

地方航空路線活性化プログラムに係る 取組の効果検証に関する報告

平成28年度取組及び総括報告

平成29年3月13日

南紀白浜空港利用促進実行委員会(事務局:和歌山県)

羽田＝南紀白浜路線(JAL)

プロジェクト名 **首都圏からの誘客プロジェクトin南紀白浜空港**

I 羽田＝南紀白浜路線に係る取組実績概要

1. 平成28年度の目標及び課題

○取組目標

- ・首都圏からの誘客による旅客数の維持
- ・活プロ終了後においても旅客数増が継続できるような取り組みの実施
- ・欧米からの観光客誘致による旅客数増の実現
- ・地元利用の促進による旅客数増の実現

○取組のターゲット

- ・首都圏からのリピーター客の確保
- ・欧米のエクスペリエント、首都圏在住外国人をターゲットにした誘客
- ・地元のビジネス客、観光客の利用促進

(目標設定) 平成26年度 搭乗者数: 102,000人
平成27年度 搭乗者数: 104,000人
平成28年度 搭乗者数: 106,000人(当初目標)
→110,000人(※)

※H27年に目標値を達成できたため、目標値を上方修正

○取組の課題

- ・活プロを実施したことにより首都圏からの旅客数が大幅に増加したが、活プロ終了後もこの旅客数を維持できるような仕組みづくりに取り組んでいくことが必要。
- ・FAMツアーや現地プロモーションでは欧米からの誘客増が困難なため、首都圏在住外国人(欧米)にターゲットを絞り、モニターツアーへの参加体験をSNS等により発信してもらい、連鎖的に集客できる取組を実施。今後も首都圏在住外国人向け周知及び、外国への情報発信が必要。
- ・地元のビジネス客、観光客への当路線の価格等がまだまだ周知不足である。また、フライト時間等の関係から、他の交通機関(新幹線、関空経由)を利用している者も多く、これらの潜在客の利用拡大を図っていくことが必要。

2. 平成28年度の実績概要及び目標の達成状況

- ・プロジェクト実施後の平成26年12月に双子パンダが誕生し、平成27年2月から公開された。活プロ宣伝効果との相乗効果により、平成27年は全体的に搭乗者数が伸びた。
- ・さらに、JALによる平成27年7月～8月における機材の大型化(1便目及び3便目)や特便割引の期間延長、平成27年10月には「紀の国わかやま国体」の開催も外部要因となり、相乗効果をなし、平成27年度は、対前年比で、17,654人の増加、18%増の計114,674人となった。
- ・平成28年度については、平成27年度の特需要年度と比較すると減少となっているが、平成26年度と比較すると、全ての月で増加となっている。
- ・これは、世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組による首都圏からの誘客による旅客増が最大の要因である。

- ・また、JALによる特便割引の期間拡大が平成28年8月に実施され、8月の搭乗率は月別では過去最高の79.5%となった。平成28年度6か月間の搭乗率を見ても、61.7%であり、堅調な推移となっている。
- ・料金関係では、10月30日からの冬期ダイヤから、特便割引3が最安値が17,000円と大幅に引き下げられるとともに、年末年始においても特便割引期間が拡大された。
- ・さらに、夏期の大型化が実現しなかったが11月に18日間限定で3便目のみ機材大型化が実現された。
- ・平成28年度は、前年度のような特殊需要がないにもかかわらず、9月までの半年で53,649人の搭乗者数となったところである。
- ・今後順調に推移すれば、平成28年度の搭乗者数は108,000人程度となる見込み。(当初目標の106,000人の達成見込み)

II 羽田＝南紀白浜路線に係る取組の効果検証

1. 平成28年度 各取組の効果検証(実効性)

