

日本と中国間のビジネス旅客流動の実態分析*

An analysis of business traveler flow from Japan to China *

三輪英生**・屋井鉄雄***

By Hideo MIWA**・Tetsuo YAI***

1. はじめに

近年、旺盛な日系企業の中国進出と日中貿易の増加を背景に、中国へのビジネス航空旅客は大幅に増加しており、また今後とも増加することが予測されている¹⁾。ビジネス航空旅客は時間価値が高いため、航空企業の新たなサービス展開や、それに対応した空港整備計画の構築を行うにあたって、ビジネス航空旅客需要を把握することは重要である。しかし、同じビジネス目的の旅客であっても、中国への進出事業（業種）によって、出張の目的や訪問先、頻度は多様なはずであるが、これまでビジネス航空旅客について詳細な実態調査は行われていない。

本研究では、ビジネス旅客の需要構造を把握し、将来需要の推計に資することを目的とし、まず2章でビジネス旅客の背景である中国へ進出している企業について整理しておく。3章では企業ヒアリングと旅客アンケートによって、ビジネス旅客の出張内容（目的や訪問先）や頻度を左右する要素は、進出企業の業種や事業段階であることを明らかにする。この結果を踏まえ、4章ではビジネス旅客の業種別需要（就業者1人あたりの旅客数原単位）の算定を行い、事業段階による変動を推計するため継続調査の必要性を示す。最後に5章でまとめを示す。

2. 日系進出企業とビジネス旅客

中国は米国を抜き最大の貿易相手国となっており、日系企業の現地法人^{注1)}が最も多い国である²⁾（図-1）。中国へ進出している日系企業は、7割強が繊維や化学、電機、機械などの製造業であるが、近年では、卸売業や情報通信・運輸業などの非製造業も増加してきている（図-2）。

*キーワード：ビジネス航空旅客、関西国際空港、中国

**学生員、工修、株式会社ニュージェック

(〒135-0007 東京都江東区新大橋1-12-13)

TEL:03-5625-1798, E-mail:miwahd@newjec.co.jp)

***正員、工博、東京工業大学大学院総合理工学研究科

人間環境システム専攻（横浜市緑区長津田町4259）

TEL:045-924-5615, FAX: 045-924-5675)

こうした日系企業の進出を背景に、日本人ビジネス旅客の3割以上が中国を目的地としており、中国への旅客の約半数がビジネス目的となっている³⁾（図-3）。

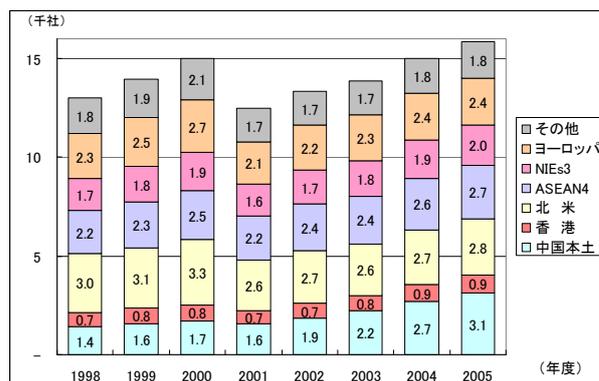


図-1 日系現地法人企業数

出典：海外事業活動基本調査(経済産業省)

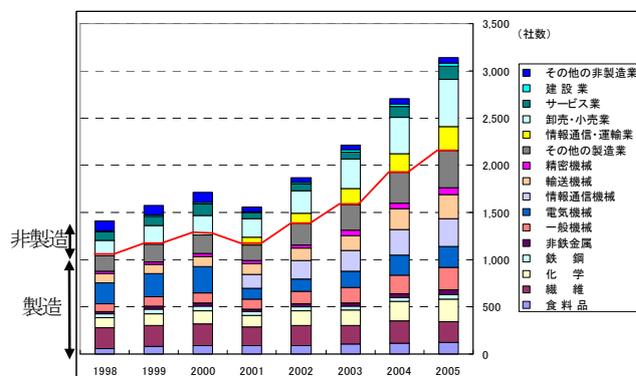


図-2 日系現地法人企業数 (中国本土)

出典：海外事業活動基本調査(経済産業省)

