

アジアの航空規制緩和 — 格安航空会社（LCC）と日本市場 —

大島 慎子*

Deregulation of the Asian Airline Market — The Possibility of Low Cost Carriers in the Japanese Market —

Chikako OSHIMA *

Abstract

Due to deregulation of the air transport market, low cost carriers have increased their global market share while so-called legacy carriers have been drastically damaged. The Japanese transport market which has been long protected by governmental protection, has been strongly requested to steadily promote regulatory reform and competition in managing airline companies as well as airports.

This thesis clarifies the concept of discount air tickets and low cost carriers, which are critical issues for consumers and which demand necessary strategy revision for the future.

抄 録

世界の航空市場においては、規制緩和がすすみ、格安航空会社が市場のシェアをのぼし、大手航空会社の破綻が相次いでいる。日本の航空業界は長年の規制に護られていたが、国際的な競争力を得るために完全規制緩和が期待される。日本市場で話題になる格安航空券および格安航空会社とは何かを整理し、国際競争力のある社会にむけて提言する。

キーワード：低額航空運賃、格安航空会社（LCC）、インターネット販売、サービスの簡素化

はじめに

国際航空業界は、この10年、大手航空会社のアライアンス（包括提携）、格安航空会社（LCC）の台頭、既存の大手航空会社の破綻

と統合を繰り返し、規制緩和の時代に日本の航空会社の存亡が懸念されている。2009年9月18日に、米国格付け会社のスタンダード アンド プアーズ（S & P）は、経営再建中の日本航空の長期格付けについて、格下げ

* 情報コミュニケーション学部国際交流学科、Tsukuba Gakuin University

の可能性があるクレジット ウォッチ（監視下）にすると発表した。資金支援を必要とする日本航空に対して米国の航空会社が広範な金融調達手段の提供や経営合理化案の提言を開始したことに連動し、「民主党の新政権のもとで政府支援の方向性を精査する必要が高まった」¹⁾ことが、格下げ可能性の理由に上げられている。

日本航空の国内線の5割近くが定員割れしていると報道される一方、日本国内線の総需要は過去5年間で平均12%の規模で増加してきており、地域航空の重要性は増している。特に小型航空機の航続距離や速度は大幅に性能が向上し、その役割は大型機の運航では不採算な路線からの減便や撤退を補完するだけでなく、利用旅客数の季節の波動や一日の時間帯での波動を補い、新路線の就航や、少量多頻度運航の実現をはかるなど、多様な運航形態を実現している。平成19年度では、国内需要9,544万人のうち、504万人を運び5.3%と一見低い数値であるが、これは地域航空で使用されている小型機が羽田空港への乗り入れが認められていないためであり、羽田空港利用客以外の国内旅客をみる、地域航空利用者は16.5%にのぼり、運航回数では全国の23.5%が地域航空である²⁾。

本論では、平成19年より21年にかけて、日本商工会議所、中部空港調査会、茨城空港利用促進委員会等において筆者が行った航空問題の講演記録に加筆し、一般消費者には非常に複雑にみえる規制緩和に向かう国内外の航空業界の現状を整理し、格安航空運賃や格安航空会社を解説するとともに問題提起するものである。

