

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

但馬空港推進協議会（事務局：但馬広域行政事務組合）

但馬～伊丹路線（日本エアコミューター(株)）

プロジェクト名 コウノトリ但馬空港利用促進大作戦 ターゲット70

I 但馬一伊丹路線に係る取組実績概要

1. 取組目標

3年間で、ターゲット70（年間平均座席利用率70%、旅客数32,000人（H25年度比3,000人増））を達成。

首都圏からの観光客、外国人観光客（東京からの乗継利用者）にターゲットを当てる。

	平成25年度	搭乗者数：28,726人（実績）
（目標設定）	平成26年度	搭乗者数：30,000人
	平成27年度	搭乗者数：31,000人
	平成28年度	搭乗者数：32,000人

2. 対象路線の課題

<必要性>

- ・当該路線は、但馬空港から伊丹空港まで40分、羽田空港までは伊丹空港で乗り継いで最短約2時間で行くことができる但馬の貴重な高速交通基盤。
- ・地域住民の利便性確保、地域経済の活性化にとって、今後も当該路線の維持は必要。

<課題>

- ・但馬地域の認知度向上による航空機利用促進
- ・外国人に対する但馬空港の認知度向上
- ・空港から目的地までのアクセス改善
- ・伊丹発便欠航時のサポート
- ・地元住民の航空機利用促進

3. 実績概要及び目標の達成状況

平成26年度の旅客数実績は29,082人で前年度比356人増加。

目標（前年度比1,000人増）を下回ったが過去2番目の旅客数となった。外的要因として就航率の悪化（前年度比0.9%減）、4月の消費税アップ及び燃料費高騰による運賃改定（約12%アップ）があげられる。

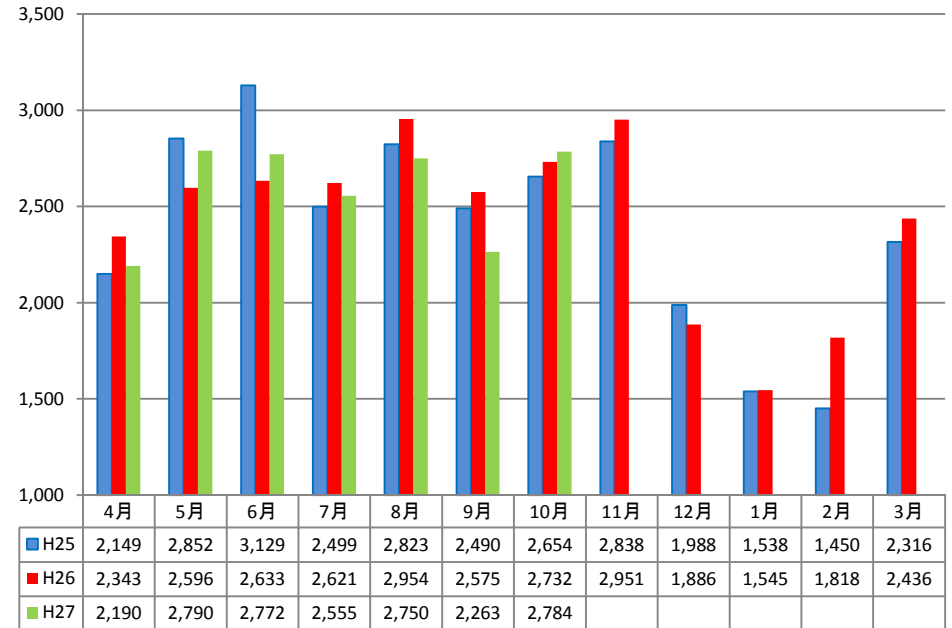
しかし、プログラム開始後の9月～3月は、殆どの月が旅客数、座席利用率とも前年度を上回り、前年比661人の増と取組の成果があった。