(1) 世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組【取組費用 2,209万円】

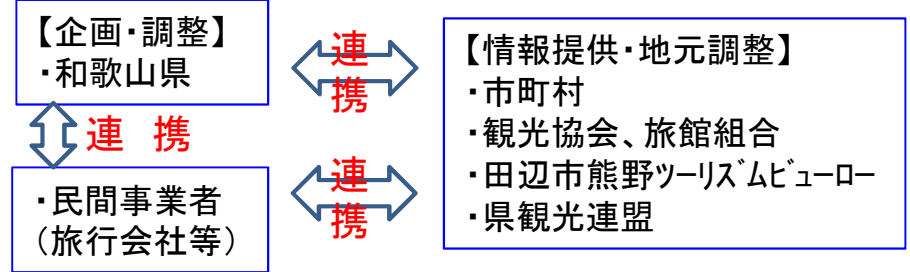
1. 取組の実施概要

首都圏から南紀白浜線を利用した誘客策として、旅行商品の造成、福利厚生マーケットを活用したモニターツアーの実施、ネット予約サイトを活用したPR及び送客、旅行雑誌・ビジネス誌・フリーペーパーを活用したPR、旅番組・ネットサイトを活用したPRなど、各種媒体を活用し首都圏での積極的な情報発信による認知度向上に取り組んだ。

特に旅行商品造成については、団体旅行(40名程度)のツアー造成が機材が小さいことから不可能とされていた。しかし、平成28年11月の機材大型化に伴い航空会社協力の下、試験的な実施を行った。

- 旅行商品造成: JALパック・JTB・オリオンツアー・クラブツーリズム・阪急交通社
- モニターツアー: RELO CLUB(福利厚生代行会社。首都圏企業の会員向けのため「RELO CLUB」を活用。)
- 観光情報の広報: 羽田空港プロモーション活動の実施・JAPAN PROJECTの実施
- 発地着地情報の発信: 楽天トラベル・るるぶトラベル・じゃらん・メロガイド・週間ダイヤモンド・シティリビング・女子SPA!
- ホームページの作成: 観光情報、開催中のキャンペーン、割引運賃などの情報を発信(H28.10～)

2. 実施・連携体制



←「週間ダイヤモンド」に記事掲載

3. 取組の成果・効果及び結果の要因分析

本取組については、様々なメディア媒体や旅行会社を活用して、首都圏から白浜線を利用しての誘客拡大に努めた結果、搭乗者数の増加に繋がった。平成28年度については、外的要因がなかったが、これまでの活プロ効果により、8月には、月別では過去最高の搭乗率(79.5%)となったところである。

また、試験的な団体旅行の造成が成功裏に終わったことから、旅行会社主体による団体ツアー造成が継続することになった。

4. 取組実績・内容に対する自己評価(継続性・モデル性)

情報発信による効果については、羽田プロモーション結果にもあるように認知度の増加に繋がったことから、継続した発信が重要と思われる。また、新しい取組(団体旅行の商品造成)については、実績を積むことにより、実現(継続)に繋がった。(機材大型化を契機に実施した団体ツアーが成功したことにより、閑散期に限り団体ツアーが実現。)

II 羽田＝南紀白浜路線に係る取組の効果検証

1. 平成28年度 各取組の効果検証(実効性)

(2) 欧米からの観光客誘致に向けた取組【取組費用 495万円】

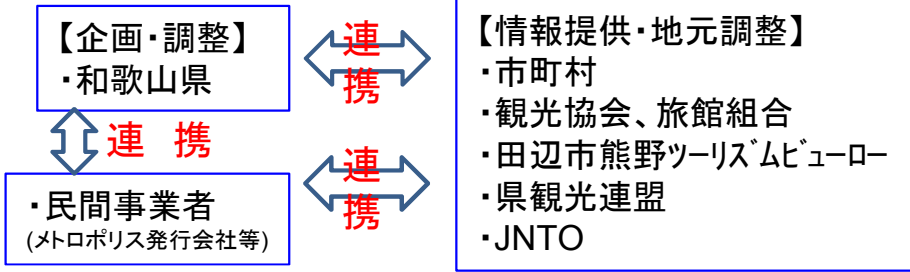
1. 取組の実施概要

ミシュラングリーンガイドで三つ星を獲得するなど欧米で関心が高まっている「熊野」への誘客のため、スペイン旅行見本市への出展、欧米のエージェントを招請したFAMツアー、CNN広告を実施し、首都圏空港乗継による南紀白浜線の利便性PR・認知度向上に取り組んだ。