1. 低額航空運賃の背景と歴史

第二次世界大戦後から1970年代まで、大手航空界社は国際航空運送協会（IATA）で決定した独占的な料金体系を維持していた。北米

ではアメリカ民間航空委員会 CAB が、結果的には90年代初めに破綻したパンアメリカン航空のみが国際線を運航する体制をつくり、運賃の決定、新規参入の禁止などを規制してきた。しかしながら、1969年のボーイング B747、すなわち360人以上の乗客を収容できるジャンボ機の導入により、世界的に座席の供給過多がおきたことにより状況が変わった。特に1973年のオイルショックで航空会社が打撃を受けると IATA の範囲を逸脱しない範囲で空席を埋める目的の割引運賃の導入が開始された。国際線の低額航空運賃は、1977年にレーカー航空がロンドンとニューヨーク路線に大西洋横断路線格安運賃を提供した。そして1978年にアメリカのジミー カーター政権で路線開設自由化、すなわち本格的な規制緩和が始まり、アメリカの国内線と大西洋路線を大幅な割引運賃で運航するピープル エクスプレスが登場したのである。両社とも大西洋路線をドル箱とするパンアメリカン航空、および、欧州側ではやはりこの路線の既得権を維持する目的で英国政府の介入により破綻してしまった。すなわち、第二次世界大戦後の世界の航空の枠組みを決めたシカゴ体制、および、各国の航空輸送のモデルであるバミューダー協定³⁾を成立させたアメリカ政府、および英国政府と、民間航空会社の航空運賃に関する攻防が開始したのである。日本においては、当時は国策会社ともいえる日本航空が IATA 運賃を守り、また45/47体制⁴⁾により国際線は日本航空、国内幹線と国際チャーター便は全日空、国内地方路線は日本エアシステム（東亜国内航空）と運航路線が分化され競合を避ける状態であり、航空会社間の競争は回避されていたのである。

1. 1 日本における格安航空運賃の登場

上記の理由により、日本では国際線に格安運賃を提供する土壌が醸成されなかったといえる。また、プラザ合意の後の円切り上げに

より、日本では国内に蓄積した外貨を民間が消費する、つまり日本人の海外旅行を奨励する「テンミリオン計画」の影響で、日本発着の国際線の90%以上は日本人という特殊な環境を継続しており、出国客がそのまま帰国客として航空座席を占拠する状態が続き、航空会社にとっては、運賃を低廉化する必要性はなかった。しかしながら、アジアでは大韓航空やシンガポール航空など、当時 IATA に所属していない航空会社が規程運賃を下回った価格を市場に提供していた。また通貨価値の低い国で航空券を発券すると同じ路線でも安いという状況も生まれていた。例えば、東京とフランクフルトのエコノミー往復普通運賃が約40万円であった時代に、韓国発東京経由フランクフルトの往復で発券して円で換算すると日本で発券した価格よりも3割ほど格安になり、これを輸入して日本で販売する輸入航空券なども登場し、最終的に当時の運輸省から規制された。そして、日本にも1994年に正規割引運賃（ボックス運賃）、すなわち航空会社が消費者に提供できる割引運賃が導入されたのである。これは個人客用の割引であるが、航空会社が旅行代理店用に団体割引航空券としてパッケージツアー用に卸していた価格と、正規運賃の格差を是正するために政府が規制緩和を行い認可したものである。一般に団体割引航空券は、旅行業界ではGV20、GV30などの名称で、これは正規運賃で往復40万円のところを例えば20名集客した場合は、30万円、30名の団体旅行には20万円と集客人数で割引率が確定しているものである。旅行代理店は、卸値で購入した航空券に宿泊や観光を加えてパッケージツアーとして消費者に提供するわけである。旅行代理店のパッケージ旅行を購入する時に、そのツアーの出発日に「20名以上で催行」などと記され、それ以下の場合は航空券の卸値が高くなるため旅行代理店もパッケージ価格を上げないと採算があわないというマーケット構造が出来

上がっていた。そして本来は、団体旅行に使用するべき団体割引航空券を、パッケージ旅行商品ではなく、個人消費者に販売するビジネスモデルを確立したのが、エイチ アイ エスに代表される、格安航空券の販売会社である。団体旅行のように同一日程で航空会社を利用するが、旅客は航空機が同じだけで、団体行動をとるわけではない。この販売方法が定着したために、正規航空運賃の公定価格と市場の実勢価格の差が大きくなり、IATA のカルテル運賃と呼ばれる正規運賃の値崩れが起きたわけである。

