

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

富士山静岡空港利用促進協議会（事務局：静岡県）

静岡～鹿児島路線（フジドリームエアラインズ）

ふじのくにと薩摩をつなぐドリーム

～FDA静岡-鹿児島 本物への挑戦～

I 静岡-鹿児島路線に係る取組実績概要

1. 取組目標

利用者の利用目的、属性等の課題を整理し、産業交流、観光交流などによる新たな需要の掘り起こしを図る。また、訪日外国人旅行者の増加など、利用者拡大に向けた機会を着実に捉える。

- ・産業交流・・・両県共通の産業に着目した交流の促進
- ・観光交流・・・「富士山と桜島」、「温泉」などをキーワードとした周遊型観光客や教育旅行の取り込み
- ・幅広い年齢層へのアプローチ・・・シニア層、若年層などの交流の促進

(目標設定) 平成26年度 搭乗者数:26,309人
(2,050人増)
平成27年度 搭乗者数:27,649人
(1,340人増)

2. 対象路線の課題

静岡-鹿児島線の旅客流動総数は約9.1万人。このうち航空機による旅客流動は約8.1万人であるが、当該路線の利用は約3割に留まっている。(国土交通省:幹線旅客流動量調査(2010年)) またダイヤの利便性、地理的立地条件により、県西部・東部地域の旅客が羽田、中部国際空港を利用している現状であり、十分に需要を取り込めていない。

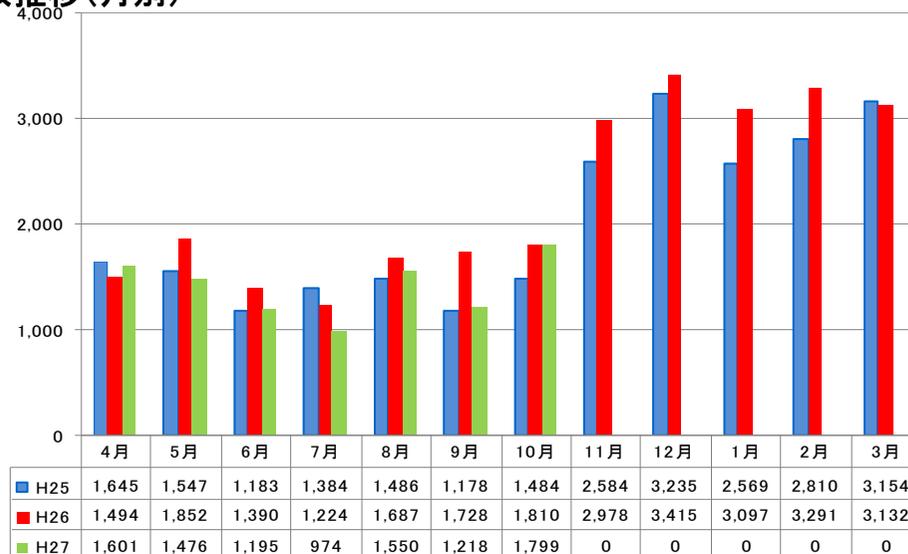
当該路線のダイヤは静岡を昼間出発であり、鹿児島発は夕方静岡着になることから、観光・ビジネスともに利用しにくいダイヤとなっている。また平成24年度より、夏は週3便、冬はデイリー運航となっており、年間を通した安定的な運航となっていない。

