

民間企業による地域活性化支援の現状と課題（第4篇）

民間航空会社の新たな取り組みとこれからの方向性

——貢献から“償い”へ——

The Issues of Regional Activation by Private Companies (The 4th Part):

New Initiatives and Future Directions by Commercial Airlines

From Contribution to “Atonement”

安本 幸博

YASUMOTO Yukihiro

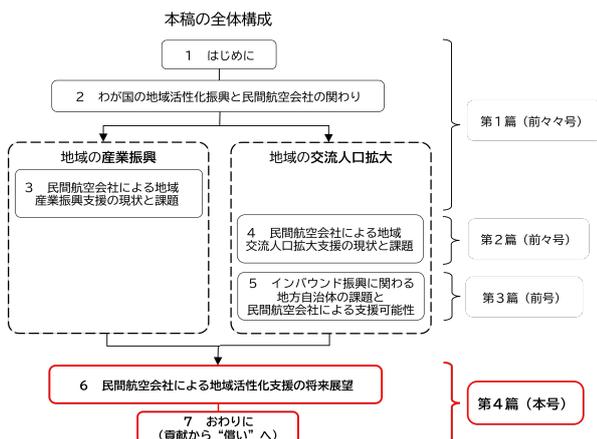
本稿第4篇は、地域活性化に関わる民間航空会社の新たな取り組みとこれからの方向性について考察する。

本稿の前篇までにわが国の民間航空会社による地域活性化について、大きく「地域の産業振興」と「地域の交流人口拡大」という二つの観点に基づき、その経緯や現状の課題などを考察した。本稿第4篇では、これら現在までの経緯や現状の課題を踏まえつつ、近い将来に民間航空会社による地域活性化がどのような方向に展開して行くのかを、民間航空業界の「需要構造変化への対応」と「事業構造変化への対応」の二つの側面から具体的な取り組み事例をあげて考察する。この二つの“構造変化”には、さまざまなファクターの影響が考えられるが、その中でこれからの民間航空会社にとって最も重大なファクターとなるのが「地球環境保護気運の高まり」であろうと予測する。

今後この世界的な社会気運は、“flygskam（飛び恥）”に象徴される思想で、地球環境に高負荷を与えているとの批判の標的とする航空業界を徐々に追い詰めて行くであろう。しかるに画期的なブレイクスルーイノベーションが将来的に現れ、航空機運航による二酸化炭素排出が格段に削減されない限り、民間航空会社によるこの課題の根本的な解決、すなわち汚名返上は不可能である。このような状況のなか、民間航空会社による地域活性化は、近い将来、地域への貢献から、地球環境への高負荷に対する“償い”の色が濃くなる方向に変容して行くことと予想する。

なお、本稿第4篇は、「民間航空会社による地域活性化支援」という全体稿のうち、「地域の産業振興支援」（第1篇）、「地域の交流人口拡大支援」（第2篇）、「民間企業による地域活性化支援の現状と課題」（第3篇）の続篇となる最終篇である。

キーワード：アフターコロナ、次世代エアモビリティ、オンラインツアー、地球環境保護活動、飛び恥、償い
Key Words: post COVID-19, next generation air mobility, online tours, global environmental protection activities, flight shame, atonement



6 民間航空会社による地域活性化支援の将来展望

6.1 新型コロナウイルス感染症（COVID-19）感染拡大による影響

2019年に発生した新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の拡大は、わが国においても急激かつ大幅な航空旅客需要喪失という未曾有の事態を惹起し、特に民間航空会社の国際線経営に壊滅的な打撃を与えている（図1）。

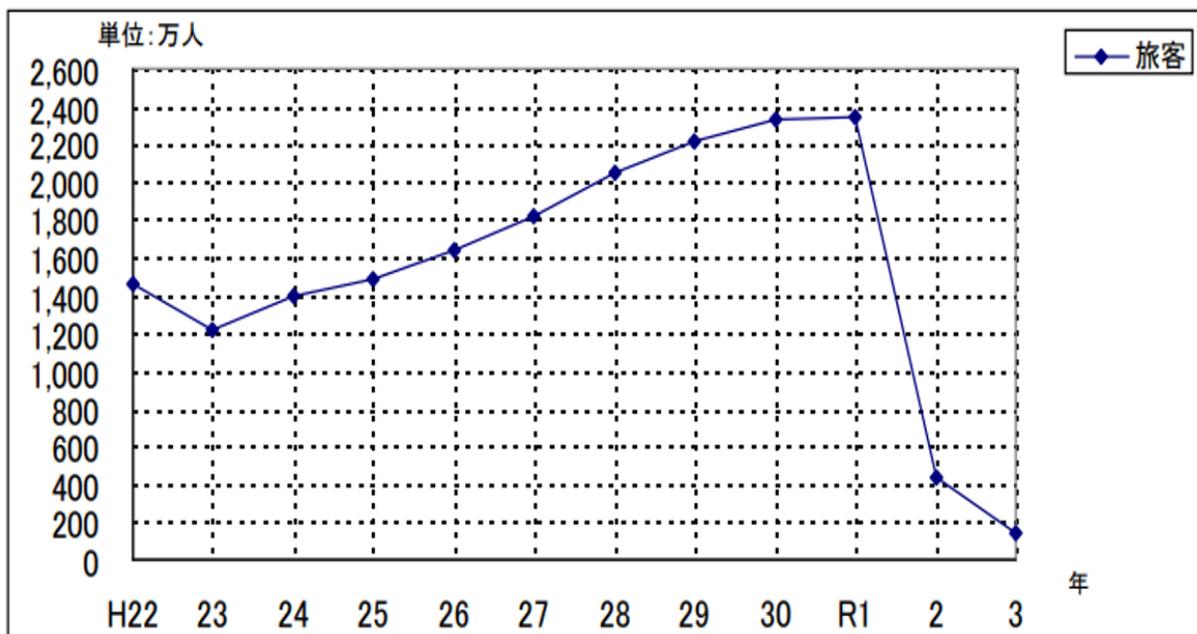


図1 国際航空輸送実績 (本邦航空運送事業者によるもの)

出典:2022年3月11日国交省交通経済統計調査室作成資料より転載

このような状況下、民間航空会社が各地域や自治体の地域活性化施策を支援する余裕を見出すことは、一般的には以前より困難な状況になってきている。

その一方で、既述のとおりさまざまな意味で民間企業の社会的責任がこれまで以上に重要視される環境のなか、民間航空会社側も各地域の活性化が航空会社存続の基盤であり、その支援は自社の“本来的ミッション”であることを、従前にも増して強く意識し始めている。このことは、国内の大手民間航空会社(フルサービスキャリア二社)が、社内各部門の人員配置をスリム化するなか、地域活性化推進業務を司掌する専門組織を揃って立ち上げ、COVID-19感染拡大後においてもさらにその機能を強化・拡大する方向性を打ち出していることなどからも伺える(ANA 総合研究所「News2021年4月12日」、日本航空株式会社「プレスリリース2021年5月7日第21012号」)。

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の拡大はまた、国内の各地の地域産業、特に飲食や宿泊などをはじめとする観光業界に、急激かつ極端な需要減少(観光庁、2021、「宿泊旅行統計調査2021年3月」という衝撃をもたらし、存亡の危機に瀕する民間事業者も発生している。また、これまで地域の交流人口拡大の大宗を占めていた外国人旅行者の急激な減少は、各地方自治体の財政やインバウンド振興施策にも極めて重大な影響を与えている(NHKニュース、2021年3月13日、「新型コロナ 自治体財政への影響が深刻化 住民サービスに影響も」)。

このような窮状のなか、政府が主導する国民の感染予防ワクチン接種や治療薬の開発などCOVID-19感染対策

が進展した結果、政府のいわゆる“水際対策”も緩和され、社会経済活動の回復を期待する機運が大きく高まっている。またその一環としてCOVID-19感染問題の収束後(いわゆるアフターコロナ)を見据えた民間航空会社のインバウンド需要回復などを中心とする地域活性化支援施策には、旅行業界のみならず観光産業を主力としてきた地方自治体などからも再び大きな期待が寄せられている(国土交通省観光庁、2021年6月18日、上質なインバウンド観光サービス創出に向けた観光戦略検討委員会資料、同2022年5月31日、アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会資料)。

