

〔研究員の視点〕

# わが国で LCC は成立するか？

欧州との比較からみた LCC の維持可能性

運輸調査局 副主任研究員 小熊 仁

※本記事は、『交通新聞』に執筆したものを転載いたしました

## 欧州の LCC のビジネスモデル

欧州の LCC は米国のサウスウェストのモデルを継承している。サウスウェストのモデルは短距離二地点間のネットワーク編成、ノンフリル（＝機内サービスの省略）、オンラインチケットレス販売、マイルージの不在、同一機材の利用、二次的空港の活用による運行頻度の拡大と折返し時間の短縮を特徴としている。ライアンエアやイージージェットが代表的である。ただ、全ての LCC がサウスウェストのモデルを引き継いでいる訳ではない。例えば、大手航空会社傘下の Bmibaby やトランザビアではハブ空港への就航、複数クラス制、フリル付のサービスを提供しているし、チャーター航空会社から転換したエアベルリンでも長距離路線の就航やペーパーチケットの販売、機内サービス付のサービスがみられる。欧州の LCC は路線の需要特性や利用者

の選好、他の航空会社との競争環境などに応じ、柔軟にモデルを組み換えている。では、欧州の LCC のモデルとわが国の格安航空会社のモデルを比較すれば、どのような構図が読みとれるのであろうか。

## 欧州の LCC と日本の格安航空会社の違い

〈表〉は欧州における LCC のモデルをわが国の格安航空会社に照らし合わせたものである。わが国の格安航空会社は“格安”としてブランドイメージを構築し、この点では欧州の LCC と共通している。その一方で、使用空港は羽田であり、チケットの販売方法も全てオンラインチケットレスで統一している訳ではない。また、単一クラス制による運航ではあるものの座席指定があり、マイルージも設けられている。

もっとも、国内で最も需要が集中する羽

表 欧州における LCC のモデルとわが国の格安航空会社の比較

項目	欧州の LCC のモデル (Southwest Model)	スカイマーク	エアドゥ	ソラシドエア	スターフライヤー
使用空港	二次的空港会社	×	×	×	×
ブランドイメージ	格安航空会社	○	○	○	○
チケット販売方法	オンラインチケットレス	△ (一部ペーパーチケット販売)	△ (一部ペーパーチケット販売)	△ (一部ペーパーチケット販売)	△ (一部ペーパーチケット販売)
座席指定	なし (オールエコノミー)	×	×	×	×
ネットワーク構成	Point to Point	○	× (ANA のフィーダー)	× (ANA のフィーダー)	× (ANA のフィーダー)
機内サービス	ノンフリル	○	×	×	×
使用機材	同一機材 (主に B737/A320)	○	×	○	○
マイルージ	なし	×	×	×	×
シートピッチ	狭い	○	○	○	×
ターンアラウンドタイム / 運航頻度	30 分以下 / 高頻度運航	△ (40 分 / 中頻度運航)	× (40 ~ 50 分 / 低頻度運航)	△ (40 分 / 中頻度運航)	△ (40 分 / 低頻度運航)

## 研究員の視線

田発着の基幹路線へ就航することはまだ経営基盤が確立されていない格安航空会社にとって必要不可欠であるかもしれない。しかし、それは ANA・JAL との競争に直面することを意味しており、実際にスカイマーク以外の会社は最終的に ANA 傘下に組み込まれ、ANA のモデルとタイアップせざるを得なかった。これはわが国において LCC が成立しない要因であることは言うまでもなく、LCC を促進する上での今後の課題ともとらえられる。ではわが国において欧州のような LCC を成立させ、これを継続するためには何が必要か。以下ではその論点を指摘したい。

### 地方空港の活用

ところで、航空輸送の平均費用は容量の最大化を所与とし、機材規模の拡大と航行距離の増加によって逓減する。従って本来短距離・小型機材中心の LCC は容量を最大化したとしても、費用は逓減しないはずである。しかし、LCC は費用超過分を機材稼働率の向上や機内サービスの簡略などで補うのである。では、機内サービス、マイレージ、座席指定の廃止など航空会社の判断次第で達成できると仮定して、航空会社の裁量のみでは達成されない機材稼働率の向上と容量の最大化はどのように実現できるのだろうか。まずは大都市圏近隣の地方空港の活用である。欧州の航空研究の権威である D・スターキー教授によれば、空港から自家用車で 1 時間半以内の距離に居住する利用者は就航地、就航航空会社、運賃などを考慮し、最も自身の選好にマッチした空港を選択するとしている。混雑の少ない大都市圏近隣の地方空港を活かし、需要の価格弾力性が高く、時間的価値の低い若年層の旅行者をターゲットに LCC を就航

