

成田空港活用協議会
平成26年度 事業報告
(資料編)

(1) 誘客促進事業

ア 国内線就航先向けプロモーション

札幌におけるプロモーション

成田空港から最も多くの国内線が就航している札幌（新千歳）向けに、「ちばの観光」や「成田空港の利便性の向上」をPRし、千葉県への誘客を図るためのプロモーションを11月7日（金）～9日（日）にかけて実施した。

今回のプロモーションでは、今後の道県交流促進に向け、北海道の経済・観光団体トップ層及び実務者レベルによる意見交換を実施。さらに、多くの道民に千葉を分かりやすく知ってもらうため、メディアを最大限活用するとともに、札幌市内集客施設でのPRイベントや札幌駅西改札前及び札幌ドームでプロモーションを実施した。

[展開]

1 北海道の経済・観光団体トップ層との意見交換（11/7）

- 空路で結ばれた道県間の交流促進に向け、石井会長、森田知事及び飯沼県観光物産協会会長も出席し、道県トップ層で幅広いテーマについて意見交換が行われ、今後、北海道と千葉県が双方向で人の流動をさらに太くし、道県がWIN-WINとなるよう連携を深めていくことで意見が一致した。

[千葉県側出席者]

石井 俊昭（協議会会長/
県商工会議所連合会会長）
森田 健作（県知事/協議会特別顧問）
飯沼 喜市郎（県観光物産協会会長）

[北海道側出席者]

高向 巖（北海道商工会議所連合会会頭）
古田 和吉（北海道経済連合会副会長）
横内 龍三（北海道経済同友会代表幹事）
近藤 龍夫（北海道観光振興機構会長）



トップ層による意見交換

2 道県実務者レベルによる意見交換（11/7）

- 道県トップ層との意見交換に引き続き「ナリタがつなぐ北海道と千葉～相互の交流促進に向けて～」をテーマに道県実務者レベルによる意見交換を開催。
道県双方のプレゼンテーションに続き、今後の交流促進に向けた取組の方向性について意見交換が行われ、教育旅行PRの場のセッティングや、ゴルフやパークゴルフを活用した相互交流、道県連携したPR事業を通して相互の行き来を作っていくことなど、今後、実務者レベルで具体的に検討していくことを確認した。



実務者レベルによる意見交換

・北海道側プレゼンテーション

「北海道と千葉県の個人旅行比較による今後の誘客のヒント」と「北海道の修学旅行について」

(公社)北海道観光振興機構広報担当部長 渡邊 敏克

・千葉県側プレゼンテーション

「成田空港の利便性向上について～国内線充実、都心アクセス向上など」

成田国際空港(株)執行役員経営計画部長 椎名 明彦

「千葉県のパークゴルフ場状況と活用についてのご提案」

千葉県レクリエーション都市開発(株)営業推進部次長 高橋 吉徳

・今後の交流促進に向けた取組の方向性について (進行役)

成田空港活用協議会経済活性化部会長 小松 孝之

・参加者 66 名 (千葉県側 44 名、北海道側 22 名)

3 メディアを活用したプロモーション

- 北海道新聞タブロイド版 (4 ページ) チラシ広告「エゾリス便」の発行 (11/7)
北海道民に「成田空港のネットワークやアクセス利便性」とともに、千葉の魅力
を分かりやすく知ってもらうため、人気注目度の高いスポーツと千葉の観光資源
をミックスさせた新聞折込広告を 40 万部作成し、札幌近郊の世帯に配付した。



- 北海道テレビ番組「イチオシ！」内でのタイアップ特集「成田空港から行く千葉県」を放送。(11/6) (平均視聴率 8.6%)
- 北海道テレビ番組「イチオシ！」に森田知事が生出演し、千葉の魅力を PR。
(11/7) (平均視聴率 9.8%)
- メディア訪問の実施 (11/7)
協議会幹事がマスコットキャラクターとともに各メディアを訪問し、成田空港の
利便性とちばの観光・スポーツの魅力を PR。
訪問先：北海道新聞、道新スポーツ、道新 WEB、日刊スポーツ、
スポーツニッポン
- FM 北海道生中継によるイベント告知 (11/7)

4 イベントを活用したプロモーション

○イオンモール札幌 発寒(11/8)

「Play & Fly to CHIBA～遊びつくそう！千葉」をテーマに、メイン会場であるイオンモール札幌 発寒では、ステージイベントと特設ブースを展開した。

- ステージイベントでは、森田知事と元Jリーガーでサッカー解説者の宮澤ミシェルさんのステージトークや会員企業も参加して、ますます充実する成田空港の利便性とちばの観光・スポーツの魅力についてPRした。



千葉の魅力を熱く語る森田知事



多くの道民でにぎわうステージ会場

- 会場特設ブースでは、成田空港の利便性と交通アクセスをPRする”FLYエリア”とちばの観光・スポーツの魅力をPRする”PLAYエリア”を設け、エゾリス便のパネルや参加会員のポスターを展示し、クイズやアンケートで、多くの道民に千葉の魅力をPRした。各エリアについて、参加会員が連携して道民への説明や、道民からの質問に答えるなど協議会らしい一面が見られた。イベントへの参加者は、クイズラリーやステージイベントなどの直接参加者だけでも2,000人を超え、見学者を加えれば5,000人を超える方々にPRできた。



来場した道民に説明する参加会員



クイズに取り組む道民の皆さん



配布パンフレットの例

- **J R札幌駅西改札前における PR キャラバン (11/8)**

参加会員の協力のもと機動的な PR キャラバンを実施し、約 1,000 人の方々にパンフレット等を配布し、千葉への誘客を図った。

- **札幌ドームにおける PR キャラバン (11/9)**

Jリーグ開催中の札幌ドームにおいて、特設ブースを設置。チーバくんも参加して、パンフレットやグッズの配付をし、約 1,400 人のドーム来場者の方々に成田空港の利便性と、ちばの観光を PR することができた。なお、札幌ドームでの PR イベントは、開始直後から SNS (ツイッター) による情報拡散がみられるなど、今後の PR イベントの際の情報発信の参考となった。



札幌駅西改札前におけるキャラバン



札幌ドームにおけるPR

【参画会員】 34 団体

イオン(株)、鴨川シーワールド、京成電鉄(株)、京成バス(株)、(公財)航空科学博物館、ジェットスター・ジャパン(株)、全日本空輸(株)成田空港支店、(株)ちばぎん総合研究所、(公社)千葉県観光物産協会、(一社)千葉県経営者協会、千葉県経済同友会、千葉県ゴルフ協会、(一社)千葉県商工会議所連合会、千葉県商工会連合会、千葉県レクリエーション都市開発(株)、千葉県レンタカー協会、(公財)ちば国際コンベンションビューロー、千葉テレビ放送(株)、東京空港交通(株)、成田国際空港(株)、ビー・トランセホールディングス(株)、東日本旅客鉄道(株)千葉支社、千葉県立房総のむら、千葉県、銚子市、旭市、柏市、市原市、鎌ヶ谷市、山武市、南房総観光連盟(鋸南町、館山市、南房総市、鴨川市)