しかし、欧米からの観光客は、ゴールデンルート(東京、富士山、京都、大阪)を訪問する客が多いことから、南紀白浜路線利用には結びつかない事が現状(FAMツアー意見より)。そこで、首都圏在住外国人の来訪意欲(メトロポリスアンケート:和歌山県への来訪意向23%)があることから、平成28年度では、首都圏在住外国人のモニターツアーを実施し、ツアー参加者からSNS等により、本国友人への発信による和歌山県の認知度を高める取組を行った。

- 現地プロモーション:スペイン旅行見本市に出展
- FAMツアー:アメリカFAM・ドイツFAM
- 情報発信:CNN(アメリカ国内でのインターネットサイト広告)・メトロポリス(首都圏在住外国人向け英字フリーペーパー)
- モニターツアーの実施(アメリカンクラブ・フランス婦人の会)

2. 実施・連携体制



↑「メトロポリス」に記事掲載

3. 取組の成果・効果及び結果の要因分析

ドイツFAMツアー(H27.10実施)により、本国で紹介された結果、高野山・熊野古道への20名以上の送客があった。また、アメリカFAMツアー(H27.3実施)により、別のアメリカの旅行雑誌社の招聘に繋がった。

首都圏在住外国人モニターツアー(H28.10実施)については、高野山・熊野古道の世界遺産が人気であり、SNS等で発信し、本国友人への周知を行ったところである。今後の連鎖的な拡散に期待している。

4. 取組実績・内容に対する自己評価(継続性・モデル性)

海外からの誘客については、ゴールデンルートが主流になっており、高野・熊野の世界遺産への来訪が実現されても、羽田経由の乗継による来訪については、認知度の向上が必至と考える。今回終盤に実施したモニターツアーのSNS発信による連鎖的な拡散に向け、観光部局と連携した海外への情報発信を実施していきたい。

II 羽田＝南紀白浜路線に係る取組の効果検証

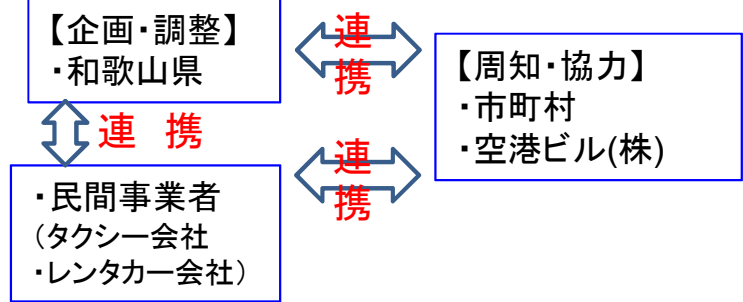
1. 平成28年度 各取組の効果検証(実効性)

(3) 二次交通対策の取組【取組費用 72万円】

1. 取組の実施概要

熊野古道をはじめとした主要観光地へのバス接続が少ないため、利用が低迷している定額観光タクシーの認知度アップと利用拡大を図るためのキャンペーンの展開。また、レンタカーの利用拡大のためのガソリン助成及び乗り捨て無料キャンペーンに取り組んだ。

2. 実施・連携体制



3. 取組の成果・効果及び結果の要因分析

観光タクシーについては、「いくら取られるかわからない」「高い」というイメージがあったが、安価で定額のキャンペーンを実施したところ、利用者が大幅増加した。利用者からの意見でも高齢者夫婦旅行に特に好評であった。【実績：H26 14台(3ヵ月)、H27 106台(12ヵ月)、H28 52台(6ヵ月)】

レンタカーについても、ガソリンの助成及び乗り捨て無料がちょっとしたお得感をもたらし、利用者に好評であった。当地域の個人旅行における移動は、レンタカー又は、タクシーが一般的であるため、これらの取組を進めることは、旅行者の満足度を高め、今後の利用者増につながる施策であった。

