

地方航空路線活性化プログラムに係る 効果検証に関する懇談会

発表資料

平成27年12月11日

南紀白浜空港利用促進実行委員会(事務局:和歌山県)

羽田～南紀白浜路線(JAL)

プロジェクト名 **首都圏からの誘客プロジェクトin南紀白浜空港**

I 羽田～南紀白浜路線に係る取組実績概要

1. 取組目標

○取組方針

- ・首都圏、欧米等で、和歌山県のポテンシャルを活かした誘客策
- ・地元の少子高齢化・人口減少に対応した誘客

○取組目標とターゲット

- ・世界遺産「熊野古道」等の観光資源を活かした首都圏、欧米からの誘客
- ・二次交通対策
- ・介護帰省利用者の誘客

(目標設定)	平成26年度	搭乗者数: 102,000人
	平成27年度	搭乗者数: 104,000人
	平成28年度	搭乗者数: 106,000人

2. 対象路線の課題

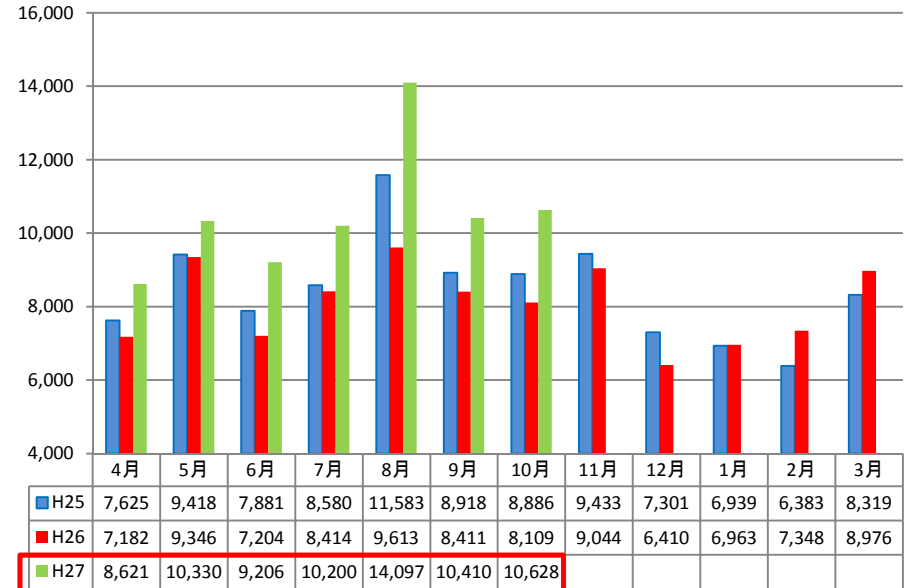
- ・空港周辺は後背地人口が少なく、少子高齢化・人口減少が進んでいる地域であるため、今後地元客の利用減少が懸念
- ・当地は熊野古道などの観光が主要産業であるがLCCが各地に就航するなか国内外との競争が激化しており、路線維持が厳しい状況

