

# 地方航空路線活性化プログラムに係る各提案者の取組に対する 委員の主な評価コメント

## 1. 静岡＝鹿児島路線

- ・プロジェクト名: ふじのくにと薩摩をつなぐドリーム
- ・提案者: 富士山静岡空港利用促進協議会

### 委員のコメント

#### (1) 産業交流による鹿児島発ビジネス需要創出

##### (実効性)

- 平成 28 年からの通年デイリー運行化がビジネス需要の開拓の契機となったが、それ以前から経済団体や企業への訪問を行なって下地を作っていたことが評価できる。
- メディアに関しても、SNS だけではなく、バランスの良い取り組みである。
- 民間を含めた多層の交流が進んでおり、評価できる。
- 物産展や地域を代表する(経済界がよく利用する)ホテル同士の交流を通じて、両地域間の交流の核を作ったことは高く評価できる。

##### (継続性)

- リピーター獲得があったということは継続性に資するものの、運賃補助はあくまで原資があつてのことであるため、原資が今後とも継続して得られるかどうかにかかっているという点がある。
- 運賃補助より出発前にラウンジが使えるなど、旅行者に対するサービスの充実を望みたい。
- 運賃補助のための原資の確保が課題である。運賃補助に依存しすぎないよう、ビジネス客のニーズを丁寧に把握し、支援や利便性の向上を幅広く考えていく必要がある。企業サポーターズクラブへの支援内容はマンネリ化しないよう、定期的に見直すが良い。地元企業に、「自分たちの空港」と思ってもらえるように取り組んで頂きたい。
- 双方向の交流を図ることについては、継続的な取り組みに意義があると考えられる。

#### (2) 富士山と桜島を中心とした観光交流拡大

##### (実効性)

- メディア活用に関しても、SNS だけではなく、バランスの良い取り組みである。
- 認知向上に一定の成果が上がっている。
- ファムトリップは助成金無しのビジネスにつながってこそ意味がる。

##### (継続性)

- 広告による認知度が実際の利用に結びついているのかどうかということについて検証されたい。
- 本プロジェクトを通じて両県の連携体制が強化されたので、それを活用して今後の取り組みを継続されたい。
- インバウンド旅客の完全なマーケティングを事前に実施することは難しく、トライ・アンドエラーができる環境をつくるのが行政や経済団体の役割であるとする。
- 海外インバウンド客の掘り起こしは、長期的には重要である。

#### (3) 幅広い年齢へのアプローチによる利用促進

##### (実効性)

- 短期的な効果は小さいかもしれないが、長期的(人的資源育成)政策として重要である。
- モニターツアーが本来のツアーに結びつくように、地道な営業活動が必要である。

(継続性)

- この取り組みは、引き続き継続することによってのみ、その成果の継続性が期待できる。
- 両地域の交流の土台となる取り組みであり、教育旅行交流促進については教育委員会の巻き込みも出来ているようなので、今後も、両地域の青少年交流の活発化に取り組んで頂きたい。

●その他 上記以外の取組評価コメント

- 桜島噴火、熊本地震といったマイナス要因、それにデイリー運行という要因が重なり、それらの要因を除去したときに各取り組みがどれだけの効果を持ち得たかを改めて検証して頂きたい。
- 地元が存在するポテンシャルを十分に生かしている。

2. 釧路＝札幌丘珠路線

- ・プロジェクト名：道東と道央を結ぶ道内航空ネットワーク活性化プロジェクト
- ・提案者：釧路空港利用整備推進期成会

委員のコメント

(1) 利用者の利便性向上

(実効性)

- 釧路空港の定期就航率が低いため、こうした取り組みは航空の利用者を確保するためには重要である。
- バスターミナルにおけるリアルタイムな情報提供は有意義な取り組みである。

(継続性)

- モニター設置自身は、初期投資さえ済ませれば相対的に軽微なコストで継続できるので、モニターの認知度が高まれば、さらに効果を期待できる。ランニングコストの回収方策の工夫に期待する。
- 認知したのちに、同便を使いたいと思う潜在需要につながったか調査する必要がある。

(2) 公共交通等の利用を拡大させる空港アクセス支援①、②

(実効性)