4. 取組実績・内容に対する自己評価(継続性・モデル性)

定額観光タクシーについて、増加の利用実績が顕著であったため、地元タクシー会社(3社)において自主的に続けていくこととなった。これは、南紀白浜空港到着時に目に触れるような仕掛けや各種ホームページで周知した結果の増加であったと考える。次年度以降、実行委員会では、パンフレットの配布・設置等、周知活動を支援していく。

II 羽田＝南紀白浜路線に係る取組の効果検証

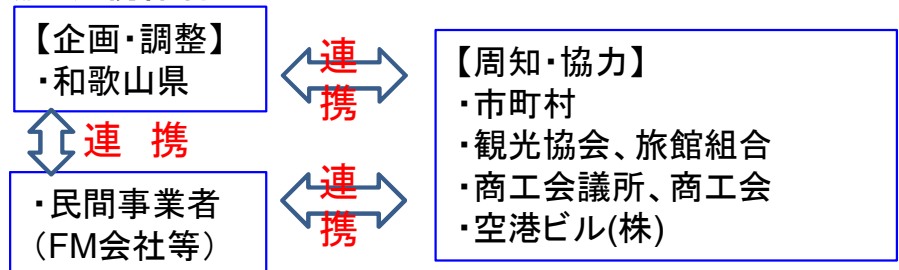
1. 平成28年度 各取組の効果検証(実効性)

(4) 少子高齢化・人口減少に対応した取組【取組費用 401万円】

1. 取組の実施概要

少子高齢化対策として、介護帰省需要をターゲットにJR運賃との格差分を商品券で還元するキャンペーンの展開、地元住民の情報源であるFM局及び地元紙を活用したPR、地元イベント時での住民へのPR、企業訪問やDM発送による割引料金の周知、FM局・自治体による乗継モニターツアー(乗継体験)を実施した番組放映を通じた乗継利用PRなど、少子高齢化のなかでも地元利用の拡大に向けた情報発信に取り組んだ。

2. 実施・連携体制



← 地元イベント(白浜商工祭)にてブースを設置しPR

3. 取組の成果・効果及び結果の要因分析

介護帰省割引利用キャンペーンについては、一定の効果があったが、介護帰省については、帰省日程が決まっていることもあり、割引料金の使用の方が安い場合がある。このことから、割引料金の周知にも力を入れる必要があると考える。

地元企業の要因分析調査において、アンケート調査で51.5%が南紀白浜空港を利用していない事が判明したため、地元企業への訪問による割引料金の周知を行ったところ、南紀白浜空港の利用率も上昇した(地元企業の要因分析調査アンケート結果:東京出張時の白浜空港利用状況 H26実績48.5%→H27実績57.9%)

さらに、DM発送や周知活動を通じて、地元団体から、割引料金(お得な情報)を会報紙に掲載したいとの申し入れもあった。【掲載実績:無料掲載4団体】

乗継割引の周知については周知不足から増加には至らなかった。引き続き周知を行い、増加に繋げたい。

4. 取組実績・内容に対する自己評価(継続性・モデル性)

南紀白浜空港の背後人口は10万人程度と非常に少なく、首都圏からの送客を重点的に行う方が効率的で実績に繋がりがやすい。しかし、地元発便の搭乗者数の向上がなければ安定的に路線維持は難しいと考える。

また、本年10月末から実行委員会の要望と航空会社の努力により割引料金の引き下げと導入期間が拡大がされたこともあり、鉄道利用料金と競合できるようになった。

この機会を捉まえ、住民・企業に対する周知活動を積極的に行い、地元利用の増加に繋げていきたい。

II 羽田＝南紀白浜路線に係る取組の効果検証

2. 実施・連携体制(継続性)

(1)体制の全体図

実施体制

南紀白浜空港利用促進実行委員会

- 和歌山県空港対策室(事務局)・・・企画・調整
- 地元市町村
御坊市、田辺市、新宮市、白浜町、西牟婁振興局
日高郡・西牟婁郡・東牟婁郡町村会
- 地元観光協会、旅館組合
田辺市熊野ツーリズムビューロー、白浜観光協会
白浜温泉旅館協同組合
- 地元商工会、商工会議所
田辺商工会議所、白浜町商工会
- 南紀白浜空港ビル・・・空港でのPR
- 日本航空(JAL)・・・HP、搭乗者へのPR

