



高松空港と地域の活性化 ローリングプラン2019（中間報告）

高松空港エアライン誘致等協議会

2019年9月4日

目次

1. 2019年度上半期の振り返り...p3～11

- i. 2019年度の目標値および取り組みの柱
- ii. 2019年度上半期の振り返り
(エアライン誘致・利用促進・ターミナル施設改修・地域の魅力向上・交通アクセスの充実)
- iii. 2019年度上半期の振り返り (実績)

2. 2019年度下半期の取り組み...p12～20

- i. 2019年度下半期のフォーカスエリア
- ii. 2019年度下半期の取り組み
(エアライン誘致・利用促進・ターミナル施設改修・地域の魅力向上・交通アクセスの充実)
- iii. 参画機関との連携 (ビジネス・観光)

1. 2019年度の目標値および取り組みの柱



2019年度の目標と具体的な取り組み（ローリングプラン2019より）

事業計画

| | 2018年度 (実績) | 2019年度 (目標) |
|--------------|----------------|----------------|
| 旅客数 | 209 万人 | 222 万人 |
| 国内 | 177 万人 | 186 万人 |
| 国際 | 32 万人 | 36 万人 |
| 取扱貨物量 | 0.6 万トン | 0.7 万トン |

具体的な取り組み

地域と高松空港の共通の目標 「高松空港を起点とした交流人口の拡大」 に向けた取り組みの柱

■ エアライン誘致

航空路線拡大

■ 高松空港の利用促進

プロモーション
ターミナル施設改修

■ 高松空港を起点とした
地域の魅力向上

観光コンテンツの充実

■ 高松空港を起点とする
交通アクセスの充実

アクセス改善

1. 2019年度上半期の振り返り（エアライン誘致）



航空路線拡大には粘り強い交渉と地域が一丸となった取り組みが必要

| 項目 | 実施状況・具体的な取り組み |
|------------------------------|---|
| ■ 新しい着陸料の導入 | 2019年4月より国際線に新着陸料金を導入 ▷旅客数に応じた料金体系に変更し、エアラインの需要変動リスクを軽減 ▷新規就航や増便を促す割引制度を導入 |
| ■ 高松空港の営業力強化 | 空港会社の営業力や他団体との連携を強化 を目的に、航空・旅行業界等の経験者を採用 ▷エアライン、旅行会社への営業工数を増やした ▷関係自治体やDMOなどの連携をより綿密に行った ▷新規路線バスの利用促進に向けた沿線エリアの企業への営業を実施 ▷国内線：ターゲットとなるエアラインおよび市場を絞り営業活動を実施 ▷国際線：新規就航候補地で市場調査を実施 |
| ■ エリアへの誘客に向けた取り組み | DMOや複数の自治体と連携し、高松空港を利用するインバウンド需要増進 の取り組みを開始 ▷Visit Japan訪日プロモーション地方連携事業（後述） ▷広域周遊観光促進のための観光地域支援事業（後述） |
| ■ エアラインおよび旅行会社の招請 | ベトナムおよびタイで活動する旅行会社・エアラインをFAMツアーに招待 ▷瀬戸内国際芸術祭会場をまわる観光船をチャーターし、エリアの魅力をダイレクトにアピール ▷将来のチャーター便や路線開設につなげる |
| ■ 官民連携による新規路線誘致や既存路線増便への取り組み | 地元自治体、観光・経済各種団体と空港会社が連携して航空ネットワーク路線の充実 に取り組んでいる ▷香港エクスプレス航空の冬期ダイヤからの増便（週4便→週5便）が決定 |
| ■ エアラインによる取り組み | 就航各社による取り組み（次頁参照） |

1. 2019年度上半期の振り返り（高松空港の利用促進）

就航エアラインによる高松線の利用促進施策

ANA

香川県と地方創生の推進に向けた包括連携協定を締結

- インバウンド誘客を目的として「瀬戸内芸術祭」を特集したサイトでの情報発信
- 海外から東京を経由した瀬戸内エリアへの誘客をプロモーション（対象国：米・英・仏・カナダ・豪・シンガポール）