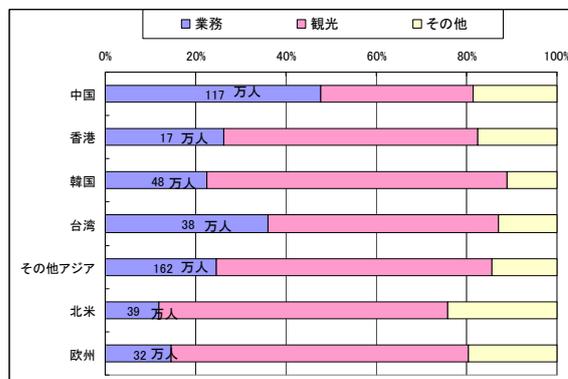


図-3 訪問国別ビジネス旅客

出典：平成17年度国際航空旅客動態調査(国土交通省)

3. 中国向けビジネス旅客の需要構造の分析

(1) 分析方法

中国へ企業進出を行っている企業へヒアリングを行い、企業進出に伴う出張の内容（目的や訪問先）や出張頻度などの概要を整理した。次に整理結果をもとにビジネス旅客のアンケート調査を行い、需要構造の分析を行った。なお、中国向けビジネス旅客数が多く、割合も大きい関西国際空港（図-4）を利用している企業とビジネス旅客を対象とした。

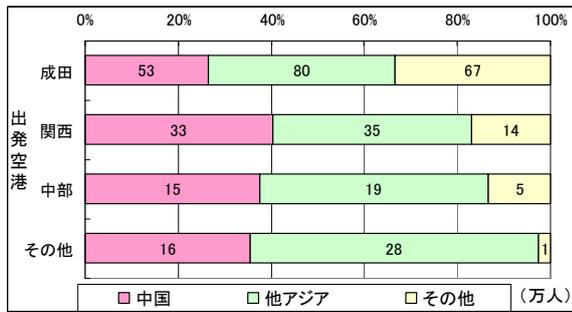


図-4 ビジネス目的の訪問先国（出発空港別）

出典：平成17年度国際航空旅客動態調査(国土交通省)

(2) 企業ヒアリングによる概要把握

a) 対象企業

対象企業として、工場立地を伴う伝統的な進出形態である製造業から1社、その他、近年の増加傾向にある非製造業から3社抽出した。

表-1 対象企業

	業種	主要業務	特徴
A社	製造業（食品）	・中間製品の製造 ・在中日系企業へ販売	工場立地を伴う製造・販売（伝統的）
B社	卸売業	・在中日系企業へ繊維・化学品の卸売	非製造業の代表業種
C社	小売業	・中国現地でのレストラン立地	中国国内市場を対象とする（新展開）
D社	運輸業	・在中日系企業の配送下請	増加傾向にある業種

b) ヒアリング結果

業種によって、中国での事業内容が異なるので、必然的に出張の目的や出張頻度は異なる。さらに事業段階が進展することによって出張の目的や出張頻度は変化するが、変化の仕方は業種によって異なることも分かった。ヒアリング結果の概要は以下に示す。

製造業A社：本国企業の営業実績を前提に、工場設立の立地調査から始まる。工場建設が始まると、多くは長期出張者（駐在）が行うが、技術指導や進捗確認のために出張者数は増加する。工場建設後は、一般的な業務のみであり、出張者数は減少する。

非製造業3社：現地法人設立の必要性調査から始まるため、製造業よりも企画・調査の期間は長い。設立決定後は、卸売業B社や運輸業D社では契約行為を行うことが主であり、出張頻度が多くなることは特にない。立ち

上げが終わった後も、現地での営業活動を行うため出張頻度が減少することは少ない。

(3) 旅客アンケートによる分析

企業ヒアリング結果に基づき、出張内容や頻度に大きな影響を及ぼす要因である業種と事業段階に着目し、ビジネス旅客へのアンケート調査を行った。

a) アンケート調査概要と回収数

- ・実施時期：平成19年10月23日（火）～25日（木）
- ・実施場所：出国審査終了後の搭乗待合所及びラウンジ
- ・調査項目：

出張行程（訪問都市・期間・同行者数・直近1年間の出張回数・訪問先・目的）、勤務先（業種・所在地・従業員数）、プロジェクト（内容・事業段階・期間・出張回数・開始時期）、利用意向（利用座席クラス・ビジネスジェット/LCCの利用意向）、個人属性（性別・年齢）

