

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

天草空港利用促進協議会（事務局：熊本県天草市）

天草～福岡路線（天草エアライン）

プロジェクト名 天草地域航空路線活性化実証実験

I 天草ー福岡路線に係る取組実績概要

1. 取組目標

○取組方針

- 1.インバウンド… 認知・興味度の高い観光素材と連携した旅行商品、情報発信、受入体制の充実
- 2.アウトバウンド…地元リピーター増のためのイメージアップ、情報発信

○取組目標とターゲット

- 1.取組目標
 - ①年間旅客数…H25:46千人→H28:51千人
 - ②搭乗率…H25:58.6%→H28:66.4%(DHC8換算)
 - 2.ターゲット
 - ①インバウンド／国内…福岡、関西、関東等
国外…台湾、韓国等
 - ②アウトバウンド／主に利用経験の少ない地域住民
- H26搭乗者数:47千人、H27搭乗者数:40千人、H28搭乗者数:51千人

2. 対象路線の課題

○対象路線の課題

天草空港の立地条件に伴う天候不良による欠航または、航空機1機での運航の為、機材整備に伴う欠航の心配があり、信頼性が大手航空会社と比べて低い。

そのような条件に加え、天草地域は橋で繋がっており、確実性を求める旅客が地上での移動を選択する事も多々ある。

○当該路線の必要性

- 1.交通弱者対策
- 2.観光入込客数(交流人口)の増加
- 3.地域の医師確保
- 4.時間短縮効果
- 5.経済波及効果

3. 実績概要及び目標の達成状況

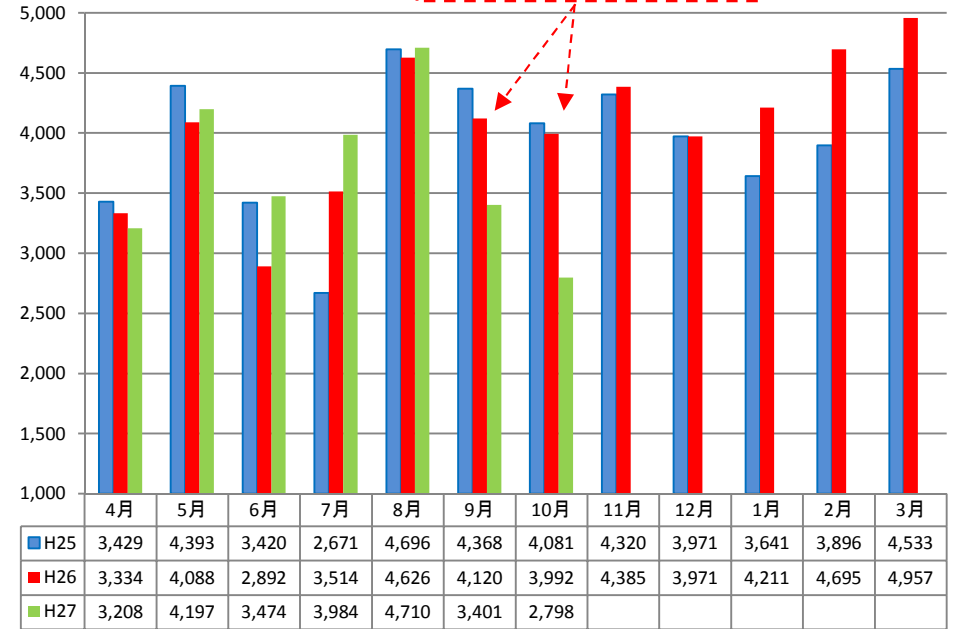
○平成26年度の旅客実績は、47,267人で平成25年度より1,525人増加した。運航概要としては、特に梅雨時の就航率が過去平均を大きく下回る結果となったが、就航率については59.6%(対前年比+1%)。【※就航率が悪いと他の交通機関を利用することになるため利用旅客数に影響する。】

