってくるだろうと思います。いずれにしても、アジア太平洋地域の伸びる需要を日本にどのように取り込むかというのが、極めて重要な戦略だということです。

日本の国内線は羽田空港の一人勝ち

これらを踏まえ、日本の国内旅客数の推移をみますと、資料3にお示しの通り平成14年には1億人くらいの利用がありました、残念ながら最近はそのような数字ではありません。その要因としては、日本航空株式会社(以下、「JAL」)の会社更生があり、またそれに伴う合理化で、全日本空輸株式会社(以下、「ANA」)も合理化をしたことがあります、もっと大きくみると、その背景に日本経済の低迷があります。直近でいうと、LCCの参入により、回復傾向にはあり、昨年度で約8,600万人となっています。

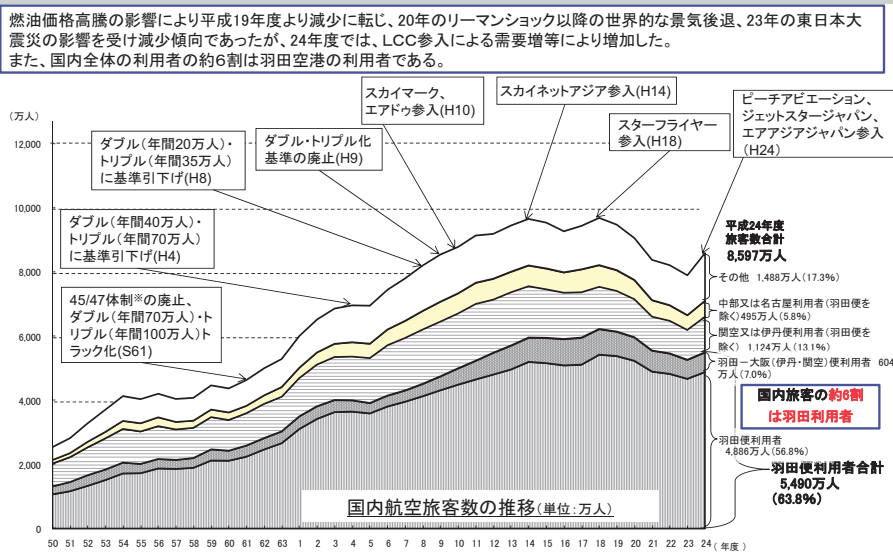
もともとは、わが国の国内航空の需要は、空港

施策とともに順調に伸びてまいりました。航空局で計画をつくるわけですが、計画をつくってもその都度、予想以上の需要の伸びをみせるというのが、その当時の状況でした。その背景には、一連の競争促進策があります。会社ごとに役割分担をしていたのを徐々に廃止し、相互に航空会社が競争する環境をつくってきました。その結果、1つは便数が増え、併せて運賃も規制緩和してきましたので、格段と安くなりました。安い運賃がさらに需要の増加をもたらしたというのが、この一連の流れです。さらに、当時、三大航空会社しかなかったのが、それに加え、スカイマーク、エアドゥなど新規の航空会社がさらに安い運賃で参入してきて、低運賃が需要を引っ張り上げてきたのがこの時期です。ただ、以後は、先ほど申し上げたように、経済の低迷および大手の航空会社の会社整理などにより、縮小傾向を示しましたが、今またLCCの参入でここまで需要を回復してきているということです。また、日本の航空需要で、この資料の一番下の薄い部分が羽田空港(以下、「羽田」)の航空需要です。国内旅客の約6割が羽田の利用者です。そして横線の部分が関西国際空港(以下、「関空」)および伊丹空港ということで関西の需要です。さらにこの黄色いところが中部国

資料3

国内航空旅客輸送の動向

国土交通省



際空港（以下、「セントレア」）および名古屋空港ということで中部の需要です。関西の人は、こういう状況を見て、二眼レフあるいは二大空港と言います、名古屋の人は、三大拠点空港とよく言うわけですが、空港の実力という点からは、東京の一人勝ちで、東京の人は、二大空港、三大拠点空港ということも言いません。東京が中心、これが日本の航空事情の本質だと思います。

日本全体としての空港容量確保に必要な 三大国際拠点空港

次に、国際旅客の動向です。成田の開港とともに、これは運賃がどうこうというよりも、世界的なグローバリズムの進展により伸びてきました。先ほども申し上げたように、航空局としては、自分たちの予測以上に需要が伸びていき、空港容量を需要に応じて整備することに手間取りました。首都圏の容量の拡大に追随できず、関西あるいは中部といった地方における国際空港の整備にも着手をしてきたというのが日本の国際空港の歴史です。一方で、国際空港ができると、そのエリアの住民が海外へ出かけるようになります。そういうこともあり、需要が増えてきました。一方、国際動向は経済状況に敏感に反応します。加えて航空産業というのは平和産業ですから、戦争あるいはテロに敏感で、その都度、需要が落ちることが顕著にあります。

また、国際旅客においても首都圏空港への集中度合いが高いことは同じですが、日本で国際空港と銘打っているのは、実質、この3空港（成田、関空、セントレア）ですから、国内需要よりは、関空あるいはセントレアへの国際需要の集積度合はやや高くなっています。その意味で、セントレアは3番目とはいえ、その他の地方空港と比べると中部地域の住民の利用がそれなりに高いということが言えます。したがって、地域として国際旅客をいかに獲得するのかということが極めて大事だと思います。

次に、成田、関空、セントレアそれぞれの航空ネットワークの比較です。

成田から見ていきますと、バランスがいいというか、品ぞろえが豊富です。これが成田という日本の玄関の特色です。都市数で89都市と結ばれ、週に1,400便強、旅客数は合計で3,000万人くらいです。それに対し、関空、セントレアはどうかというと、中国、韓国を中心にしてアジアに強い、見方を変えるとアジアに偏っているというのが現状です。都市数および旅客数でいうと、関空が50都市弱で約1,100万人、セントレアは関空の半分の26都市で約450万人です。しかし、セントレアは、名古屋圏あるいは中部圏の産業の強さが需要にも現れており、欧米関係のシェアが関空よりも大きいという特徴があります。できるだけ多様性を持たせるよう仕向けていくというのも大きな要素だと思います。（資料4）

“三男”の強さ（セントレアの優れた点）

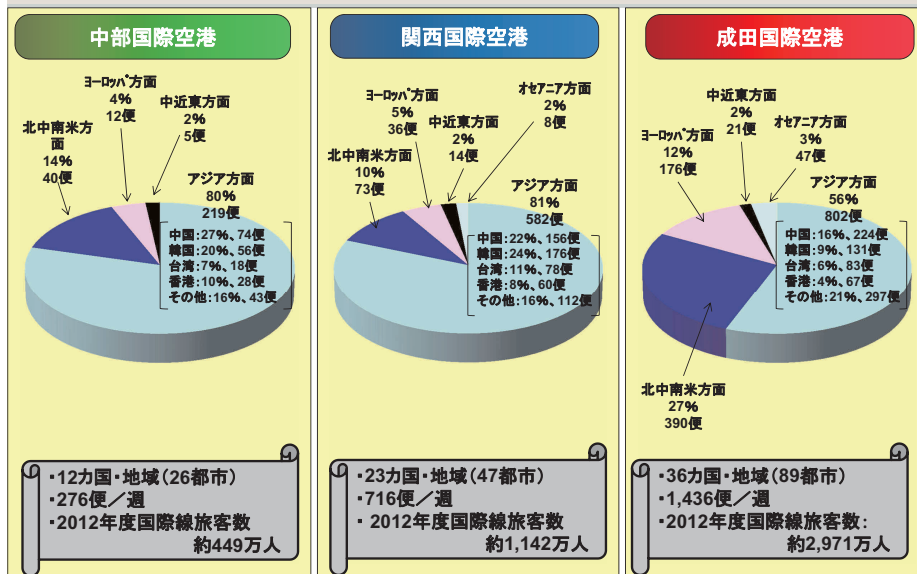
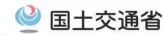
特徴を知るということは大事ですから、セントレアの優れた点をもう少しお話ししましょう。セントレアは、日本の空港の中で非航空関係の収入が一番高い空港です。成田、関空、セントレアをつくった順に長男、次男、三男というふうにと考えると、まず長男と次男が成し得なかったことを全て反省し、それを考慮してつくられたのが三男のセントレア。そういったことから、できた時点から有利な立場にあると言えます。

非航空系収入が上がるように、特に免税店だとかに力を入れられた結果、何と約6割が非航空系の収入となっています。加えて、成田は約3,000万人の旅客数で887億円の収入、1人当たり約3,000円に対してセントレアは約450万人で255億円、1人当たり約5,700円です。この数字からも、セントレアはとても頑張っているということが言えると思います。（資料5）

もう一つ言えば、セントレアは、鉄道の駅が地下に潜らないで平面にあります。当然、出発ロビーに行くのも便利で、大きな荷物を持っていても、カートなどでゴロゴロと引いて行ける。帰国の際も、入国してすぐに電車に乗れるという利点があります。成田も関空も、地下から大きな荷物を運

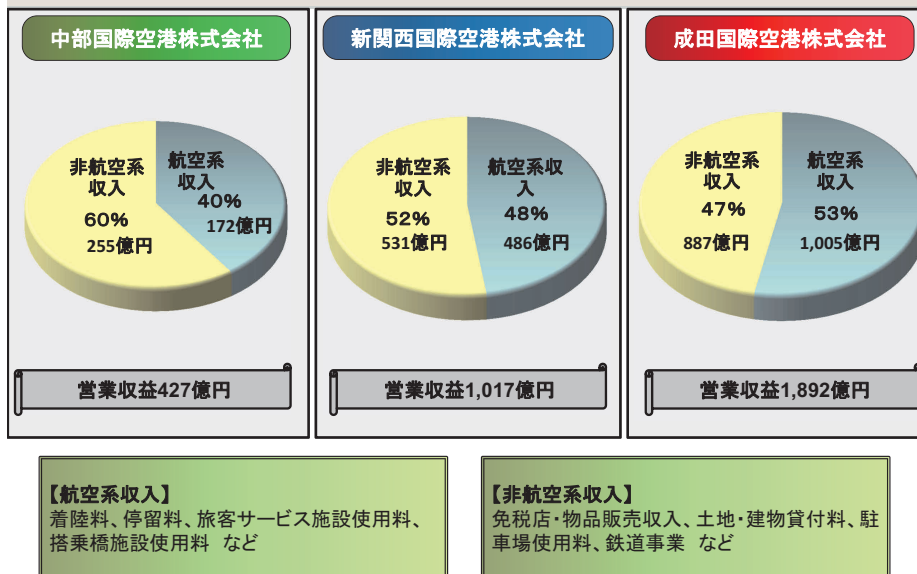
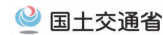
資料 4

中部・関西・成田の国際線旅客便ネットワークの比較(2013年冬ダイヤ)



資料 5

中部・関西・成田の航空系・非航空系収入の比較(2012年度連結決算)



ばないといけない。最近、新しくできる世界の国際空港は、全て平面の鉄道アクセスが整備されています。そういった点からも、セントレアが一番いいところを持って生まれてきたと言えると思います。

オープンスカイの意図するところ

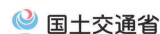
次に、オープンスカイ交渉の進捗についてお話ししたいと思います。当初は、航空権益の交換というのは二国間(政府)交渉により同じ便数だけ交換をしていました。オープンスカイは、需要が大

(※1) オープンスカイ

オープンスカイとは、いわゆる「空の自由化」のことで、参入可能な航空会社、路線および便数などにかかる制限を二国間で相互に撤廃すること。乗り入れ地点に関して制限なく自由に路線を設定することができるため、スピーディーかつフレキシブルな路線展開が可能に。国土交通省では、2010年から首都圏空港(成田・羽田)を含むオープンスカイを推進する交渉を開始。2014年2月21日現在、日本が首都圏空港を含むオープンスカイに合意した国、地域は27カ国。