※ジェフユナイテッド(株)がマスコットキャラクターで参加協力を行った。

【メディア露出】 19 件

□新聞 日本経済新聞 (11/6)
千葉日報 (11/8、9、16)
北海道新聞 (11/8、9)
読売新聞 (11/8)
道新スポーツ (11/8)
日刊スポーツ (11/8)
スポーツニッポン (11/8)

- テレビ 北海道テレビ (11/6、7)
千葉テレビ (11/10)
- ラジオ FM北海道 (11/6、7)
- 業界紙等 日刊 CARGO (10/15)
ONTONA (北海道新聞折込生活情報誌) (10/29)
フジサンケイビジネスアイ (11/15)
- WEB 道新 WEB (11/12)

【総括】

- 昨年度に構築した道県をつなぐをさらに発展させるため、北海道の経済・観光団体等のトップ層及び実務者レベルでの意見交換を実施し、連携強化を確認した。今後、相互の地域間交流を具体化していく必要がある。
- 今回のプロモーションでは、多くの道民に「成田空港の利便性」と「千葉の魅力」を訴求するため、北海道新聞折込み広告「エゾリス便」40万部の発行、北海道テレビ番組内における千葉特集タイアップ放送など、メディアへの露出を重点に取り組んだ。その結果、道県の経済交流やイベントの告知など各種新聞にも掲載されるなど現地メディアへの露出に関しては一定の成果があった。特に、森田知事がテレビ番組やステージイベントで道民に千葉の魅力を直接訴えたことで、充実したプロモーションとなった。
- イベントプロモーションに関しては、メインであるイオンモール札幌 発寒をはじめ、各キャラバン会場でも多くの道民にパンフレットを手にとっていただけるなど、集客効果は高かった。札幌ドームでは、SNSによる情報拡散もあり、今後のプロモーションのあり方に関して参考になった。
- イベントの実施については、委託先とのイベントに対するイメージの共有や役割分担が不明確であったことから、事務局対応としたものがあつたため、今後は、委託内容につき精査したい。
- ノベルティ等の整理がついておらず、配布物のアSEMBリに時間を取られるなど、PRが不十分になる部分があつたため、会員がPRに専念できる環境を整える必要がある。
- 会場側との打ち合わせ内容が反映されていないケースなど、想定外の事態もあるため、余裕を持った人員の配置が必要である。

佐賀・広島・香川におけるプロモーション

国内線就航先促進団体との関係づくり及び連携した PR 活動を行うことを目的に、成田空港を拠点とする春秋航空日本が 8 月 1 日に就航したことに併せて、会員航空会社の就航地である佐賀・広島・香川計 3 県の地方紙に広告を掲出した。

また、成田空港の新規就航地となった佐賀県において、同県民向けに成田空港の利便性及び千葉県の観光 PR を行うため、8 月 1 日～2 日にかけて同県内関係先への表敬並びに県内各種メディアプロモーションを会員企業とともに実施した。



地元テレビ局ぶんぶんテレビでの PR



えびす FM (ラジオ局) での PR



栄の国まつり前夜祭会場の佐賀市民会館での PR

[展開]

- 佐賀新聞、中国新聞、四国新聞の 3 紙 (計 100 万部) において、春秋航空日本就航に伴う特集記事 (全 3P～4P) に、“成田空港の国内線に搭乗して千葉県にお越しく下さい” という趣旨のメッセージを広告として掲載。なお、広島、高松はそれぞれ会員航空会社であるアイベックスエアラインズ、ジェットスター・ジャパンの就航都市でもある。



- 当協議会のカウンターパートとなる有明佐賀空港活性化推進協議会（事務局：佐賀県空港課）や佐賀ターミナルビル(株)、広島空港利用促進協議会（事務局：広島県空港振興課）、広島空港ビルディング(株)を表敬訪問し、今後の共同 PR 等について意見交換を実施した。
- 春秋航空日本の就航によりぐっと身近になる成田空港や、千葉県の魅力の PR を佐賀県民向けに行うため、佐賀新聞社（14 万部発行）をはじめ県内テレビ局、ラジオ局を訪問し露出したほか、佐賀県内有数のイベント“栄の国まつり”の前夜祭ステージにて県民約 1,000 人に対して利用促進活動を展開した。

※広島県でもメディア訪問を計画していたが、同県での災害発生のため見送った。

[参画会員] 2 団体

成田国際空港(株)、千葉県

[メディア露出] 3 件

- 新聞 佐賀新聞社 (8/2)
- テレビ ぶんぶんテレビ(8/4)
- ラジオ えびすFM (8/2)

[総括]

- 就航前日に掲出した広告並びに有明佐賀空港活性化推進協議会の協力により実現した県内メディアへのプロモーションがうまく連動し、協議会認知度の獲得並びに成田空港を基点とした千葉県への誘客PRが行えた。今回、新規就航や増便などタイミングに合わせた広告掲出をきっかけに、他の就航先促進団体との交流、地元メディア回り、イベント参加等を組み合わせることで実効性の高いPRができた。
- 今回の就航先利用促進協議会との意見交換を通じて、隣県へのセールス、協議会一丸となった県内企業・団体への利用の働き掛けなど、今後の当協議会の利用促進事業を考えるに当たり大変参考になった。

イ 海外向けプロモーション

千葉県トップセールスと連携した台湾プロモーション

成田空港を擁する千葉県の優位性を活かして、インバウンドによる県内観光を推進するため、千葉県が主催する台湾トップセールス事業と連携し、成田空港の利便性向上を伝える台湾テレビの番組制作や現地でのPR活動を精力的に実施した。

[展開]

①台湾テレビを活用した現地情報発信

- 千葉県が主催する台湾トップセールス（10/24～30）に併せて、10月26日の台湾テレビ報道番組「国際熱線(放映時間45分)」にて放送する成田空港を起点とした県内誘客のためのプロモーションビデオを千葉県と共同で制作した。
- 制作に際して、当協議会は、成田空港の魅力やその利便性を伝えるため、交通事業者会員や成田空港内テナントの協力を得て、映像素材等の提供及び番組撮影を精力的に行った。



番組放送内容（抜粋）

②千葉県主催行事への参画

- 事務局職員を派遣し、上記テレビ放映の現地収録及び千葉県が主催する「台湾観光ミッション団商談会」に参加する会員のサポートを図るとともに、千葉県が主催する「同商談会」・「千葉の夕べ」に成田市及び成田国際空港(株)とともに成田空港 PR ブースを共同出展し、県内企業並びに現地関係者との交流を促進した。
※商談会参加者：千葉県側 28 社、台湾側 36 社



千葉の夕べで挨拶される石井会長



成田空港共同ブース

[参画会員] 7 団体

東京空港交通(株)、ビー・トランセホールディングス(株)、京成バス(株)、京成電鉄(株)、東日本旅客鉄道(株)千葉支社、千葉県レンタカー協会、成田国際空港(株)

[メディア露出] 1 件

□新聞 千葉日報 (10/26)

※協議会としての取り組みが紹介されたもの

[総括]