このように、航空運賃を自由化する試みは民間レベルで試行錯誤の結果市場に広がったが、航空運賃の規制緩和が加速したのはインターネットの登場による。

インターネットはサプライヤーである航空会社と消費者を直結し、中間マージンをとる代理店を介在させる必要がないため、航空会社もオンライン予約の場合の特別割引運賃を提供するようになった。インターネットは航空券の流通プロセスを変えつつあるが日本の航空券販売市場においては、欧米の現状と比較すると、消費者の習熟度は10年ほど遅れていると言わざるを得ない。

アメリカで商用にインターネットが使用されたのは1988年であり、すでに規制緩和が行われていたアメリカや欧州先進国では航空座席をインターネット上に解放し、運賃も需給バランスで上下させて消費者がネット上から予約してクレジットカード決済ができる構造が出来上がった。しかし、日本においては、前述のように正規割引運賃が導入されたのは1994年であり、インターネット利用もマイクロソフトがウインドウズ95を発表した頃から徐々に浸透し始めたわけである。日本市場においては、当時航空会社は航空券の販売数の98%を旅行代理店に依存していた状態であり、国際線航空券を消費者が直接インターネット利用で購入するという土壌は皆無で

あった。欧米では、国内線や短距離便の往復航空券の格安運賃、つまり週末割引などの各条件下で半額以下になるような運賃が80年代には導入されていたが、日本では「JAL 悟空」や「ANA 早割」のような条件付き格安運賃が登場したのは90年代半ばである。つまり、航空会社が市場の需給バランスをみながら運賃を変動させ、消費者が自己責任で航空券を購入する土壌が育つには、日本市場は遅れをとっている状態であり、インターネットでの航空券の直接購入は、低い状態である。

普通運賃の航空券は、旅客へのフレキシビリティを確保するものである。すなわち、普通運賃は金券の役目を果たし、例えば日本航空で購入したヨーロッパ往復普通運賃の航空券を所持していれば、スケジュールの都合で乗客がエールフランス等の他社便での飛行を希望すれば可能である。これが割引運賃になると、not endorsable（振り替え不可能）、not refundable（換金不可能）等の制約がつく。これはデパートでバーゲン品を購入すると、「返品不可」と注意書きがある状態と似ている。すなわち乗客は、制限付きの航空券であることを納得の上、自己責任で購入するわけである。一方、航空会社側としては、市場に出回る各種の格安航空券を利用する乗客に対し、機内サービスにおいては、エコノミー客には、例え購入した運賃で格差があったとしても平等に機内食や各種サービスを行うことが当然とされていた。これを根底から合理的にくつがえしたのが、Low Cost Carrier LCC とよばれる格安航空会社の登場である。

2. 格安航空会社（LCC）の背景

LCCのビジネスモデルは米サウスウエスト航空で、1971年の創業以来、昨年の燃油高騰問題が起きるまで、赤字を計上しなかった企業として評価されている。LCCは圧倒的な低費用を実現するための生産モデル、また

新しい顧客セグメントに新サービスと価格の組み合わせを提案するマーケティングモデルを組み合わせたビジネスモデル⁵⁾である。特徴としては、1. 使用機材の統一、2. 大空港を避けて近郊の第二次空港の利用、3. サービスの簡素化 4. 設備を簡素化した空港ターミナル 5. インターネット販売と電子チケット活用などが挙げられるが、この制度を成功に導くためには、従業員のロイヤリティーに支えられていることが重要なファクターである。

2. 1 使用機材の統一

一般に大手航空会社は大型機から小型機まで多様な航空機のシリーズを配備しているが、LCCは、ボーイング B737、またはエアバス A320シリーズなど、中小型機で一機種に統一している。単一機種を一括購入することにより機材購入コストを抑え、また部品購入、メンテナンスコストおよび乗員の訓練コストを抑えるためである。

