

“NBAA/BACE”に参加し“JA2021”へ出展を勧誘

2021年国際航空宇宙展（JA2021）の出展者勧誘のため、2019年10月22日（火）～24日（木）にラスベガス・コンベンションセンターとヘンダーソン空港にて開催された「2019 NBAA(National Business Aviation Association) Business Aviation Convention & Exhibition (2019 NBAA-BACE)」に参加したので報告する。

1. 2019 NBAA-BACEの概況

(1) 開催概要

開催日程：2019年10月22日（火）～24日（木）

開催場所：ラスベガス・コンベンションセンター（屋内展示、数機の実機展示を含む）

ヘンダーソン空港（エプロンでの機体展示）

主催者：全米ビジネス航空協会（National Business Aviation Association）

会員数が法人、個人を合わせて1万1千を超えるNBAAが毎年開催しているビジネス航空業界で世界最大規模を誇る本エアショー・展示会であり、近年はフロリダ州オーランドとネバダ州ラスベガスで持ち回り開催されている。

参加者：2万3千名（開催前の主催者予測）

(2) 展示会の概況

会場は、ラスベガスの中心にあるコンベンションセンターの中央棟と北棟を屋内展示場として、ラスベガスの中心空港の南に位置するビジネスジェットを中心に運用されているヘンダーソン空港のエプロンでの機体展示および展示・招待飛行を行い、1000社・団体以上の出展と100機以上の実機展示が行われた。

NBAAの展示の中で最も広い展示面積を確保し、予算をかけ凝った装飾を行っているのは運航支援業者（FBO：Fixed Base Operator）と呼ばれるビジネス機運用に関連するサービ



ス業であった。これはFBOがビジネス機業界の中で最も利益を上げていることを反映しており、出展会社数も最多との印象である。FBOの中には商用航空の運航会社のように機体を所有し、乗客にチャーター便やタクシー便を提供する業者と、ウエットサービス（機体は所有しないが、パイロット手配や整備等の運航の全てを請け負う）をオーナーに代わって行う業者、運行情報・手続きの支援、給油サービスや運航計画、気象サービスに特化する業者、空港や駐機場所を提供する地方自治体など、業務形態には多くの差異が見られ、FBOの業としての主体も国、州、地方自治体、組合、協会、企業など実に様々である。中には旅行手配と考えられる乗客のビジネス機手配に合わせてホテルやレンタカー手配まで行う移動コンシェルジュ・サービスを提供する業者もある。FBOで利益が最も出ているサービスは燃料販売だと言われている。2番

目に勢いがあるのがOEM（機体やエンジン）、その次にはMRO（整備、修理・改造）サービス、それに続くのは内装機材の設計製造、機体やエンジンの部品製造、地上整備機材に関する企業であった。

今回の話題としては、FBOのFlexjet社へエンブラエル プリーター64機の一括契約（総額14億ドル）、ボーイング787-9のビジネスジェット仕様（BBJ）2機の受注発表（5億6400万ドル）と新型であるGulfstream G700の室内モックアップ展示である。

また、2020年にプームの技術実証試作機の飛行試験が予定されている超音速ビジネスジェットやそのエンジン、あるいはアエリオ

ンAS2、Boeingの超音速機ホライゾンXの展示が目新しかった。

また、展示場の一角ではあったが、空飛ぶクルマ関連のコーナーがあり、Uber、Boeing、Airbusなど新旧の航空機企業が実物大模型や実物大内装モックアップ、関連装備品や技術を披露していた。採用される新技術や運航管理などのパネルディスカッションなど含めて、ビジネス航空の一分野が、将来は空飛ぶクルマで置き換わることを見込んだテーマが扱われていた。

日本からの出展は、日本パビリオンを形成した4社・団体（日本ビジネス航空協会、成田国際空港株式会社、東京国際空港ターミナル株式会社、名古屋空港（愛知県）、FBOのJapan Aviation Service、製造業では搭載アンテナの三菱電機、座席の天龍エアロコンポーネント、部品加工のステンレスアート共栄、大楨精機が出展し、来場者ともに日本関連は非常に限られていた。

また、Honda Aircraft Company、GE Honda Aero Engines LLCは日本ゆかりの企業として、HondaJet、GE Honda HF120エンジンを展示していた。

「Leading Women in Aviation」のパネルディスカッションでは業界のCEO、社長、大手の副社長といった女性経営者を集め「キャリア成功の秘訣」といった討論が行われており、経営層への道と同じ女性の若年層や壮年層と共有するという女性の活躍レベルとして一段と高度な内容を扱っていて、機会均等は実務層を超え幹部層を重点分野として扱っており日本と比較するとかなり進んでいることを窺わせる。