- 利用実績が右肩上がりであることは評価に値する。駐車場料金については、丘珠空港を利用することにどのような利点があるのかを分析することが今後必要である。
- 丘珠空港の利用とHAC路線の利用のどちらかが大きな影響を与えているのか、アンケートに工夫が必要である。
- 空港アクセス(レンタカー・バス)の料金低減化、および駐車場の料金の低減化・無料化により利用者数が前年度より3割増加したことはそれなりに意義がある。
- 取組の成果は今ひとつのところがあるが、丘珠空港の課題がよく見えて来たのではないか。

(継続性)

- 単なる駐車場の無償化ではなく、それを他の施策と連携させる必要がある。
- 実績をアピールしつつ、平常時においても飛行機の利便性をてこに利用者の定着をはかってほしい。
- 丘珠空港にアクセスが良く、釧路に定期的な出張がある企業をセグメントして、個別に料金低減などのプランを提示するほうが効果的である。
- 丘珠空港も他地域のように企業サポーターズクラブを組成して会員向けに支援を充実させ、丘珠空港利用の核を作っていく方法もあるのではないか。ビジネス出張の際の空港へのニーズは

- 多様であると思うし、丁寧に対応していくことによって新千歳との差別化が計られるのではないか。
- 企業サポーターズクラブを核とすることによって、企業ニーズが把握しやすくなり、また、新規企業の勧誘方策も工夫していける。

### (3) 路線の認知度を高めるPR活動

#### (実効性)

- バスのラッピング広告などは、キャンペーンなど一過性の取り組みに向いている。地下鉄の窓上広告など長い期間情報を着実に出すメディアの方が本件には向いている。
- 地域の団体との関係を深めることができたのではないか。
- フリーペーパーによる釧路観光とのセットでPRすることは効果的である。
- 啓発セミナーとして健康管理の点について、飛行機の優位性を強調するよりも、他の交通機関を利用することによる健康管理の劣位性を強調することができるのではないか。特に自動車運転に関してはこの点の研究は充実していると思われる。
- 啓発セミナーの実施に併せた路線PRは、費用対効果の良い取り組みである。

#### (継続性)

- 各種団体との協力は多くの領域で可能と考えられ、札幌と釧路の団体間でも交流ができればよいと考えている。
- メディアを吟味したうえで、メッセージの打ち出し方を良く精査して取組を継続(何をアピールするのか)。してほしい。
- 継続性が期待できるが、必要となるコストもかなりの額となる。今後はコスト低減に向けた取り組みも必要である。
- フリーペーパーにおける情報掲載の時期、打ち出し方の工夫が重要である。
- 啓発セミナーは、いろいろな場面で他のイベントなどと組み合わせて実施してほしい。
- 啓発セミナーは、時間価値の高い多忙な人に向けてターゲットを絞れば効果があるかもしれない。
- 啓発セミナーは、今後も継続して開催することを期待する。社員の健康維持の観点からの取り組みなので、空港施設・サービスの中で、企業のニーズに対応できるものがないか検討されたら良い。

### (4) 魅力ある旅行商品造成事業

#### (実効性)

- 北海道新幹線を競合路線としてではなく、それと連携させた点が評価できる。
- 北海道新幹線との組み合わせなど、今後に向けてのヒントを得ている。若者等の価格重視の層を対象から外すなど、教訓を得られた失敗は意義がある。

#### (継続性)

- 「安価な価格設定」の原資が単なる助成措置であった場合には、短命で終わる可能性がある。地元の魅力をさらに発信する必要がある。
- リピーターとなってもらうような働きかけを続けてほしい。季節の食材や催事の告知が効果的である。
- 流通チャネル(店舗系の旅行会社か OTA か)で客層が異なるので、個人旅行者を確保するためには複数のチャネルの組み合わせを意識されたらよい。
- 本取組が地元がえる利益を乗せた適正料金で通用するかどうかは鍵なので、魅力やサービスの磨き上げに期待する。
- 時間的なゆとりを持って旅行したい層に訴求するためには、空港自体がゆったりと過ごしてもらえる施設サービスになっているかも重要である。

## ●その他 上記以外の取組評価コメント

- 札幌への航空路線は新千歳と丘珠のダブルトラックになっており、ビジネス需要が多いのですが、観光の上積みが必要と思われる。
- 地方自治体の人材不足と人手不足(マンパワー)の影響が大きいと感じる。
- 路線の問題よりも、丘珠空港とHACに対する利便性、評判の問題の方が大きいと思われる。
- 北海道庁との連携が不足していると思われる。
- マーケットをもっとセグメントすべきである。機材の席数の制限から旅行商品による販売促進には向いていない。ビジネス客・個人客がターゲットとすべき。その場合は、マスマーケティングは費用対効果が悪いと思われる。

