

## 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

### 議事概要

日 時：平成 27 年 12 月 11 日（金）15:00～18:00

場 所：合同庁舎 3 号館 4 階 特別会議室

- ・ 地方航空路線活性化プログラムについては、3 年目に向け改善すべき内容を明らかにするため今年夏ダイヤまでの取組実績の中間評価を実施することとしており、当該評価のために関係協議会からのヒアリング及び質疑応答を行った。

関係協議会からのヒアリング及び質疑応答：

#### ① 「山形空港利用拡大推進協議会（山形＝名古屋小牧路線）」

- （委 員）ビジネス需要をターゲットにした技能五輪（H26 愛知、H28 山形）の利用者への支援はチャレンジングな取組である。何が難しく、今後の見通しをどう考えているのか。
- （協議会）路線運賃への支援の割引とその PR を中心に行ってきたが、1 日 1 便となるとビジネス利用者にとっては日帰りする場合等で新幹線の方が使い勝手が良く、あまり利用促進に繋がらなかった。今後は、利便性向上について運航者（FDA）と連携を図っていきたい。
- （委 員）着地側の愛知県や三重県としっかり双方向の交流体制を作られていることに関して、非常に心強い、すばらしいと感じた。
- （委 員）今後は、観光需要の創出に力をさらに入れるのか。次の手をどのように仕掛けていくのか。
- （協議会）今年度需要調査にて、まだまだ観光需要の伸び代が大きいことがわかった。一方、運航者（FDA）からは観光だけでなく単価の高いビジネス利用需要が一定程度必要だと言われている。
- （協議会）観光需要の創出については、この 1 年で、旅行会社に支援をし、旅行商品に組み込める素材発掘から旅行商品の造成まで行った。今後は造成した商品の販売定着のため、商品の販売支援を実施予定である。
- （協議会）ビジネス需要の創出については、会員企業・会員数が増加している山形空港サポーターズクラブをチャンネルに、利用促進に繋がる PR を実施予定である。
- （委 員）山形には庄内空港もあるが、集客において競合しないのか。
- （協議会）造成した旅行商品の素材である出羽三山は庄内側にある。本プログラムとは別に、両空港を利用するような方に対しレンタカーの割引を行う等の取組を庄内空港の協議会と連携して実施している。

## ② 富士山静岡空港利用促進協議会（静岡＝鹿児島路線）

- （委員） 際内乗継といった外国人の取り込みは考えているのか。
- （協議会） 静岡空港は、海外からの誘客が多く国際線が伸びており、上海、台湾路線等は鹿児島空港でも同じ航空会社が就航している。当該路線の外国人旅行者に対する静岡、鹿児島の周遊ツアーについて検討しており、海外航空会社へ働き掛けを行っていききたい。今年度はタイの雑誌メディアを相手にファミツアーを実施した。
- （委員） ローカル to ローカルでは、このような取組が重要である。エアラインに働き掛けを行うには一定需要が必要となるため、知恵を絞りながら頑張っていたきたい。
- （委員） 口之永良部島の噴火等の状況下において、着実に取組を進めていただいている。
- （委員） ビジネス需要をしっかりと築いてデイリー化を目指すことは重要である。産業交流イベントは毎年開催するなど、継続的に双方向の産業交流を図り、個々の取組を定着させる必要がある。
- （協議会） 両県のホテルで友好提携を結び、平成 27 年 2 月に両県で食のフェア等を実施した。今年度も民間が中心となって平成 28 年 2 月に開催予定である。また 1 月に静岡で総合食品展等を静岡へ開催する予定であり、鹿児島県企業の誘致を進めている。
- （委員） ビジネス需要は通年で平準化されているのか。季節的なピークがあるのか。
- （協議会） 鹿児島はお茶の生産時期が早いため、4 月に茶市のため静岡業者が鹿児島に買い付けに、鹿児島業者は 9、10 月の二番茶以降に静岡に買い付けに来る。いずれも週 3 便の夏ダイヤの時期であり、お茶の業者からは不満の声がある。また、他には鯉節業者の往来もあるが、ビジネス需要は時期的に濃淡がある。
- （委員） ビジネス客を観光誘致するような取組はされているのか。
- （協議会） 鹿児島県企業向けに、企業視察や研修旅行に使えるような静岡の観光施設のパンフレットを作成して紹介して PR を実施した。単なる出張業務だけでなく、視察旅行を行っていただけのような観光 PR も実施している。

