

航空運賃規制下の価格破壊 — 北海道スキーツアー 価格の長期動向分析

金 鎔 基

〈目次〉

問題意識と課題

1. 航空政策と運賃の大衆価格化
 2. 実勢価格の発生メカニズム
 3. イールド推移分析の難点
 4. 北海道スキーツアー価格の長期動向
 5. 価格破壊の第二波とその原因
- 結びに代えて

問題意識と課題

航空企業間の競争促進と運賃低下が旅行・観光市場の創出・成長にプラスになるという認識は、航空自由化に先行した一部の国ではすでに1980年代から航空政策に反映されてきた (Forsyth, P. 2006)。急成長をつづける世界観光市場は、新興経済国を含む世界的な所得上昇効果だけでなく、LCC (格安航空) の台頭などによる価格低下効果によっても支えられている。日本も遅まきながら航空自由化に本腰を入れ始め、ここ10年で、主に日本の地方空港と近隣国の都市部をむすぶ海外勢LCCの活躍によってインバウンド増加という成果も出ている (国土交通省2017: 2, 46, 49; Wu 2016)。

しかしインバウンドにばかり熱視線を注がれる現状には違和感も覚える。というのも、国内消費者をふくむ消費者一般の利益という普遍的な観点が未だ十分確立していないように見えるからだ。経済の停滞感が長引いたせいで、内需喚起に期待しにくい雰囲気はわかる。とはいえ、日本の航空・観光需要のこれ

までの成長過程をふりかえると、需要増加の原動力が経済成長だけではないことにすぐ気づかされる。すでに紹介した航空自由化政策による市場創出の事例もさることながら、規制緩和が本格化する前にも、第2次海外旅行ブーム（1971-73）に貢献した低廉なパッケージツアー商品（玉村375-379）、第3次海外旅行ブーム（1987-90）に貢献した格安航空券（小林101-103）のように、ビジネス側がイニシアティブをとって市場を創出した事例も知られているからである。

こうした事例を単なる過去の話として片付けられないのは、現在も依然として似た課題に直面しているからである。日本は現在も先進国のなかでは旅行消費支出が目立って少ない方であり、その一因は相対的に高い交通費用にある。¹⁾

おおよそ以上のような問題意識から、本稿では1970-80年代の北海道スキーツアー市場の事例を発掘して見せたい。前記の先行研究（玉井、小林）では、ビジネスモデルや航空政策の分析が中心となっており、市場動向の検証はあまりなされていない。また議論の対象が海外旅行に限定され、国内旅行にはふれていない。そこで本稿では国内旅行事例、市場動向の検証に立ち入ろうとしている。ただし市場動向、つまり価格変動と需要の反応を跡づけるためには、実際の価格、すなわち市場の実勢価格をまず把握しなければならない。その理由を以下で少々説明しよう。

近年、航空自由化に対する関心の高まりを受け、これまでの政策展開を検証する調査・研究も増えている。一瞥したところ、運賃動向をさぐる指標としては国土交通省発表の「イールド」が利用されている（高橋、国土交通省2005, 2012.12, 2013, 2017）。しかし販売代理店経由の複雑な商取引慣行があり、市場

1) 観光白書（2018年版第2部：95-96）によれば、日本の名目GDPに占める旅行消費比率は4.6%（2015年）で、同ドイツ10.0%（2015年）、英国8.3%（2014年）、オーストラリア8.1%（2015年）など先進諸国に比してかなり低い水準にある。ある旅行雑誌（TABIZINE 2019.2.15）によれば、日本の旅券は世界最強なのに所持率は4人に1人でこれもまた先進国のなかで断トツ低い。いくつかの原因のうち、日本発着便の運賃が高いのも指摘されている。

での実勢価格が航空会社の公式運賃収入情報をベースとするイールドに正確に反映されないこともあるのではないか。このようなギャップが縮小に向かったのは、運賃設定がほぼ自由化された2000年代以降と考えられる。それまでは、運賃規制政策下で高止まりする普通運賃を横目に、市場では規制をかいくぐって格安航空券や格安ツアーが氾濫する実態があり、イールドと実勢価格のギャップも小さくならなかったはずである。ちなみに日本で航空規制緩和が始まったのは日米航空交渉の暫定合意（1985年4月）が起点となる。したがって規制緩和効果をその開始早々の時期にさかのぼって検証するためにも、実勢価格の把握は重要な意味がある。

本稿では、実勢価格発生に絡む航空規制政策やビジネスモデルを整理したうえで、実勢価格の長期動向をさぐる一環として、1970-80年代の北海道スキーツアー価格の推移を明らかにする。さらに、ツアー価格変動に影響した要因は何かを明らかにし、航空政策や航空ビジネスの観点からその含意を考える。

1. 航空政策と運賃の大衆価格化

1-1 規制緩和と航空ビジネスモデルの進化

航空旅行の普及は第二次大戦後のことであるが、今や航空は、グローバル化時代の交通手段になりつつある。このような市場拡大は、世界経済のその間の規模拡大や航空技術進歩などに支えられたものではあるが、他方でLCCのような、低価格化を通じて積極的に市場拡大をはかる航空ビジネス側の取組みと、それを容認ないし促進する航空政策による貢献も無視できない。

アメリカは国内市場が大きく、ニッチ市場ではLCCの先駆けとなるビジネスモデルもいち早く出現した。航空規制緩和法（1978年）以降、台頭するLCCと既存大手の競争を通じて多様なビジネスモデルを成熟させるようになったアメリカは、1980年代からは航空自由化の波を世界の航空市場に広げていった（稲本20-29, 147, 井上65-77）。

欧州、とりわけイギリスでは、不定期便を運用するチャーター航空モデルが、

規制の穴をこじ開けながら成長し、既存定期便大手と競争するようになった。チャーター便は発着料の安い第二空港を利用したり、需要に応じて路線や便数を迅速に調整し搭乗率を上げるなどの経済性があり、特に観光需要向けに強みを発揮した。さらにチャーター便事業と旅行業を垂直統合したホールセラーが出現し、観光開発やパッケージツアー商品の助成によって積極的に市場開拓を行うようになった。イギリスでも1970年代に入って規制緩和への流れが明確になり、チャーター航空の成長は加速され、欧州域内市場の1/3、なかでも観光市場では圧倒的なシェアを占めるまでになる（小林142-161, 176）。

チャーター航空の成長でわかるように、航空旅行市場の拡大は観光市場の成長と密接に結びついている。世界観光機関（UNWTO）の発表によれば、2006年の国際航空旅行者の約1/2は観光目的、1/4は親族や友人訪問、1/4がビジネス目的となっている。親族や友人訪問には事実上の観光を含む場合が多いので、国際航空旅行の大半は観光需要といえる（Graham A. et al. 2008: 22）。

1-2 オープンスカイの波及

国際航空路線は二国間協定を基軸とする国際秩序のもとで運行されてきたが、今では米国発のオープンスカイ協定が大勢になりつつある。米蘭オープンスカイ協定（1992年）以来、米国はモデル協定のプラットフォームを作り諸国の参加を誘導した。2018年現在125か国が米国とこの協定を結んでいる。アジアのハブを日本と争うライバル国も1998年までに早々と締結している。またEU域内市場では1988-97年にかけて運賃や市場参入が完全に自由化された（吉田191-193, 稲本18-31）。

このような航空自由化の流れは市場競争を促進する傾向があり、価格競争に強いLCCモデルが世界的に存在感を増す原因となった。大手はハブとハブを結ぶ大陸間長距離輸送に経営資源を集中しつつ、短中距離のスポークではLCCとアライアンスを組むなどすみ分け戦略も模索されている。

さらに注目しなければならないのは、航空自由化に伴う競争激化と運賃低下が、近年の航空旅行市場の拡大、国際観光市場の成長の一助となっていること

である (Dobruszkes & Mondou 2013; Chung & Whang 2011; Wai 2017; Wu 2016)。航空路線自由化のコストベネフィット分析の際、当該地域の観光振興をベネフィット要因に加える傾向は、米国、オーストラリア、ニュージーランドなどでは、すでに1980年代後半から現れている (Forsyth, P. 2006)。日本は自国航空企業保護の観点から、長らくオープンスカイに消極的であった。しかしアジア諸国とのオープンスカイ (2007年)、オープンスカイ対象国の拡張 (2010年)、LCC元年 (2012年) と、遅ればせながら航空自由化へ舵を切った (吉田 192-195)。その効果は近年の外国人観光客増加という形で明確に現れている (国土交通省2017: 2, 46, 49; Wu 2016)。