平成27年度の10月末旅客数実績は、就航率の悪化（1.2%減）や地元旅客の伸び悩み（1,000人減）により平成26年度より347人減少している。

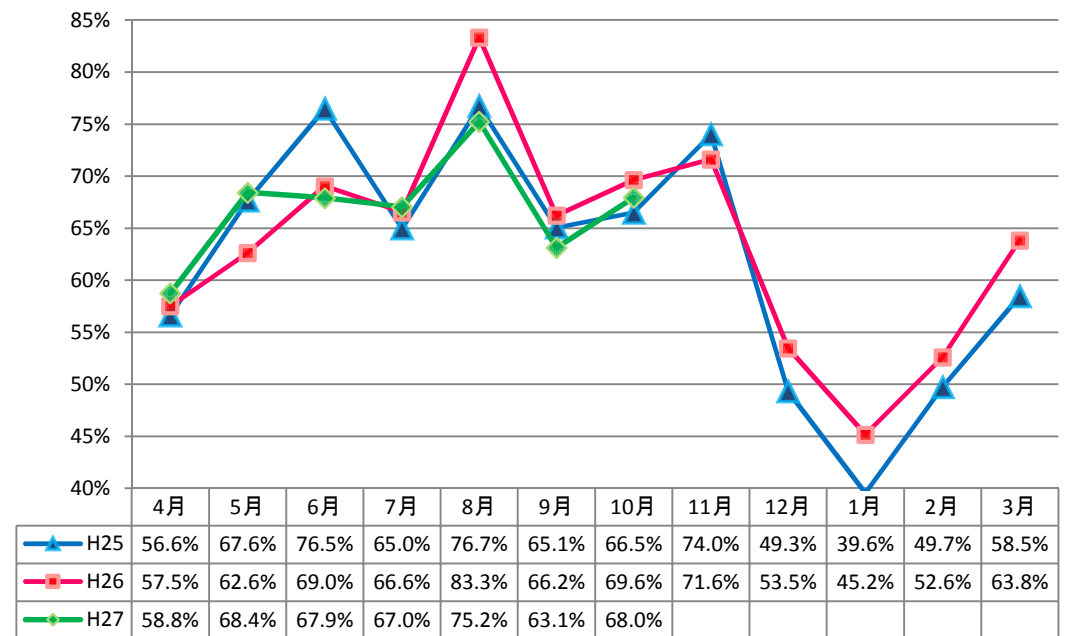
しかし、キャンペーン等の実施により、但馬外の旅客が増加し、午前伊丹発便午後但馬発便の旅客数は平成26年度より136人の増となり、当プログラムの効果が出ている。

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 但馬—伊丹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. パフォーミング・アーツ・ツーリズム【取組費用 4,342万円】

1. 取組の実施概要

航空需要の増加に繋がる新たな観光需要の創出

- (1) パフォーミング・アーツ・ツーリズムの認知度向上のためのP R活動 【1,723万円】
シーズンブックを活用したPR、WEB制作、モニターツアー、P R活動を実施
- (2) イベント企画実施 【887万円】
「ダンス旅」を2回実施、市民参加型舞台芸術「クロスロード」の開催
- (3) コンテンツ整備 【1,490万円】
ブックライブラリー、パフォーマン스로ボットの導入、演劇クエストの発行、映像アーカイブの作製
- (4) その他 【242万円】
マーケティング調査の実施、検討委員会の開催やビギナーズブックの作成

2. 取組の効果・成果及び要因分析

本取組みについては、コンテンツ整備と幅広いP R活動により、旅客数1,192人（推計）につながった。
この取組みを通じて、有名アーティストに城崎国際アートセンターや但馬空港の認知度が拡がり、
創作活動に来るアーティストで便の全席（36席）が埋まったこともあり、路線利用者層が拡大した。
また、城崎温泉は先進的な取組みを行っている温泉地として雑誌に取り上げられる等、地域活性化
にも寄与している。

芸術的な意識の高い層や特に嗜好が強い層をターゲットとして、舞台芸術に関連し、芸術性、テーマ性の高いコンテンツ整備を行いながら、一般層の集客も意識したイベント等を実施した。