## ③ 釧路空港利用整備促進期成会（釧路＝丘珠路線）

- （委員） 札幌・釧路の旅客割合、ビジネス利用者の流動、旅行商品造成の催行者について教えていただきたい。
- （期成会） 旅客のインアウト割合は正確な統計をとっていないが、概ね、釧路 3：札幌 7 との認識である。
- （期成会） ビジネス利用では北海道支店が札幌市近郊に集中し、それに伴う営業所が釧路・根室地域にある企業が多く、平日に自家用車や JR にて日帰り移動している。
- （期成会） 旅行商品は 2 ヶ年でモニターツアーを実施しており検証している。来年度は北海道新幹線の旅客に対し、道内の短時間移動を売りにしたツアーを企画し、若

年層・家族旅行等をターゲットとしたい。

(期成会) 商品企画は当方で実施するが、販売は旅行会社が実施する予定である。

(委員) 北海道との協力関係はあるのか。

(期成会) エアラインと北海道と釧路市で協力している。HAC へは札幌市内との調整を図っていただいている。

(委員) 新千歳－釧路路線(ANA) 路線と当路線(HAC) は競合していないか。新千歳路線の旅客を奪うのか、もしくは新規旅客を開拓するのか。

(期成会) 課題として認識しているが、丘珠路線は札幌市街地により近くビジネス利用を始めとした取組を行っており、一方、新千歳路線は乗り継ぎ利用が中心と見られ、なるべく競合させない方向で取組を考えている。

(委員) 丘珠路線は、新千歳路線に対し何が有利なのか。冬の欠航率は同程度か。「認知度」以外にアピールする点はないのか。

(期成会) 新千歳空港に比べ、札幌市内からのアクセス性が有利となっている。欠航率はHAC 路線の方が若干多く、除雪体制の影響がある。

(委員) 丘珠空港はアクセスが良いため、札幌近郊の自宅、オフィスからのビジネス客が多いため、分析を重ねて丘珠空港の利便性、近さの強みを最大限生かせるよう検討いただきたい。

(委員) 空港アクセスにおける自家用車、バス、レンタカーの利用割合やビジネス客のアクセス手段を分析し、無料駐車場やバス割引対象のルートなどを検討してみてはどうか。

(期成会) 昨年度のクーポンの利用率はバス3割、レンタカー2割程度であり、初期段階の周知の遅れにより思うほど伸びていない。クーポンは利用客限定のPR であり周知がしにくかったため、PR をより効果的にやった方が良いと考えている。

#### ④ 天草空港利用促進協議会(天草＝福岡路線)

(委員) 取組の内容は良いが、目標が不明瞭な取組があり、一つ一つの取組に目標をはっきり設定すべきである。取組により、プル型・プッシュ型のどちらのマーケティングを行うのか、いくら投資し旅客を何人集めるかはっきりしないと、費用と手間がかかり、取組の効果もわかりにくくなる。

(協議会) 協議会には様々な観光協会等の加盟団体があり、台湾からのゴルフツアー等の企画がなされ海外でも周知いただいております、来年のATR 就航により増客につなげたい。多岐の取組は今年までと想定しており、指摘のとおり、目的・目標・数値についてしっかり検討していきたい。

(委員) 失敗はかまわない。トライ&エラーでよいので、どんどん積極的に路線維持のために、地域とともに頑張ってください。

(委員) 一生懸命頑張っていると感じた。初期段階では失敗も重要であり、結果に結びつかなかったことを明記し事実を冷静に見ていることに将来性を感じた。

(委員) 福岡のインバウンド獲得が根本であり、空港図書館などは福岡の家族層を取り込んでいるのではないかと。ターゲットを明確にした上で商品構成の整理が必要である。

- (委員) 観光資源が豊富であるが、安売りするなど、観光商品の価値を下げてはいけない。リピーターとなる若年層向けの足掛かりとしてはよいが、正規料金を払う来訪者をしっかり獲得すること。
- (協議会) 意欲的に取り組んでいて、素晴らしい取組ばかりである。
- (委員) ツアーの企画時に旅行代理店任せにするのではなく、主体的にターゲットを明確にし、観光資源を組合せ、より戦略的に造成すべき。