1-3 日本：運賃規制下の参入規制緩和

表1を参照しつつ、本稿の対象時期を中心に日本の航空規制緩和、自由化の流れを概観する。

北海道スキーツアー商品が発売された1972年前後に確立した日本の航空政策はよく「45・47体制」と呼ばれる。日本航空 (JAL)、全日本空輸 (ANA)、東亜国内航空 (1988年に日本エアシステム = JASに社名変更、2006年にJALに吸収合併) の3社を序列付け、すみ分ける体制である。路線参入、運賃設定とも認可制で、企業間競争は起こりそうになかった。

規制緩和はアメリカからの圧力を直接のきっかけに始まった。日米航空交渉の暫定合意 (1985年4月)、つづく運輸政策審議会の最終答申 (1986年6月) をへて、国際線で複数社体制、国内線で複数社路線の拡大、日本航空の民営化などの政策転換が行われた (稲本22-31, 井上111-136)。

この初期規制緩和の要諦は、運賃認可制度はそのまま残しつつ、例えば国内線では、ダブル・トリプルトラック化により複数社乗り入れ路線を増やすところにあった。ただ、北海道のほかのローカル線はともかく、幹線である札幌—東京線はすでに3社運航体制であった。東京—札幌線に真の競争の緊張が生まれたのは、エア・ドゥが参入した1998年からの数年である。

販売代理店との複雑な商取引慣行を通じて、値下げを行うしかない状況は、

1994年の営業割引運賃届出制化, 1998年のMTP撤廃によって相当減少したとみられる。ただし航空会社が直接販売する割引チケット (PEX) 運賃の下限規制が2008年まで存続するなど, その間「中途半端な規制」(小林212) が残っていた。航空会社が価格調整のため複雑な商取引慣行を通す必要が完全になくなったとは考えにくい。また運賃規制緩和は国内線が早く国際線はさらに後になった。

表 1 日本における航空自由化・規制緩和の流れ

主要イベント, 参入規制	運賃規制
「45・47体制」(1970年閣議了解・1972年大臣通達) JAL: 国際線, 国内線 (幹線) ANA: 国内線 (幹線, ローカル線) JAS: 国内線 (ローカル線) ※ 幹線: 札幌, 東京, 大阪, 福岡, 那覇を結ぶ路線	運賃 (割引も含む)・料金の <u>認可制</u> : 会社別の総括原価主義 同一路線同一運賃・長距離逓減制
日米航空交渉の暫定合意 (1985年4月), 運輸政策審議会答申 (1986年6月) 国際線: 日本側1社・米国側3社のいわゆる「先発企業」に加え, ANAやNCAなどのいわゆる「後発企業」が, 限定的な路線・便数ではあるものの米国路線に参入 国内線: 年間需要100万人以上はトリプルトラック 70万人以上はダブルトラック	1990年 標準原価の導入 (南北格差の是正): 会社別の総括原価主義
1992年 年間需要70万人以上はトリプルトラック 40万人以上はダブルトラック	
	1994年 5割以内の営業割引運賃及び一部料金を <u>届出制</u> へ
1996年 年間需要35万人以上はトリプルトラック 20万人以上はダブルトラック	1995年 幅運賃制度の導入: 標準原価を上限とする一定の幅 (25%) の中で航空会社の判断による運賃設定
1997年 ダブル・トリプル化基準廃止	

1998年 エア・ドゥ, スカイマーク就航 1998年 日米航空交渉：米国路線の拡大均衡, 日本側からは先発企業抜いの数が1社から3社へ	1998年 バックツアー用(IT)運賃の下限規制 (MTP) 撤廃
2000年 需給調整規制廃止：路線毎の免許制を廃止し, 事業毎の許可制へ	2000年 許可制を廃止し, <u>事前届出制</u> へ移行
2002年 エア・ドゥがANAの傘下に	
2007年 アジアゲートウェイ構想	2008年 国際線PEX 運賃に70%下限規制があったのを撤廃
2010年 日米路線の完全自由化：航空会社の数, 両国の国内地点, 以遠地点などすべてについて自由に運航 2010年 JAL経営危機	2010年 国際航空運賃に上限認可制導入：出発直前まで値引き可能に
2012年 LCC元年	

出所：松下 (2001), 瀧口 (2010), 鶴田 (2005), 国土交通省 (2005), 小林 (2007) を参照して作成した。

1-4 日本：LCCの台頭と限界

日本版LCCの先駆けとして、1998年に国内線最大市場の札幌—羽田間、福岡—羽田間にそれぞれ就航したエア・ドゥとスカイマークは、両社とも大手との価格競争で疲弊し経営がゆきづまり、ゲームチェンジャーにはなれなかった。ただ、その間、競争と価格破壊による需要喚起効果は十分実証された（国土交通省2005: 37）。

「LCC元年」といわれるのは、それからずっと後の2012年である。そこでは日本のLCCだけでなく、海外LCCの相次ぐ市場参入が大きいインパクトを与えた。例えば、アジアから観光客が押し寄せる北海道の玄関口、新千歳空港には、同空港と韓国や中国、台湾、マレーシアなどを結ぶ海外LCCが約10社に上る。すでに述べたように、日本が2007年から参加したオープンスカイ協定の効果であり、インバウンド増加につながっている。

ただしLCCといえども、日本発着便の運賃はまだほかの地域や国に比べて高

い方である。また日本国内線のLCCシェアは10%以下(2015, 2016年基準)で、同50%以上の中南米や東南アジア新興国、同40%の韓国、30%台の欧州や北米と比べてかなり低い(稲本149-150)。国内LCCが事実上大手の影響下にあり本気の競争になっていないこと、国内線最大拠点の羽田空港が発着枠不足に加えてオープンスカイ協定の対象外で、海外LCCの参入が排除されているなどが、その主因と思われる(吉田194-195, 「LCC 5年」日経2017.8.9)

2. 実勢価格の発生メカニズム

2-1 パッケージツアーの登場

航空自由化がおくれ運賃認可制度がつづいた日本では、普通運賃の高止まりが長らくつづいた。しかしその間、すべての利用客が普通運賃で利用したわけではない。市場ではパッケージツアー価格、主にそこから派生する格安航空券価格を通じて、価格調整が行われてきた。以下では、そのような実勢価格の形成メカニズムを整理してみる。

日本初のパッケージツアー(以下では、パックツアーやパックなどの略称を使う)商品は、スイス航空によって1964年に発売されたヨーロッパ19日ツアーとされる。つづく1965年に日本航空がジャルパックを発売した。1964年から海外旅行が段階的に自由化されたことに反応した動きである。当時は日本交通公社(現JTB)を除けば、パックツアー助成の経験のある旅行業者が存在せず、航空会社が直接その発売に乗り出すしかなかった。しかしこの初期の航空パックは高額商品で、特に国際線の高い運賃が目をつくる。前記のヨーロッパ19日ツアーは、その価格625,000円のうち74%を東京・ロンドン往復の正規航空運賃463,600円が占めていた(玉村371)。

より低廉なパックツアー商品は第2次海外旅行ブーム(1971-73)のとき出現した。ジャンボジェット機の就航(米で1969年、日本で1970年)に伴うローシーズン対策を念頭に、1969年のIATA運賃会議はバルク運賃制度を導入した。大型機はハイシーズンでは規模の経済性を発揮できるが、ローシーズンに

搭乗率が下がれば小型機よりコスト高になってしまうからだ。パックツアー用として認可される団体包括運賃（Group Inclusive Tour）が正規運賃の3割引だった頃、バルク運賃は約6割引と破格の安さであった。その代わり、大口契約（40席以上）と代金の事前決済が条件で、販売代理店（旅行業者）側が航空会社から慣例として受け取る販売手数料もない（玉村375-379）。販売代行による手数料稼ぎではなく、安さを武器にツアー商品を大量に助成・販売できるホールセラーでないとなしにくい。実際にバルク運賃ベースのパックツアーを発売した旅行業者は、日本交通公社（現JTB）など一部大手に限られていた。とはいえ、低廉なパックツアー市場を生み出すうえでそのインパクトは大きく、折からの高度経済成長にも助けられ第二次海外旅行ブームの引き金となった（小林98-100, 皆川162）。

ところが、その後、バルク運賃制度は旅行業者側の反発によって1975年に廃止され、従来の販売手数料のあるGIT運賃制度に置き換えられて行った（小林100）。日本の旅行業界では、航空会社の販売代理店に近い受動的なビジネスが主流だったことが背景にある。イギリスのホールセラーのように、積極的に航空運賃を抑えつつツアー商品の大量生産・販売を行うビジネスモデルは、日本では十分に開花しなかった（玉村375-379, 小林97-103）。