資料 6

オープンスカイ交渉の進捗について



オープンスカイとは、企業数、路線及び便数に係る制限を二国間で相互に撤廃すること。

オープンスカイ推進の背景

- **海外の需要の取り込み**
アジアなど、海外の旺盛な経済成長を取り込むことで、我が国の持続的な経済発展に繋げていくことが必要。
- **世界的な航空自由化への対応**
本邦航空企業が、世界的な航空自由化に伴うアライアンス間競争の進展、コードシェアの多様化といった競争環境の変化に対応し、世界の航空企業に伍して競争を行うために、自由な経営判断による柔軟な運航を可能とする枠組みを作ることが必要。

オープンスカイ交渉の進捗状況

- **経済財政運営の基本方針2007** (平成19年6月19日 閣議決定)
平成19年当時、空港容量が逼迫していた**首都圏空港を除きオープンスカイを推進**。
➢ 首都圏空港を除く空港において、二国間輸送を自由化。
- **首都圏空港の容量拡大**
成田30万回化(平成22年10月地元合意済み)、羽田国際化(平成22年10月国際定期便就航)により、**首都圏空港の国際線発着容量が急速に拡大**。
- **首都圏空港を含めたオープンスカイの推進**
平成22年10月以降、首都圏空港の容量拡大を踏まえ、**首都圏空港を含めたオープンスカイを推進**。
➢ 成田空港について、二国間輸送を自由化。
➢ 首都圏空港を除く空港において、二国間輸送を自由化に加え、相手国で旅客・貨物を積み込み、第三国へ輸送(以遠輸送)を自由化。

オープンスカイ合意国 (平成25年10月時点)

26ヶ国・地域と合意
日本発着総旅客数における割合 9.4%

幅に伸びていく中で、同じ権益の配分ということにこだわらず、権益については自由に相手側に求めるというものです。

現状を申し上げますと、日本がオープンスカイを結んだ国、地域は資料6の通りですが、世界の主要国とオープンスカイを応用して、向こうが望めば、原則自由に路線を張ってもらえるようになります。なお、羽田空港については空港の容量制約がありますので、政府が調整することが残っていますが、日本も、何とか成田空港も含め、オープンスカイを実施できることへとこぎ着けることができました。先ほど申し上げたように、需要予測を見誤るといった航空行政の失敗で空港容量を確保できなかった結果が、しばらくの間、オープンスカイへと移行できなかった大きな要因ですから、本当にうれしく思っています。

オープンスカイのメリットというのは、端的に言えば「自由に飛ばすことができる」ということですが、それはすなわち、競争力をつけた航空会社が業績を伸ばすことができるということです。一方で、合意が遅れた会社は競争に負けることになります。日本の航空会社は、当然、世界の航空会社と張り合って実力をつけることが要求されます。

思い出話になりますが、2002年、私が航空事業課長だった時にJALから意見として出たのが、「権益の交換にあたっては、まず権益の希望を増やせば増やすほど外国の航空会社が日本の旅客を取りに来る。だからあまりたくさん権益を交換すると日本の国益に反するのですよ。」ということでした。一方、ANAは、路線をもっと展開したいという意向から、「自由にもっと飛べます。権益を拡大して交換しましょう。」と。それに対し、JALが「いやいや。」と。こういったやりとりがありました。これが国内線になると逆で、国際航空における権益のようなものはありませんが、空港の容量がある中で、羽田の発着枠を拡大しようとする、今度はANAがJALの意向に反論をするといったこともありました。そういった中で、航空局の大事な仕事は、JALとANAの間に入り、調整をするということでした。空港の容量が足りないばかりに、この様な業務を行政がやっていたということです。そういう業務をやらなくて済んでいれば、「日本の航空会社を世界に通用するようになるにはどうしたらいいか」という、もっともっと大事な仕事できたのに、何と虚しいことをやっていたのかと、振り返ってつくづく思います。そういったことから、日本としての一連の

空港の容量の拡大、特に成田の発着回数が年間30万回までに拡大可能となったことは極めて大事なことだと思えます。これは正しく成田空港株式会社の初代黒野匡彦社長が先頭に立って挑戦して実現した成果です。このように空港の容量の拡大とオープンスカイの実現が、われわれ、航空局にとってみても、必要な仕事がちゃんとできる環境になったということで、非常に喜ばしいことだと思うわけです。

3. セントレアのこれからへの視点

LCCを取り込む空港戦略で

ビジネスチャンスを開く

さて、今後ということですので、LCCへの期待が大きいことを先ほど申し上げました。日本でLCCというビジネスモデルがどこまで伸びるかというのは、私もまだ正直、半信半疑というところがあるのですが、LCC各社と空港は、今、非

資料 7

我が国LCC事業の概要

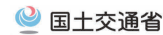


○ピーチアビエーションが平成24年3月から開空を拠点に運航開始し、5月には国際線にも参入。
 ○ジェットスター・ジャパンは平成24年7月3日から、エアアジア・ジャパンは平成24年8月1日から成田を拠点に運航開始。
 ○エアアジア・ジャパンは平成25年11月1日社名をパニラ・エアに変更し、12月20日から運航開始。
 ○平成25年12月17日春秋航空日本株が航空運送事業許可取得。平成26年5月から成田を拠点に運航開始予定。

会社名	ピーチアビエーション(株)	パニラ・エア(株)	ジェットスター・ジャパン(株)	春秋航空日本(株)
主要株主	・ANAホールディングス38.7% ・First Eastern -Aviation Holding Limited 33.3% ・産業革新機構 28.0%	・ANAホールディングス100%	・カンタスグループ 33.3% ・JAL 33.3% ・三菱商事16.7% ・東京センチュリリス16.7% ※比率は議決権ベース	・春秋航空股份有限公司 33.0% 他
拠点空港	関西国際空港、那覇空港	成田国際空港	成田国際空港	成田国際空港
使用機材	エアバスA320-200型機	エアバスA320-200型機	エアバスA320-200型機	ボーイング737-800型機
運航路線	(国内線) 関西＝札幌、福岡、長崎、鹿児島、那覇、仙台、新石垣、成田、新石垣、成田、 関西＝松山(2014年2月1日) (国際線) 関西＝仁川、香港、桃園、釜山、那覇＝桃園 関西＝高雄(2014年1月18日)	国内外のレジャー・リゾート路線へ12月20日から運航開始 (国内線) 成田＝那覇(2013年12月20日) 成田＝札幌(2014年1月29日) (国際線) 成田＝桃園(2013年12月20日) 成田＝仁川(2014年3月1日)	(国内線) 成田＝札幌、福岡、那覇、関西、大分、鹿児島、松山、高松 関西＝札幌、福岡、那覇、中部＝札幌、福岡、鹿児島 (国際線) 中国、韓国などの短距離国際線を予定	平成26年5月末運航開始予定 成田＝高松、広島、佐賀
事業形態の特徴	ANAから独立した事業運営	ANAの連結子会社。連携・調整が図られる事業運営	JALから独立した事業運営	春秋航空(中国)のネットワークを活かした事業運営

資料 8

中部国際空港の機能強化



○ 中部国際空港については、利便性の向上や需要開拓に積極的に取り組み、持続的な成長や空港機能強化のための施策を推進する。

今後の成長を取り込む新ターミナル等の整備

(※) 航空会社の動向等を見極め検討。
今後のLCCをはじめとする航空会社の動向等を注視して、新ターミナルの機能や規模、スケジュール、コンセプト等を見極めつつ、進めていくこととしている。

利便性の高い貨物ネットワークの再構築

国際貨物便の拠点化促進に向けた着陸料割引制度の拡充 (中部国際空港(株))

- 拠点化促進割引(新設) 最大3年間 80%割引
- 新規増量割引(継続) 増加重量分 80%割引

シエールによる航空機関連部品の輸送拠点機能の強化 (アジアNo.1航空宇宙産業クラスター形成特区に係る取組み)

- 海上輸送 (三菱重工、川崎重工、富士重工) 各工場から航空部品を海上輸送
- ceffair 中部国際空港
- 空港内における輸送・保管・積込 (中部国際空港(株))
- 海上輸送されたボーイング787部品を一括保管
- 特種ロケット専用輸送機(トール29-3)搭載
- ボーイング787の最終組立のため、ボーイング社(米)へ空輸

地域一体となった需要開拓と路線ネットワークの拡充

「昇龍道プロジェクト」の一層の推進 (昇龍道プロジェクト推進協議会)

【昇龍道プロジェクトの概要】
中部北陸9県の自治体、観光関係団体等が協働し、中部北陸圏の知名度向上を図り、主に中華圏からのインバウンドを推進。

【中部国際空港での受入環境整備】
・「昇龍道」観光交流館の開設
・「龍」のPR装飾の設置
・セントレアリズムの運行 等

フライ・セントレア・カーゴ事業 (中部国際空港利用促進協議会)

(地域・荷主・フォワーダーと一体となった利用促進活動)

支援対象

航空会社	フォワーダー	荷主
新規就航促進事業	フレーター利用促進プラン	切替促進プラン
航空会社支援事業	大型貨物輸送促進プラン	
	トラック共同輸送支援事業	

常に積極的にチャンスを開くビジネス展開をしていただいていると思います。特に最近は、成田がLCCに対応する投資を積極的にやっており、成田拠点のLCCがどんどん伸びているということがあります。セントレアも当然、LCCを積極的に取り込む戦略を練っておられると思いますが、LCCというのは、やはり非常に重要なキーワードだと思います。(資料7)

そういう環境の中で、セントレアの機能強化を現在、川上社長（中部国際空港株式会社代表取締役社長 川上 博氏）のもとで進めていただいていることと思いますが、いずれにしても、必要な投資をきちんとやっていくことだと思います。

貨物需要を取り込む戦略を“打ち続ける”

もう一つのポイントは貨物ですね。貨物需要というのは、本当に予測がしにくいと思うのですが、羽田の国際化の時に、国際貨物ターミナルもつきました。結果的に、現在は非常に苦戦しています。つくる時に私も航空局にいて、羽田の貨物をもっともっと伸びるだろうと思っていました。しかし蓋を開けてみると、考えていたような需要を取り込むまでまだいけていません。その要因としては、成田において今でも空港の南で物流基地が

どんどん設備投資されて増えていることが挙げられます。多少遠回りしても貨物は文句を言いませんから、成田が貨物の重要拠点として活躍する環境が整備され続けていることにより、そういった現象が起きているわけです。

セントレアにおいても、特に産業集積地である地域特性を生かして、ますます貨物需要を取り込む戦略を打ち続けていっていただきたいと思います。(資料8)

4. 「観光」による航空需要の創出

いまだ発展途上の訪日外国人による観光消費

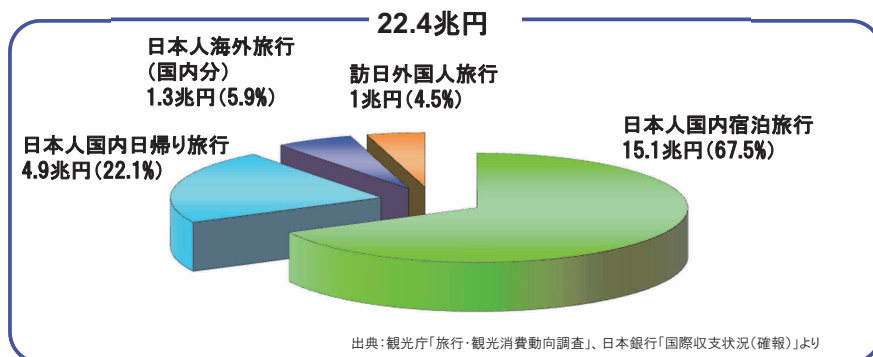
そして、今回、特に申し上げたかったのが、「観光」です。観光というのは、航空需要を新たに創出するものであり、これから伸びが期待される観光戦略をぜひ打ち出していきたいと思えます。

日本における観光消費としては、2011年度で22兆円強です。実はピーク時は27兆円ぐらいありました。経済の落ち込みで個人消費が減り、下がったわけですが、おそらく2013年度は少し回復し、23~24兆円となると思います。日本社会全体として、観光のパイを大きくすることを考えないとい

