

今年で  
日本就航  
5周年

# 日本とメキシコ、中南米を結ぶ翼 アエロメヒコ航空



日本とメキシコを結ぶ唯一の直行便を運航するアエロメヒコ航空が日本就航5周年を迎えた。メキシコ全土への広範囲なネットワークはもちろん、最近では中南米への路線も急速に拡充、中南米への至便なアクセスを提供する。昨年より同社は日本市場の開拓に力を入れており、パッケージツアー利用を中心に日本人の利用客は着実に増加。今後は増便や新機材の導入も視野に入れる。

## メキシコへ唯一の直行便 中南米各地へ次々とフライトを開設

日本からメキシコへ、唯一の直行便を運航するアエロメヒコ航空。現在、成田⇄メキシコシティ間を週3便で結ぶ(復路はティファナで給油降機)。

同社のネットワークはメキシコ最大。メキシコ国内42都市のみならず、アメリカや中南米、ヨーロッパ、アジアへ、毎日560便以上と数多くのフライトを運航している。日本からのフライトが到着するメキシコシティ国際空港は同社のハブ空港で、メキシコ国内や中南米各地へ同日乗継が可能だ。

同社は特に、中南米へのフライト拡充を進めている。現在、乗り入れるのは10都市。ここ最近で見ると、カラカス(ベネズエラ)やグアテマラシティへ就航したほか、プエノスアイレス(アルゼンチン)やサンパウロ(ブラジル)、サンティアゴ(チリ)へのフライトを増便している。日本人に人気のリマ(ペルー)への乗り継ぎも良い。日本から中南米へ向かう新たなルートとして、アエロメヒコ航空は利便性の高いアクセスを提供する。

## 週4便の増便、B787導入も検討 年間で約1万5千席の供給増、「新しい需要喚起」に

日本での好調な売り上げを背景に、アエロメヒコ航空では日本路線の週4便化や新機材B787型機の導入を検討している。共に実現すれば、年間で約1万5千席の座席供給増となるほか、「B787型機による往復ノンストップも可能」(加藤氏)となる。

また週4便に増便する際は、「現在の成田発月・水・土のパターンから火・木・土・日に変更する」意向。実現により、加藤氏は「法人需要の取り込みも図りたい。またレジャー需要においても増便により、7・8・10日など、ツアーパターンが増える」と意欲を見せる。

加藤氏は「旅行会社に対して、当社を利用して頂くことで収益につなげるよう、引き続き取り組んでいきたい。当社の売上が伸びることで、日本サイドでイニシアチブが取れる状況が生まれる」と語る。これまで同社では「メキシコシティ+1」としてオアハカやカンクンなど、メキシコ国内の周遊に力を入れてきたが、増便や新機材導入により、中南米への需要強化など、「新たな需要喚起へ向け、積極的に取り組んでいきたい」考えだ。

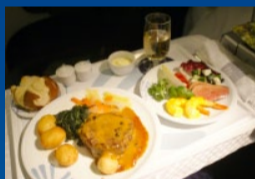


## 充実のサービスも自慢

アエロメヒコ航空は、2011年4月に株式を上場。目下ブランドの刷新やサービスの向上に努めている。サービス面でも評価の高い同社のサービスについて紹介しよう。

### ビジネスクラス「クラセ・プレミエ」

アエロメヒコ航空のビジネスクラス「クラセ・プレミエ」の座席は、最大約170度のリクライニングが可能でシェルトタイプのフラットシートで、マッサージ機能も搭載されている。また最新のオンデマンド方式の機内エンターテインメント、メキシコの著名シェフが監修する機内食が楽しめるのも魅力。和食も選択可能だ。



### 日本語で安心、機内通訳

アエロメヒコ航空の日本路線には、通常の客室乗務員に加え、日本人通訳が同乗している。日本語による機内アナウンスをはじめ、さまざまなリクエストに対応している。



### マイレージ・プログラム「クラブ・プレミエ」

アエロメヒコ航空のマイレージ・プログラム「クラブ・プレミエ」は、同社のフライトだけでなく、加盟するスカイチーム各社のフライトや提携するホテルやレンタカー会社などでもマイルの獲得や使用が可能。ビジネスクラス「クラセ・プレミエ」では100%のボーナスマイルが加算される。



## 日本発の売上が今年3倍に 日本マーケットで着実に浸透

アエロメヒコ航空は、昨年自社オペレーションによる販売に切り替えたことで、日本発セールスの強化を図っている。その成果は着実に表れており、今年1~6月の日本発売上は対前年比で3倍と急伸。月ベースで見ても、毎月前年同月をプラスしており、3月の東日本大震災後でもその勢いを維持しているから驚きだ。

好調の要因について、同社日本支社長の加藤欣弥氏は「旅行会社やホテルなど、業界パートナーと手をたずさえて需要喚起に取り組んできたことに尽きる」と断言する。同社の日本路線は現在週3便と限られていることから、同社では日本でのセールスをパッケージツアー利用のレジャー需要に特化。以前は日本人旅客がわずか

1割だったものが現在は平均で6割と大幅に日本人の利用が増えている。旅行会社店頭でも、同社利用のパッケージ商品を目にすることが多くなった。

東日本大震災による影響が懸念されたが、「震災後、ツアーのキャンセルはほとんど見られなかった」という。加藤氏は「メキシコへ行く旅行者が旅慣れた層で、自立した人が多く、自己責任で危機にも対応できるため」と分析する。

日本人の利用が増えたことで、日本⇄メキシコ間における日本発セールスのシェアも今年1~6月で3割に届く月も出てきた。アエロメヒコ航空は「日本マーケットで着実に浸透している」(加藤氏)と語っていいだろう。

## 日本語ウェブサイトが内容拡充

アエロメヒコ航空では、この度日本語ウェブサイト(<http://www.aeromexico.jp/>)の内容を拡充、より便利で利用しやすくなった。今後はオンライン予約などの整備を行う予定。またパンフレットなど、販促ツールも豊富に用意し、リテーラーのニーズに応えている。



## エコ活動にも注力

アエロメヒコ航空は、会社のポリシーとしてエコ活動にも力を入れている。例えば、日本路線にも投入されているB767型機両翼へのウィングレット搭載は、CO2削減効果が期待できるもの。またボーイング社と共同で、バイオ燃料の開発を進めており、2011年8月1日にはメキシコシティ⇄マドリッド間で、9月28日にはメキシコシティ⇄サンホセ(コスタリカ)間でバイオ燃料による商業フライトをスタートしている。