## 3. 天草＝福岡路線

- ・プロジェクト名:天草地域航空路線活性化実証実験
- ・提案者:天草空港利用促進協議会

### 委員のコメント

#### (1)インバウンド対策に向けた取組(体験取材ツアー一造成事業)

##### (実効性)

- SNSや口コミはその使用自体は基本的にコストのかからないものであり、その媒体を有効に活用したといえる。ただ、経費内訳が比較的高くなっているのは要注意である。
- 格安料金のプランで集客しても続かない。価格競争より内容で勝負すべきである。
- 体験取材ツアーは手応えのある成果であり、天草らしい旅行商品を見つけることができたのは評価できる。

##### (継続性)

- コストが軽微で済むために継続的なSNSの活用ができる。今後の問題は他の観光地のSNS発信が強化して競合するときの対策である。
- 料金設定を見直す必要がある。
- 体験取材ツアーの磨き上げに期待している。
- 持続的なプランを提案し続けることが鍵と思われる。

#### (2)インバウンド対策に向けた取組(メディア等を活用したPR事業)

##### (実効性)

- テレビの影響力はネットの普及により次第に低下してきており、その傾向に見合ったメディア活用が求められる。
- 財政基盤の弱い団体は効果的な広告としてSNSを重要視することが肝要である。
- メディアとの人脈を作るためにも継続性が大切である。

##### (継続性)

- 低費用で認知度を上げる方法として効果的である。

#### (3)インバウンド対策に向けた取組(天草周遊タクシー&バスプラン)

##### (実効性)

- タクシーの有効性に比べてバスの活用が弱い。利用客が増加すればバスの活用も必要となるので、この点での工夫が必要である。

(継続性)

- ドライバーが良いガイドになれば評判が高まり、インパクトがでてくるかもしれない。
- 二次交通を担う事業者との連携体制ができたことは、今後に繋がる。

#### (4) インバウンド対策に向けた取組(安心バス実証運行事業)

(実効性)

- 利用者への浸透のなさが成績不良につながったのか、あるいはそもそも構造的な問題があり成績不良になったのか、この点の分析が必要である。

(継続性)

- コストと使い勝手の検討が必要である。
- 欠航の際に代替交通の提供は重要であるが、その情報をいつ、いかに出すかも重要である。
- こうしたサービスが本当に必要なのか、限られた経営資源の投入順位として高いのかを再検討されたい。

#### (5) アウトバウンド対策に向けた取組(みぞか図書館等を活用した空港活性化事業)

(実効性)

- ユニークな試みであり、また満足度も高いので、有効に機能したと考えられる。
- 一過性に終わらせないこと。メディアを活用したPR事業とのコラボが重要である。
- 空港で待ち時間を過ごすスペースがあるのは良い。

(継続性)

- 比較的低コストで運営できているので、継続性にも期待が持てる。
- 次の世代にどのような形であっても空港や航空を印象付けることは重要である。

#### (6) アウトバウンド対策に向けた取組(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)

(実効性)

- 会員特典を強調する必要がある。
- サポータークラブは天草及び福岡に必要である。

(継続性)

- 地元からのアウトバウンドの確保にとって重要な取り組みである。また、クラブ会員の旅行ニーズを元に商品開発をするなど、戦略的に活用していく視点も重要である。

#### ●その他 上記以外の取組評価コメント

- 本路線活性化の特徴はメディアの活用にある。本路線でのメディア活用の取り組みは分析する価値が高いものであり、多くの知見を残すものと考えられる。
- 自治体とエアラインの連携が強いことは強みである。一方、そのため様々な取組が特殊な例になっている。様々なことにチャレンジした積極性は大いに評価できる。
- 地元住民を対象とすることには限度がある。まずは天草の観光地としての魅力発信が大切である。そのためには、宿泊施設も巻き込んだPR活動が必要。PRは手間暇がかかり、「人」に追うところが多いので、専任の担当者を置くことが望ましい。大手航空会社との差別化(料金を含め)が重要である。