以上は海外ツアー商品を中心とする話だが、国内旅行市場においても、海外パックツアーの概念に触発され、同様のビジネス手法が浸透したことをいっておく。例えば、1971-1972にかけて、JTBは「エース」、近畿日本ツーリストは「メイト」など、旅行業者のパックツアー・ブランドが次々立ち上げられた（皆川60）。また当時、国内幹線を本業としていた全日空は1972年に「スカイホリデー」というブランド名で国内パックツアー事業を立ち上げ、翌年に系列の全日空商事に移管している（皆川65, 全日空商事HP）。事業を航空会社が直接立ち上げているのも日本航空のとくと事情は似ている。北海道スキーツアーはこの「全日空スカイホリデー・スキーツアー」として発売された。

2-2 格安ツアー

すでに紹介したように、1994年まではバックツアー用（IT=Inclusive Tour）運賃もすべて事前認可制であり、1998年まではその最低価格（MTP=Minimum Tour Price）も規制されていた。しかし市場では、「時期によるが、大阪では札幌往復65%引きの切符が手に入るんです」（ある旅行業者の証言）という状態が発生していた（道新1989.7.10: 22, 1996.4.17: 1）。明らかに規制を無視した破格の安さである。このような値下げには、航空会社が販売代理店（旅行業者）に支払う販売手数料、または販売実績などに応じて支給する報奨金（キックバックと呼ばれる）の慣行が利用された。例えばチケット代は普通運賃の3割引きでも、同3割分相当のキックバックが旅行業者に支給されるならば、旅行業者にとっては6割引航空券を入手したのと変わらない。

販売手数料やキックバックの水準は取引当事者間で取り決める事柄であり、運賃規制の対象ではない。当然ながら、取引当事者以外の第三者には把握されにくい。航空企業がこのような不透明な商取引慣行を利用するメリットは二つある。一つは、ツアー用IT運賃の設定や変更を、面倒で時間のかかる事前認可手続きをいちいち踏まなくても、市場動向をみながら柔軟に行うことができるからである。もう一つは、下限規制をくぐり抜けて前記事例のような思い切った値下げを実施できるからである。

2-3 海外輸入格安航空券

格安航空券といえば、今では、バックツアー用の割引航空券のばら売りと認識されているようだ（小林101, 吉田94）。しかし1980-90年代初までは、「内外格差」に注目し海外発行チケットを利用する試みも注目されていた。1980年創業のHIS社もそこからスタートしている。同社は後に格安航空券ビジネスのトップ企業となり、1980年代後半から2000年代にかけて旅行業界の大手に急成長した。操業当時の同社のビジネス手法はおもしろい。例えば、東京からJAL直行便でインドに行けば、往復で約20万円かかる。一方、東京からいったんタイのバンコクに入り、バンコクでチケットを発券してインドに行くと10万円強

で済むというのだ（澤田2005）。

前記事例では顧客に海外チケット利用法を指南する段階にとどまり、海外航空券を大量に輸入販売する段階にまだ至っていない。次は輸入販売が訴訟にもなった事例である（道新1989.7.18: 22）。香港発行の東京経由ロサンゼルス行きJALチケットを輸入し、香港—東京分を捨てて、東京—ロサンゼルス分だけを使うという手法がそれである。その方が東京発ロサンゼルス行きのチケットを買うより安かったからである。JAL側はそのチケット利用客の搭乗を拒否し提訴されたが、輸入航空券による途中寄航地からの搭乗を航空会社が拒絶したことは違法とはいえないと、JAL側を支持する判決が出た（「平成2年9月27日東京地方裁判所判決」平成1年(ワ)3022号）。

輸入航空券を利用した格安航空券の当時の市場規模を示す材料は持っていない。規模が小さかったとしても、内外価格差に世間の注目を集めたというインパクトは小さくなくはないはずである。

2-4 エアーオンリー格安航空券

格安航空券の主な発生源は、宿泊などとセットになっているパッケツツアー用座席をチケットのみで販売するもので、「エアーオンリー」とも呼ばれる。ツアー用に認可された割引航空券を単体で販売するのは、厳密に言えば規制に抵触する可能性があるが、当局がそれを取り締まったという話は聞かない。

前掲HIS社は、旅行業界に少量ずつ出回っていた格安航空券に目を付け、その流通網を整備・大規模化することで成長した。次は格安航空券のビジネスモデルを示唆する記述で、同社のホームページから引用している。

「実際にツアーの座席は往路・復路のパターンがいろいろとあり、どうしても座席が100パーセント消化できません。その余った座席をHISが仕入れて…はじめは一般顧客をターゲットにしたものではなかった…旅行の制限もあったのでマニア層や大学生を中心に利用していました。…旅行マニア層や他の中小旅行代理店がHISから席を仕入れるようなことになり…安さが注目されて一般層にも認知されるようになり…大々的なコマーシャルを打って旅行会社が販売

する格安航空チケットを認知させたのです。]²⁾

発売されたツアー商品がいつも完売とは限らないので、つねに残席は発生する。航空機を飛ばしてしまえば、残席の価値はゼロになる。在庫として貯めておくことはできない。一文でももらって売った方が、航空会社にとってはお得である。宿泊などを外してチケットだけを販売すれば、制約条件がいくらか緩和され、顧客をより見つけやすくなる。しかし依然として日程や方向などの制約があるので、そのチケットを必要とする顧客を見つけるのは簡単ではない。もちろんまだインターネットがなかった時代の話である。

HISの顧客はもともと、価格に敏感だが時間的な融通の利く学生や若者層が中心であった(澤田2005)。自前で一定の需要を確保していたから、業界内に分散発生するツアー用残席を買い集めるといふ、少々リスクな挑戦が可能だったのではなかろうか。残席に悩む販売代理店などは喜んで安値で譲り渡す。格安航空券が同社に集まるのがいったん業界内に知れ渡ると、今度はそれを求めるお客を抱える別の中小旅行業者から注文がくるようになる。これで、格安航空券の発生源と消費者を結ぶ業界内ネットワークが同社を中心に構築されたことになる。同社はさらに進んで、メディア広告などを活用して消費者と直接つながるダイレクトマーケティングに積極的だった。このようにして市場に散在する供給と需要の情報を自社に集中させ、マッチング効率を上げたことが、格安航空券ビジネスの大規模化につながったと思われる。

2-5 航空会社発売の格安航空券

エアオンリーとは少々異なる手法で、航空会社がほぼ直接作り出した格安航空券もある。例えば、日本航空は米国や欧州の駐在員や留学生向けに、家族や知人を呼ぶための「呼び寄せ便」チケット(約6割引運賃)を販売した(道新1989.7.18: 22)。海外販売という扱いなら日本の運賃規制の対象外だったの

2) HIS社HPにおける「HISが生み出した格安航空券」と題する部分から、必要な箇所を抜粋し順番を多少入れ替えた。

だろう。国内線の札幌・東京間でも航空3社が札幌発着割引証（＝北海道民向け、2割引と5割引の二種類）を販売代理店経由で流通させていた。一部は金券ショップにも流れたという。ただ、この制度による需要増が2%にすぎなかったのもあり、半年で打ち切られた（道新1986.12.6:31）。

航空会社が顧客の属性を限定して割引チケットを直接販売する制度もあることはあった。しかしそのほとんどは最大でも2割引を超えなかったし、本来の限定条件をこえて流通が広まる可能性が少ないもので、本稿でいう格安航空券とは距離がある。例えば、国内線では、二週間前予約による週末往復割引20%、夫婦の合計年齢88歳以上を対象にする実年夫婦割引20%、8枚つづり回数券割引17.5%などの例が挙げられる（道新1986.3.7:3）。

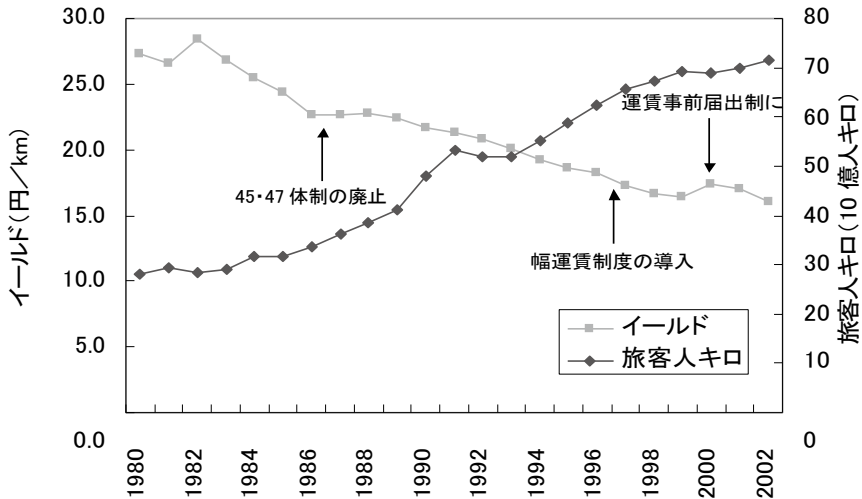
2-6 実勢価格の市場シェア

これまで紹介したツアー用運賃、格安航空券の市場シェアはどのくらいだろうか。断片的な情報にすぎないが、例えば、バブル期の北海道観光ブームにおいて、本州から北海道を訪れる客の約6割はツアーを利用していった（「検証：観光の夏」道新1991.7.31）。またIATA-JAPAN（国際航空運送協会）のまとめによれば、航空会社の2004年度総売上高に占めるIT運賃の比重は75.2%であった。以前はより高かったが、PEX運賃、つまり航空会社が個人消費者向けに直接割引販売する制度が1994年に導入されてから、不透明な商取引慣行を通す必要が減少したので、若干減少した数値である（小林211-212, 223）。またこの数値は売上高ベースなので、旅客数ベースではもっと高い数値が予想される。