資料9

国内における旅行消費額(2011年)

国土交通省



我が国経済への貢献度(経済効果)

生産波及効果	46.4兆円	…5.1%(対国民経済計算 産出額)
付加価値誘発効果	23.7兆円	…5.0%(対名目GDP)
雇用誘発効果	397万人	…6.2%(対全国就業者数)

けません。

あとで少し詳しくお話しますが、訪日外国人の数が、長年目標としていた念願の1,000万人台になりました。しかし、22～23兆円の観光消費の中で、訪日外国人が日本で落とすのはたった1兆円しかなく、殆どは日本人による消費です。特に大きいのは、国内の宿泊旅行で、全体の3分の2になります。また頻度が多いことから、日帰り旅行も5分の1強で4.9兆円あります。また、日本人が海外旅行をするために国内で消費するお金、例えば旅行靴を買うといった消費。日本人はたくさん海外旅行へ行きますから、かなりの消費金額となるわけです。(資料9)

観光の消費金額というのは結構大きく、これを増やすにはどうしたらいいかということです。課題としては、若者の旅行離れがあります。昔、旅行というのは、掛かる費用の額は別にして、頻度としては20代が多かったのです。それが今、20代の女性の率は高いのですが、男性が旅行に行かないというのが顕著に表れています。草食系男子などと言われますが、観光にもそれが現れている感じがします。さらには、そういった若い世代があまり旅行しないまま結婚し、家族をつくってもおそらく家族旅行をしないだろうということで、若

者の旅行への関心の薄さが大きな問題となっています。観光庁もいろいろ布石を打っていますが、なかなかすぐに答えが出るものではありません。自動車業界の方とお話していても、20代の男性の購買意欲が低いと同じような懸念を持たれていました。

東京オリンピックまでに、 訪日外国人数2,000万人突破へ

また、先ほど少し触れましたが、2013年、訪日外国人の数が念願の1,000万人台に初めて達しました。訪日外国人数は2003年に521万人でしたが、その後増加傾向を見せ、もうすぐ1,000万人突破かというところまで来たところでリーマンショック(2008年9月)が起こって大きく落ち込み、さらに東日本大震災でまた落ち込むということがありました。それを乗り越え、これまで細々とやっていた外国人訪日キャンペーン(ビジット・ジャパン・キャンペーン)の予算をドンと増やしてもらった結果、2012年に再び増加基調となり、みるみるうちに成果が出たのです。

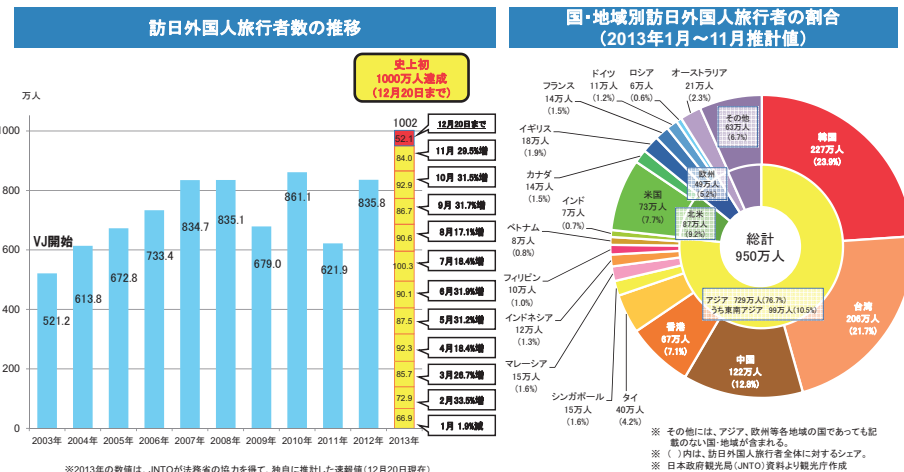
この訪日外国人数というのは、法務省の入国管理統計とは異なります。この前、法務省が発表した数字は1,100万人強だったと思います。それに

資料10

訪日外国人旅行者数1000万人の達成



○ 2013年の訪日外国人旅行者数は、12月20日までの累計で1002万人となり、史上初の年間訪日外国人旅行者数1000万人の政府目標を達成した。



対し、こちらの統計は、外国人旅行者数の統計にするために、日本政府観光局（JNTO）が加工をしており、日本に住んでいる外国人や各国エアラインの乗員なども除いた数字です。そういう加工をするのに10日ほどかかりますので、確定数字が出るのに半月ほどかかります。それらの結果、残念ながら1,000万人に達していなかったとなったらと成り行きが気がかりだったのですが、年末の10日前に余裕をもって達成でき、大変うれしい思いで年末を迎えられました。

では、1,000万人の中身を紹介すると、韓国が昔からトップです。そして一昨年までは中国が2番目で台湾が3番目でした。それが昨今の日中関係の影響を受けたのと、もともと日本に非常に好意的な台湾がさらに需要を伸ばしてくれたことにより、結果的に1位韓国、2位台湾、3位中国となっています。その次に位置する香港も、昔から60~70万人ぐらいあり、定位置といったところです。特筆すべきは、ビザの発給要件緩和により、タイが前年度比で倍近く伸びています。

もちろん、1,000万人の大台に乗ったからといって、それで安心してはいけませんから、2020年の東京オリンピックまでに2,000万人という目標を打ち出そうと検討をしています。そのためには、さらにいろいろな施策を講じていく必要があります。（資料10）

“日本ブランド”の発信をオールジャパン体制で

1つは、日本ブランドの発信ということです。日本は観光立国として自信を持っていいと思います。まず、ゴミが落ちていないすごくきれいな国であり、かつ安全で人もやさしい。訪日客の皆さんが、声を揃えて評価して帰られます。それをいかに効果的にPRするかということです。やはり、全省庁での取り組みとして強化をして、オールジャパン体制で拡大を図っていくということだと思います。例えば、和食がユネスコ無形文化遺産になりましたが、和菓子の美しさ、美味しさも世界へ訴えかけるのに十分なものです。こういった世界的に見ても優れているさまざまな日本の誇りを各

方面から積極的にPRをしていくことが非常に重要だと思います。

ビザ免除でタイからの訪日客が倍増

2つ目に、ビザの発給要件緩和です。特に2013年の夏からタイとマレーシアのビザを免除し、先ほどもお話したように、タイからの訪日客が倍増しました。ビザについてお話をしますと、ビザの発行は外務省の管轄です。世界各国にある在外大使館や領事館で、その人物の犯罪履歴を確認、日本に入国しても事件など起こさないかを見てハンコを押すのがビザです。これをあまり安易に緩和してもらっては困る、つまりビザをバンバン出すということに懸念を示しているのが法務省の入国管理局と警察です。外国から不用意に人がやってきて事件を起こすことにピリピリしています。ビザの緩和の歴史を振り返りますと、2000年のサッカーのワールドカップの時に、韓国と台湾のビザを免除しました。その後、中国に対して、団体に完全管理された行程であればビザを免除することから始めました。それでも、団体から一人逃げ、殺人まで起こしたということもあり、あまりビザ免除を安易に進め、国内犯罪の多発につながると、逆にこの動きも止まってしまうので、関係官庁とよく話をしながら、そういう状況にならないようにうまく進めたいと思っています。

Wi-Fiなどによる手軽な情報収集の拡充

3つ目に、環境整備があります。各国語の案内表記もこれにあたりますが、最近、力をいれているのは、無料の無線による観光案内です。Wi-Fiを広げるなどですね。パソコンやスマートフォンなどを持った外国人が、情報をたちどころに得ることができるようにしたいと考えています。

また、国際会議の推進のための環境整備もあります。現在もいろいろな試みがなされていますが、さらに幅広く進めていくことができるだろうと考えています。名古屋にも国際会議場がありますが、そういった場のさらなる環境の充実を進めていただけたらと思います。

免税対象を広げ、ショッピング目的の訪日を促す

そして4つ目に、免税への取り組みがあります。日本を訪問する目的は各国で違いがありますが、「日本に何を期待するか？」という問いに対し、1番に多いのは日本食への期待です。そして2番目がショッピングとなっています。しかしその一方で、日本では免税対象品が限定されているため、それをどのようにしていくかということが大きくあります。特に消耗品に関しては、自国へ持ち帰った後、本当に本人が消費するかどうかわからないということで、免税対象となることがなかなか難しかったのですが、今回の税制改正の中で関税局とよく相談をし、関税局としても、今の免税販売制度を規制緩和すると同時に手続きを簡素化したという動きもあり、両者の意向が融合して、消耗品、医薬品などが免税対象に追加されることとなりました。こういった形で、ショッピングのために日本に来るといった流れを促していきたいと思えます。

5. 終わりに

「交通政策基本法」の成立

最後に、「交通政策基本法」が2013年の秋の臨時国会で成立しましたので、その政策の紹介を簡単にさせていただきます。

交通政策基本法はやっと通りました。「やっ」という意味は、民主党政権になってすぐに交通基本法というものを出したのですが、その直後に参議院で民主党が過半数割れとなり、国会のねじれが生じました。そのねじれの中で、当時の野党である自民党の理解がなかなか得られず審議未了の法律案でした。それが自公政権になり、名称も交通政策基本法となり、併せて内容についても消費者の利益だけでなく、供給する側のスタンスや、あるいは防災の規定なども盛り込み、やっ関係者の合意を得て、通すことができました。交通に関する基本となる法律はこれまで全くありませんでしたので、この法律のもとで交通政策についての基本を方針として国が定め、さらに国会に毎年

報告するというので、そういった相互の連携の中で、あとは個別の法律、航空法もそのひとつですし、あるいは地域の交通を確保するための法律がこのあと交通政策基本法のもと位置づけられていくことになります。そういうことで、こういう法律ができたのだということをご理解いただければと思います。

「需要をつくる」議論をぜひ

本日は、直接航空に関する話は半分ほどで、その他のことについていろいろとお話しましたが、「需要をつくる」ということが極めて大事なことで、その中で観光が果たす役割は非常に大きいと思いますので、その点についてぜひ皆さんで議論していただく一助となればと思います。

御静聴ありがとうございました。

■ 基調講演

「中部の空～未来を語る」～ピンチをチャンスに～

全日本空輸株式会社上席執行役員名古屋支店長 小川 正人 氏



1. はじめに

小川でございます。私は中部国際空港（以下、「セントレア」）が開港した2005年に広報室長を務めておりましたので、当時の山本 峯生社長に随行して開港の記者会見に来たことが思い起こされます。その時、スターアライアンスの社長会が開かれ各方面から30人くらいの社長が集まったわけですが、素晴らしい空港ができたと話していたことをよく覚えています。

本日は、「中部地区と全日本空輸株式会社（以下、「ANA」）の関わり」から話を始め、私どもが行っているインバウンドの取り組み、そして未来のお話について、意見を申し上げたいと思います。

2. 中部地区とANAの関わり

設立発起人に中部財界人が多数

中部地区とANAの関わりとしては、大きく次の3つがあります。

まず1つ目に、設立発起人に中部財界の方々が多数おられるということです。ANAの歴史は、1952年に「日本ヘリコプター輸送」として立ち上

げたことに始まります。設立に至るまで、どう考えても儲からないだろうということで、お金が全く集まりませんでした。そこで、財界で設立発起人を集め、その方々の信用によってお金を集めようという作戦にしたわけです。その設立発起人16名中6名が中部の方々でした。千田 憲三さん（名古屋鉄道株式会社社長）、16代伊藤 次郎左衛門さん（名古屋商工会議所会頭、株式会社松坂屋元社長）、2代神野 金之助さん（名古屋鉄道株式会社社長）、岡野 保次郎さん（三菱重工業株式会社社長）、桑原 幹根さん（愛知県知事）、佐々部 晩穂さん（中部日本放送株式会社社長）というそうそうたるメンバーが応じてくださいました。そして、その3年後の1955年に極東航空株式会社と合併し、全日本空輸株式会社となり、東京一名古屋一大阪線が就航し、まさに設立時から非常にゆかりの深い地域です。