地元での調整

連携

- わかやま紀州館、県東京事務所・・・首都圏PR
- 和歌山県観光連盟・・・インバウンド誘致
- 旅行会社、メディア媒体、タクシー会社、レンタカー会社等・・・事業連携

連携体制

- 旅行商品造成にあたり、付加価値の高い商品造成を行うため、地元市町村、地元観光協会、旅館組合と旅行満足度の高い観光商品がつかれないか何度も協議を行った。
- 首都圏からの誘客については、わかやま紀州館(東京アンテナショップ)、和歌山県東京事務所と何度も協議し、効果的なPR手法の検討を行った。
- 欧米からの誘致については、インバウンド誘致のノウハウを持つ和歌山県観光連盟、田辺市熊野ツーリズムビューローとの間で、どの国にアプローチするか、また、どのようにすれば誘客に結びつくか、何度も協議を行った。
- JALとは全ての取組について情報共有を行い、連携を絶えず行った。
- 全ての取組の地元への周知は、事務局が地元市町村、観光協会、旅館組合、地元商工会に直接訪問して、周知依頼を行った。

連携体制の推移

- 活プロ実施以前は、既存の実行委員会内での連携体制(黒字)
- 活プロ実施により、外部団体との連絡体制が強化され、各種事業者との連絡体制が新たに構築された(青字)

(2)自己評価

- ・JALとの連携は機材大型化や特割期間の延長など、更なる利便性の向上につながり、旅客数増に結びついた。
- ・定額観光タクシーの取組は今まで連携のなかったタクシー会社から評価をいただき、今後良好な関係で継続して連携が可能となった。
- ・首都圏からの誘客増によって、実行委員会構成員の連携強化がより図られ、スムーズな取組が実現された。

Ⅲ 羽田＝南紀白浜路線に係る本プロジェクトの成果・評価

1. 3年間の取組実績概要

【平成25年度の概要】

○ 平年並みの搭乗者数、搭乗率
 < 外的要因 >

H25.8 機材繰りによる機材大型便増 (52/186便がB737-800に)

【平成26年度の概要】

○ 平年並みの搭乗者数、搭乗率
 < 外的要因 >

H27.2～ 双子パンダ公開 ↓

【平成27年度の概要】

○ 活プロ効果と多数の外的要因との相乗効果により搭乗者数が大幅増加
 < 外的要因 >

H27.4～ 双子パンダ公開 (昨年度から) ↓

H27.7～8 機材大型化 (1日6便中4便大型化) □

H27.10 機材繰りによる機材大型便増 (28/186便がB737-800に) □

H27.9～10 わかやま国体・大会開催 □

【平成28年度の概要】

○ 外的要因が全くない中、活プロ効果による増加傾向となり、搭乗率が61.7%と増加 □

○ H28.8 の搭乗率が月別過去最高に □

< 外的要因 > H28.10.1 赤ちゃんパンダ公開開始 (1匹、9/18生)
 H28.11.3～20 機材大型化 (40/180便がB737-800に)

搭乗者数	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
4月	7625	7182	8621	7,599
5月	9418	9346	10330	9,428
6月	7881	7204	9206	7,406
7月	8580	8414	10200	9,078
8月	11583	9613	14097	11,000
9月	8918	8411	10410	9,138
10月	8886	8109	10628	0
11月	9433	9044	10088	0
12月	7301	6410	7703	0
1月	6939	6963	7039	0
2月	6383	7348	7735	0
3月	8219	8976	8617	0
合計	101166	97020	114674	53,649