- 番組制作では、タイトな制作期間の中にも関わらず多くの会員企業の協力を得て、台湾人にとってシンプルで分かりやすい番組内容に仕上がった。現地での番組放映に関しては、成田空港関連の PR 内容が放送時間を含め協議会の意向に即した形で取り上げられており、以後 6 回に渡り再放送も行われたことから、一定のメディア露出が図れたものと思われる。
- 国際線主体の基幹空港としての成田空港の優位性を県内経済活性化につなげるため、当協議会が県内へのインバウンド誘客及び県内企業との海外取引促進に向けて、会員企業/団体のネットワークを活用し、より一層連携しながら海外へのプロモーションを積極的に展開していく必要がある。

レンタカーを活用した香港ファムトリップ

昨年度に引き続き、香港のFITやリピーターをターゲットとして、成田空港を利用する香港からの誘客を強化することを目的として、平成26年11月27日(木)～29日(土)にファムトリップを実施した。

今年度は、現地旅行会社に加えて新たに現地メディアを招へいし、成田空港を利用したレンタカーツアーの商品造成と県内観光施設等の記事掲載も促進し、PRの強化を図った。(神奈川県側行程を含む全行程は11月25日(火)～29日(土))

※本事業は国の「平成26年度ビジット・ジャパン地方連携事業」として国土交通省 関東運輸局・神奈川県と連携して実施



レンタカー乗車体験 (11月28、29日)



菅原工芸硝子でのガラス製作体験(11月28日)



会員企業との商談会の様子 (11月28日)



道の駅くりもとを見学 (11月29日)

[展開]

- 本事業は、滞在日数の比較的長い外国人個人旅行者 (FIT) のニーズに即した誘客を実現するため、移動手段としてレンタカーを活用する千葉県と神奈川県との広域連携プロモーション活動の一環として実施した。
- 千葉県側では東京湾フェリーの金谷港を起点に、成田空港を終着点として、千葉の食、観光施設、体験プログラム、ショッピングなどを組み合わせた、個人ならではの自由な旅行が楽しめるドライブコースを作成し、招へい者に取材、体験をしていただいた。(香港側 旅行会社4社、メディア2社)

【千葉県内行程】

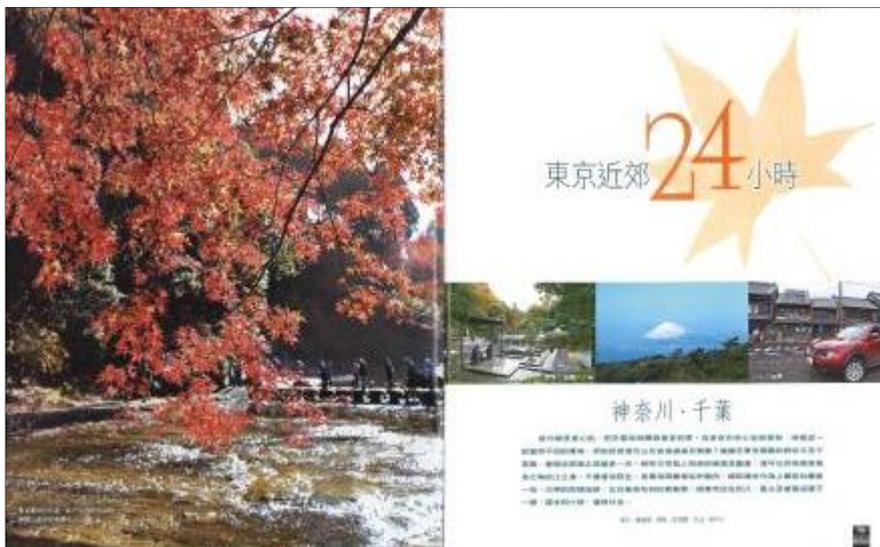
【11月27日(木)】	東京湾フェリー着（金谷港） 漁協直営食堂ばんや 鋸山ロープウェー、日本寺大仏（見学・散策）
【11月28日(金)】	粟又の滝・紅葉（見学） 昼食（雅流懐石「愚為庵」） 菅原工芸硝子（ガラス製作体験） [メディアのみ] 守屋酒造（見学） [旅行会社のみ] 商談会 意見交換会・懇親会 ※ドライブ体験の実施
【11月29日(土)】	成田空港レンタカーデスク 道の駅くりもと（見学） 小江戸さわら舟めぐり（遊覧船乗船） 昼食（オーベルジュ・ド・マノワール吉庭） 千葉県立房総のむら 酒々井プレミアム・アウトレット 成田空港着 ※ドライブ体験の実施

【参画会員】14 団体

(株)グランビスタホテル&リゾート（鴨川シーワールド）、京成電鉄(株)、千葉県立房総のむら、千葉県レンタカー協会、千葉商工会議所、成田地区ホテル業協会、(株)マザー牧場、三菱地所・サイモン(株)酒々井プレミアム・アウトレット、米屋観光センター（米屋株式会社）、千葉県、大多喜町、香取市、鋸南町、成田市

【メディア露出】3 社

- WEB 東方日報（12/14）
The Sun（1/10、30）
- 雑誌 Next Magazine（1/8）



Next Magazine 掲載記事（抜粋）

[総括]

- 時期的に紅葉をテーマとして養老溪谷・粟又の滝の案内や、鋸山からの景観を案内するなど、千葉県の自然・景色の良さをPRしたところ、好評であった。
- 招へい者の希望を把握しきれておらず、来日後に訪問先の調整を行うなど混乱があった。受託者を通じて事前に行程を明かし、招へい者側の意見についても取り入れる必要がある。
- バス内・現地での解説やPRについては会員市町村に参加を依頼することで、招へい者に対して、地元を直接PRできる機会を設けることができた。
- 今年度は新たな試みとして、メディアを招へいしたが、旅行会社とは着眼点が異なるため、今後は別に招へいを行うことが望ましい。
- 香港からの訪日客は、リピーター率及び個人旅行の割合が高い傾向にある。今後のレンタカーツアーの定着のためには、旅行商品の造成に加え、メディアでの情報発信といった誘客を促進する取組が重要である。

(2) 空港利用促進事業

ア 利用促進キャンペーン

①千葉県民向けの PR・情報発信

県旅券事務所等における情報発信と自動化ゲート登録(※)

平成 26 年度成田空港利用促進キャンペーンの一環として、法務省東京入国管理局、千葉県、成田国際空港(株)の協力を得て、千葉県内の旅券事務所等で、成田空港の利用促進に向けた情報発信を展開した。(平成 26 年 8 月～平成 27 年 3 月末)

さらに、8 月 3 日(日)及び 11 月 30 日(日)には、千葉県民の出入国利便性向上のための自動化ゲート出張登録を中央旅券事務所を実施するとともに成田空港のプロモーション活動も併せて展開した。

※自動化ゲートとは、パスポートと指紋の照合により本人確認を行い、出入国審査でスムーズに通過できるシステム。



自動化ゲート登録待ちの列



成田空港利用の PR



法務省東京入国管理局、千葉県、成田国際空港(株)、当協議会のコラボレーション

[展開]

