# KANSAI 空港レビュー

No.444
2015.11

KANSAI 空港レビュー
NOV 2015 No. 444

## CONTENTS

1 巻頭言
今後も関西国際空港の受入環境整備に期待
天谷　直昭

2 各界の動き

8 関西空港調査会シンポジウム
～関西圏における訪日旅客への取り組みと関空への期待～
基調講演
「世界とアジアのゲートウェイ　関西空港の現状と官民一体で取り組む関西広域観光戦略」
福島　伸一

26 講演抄録
最近の観光立国推進への取り組み
～ビジット･ジャパン地方連携事業の新たな方針～
阪部　光雄

44 プレスの目
〝離陸〟前夜　　交錯するオリックス連合への期待と不安
橋本　　亮

46 航空交通研究会研究レポート
Heathrow Airport Holdingsの空港売却に関する一考察
小島 克巳

50 データファイル
・運営概況について［2015年度（平成27年度）上期］（速報値）
・大阪税関貿易速報［関西空港］　2015年（平成27年）9月
・関西国際空港の出入（帰）国者数
・関西3空港と国内主要空港の利用状況　2015年（平成27年）9月

【表紙写真】「ANA B787-9 Dreamliner　『R2-D2 ANA JET』」

ANA の B787-9 Dreamliner です。
ANA の B787-9 にスター・ウォーズのキャラクター R2-D2 が機首を使って描かれた「R2-D2 ANA JET」です。この機体は北米や欧州などへの国際線専用ですが 1 日だけ大阪国際空港に運航されました。滑走路を見渡せる伊丹スカイパークは大勢のギャラリーで賑わいました。
今後、絵のデザインが異なる B767-300 を使った「STAR WARS ANA JET」が国内線にも登場する予定です。

撮影：柴﨑　庄司

当調査会ホームページの「KANSAI空港レビュー」では、講演抄録等の図表がカラーで分かりやすくご覧いただけます。是非ご覧ください。 ⇒ http://www.kar.or.jp

# 巻頭言

## 今後も関西国際空港の受入環境整備に期待

国土交通省　近畿運輸局長　**天谷　直昭**

新関西国際空港株式会社は、来年３月末までに、コンセッション方式により民間事業者に事業運営権の移転をするべく各種手続が進められているところであり、今後、民間事業者が持つノウハウを最大限活用し創意工夫した空港運営が行われ、関西圏の将来に向けた原動力となり、ひいては、我が国全体の成長に寄与するものと心から期待しております。

昨年の訪日外国人旅行者数は過去最高の1,341万人となり、今年に入ってからも順調に増え続けており、9月までで1,448万人となっております。

また、関西国際空港の国際線外国人旅客数は、9月までで730万人となり、昨年の外国人旅客数631万人を越えました。今年に入ってからも、中国等アジアを中心としたLCC等の増便が相次いでおり、今後も増加していくことが期待されます。

関西国際空港における急増する訪日外国人旅行者に対応する受入環境整備としては、第３旅客ターミナルビルが着工されたほか、出入国審査場における自動化ゲートの増設、第１ターミナルビルにおける無料W-iFiサービスの整備、QRコード利用による施設内表示の翻訳サービスの導入などの取組が行われたところです。

また、夜間における外国人旅行者などの滞留者への対応として、７月から国際線到着ロビーの案内カウンターの24時間化、24時間利用可能な待合・休憩スペースの整備などが行われました。今後も、関西国際空港における訪日外国人旅行者等に向けた受入環境整備が、引き続き行われることを期待しております。

外国人旅行者の増加に伴い、観光交流人口による経済効果として、外国人旅行者９人分の旅行者の消費は定住人口１人分にあたるという試算結果もあり、外国人旅行者が関西各地を旅行していただくことにより、地域を活性化させる取組を進めていくことは重要であると考えております。

一例として、５つの世界遺産や豊富な歴史遺産や絶景を楽しめる広域観光周遊ルート「美の伝説」を今年６月、関西で認定したところであり、今後、関係機関とも連携を密にし、磨き上げのための事業を実施してまいりたいと考えております。

交通アクセスについては、関西空港発の梅田行きリムジンバスを７月１日から深夜早朝時間帯にも１時間１便運行となるよう増便されました。

また、関西国際空港へのアクセスの改善等に資する「なにわ筋線」の整備が関係者間で進められている一方、訪日外国人向け交通系ICカードの導入実験に向けた検討が進められているところです。

今後、さらに増えることが期待される関西国際空港の訪日外国人旅行者に対応するため、バス・タクシー・鉄道などの公共交通機関のサービス向上、ホテル・旅館等宿泊施設の受入環境の充実などについて、関係者が連携をして取り組んでまいりたいと考えております。

2015年10月1日～10月31日

# 各界の動き

## 関西国際空港

**●組織変更、3ユニットを設置**

新関西国際空港会社はコンセッション方式による事業運営権売却と大阪国際空港ターミナル会社との合併に向け10月1日付で組織の一部変更を実施した。新たに関西空港オペレーションユニット、伊丹空港活性化推進ユニット、伊丹空港施設オペレーションユニットを設置するとともに、伊丹空港ターミナル改修推進室を分割し、機能ごとに伊丹空港活性化推進ユニットと伊丹空港施設オペレーションユニットに新たに整理し、施設・運用部を空港施設オペレーション部へ改組した。

**●ティーウェイ航空がグアム線就航**

韓国の格安航空会社（LCC）ティーウェイ航空は10月1日、関西～グアム線に就航した。日本とグアムを結ぶ路線にLCCが就航するのは初めて。週3便、ボーイング737－900型機で運航する。

**●インドネシアの空港調査に参加**

新関西国際空港会社は10月5日、インドネシア・マカッサル空港の拡張に伴う事業の課題などを検証する調査に参加すると発表した。インドネシアは、同空港を首都ジャカルタに次ぐ国内路線のハブ空港にすることを目指しており、LCCの運用で実績を上げている新関空会社のノウハウを活用する。新関空会社が海外の空港調査に参加するのは初めて。

**●ジェットスター・ジャパン、台北線開設へ**

ジェットスター・ジャパンは10月13日、成田、関西、中部空港から台北に路線を開設すると発表した。それぞれ、当初は週3往復で運航を開始し、年末の繁忙期から1日1往復のデイリーに増便する。同社の国際線就航は、香港に次いで2都市目。関西～台北線は12月11日から運航を開始する。

**●服透視のボディースキャナーを試験運用**

国土交通省は、搭乗客の衣類を電波で透視し、不審物を探るボディースキャナーの試験運用を、10月15日から26日まで関西空港で実施した。2020年の東京五輪・パラリンピックに向け、航空テロ防止の切り札とされる機器。政府は、国交省が管理する空港で費用を負担するなどして導入を図り、空港の保安体制強化を進める。

**●イースター航空、釜山線を開設**

韓国のLCC、イースター航空は10月26日から、関西～釜山線の運航を開始すると10月15日発表した。運航機材はボーイング737－800型機（189席）。1日1往復を運航する。同社の関空乗り入れは、1日2往復を運航するソウル便に次いで2路線目。

**●上半期旅客数1,198万人、過去最高**

新関西国際空港会社が10月16日発表した2015年度上半期（4～9月）の運営概況（速報値）によると、関西空港の旅客数は前年同期比23%増の1,198万人となり、半期として過去最高となった。訪日観光人気の高まりに応じ、中国などアジア路線の拡充が進んだことが貢献した。国際線の

旅客数は28%増の839万人。うち外国人が65%増の532万人と全体を押し上げた。日本人は6%減の298万人だった。国内線は12%増の359万人、大阪空港は1%減の735万人だった。

**●冬の国際線、過去最多の週1,215便**

新関西国際空港会社は10月20日、冬期（10月25日～2016年3月26日）の国際線の運航計画を発表した。2016年1月のピーク時の発着数は中国などアジア各都市への増便などで週1,215.5便(前年同期は942.5便)と過去最多になる。LCCは16社が25都市と339便で結び、旅客便に占める比率は初めて3割を超える。

**クリック！**

冬ダイヤで「アジアを向いた空港」の色彩が一段と濃くなった。中国便は前年より週154便増えて441便となり、国際線旅客便（週1,069便）の41%を占める。一方、もともと少なかった欧州線は1日1便を維持していたドイツ、オランダ、フランス線がそれぞれ減便するため、週36便から27便と縮小する。「LCCは4時間以内の便がほとんどだったが、6時間以上の便も増えてきた。今後もさらに伸びる」（志村格常務）といい、この傾向は今後も続きそうだ。

**●中国国際、成都線を開設**

中国国際航空は、10月25日から関西～成都線を週3往復、直行便として新規に就航する。中国国際航空にとって、大阪からは6都市目。使用機材はエアバスA320型機（158席）。

**●免税店販売の液体物解禁、乗り継ぎでも酒購入可能に**

関西空港で10月27日、国際線出発エリアの免税店で購入した酒、化粧品などを、乗り継ぎ時の量的制限を受けずに機内に持ち込めるようになった。テロなどを防ぐため、専用の不正開封防止袋（STEBs）に入れるのが条件。成田、中部の両空港でも同日導入された。

**●大韓航空が済州線を復活**

大韓航空は10 月28 日から関西～済州線を週3 便で運航を復活させた。機材はボーイング737 － 800型機（138席）。

## 空港

**═ 大阪空港 ═**

**●離陸時に異音、金属片発見で滑走路一時閉鎖**

10月2日午前11時40分ごろ、大阪空港のB滑走路で、新千歳行きの全日本空輸773便、エアバスA320―200型機（乗員乗客155人）が離陸のため滑走中、機長がエンジンの異音に気付き、離陸を取りやめた。滑走路上で約500mにわたり最大10㎝の金属片が複数見つかり、B滑走路を約2時間20分閉鎖した。この影響で9便が欠航した。右翼エンジンのタービンブレードが破損していた。

**═ 成田国際空港 ═**

**●冬ダイヤ国際線は開港以来の最高に**

成田国際空港会社は10月21日、冬ダイヤのスケジュールを発表した。総発着数は週4,366回、国際線旅客便発着回数は2,950回、就航都市は123都市（国内17都市、海外106都市）となり、いずれも開港以来最高。

**═ 羽田空港 ═**

**●国際線、1日100便超え**

全日本空輸や日本航空など航空各社は 10 月 25 日、羽田空港と中国・広州を結ぶ路線を新たに就航するなど、羽田発着の中国路線を増やした。羽田空港と海外を結ぶ国際線はこの 5 年で倍増し、1 日 101 便となった。増便は、日中両政府が 5 月に合意したもので、中国への路線が計 12 便増え、1 日 32 便となった。

**═ 中部国際空港 ═**

**●エアアジア・ジャパン、本社を移転**

エアアジア・ジャパンは 10 月 6 日、国土交通省から事業許可を受け、2016 年春からの運航開始を目指して本社機能を中部空港の新オフィス「RedBace」（レッドベース）に移転した。同社は、国内路線から撤退したマレーシアの LCC、エアアジアを引き継ぐ形で、エアアジア・インベストメントを筆頭に、楽天、ノエビアホールディングス、アルペンなどが出資して、新たに設立したエアアジアグループの LCC。

**●エアアジア・ジャパン、初号機飛来**

エアアジア・ジャパンの初号機、エアバス A320 型機が 10 月 16 日、仏トゥールーズのエアバス本社から中部空港に飛来した。同日記者会見した小田切義憲社長は、東京五輪が開催される 2020 年に機体を 20 機以上に増やし、全日本空輸の中部便を上回る 1 日当たり 120 便以上の運航を目指す方針を表明した。

**●冬ダイヤ、最多の週350往復**

中部国際空港会社は 10 月 22 日、国際線の冬ダイヤが 2015 年 12 月に週 350 往復となり、冬ダイヤとしては開港以来の最多を更新する見通しとなったと発表した。これまでの最多は 2006 年冬ダイヤの週 343 往復だった。

**═ その他空港 ═**

**●地方27空港着陸料優遇**

政府は、地方空港を利用する際に航空会社が支払う着陸料が最大で無料になる優遇制度を、2016 年度から導入する。航空会社が路線を新設したり、増便したりする場合に、制度を利用できる。増えている訪日客を地方に誘導する狙いがある。対象は国が管理する 28 空港のうち、羽田を除く 27 空港。

**●仙台空港、LCC5割に、東急電鉄連合提案**

国土交通省は 10 月 21 日、仙台空港の運営権売却の優先交渉先に選んだ東京急行電鉄と前田建設工業などで構成する企業連合による提案内容を公表した。全旅客に占める LCC の割合を 2014 年度の 16％から 44 年度までに 51％に引き上げる。国内外から LCC を呼び込み東北のハブ（中枢）空港としての存在感を高める。空港設備の増設・改修などに 341 億円を投じる。

**●国交省、高松空港民営化で市場調査**

国土交通省は 10 月 30 日、国が管理する高松空港の民営化に向けた市場調査をすると発表した。11 月 27 日までに関心のある企業から意見を募る。2018 年 4 月をメドに事業を民間委託する見通しだ。こうした調査は仙台空港に続き 2 例目。

## 航空

**●ピーチの機体命名権、和歌山県の経済団体が初取得**

LCC のピーチ・アビエーションは 10 月 1 日、機体の命名権を和歌山県中小企業団体中央会が初めて取得したと発表した。同社が機体命名権を広告として、企業や団体に提供するのは初の試み。エアバス A320 型機のうち、1 機を「わかやま紀州館 関西空港店号」と名付け、1 日か

ら31日まで運航。ロゴステッカーを、前方左側ドア部分に貼り、機内では、同館を紹介するアナウンスを実施する。

**●スカイマーク新社長「ANAとの共同運航は神戸便で検討」**

民事再生手続き中のスカイマークの市江正彦社長は10月7日、産経新聞のインタビューに応じ、経営再建に向けて全日本空輸と協議中の共同運航について、スカイマークが拠点とする神戸発着便を検討していることを明らかにした。2016年冬ダイヤからの実施を目指す。また、コスト効率化を進め、来年度の黒字化を目指す考えを示した。

**●ピーチでシステム不具合 900人の予約無効**

ピーチ・アビエーションは10月8日、航空券のネット予約システムに不具合が発生し、約900人の予約手続きが完了していないのに代金決済が行われたと発表した。不具合は8日午前1時半から同5時半に起きた。

**●スカイマーク、前期最終赤字202億円**

スカイマークは10月13日、2015年3月期の有価証券報告書を提出し、単独決算を開示した。最終損益は202億円の赤字（前の期は18億円の赤字）だった。使用航空機数が増えたことで航空機材費が前期比29%増えた。

**●国産ジェットMRJ初飛行、5度目の延期**

三菱航空機は10月23日、国産初のジェット旅客機MRJ（三菱リージョナルジェット）」の初飛行を、予定していた10月26～30日から11月9～13日に延期すると発表した。操舵用のペダルを改修する必要が生じたためで、初飛行の延期は5度目となる。

国土交通省は10月29日、MRJについて、航空法に基づく飛行試験の許可を出した。

**●ANAの営業益が過去最高**

ANAホールディングスが10月28日発表した9月中間決算は、国際線が好調だったことから、売上高や営業利益が過去最高になった。売上高は前年比6.6%増の9,112億円、営業利益は49.8%増の867億円。純利益は50.9%増の539億円で、過去2番目だった。原油価格が値下がりしたことなどで燃料費負担が軽くなり、約190億円利益が増えた。

**●旅客輸送実績、ANA国際線が初の半期首位**

ANAグループ（全日本空輸とエアージャパン）の2015年度上半期の国際線旅客輸送実績は約199億8,500万旅客kmで日本航空（約193億1,000万旅客km）を上回ったことが10月28日、分かった。航空会社の規模を示す国際的な指標である「有償旅客キロ」で国内航空会社トップとなった。ANAが半期ベースで首位になるのは1986年に定期国際線に参入して以来、初めて。

**●日航も営業最高益**

日本航空が10月30日発表した9月中間連結決算は、営業利益が前年同期比29.2%増の1,199億円と、中間業績での過去最高を更新した。アジアを中心とする訪日観光需要の拡大で国際線の旅客数が伸びた上、原油価格下落で費用も低減した。売上高は0.6%増の6,879億円だった。

**●ロシア旅客機がシナイ半島で墜落**

エジプトのシャルムエルシェイクからロシアのサンクトペテルブルクに向かっていたロシアの航空会社、コガリムアビア運航のエアバスA321型機が10月31日、エジプトのシナイ半島に墜落した。搭乗していた乗客乗員224人全員が死亡した。

## 関西

**●和泉市が府内初のホテル条例**

和泉市は9月30日、ホテル・旅館誘致条例を施行した。新たに100室以上のホテルや30室

以上の旅館をつくる企業に建築費や固定資産税相当額を補助する。同様の条例は府内で初めて。

**●近江インバウンド推進協議会が発足**

彦根市や近江八幡市などの湖東に外国人観光客を呼び込もうと、地元の商工会議所などが9月30日、近江インバウンド推進協議会（会長・小出英樹彦根商工会議所会頭）を設立した。観光ルートの開発やホームページを作り訪日外国人客を呼び込む。

**●海外客呼び込み、USJ上期最高654万人**

ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの運営会社は10月1日、2015年度上半期の入場者数が前年同期比18％増の654万人となったと発表した。関西以外の国内客や海外客の増加が寄与し、開業した2001年度上半期の607万人を上回り、過去最高となった。

**●関西経済白書「訪日客成長のけん引役」**

アジア太平洋研究所は10月1日、「アジア太平洋と関西　関西経済白書2015」を発行した。関西経済成長のけん引役として訪日客と医療・介護、農業の3つが有望分野だと指摘した。訪日客の消費は2014年度の関西域内総生産を0.46％押し上げたとしている。

**●「てんしば」リニューアル**

天王寺公園エントランスエリア「てんしば」が10月1日、リニューアルオープンした。JR天王寺駅側の約2万5,000㎡について近鉄不動産が大阪市から運営管理を受託し、約7,000㎡の芝生広場を中心に、カフェや子ども向けの屋内遊戯施設、フットサルコートなども併設した。

**●関西の百貨店免税売上高、8月4.6倍**

日本銀行大阪支店が集計した京阪神主要百貨店の8月の免税売上高は前年同月比4.6倍の48億円だった。伸び率は6月の5.0倍に次ぐ。聞き取りでは上海株乱高下の影響は出ていないという。

**●「北陸新幹線の早期延伸を」関西・北陸交流会が開催**

北陸新幹線の大阪への延伸を見据えて、沿線の経済団体や自治体の代表者らが意見交換する「関西・北陸交流会」が10月8日、大阪市内で開かれた。JR西日本が呼びかけ4回目の開催、約130人が参加した。関西経済連合会の森詳介会長は「政府ともしっかり連携し、北陸新幹線の関西への早期延伸実現に力を入れる」などと話した。

**●大商、ホテル不足改善へ提言**

大阪商工会議所の大阪インバウンド促進に向けた研究会は10月20日、ホテル不足改善策を盛り込んだ提言をまとめた。市有地を宿泊施設用に企業へ貸し出すなどの活用策や、オフィスビルからホテルへの転用を容易にする財政支援を提言。シングルルームの割合などを規制する大阪市条例を緩和し、客室定員を増やしやすくすることも求めた。

**●スター・ウォーズの南海ラピート**

南海電気鉄道は10月21日、映画「スター・ウォーズ」のキャラクターをあしらった特急ラピートを、11月21日から2016年5月8日まで難波～関西空港間で運行すると発表した。12月に公開される最新作「フォースの覚醒」と連携し、宇宙空間をイメージした黒色で車体をラッピングし、映画の登場人物やロボット「R2-D2」などを描いた。

**●大阪府議会が「民泊」条例可決**

大阪府議会は10月27日、国家戦略特区の特例を活用し、マンションなどの空室をホテル代わりに使い、観光客らを泊める「民泊」を可能にする全国初の条例を可決した。訪日客の急増でホテル不足が深刻になっており、民泊で受け入れ拡大を目指す。対象は保健所を持つ政令指定都市と中核市を除く府内37市町村。

**●阪和道岸和田SAに免税カウンター**

西日本高速道路は10月28日、11月1日から阪和自動車道の岸和田サービスエリアに訪日

外国人向け免税カウンターを開設すると発表した。SA 内店舗の免税店化は関西では初めて。関西空港に一番近い休憩所で、急増する訪日外国人の買い物需要を取り込む狙い。

**●南海電鉄が一転増益99億円**

南海電気鉄道は 10 月 29 日、4 ～ 9 月期の連結純利益が前年同期比 28％増の 99 億円になる見通しだと発表した。従来は 11％減の 69 億円と見込んでいたが、増益に転じる。関西空港の外国人客の増加や高野山開創 1200 年記念大法会で、鉄道など運輸部門が好調だった。

**●8月の客室稼働率、大阪が90.4％で最高**

観光庁は 10 月 30 日、8 月の宿泊施設の客室稼働率が全国平均で 70.2％となり、調査を開始した 2010 年以来、単月として最高を記録したと発表した。訪日外国人旅行者の増加が要因で、シティーホテルは 85.2％に達した。都道府県別は、大阪が 90.4％でトップ。東京 83.6％、京都 78.3％と続いた。

**●なんばCITYに免税カウンター**

南海電鉄は 10 月 30 日、商業施設「なんばCITY」地下 2 階の 6 店舗をリニューアルオープンし、「免税カウンター」を開設した。ドル・ユーロ・ウォンなどの 12 通貨に対応する外貨両替機や、海外クレジットカードに対応する銀行 ATM を設けた。

**●泉佐野でIRサミット開催**

全国 IR 誘致団体協議会などは 10 月 30 日、泉佐野市で第 10 回 日本 IR 創設サミットを開いた。統合型リゾート（IR）の周知や誘致促進が目的。観光事業者や自治体職員など約 280 人が参加した。

## 国

**●国土交通省人事（10月1日付）**

| | |
|---|---|
| 大阪航空局長（独立行政法人国際観光振興機構理事） | 加藤　隆司 |
| 辞職（大阪航空局長） | 蒲生　　猛 |

**●第3次安倍改造内閣が発足、国交相に公明・石井啓一氏**

第 3 次安倍改造内閣は 10 月 7 日、発足した。菅義偉官房長官、麻生太郎副総理・財務相、岸田文雄外相、中谷元防衛相、甘利明経済財政・再生相ら主要閣僚は軒並み留任した。太田昭宏国土交通大臣は退任し、新大臣には太田氏と同じ公明党所属で政調会長を務める石井啓一氏（衆院北関東比例区・当選 8 回）が就任した。石井氏は東大工卒、57 歳。元建設省道路局課長補佐。

**●国交副大臣に2氏、政務官は3氏**

政府は 10 月 9 日の閣議で、第 3 次安倍改造内閣の副大臣・政務官人事を決定した。国土交通副大臣は土井亨、山本順三の両氏、国土交通政務官は宮内秀樹、江島潔、津島淳の 3 氏が就任した。

**●首相、訪日客増へ民泊拡大など指示**

安倍晋三首相は 10 月 20 日の特区諮問会議で外国人観光客の拡大に向けた改革の具体化を指示した。一般の住宅に観光客を泊める「民泊」を拡大し、自家用車で有償運送するライドシェアを解禁する。2016 年 1 月召集の通常国会に特区法改正案を提出し、2016 年中の事業化を目指す。

**●訪日客、年間最高を更新、消費額は初の四半期1兆円超え**

日本政府観光局が 10 月 21 日に発表した 9 月の訪日外国人数（推計値）は、前年比 46.7％増の 161 万 2,000 人だった。1 ～ 9 月の累計は 1,448 万人に達し、通年で過去最高だった昨年実績（1,341 万人）を上回った。また、観光庁が同日発表した 7 － 9 月の訪日外国人の旅行消費額は 1 兆 9 億円となり、四半期で初めて 1 兆円を突破した。国別では中国が全体の 46.6％を占めた。

# 関西空港調査会シンポジウム
# ～関西圏における訪日旅客への取り組みと関空への期待～

**日時**　2015 年 10 月 7 日（水）午後 1 時 30 分～ 5 時
**場所**　スイスホテル南海大阪 8 階　浪華の間
**主催**　一般財団法人　関西空港調査会
**後援**　国土交通省近畿運輸局、国土交通省大阪航空局、
公益社団法人　関西経済連合会、大阪商工会議所、新関西国際空港株式会社

2015 年 10 月 7 日に関西空港調査会シンポジウムを開催しました。約 300 人のご参加をいただきました。

開会にあたって主催者の関西空港調査会黒田勝彦理事長（神戸大学名誉教授）は「関西国際空港と大阪国際空港（伊丹空港）を運営するコンセッショネアがほぼ決まり、来年の 4 月には正式に運営権が移譲されるようになると思います。新しい運営会社がどのような運営をされるのか期待しています。今日のシンポジウムを通じて皆さま方とともに関西の観光のあり方を考え、関空が西日本のゲートウェイとして更に成長することを期待しています。」と述べました。

新関西国際空港会社の福島伸一会長の基調講演「世界とアジアのゲートウェイ関西空港の現状と官民で取り組む関西広域観光戦略」、その後のパネルディスカッションでは、「訪日旅客への取り組みと関空への期待」と題しまして、パネリストとして、京都府商工労働観光部観光政策監 平井裕子様、公益財団法人 大阪観光局専務理事 野口和義様、兵庫県産業労働部観光監 水口典久様、奈良県地域振興部観光局長 福井義尚様、和歌山県商工観光労働部観光局長 山西毅治様、コーディネーターは、新関西国際空港株式会社執行役員 住田弘之様で行われました。