その一方で、わが国のインバウンドマーケットセグメントとして大きなウェイトを占めていた中国には未だに訪日旅行規制が残り、またわが国民間航空会社の運航部門や空港におけるインバウンド受け入れ部門の人材不足が解消しきれないなどの理由で、インバウンド航空便数の回復が遅れている状況では、短期間でCOVID-19パンデミック以前のインバウンド受入れ規模に戻すことは難しい。ただし今後わが国のインバウンド需要は、まず初動として訪日VFR需要(在日外国人が発信するSNS情報などに基づく親族や友人の訪日個人需要)などを中心に立ち上がり、その後は着実に回復基調を維持し、早ければ2023年度中にもCOVID-19パンデミック以前の需要規模に戻るとの予想もある(図2)。

このような状況のなか、ウィズコロナ・アフターコロナへの移行に伴う環境変容を睨んだ民間航空会社は、今後主に“需要構造変化への対応”と“事業構造変化への対応”

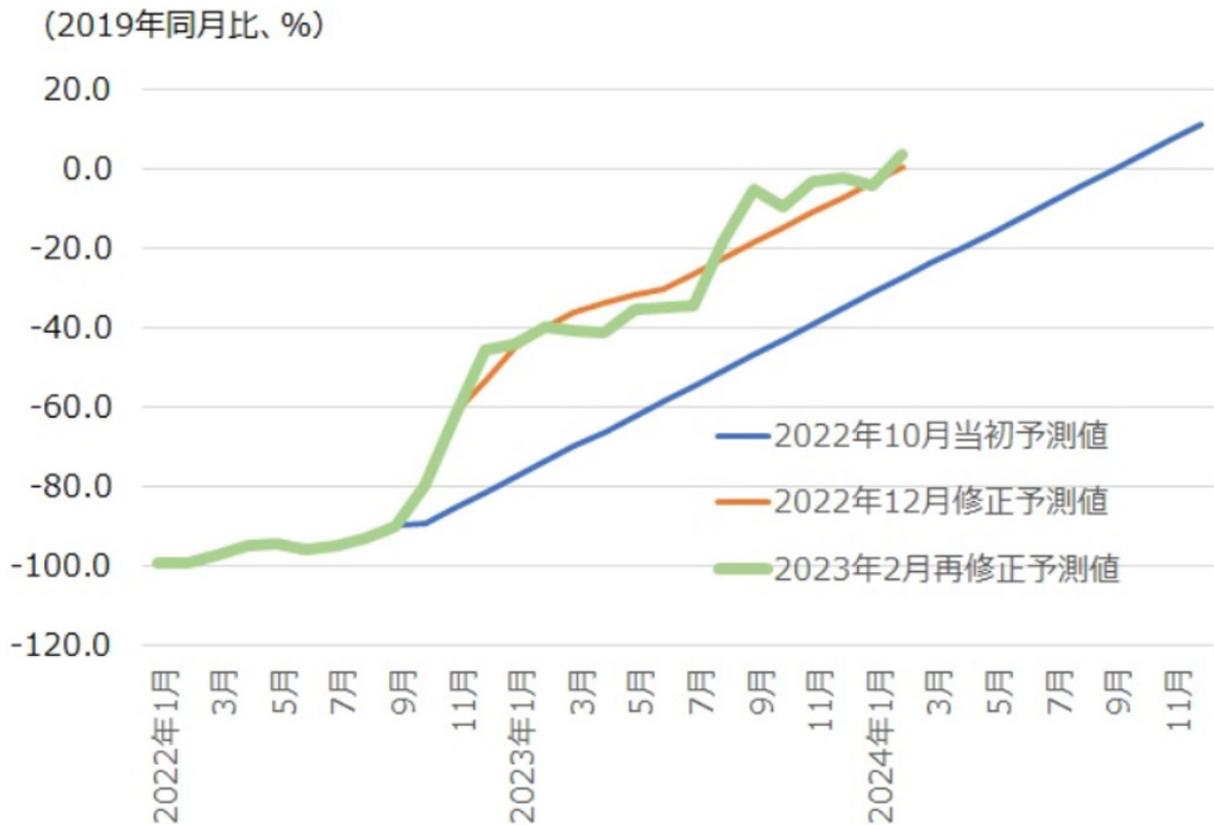


図2 水際対策緩和後の訪日外国人観光客数の見通し

出典：日本政府観光局「訪日外客数」より野村総合研究所が作成した資料から転載

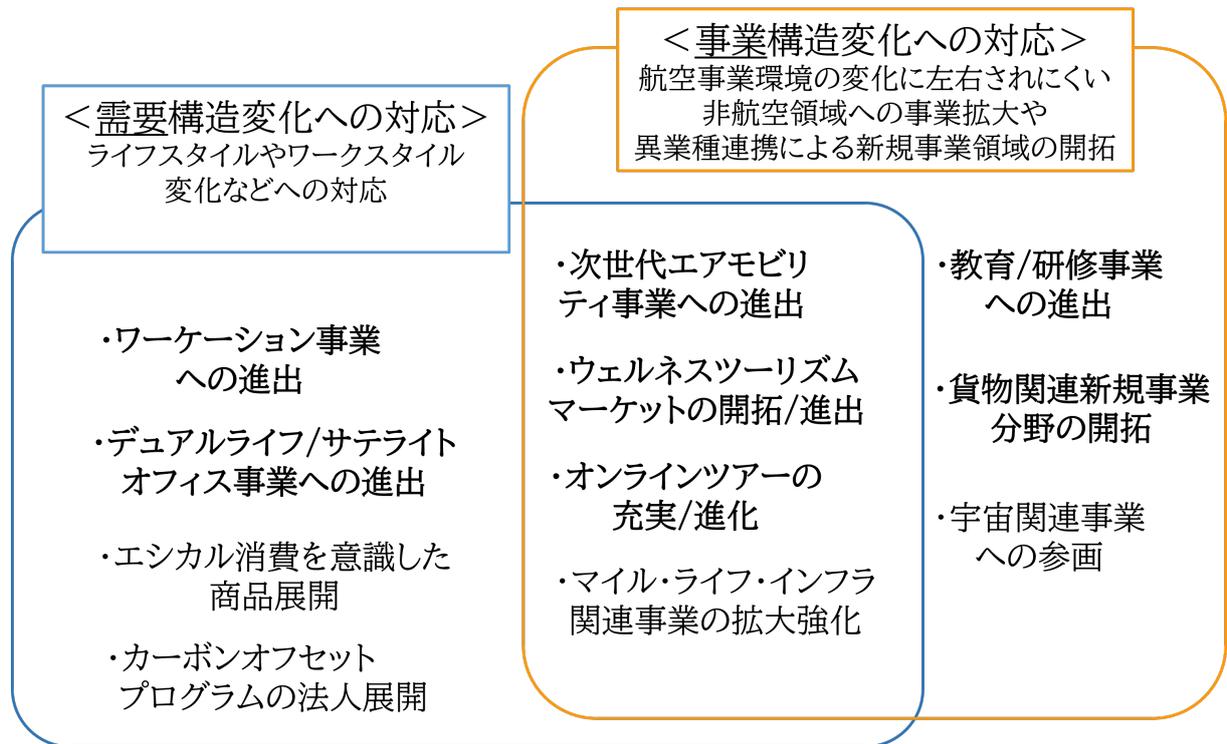


図3 ウィズコロナ・アフターコロナ移行を睨んだ民間航空会社の新規事業

(うち、太字表示の事項は、本稿第1～4篇にて考察対象とする事業)

の両面を意識しながら航空事業を展開して行くものと予想される。“需要構造変化への対応”とは、COVID-19パンデミックを契機に発生し、その収束後にも元には戻らないと考えられるライフスタイルやワークスタイル変化などへの対応である。また“事業構造変化への対応”とは、航空

事業環境の変化に左右されにくい安定した事業基盤としての非航空領域への事業拡大や異業種連携による新規事業領域の開拓などである(図3)。

本稿では、そのうち地域活性化支援との関りが強い新規事業について考察し、航空会社経営にとっては重要では

あるが地域活性化とは比較的関りが薄いと考えられる新規事業については本稿での説明は控え、別稿を期すこととする。

6.2 民間航空会社による今後の地域活性化支援の方向性

COVID-19 感染収束後の世界全体における国際的なヒトとモノの流れに関わる需要復興については、その時期や程度についてさまざまな予測や説がある。たとえばわが国へのインバウンド需要復興に関しては、パンデミック発生直後の予想時期よりは若干遅れるものの、一定の期間をおいて COVID-19 発生以前の状況に戻るとの予測や期待が、既述の日本政府観光局を含め数多くの機関から出されている（国際航空運送協会 IATA, 2021, 「プレスリリース 2021 年 4 月 21 日」, DBJ/JTBF, 2021, 「アジア欧米豪訪日外国人旅行者の志向調査 2021 年 第 2 回新型コロナウイルス影響度特別調査」）。

