

(パネルディスカッション)

(内閣府 福田大臣補佐官)

福田でございます。本日はよろしくお願ひいたします。

本日は5回目のサポーター会議になりますが、先ほど御紹介いただきましたとおり、結果として5回とも私がファシリテーターを務めさせていただくことができるということで、本当にありがたい次第でございます。

ちょうど思い出すと第一回サポーター会議というのは、2013年7月の開催でございました。

この時期がどういうタイミングかということ、ちょうど民活空港運営法が国会で成立をした直後ということになります。

サポーター会議の前にも、宮城県の主催で様々な研究会をやられており、そこから通算すると、かれこれ5年、サポーター会議の設置後から見ても、2年半から3年近くの時間が経ちましたが、先ほどの岩井社長の御説明にあったような、素晴らしい提案が出てくるところまで来たという意味では、何もないところから始まって、制度ができて、こういう集まりでいろいろな方々から議論が出てきている、それこそサポーター会議では、全国の事例も一緒に勉強させていただきましたし、航空事業者、旅行事業者、物流事業者をはじめ、いろいろな方々の要望も聞かせていただきながら、ここに至ったということで、本当に関係者一丸となってやってきた結果がこれなんだと改めて思う次第であります。

そういう意味では、その結果を受けた第5回、大変重要なパネルディスカッションになるということで、次につなげるような議論を皆さんとさせていただければと思っております。

今回は、「これから」につなげていくという観点でのパネルディスカッションになりますが、今まで何度もこの場で議論してきたのが、地域や企業の様々な要望があり、その要望を受けて形にしていくことが、運営権者の仕事であろうということまで、ある程度サポーター会議で議論が煮詰まっております。

そしてまさにこの議論を受ける側の運営権者の方が決まり、彼らもまた受けるだけではなくて、おそらく地域・企業に要望があるだろうというのが、これまでの議論でした。

では実際にそういう議論をしてみてどういうものが出てくるかというのが今回のパネルディスカッションのねらいであり、目的ということになろうかと思えます。

そういう観点で、当然岩井社長にも御参加いただくほか、加えて空港に対して声を上げていくパートナーとして一緒に事業を行っていく航空事業者のお二方、そして地域の代表として東北経済連合会の小野様にパネリストとして参加していただいている、そういう建付になっております。

両者の議論も、私の方で整理をさせていただきたいという風に思います。

まずは空港に対する期待、空港運営権者に対する期待ということで、岩井さん以外のお三方にプレゼンテーションをお願いしたいと思います。

最初は、全日空の仙台支店長の岸田様からお願いしたいと存じます。

(全日本空輸 岸田仙台支店長)

ただ今、御紹介いただきました全日空の岸田でございます。

時間が限られておりますので、少し駆け足にはなりますが、よろしくお願ひいたします。

<スライド1>

羽田空港のシェアを示したグラフです。

仙台空港と羽田空港は結ばれておりませんが、羽田には最も多くの航空会社が乗り入れておりまして、座席別・便数別のシェアを表しております。

簡単に言ってしまうと便数では JAL さんの方が多く、座席数では弊社の方が多いという状況です。

<スライド2>

それでは、足下の仙台空港ではどうなっているかという、現状の座席シェアと便数シェアを表したグラフがこちらになります。

AIRDOさんを合わせた弊社の座席シェアは54%で、仙台空港で最も多い座席シェアを占めているということになっております。

<スライド3>

環境として、国内航空需要が、過去どうであったか、今後どうなるかということを中心に御説明させていただきます。

左側の棒グラフを御覧ください。

2006年をピークに国内航空旅客数というのは、残念ながら減少しています。

一番右側の緑の三角のエリアがあると思いますが、そこが何を言っているかということ、欧米ではおよそ国内線の3割くらいはローコストキャリア(LCC)が担っています。

そういう意味で、まだ日本の国内はLCCが伸長し切れておらず、レガシーキャリア(フルサービスキャリア)は少子化の影響もあり、増やしていけていないんですが、LCCと組んでいけば国内旅客数というのはまだまだ増えていくということを示す左のグラフで述べております。

右の絵は何かといいますと、新幹線の延伸状況を示しております。

少し前の話になりますが、九州の鹿児島まで新幹線が延伸した際には、当然のことながら、大阪-鹿児島、大阪-熊本といった航空需要が減少しましたし、先日発表したばかりですが、新しい話題では、北陸新幹線開通の影響により、羽田-小松・富山を減便せざるを得なくなりました。

北海道新幹線の開通がどういった影響を与えるかはわかりませんが、航空需要というのはJRの新幹線ネットワークが高まれば高まるほど、減少していくということになります。

仙台-小松線は、弊社が販売し、IBEXさんに運行していただいている路線ですが、正直、北陸新幹線の影響を全く受けないと想定しておりましたが、ただ今、激減をしております非常に厳しい状況になっております。

そうしたことも含めて、残念ながら新幹線のネットワークが広がれば広がるほど、航空需要は減っていく状況になっているというのがこのスライドです。

<スライド4>

一方、国際線について簡単に御説明いたしますが、成田空港の便数シェアというのが左の円グラフになります。ANA・JAL・デルタが大きなシェアを占めているという形になっております。

右側が羽田空港の便数シェアです。成田ではほぼイーブンですが、羽田では少々弊社の方が多いという形になっております。

それと参考値として御覧いただきたいのが、下の黄色と緑の円グラフです。

JALさん及び弊社における羽田と成田のシェアを見ていただくと、未だに成田依存度は大きいということがわかります。

私どもは成田へのフィーダーとして仙台-成田便を就航させていただいております。

確かに仙台空港から国際線の直行便があることは便利なのですが、欧米線が突然、仙台空港に就航する

とは考えにくいので、そういう意味では、成田－仙台線の再活用というのを御理解いただきたいということでもあります。

<スライド5>

国際線の環境はどうかということですが、皆さん御承知のとおり、2015年の訪日外国人のお客様は1974万人の史上最高を記録しておりますし、単月としては7月ですが、192万人というすごい数のお客様が日本にいらっしやっています。