(1) 成田空港お役立ち情報の発信

- 海外渡航に役立つ空港施設案内やスマートフォンアプリ等に関するパンフレットやポスターなどの成田空港の最新情報を中央旅券事務所（千葉市）、東葛飾旅券事務所（松戸市）、葛南地域振興事務所（船橋市）で常時提供している。

(2) 自動化ゲート出張登録及び成田空港利用プロモーション活動

- 法務省東京入国管理局の協力を得て、原則、日本国旅券を所持されている県内居住者を対象に自動化ゲート出張登録を中央旅券事務所で特別実施。併せて、成田空港の便利さを紹介するPR活動も実施した。

[参画会員] 3団体

千葉県、成田国際空港(株)、千葉テレビ放送(株)

[メディア露出] 3件

- 新聞 読売新聞（7/29）
産経新聞（8/3）
- テレビ 千葉テレビ放送（8/3）

[総括]

- 関係機関の協力により、夏休みや年末年始前の繁忙期にあわせて海外旅行に行かれる方を対象に効率的な成田空港利用促進キャンペーンを展開することができた。
- 8月3日は、県内旅券事務所での初めての自動化ゲート登録ということもあり、登録者総数は209名となり、県内の出張登録数としては過去最大を記録(入管調べ)し、さらにこの結果を踏まえ、入国管理局から要望があり第2回が実現。こうした良い流れを今後も共同継続事業として実施していきたい。
- 今回の自動化ゲート登録者を見ると、その場でパスポートの交付を受けた方だけでなく、事前の新聞記事を見て来場された方が全体の4割を占めており、関心の高さ並びにメディア露出効果の重要性を再認識した。そのため、メディアを活用した県民への事前周知がキャンペーン成功の鍵を握る。

県内成人式における成田空港利便性 PR

平成 27 年 1 月 10 日（土）～12 日（月祝）にかけて、千葉県内で新たに成人となった約 41,000 名に対して、“成田空港から日本全国、そして海外へ。その先の大きな世界に旅立とう。”と題したお祝いメッセージを贈るとともに、成田からの旅行をより一層身近に感じてもらうため、航空券等が抽選で当たるプレゼント企画や若者の旅を後押しするオトク&裏ワザ情報を特設ウェブサイトで提供した。

なお、本キャンペーンは当協議会の市町村会員の全面的な協力を得て、実施したものであり、千葉県内の成人式を通じた成田空港 PR は初の取り組み。



[展開]

- “成田空港は旅で見識を広げる若者の夢を応援します！！”という趣旨のお祝いメッセージを掲載したリーフレットを配布した。
- 国内・海外航空券など豪華賞品が抽選で当たるプレゼント企画を実施した。（添付のQRコードからの成田空港利便性に関するアンケート回答が必要）※応募期間1月末まで
- 成田空港からの若者の旅を応援するお役立ち情報を特設ウェブサイトで提供した。（本事業はメディア企業“ぴあ”とコラボレーションした、WEB 及び SNS を活用した情報発信事業と連動しており、旅行に関心を持った若者に即時に情報を提供することで、旅行需要の喚起を効果的に図っている。）

[参画会員] 54 団体

ジェットスター・ジャパン(株)、春秋航空日本(株)、全日本空輸(株)、日本航空(株)、
バニラ・エア(株)、成田国際空港(株)、千葉県、全市町村会員

[メディア露出] 3 件

□新聞 読売新聞 (1/9)

毎日新聞 (1/9)

□業界紙 日刊航空 (1/8)

※上記の他、プレスリリース配信サービスを利用し、東洋経済やプレジデントなど 24
紙にも情報掲載

[総括]

- 2 年目となった空港利用促進キャンペーンは、成田空港のお膝元である千葉県の
県民に向けて展開することを大きな柱とし、今回初めて 47 もの市町村会員に
本企画趣旨に賛同いただき、キャンペーン活動にも協力いただいた。こうした
動きは単独の企業・団体ではなし得ない協議会の特徴を活かした事業であり、
今後、協議会がオール千葉で事業を展開していく際のモデルケースになった。
- 成田発着航空券などのプレゼント企画と連動したアンケートでは、県内の新成人
が“成田空港の利便性が向上していることについては知っているが、実際に使う
機会が少ない”という結果が得られた。成田空港のポテンシャルを活かして、
千葉県経済の活性化を目指す当協議会としては、こうした県民の潜在需要を喚起
し、成田空港の利用者をより一層増やす施策の展開が必要である。

会員向け成田空港利用促進キャンペーン

平成 26 年度国内線就航先（札幌）プロモーションと連動し、千葉県と北海道との相互交流並びに成田空港利用促進を図るため、会員航空会社及び旅行会社と連携して、既存の旅行商品に会員向け特別割引を付加した商品を造成した。

成田空港発着の LCC を使った会員向け旅行商品

[展開]

- 成田空港⇄新千歳空港間を運航している LCC を使った既存の旅行商品（航空券＋ホテルの WEB 専売パッケージ商品）を会員旅行会社及び航空会社の協力を得て、協議会向けにアレンジし、協議会会員の利用促進を図った。
また、北海道商工会連合会の協力を得て、“北海道おすすめ旅プラン”を作成し、北海道側と協力した PR を行った。
- 対象期間を平成 26 年 11 月 1 日～12 月 31 日まで 2 か月間とし、一定の予算枠のもと、協議会会員一人当たり 3,000 円をキャッシュバックする仕組み。

[参画会員] 4 団体

(株)JTB コーポレートセールス、(株)日本旅行千葉支店、ジェットスター・ジャパン(株)、バニラ・エア(株)

[総括]

- 直接的に航空利用者増を図る観点から、他事業と連動の上、試行的に成田発着旅行商品の造成及び販売促進を行ったが、利用者数が伸びなかった。今後、利用検討に値する十分な周知期間、会員企業・団体の従業員に広く周知できる方法などの反省点を踏まえ、引き続き取り組んでいく必要がある。

国内線就航先の都内アンテナショップ等での成田空港 PR

国内線就航先プロモーション及び空港利用促進策の一環として、成田空港と結ばれている愛媛県・香川県の都内アンテナショップ『せとうち旬彩館』、広島県の都内ブランドショップ『T A U』、大分県東京事務所内『観光情報センター』の3施設で、会員企業の協力を得て、パンフレット設置を行い、PRを実施した。



せとうち旬彩館（新橋）



広島県ブランドショップ（銀座）



大分県東京事務所観光情報センター（銀座）



会員企業からご提供いただいたパンフレット

[展開]

- 成田空港の国内航空ネットワーク、都心—成田空港間のアクセスに関するパンフレットを会員企業から提供を受け、6月からPRを実施した。

[参画会員] 5団体

京成バス(株)、東京空港交通(株)、ビー・トランセホールディングス(株)、成田国際空港(株)、千葉県

[総括]

- アンテナショップ訪問者からは、都心—成田空港間のアクセスについての問い合わせが多く、パンフレットも100部が1週間で無くなるなど、空港アクセスに対する関心の高さを実感した。
- 一方で、会員のパンフレット作成に係る多額のコスト負担や事務局の発送作業等の負担などを踏まえ、WEBやSNSなどのより効率的なPR手法を検討する必要がある。