また、ブランドイメージ等の統括は城崎国際アートセンター館長が行った。

- ・シーズンブックを15,000部制作しP R活動を展開し、有名アーティストや全国文化芸術関係者に認知が拡がった。
- ・パフォーミング・アーツ・ツーリズムを組み込んだツアー販売座席数 758人（対前年同期94%増）
- ・城崎温泉でのイベント参加者2,775人（航空機利用による再来訪意向者415人）
- ・各コンテンツ満足度 69～94%

3. 今後の改善すべき点

認知を進め、旅客数を増加させるため、一般層へ向けたP R展開を検討し、次年度以降実施する。

- ・コンテンツをより充実させるために、アーティスト、地域、豊岡市と更に連携強化を図る。
- ・映像を利用したPRにより専門層から、一般層へシフトさせP Rの裾野を広げる。
- ・一般向け旅行商品の拡充を図ることで、航空需要へつなげる。



II 但馬一伊丹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. 機内でのおもてなし【取組費用 633万円】

1. 取組の実施概要

- (1) 地元銘菓等の配布 【278万円】
地元の観光パンフレットを同封した銘菓の配布を実施
- (2) 座席ヘッドカバーの広告 【142万円】
2種類のオリジナルヘッドカバー（但馬空港ゆるキャラ・コウノトリ）を利用した観光PRを実施
- (3) キャビンアテンダントによる観光情報アナウンス 【-】
地元銘菓の配布に合わせ、機内での観光アナウンスを実施
- (4) 機体ラッピング 【213万円】
日本エアコミューター株式会社のSAAB340B 1機に、天空の城「竹田城跡」の写真をラッピングし運航中（推進協独自事業として同機を対象にしたフォトコンテストを実施）



2. 取組の効果・成果及び要因分析

他の路線にはないおもてなしであり、全体的に好評を得た。

- ・選定した銘菓が大変好評で、同封の観光パンフレットとともに、満足度が高かった（満足度 82%）
- ・座席ヘッドカバーは気が付かなかった利用者もいた（満足度 61%）
- ・観光アナウンスは、キャビンアテンダントの業務量などにより、実施できない日もあった（満足度 66%）
- ・機体ラッピングは、サイズが小さく、実際に見れる機会が少なかった（満足度 45%）



3. 今後の改善すべき点

おもてなしによるリピート客の獲得のために、改善策を検討し次年度以降実施する。

- ・観光パンフレットを同封した地元銘菓の配布は効果が高く、他路線で実施できないか検討する。
- ・座席ヘッドカバー、観光アナウンスについては、アンケート結果を踏まえ実施の有無を含め検討する。
- ・機体ラッピングについては、現ラッピング機のPR等による活用を検討する。

II 但馬—伊丹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. Visit但馬ホームページ【取組費用 709万円】

1. 取組の実施概要

- (1) JAL Guide to JAPANに但馬特設ホームページの開設 【273万円】
但馬特設ホームページを作成し、公開
- (2) Tripadvisorに但馬特設ホームページバナーの設置 【340万円】
JAL Guide to JAPANの但馬特設ホームページバナーを掲載
- (3) JAL HPを活用したキャンペーンの実施 【96万円】
抽選で50名に5,000マイルが当たるキャンペーンを平成27年4月～6月に実施