本誌 11 月号では、新関西国際空港会社の福島伸一会長の基調講演「世界とアジアのゲートウェイ関西空港の現状と官民一体で取り組む関西広域観光戦略」の内容を掲載しました。パネルディスカッションの内容は 12 月号で掲載いたします。

会場風景

関西空港調査会の
黒田勝彦理事長による開会挨拶

基調講演

# 世界とアジアのゲートウェイ 関西空港の現状と官民一体で取り組む 関西広域観光戦略

講師　福島　伸一 氏

新関西国際空港株式会社代表取締役会長
（公社）関西経済連合会都市創造・文化観光委員会副委員長
広域観光研究会座長

## ■はじめに

今日は関西空港の概況と取り組み、関西の広域観光の推進についてお話いたします。

1番目は世界の空港・航空会社を取り巻く環境の変化、2番目は関西国際空港の概況、3番目はインバウンドの現状、4番目に関西国際空港の取り組み、5番目に関西広域観光の推進です。

## ■世界の空港・航空会社を取り巻く環境の変化

まず1番目の空港・航空会社を取り巻く環境の変化についてですが、航空マーケットの変化については、ひと言で言うとアジアが最大の航空市場になるということです。アジアの中間所得層は2009年の5億人から2030年には32億人へと拡大が予想されています。

世界でどれぐらい航空需要が伸びるのかという、航空旅客輸送量予想では、先ほどの比較年と少しずれますが、2013年と2034年比では中間所得層の拡大に伴って、アジアの伸びが著しく年平均の成長率が6%、3倍以上となり、アジアが世界の最大の航空市場になると予想されています。これらの背景には経済の成長やLCCなどの拡大等が考えられますが、これによってビジネスでの移動や観光といった、航空機を利用して移動する機会が多くなり、航空需要が拡大していくものと考えられています。これからは「アジアの大航空時代」が始まると思っています。航空・空港業界は経済成長著しいアジアを中心として、今後もマーケットが拡大し続ける成長産業だと思っています。

仁川、上海の浦東空港では滑走路が3～4本あり、4,000万人から5,000万人の旅客、貨物量も200万トンを超えています。またチャンギ空港では3本目の滑走路の建設に着手しています。このようにアジアの主要空港では、成長著しいアジアの旅客や貨物を取り込もうと、国家戦略としてネットワークの拡大をめざして、滑走路の増設や着陸料の値下げなどに取り組んだ結果、旅客数も貨物量も日本より大きく伸びているのが現状です。

一方、日本の成田と羽田の首都圏空港においては、ここ数年で発着容量、空港のキャパシティが1.4倍に拡大されています。成田空港では先日3本目の滑走路建設の話が報道されています。関西空港でもここ数年は第2ターミナルビルの建設や、戦略的な料金体系の導入、積極的なプロモーション等を実施しており、これらが現在の大幅な新規就航や増便につながってきています。

このように国内外の空港では激しい空港間の競争が繰り広げられています。その一方で航空業界を取り巻く環境も変化してきております。現在航空業界はスターアライアンス、ワンワールド、スカイチームという大きく三つのグループに分かれていますが、ご覧のように世界の大きな航空会社でも経営破綻や統廃合を繰り返しています。日本でも2010年のJALの破綻、最近のスカイマークなど厳しい状況となっています。また北陸新幹線の開業など新幹線の整備が着々と進み、航空業界は今まで以上に厳しい競争環境になってきています。

そんな中LCCが台頭してきました。日本で

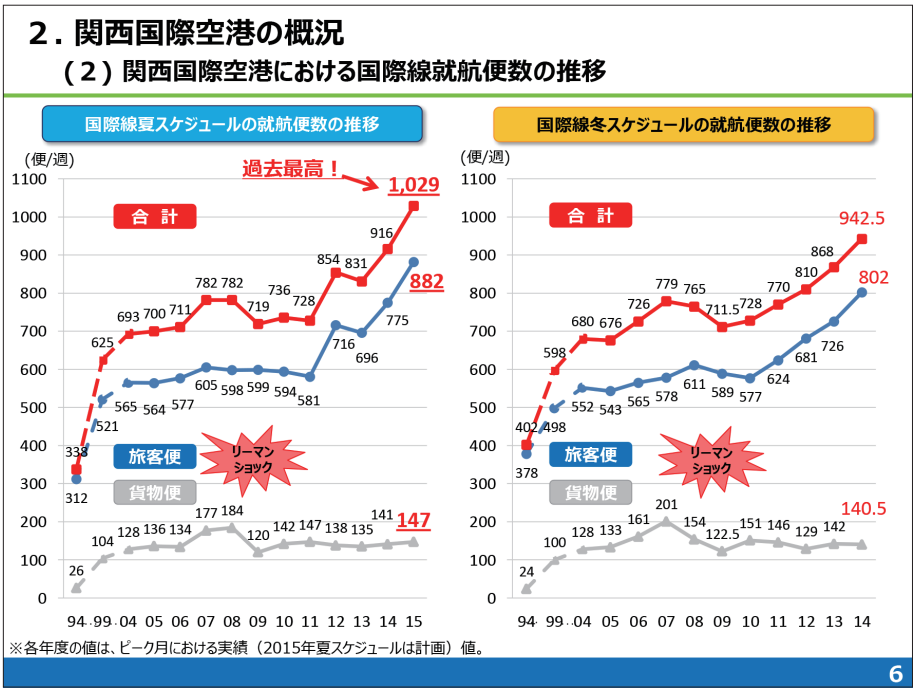
は 2012 年の 3 月に、国内初の本格的な LCC のピーチ・アビエーションが関西空港を拠点として運航を開始したのを皮切りに、ジェットスタージャパン、バニラエア、春秋航空日本など続々と就航しています。もともとは北アメリカ、西ヨーロッパを中心に展開をしてきた LCC ですが、世界全体的にもシェアを拡大して、欧米では 30％以上を占めています。特に東南アジアで著しい伸びを見せています。

一方、日本ではピーチ・アビエーションが就航した 2012 年が、日本の LCC 元年と言われていますが、まだ全体では 3%、国内線だけ見ても 7％にしか過ぎません。LCC のビジネスモデルは 180 人前後の中小型機材による多頻度の運航や、サービスの簡素化、IT 化によるコスト削減により、従来のフルサービスキャリアが実現できなかった低運賃を実現して、既存の旅客を奪うのではなく、新しいマーケットをつくり出して、お客さまも着実に増やしているのではないかと思っています。以上簡単ですが私共を取り巻く環境の変化です。

## ■関西国際空港の概況

2 番目は関西国際空港の概況について、5 つの内容についてお話します。1 つ目は関西空港と伊丹空港の概況についてですが、関西空港は沖合 5km に位置しているため、航空機による騒音問題がほとんどない、世界で初の本格的な海上空港です。また日本で最長の 4,000m と 3,500m という 2 本の滑走路を有し、24 時間運用可能な、世界標準にかなった国際空港です。一方、伊丹空港は西日本の国内拠点空港で、国内における都市型空港として非常に効率的で、環境や安全にも十分配慮された運用が行われており、大阪の中心部に近いという高い利便性を誇る空港です。

以降、関西空港の概況について順次説明します。2015 年夏ダイヤの便数と 2014 年冬ダイヤの実績を関西空港開港の 1994 年から国際線就航便数の推移とともに表したものです。関西空港からの便数は、地元の自治体、経済界の皆さま方に多くのご支援を頂き、お蔭様で LCC 効果や外国人旅客数増加により大きく成長しています。今年の夏ダイヤでは夏・冬を通じて過去最高の週 1,029 便と、開港以来初めて週 1,000 便を超える計画でしたが、夏ダイヤの発表以降、中国、アジアを中心とする多くの新規就航、増便があり、当初の 1,029 便を超え、

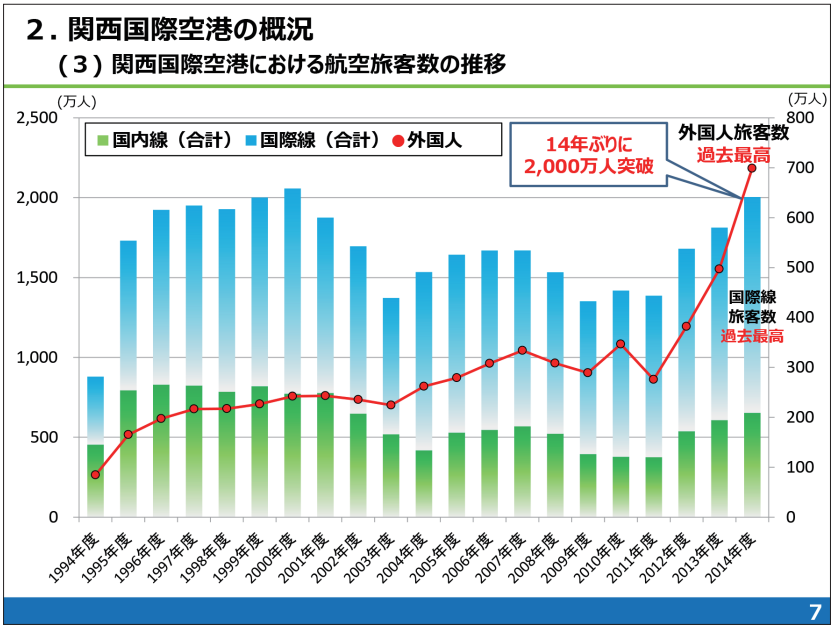


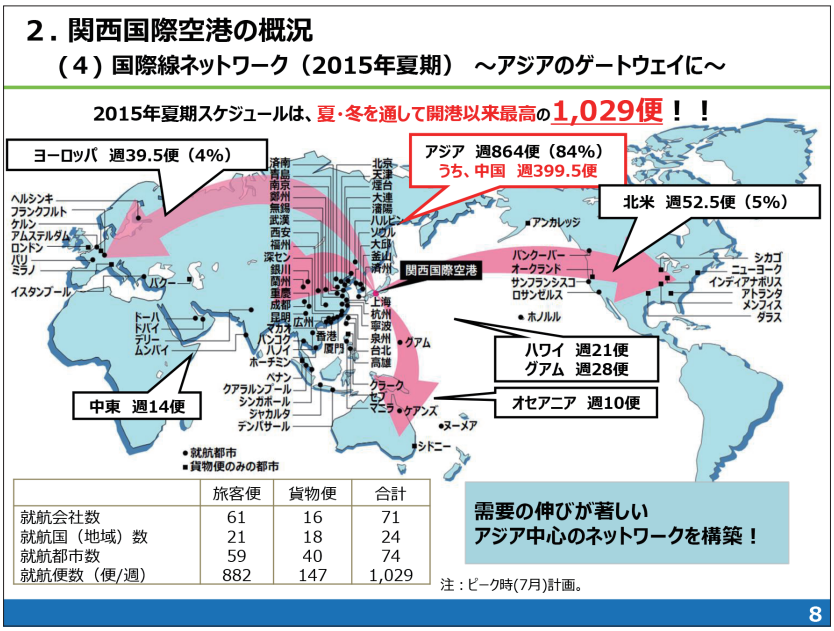
1,100 便を大きく超えるのではないかと見込んでいます。

次に、旅客数の推移です。2014 年度の国際線と国内線合計の旅客数は 2,004 万人と、14 年ぶりに 2,000 万人を超え、歴代 2 番目の旅客数を記録しました。そのうち国際線ご利用のお客さまは 1,350 万人と、これも 3 年連続で前年を上回り、年度としては過去最高の記録でした。特に外国人旅客数、中でもアジアの旅客数が大幅に伸びて、これも過去最高の 699 万人、前年比で見ると 141％ですが、年度としては初めて外国人旅客が日本人旅客を上回りました。本年度に入っても好調で、国際線と国内線を合わせて 2,300 万人くらいのお客さまにご利用してもらえるのでは、と期待をしています。

国際線のネットワークについてですが、2015 年の夏スケジュールの便数・ネットワークは、就航都市数 24 カ国・地域の 74 都市、就航エアラインは 71 社となっています。方面別に見るとアジアと経済的かつ歴史的にもつながりが深く、時間的にも近いという関西空港の特長を活かして、アジア路線が全体の 80％以上を占めており、アジアに強い空港で「アジアのゲートウェイ」としての位置づけを確たるものにしています。

次は関西空港とアジアとのネットワークですが、アジアとのネットワークは増加しており、現在就航都市数は 58 の都市で日本の空港では最多となっています。ハノイやジャカルタ、クアラルンプールなど、この東南アジアの路線の便数がまだまだ少なく、ここを増強していかねばと思ってい



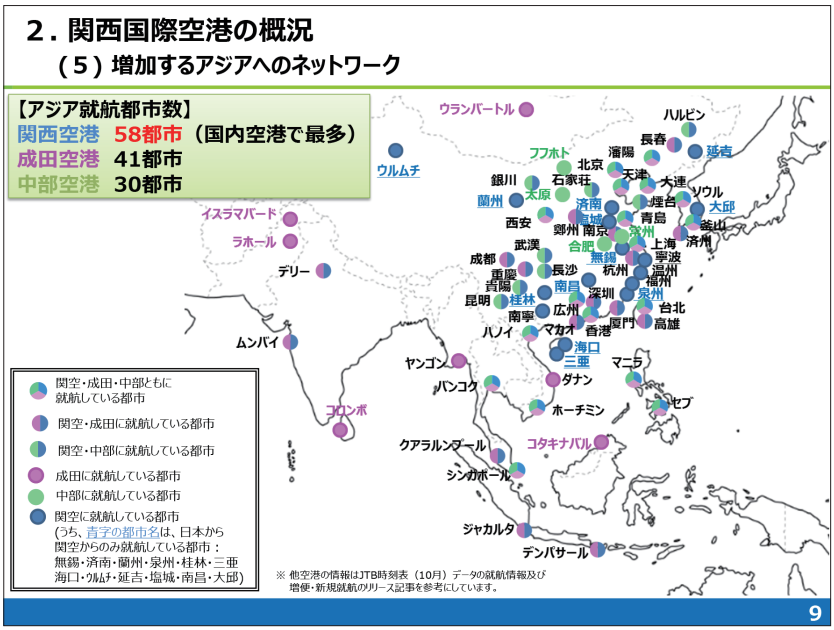

| | 旅客便 | 貨物便 | 合計 |
|---|---|---|---|
| 就航会社数 | 61 | 16 | 71 |
| 就航国（地域）数 | 21 | 18 | 24 |
| 就航都市数 | 59 | 40 | 74 |
| 就航便数（便/週） | 882 | 147 | 1,029 |

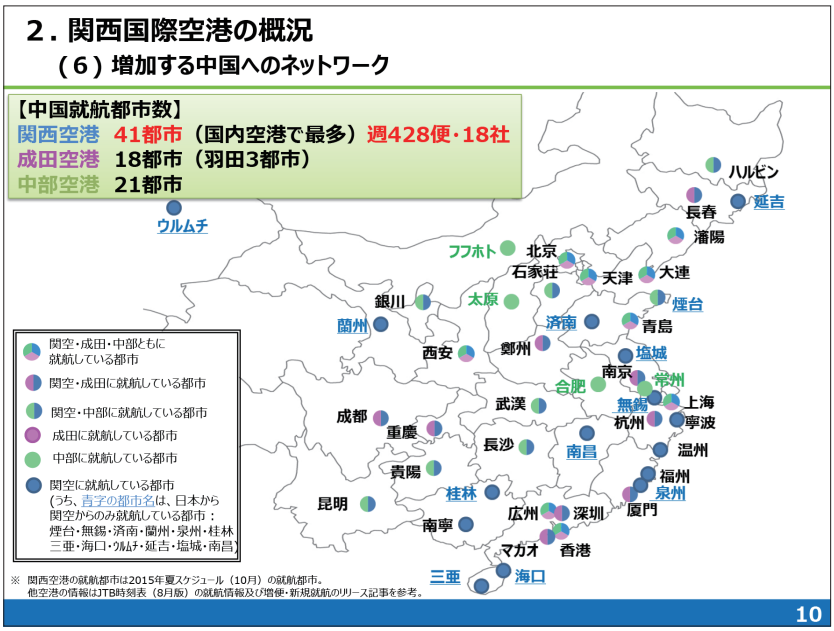
注：ピーク時(7月)計画。

ます。続いてアジアの中でも特に中国への就航都市ですが、関西空港を利用された中国からのお客さまは2014年度で対前年比1.8倍と急激に増加しており、増便が相次いでいます。現在関西空港からは中国41の都市に就航しており、こちらも国内の空港では最多となっています。

最近では北京や上海といった沿岸部の主要都市だけではなく、銀川、南寧、ウルムチといった、日本人にあまり知られていない内陸の都市からの就航が相次いでいることも特徴のひとつではないかと思います。特に青字で示している済南など12の都市は、日本では関西空港からしか就航していない都市です。

次は関西空港から欧米へのネットワークです。アジアのネットワークに比べると欧米のネットワークはまだまだ脆弱でお客さまに大変不便をかけていますが、現在北米は三つの都市へ、そしてヨーロッパ・中東へは七つの都市へ就航しています。経済界の皆さま方と一緒になって進めてきたプロモーション活動が実り、北米はこの3月からJALによるロサンゼルス便が、5月からはエアカナダによるバンクーバー線が就航しています。来年の春にはデルタ航空によるニューヨーク線の就航が予定されています。今後もロンドン線、北米路線など欧米のさらなる路線の拡大にも力を入れていきたいと思います。



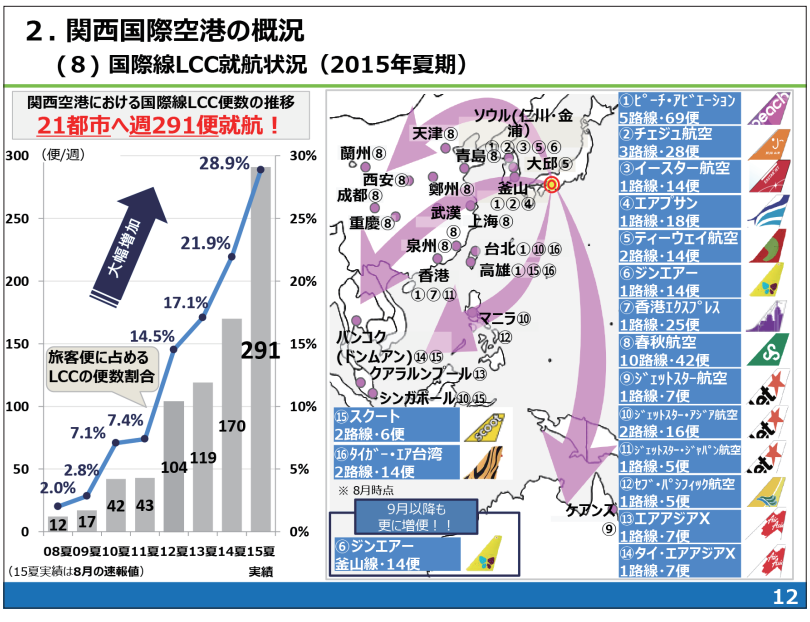

次にLCCの就航状況についてですが、図は最新の関西空港を起点とした国際線LCCの就航便数割合の推移とネットワークを表したものです。関西空港発のLCCの就航便数は2012年に関西空港を拠点とするピーチ・アビエーションが就航したことにより大幅に増えてお

ビジネスモデルに最適化した本格的な専用ターミナルビルで、安心・安全、LCCの特徴である機材の高稼働を支える機能性、エアラインに低コストで使用してもらう経済性等を重視して、ローコストターミナルビルとして設計を行いました。お客さま、特に若い女性のお客さまからは、おしゃれで利便性が高いと評価を頂いています。今後増加するLCC需要に対応する、またアジアを代表するLCCの拠点空港をめざして、現在ターミナル3の整備に着手しており、2016年度中の供用開始を予定しています。

り、この2015年国際線の夏スケジュールではアジア圏を中心に、現在16社が21の都市へ週291便就航、これは全旅客便の29%を占め、日本の空港では最大のLCC就航空港となっています。現在はピーチ・アビエーション、ジェットスタージャパン、春秋航空が拠点空港として利用されています。

LCCをすでに利用された方も多いと思いますが、フルサービスエアラインにはない低運賃で、気軽に気楽に旅行を楽しむ、新しい旅行スタイル、ライフスタイルをお客さまに提案して、新しい需要をつくり出しているのではないかと思っています。関西空港はこの拠点LCC事業を会社の戦略事業と位置づけ、2012年10月に日本で初の本格的なLCCの専用ターミナルビル、第2ターミナルビルを建設して供用を開始しました。このターミナル2はLCCの

次は当社の航空貨物事業の取り組みについてです。関西空港では、その強みを活かし、貨物の24時間ハブ空港の実現をめざして、貨物事業を成長戦略の大きな柱のひとつとして位置づけて、その具体的な戦略として集貨・創貨・通貨というコンセプトでこれまで取り組んできて



います。おかげさまで2014年度の貨物量は前年比110%の74万トンとなりました。具体的な事例をご紹介します。

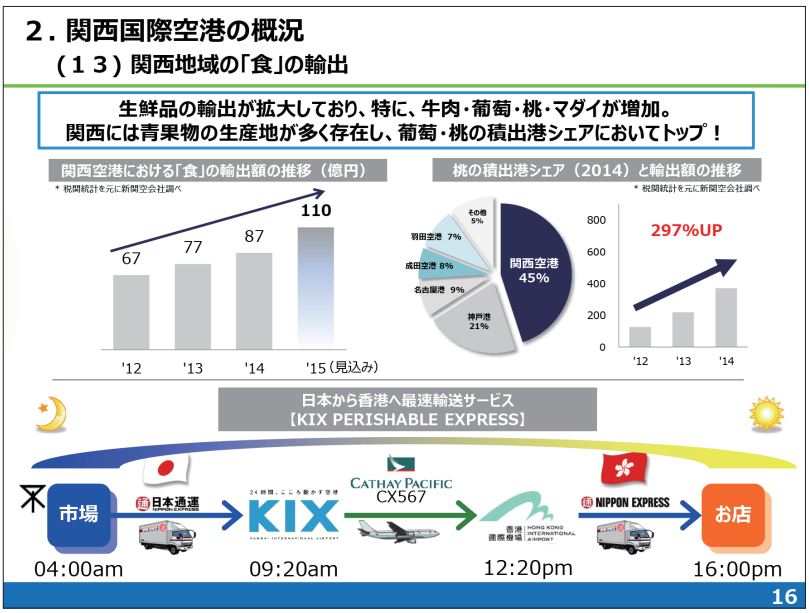
「通貨」の取り組みとして、フェデックス がアジアと米国間を輸送する貨物を集約して仕分けし、積み替えを行う新たな拠点「北太平洋地区ハブ」を昨年の4月にオープンしました。この北太平洋地区ハブは、韓国の仁川空港との誘致競争に打ち勝って誘致に成功したのですが、これにより北米とアジア間の物流が、関西空港を中継して輸送される流れができて、地元企業の国際競争力の向上にも貢献できているのではと思っています。

次に「創貨」。医薬品の輸出入と食の輸出という二つの取り組みです。医薬品の輸出入についてですが、関西には多くの医薬品メーカーや大学のR＆D機関があり、関西は医療の国家戦略特区にも指定されています。関西空港の輸入品目では医薬品は約19%を占めており、2014年の輸入金額は6,700億円に達しています。医薬品は高価なだけでなく、温度管理や品質管理に注意を要するため、リードタイムも含めて海外からの輸送には空輸が大変適しています。

このような背景を踏まえて関西空港は日本初の「KIX－Medica」という医薬品専用の低温庫や保冷ドーリーを設置して、到着した航空機から関西の医薬品メーカーの工場まで一貫した温度管理ができるシステムを構築し、現在多くのお客さまにご利用いただいています。またこれも日本の空港では初めてですが、「KIX－Medipac」という低温の輸出梱包対応施設の運用も開始したところです。

食の輸出については日本政府も成長戦略のひとつとして、農水産物の輸出を2020年度に、輸出額を現在の倍の1兆円の目標をかかげて取り組んでいます。関西空港も、関西の誇る安全でおいしい農水産物をアジアを中心に輸出して地元に貢献したい、ということでこれまで取り組んで来ました。一昨年の2013年には関西・食・輸出推進事業協同組合を設立し、農水省、地元の自治体、経済界の皆さま方のご支援のもと、三位一体で推進してきました。おかげさまで関西空港からの食の輸出金額は2015年度は110億円を超えるまで大きく拡大し、今後もさらに伸ばしていきたいと思っています。

関西空港からは牛肉や鮮魚、果物、野菜等を輸出していますが、桃と葡萄は全国ナンバーワンのトップシェアを誇っています。下の図は関西空港における関西から香港への食輸出の実例です。朝の4時に市場で競り落とされた鮮魚が、9時台の飛行機で香港へ輸送され、その日のうちに香港のホテルやレストランでおいしく味わってもらえます。関西の安全でおいしい食を世界中のお客さまに届けて食してもらう、そして次は関西に来てもらって実際に関西の地で食してもらう、この双方向の流れをぜひ今後増やしていきたいと思ってい



