インタビュー

ハダ・ダッシュ
1958 年生まれ、国籍カナダ。ソ連時代にキエフ、モスクワの大学でロシア語学習、上智大学大学院グローバル・スタディーズ研究科修士卒。外国航空会社にて十数年間の重役を経て、航空業務代理店を設立。チャーター業務代理に関わるのち、自らもチャーター業務を行うべく旅行会社を立ち上げ、現在に至る。チャーターのみならず、ツアーなどの商品企画・販売も行っている。

株式会社
ジャパン・エア・トラベル・マーケティング
代表取締役社長 羽田ダッシュ氏

チャーター機で日ロ交流の希望運ぶ

毎年、日本各地からロシアへ飛ぶ多くのチャーター便。このビジネスの草分けがジャパン・エア・トラベル・マーケティング（JATM）だ。一般旅行客にその名が浸透しているわけではないが、大手旅行会社が扱うロシアツアー商品の企画も手掛けるなど、日ロ交流の「縁の下の力持ち」といえる存在だ。羽田ダッシュ社長に、これまでの経緯とロシア観光の現状を尋ねた。

――ロシア旅行の専門業者として、業界では知らない人のいない老舗ですね。

ロシアツアーを専門的に扱っている会社は歴史のある会社が多く、その中のほとんどはロシアの文化や政治に興味のある方々が立ち上げています。僕らはまったくそうではなくて、100%ビジネス上の理由で始めた事業です。1990 年代、まだ日本人はそれほどロシアに行っていませんでしたので競争は激しくありませんでした。もともと私は小さい頃からロシア語やロシア文化を学び、ロシアの大学に進学したこともあり、ロシア人とのコミュニケーションには自信がありましたので、この分野で商売すると面白いんじゃないかと、、、そこからスタートして JATM の前身となる会社を設立しました。

――初めは旅行会社ではなかったのですか。

創業時は旅行ではなくて航空関係の事業でした。ソ連が崩壊した後、それまでアエロフロート・ロシア航空1社だったのがバラバラになって、それぞれが事業を始めたんですね。一時は 300 社ぐらいありました。当時のルーブルは通貨としては弱くて、航空会社は外貨獲得のために外国路線を持ちたいと考えていました。日本は近いから、日本に飛ばしたいという動きが多くあったんです。ただ日本には当時のソ連、ロシアにはなかった色々な規則があり、日本のルールに合わせて飛行機を飛ばすのは大変でした。私はもともとそういう仕事に関係していたこともあり、ロシアの航空会社に、日本での業務代行を提案しました。「御社に代わって日本で飛行機を飛ばすための手続きをしますから、代わりに私に安くチケットを卸してください」と。「チケット販売もしますからいろんな点で御社にメリットがありますよ」と売り込んだわけです。

そして、当時のウラジオストク航空と契約することになりました。この会社は日本に近いロシアの極東を拠点としておりましたので意欲は高かったのですが、日本に進出するノウハウがありませんでした。そこで私が総代理店になったんです。ウラジオストク航空の日本支店という形で会社を立ち上げ、本社を東京に置いて、新潟空港内にも事務所を構えました。その会社の名前がウラジオストクエアサービスです。

左が羽田氏、30 代の頃。ODAの会合にて元国際協力事業団理事の青木氏と。

ツアーを企画、大手と取引

――事業は順調でしたか。

当時はウラジオストク航空もあればダリアビア航空、サハリン航空もあってみんなで競争をし、こぞって日本路線を開設したかったのです。うちはウラジオストク航空と組んで、新潟、富山、そのあと成田にも定期便を就航させました。日本はかなり規制が厳しかったので苦労しましたけど。それから地方の各空港から極東ロシアまでのチャーター便を飛ばしました。最盛期は年間 150 便という規模です。そのころ地方空港はチャーター便がほとんど無かったんですよ。あっても韓国とか中国。そこに突然「ロシアへの直行便はどうですか」と言ったら皆さんにインパクトがあって、そんなふうにウラジオストク航空は日本全国でかなりの仕事ができたんです。