若年層向け成田空港利用プロモーション

昨年度、協議会で実施した「成田空港国内線利用動向調査」の結果等を踏まえ、首都圏・北関東の若年層を対象に、航空利用者増に向けて、成田空港がもつ豊富な国際航空ネットワークや LCC を利用した国内旅行（成田～就航先）を若者のライフスタイルに組み込むための各種プロモーションを展開した。

【展開】

○大学祭パンフレットへの利用促進広告ジャック

成田空港の魅力や利便性等を若者目線で伝えるため、成田空港と首都圏のアクセス向上が期待される圏央道沿道にある主要大学の大学祭パンフレット（計 30,700 部）に、SNS 拡散を意識した利用促進 PR 広告を出稿し、若者への旅行需要喚起を行った。

- ・千葉大学（第 52 回千葉大祭 10/30（木）～11/2（日） 12,000 部）
- ・筑波大学（第 40 回雙峰祭 11/1（土）～11/3（月） 10,000 部）
- ・首都大学東京（第 10 回みやこ祭 11/2（日）～11/4（火） 2,200 部）
- ・埼玉大学（第 65 回むつめ祭 11/22（土）～11/24（月） 6,500 部）



大学祭パンフレット掲載広告



圏央道沿道主要 4 大学 大学祭のパンフレット

○「国際フェスティバル世界市」におけるプロモーション

海外旅行促進を目的とし、私立大学の学生団体が主催する「第 6 回国際フェスティバル世界市」に広告協賛（上記大学祭パンフレット広告をアレンジ）及び会員企業共同でのブース出展を行い、埼玉県や北関東地域から来場された 2 万人超の方に対して、成田空港の航空ネットワーク・アクセス PR を行った。

実施日：平成 26 年 10 月 11 日（土）、12 日（日）

場 所：さいたまスーパーアリーナ けやき広場



協議会会員による共同ブースの様子



イベント会場全体の様子

OWEB 及び SNS を活用した情報発信

メディア企業“ぴあ”のコラム型 WEB 媒体「ウレぴあ総研」内に成田空港からの旅行需要喚起を図る特設サイト『成田発～夢がかなう旅～旅のオトク&裏ワザ情報』を設け、若者目線の切り口で学生や社会人に向けた記事発信(計9本)を行うとともに、Yahoo などの外部ポータルサイトへの転載や読者の SNS 拡散により話題提供を行った。
実施期間：平成 26 年 11 月～平成 27 年 3 月

URL：<http://ure.pia.co.jp/list/sp?c=naritabi>



発信記事一覧

1	LCC 専用「第3ターミナル」が成田空港にオープン！ 格安旅行がもっと気軽に楽くなる
2	成田空港発“直行便”で行ける！ 世界の「意外と知らない絶景」厳選 5 スポット
3	米国発ゆるキャラ「ビッグリンカーン」激推し！ 絶対行くべき“シカゴ”観光穴場スポット&絶品グルメガイド
4	東京で飲んで福岡で二次会!? 格安 LCC を使って福岡必見グルメ&スポットを巡ってきた
5	パスポートさえあれば手ぶらで OK! 旅行アイテムが全部揃う、ファンタスマゴリックの成田空港ナビ
6	日本語しかできなくても OK! ”世界一周した夫婦”が語る「海外旅行」が自分を成長させてくれる理由
7	【女子旅】心と体が癒される! 意外と知らない成田空港「美旅」体験スポット5選
8	【台湾】LCC 有効活用! ”2泊3日5万円以内”で絶品グルメ、観光を満喫する裏ワザ
9	【鉄旅】千葉は“鉄道天国”だった! 車で巡る「必見鉄道スポット」&グルメ・絶景旅

記事広告掲載ページイメージ

[参画会員] 13 団体

<「国際フェスティバル世界市」におけるプロモーション>

ジェットスター・ジャパン(株)、全日本空輸(株)成田空港支店、日本航空(株)、バニラ・エア(株)、京成バス(株)、東京空港交通(株)、成田国際空港(株)

<WEB 及び SNS を活用した情報発信>

春秋航空日本(株)、ジェットスター・ジャパン(株)、全日本空輸(株)成田空港支店、日本航空(株)、バニラ・エア(株)、京成電鉄(株)、京成バス(株)、ビー・トランセホールディングス(株)、東日本旅客鉄道(株)千葉支社、(株)N A A リテイリング、(公財)航空科学博物館、成田国際空港(株)

[メディア露出] 3 件

□新聞 朝日新聞 (10/15)

千葉日報 (10/21)

□業界紙 日刊航空 (10/6)

[総括]

- 若年層をターゲットとした利用促進を効果的に展開していくため、大学祭や学生企画イベントなどこれまで活用して来なかった新しい PR チャンネルを開拓するとともに、情報拡散に有効な WEB や SNS などの新たな媒体を積極的に活用した。
- 大学祭連携企画は、大学生・オープンキャンパス見学目的の高校生等の若年層や、大学近隣のファミリー層など、4 大学合計で延べ約 14 万人の方々が来場され、広く成田空港の身近さを感じてもらえた。
- 協議会として初めての埼玉県での B t o C プロモーションとなった学生イベントへのブース出展では、交通事業者会員から北関東利用者への訴求機会を切望していたとの声も多く聞かれた。また、共同でのブース出展に際しては、会員各社持ち寄りで既存の PR 媒体を活用したことにより、極めて低コストでの運営ができたことも大きい。
- WEB 媒体企画では、成田の強みであるバラエティに富んだ国際線の魅力紹介に加え、深夜早朝 LCC を使った格安弾丸旅行や女子目線でのお得な成田空港利用法など若者の興味を引くような斬新な切り口での記事を毎月発信した結果、延べ約 10 万人の方々が閲覧しており、読者の SNS を使った拡散効果も考慮すると極めて有効な PR ツールであった。

圏央道延伸を踏まえた成田空港利便性 PR

圏央道の神崎—大栄間の開通（平成 27 年 6 月 7 日予定）によって、東北・北関東方面からの自動車アクセスが飛躍的に向上する成田空港の利便性を広く PR するため、同地域の PA/SA で無料配布され、訴求効果が高い PR 媒体であるハイウェイウォーカー（同年 4 月号）に記事広告を掲載した。

【展開】

- 主な掲載内容は、「圏央道と成田空港が直結するインパクト（旅客、物流両面）」、「成田空港第3ターミナルとLCCの利用で益々身近になる旅」の2つを柱とした。
- また、成田空港内店舗での一定額の利用により、空港内駐車場を3時間無料にするクーポンを付すことにより、さらなる誘引を図った。
（3月20日～5月20日利用可能。但し、5月2日～6日は対象外）
- 発行期間は平成27年3月20日（金）から1か月間で、NEXCO 東日本管内の PA/SA にて、約 100 万部を配布した。



表紙（4月号）



広告掲載ページ

【参画会員】 7団体

アイベックスエアラインズ(株)、ジェットスター・ジャパン(株)、春秋航空日本(株)、全日本空輸(株)成田空港支店、日本航空(株)、バニラ・エア(株)、成田国際空港(株)