その後、歴史を重ね、2012年には60周年を迎え、現在では230機（2013年3月現在）の航空機を持ち、年間旅客数も4,200万人を超える世界トップクラスの航空会社に成長することができました。私が入社した時から考えると3倍です。旅客数の変遷を見ると、やはりリーマンショックの影響というのはすごかったのだなということを実感しま

お断り：文中に「パワーポイント資料」という記載がありますが、「ANAが講演に使用した資料は、公的機関が对外発表している資料とANAの社内データをもとに、当該講演のためだけに作成した資料であり、ANAのホームページ等をはじめとしたANAが对外発表していないデータ等も含まれているため資料の記事掲載を控えている。」との申し出がありましたので、講演時のパワーポイントは掲載を控えました。

すが、それを除けば、本当に順調に伸びてきたと言えると思います。

約35%を中部の企業が担当する

「最新鋭B787」のローンチカスタマーとして

2つ目に、ANAのこれからの運航を支える航空機として55機発注している新世代機「ボーイング787」は、その機体の主翼や胴体など約35%がこの中部で生産されています。まさにメイドオブ中部、マザーカントリーということで皆様方の飛行機です。ANAは、このローンチカスタマー^(※2)です。

ここで簡単にB787の特徴を紹介します。まず「安全性」、特に「見やすさ」が抜群で、例えば、従来6枚に分かれていたコックピット・ウインドウは1枚の窓の大型化が図られ、4枚になっており、非常に見やすくなっています。

次に「経済性」、東レ株式会社が独自開発した軽量かつ高剛性の「炭素繊維複合材」を機体の50%に採用し約20%の燃費改善を実現。また炭素繊維複合材は鳥のような理想的な翼の形状にすることができるため、少ない燃料消費でマッハ0.85の巡航速度を実現しています。

また「快適性」にも優れています。航空機内での楽しみのひとつが航空機の窓から見える景色だと思います。B767でもかなり窓が大きくなったと思っていましたが、B787では、面積ですらにその1.3倍になり、縦方向には8cmも拡大しています。これには私自身もとても楽しみにしています。快適な湿度を確保することへの配慮もされています。湿度を確保すると肌寒くなることなどから、これまで数%に抑えられていたのが、十数%まで加湿が可能になり、お肌もカサカサになりません。快適性を大きく左右する気圧についても、高度6,000フィート（従来機8,000フィート）に保

つことができ、快適に感じます。また、のこぎりの歯のような形状の高性能エンジンにより、離着陸時の地上への騒音の範囲は、何と従来の同程度機に比べ半減しています。当然、機内での振動による騒音も低減しています。

内部ですが、機内の幅は、B767に比べ約80cm広がっており、客室内はLED照明が採用されています。そして「航続性」は、中型機クラスではかつてない長距離航続性を誇ります。このようなB787ですが、私が2011年に名古屋支店長に就任した直後に、テスト機による披露イベントをセントレアで行いました。これに5万人を超える来場者があり、皆さま様に「すごい！」とびっくりされていたことが非常に印象深く残っています。当然、記者からも「いつ就航するのか？」と詰め寄られ、あまりの皆さんの期待に、苦し紛れに「一兩年中には必ず参ります。」と申し上げてしまいました。結果は、2012年の11月に1週間だけ飛ばすことができ、何とか公約を達成。皆様に本当に好評で、90%以上の搭乗率をいただきました。2014年の2月末日～3月末日まで沖縄へ飛びます。是非ご搭乗ください。

国内初ジェット旅客機「MRJ」の

ローンチカスタマーとして

そして、中部とANAの3つ目の大きな関わりが「MRJ」です。ご存じのように日本が独自開発している旅客機で、まさにこの名古屋でつくられています。ANAは、このローンチカスタマーでもあります。

MRJは、リージョナル機^(※3)としては、初めて主翼・尾翼に複合材を本格採用した航空機です。他にもさまざまな新技術が導入されており、エンジンもGTF^(※4)という本当に新しいもので、非常に期待の高い航空機です。いよいよ今年2014年に初飛

(※2) ローンチカスタマー：新たな航空機を製造する際に、航空機メーカーに対して、生産に踏み切るのに十分な規模の発注を行い、実際に製造計画を立ち上げるための後ろ盾となる顧客のこと。

(※3) リージョナル機：「リージョナル」は「地域」の意味で、主に国内線など近距離を結ぶ小型ジェット旅客機。

(※4) GTF：米P&Wの新ジェットエンジン「PW1200G」は、P&W社の技術「Geared Turbofan (GTF)」を採用して、低圧タービンを高速回転させて最適な効率を得る一方、ファンを低速で回転させて騒音低減を実現したエンジン。15%以上の燃費向上が期待されている。

行するというを伺っています。ANAでは、セントレアを基地とした展開を視野に25機を発注しています。

2. 中部の航空概況

2005年の開港時がピーク

では、中部の航空概況はどうなっているかについて。

2005年の開港時が、愛知万博もあったこともあり、利用状況としてはこれまでの中のピークでした。その後、リーマンショック、鳥インフルエンザ、日本航空株式会社（以下、「JAL」）の会社更生法による整理などがあり、2011年が底でした。そこから2012年は、我々も需要喚起に一生懸命に努め、セントレア開港以来はじめて経営黒字を達成。2013年はLCCなどの就航もあって回復傾向が続いています。

「生産労働人口の減少率が少ない」という

中部のポテンシャルを生かす方策を

国内線需要を見ると、セントレアはやはり新幹線との競争が大きくあり、新幹線もどんどん速くなっていますので、名古屋―福岡間において、航空シェアが4割程度まで縮小しています。一方、良い点としては、生産労働人口の減少は続いています。愛知県の減少率は東京に次いで小さいため、ポテンシャルはあり、取り組み次第で上げていけるのではないかと思います。そして、セントレアからの国内線は、ANAグループが全体の約8割を占めており、国内線ネットワークは17路線で毎日56便運行（2013年4月現在）しています。いうなれば、ANAはセントレアと運命共同体でやっていると言えます。

集積の力

ご覧いただいているパワーポイント資料は、中部の航空概況～国内線～の集計表です、セントレアと名古屋空港を合わせた数字です。このグラフからもわかるように「集積の力」というのは非常

に大きいのです。セントレアと名古屋空港の2つの空港に分けて就航するよりは、ひとつところに集積しネットワークを張る方が力を発揮します。

3. 全国との比較における中部の空港

セントレアの実力

では、先ほどの武藤国土交通省大臣官房長のお話とかぶりますが、全国との比較における中部の航空状況はどうかを簡単にお話します。

国内線は、首都圏（羽田空港（以下、「羽田」）＋成田国際空港（以下、「成田」））の約6,000万人に対し、その10分の1弱、関西圏（関西国際空港（以下、「関空」）＋伊丹空港）と比べると3分の1、がセントレアの実力です。

国際線は、首都圏に対し10分の1強、関西圏に対し3分の1強ということで、若干、国内線よりは地域の実力が発揮されていると言えますが、割合としてはほぼ同程度です。

その中で、セントレアの特徴として注目すべきが、乗り継ぎ旅客の動向です。日本全体での国際線乗り継ぎ需要は約322万人ですが、乗り継ぎシェア（各空港の国際線利用者に占める乗り継ぎ客の割合）に関しては、セントレア（3～5%）が関空（2%）より高いのです。この要因としては、デルタ航空の「マニラーセントレアーデトロイト」便があることで、この需要が約7割を占めます。こういう路線があることは重要だと思います。

4. インバウンドへの各種取り組み

昇龍道プロジェクトへの積極的な関わり

次に、ANAのインバウンドの取り組みについてご紹介します。

先ほど武藤さんも熱く語られたように、需要喚起が非常に重要です。これに対して、ANAは非常に協力的に進めております。

中部という地域は、その地理的特性もあり、ここから外へ出ていく人は多いのですが、ここへ来てくれる人は少ないのです。これは国内も国際も

同じです。ですから搭乗率が上がらない。

そこでまずは、中部全体で一生懸命に取り組んでおられる「昇龍道プロジェクト」への具体的な取り組みを進めています。ANAは、これまでお話ししてきたように中部地区との関係が深い航空会社であり、かつ中部地区からの最大のネットワーク（航空路線）をもつ航空会社です。ですから、「ANAが先頭に立ち、各自治体や旅行会社および空港と地域団体との連携を図り、『昇龍道ブランド』の向上と中部地域の認知度向上による需要の喚起、さらに中部商品への造成環境の強化に取り組み、送客拡大を目指す」というのが、当社の昇龍道プロジェクトへの取り組み方針です。

すでに、具体的に動いています。初年度の2012年は、次の4つに取り組みました。中部地域の観光資源として、歴史好きにはたまらないのが三英傑（信長・秀吉・家康）絡みです。そこで、元NHKの松平定知さんの協力を得てANA歴史ツアー「松平定知氏講演付中部ツアー」を開催しました。おかげさまで好評を博し、全国から多くの参加をいただきました。また、ANAが応援しているアーティストに二胡奏者の張濱（チャンビン）さんがおられます。彼のコンサートを中国で開催し、向こうで昇龍道をPRする活動を行いました。これも非常に好評でした。この2つは、「ANA協賛事業（イベント）によるPR活動」として取り組んだものです。

また、残りの2つは、「ANAの強みを生かした販促活動」としての取り組みで、その1つは、中部国際空港利用促進協議会からの援助も受け実施した「国内就航先への昇龍道ブランドの売り込みと商品展開」です。北海道や九州の新聞に中部地域の旅行商品を掲載する際に昇龍道のロゴを必ず掲載した商品を「国内昇龍道商品」と位置付け販売するという取り組みです。これは現在も継続して行っています。もう1つは、「自社媒体を活用した昇龍道ブランドの露出・広告展開」です。具体的には、8月号の機内誌（国内線『翼の王国』、

国際線『WINGSPAN』）に昇龍道プロモーション広告を掲載しました。8月を選んだのは、年間で最も利用者の多い月であり、かつ国内外の老若男女の幅広い利用が見込めるため、最大露出効果が狙えるという意図からです。昇龍道というのは、その一つひとつの観光資源も大変魅力的ですが、「面で売る」、つまり周遊してもらおうということがプロジェクトの大きな目的で、これを「昇龍道ブランド」として海外に売っていくという点で大変良い取り組みだと思しますので、ぜひその推進の一翼を担いたいと考えております。

「COOL JAPAN」におけるANAの取り組み

インバウンドへのANAの取り組みの2つ目として、まさに今、世界中で飛び交っているキーワード「COOL JAPAN^(※5)（クールジャパン）」における取り組みがあります。

これは今まさに進行中の取り組みで、2013年の12月からANAラウンジでスタートさせたのが、「国酒」特設エリアの展開です。日本の地域の価値を発信していこうというもので、第一弾としては岐阜県のお酒を置いています。岐阜のお酒をズラリと並べ、飲み放題になっています。大変好評で、1日あたり3升も出るそうです。

「国酒」をフックとした

昇龍道プロジェクトへの提案

こういったことと連動して、国酒をフックとした昇龍道プロジェクトを提案しました。

ヒントを得たのは、昨年、一般社団法人中部経済連合会（以下、「中経連」）のまちづくり委員会でヨーロッパを訪問した時です。フランスのアルザス地方も訪れましたが、ここは中世の面影を残す独特の美しい街並みを持つ地域であるとともに、ブルゴーニュ、ボルドーと並ぶフランスワインの名産地です。ワインの醸造所が点在するアルザスワイン街道があり、ワインツアーが観光の目玉にもなっています。これにヒントを得たわけでは

(※5) COOL JAPAN（クールジャパン）：日本のファッションやアニメ、ゲーム、料理など、日本人が当たり前と思っている日本のさまざまな文化が、外国の人たちにとって格好のいいモノとして受け入れられ流行している現象や、それらのコンテンツを指すキーワード。