その推移が左の棒グラフですが、来年2000万人を超えるのは、もう間違いないと思っております。

また、先般発表されましたが、1974万人のお客様が訪日されたことにより、約3.5兆円の経済波及効果があったと言われております。

この推移も右肩上がりとなっており、外国人を呼び込むということは、日本の国益として大事なことであるということをごここでは述べております。

<スライド6>

先ほど、国内線は寂しい見通しを申し上げたのですが、国際線に関しては、非常に高い伸びを示すというのはまず間違いないのかなと思っております。

新興国でも、今は当たり前のように飛行機が伸びておりますし、特にASEANについては、非常に大きなポテンシャルを持っているということをごここでは述べております。

<スライド7>

若干、前段が長くなりましたが、空港民営化についての我々の要望を4点挙げております。

<スライド8>

一点目は空港運用時間の拡大でございます。

現行は7:30から21:30の14時間を運用時間としております。

少しわかりにくいですが、上の方は7:30から21:30の間で、仮にPeachさんが仙台空港に機材をステイ（夜間駐機）し、仙台空港を起点にスタートしたらどうなるかということを示しております。

青の矢印がフライトタイム、黄色が空港到着後の機内清掃や燃料補給の時間として約30分見ておりますが、仙台－関空のフライトを繰り返した場合、4往復目が入らないという状況になっております。

他方、仮に7:00から22:30にすると4往復が入ります。井上社長がいらっしやる中で、私が申し上げるのも何ですが、LCCのビジネスモデルは機材を休ませないでどれだけ働かすことができるかというのが最大のポイントだと思っております。

仮にここから先、また仁川にフライトして駐機料も払わずに戻ってくると最高の形になるわけで、そういう意味で運用時間の拡大というのは喫緊の課題なのかなと思っております。

<スライド9>

次が仙台空港アクセス線の増便です。

参考資料として、仙台空港アクセス線と、福岡、札幌の3つを比較しております。

概ね仙台空港アクセス線は、30分に1本という間隔です。

福岡はその間、5、6本あって、10分も待たずに電車が来るので、別に地下鉄の時間を計算している人はほとんどいません。行けば電車がある、という感じですね。

札幌もほとんどが快速列車で、時間帯によっては15分に一本、基本的には20分に一本なので、これもスマホで時間を調べるような方はいなくて、仮にその電車に座れなかった人は次の電車に乗ればいいという間隔です。

これらに比べると非常に仙台空港のアクセスは1本逃すと30分待たなくてはなりません。

これで、どういうことが起きているかというのが、下の名古屋のケースです。

例えば新幹線だと18:22に名古屋で乗車すると21:47に到着しますが、アクセス線の頻度が少ないためにフライトや手荷物の都合で飛行機が負ける場合がある。

よく仙台の経済界の方々から名古屋の出張は、往路は飛行機を使うが、帰路は新幹線の方が楽だとよくお聞きします。

仙台支店に赴任した当初は、仙台一名古屋で新幹線を利用するなど想定もしなかったのですが、実は相当競合している状況になっており、こちらも喫緊の課題ではないかと思っております。

<スライド10>

次に3点目ですが、まさに先ほど岩井社長の方からお話があったとおり、「愛される空港づくり」、もっと簡単に言ってしまうと「おらが空港」のようにしてほしいという要望です。

特に、宮城に住んでいる人にとって、「仙台空港は自分達の空港なんだ、だからこの空港を使いたいんだ」という風にしてほしいと願っております。

近隣でも山形空港の事例がございます。

「おいしい山形空港」といった愛称やサインージのほか、サポーターズクラブに登録すれば誰でもビジネスラウンジを無料で使用できるなどの取組をしております。

愛称で言えば高知龍馬空港や富士山静岡空港などもありますので、海外にも訴求できる魅力的な名前をつけてはどうかと思います。

また、新千歳空港や中部空港にある温泉などは結構人気で、開業時の中部空港では、飛行機に搭乗される方よりも、空港を見に来たい方で混雑しており、仙台空港でも、そうした斬新な取組をやっていただきたいというのが3点目です。

<スライド11>

4点目ですが、まさに時間との勝負と思っております。

当然、総花的に全部やってほしいということではなく、何か一つでもやりきるといえるのが必要ではないでしょうか。

オリンピックやラグビーワールドカップで海外・国内の需要が高まるという大きな山が2019年・20年に来ます。その前に少なくとも、この取組は完了した、若しくはここを改善した、アピールをここに持ってきました、といったところを何とか間に合わせていただきたいと思います。

私からは以上です。

(福田大臣補佐官)

岸田様、ありがとうございました。

最後の4点、非常に具体的でしたね。岩井社長には、後ほど是非御意見を伺いたいと思います。

引き続きPeachの井上様、よろしく願いいたします。

(Peach Aviation 株式会社 井上 CEO)

改めまして、Peachの井上でございます。どうぞよろしく願いいたします。

私もこの場に大変感慨深い思いでいさせていただいております。

というのも、本日お越しになっている平垣内審議官には、Peach 誕生前、まだ全日空のプロジェクトだ

った時に、当時日本に LCC なんかできっこないと反対の大合唱が起こっている中、これは面白いねと、是非やってみようと言っていたいただいた強力なサポーターの一人でありました。平垣内様とまた仙台空港民営化という新たなチャレンジの場でお会いできることを本当に感慨深く思っております。