ます。

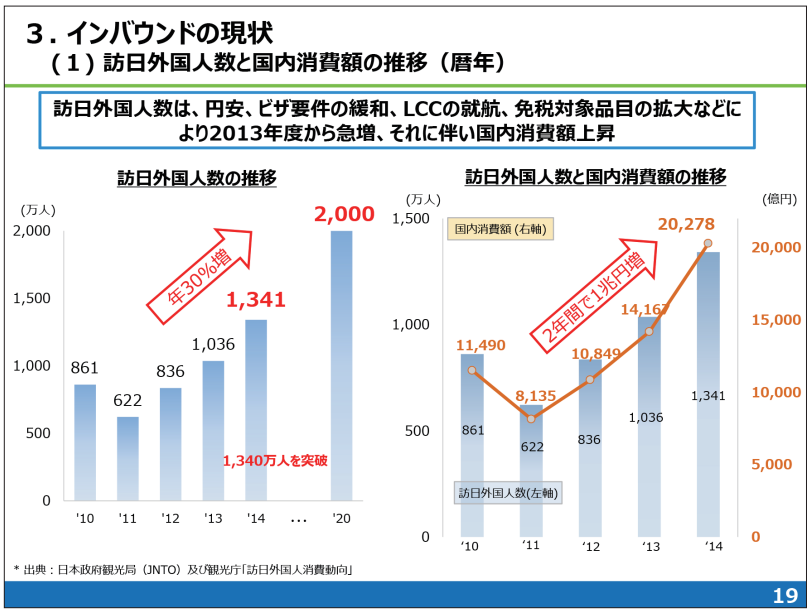
次に当社の経営概況を簡単に報告します。2014 年度の当社の連結決算は、関西空港の航空機発着回数や国際線旅客数が過去最高となりました。また OAT グループとの統合もあり、全体の営業収益は 270 億円増の 1,538 億円、前年比で 121％、営業利益は 116 億円増の 443 億円、前年比 136％、営業利益率にして 28.8％と大幅な増収増益となりました。

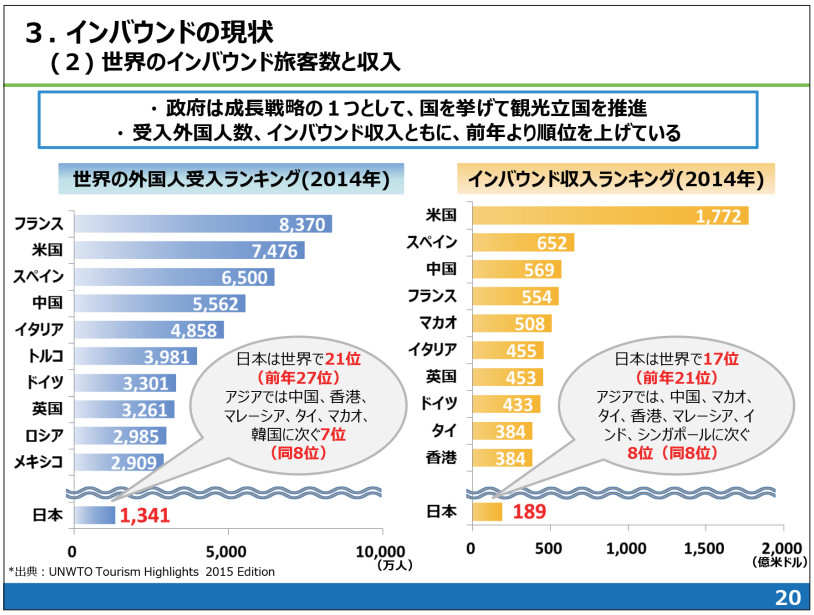
## ■インバウンドの現状

3 番目に昨今新聞・テレビ等の報道でも常に話題になっている訪日外国人、インバウンドの現状について 4 つの内容でお話します。日本全体のインバウンドの現状についてですが、訪日外国人は 2014 年、円安やビザの要件緩和、LCC の就航増、免税対象品目の拡大等により、1,341 万人と過去最高を記録しました。2015 年に入ってもこの上半期で 900 万人を超えていますので、この勢いでいくと政府目標の 2,000 万人の達成は遅くとも 2016 年には実現するのではと思っています。

訪日外国人が日本国内でどれだけお金を使ったか、という国内消費額の推移ですが、こちらも 2012 年の 1 兆円から 2014 年は 2 倍の 2 兆円と過去最高を記録しています。この 2 年間で 1 兆円もの新たなインバウンドのマーケットが創出されたということです。かつ今後もさらに大きく成長が見込まれていると思います。現にこの消費額もこの 2015 年前半 6 か月で約 1.6 兆円、と先日観光庁から発表されましたので、政府目標の 4 兆円も早期の実現が期待されると思います。

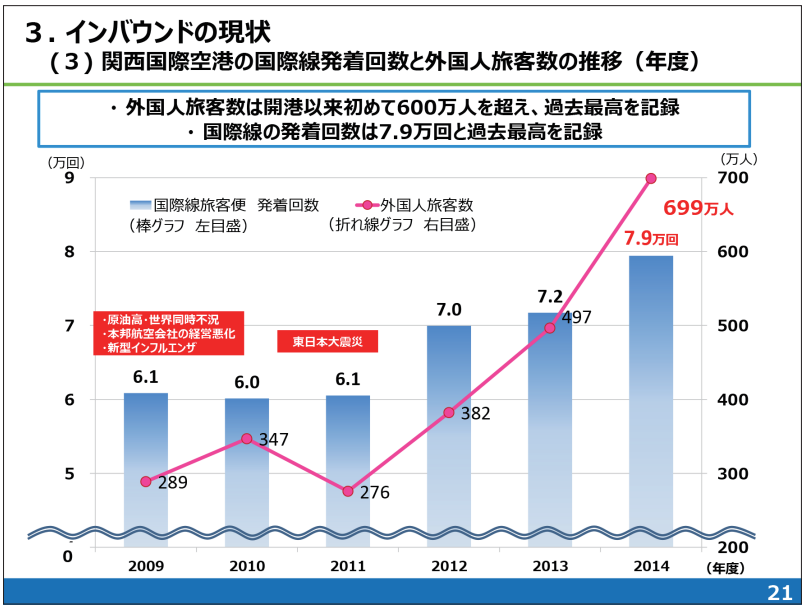
次は世界のインバウンドの状況ですが、世界各国の外国人旅行者の受入ランキングでは、昨年の 1,341 万人は世界の各国と比較すると 21 位で、アジアの中でも 7 位、トップのフランスの約 6 分の 1 です。インバウンドにおける収入ランキングでは、日本は世界で 17 位、アジアの中でも 8 位でトップのアメリカの約 10 分の 1 程度、中国の 3 分の 1 程度となっています。この数字ランキングから見ると、日本は国際観光では中進国で、外国人の受入数、インバウンド収入ともにまだまだ成長の伸びしろが大きいと感じています。インバウンドは国際収支の改善にもつながっています。2014 年の旅行収支は 55 年ぶりに黒字になり、2015 年上半期は過去最高の 5,200 億円の黒字です。このようにインバウンド産業をさらに大きく成長させることは、日本の経済にとっても大きな好影響を与えると考えています。

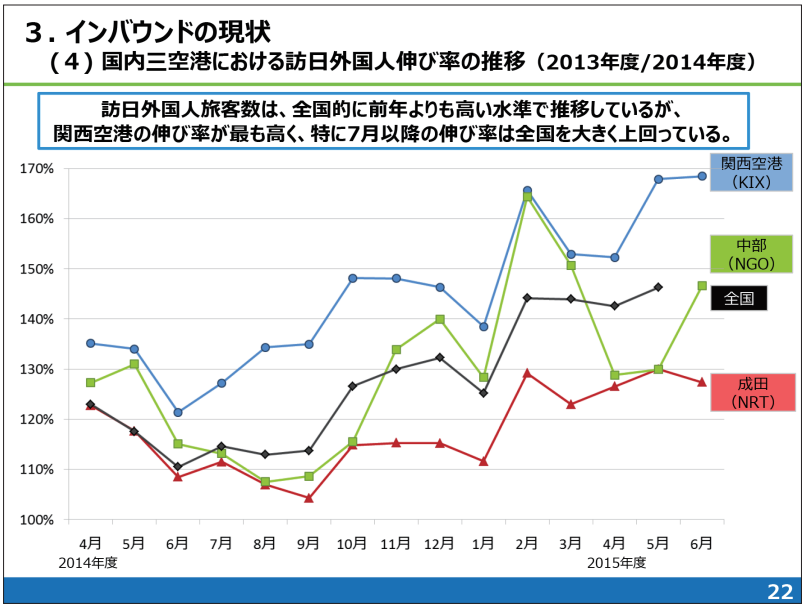


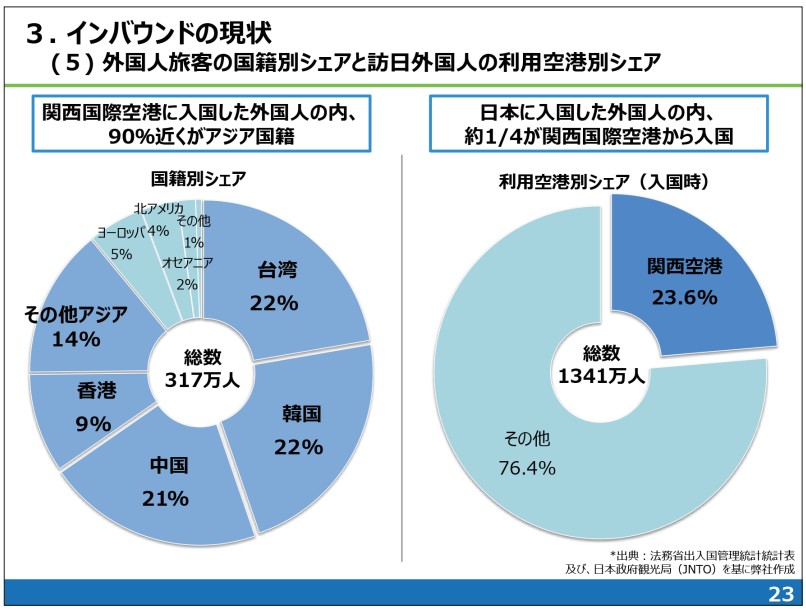



では、関西におけるインバウンドの現状についてです。これは、関西空港における国際線発着回数と外国人旅客数の推移ですが、2014 年度の国際線発着回数は 7.9 万回と過去最高を記録しています。2014 年度の外国人旅客数は過去最高の 699 万人で、ここ数年急増し、2015 年度は 1,000 万人を超えると見込んでいます。グラフは昨年の 4 月から直近の成田と中部と関西空港における訪日外国人旅客数の伸びを比較したものです。関西空港の伸びが最も高く、昨年 7 月以降の伸びは全国を大きく上回り、本年度に入ってもその勢いはとどまるところを知りません。これはいろいろあると思いますが、関西空港が 24 時間空港であり、首都圏空港に比べアジアに 1 時間近いということや、LCC のネットワークが充実していること。これらに加え、何より関西には後から述べます魅力的な観光資源が豊富にあることが起因しているのではないかと思います。

2014 年の関西空港から入国した訪日外国人の国籍別のシェアは、約 90％がアジア国籍のお客さまで、台湾、韓国、中国のお客さまがビッグ 3 です。昨年と比べても特に中国からのお客さまの伸び率が大きく、2015 年に入ってからは前年の 2 倍以上となっており、シェアを大きく伸ばしています。中国では 2014 年には 1 億人の人が海外旅行をしているといわれてお





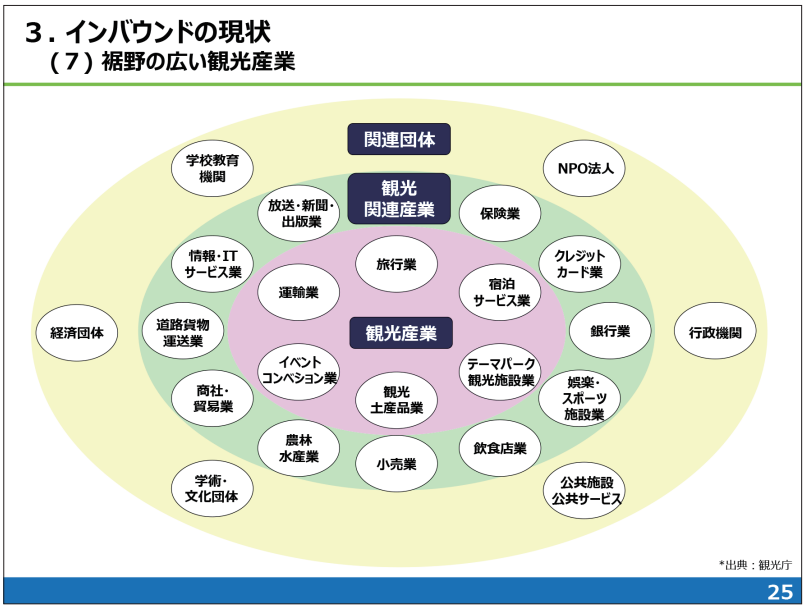




り、うち日本を訪れている中国人のお客さまは250万人です。最近中国における上海株の下落や、中国経済の成長率が低下しているのではないかという懸念事項はありますが、私個人としては今後さらに中国のお客さまは増加していくと思っています。その右にあるグラフは日本を訪れる外国人が入国時にどこの空港を利用したかを示すデータです。2014年は23.6%でしたが、今年に入ってからは25%を超え、4人に1人、特に中国人は30%を超えており、3人に1人が関西空港を利用している状況です。

次に関西における経済効果はどれくらいあるかということですが、推定値ですが関西における訪日外国人の旅行消費総額は7,300億円と試算されています。人口減少時代を迎え、特に地方では定住人口の減少が続いていますが、外国人旅行者を増やすことは、交流人口の拡大につながるもので、大きな原動力の一つになるのではないかと思っています。外国人旅行者1人あたりが日本国内で使う消費額は約15万円です。日本の定住者1人あたりの年間消費額は約130万円ですので、外国人旅行者8人で定住人口1人分の年間の消費額に相当します。こういう観点から考えると、地域の経済に与える影響は大変大きいと思います。

観光産業は裾野が広く関連産業も多いということを表したイメージ図をご覧ください。真ん中に宿泊サービス業、旅行業、運輸業、観光みやげ品業などの観光産業、周辺には小売業、飲食店業、農林水産業など多くの関連産業があり、裾野の広さが見てわかると思います。

訪日外国人の消費動向についてもう少し説明します。今年の1月から3月までの訪日外国人1人あたりの買い物による、旅行支出を国別にランキング化したものをみますと、よく中



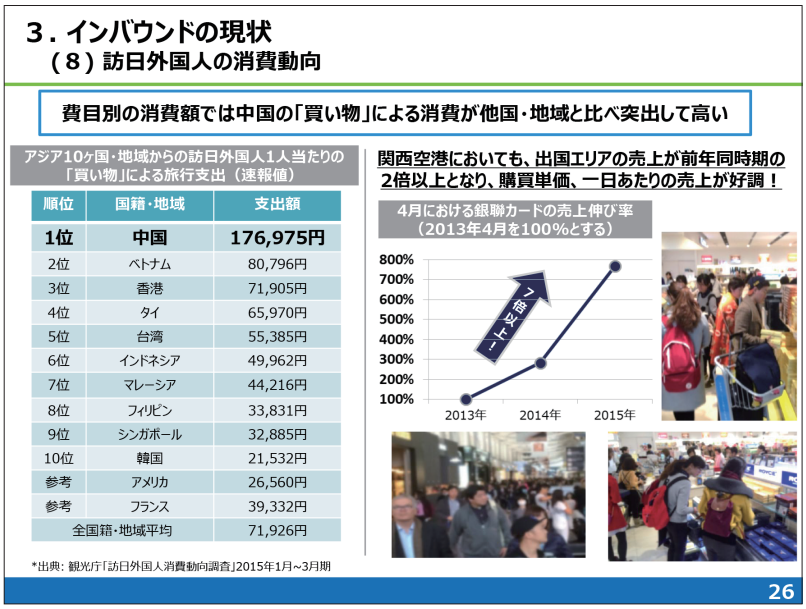

国人の爆買いが話題になっていますが、アジアの中でも中国のお客さまが買い物に費やす消費額は、17 万円と突出しています。現在中国のお客さまの人気商品は、医薬品や化粧品、紙おむつなどの定番の商品に加えて、炊飯器、温水便座、魔法瓶、セラミック包丁が「日本四大宝」といわれて大変人気があります。中国やアジアからのお客さまは、メイドインジャパン、すなわち日本でつくられた、本物の安全で安心な日本製品を日本で買うことが訪日目的の大きな一つとなっているように思います。関西空港の免税エリアでも、インバウンドのお客さまにたくさん買い物をしてもらっており、半数近くが中国のお客さまで、中国からのお客さまがよく利用する銀聯カードによる売上量が、一昨年と比較すると 8 倍以上の伸びとなっています。

関西を訪問するインバウンドのお客さまが急増し、大きな経済効果をあげていますが、その反面いくつかの課題も発生しています。大阪や京都でのホテル不足、観光バス駐車場の不足、CIQ のスムーズな出入国の問題などです。特にホテル不足は、すぐホテルをつくれといっても時間もかかるわけで、神戸や和歌山、奈良、滋賀など周辺の町に海外からのお客さまを誘導する絶好のチャンスではないかと思っています。

しかし、これは国や自治体、関連企業の皆さんと力を合わせ、知恵を出し合いながら解決をめざしていくことが重要です。以上が日本、関西におけるインバウンドの現状です。

## ■関西国際空港の取り組み

4 番目の関西国際空港の取り組みについてです。空港は観光客のみならず、ビジネス客も含め、関西や日本にこられた外国のお客さまを最初にお迎えし、、そして見送る玄関口です。人と人が



行き交うプラットフォームでもあります。また国際航空貨物で輸出入を担っています。空港はまさに人とものの流れをつくり出し、その地域の国際的な競争力を高め、地域の活性化や経済に与える影響も大きく、地域の戦略的なインフラだと思います。また、関西空港は日々多くのお客さまにご利用いただいています。これらの視点に立って、関西空港は安全・安心を大前提に空港の機能や魅力を高め、世界中のお客さまに愛される空港づくりに取り組んでいますので、少し PR も含めて 6 項目をご紹介します。

1 点目として、空港に求められる機能はなんといっても、国内外にわたる航空ネットワークの拡大・強化です。地元、自治体、経済界の皆さまと一緒になって、エアラインへのトップセールスやエアポートプロモーションを実施し、これらがロサンゼルス線やジャカルタ線などの新規就航につながっていると思っています。この場をお借りしましてあらためて関係の皆さま方にお礼を申し上げたいと思います。

2 点目は空港の基本的な機能の充実・強化の取り組みです。空港の魅力を高めるために免税エリアの店舗のリノベーションを行い、売り場面積を約 1.4 倍に拡大して、3 月末にグランドオープンしました。購買力の高い中国、アジアからのお客さまの購買ニーズの変化に合わせたリノベーションです。先ほど「日本四大宝」と言いましたが、これ以外にも、少し前に話題になったランドセルを関西空港内の店で販売したところ、大変なブームになって、現在もアジアのお客さまに大変好評を受けています。

また、お客さまにスムーズに出入国をしていただくために、自動チェックイン機の導入、出入国審査場における自動化ゲートを増設しています。しかし、今年にはいって急増するインバウンドのお客さまの受入整備が追いつかず、特に入国に 1 時間以上かかるなどの苦情が多数寄せられています。こうした現況を受けて、この 6 月からは保安検査場のブースの増設や優先レーンの導入を行っています。また国も入国審査官の増員等にも取り組んでいます。合わせてお客さまに便利で快適な空間を提供できるよう、海外で発行されたクレジットカードで現金が引き出せる ATM 機の設置、空港内のトイレ・ベビールームの改装などにも取り組んでいます。特にトイレは 2006 年と 2009 年に、世界の空港で関西空港が一番きれいだという評価を頂いており、もう一度トイレが世界で一番きれいだと言ってもらえるように現在チャレンジしているところです。

3 点目は、関西空港がおもてなし力のアップとして取り組んでいる、インバウンドのお客さま向けサービスの充実・強化についてです。個人で旅行するインバウンドのお客さまの増加に

伴い、関西空港ではより安心して快適に日本の滞在を楽しんでもらえるよう、さまざまなサービスの強化に努めています。無料で利用できるWi-Fi環境の整備や、マレーシアやインドネシアなどイスラム圏からのお客さまが増加していますので、祈祷室の増設やハラル対応の飲食店の整備など、日本でナンバーワンのムスリムフレンドリーな空港づくりに取り組んでいるところです。

LCCの大幅な増便等により深夜早朝の便が増えて、これに伴い深夜早朝を空港で過ごされるお客さまが一晩で200人～300人と増えてきています。この対応として空港内の施設に仮眠や休息用の椅子300席、シャワールームを設置しています。多言語対応の取り組みとして、空港内のサインや案内ボードにはすべて4カ国語で対応しています。

4点目は空港アクセスの強化についてですが、空港アクセスは空港の魅力向上や、今後増大する外国からの個人旅行のお客さまのためにも非常に大切な機能だと思っています。関西空港は鉄道、リムジンバス、高速船、マイカーと多様なアクセス方法が可能ですが、これまでどちらかというと関西空港へのアクセスは高くて遠いというイメージがあり、そのイメージの払拭と具体的な改善に努めてきました。その基本の考え方は、関西の主要都市から1,000円程度のアクセスのネットワークを構築するということで、現在リムジンバスは1日約1,100便運行しています。鉄道は大阪市内から地下鉄と南海電車の乗り継ぎで1,000円です。また、料金面だけではなく24時間空港として能力を最大限発揮できるように、アクセス事業者の皆さまと力を合わせて、深夜早朝便の拡充を図っています。

リムジンバスはこの7月から、日本の空港では初めてですが、大阪まで深夜24時以降毎時1時、2時、3時、4時、5時と1時間ごとの24時間運行を開始しており、大変多くのお客さまにご利用いただいています。さらに中長期的な話ですが、高速鉄道などについても、非常に時間も事業資金もかかりますが、多くの関係者の皆さま方に働きかけて、検討と実現をめざしていきたいと考えています。

5点目は環境の取り組みについてですが、関西空港では環境先進空港をめざして、「KIXスマート愛ランド計画」として、さまざまな取り組みを行っています。この「KIXスマート愛ランド計画」の一環として、水素エネルギーを活用した水素グリッドプロジェクトを展開中で、先日は日本の空港では初めてですが、空港島内に水素ステーションの設置も発表しました。今後3年間にわたり、貨物上屋への燃料電池のフォークリフトの導入も進めていきたいと考えています。

6点目はビジネス出張者向けの「グローバルビジネスクラブ（Global Business Club）」のPRです。現在関西から首都圏空港を使って30万人強のお客さまがアメリカやヨーロッパに出国しています。関西空港は欧米線が少ないなどいろいろ理由はございますが、ぜひ関西空港を利用していただきたいということで、地元経済団体のご支援のもと、企業さま向けのトータルサービスを提供するクラブを今年の4月に創設しました。出発から帰国まで、例えば会員専用優先レーンでのスムーズな出国、空港内のラウ

ンジの無料使用、またポイントがたまると帰国時に自宅までのタクシーサービス提供など、トータルのサービスを提供しています。今日も皆さま方のお手元にパンフレットを用意していますので、ご加入の検討もよろしくお願いします。

手前味噌ですが、関西空港の取り組みが評価され、いくつかの賞を頂きましたので、一部を紹介させて頂きます。世界中の国際空港を評価する「ワールド・エアポート・アワード 2015」でLCC 専用ターミナルビルを対象にした、「ローコストターミナル部門」、「手荷物サービス部門」の二つで世界第一位になりました。特に手荷物サービス部門での受賞は、荷物の紛失（ロストバゲージ）が 1994 年の開港以来 21 年間ゼロを続けていることが評価され、大変うれしく思っています。今後とも世界中のお客さまから愛され親しまれ評価いただける空港づくりに取り組んでいきたいと思っています。以上が関西空港における取り組みです。

