

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

釧路空港利用整備促進期成会（事務局：釧路市）

釧路～札幌丘珠路線（北海道エアシステム）

プロジェクト名 道東と道央を結ぶ道内航空ネット
ワーク活性化プロジェクト

I 釧路～丘珠路線に係る取組実績概要

1. 取組目標

釧路-丘珠路線は、道東と道央を短時間で結ぶ最適な移動手段として、ビジネス客を中心に利用がある路線ではあるが、観光客や若年層にとっては利用が少ない路線でもある。
現状利用されているビジネス客の定着とともに、観光客や若年層のニーズの開拓を目標とし、利用率の向上を図る。

(目標設定) 平成26年度 利用率:54% 利用者数:48,600人
平成27年度 利用率:55% 利用者数:49,500人
平成28年度 利用率:56% 利用者数:50,400人

2. 対象路線の課題

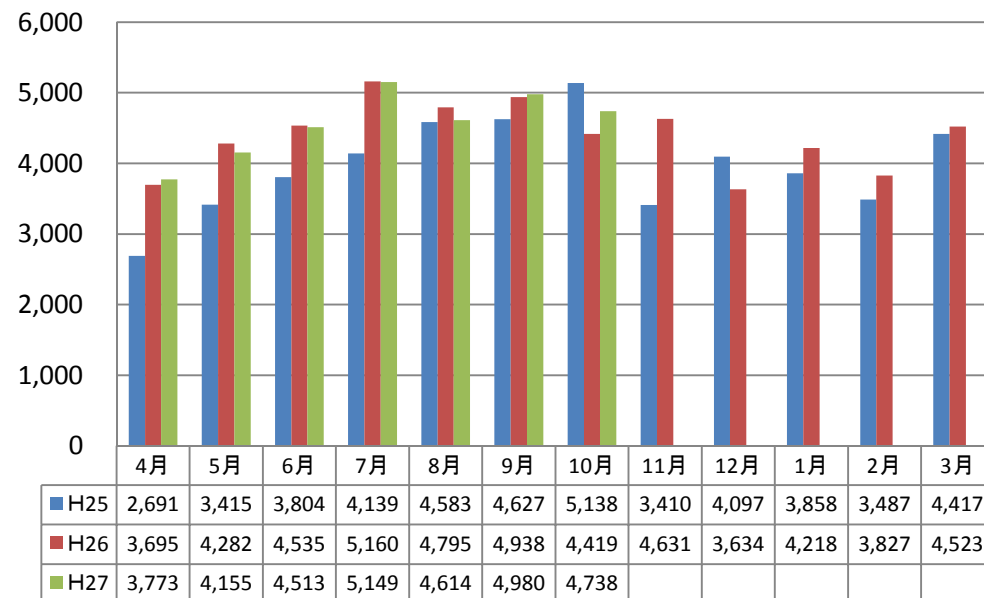
ビジネス客等からは、悪天候により多発する欠航(釧路空港:春～夏 霧、丘珠空港:冬 雪)するため、利用しづらい部分もある反面、道東の経済等の中心機能を担う中核都市への、唯一の高速交通手段としてビジネス客の需要から高い必要性が求められている。
また、ビジネス客が大半のため、週末の利用が下がるなどの課題もある。

3. 実績概要及び目標の達成状況

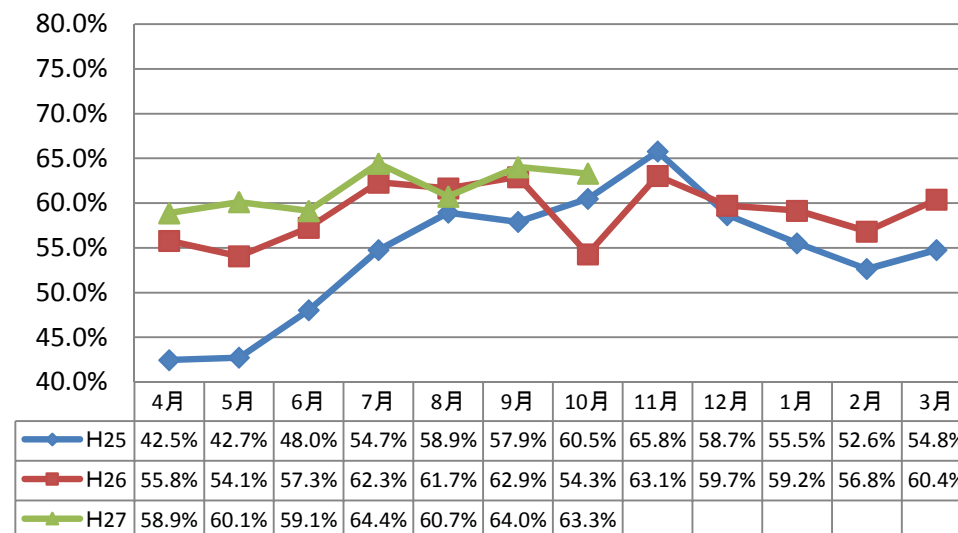
平成26年度下半期の利用実績は27,576人であり、前年同期より1,340人増加した。
平成27年度上半期の利用実績は27,371人であり、前年同期より205人減少した。
取組前(H25下期・H26上期)と取組後(H26下期・H27上期)を比較すると取組後の実績が1,135人の増となっており、取組の成果があったと見られる。