3. 実績概要及び目標の達成状況

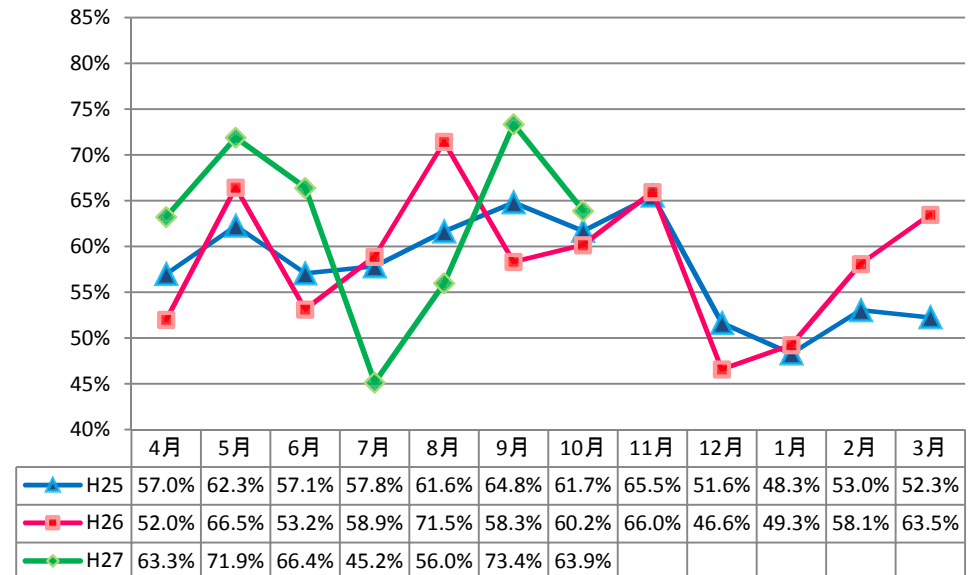
- ・プロジェクト実施後の平成27年1月から月別旅客数の増加が顕著に現れはじめ、平成27年1月～10月までの旅客数は対前年比で、16,859人の増加、21%増の計96,779人となった。
- ・個々の取組を検証すると、世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組による首都圏からの誘客による旅客増が最大の要因。
- ・昨年12月の双子パンダの誕生、JALによる夏季における機材の大型化や特便割引の期間延長も外部要因となり、相乗効果をなした。
- ・平成27年10月には「紀の国わかやま国体」の開催、12月はJALによる特便割引の期間拡大という外部要因もあることから、今後順調に推移すれば、平成27年度の搭乗者数は109,000人程度を達成する見込みであり、当初の目標設定より、大幅増加の数値に達する見込み。

4. 旅客数・座席利用率

旅客数推移(月別)



座席利用率推移(月別)



II 羽田～南紀白浜路線に係る取組の効果検証

1. 実効性

(1)各取組の効果検証

1. 世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組【取組費用 4,740万円】

1. 取組の実施概要

(1)旅行商品の造成【362万円】 商品造成数 4社 延べ9商品

< J A L パック > H26.10～H27.5 H27.4～10

< J T B > H27.1～3

< クラブツーリズム > H27.8

< オリオンツアー > H27.7～10

☆「熊野古道歩き」に健康ウォーキングを取り入れたり、神職からの説明付きの正式参拝や語り部の同行という付加価値商品を造成したことが、若い女性層や文化意識の高い中高年に特に好評で、利用者増に結びついた。

☆また、パンダツアーに普段見ることができないバックヤード体験を組み入れたことが、アンケート結果からも多くの利用者増に結びついた。

※利用者総数は延べ355人、旅行商品満足度76%



健康ウォーキング



熊野本宮大社正式参拝



パンダ バックヤード体験



運航機材
エンブラエル170(76席)



(2)モニターツアーの実施【432万円】

全国の企業を対象に福利厚生代行を行う「RELO CLUB」との連携

H26年 56名参加

☆福利厚生代行企業との連携により、首都圏の多くの企業に白浜路線の認知向上が図れた。

※首都圏の1,000名以上の従業員がいる入会企業98社に周知することができ、延べ56名の参加

和歌山県の商品満足度は80%

(3)発地・着地情報の発信【3,668万円】

①WEBによる情報発信 < 楽天トラベル > H27.1～3 H27.6～8

< るるぶトラベル > H27.1～3 H27.7～10

< 女子SPA! > H27.3

< 週刊じゃらんスマートフォンアプリ > H27.2～4

楽天トラベル



じゃらん スマホアプリ



※延べ251,177のアクセス数による周知

II 羽田～南紀白浜路線に係る取組の効果検証

1. 実効性

(1)各取組の効果検証

1. 世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組

1. 取組の実施概要

(3)発地・着地情報の発信【続き】

②情報誌による情報発信

＜じゃらん・大人のちょっと贅沢な旅＞	H27. 2(春夏版)	H27. 8(秋版)
＜週刊ダイヤモンド＞	H27. 2	H27. 8
＜シティリビング東京版＞	H27. 3	