・事業段階の設定：

中国でのプロジェクトの事業段階を把握するため、①企画・調査、②立上げ段階、③一般業務の3段階と④その他と設定した。

・業種分類の設定：

進出企業は在中日系企業や日本国内企業との結びつきが強いことを踏まえ、日本市場および日本（日系）企業との関わり（①輸出先、②調達元、③現地生産協力企業）⁴⁾と進出企業数を考慮して業種分類の設定を行った。

- ・回収数：有効回答数は323票（うちラウンジ票19票）（図-5、6）。

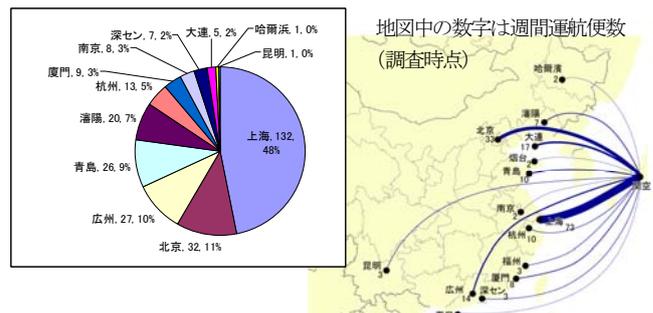


図-5 回収数（訪問都市別）

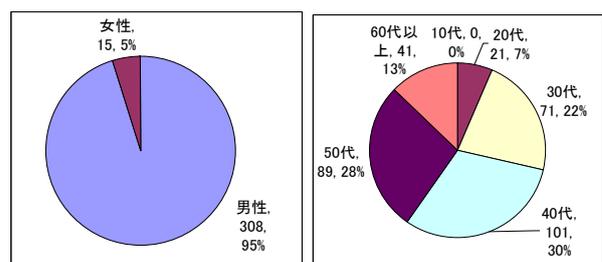


図-6 基本属性（性別・年齢）

b) 業種による出張内容の違い

業種によって出張内容は様々である。製造業では現地法人・支店や提携企業への社内会議・進捗確認や技術指導、監査が多く、非製造業では商談や市場調査・情報収集が相対的に多い傾向にある(図-7, 8)。なお、1回の出張に出張目的や訪問先が複数ある場合もあると考えられるため、複数回答可とした。

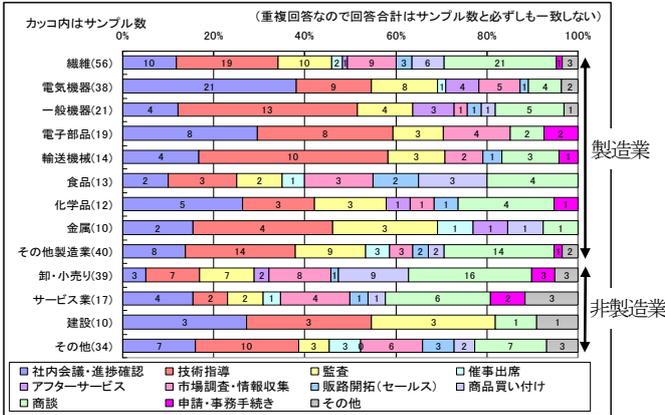


図-7 出張目的 (複数回答)

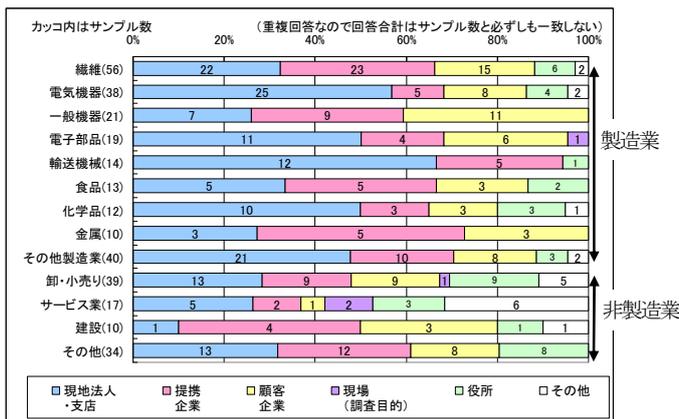


図-8 訪問先 (複数回答)

