

## 第2回 航空需要拡大について考えるセミナー 講演要旨

日時 平成29年12月12日(火)14:00~16:00

場所 神戸市教育会館大ホール

### 1 事業報告

#### 「神戸空港コンセッションの取り組みについて」

報告者：神戸市みなと総局 香川局長

- 平成29年度上半期の神戸空港旅客数は154万人で、年度計300万人に達すると見込まれる。平成29年10月には開港以来累計3,000万人に達した。(資料P2)
- 神戸空港コンセッションは関空と伊丹とともに一体運用に資する方策を講じ、3空港それぞれの能力を適切に活用することにより、関西全体の航空需要拡大、神戸経済の活性化、更に関西経済の発展に貢献することを目的としている。(資料P13)
- 関西エアポート神戸(株)は神戸空港の活性化策として、
  - ・航空系事業では①機材大型化の働きかけ、②ビジネス需要喚起、③航空旅客の重複を抑えた路線誘致を提案。
  - ・非航空系事業では①ターミナルビルの改修による商業エリアの大幅拡張、②旅客誘導改善による店舗への入店率向上、③搭乗手続きの効率向上と旅客回遊時間の拡大、④神戸らしさ、関西らしさが感じられる特色ある商品構成と店舗でのスピーディなサービスの提案があった。(資料P18)

### 2 講演

#### (1)「関西3空港を生かした地域戦略」

講師：関西学院大学経済学部 上村教授

- 政府は、訪日外国人旅行者数の数値目標を2020年4,000万人、2030年6,000万人と示しており、関西でどれだけの訪日外国人を受入れられるか、そのためには何をすべきかという視点で考えることが大切。(資料P10)
- 首都圏空港に供給制約があるなかで、関西3空港の供給を拡大することで外国人旅客数を増やすという視点は、非常に重要ではないか。
- 2020年の政府目標4,000万人達成には、関空で毎年14%以上の増加率が必要だが、どの空港も全体的に増加率は減少傾向であり、現在の勢いを持続させなければ達成は厳しい。関西での供給を増やせないことで、みすみす需要を逃すことがないようにしなければならない。(資料P14)
- 関空だけでなく、関西3空港で外国人旅客の受入れを増やすことはできないか。伊丹はすでに容量一杯で、神戸は規制されているなかで、そこを工夫できないかという問題意識が、関西の地域戦略として浮上するのはごく自然なこと。(資料P15)
- 関西3空港懇談会の早期開催による規制緩和の実現が必要。具体的には伊丹と神戸の国際化の検討、海上空港である神戸の便数制限緩和、24時間化の実現。他の空港と同じように普通の空港にすべき。(資料P16)
- 関西3空港の役割分担は地元で再検討し合意できれば規制緩和は実行できる。国の関与なしに関西で「規制緩和」が議論できるのは、むしろ幸運。
- I Rの夢洲は3空港を活かす絶好の場所

## (2) 「今後拡大する航空需要を取り込むためのエアラインの経営戦略」

講師：定期航空協会 辻岡理事長

- イバンウンド誘客に対する取り組みは20年前から始まったが、客数は増えなかった。10年前に観光庁が創設されたときに、まず中国からビザの規制緩和を始めるよう提案し、その後、規制緩和の対象国を段階的に拡大、インバウンドの数は伸びた。
- インバウンドの受入れにおいて関空は頑張っており、成田と肩を並べている。特にアジア旅客は関空が玄関口となっている。関空がLCCの誘致に積極的に取り組んだ成果が現れている。(資料P15)
- 各空港の離発着回数を見ると、羽田、成田、関空は滑走路が複数あるのに対し、福岡、伊丹、神戸は滑走路1本で運用している。福岡は18万回で1日200便飛ばせる。一方、神戸は30便に制限され、発着枠上限に達している。神戸はポテンシャルがあるのに活かしていない。(資料P20)
- 東京ではこれまで東京湾上空を飛んでいたが、東京オリ・パラを機に羽田空港の容量拡大のための空域の見直し(都心内陸部上空の飛行)を進めている。しかし、神戸は明石海峡の狭い空域を飛行しているので、すぐには増便できない。「容量拡大は空にあり」と言われるように増便するためには空域の確保が必要だが、騒音問題等をクリアしなければ実現は難しい。

## (3) 「拡大するインバウンド需要を兵庫でいかに取り込むか」

講師：(株)日本旅行 喜田取締役兼執行役員

- 訪日客の現状について、歴史的文化遺産の豊富な京都やショッピング、飲食の魅力が強い大阪に比べ、兵庫は知名度や宿泊客室数、観光素材の集積度で劣っている。その中で訪問率が京都、大阪と比べて低いと見るよりも、兵庫は比較的健闘していると捉えることもできる。
- インバウンドの誘客にあたり、リピーターを増やすにはまず初回訪問者を増やし、訪問者の満足度を高めることが重要。来訪者の情報発信が初回訪問者を増やす重要なポイント。(資料P7)
- 兵庫ゴールデンルートへのインバウンド誘客には、既に来訪客が多い神戸、姫路、城崎温泉に焦点を絞った取り組みが有効。また、京都や大阪の宿泊客に対し、プラス兵庫一泊を推奨する取り組みが有効。城崎温泉は京都近郊、神戸は大阪近郊として売り出した方が外国人には分かりやすい。(資料P8)
- 本県へのインバウンド誘客のためには、神戸空港を活用した国際チャーター便の誘致が必要となるが、関空発着のLCC等との価格競争となる。