また村井知事には、仙台空港の拠点化に関して、中々決断できなかった私の背中を強く押していただいたことを思い出しております。ありがとうございます。

さて、新たなスタートを切る仙台空港ということで、弊社としてどんな話をさせていただくかといいますと、関西モデルでみんなで儲けましょうという話であります。

なぜみんなが儲かるのかという点に焦点を当ててお話をさせていただきます。

<スライド2>

スライドから御覧いただきたいと思いますが、仙台空港と Peach との可能性について書いております。まず、仙台空港は増便の受入が可能だという点です。

実は今拠点にさせていただいている大阪の関西空港、第2の拠点である沖縄・那覇空港も私どもが拠点に据えた時点では、それほど混んではいなかった。

ところが、今や2つの空港ともスロットがないような状態になっておりまして、この短期間でこんなに変わるものかという思いを持っているわけですが、ここ仙台もその可能性が十分あると思っております。東北には、まだまだ発掘し切れていない魅力的な観光資源、周辺旅行の楽しみ方も豊富だということで、コンテンツの部分でも魅力があります。

なぜ Peach がこれにかけ算するといいいのかといいますと、実は私どものお客様の半分は 20 代から 30 代という若い方々であり、さらに約半数が女性でございます。

また国際線に限ると約 6 割が外国のお客様と、非常に特徴のあるお客様の構成になっておりまして、そういう方々は日本らしい魅力の発掘や、周遊旅行をするということが実際に確かめられております。

ということで、より多くのお客様を迎え入れるチャンスが来たというのが、最初のスライドのポイントであります。

<スライド3・4>

地域の活性化には連携が欠かせないということであり、関西モデルという話になる訳ですが、これは LCC だけで成し遂げた訳ではございません。

開業以降、いろいろな関係部署にお願いをしながら、試行錯誤してはりましたが、最近になってよく整理してみると、4 者が一体となってお客様に訴求していたのだなと気がついてきた訳であります。

例えば関空会社・関係会社から新規就航の Peach に支援をいただきました。

Peach はそれを原資にして運賃を下げました。

航空ビジネスは価格弾力性が非常に高く、運賃が高くなるとお客様は急激に減少いたしますが、安くなると増えるという変化が起きやすい。では、ずっと安いままだと何が起きるかということ、いっぱいお客さんがやってくるという訳です。

昨年度の弊社の平均搭乗率は、85.9%でありまして、混んでいるか、凄く混んでいるかという状況です。つまり、閑散期のない状態であり、就航地の皆様にしてみると、毎日お客様を連れてくるインフラのように捉えていただけたという訳です。

それでどうなったかということ、空港会社にとってみると、物販や飲食はもちろんのこと、交通機関にと

っても、鉄道・バス・フェリー等に乗って市街へ出かける訳です。その結果、旅先で宿泊されたり、買い物をされたりするということで、このプラスのスパイラルと言いますか、これが非常に上手く回っているのが、関西の状況でございます。

<スライド5>

その成果を数字で表したのがこのスライドでして、大阪府だけで延べ宿泊者数が、Peach 就航前の 2011 年と比べ、直近の 2014 年度はプラス 661 万人という驚くべき数が増えております。

また外国人に限って言いますと、宿泊者数はプラス 383 万人ということになっております。さらに、昨年 6 月の大阪府の宿泊施設の稼働率は 83%と、4 か月連続で全国トップという状況になっております。大阪のホテルの皆様も儲かったという訳です。

次に空港会社である新関西国際空港の収益がどうなったかと言いますと、対 2011 年 3 月期でプラス 256 億円と大きな伸びを示されております。

また関空を利用された旅客数は対 2011 年通年との比較ですが、国際線が 332 万人の増、総旅客数でプラス 550 万人という驚異的な伸びを示している訳であります。

また、アクセスを担われている一つの例として、南海電鉄ですが、空港線限定で見ると、対 2011 年 3 月期で収入が 19 億円増えております。

弊社もおかげさまで黒字経営させていただいておりますので、この関係 4 者がみんな儲かっているというのがこのモデルの特徴であります。

<スライド6>

それから LCC に関する経済効果について、関西大学の宮本名誉教授が試算を出されていますが、2014 年度ですが、関西空港に乗り入れた LCC による訪日外国人が関西圏に及ぼした経済波及効果は年間で 1,884 億円だそうであります。

凄い数字だなと思った訳ではありますが、実は関西空港に離発着している LCC 国際線にしめる Peach の国際線の割合は路便ベースで 33.3%なんですね。

ということは単純計算すると Peach だけで年間 627 億円の経済波及効果があるということになります。何をお伝えしたいかと言うと、人がたくさん来ると言うことは大事だという気づきを我々持っております。

<スライド7>

次は、関西モデルを仙台空港に展開とありますが、ポイントは、航空会社 vs 空港会社や、公共機関 vs 航空会社、地方自治体 vs 航空会社という形ではなく、この 4 者があたかも一つの共同の事業体という意識を持って、お互い連携を強めていきたいと思いますということを申し上げたい訳であります。

要は、ターゲットは「お客様をここに連れてくる」という、このために 4 者が一体となってやりませんかということであります。

安心していただきたいのは、Peach に限って言えば、例えば自治体や空港会社から利便を頂戴しても、黒字経営ですので赤字補てんには使いません。

そのまま全部運賃値下げのために使わせていただくので、またもっと人がいらっしゃいます。

こうした事が起きると言う訳であります。

<スライド8>

次は、既に取り組まれていると岩井社長がおっしゃっていましたので、省略いたしますが、どうせやるなら関西空港と仙台空港といろいろ連絡を取り合っって一つの新しいコンセッションモデルをつくられ