③フリーペーパーによる情報発信

＜メトロガイド＞	H27. 1、3、4、6、7、9月
＜じゃらん＞	H27. 7～

※発行部数延べ655万部による周知 メトロガイド来訪意向56%

④TVによる情報発信

ABC「旅サラダ」H27. 1、2月放映

フジテレビ「ノンストップ」H27. 5月放映

⑤JAL「JAPAN PROJECT」H27. 5

国内線及び国際線機内誌・機内ビデオによるPR 国内線機内食で熊野古道特別メニュー提供

JALホームページでのJAPAN PROJECT紹介

※国内線旅客数264万人、国際線旅客数68万人への周知

(4)羽田空港プロモーション H27.5 【278万円】 アンケート調査1,517人

JAL「JAPAN PROJECT」実施時に併せPR実施

羽田空港第1ターミナルイベントスペースでの

白浜路線を利用した観光誘客、アンケート調査の実施

※和歌山県の認知度62% 路線利用意向56% 来訪意向59%

2. 取組の効果・成果及び要因分析、今後の取組方針

○本取組については、様々なメディア媒体や旅行会社を活用して、首都圏から白浜路線を利用しての誘客拡大に努めた。

その結果、本取組を開始した平成27年1月以降において、以下のような旅客増に結びついている。

- ・旅客の発券地エリア別での実績で見ると、関西エリアが約4%増に対し、東京エリアが対前年比約30%増
- ・便別で見ると東京発白浜行き朝の便（対前年約50%増）白浜発東京行き夕方出発便（40%増）が特に増加率が高い

○今後の取組方針としては3年目は費用対効果の高かった取組に的を絞り引き続き首都圏からの誘客を維持するとともに、取組終了後も効果が継続できるよう旅行会社、メディアに対し常に新しい観光情報発信を行い同路線を取り上げてもらうよう働きかける。

週刊ダイヤモンド記事掲載



じゃらん フリーペーパー



羽田空港プロモーション



ご当地 ゆるキャラPR

II 羽田～南紀白浜路線に係る取組の効果検証

1. 実効性

(1)各取組の効果検証

2. 欧米からの観光客誘致に向けた取組【取組費用 1,156万円】

1. 取組の実施概要

(1)現地プロモーション【77万円】

＜スペイン旅行フェア(FITUR)＞H27.1～2でのPR

※スペイン巡礼の道と熊野古道とのつながりで、和歌山県の認知度は44%
来訪意向は39%

(2)ファミツアー実施【285万円】

＜アメリカFAMツアー＞ H27.3 3名

＜ドイツFAMツアー＞ H27.10 10名

※旅行会社を招聘し、商品造成を働きかけているところ

(3)PR活動【794万円】

＜CNN広告＞ H27.2～3

＜メトロポリス＞ H27.1～3

＜JAL・Guide to Japan＞ H27.5

※ホームページアクセス数延べ 11,119アクセス メトロポリス発行部数 15万部
和歌山県の認知度23% 来訪意向23%

羽田～白浜路線の国際線乗継利用者数 513人(H27.4～9) 前年比20%増

2. 取組の効果・成果及び要因分析

○本取組については、従来の単なる欧米から和歌山県への誘客ではなく、羽田から白浜路線を利用する条件付きで旅行会社、個人旅行者に対するアプローチを行ったが、現地やFAMツアーで多数の者から意見を聞いたところ、現行では欧米の観光客はゴールデンルート(東京、富士山、京都、大阪)を訪問する客が大多数であり、東京から白浜路線を利用しての誘客に結びつけられていないのが現状。

○しかしながら今回のメトロポリスでのPRの取組で、首都圏に在住する外国人の来訪意向が高いことが判明

3. 今後の改善すべき点

○白浜路線を利用しての来訪意向が高い、首都圏に在住する外国人をターゲットに誘客を図っていく。

○また現在、欧米やアジアから多くの外国人が関空に来ており、これらの外国人に和歌山県を観光後、白浜路線を利用して首都圏に行ってもらえるようなツアー行程を、海外の航空会社や旅行会社に対し働きかけていく。

スペイン旅行フェア



ドイツFAMツアー



メトロポリス記事掲載



II 羽田～南紀白浜路線に係る取組の効果検証

1. 実効性

(1)各取組の効果検証

定額観光タクシー大幅割引キャンペーン

3. 二次交通対策の取組【取組費用 258万円】

1. 取組の実施概要

(1)定額観光タクシーの活用【216万円】

定額観光タクシー大幅割引キャンペーン H27.1～H28.3

※タクシー利用数 延べ99台 キャンペーンによる航空利用者増14%

(2)レンタカーの活用【42万円】

ガソリン満タン返却不要キャンペーン H27.1～3、7～10

※レンタカー利用数 延べ85台 キャンペーンによる航空利用者増28%



2. 取組の効果・成果及び要因分析

- 観光タクシーについては、「いくら取られるかわからない」「高い」というイメージがあったが、今回、安価で定額のキャンペーンを実施したところ、前年2台だった利用者が99台に大幅増加した。利用者からの意見でも高齢者夫婦旅行に特に好評であった。
- レンタカーについても、ガソリンの助成がちょっとしたお得感をもたらし、利用者増につながった。
- 当地域の個人旅行における移動は、路線バス等ではなく、これらの取組を進めることは、旅行者の満足度を高め、今後の利用者増につながる施策と考えている。