――それから旅行の仕事にも進出するのですね。

はい。通常飛行機に乗るお客様の目的の大半は仕事か観光です。当時、日本から極東ロシアに観光に行くというのは滅多にありませんでした。モスクワやサンクトペテルブルクはソ連時代から観光需要がありましたが、ウラジオストクは軍事関係の街でロシア人も入れない時代が長かった。それが突然オープンになった。これは面白いんじゃないかということで、ツアーを企画しました。日本から「一番近いヨーロッパ」というスローガンをつくって、「2時間で行けますよ」と売り込みました。「7時間ぐらいかかるんでしょう」と言われることもあるぐらいで、こんなに近いということを知っている人はほとんどいませんでした。

ウラジオストクエアサービスは航空会社の立場でしたから旅行の仕事はできず、別会社をつくる必要が出てきました。そこで JATM という旅行会社を立ち上げ、旅行業の免許を取得して、本格的に旅行業務を始めたのが 2003 年のことです。

――ツアー商品をつくって、大手旅行会社に卸売りをする構図ですか。

そうですね。いくらロシアツアーを企画しても、私たちのような小さな会社はそう簡単に沢山のセールスはできないものですから、ツアー商品をつくって大手旅行会社様に売っていただくのが基本になります。大手旅行会社様はたくさんの商品を扱っていますから、ロシアのようにニッチでボリュームが少ないマーケットを一から自社で企画手配するのは、大変なイメージがあるわけです。そういう部分を「私たちが責任を持って全部やりますから、売ってください」というわけです。私たちはニーズにあわせてツアーをつくる実績と経験がありますから、大手旅行会社様に、「ロシアへ行きたい」というお客様がいらっしゃったら、私たちがバックアップする。そのような信頼関係から、取引が可能になるのです。

――ツアーもチャーターもできる、と。

その通りです。うちの強みは、現地ツアーに加えて飛行機のチャーターができることにあります。これは他社には難しいことで、どこかに行きたいというときに「うちなら飛行機も用意できますよ」と言えば大きなインパクトがあるわけです。特に地方では、「飛行機のチャーターから現地ツアーの企画まで全部やってくれるのなら」と受注につながるケースが結構あるんですね。日本は島国ですから、外国に行くとなれば行き先がどこであっても飛行機が必要です。私たちのビジネスモデルの基本は、現地手配と飛行機を一緒にアレンジすることです。飛行機があれば売れるツアーはたくさんありますから。

以前は、ロシアへ行くには、飛行機をチャーターするしかなかったものですから。こう言うとロシアに行きたい方がたくさんいたように思われるかもしれませんが、実際は、僕らが飛行機をチャーターして、ロシアに行くツアーをつくって、お客様に行ってもらっていた感じなんですけどね（笑）。ウラジオストク航空だけではなく、他の航空会社とも交渉してチャーター便を増やし、極東ロシアだけではなく、ヨーロッパロシア方面まで行くロングのチャーター便でも多くの実績をつくりました。近年は日本の航空規制が変わってルールが少し柔軟になって、ロシアの飛行機に乗って第三国に行くこともできるようになりました。例えば、JATMがロシアから飛行機を持ってきて、オーストラリアとかパリに行くツアーを大手旅行会社様に販売してもらうとか。ロシアだけではない、いわゆる第三国チャーターセールスも私たちのビジネスにとって非常に重要な部分になりました。

独自ツアーの直販も

――参入障壁は高いのでしょうか。

チャーター便を飛ばすのはかなり手間のかかる仕事なんです。特に外国の航空会社が日本で飛ばすとなれば、国交省の手続きとか空港でのハンドリングとか、いろいろと細かい業務があります。その上で、お客様の観光やビジネスのスケジュールに合わせて飛ばすというのは実は大変なことです。うちの関連会社でインターアビエーション・ジャパンという会社があるのですが、ここが空港ハンドリングや貨物といった航空業界の専門の仕事をやって、JATM が企画・販売をやる。同じビルに入っていますのでこの2社がタッグをくみ仕事を増やしていくというビジネスモデルを作ったんですね。またそれが、うちの取り組みとしてうまくいっているのです。

この続きは、「月刊ロシア通信」
紙版・2016年2月号でお読み頂けます。
ご購入は→http://jsn.theshop.jp/