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 釧路～丘珠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. 利用者の利便性向上事業【取組費用 200万円】

1. 取組の実施概要

(1)バスターミナル等での運航情報提供 【200万円】

- ・釧路駅前バスターミナルに釧路空港各路線の運航状況を映し出すモニターを設置し、リアルタイムな情報提供を行った。

2. 取組の効果・成果及び要因分析

(1)モニター設置については、アンケート結果から「便利になった」という声が8割を超え、「航空機利用につながる」という声も5割聞こえた。

- ・釧路空港は市内から約20Km離れており、市内のバスターミナルで運航情報提供を行うことが、利用者の利便性を高める結果となった。
- ・早期の運航情報提供により、欠航などの際に他交通機関に振り替えることが容易になったため、航空機の利便性を高める結果となった。

3. 今後の改善すべき点

(1)取り組みの告知等を行っておらず、認知度が低調となった。

- ・取り組みの効果を高めるために、取り組みの認知度を向上させる手立てを検討する必要がある。
- ・モニターの設置場所、増設の検討。

2. 公共交通等の利用を拡大させる空港アクセス支援事業【取組費用 1,400万円】

1. 取組の実施概要

(1)釧路圏、札幌圏でのバス・レンタカーの料金低減化に係る実証実験 【1,400万円】

- ・航空機搭乗者に対し、バス・レンタカーで使用可能な利用助成券を発行し、空港アクセスに係る公共交通網の利用拡大を行った。

2. 取組の効果・成果及び要因分析

(1)利用助成について、アンケート結果によると、助成制度が動機となってバスを利用したとの回答が16.9%、レンタカーが3.7%となっており、公共交通網の利用拡大が図られた。

(2)また、「助成制度があったからHACを利用した」との声も5%程度あり、HACリピート率も取組前と比べて下期ダイヤで対前年1.8pt増、上期ダイヤで3.6pt増となっており、HAC自体の利用促進やリピーター化にも一定の成果が見られた。

(3)HAC搭乗者を対象にした事業であり、機内配布のみのため、助成の有無に関わらず利用する予定のお客様が多かった。

3. 今後の改善すべき点

(1)公共交通機関の利用者が増加していることから、一定の効果はあったが、機内で初めて知ったという声があった。

- ・より有効なインセンティブにするため、機内で配布していることの告知を含め、事業告知の強化を行う必要がある。

II 釧路～丘珠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

3. 路線の認知度を高めるPR活動【取組費用 4,280万円】

1. 取組の実施概要

(1)ラッピングバスによる航空路線PR【750万円】

・釧路空港アクセスバスに、釧路-丘珠路線PRラッピングを施し、路線周知を行った。

(2)機体広告による航空路線PR【1,949万円】

・HACの機体に、釧路-丘珠路線PRラッピングを施し、路線周知を行った。

(3)機内誌等による釧路地域のPR及び、航空搭乗券の地域クーポン活用実証実験【1,581万円】

・HACの機内誌に、釧路の地域の情報や、釧路-丘珠路線のPRを行った。

・釧路圏、札幌圏の加盟店舗において、航空券の半券提示による一定のサービスを受けられる実証実験。

2. 取組の効果・成果及び要因分析

(1)告知効果は、1日当たり75千人と高く、ラッピングバスを見た事があると回答した者の中で、7割が以前から知っていたと回答。

(2)告知効果は、1日当たり84千人と高く、バス調査同様、機体広告を見た事があると回答した者の中で、7割が以前から知っていたと回答。

・日頃からHACを利用しているビジネス客だったこともあり、路線を知らない層に対し適切な告知ができていないと考えられる。

(3)機内誌発行が15千冊、機内とイオン系を中心とした店舗242店舗に配布、設置した。また、WEBプロモーションも同時に行っており、告知効果としては、約40千人に効果があった。

