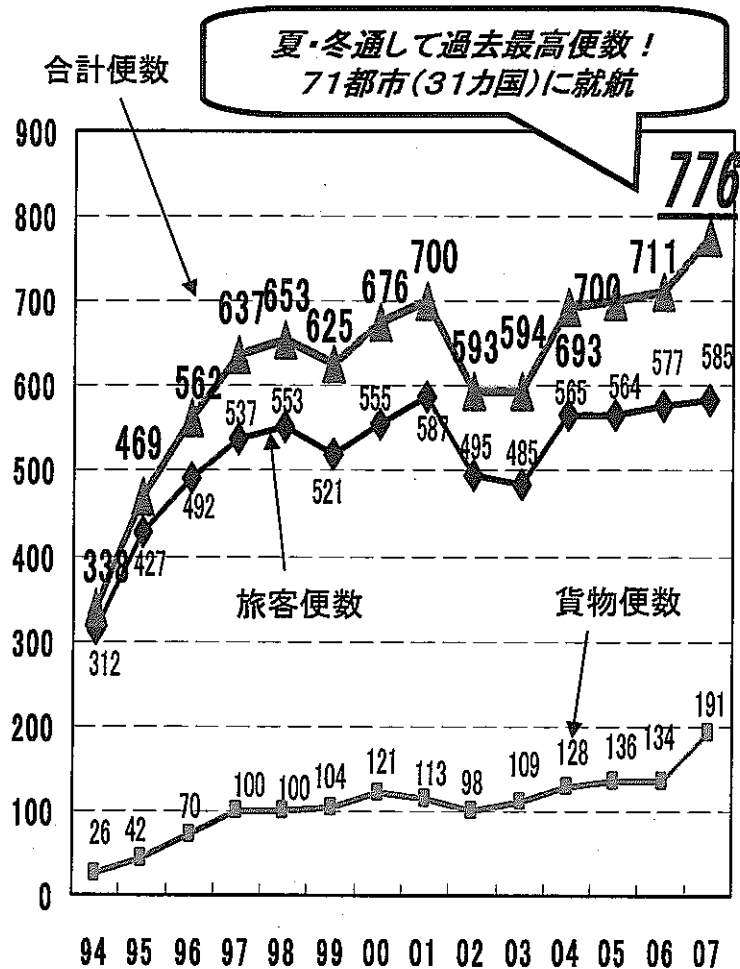


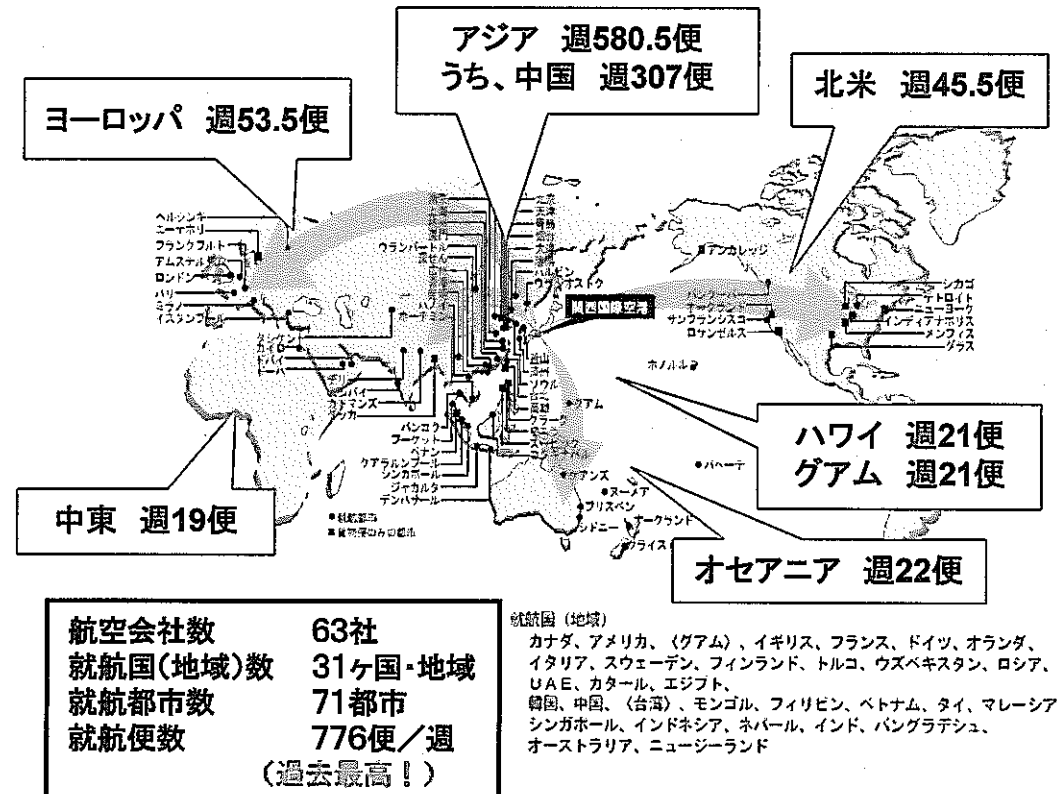
③ 関空の際内乗り継ぎ機能を活用した施策

1. 国際線便数・ネットワーク

○ 国際線夏期スケジュール就航便数の推移
(定期便のみ)