2. 取組の効果・成果及び要因分析

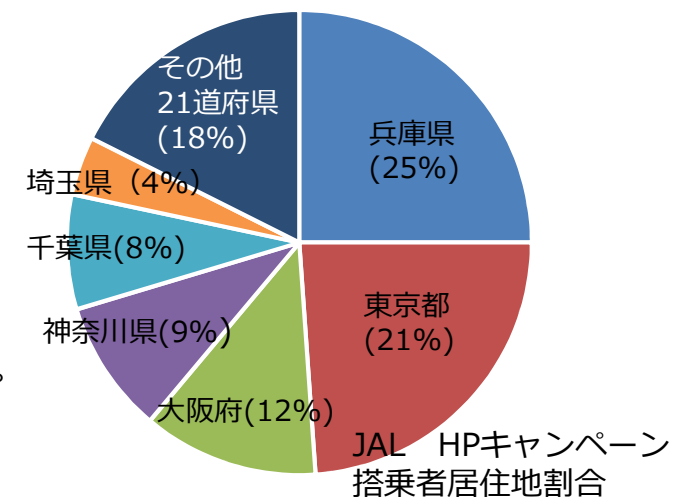
平成26年度9月以降で167名の外国人旅客があり、増加傾向となっている。

特にJAL HPを活用したキャンペーンでは但馬空港と縁のなかった新たな旅客の獲得に大きな成果があった。

- (1) JAL Guide to JAPAN (但馬特設HP) 閲覧数：5,315回
- (2) Tripadvisorバナークリック数：1733 (0.13%)
- (3) JAL HPを活用したキャンペーン旅客数：1,865人 (参加登録数19,455人)
※内、新規の旅客数は972人

3. 今後の改善すべき点

- (1) JAL Guide to JAPAN HPはアクセス案内の充実や特典を付与等を検討し利用者増を図る。
- (2) Tripadvisorは費用対効果が低いため、来年度以降は実施の有無を含めて検討する。
- (3) JAL HPを活用したキャンペーンは但馬空港や路線のPRに大きな効果があるため、引き続き、キャンペーン内容の工夫を図りつつさらに効果を高められるよう実施する。



Ⅱ 但馬—伊丹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

4. 地域周遊促進レンタカー【取組費用 37万円】

1. 取組の実施概要

- (1) レンタカー利用者にクーポン券をプレゼント 【37万円】
大阪（伊丹）—但馬路線に搭乗したレンタカー利用者に、レンタカーの他に、温泉、飲食店等200以上の施設で料金の割引等が利く但馬ファンクラブの1週間限定クーポンをプレゼント。

2. 取組の効果・成果及び要因分析

レンタカー利用者は、ビジネス利用が多かった為、ビジネス利用者にはクーポンの魅力が低かった。

観光目的の利用者には地域周遊のきっかけとなった。

- ・本取組みによる満足度：52%
- ・レンタカー利用者数：185人

3. 今後の改善すべき点

コストも低く、観光利用者には効果があったため引き続き実施したい。
現在、但馬内レンタカー業者4社中3社の協力を得ることができた。
今後、ビジネス利用者にも魅力的なサービス内容の改善、PRを強化し利用者数を伸ばしたい。

(参考)
【但馬ファンクラブ】

(概要)

- ①公益財団法人但馬ふるさとづくり協会が運営する有料会員制度。
- ②域外との交流促進を通じ交流人口の増大による地域活性化と観光振興を目的とし、現在会員数は約2,100名である。

(特典)

- ①但馬内の温泉・宿泊施設・飲食店・レジャー施設など、200以上の施設で割引クーポン付き会員パスポート進呈。
- ②但馬の旬の情報を満載した情報誌等の送付
- ③その他、特産品等のプレゼント（今回の1週間限定会員には①のみを付与）



II 但馬－伊丹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

5. 伊丹発便欠航代替乗合タクシー【取組費用 75万円】

1. 取組の実施概要

(1) 伊丹発便欠航代替乗合タクシー 【75万円】

伊丹発－但馬便が欠航した場合に欠航代替乗合タクシーを運行する。
 欠航への不安の緩和による航空機利用の促進を図る。
 通常欠航時：JR宝塚駅まで 500円/人
 夕方便引返し欠航時：JR豊岡駅まで 5,000円/人

