



国土交通省

観光庁

Japan Tourism Agency Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

Press Release

< 問い合わせ先 >

観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課

武田、真野、伊藤

TEL : 03-5253-8111 (代) 内線 27-707, 27-709

直通 5253-8327

平成 21 年 2 月 18 日

観 光 庁

地域の観光 P R を羽田空港で！

(平成 21 年度 羽田空港での国内観光振興プロモーションの募集について)

- ・「空港を活用した国内観光振興プロモーション実行委員会」では、羽田空港国内線旅客ターミナルにおける国内観光振興のためのプロモーションを平成 20 年度に引き続き、21 年度も実験的に実施します。
- ・3 月 18 日までの間、同プロモーションの実施団体を、地方公共団体や観光振興団体を対象に募集します。

国内航空需要の拡大と国内宿泊旅行の拡大を目的として、観光及び航空関係者からなる「空港を活用した国内観光振興プロモーション実行委員会」では、日本空港ビルデング㈱のご協力を得て、羽田空港国内線旅客ターミナル内のスペースを活用した国内観光振興プロモーションを、平成 20 年度に実験的に実施しました。

空港を利用される方や実施団体の皆様から好評価を多く頂いたことから、平成 21 年度についても、引き続き実施することとしました。

3 月 18 日までの間、地方公共団体および観光振興団体を対象として同プロモーションの実施希望者を募集いたしますので、積極的なご応募をお待ちしております。

平成 21 年 2 月 18 日

空港を活用した国内観光振興
プロモーション実行委員会

空港を活用した国内観光振興プロモーションの募集概要について

平成 21 年度に羽田空港国内線旅客ターミナルビル内において行う実験的なプロモーションの募集についての概要は下記のとおりです。

記

1. プロモーションの実施概要

(1) 実施場所

羽田空港第 1 旅客ターミナル：2 階マーケットプレイス 指定範囲

羽田空港第 2 旅客ターミナル：2 階 4 番出入口横 指定範囲（ ）

第 2 旅客ターミナル増築工事の進捗により支障が生じた場合は変更がありうる。

- ・上記 、 のいずれかを選択してください。
- ・具体的な位置は別紙 1 を参照してください。

(2) 実施日程、実施時間

- ・実施日程は次のうちいずれか（連続 3 日間）を選択して下さい。

平成 21 年			平成 22 年
5月20日～22日	8月26日～28日	11月 4日～ 6日	1月20日～22日
6月10日～12日	9月 9日～11日	12月 9日～11日	2月17日～19日
7月15日～17日	10月21日～23日		3月10日～12日

いずれも水曜日から金曜日です。

- ・実施時間は午前 10 時から午後 7 時までの間で実施団体が希望する時間です。

(3) 費用負担

スペース利用料は日本空港ビルデング(株)の協力により無償です。但し、設営・撤去・立会い等に関する費用（約 9 万円）を同社側に支払う必要があります。

その他、プロモーション実施にかかる費用一切は各実施団体側の負担になります。

2. 公募主体

空港を活用した国内観光振興プロモーション実行委員会

- ・構成員：(社)日本観光協会、(株)日本航空インターナショナル、全日本空輸(株)、日本空港ビルデング(株)、国土交通省(航空局(航空事業課、首都圏空港課)東京空港事務所、観光庁(観光地域振興課))
- ・事務局：観光庁観光地域振興部観光地域振興課

3．応募条件、実施条件

- (1) 応募者は、地方公共団体又は地方公共団体が構成員である観光振興団体とします（単独又は共同応募が可能）。
- (2) 実施団体は、プロモーション期間中に、利用者による反響及び満足度についてアンケート調査（100名以上）を実施してください。
- (3) 販売行為や金銭授受が伴う営業行為は禁止します。
- (4) その他の条件について、事前に必ず6．に記載の受付窓口（日本空港ビルディング株）まで問合せた上で応募してください。

4．応募手続、選定基準等

（1）募集期間

平成21年2月18日～3月18日

（2）申請方法

プロモーション企画申請書（別紙2）を6．に記載の受付窓口（日本空港ビルディング株）に（1）の期間内（必着）に郵送にて提出してください。なお、事前に受付窓口までご連絡の上郵送してください。