3. イールド推移分析の難点

3-1 イールド推移と規制緩和効果

図1 国内線イールド（実質価格）の低下



注：大手3社（JAL、ANA、JAS）の平均

出所：国土交通省（2005: 21）から転載

航空運賃の実勢価格をさぐる指標としてよく使われるのは航空各社の「イールド」である。イールドとは、旅客一人を1 km運ぶことによる収入（＝運賃）であり、「旅客収入／旅客³⁾」によって計算される。運送距離の違う路線間で同一単位にて運賃を比較する指標として、航空各社の決算報告等にもとづき国土交通省が作成・公表している。³⁾

図1はイールド指標を用いた分析の一例で、国土交通省の「国内航空における規制緩和—改正航空法による規制緩和の検証」（2005）という文書からの引

3) 国土交通省（2012.12: 12, 2013: 29）の定義や出所を参照した。

用である。規制緩和によって企業間競争が促進され、実勢運賃が低下したかどうかを探る手掛かりを、図1はどれだけ見せてくれているか。同文書は、図1に次のような解釈を付けている。

「イールドは規制緩和前から基本的に低下傾向にあり、1980年度から2000年度にかけて、実質イールドは約40%低下している。これは、①航空機材の大型化、②ダブル・トリプルトラック化等による競争促進、③運賃制度の弾力化等の影響によるものと考えられる。」(番号付けは筆者、国土交通省2005: 21)。

③は、1994年から2000年にかけて実行されたので(表1参照)、時期的にみて、1980年代からの長期低下傾向とは無関係である。

②は、1986年から始まる規制緩和だが(表1参照)、1986-89年辺りはイールドが低下せず横ばいしている。前記説明とは逆に、規制緩和が、少なくとも開始早々の頃は、イールド低下を促したのではなく、むしろ妨げたと解釈する余地もあるのである。

①は、後に再論されるが、1970年代から1990年代前半までつづいた長期傾向である。図1の長期のイールド低下と関係あるかもしれないが、ないかも知れない。

このように、イールド推移を観察しても、実勢運賃がいつ、何が原因で変化したかを示す手がかりはなかなか浮かび上がってこない。別の報告書(国土交通省2012: 2)では名目価格のイールド推移を示しているが、そこでも、規制緩和など提示されたイベントとイールド推移を結びつけるのは簡単ではない。

高橋(2004)は、イールドの長期低下傾向が、規制緩和の効果なのか、経済成長による需要増や技術進歩の成果なのか判断できないとしている。また規制緩和による競争促進効果を検証するためには、国内線平均イールドではなく、実際の競争が展開される路線別のイールドデータが必要だと指摘している。

3-2 実勢価格低下の契機：旅行業界の観点から

一方、旅行業界の観点からは、実勢価格低下の契機がいくつも指摘されてきた。1970年代はじめ、低廉なパッケージツアー商品の登場(玉村375-379, 竹中)。1980年代に入ってパッケージツアーを助成できるホールセラーが増え、

バックツアーの多様化、低価格化が進んだ。「第2ブランド」と呼ばれる廉価販売のパッケージも勢力を強めていく。大型機材で運航する航空会社も閑散期を中心に座席消化に奔走せねばならない状況など（竹中、皆川64）。

ブラザ合意（1985.9）以降急速に進んだ円高をうけ、海外旅行のバックツアー価格は1986年下期（10月～87年3月）以降の値下げとなった（皆川162）。

1980年代後半以降の格安航空券市場の拡大（小林122）。

とはいえ、これらのイベントを図1のイールド推移と突き合わせてみても、接点を見つけにくいのは、規制緩和効果を検証するときと変わらない。

冒頭で述べたように、イールドという指標はそもそも市場における実勢運賃を正確に反映していない可能性がある。販売代理店経由のツアー用IT運賃の値下げは販売報奨金（=キックバック）などの商慣行を通じて行われる関係で、その値下げ分が航空会社の会計上の運賃収入に正確に計上されるとは限らない。つまりIT運賃の実勢価格が下がってもイールドに反映されないこともある。イールドと実勢価格のギャップは、1994年から段階的に実施された運賃規制緩和によって縮小に向かったと考えられる。⁴⁾例えば、運賃規制緩和の第一弾となる、5割以内の営業割引運賃の届出制化は、ツアー用運賃設定をより自由にしており、面倒な認可手続きを避けるためキックバックなどを利用する必要性を低減させる。逆に言えば、運賃規制を残したまま参入規制緩和だけ先に始まった1986-94年の時期には、イールドと実勢価格のギャップもより大きかった可能性がある。本稿で調べるツアー価格動向はそのギャップを埋める手がかりになると考えている。

4) 例えば、遠藤（2001）は、割引運賃の導入によるイールドの低下は、「実勢価格と正規運賃との乖離」を縮小し、運賃の透明性を高めたとしている。

4. 北海道スキーツアー価格の長期動向

4-1 航空スキーツアーの発売

本州と北海道をむすぶ交通手段は、1960年代は旅客の8-9割が鉄道であった。航空は1970年代に入って急速にシェアを伸ばし1974年に輸送旅客数で鉄道を追い抜いた。ただ、観光目的の旅客数で鉄道に追い付くのは3年遅い1977年である（『北海道観光入込統計』各年度より）。それ以来、東京（羽田）—札幌（新千歳）間は輸送旅客数において国内線トップ、世界でも有数の順位を維持し続けてきた。

鉄道に対する航空の優位は、何より移動時間の短縮にある。例えば、1960年代に人気のあった北海道周遊観光列車ツアーは9泊10日と日程が長く、うち2泊が車中泊であった（『北海道観光入込統計』1962年度）。青函トンネル開通（1988.3）の前は青函連絡船による乗り継ぎもあり、往復で2泊は避けられなかった。それに対し航空スキーツアーは後の表2に見るように2-4泊のものが多し。

札幌冬季オリンピック（1972.2）の興奮が冷めやらない同年冬、北海道観光連盟は、国鉄、日本航空、全日空などと協力し本州方面に大々的なキャンペーンを展開した。北海道冬季観光振興に向け、東北や上信越方面に流れがちな本州のスキー客を北海道に呼び込むのがねらいであった（道新1972.11.11: 17）。バックツアー事業を立ち上げたばかりの全日空はそれに呼応する形で「全日空スカイホリデー・スキーツアー」を発売した（道新1992.5.28: 9）。またこのキャンペーンの特別企画として発売された「ニセコ3Sツアー」は、東京から北海道への往路は鉄道、復路は航空を組み合わせたスキーツアーであった。従来から北海道スキーツアーに実績のある国鉄が中心となり、新参入の航空会社と連携して売り出したツアーである。全日空ツアーは大ヒットとなり、翌年から日本航空も独自のツアー商品を投入するようになった（道新1982.10.12夕刊: 11, 1983.11.26: 10）。1975年に東京—札幌線就航を開始した東亜国内航空もその数年後にはスキーツアー市場に参入してきた。

鉄道時代に細々していた北海道スキーツアー市場は航空ツアーの登場によって一気に活気づき、1990年頃は業界全体で50万人規模の市場に発展した。1971年冬に北海道を訪ねた観光客総数が9万人に過ぎなかったことを考えると、航空スキーツアーの貢献がいかに大きかったか想像に難くない。当時、全日空札幌支店販売課の副長としてスキーツアー企画に携わった八木沢浩氏（受賞時は全日空商事常務）は、北海道観光連盟から感謝状を贈られている（「行きは陸、帰りは空」道新1972.11.11: 17, 1992.5.28, 皆川65）。

