

# 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（第2回）

---

## 発表資料（平成28年度取組実施計画（案））

平成28年3月4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 取組目標及び取組課題・方針

## 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:60% 利用者数:56,000人**

**※二か年の実績値が設定値を上回ったため、平成28年度の設定値を上方修正したもの**

## 2. 取組の課題

### ●ターゲットの選択と集中

・釧路空港の道東周遊拠点としての強み、丘珠空港の札幌中心部とのアクセス利便性の強みを生かした、観光客やビジネス客それぞれにターゲットを絞った取組みの実施

### ●告知手法の選択と集中

・これまで、新聞など各種メディアを活用して観光客向けに告知を行ったが、価格を重視する観光客の利用増加に結びにくかったことから、明確化されたターゲットに対し適切に訴求できる告知の実施が必要

### ●航空需要そのものの増加

・利用者が大きく変化していないことから、航空機を利用していない層(未利用者)に対する効果的な告知の実施が必要

## 3. 平成28年度の取組方針

- ・ H26、H27年度の取組みのうち、バスターミナルへの運航情報提供モニター設置やイベントにおける各種PR事業など**効果があった取組みについては、より効果を上げられるよう取組みを拡大し、効果が薄い事業については、見直しを実施**する。
- ・ **競合する他の交通機関より高い運賃を負担できる層**(ビジネス客の中でも上級役員クラスや、従業員の労働環境を優先的に考える企業等、また、特定の目的を持った道東旅行客など)**を掘り起こすため、告知手法について「選択と集中」し、取組みの効果を高めていく。**
- ・ 競合路線との単純な客の奪い合いにならないよう、**航空需要そのものを増加させる**ための(未利用者への啓発を含めた)取組みを実施する。
- ・ **観光客誘致の面で釧路市と北海道、札幌市や周辺市町村・団体等との連携、ビジネス客対応面で札幌市、在札経済団体などとの連携を強め、札幌圏での路線の告知を増やすなど、効果的な取組を検討し実施する。**
- ・ 若年層、30～40歳代の女性などに向けた魅力的な価格帯での旅行商品を造成し、**新たな需要を掘り起こす。**
- ・ 旅行商品造成事業については、二か年の取組みの成果を生かし、平成28年度については、**着実に造成**につながるよう取り組む。
- ・ 活性化プログラム**事業終了後も継続して各種取組みが自立していくような仕組みの構築**について検討する。

## II 取組計画

### 1. 利用者の利便性向上事業

#### 1. 取組の実施計画（案）

##### (1) バスターミナル等での運航情報提供

- ・空港連絡バスの発着地である釧路駅前バスターミナル（設置済）をはじめ、幣舞橋のもとに建つ複合商業・観光施設である釧路フィッシャーマンズワーフMOOに設置する。
- ・また、札幌市単独予算での取り組み予定ではあるが、札幌市においても釧路市同様、丘珠空港連絡バスの発着地の札幌栄町バスターミナルに、丘珠空港発着各路線の運航情報を映し出すモニターを設置し、釧路－札幌双方向でのリアルタイムでの情報提供を実施する。
- ・欠航となった場合の他交通機関への振り替えや宿泊先予約についての情報を表示する広告を掲載し、広告収入を得てランニングコストを捻出する仕組みを検討する。



釧路フィッシャーマンズワーフMOO

#### 2. 改善した取組のポイント（方針）

- ・新たなモニターを設置により、さらなる利便性向上を図る。
- ・モニターへの表示情報は現在、運航情報のみであるが、他交通機関や宿泊事業者等から手配連絡先等の広告掲載を募り、運航情報と併せてモニターに表示することで利便性を高めながら、広告収入によるランニングコストの捻出を図り、次年度以降の継続的な事業実施に向け取り組む。

### 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

#### 1. 取組の実施計画（案）

##### (1) 空港連絡バス及びレンタカー利用助成

- ・路線利用者等に対し、釧路圏、札幌圏でのバス・レンタカーを一定額割り引くチケットを配布する。

##### (2) 駐車場料金の低減化

- ・釧路線の利用者に対し、到着の丘珠空港にて1日分の駐車料金割引券を発行し、一部無料化する実証実験を実施する。

##### (3) 各種事業告知の実施

- ・札幌商工会議所会員企業向けDM制度を利用して、商工会議所会員企業やHAC顧客を対象に、アクセス支援事業等の告知を行う。
- ・告知用チラシを作成し、旅行会社等に配布することで、事前周知に努める。
- ・特にHACの利用回数が少ないビジネス顧客に対し、各種取り組み情報を発信する。



バス・レンタカー割引チケット

#### 2. 改善した取組のポイント（方針）

- ・目的地への移動に係る総経費圧縮を図ることで、主にビジネス利用における他交通機関から航空機利用へ誘導する流れを作るため、公共交通料金の低減化を継続・拡大する。
- ・札幌圏の経済団体と連携し、平日の利用が多いビジネス客をターゲットにした告知を行うことで、平日のさらなる利用拡大を図る。
- ・HACにより多く乗ってもらうことにより利便性を体感してもらえようとして新規客→リピーター→ファンへと育てていく。



告知チラシ(一例)

## II 取組計画

### 3. 路線の認知度を高めるPR活動

#### 1. 取組の実施計画（案）

##### (1) 公共交通機関等へのPRラッピングによる航空路線PR

- ・H27年度までの事業でラッピングを施したバスを継続運行し、路線認知度の向上を図る。
- ・札幌・釧路のタクシー車両のリアガラス、車内広告などの掲載により、路線認知度の向上を図る。検索窓のイラストにより、HACや各種取り組みのWEB検索への誘導を図る。
- ・地下鉄車両への広告掲載により、路線認知度の向上を図る。検索窓のイラストにより、HACや各種取り組みのWEB検索への誘導を図る。