2. 2 第二次空港利用

大空港を避けて近郊の第二次空港を利用
既存の航空会社が乗り入れている混雑した大空港を使用せず、大都市周辺の第二次空港（Secondary Airport）に乗り入れることで、折り返し時間の短縮による多頻度運航、定時性を実現して航空機を有効活用する。また、これまで利用されなかった第二次空港（大都市近郊の軍用空港等）に乗り入れることで空港管理者から空港使用料の割引や補助金を得る。

2. 3 サービスの簡素化

機内清掃の簡素化により空港での滞在時間を減少させ折り返し時間の短縮を実現、また座席クラスはエコノミークラスに統一している。また機内誌、新聞、機内食の搭載等の無償サービスおよびマイレージポイントの提供

や座席指定は廃止しているため、ノンフリル（装飾のない）エアラインとも称される。航空券の払い戻しおよび出発時間の20分前に到着しない乗客は自動的に無効。機内のオーバーヘッドビン（頭上の荷物入れ）には他企業の広告宣伝を出して広告収入を得る、また大手航空会社では座席ポケットに安全ガイドのパンフレット等が常備されているが、これは、座席の背に添付してある。

一般に、座席シートが革張りのLCCが多いが、これは布張りよりも耐久性があるからであり、座席がリクライニングしない航空会社もある。これは欧州のライアンエアであるが、椅子のリクライニング不具合の修理費が年間何万ユーロにもなることを重視し、リクライニング機能がなければ故障も起きないという逆説的な発想で、短時間の飛行便は乗客が直立であっても運賃が安ければ納得すると導入したものである。

2. 4 設備を簡素化した空港ターミナル

LCCはハブ空港（大都市拠点空港）ではなく、第二次空港に乗り入れているが、欧州では1985年にライアンエアが、ロンドン郊外のスタンセッド空港を拠点として誕生し、この会社はヨーロッパ大陸内では、ドイツのフランクフルト空港から120kmほど離れた軍用空港であるフランクフルト・ハーン空港を基地としている。同じくイーজেットはロンドン郊外のルートン空港を拠点としている⁶⁾。基本的にターミナルは簡素であり、ターミナルから航空機に搭乗する乗客はボーディングブリッジではなく徒歩で向かう。LCCを利用する顧客は、非業務、レジャー、価格に敏感な中小企業のビジネス利用な、既存の航空会社とは異なる顧客層をターゲットとしている。アジアにおいては、シンガポールやクアラルンプールでは大空港内に、別途格安専用ターミナルを建設しているところもある。

2. 5 インターネット販売と電子チケット

LCCの特徴として、消費者が個人のパソコンから予約し、クレジットカード決済の電子チケットで飛行する、すなわち予約から発券まで人間の手を煩わすことなく、人件費を削減できるシステムになっている。インターネット販売を最初に手掛けたのは1999年のアメリカのジェットブルーが先駆的であるが、欧米の航空会社では90年代半ばから電子チケットの実験が行われていた。例えば、ルフトハンザ ドイツ航空では、1995年にフランクフルトとベルリン間で、搭乗口の専用機械にクレジットカード形式の顧客カードを読み込ませる実験を行っている⁷⁾。日本の航空会社でも、現在では国内線、国際線でカードによるセルフチェックイン、および紙の航空券は廃止して電子チケットに移行しているが、欧米からは導入が遅れているため、特にLCCのようにインターネット販売が必須のビジネスモデルに対応するためには、消費者の習熟が必要と思われる。

LCCは画期的な格安運賃を提供している。欧州のイーজেットでは、既存航空会社では往復500ユーロ以上するロンドンーパリ間を、0.99ユーロで提供すると宣伝し、ロンドンーニューヨーク間を10ユーロで提供すると宣伝している。アジアのLCCであるエアアジアXは、もし日本に就航した場合は、クアラルンプールと日本間を5000円で提供すると発言した⁸⁾。これは全席をこの格安価格で提供するわけではなく、例えていえば量販店の電化製品の広告のようなもので、消費者をとらえるキャッチコピー的なものであり、全席を格安で提供しているわけではない。同様の座席でも購入時期により破格の低運賃であり、又、混雑してくれば大手航空会社と同じ運賃に上昇することもある。これは欧米のように航空運賃が多様化し、消費者が自己責任でインターネットを通じ直接購入するマーケットでは受け入れられるが、日本の場合は