【総括】

- 協議会ビジョンに掲げる千葉県経済の活性化に不可欠な「成田空港」と「圏央道」が直結するという今回の好機を捉え、青森県から神奈川県までの東日本エリアを網羅する効果が極めて高い PR 媒体を活用し、潜在需要である自動車ユーザーに対して、タイムリーに情報発信できたことは大きい。

イ ナリタファンの拡大に向けた情報・魅力発信

ナリタファンの拡大に向けた学生連携事業

成田空港に関心をもつ学生を公募のうえ選定し、次世代を担う若者の目線から、「成田空港のイメージ向上・利用促進」など、身近な人を成田空港のファンにする斬新なアイデアを募集し、次年度以降の事業化を検討する。

公募で知り合った25名の学生は5チームに分かれ、平成26年11月以降、会員との議論を交わし、フィールドワークやチームミーティング等を通じて生み出されたアイデアを、平成27年3月16日（月）に成田空港内で開催した「学生アイデアコンテスト～NRT Challenge 2015～」の場で発表した。



学生アイデアコンテスト



最優秀チーム (grin チーム)

[展開]

- 平成26年10月、「あなたの身近な人をより一層成田空港のファンにする」というコンセプトのもと、本事業に参画する学生を公募により25名選考し、学校、学年、性別もランダムにチームを編成した。
- 同年11月以降、この5つのチーム単位で、協議会が主催する「成田空港をともに考えるフィールドワーク」と題した会員企業/団体とのディスカッション、成田空港及び周辺の視察、アイデアの中間発表などを実施。また、この合間、各チームが主体的に複数回のミーティングをもち、アイデアのブラッシュアップを行った。
- 平成27年3月16日（月）には、成田空港第2旅客ターミナル出発ロビーで開催した「学生アイデアコンテスト～NRT Challenge 2015～」において、熱のこもった学生チームのプレゼンテーションを公開形式で行い、審査員（石井会長、NAA夏目社長、木場弘子氏）による厳正なる審査の結果、1位に「最優秀賞」、2位に「審査員特別賞」、3位～5位に「審査員奨励賞」を授与した。
- 「最優秀賞」に決まったアイデア*は、学生参画のもと、次年度事業で具体化を検討していく。

*「学生旅行と言えば、”成田+LCC”」をキャッチフレーズに、地方の女子大生に国内線LCCを使って成田空港へ来てもらい、千葉県内のおススメスポットを巡ってもらうアイデア。県内の女子学生が旅をサポートするガイドブックを女子目線で製作することも目玉のひとつ。



会員・学生によるディスカッションの様子



成田空港の視察風景

周辺施設（酒々井アウトレット）の視察風景



学生のプレゼンテーション

審査員の方々

（参考：コンテスト開催までの経緯）

- 第1回フィールドワーク（平成26年11月14日@幕張メッセ）/成田空港と千葉県の課題
- 第2回フィールドワーク（同年12月13日@成田空港）/成田空港ユーザーとしての視点
- 第3回フィールドワーク（平成27年2月4日@幕張メッセ）/アイデア中間発表

【学生チーム】

最優秀賞	grin チーム	「女子旅で！学生に成田ブームを巻き起こせ！！」
審査員特別賞	そうだ！なりたチーム	「WHY NOT USE NRT? そうだ成田を利用して旅に出よう」
審査員奨励賞	OVER21 チーム	「なりテク Airport×Technology」
	トラベラーチーム	「和食でおもてなし」
	ブルースカイチーム	「見学だヨ！全員集合」

【参画会員】 22 団体

京成電鉄(株)、京成バス(株)、(公財) 航空科学博物館、ジェットスター・ジャパン(株)、春秋航空日本(株)、全日本空輸(株)成田空港支店、(株)ちばぎん総合研究所、千葉構内タクシー(株)、(公財) ちば国際コンベンションビューロー、(公社) 千葉県観光物産協会、(一社) 千葉県経営者協会、(一社) 千葉県経済協議会、(一社) 千葉県商工会議所連合会、千葉県中小企業団体中央会、東京空港交通(株)、日本航空(株)、バニラ・エア(株)、ビュー・トランセホールディングス(株)、東日本旅客鉄道(株)千葉支社、成田国際空港(株)、千葉県、成田市

【メディア露出】 21 件

- TV NHK (11/15、3/16)
千葉テレビ (3/16)
- 新聞 日本経済新聞 (10/15)
朝日新聞 (10/15、3/17)
千葉日報 (10/21、12/15、3/18)
読売新聞 (11/17、3/17)
産経新聞 (3/16)
日刊工業新聞 (3/17)
時事通信 (3/16)
共同通信 (3/16)
毎日新聞 (4/16)
- 業界紙 旅行新聞 (12/11・21 合併号、4月21日号)
日刊航空 (10/20、3/17)
トラベルジャーナル (3/23)

※上記の他、プレスリリース配信サービスを利用し、東洋経済やプレジデントなど24紙にも情報掲載

【総括】

- 多くの会員企業/団体が、手弁当で学生とのディスカッションに積極的に参画いただき、学生も学業の合間を縫って自主的にミーティングをもつなどして、空港活性化のアイデアを練り上げることができたことは、単独の企業がなし得ない当協議会らしいユニークな事業と評価できる。

- また、本事業はアイデアの検討過程そのものに注目し、その過程から最終的なアイデア創出に至るまで多くのメディアを通じて、幅広く世間へアピールできたことに大きな意義があると考えている。次年度の事業化プロセスにおいても、引き続きメディア露出を積極的に図るとともに、幅広い会員の参画を呼び掛けていきたい。

(3) ビジネス支援事業

ア 経済活性化セミナー

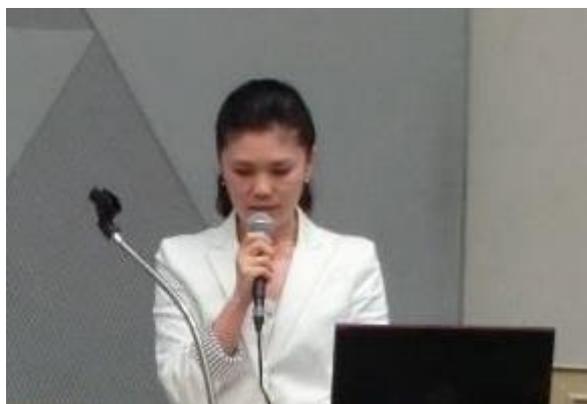
ショッピングツーリズムセミナーの開催

平成 26 年における訪日外国人旅行者数が 1300 万人を超え、2020 年東京オリンピック・パラリンピックの開催が控えていることなどから、政府は年間の訪日外国人旅行者数 2000 万人を目指した取り組みを強化しており、平成 26 年 10 月には「外国人旅行者向け消費税免税制度」が改正された。

本改正を受け、ショッピングツーリズムの視点から外国人旅行者をおもてなしすることが、会員の新たなビジネス機会の創出や県内地域の魅力づくりに役立つとの観点から、その経済効果等を分かりやすく理解していただくためのビジネスセミナーを平成 26 年 10 月 14 日（火）に幕張メッセ国際会議場にて開催した。



