

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

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 取組目標及び取組課題・方針

1. 取組目標

【目標設定】

○有償座席利用率: **50.4%**

(H25 / +5.3%、ATR42: 48席換算)

○有償旅客数: **51,000人**

(vs H25 + 5,258人)、(vs H26 + 3,733人)

- ・天草＝福岡間 / 日: 6便 × 365日 = 2,190便数(最大)
 - ・2,190便数 - 18便(検査) × 就航率97.1% = 2,109便数
 - ・2,109便数 × 48席(ATR) = 101,232席
- ・H25: 搭乗実績 / 45,742人 (搭乗率: 45,742人 ÷ 101,232席 = 45.1%)
- ・H26: 搭乗実績 / 47,267人 (搭乗率: 47,267人 ÷ 101,232席 = 45.7%)
- ・H27: 搭乗実績 / 機材変更に伴う減便運航の為、目標設定せず。
- ・H28: 搭乗目標 / 51,000人 (搭乗率: 51,000人 ÷ 101,232席 = 50.4%)



2. 取組の課題

本事業を2年実施し、利用状況を分析した結果、下記のような課題(○)があり、回収したアンケート・聞き取りにより、新たな課題(◎)も判明。

- 1機運航のため、欠航(機材整備や天候)の心配が大手に比べ高い。
- 天草エアライン(以下、AMX)、天草空港の認知度が低い。(天草～福岡間⇒飛行機で35分。)
- 天草空港到着後の目的地までの2次交通ネットワーク対策の強化が必要。
- 体験取材ツアー(航空券+食事)は格安価格であったため、料金設定の見直しが必要。
- 一度の海外旅行会社の招聘では、旅行商品企画につながらない場合が多い。(継続的な訪問や関係強化、そして多大な費用が必要。)
- 効果の測定方法に工夫が必要。
- ◎天草⇄福岡最終便の天候欠航時の代替交通手段に不安・不満が強い。
- ◎天草地域での新たな観光資源発掘の検討が必要。
- ◎天草地域住民の空港(航空機)に対する意識や活用意欲が弱い。

3. 平成28年度の取組方針

※平成26、27年度の事業結果・費用対効果検証、及び委員指摘事項を踏まえ、以下の方針により取組を実施。

○インバウンド対策

1. 取組のポイント

- ・**天草地域とAMXの認知度向上策の強化。**
- ・**ターゲットの絞り込み。**
 - 国内 / 天草の「食」や「イルカウォッチング」に興味がある福岡県の女性(30代～60代)。
 - 国外 / 熊本県と連携している韓国・香港・台湾からの外国人観光客等(特にFIT)。
- ・上記ターゲットを取り込むために、**メディア等を活用したPR事業を展開**する。
- ・悪天候による突然の**欠航時の不安を低減し、信頼性を向上**。加えて**2次交通機関の充実を図り、利便性向上**も図る。
- ・**効果的な計測方法への改善。**

2. 事業の終了及び集約

- ・12事業のうち9事業を3つの新事業に集約。
- ・1事業はアウトバウンドでも実施するため強化継続、2事業を終了。

○アウトバウンド対策

1. 取組のポイント

- ・**サポータークラブの会員数増**、および**会員組織の更なる活用**。
- ・**新型機ATR導入の広告効果を利用した旅行商品開発**。
- ・インバウンド施策であった空港図書館をアウトバウンド施策にも活用。
- ・空港(図書館等)を核としたイベント開催等による**空港への愛着度の向上と日常的利用の促進**。

2. 事業の終了及び集約

- ・3事業のうち1事業を終了。

II 取組計画

1. インバウンド対策(体験取材ツアー・造成事業、認知度向上事業、利便性向上事業)

1. 事業概要

- ①バリエーションを持たせた体験取材ツアーの継続実施。(内容面、価格面でバリエーションを持たせ、適正な価格帯の見極めや魅力ある商品の開発。)
- ②AMXと天草地域の知名度向上のため、メディアによるPR強化。(ターゲットを絞り込んだTV-CM発信、イベントの実施。)
- ③天草空港の2次交通機関の充実。(周遊バス・周遊タクシーによる観光アクセスの強化。)
- ④最終便欠航時の代替交通手段への助成。



2. 事業の再構築(終了、集約)