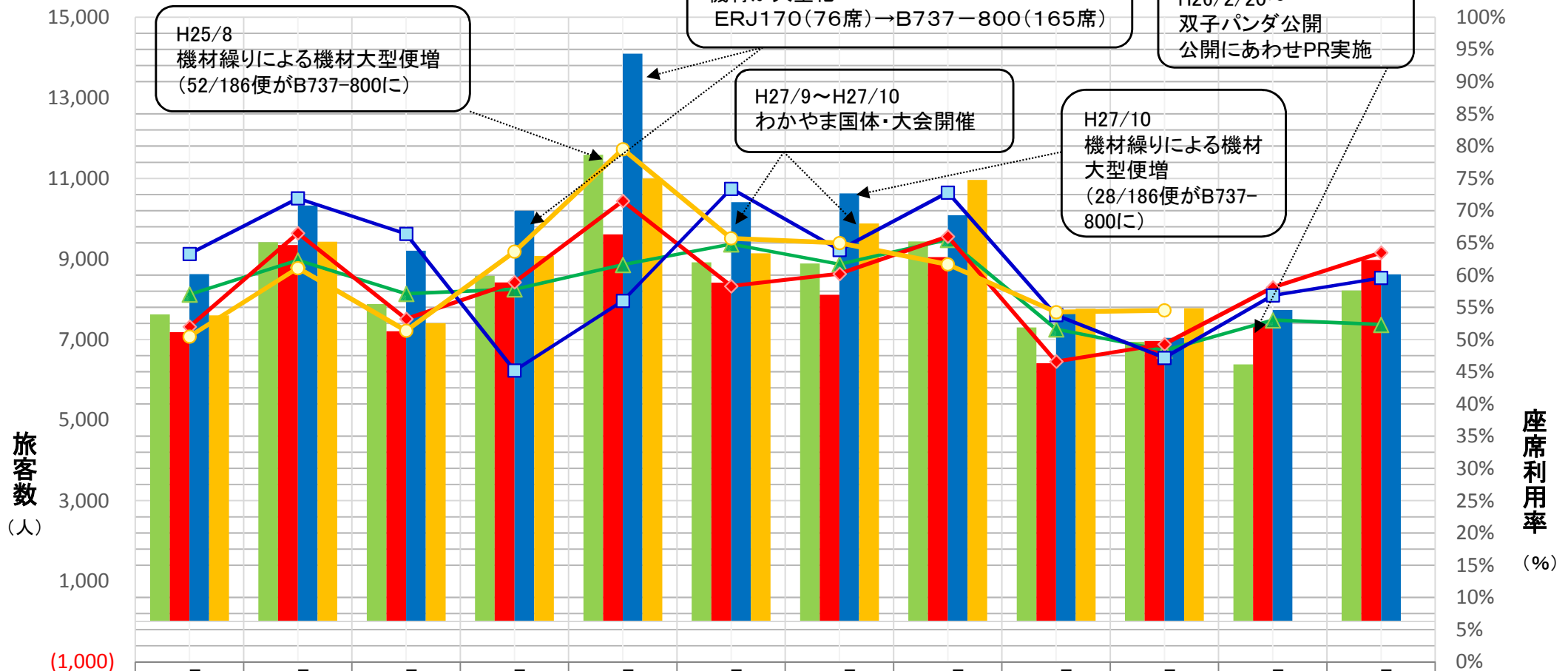
搭乗率	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度
4月	57.0%	52.0%	63.3%	50.5%
5月	62.3%	66.5%	71.9%	61.1%
6月	57.1%	53.2%	66.4%	51.4%
7月	57.8%	58.9%	45.2%	63.6%
8月	61.6%	71.5%	56.0%	79.5%
9月	64.8%	58.3%	73.4%	65.7%
10月	61.7%	60.2%	63.9%	
11月	65.5%	66.0%	72.8%	
12月	51.6%	46.6%	53.8%	
1月	48.3%	49.3%	47.2%	
2月	53.0%	58.1%	56.8%	
3月	51.6%	63.5%	59.6%	
合計	57.8%	58.6%	59.9%	61.7%