このような予測を背景に、これまでわが国各地域の交流人口拡大に果たしてきたインバウンド需要の役割の大きさを勘案すれば、COVID-19 感染収束後においても地方自治体などからインバウンド需要復興を期待する声は継続し、さらに拡大して行くことも予想される。そして同様に民間航空会社（特にフルサービスキャリア）にとっても、国際線需要規模を一定程度維持することが経営戦略上重要であることはこの先も変わりはないであろう。

ただし、今般 COVID-19 パンデミックによって未曾有とも言える深い打撃を被り（日本政府観光局 JNTO, 2021 「インバウンド旅行振興フォーラム 2021 年 2 月 19 日」）、インバウンド事業におけるボラティリティの高さをあらためて思い知らされた各地域の観光関連事業者は、今後インバウンド需要の復興・維持を一定程度図ると同時に、インバウンド需要以外の分野における新しいマーケット開拓にも改めて力を入れて行くことが予想される。

また民間航空会社においても、インバウンドを含む国際線旅客輸送需要ほどではないにせよ、国内線旅客輸送需要もまたボラティリティの高いことが今般再認識されたことで（国土交通省交通経済統計調査室, 2022, 「国際航空輸送実績資料—本邦航空運送事業者によるもの」）、イベントリスクに左右されにくい新規事業分野への進出に対して、これまで以上の経営資源を振り向けながら注力して行くことが予想される。

このような状況を踏まえれば、今後民間航空会社による地域活性化支援に関わる中期的スパンでの在り方についても、自ずとその大枠の構図が見えてくる。すなわち、引き

続き民間航空会社の強みである「安全文化やホスピタリティを最大限に活用した地域活性化支援」を基調としながら、少なくとも当面の間は国際線インバウンドを中心とする旅客輸送分野での支援を維持する。そして、それに加えてさらに新しい事業領域での支援分野を拡大・発展させて行くという構図である。

このような構造変化に関わる民間航空会社支援の方向性について、次節以降では、国内フルサービスキャリアの中期事業計画やその他の最新情報などをもとに、これからの地域活性化支援に関わる新たな取り組みと具体的な新規事業領域を予測する。

6.3 地域活性化に関わる民間航空会社のこれからの支援事業領域

COVID-19 パンデミック期間に民間航空会社が大きな痛手を被っていることは既述のとおりであるが、これまで旅客事業収入に偏重していた民間航空会社にとって、今回の COVID-19 禍は収入構造多様化の重要性を改めて強く認識させる契機となっている。例えば、COVID-19 パンデミック期間中に民間航空会社が旅客部門収入の激減に苦しむなか、e コマースを含めた航空貨物輸送事業など物流に関わる分野は例外的に堅調な利益を上げており（国土交通省, 2020, 「航空関係統計航空輸送統計調査令和 2 年度分」）、及ばずながら旅客部門収入のマイナス分を一定程度補ってきた。今後も、旅客機ベリー（機体下部の貨物スペース）のさらなる活用効率向上と、他エアライン提携を含めたフレイター（貨物専用機）事業とのネットワークバランス最適化などにより、航空貨物分野の収益拡大をめざして行くことが予想される。

航空貨物分野のような傾向は、民間航空会社によるこれからの地域活性化支援の方向性にも少なからず影響を与えて行くものと考えられる。今後、国内においては貨物専用新幹線実用化の動向などに多少影響はされるものの、航空貨物輸送の特性を活用した地域の物流活性化支援が、国際貨物を含めこれまで以上に重要性を増す可能性は高いと予想される。

この意味では、民間航空会社による従来からの地域活性化支援施策のうち、航空貨物輸送が主要な機能を担う“地域農林水産品の海外販路拡大（第 1 篇 3.1 地域農林水産品の海外販路拡大支援）”、“地域伝統工芸復興（第 1 篇 3.2）”、“地域産業の六次産業化推進（第 1 篇 3.3）”の三分野、およびその他の物流に関わる事業については、今後の COVID-19 感染状況如何に関わ

らず、引き続きさらなる支援強化が期待される。具体的には、地域産品の認知・販路拡大施策（地域産品のふるさと納税対象化、中国向け新規越境eコマースサイト構築による海外販路強化、ふるさと応援隊による地域産品訴求強化など）による新たな地域支援対象の拡大と、DXなどの新しいテクノロジーを活用した高度の品質管理、リードタイム短縮を可能とする生産体制構築などの物流効率の向上により、質・量の両面で地域経済支援強化が期待されている（日本航空株式会社，2022，「中期ローリングプラン2022」）。

このうち次項では特に今後新たな支援の重要な柱となっていくことが予想される次世代エアモビリティ事業について考察する。

6.3.1 次世代エアモビリティに関わる新たな取り組み

従来型の物流に加え、最新のイノベーション技術を踏まえた物流に関わる新しい地域支援領域として、民間航空会社が特に注目しているのが、“次世代エアモビリティ事業”である。

わが国の地方自治体にとって、特に中山間部や離島における物流利便性の確保は、少子高齢化対応などとともに大きな社会課題の一つとなっている（農林水産省中山間地域等総合対策検討会，2007，「中山間地域における喫緊の課題をめぐる情勢と対策の方向について平成19年11月21日」）。このような地域の課題解決に向けて、ドローンなどの次世代エアモビリティによる医療品や生活必需品輸送などの物流補完機能、また災害時の状況把握や援助物資輸送などの緊急援助機能に対して、地域から大きな期待が集まっている（農林水産省中山間地域等総合対策検討会，2007，「中山間地域における喫緊の課題をめぐる情勢と対策の方向について平成19年11月21日」）。

民間航空会社は、このような期待を背景に、これまで各地域におけるドローンなどの無人航空機を活用した地域支援の実証実験や、各種のプロジェクトを積み重ねてきている。ただし、無人機運航に関わる専門人材の育成や運航を体系的に支援/管理する組織やシステム構築（安全管理、運航管理、高密度運航に向けた最適化調整、操縦者訓練プログラムなど）は極めて専門性が高く、地方自治体や地域事業者だけでは本格的な実用運航の域に達することが容易ではなかった。

このような状況のなか、日本航空株式会社では2021年4月「空の安全を基軸にした次世代モビリティ実現の環境整備」というキーメッセージのもと、新た

な社内専門組織としてエアモビリティ部を創設した。この新組織では、これまで本業で培ってきた空の移動に関するノウハウや安全運航に関わる専門的知見を活用し、地域における次世代エアモビリティの運航プラットフォーム構築を目指している（日本航空株式会社，2022，『エアライン・マネジメント—戦略と実践—』）。

物流面でのイノベーションに次いで、民間航空会社が人流というもう一つの観点から注目している新事業が、eVTOL（電動垂直離着陸機：Electric Vertical Take-off and Landing）による“次世代エアモビリティ事業”である。この新事業では、eVTOLを活用した旅客輸送事業（いわゆる“空飛ぶタクシー事業”など）の実用化を目標に、eVTOLに関わる最新テクノロジーを有する海外のスタートアップ企業と連携しながら地方を含むさまざまな場所とシーンにおける実証実験などを既に進めている（例えば、三重県におけるビジネスモデル検証，2022年1月）、2025年度中の事業化を計画している（大阪・関西万博での実装の後、地方・都市部への展開）。

わが国の各地域、別けても中山間や離島地域では、地域交通ネットワークの維持や、交通弱者・エッセンシャルワーカーなどの移動手段確保などが大きな社会課題となっているが、この“空飛ぶタクシー事業”の地域への展開はこれら課題の解決策のひとつとして、地域社会からの期待が極めて大きい。しかしながら、地方自治体や地域の事業者が運営する無人航空機による物流や人流事業を、今後地域社会独力で採算ベースに乗せるまでハードルは極めて高い。なぜなら無人機運航に関わる専門人材の継続的育成や、運航を体系的に支援管理する組織やシステム構築、すなわち安全管理、運航管理、高密度運航に向けた最適化調整、操縦者訓練プログラム、型式認証¹⁾の取得手続きなどは、優れて高度な専門的知見が必要とされるからである。

今後、民間航空会社は、自らが次世代エアモビリティ事業を実用化することで地域を支援するだけでなく、自走の意欲を持つ地方自治体や地域の事業者が独力で次世代エアモビリティ事業を運営できるように支援して行く必要がある。状況によっては、自らの利益と相反するような支援にまで踏み込む形で、民間航空会社が地域社会活性化への貢献を実現できるのかどうか。地域の切実な要望に民間航空会社が応えるチャンスが大きく広がると同時に、民間航空会社による地域活性化支援の本気度を試されるステージが近づいて来ている。