特に国際線に関しては8割以上の旅行者が旅行代理店へ依存している市場では、LCCが育つ土壌として疑問が残る。

現在、欧米は勿論、アジアでは多数のLCCが乱立しており、日本市場に興味を示すLCCは、図1のようになる。

3. 日本におけるLCCの可能性

日本では、90年代に航空規制緩和をうけて、低運賃を提供する新規航空会社としてスカイマークや北海道国際航空が起業している。しかしながら、格安航空会社とは名乗っていない。日本のマーケットの特性として、日本人はブランド志向が強く、「安かろう、悪かろう」というイメージを払拭したいという理由もあるが、低運賃は提供してもビジネスモデルはLCC本来のものではなかったのである。スカイマークの場合は、東京－福岡間で、新聞や飲み物のサービスを行わなかったが、乗客がクレームし、また、最終的には日本航空や全日空が同様の低運賃を提供開始したので、競争力が失われた。他の新規航空会社も機材不足や大手航空会社との価格競争に敗れ、経営不振に陥った事情がある。また航空運送に関わるインフラ面、コスト面が日本では高く、結果的に格安運賃の提供が困難であった。

2007年に関西国際空港に就航し、2008年末から成田に運航しているジェットスターは、

自らをウェブ上で「ローコストキャリア世界ナンバーワン」と名乗っている。この会社は、豪カンタス航空の子会社であり、カンタス航空が既存路線を安い運賃と簡易なサービスで代替運航するために新しいブランドとして日本に参入したもので、本来のLCCとは異なるビジネスモデルである。すなわち日本とオーストラリアを運航しているカンタス航空が、日本市場を研究した結果、乗客が優雅な旅を求める階層と安い運賃を求める階層に2極化していることに着目し、サービスを削減して低運賃を提供する「ローコストLCC」をトレンドとして情報発信しているものである。例えば、成田－ケアンズ5万円と宣伝しても、実際は機内食に片道2食3,000円、毛布と枕等のアメニティーキットに600円、機内エンターテインメントに900円が追加料金としてかかり、燃油サーチャージを数万円支払う場合、日本航空が提供する機内サービスを含んだ割引運賃と変わらず、「ローコストキャリア」とは名乗れない。また、LCCは、座席をすべてインターネット上に公開し、消費者が自宅のパソコンから直接購入できることが特徴であるが、ジェットスターの場合、旅行代理店に座席を卸し販売促進料を支払っている現状からみると、LCCとは言えない。

3. 1 LCCと大手航空会社のコスト比較

2003年から2005年にかけて運輸政策機構によるLCCと日本の航空会社のコスト面を比

国	会社名	資本	運航開始	路線基地	機材
オーストラリア	ジェットスター	QA	04・4月	メルボルン	A320
マレーシア	エアアジアX	複合	01・11月	マレーシア	A330
韓国	エアコリア	KE	08・5月	仁川	A300
中国	イーストスター	東星	06・5月	武漢	A319
中国	スプリング	春秋	05・6月	上海	A320
インドネシア	ライオンエア	R. Kiranal	00・6月	ジャカルタ	B737

(出典 トラベルジャーナル)