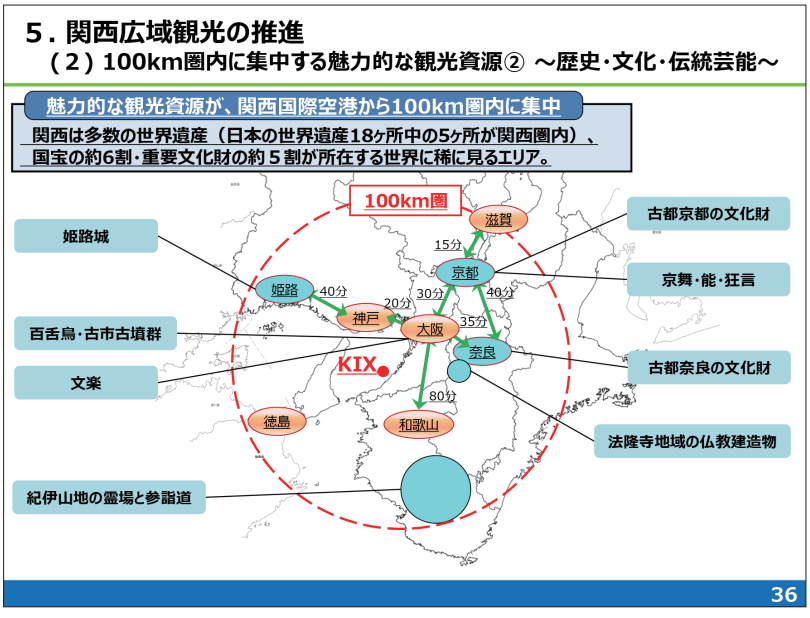
## ■関西広域観光の推進　～インバウンド観光を関西の成長産業に～

最後の項目、5 番目の関西広域観光の推進についてでございます。関西は地域として見ると、人口規模は約 2,000 万人強、経済規模・GDP は 85 兆円で韓国一国に相当、グローバルな競争力や技術開発力にすぐれた多くの企業、会社、そして個性豊かな多くの大学等があります。また関西には世界の最先端を走る医薬・医療分野、グローバルな競争力のある環境エネルギーなどの成長産業があります。これに加え、関西広域のインバウンド観光には国際競争力があり、これを関西の成長産業に育てていきたいと考えています。

私が座長を務める関西経済連合会の「広域観光研究会」の取り組みをご紹介しながら「関西広域観光の推進」についてお話します。日本政府は観光立国実現に向けた「アクションプログラム 2015」を発表しました。アクションプログラムでは 6 つの柱を中心として、訪日外国人旅行者の満足度を一層高める取り組みを進めています。皆さまもよくご存じだと思いますが、インバウンドは外貨を稼ぐ内需型の産業で、観光収入が増加することはもちろん、裾野も広くインバウンド関連産業をはじめとする雇用機会の増加もあります。地域に与える経済効果や地域の活性化は多大で、日本政府が進めている地方創生にもつながるものです。また民間の草の根の国際交流という見方もできると思います。

インバウンドのお客さまは今後ますます増加が見込まれています。関西はインバウンドのお客さまにとって魅力的な観光資源、資産を豊富に有し、これがまさに関西の強みではないかと思います。

大阪、京都、神戸、奈良、和歌山などの個性的なまちが多数あり、多くの文化・歴史、関西を発祥の地とする伝統芸能や食文化、美しい四季があり、それらが 100km 圏内・1 時間程度に集積しています。このような地域は世界のほかには見られないと思います。



100km 圏内に集積する魅力的な観光資源の一例を順次紹介します。歴史文化では５つの世界遺産、国宝の６割、重要文化財の５割が関西にあります。伝統芸能の分野でも大阪の文楽、京都の京舞など多くの魅力的なコンテンツが関西にはそろっています。

食を見ても大阪のたこ焼きや串カツといった「粉モノ」から、京都の京懐石や京菓子、肉では神戸ビーフや近江ビーフ、さらに日本海側でのカニや紀州のマグロ、また、桃や葡萄などの果物も豊富で多彩なものが揃っています。心斎橋やグランフロントなどではショッピングを楽しむ。また、大阪の天神祭や岸和田のだんじり、京都の祇園祭、徳島の阿波踊りなど多くの祭、有馬温泉や城崎温泉など多くの温泉もあり、天橋立、鳴門の渦潮などの景勝地も数多くあります。最近では USJ のハリー・ポッターが大変な人気です。さらに関西では多様な四季の風景を楽しむことができると思います。春の桜の花見はアジアの人々に大変な人気があります。最近は雪景色にも大変興味が集まっています。

このように関西には魅力的な観光資源が豊富に存在し、しかもそれらが 100km 圏内に集積している。これがまさに関西の強み・ポテンシャルです。これらに加えてさらなる追い風が吹いているので、いくつか紹介します。和食のユネスコ文化遺産登録、あべのハルカスのオープン、姫路城の大改修に続き、今後も大きなイベントが続きます。2016 年の伊勢志摩サミット、2019 年にはラグビーのワールドカップが東大阪と神戸で、2020 年には東京オリンピック・パラリンピック、2021 年にはアジアで初めての関西ワールドマスターズゲームズの開催が決定して、ビッグなイベントが目白押しです。

IR（インテグレーテッド・リゾート／Integrated Resort：統合型リゾート）については、先日政府は今国会での IR 推進法案の成立は断念しましたが、法案成立後にはその誘致に成功して、近い将来大阪・関西での IR の実現を期待したいと思います。IR（統合型リゾート）では、関西経済同友会の「関西 MICE・IR 推進委員会」委員長を仰せつかっていますので、少しご紹介させて頂きます。今年 1 月に同会で「大阪・関西らしい世界初のスマート IR シティ」のコンセプトを提言しました。大阪・夢洲のポテンシャルと関西の強みである歴史や文化、先端産業等を活かして、大阪・関西に誘致を実現したいという提言内容です。

「スマート IR シティ」とは、世界的な国際競争力を持つ観光拠点で、シニアから子供まで三世代で楽しめるエンターテインメント施設や、ホテル、レストラン、シアター、国際会議場などの MICE 施設を備えた、快適で楽しい環境配慮型の都市・町をつくるというコンセプトです。この絵はスマート IR シティを空中から見たコンセプトの景観図です。世界的観光拠点となるまちづくりを大阪で行い、大阪・関西のみならず西日本全体の経済の活性化を図り、2020 年、東京はオリンピック・パラリンピック、関西は IR とバランスのとれた日本の成長を実現して、東京一極集中の是正を図りたい、そんな思いで提言をしました。

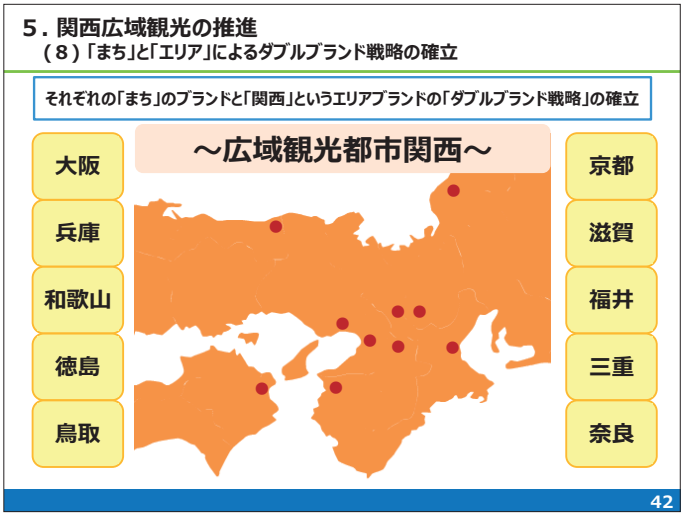
次に「関西ワールドマスターズゲームズ 2021」の紹介です。５万人の参加者を目標に現在準備が進められています。ワールドマスター

ズゲームズは生涯スポーツの世界大会で、その参加方法はシンプルで、競技の資格や選抜基準はなく、参加資格は唯一30歳以上という年齢基準だけです。この第10回記念大会の開催が、世界中に関西の名前を知らしめる、関西がアジアの生涯スポーツやスポーツツーリズムの中心となる絶好の機会ではないかと思っています。

これまで述べてきましたように、関西のインバウンド促進の取り組みは一見順調にも見えますが、反面関西としての全体戦略がなく、それぞれのまちがばらばらに取り組んでいる一面もあります。お客さまから見た場合は、残念ながら関西としての認知度は決して高くないのが現状です。大阪や京都の認知度は高いですが、関西となると34％しか認知されていません。このような状況を踏まえた広域観光の考え方についてですが、100km圏内に個性的なまちが多くあり魅力的で多様な観光資源をもった地域は世界中のどこにもないと言いましたが、まずはそれぞれのまちが魅力やブランド力を高める。そして関西を1つのまちに、例えば「広域観光都市・関西」という視点でさまざまな取り組みを実施し、関西というエリアブランドを確立してブランド力を高める。この「ダブルブランド戦略」で広域観光を進めることが大切だと考えています。こうすればニューヨーク、ロンドン、パリといった世界の大都市と互角に戦えるのではないかと考え、広域観光を推進していきたいと思っています。

インバウンド事業を関西の成長産業に育てるためには、関西というエリアブランドを確立し、関西のポテンシャルを最大限に活かして、関西広域・オール関西でかつ官民一体となって事業展開に取り組むことが非常に重要だと思っています。この実現を図るために、関西経済連合会を中心に大阪商工会議所、関西広域連合にも入っていただき、関西広域観光戦略と具体的なロードマップを策定しました。概要の紹介をしますと、2020年に800万人、経済効果の観点からは外国人延べ宿泊者数2,000万人泊、訪日外国人旅行消費額1兆円という目標設定をしました。これは初めてだと思いますが、官と民が協議して設定した共通の目標です。

この目標を達成するための具体的な取り組みとして、一つは関西への誘客のための情報発信、二つ目は魅力的な関西観光都市圏の環境整備推進、この二つの観点から進めていきます。さらに具体的には、情報発信として関西2府8県の華やかさを象徴する「はなやか関西」シンボルマークを策定し、関西ブランドのPRと発



信を行っています。今ここにシンボルマークのバッジを着用していますが、皆さまにもお配りしましたのでなにかの機会に着用していただければ大変ありがたいと思います。

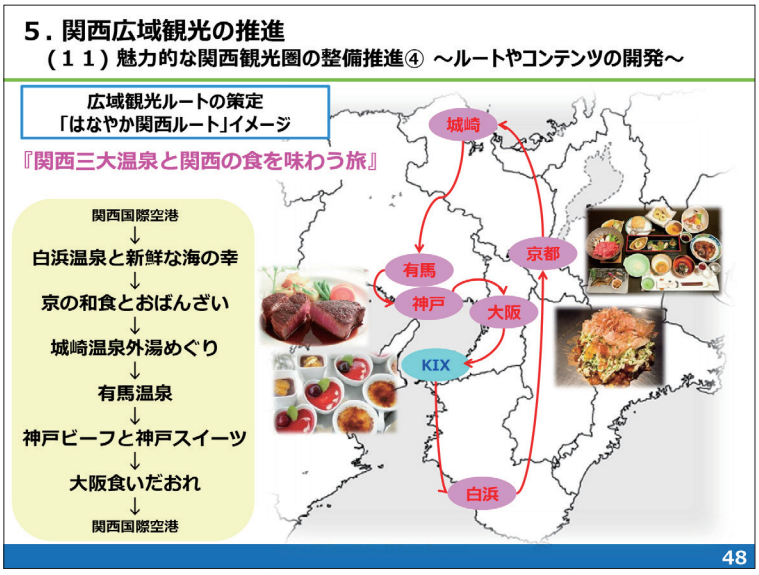
また外国人旅行者に対し、関西の観光情報を一元化して提供する観光ポータルサイト「i-KANSAI（仮称）」の創設を2016年度をめどに進めています。関西を紹介するテレビ番組を今年の春にタイ、台湾の2カ国で放映して大変好評だったと聞いているので、今年もぜひ継続をしたいと考えています。これらの活動を通じて関西というブランドの認知度を高めていきたいと思います。

次に関西全体のおもてなし力のアップと環境整備です。インバウンドのお客さまの旅行スタイルに変化が起こってきています。団体旅行から個人旅行へ、またゴールデンルートといった一律的な旅行から地域を周遊する地域周遊型、いろんなことを体験する体験型へ、個人でのまち歩きへとニーズも多様化をしてきています。さらに日本を訪れる香港、台湾、韓国のお客さまの60%から70%がリピーターともいわれています。このようなお客さまの変化の中で、関西地域の交通アクセスの利便性向上として、関西全域のJR西、私鉄、地下鉄、バス、船などが1枚の切符で乗れる外国人専用の交通パス、「関西ワンパス」を創設して来年の4月からサービスを開始します。

関西の主要観光スポットではどこでもシームレスにWi-Fiがつながる「KANSAI Free Wi-Fi（仮称）」の環境整備を推進して、遅くとも2016年度中にはサービスを開始したいと考えています。多言語対応やムスリム対応などをスピーディーに整備して、日本の他のエリアとの差別化を図ることが重要だと考えています。要は関西に来られた外国人のお客さまが、安全に快適に楽しく過ごしていただける、そしてリピートしていただくための受入環境を整えるということです。

関西を周遊する魅力的な広域観光周遊ルートの開発も大変重要です。関西で観光庁の認定を受けたモデルルート「美の伝説」ですが、現在は点として存在している観光資源を、テーマやストーリ性でルート化して線・面で結びつける周遊ルートの開発を行おうとするものです。これに連動してより具体的な関西広域の周遊ルート「はなやか関西ルート」を開発、PRして海外のお客さまに売り込み、関西の多様な魅力を感じてもらい、多くのお金を関西に落としてほしいと思っています。これは関西というブランドの認知度を高める大きな取り組みの一つではないかと思っています。この絵は1例で「関西三大温泉と関西の食を味わう旅」という新しい周遊ルートで、さらには関西の強みを活かした、メディカルツーリズムやスポーツツーリズムといった、ニューツーリズムの開発にも取り組んでいきたいと思います。

マーケティングの強化についてですが、日本を訪れた外国人旅行者が訪日前に期待していたことベスト5を表した表があります。国籍によって嗜好はさまざまですが、ベスト5の内容は、関西にすべて揃っているのです。インバウンド誘致を進めるにあたって、十把一絡げではなく、国籍別、年齢別、性別などお客さまの



**5．関西広域観光の推進**
**（１１）魅力的な関西観光圏の整備推進⑤ ～マーケティングデータの整備～**

**訪日外国人が「訪日前に最も期待していたこと」ベスト5**

| 順位 | 韓国 | 台湾 | 中国 | タイ | アメリカ |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | **日本食** | **ショッピング** | **ショッピング** | **日本食** | **日本食** |
| 2 | 温泉入浴 | 日本食 | 自然・景勝地観光 | ショッピング | 歴史・文化体験 |
| 3 | ショッピング | テーマパーク | 日本食 | 温泉入浴 | スキー・スノーボード |
| 4 | 自然・景勝地観光 | 自然・景勝地観光 | 温泉入浴 | 自然・景勝地観光 | 温泉入浴 |
| 5 | テーマパーク | 温泉入浴 | テーマパーク | 繁華街の街歩き<br>歴史・文化体験 | 自然・景勝地観光<br>日常生活体験 |

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2015年1月~3月期

49

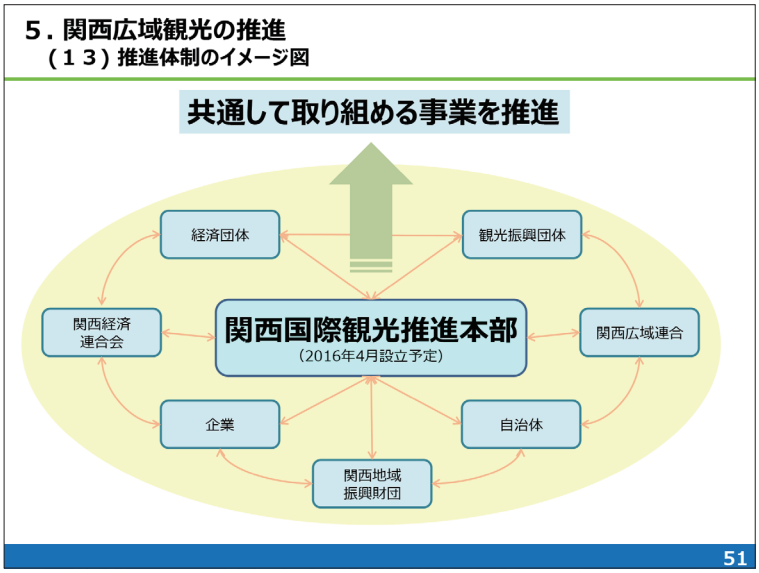
ニーズに合ったマーケティングを進めることが何よりも重要ではないかと思います。

最後は推進体制についてですが、関西広域連合、関西地域振興財団、関西経済連合会を中心に、プラットフォームを立ち上げ、多くの関連の皆さまにご参画いただき、緩やかに連携して情報発信や環境整備など、各機関が共通して取り組める需要を推進していくという形からスタートします。推進のためのプラットフォームとして「関西国際観光推進本部」を来年の４月に設立する予定です。先日、関西広域連合と関西経済連合会の間で合意となり、今年度に諸準備を進め推進本部を立ち上げ、活動実績をあげて、次の本格的な組織への、よりスピーディーな移行ができればと考えております。

関西の魅力・強みを活かしてインバウンド事業を関西の成長産業にするために、関西が一丸となってオール関西で取り組むべき課題について、一つ目はダブルブランド戦略の推進、二つ目は官民連携した継続的な情報発信、三つ目は魅力的な関西観光圏の環境整備の推進、四つ目に推進体制の確立、という四つの視点からお話をしました。広域観光の原点の一つは、広域観光を構成しているそれぞれのまちに住む人たちが、自分のまちの歴史や文化を再認識し、誇りと愛情を感じてまちの魅力をさらに高めることだと思います。同時におもてなしの心で外国のお客さまをお迎えすることだと思います。

関西を訪問した外国のお客さまに、関西の魅力に感動・感激して再び訪れたいと思っていただけるよう、関西が一丸となってオール関西で関西を一つの都市、「広域観光都市・関西」として魅力を高め、盛り上げ、関西を元気にしていくことができればと思っています。そのために今日ご参加の皆さま方のご協力は欠かせません。なにとぞよろしくお願いをしたいと思います。関西空港は航空ネットワークのさらなる増強に取り組むとともに、日本・世界中のお客さまに愛される、また、地元・地域と共生する空港づくりに取り組んでいきます。引き続きのご支援、ご指導をよろしくお願いします。

**5．関西広域観光の推進**
**（１３）推進体制のイメージ図**




51

●講演抄録

第426回定例会

# 最近の観光立国推進への取り組み
## ～ビジット・ジャパン地方連携事業の新たな方針～

国土交通省近畿運輸局
観光部長

**阪部　光雄 氏**

●と　き　2015年9月15日（火）　●ところ　大阪キャッスルホテル6階　鳳凰・白鳥の間

### ■はじめに

観光部は本年の7月1日付けで新しく発足した組織です。現状のインバウンドの対応と、これから観光に力を入れていくために、今までは企画観光部で観光も行っていたのですが、観光に特化した部署をつくろうと発足しました。これから皆さまとお付き合いさせてもらうのは、観光部となりますのでよろしくお願いします。

2003年4月に、外国人旅行者の訪日促進を図るため、ビジット・ジャパン事業が開始されています。2008年10月には観光庁が発足しました。2003年から10年たった2013年12月、観光庁発足から5年がたちました。同じく2013年、このときに今までの目標であった1,000万人を突破しました。1,000万人を突破したとき、成田空港のほうで太田国交大臣も出席して盛大なセレモニーがあったことは、皆さんの記憶にも新しいと思います。この時点では、2010年に1,000万人を突破しようと取り組んでいたわけですが、3年遅れで到着をしたという伸び率でした。

ところが2003年には521万人、2013年には1,000万人を突破し、2014年は1,341万人、今年はすでに7月までに1,000万人を突破して

**2015年7月の訪日外国人旅行者数（推計値）**　国土交通省近畿運輸局

| 国・地域 | Country/Area | 総数 Total | | | 総数 Total | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2014年 7月 | 2015年 7月 | 伸率(%) | 2014年 1月～7月 | 2015年 1月～7月 | 伸率(%) |
| 総数 | Grand Total | 1,270,048 | 1,918,400 | 51.0 | 7,528,591 | 11,058,300 | 46.9 |
| 韓国 | South Korea | 250,741 | 343,800 | 37.1 | 1,526,687 | 2,163,100 | 41.7 |
| 中国 | China | 281,309 | 576,900 | 105.1 | 1,288,602 | 2,755,500 | 113.8 |
| 台湾 | Taiwan | 279,316 | 361,700 | 29.5 | 1,670,249 | 2,154,300 | 29.0 |
| 香港 | Hong Kong | 91,224 | 158,700 | 74.0 | 512,308 | 850,300 | 66.0 |
| タイ | Thailand | 42,891 | 51,900 | 21.0 | 373,481 | 475,500 | 27.3 |
| シンガポール | Singapore | 13,047 | 17,200 | 31.8 | 110,899 | 147,100 | 32.6 |
| マレーシア | Malaysia | 16,249 | 20,000 | 23.1 | 132,493 | 153,600 | 15.9 |
| インドネシア | Indonesia | 16,791 | 25,500 | 51.9 | 92,118 | 122,100 | 32.5 |
| フィリピン | Philippines | 11,033 | 16,400 | 48.6 | 102,855 | 154,900 | 50.6 |
| ベトナム | Vietnam | 10,973 | 15,400 | 40.3 | 70,543 | 109,700 | 55.5 |
| インド | India | 7,239 | 8,300 | 14.7 | 50,710 | 59,400 | 17.1 |
| 豪州 | Australia | 20,086 | 25,400 | 26.5 | 175,178 | 215,100 | 22.8 |
| 米国 | U.S.A. | 82,937 | 98,200 | 18.4 | 529,190 | 605,200 | 14.4 |
| カナダ | Canada | 15,763 | 19,800 | 25.6 | 102,569 | 131,300 | 28.0 |
| 英国 | United Kingdom | 19,625 | 26,300 | 34.0 | 123,914 | 148,000 | 19.4 |
| フランス | France | 18,646 | 22,300 | 19.6 | 101,005 | 123,300 | 22.1 |
| ドイツ | Germany | 11,653 | 13,800 | 18.4 | 78,470 | 90,800 | 15.7 |
| イタリア | Italy | 6,921 | 10,000 | 44.5 | 40,864 | 52,400 | 28.2 |
| ロシア | Russia | 5,809 | 5,000 | −13.9 | 36,790 | 30,600 | −16.8 |
| スペイン | Spain | 7,331 | 9,800 | 33.7 | 29,016 | 37,800 | 30.3 |
| その他 | Others | 60,464 | 92,000 | 52.2 | 380,650 | 478,300 | 25.7 |

◆注1：本資料を引用される際は、出典名を「日本政府観光局(JNTO)」と明示してください。
◆注2：上記の2014年の数値は確定値、2015年の数値はJNTOが独自に算出した推計値である。
◆注3：訪日外客とは、国籍に基づく法務省集計による外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のことである。駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれる。なお、上記の訪日外客数には、乗員上陸数(特例上陸許可)は含まれない。

1,106万人になっています。6月までの累計は約914万人で、単純にいうと毎年その倍程度来訪があるので、前久保観光庁長官も1,800万人は超えるのではないかと発言していました。

中国、台湾、香港それぞれ伸びてきています。特に中国はこの7月だけで57万6,900人、50万人を突破したのが全市場で初めてということでした。円安の継続、ビザの緩和、消費税制度の拡充、航空ネットワークの拡大に取り組んだり、皆さんとともに継続的にいろいろなプロモーションを行ってきたりしたことが功を奏し、形になって表れてきているのではないかと思っています。

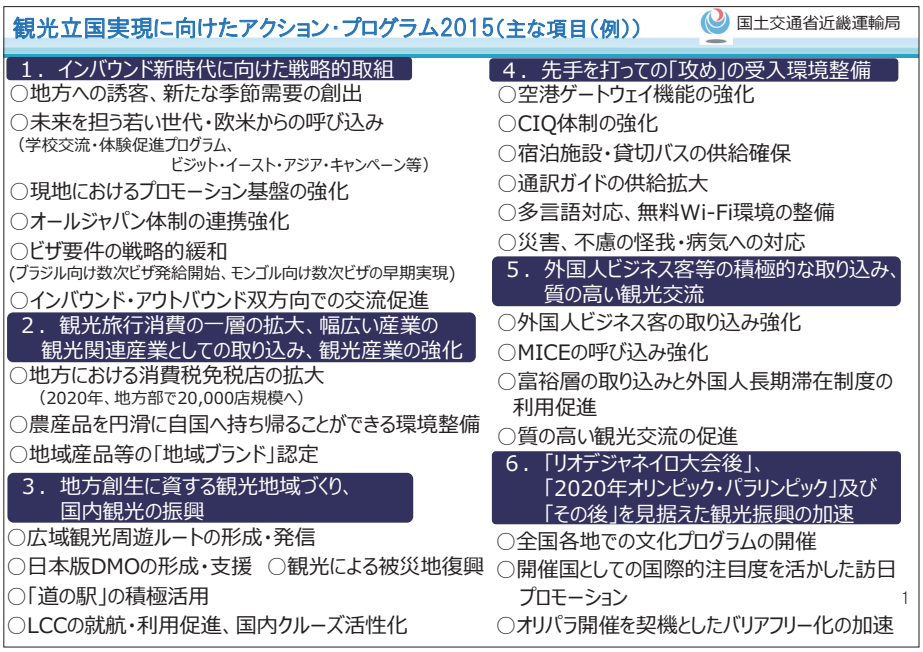
## ■観光立国実現に向けたアクション・プログラム

政府は観光立国推進閣僚会議を2013年3月26日から開催し、継続的に観光立国を進める体制を検討してきました。2,000万人時代を万全の備えで、地方創生への貢献を図り、観光を日本の基幹産業へ飛躍させるべく、もう一つ質の高い観光立国を目標に、今年の6月5日に「アクション・プログラム2015」をまとめました。この中で特に安倍総理大臣は、外国人観光客の消費額を、訪日2,000万人の年に4兆円に倍増させようと、消費についての取り組み強化を表明しました。その先には3,000万人もあるので、世界に誇れる魅力ある観光地づくりのためにやっていこうと、ここに1番から6番までの施策をとりまとめました。