2. 取組の効果・成果及び要因分析

本取組みによる利用者の声は欠航による時間ロスを軽減できること及び乗り換えが不要となることに評価が集まった。

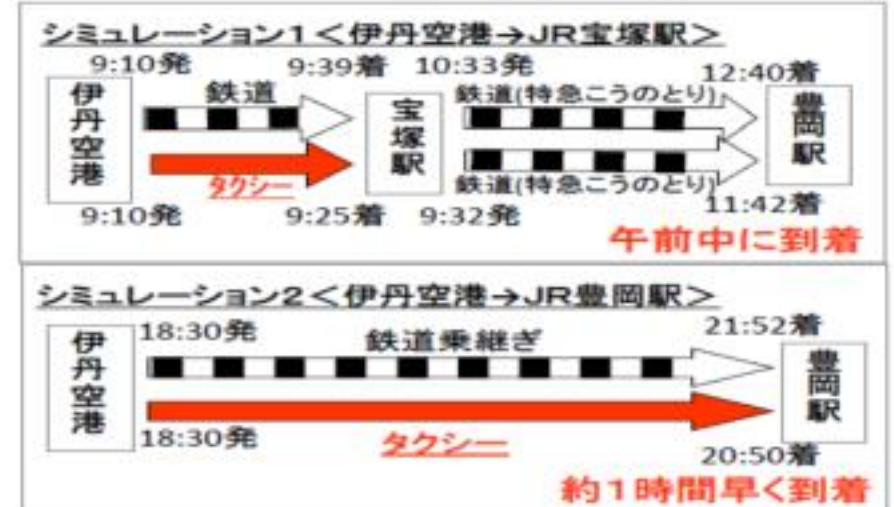
特に、観光目的で土地勘のない利用者にとって、不安解消・時間節約に効果があり大変好評であった。

- ・ 本取組みによる航空機利用意向割合：40%
- ・ 本取組みによる満足度：86%
- ・ 本取組み利用者割合：48%
- ・ 本取組み利用者数：354人（142台）

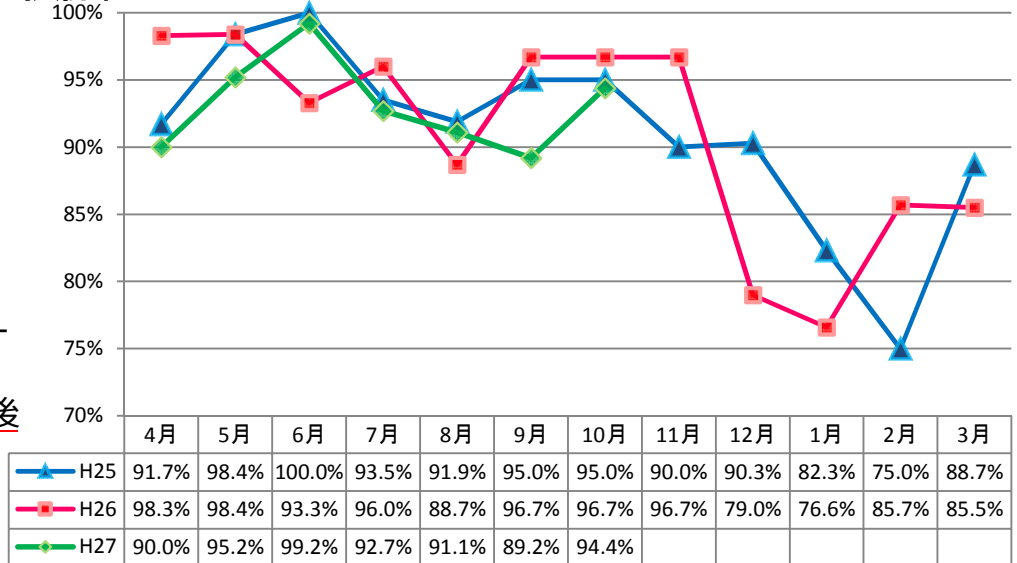
3. 今後の改善すべき点

欠航が多い路線というマイナスなイメージを当取組みによりサービスの行き届いた路線というプラスのイメージに変えていきたい。
 そのために、PR方法や運用方法について、改善策を検討し、今後も継続実施できるよう調整を図っていく。

欠航代替乗合タクシー利用による着時間シミュレーション



就航率



II 但馬—伊丹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

実施体制

【実施主体】

但馬空港推進協議会



【協力機関】

パフォーミング・アーツ・ツーリズム (PR・コンテンツ整備)