（3）選定基準

プロモーション希望日時及び場所について、複数の団体が競合する場合、予め申請された希望順位を前提に審査を行います。

その場合、以下のa)～c)に該当する者を優先し、国内航空需要喚起や観光振興の必要性を踏まえ総合的に検討します。

- a) 国内の広域連携による観光振興促進のため、複数自治体等による応募を優先
- b) 滞在型観光の促進のため、「観光圏整備法」による「観光圏整備計画」公表地域からの応募を優先
- c) 羽田空港の利用促進につながる地域からの応募を優先

また、企画概要についてもPR効果の観点から実行委員会が審査を行い（ ）、の優先基準との勘案により、実施団体を選定します。

平成20年度の実施結果を踏まえ、プロモーション内での集客効果を高めるイベントの実施有無等の動きのある取組内容を特に考慮します。

（4）選定後の通知

（3）の審査の後、実行委員会より各申請者に対して回答を行います。その後、申請者は日本空港ビルディング株との間で実務的な手続きについて調整してください。

（5）実施団体の公表

プロモーション実施団体については、実行委員会から公表します。

5．その他

遵守規則、運営管理、禁止行為等、その他必要な事項は日本空港ビルディング株の定めによります。

平成20年度（2月まで）の実施結果から、効果的なプロモーション実施のための留

意点をまとめましたので参考にしてください（別紙３）。

6．受付窓口