		(平成25年度)	平成26年度	平成27年度	平成28年度
旅客数 (人)	目標	—	102,000	104,000	110,000
	成果	101,166	97,020	114,674	53,649
搭乗率 (%)	目標	—	—	—	—
	成果	57.8%	58.6%	59.9%	61.7%

注: 平成28年度の実績は、4月～9月までの実績。

Ⅲ 羽田＝南紀白浜路線に係る本プロジェクトの成果・評価

2. 3年間の旅客数・座席利用率



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
旅客数 (H25)	7,625	9,418	7,881	8,580	11,583	8,918	8,886	9,433	7,301	6,939	6,383	8,219
旅客数 (H26)	7,182	9,346	7,204	8,414	9,613	8,411	8,109	9,044	6,410	6,963	7,348	8,976
旅客数 (H27)	8,621	10,330	9,206	10,200	14,097	10,410	10,628	10,088	7,703	7,039	7,735	8,617
旅客数 (H28)	7,599	9,428	7,406	9,078	11,000	9,138	9,879	10,964	7,767	7,778		
搭乗率 (H25)	57.0%	62.3%	57.1%	57.8%	61.6%	64.8%	61.7%	65.5%	51.6%	48.3%	53.0%	52.3%
搭乗率 (H26)	52.0%	66.5%	53.2%	58.9%	71.5%	58.3%	60.2%	66.0%	46.6%	49.3%	58.1%	63.5%
搭乗率 (H27)	63.3%	71.9%	66.4%	45.2%	56.0%	73.4%	63.9%	72.8%	53.8%	47.2%	56.8%	59.6%
搭乗率 (H28)	50.5%	61.1%	51.4%	63.6%	79.5%	65.7%	65.0%	61.7%	54.3%	54.5%		

Ⅲ 羽田＝南紀白浜路線に係る本プロジェクトの成果・評価

3. 本プロジェクトによる路線維持活性化等に係る成果・効果

(1) 世界遺産「熊野古道」をはじめとする観光資源を活かした取組

- ・ 首都圏での各種プロモーション効果により、搭乗者数が増加した。(旅客数・座席利用率一覧表参照)
また、「認知度」「来訪意欲」とも増加した。(左表:羽田空港プロモーション活動結果による)
- ・ 搭乗者数の増加に伴い、特便割引の設定期間が大幅に拡大された。(年間を通じ全日程に期間が拡大)
また、特便割引3の運賃が引き下げられた。(平成28年10月30日～「最安値19,000円」→「最安値17,000円」)
- ・ 活プロで実施した団体旅行商品造成により、自主的な商品造成に意欲的となり、活プロ終了後も商品造成を行うこととなった。

(2) 欧米からの観光客誘致に向けた取組

- ・ ドイツFAMツアー(H27.10実施)により、本国で紹介されたことにより高野山・熊野古道への20名以上の送客があった。5～6泊のツアーであるため、和歌山県内の宿泊は100泊以上である。
また、アメリカFAMツアー(H27.3実施)により、別のアメリカの旅行雑誌社の招聘に繋がった。
- ・ 首都圏在住外国人モニターツアー(H28.10実施)に実施により、SNS等での本国友人への周知を行うことができた。今後の連鎖的な拡散に期待している。

(3) 二次交通対策の取組

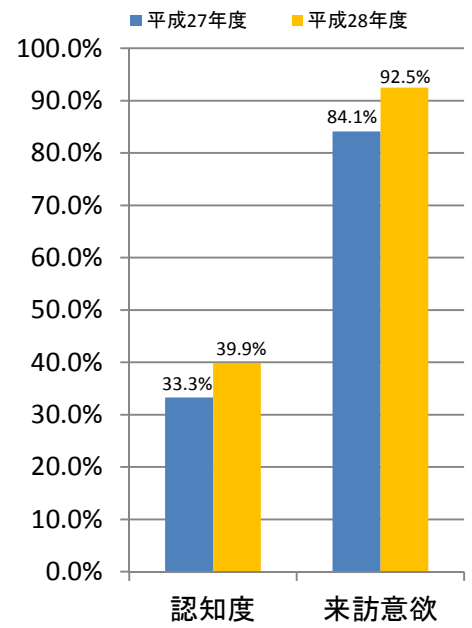
- ・ 定額観光タクシーが好評であったため、地元タクシー会社(3社)で引き続き、自主的に実施していくこととなった。(額については、運輸局の承認が必要であるため協議中)