#### 4. 但馬＝伊丹路線

- ・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
- ・提案者:但馬空港推進協議会

#### 委員のコメント

##### (1)パフォーミング・アーツ・ツーリズム

###### (実効性)

- 他地域との商品差別化が成功したといえる。ただ、経費がかなりかかっているため、この点が検討課題である。
- 空港の認知に一定の役割を果たした。
- 一人集客するためのコストがかなり高い。この投資をいかに継続的な集客につなげていくかが今後の課題である。
- DESTINATIONづくりへの支援を本プロジェクトで実施したことになるが、実施体制がよく、期限内に相応の成果を出すことができた。
- パフォーミング・アーツ・ツーリズムをコアにした取り組みは評価できる。

###### (継続性)

- 目標数を大幅に上回るものではなかったが、遠方よりの旅行者が増えているということは今後の継続性に期待が持てる。
- アーツツーリズムと温泉の組み合わせ、ユニークであり、今後もこれを継続するしかないと思われる。

##### (2)Visit 但馬 HP

###### (実効性)

- 関係各方面と連携がスムーズに行えたことがよかった。またそれが成果につながったものと思われる。
- 但馬のパフォーミングアーツの英語のHPがあれば、JALガイドのみならず、その他のインバウンド向けのHPとリンクをはることができる。
- 航空会社がコミットすることによって成果が出ていることは良い。

###### (継続性)

- 「但馬」という名称の認識・普及が課題である。
- 空港サイドというよりはむしろ航空会社の戦略に依存するため、航空会社との関係を維持することが地元の役割である。

##### (3)機内でのおもてなし

###### (実効性)

- それなりのPR効果はあると思われる。
- 興味深い取り組みである。

###### (継続性)

- 独創的な試みで評価できるが、他地域が同じことを真似し始めるとその独自性が失われるので、その点の検討が今後必要である。
- 民間企業であるため、企業の協賛が前提となるが、継続が望ましい事業である。
- 地元企業に負担してもらおうべきところをきちんと仕切ることを期待する。

#### (4)利用者層拡大事業

##### (実効性)

○利用意向割合の数を実際の利用に仕向けるための仕掛けが必要となる。

##### (継続性)

○住民の航空に対する意識が高いとはいえ、つねに航空や空港に関する議論をしておく必要がある。

○一定期間の実施で良いと思われるので、いつまで行うのか、別の展開にするのかを検討が必要である。

#### (5)欠航代替乗合タクシー

##### (実効性)

○利用意向割合を上げていくことが必要である。

○空港の特性を考えると必須である。

##### (継続性)

○欠航が多いという欠点を補うためにも、その代替的なサービスとしての充実が利用の拡大につながる。

○(経済合理性は別として)継続が必要な施策かと思われる。

#### (6)地域周遊促進レンタカー

##### (実効性)

○地域振興策としての効果はある。

○サービス向上にはなるが、航空機利用についてのインセンティブにはなりにくい。

##### (継続性)

○会員証の無料プレゼントが貢献したことは認めるが、これが余り過ぎると会員証保有の利点(希少性とその優位性)が失われるので、その点での抑制が必要である。

○観光需要増加の一助にはなる。

#### ●その他 上記以外の取組評価コメント

○本路線においては「但馬」という地域名をいかに全国レベル、あるいは世界レベルにするかが重要である。行政区画としての露出度もないために、当該地域以外の人々にとっては、どこからどこまでが「但馬」なのか認識しにくい。航空に関することからだけでなく、あらゆる点から知名度の向上が必要であるといえる。

○路線距離が短いという特殊性が高い。エアライン(JAL)を通じたPRが最も効果的という基本的なことが改めて理解できた。

○狙うべきはニッチマーケット。マスマーケット的な手法は向かない。但馬のパフォーミングアーツのPR手法をもう少し洗練させる必要がある。(プロのPR担当者をひとりおいてはどうか)、1、2月のオフシーズン対策が必要である。

#### 5. 紋別＝羽田路線

・プロジェクト名:オホーツク紋別空港活性化プロジェクト

・提案者:オホーツク紋別空港利用促進協議会

#### 委員のコメント

### (1)「流氷」を活かした取組

#### (実効性)

- 路線需要を感じたとのことであるが、感じたことを実現するための具体的な方策を立案することが求められる。
- 羽田の少需要路線の発着地同士の連携が必要である。
- 全体的な力不足を感じる。「流氷＝紋別」という意識は国内よりもむしろ国外において成長しつつあるように評価者は感じている。海外への発信を積極的に行うのも方法の一つである。
- 物価は安く、人も少ないという利点をもっとアピールしてはどうか。
- 旅行会社とのタイアップはタイミングが重要。半年前から取り組みが必要である。