6.3.2 “空の MaaS” 実現に向けた新たな取り組み

前項で考察した“次世代エアモビリティ活用による地域活性化支援”のさらに次のステップとして、民間航空会社が目指している地域活性化支援が、多様な次世代エアモビリティを有機的に統合する“空の MaaS”実現である（日本航空株式会社，2022，「中期ローリングプラン 2022」）。

一般的に MaaS（Mobility as a Service）とは、地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済を一括で行うサービスであり、観光や医療等の目的地における交通以外のサービス等との連携により、移動の利便性向上や地域の課題解決にも資する重要な手段となるものとされている（国土交通省総合政策局モビリティサービス推進課）。民間航空会社では、社内に新たな専門組織を立ち上げ、このような概念を新たに空にも展開する“空の MaaS”実現を目指している。

地域のさまざまな課題解決の手段として期待が高まる次世代エアモビリティが、“空の MaaS”の一部として組み入れられ、その他の公共交通機関とのシームレスな連携が進めば、その実用性や利便性が格段に高まるだけではなく、交流人口の拡大による地域経済振興や、自家用車使用頻度の抑制による温暖化ガス排出削減にもつながる。さらには交通事業者同士の連携に加え、今後医療、教育、育児、観光、文化、美容、流通、スポーツ、エンターテイメントから行政サービスなどに及ぶ広範な異業種とのコラボレーションが進み、新たな価値を生み出すことができれば、“空の MaaS”は地域活性化にとって、言わば無限の可能性をもたらす存在となるであろう（日本航空株式会社，2022，『エアライン・マネジメント—戦略と実践—』）。

次項では、異業種とのコラボレーションに特化して、さらなる考察を進める。

6.3.3 異業種とのコラボレーションによる新たな取り組み

民間航空会社は、これまで主に航空輸送に関わるグローバルネットワークなど自社本業の強みを活かした分野を中心に地域の活性化支援に取り組んできた。今後は、上述の“空の MaaS”のほかに新たにまったく異なる業界とのコラボレーションにも着目し、新領域での地域活性化支援を目指して行くだらう。ここではそ

のいくつかの具体事例を参考に、異業種とのコラボレーションに関わる今後の展開の方向性を考察する。

最初の事例は、国際空港近隣農地におけるアグリツーリズム関連ビジネスである（日本航空株式会社，株式会社和郷，2018，『共同プレスリリース 2018 年 05 月 21 日「JAL と和郷，共同出資会社を設立して農業事業へ参入」）。

この事業は、民間航空会社が「東京 2020 オリンピック / パラリンピック」の食材調達基準策定にも関わった農事組合法人や企業などの異業種と連携した新しいビジネスモデルとして注目を集めている。具体的には、民間航空会社の国際ネットワークハブである成田国際空港の隣接地に、日本航空株式会社が異業種とのコラボレーションにより新たな開設した農園を舞台とするプロジェクトである。この農園では、収穫した特産農作物を自社国際線の機内食食材に活用すると同時に、航空機利用顧客には機内食喫食の際この地域の特色や魅力を訴求する。また隣接空港における航空旅客の待ち時間を活用した特産農産品の収穫体験ツアー催行や、農園近接地の古民家をリノベーションしたレストランにおいて、この農園を含め近隣自治体で収穫された地元食材を提供することでこの地域の特色や魅力をアピールしている。このように、民間航空会社としての特色と強みを地域の魅力と結びつけることで、地域産業の六次産業化に貢献しているのである。今後は、このような事業をさらに展開して、より多くの地域事業者とのコラボレーションを進めるとともに、民間航空会社ならではの自由な発想を一層進化させて、“空港利用者の空港以外での消費拡大”を如何に進展して行けるかがこれからの課題である。

日本航空株式会社では、このほかにも自社スタッフとこの地域の住民とのつながり創出を目的に、後継者のいない休耕地を活用する新規プロジェクトや、将来的に地域移住や就農につながる契機づくりを目的とし、地域移住や就農に関心のある方々を対象に農業を経験する短期農業研修「農業留学ふるさとプロジェクト」など、さまざまな新たな取り組みを多角的に進めている（日本航空株式会社，2021「プレスリリース第 21049 号」）。

また、上述の日本航空株式会社事例と同様に、異業種とのコラボレーションによるアグリツーリズムへの取り組みは、全日本空輸グループでも進められている。こちらのプロジェクトでは農業事業者に加え、ICT（情報通信技術）事業者である NTT コミュニケーションズ社との新たな連携により、地方都市と都会を結び、リモートワークを活用する。このように異業種のもつ強

みを組み合わせることにより、これまで首都圏などに居住していた人が転職せずに地方へ移住し、勤務先の仕事を続けながら居住地域の農業などを両立できるようにするなど、新たな価値提供を目標としている点が特徴である（ANA ホールディングス、2022、『プレスリリース第 22-018 号 2022 年 9 月 16 日「リモートワークと地域の仕事を兼業し多様な人が交流する街アグリ・スマートシティをめざした実証実験を開始』』）。

次の事例は、各地域への旅行出発にあたり、プロのスタイリストが旅行者本人に代わり衣装、靴、鞆、アクセサリーから一眼レフカメラや美容家電などに至るまで旅のトータルコーディネーションを代行し、旅先のホテルに送り届けるという斬新なサービス事業である。このプロジェクトでは、全日本空輸グループが、シェアリングサービス基盤「Dassen boutique」を保有する富士通株式会社と、旅行先に合ったアイテムを提供する株式会社バーニーズ・ジャパン、キヤノンマーケティング・ジャパン株式会社、株式会社クレイツ、宅配クリーニングを提供する株式会社東田ドライ「リナビス」など多彩な異業種とコラボレーションし、“新しい旅のスタイル”を創出することで、地域の交流人口を拡大し地域活性化に貢献している（ANA X 株式会社、2019「共同プレスリリース 2019 年 12 月 03 日」）。

本項最後の事例は、近年わが国でも人気を集めるサウナに関わる民間航空会社の新規事業である。2017 年頃を契機にわが国におけるサウナ利用需要が急速に増加している（日本サウナ総研、2020、『日本のサウナ実態調査』）。民間航空会社では、このようなトレンドを地域活性化にも活用することを目指して、さまざまな新しい取り組みを展開している。その一例が、日本航空グループなどが推進中の「サウナツーリズム（略称：『JAL サ旅』）」である。この取り組みは、サウナを各地域の魅力発信拠点として位置づけ、サウナに関連する「人」・「食」・「土地」に焦点を当てた新たなプロジェクトである。民間航空会社グループがこれまで蓄積してきた各地域とのつながりと、航空とは全くの異業種のアドウェイズ社が有するコンテンツ制作機能を有機的にコラボレーションさせることで、各地域固有の特性を反映させたユニークなサウナ体験、例えば、牧場サウナ、絶景サウナ、サウナ飯などとして訴求し、地域経済の振興に協力している（日本航空株式会社 / 株式会社ジャルパック / 株式会社アドウェイズ、共同プレスリリース、2021、『サウナを通じた地域の魅力発信を目指し、ウェブメディア「日本全国 ご当地サウナ委員会』』）。

この斬新な取り組みは、近年日本航空株式会社内に組織された Wakuwaku-Platform Innovation（通称：W-PIT）を中心に立案実行された。この W-PIT は、Wakuwaku をキーコンセプトに、異業種共創を通じて新たな価値創造に挑戦する会社公認の社内ベンチャーチームであり、約 150 名の社員が従来型縦割り組織の枠を飛び越えた自由闊達な発想で、各地の地域活性化に取り組んでいる。このチームでは、これまでに上述の『JAL サ旅』のほかにも、「地域の魅力×地元クラフトビールをコンセプトとした日帰り旅『呑みにマイル』」、地域固有の食材にこだわった空弁『絵になる空弁～函館からのお便り～』、大学生・生産者による共創プログラム『青空留学』など多彩な実績をあげており、今後のさらなる活躍が期待されている（日本航空株式会社・株式会社ポケットマルシェ共同プレスリリース、2021 年 6 月 28 日）。

異業種との新たなコラボレーションに加え、航空会社内部に潜在していた独創的アイデアを掘り起こす仕組みを整えることで、これまでの民間航空会社の地域活性化支援の事業領域には存在しなかった新たなマーケット開発に多くの実績をあげている点に注目する必要がある。