発売当時のツアーコースは、札幌冬季オリンピック（1972年2月）の会場として拡充された札幌市内スキー場と、従来から東洋のサンモリッツ（スイスのスキーリゾート地）とも呼ばれ知名度のあったニセコが中心であった。その後、富良野、トママ、ルスツなど道内各地のコースが次々開発され多様化していった。

4-2 価格比較の諸指標

表2は北海道スキーツアー価格の長期動向をまとめている。情報のほとんどは北海道新聞の記事に依拠している。北海道スキーシーズンは主に12月から翌年3月まで。同新聞は1972年冬からほぼ毎年、シーズンを迎える11月か、初ツアー客が到着する12月頃に関連記事を載せている。一貫した時系列データではないが、業界関係者への聞き取りに基づく価格評価、例えば、例年並みの価格、破格の値下げなどの質的情報が含まれているので、本稿の分析目的には効果的である。まず表に出てくる用語の意味とねらいを説明しておく。

ツアー最低価格：パックツアー商品は基本商品に、追加料金のかかるオプションを付け加えるという仕組みが一般的である。最低価格とは基本商品の価格で、一般に航空券、空港からの送迎バスや電車の運賃、宿泊料金などが含まれる。スキーリフト代が含まれることもあるが、後の格安ツアーでは価格を抑えるためオプションに回す傾向がある。ただ、本稿の関心は、その価格が旅行先をえらぶ本州のスキー客にとってどのような意味を持つかにある。そこで、下記の価格比較の指標を試算した。

推定割引率：パックツアー価格が単体価格の合計額よりどれだけ安いかを示す。業者みずから割引率を明言する場合もあるが、それ以外では、航空運賃情報、道新記事から得た道内宿泊料情報などにもとづき推定した。

往復航空運賃（≒片道運賃×2）との比較：高止まりする正規航空運賃と低下するツアー価格を対比させる意図で作成した。時代を下ると往復割引制度も出てくるが、割引率がわずかなので、対象時期では片道運賃の2倍基準に統一しても差し支えない。

道内1泊スキーツアー料金との比較：札幌市中心部を出発して貸切バスで2-3時間かかるスキー場を目的地にする「道新観光」主催の1泊2日ツアーの価格。⁵⁾航空運賃を含まない近場スキーツアー価格と比較するのがねらい。東京発スキー客の多くは東北や上信越方面に向かうが、そこにも安い夜行バスツアーがあるので、参考となろう。

表2 東京発北海道スキーツアー価格の長期動向

パックツアー商品の発売時期, 企画会社と商品名, 内容など	ツアー最低価格, 推定割引率 (片道運賃×2) 対比, (道内1泊スキーツアー料金) 対比
1973年冬*, 国鉄の「ニセコ3Sツアー」**, 4泊5日(往路は鉄道, 車中1泊, ニセコ2泊, 札幌1泊, 食事つき, 復路は飛行機)	28,000円 25%以上の割引 (27,800円)の101%, (6,000円)の467%
1977年冬, 全日空や日航の「ニセコ・洞爺湖温泉コース」, 3泊4日(洞爺湖温泉泊を含む)	52,700円 22%割引 (37,600円)の140%, (15,000円)の351%
1983年冬, 航空3社***の札幌2泊3日 ※日数を減らして価格上昇を抑えた。	55,800円(全日空, 日航), 54,000円(東亜), 20%以上の割引 (46,800円)の115%, (14,000円)の399%

5) 道新観光とは北海道新聞社系列の旅行会社で当時、道新にツアー広告を載せていた。

1985年冬, 航空3社の札幌2泊3日 ※大幅値下げの始まり	45,200円 31%割引 (46,800円)の97%, (15,000円)の301%
1986年冬, 航空3社の札幌2泊3日	39,700円 41%割引 (46,800円)の85%, (15,000円)の265%
1987年冬, 航空3社主導で料金はほぼ前年並みだが, 航空会社と提携した東京の代理店が…	28,800円 57%割引 (46,800円)の62%, (15,000円)の192%
1988年冬, 航空3社の2泊3日	39,700円
1991年冬, 航空3社の札幌2泊3日	43,000円

*1973冬とは、1973年12月から1974年3月までのスキーシーズンを意味する。

**3Sとは、スリーパー（特急寝台列車）、スキー、スカイ。

***東亜国内航空は1975年に札幌－東京線就航。スキーツアー発売時期は不明だが、1980年前後とみられる。

出所：ツアー価格は下記資料にもとづき作成。割引率、対比率の推定根拠は本文の説明を参照。『北海道新聞』（「五色観光の本道」1973.11.16夕刊：14、「冬の洞爺に救いの神」1977.10.25:16、「航空各社スキーツアー」1983.11.26:10、「白銀への熱い思い」1985.12.5夕刊：13、「スキー観光本番」1986.12.4夕刊：12、「格安バック一段と過熱」1987.12.3:15、「道内のスキーシーズンが始動」1988.11.2夕刊全道：15、「スキーバック、91年も多彩に」1991.10.2）。航空運賃は、前掲の道新記事のほか、『日本航空社史（1971-81）』1985年：569、鶴田（2005）を参照した。

4-3 価格破壊の第一波と第二波

発売当時（1972年冬）の全日空スキーツアー価格を入手できなかったので、目安の一つとして国鉄のニセコ3Sツアーの1973年冬価格（表2）を検討する。その価格は航空ツアーより安かったと推測される。3Sツアーの価格は往復航空運賃の101%で、航空ツアーである1977年冬の同140%、1983年冬の同115%（日程を1日減らして価格を抑えた商品）に比べてかなり低い。片道を空路から鉄道（しかも特急寝台列車）に変えただけでこれだけ差が出ている。当時の航空運賃の相対の高さを改めて実感させられよう。安さの理由はもう一つある。国鉄側は鉄道に対する航空ツアーの優位を予想していたはずである。鉄道ツ

アーにわざわざ航空を組み入れたのもその証左にほかならない。例えば、4泊の3Sツアーは3泊の航空ツアーより1日長いけど、スキーを楽しむ日数は変わらない。不利な立場を知っているがゆえ、国鉄側はそれまでのノーハウを活かしつつ必死に価格を抑えたと見られる。推定割引率25%には無料食事代が含まれていない。それを入れて計算すれば推定割引率はより高くなる。「これは受けますよ」と国鉄側は自信を覗かせていた（道新1973.11.16夕刊: 14）。

東京一札幌線の航空運賃は1970年代に物価や税金の上昇を反映しつつ数回値上げされたが、1981年を最後に据え置きがつついた。値上がりのときに名目価格の時系列比較は意味がないので、推定割引率と往復航空運賃対比率に注目しつつ考察する。

1973年、1977年、1983年のツアーはいずれも推定割引率が20-25%に収まっている。すでに説明したように、3Sツアーの推定割引率は25%を超えるが、同じ頃の全日空ツアーならそれより高額で推定割引率も低かったと推測されるからだ。それに対し、1985年、1986年、1987年は推定割引率が連続して急上昇した。

往復航空運賃対比率は1973、83年が101、115%と低くみえる。しかし1973年の値は3Sツアーのそれで、航空ツアーならより高くなるはずだ。1983年の値も日数を減らさなかったらより高くなる。つまりその年度の航空ツアー価格は見かけほど低くない。それに対し、1985年の値は100%を切っており、それ以降は連続して低下している。

以上から1985年冬から3年間でスキーツアーの価格破壊が進行したと結論付ける。それ以降も価格は低迷し、低下も起こるが、1985-87年のような連続の大幅低下ではない。

1972年発売のバックツアーは同一条件の旅行費用を20-25%割引く効果があり、移動時間の短縮という利便性も加わって、北海道スキーツアー市場の拡大に貢献した。これを価格破壊の第一波と呼ぶことにする。次に1985-87年の価格破壊を第二波と呼んでおく。

北海道スキーツアー価格動向が実勢価格の全体動向を代表すると主張できる根拠はない。しかし1980年代から2000年当たりまで一貫して低下しつづけた実質価格のイールド動向、1990年代に低下し2000年代に増加に転じる名目価格のイールド動向を見るだけでは気づかない事実、つまり1970、80年代の実勢価格動向の一端が明らかになった。

4-4 相対価格の長期動向

表2の「道内1泊スキーツアー料金対比率」の動向に注目して頂きたい。その指標は航空運賃を含まない近場スキーツアー価格と比較するのがねらいである。これも1985年以降の連続低下が見て取れるので、第二波の存在と符合している。1987年は200%を切っており、単純に2泊3日と1泊2日の日数差による価格差とっていいほど、価格に含まれる航空運賃の存在感が薄くなっている。言いかえれば、航空運賃の実勢価格の低下である。