#### (継続性)

- 具体的な方策を考える必要がある。特に財政的支援に頼らない方策が求められる。
- 空港間バスは、勢力圏の小さな空港間の協力として評価できる。今後も継続して様々なチャンネルで連携を図っていただきたい。
- 空港間バスの運行は一層の工夫が必要であるが、それは行政補助に依存することではない。乗車人数自体を増やすこと、あるいは、一人当たりの料金を高くすることについて、もっと地域の知恵を集める方が持続可能性が高まる。
- PRは、国外への発信も検討する価値があるものと思われる。
- 流氷を使わない手はなく、「紋別へ行く」という意識を持たせることができるかどうかがかギである。
- 個人旅行者への訴求については、今回行った手法が個人向けに適していたかの検証を行うと良い。

### (2)「花」を活かした取組

#### (実効性)

- 冬の流氷とは異なり、「花」に関してはインバウンド客をターゲットに絞り、何とか目標に近づいている。
- 外国人の入込数が増えていることを評価できる。
- インバウンド促進用の雑誌とのタイアップは必要だが、羽田一紋別線の集客に資するための工夫が必要である。

#### (継続性)

- このような取組は維持することによって効果がでている。
- 国内市場は縮小しつつあるため、インバウンドの掘り起こしは重要である。

### (3)「食」を活かした取組

#### (実効性)

- 「食」への特化が一定程度の効果を発現させたものと思われる。しかし「食」を売りにする観光地は多く、差別化を今後は図っていく必要がある。
- 北海道ならではの企画であり、効果的。北海道の食材はブランドであり、これを生かしている。
- モニターツアーは、通常のツアー(値引きなし)と結びついてこそ意味がある。
- 食を生かした取り組みは評価できる。

#### (継続性)

- 今後は地元にもきてもらうために、「昭和レトロ」はまなす通りもセットで売り出すことを考えてほしい。そうすれば、地域外に移出されている食材を地元で消費できるため、地元経済への影響は拡大する。
- モニターツアーに名を借りた安売リツアー販売には注意。紋別と聞いてすぐ思い浮かべる食材が



必要である。

#### (4) 外国人観光客の誘致に向けた取組

##### (実効性)

- 地道が PR が今後必要であろうし、背伸びをしないでゆっくりとインバンド客を狙っていく必要があるかもしれない。
- 地域の特性を生かしたターゲットが明確である。
- アジアからのインバウンドには可能性がある。しかし、羽田経由で紋別に来るようなツアーにするための工夫が必要である。

##### (継続性)

- 東南アジアの観光客にとっては大きな価値がある。継続すればインパクトが見込める。
- 海外の旅行博への出展は継続することが大事。自地域の PR を行うことは当然であるが、開催地域での海外旅行市場の動向、競合するデスティネーションの分析、さらには、街中での日本と開催地域の人々との接点の状況などを把握する機会としても活用することが必要である。
- 外国人観光客の誘致は、長い目でみてプラスである。

#### (5) 全国PRに向けた取組

##### (実効性)

- FB での評判が高くなりつつあることについて一定の評価ができる。問題はそれが実際の利用につながっているかどうかであり、その点の検証が必要である。
- パンフレットやポスターは効果的かどうか。紋別市、空港のHPの充実の方が効果がないか。

##### (継続性)

- 継続できるかどうかは HP・FB の効果の検証にかかっている。
- 継続してほしい。地元の無関心層をいかに取り込むかがカギである。
- HP や FB は情報発信手段として重要であるが、コンテンツの更新など継続実施が大事であり、また、一方で、地域らしい手作り感も大切なので、地域全体で取り組んでほしい。

#### (6) 空港機能向上に向けた取組

##### (実効性)

- 訪れた観光客に有意義な情報が提供できたのかどうかを確認する必要がある。周辺市町村の関心も薄いようであり、それらを巻き込んでいくことも必要である。さらにはインバウンド客を狙うためには多言語表示も大切である。

##### (継続性)

- 基本的なインフラであり、継続が望ましい。
- デジタルサイネージが多くの空港訪問者に見てもらえるように、コンテンツの工夫が必要である。

#### ●その他 上記以外の取組評価コメント

- 羽田路線であることから、インバウンドに絞った取組は良かったと評価できる。
- 冬は流氷、春は花、その他食を観光資源としているが、食や、花に関しては、もっと具体的にアピールする必要がある。モニターツアーに名を借りた安売リツアーは継続性がないので注意して頂きたい。
- 本事業が、流氷に依存しない魅力構成を検討するきっかけになったことは今後の方向性として重要であるといえる。食を重要な観光コンテンツとするにあたっては魚介類の不漁等のリスクがあり、花にも天候不良などのリスクがあり、また、将来的には従業員不足からくる宿泊施設不足

