

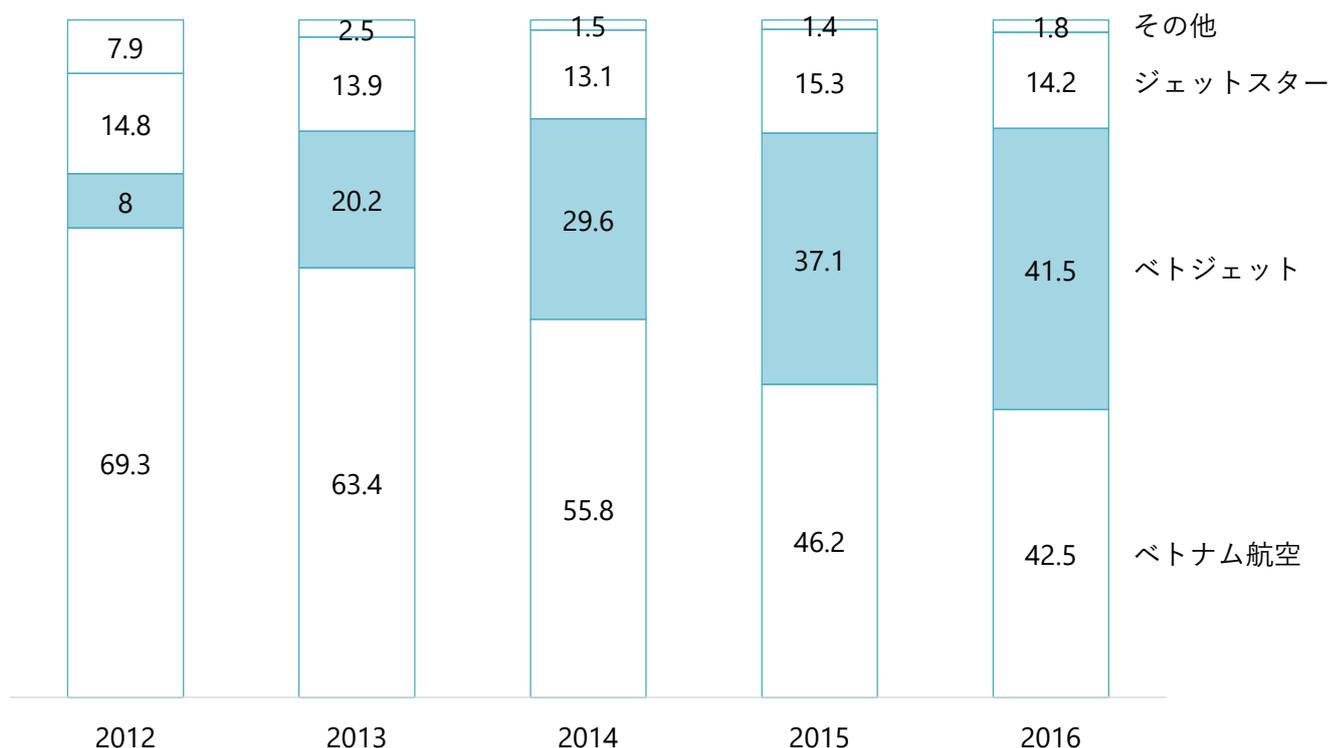
国内線市場でベトジェットが台頭

ベトナム国内航空市場で格安航空会社（LCC）ベトジェットの勢いが増している。2011年に運航開始したベトジェットは、わずか5年でベトナム航空と国内線シェアで肩を並べるまでに成長した。急成長の背景には何があったのか。

ベトナム航空市場は、国営企業ベトナム航空によって長く独占状態にあった。しかし、2007年には民間航空法が改定され、ベトジェットはベトナム初の民間航空会社として認可を取得し、2011年12月に運航を開始した。創業者であるグエン・ティ・フオン・タオ氏は、航空業界への参入の背景について、以下の点を挙げている。

- ベトナムの国土が南北に長いこと
- 経済成長中で人口も増加していること
- 鉄道など公共交通機関の整備が進んでいないこと

ベトナム国内線市場シェア（%）



資料：Tri Thue Tre

ベトジェットの特徴は低価格と独自のマーケティング施策の2点である。まず、ベトナム航空との差別化のために最重視したのが価格である。従来は高額だが速い、あるいは出費を抑える代わりに長時間かかる、のどちらかだったが、ベトジェットの参入によって両者を両立させる移動が可能となった。次

に、ベトジェットはビキニ姿の若いキャビンアテンダントを搭乗させるなど斬新なPR活動を行った。ベトナム航空が保守的なのに対し、ベトジェットは航空市場に現れた新星として自社イメージの定着に努めた。一部で非難や当局からの指導もあったが、話題を呼びPRは成功した。ただし、就業初期はほぼ2分の1の確率で遅延が発生しており、サービス水準に不満を抱く人も多かった。しかし、「低価格・高品質」を目指してサービス向上に努めた結果、遅延率は2016年にはベトナム航空と同水準にまで改善された。

ベトナムの国内線市場は、国民の所得向上や外国人旅行者の増加などから今後さらに拡大していくことが確実である。民間航空局は2030年までに乗客数は年10%の成長率で増加するとの見込みを示している。一方で、ベトジェットのシェア拡大に歯止めがかかる可能性もある。LCC最大手のエアアジアがベトナム企業と合併会社を設立し、2018年の就航を予定しているのだ。ベトジェットが新たな競合の参入に際し価格以外の面で差別化が求められるのに対し、ベトナム航空はLCCと比較してブランド、サービス、ネットワークなど企業の総合力に強みがあり、一定のシェアは維持するだろう。2大都市の移動が幅広い国民層で容易になれば、経済社会の発展にも大きく寄与する。今後も益々競争激化が予想される国内線市場でベトジェットが首位に立てるのか注目したい。