①インバウンド新時代に向けた戦略的な取り組み。②観光旅行消費額の一層の拡大、観光産業の強化。③地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興にも目を向ける。インバウンドだけではなく国内観光の重要性もまとめています。④攻めの受け入れ環境整備、大事なことだと思っています。⑤質の高い観光交流。⑥リオデジャネイロ大会後、2020年オリンピック・パラリンピックおよび、その後を見据えた観光振興の加速を図る。以下はこの6項目を細かく分類したものです。

## ■インバウンド新時代に向けた戦略的な取り組み

広域観光周遊ルートの形成・発信。新たな季節需要を掘り起こすため、これまで訪日旅行のピークであった夏のシーズンだけではなく、春、秋それぞれ桜、紅葉を加えて、また冬の雪のシーズンなど四季それぞれで魅力を PR し、年間をとおして訪日需要を創出する。常に賑わいのある観光まちづくりが推進されています。



次に欧米からの観光の呼び込み。アジア等からの伸びはすごいのですが、欧米からも確実に呼び込んでいこうと取り組みが推進されています。次に戦略的な取り組み。一つは現地における訪日プロモーション基盤を強化するため、日本ブランドをつくりあげていく取り組みです。もう一つはビザ要件の戦略的緩和で、フィリピン、ベトナムなどに対してそれぞれビザの緩和が平成25年くらいから実施されて、訪日旅行者は急な伸びを見せています。中国も伸びた要件には入ってくるとは思いますが、本年6月からはらブラジル向けの数次ビザの発給を開始、モンゴル向けを早期に実現、ビザの緩和にも取り組みます。

### ■観光旅行消費の一層の拡大の取り込み

2,000万人が訪れる年に、外国人観光客による旅行消費額4兆円、40万人の新たな雇用の創出をめざして、商店街等の免税手続カウンターの活用を促します。現在全国18,779店あります。その中で近畿は4,126件の店舗で、1年間で2,000店ほど伸びています。さらに地方へ誘客しようと、2020年には全国で2万店に増加させる計画を推進しています。特にこの取り組みは、大阪でも一括カウンターを、商店街と例えばデパートが一緒になって運営するシステムが進められていて、今、心斎橋の大丸店と心斎橋商店街が取り組みに向けて最後の調整をしています。9月24日くらいからスタートをすると聞いています。それが伸びれば、一括カウンターは全国でもあまりないので、岡山県、旭川市に続く3番目になるのではと思っています。そういうことを通じて、ショッピングツーリストやいろいろなルートができるのではと期待しています。

同じく観光旅行消費の一層の拡大について、観光地をつくるだけではだめで、それを一過性で終わらせないためには、各観光産業で人材の育成も重要になってきます。幅広い分野から人材の登用も考えていて、例えばスキーを楽しむ外国人旅行者の増加を踏まえ、外国人スキーインストラクターの登用も検討の一つとして進んでいるところです。こういうところで2,000万人が訪れる年にさらに4兆円、40万人の雇用の創出をめざして推進していくこととされています。

### ■地方創生に資する観光地域づくり、広域観光周遊ルートの形成・発信

関西では関西広域連合、関西経済連合会、関西地域振興財団が申請人となって「美の伝説」として提案し、認定しているところです。今後われわれもこの広域観光周遊ルート「美の伝説」を中心にビジット・ジャパン地方連携事業の取り組みを強化していきたいと考えています。

二つめは日本版 DMO の形成についてですが、今までは各地域の観光協会等が頑張って地域の観光づくりをしていました。DMO は皆集まって着地型の旅行商品をつくればいい組織なのかという質問があるのですが、着地型だけをつくるという目的ではなく、もっと強化したもの、地域の観光地をすばらしくするために、交通事業者、行政、商工業、宿泊施設、農林漁業、飲食店、それぞれの観光産業が一体となって取り組んでいくものです。ルートをつくるために、どうすれば地域が魅力的になるのか、どこの国から来てもらえるのか、ビッグデータを使用したり、分析したりして合意形成をしながらマーケティングをどうしていくのか、さらにマネージメントをどうしていくのか、そういう組織をつくっていくことも推進しています。

日本版 DMO に関しては、今年度創設されるのではと思われる新型交付金のほうで支援することになっています。「アクション・プログラム2015」もそうですが、「まち・ひと・しごと創生本部基本方針2015」というものもあり、そちらのほうでも DMO を確立させることが明記されているので、一つは重要な各地域の取り組みになると思っています。われわれも近々 DMO の研究会を発足させることにしていますので、皆さま方のご協力をよろしくお願いします。

同じく観光地づくりの話で国内観光の振興です。いろいろな地域に足を運んでもらう。誘客するということで観光地域に実際に足を運ぶための手段として、サービス・価格の両面において魅力を高めるため、LCC・高速バス、手軽なクルーズ、

ドライブ観光などをあげています。また「道の駅」を核とした観光産業。今たくさんのところに「道の駅」があると思います。全国で約1,040あり、中でも特にこれから観光に関しての情報発信やいろいろな支援をすれば立派な「道の駅」になるだろうと、「全国モデル『道の駅』」、「重点『道の駅』」を整備局では定めています。

「全国モデル」の中に近畿はありませんが、「重点『道の駅』」では兵庫県朝来市・但馬のまほろば、2016年にできる神戸北、和歌山県太地にできる道の駅、9月5日に紀勢自動車道が開通したすさみ町の4つの道の駅を近畿では「重点『道の駅』」と定めています。重点だけではなく、今後は「道の駅」を活用してゲートウェイのような形で、そこでの案内所をつくってみたり、案内人の方を置いたり、いろいろな地域物産を販売したりと、観光の一つのツールとして使っていこうとしているところです。

レンタカーによるドライブ観光の推進ですが、レンタカーを借りる方も訪日の方にはたくさんいるので、その利便性を図るための展開をしています。

## ■先手を打っての「攻め」の受入環境整備

空港ゲートウェイ機能の強化。これは当然2,000万人を迎える方針の中では、急ピッチで整備をする一つとして定められています。特に出入国手続の迅速化・円滑化では関西空港は、他空港よりも出入国の時間がかかっているということや、数字的にも他空港より高いということで、いろいろと早急な改善を求める声が上がっています。しかし関空でも国際線の保安検査場のブース増設、エリアマネジメントする「エリアマネージャー」の配置、ファーストレーンの設置など順次改善を進めてもらっているところです。

またCIQについて、今年度急きょ決定されて、全国で28名の方が増員されるというように聞いています。ただ人を増やしただけではなかなかスムーズにはいかないとは思います。関空に来る訪日外国人の方は8月末で約326万人。大変なことで活性化にはつながっていますが、関空だけの力では対応できるものではなく、まわりの皆さんと協力、またエアラインとも協力をしながら進めていく必要があると考えます。

同じく受入環境整備ですが、問題になっている宿泊施設の供給確保で、すでに大阪市内、京都市内は90％を超える稼働率になっている状況です。旅館の稼働率は受入能力に比較的余裕があるのではないかということで、地方部への誘客を一層強化するということ。ネット上で民泊を紹介しているエアビーアンドビーなどが話題になっていますが、日本では民泊に関して関係省庁と実態を把握して検討していくことになっています。さらに大阪府では特区・外国人の滞在施設に関する条例があるのですが、それを活用して民泊などに宿泊できるようにする施策を考えており、9月の定例議会で条例改正を提案されるのではないかと聞いています。大阪府、大阪市、他市も連携して取り組んでもらう必要もあると思いますが、全国でも特区をとっているところはあるのですが、宿泊に関しての特区制度を活用したところはないので、大阪府で決まれば初めてのこととなって広がっていくのではないかと推測しています。

貸切バスの供給確保ですが、営業区域について本来は一定の区域が決まっているところを、増加する貸切バス需要に柔軟に対応するため、今年9月末まで拡大した弾力化措置がとられてきました。そこで10月以降の対応方針を検討としていましたが、10月以降も営業区域に関する緩和は継続をすると近々報告されるということです。

皆さんのご協力を得て関西でも「地方ブロック別連絡会」を立ち上げています。その中で6月にたくさんの課題が出て、中間とりまとめをしているところです。スケジュールは、年内に中間とりまとめした課題等のフォローアップ、進捗状況をさらにとりまとめることにしていますので、これもまた皆さんのご協力をお願いしたいと思っています。

同じく受入環境整備で多言語対応の強化。無料公衆無線LANの整備は、関西広域観光戦略の中で定義・推進されています。大阪、神戸、京都もそれぞれ整備・改善に取り組んでいますが、関西で一つの認証で利用ができるよう、「関

西 Free Wi-Fi」の取り組みを進めています。これも一つの事業として期待しています。IC カードの利便性向上も、観光戦略の中で先般決定しました。皆さんも新聞紙上などでご存じだと思いますが、「関西ワンパス」ができました。来年4月から実証実験として発売されるので、ここはさらなる訪日客の利用が拡大されるのではないかと期待をしています。IC 乗車券「ICOCA（イコカ）」をベースにしていると聞いていますが、JR が「ICOCA（イコカ）」の使用できる範囲を拡大してもらえれば、さらに利用率も上がるのではないかと思っています。

手ぶら観光の推進。荷物の案内所で手荷物や買物品を一時預りして、ホテルや空港へ配送することで、数的には増えています。外国人の方はなかなか荷物を持ってきても、はいどうぞと渡すことに安心感を持ってもらうことに苦労をされていると聞いています。日本は何時に送ってくださいと言えば本当にきちんと着く。鉄道でもそうです。きちんとその時間に着くというように、非常にすばらしいのですが、なかなか理解してもらえないと聞いていますので、安心・安全を PR しなければと考えています。

次は災害、不慮の怪我・病気への対応です。これだけの人が日本に来ているので、重要な取り組みとして考えていますが、われわれもまだ全体的なものを把握してはいないので、早急に課題をまとめて取り組んでいきたいと思います。

## ■ 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流

富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進、質の高い観光交流。言葉で「質の高い」と言ってもなかなか分かりません。何が質の高いものなのかは、歴史や文化、芸術を深く理解してもらい、体験も通じて知ってもらうことだと思います。われわれ自身がそれをいいものだと思わないと、なかなか外国の方々には通じないと思うので、まず自らが理解して発信できること。発信にしても、お寺がいつ建てられて、どういう経過があった、というよりも、例えばこのお寺が大昔にも耐震を考えて設計をされていた、釘は1本も使用しないで建設されたなど、違った見方の PR も必要ではないかと考えます。そこでまた日本のすばらしさを PR できればと思います。

## ■「リオデジャネイロ大会後」「2020 年オリンピック」後を見据えた観光振興

これは一つの通過点という考え方で、その先には3,000万人が訪れる、世界に誇る魅力ある国づくりをめざして整備しているので、この「アクション・プログラム2015」は当然基本的に取り組んでいきますが、さらにそれを踏まえて持続可能なものにしていくことが必要です。ここまでが「アクション・プログラム2015」についての説明です。次は「アクション・プログラム2015」を踏まえて、ビジット・ジャパン地方連携事業の、今は27年度に取り組んでいますが、次の2016年度の事業の実施方針の策定にあたって、取り込んでいくことをまとめたものです。

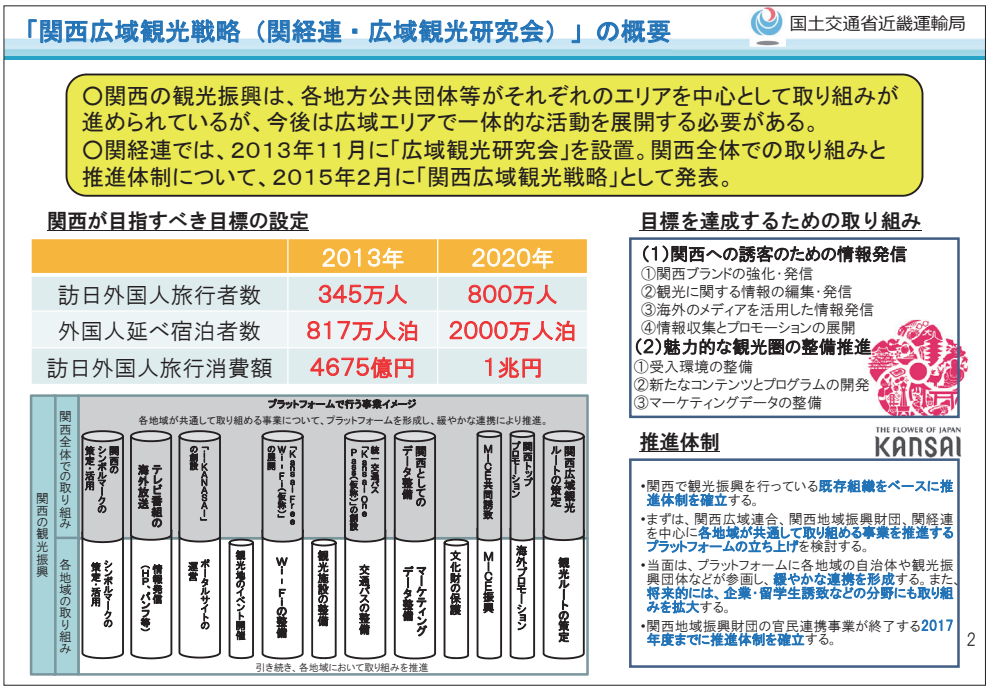
## ■ 2015 年度訪日プロモーション方針について

一つは地方ブロック内に数値目標の設定をする。地方自治体のプロモーション時期・内容の把握について、プロモーションをするところが時期・内容について緊密な情報共有を図る。旅館の利用促進について、外国人旅行者の旅館への誘客を推進すること。このようなところを組み立てて対応をお願いしたいと思います。それと併せて地方への誘客促進。訪日シーズンの分散化により、1年を通じての観光地域づくりにも目を向けてもらえればと思います。こういうものを組み入れながら、自治体、観光団体、民間、近畿運輸局が連携して行う。これを地方連携事業として進めているところです。

次は関西ブロックにおける数値目標ですが、関西経済連合会に設置された「広域観光研究会」によって、この2月に「関西広域観光戦略」の2020年に向けた数値目標がまとめられました。われわれ近畿運輸局も関西ブロックとしても、このビジット・ジャパン事業を進めるにあたっての目標数値を、同じ方向性を持って取り

組みたいと考えていますので、この「関西広域観光戦略」の数値を使わせてもらい、2020年に訪日外国人の旅行者数を800万人、宿泊施設を2,000万人泊、消費額を1兆円にするという目標数値を定めて取り組んでいきます。その中で何が大事かというと、特に訪問率。KPI・重要業績評価指標として、訪問率を33% から40％に設定、この戦略と同じ方向性ですが、そこもわれわれが取り組む一つの目標値にしていきたいと考えています。

近畿運輸局の管轄は2府4県ですが、われわれの管轄に限らず、観光部としては関西広域で一緒にやっている福井県、三重県、徳島県、鳥取県を含めたものを一つの地域として取り組むことにしているので、皆さんのご協力をお願いしたいと思います。また広域観光研究会でまとめられた戦略の資料も記載していますので、参考にしてもらいたいと思います。




## ■2016年度ビジット・ジャパン地方連携事業の全体方針

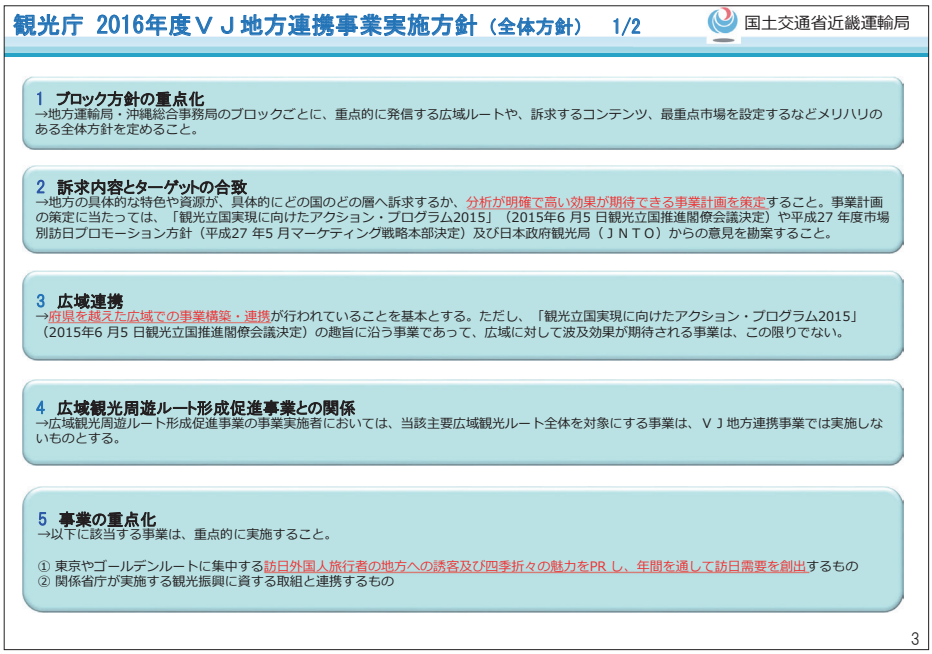
全体方針を9点にまとめました。この中で2の「訴求内容とターゲットの合致」。地域には特色・資源があると思いますが、それがどの国に訴求するのか。実施しようとするプロモーションなどが合致しているかどうかを分析して事業をつくってもらっているか、というところも明確にしたいと思っています。3の「広域連携」は、府県を超えた広域での事業ということです。

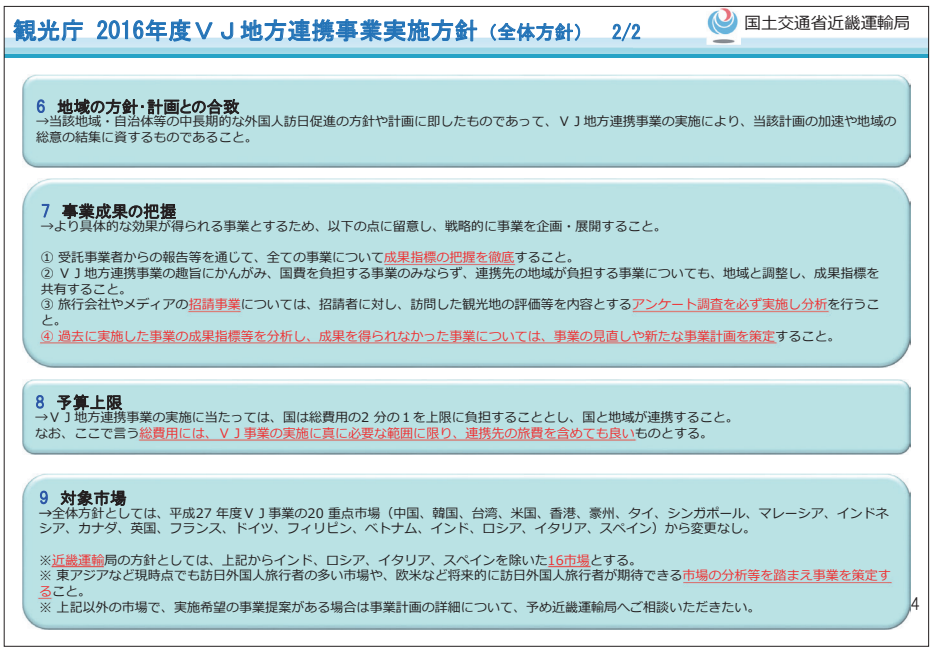
4は「広域観光周遊ルートの形成事業」。ビジット・ジャパン事業と広域観光周遊ルートは少し目線を変えて見てもらって、計画の作成をしてほしいと思っています。

5の「事業の重点化」。訪日外国人旅行者は地方へ誘客し、また四季折々の魅力をPRすることで、年間を通じてこういうことができますよ、と訪日需要を創出することが非常に重要だと思っています。

7の「事業成果の把握」。事業をやることによって成果が求められます。ただやるだけで終わらないように、事業の成果を書き、数値も見える化して表し、どういうことをやっていくのか明らかにすることが重要になってきます。

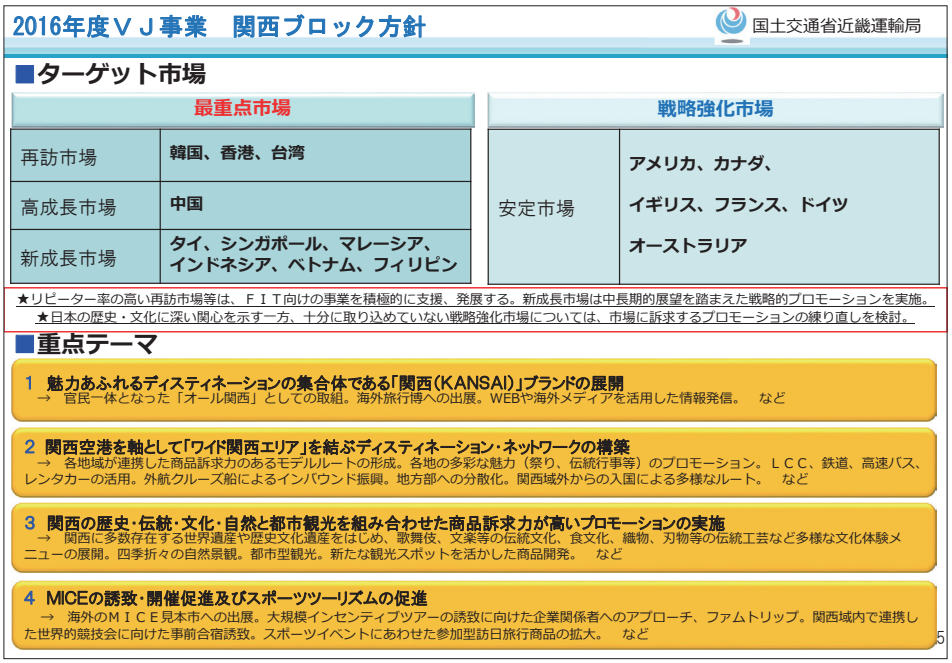
9の「対象市場」。近畿運輸局で今年度取り組んでいる16の市場がありますが、全体方針としては平成27年度のVJ事業で、約20の国があります。そこからインド、ロシア、イタリア、スペインを除いて、近畿運輸局では今年度と同じ市場を対象に進めていくことにしています。




同じく関西ブロック方針で、大きくターゲット市場と重点テーマがあります。ターゲット市場は先ほど言った16市場を最重点市場と戦略強化市場に分けています。特に韓国、台湾、香港、リピーターの多いところがありますが、最重要課題のところではアメリカ、カナダ、増えてはいますがまだまだ増やしていきたいということで、戦略強化市場をつくっています。

重点テーマの1は「魅力あふれるディスティネーションの全体の「関西（KANSAI）ブランド」の展開。2は関西空港を軸として「ワイド関西エリア」を結ぶディスティネーション・ネットワークの構築。3は関西の歴史・文化・等々、商品の訴求力が高いプロモーションの実施。4はMICEの誘致。4つの重点テーマをさらに詳しく説明します。




## ■４つの重点テーマ

1の「魅力あふれるディスティネーション」

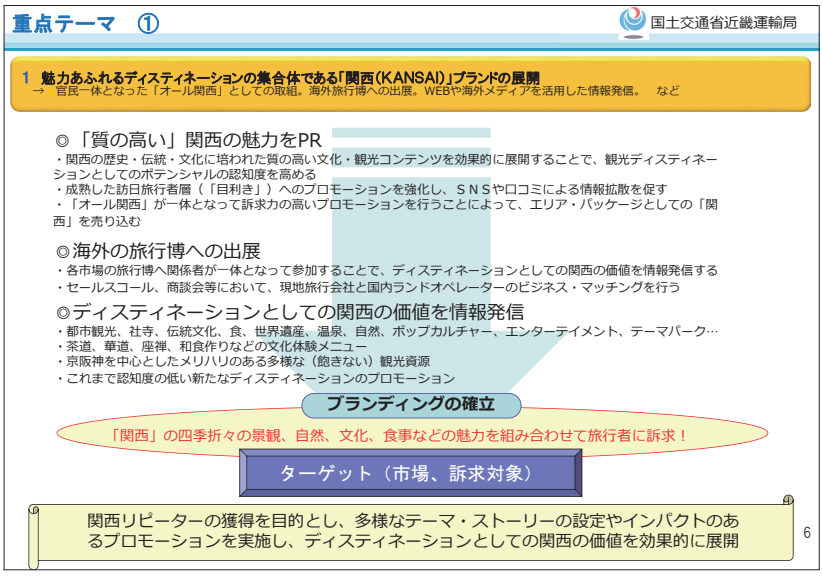
質の高い関西の魅力を PR して、さらにディスティネーションとしての関西の価値を情報発信をすることで、関西のリピーターの獲得を目的とすることとしています。

