

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

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 取組目標及び取組課題・方針

1. 取組目標

○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
- ・欧米のエクスパリエイト、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

2. 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。
- 欧米からの観光客誘致に取り組んではいるが、なかなか旅客数増に結びついていないため、まずは欧米の在日外国人にターゲットを絞り、在日外国人の旅客数増から将来的に本国からの旅客数増に結びつける取り組みを行っていくことが必要。
- 地元のビジネス客、観光客の中にはまだまだ当路線の価格、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。

3. 平成28年度取組方針

○平成26年度、平成27年度取組の結果、成果

- ・活プロ実施後の平成27年2月から月別旅客数の増加が顕著に現れはじめ、平成27年1月～平成27年12月までの旅客数は前年比で、19, 296人の増加、20%増の計114, 570人となっている。
- ・首都圏からの旅客数増に結びついてはいるが、欧米や地元からの旅客数増に苦戦している。



○「平成27年12月懇談会」での委員からの主な評価コメント

- ・今後は選択と集中を進めて、コスト効率的な施策の継続を
- ・リピーター客の確保の取り組みに資源を投入していくように
- ・欧米からの誘客は一度知られば大きな効果につながる可能性があるため継続して取り組むように
- ・エクスパリエイトなど、在日外国人に働きかけることもよいアイデア
- ・プルマーケティングとプッシュマーケティングの効果的な連携を



○平成28年度取組方針

- ☆首都圏からの誘客については、選択と集中を進め、コスト効率的な施策の継続を行うとともに、リピーター客の取り込みなど活プロ終了後においても誘客が継続できるような取り組みを実施していく。
- ☆また、白浜路線を使って熊野・高野の観光地に行くことができることが首都圏において認知してもらえるような、観光地と路線がセットになった情報発信に取り組む。
- ☆欧米からの観光客誘致については、アメリカン倶楽部、フランス婦人友の会といった在日社交クラブや首都圏在住の外国人をターゲットにして、誘致策の継続を図っていく。
- ☆地元利用を促進するため、各種割引制度の更なる認知拡大、また要因分析調査をしっかりと行い、戦略的な利用促進策を実施していく。

II 取組計画

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

1. 取組の実施計画(案)

(1) 旅行商品の造成、モニターツアーの実施

☆トレンドを活かした魅力ある商品造成

- ・NHK大河ドラマ「真田丸」主人公 真田幸村 ゆかりの地を巡る『高野・九度山ツアー』
- ・映画「海難1890」ロケ地、トルコ軍艦遭難慰霊碑、記念館を巡る『串本ツアー』など

☆リピーター客を確保するための商品開発

- ・熊野古道の各ポイントに設置されている「スタンプ台」を活用した『熊野古道踏破ツアー』
- ・成長した「パンダ」をもう一度見に行こう！ツアー など

☆南紀白浜イン・関空アウト、関空イン・南紀白浜アウトの商品開発

(2) 発地・着地情報の発信、首都圏プロモーション

☆費用対効果を考えた、情報発信の継続

- ・ネット予約サイトからの誘客(じゃらん、楽天トラベル、るるぶトラベル)
- ・情報誌でのPR(メトロガイド、週刊ダイヤモンド)
- ・ウェブの強化(実行委員会独自のHP作成)

☆首都圏プロモーション

- ・羽田空港、「ツーリズムEXPOジャパン」(H28.9.22~25)でのPR

2. 改善した取組のポイント(方針)

(1) 旅行商品の造成、モニターツアーの実施

- ☆活性化プログラム終了後も旅行会社自身が旅行商品造成を継続していくことを検討できるような、リピーター客に魅力がある、また、白浜イン関空アウトや関空イン白浜アウトによる広域的な魅力のある旅行商品造成の開発に取り組む。
- ☆旅行商品造成には、二次交通(定額観光タクシー・レンタカー)の利用をセットにした旅行商品、モニターツアーにおいても、旅行商品造成を利用したツアー実施など、活プロ終了後も旅行商品造成が継続できるよう、取り組む。

(2) 発地・着地情報の発信、首都圏プロモーション

- ☆高額であったTV番組の広報、大人のちょっと贅沢な旅、女子SPAでの情報発信を取り止め、誘客効果の高い大手ネット予約や比較的安価な情報誌にターゲットを絞り、南紀白浜空港と高野・熊野の観光資源がイメージとして繋がることのできるような情報発信に努める。
- ☆全国から多数の旅行会社、観光事業者、観光客が一同に参加する「ツーリズムEXPOジャパン」で南紀白浜路線による誘客に取り組む。