岐阜県酒造組合連合会 (<http://www.gifu-sake.or.jp/index.html>) の蔵元を紹介するパンフレットですが、岐阜には40数カ所の酒蔵があります。残念ながら現在はこれを街道として打ち出してはいません。そこで、アルザスワイン街道のようにひとつの街道として売り出そうではないかと。具体的には、中部地区での日本酒街道を選定し、アルザスワイン街道と提携し姉妹街道としてブランディング化しよう。そしてフランスでの宣伝だけでなく、アジア地区でのPRに活用しようという取り組みです。この取り組みは新聞などでも取り上げられました。先ほども申し上げた昇龍道という“面”を売り込むためのひとつの方策として効果的ではないかと考えています。

「器」をフックとした昇龍道プロジェクトへの提案

また、もう1つ、「器」をフックとした昇龍道プロジェクトへの提案があります。中経連の三田敏雄会長に国酒をフックとした取り組みのご報告に伺いましたら、「それはいいことだ」とおっしゃったあとに、「中部というのは陶磁器や漆器など器の産地がいくつもある地域でもある。これもぜひ売り出してほしい。」という提案を受けまして考えたものです。

中部9県には、下記に示すように、実にさまざまな陶磁器、漆器、枡などの産地があります。それを地図に色つけて塗ると、中部圏に広範なゾーンができますので、「器」というフックでも大いにPRしていくことができるのではないかと思います。

具体的には、例えば、中部地区の陶磁器、漆器、枡を選定し街道をネーミングする。そしてウェッジウッドやマイセンなどと提携しながら、先ほどの国酒と同じように、それぞれの場所での宣伝だけでなくアジア地区でのPRに活用する。さらには、日本酒と器を組合せて訪日外国人にアピールするといったことが考えられるのではないかと思います。これはまだ途に就いたばかりといいますか、調べたばかりのもので、こういうのもひとつとして考えられるのではないかと留めていただければと思います。

訪日外国人旅行者数2,000万人、3,000万人を目指して

先ほど武藤さんからもお話がありましたように、2013年ようやく訪日外国人旅行者数が1,000万人を突破しました。本当にうれしいことだと思っております。1,000万人目のお客様は、ANA954便でバンコクからご到着された方で、ANAではこれを記念しまして、1,000万人目の外国人旅行者の方をお迎えする記念セレモニーを成田空港にて開催しました。さらに、2,000万人、3,000万人目の訪日客をお迎えできるよう、今お話したようなインバウンドへの各種取り組みを今後さらに積極的に進めていきたいと考えています。

4. 中部の空の未来を語る

セントレア利用者2,100万人計画

では、これまでお話してきたように、需要を創出するということを踏まえ、中部の空の未来につ

愛知県：常滑焼、犬山焼、瀬戸染付焼、赤津焼

岐阜県：美濃焼、大垣の枡、波草焼、小糸焼、山田焼、飛騨春慶塗

三重県：伊賀焼、桑名萬古焼、四日市萬古焼、阿漕焼、松坂萬古焼、伊勢春慶、尾鷲わっぱ、御浜焼

静岡県：賤機焼、志戸呂焼、森山焼

長野県：松代焼、木曾漆器、曲物、木曾材木工芸品、南木曾ろくろ細工、高遠焼、尾林焼、天竜峡焼

富山県：高岡漆器、高岡銅器、小杉焼、三助焼、庄川挽物木地、越中瀬戸焼

石川県：輪島塗、珠洲焼、金沢漆器、大樋焼、金沢箔、山中漆器

福井県：越前漆器、越前焼、若狭塗

滋賀県：信楽焼、近江下田焼、膳所焼

いて、私なりの考えをお話させていただきます。

私は「セントレア利用者2,100万人計画」というものを考えております。このくらいはいけると思っています。現在のセントレアの利用者は、やはり中部圏のお客様がほとんどです。2,100万人計画においては、まず、この中部圏のお客様をしっかりと捉えて700万人、そしてインバウンドのお客様が700万人、さらに何といても乗り継ぎのお客様を中部に呼び込むのが一番の生きる道ではないかと考えており、これが700万人という計算です。

首都圏空港の国際線発着枠拡大

ただ、航空を取り巻く社会経済の環境は厳しく、総人口はじわじわと減り、高齢化が否応なく現実として襲ってきます。そういった中では、やはり集積の力を発揮する必要があります。関西は、3つ（関空、伊丹、神戸）に分かれたため、航空の集積ができず、相互に足を引っ張り合っているところがあります。

そして2014年度は羽田の国際化がさらに進みます。具体的には、2013年度と比較して昼間が3万回増加して深夜と合わせると9万回になります。日本国としては、韓国の仁川空港に勝つチャンスとして、非常に喜ばしいことですが、中部にとってみれば、成田の国際線発着枠拡大とともに、さらにライバルが機能を備えたということにもなります。

羽田が国際線発着枠を拡大した時ですが、ヨーロッパではロンドン、パリ、フランクフルト、マドリード、アジアではバンコク、シンガポール、ハノイ、ジャカルタ、マニラ、香港、台北、ソウル、北京、上海、そして北米ではバンクーバー、ロサンゼルス、ホノルルといったところと結ばれます。そして、私どもANAが26便、JALも20便、合わせて46便が毎日飛びますから、週として考え

ると、大変な便数が羽田で設定されることとなります。

首都圏のデュアルハブモデルの構築

また、首都圏のデュアルハブ^(※6)モデルの構築について。私どもANAとスターアライアンスの各航空会社で、成田に「16時のバンク」^(※7)というのをつくっております。それがこの4月から、羽田では午前中にヨーロッパやアジアに出発便が集中します。フライトの時間帯に各地から国内のローカル線が来て、これが見事につながっていきます。成田は、この16時の枠が残っており、15時に欧米から着いた飛行機が、一斉にアジアに出ていく。またその逆にもなっています。北米から、アジアからのお客様をここに200万人以上集めているわけです。

では、こういった中で、中部についてはどう動けばいいのか。私は、フランクフルト空港とミュンヘン空港のような共存のあり方がひとつにはあると思っています。確かに羽田は大きくなり、国際線と国内線を合わせた集積力を発揮できる空港になりましたが、大きな空港になったがゆえに道に迷うなんていうことも出てきて、乗り換えの利便性に難が出てきます。そういった点では、小回りの利く、乗り換えの利便性に非常に優れたセントレアの出番は十分あると思います。そこをいろいろと工夫していただきたいと思います。

空港と航空会社の一体化モデル

空港間競争ということ言うと、着陸料の問題も大きく影響してきます。例えば、仁川空港の着陸料は日本の空港の約3分の1で、仮に大変優秀な営業マンであったとしても、ベンツの3倍の値段でクラウンを売れますかということです。マーケティングの常識から言うと、料金というのはマッチングが原則です。

(※6) 首都圏デュアルハブ：ANAが取り組む政策で、成田と羽田両方の空港を旅の拠点として上手に使いこなすという考え方。羽田では「羽田最大の国際線ネットワーク」を生かし、高単価なビジネス客と国内線接続需要をターゲットに主要地点へ路線を展開。一方、成田では2015年度の発着枠拡大後に新規地点を中心に路線を展開し、首都圏需要に加えて、アジアと北米を結ぶグローバル需要の獲得を目指す。

(※7) 16時のバンク：最終目的地へ乗り継ぎ便を利用する乗客の利便性に配慮して、各方面からの到着便と出発便が16時前後の時間帯に集中させて構成されたダイヤ編成。

しかも、仁川空港が大方の世界のお客様を集めていると言われ、対抗するにはマッチングしかありません。例えばアクアラインは、開通当時4,000円で設定されていた時はほとんど利用者がありませんでした。それを800円にしたところ、渋滞で困るといほどの活況が出たわけです。それにより大型のショッピングモールができたり、さまざまな波及効果が生まれました。名古屋では楽市楽座で賑わっており、中部でもいろいろな障害があるかもしれませんが、着陸料とさまざまな施設使用料を軽減させ、「空港と航空会社の一体化モデル」をつくり上げて、仁川空港などに対抗していくことが鍵を握ると思います。

ここでもう一度、アジア圏における現在の国際線旅客需要を整理しますと、日本は4,806万人ですが、セントレア、関空、羽田、成田と4つの空港が主要国際空港として機能しています。韓国は仁川空港が3,543万人を担っています。シンガポールのチャンギ空港は4,523万人などとなっています。タイのスワンナプーム空港は3,543万人です。セントレアが地政学的に非常に有利だと思うのは、アメリカが太平洋をまたいで対岸にありますから、タイなどからアメリカへ行くのに必ず中部のあたりを通るわけです。ですから乗り換え需要を取り込むことは十分できると思います。セントレアの最大のライバルは羽田であり成田であり、仁川空港です。仁川空港の需要をセントレアに持って来ることができれば、国益にも大きく貢献しますから、これを最大の目標にしていきたいと思っています。

航空における中部モデルの確立

では、そういったことも踏まえて、「航空における中部モデル」を考えたいと思います。

世界の航空需要予測は、武藤さんからもお話があったように、アジア太平洋がものすごく伸びています。この成長余地は非常に大きく、これを乗り継ぎで取り込んでいかなければいけない。

そこでひとつのモデルとしてお話したいのが、フィンランドのヘルシンキ・ヴァンター国際空港

とフィンランド航空のモデルです。フィンランド航空はヘルシンキ・ヴァンター国際空港に45機の航空機を集めて運行しています。これがセントレアのひとつの生きる道なのではないかと思います。ほとんどアジアとヘルシンキで一度降りて、ヨーロッパの各都市を結ぶというビジネスモデルでやっています。ヘルシンキ・ヴァンター国際空港は45機ですから、割と時間が掛からず便利です。形状がセントレアの国際線と国内線の配置と似ており、こちらが国際線、こちらがヨーロッパ域内というように、乗り継ぎが容易にできるという便利さがあります。そしてフィンランド航空は、成田、セントレア、関空の3空港ともに就航するなど、ハブ&スポークの戦略をしっかりと持っています。こういうモデルをセントレアでできれば、十分勝負ができるのではないかと思います。

ハブ&スポークに関してはすでに皆さんご存知かと思いますが、1950年代にアメリカン航空のボムクランドールがつくったもので、コンピュータ・リザベーションシステム、マイレージなどの考え方なども生み出し、いまだにその原則は同じです。

例えば、ここがセントレアとしますと、10路線をやります。今のANAと同じで、10路線分の効果しかありません。これをハブにすると、こちら側がアジア、こちら側をアメリカとすると、この1ヵ所から5地点にさらに行けるわけです。ここも5地点、ここも5地点行きますから、25路線あるのと同じ効果があるわけです。そうすると10路線に加えて25路線ですから35路線の効果があります。

バンクをどうやってつくっていくかが重要で、フランクフルト国際空港、ロンドン・ヒースロー空港、スキポール空港、またシャルル・ドゴール空港などヨーロッパの大きな空港の中にあって、ミュンヘン国際空港やヘルシンキ・ヴァンター国際空港が健闘しているわけです。こういう大きな流れがあるので、こういう生き方をやっていけば十分勝負できるというのが私の考えです。

バンク構造の例を紹介しましょう。ハブ空港にとって重要な要素は、到着便・出発便の山にメリ

ハリがあり、シャープなバンク構造になっていること、数多くのルートの組み合わせを短い乗り継ぎ時間で実現、世界地図上でみた空港（位置）の地理的優位性です。

理想的なのがミュンヘン国際空港です。「フランクフルト国際空港は大きすぎて迷うけれど、ミュンヘン国際空港は乗り継ぎが便利」という声がよく聞かれますが、ミュンヘン国際空港には4つもバンクがあります。バルセロナやイタリアに行くのにもとても便利です。