JAL

香川県と地域活性化の推進に向けた包括連携協定を締結

- 2019年9月1日より、高松＝羽田線（1日7便うちの2便）を機材大型化（※）
※B738（165席）→B767（261・252席）
- 機材大型化にあわせ、高松＝北海道（羽田経由）の乗継割引運賃を拡充
- さめき讚フルーツのブランド化



1. 2019年度上半期の振り返り（高松空港の利用促進）



積極的に各種プロモーションを実施

| 項目 | 実施状況・具体的な取り組み |
|-------------------------------------|---|
| ■ 首都圏での航空需要喚起施策 | 代表企業のリソースを活用し「東京丸の内」にて観光PRイベントを実施。 ▷四国の交流人口や高松空港の利用者の拡大が目的 ▷来場者数：約3,000人 |
| ■ 台湾桃園国際空港との提携協定 | 2019年3月に締結した提携協定に基いた空港間連携を実施 ▷高松発で台北で乗り継ぐ利用者を対象に、台北でのラウンジを提供するキャンペーンを9月から展開。 ▷チャイナエアラインの利用促進 |
| ■ 成田空港との共同キャンペーン | レンタカー24時間無料キャンペーンを成田発高松行の平日初便搭乗者を対象に実施。 ▷成田空港およびレンタカー協会との連携事業 ▷平日の成田高松線の利用促進 |
| ■ SNS（Facebook および Instagram）での情報発信 | SNSでの情報発信を多頻度化し、空港でのイベント、アクセス改善、エアラインキャンペーンなどの情報を発信。空港のリピーターユーザー獲得を図った ▷Facebook フォロワー数+4%（民営化前と2019年8月対比） ▷Instagram フォロワー数+191%（同上） |

1. 2019年度上半期の振り返り（高松空港の利用促進）

✈ ターミナル施設改修

| 項目 | 実施状況・具体的な取り組み |
|--------------|--|
| ■ 空港直営店のオープン | <p>高松空港の直営店である四国空市場（通称「YOSORA」）が8月1日にオープン</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷四国4県の名産品だけでなく、瀬戸内国際芸術祭関連グッズや高松空港オリジナル商品などを取り揃える ▷新設の「うどんだし蛇口（冷）」がSNSで拡散され、空港の話題づくりに寄与 ▷非航空旅客収入の更なる拡大を図る |
| ■ 免税店の強化 | <p>就航する路線毎に利用者の消費動向をつぶさに分析し対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷視認性向上のための什器見直し ▷売れ筋商品の計画的な採用 ▷スタッフの売場力強化 |
| ■ 新付属棟の建設 | <p>新付属棟を建設</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷空港会社や空港内テナントやCIQ関係者等が入居予定 ▷従来のオフィススペースをターミナル改修のスペースとする |



バイヤーが厳選した商品や空港オリジナル商品



見やすさを追求した開放的な店づくり



新設のうどんだしがSNS上で話題に

1. 2019年度上半期の振り返り（地域の魅力向上）



観光コンテンツの充実

| 項目 | 実施状況・具体的な取り組み |
|--|--|
| ■ 瀬戸内国際芸術祭の開催 | <p>春会期（4月26日～5月26日、31日間）、夏会期7月19日～8月25日、38日間）開催</p> <ul style="list-style-type: none">▷38万人の来場者のうち、県外からの来場が36.4%、海外からの来場が21.7%であった（春会期）▷春会期中の5月における日本人も含む延べ宿泊者全体で、対前年比125.5%、外国人延べ宿泊者数は166.6%となった。 |
| ■ 観光コンテンツの充実（サイクリング誘客、ナイトコンテンツ造成支援等における地域伝統芸能の実施等） | <p>サイクリング誘客事業</p> <ul style="list-style-type: none">▷香川県サイクリングマップ（全県エリア版）を17,000部（多言語含む）を作成、配布 <p>ナイトコンテンツ造成支援事業</p> <ul style="list-style-type: none">▷民間事業者の実施する夜型のイベント7事業について香川県として支援 |