村山氏による基調講演



イオン㈱石原氏による取組事例紹介

[展開]

- 本セミナーは、「ショッピングツーリズムの魅力とその新たな可能性」をテーマとして、専門家による基調講演、会員による取組事例紹介を実施した。
- 併せて、講師と会員間の交流促進を図るため、名刺交換会も実施した。

《プログラム》

- 主催者挨拶 成田空港活用協議会経済活性化部会長 小松孝之
(㈱ちばぎん総合研究所 受託調査部長)
- 「国のインバウンド政策等」 関東運輸局企画観光部国際観光課長 半田雅則
- 基調講演「ショッピングツーリズムの魅力とインバウンドへの効果」
(㈱やまところ 代表取締役 村山慶輔)
- <コーヒーブレイク・名刺交換会>
- 会員企業による取組事例の紹介
イオン㈱ GMS 事業最高責任者補佐付 石原みどり
(㈱飯沼本家 代表取締役社長 飯沼喜市郎)
- 閉会挨拶 千葉インバウンド促進協議会 早川康一
(マロウドインターナショナルホテル成田 総支配人)

[協力支援] 千葉インバウンド促進協議会

[参画会員] 66 団体（社）100 名

[メディア露出] 3 件

□新聞 日本経済新聞（10/8）

日経産業新聞（10/14）

□機関誌 ちばぎん総合研究所（マネジメントスクエア）（2/1）

[総括]

- 国のインバウンド政策、村山氏による基調講演及び会員企業による取組事例紹介において、それぞれの立場からショッピングツーリズムについて具体的なお話をいただき、参加された会員及び傘下の会員がインバウンドの取組みとその効果、消費税免税制度の概要、外国人のショッピングの近況・購入傾向等を、認識・理解できたことは、有意義であった。
- 本セミナーに参加した会員等に行ったアンケートでは、本制度の利用を今後検討したいとの回答が約 2 割あり、消費税免税を契機としたショッピングツーリズムへの動機付けに役立てたものと思われる。

[参考]

《アンケート結果》（回答数 49 名）

（問 1）セミナーの内容（全般）は、いかがでしたか。

大いに参考になった	ある程度参考になった	あまり参考にならなかった
71.4%	28.6%	0%

（問 2）消費税免税制度を利用し、現在の事業に生かす予定はありますか。

実施済	検討予定	未検討	業種が異なる	未回答
8.2%	22.4%	10.2%	46.9%	12.3%

- ・ 政府は 2020 年に向けて、全国の免税店を 10,000 店規模にする方針を掲げており、2014 年 10 月 1 日時点で、全国に 9,361 店となっている。
- ・ 平成 27 年 4 月より、消費税免税店の拡大及び利便性向上を図る観点から、手続きの第三者への代理委託等外国人旅行者向け消費税免税制度が拡充された。

イ マーケットリサーチ

インバウンド調査の実施

成田空港からの外国人旅行者の県内への誘客促進に向け、外国人旅行者の嗜好及び県内周遊動向等を把握するため、平成 27 年 2 月に県内宿泊施設・観光施設を利用する外国人旅行者及びこれらの県内施設を対象に、インバウンド及び県内観光に係るアンケート調査を実施した。

また、アンケート調査を補完するものとして、チーバくん大使（※）へのヒアリング調査を併せて実施した。

※チーバくん大使とは、県内在住の留学生などの外国人の方に、個人のブログや Facebook 等を通じて、千葉県の魅力（観光、食、日常生活など）を、それぞれの母国語で発信していただく「チーバくんと共に千葉県の魅力を海外に向けて発信する大使」のこと。

[展開]

- 県内宿泊施設・観光施設計 22 施設を利用した外国人旅行者を対象に、アンケート調査を平成 27 年 2 月に実施した。（回答数 379 件）

➤ アンケート調査の概要

1. 調査対象：①県内の宿泊施設等を利用した外国人旅行者
②アンケート調査実施協力施設
2. 調査項目：①本人の属性、旅行形態、旅行ルート、千葉県について、旅行の感想についてなど
②施設概要、外国人客の集客に対する取組状況、外国人客宿泊状況についてなど



- 平成 27 年 2 月 16 日、チーバくん大使に対するヒアリング調査を実施。

➤ **ヒアリング調査の概要**

1. 調査対象：

チーバくん大使 10 名

(国籍：アメリカ、台湾、中国、韓国、モンゴル、カンボジア、ミャンマー、
コスタリカ)

2. 調査項目：

- ・ 成田空港を利用して感じたこと
- ・ 千葉県で旅行した時に印象に残ったこと
- ・ 旅行する前に旅行先について調べたり、参考にしているもの
- ・ 家族等に紹介したい千葉県のおすすめの場所など



チーバくん大使へのヒアリングの様子

- 調査結果の分析等については、平成 27 年度総会にてセミナーを実施し、公表する。

[参画会員] 5 団体

千葉インバウンド促進協議会、(株)ちばぎん総合研究所、千葉県、千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合、成田国際空港(株)

[総括]

- 今回は地域的な面を考慮し、県内全域にて調査を行ったが、同一地域でも宿泊施設のインバウンドに対する取組状況により、外国人旅行者数が大きく異なることが判明した。今後は、各施設の取組状況等の考慮し、施設を選定する必要がある。
- 時期的に外国人旅行者が訪れなかった地域もあり、各地域を訪れる外国人旅行者の意見を聞くには、実施期間を再検討する必要がある。
- ノベルティとしてフリクションボールペンを進呈したところ、外国では珍しいということで好評であった。進呈方法を工夫するなど回収率の向上につなげたい。

- 本調査のうち、アンケートの調査結果については、今後の協議会事業における海外プロモーション事業の実施にあたっての参考資料とするだけでなく、観光産業に係る会員の事業展開における基礎となるデータとして有効に活用できるものと考えられる。
- ヒアリング調査については、短期ではあるが、県内に在住している外国人の意見として、県内観光についての指摘等もあり、アンケート調査の補助資料として活用したい。

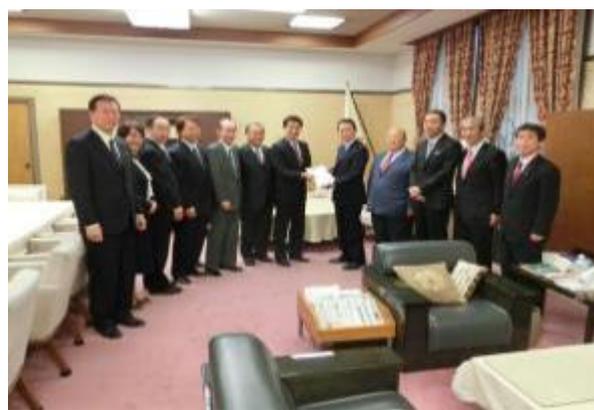
(4) 要望活動

首都圏中央連絡自動車道及び北千葉道路の整備推進に関する要望

発着容量 30 万回化で高まる成田空港のポテンシャルを本県はもとより、首都圏全体に波及させるためには、交通網の整備が極めて重要であり、その基幹インフラとなる首都圏中央連絡自動車道（圏央道）の県内未開通区間の早期全線開通を昨年に引き続き要望するとともに、新たに北千葉道路の早期整備等について、千葉県及び県内関係 2 団体とともに平成 26 年 11 月 20 日（木）に国に対して要望活動を実施した。