ではどうかということを2つ目に申し上げたいと思っておりました。

<スライド9>

次は自治体との取組であります。実は既に進めております。

どんなことをやっているかと申しますと、下の方に「Peachが地域を支援するメニュー」と書いております。

まずは安い運賃を毎日出して搭乗率85.9%のお客様を毎日お連れするということであります。それから空港に着いた後、地上交通で移動されます。そこで弊社はバスや電車のチケットを機内で販売させていただいております。それでスムーズな乗り継ぎを実現するというお手伝いをしております。

<スライド10>

次のページでまたいろいろやっていますというスライドでして、まず早速実施させていただいておりますが、宮城県と「さらっぴんな冬の東北旅」ということで、弊社が得意とする若い女性に訴求する形でのプロモーションで非常に御好評いただいております。

またふるさと納税の謝礼金にピーチポイントを採用という前代未聞の取組をやっております。話題になりました。

それとPeachingという機外誌、機内誌ではありません。機内に積むと燃料費がかかってコストが上がりますので、じゃあ機外に置こうということで。

その中でこだわりは就航地の情報発信をさせていただいております。

こだわりがあってガイドブックに書いてあるものは一切載せずに、地元の皆様が普通に通ってらっしゃる所をピックアップしております。

左下にPeach Loves ART!とございます。

これは、地元で頑張っておられるアーティストの皆さん、鹿児島県で言うと、薩摩焼の絵付けをやっている方ですとか、地元泉州で頑張っているロックバンドの皆さんですとか、そうした方々を応援する内容をPeaching等でやらせていただいております。

さらに地元店舗をもっと盛り上げようということでPeach Caféというプログラムをしております。Peachの価値観に賛同された方に、お客様が行ったら「ワオ！」というメニューをつくってくださいとお願いしております。

Peachのチケットを持っていったら10%割引というのがよくありますが、そうじゃないんです。

高くてもよいので「ワオ！」が欲しいのです。

写メで撮って友達にシェアしますね、そうすると仙台にこういう店があるんだと我々の主たるお客様である若手の方々がそれを見てやってきます。こうした点でも貢献できるのではないかと考えております。それから搭乗券広告というのがありますが、弊社の航空券は他社のような立派なものではなくて、スーパーのレジのロール紙です。

ただし、ロール紙って長さが可変です。

それを利用して搭乗券に広告を入れております。実はこの広告が非常に効果的だということがわかりまして、これを使いまして、例えば宮城県・仙台、或いは東北地方のここはというスポットに案内するような広告を出させていただくことができます。

方面(路線)別に全部出てきますので、仙台行きの方にはもれなく全部出てくるという仕組みになっております。

それからhigh♪というのがありまして、これは「ないけど、ある機内エンターテイメント」でありまし

て、マスコミの方に LCC はケチだからエンターテインメントがないと言われました。

確かに事実ですが、それでは悔しいと言うことで、皆様のお持ちになっているスマホやタブレットを利用させていただいて、Wi-Fi でのダウンロードを条件に映画・ドラマ・ニュースを御覧いただけるようにいたしました。

それを利用して宮城県や自治体がお持ちの観光のプロモーション映像をこの中に入れて、お客様に自由に見ていただくということも可能です。

アナログ・デジタル、全て駆使してこんなメニューで地域の皆様に貢献していきたいと取り組んでいる航空会社でございます。

是非「四身一体」となった共同事業体としての推進をお願いしたいということでもあります。

ありがとうございました。

(福田大臣補佐官)

井上様、ありがとうございます。

2013 年 7 月に開催した第一回のサポーター会議のパネルディスカッションに、井上様に御参加いただいた際の資料を見返して参りましたが、関空をハブ空港として事業をスタートされた直後で、Win-Win モデルをつくりたいというプレゼンをされておられました。

それから 2 年半が経過してこれが「関西モデル」に進化を遂げているという今回のお話でした。

2 年半という時間は早い・短い・長い、いろいろな受け止め方があるわけですが、そのくらいの変化を生み出すのに十分な時間なのだなあと感じさせていただきましたし、仙台では、このサポーター会議を下地として、「4 者の Win」が既にできているわけですから、こういう仕組みを活かして LCC とどのように連携されていかれるのかという辺りを、後ほど岩井社長にはお伺いしてみたいと思います。

それでは最後になりますけれども、東経連の小野様、プレゼンをお願いいたします。

(一般社団法人東北経済連合会 小野常務理事)

私からは、「東北のグローバル拠点」という観点での仙台空港への期待ということでお話をさせていただきます。

やはり空港会社には、「これから地域に愛される空港」になっていただきたいと思う一方で、私たちが「仙台空港を愛する」ということで、どういう行動をとったらよいのかという部分で考えているところを整理いたしました。

<スライド 2>

今回、観光・物流ともに、東北はまだ課題がございます。そうした部分を解決することにより、ビジネスチャンスが拡大するのではないかと期待するものであります。

<スライド 3>

観光交流の増加という点で考えた場合、仙台空港のグローバルゲートウェイ機能の強化が東北のインバウンドにとって不可欠であると考えております。ここが増加しないと、なかなか東北はインバウンドで大きく伸びないと考えております。

<スライド 4>

これは 2010 年から 14 年にかけて、外国人宿泊者数で北海道・九州・東北を比較したデータですが、近年になり格差は開く一方であります。震災前の 2010 年時点でも 4~5 倍の格差がありましたが、現在

は約 10 倍に拡大している訳であります。

<スライド 5>

これは東北の全空港と北海道の全空港における国際線利用状況を比較したものです。実は東北が北海道を上回っていた時期がございました。2003 年以降は、北海道と東北の格差が拡大しました。昔は東北も随分健闘していたという訳であります。