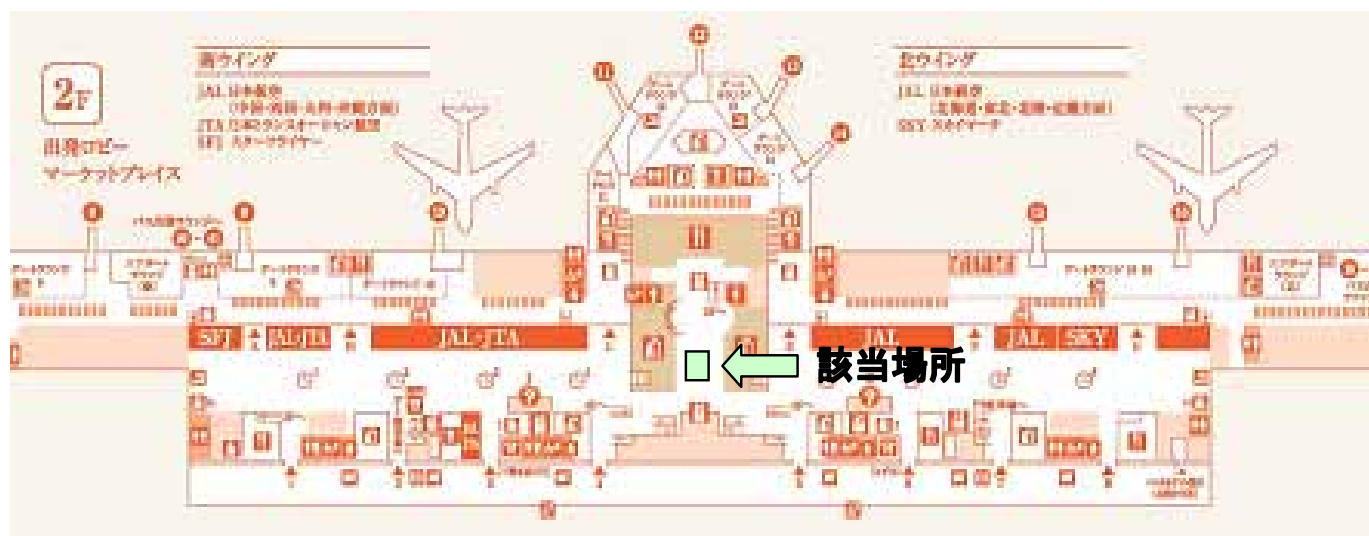
日本空港ビルデング㈱ 広報・ＩＲ室（担当：足立、尾山）

〒144-0041 東京都大田区羽田空港３－３－２ 第１旅客ターミナルビル

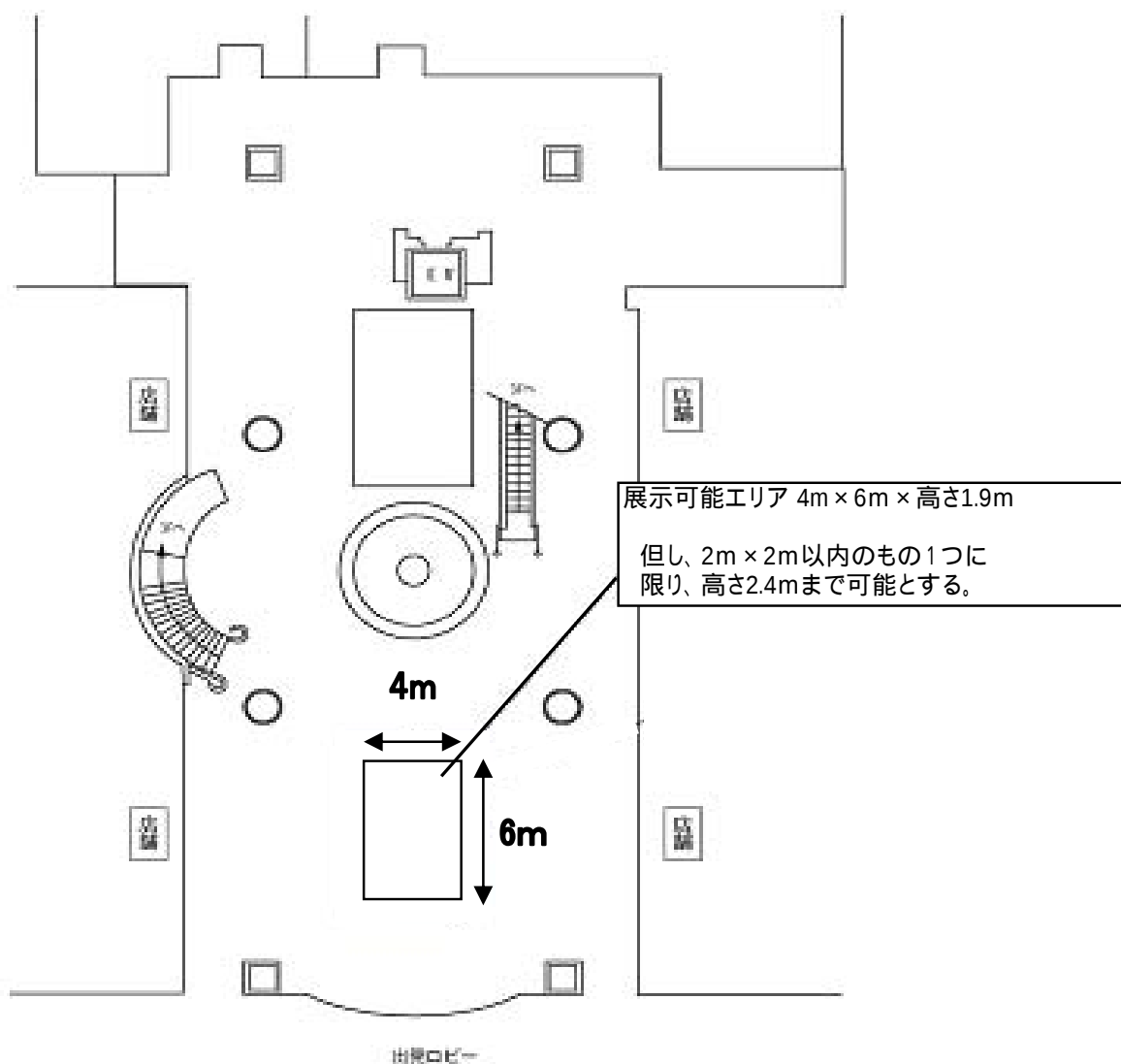
電話 ０３－５７５７－８０３０

E-mail kouhou@jat-co.com

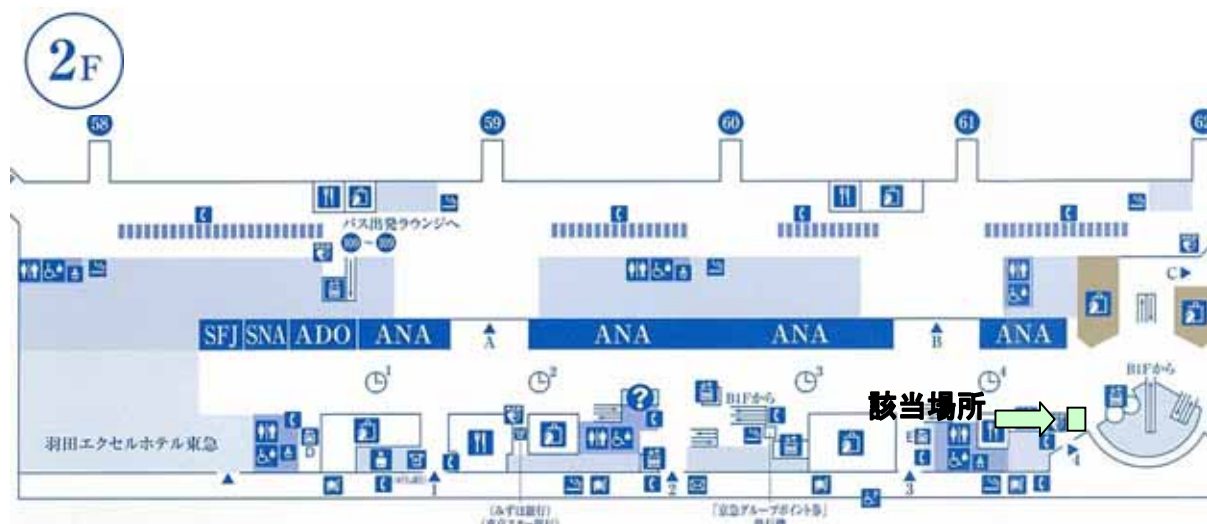
羽田空港国内観光振興プロモーションスペース図(第1ターミナル)



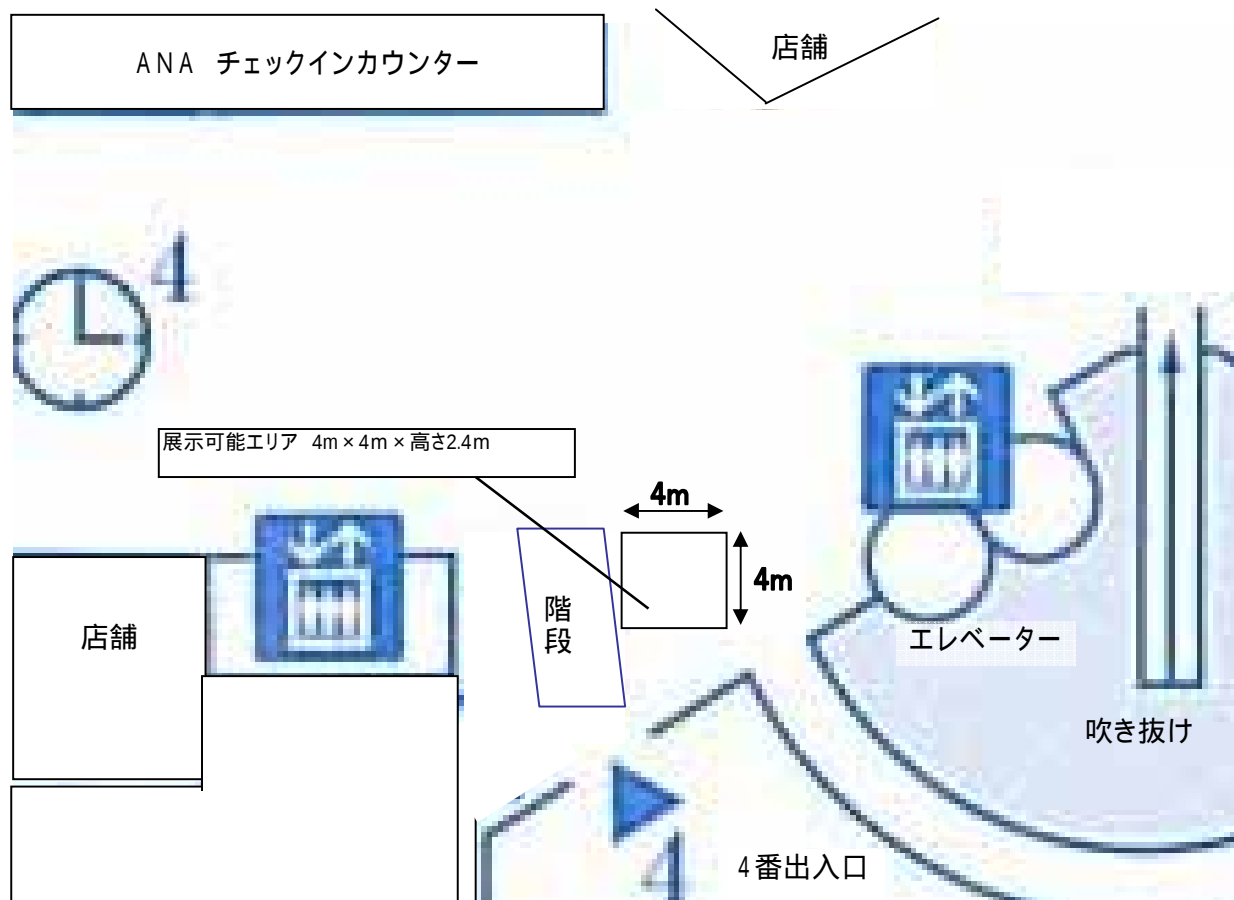
(拡大図)