(4) 少子高齢化・人口減少に対応した取組

- ・ 地元利用促進のプロモーションを実施したことにより、地元企業の利用が増えた。(地元企業の要因分析調査アンケート結果:東京出張時の白浜空港利用状況 H26実績48.5%→H27実績57.9%)
- ・ 地元団体より、自主的に会報への広告掲載が実現され、今後も料金割引等情報がある場合掲載したいとの意向があった。

(5) その他

- ・ 3年間の実施により、航空会社との信頼関係をより強固なものにすることができ、様々な協力を得ることができた。
- ・ なにより、プログラム開始後から続いている旅客数増が、実行委員会のメンバー及び連携団体間において、以前にも増して連携体制が強化され、志気を高める結果となり、引き続き利用促進に取り組んでいける状況となっている。



Ⅲ 羽田＝南紀白浜路線に係る本プロジェクトの成果・評価

4. 3年間のプロジェクトに対する総括

- これまで、予算上の問題から空港に特化した首都圏でのプロモーション活動については実施できていなかったが、活プロ予算により実施することができ、首都圏からの送客の増加に繋がった。
- 活プロの実施により一定の認知度が向上したものの、まだまだ低い(33.3%)状況である。今後も、徹底した周知に取り組んでいきたい。
- 首都圏からの送客増加と航空会社の協力により、課題であった運賃の引き下げ及び割引運賃販売期間の拡大に実現することができた。
- 搭乗者数の増加に欠かせない、使用機材の大型化については、期間限定で実施に至り、活プロ効果による搭乗者数の増加となったため、将来的な大型化に向け航空会社と協議がしやすい環境が生まれた。
- 地元からの送客が非常に少ないため、今後の地元対策の強化が必要である。
- 活プロ実施により、搭乗者数が増加となったため、実行委員会のメンバー及び連携団体間において、以前にも増して連携体制が強化され、志気を高める結果となり、様々な取組に対して積極的な協力体制を得ることができた。
- 3年間の活プロ事業施策で搭乗者数の増加となり、様々な団体とのつながりができた。



← 地元イベントでの周知活動(田辺商工フェア・航空会社及び実行委員会メンバーとともに実施)



← 羽田空港でのプロモーション活動(実行委員会メンバーとともに実施・ゆるキャラも参加)

IV 羽田＝南紀白浜路線に係るプロジェクト終了後の展開方針

1. 結果・成果を踏まえた今後の路線維持・活性化に向けた方向性

- 首都圏からの送客
- 外国からの誘客
- 南紀白浜空港への到着時の二次交通の利便性向上
- 地元利用の拡大に向けた積極的な周知活動
- 路線の料金や利便性向上に向けた航空会社との協議

2. 路線維持・活性化に向けた取組目標

- 魅力的な情報発信
- 活プロ効果による増加した首都圏からの搭乗者数のさらなる増
- 地元利用の促進による搭乗者数の増
- 航空会社との協議による就航便の大型化、運賃の割引、利便性の向上

3. 取組目標達成に向けた具体的な活動・展開(計画)案

- 首都圏及び海外からの誘客に向けた観光部局との連携による継続的なプロモーションの実施
- 自主的に実施する旅行会社の団体ツアーに対して、県内観光情報の提供及び、航空会社への座席確保の働きかけ
- 「定額観光タクシー」の継続に係る、パンフレットの作成・設置などの周知徹底
- 地元の利用促進推進のため実施している、イベント時の住民への周知・企業(訪問、DM発送)への周知・中学校修学旅行誘致・地元市町商工会等の団体会報紙での広報に加え、全国大会等への出場がある高等学校・企業等のスポーツ合宿に対する空港利用の促進
- 運賃・機材・就航時間帯・便数等の利便性向上に向けた航空会社との継続協議