図1

較した調査記録を参照する（図2）。

結論からいえば運航乗員費はさほど変わらないが、営業費用と販売管理費で大きな差があることがわかる。機材調達費と整備費も日本は高い。運輸政策機構の2007年度調査では、アジアのクアラルンプールを基地とするエアアジアXと、シンガポール等のアジアのフラッグキャリアの平均値、および6大ネットワークキャリア（エールフランス、ルフトハンザ プリテイッシュエウエイズ等世界ネットワークをもつ大手航空会社）及び日本航空を比較している。これは全体的な総費用をASM（Actual Sales Miles）⁹⁾で割りドルベースの費用を出している。

運航乗員費に関しては、LCCのビジネスモデルであるサウスウエスト航空がすでに従業員第一主義、すなわち低運賃は人件費をおさえるのではなく、他の諸経費を抑えることで従業員満足と忠誠心に支えられて成長したといわれるが、エアアジアXも運航乗員費は落していない。これは日本の航空会社の企業努力で人件費が下がったこともあるが、差は小さいのである。低運賃を提供する航空会社は給与が低く、乗員の技術も低いので安全性に問題があるなどという報道は、根拠はないわけである。

大きな差がでている営業費用であるが、世界各国に支社や店舗を展開する大手航空会社とインターネット販売に特化しているLCCでは格差が著しいが、問題なのは販売管理費

である。航空会社は搭乗率7割で採算があうと一般には言われているが、提供座席が300から400席の大型機材を年間にわたり搭乗率を平均7割以上に保つことは不可能である。繁忙期には満席であるがオフシーズンには旅行代理店の力で趣向を凝らしたパッケージツアーで座席を埋める必要がある。提供座席をまとめて代理店に卸して営業する流通の構造は、インターネット時代になっても変化はしていない。特に日本では海外旅行に関して個人旅行の比率は増えたといっても、欧米に比べると小さく、日本市場においては航空会社が代理店に販売促進費を支払って航空券の販売を委託する状態にある。欧米の航空会社は旅行代理店にコミッションを支払わないと宣言しているが、販促費という名目で、売上高に対するインセンティブやキックバックは継続している。この点で、航空会社と旅行代理店は現在のところ共存共栄路線を歩んでおり、消費者主導にはなっていない。

4. まとめ

アメリカでは1978年のカーター政権における航空規制緩和、欧州においては1993年にEUの航空完全自由化、そして21世紀に入るとアジア諸国でも航空自由化が進んでいる現在、常にソフトランディングを目指してきた日本の航空政策の是非が問われている。欧州では、2008年に締結された米欧間の航空路線

	空 港 使用料	機 材 調達費	整 備 費	運 航 乗員費	営 業 費用	機 内 サー ビス費	販 売 管理費	施 設 使用料
エアアジア X	0.11	0.60	0.59	0.58	3.83	0.08	0.59	0.11
アジアフラッグ キャリア	0.75	1.18	0.99	-	7.83	0.90	-	0.75
6大キャリア	0.32	0.92	1.12	1.21	12.07	1.11	0.98	0.32
日本	0.93	2.68	1.62	0.78	15.64	1.25	1.82	0.93

（運輸政策機構調査2008から著者作成）

図2 LCC エアアジアとのコスト比較（2003年－2005年）

自由化（オープンスカイ協定）に伴い、欧州連合（EU）内の航空会社は大西洋路線で本国以外からの発着を自由に設定することが可能になったため、例えば英国のブリティッシュ エアウエイズはバリーニューヨーク間など本国以外からの航空路線拡充を行い、国境をまたいだ各社の競争が加速している。欧州委員会は自由化により「120億ユーロ」（約1兆9000億円）の経済効果を予測している。