地域クーポン活用実験としては、加盟店舗については、昨年度より釧路圏では、3件増となったが、札幌では、2件減となった。

クーポンの利用件数としては、昨年度は76件使用があり、今年度は126件となった。

3. 今後の改善すべき点

(1)ラッピングバスは、一度施すと安価な費用で継続告知ができるため、ラッピングバスと路線を知らない層に対する結び付けを検討。

(2)機体広告は、広告効果は高いものの、費用面の負担が大きいことから、最終年では実施をしない方向で検討。

(3)紙媒体という特製上、ターゲットに応じた配布方法の変更に応じて柔軟に対応できるが、現状の配布部数では、他の認知度向上策に比べ告知効果の範囲が狭い為、配布方法の検討や、部数の増刷など路線を知らない層に対する告知の工夫が必要。

Ⅱ 釧路～丘珠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

4. 魅力ある旅行商品造成事業【取組費用 1,320万円】

1. 取組の実施概要

(1)若年層のアイデアによるツアー商品造成【600万円】

- ・若者目線でのツアー商品造成に向けた、学生によるモニターツアーの実施。

(2)北海道新幹線開業に向けたツアー商品造成【210万円】

- ・函館-丘珠-釧路の乗継を活用し、道南への観光客を道東へ引き込むためのツアー造成。

(3)その他魅力的な旅行商品造成【510万円】

- ・若年層のアイデアによるツアー商品造成事業から見えた、ニッチターゲットへの訴求のためのツアー商品造成。

2. 取組の効果・成果及び要因分析

(1)モニターツアーは平成27年に3回行われた。

- ・旅行会社からは、ツアー造成であれば、条件を検討の上だと可能性はあるが、難しいのが現状。

(2)関東圏4社、東北地方4社旅行会社を訪問し、新幹線を絡めたツアーの打診を行った。好感触だった東北については、招聘を行った。

- ・関東発の商品造成は難しい、東北については可能性はあり、観光素材は魅力的だが、天候に左右される面や、座席数が少ないなどの問題が多分にあるため、即商品化は難しい。

(3)ターゲットを40代以上の女性の友人旅行に絞り込み、市内中心のモニターツアーと釧路管内を周遊するモニターツアーを行った。

- ・ある程度お金と、時間にゆとりがあるターゲットを設定したことで、現地滞在の時間を長く過ごすために航空機を使用する提案について、良好な反応を見出すことができ、商品化の可能性を感じた。

3. 今後の改善すべき点

(1)コストを重要視する若年層の特性から、ツアー費用の圧縮と見せ方の検討が必要。

(2)新幹線からの引き込みについては難しいが、道南の観光需要の飽和から溢れた客層の取り込みをターゲットにしたプロモーションの可能性を感じた。

(3)商品化の可能性が高いこともあることから、商品化に向けた関係機関と協議を進める。

II 釧路～丘珠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

バス・レンタカー会社

- 利用者利便性の向上～モニター設置
- 空港アクセス支援～チケット導入に係る調整
- 路線認知度を高めるPR活動～ラッピング広告掲載
(バス会社のみ)

設置場所
内容等調整

釧路空港ビル

- 利用者利便性の向上～
運航情報の提供

事業連携
実施

釧路空港利用整備促進期成会(釧路市)

- 全体～HACとの事業実施に向けた調整

設置場所
内容等調整

事業連携
実施

釧路市・HACでの事業全体の連携・実施

HAC

- 全体～釧路市との事業調整
- 空港アクセス支援～バス、レンタカー会社との調整
- 路線認知度を高めるPR活動～機体広告、機内誌配布
- 魅力ある旅行商品造成等～旅行会社との調整

連携体制

・事務局を中心に取組関連団体と利用者のためになるような設置場所、提供する情報の内容等の協議を個々におこない実施した。

・釧路側のレンタカー会社とは各社チケット導入にあたり連携体制が築けた。また、札幌圏のバス会社と連携し、丘珠空港⇄地下鉄栄町駅の空港連絡バス利用料金助成事業を実施。