c) 事業段階による出張目的の違い

企画・調査では市場調査，立上げ段階では技術指導が多くなっており，一般業務では社内会議と商談，技術指

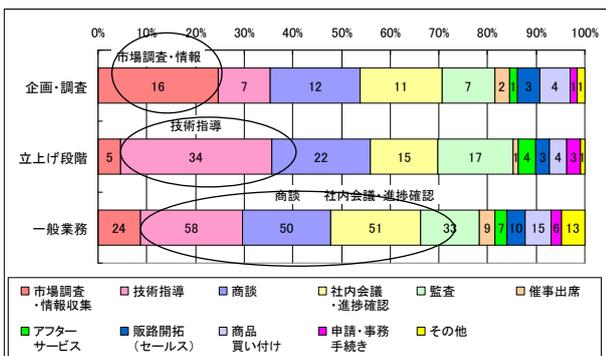


図-9 事業段階による出張目的の違い

導が同程度の割合になっている(図-9)。

企画・調査の段階にある事業は立上げ段階へ，立上げ段階の事業は一般業務へと，今後の事業の進展によって段階が進み，新たに企画・調査から始まる事業も加わるなど，出張内容は変化していくと考えられる。

d) 業種・事業段階による出張頻度の違い

各事業段階における「これまでの出張回数」を「これまでで要した期間」で除したものを『出張頻度』として算定し，業種と事業段階による違いを整理した(図-10)。

製造業では，企画・調査，立上げ段階で要した期間が相対的に短く，立上げ段階での出張頻度が大きい(企業ヒアリング結果と合致する)。非製造業では，逆に企画・調査，立上げ段階で要した期間が長く，立上げ段階の出張頻度が小さくなっている。なお，出張頻度の算定は年間拡大等の統計処理を行っていないデータを用いたものであり，また非製造業はサンプル数が少ないことに留意が必要である。

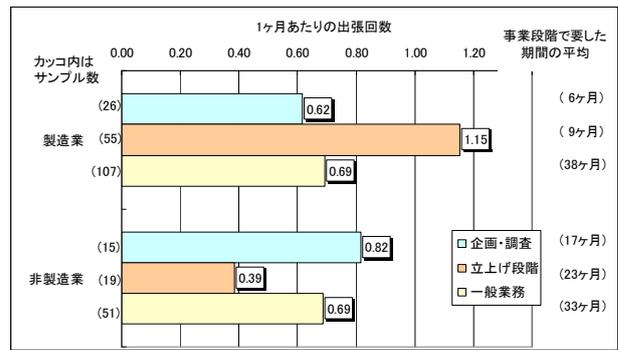


図-10 出張頻度 (業種・事業段階別)

e) 同行者数

同行者数0人の単身出張が半数で，同行者数1人を含めると8割を占める(図-11)。前項で推計した出張頻度が高い場合(2回/月以上)に，単身出張の割合が高い傾向がある。

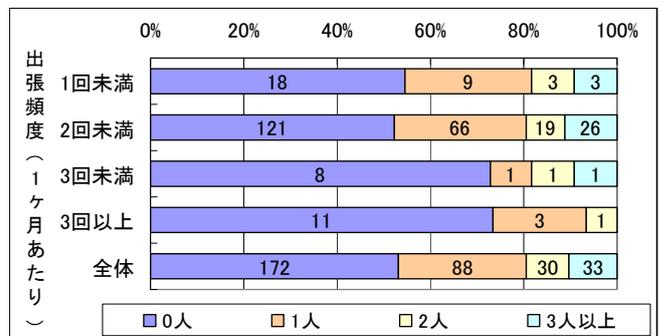


図-11 同行者数 (出張頻度別)

注:「全体」は出張頻度不明のサンプルを含む

4. 業種別ビジネス旅客需要（原単位）の算定

(1) 業種・事業段階別ビジネス旅客数

国際航空旅客動態調査⁵⁾では、平成19年度調査より、業種と事業段階の調査項目が追加されている。この速報値（週拡大値）によると、関西空港発中国向けの製造業の割合は7割強で、繊維や電気機器の旅客数が多くなっている（図-12）。先述の日系進出企業（全国計）と比較すると、繊維や電気機器の製造業の旅客数の割合が多く、関西空港では両業種の利用が多いことを示している。