○H27年度上期の天草福岡線は22,365人(対前年比102.1%)と、8月からの減便運航の影響がないかのように、好調に推移。目標値の40,000人に近い数字を残せるものと想定される。

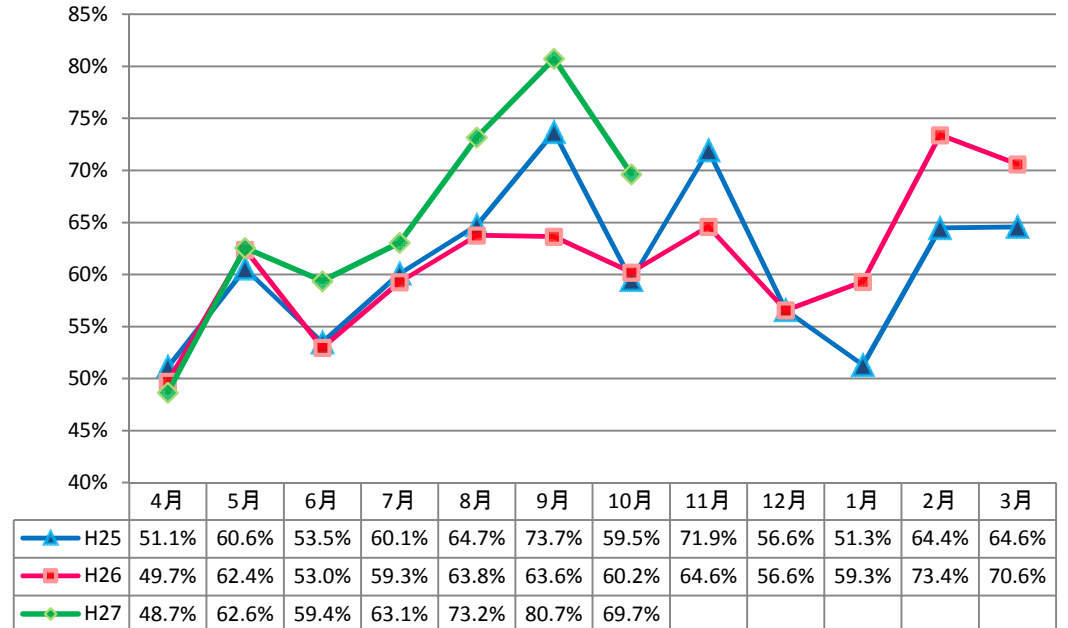
○以上のことから、福岡路線の活性化を図る新企画等により、旅客実績も伸び、それに伴い、マスコミの取材やメディア等への露出も増えたことで、広告宣伝効果も大きく、相乗効果もあった。

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 天草－福岡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. 体験取材ツアー【取組費用 2,975万円】

1. 取組の実施概要

参加者のSNSや口コミ等の発信を条件とした旅行商品の企画

【実績数】H26利用者数:計1,421人、H27利用者数:計1,554人

【商品例】

- ①天草”寿司か肉”日帰り・2DAYモニタープラン ■H26:723人→H27:855人
- ②崎津教会集落ゆったり散策日帰りプラン ■H26:90人→H27:157人
- ③天草”海鮮グルメ”日帰り・2DAYモニタープラン ■H26:0人(未実施)→H27:331人

【利用者アンケート調査より(参考)】

「参加者動機」

・料金が魅力的だった:40.7% ・内容が魅力的だった:30.7%

「参加者AMX認知度」

・H26年度:62.6% ・H27年度:74.7%

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・飛行機の利便性が出る「日帰りプラン」の需要が多い。
- ・天候に左右されない食を前面に出した商品が、好調に販売できたのは評価できる。
- ・リーズナブルな料金にもかかわらず、周知が不十分なため、販売が伸び悩んだ商品プランも見受けられた。