・釧路市、札幌圏における各地域のPR、札幌圏のバス会社ラッピング広告掲載、HAC航空路線のPR 釧路市・HACを中心にその他関係団体と事業調整を行った。

・釧路商工会議所による会員企業との仲介や、丘珠空港ビルによるテナントの仲介、広告代理店による独自ルートでの店舗獲得を行っている。店舗の獲得等を釧路・札幌地区で釧路市・HACと連携し事業を実施した。

・旅行会社連携しノウハウを活用しツアー商品を造成。

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

- ・モニター設置について、今年度までは釧路側のみの取り組みとなったが、取り組みの札幌圏での転用の可能性を探るため、札幌圏の関係者との協議、連携体制の構築が課題。
- ・事業実施にあたって、各機関での連携がうまくとれず、効果的にPRができていない。
- ・公共交通利用促進関係の取組については、バス会社との連携はとれていた。
- ・バス・レンタカー各社との連携を図れば継続的な事業運営は可能だが、札幌側でのレンタカーの取組は各店舗との調整が問題。

○今後の改善すべき点

- ・より効果的なものにしていくため、これまでに構築した連携をさらに深め、継続した取り組みを実施できる連携体制の検討が必要。
- ・クーポン活用関係の取組については、参加店舗の増など、効果があげられる体制の構築と、事業自体のPRの強化が必要。
- ・商品造成関係の取組については、予算面や、それぞれの団体にメリットがあるツアー造成を行えるか検討が必要。
- ・広告関係の取組については、効果的なPRが行えていたのか再度検証し実施の有無の検討が必要。

II 釧路～丘珠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

- ・ 商品化においてのモニターツアー検証については、ニッチターゲットに対する商品がとても好評だった。
- ・ 直接的な競争相手ではないが、同一圏域を結ぶANA釧路～新千歳線を意識しながら、単純に利用者の奪い合いにならないような事業を進めていくことが必要である。
- ・ 各事業から見てきたこととして、路線、取組自体の認知度が上がれば、利用率の向上などに結び付けることができるが、ビジネス客の利用が現状として航空機を利用している層にしか情報が届いていないという課題ができた。
- ・ 釧路～丘珠線の特徴として、ビジネス客が大半であり、週末の利用率が低いという課題があったが、各取組を行ってはみたものの、改善策を見出すことができていない。

● 今後の取組の方向性

- ・ 各事業において、航空機を利用していない層に対して告知ができる効果的な方法を検討及び模索したい。
- ・ 公共交通機関利用拡大アクセス支援の取組については、旅行会社への周知を始め、HACや空港連絡バス運行事業者などの各関連機関と協議・実施・連携体制の強化を図り、取組を推進したい。
- ・ 路線の認知度を高める取り組みの機体広告について、利用していない層の認知度向上には向かず、金額負担も大きいことから廃止としたが、他空港への乗入れもあり、幅広い場所での告知が可能であったため、今後新たな告知方法の検討を行いたい。
- ・ モニターツアーを実施した取組みから、新たなターゲットへの利用促進と利便性のある商品造成を検討し実施したい。
- ・ 釧路空港各路線の運航状況を映し出すモニター設置については、大変効果があったため増設などの検討を進めたい。
- ・ 釧路～丘珠線の就航率向上にむけて、各関係機関と連携を取り、向上が図られるよう協議を進めたい。

モデル性がある取組

転用可能な取組

取組内容		実施方法等
4. 魅力ある旅行商品造成事業	(若年層のアイデアによるツアー造成及び現地モニター視察によるモデルツアー作成等による商品造成)	商品開発に地元若者（学生）の意見を取り入れることで、新たな視点からの地域の魅力発掘を図るとともに、航空機利用に対する地元若者の認知度を向上させることにより、新たな需要創出を図る。
	その他魅力的な旅行商品の造成 (中間層を対象としたツアー造成)	地域の魅力と旅客のターゲット層をマッチングさせた旅行商品の造成により、新たな需要創出を図る。

チャレンジングな取組

取組内容		実施方法等
1. 利用者の利便性向上事業	(バスターミナル等での運行情報提供 [モニター1台設置])	遠方にある空港の運航情報を市街地の交通拠点において提供することにより、航空利用者の利便性向上を図る。
4. 魅力ある旅行商品造成事業	新幹線開業に向けたツアー造成 (新幹線乗継利用客を対象とした ツアー造成)	新しい交通網による旅客需要に対し、既存の航空路線を活用した旅行商品の造成により、新たな需要創出を図る。