3. 今後の改善すべき点

- 事業者も今回の取組を評価しており、まずは事業者自身でこの取組を継続してもらえないか現在協議を行っているところ。今後は市町村においても主体的に取り組んでもらえるよう、協議を行い、引き続き二次交通対策の取組を継続していく。

4. 少子高齢化・人口減少に対応した取組【取組費用 752万円】

1. 取組の実施概要

(1)介護帰省割引利用キャンペーンの実施【710万円】

JALの割引との連携 H27.1～12 ※利用者 延べ659人 キャンペーンによる航空利用者増18%

(2)北海道への国内乗り継ぎの地元住民PR【42万円】

FMビーチステーションでのPR

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- 地元市町村、JALとの連携により、白浜路線を利用しての利用促進増につながった。今後は、更に市町村と連携して夏休みや正月の帰省時に地元で開催する祭り会場などで周知拡大を行う。

介護帰省割引利用キャンペーン



II 羽田～南紀白浜路線に係る取組の効果検証

2. 継続性

実施・連携体制について

実施体制

南紀白浜空港利用促進実行委員会

- 和歌山県空港対策室(事務局)・・・企画・調整
- 地元市町村
御坊市、田辺市、新宮市、白浜町、西牟婁振興局
日高郡・西牟婁郡・東牟婁郡町村会
- 地元観光協会、旅館組合
田辺市熊野ツーリズムビューロー、白浜観光協会
白浜温泉旅館協同組合
- 地元商工会、商工会議所
田辺商工会議所、白浜町商工会
- 南紀白浜空港ビル・・・空港でのPR
- 日本航空(JAL)・・・HP、搭乗者へのPR

地元での調整

連携

- わかやま紀州館、県東京事務所・・・首都圏PR
- 和歌山県観光連盟・・・インバウンド誘致
- 旅行会社、メディア媒体、タクシー会社、レンタカー会社等・・・事業連携

実施内容

- 事業全体の取組方針・進捗管理を、実行委員会の総会・幹事会で意思決定
- 各々の取組みについては、総会・幹事会で各構成団体の連携、役割分担を決めて、県空港対策室が事務局となって、調整ならびに協議を行った。
総会 H27.6月 幹事会 H26.9月、12月 H27.3月、5月、11月
- 幹事会で調整しきれなかった協議については、各々の団体の業務が多忙で日程調整ができなかったことから、事務局が関係団体を直接訪問、電話、及びメーリングリストを活用して、十分な協議を行った。

連携体制

○旅行商品造成にあたり、付加価値の高い商品造成を行うため、地元市町村、地元観光協会、旅館組合と旅行満足度の高い観光商品がとれないか何度も協議を行った。

○首都圏からの誘客については、わかやま紀州館(東京アンテナショップ)、和歌山県東京事務所と何度も協議し、効果的なPR手法の検討を行った。

○欧米からの誘致については、インバウンド誘致のノウハウを持つ和歌山県観光連盟、田辺市熊野ツーリズムビューローとの間で、どの国にアプローチするか、また、どのようにすれば誘客に結びつか、何度も協議を行った。

○JALとは全ての取組について情報共有を行い、連携を絶えず行った。

○全ての取組の地元への周知は、事務局が地元市町村、観光協会、旅館組合、地元商工会に直接訪問して、周知依頼を行った。

自己評価及び今後の改善点

○取組を進める上で、うまくいった点、うまくいかなかった点

- ・わかやま紀州館、県東京事務所の付き合いがある旅行会社、メディア担当者の紹介やアドバイスは取組をスムーズに進めることになった。
- ・JALとの連携は夏季の機材大型化や特割期間の延長など、更なる旅客数増に結びついた。
- ・定額観光タクシーの取組は今まで連携のなかったタクシー会社から評価もいただき、今後良好な関係で継続して連携が可能となった。
- ・実施主体全体でのマンパワー不足により、各団体と調整・協議に時間がかかってしまった。