アジア-太平洋に「木曾三川」をつくる

こういったことで、最後に簡単にまとめますと、セントレアが生き残るためにいろいろな方策があると思います。キーポイントとしては、1つ目に、成田や羽田との差別化を図らないといけない。同じでは勝てないかもしれない。そして2つ目。ターゲットとするのはアジア-太平洋の旅客。中部は非常に大きなものづくりの集積地ですから、ビジネス需要があります。ものづくりに関わる人たちが世界中に行っています。それだけでは需要が不足しているので、大きなアジアの需要を取り込む。3つ目として、海外の成長力を取り込むインバウンドの強化。国際線だけでなく乗り継ぎ可能な国内ルートもたくさんつくっておけば、札幌に行きたいという需要に対して、そのゲートウェイとして乗り継ぎしやすいセントレアを使ってもらうことができます。

セントレアの武器は、完全な24時間運用空港であること、乗り継ぎに最適という空港機能の利便性の高さ、さらに日本の真ん中で、アジア-太平洋の真ん中にあり非常に場所がいい。私は十分戦っていけると 생각합니다。

わかりやすくご説明すると、今のアジア-太平洋の主要な航空の流れには、アジアから仁川を経由してアメリカへに行くという大きな流れ、もう1つ小さな流れとして成田を経由していくものがある。中部には揖斐川・長良川・木曾川という木曾三川と呼ばれる大きな川の流れ3つありますが、これで例えると、今は木曾三川ではなく、木曾二

川です。これを、アジアからセントレアに来て太平洋へ飛んで行くという流れをもう1つつくり、木曾三川にする。これが非常に大きなポイントではないかと私は考えています。

では、中部の未来の空への提言ということで、本日の話を終わらせていただきます。ご静聴ありがとうございました。

中部圏のさらなる航空需要育成、中部の航空・空港がわが国のこれからの国土づくりに果たすべき役割と位置づけ

■鼎談

モデレーター：岐阜大学名誉教授

公益財団法人中部圏社会経済研究所研究顧問 竹内 伝史 氏

パネリスト：国土交通省大臣官房長 武藤 浩 氏

全日本空輸株式会社上席執行役員名古屋支店長 小川 正人 氏

中部国際空港株式会社代表取締役社長 川上 博 氏



1. 中部圏のさらなる 航空需要育成のために

浮き彫りになってきた中部国際空港の課題



竹内 本日はテーマを2つ用意させていただきました。1つ目は、「中部地域の航空需要育成のために」、2つ目は「中部の航空・空港がわが国のこれからの航空ネットワークづくりに果たすべき役割と位置づけについて」です。

まず、主題の1の中部圏のさらなる航空需要育成のために、どういうことを考え、どういう施策を展開していくべきかについて。これについては、公益財団法人中部圏社会経済研究所（以下、「中部社研」）で学識者により組織された研究会においても、ここ数年、調査、研究を進めております。

その中でわかってきたことを1つ申し上げると、中部圏の航空需要は、ひとつの大きな空港を維持していくというか、空港を必要とする航空需要量という点について言えば、十分とはいわないまでも一定の量はあるということです。もちろん、もっともって育てていかなければいけないわけですが、今、抱えている問題点は、需要量全体というよりも、中部圏域内の航空需要であるにも関わらず、中部国際空港（以下、「セントレア」）を使っていないことが多々あることです。アクセス面を時間とコストの両面で考えてセントレアを使っていたのが一番有利なはずなのに、成田国際空港（以下、「成田」）あるいは関西国際空港（以下、「関空」）を利用しているというケースがあります。なぜ、そういうことが起きているのか。それをどうしたら、一番有利なセントレアを使っていただけになるのか。このあたりが大きな問題です。

もう1つは、航空旅客にとって、いわゆるインバウンドの旅客（外国人の訪日客）とアウトバウンドの旅客（日本人の出国客）との航空需要の関係が非常にアンバランスだということです。インバウンド、つまり外から入ってくる人が非常に少ないのです。セントレアの場合、特にそれが顕著です。インバウンドを増やすためにどうすればいいのか。これに取り組んでいるのが「昇龍道プロジェクト」ですが、さらにどういうことを考えればよいのか。このあたりのお話をいただきたいと思えます。

誘い水となる“具体的な方策”を打ち出す

竹内 では、まずは武藤さんからお願いいたします。



武藤 先ほどの小川さんの基調講演の中でセントレアの需要の変化を紹介され、開港初年度が愛知万博の影響や開港御祝儀という面の需要があり、結果的にこれまでもっとも利用者数が多かったというお話がありました。その後、じわりじわりと下がってきている状況は、私も如実に感じ、これは大変なことだなと思っています。では、需要を増やすにはどうするか。

先ほどの基調講演で、小川さんからは具体的な提案がありました。フィンランド航空（以下、「FINNAIR」）とヘルシンキ・ヴァンター国際空港のモデルのような散弾銃のようなハブ空港にしてはどうかという。まず、こういったように具体的にどうすべきかを考えるのが一番の近道なのではないかと思えます。

私自身、ヘルシンキに友人がおり、FINNAIRを使ったことがあるのですが、日本から9時間ほどで行けます。そこから2時間ぐらいの間にヨーロッパ各地へスッと行けるといったことがセントレアでできればいいなと思います。まず、具体的にはアライアンスの1グループのみにだけ来てもらうとか、そういう提案があると面白いと思うの

ですが、いかがでしょうか？



川上 セントレアは、かつては外国人の旅客比率が20%強でした。現在、円安ということもあり、また地元で頑張っていただいている

昇龍道プロジェクトも効果があり、最近では28.9%のところまで比率が上がってきています。その外国人の内訳としては、中心は昇龍道プロジェクトの影響ということもあってアジアからです。成長する東アジアや、東南アジアに注力を傾けることは大切なことだと考えております。

先ほど竹内先生から課題として出された、中部圏内の旅客でありながら成田あるいは関空を利用するという需要の流出を食い止めるためにも、まずは東アジアあるいは東南アジアとのネットワークを確保する、直行便を飛ばしていただくということが一番重要だと思っています。南へ行くのに、反対方向の成田や羽田空港（以下、「羽田」）へ行くというのは時間の無駄だと思いますし、直行便さえ飛ばすことができれば利用頻度は高まると思います。

併せて、トランジットの需要創出を踏まえても、まずは東、東南アジアとのネットワークを太くすることで、その将来への可能性も出てくると思います。

こういったことを大前提として、FINNAIRのお話に戻りますと、ヨーロッパからのインバウンド促進策として、FINNAIRと協同マーケティングをしております。実際には、ヨーロッパの北歐、あるいはドイツ、イギリスあたりの国でFINNAIRが比較のお値打ちな航空料金を提案する。セントレアに来ていただいて、そこから昇龍道では白馬でスキーを楽しんでもらう。また、京都もからめて「白馬と京都を巡る旅」を名古屋での滞在を基点に拡大していこうといったことなど、いろいろトライをして、皆さんと一体となってやっていこうとしています。



小川 今、川上社長がおっしゃったように、セントレアは名古屋および中部の方の利用に偏っております。私どもももてっとり早く、まず中部の方に営業していくことを強固にやっているわけですが、徹底的にアライアンスの強みを発揮するというので取り組んでおります。

ただやはり限界がありますから、残された部分はインバウンドと乗り継ぎで需要を育てていくことだろうと思います。それにはやはりネットワークを構築しないとイケません。今、これだけ羽田にスポットが当たってきますと、私どもANAもそうですが、羽田から運航すればすぐ商売になるわけです。年間発着枠が増える成田もしかりです。そうすると首都圏に戦力が集中し、中部からみると逆の状態になるわけです。ですから私は、今、最大のチャンスであるとともに、セントレア最大のピンチであると思います。鶏が先か卵が先かではありませんが、「来るのなら着陸料を面倒みましょう」といったことは、しつこく申し上げるようですが、やはり必要ではないかと思えます。沖縄（那覇空港）は、いろいろなことがあり、現在、着陸料が6分の1です。非常に安く、海外並みの着陸料です。着陸料が安くなったのは10年くらい前だと思いますが、そこから航空旅客は飛躍的に伸びています。どの航空会社も便数が増えていますし、ANAでは貨物ハブ施設も建設しております。1つの誘い水といえますか、そういうことも必要ではないかと思えます。何しろ、中部は日本の真ん中です。新幹線で東京にも大阪にも便利に行けてしまうという大きな特徴は、我々にとっては2つの相反する面を持っているところ。名古屋は我が国の真ん中であるという面と、名古屋発着便を預かる私としてはジレンマだなという面。そこを何とかする起爆剤、スパイラルアップするものが欲しいというのが今の切実な思いです。

竹内 ありがとうございます。先ほどの講演の時から着陸料についてはお話が出ていました。着

陸料をもう少し戦術的に運用するという点について、武藤さん、いかがでしょうか。

武藤 基調講演資料にジョン・F・ケネディ国際空港（以下、「JFK」）との比較がありましたが、着陸料だけを比較する資料となっています。JFKは、実は航空旅客から通行税のような税金を取っているのです。空港を利用する人から一律、お金を取っています。日本の空港は、ほぼ着陸料だけで空港使用料を回収するという形ですが、JFKが空港利用客から回収する金額などを全部足すと、日本の空港使用料はJFKよりも高いということにはなりません。

一方で仁川空港（以下、「仁川」）の場合。仁川は、関空と同じく海上空港としてつくったのですが、関空が海底の地盤の問題や深さなどによって建設に約1兆5千億円のお金がかかったのに対し、仁川の建設地は浅く、数千億でつくることができた。あれは韓国の戦略として安く上げたわけです。これに追いつこうと思うと、日本の貧乏な財政で航空にどれだけ投入できるかということ、その余裕はありません。だとすると、国に余力がない以上付けを廻す訳ではありませんが空港会社で何とか創意工夫していただく他ないと思っております。

竹内 川上さんはいかがですか。

川上 セントレアでも着陸料は戦略的に取り組む命題だと捉えております。そのために、非航空系の収入を稼ぎながら、全般的なコストを抑えてエアラインの誘致に取り組んでいます。セントレアはいろいろ課題も抱えておりますが、料金レベルとしては、相対的には国際拠点空港の中ではまずまずのレベルをキープできていると思っております。ただし、それに満足してエアラインに選んでもらえないようではいけませんから、先ほどのお話でもありましたが、例えば、100席以下の小型機の着陸料を8割引く（2013年4月1日～2015年3月31日）、あるいは貨物機の着陸料を3年間8割引く（2013年4月1日～2016年3月31日）ことなど、戦略的にターゲットを絞ってやっております。その結果として、アイベックス（IBEXエアラインズ）に就航していただいていますし、ポーラエア

カーゴの新規就航ということにもつながってきております。全体の着陸料についても引き続き検討はしているところです。いずれにせよトータルでエアラインのコストを下げていくことは、空港会社としてやるべき仕事なので、非航空機系の稼ぎを基にしながら、利便性を高めるための施策として努力しているところです。

竹内 ありがとうございます。冒頭に申し上げました中部社研の研究会でも、着陸料の問題についてはいつも議論が出ております。皆さんにセントレアを使ってもらうために、他の空港と比べて何が課題か？となった時、直接の原因は比較的簡単で、特に成田と比べると一目瞭然なのが海外への航空便の便数が少なく多様性に欠けるということです。やはり目的地、頻度ともにもっと便を設定していただき、あちこち飛べるようにしていただくことが一番大事です。しかしそれは、航空会社に圧力や要望を繰り返して実現するというものではありません。航空会社にしてみれば、利用者が少ないから便数を用意できないということで、いわゆる「鶏と卵」の論争になってしまいますから。どこかできっかけをつくり、サービスを良くする、便数を増やすということをやらないといけない。そういうきっかけをつくるのに、これは一律にやってはだめで、戦術的に打っていく手として着陸料の機能的な運用ということがあり得ると私どもは理解しております。今のお話は、まさにそういうことだろうと思います。

海外から見て魅力的な

「旅行商品」をつくり、育てていく

竹内 また、「中部地域の航空需要育成のために」というテーマでもう1つ申し上げると、「旅行会社の旅行商品」への注目も重要だと思います。まだ今でもセットの旅行商品を使って旅行をする人はたくさんいます。あるいは、そうではなくても旅行会社に航空便や宿泊先の手配を依頼している人もたくさんいます。しかし、名古屋のお店では、名古屋を中心に考えて、あるいはセントレアを使うということを念頭に置いて旅行商品をつくと