もう一つ、この指標の低下には航空運賃以外の費用、すなわち宿泊代などの相対的な上昇も影響していると思われる。宿泊料は一般物価上昇の影響だけでなく、宿泊施設の近代化、高級化、少人数部屋化の進行により上昇してきた可能性がある。若者が多いスキーヤー向け宿泊施設は、1970年代はスキーロッジや旅館、民宿の大部屋が中心だったが、1980年代にはリゾートホテル建設が本格化した。例えば、1986年完成のルスツリゾートホテルは、家族向けを意識して従来の大部屋をなくしすべて4人部屋にしている。⁶⁾少人数部屋化はその後もさらに進み、近年は2人部屋が増えている。

こうして、第二波以降は、近場スキー旅行と航空機を利用する遠方スキー旅行の間に、価格面の距離感がだいぶ縮まったと見られる。

6) 「既成のものは、スキーヤーを意識した大部屋が中心だったが、新しいのはすべてファミリーを意識して4人部屋に」(「温泉ホテル建設へ：ルスツ高原」道新1986.4.3: 6)。「ひらふスキー場のシンボルとして20年間親しまれてきた木造二階建ての『アルペン山荘』が老朽化して…地下1階地上4階の近代的なホテルとして…」(「ニセコアルペン、来月7月完工祝う」道新1986.11.26: 8)。

5. 価格破壊の第二波とその原因

5-1 航空3社間の非価格競争の時期

これから価格破壊の原因を検討しよう。第一波については、バルク運賃制度の導入を契機とする廉価なパックスツアー商品の登場という説明が既になされている。したがって、以下では第二波の原因に照準を当てる。

まず考えないといけないのは、第一波から第二波の間、スキーツアー価格が比較的安定したのはなぜかという問題である。その間、航空3社間に市場シェアをめぐる競争がなかったわけではない。例えば、東亜国内航空の市場シェアは参入したばかりの1981年の1%未満から1986年は20%弱へ増加した（道新1982.11.15夕刊: 9, 1987.3.20夕刊: 19, の情報にもとづき計算した）。しかしこうしたシェア変動は、価格競争ではなく非価格面の競争を通じて達成されていた。

前掲の表2に戻って1983年価格をみて頂きたい。航空3社の横並びの価格設定がよくわかる。横並び傾向は、認可制の普通運賃だけでなく、ツアー用運賃にも現れていたのである。例えば、東亜国内航空のシェア拡大は、大手2社と競合する既存ツアーコースで価格競争を繰り広げることなく、自ら新しくジェット機を投入する東京—旭川路線を活かして、旭川周辺の新コースをツアーに加えることで達成している（道新1982.11.15夕刊: 9）。

価格の横並びと非価格競争を好む傾向は、不況期にも維持された。1979年冬10万人まで急成長した市場規模は1980年9万人に減少、ツアー発売以来はじめて成長力に陰りが出た。しかし航空3社が値下げに出る様子は見られない。1982年冬価格は逆に数%アップされた。その代わりに、新コース開発によるコース多様化、複数のコースをむすぶ無料バス運行、GOGOクーポン付などのアフタースキー対策、等々、非価格面での対応ぶりがしきりに報道された（道新1981.11.16: 8, 1982.10.12夕刊: 11, 11.15夕刊: 9, 1983.11.12: 21, 11.26: 10）。値下げを避けるためぎりぎりまで努力している様子がよくわかる。表2の1983年価格にみるような、日数を減らし価格を抑えるのもその一例である。

もちろん不況が長引けば、忍耐強い横並び戦線にも亀裂が生じる可能性はある。しかし第二波は不況を通り過ぎて好況局面に差し掛かってから発生した。それは、バブルの始まる1986年以降の数年であり、航空会社が空前の利益を上げた時期であった(道新1989.12.24: 12)。好況局面でなぜ価格破壊が起こったか。次はそれを考えなければならない。

5-2 航空会社主導の控えめの価格競争

販売代理店間競争の影響はなかっただろうか。旅行業界は競争の激しい業態であるがゆえ、それとツアー価格低下を結びつけて考える向きもある(例えば、竹中2011)。1980年代に入ると、バックツアーを助成できるホールセラーが増えてくる。北海道スキーツアー市場にも、大手3社の共同企画によって、1981年冬に旅行会社独自の企画商品がはじめて登場した。それに対し航空3社は、「結局は飛行機だから、全体としてスキー客増につながれば航空業界としては大歓迎」と、余裕の反応であった(道新1982.10.12夕刊: 11)。その後、旅行会社商品が低価格化をリードしたという報道は見当たらない。また1980年代前半を通じてその市場シェアは1割に満たなかったとみられる(道新1981.11.16: 8, 1982.10.24: 21)。

再び前掲表2の1987年価格をみて頂きたい。第二波のとき、航空3社のツアー価格が横並びなのに対して、販売代理店が格安ツアー商品を売り出している。一見、旅行会社がプライスリーダーになったかに見えるが、実態はそうではない。旅行会社の価格決定には、航空会社がどこまでの値下げを許すかが決定的だからである。例えば第二波以降、南北格差はむしろ拡大した。すなわち同じ札幌—東京線の実勢運賃において、東京発往復運賃の値下げ幅が札幌発往復運賃のそれより大きかったので、より安くなったのである。⁷⁾東京の販売代理店

7) 南北格差といって、東京—札幌線の普通運賃がほかの路線より高く設定されている問題に注目する議論もある(道新1989.4.18: 3, 12.24: 12)。意図的に論点をそらす場合もあるだろう。しかしより大きい格差は、ツアーや格安航空券など実勢価格において発生していたことも見逃してはならない(道新1994.11.26: 29, 1996.4.17: 1)。

には6割引チケットが卸されるけど、札幌の販売代理店には3割引きやとだから、ツアー価格や格安航空券の値段に差が出てしまう。需要の価格弾力性の差を意識した航空会社の決定がその原因で、札幌出発では値引きしても需要増が少ないからだ。⁸⁾

「一部の旅行会社と航空会社間には、数値達成報酬的なものが存在する。そのため旅行会社は数値達成に向けて、遮二無二商品を造成して乱売に走るといふ愚挙に出ざるを得ない…」(竹中2011)

航空企業は値崩れを警戒して横並び「慣例」の維持に拘りつつも、必要とあれば、販売代理店を通じて格安ツアーを売り出しているのである。これを、航空会社主導の「控えめな価格競争」と呼んでおこう。それでは、価格破壊の第二波、つまり非価格競争から控えめの価格競争への移行は、どうやって起こったのだろうか。

5-3 発生時期の問題

第二波の開始(1985年冬)と時期が一致する重要なイベントの一つは航空規制緩和の開始である。全日空の国際線運航開始(1986年3月)、日航の国内線ジャンボ機投入(1986年4月)に見られるように、運輸政策審議会の最終答申(1986年6月)を待つまでもなく、日米航空交渉の暫定合意(1985年4月)があった直後から、参入規制緩和への対応は早々進められたかに見える。⁹⁾これを機に企業間競争意識が高められ、運賃規制を掻い潜る格安ツアーや格安航空券を通じた価格競争が激化したのだろうか。だが、結論を急ぐ前に検討しなければならないことがまだいくつもある。

まず発生時期についても、細かく見ると気になることがある。海外旅行のパッケージツアー価格は1986年下期(10月~87年3月)以降の値下げとなっており、国内線で発生した第二波よりちょうど1年遅い。また値下げの原因としては、プ

8) 「どうする北海道格差」(道新1989.7.10: 22)。北海道在住者を優遇する札幌発着割引証の発行は需要増が少なかったので半年で中止となった(道新1986.12.6: 31)。

9) 全日空の動きは同社HP、日航の動きは道新(1986.3.10: 21)を参照。

ラザ合意(1985.9)以降急速に進んだ円高が指摘されている(皆川162)。参入規制緩和による企業間競争激化が値下げを引き起こしたとすれば、値下げはむしろ国際線で先に発生するのが自然であろう。企業間競争は海外勢と競い合う国際線においてより激化するはずだからだ。¹⁰⁾すでに見たように国内3社間競争はまだ控えめな要素を残している。円高の影響も国際線ツアーの方がより直接に受ける。いずれの事情も、値下げが国内ツアーで先行した事実と矛盾している。

この矛盾を解く鍵を求めて当時の新聞を読み進めるうちに浮かび上がってきたのが、日空機墜落事故であった。

5-4 日航機墜落事故(一過性要因)