羽田空港国内観光振興プロモーションスペース図(第2ターミナル)



(拡大図)



空港を活用した国内観光振興
プロモーション実行委員会 殿

申請日 年 月 日

プロモーション企画申請書

平成 21 年度「空港を活用した国内観光振興プロモーション」に下記の通り
申請致します。

記

主 催 者 : _____

代表者名 : _____ (印)

1. 申請期間及びスペース

	申請期間	申請スペース
第 1 希望	月 日 ~ 月 日	第__旅客ターミナルビル
第 2 希望	月 日 ~ 月 日	第__旅客ターミナルビル
第 3 希望	月 日 ~ 月 日	第__旅客ターミナルビル
第 4 希望	月 日 ~ 月 日	第__旅客ターミナルビル
第 5 希望	月 日 ~ 月 日	第__旅客ターミナルビル

最大第 5 希望まで可

2. 主催者名等

主催者名		
住 所	〒	
担 当 者	(部署名)	(氏名)
連 絡 先	TEL	FAX
	E メール	
共同主催者名		

3．優先基準該当の有無

基準	下記欄のいずれかに○をつけること	
a)広域連携	該当	非該当
b)観 光 圏	該当	非該当
c)羽田空港	該当	非該当

4．企画概要

プロモーション地域	(P R する地域の名称や都道府県・市町村名)
企画概要	イベント実施 有 / 無 (有の場合、その内容)
	配布物 (ノベルティ等) 有 / 無 (有の場合、その内容)
	スタッフ人数 (概数) _____ 名 (スタッフの所属団体等)

応募時点の企画概要を記入
別途図面等がある場合は添付可

空港を活用した国内観光振興プロモーション 効果的な実施のための留意点 (これまでの実施結果から)

平成 20 年度のこれまでの実施結果から、特に以下の点に留意して実施することが、効果的なプロモーションにつながると考えられます。

【会場としての優位性について】

- 人通りが多く、かつ首都圏のみならず全国各地の方が羽田空港を利用。
(参考：平成 19 年度の羽田空港利用者数 平均値 18.3 万人/日)
- 飛行機に搭乗する人が主に利用することから、街中等の他会場と比べて、実際に頻繁に旅行している方が多いと考えられ、観光プロモーションの会場として効果的。

【実際にプロモーションに立ち寄った方の特性について】

- 会場はショッピングモール内又はその近辺であり、搭乗を急ぐビジネス客よりも、空港での時間的余裕が比較的ある、搭乗前の旅行客が多い。
- 年齢層では、50 代以上の方が比較的多い。

【プロモーション内容について】

- 単にポスターを展示しパンフレットを配布するだけでは、立ち寄ってくれる方は少ない。
- 会場の 2 階（出発ロビー）はこれから飛行機に乗る人が多く、荷物を増やしたくないことから、袋に詰めたパンフレットの束を配布しても受け取ってもらいにくい。
- プロモーションに立ち寄ってもらうきっかけが重要。そのためには例えば、ノベルティグッズの配布やクイズ、抽選、キャラクターの登場等のイベントで人々の目を引くことが非常に効果的。
- 該当地域を旅行することの楽しさを実感を持って語ることができる、日々実際に観光客に接している民間事業者等の地域の幅広い関係者等がプロモーションに参加することが効果的。
- 該当地域の魅力の発信に加えて、実際の旅行につながるような、例えば旅行商品などの具体的な情報を提供することが効果的。