<スライド 6>

次のスライドは仙台空港と新千歳空港の国際線旅客数の比較であります。

2000 年度までは、仙台空港の方が国際線旅客数は多かったということであり、2001 年度から逆転しております。

東北のゲートウェイとして仙台空港は、かつてはその役割を果たしてきたわけです。しかし、他地域との格差は 2003 年から拡大しました。2003 年はビジットジャパン事業が始まった年で、観光立国というものがスタートした年であります。遡って 2 年前に仙台空港と新千歳空港の逆転が始まったという訳であります。

<スライド 7>

北海道と東北の観光資源について単純比較すると、スキー場をはじめ、国立・国定公園など、全てのデータについて東北が上回っております。つまり観光資源の差が逆転の要因であったわけではないということでもあります。

<スライド 8>

なぜ北海道ブームが起きたのかを考察したのがこのスライドです。

北海道及び台湾を訪問して調査をした時がございました。

その結果として、一つは、一般消費者に直接届くプロモーションを行ったという部分と、路線誘致に熱心な活動を行ってきたという取組であります。

特に一番目のプロモーションにおいては、「北海道アワー」という番組を台湾で放映したのが 1997 年で、ビジットジャパンが始まる前に北海道の番組に字幕を入れて放映し始めたということでありました。

これが翌年からの台湾客の増加につながっており、2001 年からの仙台空港と新千歳空港の逆転につながっております。この番組は延べ 3000 時間続けてきたということであり、継続した取組ということですね。昨年、東北観光推進機構において、東北ブランドとして今後発信する観光資源を整理しました。例えば、春は桜と雪の廻廊とか、しっかりと季節ごとに売り込む観光資源を決めてプロモーションを展開しております。

一方、路線誘致につきましても、これまでも関係者の様々な取組があつてのことですが、仙台空港あつての東北という部分、広域的な活用を訴えていく必要があるのではないかと考えております。

<スライド 9>

一番下にありますが、東北経済連合会では仙台商工会議所や民間の方々に参画いただいて、東北観光交流拡大検討部会を立ち上げました。実はこの時にインバウンド拡大検討部会として立ち上げる予定だったのですが、大勢の方からインバウンドはアウトバウンドがなければダメだという御意見をいただきまして、そこで「観光交流」という名称に代えた訳です。このアウトバウンドに対して地域はしっかりと取り組む必要があるのではないかと考えております。北海道にも経済連合会がありますが、促進協と併せて、海外展開事業実行委員会という組織が別にありまして、これはアウトバウンドにかなり力を入れております。

仙台の方でもアウトバウンドでいろいろな取組をされているところですが、もっと広域に展開していくべきだと考えます。インバウンドの教育旅行などは、東北観光推進機構をはじめ、いろいろな機関で展開しておりますが、アウトバウンドの教育旅行というのは余り積極的に展開されていない。

仙台空港であれば、例えば秋田県は台湾便がないわけですし、台湾は岩手県が熱心に取り組んでいますけれども、ソウル便はないわけですから、そうした地域のアウトバウンド需要に対して積極的に窓口となるのが先方との信頼関係の構築につながると考えております。そして、このことがインバウンドの強化にもつながるのではないかと考えております。

そうした取組を強化するとともに、官民一体となったトップセールスの重要性を痛感しているところでありまして、是非仙台空港を核として広域の連携が必要であると考えております。

<スライド 10>

次に物流であります。先ほどの岩井社長のプレゼンにもありましたが、現在貨物取扱量は6千トンと大変低い数字になっております。これは成田等への集中が進んでいる結果によるものであります。今後の東北の農産物、特に加工品などの輸出につきましては、付加価値の高い地域製品の輸出というのが必要であります。輸出する生産者の近くに空港、ゲートウェイがあるということが大変重要であると考えております。

<スライド 11>

これは東北の加工品の割合は圧倒的に低く、7.1%にとどまっているということを示したものであります。加工品としての輸出を考えた場合に、鮮度やスピード等が問題になりますので、どうしても仙台空港の強化は外せないということです。

<スライド 12>

これは実際にどのように物流が動いているかを整理したのですが、左側の現状の図は、関西空港や成田空港に移送してからの輸出で時間がかかります。その右側の中央の図はせめて東北で集荷するもの。もっといいのは一番右ですが、仙台から出荷するというものであります。

<スライド 13>

岩井社長からもお話がありましたが、関西ではもう動き始めているということです。東北のモデルは、当面は関西のモデルを活用させて頂いて、しっかりとした体制を整えたいうえで、独自モデルに移行しようというものであります。実際には戦略会議なる組織がございますが、重要なのは下の右側の「関西・食・輸出推進事業協同組合」でございます。やはり輸出の問題を考えた場合に、実際の実務をやることは大変重要になります。ここを組合がされる一方、左側の「ブランディング協議会」なる組織が周知を図るとか、いろいろな地域との橋渡しをするというものであり、大変参考になる取組であります。

<スライド 14>

関空の事業が優れているのは、東北の大きな課題でありました輸出事務の代行や代金決済を組合が行うことで、実際にノウハウを蓄え、生産者の強みを知り、相手のニーズを知って取り組めるということで、非常に画期的だと思います。こうした仕組みが仙台空港を拠点として動くということは、ひいては仙台港や東北産品にも大変好影響をもたらすものと考えております。

<スライド 15>

こうしたことから、実は東北も輸出モデルを検討する組織「東北農林水産物・食品輸出モデル検討協議会」が昨年10月に立ち上がっております。これは東経連のほかにも、国や関係機関が参画している組織ですが、これまで各自個別に活動していた団体が共同で橋渡しをする組織をつくらうということで立