1. 2019年度上半期の振り返り（交通アクセスの充実）



交通アクセス改善に向けた取り組み

| 項目 | 実施状況・具体的な取り組み |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 立体駐車場の供用開始 + 入出レーン増設 | <p>立体駐車場の供用を2019年4月より空港前面駐車場にて開始</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ 駐車場容量が1393台に増加（37%拡大） ▷ 入口ゲート増設（1レーン→2レーン） ▷ 出口ゲート増設（2レーン→4レーン） |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 四国中央市（観音寺、善通寺、丸亀経由）定期路線バスの開設 | <p>四国中央市＝高松空港の定期路線バスを2019年7月に開設。</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ 2018年7月開設の琴平・祖谷、2018年10月開設の高知駅に続き、民営化以降3路線目。 ▷ 高松空港のキャッチメントエリア（商圈）の拡大を狙う |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 定額タクシーの取り組み | <p>高松空港から高松市内への定額タクシーを2019年5月から開始</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ タクシー協会と連携 |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ MaaSへの取り組み | <p>観光地型MaaS（Mobility as a Service）への参画</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ 国土交通省が支援する「新モビリティ推進事業」（※）に、他20程度の団体とともに高松空港も参画。 <p>※ “瀬戸内の復権へ：海・陸・空の自由な移動網による国際観光先進都市の創造”</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷ MaaSの社会的受容性検証や手ぶら観光推進などに関与し、観光のための移動が容易なエリアの実現を他社と連携して目指す。 |

1. 2019年度上半期の振り返り（アクセス改善）



立体駐車場による改善効果が表れている

立体駐車場

高松空港前面駐車場の満車回数（月別）

| | 2018年 | 2019年 |
|----|-------|-------|
| 5月 | 13回 | 2回 |
| 6月 | 12回 | 0回 |
| 7月 | 12回 | 0回 |

- 従業員用駐車場（約200台）の設置や立体駐車場の稼働によるキャパシティ増加（1004台→1393台）により、満車回数は大幅に減少。
- 満車リスクが大幅に軽減されたことの周知を更に行い、空港利用者数の増加につなげる

60分以内に出庫した台数（月別）

| | 2018年 | 2019年 | 増減 2019年－2018年 |
|----|--------|--------|-------------------|
| 6月 | 3,463台 | 4,238台 | 775台 (22%増) |
| 7月 | 3,799台 | 4,734台 | 935台 (25%増) |

- 2019年6月から、無料駐車場時間を30分から60分に拡大したことにより、入庫から1時間以内に出庫した台数が大幅に増加
- 駐車料金体系の変更により、ターミナル前面の混雑が緩和された

1. 2019年度上半期の振り返り（実績）



旅客数は2018年度同時期を5%上回っている

対前年・対計画
(4-7月)

| | 2019年度 (実績) | 2018年度 (実績) | 対前年 同時期 | 2019年度 (計画) | 対計画 |
|-----|----------------|----------------|------------|----------------|-----|
| 国内線 | 59.5万人 | 58.2万人 | +2% | 57.5万人 | +3% |
| 国際線 | 12.2万人 | 10.1万人 | +21% | 11.8万人 | +3% |
| 旅客計 | 71.7万人 | 68.3万人 | +5% | 69.3万人 | +3% |
| 貨物 | 1,875トン | 1,906トン | -2% | 2,000トン | -7% |

- 国内、国際線とも、堅調なビジネス需要や瀬戸内国際芸術祭などによる観光需要により、全路線で前年同時期を上回っている
- 東京（羽田）線の機材大型化、香港線の増便により旅客数の増加が見込まれる
- 日韓関係や香港でのデモ等、イベントリスクが懸念される