如上のような取り組みを通じ、民間航空会社の地域活性化支援は、単なる移手段の提供やモノの輸送という役割に留まらず、異業種の専門知見や感性などを最適に組み合わせ活用した新しい旅行スタイルやライフスタイルの提案により、従来の事業をより高付加価値の領域にシフトさせる方向への進化を模索しているのである。

6.3.4 オンラインを活用した新たな取り組み

民間航空会社では、COVID-19 感染拡大などの環境変容に伴う観光需要構造変化への対応として、地方自治体や旅行会社などと連携の上、オンラインツアー（観光地などの風景や情報を、インターネットを通じてツアー参加者＝視聴者に配信することで、実際の旅行の疑似体験を提供する有償ツアー類型）需要の開拓とその進化にも力を入れている²⁾。当然ではあるが、オンラインツアー自体は、各地域へのリアルなヒトの誘導（＝地域の交流人口拡大支援）に直接的には結びつかないものの、たとえば以下のような観点から地域活性化支援に一定の間接的効果があると考えられる。

(1) オンラインツアーのデスティネーションとなる地域について、ツアー参加者の知的好奇心や興味・共感を

高め、COVID-19 感染収束後には実際にその地域を訪問する動機付け(=予備的な交流人口創成効果)となる。

(2) オンラインツアーのコンテンツの一つとして、デスクティネーションとなる地域の特産品や伝統工芸品をツアー参加者に販売することにより、地域産業の振興や事業者の収入増につながる。

(3) オンラインツアーのガイド役として、デスクティネーションとなる地域の居住者や旅行事業関係者を雇用することで、ツアー料金の一部を地元へ還流するとともに、地域住民などの自地域に対する理解促進や地域愛醸成の契機となる。

(4) 家庭などに居ながら気軽に参加できるというオンラインツアーの特性を積極的に活用することで、これまで何らかの理由で、従来型のリアルツアーには参加できなかったセグメント層が、新たに“旅”に参加することが可能になる(=新規需要の開拓効果)。また、このような新規需要は今後 COVID-19 感染状況に関わりなく(その収束後も)継続することが期待される。

この事例のように COVID-19 による「需要構造変容への対応」は、一過性の COVID-19 対応に留まらず、これからの新たな価値の創造・新規マーケットの拡大に繋げるチャンスでもあることを示唆している。

次項では、本項と同様に「需要構造変容への対応」事例であるウェルネス分野に関わる新たな取り組みについて考察する。

6.3.5 ウェルネス分野に関わる新たな取り組み

健康促進や疾病予防などを目的としたヘルス・ツーリズムや、疾病の早期発見と早期治療を目的としたメディカル・ツーリズムなどの旅行形態はこれまでも存在し、一定の需要があった。今般社会全体が COVID-19 パンデミックを経験したことに契機に、向後このような旅行形態の需要はさらに高まって行くことが予想されている(山内史子, 2020, 「コロナ禍でむしろ需要高まるヘルス・ツーリズム」)。COVID-19 パンデミックにより、国内各地域は生活環境や就業・就学などライフスタイルの大きな変化・変容を余儀なくされ、運動不足やストレスなどによる健康不安増加という地域の大きな社会課題の要因となったが、その課題解決の一助としてヘルス・ツーリズム、あるいはメディカル・ツーリズムへの認識や期待が高まっているからである。

このような社会背景を踏まえ、民間航空会社では従来から存在するヘルス・ツーリズム、あるいはメディカル・ツーリズムなどの旅行類型に加え、新たな地域

活性化支援分野の一つとして、地域のウェルネス(医療による地域住民の幸福)促進支援を位置づけ、その一例として以下のような取り組みを進めている。

日本航空株式会社では、鹿児島県奄美大島の自治体や一般社団法人(ウェルネス.M)と連携し、全国の医療従事者を対象とした「奄美大島ウェルネス・ワーケーションツアー」を展開した(日本航空株式会社, 2021, 「プレスリリース『奄美イノベーション×JAL×ウェルネス.M 協同一医療従事者のワーケーションを通じて人・地域を元気に—新しい旅ウェルネス・ワーケーションを提案』」)。旅行者である医療従事者が現地の伝統建築に宿泊しながら休暇を楽しむという一種のワーケーションである。と、同時に現地滞在中に開催されるワークショップや講演会を通して医療従事者自らが有する専門的な医療知見を旅行先の現地社会に還元することで、医療従事者自身のウェルネス向上と地域活性化の双方同時実現を目指す新たな取り組みでもある。

従来のヘルス/メディカル・ツーリズムには、さまざまな類型が存在するが、どれもツアー参加者が旅先において提供される何らかのメリットを享受するという言わば受動的な立場であったのに対し、上述のウェルネス・ワーケーションツアーは、ツアー参加者が旅先でのメリットを享受しつつ、同時に旅先の地域に医療知見という一定のウェルネスをもたらす能動的な側面を有するという点において、新しいヘルス・ツーリズムの一形態を創出しつつあると言える。

上述 6.3.1 ~ 6.3.5 それぞれの事例が示唆するとおり、今般 COVID-19 パンデミックによる社会変容を踏まえ、これを単なる災禍として受け止めるだけではなく、従来の類型化された地域活性化施策に新しい価値を加え、さらに進化させることが、これからの民間航空会社に求められているのである。

6.3.6 教育/研修事業に関わる新たな取り組み

民間航空会社では、COVID-19 感染拡大に伴う保有航空機材の稼働低下の期間を活用して、業務繁忙期にはじゅうぶんな時間設定がなかなか難しかった自社人材の教育研修とブラッシュアップに力を注いだ。また、人件費抑制の観点から一時的に自社人材を社外の異業種に派遣するなど取り組みも行ったが、これら派遣社員のサービス品質に対する派遣先での評価は総じて高位であり(鳥海, 2021)、民間航空会社にとっては自社人材のサービス特性に関わる価値を再認識する機会となった。

これまで、民間航空会社内においては、客室乗務員などの接客部門を中心にグローバル水準のホスピタリティーやガストロノミーに関わる専門的スキル・知見が蓄積され、また運航乗務員や航空機整備、航空機運航に関わる社員を中心に安全安心を堅守する文化や専門的スキル・知見が長年にわたり蓄積されてきた事実がある。しかしながら従来これらの専門的スキルや知見は、もっぱら自社航空機の運航という本来業務向けのみを意識され、それ以外の目的に活用するという発想は、民間航空会社全体に総じて低位であった。

民間航空会社の内部では、COVID-19 感染拡大に起因する一時的な“余剰人員”の発生とこれに伴う社外への社員派遣が、自社人材が有する専門的スキル・知見の高い価値を改めて強く再認識する契機となった偶然に、事業構造の多角化推進という経営方針決定のタイミングが重なり、教育/研修に関わるビジネスという新しい分野への進出気運が急速に高まっている。その一例として日本航空株式会社では、2020年11月1日に社外向け教育研修事業拡大のための新組織を設立し、これまで主に自社社員の教育/研修に充当していた自社の教官・教員人材を、地方自治体を含む社外向けの研修セミナーや勉強会にも振り向けるとともに、社員の中から新たに教員適性を有する人材を選抜して、教育/研修に関わる社内体制を拡大強化する計画を進めている。

これまで、民間航空会社が、各地域において何らかの教育/研修（例えば、地球環境保護を考える講座、異文化交流を考える講座、安全安心について考える講座、おもてなし講座、英会話講座等々）を実施する、あるいは実施の支援を行う場合、地方自治体や地域団体等からの希望や要請に基づいて単発で実施するケースがほとんどであった。また民間航空会社側の人材・マンパワー不足などの理由で、これら地域からの希望や要請に必ずしもじゅうぶん応えられてはなかったのが実情であった。

今後は上述のような体制が整い次第、民間航空会社による地域に対する継続的な教育/研修支援の拡大が可能となって行くであろう。しかしながら、教育/研修に要する費用負担などの考え方については、今後地方自治体と民間航空会社の間でじゅうぶんな意見調整が重要となってくることにも留意せねばならない。おそらく当面の間は、民間航空会社の経営状況如何によって、教育/研修分野のみならず、他の分野の協力や支援にかかわる費用負担の在り方を含めて、受益者となる地域側にも応分の費用を担ってもらいたいという

動きが、民間航空会社側から出てくることも予想される。

ただし、本稿7章で後述するように、「民間航空会社が地域活性化を支援する本質的な理由は何処にあるのか」との命題の帰趨如何によっては、逆に民間航空会社側の負担が当然視される、あるいは炭素税や環境税などの公租公課負担という名目に形を変えて、実質的には民間航空会社側が地域活性化支援に関わるコストを全負担する時代が到来する可能性もあり、このあたりの判断は今後社会の時流と研究成果を待たねばならない。