3. 実績概要及び目標の達成状況

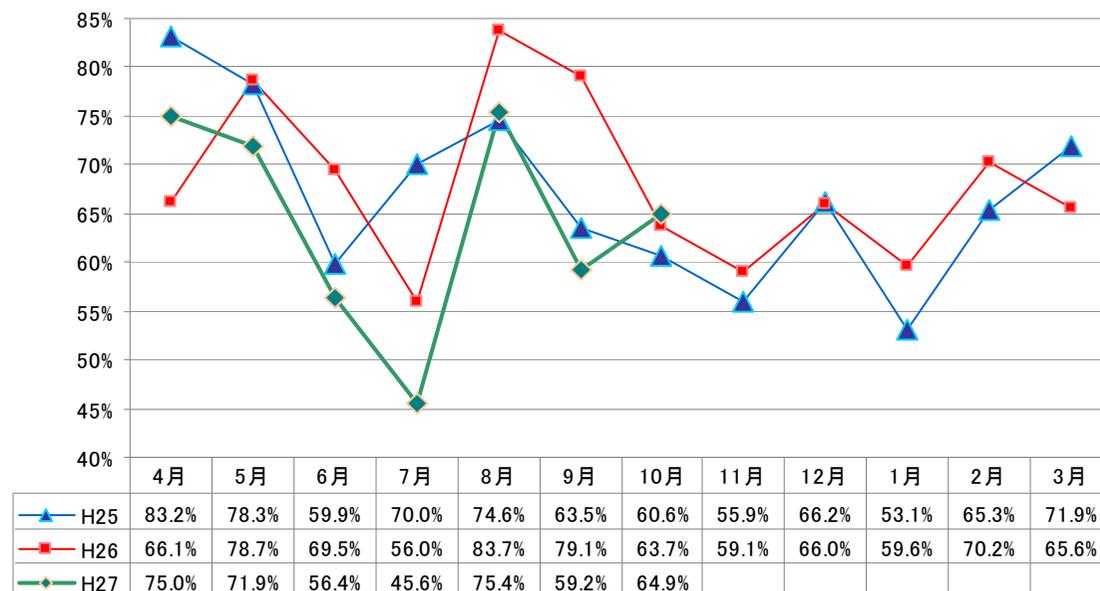
平成26年度の旅客実績は27,098人で平成25年度より2,839人増加しており、目標(前年度比2,050人増)を上回る結果となった。H26冬ダイヤについて、12月~2月にかけては前年と比較して利用者が増加しており、取組の成果があった。平成27年夏ダイヤにおいては、週3便運航、口之永良部島の噴火等自然災害の影響から、団体旅客の取り込みが不振となり、目標未達となっている。

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 静岡-鹿児島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. 産業交流による鹿児島発ビジネス需要創出【取組費用 1060万円】

1. 取組の実施概要

(1)ビジネスキャッシュバックキャンペーン制度【330万円】

鹿児島県企業における航空需要等市場調査

鹿児島県企業を対象に運賃助成(キャッシュバック)を12-2月、5月-10月に実施

鹿児島空港アクセスバス車内広告を活用したPR活動を実施

鹿児島県庁、鹿児島商工会議所等経済団体を通じて、鹿児島県企業への周知を図る

(2)鹿児島県企業訪問【400万円】

静岡と鹿児島両県で継続的取引がある、または本社・支店等があるなど両県間で交流のある企業を訪問。

静岡ビジネスツアー誘致による出張利用促進及び今後の出張における路線利用意向調査、運賃補助制度周知。

(3)産業交流イベント【330万円】

両県の産業交流を図るイベント、物産展を実施。

(4)レンタカー補助

鹿児島→静岡のビジネス旅客について、静岡空港から用務先へのアクセスとしてレンタカー利用料を補助

(5)駐車場補助

鹿児島→静岡のビジネス旅客について、鹿児島空港駐車場の利用料を補助

2. 取組の効果・成果及び要因分析

・航空需要調査及び企業ヒアリングの結果、茶業、漁業等の両県間共通産業の実態や路線利用意向調査により、27年夏ダイヤ期間中の週3便運航がビジネス利用客獲得の制約要因であると判明。

・**企業サポーターズクラブに43社加入。16社102人の利用実績有り。**

・**両県ホテルでの産業交流イベントや物産展を開催し、378人の利用実績あり。**継続開催見込みあり。

・レンタカー補助、駐車場補助については、企業への聴き取りにより、ニーズが低く、路線利用の動機付けにつながりにくいことから、取組を中止。

3. 今後の改善すべき点

・個別の企業訪問だけでなく、経済団体や産業を絞り込んだ取組を行う。継続的な周知拡大を図る。

・夏ダイヤ期間の曜日運航、鹿児島発が午後出発のダイヤなどの課題について、航空会社と情報共有を行ない、今後のダイヤ改善、利用拡大のための方策について協議する。

・産業交流イベント、展示会等、旅客増に直接つながられる取組について、商工会議所をはじめとする経済団体と協議する。



II 静岡-鹿児島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. 富士山と桜島を中心とした観光交流拡大【取組費用 4520万円】