3. 今後の改善すべき点

- ・「天草の食」「崎津教会集落散策」をメインまたはオプションへの追加、商品プランへの組み込みを実施し販売していく。
- ・参加者希望観光地のアンケート結果を踏まえ、今後の商品プランに取り込み充実度・満足度を向上させる。
- ・商品プランによっては、PR不足のため集客が伸びなかった。結果的に、販売を伸ばすには、良い商品内容でもPRしないと一般的に知られず、販売の動きがにぶいが、全体的には集客は出来ていると思われる。
- ・商品プランの内容を見直し、天草の食をプランに組み込むことで集客に結び付けるのではないかと考える。

好評！体験取材ツアー商品



■情報発信ランキング

1位: 口コミ: 50.0%

2位: facebook: 16.9%

3位: LINE: 12.3%

II 天草ー福岡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. メディアタイアップ事業【取組費用 388万円】

1. 取組の実施概要

福岡地区のテレビ局において情報番組やCMで紹介。
全国のホテル・空港等に設置のコイン式パソコンのスクリーンセーバーにおいてPR。

【利用者アンケート調査より(参考)】

「商品プランを知ったきっかけ」・H26:14.0% ・H27:15.1%

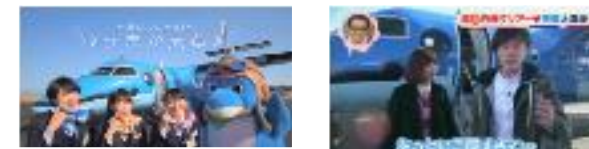
2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・出費は大きいですが、その分メディアの影響力は計り知れず、且つお客様の反応も早いのでわかりやすい。
- ・良い商品でもPRしないと知らない人が多く、販売に結びつかないことが判った。 →放送後申込者:27名(5日間)

3. 今後の改善すべき点

- ・費用対効果が必ずしも高いとは言えない。コストを増やさず地域をPR方法を検討する。

メディア露出で視聴者PR!



■テレビ視聴率

H26:4.6% → H27:5.2%

3. 旅行サイト×WEBプロモーション【取組費用 745万円】

1. 取組の実施概要

旅行サイト等において、旅行商品等のPR。

【実績】ホームページアクセス数

○H26:4,167(44日間)→H27:12,773(41日間) ○1日平均(H26:94→H27:311)

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・アクセス数は飛躍的に伸びているが、商品プランのお値打ち感が出づらく、販売には結びつけなかった。

3. 今後の改善すべき点

- ・販売金額にあった商品プランの提供。
- ・AMXのFACEBOOKによる情報発信を併せて実施。(参考:AMXいいね!数(11/15時点):10,385)

じゃらんnet(旅行サイト)×九州じゃらん(紙媒体)コラボ!

じゃらんnetとじゃらんnetの連携を強化し、2月連続で九州じゃらんnetへ掲載。
1月観光地では旅行サイト、2月観光地では紙媒体に於けるプロモーションを実施。



II 天草－福岡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. 署名人招聘事業【取組費用 118万円】

1. 取組の実施概要

著名人を招聘し、連載されている雑誌等で天草地域、天草エアライン等の情報発信を実施。

【実績】著名人

H26: アジア唯一の公認サンタクロースのパラダイス山元氏、航空ジャーナリスト秋本俊二氏、航空アナリスト鳥海高太郎氏雑誌「航空旅行」、「週刊ポスト」

H27: 航空ジャーナリストの秋本俊二氏

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・著名人のSNSやメディアにて、AMXをPRすることで認知度は高めることは出来る。
- ・著名人のスケジュールを併せるのがかなり難しい。

3. 今後の改善すべき点

- ・招聘した著名人と友好関係を築き、著名人を中心とした横の繋がりを活かし、PRしていく。

著名人のSNS等にて情報発信!