しかるに、ここで重要な点は、将来的に費用負担の形態がどのようになろうとも、民間航空会社による地域への“支援”には如何なる本質的意味があり、その“支援”は地域と民間航空会社双方にとって“持続可能なもの”であるのかどうかを、相互にじゅうぶん認識し理解する必要があるということである。

また、そのためには、日頃から民間航空会社が地域との信頼関係をじゅうぶんに醸成しておくこととともに、“民間航空会社による地域活性化への支援”について公正に評価する仕組みの構築が必要であるが、その構築は将来的な課題ではなく、その準備は少しでも早く今のうちから進めておかなければならないと筆者は考えている。なぜならば、地域社会から確たる信任を得るためには長い時間を要する一方で、次項で述べるように地球温暖化とこれに伴う航空業界への批判増大は当初予想以上の速度で進行しており、残された時間はそれほど多くはないからである（IPCC, 2021「第6次報告書（AR6）」, The Guardian, 2019）。

6.4 地球環境保護に関わる新たな取り組み

近年、地球環境保護の必要性に関わる認識はますます強まっているが、航空業界においても、2022年に開催された第41回国際民間航空機関（ICAO）総会において、国際航空分野における脱炭素化の長期目標として、「2050年までのカーボンニュートラル」を目指すこととする長期目標が採択されるとともに、航空安全、航空保安、航空管制などの分野における次期三か年の活動方針・計画等が承認されている（国土交通省報道発表資料, 2022, 「第41回国際民間航空機関総会の開催結果について」）。

2018年度のわが国の総二酸化炭素排出量11億3,800万トンのうち、運輸部門からの排出量は約2億1,000万トン（約18.5%）、そのうち国内航空からの排

出量は約 1,054 万トンであり、運輸部門における割合は 5.0%、わが国全体の排出量の約 0.9% にあたる（国土交通省環境政策課資料：温室効果ガスインベントリオフィス「日本の温室効果ガス排出量データ 1990～2018 年度確報値より作成」を航空局にて編集した数値）（図 4）。

このような状況を踏まえ、国内民間航空会社は、これまで地球環境課題解決への貢献として、奄美群島の環境保全と地域振興の循環モデル確立活動に対する協力による“生物多様性保存”支援や、自社の航空機運航に関わるさまざまな専門技術的工夫による“温室効果ガスの削減”を実施しているほか³⁾、外部の研究機関

などと連携して学術的な調査活動にも貢献している。

このうち、学術的調査活動貢献の代表的な事例が、世界各地の高度 1 万メートル付近を飛行する民間航空会社の航空機が大気サンプルの継続的採取に協力する“気候変動観測研究”支援プロジェクトである（日本航空株式会社，2017，「プレスリリース第 17092 号 2017 年 10 月 27 日」ほか）（図 5）。

このプロジェクトは、温室効果ガスの濃度を地球規模で高頻度に測定し、そのデータを蓄積する世界で初めての試みであり、観測データは地球温暖化やその仕組みを調べている世界中の研究者にとっては貴重なデータとして注目を集めている（町田敏暢，国立環境

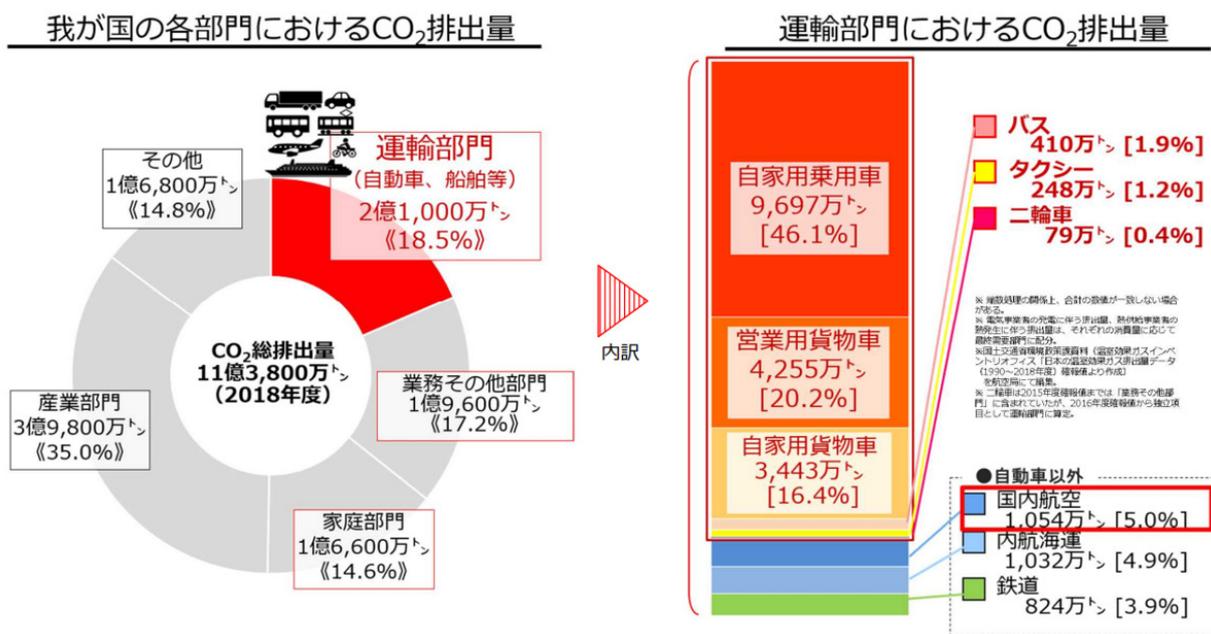


図 4 航空分野の CO₂ 排出の現状（国内航空）
国土交通省環境政策課資料（温室効果ガスインベントリオフィス「日本の温室効果ガス排出量データ（1990～2018 年度）確報値」より作成）航空局にて編集資料より転載

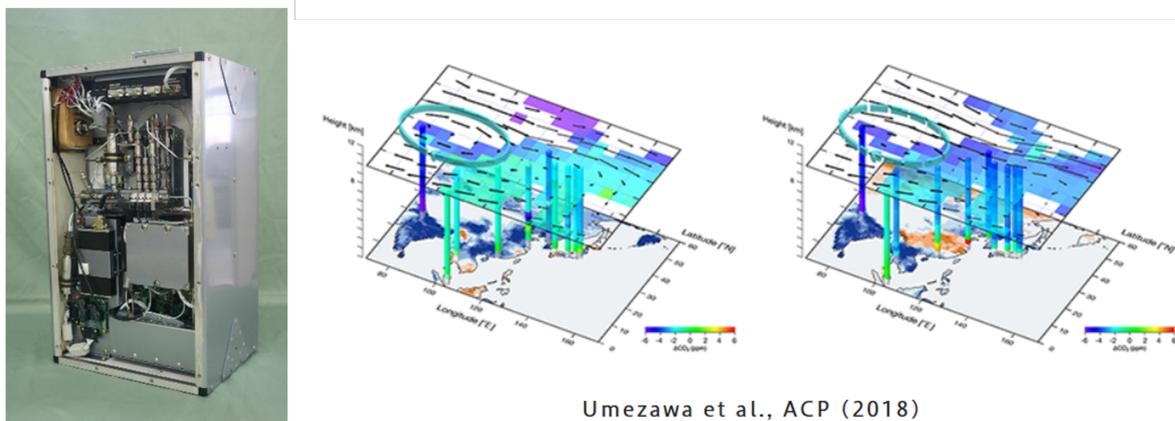


図 5 航空機による大気観測“気候変動観測研究”支援プロジェクト
この研究のために作成した CO₂ 濃度連続測定装置（左）と、研究結果として得られたアジア太平洋地域の CO₂ 濃度の 3 次元分布（右）日本航空株式会社 CONTRAIL 専用ページ <http://www.jal.com/ja/csr/environment/social/detail01.html> より転載

研究所地球環境研究センター 大気・海洋モニタリング推進室室長談 (<https://www.jal.com/ja/sustainability/environment/partnership/contrail/#expert-voice>).