東京発大阪行き日本航空ジャンボジェット機墜落事故(1985.8.12)は日本航空史上の大惨事であり、その後遺症による客離れは航空旅客輸送統計にもくっきり跡を残している。国内線需要(単位は旅客キロ)は1970年代の急増傾向から第二次石油危機を経て1980年代に入っては足踏み状態になっていた。1984年にようやく増加傾向に転じたかと思われたが(前年比9.5%増)、事故のあった1985年実績は再び落ち込み(同2.1%減)、1986年から増加傾向を取り戻している。1985年冬シーズンの北海道観光客数の減少(道新1986.2.9:17)、1986年春ゴールデンウィーク向けの航空予約の減少(日航16%減、全日空8%減)など、随所に事故の後遺症が見て取れる(道新1986.4.19:22)。

市場全体が委縮したこと以上に、シェアの企業間バランスが崩れたことのインパクトが大きい。規制緩和時代を迎え緊張が高ぶりつつあった矢先、いきなり出現した流動的状况は企業の競争心を掻き立てるからだ。総じて、日航の1985年実績は20%減、全日空は逆に13%増と明暗を分けており、日航側の危機

10) 国際線複数社体制に移行してから海外勢との競争によって日本の航空会社の合計市場シェアは長期的に減少した。日本企業同士の競争を抑えるべく、新しく参入する企業は既存企業と競合しない路線に参入させるなど、事実上の「参入規制」をすべきだったと批判する論者もいる(井上、第7章)。

意識は特に大きかった。ただ、北海道路線は札幌—東京3%増に加え、東亜航空が大型機を投入した旭川—東京7%増など、全体として増加した（道新1986.6.20: 9）。沖縄路線も増加しており、新幹線などライバル交通手段が存在しない路線に共通する特徴といえそうだ。市場シェアを落としつつある日航、これを機にライバルを出し抜きたい全日空のどちらにとっても、成長市場の北海道路線は譲れない主戦場だったはずである。

1985年冬のスキーツアー値下げにつづき、1986年上半年期（4-9月）には札幌発着割引証なるものも登場した。通常運賃の2割引と5割引の二種類があり札幌市内の旅行代理店を通じて販売された。日航が業績回復をねらってまず手を付け、全日空、東亜がその後を追う形で広まった。一部は金券換金業者にも流れ、知らずに正規運賃で買っていた利用者からは不満の声も漏れたという。一時は札幌—東京線の7割が利用者といわれた（道新1986.12.6: 31）。

同じ頃、格安航空券の流通も一気に拡大した。道新は「空の商戦の副産物…出回る2~4割引…正規運賃で利用する客は半数ちょっと…日航機事故による客離れを防ぐつもりで航空各社が割引、優待券を旅行代理店などに大量配布したのがきっかけ」と伝えている（道新1986.11.13: 12）。

日航経営破綻時のある調査報告は、「国内線では、…競合他社の営業努力等と自らが招いた安全問題により、競合他社に顧客を奪われたままとっている」と指摘している（JAL更生会社2010.8）。事故以来、国内線で日航は完全に全日空の背中を追う立場となり、搭乗率維持のため値下げを仕掛ける立場が長らくつづいたのである。

ただし事故の後遺症それ自体はあくまで一過性の要因である。¹¹⁾もしそれが唯一の要因であったならば、事故の記憶が薄れ需要が回復した時点で値下げ戦略も見直されるはずである。1985年以降の数年間、値下げがむしろ強化されて

11) 本稿で参照している文献の多くは事故から少なくとも十数年以上経過した時点で書かれているが、現にそういう文献では、価格低下の原因として日航機事故にふれる記述は皆無に等しい。一過性要因に対する記憶は時間の経過とともに風化しやすいのだろう。

いったことから、一過性要因だけでなく、それと重なって、長期の構造的変化を促した要因が存在したと考えざるをえない。

5-5 座席供給過剰説

第二波の背後にある構造的要因を求めて、再び規制緩和の効果を検討しよう。運賃規制を残したまま参入規制だけを緩めたダブル・トリプルトラック化は、すでに述べたように1986年早々から事実上動き出した。その効果と価格破壊を結びつける議論として散見されるのが座席供給過剰説である。

「ダブル・トリプルトラック化路線における複数社運航の推進による効果として、運航回数の増加、運賃の低減による利用者負担の減少に加え、航空需要の増加をもたらした…、一方で事業者にとって、座席利用率の低下というデメリットも…航空各社とも供給過剰な状態に陥っている」（荒井1999）

1980年代後半以降、格安航空券市場が拡大された「背景には、航空座席の供給過剰、…など」が挙げられる。（小林122）

ここですぐ頭をよぎるのは、参入規制緩和⇒座席供給過剰⇒搭乗率低下をふせぐための実勢運賃値下げ、という連鎖である。それが本当に起こったとすれば、及び腰の規制緩和にみえて、実は価格を下げる効果がそれなりにあったという結論となる。しかしこの推論は、実態を単純化しすぎている。

ダブル・トリプルトラック化は航空企業間競争を促進するための規制緩和とは別の顔をも持っていた。利益誘導型政治によって全国各地に地方空港が整備され、ローカル路線が増えたのである。バブル期には値下げによってその搭乗率を維持できたが、バブル崩壊後はそれも難しくなり、不採算路線問題として後にJASやJALの経営破綻要因の一つになったのである。こうした路線では確かに座席供給過剰があり、搭乗率を少しでも上げようと、採算を度外視して値下げを行うのも納得できる。

しかし札幌—東京線のような幹線では参入企業数も増えなかったし、需要増を大幅に上回る供給増になるほど企業間競争が激しくなったとも考えにくい。それはライバルを退出に追い込むまで体力消耗戦をつづける覚悟が必要だから

である。そうした生き残りをかけた競争が実際起こったのは、日本初LCCと期待されたスカイマーク（羽田—福岡線）とエア・ドゥ（羽田—新千歳線）が参入した1998年が、恐らくはじめてなのではなからうか。¹²⁾

図2を見よう。搭乗率低下をふせぐための値下げという説明が当てはまりそうなのは1990年代はじめ、つまりバブル崩壊局面とほぼ重なる時期である。しかし第二波が発生した1985年以降の数年は、搭乗率が上昇する局面である。しかもその時期に航空3社は空前の利益を上げていた。このようにある種の「余裕」のなかで行われた第二波の値下げを、競争激化や供給過剰で説明するのは無理があろう。

5-6 機材大型化戦略とローシーズン対策

第二波の原因をうまく説明するためには、機材大型化戦略とローシーズン対策という二点をさらに検討しなければならない。図2の1便当たり平均座席数は1985年の194席から1993年の243席にまで増加し、1990年代末以降減少に転じた。日本の航空会社は1993年頃まで、機材を大型化し機材規模の経済性を発揮することで生産性を向上させてきた。しかしそこから、市場や技術環境の変化によって機材大型化戦略の有効性が削がれ、戦略転換が模索され始める（高橋2004: 41）。ただ機材の使用年数は20年ともいわれ、その更新には年月がかかる。特に需要規模の大きい幹線の東京—札幌線は2017年現在にも1便当たり平均座席数が289席（全路線平均は168席）で、国際的にみても極めて大きい。¹³⁾

図2の搭乗率の長期動向をみると、70%超という高水準はバブル期に限った

12) この新生2社と既存大手の間にくり広げられた競争も長続きせず、2社とも全日空に吸収されることで幕を閉じた。2社の挑戦と経過については、道新（2018.8.3: 15）、田浦（2001）、増田（2004）を参照。エア・ドゥ社の戦略上の問題点は、高橋（2004）を参照。

13) 例えば、座席供給数がほぼ同じ規模である韓国のソウル—済州島線は217席、ブラジルのリオデジャネイロ—サンパウロ線に至っては149席である（JADC, 2018, 第1章: 14）。首都圏空港の発着枠不足も便数増加より一便の大型化を促した一因と思われる。

話で、60%強が普通の相場といわれてもさほど違和感はない。¹⁴⁾それが、機材の中小型化が進んだ2000年代末から上昇しているのは注目に値する。前記の座席供給過剰説は、60%強は低すぎるという不満の表れともいえる。そういう不満が出るのは、バブル期への憧れもさることながら、事業モデル転換にあまりに長い時間を要したことへの焦りもあったのではなからうか。