ということが本当に少ないのです。中部圏、特に名古屋にそういう旅行商品の企画能力がないのか。

そのあたりのことをどのように考えておられるかをお聞かせください。まず、小川さん、航空会社の立場から見てどうでしょうか。

小川 私が見ているなかでは、結構やられていると思います。こちらはもちろん最大手のJTBもありますし、H.I.S.もあるし、最近では阪急交通社、クラブツーリズムもあり、セントレアを使った旅行商品はいろいろとあります。要は、これらは名古屋の方に対する呼びかけだということですね。東京だと、ディズニーランドがあり、観光スポットがいくつもありますから、自然と成田や羽田へという逆便もきっちり埋まるのですが、セントレアの場合は、こちらから行く需要はあるけれども、向こうから来る方の需要が少なく座席が埋まらないというのが今までの状況です。しかし最近、川上社長がおっしゃったように、円安で香港からの需要が高まり、結果として利用率が90%を確保できるようになりました。アジアの勢いをうまく取り込めればもっともっといけると思うのです。ただどうしても路線がぶつ切りになっているところが大きな課題ではあります。私どもANAもうまく組めていないのが申し訳ないのですが。例えば、外国からセントレアに着いて、ここから日本中に行けるダイヤを組めればという歯がゆい思いはあります。

つまり、中部の方への旅行喚起策は結構できていると思います。こちらへ来る方策をどうするか、そこがもどかしいところです。

竹内 川上さんに質問ですが、空港会社は、例えば積極的に旅行会社を育ててみようという取り組みはやっておられるのでしょうか。

川上 「育てる」ですか。それにあたるかどうかはわかりませんが、需要開拓グループというチームがありまして、航空営業全体で30名のうち10名を配置しています。これは成田にはないチームです。また関空よりも人員が多いと思います。セントレアはそこからやらなければ成り立たないという認識を持ち、需要開拓のチームが全国の旅行会

社をくまなく回っております。例えば北陸の旅行会社への働きかけとしては、「駐車場無料」というサービスを打ち出し、北陸から車でセントレアまで来ていただき、利便性、経済性良くセントレアを使ってもらえる商品づくりのサポートをしますといったように動いています。

また、地元の旅行会社については、アウトバウンドは得意中の得意ですから、「セントレアが何もやらなくても私達がしっかりやります」という姿勢で一生懸命やっていただいています。問題は、先ほどから何度もお話が出ているインバウンドについて、日本の旅行会社がどこまで力を入れておられるかということだと思いますが、実は、インバウンドを促進するための商品を海外の旅行会社と提携しながらつくる試みが始まっています。例えば、昨年（2013年）の11月に、中国人カップルの日本での結婚式体験と昇龍道観光を合わせた「明日（あした）幸福の旅」というツアーが実施されました。これは、名鉄グループが昇龍道プロジェクトを促進する新企画として、現在、中国で人気が高まっている記念写真撮影付きの結婚式、新婚旅行などの「ブライダル」に着目し、中国企業の雪樽実業（上海）有限公司とタッグを組み商品化されたものです。中国の新婚カップル8組が、名鉄犬山ホテルにおいて中国では珍しい「挙式」の体験を行い、その後、博物館明治村や新穂高ロープウェイ山頂においてウエディングドレスで写真撮影を行うなど、昇龍道観光も楽しむといった内容です。このツアーには、実は中国メディアも同行しており、名鉄グループとしては、犬山エリアなどの自社関連施設を中心に実施することで、中国に名鉄グループ全体をPRするとともに、今後、昇龍道に「ブライダル」という付加価値をつけた商品を企画していく試金石として実施されたのです。こういった試みが始まっているのです。

竹内 武藤さんからは何かありますかでしょうか。

武藤 もちろん、お客様を増やすには直行便の充実がベストです。しかし直行便を飛ばすだけの需要がないから、その需要を育てなければいけない。鶏が先か卵が先か、これは尽きない議論です。日

本の旅行会社としては、送り出す方が儲かるわけです。国際運賃まで全てが商売になるわけですから。インバウンドにおける国内手配は、着いた後からの商売ですから、当然、アウトバウンドより額は小さくなる。しかし、旅行会社としても今後はやはり、そこを増やし、その動きを活用し商売していくことがポイントになってくる。その動きを促進し、地道に集めて、直行便に育つだけの需要を育てていくということが、やはり非常に大事だろうと思います。

竹内 ありがとうございます。テーマ1について、他にご意見があるようでしたらぜひ。

川上 貨物について十分触れなかったので少し話をさせていただきます。貨物便については、2013年4月からポーラーエアカーゴが就航し、2013年8月からはANAによる成田ーセントレアー沖縄線の貨物定期便も新規就航しましたので週29便になりました。この効果は絶大なものがあり、日本全体では航空貨物というのは伸び悩んでいたのですが、セントレアの貨物はだいたい前年の1.4~1.5倍くらいの伸びが続いています。これはどうしてそうなったかということ、貨物中継基地の機能をセントレアに持たせていただいたことが大きいと思います。例えば、ポーラーエアカーゴはアメリカのシンシナティ・ノーザンケンタッキー国際空港（シンシナティ）へと飛ばしているのですが、あそこへ行く荷物は韓国、台湾、成田、関空からこのセントレアに集約してシンシナティへと飛ばしているわけです。集約効果が非常に大きいわけです。もう1つは、ANAに代表されるように、夜中にここでギリギリまで荷物を搭載して沖縄を経由してアジアへ飛ばす。そうすると翌朝にはアジアのデスティネーション（目的地）に着くという、このスピードが求められる航空貨物のニーズにピッタリです。セントレアとしては、日本の真ん中であって、しかもスピーディな貨物輸送を提供できるという機能をどんどん拡充していきたいと思っています。

2. 中部の航空・空港がわが国のこれからの国土づくりに果たすべき役割と位置付け

今、「航空・空港を育てること」と「国土づくり」は同じ

竹内 ありがとうございます。今、お話いただいたことは、次のテーマ2にも通ずる話ですね。引き続き、テーマ2にいきたいと思います。「中部の航空・空港がわが国のこれからの国土づくりに果たすべき役割と位置づけ」について論じてくださいということですが、セントレアの基本構想を定めました頃には羽田の容量制約が非常に深刻な問題としてありました。その当時、沖合展開事業をやっていましたが、4本目の滑走路ができるなどということは夢にも思いませんでした。

つまり当時は、首都圏の空港の容量制約というのはどうも長期的に避けられないと考えられており、したがってわが国が東アジアの国際ハブ空港と競争していくためには、成田とセントレアと関空の3つの空港が連携して、特に日本の特色として高速陸上交通機関が非常に発達しているのも、それで3つの都市圏および空港を結びつけて、何とか世界に遅れないゲートウェイを構成していこうではないかと構想されたわけです。それが今や、先ほど申し上げた通り、管制技術の向上もあって首都圏の空港の容量制約が無くなり、しかも羽田が国際便を受け入れて国際空港としての機能をだんだんと強め、当初の構想が崩れてしまったわけです。そこに、さらに東京オリンピックの招致が決まり、いよいよ首都圏の基盤整備に力点がかかり、東京一極集中がいよいよ強まるのでしょうか。それでいいのでしょうか。

そうすると、この問題は、単に航空や空港の問題だけではなく、国土づくりの問題につながってきます。中部地方の地域づくりをどうもっていくかということと、中部の航空や空港をどう発展させていくかということは、非常に緊密に関連してくるわけです。

そういう観点から、今、中部、特に名古屋大都市圏において、空港はセントレアと県営名古屋空

港があるわけですが、空港を活用して中部圏をどういう形で育てていくと国土づくりとして望ましい方向に行けるのか。そこをぜひお話いただきたく、テーマ2を設定させていただきました。

実は、議論の口火を小川支店長にお願いしようと思っていましたが、先程の基調講演をお聞きしましたら、まさにテーマ2の提言にあたる所を具体的にお話いただきました。そこで、この鼎談では、それを受けてどうかということから進めたいと思います。

「第3のデスティネーション探し」に「広域」で取り組み、「リピーター」を育てていく

竹内 まず、川上さん、いかがでしょうか。

川上 直接、小川支店長のお話を受けて、ということにはならないかもしれませんが、昨年(2013年)、訪日外国人の数が、長年の目標であった1,000万人を超えました。次は2020年の東京オリンピックまでに2,000万人、2030年までには3,000万人ということが目標とされています。現実に、今、75万回弱の発着からプラスアルファをどう求めていくかの検討も進んでおります。ただし、2,000万人、3,000万人のレベルを目指し、観光立国としてやっていこうとした場合、これを首都圏だけで受けるのは到底不可能だと思います。物理的なキャパシティだけではなく、本来的な日本の魅力、日本の良さを海外にどうアピールしていくかということを考えても、セントレアあるいは関空、さらにはその他の地方空港も含めて日本全体として考えてやっていかなければいけない話だと思います。

日本全体を考えてやっていく1つ目として、実際に、海外の旅行会社を訪問し話を聞きますと、こういうことをよく言われます。「日本には新しいデスティネーションがいる。これまでのゴールデンルートではないところ。」と。続けて「ディズニーランド、ショッピングが日本の本当のユニークさ、オリジナリティですか？」と聞かれます。例えば、訪日目的としては、日本の「雪」を楽しむ観光が注目されています。特に雪が降らない台湾や香港からの観光客に人気です。そして今、

「第3のデスティネーション探し」が海外の旅行会社の関心事です。

2つ目に、それを広域で考えるということです。「広域観光」というのが、一本のゴールデンルートではなくて、ここにはこういう魅力が、ここにはこういう資源がある、歴史がある、文化があるといった、地域を広域で巡るのが、まさに観光だろうと思います。

3つ目に、そうした新たなデスティネーションと広域観光を通じて「リピーター」を育てていくということが重要です。そういう観光の質を高めていくということを考えても、これは地域の連携ということになると思いますが、東京だけではない日本の魅力をどう訴えていくか。昇龍道というのはまさにそれを体現するプロジェクトだと思います。どんどん国内にも、そして海外にもアピールしていく。現在、一般社団法人中部経済連合会（以下、「中経連」）の三田 敏雄会長や中部運輸局の野俣 光孝局長などが先頭を切って頑張ってくださいっていますが、中部9県の550以上の事業体が参加する、かつてない厚みと幅のあるプロジェクトですから、ぜひとも成功させたいという強い思いを私も持っております。

また、小川さんも言うておられた「ネットワークの集積効果」というのは大変大きいと思っています。セントレアと県営名古屋空港のあり方についても、この空港ができた時の原点を大事にすべきだと思います。やはり、関東、関西と比べてそれほど豊富ではない需要ですから、それを分散させるのではなく、効率的に集中させてネットワークを形成すべきだと思います。セントレアができる時、県営名古屋空港というのは、セントレアがカバーできない路線に就航させ、セントレアの補完をするというのが基本的な位置づけだったと思います。その原点に帰って、しかるべき役割分担の積み上げをしていく。できれば、FDA（フジドリームエアラインズ）も、セントレアから飛んでいただけるようにしたい。将来の中部のネットワークを考える上では大事なことだと考えています。