ち上がったものです。

<スライド 16>

この検討協議会において第一号の支援モデルとして、この関空モデルを取り上げました。このモデルをみんなで応援しようと考えております。どういう応援をするかということ、例えば、東北農政局は6次産業のデータを持っていますし、東北経済産業局で言えば「三陸ブランド」の取組が始まっております。そうした生産者の方々と今回の事業協同組合への橋渡しをしようということで、まず第一歩は、関空モデルに乗っかって始めようと考えております。岩井社長のお話にもシンガポールの物産展の話がございましたが、いずれは東北発で動くような仕組みづくりに取り組んでいきたいと考えております。

(福田大臣補佐官)

小野様、ありがとうございました。

小野様には2013年11月の第2回のサポーター会議でプレゼンをしていただいております、その時にも台湾向けの情報発信が北海道に遅れをとってしまったというお話をされておりましたが、2015年から早手を打って東北ブランドの発信に取り組まれているとのことでした。

また、物流モデルの話題もございましたが、そういう意味では運営権者が決まる前から既に先手を打っていろいろと動かれているのがよくわかりましたし、こうした動きの中で地元の企業とどういう風にパートナーシップを築かれていくのかというのは、後ほど岩井社長の御意見をお伺いしたいと思うところでもあります。

ということでお三方から大変貴重なプレゼンをしていただきましたが、三人のプレゼンの中で提案があったことについて、それぞれどう思うかを岩井社長からコメントいただきたいと思います。

まずは最初に全日空の岸田様から4点ほどプレゼンがありました。

運用時間の延長ですとか、アクセス鉄道の問題などありましたが、特に鉄道事業者である点ではアクセス鉄道をどうにかしてほしいという期待などもあるのかと思いつつ、この4つの御提案について岩井さんのお考えをお聞かせください。

(仙台国際空港株式会社 岩井社長)

岸田さんには、今後の空港発展に向けて真剣にお考えいただいております、様々な課題を抽出していただいたなと思っております。

いずれも簡単に解決するような問題ではありませんが、一生懸命考えていきたいと思う課題ばかりでございました。

運用時間の拡大、これは難問です。

例えば騒音が増えてお困りになるという方々も出てくるでしょうし、私どもとしてもコストが増える、CIQの人員配置など、いろいろな問題がございます。

もちろんLCCが1日4往復できるというのはどれだけ魅力的かということとはよく理解しているつもりですが、軽々にお答えはしにくいと思っております。冒頭の質問がかなり難問であり、これは宿題としてお預かりできればと思っております。

2つ目のアクセス線の増便につきましては、「ある程度の時間とお金があればできる」というものと、「そうもいかない」というものと二段階あるような気がしております。

鉄道会社で働いておりましたので、車両一両いくらだとか、電車を動かす裏には何人くらいの方が働い

ているかとか、ダイヤを変えるのは何年くらいかかるものだという勘所は分かっております。
ですから、同時に難しさも何となく分かっておりまして、その辺を解きほぐしながら、どういう取組姿勢で行くのかということも含めて考えてまいりたいと思っております。
それから「地域から愛される魅力的な空港づくり」ですが、まさにそのとおりであります。
枠組みについては、井上社長からも大変有益なお話を頂戴したと思っております、こうした枠組みの中にテーマと課題をどのように織り込むか、ということではないかと思っております。
東北は魅力的な観光資源がたくさんあると思っておりますし、意外なところにコスト無く転がっているという風にも思っております。こうしたものを発信していく、又は地域が自信を持っていくというプロセスを自分自身経験してきましたので、一つ一つやっていきたいと考えております。
それから4点目ですが、コンセッションの制度上、毎年国に報告をすることになっております。
2020年までに何が実現できるかということは、早晩とりまとめることになっておりますので、もうしばらくお時間をいただきたいと思っております。

(福田大臣補佐官)

ありがとうございます。

今、岩井さん御自身もおっしゃっておられましたが、中々すぐにできるという話ではない、ただそういう問題についても、正面から取り上げてほしいという航空事業者の声でもありますし、空港でできることを組み立ててやっていく、そういう議論がまさに始まったということだと思います。引き続きこの論点についても御議論していただくのだろうと思っております。

続いて井上様の方からLCCとのパートナーシップという御提案がございました。

もちろん岩井さんのプレゼンの中でも、航空会社向けには、着陸料のメニューでも空港としてリスクをとっていくという御発言をいただいておりますが、それに加えて何かLCCに向けてこういった事ができるのではないかと、あるいはLCCと連携してできることがあるのではないかとという点があれば、是非コメントをお願いいたします。

(岩井社長)

井上社長のプレゼン資料で言いますと、7ページが肝のページかなと思っております。この4者という風に言い切ったというところが、このページの尊いところかなと思っております。

私どもも、いろいろな事を考えて、地域の方々に御相談している最中ではありますが、この4者とおっしゃっていただいたところに、「おお」と思ったというのが、私の偽らざるところです。

また、「みんな儲かる」という前提だとおっしゃったのも、とても大事だなと思いました。

そういう中で、空港会社の欄にはLCCのビジネスモデルを理解した空港運営という事と、機能向上による非航空系収入の向上とコストの低減というような事を書いていただいております、これはまさに私どもが御提案申し上げた骨子と同じ事を御指摘いただいていると思っておりますので、粛々とやってまいるとお答えできるのではないかと思っております。

さらに、公共交通機関の役割や自治体・関係団体の役割と書いていただいているところについても、先ほど御説明申し上げたとおり、汗をかいてまいりたいと思っておりますので、役割分担というよりは、一緒に汗をかくという風にやらせていただければと思っております。よろしくお願いいたします。

(福田大臣補佐官)

ありがとうございます。まさに「もうかりまっか」という言葉ですよ。

株式会社でやっている以上、航空会社も空港会社も地域の企業も、ある意味利益が出るからこそ持続的に活動していけるわけです。

企業の成長と地域・空港の発展を同じ方向に向けていけるかということが、やはり大事であり、忘れてはいけない点だと思います。

一方、この4者の中でいえば唯一地方公共団体だけは、これは利益という観点では動いていないということで、地域のために動く方々と企業の動きが噛み合っていくかということ、その辺を上手くつくっていければという事ではないかと思えます。

