

バウンドがもたらす「ソフトパワー」であり、国と国の付き合いは政治や貿易の世界だけではない。根っこのところは人と人の関係に立ち戻ってくると主張する。

インバウンドの増加は、地域の消費活動を活性化させるが、消費財輸出も誘発すると指摘するのが平良（2017）である。すなわち、2013～2016年について、消費財輸出のプラス寄与度10品目を見ると化粧品輸出が最も押し上げに寄与している。訪日外国人旅行者の一番満足した購入商品のアンケート結果（観光庁「訪日外国人消費動向調査」）を見ると、「化粧品・香水」や「医薬品・健康グッズ・トイレットリー」の項目が上位品目となっており、「訪日外客の増加が近年の化粧品輸出の伸びを押し上げたことは間違いなさそう」と指摘している。インバウンド対応（日本現地での買い物促進）とアウトバウンド戦略（帰国後の継続的な再購入促進と再度の訪日動機付け）の両輪をうまく組み合わせていく戦略がますます求められるのである。

インバウンドを国別に見ると、中国人が最も多く、次いで韓国人、台湾人となる。姚・王・李・木内（2017）では、外国人観光客、とくに中国人観光客と台湾人観光客に焦点を当てて、その旅行先選択に関連する多くの社会経済指標を織り込んでパネルデータ分析を行っている。その結果、「総合的には中国人と台湾人居住者を増やすことがよ

い」と指摘している。すなわち、地域でもいわば草の根レベルで国際化を進めることがインバウンドを増やすことにもつながるのである。

前述の福井論文が指摘するように、インバウンドや観光はあくまで手段であり、観光をうまく活用して波及効果を生むことで地域の活性化に結び付けていく努力が必要といえよう。

#### 参考文献

- 福井善朗（2017）「山陰における新たなインバウンド振興の動き」『季刊 中国総研』公益社団法人 中国地方総合研究センター 第21巻第2号 NO.79
- 後藤昇（2017）「平成大合併後のインバウンド推進」『季刊 中国総研』公益社団法人 中国地方総合研究センター 第21巻第2号 NO.79
- 平良友祐（2017）「インバウンド需要拡大による消費財輸出誘発は続くのか」『国際金融』一般財団法人 外国為替貿易研究会 299号
- 北村哲彦（2017）「最近の岡山県における観光動向—重要度を増す観光統計の整備の利活用—」『季刊 中国総研』公益社団法人 中国地方総合研究センター 第21巻第2号 NO.79
- 姚峰・王琰・李瑤・木内舜（2017）「日本経済振興と国際観光誘致策の構築について—訪日中国人観光客の統計分析を中心に—」『香川大学経済論叢』、第90巻 第1号 55-87

#### 【Reference Review 63-3号の研究動向・全分野から】

### 航空機・航空輸送業に関する考察

国際学部教授 宮田 由紀夫

学生諸君の中には、航空運輸業（航空会社）への就職を希望している人も多いと思う。そこで、この業界についての知識を与えてくれる論文を紹介したい。酒井正子「日本の航空・空港政策とその光と影」（『提供経済学研究』第50巻、第2号、2017年、3－26頁）は戦後の日本の航空運輸業の変遷をわかりやすくまとめているので、この業

界への入門編として最適である。

日本は島国なので海外旅行では航空機の利用が必須である。最近の「観光立国政策」によるインバウンド観光客の増加によって、国際線利用者が国内線を近い将来は上回ることが予想されている。一方、日本は離島も多く100近い空港のうち3割が離島にある。ここは採算の取れない路線で

あるが、経済的論理で廃止してしまっただけという問題も残る。本論は航空旅客業と空港との関係も重視している。羽田空港の拡張と国際線路線の再開、それに対抗して成田空港で地域住民が増便に応じるなどして増便が可能になった。一方、海外の大規模空港との競争で不利になった日本の空港はLCC (Low Cost Carriers) の受け入れに積極的になり、経営危機に陥った日本航空からの人材がLCCに流れたという指摘も興味深い。

堂前光司「国際航空輸送からみたアジア主要都市の拠点性の検証」『関交研』(2017) 16 - 21 頁は堂前氏の受賞論文の簡略版なので、興味のある方は氏の業績に関連論文も含めて検索していただきたい。この論文は都市のランキングに空港がどのように影響を与えているかを分析している。乗り換え旅客数や積み替え貨物量が多い年はハブとして機能して都市の拠点性が向上する。海外では新空港の開設が都市の拠点性の向上に重要な役割を果たしている。1994年の関西国際空港の開設は大阪の貨物での拠点性の強化には貢献しているが旅客についてはそうでないことが明らかにされた。また、関西国際空港は特定の航空会社やアライアンスに依存せず、LCCの比率が高く、アジア地域に特化しているという特徴が指摘されている。

次に指摘を変えて山崎文徳「民間航空機用ジェットエンジンメーカーによる市場競争構造」(『立命館経営学』第56巻、第1号、2017年、69 - 87頁)を紹介したい。メーカー側の話である。実は自動車メーカーはエンジンも生産し、エンジンの技術力が企業競争力の源となるのだが、航空機メーカーはエンジンはエンジンメーカーから購入している。航空機メーカーにとっての技術力の見せ所は主翼の設計・製造なのである。さらに、1970年代以降は一つの航空機に性能さえ合えば異なるメーカーのエンジンでも搭載できるようにな

り、航空会社がエンジンを選べるようになった。航空機メーカーはエンジンメーカー同士の競争を促進し性能の向上、価格の低下を狙った。

現在、世界のジェットエンジンメーカーはアメリカのP&W (Pratt & Whitney) とGE (General Electric) とイギリスのRR (Rolls & Royce) である。P&Wはプロペラエンジン時代からの老舗企業で、GEは総合電機メーカーだがリストラを進める中、航空機エンジン部門は重視している。RRは高級自動車メーカーで航空機エンジンにも進出したが経営危機に陥った後、政府が救済してくれたおかげで復活し現在は競争力を保っている。ジェットエンジンの黎明期にはP&Wが競争力を持っていた。しかし、首位企業だったP&Wが既存機種向けのエンジンに資源を集中せざるを得ない中、新たな広胴機(通路が2つある大型機)向けの大型エンジンにGEとRRが参入した。GEは軍用輸送機用エンジンで培った技術力を生かして1970年代に大型エンジンで市場を獲得した。また、積極的にフランスやドイツの企業と提携したことでヨーロッパの航空機メーカーであるエアバス社の機体に採用してもらった。GEは1980年代にはフランス企業の技術と自社の爆撃機エンジンでの技術を融合させて、中小型エンジンで市場でも成功した。大型エンジンは高価格で利ザヤが大きく、中小型エンジンは生産数が多いが、この両方でGEが競争力を持っているのである。現在、航空機エンジンについて日本のメーカーはまだ影が薄く、主要メーカーから成る日本航空機エンジン協会が、P&WとRRなどによるジョイントベンチャーであるIAE (International Aero Engines) のV2500というエンジンの開発・製造に参加している。

航空会社、航空機メーカー、エンジンメーカーの関係、その中での日本企業の役割と競争力向上の可能性などは、学生諸君にとっても卒論のテーマとしても研究したら面白い分野である。