##### (2) フリーペーパーの作成による釧路、札幌の地域情報発信

- ・釧路、札幌の地域情報を掲載したフリーペーパーを春と秋の2回、各3万部作成し、HAC機内をはじめ両市内での公共施設、スーパー、ドラッグストア等の施設、及び各種イベントで配布する。
- ・普段からHACを利用する人に口コミを広めてもらえるようなキャンペーン等の記事を掲載し、リピーターによる情報発信効果を狙う。

##### (3) 航空搭乗券の地域クーポン活用実証実験

- ・加盟店舗において航空券の半券提示により一定のサービスが受けられる、上記機内誌の別冊クーポンブックを作成し、機内に設置する。

##### (4) 各種媒体・イベント等でのPRの実施

- ・北海道商工会議所連合会や札幌商工会議所、釧路商工会議所の会報誌等へ空港アクセス支援事業の広告掲載を行う。
- ・釧路地域においては港まつり、大漁どんぱく等、札幌地域においては日本ハムファイターズ、コンサドーレ札幌試合会場内PRや、さっぽろ大通ビアガーデン、雪まつり、丘珠駐屯地創立及び北部方面航空隊創隊周年記念行事、航空ページェント等のイベントに出展し、地域の観光情報や路線の利便性などのPRを実施する。

#### 2. 改善した取組のポイント（方針）

- ・公共交通機関等への広告掲載を拡大し、告知効果をさらに高める。また、**WEB検索への連動**が可能なデザインとすることで、各種キャンペーンとの連動性を高める。
- ・リピーターにより、**売り手側の押し付けではない情報発信**が行われる仕組みを作ること、これまで**HACを利用しなかった層に対し**より効果の高い告知を行うことができる。
- ・地域クーポンについては、HAC利用が前提となるため機内での告知が重要であるが、従来の冊子型では持ち帰り率が高くなかったため、より持ち帰ってもらえるよう、**クーポンを別冊化して小型化することで持ち帰りを容易にする**。
- ・北海道商工会議所連合会や札幌商工会議所、釧路商工会議所の**会報誌に広告を掲載**することで、**ビジネス客の認知度を高め**さらなる利用につなげる。

地下鉄東豊線車両広告

東豊線1編成のステッカー丸ごとシヤック



昨年度事業のフリーペーパー「mitabi」

## II 取組計画

### 4. 魅力ある旅行商品造成事業

#### 1. 取組の実施計画（案）

##### (1) 若年層のアイデアによるツアー商品造成

- ・乳幼児がいるパパママ世代をターゲットにした商品造成を検討・実施する（保育サービスとの連動など）。
- ・道外からの移住者や学生などをターゲットにし、ホテルと航空機のスケルトン型商品を造成する。また、併せて道東の体験型観光情報を発信し、現地でもオプション型の体験型観光商品を販売する。

##### (2) 北海道新幹線開業に向けたツアー商品造成

- ・北海道新幹線を利用した東北からの札幌観光需要を捉え、飛行機の時間短縮効果を生かした短期間での北海道横断ツアー商品を造成する。

##### (3) その他魅力的な旅行商品の造成

- ・30～40歳代の女性をターゲットにした個人～少人数グループ向けの旅行商品を造成する。
- ・夏休みや冬休み時期に釧路地域の親子を対象にしたHAC見学体験モニターツアーを実施する。

##### (4) 旅行会社への広告費等の助成

- ・旅行会社が、利用率の低くなる日、月曜日などのHAC利用を前提とした商品造成を行った場合、または上記取り組み主旨に合致した商品造成を行った場合の広告費等の助成を行う。

##### (5) スケジュール管理

- ・期成会にて旅行会社の商品造成の日程管理を行い、確実に商品造成、販売を行う。

#### 2. 改善した取組のポイント（方針）

- ・ 買い物や里帰りなどの家族旅行をターゲットとし、ターゲットを明確にしつつ、ビジネスでも観光でもなく、かつ定期的で一定の需要を取り込む。
- ・ また、学生層については、2か年の取り組みから見えた課題と成果として、学生層からみた割高感を払しょくと、WEB等を活用した個人旅行を好む傾向のある学生層の特色を生かす狙いから、旅行商品の基本構成をホテル+宿のみとし、見た目の割高感を解消しつつ、必要に応じて現地でのオプション型の体験型観光商品を販売することで、結果的にツアー商品として成り立たせるような仕組みとした。
- ・ 平成27年度の取り組みで実施した、30～40歳代の女性小グループ旅行をターゲットとしたモニターツアーが好評であったため、平成28年度については着実に造成につながるように取り組みを継続するほか、児童の夏休み・冬休み期間の自由研究や家族旅行など、定期的で一定の需要の取り込みを狙う。児童をターゲットにすることで、親世代、孫世代を巻き込んださらなる利用増につなぐことができる。
- ・ 週末型の商品造成により、これまで利用率の低かった日、月曜日の利用率を向上させ、利用率の平準化、全体的な底上げを図ることができる。また、上記の取り組み主旨に合致する商品造成をしようとする旅行会社へ広告費等の助成を行うことで、旅行会社の商品造成の機運を高め、活性化プログラム事業終了後の自立に向けたきっかけとする。