事業名	分析(アンケート情報、委員からの指摘等)	
体験取材ツアー	(協議会)新しい観光素材の開発が必要。 (委員)ターゲットの絞り込みが必要。安売りに走らず適正価格の見極めが必要。	内容強化して「継続」
「サンタクロースの聖地・天草」	(協議会)観光素材として魅力あると判断されたことから継続。	
メディアタイアップ事業	(協議会)コイン式スクリーンセーバーは、アンケート調査にて費用対効果がないと判断。 →「終了」	“メディア等を活用したPR事業”へ集約し、他事業との相乗効果を狙った事業組み換えを行う。
旅行サイト×WEBプロモーション	(協議会)一定効果があったが、他事業との連携による効果アップを目指し集約。	
著名人招聘事業	(協議会)招聘するマスコミ、著名人の絞り込みが必要。 (委員)マスコミや著名人が取り上げてくれる限りは継続できるが長期的には不安。	
海外旅行会社招聘事業	(協議会)旅行会社を一度招待しても効果は薄い。但し、メディア招聘は効果あり。 (委員)集客に結びつくかどうか疑問。効率的な方法を再検討する必要あり。	
メディア個別招聘事業	(協議会)一定効果があったが、他事業との連携による効果アップを目指し集約。	“天草周遊タクシー・バス実証運行事業”(新規)へ「集約」
海外集客バス	(協議会)バス価格高騰を踏まえ、有効であると判断。対象を海外+国内へ拡大。	
周遊タクシー実証運行	(協議会)旅行商品への組み込みを想定し継続。	「終了」
利用促進プレゼントキャンペーン	(協議会)プレゼントを目的に飛行機に乗る利用者は少ないため、効果低いと判断。 (委員)予算面での制約がある。本体制から脱却を図ることが望ましい。	
HPの多言語化、デザイン変更	(協議会)東アジア・欧米向けの英語、台湾向けの中国語及び韓国向けの韓国語が対応済み。	「終了」
空港図書館の設置・運営	(協議会)一定効果があったと判断し、内容強化して継続。	インバウンド事業でも「実施」

II 取組計画

1. インバウンド対策(体験取材ツアー・造成事業、認知度向上事業、利便性向上事業)

3. H28の実施事業

①体験取材ツアー(継続・他事業吸収)

i 事業内容

- ・地元の新鮮な食をメインにした日帰り及び宿泊商品プランの企画。(実施予定:通年)
- ・閑散期の対応として、季節の旬の食材や天草地域のイベント開催とのコラボ商品プランの企画。(閑散期対策)

ii 取組ポイント

- ・参加者のSNSや口コミ等の発信を条件とした天草地域、AMXの観光体験ツアーを実施。
- ・これまで通年・単一価格の旅行商品のみであったが、今年度は年間の販売計画を策定し、旅行商品に①販売期間、②素材、③価格等のバリエーションを持たせ、魅力的な旅行商品開発のためのマーケティング情報の収集を行う。
- ・片道10,000円補助を、5,000円とすることにより募集人員を増やし、情報収集・発信の拡大を目指す。
- ・アンケート結果に基づき、満足度が向上するように商品内容を随時変更・改善。

②メディア等を活用したPR事業(継続・一部変更)

i 事業内容

- ・福岡地域のテレビ局において情報番組やCMでの紹介。:放映時期/9月目標。
- ・旅行サイトのWEBを活用した情報発信の強化。:旅雑誌「じゃらん」のWEBにおいて実施:発信時期/5月目標。
- ・福岡県内で開催する「天草」イベントでのPR。:天草うまかもん旅フェアin福岡/10月予定。
- ・海外からブロッガー、WEB系メディアに対して発信力の強い人物を招聘するFAMツアー実施。

ii 取組ポイント

- ・本事業終了後も、情報発信できるような協力体制(AMXと各メディア等のコラボ企画やAMXのユニークな商品・企画等)を構築する。
- ・メディアを利用した天草の魅力並びにAMXの認知度向上の為、利用者層(30代~60代の女性)にターゲットを絞った情報発信を実施する。
- ・海外に対しては、FIT取り込みを意識し、ブログやSNSによる発信を強化、併せて海外メディア(旅行雑誌、旅行番組)の活用を行う。
- ・機内においてマスメディアの広告を掲示することなどによる「相互広告・相互宣伝」作戦により、PR事業の経費削減を図る。