■ ブログアクセス数

H26: 9,500回 → H27: 10,100回

■ FB「いいね」数

H26: 528人 → H27: 547人

5. 「サンタクロースの聖地・天草」旅行商品造成【取組費用 21万円】

1. 取組の実施概要

毎年9月に開催される「世界サンタクロース会議in天草」に参加する公認サンタクロースが訪れた場所を巡る旅行商品を企画・実施。

【商品】

H26: サンタクロースの聖地・天草を巡る旅(3月@2泊3日)

H27: サンタが訪れた地を巡り、第3回世界サンタクロース会議in天草の見学ツアー(9月@1泊2日)

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・サンタの同行の有無及び利用客のニーズに合わずに、日程がタイトであったため、結果としてツアーキャンセルとなった。

3. 今後の改善すべき点

- ・H26年度の成功例、H27年度の失敗例から、サンタ会議当日の日帰りプランを実施する。

サンタさんとの会える、聖地・天草!



■ ツアー参加者数

H26: 21人 → H27: 参加なし(キャンセル4人)

II 天草ー福岡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

6. 海外旅行会社招聘事業【取組費用 332万円】

1. 取組の実施概要

旅行商品造成の可能性のある旅行会社を招聘し、ターゲットに合わせた旅行素材を提供・体験。

※連携実施(メディア個別招聘事業(国内・国外)によるPR、海外集客バス助成)

【実績】招聘数 H26:6社(韓国:3社、台湾:3社)、H27:5社(韓国:3社、台湾:2社)

新たな旅行商品造成の可能性!



2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・観光や新鮮な食材等、海外からみた天草はかなり魅力がある。
- ・安い価格帯で造成要望が多く、AMX1機での運航のため、天候並びに機材整備の際のリスクが懸念された。

3. 今後の改善すべき点

- ・信頼関係を築き、体験モニターツアーを実施し、旅行代理店及びお客様の生の声を活かしていく。
- ・ターゲットとする客層と合うAGTへ重点的にアプローチを行い、招聘のみではなく、自ら現地に出向き交渉を行う。
- ・運航等に伴うリスク等を調整したうえで、少人数のモニターツアーを企画し、海外旅行者のニーズを掴んでいく。

7. メディア個別招聘事業【取組費用 391万円】

1. 取組の実施概要

福岡・関東、台湾・韓国等のメディアを対象とした招聘事業を実施。

【実績】招聘数 H26:10社(国内:5社、海外[韓国:3社、台湾:2社])、
H27: 5社(国内:2社、海外[韓国:1社、台湾:2社])

国内外において情報発信PR!



2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・メディア露出が功を奏し、天草エアラインのFACEBOOKのいいね!数は飛躍的に伸びた。
- ・情報発信は、商品販売並びにAMX及び天草の認知度維持に不可欠なもの。
- ・本事業において、メディアでPRしてもらうことで認知度が向上したと考える。

3. 今後の改善すべき点

- ・メディアから取材依頼が来るよう、AMXらしさを全面に出した面白い取り組みを実施。
- ・FACEBOOK等のSNSで、コストをかけない情報発信を試みる。

II 天草－福岡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

8. 海外集客バス助成【取組費用 18万円】

1. 取組の実施概要

海外の旅行業者が造成する旅行商品のうち、貸切バスの使用について助成。

【実績】 H26: 利用実績なし H27: 利用実績なし

2. 取組の効果・成果及び要因分析

・海外からの商品プランが造成できず、集客バスの利用できる機会がなかった。

3. 今後の改善すべき点

・貸切バスでは効率が悪い、少人数での参加者でも対応できるように周遊タクシー実証運行と連携する。

9. 周遊タクシー実証運行【取組費用 120万円】

1. 取組の実施概要

天草空港を発着し、島内を周遊する交通手段を確保し、事前予約制の周遊タクシーを運行。

【実績】 H26: 138人(飛行機利用)、27台 H27: 125人(飛行機利用)、41台

2. 取組の効果・成果及び要因分析

・タクシーの利便性と割引キャンペーンにより、利用しやすい環境ができ、利用実績に大きくつながった。

3. 今後の改善すべき点

・周知向上が利用実績に大きくつながるため、メディアやホームページ等にて周知する。

10. 利用促進プレゼントキャンペーン【取組費用 133万円】

1. 取組の実施概要

繁忙期以外の時期に福岡空港発の毎便1人に対し、プレゼントキャンペーンを実施。

【実績】 H26年度: 天草で養殖されているマグロ(当選者: 148人(4,228人中))