#### ⑤ 但馬空港推進協議会（但馬＝伊丹路線）

- (委員) パフォーミング・アーツ・ツーリズムについて、もう少し具体的に教えて欲しい。
- (協議会) 舞台芸術の創作活動をする施設として豊岡市に建造された城崎国際アートセンターを観光資源として整備し、演劇やダンス等の創作活動やアーティストに興味を持つ層を対象に、ツーリズムの拠点とした取組を行っている。
- (委員) 欠航代替タクシーは41回欠航時に354人、142台の代替タクシーの実績があったが、全体のコストはいかほどか。
- (協議会) 宝塚駅までは1台あたり5,000円程度に費用に対し運賃収入が1,500円。豊岡駅までは1台あたり25,000円程度の費用に対し運賃収入が15,000円。全体で75万円のコストがかかった。
- (委員) 欠航が多いため、満足度を上げることに効果があるように思う。
- (委員) PRを実施し認知された上で、継続的な発展のためリピーターを増やす工夫が必要である。
- (協議会) リピーター対策としては、8泊まで延長可能な旅行商品や運賃助成を実施している。
- (委員) おもてなし銘菓は好評か。JRが駅で販売を始めた実績があるように、機内で地元のを売るなど、ビジネスチャンスがあれば積極的に販売するのも良いのではないか。
- (協議会) JAC乗務員に試食してもらい、機内での提供に賛同していただいた。利用者にも好評で、機内サービスをきっかけにこの銘菓の売上が大きく伸び、ビジネスチャンスとなっている。
- (委員) 就航率に苦戦しながらも取組を軌道に乗せようとする姿勢が伝わってきた。
- (委員) トリップアドバイザーの効果が無いという分析は良いが、トリップアドバイザーの媒体は当たると効果が大きいので簡単に捨てるのではなく、トリップアドバイザーの特徴を把握し、どうすれば効果があるかを良く分析した上で検討いただきたい。
- (協議会) 効果が薄い割に、費用が高額となっているが検討したい。
- (委員) 今朝の日経新聞では農林水産省が原産地を定めて世界に売っていく商品のうち、牛は但馬牛を選出している。世界的に品質保証がなされた原産地であるため、ブランド力を活用すると良い。
- (協議会) 「コウノトリ育むお米」という無農薬米をミラノ万博に出展した。今後輸出す

る方針である。但馬牛の子牛も高価となってきており、積極的に取り組んでいきたい。

(委員) 但馬地域は良い資源がたくさんあるが、宣伝が下手。人口も減っている中で地道に続けていただきたい。

(委員) 空港をどのように使うかが見えない。空港にパフォーミング・アーツ・ツーリズムの一部を組み込んだり、農産物を空港で販売しているのか。

(協議会) パフォーミング・アーツ・ツーリズム関連ではペッパーを設置し、パフォーミング・アーツ・ツーリズムや観光 PR 等を行っている。空港には売店やレストラン等が併設されており、売店では加工商品を中心に地場産品を販売している。

(委員) 空港をうまく活用すれば、もう少し航空路線の需要につながるのではないかと思う。

#### ⑥ オホーツク紋別空港利用促進協議会（紋別＝羽田路線）

(委員) 素晴らしい実績を着々とあげていると思う。4月の旅客の増加は「花」の取組の効果であるとみているが、どの取組が効果的だったと分析しているか。

(協議会) 花は5、6月が見頃であり普段4月は雪解けで厳しいのだが、今回のキャンペーンでは流氷が去った後の毛ガニの美味しさを PR した。また3年前から独自に旅行会社と連携したものが浸透し、自主的にツアーを組んだものが、予想外の人気となり、搭乗客を引き寄せることができた。

(委員) 旅客数が例年落ち込む12、1月の冬場もH26には挽回しており、年間の旅客変動の形が非常に良くなってきている。どの取組の成果によるものか。

(協議会) 平成25年度までの3年間は羽田直行便が新千歳に変更になった時期であり、4年振りに就航が再開され、住民の期待度も高まった。旅行会社とタイアップし、稚内空港と協力しながら、ホタテ、カニ等のグルメと最北端の稚内観光をセットにした2泊3日の「紋別 in 稚内 out」のツアーを催行し、成功したのも一因と見られる。

(委員) オホーツクは天気の良さが誘致の材料となるので、SNSは継続して、情報発信していただきたい。カニのオブジェの前で撮影したものをSNS発信したい若者は多いと思う。オンリーワンの写真撮影場所の発掘を行ってみてはどうか。