「実力を育てる」ことに力を注ぐ

竹内 武藤さん、国土政策を担っておられるお立場から、いかがでしょうか。

武藤 おっしゃる通り、国土政策論だと思います。ただ、国土政策において壮大な計画を語ると、「なるほど」という議論にはなるけれども、そこから一步も前へ進まないということがあります。あえて言えば、「それは本当に実態を反映したものか？」という視点を何より忘れてはならないと私は思うのです。先ほど、国際需要、国内需要についてお話をした時にも申しましたが、例えば「3大拠点空港」と呼んでいるのは名古屋だけです。関西では首都圏（成田・羽田）と関空を指す「二眼レフ」（2大拠点空港）ですし、東京に至っては3も2もない、誰もそういう言葉を使いません。これが現実です。加えて、政府の中枢は、「日本の今の地位の低下を考えると、日本の代表選手は東京だから、東京を世界にうまく売り出して、東京をまず評価してもらうことに重点を置かざるを得ない」とおそらく考えています。これをあからさまに言うと国民の皆さんに怒られるから言わないけれど、おそらくそれが正直なところだと思います。だとすると、国土政策論で分散だの何だのと語るよりも、やはり「地域として実力をつけていく」ことに全力を傾けるというのが、取るべき非常に大切な道ではないかと私は思います。その中で、具体的な国土政策を考え提案していく。例えば、訪日観光のゴールデンルートと呼ばれる東西のルートに対して、「昇龍道という南北のルートをつくろう」という試みは、非常にいい視点ですし、実際に実績を上げておられます。これが、先ほど川上社長が言われたように、広域連携の試金石となり、リピーターの育成に結び付くということでどんどんやっていけばいいと思います。それをなぜやるのかという一番大事な根幹として地域の皆さまが共有すべきは、要は「中部の実力をつける」ということだと思います。これが将来につながるかどうかはわかりませんが、パスポートの取得率に関していうと、大阪と愛知では愛知の方が取得率が高いのです。これをもっと活用して

いける方策を考える。しかし、東京でもパスポートの取得率は4割を切っています。愛知県ではおそらく3割強だと思います。一方、韓国では、5割以上です。そういう環境、グローバリズムを取り込んで、この地域の消費者にまで広げて、それが事業として具体化すれば、その地域はどんどん強くなると思います。愛知が大阪よりパスポートの取得率が高く、東京と比べてもそう見劣りしないということを考えると、基礎はあるわけですから、地道に掘り起こしていく。それが一番大事ではないかと思います。

魅力的な機能は備わっている

この地域の人の本気でセントレアを必要としているかどうか

竹内 ありがとうございます。私は先ほどの小川支店長のお話の中で、最後におっしゃった木曾三川のような3本の流れをつくろうじゃないかというご提案が、非常に心に残っています。あれがまさにわれわれが、中部圏というサイドから国土づくりに向かう姿勢を暗示しているような気がします。これだけ発展した日本のモノづくりの中核圏域ですから、これを全部、東京を玄関口として東京を通じて世界とつながっていく必要は全くないだろうと思うのです。そうすると独自のゲートウェイを形成していくということがやはり重要だと考えるのですが、小川さん、いかがでしょうか。

小川 おっしゃる通りですね。私も名古屋に住みまして、東京暮らしを振り返った時、東京は通勤だけでもこんなに大変か、会社に着いてまだ何も仕事をしていなくてもドッと疲れていたことを思い起こしています。それに比べると、名古屋は通勤もスムーズですし、空港までも非常にに行けますし、住みやすくっていい街だなあと感じています。もちろん、日本にとって、羽田には頑張ってもらわないといけません。これから、いろいろ障害はあるでしょうが、もし5本、6本の滑走路となれば、スターアライアンスで2本、ワンワールドで2本、スカイチームで2本とか、そうなるとう理想的な空港がさらにできるのではないかと思

います。ただ、そうなったらそうなって、乗り換えようと思うと利用者にとっては迷路の中を行ったり来たりといった感じになり、それなりに大変だと思います。そういうことを考えると、セントレアは非常にいい機能が揃っていますし、リニアの完成なども加わればより便利になります。例えばニューヨークには、JFK、ラガーディア空港、ニューアーク・リバティー国際空港という、世界的な国際空港だけでも3つあり、他にいくつも空港があります。そういう意味でいうと、このように特色があるセントレアがここで存在感を示すということは十分可能だと思います。後は、どう、その存在感を示していくか。極端なことを言えば、名古屋の方が本当にそれを必要としているかどうかだけだと思います。リンカーンが語った「government of the people, by the people, for the people (人民の人民による人民のための政治)」という有名な言葉がありますが、「of the chubu, by the chubu, for the chubu」といった思いを持ち実行するかどうか。「東京から行けばいい」と思っていたら、東京への集中はやはり避けられないことになるでしょう。最後は感情論のような話になりましたが、武藤さんがおっしゃったことと同じような意味を持ちますが、現実的に自助努力ということがやはり必要だと思います。

中部には実力の基礎がしっかりとある

川上 武藤官房長に誤解のないように申し上げたいと思いますが、首都圏の空港の容量を増やしていくというのは、それは国として必要なことだと思います。ただし、日本の代表選手は東京だけではないだろうと。訪日外国人の数が、2020年の東京オリンピックまでに2,000万人、2030年までには3,000万人ということが目標とされています。そういう時に、関空なりセントレアなり、あるいは地方空港なりの役割というのをしっかりと持たなければいけない。そのため、先ほど申し上げたように需要をつくり上げるためにわれわれとしてもコストを惜しまず努力をしておりますので、ぜひご理解いただきたいと思います。

そしてもう1つだけ。武藤官房長は愛知県のご出身だと伺っています。私は実は大阪出身です。出身は大阪ですが、名古屋に住み着いてもう40年以上になり、この街が大変気に入っております。自然も豊かだし、いろいろなものが非常にリーズナブルですし、食べ物もおいしい。個人的なことではありますが、武藤官房長に愛知県のご出身という立場でのお話を一言、お聞かせいただければと思うのですが。

武藤 私も誤解なきように申し上げたいのですが、先ほど、「世の中そういうものですよ」という意味合いで申し上げましたが、私としては、中部は実力の基礎があるので、実力を発揮できていると思います。川上社長がおっしゃったように、2,000万人、3,000万人の訪日客ということになれば、やはりあちらこちらの空港で受け入れを分散しなければいけないというのはまさにその通りで、あちこち分散しなければいけない。ただ、私が申し上げたいのは、一極集中はダメだとか、国土政策論に従って東京も頑張るけれど名古屋ももっと優遇措置をやりますよといったことを期待しているだけではいけませんということです。そういう意味では、持っている実力をいかに伸ばすか。これに尽きると思います。

もちろん、郷土愛については大変持っております。だからこそ、厳しいことも申しますが、頑張っしてほしいという思いです。

小川 私からもう1つ。関西は神戸空港を含め3つの空港ができました。非常に中途半端な空港が3つできたというのが正直なところです。伊丹は国内だけということで、ほとんど大阪―東京就航路線中心の空港になってしまいました。関空は国際線中心です。しかも大阪の中心市街地から遠い。そうなると分散してしまい、お客さまも不便です。航空事業自体が儲からない時代がくるところに、私の後輩の井上 慎一社長がPeach Aviation株式会社を立ち上げてまして、彼は本当に大変な情熱で需要をつくり出したわけですから、尊敬する経営者なのですが、ある面、大阪では航空需要が殆ど頭打ちの状況になっていると思います。そこを彼

が本当に頑張って需要を創出していき、立派なのですが、真のハブ空港は、残念ながら今のままの関西の3つの空港戦略では育たないと思います。そういう意味で、首都圏を補完していくのはセントレアだと思うのですが、やはり現在の県営名古屋空港との2空港体制というのは、あまりよろしくないと思います。民間定期航空路線をセントレアに集約すべきだと思ったりします。そこはぜひセントレア一本にという思いです。私どもはセントレアができた時にはスッパリと移ったのですが、大手の航空会社グループの航空会社が移らないで残ってしまったものでおかしくなってしまい、そういう経緯もあるので、これについては非常に憤っているわけでした。私は、セントレアは非常に可能性のある空港ですから、やればできると考えておりますので、武藤官房長、よろしく願いいたします。

セントレアの勢力範囲はどこか？

竹内 ありがとうございます。このセントレアの構想を議論している時から、この地域の呼び方を「名古屋大都市圏」と呼んでみたり、「中部地域」としてみたり、「中部圏」と統一しようとしてみたりといったことがありました。実は、これは使い分けているというところがあるわけですね。今のお話は、もちろん名古屋大都市圏の空港であることに違いなく、皆さんそう見ておられるわけですが、空港構想をつくっていたわれわれとしては、もっと広い地域の勢力圏を持った空港になってほしいという発想を持ち続けているわけです。また、国土づくりの中で「ひとつの地域」として国際競争に打って出るためには、もう少し多様性のある地域を含んだ大きい経済圏というもの想定しないとだめなのではないかと思っています。そういう観点から言って、セントレアを中心に、どのあたりまで巻き込んでひとつの地域として活動していくのがいいのか。今、お話を伺っていても、対象地域が揺れ動いているように思いますので、最後にこのあたりについてお聞かせください。

武藤 昇龍道というのは、中部の太平洋側から日

本海側までの広い範囲を想定したプロジェクトですから、ひとつには昇龍道プロジェクトの範囲を圏域と考えるというのがあると思います。また、中近東の航空会社が成田に入っていない時期があり、セントレアや関空に就航したので、東京の人もセントレアから乗ったり、関空から乗ったりしたことがあったと思いますから、そこまでの範囲も全く無理ということではない。ただ成田に余裕ができると、独自の路線を持っているというのは難しいでしょうから、やはり次は、時間帯の優位性だとか、乗り継ぎの利便性などがあれば、成田ではなくセントレアを選択するということが出てこないとも限りません。そういった乗り継ぎの利便性が高まれば、自ずと空港の実力に応じて対象地域が広がるということではないでしょうか。

小川 武藤官房長がおっしゃたように、まさに競争で、私どもの営業の実態から申し上げても、中東のエミレーツ航空はアラブ首長国連邦のドバイを本拠とする航空会社で、成田、羽田、関空に就航しています、浜松のお客さまなどは訪問国により、航空路線が就航しているか否かを念頭に東京の方に行ったりセントレアを利用したりとしています。ただ、首都圏の空港があれだけ便利になるとかなり持っていかれる気はします。今までジャカルタは夕方の便でセントレアから出ていましたが、朝の便を就航させれば需要を開拓できますし、そういう意味では、新幹線の便利さもあり、これは競争ですから、逆に首都圏からセントレアに持ってこられる需要もあると思います。そこは努力するしかありませんから、名古屋支店長としては、頑張っこちらに持ってきたいと思います。

川上 「中部国際空港利用促進協議会」という組織があります。愛知、岐阜、三重と名古屋市の3県1市に、中経連、名古屋商工会議所という経済団体、そして空港会社で構成されたものです。ですから、まずは3県1市が対象地域になることは間違いないと思います。今、旅客を見ると、北陸3県が約1割です。8割が愛知、岐阜、三重の3県ですから、ここをコアに守っていきながら、できるだけ広げていく活動をしたいと思います。20

15年の春には北陸の金沢まで新幹線が開通しますが、北から南に人の流れを作り出せると考えれば、何も航空旅客の需要が全て東京へ持っていかれるということではなくて、東京から北陸へ来られた訪日客が今まで以上に昇龍道を楽しんでいただけることもあると思いますので、いろいろな可能性を探っていかなければと思っています。いずれにしても、中心は3県1市、とりわけ名古屋市、愛知県というのがベースになっていることは間違いありません。

何より目指すべきはネットワークの充実

竹内 ありがとうございます。最後に、中部の航空、空港を担っていく心柱として、セントレアを運営されるお立場からの抱負を、川上社長にお聞きし、今回の鼎談を終えたいと思います。川上さん、よろしく願いいたします。

川上 今日のテーマ1もテーマ2も、全てはネットワークの充実にあると思っています。空港というのは航空会社に飛行機を飛ばしてもらってなんぼという世界ですから、とにかく3県1市の皆さま、経済界の皆さまの強力なサポートをいただきながら、エアラインの誘致に全力を尽くすという思いです。私ども空港会社は決して収益だけを追求する会社ではありませんので、公的インフラとしてネットワークを充実させるため、あるいは航空会社を選択していただけるサービスの向上のため、そして利用者に満足をしていただけるよう利便性が高く、安心して安全な施設の維持など安定した運航に寄与する空港にするための原資として、非航空系にも力を入れながら、最終目的はあくまでネットワークの充実ということを追及しております。

竹内 鼎談に登壇されましたお三方、ありがとうございました。これで終了させていただきます。