や訪日外客増による宿泊料の高騰も想定される。このようなリスクを事前に見える化して地域と共有し、その対策を検討しておくことも重要な仕事である。

## 6. 能登＝羽田路線

- ・プロジェクト名：「能登－羽田路線持続化プログラム～地方空港の課題に対応した新たな航空需要の創造～」
- ・提案者：のと里山空港利用促進協議会

### 委員のコメント

#### (1) 社会活動型観光プログラムによる空港利用の創出

##### (実効性)

- 就航地におけるプロモーション、就航先からのリピーターの増加に関する先進事例であったが、奏功しており、今後も継続が必要である。
- 地道な、しかし意味のある取り組みである。単なる集客ではなく、能登の理解を深めてもらう機会となっていることは特筆すべき点であり、また、丸の内朝大学とのコラボも評価できる。継続は力であるが費用の抑制も課題である。
- 目標達成には至っていないが、課題を明確に把握している。
- 興味深い取り組みである。

##### (継続性)

- ツアーの定着を図る必要がある。次第に利用が上向いてくることを期待する。
- 能登地域の魅力を地道にPRしていく必要がある。
- 体験を重視したツアーは能登の強みであるので、着実に取り組んで頂きたい。

#### (2) 羽田空港のネットワークを活用した広域乗継

##### (実効性)

- 全体的に乗り継ぎ需要が減ってきており、その中でいかに面と面の交流を維持できるが重要である。
- 羽田を経由した新しいルート選択を示すという点では意味はあった。

##### (継続性)

- 航空会社との関係、経済団体同士の連携がカギである。小松空港の利用促進で福井県とのタイアップを実施しておられるため、そのチャネルを使って、広域観光を企画すれば、需要が増えるのではないかと。
- 引き続きPRしていく必要がある。羽田経由だと何がメリットなのか明確にするべきである。

#### (3) 新幹線等と航空の連携による県内周遊観光の促進

##### (実効性)

- 各当事者団体の連携がうまくいったものと思われる。
- 助成なしで今後団体を誘致できるかどうか。
- 新幹線を競合相手としてではなく連携の相手として取り込んだ点が評価できる。

##### (継続性)

- 飛行機の空きスペースを埋めるには団体客を誘客せざるを得ず、この点は継続されたい。
- 将来的には北陸新幹線の目新しさがなくなってくるので、その点が課題である。
- 海外旅行客も対象にして、複数モードの利用を推進する意義は高いと思われる。

#### (4) 広域レンタカーの利用促進

##### (実効性)

- 今後は助成に頼らない仕組みで利用者数を落とさない取り組みを期待する。
- レンタカー協会などとの協力関係が構築されたのは喜ばしいことである。
- 新しい需要の創出に資するキャンペーンにするには、出発前の旅行者に本キャンペーンを周知することが重要である。
- 石川県の地形や空港の立地を考えると、レンタカーの利用が多いのは仕方のないところ。県内に2つの空港があるメリットを生かしている。

##### (継続性)

- リピーターが助成による価格低下がなくても利用したくなるような工夫ができるとうい。
- 複数モードの利用につながる取組は選択肢を増やすことになり、継続の価値があると思われる。
- インとアウトの空港をレンタカー利用でつながるのは継続の価値があるものと思われる。
- 継続する旅行会社の支援は、出来高によってスライドさせるべきである。

#### (5) 公共交通利用の周遊旅行による需要喚起

##### (実効性)

- 投下した資金が多額であるのに対して成果があまり出ていないように思われる。ふるさとタクシーの特徴を前面に出すことが必要であった。しかし活プロによって企画され、失敗したことで教訓を得たことは貴重な体験であったと思われる。
- 分かりにくくても、分かりやすく表現する努力をするという方向性もありえた。