(協議会) フェイスブックはなるべく毎日更新しており、反響は予想以上である。オホーツクブルー等、地域に特化した情報を流したい。

(委員) 冬の北海道は旅行会社が安値で売っているのが目立つが、値段が上げにくくなるので安売りはしない方がよい。

(協議会) 冬場のホテルの値下げには留意する。

(委員) 人口が少なく、メンバーが少ない中よくやってくれている。取組も優先順位をつけて継続できるよう頑張ってください。

(委員) タイのインバウンドに目を付けた理由は。

(協議会) タイからの旅行客が増えていることはもちろん、便のダイヤを考えたときに前後泊なしで行けるという点、取り組みの中でタイの政府観光局とつながりが持

てたことによる。

(協議会) 大手の旅行会社と協力して商品造成を図っているが、タイを門戸に他の東南アジアへも展開していく所存である。

#### ⑦ のと里山空港利用促進協議会（能登＝羽田路線）

(委員) いつも先進的な取組を実施しており、次は何が出てくるか楽しみである。

ただし、タクシー助成は宣伝がわかりにくく、ぜひ改善していただきたい。

(協議会) 乗合タクシーと観光タクシーの両方を使用しないと割引にならないため、利用者より「制度がわかりにくい」との指摘があった。わかりやすいパンフレットを作るなどして、少しでも認知度を高めるように努めたい。

(委員) 乗継はイメージが悪いが、北海道－関空－沖縄といった乗継は全国的に波及している。乗継によりマーケットは広がるので、能登の魅力を打ち出した取組を続けてほしい。

(委員) 旅行商品を造成しすぎると、旅行会社がホテルを押さえてしまって、ホテルが不足しやすくなるが、どういう状況か。

(協議会) 新幹線の開業により石川県の個人客が増加し部屋を取得しているが、旅行者が部屋を抑えることができず、宿泊施設は不足している。

(委員) 海外からの羽田乗り継ぎは何か戦略があれば教えていただきたい。

(協議会) 社会活動型ツアーの中で外国人向けのプロモーションは実施している。首都圏在住の外国人をターゲットに、モニターツアーを実施している。

(委員) 社会活動型ツアーの状況を教えていただきたい。

(協議会) 丸の内朝大学で以前「能登羽田の利用促進について」という講座を開設し、地元ではありふれた素材でも首都圏では目新しいものもあり、プログラムを作っていた。支援なしでも、自発的に能登に来訪する元受講生もいる。

(委員) 二次交通に予算投入するケースは即効性があるが、継続が難しい。社会活動プログラムの方に力点を置くことはできないのか。

(協議会) 指摘のとおり、二次交通補助の財源確保はその後困難になる。費用の少ない社会活動プログラムの手作りツアーをできるだけ押していきたい。地元の協力で年数回実施できており、少しずつ増やしていきたい。

(委員) 座席利用率が今年6月に好調だったのはどう分析しているのか。7月は毎年なぜへこむのか。

(協議会) 6月の好調は、搭乗率保障制度の期間が7/7～翌年7/6であり、春先から7月に向けてラストスパートしている。7月がへこむのはリバウンドと考えられる。

(協議会) 本年6月の増加は新幹線の開業により、旅行商品を積極的に売り出したことなども要因であると思われる。

⑧ 南紀白浜空港利用促進実行委員会（南紀白浜＝羽田路線）

- （委員会）南紀白浜地域は陸路でいくと時間がかかるため、航空利用で行く利便性がある。旅行代理店への予算のかけ方がもったいないと思われる。
- （委員会）予算額については検討したい。
- （委員）国内在住の外国人就業者は、アメリカンクラブやフランス人の婦人会のような社交クラブ等へのPRにより波及できることがあり、帰国時に口コミで広がる可能性があるため、低額予算で効率がよい。
- （委員）定額観光タクシーの件は、非常に効果が見受けられる。
- （委員）スペインの旅行フェアでのPRは非常に良い。サンチャゴ巡礼の道はフランス人旅行者が多いため、次はフランス人をターゲットにしてPRできると良い。また、アメリカンクラブや外国人記者クラブ等は影響力があるので、ターゲットにすると良い。
- （委員）定額観光タクシーは外国人対応として、英語対応するとよい。
- （委員会）実施していないため、参考とする。
- （委員）和歌山県はパスポート取得率も低いと認識している。今回の機会を踏まえ、県民のアウトバウンドの意識を高めていただきたい。
- （委員会）県民の航空に関する意識を高めていきたい。

（以 上）