○今後の改善すべき点

- ・欧米からの誘客はインターネット上で情報発信力のある外国人と新たに連携していくことが重要
- ・二次交通対策、地元での周知には、地元市町村主体でおこなってもらえるような連携が必要
- ・旅行会社、メディア担当者との情報交換を絶やさず、付き合いを継続していくことが重要

II 羽田～南紀白浜路線に係る取組の効果検証

3. 総括及び今後の取組の方向性

全体総括

- 世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした首都圏からの誘客の取組が、平成27年1月以降の羽田～南紀白浜路線の大幅な認知向上、旅客数増に効果をもたらした。
- 欧米からの観光客誘致については、認知向上は図れたが、ゴールデンルートを周遊する外国人の誘客までには至っていない状況。
- 二次交通対策の取組は、タクシー会社・レンタカー会社も評価しており、今後、事業者と関係市町村との協議を続け二次交通の充実を実現することで、来訪客の利便性、快適性を高め、更なる利用促進につながる取組と考えている。
- なにより、プログラム開始後から続いている旅客数増が、実行委員会のメンバー及び連携団体の志気を高める結果となっており、以前にも増して連携体制が強化され、引き続き利用促進に取り組んでいける状況となっている。

今後の取組の方向性

- 観光資源を活かした首都圏からの誘客の取組については、これからも旅客数増が維持できるような取組を進めていく。
 - ・最終年は2年間で費用対効果の高かったメディア媒体に絞ってPRを継続する。
 - ・今回の取組で付き合いがあった旅行会社、メディア担当者との関係を事業終了後も終わらせない。(新しい魅力的な観光情報を常にこちらから情報発信し続けることで、旅行商品造成、メディア掲載を働きかけていく。)
- 欧米からの観光客誘致は、欧米に限定せずに首都圏に在住する外国人、関空を訪れている外国人をターゲットに誘客に向けての取組を進める。
- 二次交通対策、少子高齢化対策は当地域にとって利用促進につながる重要な取組と考えているため、今後更に事業者及び地元市町村との連携強化に努め、その充実を図っていく。
- プログラムの実施により旅客数は確実に増加しているが、地元から東京への旅客増加率はまだ低いことから、更なる増加を図るため、現在、同路線を利用せずに新幹線、関空、高速バスを利用している地元住民の白浜路線への誘導ができるよう、要因分析調査や、戦略的な方策に取り組んでいきたい。

転用可能な取組

取組内容		実施方法等
1. 世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組	旅行商品の造成 (旅行商品の造成、モニターツアーの実施)	有名な観光資源を活用し、興味のある年齢層をターゲットに付加価値を高めた商品開発の造成により、需要拡大を図る。 企業向け福利厚生代行業のネットワークを活用したモニターツアーを実施することで、地域の魅力の拡散による新たな需要創出を図る。
2. 欧米からの観光客誘致に向けた取組	プロモーション活動 (現地プロモーション、ファミツアーの実施)	世界遺産などの観光資源を活かし、興味を思っている特定の外国に対する誘客活動等により、新たな需要創出を図る。
3. 2次交通対策の取組	定額観光タクシーの活用 (運賃助成)	観光タクシーを活用した低料金の観光地めぐりコースの設定により、航空利用者の利便性向上を図る。
	レンタカーの活用 (運賃助成)	利用者アンケートを条件とした二次交通の一部運賃助成により、航空利用者の利便性向上を図るとともに、施策の効果等を把握する。
4. 少子高齢化・人口減少に対応した取組	介護帰省者へのインセンティブ提供 (運賃キャッシュバック)	介護帰省者を対象とした運賃助成制度の導入により、新たな需要創出を図る。
	啓発活動の実施 (PR活動、乗継モニターツアーの実施)	地元FM局や地元紙を活用した助成制度等のPR活動により、航空路線の認知度向上を図る。

チャレンジングな取組

取組内容		実施方法等
1. 世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組	PR事業 (旅行雑誌、情報誌、メディア等によりPR、JALとの連携PR、羽田空港でのPR など)	マスメディアを一度に複数活用し、集中的なPRにより地域の魅力の拡散を図ることで、地域の魅力発信と合わせた航空路線の認知度向上を図る。