○期待される効果 **活プロ終了後においても、首都圏からの旅客数増が継続できる仕組みづくり**

「関ヶ原の戦い」に敗れ、蟄居生活を過ごした高野・九度山



日本とトルコ・友好の原点 串本



熊野古道スタンプ台



II 取組計画

2. 欧米からの観光客誘致に向けた取組

1. 取組の実施計画(案)

(1) 欧米のエクスパリエイトをターゲットにした誘客

☆アメリカン倶楽部、フランス婦人友の会などのエクスパリエイトと連携したモニターツアー実施や旅行商品造成に取り組む。

(予定)

- ・アメリカン倶楽部・・・心身のリフレッシュ、生活習慣病改善を目的とした「熊野古道健康ウォーキング」ツアー
- ・フランス婦人友の会・・・ミシュラン3つ星「高野」での宿坊、写経、阿字観体験

五感を高める 熊野古道での瞑想



(2) 首都圏在住の外国人をターゲットにした誘客

☆在住外国人とのネットワークを有する「メトロポリス」と連携した誘客

- ・著名ブロガーの招聘、SNSを活用した誘客

写経体験



阿字観



(3) 欧米からのメディア・エージェントの招聘

☆フランス、スペインからの招聘

- ・和歌山県観光連盟、田辺市熊野ツーリズムビューローとしっかり協議を行い、旅行商品造成に向けて取り組む



2. 改善した取組のポイント(方針)

(1) 欧米のエクスパリエイトをターゲットにした誘客

☆アメリカン倶楽部、フランス婦人友の会との旅行実績がある首都圏の旅行会社と連携して、エクスパリエイトを招聘し、会員及び自国に戻った際にPRをしてもらえるような取り組みを実施し、旅客数増を目指す。

(2) 首都圏在住の外国人をターゲットにした誘客

☆新たに首都圏在住の外国人(欧米を中心とした)の誘客に取り組み、インターネット上でたくさんつぶやいてもらえるよう、取り組む。

(3) メディア・エージェントの招聘

☆実際の誘客への効果が見込めない、「現地プロモーション」を取り止め、和歌山県観光連盟と協議を行い、旅行商品造成や誘客が見込めるメディア・エージェントの招聘に取り組む。

○期待される効果 在日外国人をターゲットにして旅客数増に取り組むことによる、欧米への認知拡大、旅客数増

II 取組計画

3. 二次交通対策の取組

1. 取組の実施計画(案)

(1) 定額観光タクシーの活用

☆定額観光タクシー大幅割引キャンペーン H28.4~H29.1

(2) レンタカーの活用

☆ガソリン満タン返却不要・乗り捨て無料キャンペーン H28.4~H29.1

2. 改善した取組のポイント(方針)

☆二次交通対策については、定額観光タクシー、レンタカーと旅行商品造成とを連携することで、また、今年にはレンタカーの乗り捨ても広くPRすることで、更なる利用促進を図っていく。

☆タクシー事業者、レンタカー事業者が事業者ベースで利用促進を継続できないか協議を続ける。

☆二次交通の活用については、関係市町村で利用促進策を実施することができないか協議を続ける。

○期待される効果 **二次交通の認知度拡大及び利用促進による、観光地と空港の連携強化**



4. 少子高齢化・人口減少に対応した取組

1. 取組の実施計画(案)

(1) 介護帰省割引登録推進キャンペーンの実施

☆羽田ー南紀白浜路線搭乗者に対し、介護帰省割引登録をしてもらえよう、登録特典付きのキャンペーンの実施

(2) 各種割引制度の地元への認知拡大

☆各種割引(特割、先得、シルバー、乗継、介護帰省、旅行パック、タイナミック等)制度の地元への更なる認知拡大を図るため、地元FM局及び地元紙を活用したPR、地元住民が集まる地元主催イベントでのブース出展によるPRの実施

(3) 地元利用促進のための要因分析調査

☆首都圏からの旅客数増に比べ地元からの旅客数増の増加率が低いことから、地元利用者の増加を図るため、他の交通機関(新幹線、関西国際空港経由等)を利用している現状等の要因分析調査を行い、その調査結果を基に戦略的な地元利用促進策を実施

2. 改善した取組のポイント(方針)

☆介護帰省割引についてはこれまでは商品券プレゼントキャンペーンを実施していたが、登録者数を増やす目的のキャンペーンに変更する。

☆今までは乗継割引の地元への認知拡大をメインに行っていたが、様々な割引制度を周知することで、更なる利用拡大を図る。

☆現状の地元利用のしっかりとした要因分析調査を行い、その調査結果を基に、戦略的な地元利用促進策を実施していく。

○期待される効果 **地元で他の交通機関を利用して首都圏へ移動している旅客の航空利用促進**