出所：高松空港株式会社、人数は千人以下四捨五入

2. 2019年度の後半期の取り組み

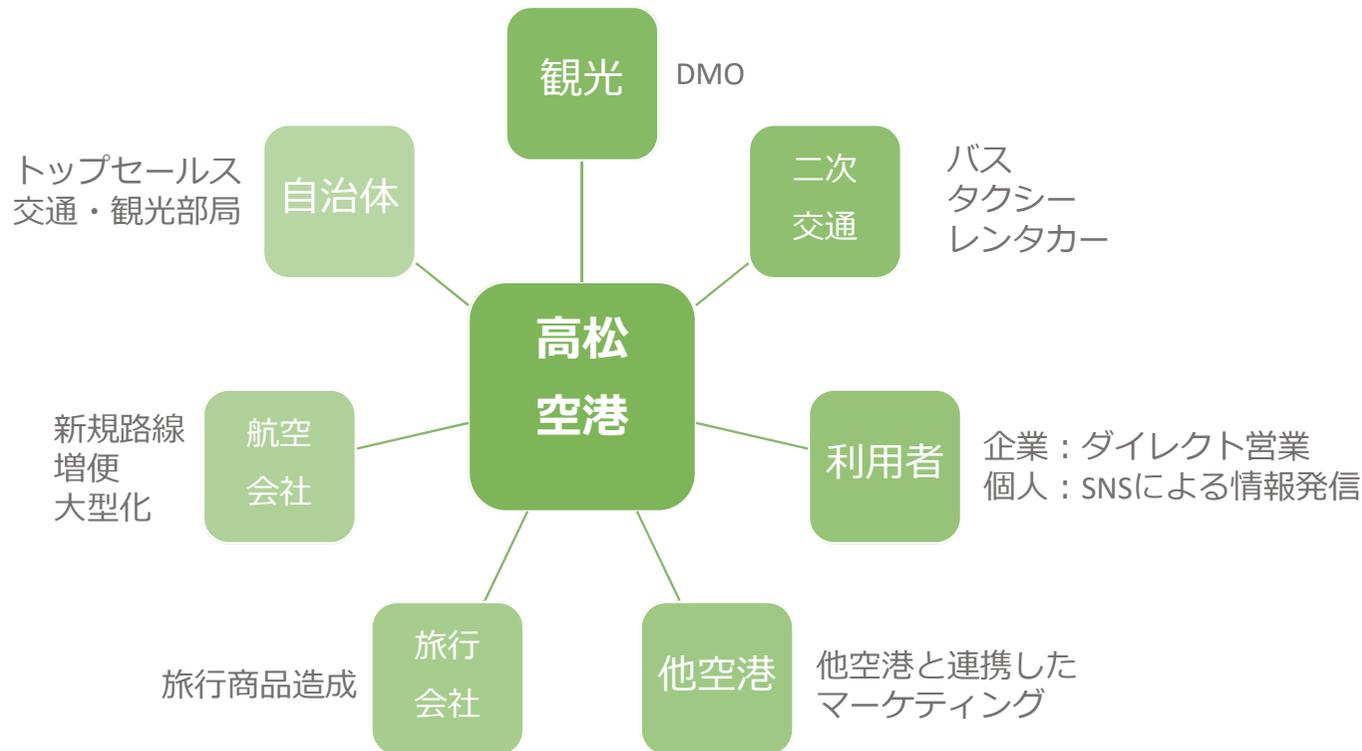
4つの柱のうち特に注力する点

具体的な取り組み

| 項目 | | |
|---------------------|----------------------|--|
| エアライン誘致 | 路線拡大 | 国内線・国際線とも、昨年来誘致を行ってきたエアラインおよびエリアを対象に、誘致活動を強化する |
| 高松空港の利用促進 | プロモーション ターミナル施設改修 | <ul style="list-style-type: none">・路線開設を狙うエリアでの四国・瀬戸内の認知度向上を目的としたプロモーションを行う・ターミナル改修の計画を進め、2020年度に着手を目指す |
| 高松空港を起点とした地域の魅力向上 | 観光コンテンツの充実 | 引き続き地域と連携しながら観光コンテンツの充実と発信に取り組む |
| 高松空港を起点とする交通アクセスの充実 | アクセス改善 | 新たな高松空港発着のバス路線開拓に加え、MaaSなどの先進的な事業に取り組み観光客にとって移動が容易な仕組みの構築を目指す |

2. 2019年度下半期の取り組み（エアライン誘致）

 多方面と連携して路線拡大に向けた営業力を強化する



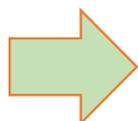
具体例

- 航空路線誘致のために他空港と連携してエアラインに路線開設を働きかけ
- 二次交通を利用した観光旅行商品の造成を旅行会社に働きかけ
- 利用者（企業等）へのダイレクト営業と、利用者から得られたフィードバックを新たな二次交通拡充に活用
- 空港・エアラインの情報を個人に対してSNSで情報発信