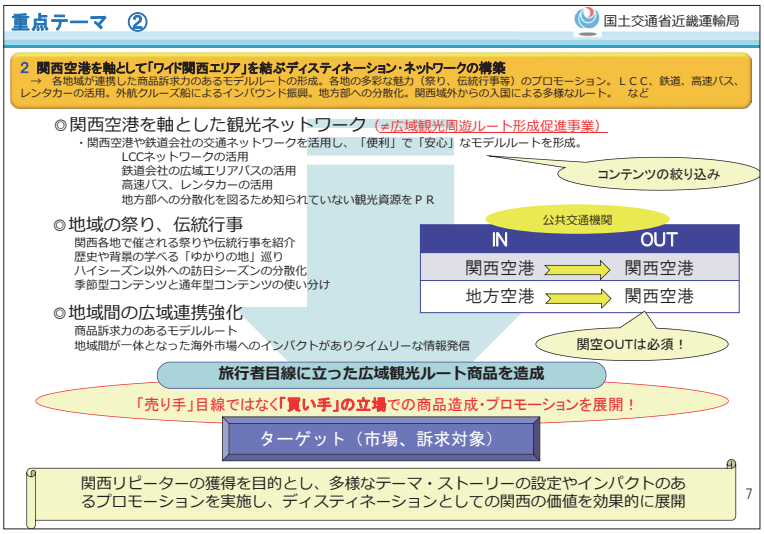
2の「関空を軸とした「ワイド関西エリア」を結ぶディスティネーション・ネットワークの構築」

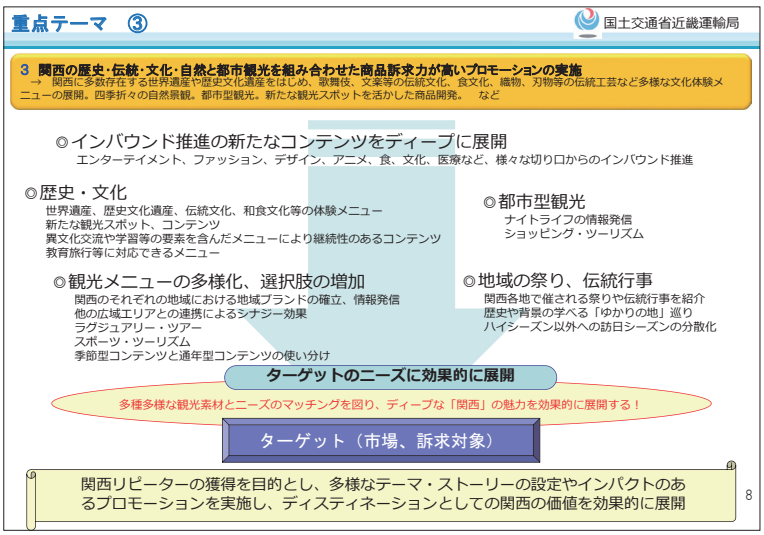
ここは関西空港や鉄道の交通ネットワークを活用して、便利・安心なモデルルートを形成し、あとは地域のお祭り、伝統行事、こういうものを多様なテーマでストーリー性もつくりながら組み立てていく。その中でインパクトのあるタイムリーなもののプロモーションを実施していけばと思っています。地域間なので関西の観光周遊ルートの話も出るかと思うのですが、やはり違った目線での広域連携を組み立ててほしいと思っています。

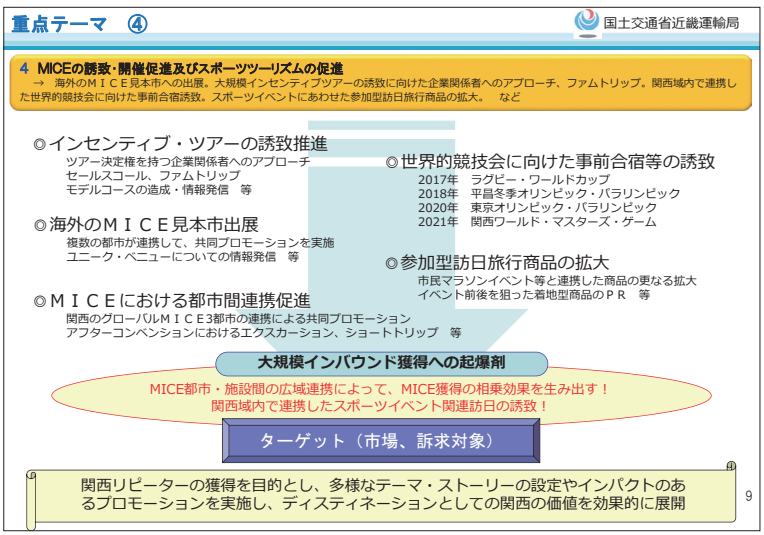
3の「関西の歴史・伝統・文化・自然と都市観光を組み合わせた商品訴求力が高いプロモーションの実施」

世界遺産や歴史、文化遺産、文化、伝統は体験メニューなどを通じて、特に FIT（ Foreign Independent Travel）＝個人の方々を中心としたものプロモーションの展開も重要だとし






て、そういうものに向けた、より深い関西の魅力を効果的に展開したいと思っています。

4の「MICE の誘致・開催促進及びスポーツツーリズムの促進」

インセンティブ・ツアーの誘致、MICE の都市間連携を促進するため、MICE でも大事なのは神戸、大阪、京都の誘客争いではなく、会議はそれぞれの都市でされてもいいと思うのですが、アフターコンベンションやまたエクスカーションなど、いろいろなものは広域的連携で取り組んでもらいたい。またそういうプロモーションをしてほしいと思っています。以上が重点的な市場に対するわれわれの実施方針でした。

最重点市場となる各国は、韓国、香港、台湾、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン、戦略強化市場としてアメリカ、カナダ、イギリス、フランス、ドイツ、オーストラリアを挙げていますが、対象となる市場の方向性とその詳細な説明は時間の関係で省略いたしますが、後に掲載していますので今後の計画を作るうえで参考にしてください。

## ■最後に

訪日外国人旅行者数が増加しています。これに伴って外国人による旅行消費も増加しています。特に国際旅行収支は、昨年度55年ぶりに2,099億円の黒字になりました。この好調は今も継続していて、本年度の上半期の国際旅行収支についても、半期としての過去最高5,273億円の黒字になっているということです。こうした消費拡大はわが国の経済の支えになっています。今後中国などの経済情勢はあるのですが、地方免税店の拡大や地方への旅客の誘客などの施策を取り組み、インバウンドの効果を関西地域だけではなく日本全国に波及させることが重要です。引き続き「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」に基づき、皆さま方と連携して強化していきます。さらには観光交流が増えるように、また消費機会の拡大等に全力で取り組みますので、今後とも皆さま方のご協力をお願いいたします。ご清聴ありがとうございました。

## ＜質疑応答＞

**◇質問（新関西国際空港株式会社）**

関空の関係で少しご報告します。おかげさまでインバウンドの非常に好調な状況は、関空は他空港と比較しても、特に中国、韓国、台湾を中心に非常に高くなっています。お盆では前年比で185％になり、これは全国的に見ても非常に高く飛び抜けているのですが、一方で問題が起こっています。特に夏、お客さまが大変増え、国にも入管体制の拡充を強化して頂いているのですが、それでも多くの人があふれ、長い時間待っていただく状態がほぼ毎日繰り返されています。さらなる体制強化を国にお願いしているところですが、関空は買い物など人気のあるところが強みでもあるのですが、そのためどうしてもお客さまが集中しています。

もう一つ、最近は関空に来ても、もう大阪には泊まれないという問題があります。京都も難しいから滋賀や和歌山、兵庫県でも姫路よりも西のほうに泊まる。旅行者が宿泊所を確保するのが大変になっています。貸切バスも確保できなくなっています。お客様が増えているのは本当にありがたいのですが、限界を超える状況にさしかかっているので、これらの問題に対応できないと大変ですので、各機関や団体が連携して、現状の改善にもっと努力しなければいけないと思っています。

買い物も非常に魅力があって喜ばれているのですが、実は苦情もすごくあります。中国の旅行者に聞くと、大阪に来ても21時くらいになると店が閉まるので、日中は観光してそれから買い物をしようと思っても、開いているのはドンキホーテぐらいしかない状況だといいます。これも非常に切実な声で、なんとか対応していかなければいけないと思います。関西のほうが東京圏に比べ、夜の店じまいが早いという指摘がありますが、そのようなことも含めてみんなで問題を共有して、改善していくことが必要だと考えます。

**◇応答**

**（国土交通省 近畿運輸局観光部長 阪部光雄氏）**

一つひとつの課題を解決するため、関西ブロックで進めている、2,000万人受入体制についての検討会議というところで、6月に中間とりまとめをしました。その中で、今ご意見があったように、関空の入国の問題、宿泊施設の問題、貸切バスの問題などすべて課題に挙がっています。12月までにもう一度とりまとめをするスケジュールなので、またワーキングでお世話になると思いますが、どう課題を整理したかを、もう一度皆さんと一緒に取り組んでいきたいと思いますのでご協力をお願いいたします。バスのほうも10月まで継続をして貸切バスの移動区域の延長をして確保に努めていくことになっています。外国人の方が、夜早く店が閉まって不便をしていることも、われわれの耳に入っていますので、そういう方面も踏まえ、関係各位にいろいろなご協力をお願いさせていただきます。

## 最重点市場《再訪市場》　韓国　Republic of Korea

国土交通省近畿運輸局

◎20～30代若者層の旅行シーズンに向けたLCC利用のリーズナブルな商品の造成・販促
◎家族層に向けては、夏期休暇・冬季学校休暇をターゲットにメディア・プロモーションに注力

3.5泊

地方空港との直行便が多い市場特性を活かし、「関西＋1」をアピール

平均宿泊数は比較的短い。リピート率の向上と、多彩なコンテンツで「短期×回数」を狙う

特に若者層FITは安価な移動手段を求める。お得な交通パス等の利用促進

**WEB、SNS等による情報発信によって、新たな観光資源へのマルチリピーターを生み出す**

スマホのシェア9割

### アクションの方向性

【最大ボリューム層】

**★ 20～30代若者層：ＦＩＴ**

週末にお手頃価格で訪問できる関西の都市の魅力

温泉、食、ショッピング、アニメ等、若者人気のコンテンツ

地方空港就航LCCを利用した周辺地方都市と京阪神の組み合わせ

【準ボリューム層】

**◎ 家族層：ＦＩＴ**

韓国で人気が高まっているアウトドアレジャー
→トレッキング、キャンプ、ゴルフ
レンタカーで巡る広域関西ドライブ旅行

２～３世代の幅広い年齢層で楽しめるコンテンツ
→親孝行旅行

性別年代割合
男性：59.6%
女性：40.4%

→

男性：30代 18.7%、40代 13.7%、20代 13.4%
女性：20代 14.5%、30代 11.7%、40代 6.4%

競合ディスティネーション：中国、タイ、フィリピン、香港、シンガポール

10

## 最重点市場《再訪市場》　香港　Hong Kong Special inistrative Region of the People's Republic of China

国土交通省近畿運輸局

◎訪日香港人のうち5人に4人がリピーター、鉄道・レンタカー利用の「自由で気ままな旅」を訴求
◎OTAとの連携に注力し、閑散期の需要喚起やリピーター向けの実用情報や再訪を促す取り組みを実施

地方空港との直行便が少ないため、鉄道・レンタカーで地方都市を巡る商品を紹介

OTAやLCCの直販等、WEBにより自分で旅行手配を行う層が50%以上存在

上質な日本の魅力、日本ならではの体験、充実したショッピング環境をPR

**年間を通じて、WEBやSNS等による情報発信を展開し切れ目のないプロモーションを実施**

### アクションの方向性

訪日回数5回以上が半数以上

【最大ボリューム層】

**★ 30～40代女性：ＦＩＴ、リピーター**

鉄道、レンタカー、高速バスを利用した地方都市への展開
→利用方法を照会するツール
地元ならではの食材、旅館、温泉、文化体験、自然景観

ハイシーズン（夏休み・クリスマス休暇）に向けた集中的なメディア・プロモーション

【準ボリューム層】

**◎ 20代カップル：ＦＩＴ、初訪日層**

所得が比較的高くないため、価格の安い閑散期に旅行する傾向
→閑散期需要の掘り起こし
日本のファッションやコスメに関心、ショッピング欲旺盛

都市近郊型の旅行者が多く、京阪神周辺都市への分散が見込める

性別年代割合
男性：45.0%
女性：55.0%

→

男性：40代 12.1%、30代 12.0%、20代 9.5%
女性：30代 15.9%、20代 14.7%、40代 13.3%

競合ディスティネーション：台湾、シンガポール、韓国、タイ

11

## 最重点市場《再訪市場》　台湾　Republic of China

国土交通省近畿運輸局

**◎訪日需要が最も旺盛（海外旅行者の4人に1人が訪日）でリピート率も高い優良市場**
**◎冬季は比較的閑散期であるが「雪」は人気コンテンツ。「関西の雪」を積極的にアピール**

圧倒的な日本のブランド力（好感度よし＝親日的、もっとも行きたい旅行先が日本）

人口比で1割以上が訪日者。多様なコンテンツをPRすることでリピート率をさらに向上させる

日本での買い物意欲が強く、自然景観や温泉、日本食にも強い興味

**関西への訪問は好調を維持。さらなる誘客のために多様なプロモーションを展開**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

**★ ２０～30代若者層：ＦＩＴ**

B級グルメ、鉄道・レンタカー利用、美容体験、サイクリング・マラソン等のスポーツ体験

京阪神から一足伸ばした周辺都市の観光魅力
→その土地ならではの伝統文化に触れる

【準ボリューム層】

**◎ 40代家族層：団体旅行**

旅館、温泉、歴史文化、日本食、自然景観

家族全員が楽しめるコンテンツ
→テーマパーク、雪遊び

日本のドラマ・映画などのブーム再来

性別年代割合
男性：43.9%
女性：56.1%
→ 男性：30代 16.1%、20代 9.6%、40代 9.4%
女性：30代 17.9%、20代 15.6%、40代 11.5%

競合ディスティネーション：韓国、香港、中国

12

## 最重点市場《高成長市場》　中国　People's Republic of China

国土交通省近畿運輸局

**◎3大都市圏（北京、上海、広東）の富裕層に絞り込んだ集中的なプロモーションを実施**
**◎ハイシーズンへの需要集中を回避するため、閑散期に向けたプロモーションの強化**

充実したショッピング環境、日本ならではの高品質なサービス・商品をさらにアピール

ビザの要件緩和やLCCの路線・便数拡大を追い風に世界最大の市場を取り込む

初訪日層が好むクルーズ商品の販売促進。インセンティブツアーにもクルーズは有効

**3大都市圏の富裕層向けに切れ目のないプロモーションを展開。空前の日本ブームをさらに拡大**

**アクションの方向性**

いわゆる「８０後（バーリンホウ）」

【最大ボリューム層】

**★ ３０～４０代家族層：団体旅行、初訪日層**

家族旅行を想定し、幅広い年齢が楽しめる日本の魅力を訴求
→ショッピング、テーマパーク、桜・紅葉、日本食

カジュアルクルーズ商品が初訪日層に人気
→企業のインセンティブツアーも視野

四季折々の魅力を持つ自然景観・景勝地

【準ボリューム層】

**◎ ２０～３０代女性層：ＦＩＴ、リピーター**

ゴールデンルート等の定番以外の新たな日本の魅力を訴求
→周辺都市、旅館、温泉、ポップカルチャー

ファッション誌や人気ブロガーを活用したメディア・プロモーションなど

コンテンツの多様性が求められる

性別年代割合
男性：49.5%
女性：50.5%
→ 男性： 30代 15.0%、20代 12.9%、40代 9.7%
女性： 20代 15.5%、30代 14.7%、40代 8.5%

競合ディスティネーション：香港、マカオ、タイ、韓国、台湾

13

## 最重点市場《新成長市場》　タイ　The Kingdom of Thailand

国土交通省近畿運輸局

**◎訪日市場の拡大による現地旅行会社の相次ぐ参入、低価格化、訪問地の多様化など好機が到来**
**◎タイの経済成長に伴い、訪日ツアーの購入が可能な中間所得層が増加している**

**2013年7月のビザ緩和を背景としてFITを中心に訪日者が大きく増加**

**四季、寺社仏閣、温泉から家電、アニメ、都市など多様な観光資源によりリピーターを獲得**

**現地企業の日本への関心の高さからインセンティブツアーが増加傾向**

**春・秋のハイシーズンに合わせた現地旅行博等でのプロモーション＆テレビ・雑誌による情報発信**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

**★ バンコク圏在住富裕層：ＦＩＴ、リピーター**

ハイクラスな体験
→高級旅館、温泉、グルメ、デパートでのショッピング

関西の多様な観光資源
→四季折々の自然景観、地方・周辺都市観光

関西の「雪」

【準ボリューム層】

**◎ バンコク圏在住中間所得層：団体旅行、リピーター**

関西での「ちょっとした楽しみ」の体験
→家族みんなで楽しめるテーマパーク、アクティビティ

関西ならではの体験
→リーズナブルな食（Ｂ級グルメ）、ショッピング

性別年代割合
男性：45.8%
女性：54.2%
→
男性： 30代 18.0%、20代 11.4%、40代 8.0%
女性： 30代 17.7%、20代 15.5%、40代 11.8%

競合ディスティネーション：ラオス、マレーシア、ミャンマー、中国、シンガポール

14

## 最重点市場《新成長市場》　シンガポール　Republic of Singapore

国土交通省近畿運輸局

**◎高所得者が多く、高リピート率市場。人口が少ないため、更なるリピーター獲得への取組が必要。**
**◎日本食ブーム、日本のファッション等日本文化の浸透・人気の定着。**

**20～30代独身女性層はSNSやブログでの発進力が強い**

**宿泊先が大阪に集中。福岡・中部IN、関空OUTも視野に、宿泊先の分散化**

**航空会社とのタイアップ・プロモーションが非常に有効な市場**

**シンガポールにおける旅行トレンドはマレーシア、インドネシアに波及する**

**「女子旅」を中心とした、トレンドに敏感な若年層向けプロモーションの強化**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

**★ 「女子旅（２０～３０代独身女性）」（ＦＩＴ）**

ＦＩＴが気軽に楽しめる関西の魅力
→グルメ・スイーツ、ショッピング、ポップカルチャー
→自然景観、文化体験
大都市と、その周辺都市の組み合わせ

来的に家族層の決定権を握る層
→日本・関西の「ファン」を獲得するプロモーション

【準ボリューム層】

**◎ ３０～４０代富裕家族層**

関西の「雪」

関西の自然景観、アクティビティ
→フルーツ狩り、観光列車・船、雪遊び

訪日旅行での新しいルートへの需要促進
→大都市からの分散化
→宿泊が大阪に集中。新たなディスティネーション開発余地。

性別年代割合
男性：60.7%
女性：39.3%
→
男性： 40代 20.3%、30代 19.8%、20代 9.6%
女性： 30代 12.0%、20代 11.1%、40代 8.8%

競合ディスティネーション：マレーシア、インドネシア、タイ、中国、香港

15

## 最重点市場《新成長市場》　マレーシア　Malaysia

国土交通省近畿運輸局

**◎円安基調に加え、経済的発展により訪日商品の価格が相対的に低下。LCCの就航も増加している。**
**◎2013年7月からのビザ免除が追い風。ムスリム層の訪日旅行への関心度も向上している。**

**旅行需要が旺盛な中華系をメインターゲットとしてプロモーションを展開**

**ムスリム層に向けては、食事や礼拝環境等の情報を積極的に発信し、安心して旅行が出来る国であることをPR**

**ビザ取得不可のリスク回避による、インセンティブ・教育旅行の市場拡大も視野**

**関西の四季や文化の魅力を紹介するプロモーションを集中して行い、訪日旅行需要の促進**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

**★ 中華系　家族層（団体）・若年層（ＦＩＴ）**

関西の四季・文化の魅力を訴求
→桜、紅葉、雪、高級旅館、温泉
→書道、茶道などの文化体験

ショッピングの楽しみ
→電化製品など高品質な日本ブランド

【潜在ボリューム層】

**◎ ムスリム層**

日本の文化（異文化への関心大）
→日本人の生活習慣、文化体験、和食

ムスリムフレンドリーなおもてなし
→ハラル対応、礼拝施設
→日本はムスリムが安心して旅行できることのＰＲ

性別年代割合
男性：61.2%
女性：38.8%
→ 男性： 30代 18.2%、40代 17.0%、20代 14.6%
女性： 20代 12.3%、30代 10.5%、40代 9.0%

競合ディスティネーション：タイ、インドネシア、シンガポール、中国、香港

16

## 最重点市場《新成長市場》　インドネシア　Republic of Indonesia

国土交通省近畿運輸局

**◎人口の9割がムスリムではあるが、訪日者の大半は中華系を中心とした富裕家族層。**
**◎ビザ緩和及びIC旅券事前登録による免除で、今後、FITがブレイクする可能性が大きい。**

**訪日ビザ発給件数はジャカルタが全体の8割を占める**

**未成熟市場であり、ゴールデンに需要集中。これを継続して訴求するとともに、リピーター向け新ルートの需要を促進する。**

**現地の日系企業等に対するインセンティブ旅行需要の喚起も視野**

**旅行会社・航空会社との共同広告など、積極的なプロモーションを継続して実施**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

**★ 首都圏在住の富裕・余裕家族層（団体・リピーター）**

関西で体験できる美しい自然景観、地域色豊かな日本食
→桜、紅葉、雪、
→家族で楽しめる日本・関西ならではの体験

バラエティ豊かなショッピングの魅力
テーマパークの魅力を訴求

【準ボリューム層】

**◎ 首都圏在住の20～30代若年層（ＦＩＴ、初訪日）**

最先端の大都市での街歩き
→都市観光、低廉で多様なショッピング

都市部の有職若年層をターゲット
→若年層は消費意欲が旺盛
→学校休暇に左右されず、オフシーズン需要が見込まれる

性別年代割合
男性：60.6%
女性：39.4%
→ 男性： 30代 22.0%、40代 15.1%、20代 14.2%
女性： 20代 12.1%、30代 11.3%、40代 7.8%

競合ディスティネーション：シンガポール、マレーシア、中国、タイ、香港

17

## 最重点市場《新成長市場》　ベトナム Socialist Republic of Vietnam

国土交通省近畿運輸局

**◎日本企業の進出も多く、親日度の高さから訪日旅行への関心度は高い。**
**◎国外旅行は2007年から2013年の間で2．3倍に増加。中でも訪日旅行が急速に伸びてきている。**

**インターネットが急速に発達。WEB等によるエンドユーザーへの継続的な働きかけが重要。WEBユーザーのほとんどはFacebookユーザーでもある。**

**ゴールデンと「桜」「紅葉」に需要集中。ニーズが集中しているため商品価格が高騰。需要を意識しつつディスティネーションの分散化を図る。**

**テレビ（ケーブル含む）等のメディア、WEBを通じて日本の良さを市場に刷り込んでいく。**

### アクションの方向性

【最大ボリューム層】

**★ ハノイ・ホーチミン在住の富裕層・中間所得層（団体・初訪日層）**

四季の体感や日本ならではの体験
→桜、紅葉
→家電などのショッピング（日本製のステイタス高）
→日本食（現地で人気。ホーチミンだけでも250軒以上の日本食レストランがある）

【準ボリューム層】

**◎ ハノイ・ホーチミン在住の20代若年層（ＦＩＴ、初訪日層）**

日本の若者のライフスタイルに関心大
→低廉で多様なショッピング
→アニメ、日本食（Ｂ級グルメ）などのコンテンツ
→日本の都市景観と歴史・文化の融合

性別年代割合
男性：62.3%
女性：37.7%
→ 男性： 20代 20.7%、30代 20.4%、40代 9.6%
女性： 20代 17.3%、30代 12.7%、40代 4.2%

競合ディスティネーション：中国、ラオス、カンボジア、タイ、シンガポール

18

## 最重点市場《新成長市場》　フィリピン Republic of the Philippines

国土交通省近畿運輸局

**◎フィリピン経済の好況を背景に、ビザ緩和浸透して訪日旅行市場に追い風。**
**◎航空便の増加・円安傾向の定着によって訪日市場は活性化しており、急成長している。**

**若年層人口・生産年齢人口が多く、今後も持続的成長が見込まれる市場**

**海外旅行のハイシーズンは4月と12月。これに向けて、訪日旅行の露出を増やすためのタイムリーなプロモーション展開を実施。**

**メディア招請、旅行博出展等により情報発信を強化。**

### アクションの方向性

【最大ボリューム層】

**★ マニラ首都圏在住の富裕家族層（団体・初訪日層）**

四季の体感や日本ならではの体験
→関西の都市景観と自然景観（の組み合わせを訴求
→家族で楽しめる季節感のあるアウトドアアクティビティ
→航空会社を活用したプロモーション
→関西の多様な日本食

【準ボリューム層】

**◎ マニラ首都圏在住の20代若年層（ＦＩＴ、初訪日層）**

対日感情が良く「日本へのあこがれ」が強い世代
→ファッション、アニメ・マンガなどのポップカルチャー
→テーマパーク、ショッピング
→日本の都市景観と歴史・文化の融合
→関西の多様な日本食

