

地域とJALが一丸となって 空港の利用率向上を実現



山形県企画振興部 部長 高橋 広樹さま

●山形空港に対するニーズ

おいしい山形空港は、1992年の山形新幹線開業や、高速道路で結ばれる近隣の仙台空港の利用者の増加などの要因で、ピーク時の利用者74万人から、近年は11万人まで減少していました。

こうしたなか、東日本大震災が発生し、被災した仙台空港に代わり山形空港が24時間体制で運用され、被災者の避難や救援に大きな役割を果たしました。それ以降、山形空港のリダンダンシー機能^{*}が見直され、その維持のためにも、平時からの利用活性化が重要な課題として認識されてきました。

一方、東北新幹線の青森延伸など整備新幹線の完成に伴い、東京まで最短で2時間30分の山形新幹線の時間的優位性が薄れつつあり、移動時間の短縮を求める県内外の声への対応も課題となっていました。

こうしたことから、1日1往復という便数不足の解消と、移動時間短縮の要望に応えるため、羽田空港発着枠政策コンテストにおいて、日帰り利用が可能な朝夕の複数便化をJALと共同で提案し、採択されました。

●プロジェクト実施にあたっての課題と対応

まずは山形県民の固定観念を改めてもらうことが必要と考えました。すなわち山形新幹線の開通と長く続いた羽田便1便化により「東京へ行く手段は新幹線」という固定化された認識と航空便に対する先入観(運賃が高い、搭乗手続きに時間がかかるなど)を改め、航空機利用が簡単で決して贅沢ではないと認識していただくことが重要ということです。

そのため、割引運賃設定、市町村応援WEEKの実施など、まずは羽田便に乗ってもらう施策をJALと一緒に数多く工夫し、実施しました。

また、複数便化で懸念された赤字リスクの低減を図るため、赤字も黒字も山形空港利用拡大推進協議会とJALが折半する「路線収支共有制度」を全国で初めて導入できたことは幸いでした。これにより、JALと県だけでなく、協議会の会員として負担金を拠出する市町村にも利用拡大に取り組む強い機運が生まれ、関係者一丸となった利用拡大につながりました。

●訪日観光客の増加に向けた取り組み

さらに、羽田空港の国際化に伴い、南東北で唯一羽田便を持つ優位性を活かして、東北への羽田乗り継ぎによる海外インバウンド観光を通じた震災復興を提案しました。まずは、乗り継ぎのよいシンガポールをターゲットに、現地の旅行会社や国内の海外旅行手配会社にアプローチなどを実施した結果、2015年2月から4月にかけて5ツアーが催行されました。ツアーの内容も県内周遊や東北縦断型などさまざまな行程で組まれており、山形空港が南東北のゲートウェイとなる可能性が実証されました。2015年度はタイにもプロモーションを広げているところです。

●JALへの期待

コンテスト採択後、JALと協議会の間で山形便の利用促進に向け、定期的(1~2カ月に1回)に会議を開催しています。需要動向を共有し、利用拡大策やマーケティングの擦り合わせを行い、次の一手の見直しを行いながら施策効果を高めています。こうした体制は国にも評価いただいており、今後とも、JALと地域とが協働して利用促進に向け取り組めるようお願いしたいと考えています。

※自然災害などによる障害発生時に、一部の区間の途絶や一部施設の破壊が全体の機能不全につながらないように、あらかじめ交通ネットワークやライフライン施設を多重化したり、予備の手段を用意すること



山形県と共同でプロジェクトを立ち上げました。

すし、航空会社として地域活性化のお手伝いができると感じました」

同時に実施した運賃施策について、国内路線事業部の高橋丈裕が解説します。

「2往復化に伴うプロモーションとして、当初の3カ月間は片道5050円という割引運賃を設定したことで航空機の利用を浸透させることができました。また、従来の航空運賃は新幹線に比べて高かったのですが、ご利用前日まで購入可能な運賃を新幹線と同等



日本航空 国内路線事業部 高橋 丈裕(2000年入社)

の料金に変更したことにより、特にビジネスのお客さまから選ばれる機会が増えたと考えています」

その成果について路線計画部の江川隆章が分析します。

「座席の供給数が2倍になったのに対して旅客数は約2.6倍の7万8693人に増え、ロードファクター(座席利用率)は約72%と20%近く改善し、目標であった7万8000人、70%をいずれも上回りました。また日帰りの利用が約1割を占めており、1往復の時には存在しなかった新たな需要を創出できました」

●羽田=山形線 運航スケジュール

羽田空港→おいしい山形空港

2013年度	便名	羽田発	山形着
	JL1259	14:25	15:20

2014年度(夏季ダイヤ)

便名	羽田発	山形着
JL1251	8:10	9:10
JL1257	17:25	18:25

おいしい山形空港→羽田空港

2013年度	便名	山形発	羽田着
	JL1254	12:45	13:50

2014年度(夏季ダイヤ)