1. 取組の実施概要

(1) 路線認知度向上のためのPR活動【2820万円】

・「極旅静岡」「しずおか旅総選挙」企画を実施。テレビ、新聞等各広報を展開し路線PR及び静岡県の魅力を発信。

(2) 観光交流イベント【500万円】

・両県において観光PRのためのブース出展等実施

(3) 交通広告等実施【400万円】

・上記(1)企画と連動したポスターを鹿児島市内交通広告にて露出

(4) 海外からの周遊モデルプラン造成【100万円】

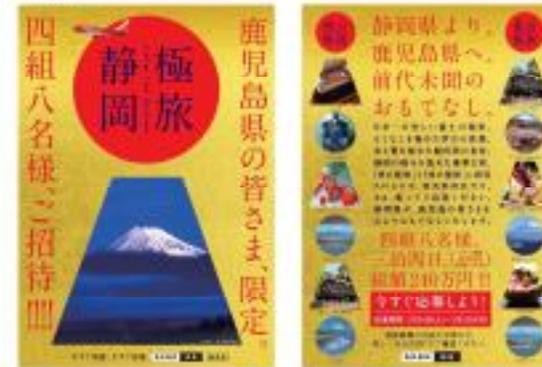
・海外旅客が両県を周遊するファミツアー実施

(5) 静岡発九州周遊型旅行商品造成【250万円】

・福岡線と複合した九州周遊型旅行商品の造成

(6) 鹿児島発旅行商品テレビショッピング【450万円】

・鹿児島県内において静岡旅行商品の通販テレビ番組を制作、放送



2. 取組の効果・成果及び要因分析

- ・認知度:平成27年1月:28%→平成27年10月:43%と増加。
- ・認知向上、ホームページアクセス増加(約5倍)により、ホームページからの個人予約は前年度より1563人増加。
- ・海外からの誘客、九州周遊型旅行など団体向けの施策については、旅行商品造成に時間を要し、取り組みが遅れたため、送客は324人となった。
- ・27年夏ダイヤ期間中は週3便運航となり、旅行期間、発着日が限られたため、利用者が限定的となった。
- ・27年上期において、噴火等自然災害の影響により、団体旅行キャンセル、自粛により利用者が減少した。

3. 今後の改善すべき点

- ・広報事業について、路線認知度を向上させるPR企画のみならず、直接、利用者増加に結びつくイベントや広報展開の検討を行なう。
- ・旅行商品造成については、取り組み開始が遅れたものの、旅行代理店から継続的な商品造成などの意向があり、引き続き利用者の声も反映させつつ、航空会社、旅行代理店と協議し、商品造成に努める。

II 静岡-鹿児島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

3. 幅広い年齢層へのアプローチによる利用促進【取組費用 250万円】

1. 取組の実施概要

- (1)シニア向け割引モニターツアー【100万円】
 - ・富士山静岡空港サポーターズクラブのメールマガジン会員(約40000人)のシニア層(60歳以上)を対象としたモニターツアーを実施。
- (2)団体向けモニターツアー【150万円】
 - ・両県で相互交流に取り組む団体を対象としたモニターツアーを実施
- (3)新シニア割、新ジュニア割等、新割引制度の導入