2. 2019年度下半期の取り組み（利用促進）

 重点エリアからの誘客に他団体と連携して取り組む。

| 新規路線 | | | 既存路線 | | | |
|--|------|--------|---|----|----|----|
| タイ | ベトナム | シンガポール | 中国 | 韓国 | 香港 | 台湾 |
| Visit Japan訪日プロモーション地方連携事業 連携先：四国ツーリズム創造機構 | | | 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業 連携先：（公社）香川県観光協会、（公財）高知県観光コンベンション協会、徳島県三好市 | | | |
| ■ 事業内容 近年訪日需要が急拡大しているタイ、シンガポール、ベトナム3市場の開拓および四国・瀬戸内のPRを行う | | | ■ 事業内容 高松空港に就航する国際定期路線市場を対象にした、レンタカーや高松空港を発着する路線バスを活用した着地型商品の造成 | | | |
| ■ 目標 ①四国・瀬戸内の認知度向上（旅行博出展、FAMツアー実施）②旅行商品の造成 ③チャーター便の実施 ④定期路線の誘致 | | | ■ 目標 海外からのFIT（個人旅行）に多様な旅行商品を提供し、高松空港の利用者増を図る | | | |
| ■ タイムライン 今年度中に①②の実施に向けた取り組みを行っている。 | | | ■ タイムライン 今年度中に旅行商品の造成、ファミツアーおよびモニターツアーを実施する。 | | | |



連携先を多様化・重層化し、四国・瀬戸内エリアとしての誘客体制を強化する

2. 2019年度下半期の取り組み（ターミナル施設改修）

 魅力的なターミナル施設づくりと、旅客増に備えた機能強化を同時に進める

ターミナル 営業

四国4県の名産品、アートグッズ、高松空港限定商品などを取り揃えた高松空港直営店「四国空市場（YOSORA）」を8月1日にオープン



下半期の具体的な取り組み

■ 四国空市場（YOSORA）

- 四国空市場のブランドイメージの構築
- インバウンド向け商品の拡大
- 店頭催事の質の向上・販促強化による集客増（旅客・非旅客）
- 四国価値向上に向けて、まだ知られていない「四国の良いもの」を発掘

■ 免税店

- 中国便のお客様ニーズに沿った商品の見直し。
- 買い回りをしやすい売場への改修。
- 外国人のお客様の立場にたった接客の見直し。

ターミナル 改修

今後の旅客数増に対応するため、施設の拡張およびハード面の機能を強化する。
2020年度の着工を目指して計画中。



下半期の具体的な取り組み

- 国内線および国際線のゲートラウンジの拡張
- 国際線手荷物受取場の処理能力の拡大
- 駐機場の利便性向上
- 免税店舗の拡張等

2. 2019年度下半期の取り組み（観光コンテンツ開発）



世界的に注目を浴びる四国・瀬戸内エリア（ニューヨークタイムズやロンリープラネットなどの世界的に著名な新聞や旅行雑誌において、瀬戸内や四国が高い評価を受ける）

| 項目 | 実施状況・具体的な取り組み |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ラグビーWC等で訪日した外国人観光客向けプロモーション | <p>ラグビーWCなどを契機とした誘客対策の充実強化を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷JRフリーパスを活用したり航空会社と連携してゴールデンルートからの誘客をはかる他、地域の魅力を伝えるPR動画をインターネット上の動画投稿サイトで、欧米豪に広告配信する。 ▷試合会場である府中市の東京スタジアムおよび神戸市の御崎公園球技場内のPRブースなどにおいて、観光ポスターの掲示やパンフレットの配布を実施する。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 高松外国人観光客お助け隊 | <p>外国人観光客の困りごとを解決するために結成された大学生によるボランティア団体</p> <ul style="list-style-type: none"> ▷高松駅前を中心とした街頭でのお声がけ活動を行う ▷クルーズ船や国際的なスポーツ大会等で高松を訪れた外国人に対しておもてなしの活動を月に3回程度実施 |

2. 2019年度下半期の取り組み（アクセス改善）

二次交通の改善・拡充に取り組む

既存路線

| 路線 | 検討課題 |
|-------|--|
| 高松駅 | <ul style="list-style-type: none">更なる利便性の向上に取り組む |
| 琴平・祖谷 | <ul style="list-style-type: none">利用率は徐々に上昇しているが未だ低いダイヤや経路、目的地からの3次交通確保などの課題解決に関係者と連携して取り組む |
| 高知駅 | <ul style="list-style-type: none">利用率は徐々に上昇しているが未だ低い香港線に合わせているダイヤ以外の選択肢を事業者と共に検討 |
| 四国中央市 | <ul style="list-style-type: none">開設から間もないため利用率は低調だがビジネス需要が期待できるビジネス需要の掘り起こしと観光需要の可能性を検証 |

