

旅行計画の一部に 組み込まれる努力を

花岡伸也 (東京工業大学大学院理工学研究科准教授)

恐縮だが、私事から記事を始めたい。研究テーマの関係から国際会議参加や海外調査が多く、ここ7年ほど、年10回前後のペースで海外出張をしている。行き先は文字どおり世界中であり、アジアを中心に、欧州、北米、中南米、さらにアフリカにも行っている。一部のアジア諸国の首都を除き、直行便で目的地まで行くケースはまれであり、多くの場合、どこかのハブ空港でトランジットしてから最終目的地に行く。1回の海外出張で複数国を回ることもあるので、私にとって空港でのトランジットはもはや“日常”と言えるほどだ。この原稿も、パリのシャルル・ド・ゴール空港でのトランジット中に書いている。

グローバルな競争環境に置かれている大手ネットワークキャリアは、競争力強化のため、自社のハブ空港への路線集中を強化している。ハブ空港はハブ・アンド・スポーク・システムと呼ばれる輸送システムの中に位置づけられており、各航空会社はハブ空港を経由することにより、所有する航空機全体を直行輸送システムより効率的に運用できる。また、ハブ空港とローカル空港の間では、空港ペア以上の需要が期待できる。それによって座席利用率を高め、旅客1人当たりの輸送費用を削減できるのである。

航空会社間の競争が激化するなか、座席利用率を上げるためにトランジット旅客の重要性はますます高まっており、トランジット旅客の動向がネットワークキャリアの戦略に大きな影響を与えている。

ネットワークキャリアが自社のハブ空港に路線を集中させているのは、こうした背景がある。

もはや無視できない存在

空港側から見ると、ネットワークキャリア間の競争はハブ空港間競争と同一化しつつあり、各ハブ空港は地域内で競争している。たとえば、成田空港はアジアから北米（または逆方向）に向かう大陸横断ルートのトランジット空港として重要な位置づけにあり、韓国の仁川空港や香港のチェクラップコク空港と競争している。これは国際線から国際線に乗り継ぐ「国際トランジット」競争であり、このルートのトランジット旅客数で優位に立っていた成田は、仁川に追いつかれつつある。また、日本の地方から海外に行くルートのゲートウェイ空港としても成田と仁川、そして羽田空港が互いに競争している。これは国内線から国際線に乗り継ぐ「内国際トランジット」競争である。

意外かもしれないが、日本の地方空港を出発地・目的地とする内国際トランジット旅客数については、仁川や羽田より成田の方が十分に多い。ただし、今春から羽田の昼間時間帯の国際線路線数が増えたことから、今後は羽田を経由する内国際トランジット旅客が増えるだろう。

国際トランジット競争はグローバル化しつつあり、東南アジアから北米（東海岸）ルートの競争相手として、ドバイ空港など中東のハブ空港も注目されて

いる。トランジット旅客は、出発旅客より空港に長時間滞在するケースが多く、その時間にショッピングや飲食を楽しむことから、ハブ空港にとって経営上重要である。

以上のように、トランジット旅客はネットワークキャリアにとってもハブ空港にとっても無視できない大きな存在となっている。ここで、旅客に目を向けてみよう。

多くの旅客は一般的に経由便より直行便を好む。しかし、海外旅行を何度か経験すればトランジットすることにも慣れ、トランジットを「暇で退屈な時間」から「積極的に楽しむ時間」へと認識を変えることができるだろう。空港でのセキュリティーチェックが厳しくなり、激しい混雑によってフライトの遅延も頻発している昨今、トランジットを最短時間に設定したスケジュールにすると乗り遅れるリスクが高まる。成田国際空港会社によると、こうした背景もあってか、トランジット旅客の平均滞在時間は以前より長くなっているとのことである。

私の場合、邪魔されずに集中して仕事ができる時間としてトランジットを貴重な時間と位置づけており、3～6時間ぐらいのトランジット時間が適切と感じている。多少の遅延が生じても対応できることも理由である。同じように感じる旅客は少なくないはずで、トランジット時間が短いほど望ましいとは必ずしも言えなくなりつつある。

2市場対象で相乗効果も

こうしたなかで、いま注目されているのがトランジットツアーだ。旅客にとって、トランジット時間が移動の途中ではなく旅行の一部になる。政府は、今年6月に改訂した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」で、特に実際トランジットの海外旅行客を対象にしたプロモーションの実施を新たに検討している。本号の記事で触れているように、仁川空港ではトランジットツアーを積極的に展開しており、シンガポールや台北でも実施されている。日本でも遅まきながら、その重要性が認識されたのである。

トランジットツアーの成否は、とにかくにもその存在を認知してもらうことにかかっている。外国人に対して、旅行会社、観光関連業者、航空会社、空港、そして空港周辺の自治体が一体となって、ツアーをプロモーションすることが求められる。トランジット空港に到着してからツアーの存在を知ってもらうのではすでに遅い。出発前に、旅行計画のひとつとしてトランジットツアーを組み込んでもらえる努力が必要である。また、実際トランジット旅客に限定せず、内訳トランジット、つまり地方に居住する日本人にも楽しんでもらえるようなツアーを設定する工夫も必要だろう。訪日外国人と日本人では短時間のツアーで求めるものは異なるかもしれないが、双方を対象にすることによる相乗効果が期待できる。

トランジットツアーの中身は空港に近い都市の訪問および近隣観光地が一般的であり、時間をオプションにして観光名所を回るツアーを複数パターン提供するのがスタンダードな方法といえる。また、マニア心を刺激するようなツアーとして、グルメツアーや写真撮影ツアーなどは一定の支持層が期待できそうだ。空港内見学ツアーも試してみる価値はあるだろう。

さらに、企業とタイアップした工場の視察ツアーも人気が出るかもしれない。工場見学は日本企業を知ってもらう貴重な機会となり、受け入れる企業にとっても歓迎されるだろう。こうしたトランジットツアーはアイデア次第で地域活性化の核になる可能性がある。

海外旅行の航空ルートを選択要因として、運賃、航空会社、出発・到着時間などが考慮されるなかで、トランジット空港での乗り継ぎ時間の長さやツアープログラムの提供が新たな選択要因として加味されることも十分にありうる。トランジット時間を楽しむ旅客層を掘り起こし、空港経営や地域活性化と連動した活動をいち早く始めることが必要である。



Profile

はなおか・しんや ●1970年生まれ。94年東北大学工学部卒業、99年同大学院情報科学研究科博士課程修了。運輸政策研究所研究員、タイのアジア工科大学院助教授を経て、2007年から現職。航空・物流・途上国交通について幅広く研究を行っている。