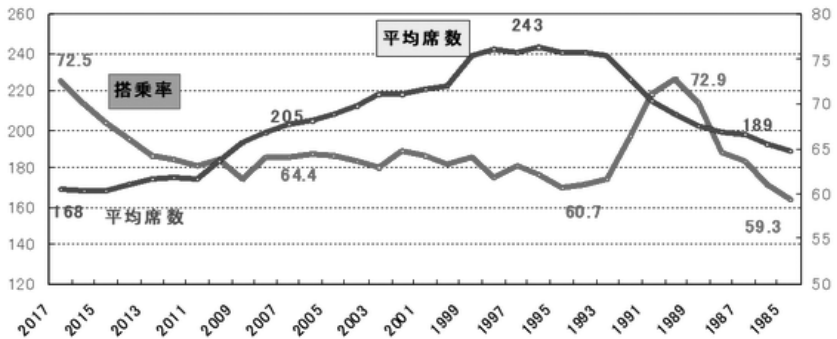
機材大型化戦略に随伴する困難の一つはローシーズン対策である。前記のバルク運賃制度がジャンボ機就航に伴うローシーズン対策として生まれたことを想起して頂きたい。本稿で検討した東京—札幌線はビジネス需要より観光需要の比重が高いのでシーズン変動も大きい。

機材大型化に伴いローシーズン対策を強化する必要が強まりつつあるなか、折からの日航機事故が値下げの引き金を引いた。普通運賃市場に直接影響しない代理店経由の値下げにより、特にローシーズンの追加需要を創出できたという実績に裏打ちされて、値下げ戦略は持続された。このように推論すれば、搭乗率上昇局面でなぜわざわざ値下げなのかも十分説明できる。年平均搭乗率が上昇しても、ローシーズンの搭乗率は相対的に低く、値下げによる搭乗率引き上げが収益増になるからである。格安の北海道ツアーは1987-88年頃にスキーツアーを中心に登場したという指摘もその推論と符合する（道新1993.2.17:27）。つまりバブル崩壊後の不況期に主流となった格安ツアーだが、元々はバブルの始まる好況期にローシーズンの冬季対策として出現したという意味である。

また機材大型化戦略とローシーズン対策は少なくとも航空大手2社にある程度共通する要因であったことも忘れてはならない。つまり2社が値下げ競争に走るのは、主にローシーズンの格安運賃客の確保をめぐる競争に限定されていたことである。しかも、例えば札幌出発の往復チケットのような、需要創出の見込みの少ないところでは、横並びの慣例も維持されていた。それを本稿では、控えめな価格競争と呼んだ。

14) 別の資料で1976-84年間の搭乗率をみると、70%超を記録したのは1977-79年の3年間だけで、残り年度は60%強で推移していた（JADC, 2018, I-5）。

図2 国内線1便当たり平均座席数、搭乗率の推移



出所：(株)航空経営研究所HP (<https://www.jamr.jp>) の「第3回：国内旅客の概観(1)～旅客数と事業構造～」より転載。2019年4月にアクセス。

結びに代えて

本稿では、実勢価格発生に絡む航空規制政策やビジネスモデルを整理したうえで、実勢価格の長期動向をさぐる一環として、1970-80年代の北海道スキーツアー価格の推移を実証的に分析した。実勢価格動向をより近くで捉えたことにより、既存のイールド推移分析では気付かなかったファクト、曖昧だった論点をいくつか明らかにできた。

第一に、運賃規制下においても、バックツアーや格安航空券などを通じて実現される市場の実勢価格には、1970年代はじめに第一波、1985年以降の数年間に第二波の価格破壊が起こった。高度成長期やバブル経済期における観光市場成長の要因は、所得上昇効果に求められがちだが、ここでは北海道スキーツアー市場が二回の価格破壊によって創出・拡大される側面を明らかにした。

第二に、1986年からはじまる規制緩和、すなわち運賃規制を残したままの参入規制緩和が、企業間競争促進と座席供給過剰により実勢価格低下をもたらしたと見る向きもある。しかし企業間競争は日航機事故という一過性要因によって加速されたものであり、しかも控えめな競争であった。国内線で規制緩和の

競争促進効果は、後々運賃規制緩和やエア・ドゥなどの参入によって強まっていくが、少なくとも初期段階では実勢価格破壊の主因といえるほど強くはなかった。

第三に、1980年代後半の実勢運賃破壊の背後にあったより大きい要因は、機材大型化戦略に伴うローシーズン対策という、日本航空業界の長期戦略そのものであり、当時の規制緩和政策の影響は限られていた。価格破壊の契機として、小林（2007）は旅行会社による格安航空券ビジネスモデルの確立に注目している。ただしそのようなビジネスモデルは、運賃規制という制約下で選択された航空企業側の戦略的要請に答える限りにおいて有効だったことも強調しておかねばならない。

参考文献

- 荒井孝幸要約 (1999) 「規制緩和の効果等に関する調査」(『運輸政策研究』1-3)。
- Chung, J. Y. & Whang, T. (2011) “The impact of low-cost carriers on Korean island tourism,” *Journal of Transport Geography*, 19-6, 1335-1340.
- Dobruszkes, F. & Mondou, V. (2013), “Aviation liberalization as a means to promote international tourism: The EU-Morocco case,” *Journal of Air Transport Management*, 29, 23-34.
- 遠藤伸明 (2001) 「航空規制緩和と市場の変遷」(『運輸と経済』61-8)。
- Graham A.; Papatheodorou, A.; Forsyth, P. Edit (2008), *Aviation and Tourism*, Ashgate Publishing Limited.
- HIS社HP (<http://www.learning2014.com/hisgaumidaista.html>)。
- 『北海道観光入込統計』(北海道庁) 各年度。
- 『北海道新聞』。
- Forsyth, Peter (2006), “Martin Kunz Memorial Lecture: Tourism Benefits and Aviation Policy,” *Journal of Air Transport Management*, 3-13.
- 澤田秀夫 (2005) 『HIS : 机二つ, 電話一本からの冒険』日本経済新聞社。
- 稲本恵子編著 (2017) 『エアライン・ビジネス入門』晃洋書房。
- 井上奏日子 (2016) 『最新航空事業論 第2版』日本評論社。
- JADC (日本航空機開発協会2018) 「航空輸送の推移と現状」(『平成29年版 航空機関連データ』第1章, 同HPより, <http://www.jadc.jp/data/associate>)。
- JAL更生会社の管財人らによって委嘱されたコンプライアンス調査委員会 (2010.8) 「調査報告書(要旨)」。
- (株)航空経営研究所 (JAMR) のHP (<https://www.jamr.jp>)。
- 『観光白書』(観光庁2018年版)。
- 小林弘二 (2007) 『旅行ビジネスの本質』晃洋書房。
- 国土交通省 (2005.3) 「国内航空における規制緩和」(平成16年度 政策レビュー結果評価書)。
- 国土交通省航空局 (2012.10) 「これまでの航空政策について (前半)」。
- 国土交通省航空局 (2012.12) 「航空を取り巻く社会情勢等について (補足資料)」。
- 国土交通省 (2013) 「航空自由化の推進」(平成24年度 政策レビュー結果評価書)。
- 国土交通省 (2017) 「LCCの事業展開の促進」(平成28年度 政策レビュー結果評価書)。
- 増田辰良 (2004) 「航空法の改正と競争政策」(『北海学園大学法学研究』40-3: 625-659)。
- 松下正弘 (2001) 「我が国の航空規制緩和政策の動向と諸問題」(『交通権』18号)。
- 皆川慎吾編著 (1991) 『旅行業界』教育社新書。
- 『日本経済新聞』電子版。

- 『TABIZINE』(2019.2.15), 春奈「世界最強なのに所持率は4人に1人。日本人がパスポートを持たない理由」(<https://tabizine.jp/2019/02/15/238242/>)。
- 高橋望(2004)「分野別市場の検証—航空」(『国際交通安全学会誌』IATSS Review, 29-1)。
- 竹中正道(2011)「日本の海外パッケージツアー, その功罪と未来」(『日本国際観光学会論文集』18号)。
- 瀧口敬二(2010)「日米航空自由化への道」(『運輸政策研究』13-1)。
- 玉村和彦(1999)「日本におけるパッケージツアーの誕生」(『同志社商学』50-5/6)。
- 田浦元(2001)「わが国の航空規制緩和政策の非競争性」(『企業環境研究年報』no.6)。
- 「東京地方裁判所判決(平成2年9月27日)」平成1年(ワ)3022号。
- 鶴田雅昭(2005)「規制下の国内線航空運賃とその変化について」(『大阪明浄大学紀要』5号)。
- Wai, Kan & Tsui, Hong (2017) “Does a low-cost carrier lead the domestic tourism demand and growth of New Zealand?” *Tourism Management*, 60, 390-403.
- Wu, Chuntao (2016) “How aviation deregulation promotes international tourism in Northeast Asia: A case of the charter market in Japan,” *Journal of Air Transport Management*, 57, 260-271.
- 吉田力(2018)『航空業界の動向とカラクリがよくわかる本』秀和システム。
- 全日空のHP (<https://www.ana.co.jp/group/about-us/turning-point/>)。
- 全日空商事のHP (<https://www.anatc.com/>)。