○ 国際線就航状況<2007年夏ダイヤ>
(定期便のみ)



③関空の際内乗り継ぎ機能を活用した施策

2. 各種キャンペーンの取り組み

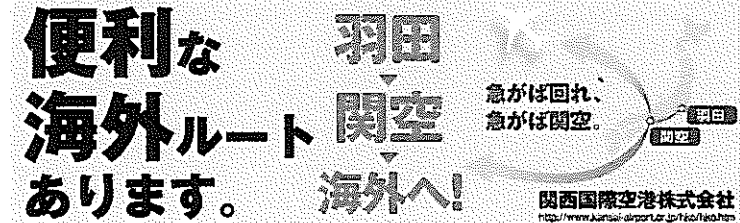
①乗り継ぎ利用の促進

(a)「首都圏→関空→海外」キャンペーン

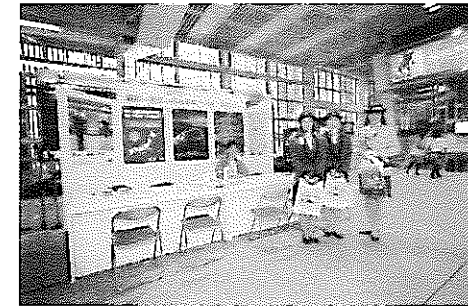
- 羽田空港において、告知物を通年掲載し、PR実施(コルトン、ポスター等)
- 京急バス時刻表への広告掲出や、小田急グループ路線バスへのポスター掲出実施
- 南海電鉄との共同キャンペーン実施
(京急品川駅でのイベントの開催<平成18年10月1日~10月3日>、ポスター掲出)
- 中国系新聞「新民晩報」への広告掲載
- 南海電鉄東京本社壁面への広告掲出(予定・平成19年2月~6ヶ月程度)

(b)「地方→関空→海外」キャンペーン

- 札幌プロモーション・福岡プロモーション
→セミナーの開催、地元地下鉄等へのポスター掲出、地元の官公庁及び関係機関への表敬訪問実施
- ツアーコンペの実施
→平成18年6月に全国向けの旅行商品、平成18年12月に九州向けの旅行商品を対象として実施
- キャンペーンチラシの配布
→各種国内プロモーションでの現地訪問時に、地元の表敬訪問先や旅行会社に対し配布
(北海道、秋田、福島、首都圏、松山、高知、福岡、宮崎、鹿児島など)



【羽田空港に掲出しているコルトンのデザイン】



【南海電鉄との共同キャンペーンの模様(京急品川駅)】

③関空の際内乗り継ぎ機能を活用した施策

②国内ディスティネーションキャンペーン(関空プロモーション)

(1)実施都市

国内11都市(重複地を除く)

(福島、高知、札幌、旭川、松山、秋田、いわて花巻、宮崎、鹿児島、福岡、北九州)※開催順

(2)活動内容

○プロモーションの実施

- ・県庁等、就航都市自治体との連携強化
- ・商工会議所等、就航都市経済界へのPR活動
- ・旅行代理店訪問など、関空利用旅行商品の造成依頼

○旅行商品造成会の開催、造成支援の実施

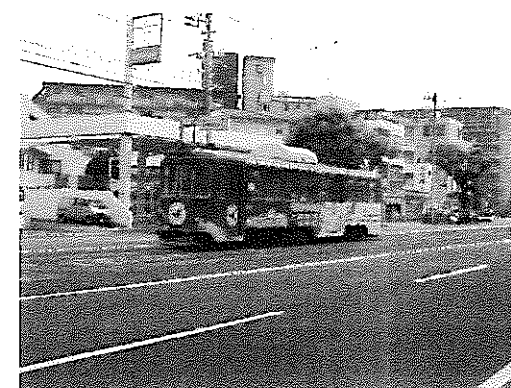
- ・大阪観光コンベンション協会との共同開催による旅行商品造成会(札幌、福岡)
- ・旅行商品造成支援やツアーコンペの実施(高知、松山)

○関空利用のPR実施

- ・関空乗り継ぎ利用チラシの配布
- ・ラッピング電車(高知:平成18年8月から1年間)を始めとした交通広告の実施
- ・空の日イベントへの参加(いわて花巻:平成18年9月23日)
- ・平成19年3月24日～25日に開催した「関空旅博」への告知ブース出展
(秋田、岩手、福島、高知、愛媛、鹿児島、沖縄)



【高知県庁での面会の様子】



【高知市内を走るラッピング列車】