豊岡市大交流課、城崎国際アートセンター、城崎観光協会、
城崎温泉旅館協同組合、NPO法人Japan Contemporary
Dance Network等

パフォーミング・アーツ・ツーリズム (旅行商品の造成)

(株)JALパック、読売旅行(株)、(株)リロクラブトラベル、豊岡市
大交流課、城崎国際アートセンター

機内でのおもてなし

日本エアコミューター(株)、(株)げんぶ堂

Visit但馬HP

日本航空(株)、豊岡市都市整備課

地域周遊促進レンタカー

(公財)但馬ふるさとづくり協会、レンタカー業者

欠航代替タクシー

兵庫県空港政策課、(株)JALスカイ大阪、日本交通(株)



【伊丹空港でのPR】

大阪国際空港利用推進協議会

連携体制

- パフォーミング・アーツ・ツーリズム (PAT)
 - ・PAT事業検討委員会を設置し、アーティスト、市民、観光客が一体となったツーリズムを検討
 - ・イベント関係者による実務者会の開催。
 - ・各市町、城崎国際アートセンター、地元観光協会、ボランティアガイド等との情報交換。
- 機内でのおもてなし
 - ・日本エアコミューター(株)の協力により、初年度に機材のラッピングを実施。
 - ・(株)げんぶ堂の全面的な協力により、観光PRも兼ねたおもてなしを実施。
- Visit但馬HP
 - ・「JAL Guide To JAPAN」のHP作成では、JAL、豊岡市の連携によりスムーズに作業を進めた。
 - ・トリップアドバイザーの活用について、豊岡市のアドバイスにより対象国を的確に選定できた。
- 地域周遊レンタカー
 - ・企画段階から(公財)但馬ふるさとづくり協会と緊密な情報交換により事業を円滑にスタート。
- 伊丹発便欠航代替乗合タクシー
 - ・利用者への分かり易い案内と、(株)JALSKYの業務軽減のため、利用者用のチラシを作成。

自己評価及び今後の改善点

- 取組みを進める上で、うまくいった点、うまくいかなかった点
 - パフォーミング・アーツ・ツーリズム
 - ・新たな旅行商品を開発するために、多くの団体との調整が必要であり、スケジュール調整等に時間を要した。
 - ・城崎国際アートセンターと豊岡市が中心となることで、地域内調整がスムーズにできた。
 - ・以前より築いてきた旅行業者との連携によりツアー造成がスムーズにできた。
 - 機内でのおもてなし
 - ・電話、メールによるものが主だったが、日本エアコミューター(株)との調整はスムーズだった。
 - ・企画立案に時間を要したが、今後実施していくための良いモデル例となった。
 - Visit但馬HP
 - ・日本航空(株)の協力により、スムーズに実施できた。
 - ・訪日外国人に対する効果的なPRについてアドバイザーが必要である。
 - 地域周遊促進レンタカー
 - ・レンタカー業者の業務量が増加するため、継続して協力を得るためには、利用が増えるようPR等が必要。
 - 伊丹発便欠航代替乗合タクシー
 - ・電話、メールによるものが主だったが、調整はスムーズであり、(株)JALSKYとの良好な関係を構築できた。
 - ・継続して実施するための、必要なデータが収集できた。
- 今後の改善すべき点
 - ・パフォーミング・アーツ・ツーリズムの取組みについては、PRの強化を行い更に実績を積み上げる。
 - ・機内でのおもてなしの取組みは、関係間の連携強化に努める。
 - ・Visit但馬HPの取組みは、JALとの良好な関係維持に努める。
 - ・地域周遊促進レンタカーの取組みは、レンタカー利用者の更なる増加に繋がるよう、PR等に努める。
 - ・伊丹発便欠航代替乗合タクシーの取組みは、利用者の利便性を優先し、待ち時間の短縮など、円滑なサービス実施に努める。