地球環境保護に関わる民間航空会社の新たな取り組みのうち、もう一つの主要なテーマが代替バイオジェット燃料などに代表される SAF (Sustainable Aviation Fuel: バイオマス、藻類、脱酸素化し水素処理を施した廃油、都市ごみ・廃棄物などを主な原料として製造された持続可能航空燃料) の導入促進である⁴⁾。

この持続可能航空燃料 (SAF) について、わが国政府においては、空港の再生エネルギー活用拠点化などと併せて、「航空分野における脱炭素化を推進する計画 (国土交通省航空局, 2021, 「航空機運航分野における二酸化炭素削減に関する検討会議」2021年3月22日資料)」を積極的に進めている。また、わが国の民間航空会社においても、2021年に全日本空輸株式会社と日本航空株式会社が共同で、「2050年時点で航空からの二酸化炭素排出量を実質ゼロとする」ことを表明している。その実現のために持続可能航空燃料 (SAF) の普及に取り組むとともに、その他のさまざまな環境対策等についても協力して推進することを共同で発表している (全日本空輸株式会社 日本航空株式会社, 2021, 「共同プレスリリース 2021年10月8日」)。

このように、わが国の航空機運航分野における二酸化炭素削減については、航空官民をあげて順調に進展しているように見えるが、その一方で、国内における持続可能航空燃料 (SAF) 生産の商業化が先進諸外国に比べて遅れている点が現時点での最大の懸念材料である (福田涼太郎, 2021)。

また、ほかにも持続可能航空燃料 (SAF) のサプライチェーン構築や、関連施設の整備や統一規格の制定等が未了となっており、その可及的速やかな解決が課題となっている。これらの課題解決に向けた経済産業省・国土交通省主催のバイオジェット燃料導入の検討会には、各民間航空会社も積極的に参画し、官民一体となって議論を深めながら必要な準備等に取り組んでいる (経団連, 2019, 「低炭素社会実行計画 2019年度フォローアップ結果 個別業種編 航空業界の低炭素社会実行計画」)。

上述のとおり、地球環境保護に関わる諸課題解決に向けて、民間航空会社の取り組みは極めて能動的であり、その取り組み姿勢についても、現在までのところ社外からも一定の評価を得ているように見受けられる (統合報告書「JAL REPORT」2022, Chapter 4 サステナビリティ「主な取り組み項目と成果指標 (目標・実

績)」, 日本経済新聞 2023年3月2日「脱炭素の国際認定, ANA など取得」, 全日本空輸株式会社「社外からの評価 2021年度」)。

しかるに、民間航空会社が向後いかに懸命に航空分野の脱炭素化を進めようとも、鉄道など他の交通機関との比較においては限界が存在する。なぜなら民間航空会社の主要な事業領域である航空輸送活動においては、「高速で空を飛行する」という固有の特性とトレードオフの関係にある大量の温室効果ガス排出は不可避であり⁵⁾、将来航空飛行原理に関わるよほど画期的なブレイクスルーイノベーションが現れない限り、民間航空会社はその根本的な課題解決=汚名返上は不可能であるとの宿命を背負っているからである。

先進国を中心に存在する急進的な環境保護論者の間では、既に“flygskam (スウェーデン語, 邦訳: 飛び恥)”という過激な言辭が日常的に語られるなど、航空事業というビジネスモデル自体を忌避する思想が勢いを増し、そのような思想が主流となる時代の到来が現実味を帯びて来ている⁶⁾。これに対し、航空業界としては、「他の交通機関に比べ圧倒的な速達性を持つ航空輸送が、ポジティブな意味で地球を小さくし、その結果として世界の人々の移動の自由を拡げ、友好親善を促進し、芸靴文化の懸け橋ともなり、延いては世界平和の醸成にも大きく貢献している」ことなど、航空事業が持つさまざまなプラス側面を粘り強く訴求し、社会の理解促進に向けて精一杯努力する必要はある。しかしながら地球温暖化の進行とこれに伴う世界的な地球環境保護運動の高まりという大きな潮流のなかでは、このような努力によって航空事業に対する“flygskam”的な思想を払拭し、ポジティブな評価に昇華できる可能性は低いと言わざるを得ない。

航空業界にとって fatal な時代到来の可能性、あるいはその到来までに残された時間の算定予測についてはさまざまな意見や説があるが、上述のような社会潮流を踏まえ民間航空会社がこれまで本業としていた航空運輸以外の新たな事業領域開拓にも目を向けなければならぬ時期へ、現在既に立ち至っていることは厳然たる事実である。そしてこのような状況が民間航空会社によるこれからの地域活性化支援の方向性に多大な影響を与えているのである。

7 おわりに (貢献から“償い”へ)

本稿では、全編を通してわが国各地域の交流人口拡大施策に焦点をあてながら、民間航空会社による地域

活性化支援の傾向と課題を読み解いてきた。その過程で、ここ数年は COVID-19 パンデミックという未曾有の事態によって、地域の交流人口拡大に向けた諸施策なかんづくインバウンド需要振興の支援施策にも急制動がかかる状況について考察した。

地域の定住人口減少がこの先も避けられない状況のなか、地域におけるインバウンド振興を一過性のブームに終わらせることなく、今後も持続可能な地域活性化施策としてわが国の各地域に根付かせることが求められている。そのためには、地域経済への波及効果に加え、自然環境や歴史的景観保護への配慮、多様な価値観の尊重、地域住民の郷土愛意識醸成などさまざまな視点について、地方自治体・民間航空会社双方の相互信頼と創意工夫が必要である（日本航空株式会社、2022、『エアライン・マネジメント—戦略と実践—』）。

このような民間航空会社による地域活性化支援の方向性に、今後もっとも重大な影響を与える可能性が高いファクターが、前項でも述べた全世界的な地球環境保護運動の大きなうねりである。この世界的な社会気運に対して、どのように向き合い、どのように応えて行くのかという問いは、向後民間航空会社のみならず地球上の全ての政府・自治体・民間企業等に共通した最優先の課題となって行く（あるいは、既になっている）であろうが、民間航空会社がこの課題を克服して行く方向性はおそらく次の二つの領域に限られるのではないだろうか。

ひとつは、急進的な環境保護論者が“flyskam（飛び恥）”という言葉で航空会社を非難する主要因となっ

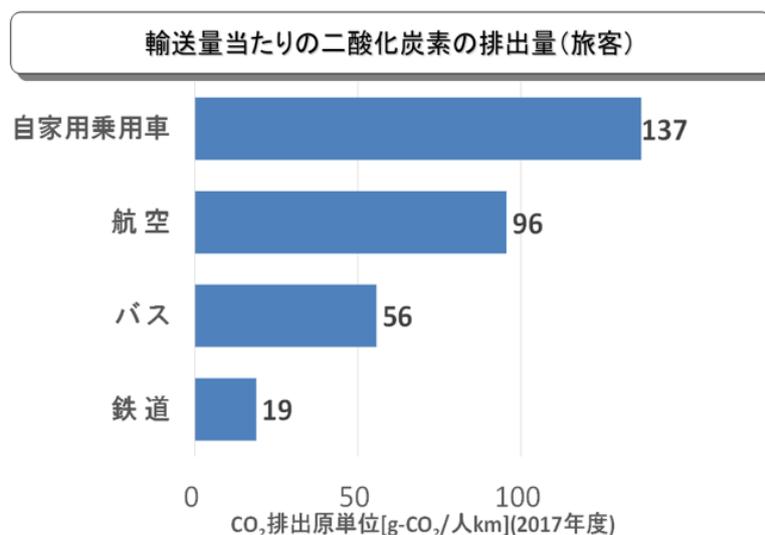
ている「航空輸送に伴う多量の二酸化炭素排出量を、鉄道輸送などの公共交通運輸手段と同等程度にまで低減して行くこと」である」（図 6）

そしてもうひとつが「航空輸送が地球環境に与えるダメージの大きさに関わる厳しい批判を甘受した上で、そのダメージをじゅうぶんに補う何らかのベネフィットを、言わば対価として社会に償って行くこと」であろうと、筆者は考えている。

如上前段の「二酸化炭素排出量の削減」については、航空機オペレーターとして自社機の効率的な運航に技術的な改善努力を継続すること、および航空機メーカーの技術革新に能動的に協力して行くことなどが、その手立てとして考えられるが、民間航空会社が独自に貢献できる領域には自ずと一定の限界があることも事実である。

一方で、後段の「“償い”としての社会へのベネフィット還元」については、今後民間航空会社が自らの決意と努力次第で無限の貢献領域が広がっている。そして、さらにはその貢献領域の主要な舞台として最も大きな潜在需要を要するフィールドが、まさに今回本稿の主題としている“地域活性化”なのである。

本稿で考察したとおり、民間航空会社は自らが背負う宿命（温室効果ガス排出とエネルギー大量消費産業の一員であること）が持つ意味を深く理解した上で、地域における活性化推進について“貢献”するのみならず、航空事業が地球環境に与える負荷に対する“償い”として地域活性化にあたる責務があることを銘肝する必要性があるのである。