2. 取組の効果・成果及び要因分析

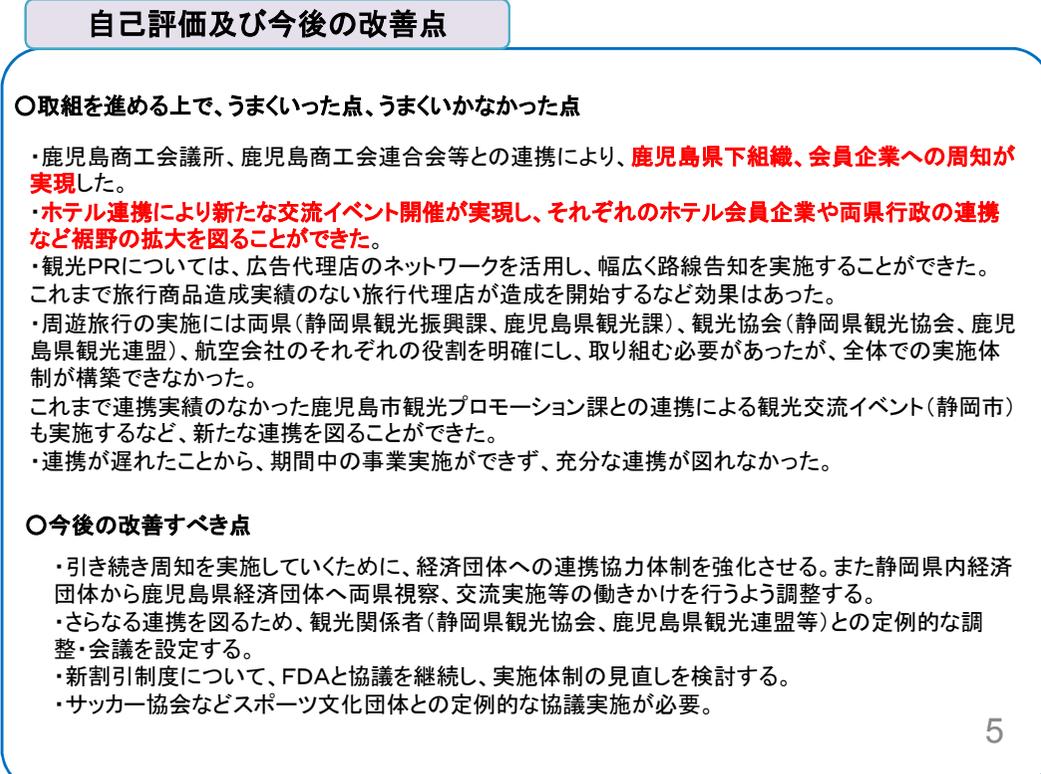
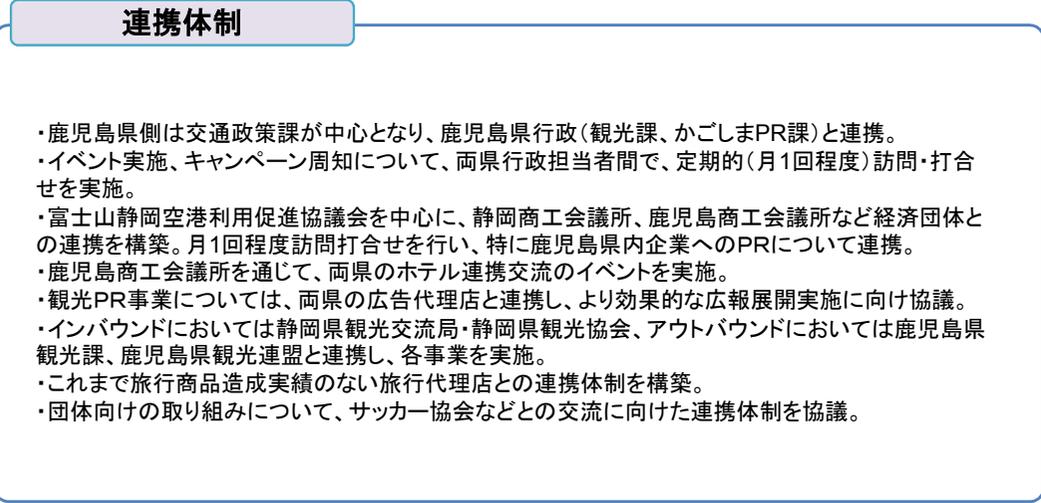
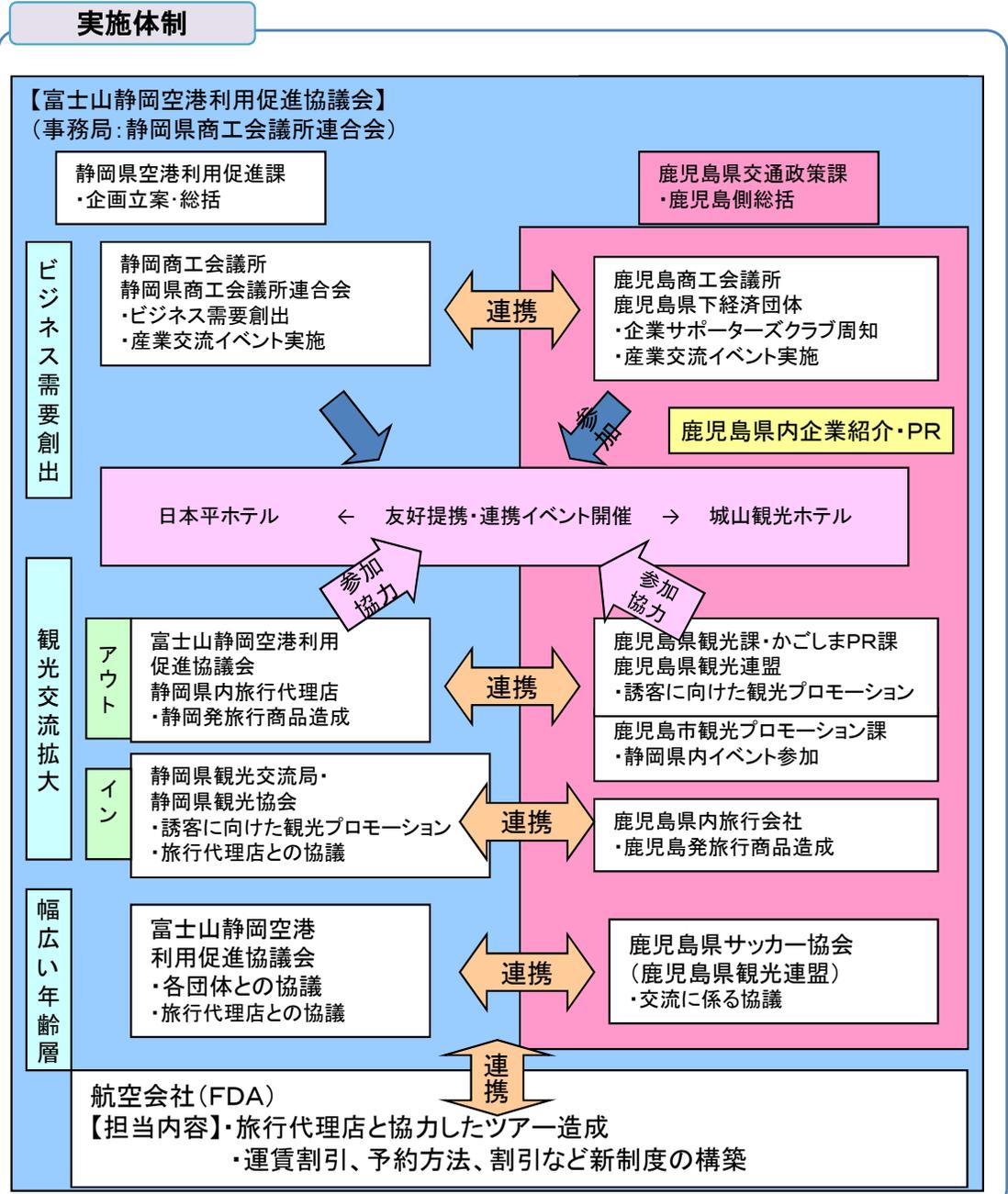
- ・シニア層を対象とした割引運賃実現のために、県内旅行代理店の協力を得て、**シニアツアーを実施。**
H27.10実施146人
- ・シニア向け割引等新割引制度の導入には、FDAにおける個人向け予約システム等の構築が必要であったが、特定路線を対象としたシステム構築が困難なため導入を見送った。
- ・サッカー交流として、Jリーグチーム(清水エスパルス、ジュビロ磐田)後援会員・ファンクラブ向けの**キャンプ視察交流ツアーを実施**
H27.2月:2団体180人参加
- ・両県のサッカー交流を図るため、サッカー協会へ共通イベント開催に向けた調整・協議を実施