##### (継続性)

- 年齢層などターゲットを絞った戦略の構築が必要ではないか。
- 冬場と夏場の客層を分析する必要。このキャンペーンは通年ではなく、期間限定でもよいのではないか。

#### ● その他 上記以外の取組評価コメント

- わが国における地方路線に対する地元の取り組みに関する先進県である。そのため、施策の効果の大きさが小さくなる傾向がみられる。人口が大幅に減少する中で仕方のないことかもしれないが、既存の取り組みの再評価の時期に来ているのではないか。
- いろいろな取組を長年やってきており、自治体の人材が充実している。
- 全体に金銭的な支援が多い。これでは長く続かない。交通はあくまで派生需要。能登は観光資源が豊かな一級の観光地である。観光地としての能登をアピールしていくことがまず大切である。

## 7. 南紀白浜＝羽田路線

- ・ **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
- ・ **提案者**: 南紀白浜空港利用促進実行委員会

### 委員のコメント

#### (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

##### (実効性)

- 機材の大型化で旅行商品が組みやすくなったので、同便PRのチャンスである。
- もともと魅力的な観光資源が多い地域であり、今回の取り組みで、観光資源と路線を結びつけることができた。

○福利厚生マーケットに絞った点が奏功したともいえる。

○福利厚生の一環としてのPRは良い取り組みである。

(継続性)

○取り組みの効果的な継続が望ましいが、商品造成などの補助がなくなった時のマイナス分を組織間の協力などでどれだけ穴埋めできるのかが課題である。

○経費が突出して高い取り組みがどれだけの効果(実際の利用者数)があったかを検証しなくてはならない。

○費用対効果が良いものに絞るべきである。何でもやれば良いというものでもない。

○モニターツアーを実際の旅行につなげて行くことが重要であり、今後の継続に期待する。

## (2) 欧米からの観光客誘致に向けた取組

(実効性)

○欧米にターゲットを絞ったことは評価できるが、取り組みの戦略が欧米諸国の旅行者に訴求するような差別化された戦略であったかどうかを検討する必要がある。

○FAMツアーについて効果が小さい理由を考える必要がある。

○第一段階では、海外のプレスツアーが有効である。モニターツアーは情報がある程度出てからの方が効果的である。

○プレスツアーはもっと充実させる必要あり、ターゲットとする国を確定して実施されたい。

(継続性)

○継続的な取り組みとその効果検証が求められる。

○長期的視点でも、有意義な活動と考えられる。

○フランスからのFAMが実現しなかったことについてよく分析をされたい。また、今回のFAMが実際の旅行商品造成に繋がることが重要であるので、引き続きの働きかけを期待する。県観光部局と連携し、継続的に実施が必要である。

## (3) 二次交通対策の取組

(実効性)

○今後もタクシー事業者との連携を深めていくことを希望する。

○定額タクシーという案は旅行者にとって安心感を与える良いサービスである。取り組み費用も少額である。

○単なる利用補助と、ガソリン満タン返却不要という取り組みとの違いを検証してほしい。

○空港の立地と目的地の位置関係を考えるとレンタカーを重視するのが自然である。

○南紀の旅行者は広域を移動することが多く、とても便利なキャンペーンである。

(継続性)

○タクシーかレンタカーのいずれかが効果が大きいのかを検討が必要であると思われる。

○タクシー会社との連携ができたこと、また、タクシー会社が自主的に継続することは評価できる。

○補助であるキャンペーンではない方法で旅行商品に組み込んだり個人客に訴求して行くことが重要であり、関係者とよく相談されることを期待する。

## (4) 少子高齢化・人口減少に対応した取組

(実効性)

○目標は達成しているようだが、費用対効果に疑問が残る。

(継続性)

○介護帰省割引はユニークな試みであり、その効果が期待される場所であるが、それほど効果が

- 出ていないようにも見える。介護帰省ならではの特徴を見出し、そこに訴求する必要がある。
- 空港の立地と県の人口分布を考える場合、大きな変動はないかもしれない。継続するのであれば、県として空港や羽田～南紀白浜路線の必要性を県民にもわかりやすく説明したらどうか。そのようなうちに向けての努力を継続することで、利用者の増大につながると思われる。

#### ●その他 上記以外の取組評価コメント

- 機材が大型化したので、チャンスである。南紀は観光資源に恵まれているが、広範囲にわたり、観光資源がある。同空港からうまく二次交通を活用し、広範囲に観光地を巡ることができるが、その点をもう少しPRする必要がある。海外からのインバウンドは国を絞って取り組むほうが効果的である。
- 路線活性化に活用できる資源・素材はある地域だが、これまで、観光分野を中心に地域内での連携がほとんどなされていなかった感がある。本事業を通じて、地域全体で課題に取り組んで行く環境づくり・関係づくりができたのであれば、これも和歌山県にとっては成果と言える。