させることで、新たな需要を取り込むことができるのではないだろうか。

### 近距離アジア路線への就航

しかし、LCC の就航条件が整備されたとしても、継続的に容量を最大化できなければ、LCC を維持することはできない。高速鉄道（時速 300Km を仮定）を選択するか、航空を選択するかの境界は起点から 650Km で分けられると言われている。ただ、わが国は空港から市街地までの距離が長く、運賃についても鉄道は異種間モードとの競合によって安価な運賃を次々と打ち出している。国内に限って言えば、高速鉄道が開設していない札幌や那覇などを除き、航空は鉄道に比べて不利な状況におかれている。今後、継続的に利用者確保するためには、国内よりもむしろ海外に目を向け、インバウンド旅行者の取り込みをはかるべきではないだろうか。とくに航空需要の飛躍的な増加が見込まれる中国や東南アジアの旅行者の利用を組み込んだ路線設定が重要である。

### 航空機燃料税の廃止

地方空港の活用や近距離アジア路線がわが国で LCC を成立させるための航空会社の課題であるならば、航空機燃料税の廃止は国の課題である。周知のように航空機燃料税は航空機に積み込まれた燃料 1kl につき 26,000 円を課税するもので、それは社会資本整備特別会計空港整備勘定にプールされ、空港整備に使用される。航空機燃料税による税収は空港整備勘定の 60% を占め（毎年約 900 億円）、今日 98 に及ぶ空港が整備されたのも航空機燃料税のお陰であると考えて良い。しかし、国は既に「配置の側面からの空港整備は既成

した」としており、継続的に航空会社に負担を課すのは望ましくないし、それが新規の育成の足かせになっている。航空会社の負担軽減の視点からも新規育成の視点からも航空機燃料税は廃止するのが妥当である。

### 空港サイドの経営意識の構築

最後に、空港サイドの経営意識の改革を課題としてあげたい。地方を中心に空港担当者は「空港を作ればANAかJALがやってくる」と考えてきたため、航空便やテナントを自ら誘致し、空港を経営するという感覚はなかった。しかし、欧州では地方空港でも経営の意識を持ち、航空会社に様々な特典を与えることでLCCを誘致することに成功している。実際に筆者がヒアリングを行なった英国のある地方空港ではパートナーのLCCを航空会社名ではなく“*Our Client*”と呼んでいた。航空会社がいくら努力してもそれを下部で支える空港が経営意識を持たなければ、LCCの発展などは望めない。空港担当者が「わが空港にもLCCを」と思うのであれば、まず、経営とは何かから考える必要があるのではないだろうか。

### 今後のLCCの動向をめぐって

わが国では2013年以降、羽田と成田の発着枠増加に伴い、数多くのLCCの参入が予想されている。JAL・ANAは今後予測され

るLCCとの価格競争に対抗するために、傘下にLCC（ジェットスター・ジャパン・ピーチ）をそれぞれ創設した。JALはジェットスター、ANAはエアアジアとの共同で、既にピーチについては関西をベースとし、福岡、札幌、仁川に500円という破格の運賃で運航する旨を表明している。ジェットスター・ジャパンは国内幹線と近距離アジア路線を中心に運航を予定している。既に述べたように、航空輸送の平均費用は容量の最大化を前提とし、機材規模と航行距離を拡大することによって逡減する。言い換えれば、容量の最大化を達成できなければ、いくら機材規模と航行距離を増大させても平均費用は逡減しない。容量を最大化するためには、需要が最も集中する東京圏や上海、北京などに路線を集約することが重要である。さらに、国内には豊富な高速鉄道ネットワークが敷かれているから、路線設定にあたっては東京（成田含む）－近距離アジア、東京－札幌、那覇など高速鉄道が整備されておらず、航空需要が明確に見込める路線を中心とすべきである。また、羽田や成田にLCCを就航させてもすぐに発着枠不足をきたすから、近隣の地方空港を活用することも必要であろう。いずれにしても、まずは需要の出処がどこなのかを見極め、ベースや路線選択を慎重に行なっていかなければならないと考える。