※ 温室効果ガスインベントリオフィス:「日本の温室効果ガス排出量データ」、国土交通省:「自動車輸送統計」、「航空輸送統計」、「鉄道輸送統計」より、国土交通省 環境政策課作成

図 6 輸送量当たりの二酸化炭素の排出量（旅客）

2017 国土交通省 環境政策課作成資料より転載

“償い”という言葉には、後向きな価値観の響きもあるが、民間航空会社はこの言葉の陰影に怯むことなく、これまで自らが蓄積してきたアセット（安全・安心やホスピタリティーに関わる専門的知見・技量）に誇りを持って各地域の活性化に力を揮って行くべきである。そしてさらには、異業種とのコラボレーションやダイバーシティなども最大限に活用した柔軟な感性と自由な発想により、これまででない新しいマーケットを切り拓くとともに、その結果得られるであろう新しい価値を各地域に広く還元して行くことを継続できれば、“償い”に対する正当な評価が自ずとついて来るのではないだろうか。

ただし、このような地域還元を単なる精神論だけに終わらせず、真に持続可能な取り組みにして行くためには、“償い”の対象として還元する価値や効果が、特定の観光関係業者や企業のみならず、地域に暮らす住民全てに広く行きわたるような仕組みが確実に構築されなければならない。また同時に、民間航空会社の活性化施策によって地域にもたらされる効果の評価においては、経済的な効果のみならず、当該地域に暮らす人々の“心の豊かさ”を取り戻すための“償い”が公正に評価されなければならない。

“心の豊かさ”に通ずる“償い”を含めた社会的評価に基づいて、地方自治体・地域に暮らす人々・航空会社を含む民間企業などが、有機的に連携する“コレクティブ・インパクト”として地域の諸課題解決に取り組むことこそが、地域活性化の大きな推進力になり得るのである。

注

- 1) 特定飛行に資することを目的とする型式の無人航空機の強度、構造及び性能について、設計及び製造過程が安全基準及び均一性基準に適合するか検査し、安全性と均一性を確保するための認証制度である。航空法（昭和27年法律第231号）第132条の16による型式認証及び法第132条の17に定められている。
- 2) 予め収録した動画を解説付きでオンデマンド配信するタイプの他、ガイドが現地をリアルタイムで案内しながら、現地の人々との会話などツアー参加者との双方向のコミュニケーションを提供するタイプ、現地の案内に加えその地域の名産品などをツアー参加者に配送するタイプなど、さまざまな形態がある。COVID-19感染拡大に伴い需要が増加しており、例えば大手旅行会社の株式会社エイチ・アイ・エスは、2020年11月時点で750コースのオンラインツアーを設定し、累計3万人の取り扱い実績をあげている（遠藤英樹、2021: 59、『アフターコロナの観光学—COVID-19以後の「新しい観光様式」』）。
- 3) 航空機離陸の際の早期加速上昇、車輪・フラップ操作タイミング調整による機体空気抵抗削減、着陸後駐機場場に向けた地上滑走時における経路の最適化、駐機中の補助エンジン使用時間の削

減など。

- 4) 公的な認証が必要とされており、持続可能航空燃料に代替することで、ライフサイクルを考慮した二酸化炭素が削減される。
- 5) これまでわが国の二酸化炭素総排出量のうち運輸部門は18.5%を占めており、そのうち国内航空は5%である（国土交通省環境政策課、2020、「温室効果ガスインベントリオフィス 日本の温室ガス排出量データ1990～2018年度確定値」）。
- 6) 航空による移動は、鉄道などに比べ多量の二酸化炭素を排出し、地球環境に深刻な負荷を与えているとの理由で、航空機の利用を恥であるとする思想の象徴となる言辞である。スウェーデンの歌手であるスタッフアン・リンドバリ（Staffan Lindberg）氏がこの「Flygskam（スウェーデン語）」という言葉を最初に使い始めたとする説があり（The Guardian, 2019, October 17）、2018年以來同じくスウェーデンの環境活動家グレタ・トゥーンベリ氏が、たびたびこのFlygskamに言及していることなどにより、世界各国の環境活動家を中心として人口に膾炙している。

文献

- 岩田賢、2021、「我が国のDMOにおけるマーケティング概念の捉え方の考察 経営学領域のマーケティング概念との比較を踏まえ」『日本国際観光学会論文集』28: 39-39.
- 浦野加菜、2019、「地域活性化のための行政・住民・民間の役割」『香川大学経済政策研究』16: 44-48.
- 遠藤英樹、2021、『アフターコロナの観光学—COVID-19以後の「新しい観光様式」』新曜社。
- 大橋松貴、2016、「地域企業のブランド戦略」Business Management Studies, 16: 94-95.
- 加賀田和弘、2006、「企業の社会的責任（CSR）：その歴史的展開と今日的課題」Kwansei Gakuin Policy Studies Review 7: 43-65.
- 加藤一誠、西藤真一、幕亮二、朝日亮太、2022、『航空・空港政策の展望 アフターコロナを見据えて』中央経済社。
- 九里徳泰、敷田麻実、小林裕和、2005、「持続可能な観光—そのフレームワークと概念の体系化への試考—」日本観光研究学会第20回全国大会学術論文集: 253-254.
- 高坂晶子、2020、「With/After コロナの観光：レスポンシブル・ツーリズムに向けて」『ガバナンス2020-09』ぎょうせい: 23-25.
- 辻本千春、2020、『ヘルス／メディカル・ツーリズム研究—高付加価値化による地域活性化—』大阪公立大学共同出版会。
- 鳥海高太郎、2021、『コロナ後のエアライン』宝島社、81-87.
- 日本航空株式会社、2022、『エアライン・マネジメント—戦略と実践—』: 278-297, 310-311. インプレス。
- 福田涼太郎、2021、「代替燃料で日本の航空業界出遅れ『飛び恥』で競争力低下も」産経新聞2021年10月14日
- 堀田祐三子、2021、「コロナ禍の先に—新しい観光に向けて」『住民と自治2021年5月号』。

The Guardian, 2019, October 17, 'Flight shaming' could slow growth of airline industry says IATA.

From <https://www.theguardian.com/business/2019/oct/17/flight-shaming-could-slow-growth-of-airline-industry-says-iata>

本稿全体の目次

- 1 はじめに
- 2 わが国の地域活性化と民間航空会社の関わり

3 民間航空会社による地域産業振興支援の現状と課題

- 3.1 地域農林水産品の海外販路拡大支援
- 3.2 地域伝統工芸の復興支援
- 3.3 地域産業の6次産業化推進支援
- 3.4 航空機材の活用やその他の地域産業支援
- 3.5 本章3のまとめ

(以上, 前々々号)

4 民間航空会社による地域交流人口拡大支援の現状と課題

- 4.1 イベント・コト消費企画などによる新たな観光需要創出支援
- 4.2 地方移住促進支援
- 4.3 ワークーションやデュアルライフなど新たな社会的動きへの支援
- 4.4 地方自治体等との人材交流
- 4.5 インバウンド需要拡大支援

(以上, 前々号)

5 インバウンド振興に関わる地方自治体の課題と民間航空会社による支援可能性

- 5.1 専門的知見蓄積の困難性
- 5.2 地域住民間におけるインバウンド受入れコンセンサス醸成

5.3 マニフェスト行政の功罪

- 5.4 海外における人的ネットワーク・コネクションの構築
- 5.5 外国人旅行者受入れ環境整備
- 5.6 地域から海外への情報発信
- 5.7 「食」を活用したインバウンドツーリズム振興
- 5.8 第4章と第5章のまとめ

(以上, 前号)

6 民間航空会社による地域活性化支援の将来展望

- 6.1 新型コロナウイルス感染症(COVID-19)感染拡大による影響
- 6.2 民間航空会社による今後の地域活性化支援の方向性
- 6.3 地域活性化に関わる民間航空会社のこれからの支援事業領域
 - 6.3.1 次世代エアモビリティに関わる新たな取り組み
 - 6.3.2 “空のMaaS”実現に向けた新たな取り組み
 - 6.3.3 異業種とのコラボレーションによる新たな取り組み
 - 6.3.4 オンラインを活用した新たな取り組み
 - 6.3.5 ウェルネス分野に関わる新たな取り組み
 - 6.3.6 教育/研修事業に関わる新たな取り組み
- 6.4 地球環境保護に関わる新たな取り組み

7 おわりに(貢献から“償い”へ)

(以上, 本号)

(受理日 2023年2月28日)

(せとうち観光専門職短期大学・教授)

E-mail:yukihiro-yasumoto@g.seto.ac.jp