性別年代割合
男性：43.6%
女性：56.4%
→ 男性： 30代 11.5%、20代 10.6%、40代 9.0%
女性： 20代 19.2%、30代 16.5%、40代 9.0%

競合ディスティネーション：中国、シンガポール、香港、マレーシア、韓国

19

## 戦略強化市場《安定市場》　アメリカ　United States of America

国土交通省近畿運輸局

◎円安基調の定着、日本ブーム（食、ポップカルチャー）により堅調な伸びを見せている。
◎「Travel＋Leisure」誌において京都が人気観光都市の世界ランキングで2年連続1位を獲得。

8割以上がFIT。WEBにより旅行先情報を入手する傾向が強い。また、旅行手配においてもOTA利用率が高く、WEB対策が必須。

個人旅行者が大半であるが「アフィニティ旅行」（大学の同窓会や博物館・美術館の会員を対象とした教育的な旅行）などニッチな市場にも注目。

**WEB・メディアを活用し、モデルルートや観光地情報など継続したプロモーションを実施**

### アクションの方向性

【最大ボリューム層】

★ 中間所得層（ＦＩＴ）

関西の景観や街歩き、伝統文化・日本食
→都市の景観と歴史的な町並みの融合
→健康ブームによる日本食の流行、多様な関西の食文化
→座禅、茶道、書道などの文化体験プログラム
→アニメ・マンガなどのポップカルチャー

【準ボリューム層】

◎ 高所得層（ＦＩＴ）

日本（関西）ならではの特別な体験
→食文化、伝統工芸品、伝統文化（祭り）
→寺社仏閣・日本庭園、城などの伝統建築デザイン
→座禅、茶道、書道などの文化体験プログラム
→匠や職人による実地体験

性別年代割合
男性：70.1%
女性：29.9%
→ 男性： 40代 17.1%、50代 15.3%、30代 14.5%
女性： 20代 7.8%、30代 6.3%、40代 5.6%

競合ディスティネーション：メキシコ、カナダ、フランス、イタリア、イギリス

20

## 戦略強化市場《安定市場》　カナダ　Canada

国土交通省近畿運輸局

◎対カナダドル円安基調の定着によるアジアにおける競合ディスティネーションとの価格競争力好転。
◎訪日客の宿泊地は東京以外では京都と大阪に集中。観光資源の情報発信を強化する必要あり。

8割以上がFIT。航空会社、旅行会社とタイアップした共同プロモーションが有効。

アメリカと傾向は近いが若年層の訪日が多く、対象年齢差を考慮したプロモーションが必要

フランス語圏（モントリオールなど）在住の高所得者層へのアプローチも可能性が期待できる。

**WEB・メディアを活用し、モデルルートや観光地情報など継続したプロモーションを実施**

### アクションの方向性

【最大ボリューム層】

★ 英語圏（トロント・バンクーバー）在住の
中間所得層（ＦＩＴ、初訪日層）

関西の都市の魅力
→現代的都市景観と歴史的建造物の融合
伝統文化
→座禅、茶道、書道などの文化体験プログラム
ショッピング
→伝統工芸品、ファッション

【準ボリューム層】

◎ 英語圏（トロント・バンクーバー）在住の
高所得層（ＦＩＴ、初訪日層）

日本（関西）ならではの特別な体験
→自然景観、温泉
→食文化、伝統工芸品、伝統文化（祭り）
→アウトドアアクティビティ、ポップカルチャー
→座禅、茶道、書道などの文化体験プログラム
→「桜」「紅葉」

性別年代割合
男性：67.2%
女性：32.8%
→ 男性： 20代 17.4%、30代 16.9%、50代 13.0%
女性： 20代 9.9%、40代 5.0%、50代 5.0%

競合ディスティネーション：アメリカ、キューバ、フランス、メキシコ、イギリス

21

## 戦略強化市場《安定市場》　イギリス　United Kingdom of Great Britain

国土交通省近畿運輸局

**◎イギリス経済の改善基調持続に加え、対ポンド円安基調の定着により訪日旅行市場が活性化。**
**◎ロングホールディスティネーションのため平均宿泊数は長めで、約4分の1が関西に宿泊している。**

関西への直行便はないものの、経由便を中心に航空券価格は安定して低価格で提供されている。これら航空会社との連携が効果的。

日本のポップカルチャーの浸透とロンドンを中心としたB級グルメを含む日本の食の普及。

伝統的にクルーズ需要が高い。フライ＆クルーズも含めて訪日クルーズ旅行の訴求。

**旅行博出展、メディア支援、航空会社と連携した共同広告などにより日本の露出を増加**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

**★ ３０～４０代高学歴層層（ＦＩＴ、初訪日層）**

関西の都市の魅力
→現代的都市景観と歴史的建造物の融合
文化体験
→歴史・伝統文化体験や生活文化体験
ショッピング・グルメ
→ポップカルチャー、Ｂ級グルメを含む日本食

【準ボリューム層】

**◎ ５０～６０代余裕層（ＦＩＴ、初訪日層）**

日本（関西）ならではの四季折々の魅力
→自然・景勝地観光、温泉
→歴史・伝統文化体験
→自然体験、農漁村体験など自然との触れ合い
→茶道、相撲などの日本固有の文化
→伝統工芸品

性別年代割合
男性：72.1%
女性：27.9%
→ 男性： 40代 19.5%、30代 17.9%、50代 14.1%
女性： 20代 9.3%、30代 6.6%、40代 4.0%

競合ディスティネーション：スペイン、アイルランド、アメリカ、イタリア、ドイツ

22

## 戦略強化市場《安定市場》　フランス　The French Republic

国土交通省近畿運輸局

**◎円安基調の継続が個人旅行者層における訪日旅行の相対的な割安感の浸透に寄与。**
**◎アジア域内の他のディスティネーションと比較しても訪日旅行の売り上げは非常に勢いがよい。**

新規訪日旅行者獲得のために、値頃感のある航空運賃・旅行商品のPRを行い訪日需要を喚起。

パリで開催された「ジャパン・エキスポ」には4日間で25万人以上が来場。

アニメ、マンガなどクールジャパン分野のコンテンツ人気を核に、日本食・伝統文化が浸透。

**旅行博出展、航空会社と共同した複合プロモーションなどにより訪日需要を喚起**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

**★ ３０～４０代高学歴層層（ＦＩＴ、初訪日層）**

関西の都市の魅力
→現代的都市景観と歴史的建造物の融合
文化体験
→歴史・伝統文化体験や生活文化体験
ショッピング・グルメ
→ポップカルチャー、Ｂ級グルメを含む日本食

【準ボリューム層】

**◎ ５０～６０代余裕層（ＦＩＴ、初訪日層）**

日本（関西）ならではの四季折々の魅力
→自然・景勝地観光、温泉
→歴史・伝統文化体験
→自然体験、農漁村体験など自然との触れ合い
→茶道、相撲などの日本固有の文化
→伝統工芸品

性別年代割合
男性：71.1%
女性：28.9%
→ 男性： 30代 21.4%、20代 21.2%、40代 12.6%
女性： 20代 9.8%、30代 8.8%、40代 3.9%

競合ディスティネーション：スペイン、イタリア、イギリス、モロッコ、ドイツ

23

## 戦略強化市場《安定市場》 ドイツ Federal Republic of Germany

国土交通省近畿運輸局

◎経済の安定に伴う物価の安定や経済の堅調な動きに支えられ、旅行消費意欲も高まっている。
◎訪日旅行への関心は消費者・業界ともに高まっているが、宿泊確保等が困難で阻害要因となっている。

安定的な円安傾向の定着によって、訪日旅行の割高感が払拭されつつある。

「自然・景勝地観光」「伝統文化体験」に対し非常に興味が高いうえ、近代都市にも興味がある。

主要ディスティネーションでの宿泊施設不足はFITにも影響が出始めている

**SNSやWEBを通じた情報発信や現地AGT向けセミナー等により訪日需要を喚起**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

★ ３０～４０代高学歴層層（ＦＩＴ、初訪日層）

関西の伝統文化と最先端技術
→伝統文化、芸術、庭園、陶器
→近代的都市、ポップカルチャー

アウトドアアクティビティ
→トレッキング、サイクリング

【準ボリューム層】

◎ ５０～６０代余裕層（ＦＩＴ、初訪日層）

日本（関西）ならではの四季折々の魅力
→桜、紅葉
→歴史・伝統文化体験
→祭、自然景観、生活文化体験
→旅館、宿坊、温泉

性別年代割合
男性：79.8%
女性：20.2%

男性： 40代 24.3%、30代 21.5%、50代 16.2%
女性： 20代 7.2%、30代 3.9%、40・50代 3.0%

競合ディスティネーション：スペイン、イタリア、トルコ、オーストリア。フランス

24

## 戦略強化市場《安定市場》 オーストラリア Australia

国土交通省近畿運輸局

◎日本への航空直行便の増加やクルーズ船の寄港などにより訪日需要が上乗せされている傾向にある。
◎一方で、今後、景気減速の影響を受け海外旅行需要が短距離ディスティネーションにシフトすることが懸念。

訪日者のほとんどが個人旅行者。また、Facebookユーザーが全人口の5割。

訪日者の口コミ等の拡散により、訪日旅行の認知・関心が徐々に高まっている。

これまで閑散期とされてきた5月について、季節的な快適さから訪日者数が増加傾向。

日本語学習者が多いことから、将来の訪日需要獲得ために教育旅行にも注力。

**SNSやWEBを通じた情報発信や旅行博出展・共同広告などにより消費者へアピールする**

**アクションの方向性**

【最大ボリューム層】

★ ３０～４０代家族層（ＦＩＴ、初訪日層）

日本（関西）ならではの四季折々の魅力
→桜、紅葉
→歴史・伝統文化体験
→日本食

【準ボリューム層】

◎ ５０～６０代余裕層（ＦＩＴ、初訪日層）

上質な関西の魅力
→高級旅館・ホテル、温泉
→質の高い食事
→歴史・伝統文化体験、
→着物の着付け、茶道、華道

性別年代割合
男性：64.0%
女性：36.0%

男性： 20代 18.3%、30代 14.6%、40代 11.2%
女性： 20代 12.6%、30代 6.0%、50代 6.0%

競合ディスティネーション：ニュージーランド、アメリカ、シンガポール、イギリス、インドネシア

25

プレスの目

# 〝離陸〟前夜
# 交錯するオリックス連合への期待と不安

産経新聞大阪本社　編集局経済部　　橋本　　亮

新関西国際空港会社に代わり、来年 4 月から関西国際空港と大阪（伊丹）空港の運営を担う新たな顔ぶれが固まった。オリックスと仏空港大手のバンシ・エアポートを中心とした企業連合には関西の地元企業を含めた約 30 社もの企業が名乗りをあげる。訪日外国人の増加などで上昇気流に乗る関空、伊丹空港。民間の智恵やアイデアを取り入れた空港運営と、それを通じた地域活性化には関西財界からも大きな期待が寄せられている。2019 年はラグビーワールドカップ、20 年には東京五輪、21 年にも関西ワールドマスターズゲームズが行われるなど、両空港のさらなる飛躍につながるイベントがめじろ押しだ。その一方で、成田空港や中部国際空港などのライバルとの競争も厳しさを増す。早くも来年 4 月から関空、伊丹の運営を担うオリックス連合の〝手腕〟に熱い視線が注がれている。

関空、伊丹空港の運営権を取得する見通しのオリックス連合にはパナソニックや大阪ガス、阪急阪神ホールディングス、近鉄グループホールディングスなど、関西の名だたる企業を含む約 30 社が名を連ねている。大阪商工会議所の佐藤茂雄会頭（京阪電鉄最高顧問）は「（関西企業に）当事者意識をもってやろうという意思のあらわれだ」と評価。りそな総合研究所の荒木秀之主席研究員も「あらゆる業界の意見が集まれば、関空、伊丹空港の価値向上につながるはず」と期待を寄せる。

空港を運営していくには周辺住民や自治体との関係構築や調整が何より重要だ。「必要な協力はやらせていただく」（大ガスの尾崎裕会長）と、「オール関西」でのバックアップ態勢が整ったとはいえ、オリックス連合は同業や業種が異なった企業の集まり。それだけに、「利害の調整が難しく、意思決定のスピードが損なわれる」（関西の私鉄首脳）との懸念の声もあがる。

そんな不安を払拭するにはとりわけ、代表企業であるオリックスには参画企業を牽引していく強いリーダーシップを発揮してもらうことが不可欠。バンシにも関空で手薄な欧州路線を充実させるために欧米の航空会社の誘致など、空港の競争力強化に向けた早急な取り組みが求められる。

関空、伊丹空港の運営権売却は運営期間 44 年、最低落札額 2 兆 2,000 億円という過去に例のない事業だったこともあり、1 次入札前の事前審査に通過した企業のほとんどが応札を見送った経緯がある。オリックス側から企業連合への参加を打診された JR 西日本などが参加を見送ったのも、採算性への懸念が拭いきれなかったことも大きな要因だろう。

確かに、足元は好調だ。新関空会社が発表した 2015 年度上半期（4 ～ 9 月）の運営概況（速報値）によると、訪日観光人気の高まりに伴って中国などアジア路線の拡充が進んだことなどが大きく貢献し、関空の旅客数は前年同期比 23％増の 1,198 万人となり、半期としては過去最高を記録。9 月の旅客数も前年同月比 21％増の 202 万人で、9 月として最高を更新した。

さらに、関空の国際定期便の 15 年冬期ダイヤは訪日客の増加を受けて中国と韓国線で新規就航が相次ぎ、ピーク時の旅客と貨物を合わせた就航便数は開港以来最多となる週 1,215.5 便で、1994 年の開港時の約 3 倍となる見通しだ。格安航空会社（LCC）が急増し、国際線に占める比率は初めて 3 割を超えるなど、そ

の勢いに衰えはみえない。

観光庁が発表した今年1～9月の訪日外国人旅行者数累計は前年同期比48.8％増の1,448万8,000人に達した。通年で過去最高だった昨年の1,341万人を9月10日時点で上回っており、20年までに年間2,000万人を目指す政府目標が今年中に達成される可能性は大きいとみられており、当面は追い風に乗れそうだ。

ただ、ライバルたちも関空追撃の足場固めを進めており、気を抜けない状況にある状況だ。関空の強みであるLCCをみても、成田空港がLCC専用の第3旅客ターミナルを開業し、誘致活動を本格化。LCCのピーチ・アビエーションが国内のLCCとして初めて羽田空港の国際線枠を使って羽田～台北(桃園)線を開設した。

中部国際空港もLCCの需要拡大を受け、新たな旅客ターミナルビルを建設する方向で調整中で、2～3年後をめどに開業する見通しだ。来年6月末の完全民営化を目指す仙台空港の運営委託をめぐり、優先交渉権者に選ばれて国土交通省と基本協定を締結した東急グループもLCCを軸に路線を拡充する計画を打ち出している。国土交通省は東京五輪までに成田、羽田両空港の発着枠を増やす方針で、羽田空港へのLCCの就航が活発化する可能性もあり、空港間競争が厳しさを増すのは避けられない。

来年4月から関空、伊丹空港を運営するオリックス連合がそれらにどう対抗していくのか。その青写真は現段階ではまだ分からないものの、東急グループは仙台空港の新規路線の誘致策として、旅客減少時に着陸料の負担を軽減する制度を全国で初めて導入するという。関空、伊丹空港でも民間ならではの智恵やアイデアを生かした新規路線の誘致策や施設の充実など、利用客を増やしていく取り組みなどが必要になるのは言うまでもない。

多くの関西企業が訪日客の獲得などに乗り出していることは関空、伊丹空港の運営には強い味方となる。その1つの例が、関西経済連合会が来年4月に試験導入する外国人旅行者向けの共通乗車券「関西ワンパス」だ。

関西ワンパスはJR西日本が発行しているIC乗車券「ICOCA(イコカ)」をベースに作成し、3千円券（預かり金500円含む）を3万枚限定で発行、1枚でJR西日本や主要私鉄など関西広域の交通機関を利用できるようにするというもの。百貨店などの提携店舗で割引サービスも受けることができるようにし、移動や買い物の利便性向上で訪日客の取り込みを図るのが狙いだ。関経連の森詳介会長（関西電力会長）は「関西への外国人観光客数の底上げに貢献したい」としており、1年間の試験導入を通じて問題点などを洗い出し、本格導入に向けた検討を始める。

幸い、オリックス連合には阪急阪神ホールディングス、近鉄グループホールディングスをはじめ、関西圏に鉄道網を持つ鉄道会社が多く参画している。それぞれが自社の沿線や施設などへの観光ルートづくりを進め、空路とマッチングさせることにより、多くの訪日客を関西に迎え入れることができそうだ。

鉄道会社のほか、オリックスも傘下のオリックス不動産がホテル事業を手がけている。オリックス連合に参画する企業が共同で、今後の空港利用客の増加や関西への訪日客受け入れに欠かせない空港周辺などでのホテル建設を進めることも可能になるかもしれない。

多彩な顔ぶれがそろったオリックス連合。空港運営の手腕こそ未知数といえるものの、その多様性が持つ潜在能力が極めて大きいことは疑う余地はない。ライバルとの競争に打ち勝ち、関西にとどまらず、西日本の玄関口として関空、伊丹空港に国内外からこれまで以上の利用客を集めることができれば、地盤沈下に悩む関西経済にも大きな恩恵が及ぶ。

日本では先例のない民間企業による空港運営ということもあり、オリックス連合の動向にはいや応なく関心が集まる。来年4月の〝離陸〟後も風圧をものともせず、成功例として、その後に続く空港の民営化に良い影響を与えるような存在になってほしいと思う。

# Heathrow Airport Holdingsの空港売却に関する一考察

文教大学国際学部
小島　克巳
（（一財）関西空港調査会　航空交通研究会メンバー）

## 1．はじめに

昨年末、英国ヒースロー空港の運営会社であるHeathrow Airport Holdings（HAH、旧BAA）は[1]、同社が運営していたロンドン･ヒースロー空港以外の地方3空港（アバディーン、グラスゴー、サウサンプトン）を約10.5億ポンドで売却した。スペインの建設大手フェロビアル社が旧BAAを買収した2006年当時、同社は英国内で7空港を運営していたが[2]、これら3空港の売却の結果、現在HAHが運営する空港はヒースロー空港の1空港のみとなった。また、これら3空港の売却先は、HAHの筆頭株主でもあるフェロビアル社と豪州のマッコーリー社が共同出資したジョイントベンチャーであり、英国での空港運営ビジネスに対するフェロビアル社の経営方針が変化しつつあるようにも見受けられる。

そこで本稿では、今回の地方3空港の売却および買収がフェロビアル社にとってどのような意味合いを持つものなのか、これまでの経緯を踏まえながら考察してみたい。

## 2．地方3空港の売却の背景

今回のHAHによる3空港の売却は、これまで同社が行ってきた空港売却とは大きく異なっている。それは、これまでの空港売却が英国競争委員会（Competition Commission）の勧告にもとづく強制的なものであったのに対し、今回の売却は同社の経営判断として実施されたものだからである（表1）。

**表1　HAH（旧BAA）の空港売却の歴史**

| | 空港名 | 売却年 | 売却先 | 売却理由 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ガトウィック空港 | 2009 | Global Infrastructure Partners | 競争委員会による売却勧告（独占力の抑止） |
| 2 | エディンバラ空港 | 2012 | | |
| 3 | スタンステッド空港 | 2013 | Manchester Airports Group | |
| 4 | アバディーン空港 | 2014 | Ferrovial Airports &Macquarie Infrastructure Fund 4 | 経営判断（ヒースロー空港の運営に経営資源を集中） |
| 5 | グラスゴー空港 | | | |
| 6 | サウサンプトン空港 | | | |

HAH側には、欧州屈指の国際ハブ空港であり、第3滑走路の建設も検討されているヒースロー空港の運営に経営資源を集中したいという意向があり、その一方でフェロビアル社は、ヒースロー空港とは異なり、国の規制対象となっていない地方3空港の空港経営に積極的に関与していきたいと

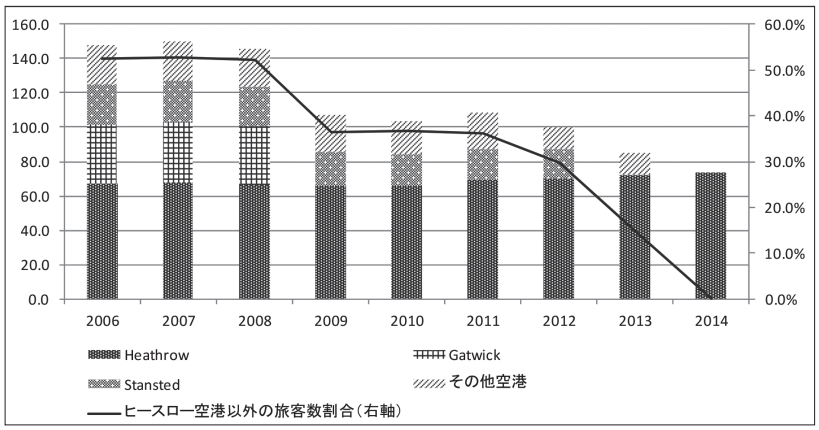
1　旧BAAは2012年10月にHeathrow Airport Holdings（HAH）に改称された。
2　ロンドンのヒースロー、ガトウィック、スタンステッドの3空港、スコットランドのグラスゴー、エディンバラ、アバディーンの3空港およびサウサンプトン空港の計7空港

の思惑があった。今回の売却話はこうした双方の思惑が一致した結果であると考えられる。

## 3．HAH における 3 空港売却の影響

それでは、HAH の経営にとってこれら 3 空港の重要性はどの程度のものであったのだろうか。前述のように HAH は旧 BAA 時代から段階的に空港を売却しており、直近のデータでは今回売却された 3 空港が HAH の経営に与える影響は軽微なものとなっている。

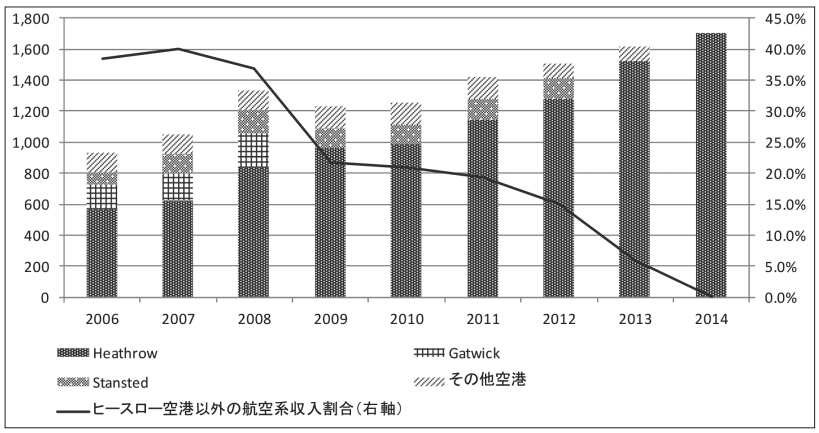
図 1 と図 2 は 2006 年度から昨年度までの HAH が運営する各空港の旅客数および航空系収入の推移を示したものである。2006 年当時の旧 BAA は、ロンドンの主要空港であるガトウィック空港とスタンステッド空港、そしてスコットランドのエディンバラ空港も運営していたため、ヒースロー空港以外の空港が運営空港全体に占める割合は旅客数で 5 割強、航空系収入で 4 割程度となっていた。その後、これら主要空港の売却が進むにつれ、ヒースロー空港の相対的重要度は高まっていき、2013 年度時点では今回売却された 3 空港のシェアは旅客数で 14.8%、航空系収入で 5.9% を占めるに過ぎなくなっていた。さらに、ヒースロー空港の航空系収入はこの 8 年間で約 3 倍という大幅な伸びを示しており[3]、このことからも HAH が 3 空港を売却し、ヒースロー空港に経営資源を集中させることは合理的な経営判断といえるだろう。




（注）
「その他空港」はアバディーン、グラスゴー、サウサンプトンの 3 空港の合計の数値である。ただし、2011 年度まではエディンバラ空港も含まれる。

（出所）
HAH 資料より作成

**図 1　HAH 運営空港における旅客数の推移（単位：百万人）**




（注）
「その他空港」はアバディーン、グラスゴー、サウサンプトンの 3 空港の合計の数値である。ただし、2011 年度まではエディンバラ空港も含まれる。

（出所）
HAH 資料より作成

**図 2　HAH 運営空港における航空系収入の推移（単位：百万ポンド）**

3　この大幅な伸びの背景には、この間のヒースロー空港の航空系収入に対するプライス・キャップ規制の規制値が、空港投資の資金確保のためにプラスの水準にあったこと（2003 ～ 2007 年度：物価上昇率（RPI）プラス 6.5%、2008 ～ 2013 年度：同プラス 7.5%）と、英国の RPI が軒並み 5% 程度で推移したこと（2008 年後半～ 2009 年を除く）がある。