最後に小野さんからのプレゼンで、東経連さんは非常に前向きに盛り上げていくための取組というものをやっておられることがプレゼンの中からも伝わってまいりますし、成長に向かって一緒にやっという企業の動き、地元の動きがあるという事が大変強く理解できるわけですが、そういう意味では空港会社として、地元の企業の皆さんとどういう風なパートナーシップを組んでいきたいと考えておられるかというところを是非コメントいただきたいと思えます。

(岩井社長)

私どもは、東北の玄関口になると大きな宣言をいたしましたので、従来の仙台商工会議所さんを主体とするサポート体制を拡充して、東経連さんにも大いに御参加いただきたいという風に思っておりましたので、大変心強いプレゼンを頂戴したと思っております。

地域の関係及び個別の企業さんとの関係で申し上げますと、大別すると空港を使っていただく、飛行機に乗っていただくという「お客様としてのお立場」と、「空港のビジネスでお取引をいただくというお立場」の2つあるのかなと考えております。

空港を利用するお客様という観点でいいますと、先ほどの岸田さんの宿題にもありましたとおり、「おらが空港」の意識をもっと持っていただくために、空港にできることは何かを考えなくてはならないと思っております。

「アウトバウンドなしにインバウンドをねだってもダメだ」と旅行会社の方からも厳しい御指摘をいただいておりますので、その出張需要や社員旅行といった需要をいかに喚起できるのか、又は見える化できるのか、といった点について商工会議所さんや東経連さんと御一緒に悩んでいきたいというのが率直な気持ちです。

それから取引をする観点におきましては、今回私ども4チームのコンペを勝ち抜いて、この事業をやらせていただくという事でございますので、きちんとビジネスとして成立するようにしなければなりません。

ですので、業務の質とコストというものが適正な方にお仕事をしていただきたいと思いますと思っております、もちろんそれは地元企業の方に「地の利」があるということですが、地元だからというだけで、お仕事が自動的にいくということではないと御理解賜りたいと思えます。

逆にコンソーシアムでございますので、株主各社はいろんなビジネスをやっております。

これも株主だから仕事自動的に行くということはないと、株主間で協定を結んでおりますので、内外不差別でお仕事を出すという事で考えておりますので、こうした緊張感のあるお仕事をする中で、皆さんで地域を良くしていきたいと思っております。

(福田大臣補佐官)

ありがとうございました。

そういう意味では、この空港の民営化というものを通じて、地元企業ともコンソーシアム企業とも切磋琢磨しながらいい仕事をして、需要とビジネスをつくっていききたいという事だと思いますし、他の地域に先駆けてそうした取組が生まれる地域だからこそ、新しいものが生まれて、地域外でもいろんなビジネスにつながっていくというような事を期待するものであります。

ということで、岩井社長にひとしきり答えていただいたわけですが、このサポーター会議でも何度も議論してきたように、運営権者に対して建設的な提案をしていくということは必要だけでも、一方で、運営権者側から宿題返しをされて、じゃあ関係する皆さんは何をやっていただけるんですかという双方向の議論というのが重要なのだと整理してきたところであります。

そうした観点から、お三方からそれぞれ仙台空港とこのプロジェクトを成功させていく上で、どういう事をされていかれるのか、こういう風な事で貢献できるのではないかと聞いてみたいと思うところであります、よろしければ岸田様から順番に一言ずつコメントをいただければと思います。

(岸田仙台支店長)

まさに御指摘のとおりで、我々もやっていかなければいけないことが山積していると思っております。お手元の資料の3ページで、国内航空需要は今後非常に厳しいものと申し上げました。

とはいえ、我々としては需要を創出していくという、航空会社としての最大の使命があると考えておりますし、一般的には減少傾向にあるけれども、何とかそれを食い止めることが我々の仕事であると思っております。

例えば、ビジネス需要というものを喚起するということは中々難しいところがございます。

今まで3か月に1回、仙台ー広島を御利用されていた方が、2か月に1回に利用するというのは中々難しいですし、井上社長が先ほど価格弾力性があるとおっしゃっていましたが、仮に運賃を2/3にすれば利用回数は増えるかもしれませんが、そうすると経営が成り立たないという側面もございます。

ビジネスに関しては、いろんな方策を考えながらやっていきたいと思っております。

一方、旅行というものは我々の活躍の場でもありまして、仙台に来てもらう、又は仙台から出て行く旅行に関しては、まさに我々のフィールドでもあるので、傾向としては減っていくけれども、抗っていきたく。全部が全部井上社長のところに需要をお任せするというのではなくて、我々レガシーキャリアとしてやらなくてはならないことはきちんとやっていきたいと思っております。

(井上 CEO)

Peachとしては、ちょうど今岸田支店長がおっしゃったように、顧客層が全く違いますので、これまでのお客様とは違う客層をもっとお連れしたいと思っております。

例えば弊社の場合は、グループツアーの方はいらっしゃいません。個人旅行でございます。

先ほど若い方が多いと申しました。では若い人がどういう消費行動をとられるかといいますと、いわゆるツアーという枠組みを外れた観光をされることが多いんです。

そういう方、例えば沖縄県の方にお伺いしたんですけれども、台北ー沖縄線、ここは外国人比率がだいたい8割から9割くらいありますが、若い女性達が沖縄に行って何をするのかというと、美容院に行っ