H27年度: 天草＝福岡間片道航空券(当選者: 38人(2,564人中))

2. 取組の効果・成果及び要因分析

・往路をプレゼントの航空券を利用し、復路便を有償にて利用されている。

・当選者数は少ないが、確実に飛行機を利用していただく事ができた。

3. 今後の改善すべき点

・利用者底上げの為、閑散期にキャンペーンを実施できるように検討を行う。

機内でサプライズ！
プレゼントキャンペーン！！



■再訪意向割合

H26: 87.8% → H27: 97.4%

II 天草ー福岡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

11. ホームページの多言語化、12. ホームページデザイン変更による視認性・操作性の向上【取組費用 869万円】

1. 取組の実施概要

(1)ホームページの多言語化(140)

ホームページの多言語化を実施。

(2)ホームページデザイン変更による視認性・操作性の向上(729)

ホームページの利便性を図る為、ホームページの改修を実施。

【実績】 ホームページ総アクセス数 H26:41,189人
H27:55,656人(+14,467人)

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・HPTトップページのリニューアル、予約画面のトップ化、スマートフォンでのWEB予約の追加により、利用者の利便性向上に貢献できた。
- ・多言語化による外国人に対する利便性も向上し、アクセス数は若干ではあるが増えている。

3. 今後の改善すべき点

- ・利用者の意見を取り入れ、利用しやすいシステムへ改良し、コストの範囲内で対応していく。

利便性向上と多言語化で予約up!

■H27国別内訳

(上位5国/月平均)

- ・日本→54,455人
- ・アメリカ→264人
- ・台湾→189人
- ・香港→117人
- ・中国→94人



13. 空港図書館の設置・運営【取組費用 67万円】

1. 取組の実施概要

天草空港ロビー内に「天草空港図書館」を設置。

【実績】 図書館利用者満足度 H26:96.6% → H27:100.0%
(H27.9月27日、10月11日の空港マルシェ開催日の2日間において聞き取り:100%)

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・待ち時間を有意義に過ごす場所となっている。(元旦には、お琴の演奏でおもてなし計画中。)
- ・空港マルシェと連携し、子供への「絵本の読み聞かせ」のイベント等が開催され、これまでにない空間を生み出している。
- ・AMXが掲載されている本を知ったり、天草の歴史や地域の写真などを眺めることができ、地元の良さを再確認できていると考える。

3. 今後の改善すべき点

- ・地元の人が気軽に空港に遊びに来れ、小さなお子様連れの方も楽しめる空間の提供を図る。

空港図書館設置で空港活性化!



II 天草ー福岡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

14. サポーターズクラブ会員限定ツアー【取組費用 163万円】

1. 取組の実施概要

サポーターズクラブ会員の特典として、会員限定の旅行商品を企画・実施

※連携実施(サテライトスタジオin天草空港)

【実績】利用者H26:118人 → H27:45人(△73人)

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・新しい商品を発案する事が出来ず、サポーターズクラブ及びアウトバウンドの商品造成をすることが出来なかった。
- ・天草市単独の「天草市民限定キャンペーン」を実施したため、そちらでアウトバウンド対策を実施した。