新規取り組み

- 新規バス路線の開設により高松空港のキャッチメントエリア（商圈）は確実に拡大
- 二次交通の拡充や利便性向上はビジネス・観光両面の利用促進のために重要



- 民営化後に矢継ぎ早にバス路線を開設して蓄積したマーケティング・プロモーションの知見を新規路線展開に活用
- タクシーやレンタカー団体との連携の継続
- MaaSへの取り組みにより高松空港から瀬戸内エリアへの流動を定着させる

2. 2019年度の取り組みービジネス（参画機関との連携強化）



ビジネス需要増進のための、協議会参画機関との連携強化の方向性

①就航希望先の経済団体と、路線誘致に向けた活動はできないか

例)

- 新規路線開設の後押しとして、就航先エリアとの経済的なつながりを、経済団体からエアラインに紹介するなどの活動

②利便性が向上した高松空港のアクセスを、出張で高松空港を利用する企業にPRできないか

例)

- 新規バス路線
- 駐車場容量増加

③県外から高松空港を利用する出張需要を的確に把握することができないか

例)

- 明確な空港利用需要となり得る企業、団体のご紹介
- ビッグデータの活用

2. 2019年度の取り組みー観光（参画機関との連携強化）



観光需要増進のための、協議会参画機関との連携強化の方向性

例えば、高松空港コンソーシアムメンバーの機能を活用した、観光プロモーションを検討することはできないか。

①海外

例)

- 四国ツーリズム創造機構との連携による広域周遊を目的とした誘客活動
- SNSによる地元イベントの情報提供

②国内 （インバウンド向け）

例)

- ラグビーWC会場でのエリアプロモーション

③国内 （日本人向け）

例)

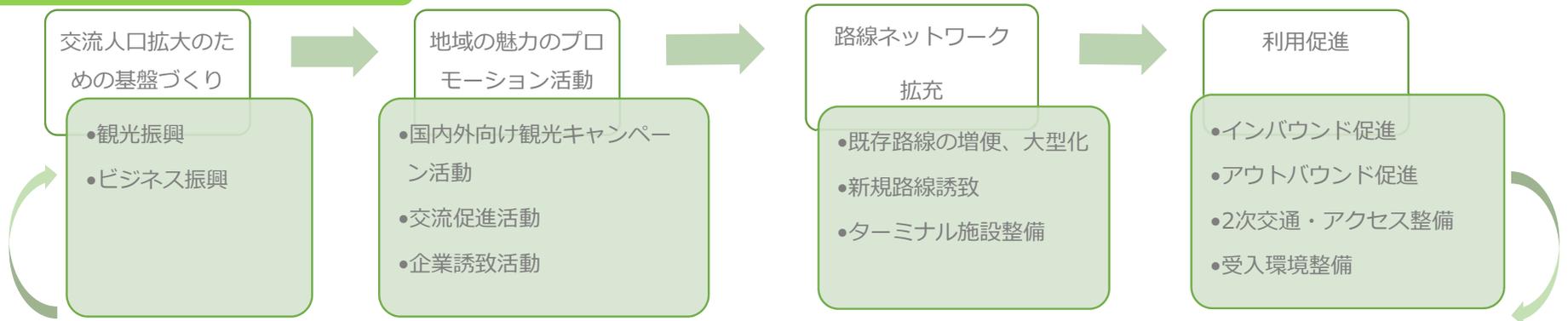
- 空港会社のコンソーシアムグループの不動産を活用したPR活動
- ホテルでの県産品を使ったフェアの企画

プランの進め方（活性化プランの再掲）



地域と高松空港は、各自の分野において交流人口拡大や航空需要の増加に取り組み、連携・協力が
必要な分野では官民連携の相乗効果を最大限発揮する。

交流人口拡大と航空需要の増加のサイクル



地域と空港の取組み

地域と空港で連携・協力することとなった取組みについては、事前に調整の上進める

