

⑥ 南紀白浜＝羽田路線

[取組事例]

- 取組類型：PR 効果等による潜在需要の顕著化、新たな利用者層への展開
- 特徴 1：既に認知度の高い「熊野古道」の観光資源を活用し、航空利用につながる関東地方や海外の様々なメディアを通じた重点的な PR 事業を実施した。
- 取組の内容 1：多種多様の PR による旅行商品造成
- 特徴 2：欧米の社交クラブと連携し、母国へ SNS 等の新たな情報発信手段を用いた PR、国外旅行代理店のファムツアーを実施することで、新たな利用者層を発掘する。
- 取組の内容 2：欧米の社交クラブと連携したモニターツアーの実施

[路線特性]

- 空港周辺の後背地人口が少なく、少子高齢化・人口減少が進んでいるため、熊野地域に関連する観光資源を活用し、交流人口の増加させる必要がある。
- 「熊野古道」に関連する世界遺産は世界的関心が高く、自然・文化・歴史等に恵まれたポテンシャルの高い地域であるが、首都圏の利用者層は、白浜空港利用による観光スタイルは認知度が低く、積極的な観光需要の創出が行われていない。

[取組の実施方法]

- 当該路線における地方航空路線活性化プログラムの位置付けは、地元の観光資源を活かした航空需要の掘り起こしを行うものである。熊野地域の魅力を感じているが、白浜空港を使用していない首都圏や海外からの利用者層を、航空利用に結びつけるイメージングを行う。
- 海外からの利用者層獲得においては、アジア人は関空利用するが、欧米人は羽田・成田利用が多い背景から、新たな利用者層への展開として、「欧米からの観光客誘致」により、外国人による外国人の誘致を図る。欧米社交クラブ会員対象のモニターツアー参加者から、母国への情報発信を行うことで拡散効果をねらう。