### 8. 山形＝名古屋小牧路線

- ・プロジェクト名:発着両側の分野別連携体制の構築による山形名古屋便の活性化
- ・提案者:山形空港利用拡大推進協議会

#### 委員のコメント

##### (1)「西の伊勢参り・東の出羽三山参り」相互交流の展開

##### (実効性)

- 就航地と山形の双方で努力できたことは画期的である。
- 出羽三山と伊勢という双方に素晴らしい観光資源があることは恵まれているといえる。この双方の参詣観光促進の取り組みとしては、よくできている。
- 企画から体制作りまで、限られた期間内で多くの成果を得ることができた。
- 知事が力を入れて推進したと聞いているが、それでも県内の様々な事業者や他部局をまとめることは容易ではなかったと思われる。
- 取り組みが連携ができている点が評価できる。
- なぜレンタカーやタクシーという交通手段が不人気であるのかについて、検証が求められる。
- 出羽三山と蔵王という2大観光地への2次交通の整備は重要である。

##### (継続性)

- 今後も推進体制を維持し、消費者向けのPRを自治体の観光プランとコラボするなどして、費用抑制といった課題を解決しながら、継続を期待している。
- 今後の課題(マーケティングの強化、ブランディングなど)が明確に意識されており、また、推進組織として「いせでわDMO(仮称)」が設立され、向こう5年間の交付金が決定していることは今後の取り組みにも多いに期待ができる。これまでの順調なスタートアップの中にも不安定要素やリスクが潜んでいる場合があるので、強みをより強くするための取り組みに加えて、不測の事態への備えも検討を始めて欲しい。
- 空港と観光地を結ぶ二次交通整備は、期待したほどの効果はあまり認められなかったが、その原因究明をしっかりと行うことで後につながるものと思われる。
- 二次交通は引き続きの大きな課題である。デスティネーション側からの交通アクセス情報の発信は旅行者にとって重要かつ信頼の置ける情報であるが、出羽三山神社のHPの交通アクセスのサイトに、山形空港からの案内が皆無。この辺りも改善されたい。

## (2)自動車関連産業を中心とした経済交流の拡大

### (実効性)

- 漫然とした企業訪問ではなく、事前調査に基づいた企業訪問を行った点は評価できる。
- 観光ではなく、ビジネススペースの体制が構築できたところを評価できる。
- ビジネス需要増加に大きく貢献している。
- 双方の経済交流は重要である。
- 商工会議所会報への掲載は効果が大きかったと思われる。
- サポーターの増加ということで効果が上がっていることは重要である。
- サポーターズクラブの会員企業の社員には空港での待合サロンの使用などの個人へのサービスの充実が効果的である。
- サポーターズクラブ会員数の増加に成果を上げている。個別訪問によるきめ細かな対応が奏功したと思われる。

### (継続性)

- 十分な体制ができており、効果も大きい。
- 運賃割引を継続するには財源確保が必要。状況を見て、割引対象を最もニーズの高いものに絞る、運賃助成以外の支援に切り替えて行くことも必要である。このためにも、利用している企業との関係を緊密にし、意見やニーズを吸い上げられるような丁寧な対応を継続されると良い。
- サポーターズクラブの会員と非会員の優遇の度合いに差をつけることが、このシステムの継続性を左右するものと思われる。
- 羽田路線も合わせて、サポーターズクラブ会員が山形空港発着路線を利用し続けるよう、企業ニーズの把握を怠らず、会員メリットのブラッシュアップが必要である。

## (3)「技能五輪 2014in 愛知」から「技能五輪 2016in 山形」へ

### (実効性)

- 同便のPRには、行き先の情報、同便を使うことのメリットは何かを具体的に伝えることが必要である。

### (継続性)

- 会議やイベントへの企業参加は複数人数が見込めることから、今後もしっかりと需要をつかまえて実施する必要がある。

## ●その他 上記以外の取組評価コメント

- 個々の取り組みを見ると目標に達していない箇所も多く、見劣りするが、全体としての利用者数は目標を上回っている。それぞれの取り組みを個別に見るのではなく、それらの相乗効果も検証する必要がある。
- 2 便化のインパクトを効果的に活用しており、エアラインと自治体の連携がうまく取れている。
- 2 便になり、ビジネスが拡大した。時間帯もよい。今後はアンバランスだった名古屋と山形のバランスも少し改善すると思われる。