ビジネス航空の仕事、特に内装関連はユーザー要望に合わせる規模の小さなロット、短



Uberのエアタクシー



Airbusの空飛ぶクルマ

納期を期待する仕事が多く、米国においても比較的小さな企業が生き抜いている。日本のクラスターが海外で仕事をするには、安全保障の障壁が高い防衛航空機、生産ロットが大きく設備投資を期待される商用航空機に比較すると、景気変動による操業変動が激しいというリスクはあるものの、宇宙分野と並んで日本の中小企業が海外進出先として取り組むには適当な市場規模で、取り付きやすい環境であろう。さらに、現状参加している企業の技術レベルも米国の小規模の会社は、日本とさほど差別化していないように感じられる。また、ビジネス航空業界で不満が多い、納期が甘いあるいは品質が安定しない企業があるとのサプライヤーへの要望は、日本企業が得意で差別化できる利点でもあることから、今回出展の企業はもちろん今後は徐々に注目を集めるのではと感じられ、HondaJetやその搭載エンジンへ現状では少ない日本企業が部品供給を試みることを契機となることを期待している。そのためには技術レベルのみならずFAA認定を受けた工場や設備が国内に増加することは参入の条件となる。

2. SJACの活動概況

今回は、JA2021の出展勧誘のため、日本やアジアに営業ベースがあり、かつ過去JAに出展していない企業・団体を中心に、ショーに滞在中であった1日半に26社・団体と面会し出展の勧誘を実施した。(うち6社が日本企業、1社は過去に出展あり、5社は新規)。JAに対する企業・団体の担当者の認知は低く、勧誘した企業の反応はまちまちであったが、知名度を上げる活動は出来たと感じている。来年の東京オリンピック・パラリンピックがビジネス航空の分野でのイベントとして強く意識されており、日本市場への関心は上がっていると感じられた。営業をかけた海外会社

は未出展のFBO(特に国外フライトに関心がある大手)、OEM、大手の海外航空クラスター、大手MRO、地上支援機材(GSE: Ground Support Equipment)メーカーである。FBOは北米が売り上げでは圧倒的なシェアであるものの、アジア市場の拡大を期待していると聴取できた。FBOやGSEの数社については、展示会の規模と歴史等を考え出展検討を始めて貰えそうな感触があった。その一方で機体、エンジンのOEMの反応はあまり芳しくはなかった。

3. 所感

最近、コーポレートジェットが隆盛を極めた十年くらい前ほどの熱気は去ったと言われているものの、時間をお金で買うと称されるビジネスの世界で利用する飛行機・ヘリコプターの関連業界は健在で、華やかなトレードショーであった。中でも勢いがあるのは物(機体)を売るというより、顧客企業(乗客)に対して課題解決サービスを提供する企業であることがはっきり見て取れた。また、ビジネス機の利用は、米国では企業の幹部よりはManager(課長)級の間管理層の利用回数が大部分との統計があり、ビジネスを成功させ生産性を上げる手法として、贅沢な移動手段と見なされているビジネス航空業界の実態の一端を知ることができた。

欧州や日本でWoman in the sky/spaceなどと喧伝されても、ショーでの商談風景に女性は少なく、女性の存在自体を話題にしている感があるが、特に感じたことは、ビジネスジェット内装の関連は女性がバイヤー、サプライヤーの中心で、男性がいないあるいは男性は一人だけの商談風景を数多く見かけたことである。日本の製造や機械関連の展示会は、受付と来場者引きを狙った契約説明員以外では、女性のブース配置者は目立たないものだが、

ここではバイヤー、サプライヤーともに女性の参加者割合が欧州やアジアの展示会と比較し顕著に高い。ビジネス機内装の設計製造やMROの会社では、色や手触り、快適性追求に対する女性の感度の高さを反映するように、出展者、来場者の両方で女性が占めており、その一方でメカを業の中心とする機体・エンジンの整備・修理や機体販売の会社は男性でほとんどが占められていて、同じ航空業界の業種であっても男女の得意な特性を反映した棲み分けが起こっているように感じられた。活況でかつ展示会の占有面積が大きいFBOでは女性は主戦力と感じられ、総じてサービス分野で女性は男性より存在感を示していた。

JA2021のPRで各社ブースを訪問し、出展エアショーや展示会を決めている担当者に合わせてほしいと依頼すると、殆どの企業は長年のキャリアと仕事への自信を感じさせる女性が応対し、てきぱきとやり取りして、ものの数分で日本の国際航空宇宙展の概要とポテンシャルを把握し、「出展を検討しとくわ」との最後の言葉で、爽やかに受付で捌くことが繰り返された。米国のビジネス航空業界のショービジネス第一線のマネージャーは殆どが女性で、担当者が男性であったことは一割もなかったことでも、女性の活躍は地についていると感じた。

〔(一社) 日本航空宇宙工業会 国際航空宇宙展事務局 部長 櫻井 浩己〕