③天草周遊タクシー・バス実証運行事業(継続・他事業集約)

i 事業内容

- ・天草空港を発着し、島内を周遊する交通手段を確保するため、事前予約制の周遊タクシー又はバスを運行。
- ・欠航(天候不良)に伴う、代替交通手段の一部補助。
(※天草空港発、福岡空港発の最終便欠航時のリスクに対する不満材料を解消)。

ii 取組ポイント

- ・事業終了後でも、2次交通対策を継続実施できるよう、適切な価格帯について検証を行う。
- ・体験取材ツアーに組み込むことにより、体験者数を増やし、有効性の検証を強化する。
(ターゲットを女性や高齢に設定し、旅先での移動や欠航に伴う不安を解消する。天草空港発の二次交通機関の充実により、集客増の可能性を図る。)

4. 効果測定の改善

- ・各取組について、アンケートによる効果測定を実施。測定方法は、ツアー造成の基礎データとするため、関係者と協議し方法についても再構築する。
- ・効果測定のため、アンケート項目に利用者がSNSで情報発信した内容(飛行機や取組、観光地、食事等)が具体的にわかるように項目を追加する。



II 取組計画

2. アウトバウンド対策(認知度向上事業、空港活性化事業)

1. 事業概要

- ①地元イベント等(例;空港マルシェ)と連携した図書館の空間の活用や待ち時間を楽しい時間に過ごすための満足度向上を図る。
- ②サポータークラブ増員を目標にし、地元ケーブルテレビと連携したツアーの情報発信と商品開発。

2. 事業の再構築(廃止、統合)概要

事業名	分析(アンケート情報、委員からの指摘等)	対応
空港図書館の設置・運営	(協議会)一定効果があったと判断し、内容強化して継続。	「継続」(インバウンド事業としても展開)
サポータークラブ会員限定ツアー	(協議会)一定効果があったと判断し、内容強化して継続。	内容強化して「継続」
サテライトスタジオin天草空港	(協議会)費用対効果の測定が困難と判断。 (委員)コストと手間を勘案し、見合うと思えば継続。	「終了」

3. H28の実施事業

①空港図書館を活用した地元イベント等との連携並びにAMXのPR

i 事業内容

- ・地元住民が**図書館の空間をイベント等に利用できる旨の周知PRを実施**。(実施予定:通年)
- ・AMXをよりよく知ってもらうための**特別コーナーを設置**。(実施予定:各月)
(AMXが掲載されている本や雑誌、客室乗務員が製作した機内新聞、AMXの利用状況や就航率、キャンペーンなどを情報を掲示する。)
- ・空港マルシェ開催時(毎月第2日曜日)の絵本の読み聞かせ、お琴の演奏(お正月、お月見)等、空港利用者へのおもてなしを展開。

ii 取組ポイント

- ・図書館のサービス内容向上(例:本の充実)を図りつつ、**地元イベント等と連携した図書館空間の活用・拡大**を図る。
- ・**飛行機利用者への満足度向上、飛行機を利用しない人にも空港への来場者を増やすことによる空港並びにAMXの愛着度を向上**させる。
(併せて、天草の空サポータークラブ会員への入会も推進。)

②天草の空サポータークラブ会員への情報発信と商品開発

i 事業内容

- ・**天草の空サポータークラブ会員へのツアーの情報発信と商品開発**。
- ・**地元ケーブルテレビと連携したツアーの情報発信と商品開発**。(AMX社員が、旅のナビゲーターとして商品プランを地元ケーブルテレビ番組で紹介。さらに、会員向け限定ツアーを番組内で販売。)

ii 取組ポイント

- ・アンケートや聞き取り調査により、ターゲットを**福岡県内で開催されるイベント(観劇・コンサート等)に合わせた商品プラン**が効果的と判断し、同商品を**開発**。
- ・**地元ケーブルテレビによるツアーのPR、限定ツアーの販売**により、メディアによる費用対効果の計測が可能になる。
- ・天草地域住民の空港(AMX)に対する意識や活用意欲が弱いいため、新型機ATRの魅力や飛行機の利便性PR強化による利用者増を図る。

4. 効果測定方法の改善

- ・各取組について、利用者アンケートにより効果測定を実施。空港図書館については、月1回の空港マルシェ開催時に、利用者に直接聞き取りを実施する。
- ・メディアの効果測定については、PR告知と同時に限定ツアーの販売数・問合せ数・アクセス数などでPR効果の検証を実施する。