3. 今後の改善すべき点

- ・シニア層を対象とした新割引制度について、FDAと協議を継続し、富士山静岡空港利用促進協議会が組織するサポーターズクラブ会員向け制度などの検討を行なう。
- ・スポーツ、文化団体交流事業について、28年度計画を見据えた連携提案を実施。

II 静岡-鹿児島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



II 静岡－鹿児島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

- ・鹿児島県企業の中には、運賃補助(キャッシュバック)を路線利用の動機付けとする企業もあり、一定の成果があった。
- ・鹿児島県内の経済団体、企業から、利用可能性のある企業を紹介されるなどの実績があり、今後も継続的な訪問等連携が必要。
- ・事前調査により、鹿児島県民における当該路線認知度が低かったことから、主に鹿児島県内で広報を展開し、周知に努めた。その結果、**鹿児島での認知度は向上した。**
- ・「極旅静岡」「しずおか旅総選挙」といった企画を実施し、路線のPRのみならず、**静岡の観光PRを効果的に鹿児島県民に伝え、訪問意欲を促すことができた。**
- ・広報企画からホームページへの誘導を図ることで、**ホームページアクセスの前年同期比が5倍を超え、ホームページからの個人予約が1563人増加した。**
- ・鹿児島県内では、これまで「静岡は遠い」といった印象があり、また静岡県の観光資源について周知不足であったが、路線の認知向上により、時間的な「近さ」をPR。また観光交流イベントでは、明治日本の産業遺産、お茶などの特産品の共通点から**親近感をPRし、静岡の観光の魅力を発信した。**
- ・鹿児島県民でFDAを認知している者のうち約半数(47%)が、「テレビ番組・CM」からの認知であった。
- ・シニア割引制度構築はならなかったが、**富士山静岡空港サポーターズクラブ会員対象でシニア向けツアーを設定し、利用者を獲得できた。**
- ・九州周遊型旅行商品については、H27.6下旬からの造成になったが、旅客は4ヶ月で324人の実績となるなど着実に伸びている。
- ・鹿児島発テレビショッピングの取り組みは開始から2週間で約100人の応募があり、反響は高かった。
- ・鹿児島県企業への訪問ヒアリング調査等により、両県産業は継続的に交流があることが判明したが、羽田等他路線利用が多い状況。特に**夏ダイヤ期間中は週3便運航となり、企業の出張利用等ビジネス利用客獲得の制約要因**となっている。
- ・団体旅行については、H27.5口之永良部島噴火、H27.8桜島噴火情報等自然災害によるキャンセル・旅行自粛などの影響があった。

● 今後の取組の方向性

- ・ビジネス利用促進に際し、個別の企業訪問だけでなく、**経済団体や産業を絞り込んだ取組**を行う。継続的な訪問を実施し、周知拡大を図る。
- ・夏ダイヤ期間の曜日運航、鹿児島発が午後出発のダイヤなどの課題により、利用企業が伸びていない現状について航空会社と共有し、今後のダイヤ改善、利用拡大のための方策について協議する。
- ・新たな産業交流の取り組み実施に向けた調整を継続する。
- ・広報事業について、PR企画のみではなく、両県観光PRを行なう特設ホームページの制作、企画連動型のイベント実施、また29年度以降も継続的に実施かつ両県間での往来が持続できる交流イベント実施について、検討を行なう。
- ・九州周遊型旅行商品造成について、旅行代理店から継続的な造成、販売意向があることから、利用者の声も反映させつつ、引き続き航空会社、旅行代理店と協議する。
- ・サッカー協会などスポーツ団体間の交流について、28年度以降の実施に向けて協議を継続する。

転用可能な取組

| 取組内容 | | 実施方法等 |
|-------------------------|-------------------------------------|--|
| 1. 産業交流による鹿児島発ビジネス需要創出 | ビジネスマッチングイベント | 双方向の自治体・経済団体等の連携による産業ビジネスの拡充を目的としたビジネス対象のサポートキャンペーンの実施により、航空路線の認知度向上とともに需要拡大を図る。 |
| | 鹿児島県企業訪問（路線利用意向調査） | 双方向の産業ビジネスの拡充を目的とした着地点側の交流可能な企業への個別訪問により、航空路線の認知度向上を図る。 |
| 2. 富士山と桜島を中心とした観光交流拡大 | 路線認知度向上のためのPR活動 | 双方向に共通する観光資源を活用し、産業・観光交流のイベントを通じた地域の魅力発信により、航空路線の認知度向上を図る。 |
| | 観光交流イベント・交通広告等の実施 | |
| | 海外からの周遊プランモデル造成 | 両県を周遊する旅行商品の開発、メディアを活用した通販型旅行商品の販売により、新たな需要創出を図る。 |
| | 静岡発九州周遊型旅行商品造成 | |
| 鹿児島発旅行商品テレビショッピング | | |
| 3. 幅広い年齢層へのアプローチによる利用促進 | 多様な割引制度の導入 | 年齢層に応じた運賃助成制度の導入により、需要拡大を図る。 |
| | ファムツアーの実施（シルバー団体、文化団体等へのモニターツアーの実施） | 発着地間で交流のある団体等の結びつきを促進し、航空利用拡大に向けたモニターツアーなどの実施により、新たな需要創出を図る。 |