便名	山形発	羽田着
JL1252	8:55	10:00
JL1258	18:55	20:00

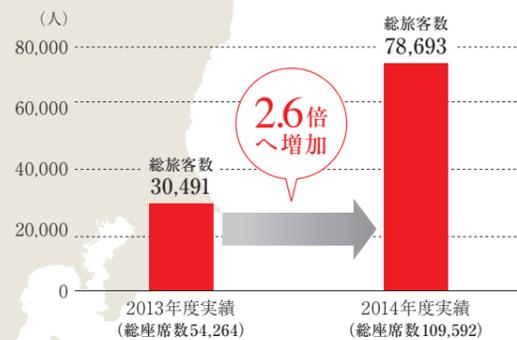
2011年以来、JALグループは、「JAPAN PROJECT」をはじめ、地域と協力しながらその魅力を発信し、ビジネスでの誘客や観光需要を喚起する取り組みを展開してきました。2014年に始まった国をあげてのビッグプロジェクトである地方創生事業についても、航空会社として果たせる役割をさまざまな形で追求しています。そのひとつが山形県と共同提案した「羽田発着枠政策コンテスト」(国土交通省)の取り組みによる羽田=山形線の活性化で、もうひとつは「ふるさと割^(※1)」を利用した地域振興プロモーションです。今まさに成果をあげつつあるふたつの取り組みについてご紹介します。

「山形モデル」の路線強化と 「ふるさと割」の活用で地方に元気を

羽田発着枠政策コンテスト 旅客数2.6倍へ

2013年秋に国土交通省が公募した「羽田発着枠政策コンテスト」は、航空会社の自助努力のみでは路線の維持・充実が困難な路線について、地域と航空会社が共同で路線充実を目指す企画を提案し、優れた提案の路線に対して発着枠を配分するものでした。JALと山形県の共同提案が採用され、2014年3月30日から羽田=山形線を1往復から2往復に増便、各

●羽田=山形線 旅客数推移(無償^{※2}込み旅客数)



※2 JALマイレージバンク特典航空券のご利用など



日本航空 路線計画部 麦倉 宏史(1993年入社)

種の取り組みを同時に実施した結果、旅客数は約2.6倍となりました。その背景について、路線計画部の麦倉宏史は次のように語ります。

「地域と航空会社が一緒に企画運営していくというコンテストの趣旨に共感しました。山形県は1日2往復への熱い思いがあり、山形と首都圏を行き来するビジネス利用者の利便性を向上させたい、また東日本大震災以降に激減した観光需要を元に戻したいとお考えでした。

山形と首都圏の間には新幹線がありますが、新幹線は片道3時間前後かかることもあり、山形県も鉄道と航空機が補完しあう状態をお望みでした。片道1時間で朝夕2往復の運航があればビジネスの日帰り需要にも応じられま

※1 地方、地域における消費喚起および「しごと」と「ひと」の好循環づくりを図るため、通常価格より一定価格を割り引いた地域の観光資源の魅力を活かした旅行商品。地方、地域への観光客および宿泊を増やしていくことを目的とした国の「地域住民生活等緊急支援のための交付金」事業の共通呼称。

地域とのパートナーシップ

成功の要因について表倉は、山形県とJALの協力体制の重要性を強調します。

「2010年の破綻を経験して、地域だけ、航空会社だけが頑張っても成果が出ないという反省がありました。地域と航空会社が一体となって、路線を維持・運営するスタイルが非常に大事です。山形県とJALは緊密にコミュニケーションをとりながら、PDC Aサイクルを回す体制を1年3カ月で確立できました」

山形県側も非常に積極的に動き、空港ラウンジをビジネス向けに整備し改装したことをはじめ、企業やビジネスパーソンの空港利用促進のために「おいしい山形空港サポーターズクラブ」



日本航空 路線計画部
江川 隆章 (2006年入社)

を創設、山形空港とJR山形駅を結ぶシャトルバスの運行再開による山形空港へのアクセス改善、空港の愛称にちなんだ「おいしいプレゼントキャンペーン」の実施、さらにはシンガポールを主なターゲットとする羽田空港での国際線乗り継ぎを活用した外国人旅行者の誘致などを行っています。

航空会社にとって増便することは新たなコストが発生し、リスクを負うこととなりますが、この取り組みを成功



ふるさと割

地域の新たな魅力と お客さまをつなぐ

2015年度、JALは国と自治体が進める地方創生事業に協力し、主に首都圏から各地域への誘客に貢献できる取り組みを始めています。Web販売部の森豊人が解説します。

「JALが取り組むふるさと割とは、国が創設した『地域住民生活等緊急支援のための交付金事業』に参画して、全国の自治体と共同で観光情報の発信と地域への誘客促進に取り組むものです。2015年6月の岡山県をはじめとし、帯広市、鹿児島県、宮崎県へ提携を拡大し、9月からは網走市、山形市との提携を開始しています。これは、ツアーの割引販売にとどまらず、これまでにはなかった新しい観光資源を自治体や観光協会と共同で発掘して需要喚起も図るプロジェクトです」