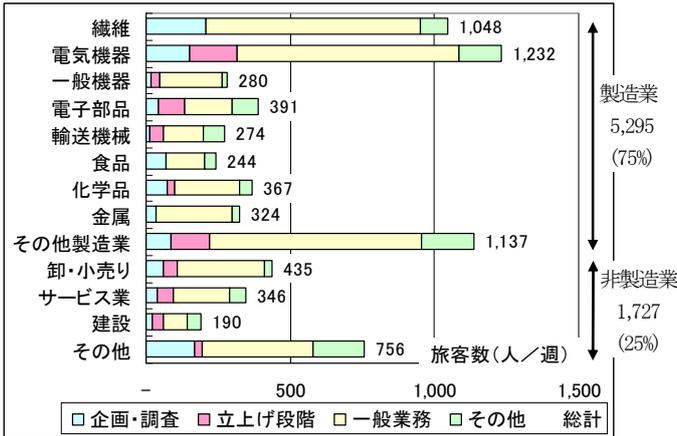


図-12 業種・事業段階別ビジネス旅客（関西発中国向け）
出典：平成19年度国際航空旅客動態調査速報値(国土交通省)

(2) 業種別ビジネス旅客需要（原単位）の算定

a) 原単位算定の目的

関西空港の母都市である大阪府では繊維や電気機器の製造業の就業者数が多いため、業種の特性として需要が多いのか、総数が多いのか半別できない。旅客数を就業者数で除した原単位を算定することにより、業種ごとの比較を行う。

b) 業種別就業者数に対する原単位の算定

関西空港が位置する大阪府を例として取り上げ、大阪府在住者の旅客数を、大阪府の就業者数⁶⁾で除した原単位を算定した（図-14）。

繊維や電子部品、電気機器の製造業で、就業者1人あたりの年間旅客数が多い。電子部品や輸送機械は、就業者数は少ないが、就業者1人あたりの出張頻度は高く、化学品や金属、食品では逆であることを示している。また非製造業は、就業者数は多いのに比して出張頻度は少ないことがわかる。

c) 継続的な調査の必要性

前章で示したように、出張頻度は事業段階によって大きく変化する可能性があるため、今後の事業段階の進展によって原単位は変動していく可能性が高い。今後、同

様の調査を継続的に行い、事業段階と旅客数の変化の蓄積データの分析を行うことにより、事業段階を説明変数に組み込んだ将来原単位の推計モデルの構築が必要である。

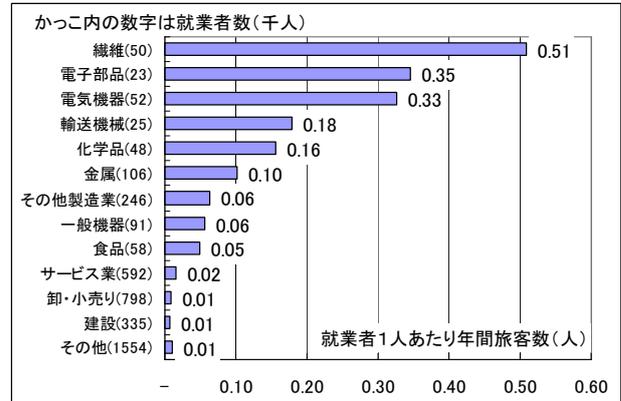


図-13 就業者数に対するビジネス旅客数（大阪府）

注:週拡大値を52倍して年間旅客数とした

5. まとめ

ビジネス旅客の出張目的や訪問先、出張頻度は、業種によって異なっており、また事業段階の進展によっても変化することを示した。特に立上げ段階において、出張頻度が大きく変化し、業種によって増減の仕方が異なる可能性を示した。

業種別就業人口あたりの旅客需要（原単位）を算定し、業種による出張頻度の違いを定量的に示した。今後は、この原単位の地域比較による潜在需要の推計の検討や、事業段階を組み込んだ将来の原単位の推計方法の検討を進めていく。

関西空港でのアンケート調査および企業ヒアリングは関西国際空港株式会社の協力のもとに行った共同プロジェクトである。また、国土交通省航空局のご協力により、平成19年度国際航空旅客動態調査の速報値をご提供頂いた。ここに感謝の意を示します。

注

注1) 現地法人とは、日本の出資比率10%以上の子会社か、50%以上子会社の出資比率50%以上の孫会社をさす

参考文献

- 1) 交通政策審議会第9回航空分科会資料。
- 2) 経済産業省：海外事業活動基本調査，1997～2005。
- 3) 国土交通省：国際航空旅客動態調査，1989～2005。
- 4) 日本貿易振興機構（JETRO）：進出企業実態調査アジア編～日系製造業の活動状況，2002。
- 5) 国土交通省：国際航空旅客動態調査(速報値)，2007。
- 6) 総務省：国勢調査，2005