ているんですね。

これは驚きでありまして、飛行機に乗って美容院に行くというのは驚愕の事実でございました。

要は、若い人達は自分達のライフスタイルを拡張していこう、面白く楽しくしていこうという行動をとっています。

そうしたムーブメントを、仙台を中心に東北で展開できたら素敵だなと思っております。

それから、「お金持ちはLCCを利用しない」という思いが私もありました。

違います。香港の方で、こういう方がいらっしゃいます。

Peach でしょっちゅう日本に来られるんですけども、お泊まりは大阪のリッツカールトンのスイートルームです。

で、どこに行ったのですかと聞きましたら、鈴鹿でF1グランプリを一番いい席で観戦してきましたと。そして東京築地の料亭に行きましたと。高かったでしょうと聞いたら、「安かった。1人7万円で済んだ」といっていました。

こういう人がPeachに乗っているんだということにびっくりいたしました。

また、ある方に、唐突にいわれたのが、田植えはできないかといわれたんですね。

冗談だと思ったんですが、大まじめでして、日本の田んぼはアートだと。畦畔の美しさ、水の清らかさ、青空がそこに映ったら美しいと。

田植えの頃の若緑の整然とした苗は最高で、あれをやりたいというんですね。

また、できれば刈り取りも体験したい、さらに農家の奥様が炊いた新米を、日本の伝統である「軒先」で食べたいとのことでした。これは本当の話でお金に糸目はつけないとおっしゃっていました。

こういう、全日空さんが運んで来られるお客様と違う、外れたニーズのお客様がどうやら弊社を利用されているらしいので、若い方のムーブメント、それから富裕層の方々のムーブメント、仙台空港を中心とする東北で広げられたらいいなと思っております。

(福田大臣補佐官)

ありがとうございます。

海外の空港でも空港会社と航空会社のパートナーシップ、その中でも、その空港を拠点的に利用している航空会社と空港会社とのパートナーシップというのは非常に大事です。

そういう意味では、空港会社でフルサービスの全日空様、LCCのPeach様が、こういう形で一緒に需要をつくっていくとおっしゃっている構図そのものが非常に幸先のいい滑り出しなのではないかと思えますし、引き続きの議論が行われればと思う次第です。

それでは小野さんお願いします。

(小野常務理事)

先ほども申し上げたとおり、地域に愛される空港づくりを目指す空港会社に対して、我々は空港をいかに愛していくのか、利用していくかということがとても大事だと思っております。まずはアウトバウンド需要の掘り起こしという観点から、東北の企業の方々に仙台空港の利用をより具体的に働きかけたいと思っております。また、海外に出張される方のニーズ把握をしたいと思っております。

また、ほとんどの方が今は成田・羽田を活用されていると思います。

そうした方々の需要がこれだけあるというデータを空港会社さんと共有しつつ、海外に訴求するという

具体的な行動が必要ではないかと思っております。

さらに、仙台空港を利用して海外に行く際には仁川経由もあろうかと思えます。

そうしたルートに関する相談窓口があって、橋渡しを私どもはやっていきたいと思っております。

また、パスポートの取得率もまだまだ低いということもありますので、これをあげるという部分を官民でしっかり取り組むことが大事だと思っております。

また先ほどのトップセールスでございますが、是非東北の空港ということで村井知事のリーダーシップをいただきながら、官民で東北の空港を海外・世界に発信するという取組をこれからしていくということが大事かなと思っております。

最後に、先ほどの取引という点は、岩井社長のおっしゃったとおりでありまして、競争ということだと思えます。質の高い、いいものが勝ち抜くということだと思えますので、機会の平等という部分を堅持いただいて、その際にこのサポーター会議のようなものを、これからより具体的な形で、形を変えて是非しっかりとつくっていただきたいと思えます。

(福田大臣補佐官)

冒頭のデータというお話は、まさに知事が海外の空港を視察された時に非常に感銘を受けられた点で、空港経営者がしっかりと自分の空港をデータで把握している、それに基づきどういう施策が必要かということを考えているというプレゼンがあったかと思えますが、そういう意味では経済団体と一緒に取り組んでいこうということが、非常に面白いなと思いましたが、このサポーター会議をまた発展させて、仙台・東北での新しいモデルをつくっていく場をつくっていくという提案もございました。

これは是非、岩井社長の方でも受け止めていただきたいと思った次第です。

一応今、三人の方からそれぞれ自分はこういう事に取り組むというお話がございました。

最終回となるサポーター会議も、そろそろ終了の時間が迫って参りましたので、最後に岩井社長の方から皆さんのコメントも踏まえ、今後の取組についての決意表明をいただければと思います。

(岩井社長)

本日、改めて「創造的復興」というものがいかに応用問題であるかということを感じました。田植え観光から、いちごの輸出までを我が事として考えるという大変なことだと思えますが、大変大きなチャンスをいただいたということでもあると思っております。

「長期間、地域とともに」というのは我々のモットーでございますので、きちんとプライマリー・グローバル・ゲートウェイを実現するという意気込みで地域の方々と一緒に取り組んでまいりたいと思えますし、皆様方には、引き続きのサポートをいただければ、なおありがたいと思っております。

(福田大臣補佐官)

最後に、地域で大変な重責を担っていかれる岩井社長に皆さんで激励の拍手をお願いできればと思います。ありがとうございます。

5回にわたり、ファシリテーターを務めさせていただきましてありがとうございます。

今日の議論を見ていまして、「ファシリテーター」を挟む必要はなくなったのだなと感じました。

今までは運営権者がいないために私が仮にここでお預かりしていましたが、この役割はまさに岩井社長にこれでお渡しをしたということなのだろうと思えますし、冒頭知事からもお話があったとおり、これ

はゴールではなくスタートだということだろうと思います。

そういう意味では、新しいこれからの動きというのを皆さんでつくっていかれるということを祈念して、このパネルディスカッションを終わりにしたいと思います。

本当にありがとうございました。