東アジアにおいては ASEAN 諸国が航空市場の統合は経済統合の重要な手段と位置づけ 1995年には ASEAN 首脳会議でオープンスカイ政策の推進で合意し、2002年には域内の航空貨物暫定自由化を実現、2003年以降は段階的自由化の工程を発表、その計画は2008年を目途に一部の航空輸送と対象に暫定自由化、2010年には国際拠点空港に乗り入れる航空輸送に関して「第五の自由」を伴った航空自由化の実現、2015年には単一航空市場の実現をあげている。そのため、現在では多くの LCC が運航を開始し、高所得者層のみならず平均所得者層を巻き込んだ新たな航空需要をもたらしている。ASEAN 域内では、欧米の LCC のようにインフラ整備の遅れから第二次空港が存在せず、拠点空港に LCC 専用ターミナルを併設しているが、これはクアラルンプール国際空港、シンガポールのチャンギ国際空港、タイのスワンナブーム国際空港が欧米の拠点空港のように混雑しておらず、また着陸料も安いというアジア特有の事情である。また、上記の空港が飛行時間 4 時間弱で結ばれる距離にあることも LCC の運航に適している。

一方、経済大国である日本、中国、韓国は政治的、感情的な溝もあり、共同体意識は全く醸成されていない。政治的不信および経済的利害に関する相手国への警戒からか ASEAN 諸国に比べ動きは鈍い。航空輸送が国家、地域の経済的競争力を高める手段であることを共通認識とすることが求められる。

日本における航空自由化は安倍政権における「アジアゲートウェイ構想」に基づくものであり、地方空港は容量に応じて規制をと き、2010年には首都圏空港の容量拡大がうたわれているが、実際に現在97ある地方空港の疲弊状況、および日本航空の国内路線の約5割が採算以下であるという状態で、検討課題は山積している。日本の政権が民主党に代わり、前原国土交通大臣が羽田空港のハブ化の発言をしたため、成田空港や関西国際空港を擁する地域と物議をかもししたが、成田、羽田を中心にした首都圏空港の構想はすでにあり、新しいことではない。

現在 LCC の躍進は、米市場の35%、欧州市場では30%を占めており、東アジアにも台頭している。日本の地方空港にアジアの LCC を誘致する、または地方空港の利用促進にむけて外資制限の緩和なども検討すべき課題ではあるが、前述のように、果たしてインフラコストの高い日本で、本来の LCC のビジネスモデルを展開可能か否かが問題である。

政策と制度に関しては、空港制度改革と空港運営の柔軟化による、空港使用料の弾力的適用なども、検討課題であり、また、アジア自由化の進捗次第では、地方空港の利用促進に向けての外資制限の緩和と、海外ベースの進出による事業展開の拡大などを視野に入れて検討することが課題である。

引用文献

- 1) www.asahi.com/business/topics 2009年 9月18日
- 2) 全国地域航空システム推進協議会「地域空港の果たす役割」2008年10月
- 3) 1946年米英が大西洋上のパミュューダで締結した航空協定で、現在の2国間協定の基礎となった
- 4) ANA 総合研究所「航空産業入門」日本航空、全日空、東亜国内航空の三社体制

- 5) 山内弘隆「地域航空フォーラム」2007
- 6) Lufthanseat vol. 985 2005 P4
- 7) Lufthanseat vol. 685 1995 P6
- 8) 東洋経済 2007 4月7日号 P58
- 9) 有償販売座席マイル

参考文献

- 高橋広治「東アジア航空市場とローコストキャリアの将来像」国土交通政策研究所 2008
- 岩野秀一「日米航空午会の市場特性から得られるインプリケーション」Misuh Industry Focus Vol.26
- 村上英樹・加藤一誠編「航空の経済学」ミネルヴァ書房 2003

- 花岡伸也「ASEANの航空-自由化とローコストキャリア」『ていくおふ』ANA総合研究所 116号 2006
- 中条 潮「新規参入航空会社をめぐる政策課題」『運輸と経済』2006
- OUM T.H. and Y.H. Lee “The Northeast Asian air transport network: is there a possibility of creating Open Skies in the region?” *Journal of Air Transport Management* 8, PERGAMON pp.325-337
- Park, Y. “An analysis for the competitive strength of Asian major airports” *Journal of Air Transport Management* 9, PERGAMON, pp.353-360