西村国土交通副大臣への説明



麻生財務大臣への要望

[展開]

- 本協議会会長を要望者として、千葉県及び県内関係 2 団体（千葉県議会首都圏中央連絡自動車道推進議員連盟、首都圏中央連絡自動車道建設促進県民会議）とともに、国に対して要望活動を実施。

《要望内容》

- 圏央道の一日も早い全線開通を図ること。
 - ・ 神崎から大栄間については、平成 26 年度の開通目標に向け、確実に事業を進めること。
 - ・ 大栄から横芝間については、用地取得を確実に進め、事業を推進し、一日も早い全線開通を図ること。
- 北千葉道路の早期整備を図ること。
 - ・ 現在、国と県の協同で事業を実施している印西市から成田市までの区間については、一層の事業推進を図ること。
 - ・ 市川市から鎌ヶ谷市までの区間については、小室インターチェンジ以西を速やかに直轄管理区間とするとともに直轄事業として早期に整備着手すること。
- 住民の安全・安心に必要な道路整備の予算を確実に確保すること。

《要望先》

- ・財務大臣、財務副大臣、財務大臣政務官ほか
- ・国土交通大臣、国土交通副大臣、国土交通大臣政務官ほか
- ・県選出国會議員

計 67 件

[メディア露出] 2 件

- 新聞 千葉日報 (11/21)
- 読売新聞 (11/21)

[総括]

- 昨年から行っている圏央道に係る要望に加え、新たに北千葉道路の整備推進に関する要望活動を、千葉県及び関係 2 団体とともに、国等に対して行った。
この 2 つの道路は、成田空港の利便性の向上や成田空港の経済効果を首都圏全体に波及させるための基幹インフラであることから、今後も引き続きこうした取組を続けていく。

(5) 会員提案の募集・具体化

○ 会員提案の募集

圏央道等の交通インフラの整備進展と併せて、利便性がますます向上する成田空港を活用して、本県の経済活性化につながる取組として、他の会員との連携・協働により実現したいこと及び協議会事業全般についての自由意見を募集した。

募集期間：平成26年6月16日（月）～8月末日まで

提案状況：

- ① 他の会員との連携・協働で実現したいこと（8件（提案会員数7件）
 - ・成田空港利用者の乗り継ぎ時間帯を利用した県内観光の推進のための情報発信の充実
 - ・パークゴルフを観光資源として活用した成田空港国内線利用者の集客
 - ・空港内PRイベントの開催
 - ・成田空港内への県内商業施設・観光施設の常設ブースの設置
 - ・北千葉道路の整備促進に係る要望活動の実施
 - ・都心直結線構想の整備促進に係る要望活動の実施
 - ・食をフックした国内線利用者の相互増加と観光客誘致プロモーション
 - ・レンタカーを活用した地域ツーリズムネットワークの構築
- ② 自由意見件数（4件（提案会員数4））

○ 会員提案の検討・具体化（平成26年度事業への取り入れ）

平成26年度事業計画に位置付けられている以下の事業に、会員提案を取り入れ実施した。

- ・パークゴルフを観光資源として活用した成田空港国内線利用者の集客（札幌プロモーション）
- ・北千葉道路の整備促進に係る要望活動の実施（要望活動）

(6) その他

- 協議会の活動を広く広報するため、プレスリリースはもとより各種メディア媒体の利用や報道機関へのアプローチを展開することにより、メディアへの露出を積極的に図った。

《プレスリリース実績》 13件

(平成26年)

- 5月22日 「平成26年度成田空港活用協議会総会の開催について」
- 7月28日 「千葉県民向け成田空港利用促進キャンペーンについて」
- 10月1日 「首都圏・北関東の皆様に向けた成田空港利用プロモーションを展開します！」
- 10月6日 「国内線就航先（札幌）プロモーションの実施について」
- 10月7日 「成田空港のポテンシャルを生かして、ショッピングツーリズムでおもてなし！☆」
「学生の皆さん！ “やっぱ成田空港だよな！” って言わせちゃうアイデアを生み出して！」

- 11月4日 「国内線就航先（札幌）プロモーションの実施予定内容について」
- 11月10日 「国内線就航先（札幌）プロモーションの実施結果について」
- 11月20日 「中央旅券事務所にて自動化ゲート出張登録&成田空港利用プロモーションを実施します！【第2回】」
- 「香港人旅行者にレンタカー周遊ツアーの魅力を伝えます！」
- 「首都圏中央連絡自動車道及び北千葉道路の整備促進に関する要望活動の実施について」

（平成27年）

- 1月7日 「新成人よ！大志を抱け、成田空港から！！」
- 3月9日 「成田空港活用協議会 PRESENTS 学生アイデアコンテスト
～NRT Challenge2015～」

《広告等掲載実績》14件

（平成26年）

- 7月31日 佐賀新聞、中国新聞、四国新聞（空港利用促進）
- 10月11日 国際フェスティバル世界市パンフレット（空港利用促進）
- 10月26日 台湾テレビ（空港利用促進及び県内誘客）
- 10月30日 千葉大学祭パンフレット（空港利用促進）
- 11月1日 筑波大学祭パンフレット（空港利用促進）
- 11月2日 首都大学東京大学祭パンフレット（空港利用即品）
- 11月7日 北海道新聞タブロイド版（空港利用促進及び県内誘客）
- 11月7日 北海道テレビ（空港利用促進及び県内誘客）
- 11月22日 埼玉大学祭パンフレット（空港利用促進）

（平成27年）

- 2月1日 ちばぎん総研会員向け情報誌（セミナー開催報告）
- 2月20日 日刊工業新聞（協議会の紹介）
- 3月20日 ハイウェイウオーカー（圏央道延伸を絡めた空港利用促進）

《PR 媒体等の制作》

- ・協議会パンフレット 900部
- ・協議会クリアファイル 4,000部
- ・イベント配布用協議会ウェットティッシュ 2,000個
- ・成人式キャンペーン用配布チラシ 30,000部
- ・学生アイデアコンテスト来場者用チラシ 300部

- 協議会の会員向けにメール等での情報発信をさらに強化し、会員間における活動状況や成果の共有を図った。（平成26年度メール発信数42件）

- 会員が主催するイベントに対する後援や、会員によるプロモーションと連携・連動し、協議会及び協議会会員のPRを行った。
 - ・(株)幕張メッセの主催する JAPAN HALAL EXPO 2014 の後援
実施日：平成 26 年 11 月 26 日（水）、27 日（木）
会 場：幕張メッセ 国際会議場
 - ・地域振興連絡協議会が主催する国内線就航先イベントとの連携
- 会員による積極的な成田空港利用を促す取組として、国内線就航先（札幌）プロモーションと連動し、既存の旅行商品に特別割引を付加した会員向け旅行商品を作った。（再掲）