

「戦略思考トレーニング」

問題6

韓国の仁川(インチョン)国際空港はアジアの航空拠点として高い競争力を誇っています。

たとえば航空機の離着陸料は関西国際空港の3分の1。

その安さを武器に貨物取扱量では世界第4位、日本を含む東アジアではトップを誇っています。

仁川空港では価格競争力を高めるためにある収入を高めることで戦略的に着陸料価格を低く抑えています。

空港の年間収入1000億円の中の400億円を占める、着陸料ではないその収入源とは何でしょうか？

ヒント

左脳をクールダウンしましょう！

空港会社の収入源にはどんなものがありうるか？想像力を働かせてリストアップしながら、可能性を検討してみましょう。

答え

「免税品の取り扱い収入」

仁川空港では戦略的に世界のトップブランドを空港に誘致しています。

通常、空港には出店しないレイ・ヴィトンも仁川国際空港にだけは出店しています。

そこから上がる手数料収入が空港の収入の4割に相当するのです。

そのような大きな収入源があるからこそ、空港の着陸料を戦略的に低く設定することができるのです。

仁川空港の競争戦略はそれだけではなく、通関のスピードを上げたり、空港全体の人件費をアウトソーシングで下げたり、とにかく日本のライバルの空港よりも競争優位性を上げることに力を入れています。

<経営のヒント>

日本の空港にも戦略委的な視点が必要だと痛感するこの頃です。

そのヒントは国鉄からJR各社に民営化したことや高速道路も民営化することで変わったことにヒントがあります。

本業だけでなく、付帯サービスを通じてどれだけ付加価値を付けるか？

まさに事業ドメインの再構築することで視点や視野が変わりますね。

JR東日本は、輸送運賃収入だけから、駅というプラットフォーム全体で収益を考えるようになった。

最近では、駅ビルも積極展開して駅を中心とした面での展開を考えているようです。

そして、Suicaカードによるプリペイドやクレジットなどの金融部門への進出。

こうしてみると次から次に進化発展しているのですね。

あなたのビジネスも周辺の付帯的なビジネスを考えてみませんか？