現在、JAL国内線航空券やツアーの半分以上がウェブを通じて販売される状況で、観光需要を喚起するうえでウェブサイトの役割が非常に大きくなっていると言います。



日本航空 Web販売部
森 豊人 (1997年入社)

「もともとJALでは2011年5月以来、『JAPAN PROJECT』と題して、毎月、県単位を主として地域活性化プロジェクトを展開してきました。これに加え旅の提案サイト『旅プラスナビ』を活用することで、市や町単位の魅力をきめ細かく発信できるようになり、地域におけるお手伝いの場が広がったと考えています」

そのきっかけは、石川県小松市との取り組みだったと言います。「小松空港に到着された方が小松市に滞在せず、金沢や加賀などへ行ってしまふ状況をなんとかしたいということとを聞きました。実際に視察をしてみると、グルメや温泉など魅力的な観光情報を発信できていないことがわかりました。そこで小松市と業務提携

させた要因として「路線収支共有制度」が挙げられます。江川は言います。

「もともと維持・充実が困難な赤字の路線を活性化することが主眼のコンテストのため、単なる販売促進策や宣伝、運賃施策だけでは不十分で、地域と航空会社が一体となって路線を育てていくことが大事です。そこで路線収支を共有して、赤字になった場合は利益を地域と折半し、赤字の場合は赤字額を地域と折半する取り決めをしました。成功も失敗も共有するこの制度によって強力なパートナーシップが生まれ、収支も大幅に改善することができたと考えています」

表倉はこの地域とのパートナーシップによる路線維持・運営を「山形モデル」と呼び、羽田⇌山形線をさらに育てるとともに、他の地域への展開も考えていると言います。

「1時間で目的地に着くメリットを活かして、急ぎの往路を航空機で移動し、仕事の終わる時間が読めない復路は鉄道を、というような新たなご利用方法を促進したいと思っています。さらに、羽田空港で乗り継ぎの外国人旅行者に利用していただくことが地域貢献の重要なポイントだと考えています。同時に、この『山形モデル』を他の

し、市内の多彩な観光資源を1泊2日で見えて回る新たなコンテンツを作り、JALのホームページで全国へ発信していきましょうということになりました。これが契機となって、2014年度は新たに9つの自治体と提携しました。この取り組みが本格化した頃に、国が主導する地方創生事業というビッグプロジェクトが始まりました。私たちは国内線のネットワークをはじめ、自治体との連携実績やウェブによる情報発信のノウハウを活かして国の事業に参画できるのではないかと考えました。さらに、航空券とホテルを自由に組み合わせができてウェブで簡単に購入ができる旅行商品「JALダイナミックパッケージ」と『ふるさと割』を連携させることで、地域の魅力的な情報の発信から移動・宿泊に至るまで一貫したご提案ができるモデルへ発展できたのです。

例えば、ふるさと割の第1弾で提携した岡山県は、航空機による旅行需要にまだ伸びしろがあるという考え方のもとご相談いただきました。岡山空港を利用することで滞在時間が増えることから倉敷の景観や離島のアートを中心にめぐる2泊3日のモデルルートを共同企画しました。さらに岡山空

路線にも拡大していくことを考えています。実は2014年の夏、中部⇌帯広、中部⇌釧路、伊丹⇌女満別など、破綻後に運休していた6路線を再開しました。需要期の夏だけですが、まさに山形県の取り組みと同様に地域と協力して取り組み、非常に高い搭乗率となりました。2015年の夏も実施し、ほとんどの路線で旅客数が増え、お客さまにも喜んでいただいています。羽田発着に限らず、地域の皆さまと知恵を出し合って、汗をかいて取り組んでいきたいと思っています。こういった路線は今後順次、増えていくと考えています」

港を往復利用すると旅行代金から1万円を割引というシンプルなプランが好評をいただき、6月の発売以降、多くのお客さまにご利用いただいています。第2弾の帯広市では食料自給率1100%という食材の宝庫である点に焦点を当てて帯広で9店のグルメを味わう2泊3日のモデルルートを共同企画しました。また、鹿児島県や宮崎県とも、定番の観光情報に偏らないコンテンツでオリジナルプランを紹介しています。地域の魅力的な観光素材を全国へ発信できず、埋もれさせているというのは、多くの自治体共通の悩みです。地域への滞在促進と観光活性化へきめ細かくお応えするこの取り組みが全国に拡大すればと願っています」