II 但馬一伊丹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

- ・平成26年度の旅客数実績は29,082人で前年度比356人増加。目標（前年度比1,000人増）を下回ったが過去2番目の旅客数となった。外的要因として就航率の悪化（前年度比0.9%減）、4月の消費税アップ及び燃料費高騰による運賃改定（約12%アップ）があげられる。しかし、プログラム開始後の9月～3月は、殆どの月が旅客数・座席利用率とも前年度を上回り、前年比661人の増と取組の成果があった。
- ・平成27年度の10月末旅客数実績は、就航率の悪化（1.2%減）や地元旅客の伸び悩み（1,000人減）により平成26年度より347人減少。しかし、キャンペーン等の実施により、但馬外の旅客が増加し、午前伊丹発便午後但馬発便の旅客数は平成26年度より136人の増となり、当プログラムの効果が出ている。
- ・パフォーミング・アーツ・ツーリズムは、コンテンツ整備が中心であったが、一定の航空需要を生み出すことができた（1,192人（推計））。また、PR効果により有名アーティストに城崎国際アートセンターや但馬空港が認知された。
- ・機内でのおもてなしを実施することにより、利用者の満足度や再来訪意向割合で高い評価を得た（再来訪意向割合76%）。特に、銘菓の配布では満足度82%と高い数字を得た。
- ・Visit但馬HPでは、JAL Guide to JAPANに但馬特設HPを作成し、一定の閲覧者数を得ることができた（5,315回）。特に、「JAL HPを活用したキャンペーン」は閲覧数も多く、これまで但馬空港と縁のなかった新たな旅客層を獲得し、利用圏域の拡大につながった。（旅客数1,865人。内、新たな旅客の獲得972人。兵庫県外旅客70%以上）。
- ・地域周遊促進レンタカーは、観光目的の利用者には地域周遊のきっかけとなり、一定の満足度を得ることができた（52%、利用者数185人）。
- ・伊丹発便欠航代替乗合タクシーの実施により、欠航による時間ロスを軽減でき、乗り換えが不要となる等、課題であった欠航への不安の緩和となり以下の通り高い成果を上げた。
（欠航代替乗合タクシーによる航空機利用意向割合：40%、欠航代替乗合タクシー満足度：86%、利用者割合：48%、利用者数354人（142台））

● 今後の取組の方向性

- ・但馬空港の認知度向上及び航空需要の創出のため、パフォーミング・アーツ・ツーリズム関係のPRと魅力的な旅行商品の造成に努力する。
- ・機内でのおもてなし事業については、サービス内容のブラッシュアップ、取捨選択等を行い見直す。
- ・JAL Guide to JAPANのホームページは引き続き公開を続けアクセス案内の充実や特典の付与を検討する。
JAL HPを活用したキャンペーンは効果が高いため、航空会社の協力を得ながら、継続実施を検討。
- ・地域周遊促進レンタカーは、サービス内容を充実させるなどして、利用者の増加へ繋がるようPRを拡大していく。
- ・欠航代替乗合タクシーは利用者の評価が高く、継続することを責務と感じている。利用者にとって、より安心につながるようPRや案内等の改善を図る。

転用可能な取組

取組内容		実施方法等
2. 機内でのおもてなし	地元銘菓、観光パンフレット等を機内で配布	機内での地元観光PRと地元銘菓を配布するといった航空利用に対する付加価値により、航空路線の魅力向上を図る。
4. 地域周遊促進レンタカー	地域周遊促進レンタカー対策 (但馬ファンクラブのPR・会員証の無料配布)	地元ファンクラブ限定会員入会を条件としたクーポン券を付与することにより、航空利用者の利便性向上とともに需要拡大を図る。

チャレンジングな取組

取組内容		実施方法等
1. パフォーミング・アート・ツーリズム	パフォーミング・アート・ツーリズムの実施 (総合的なイベント参加型の旅行商品の造成)	地域が一体となって新たなツーリズム等の企画、参加型イベント等の実施により、地域の魅力づくりと合わせた新たな需要創出を図る。
5. 伊丹便欠航代替乗合タクシー	伊丹便欠航代替乗合タクシーの運行 (PR、タクシー運行補助)	欠航時の代替輸送サービスを付与することにより、航空利用の欠点解消による利便性向上を図る。