3. 今後の改善すべき点

- ・特別なプランを用意するため、サポーターズクラブ会員とのヒアリング等を行い、利用者ニーズから商品造成に結びつける。

15. サテライトスタジオin天草空港【取組費用 90万円】

1. 取組の実施概要

毎月第2日曜日、天草空港ロビー内にサテライトスタジオを仮設し、生中継でPRを実施。

【実績】スタジオ来場者 H26:47人 → H27:236人(+189人)

- ・08/08 限定ツアー8名:約2分で完売
- ・09/27 プレゼント:24件応募
- ・10/11 プレゼント:15件応募

2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・前年度は数人ほどいなかった観客が、実施する毎に確実に増加した。
- ・AMXを島内へアピールする絶好の機会、テレビを通し親しみやすさが出たのではないかと考える。

3. 今後の改善すべき点

- ・費用対効果が必ずしも高いとは言えないため、来年度以降の実施の有無を含めて検討していく。
(低コストでの方法を検討。)

毎月第2日曜日は空港で生放送!



■ FACEBOOKにて最終報告知
いいね! 数:527

II 天草ー福岡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

【天草空港利用促進協議会】

天草市(実施責任者)

【担当内容】

- ①- 1.旅行サイト×WEBプロモーション
- ①- 2.メディア招待事業
- ①- 3.メディアタイアップ事業
- ①- 7.海外旅行会社個別招待事業(受入)
- ①- 8.天草周遊タクシー実証運行
- ①- 9.海外集客バス助成(受入)
- ①- 11.空港図書館設置
- ②- 1.サテライトスタジオin天草空港

AMX(実施責任者)

【担当内容】

- ①- 2.メディア招待事業
- ①- 4.就航15周年キャンペーン
- ①- 5.モニターツアー実施
- ①- 6.「サンタクロースの聖地・天草」を巡る旅行商品造成
- ①- 7.海外旅行会社個別招待事業(受入)
- ①- 9.海外集客バス助成(受入)
- ①- 10. WEB予約の視認性、操作性の向上
- ②- 2.サポータークラブ会員限定ツアー

熊本県

【担当内容】

- ①- 7.海外旅行会社個別招待事業(誘致)
- ①- 9.海外集客バス助成(誘致)



【協力実施機関】

- (一社)天草宝島観光協会等の天草地域の観光事業者
- 天草地域の旅行代理店・タクシー事業者、受託事業者

連携体制

【協議会内部】

- ・AMXとは2週間に1回の協議や、メール等で事業進捗管理等を実施し、綿密な連携体制を構築。
- ・これまでの各関係者に、天草市・上天草市の両観光関係者を会議に参加していただき、初めて連携。(ファムツアーの行程等の協議を2回開催し、意見を踏まえて行程を組み、実施に繋がった。)

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

- ・一番効果が出た事業が、体験取材ツアー事業であるため、今後重点的かつ長期的に継続を進めていくことになる。
- ・1年目の招聘事業を踏まえ、地元の観光分野の担当者を引き続き協議・調整に参加してもらい、事業を実施する。
- ・ツアーでは、各担当の負担を軽減するために、各地域で担当者を割り振り、事務量等の軽減にも努めた。
- ・体制・連携について機能していた事業もあったが、海外旅行会社等の事業の取りかかりが遅れた。
- ・調整会議等の取りかかりを早めることで、実績に繋がる。
- ・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ことも事業実施に影響した。

○今後の改善すべき点

- ・観光協会を交えて、よりよい天草の商品等ができるよう体制づくりを検討する。
- ・さらに、地元の旅館組合等はじめ、行政分野以外にも協議に参加してもらう体制づくりを検討する。
- ・各分野の担当者の日程調整を早期に行い、調整会議等を実施することで、実績に繋がることが予測されることから、事業を継続していきたい。
- ・地元の旅行代理店にも積極的に関与してもらい、来年度は機体更新に伴い、さまざまな取り組みを継続実施していく。
- ・新たな組織を立ち上げ役割・責任分担を定め、連携体制を強化する。