## 4．フェロビアル社の３空港買収の意図

その一方で、HAH の筆頭株主であるフェロビアル社自体は、規制対象空港（designated airport）であるヒースロー空港の運営に対していささか窮屈さを感じていたようである。それは HAH の株主構成の変化をみても明らかであり、段階的に株式の売却を進めた結果、同社は現在でも筆頭株主ではあるものの、その持ち分は 62% から 25% へと大幅に減少している。ヒースロー空港では航空系収入にプライス･キャップ規制が課されているが、2014 年度以降 5 年間の航空系収入の規制値は「物価上昇率マイナス 1.5%」となっている。こうした政府規制が同社にとって空港運営ビジネスの制約となっていることは否めない。その意味では、マッコーリー社と組んだ今回の 3 空港の買収は、ヒースロー空港の運営には一定の関与を残しつつも、同社が規制リスクのない地方空港の空港運営に軸足を移そうとしていることがうかがえる。

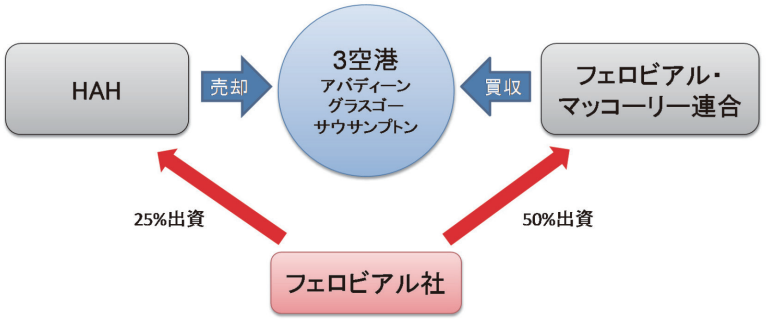
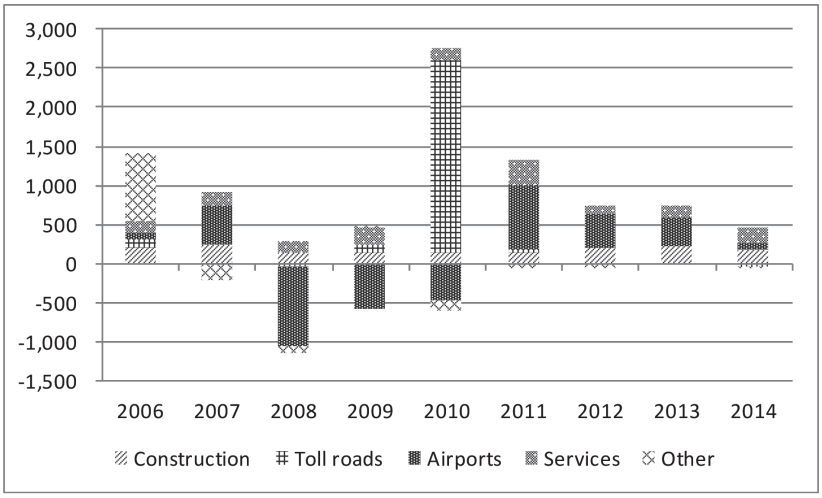



**図３　３空港売却・買収の相関関係**

また、図 4 はフェロビアル社の建設、有料道路、空港、サービスの各部門の親会社に帰属する純利益（Profit or loss for the year attributable to the Parent）の推移を示したものである。年度により各部門の純利益に変動が見られるが、空港部門は少なくともここ数年、同社に大きな利益をもたらしている主要部門であることがわかる。こうした状況の中で、フェロビアル社はより経営自由度の高い空港への投資を模索しているものと考えられる。




（出所）フェロビアル社の決算資料より作成

**図４　フェロビアル社の純利益の部門別内訳（単位：百万ユーロ）**

## 5．おわりに

今回の 3 空港の売却は、売却側の HAH と買収側のジョイントベンチャーの双方にフェロビアル社が深く関わっているという点で非常に興味深い事例となっている。フェロビアル社にとって HAH を取り巻く経営環境が 2006 年の旧 BAA 買収時よりも大きく変化し、HAH が名実ともにヒースロー空港を運営する空港運営会社になってしまった時点で、規制リスクの残るヒースロー空港の運営に引き続き関与するのか、それとも規制リスクのない他の空港の運営に新たな収益源を見いだすのかという経営判断を行ったと理解できる。今回の事例から、空港運営会社に対する規制リスクを極力減らすことが、安定した空港運営につながることをあらためて認識できるのではないだろうか。

**【参考文献】**

Civil Aviation Authority（2014）*Economic regulation at Heathrow from April 2014: Notice of the proposed licence*
Ferrovial,S.A. *Consolidated Financial Statements 2006-2014*
小島克巳（2014）「BAA をめぐる最近の動きと空港運営の諸問題」『KANSAI 空港レビュー』2014 年 7 月号

2015 年 10 月 16 日　新関西国際空港株式会社・発表資料より

## 2015 年度（平成 27 年度）上期運営概況（速報値）

【参考】http://www.kiac.co.jp/pr/pr.htm

### ○発着回数 83,414 回（対前年比　117%）

国際線：57,033 回
（対前年比 121%）
国内線：26,381 回
（対前年比 109%）

**発着回数について**

2015 年度上期の発着回数につきましては、中国等アジアを中心とした国際線で増便が相次ぎ、また、それに伴いインバウンド旅客の爆発的な増加が続いたことにより、前年比 117%と総発着回数は上期及び年度半期としては過去最高となりました。国内線は前年比 109%と上期として 4 年連続で前年を上回っております。

### ○旅客数 11,975,396 人（対前年比　123%）

国際線：　8,389,590 人
（対前年比 128%）
国内線：　3,585,806 人
（対前年比 112%）

**旅客数について**

2015 年度上期の旅客数につきましては、国際線外国人旅客数が前年比 165%、総旅客数につきましても前年比 123%と上期及び年度半期として過去最高を記録しました。国内線は前年比 112%と上期として 4 年連続で前年を上回っております。

### ○貨物量　352,853t（対前年比　98%）

国際貨物：　341,739t（対前年比　98%）
積 込 量：　162,938t（対前年比　98%）
取 卸 量：　178,801t（対前年比　98%）
国内貨物：　11,114t（対前年比 103%）

**貨物量について**

国際線貨物量は前年比 98%と上期としては 2 年ぶりに前年を下回っております。

1. 発着回数には空輸機・燃料給油機・プライベート機・特別機・回転翼機等を含む。
2. 国際線旅客数は、大阪入国管理局関西空港支局の発表資料を基に算出している。
3. 国際貨物量は、大阪税関公表の関西国際空港航空機積卸貨物量による。

2015 年 10 月 21 日　大阪税関・発表資料より

## 大阪税関貿易速報［関西空港］　2015 年（平成 27 年）9 月分

**【貿易額】**（単位：百万円、%）

| | 輸　出 | 前年比 | 全国比 | 輸　入 | 前年比 | 全国比 | バランス（△は入超） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 近畿圏 | 1,386,649 | 102.8 | 21.6 | 1,257,669 | 88.8 | 19.3 | 128,980 |
| 管内 | 922,818 | 103.7 | 14.4 | 954,903 | 86.5 | 14.6 | △ 32,085 |
| 大阪港 | 291,729 | 106.7 | 4.5 | 450,145 | 97.6 | 6.9 | △ 158,416 |
| 関西空港 | 494,254 | 108.8 | 7.7 | 304,416 | 84.9 | 4.7 | 189,838 |
| 全国 | 6,417,356 | 100.6 | 100.0 | 6,531,833 | 88.9 | 100.0 | △ 114,477 |

**【空港別貿易額】**（単位：百万円、%）

| | 輸　出 | 前年比 | 全国比 | 輸　入 | 前年比 | 全国比 | バランス（△は入超） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 関西空港 | 494,254 | 108.8 | 7.7 | 304,416 | 84.9 | 4.7 | 189,838 |
| 成田空港 | 753,274 | 109.8 | 11.7 | 1,089,989 | 102.4 | 16.7 | △ 336,715 |
| 羽田空港 | 29,268 | 158.9 | 0.5 | 31,977 | 56.1 | 0.5 | △ 2,709 |
| 中部空港 | 89,117 | 119.7 | 1.4 | 119,388 | 144.0 | 1.8 | △ 30,271 |
| 福岡空港 | 92,417 | 107.2 | 1.4 | 36,746 | 118.9 | 0.6 | 55,671 |
| 新千歳空港 | 2,434 | 96.1 | 0.0 | 987 | 64.6 | 0.0 | 1,447 |

大阪入国管理局　関西空港支局・発表資料より

# 関西国際空港の出入（帰）国者数

| | 外国人 | | | | 日本人 | | | | 合計 | (1日平均) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 外国人入国 | (1日平均) | 外国人出国 | (1日平均) | 日本人帰国 | (1日平均) | 日本人出国 | (1日平均) | | |
| 平成6年 | 254,482 | 2,139 | 258,566 | 2,173 | 940,315 | 7,902 | 955,393 | 8,029 | 2,408,756 | 20,242 |
| 平成7年 | 756,740 | 2,073 | 750,195 | 2,055 | 3,271,373 | 8,963 | 3,294,853 | 9,027 | 8,073,161 | 22,118 |
| 平成8年 | 948,542 | 2,592 | 914,848 | 2,500 | 4,067,434 | 11,113 | 4,102,609 | 11,209 | 10,033,433 | 27,414 |
| 平成9年 | 1,079,427 | 2,957 | 1,027,910 | 2,816 | 4,316,824 | 11,827 | 4,320,636 | 11,837 | 10,744,797 | 29,438 |
| 平成10年 | 1,079,290 | 2,957 | 1,022,094 | 2,800 | 4,054,740 | 11,109 | 4,045,772 | 11,084 | 10,201,896 | 27,950 |
| 平成11年 | 1,112,468 | 3,048 | 1,079,403 | 2,957 | 4,251,949 | 11,649 | 4,226,223 | 11,579 | 10,670,043 | 29,233 |
| 平成12年 | 1,194,740 | 3,264 | 1,158,019 | 3,164 | 4,598,347 | 12,564 | 4,646,518 | 12,695 | 11,597,624 | 31,687 |
| 平成13年 | 1,198,460 | 3,283 | 1,152,108 | 3,156 | 4,152,997 | 11,378 | 4,118,258 | 11,283 | 10,621,823 | 29,101 |
| 平成14年 | 1,177,532 | 3,226 | 1,119,898 | 3,068 | 3,809,221 | 10,436 | 3,829,030 | 10,490 | 9,935,681 | 27,221 |
| 平成15年 | 1,112,229 | 3,047 | 1,057,401 | 2,897 | 2,928,003 | 8,022 | 2,916,829 | 7,991 | 8,014,462 | 21,957 |
| 平成16年 | 1,289,109 | 3,522 | 1,245,589 | 3,403 | 3,771,899 | 10,306 | 3,755,088 | 10,260 | 10,061,685 | 27,491 |
| 平成17年 | 1,369,514 | 3,752 | 1,327,750 | 3,638 | 3,861,466 | 10,579 | 3,861,860 | 10,580 | 10,420,590 | 28,550 |
| 平成18年 | 1,505,025 | 4,123 | 1,431,800 | 3,923 | 3,852,179 | 10,554 | 3,861,140 | 10,578 | 10,650,144 | 29,178 |
| 平成19年 | 1,662,378 | 4,554 | 1,584,128 | 4,340 | 3,676,627 | 10,073 | 3,687,939 | 10,104 | 10,611,072 | 29,071 |
| 平成20年 | 1,652,085 | 4,514 | 1,568,513 | 4,286 | 3,342,988 | 9,134 | 3,336,644 | 9,117 | 9,900,230 | 27,050 |
| 平成21年 | 1,357,556 | 3,719 | 1,332,025 | 3,649 | 3,188,812 | 8,736 | 3,184,158 | 8,724 | 9,062,551 | 24,829 |
| 平成22年 | 1,751,906 | 4,800 | 1,736,108 | 4,756 | 3,353,402 | 9,187 | 3,349,189 | 9,176 | 10,190,605 | 27,909 |
| 平成23年 | 1,343,897 | 3,682 | 1,363,251 | 3,735 | 3,396,026 | 9,304 | 3,388,895 | 9,285 | 9,492,069 | 26,008 |
| 平成24年 | 1,795,222 | 4,905 | 1,778,162 | 4,858 | 3,616,472 | 9,881 | 3,622,975 | 9,899 | 10,812,831 | 29,543 |
| 平成25年 | 2,326,263 | 6,373 | 2,285,785 | 6,262 | 3,433,700 | 9,407 | 3,439,358 | 9,423 | 11,485,106 | 31,466 |
| 平成26年 | 3,173,759 | 8,695 | 3,104,778 | 8,506 | 3,248,983 | 8,901 | 3,224,562 | 8,834 | 12,752,082 | 34,937 |
| 平成27年1月 | 287,120 | 9,260 | 270,370 | 8,720 | 260,960 | 8,420 | 239,090 | 7,710 | 1,057,540 | 34,110 |
| 平成27年2月 | 338,020 | 12,070 | 349,730 | 12,490 | 232,270 | 8,300 | 240,070 | 8,570 | 1,160,090 | 41,430 |
| 平成27年3月 | 386,660 | 12,470 | 344,890 | 11,130 | 313,730 | 10,120 | 296,660 | 9,570 | 1,341,940 | 43,290 |
| 平成27年4月 | 460,450 | 15,350 | 481,860 | 16,060 | 199,280 | 6,640 | 206,370 | 6,880 | 1,347,960 | 44,930 |
| 平成27年5月 | 419,510 | 13,530 | 414,660 | 13,380 | 242,100 | 7,810 | 235,720 | 7,600 | 1,311,990 | 42,320 |
| 平成27年6月 | 411,350 | 13,710 | 405,170 | 13,510 | 221,270 | 7,380 | 218,860 | 7,300 | 1,256,650 | 41,890 |
| 平成27年7月 | 487,070 | 15,710 | 472,380 | 15,240 | 231,980 | 7,480 | 239,700 | 7,730 | 1,431,130 | 46,170 |
| 平成27年8月 | 471,430 | 15,210 | 507,690 | 16,380 | 304,300 | 9,820 | 303,380 | 9,790 | 1,586,800 | 51,190 |
| 平成27年9月 | 404,430 | 13,480 | 375,670 | 12,520 | 294,200 | 9,810 | 283,010 | 9,430 | 1,357,310 | 45,240 |
| 平成27年10月 | 457,520 | 14,760 | 461,990 | 14,900 | 248,220 | 8,010 | 259,880 | 8,380 | 1,427,610 | 46,050 |
| **平成27年累計** | 4,123,560 | 13,560 | 4,084,410 | 13,440 | 2,548,310 | 8,380 | 2,522,740 | 8,300 | 13,279,020 | 43,680 |
| **前年同期** | 2,584,460 | 8,500 | 2,514,800 | 8,270 | 2,740,760 | 9,020 | 2,702,830 | 8,890 | 10,542,850 | 34,680 |
| **対前年同期比** | **159.6%** | | **162.4%** | | **93.0%** | | **93.3%** | | **126.0%** | |

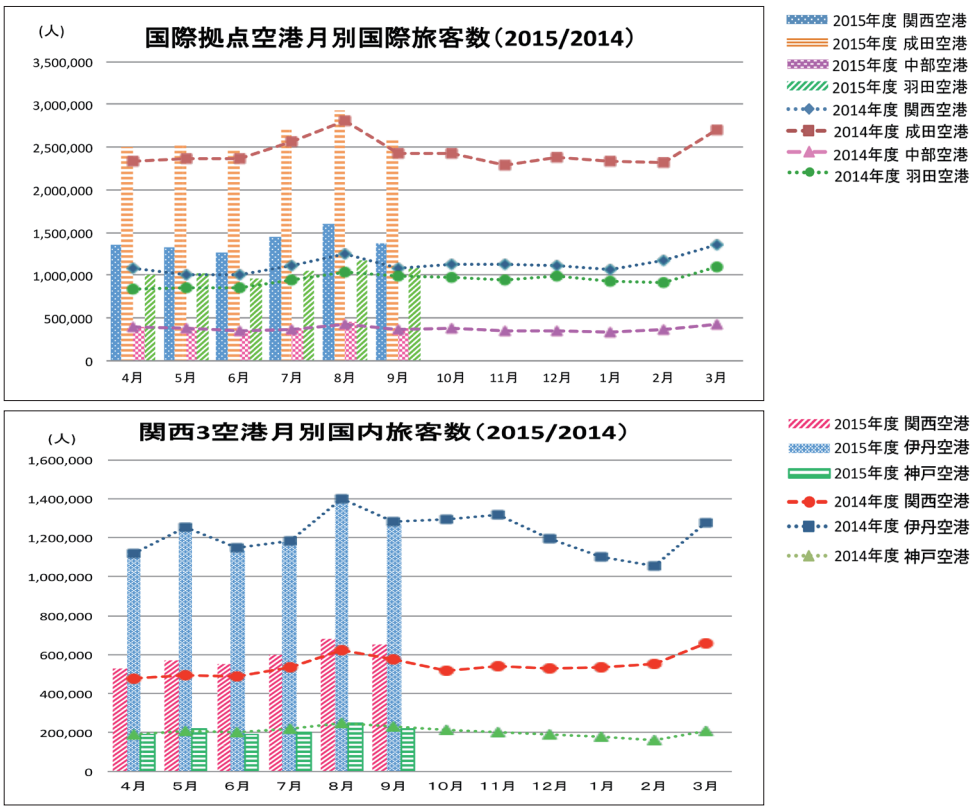
※外国人入出国者数には、協定該当者を含み、特例上陸許可は含まれない。
※平成6年の数値は、開港（9月4日）以降の総数である。

（一財）関西空港調査会 調査研究グループ 調べ

## 関西３空港と国内主要空港の利用状況　2015年（平成27年）９月実績【速報】

| 区分 | 空港名 | 国際線 | 前年同月比 | 国内線 | 前年同月比 | 合計 | 前年同月比 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 発着回数（回） | 関西３空港 | 9,764 | 126.0% | 17,966 | 99.5% | 27,730 | 107.4% |
| | 関西 | 9,764 | 126.0% | 4,419 | 106.8% | 14,183 | 119.3% |
| | 大阪（伊丹） | 0 | － | 11,391 | 99.0% | 11,391 | 99.0% |
| | 神戸 | 0 | － | 2,156 | 89.3% | 2,156 | 89.3% |
| | 成田 | 15,363 | 103.8% | 4,440 | 97.8% | 19,803 | 102.4% |
| | 中部 | 3,097 | 111.0% | 4,981 | 101.5% | 8,078 | 105.0% |
| 旅客数（人） | 関西３空港 | 1,368,910 | 125.7% | 2,143,577 | 102.5% | 3,512,487 | 110.5% |
| | 関西 | 1,368,910 | 125.7% | 648,411 | 112.4% | 2,017,321 | 121.1% |
| | 大阪（伊丹） | 0 | － | 1,273,306 | 99.3% | 1,273,306 | 99.3% |
| | 神戸 | 0 | － | 221,860 | 96.0% | 221,860 | 96.0% |
| | 成田 | 2,594,239 | 106.7% | 625,350 | 110.7% | 3,219,589 | 107.4% |
| | 東京（羽田） | 1,087,034 | 110.2% | 5,816,422 | 102.2% | 6,903,456 | 103.4% |
| | 中部 | 385,300 | 107.4% | 503,203 | 104.6% | 888,503 | 105.8% |
| 貨物量（トン） | 関西３空港 | 59,435 | 98.2% | 13,785 | 99.5% | 73,220 | 98.4% |
| | 関西 | 59,435 | 98.2% | 1,919 | 104.7% | 61,354 | 98.4% |
| | 大阪（伊丹） | 0 | － | 11,866 | 98.7% | 11,866 | 98.7% |
| | 成田 | 168,007 | 97.8% | 集計中 | － | 168,007 | 97.8% |
| | 東京（羽田） | 31,373 | 114.9% | 69,519 | 100.2% | 100,892 | 104.4% |
| | 中部 | 14,733 | 97.2% | 2,293 | 92.0% | 17,026 | 96.4% |

注１．羽田の発着回数は、2014年４月から速報では公表していないため掲載していない。
注２．神戸の発着回数は着陸回数を２倍して求めた数値。神戸の貨物量は実績が無いため掲載していない。
注３．速報値であり、確定値とは異なることがある。



## 関西空港調査会からのお知らせ

**○第427回定例会（2015年11月12日開催）**

「関空の2015年冬ダイヤと最近の取り組みについて」をテーマに住田　弘之 氏（新関西国際空港株式会社執行役員）の講演会を開催した。

**○第1回貨物ハブ空港としての関空の将来像を探る研究会（2015年10月29日開催）**

「関空国際貨物地区稼働状況調査報告」

「香港空港航空貨物ターミナル施設見学報告」

**○第2回貨物ハブ空港としての関空の将来像を探る研究会（2015年11月16日開催）**

話題提供　「農林水産物・食品輸出の国及び近畿管内における動向と取組状況について」

講　　師　農林水産省近畿農政局経営・事業支援部地域連携課 課長補佐　田中　篤史 氏

**○見学会（2015年11月19日開催）**

「作業用アシストスーツ製造会社見学会」を開催した。

### 今後の予定

**○第428回定例会（土木学会継続教育プログラム登録〈1単位〉）**

日　　時　2015年11月26日（木）16：00～17：00

場　　所　大阪キャッスルホテル

テ ー マ　「iPS細胞を使った新しい治療法について」（仮題）

講　　師　金子　　新 氏（京都大学iPS細胞研究所 増殖分化機構研究部門 准教授）

**○第429回定例会（土木学会継続教育プログラム登録〈1単位〉）**

日　　時　2016年1月28日（木）16：00～17：00

場　　所　大阪キャッスルホテル

テ ー マ　「関西経済の現状と展望　～インバウンド経済効果をふまえて～」

講　　師　宮野谷　篤 氏（日本銀行理事 大阪支店長）

※上記「定例会」に参加ご希望の方は当調査会ホームページ（http://www.kar.or.jp/）からお申し込み下さい。定員になり次第締切いたします。

**○第1回航空需要に対応した空港運用に関する研究会**

日　　時　2015年11月27日（金）　15：00～17：00

場　　所　大阪キャッスルホテル

話題提供　「首都圏空港の容量拡大に向けた取組みと課題」

講　　師　平田　輝満 氏（茨城大学 工学部 都市システム工学科 准教授）

**○第3回貨物ハブ空港としての関空の将来像を探る研究会**

日　　時　2015年12月10日（木）　15：00～17：00

場　　所　大阪キャッスルホテル

※上記「研究会」は登録メンバー以外は参加いただけません。

**○見学会**

日　　時　2016年1月29日（金）

見 学 先　①川崎重工業㈱岐阜工場航空宇宙カンパニー（http：//www.khi.co.jp/aero/）

②かかみがはら航空宇宙科学博物館（http：//www.city.kakamigahara.lg.jp/museum/）

定　　員　30名（先着順）

※上記「見学会」は賛助会員を対象としたものです。一般の方は参加いただけません。

## 事務局だより

▶　2泊3日で、職場の親睦会で台北へ行きました。

まず、台北101の展望台へ上りました。曇っていて何も見えませんでしたが、世界最速のエレベーターは圧巻でした。（後で東芝製だと知りました。）

2日目の夜は士林市場に行きました。歩き疲れて立ち寄った足つぼマッサージで、唯一痛かった部分が“頭”だったのがとてもショックでした。

最終日は今回最も楽しみにしていた、台湾式シャンプーを体験しました。日本の美容院と違って、イスに座ったままシャンプーが始まります。頭皮マッサージがとても心地良く、居眠りしてしまいました。洗い流し終わったあとは、首、顔、耳の中、服の襟までびちょびちょでしたが、それも良い思い出です（笑）

▶　天気予報では3日間ずっと雨の予報でしたが、雨に見舞われることもなく、楽しい旅になりました。（S）

淡路島の「食」を満喫できる直売所

## あわじ島まるごと　美菜恋来屋（南あわじ市）

古来から御食国として朝廷に海山の幸を献上してきた「淡路島」。
淡路島を代表するブランド食材である玉ねぎやレタス、真鯛や淡路ビーフなど豊かな食材の島として現在に息づいています。
平成27年3月にオープンした県内最大級の農畜水産物直売所「美菜恋来屋」は淡路島の美しい環境で育まれた肉・魚・野菜など“ほんまもん”の食材が気軽に手に入る施設です。
“見て”“買って”“食べて”淡路島の「旬」をまるごと楽しんでください。

■所在地　兵庫県南あわじ市八木養宜上1408
（淡路ファームパークイングランドの丘隣）
■営業時間　9：00～18：00
■定休日　火曜日
■入場料　無　料
（隣接する淡路ファームパークイングランドの丘は入園料がかかります。）
■駐車場　有（無料）
■アクセス
【自動車】　「洲本I.C」より福良方面へ約7km
または「西淡三原I.C」より洲本方面へ約7km
【バ　ス】　JR舞子駅高速舞子バス停より洲本高速バスセンターまで（約55分）
⇒洲本高速バスセンターより「ファームパーク」経由福良行き路線バスにて（約30分）⇒「ファームパーク」バス停下車後、徒歩（約1分）
■問合わせ　あわじ島まるごと美菜恋来屋　0799-43-3751

KANSAI空港レビュー 2015-11 No.444
●発行日　2015年11月20日　●印　刷　㈱日報印刷
●発　行　一般財団法人 関西空港調査会
〒543-0021 大阪市天王寺区東高津町11番9号　上本町ビル11階
TEL(06)6767-0800　URL http://www.kar.or.jp