II 天草－福岡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

- ・ 本事業により、低迷していた旅客数が、H26年度は年間目標数が達成できた。
H27年度は、10月末現在で年間利用者数が目標数の70%となっているのは評価できる。
- ・ ジャンルが違う数多くの事業に取り組んだ結果、SNS等の情報発信により、天草並びに天草エアラインの認知向上できたのは評価できる。
- ・ SNSやメディアによる情報発信が天草地域並びに天草エアラインのイメージの向上に役たち、「行ってみたい」「乗ってみたい」という旅客が増えたことが良い結果に結びついたと考える。
- ・ 天草の観光の目玉でもある“イルカウォッチング”等は、天候に左右されやすいため、観光地を巡る旅ではなく、天草の“食”(寿司・海鮮グルメ・肉)を主体とした商品を造成。併せて、「崎津教会集落」散策プランも用意し、高齢の方が主に利用され好評を得た。よって、今後インバウンド商品の主体としてリーズナブルな価格で提供することで、利用者数の増加につながると思う。
- ・ インバウンド事業を集中的に実施したため、アウトバウンド事業の展開ができなかったため、ATR-42-600就航に伴い、より島民の利用促進に繋がるような新たな商品プランを造成したいと考える。

● 今後の取組の方向性

- ・ アンケートは重要であるため、アンケート要回収要員の使用やアンケート内容の見直しを考える。
- ・ 実績の伴わない商品プラン等、次年度以降事業の見直しを図り、集客できる商品に特化していくこととする。
- ・ 参加者からのアンケート回収は、チェックインカウンターにてアンケート用紙を配布のみで回答してもらったが、記載漏れ等により詳細のデータを得ることができなかった。
- ・ 天草地域、そして、天草エアラインらしい企画を新機体ATR42-600導入に併せて、次年度検討し、取り組んでいきたい。

新機材導入について(ATR42-600 概要)

- ・ 日本初導入の天草エアライン新機材:ATR42-600
- ・ 現行機(DHC8)の座席数より9席増えて48座席数
- ・ 胴体下にはくまモンのクリスマスバージョン“モンタクロス”
- ・ 機内は赤色の本革シートで、緑色のシートベルトはクリスマスをイメージしたもの
- ・ 新機材での運用開始予定日:平成28年2月20日(土)

新機材導入準備で、8月24日より天草＝福岡線2往復のみ運航の為、提供座席数が少なく、前年に比べ集客数が少ないが利用率は向上。また、導入される機材は、日本初導入であり、且つ、現在の親子イルカのデザインを継承し好評を得ている。航空マニア向けのプラン、座席増による団体客の集客を目指す。



転用可能な取組

取組内容		実施方法等
インバウンド対策	1. 体験取材ツアー	SNS等による情報発信を条件とした体験取材ツアーを実施することで、口コミによる地域の魅力発信により、航空路線の認知度向上とともに、新たな需要創出を図る。
	PR活動 (4. 著名人招聘事業、6. 海外旅行会社招聘事業、7. メディア個別招聘事業)	著名人を活用し招聘することで、SNSによる地元観光情報の拡散により、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。
	9. 周遊タクシー実証運行	空港と観光地等を直結する二次交通（周遊タクシー）により、航空利用者の利便性向上を図る。
	1 1. ホームページの多言語化 1 2. ホームページデザイン変更による視認性・操作性の向上	HPの多言語化等により、外国からのHPアクセスを容易とすることで、航空利用者の利便性向上を図る。
アウトバンド対策	1 4. サポータークラブ会員限定ツアー	空港サポーターズクラブを活用し、地元利用者のニーズにあった旅行商品の造成により、需要拡大を図る。
	1 5. サテライトスタジオin天草空港	地元住民を対象とした空港イベントの実施により、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
インバウンド対策	1 3. 空港図書館の設置・運営	空港内のスペースを活用した地域の魅力発信、地元住民の交流促進により、航空路線の認知度向上を図る。