

◆ 事業の告知展開

- WebサイトおよびSNSなどで情報発信。
- 『「空の日」・「空の旬間」実行委員会』が運営する「空の日ネット」で告知したほか、自治体も告知に協力。

○ 掲載媒体:

- ・Webサイト(北海道エアポート・えんれいしゃ・日本航空大学校)
- ・SNS

北海道エアポート Facebook(フォロワー数約3.5万人)  
Twitter(X)(フォロワー数約1.3万人)  
AIRDO Facebook(フォロワー数約5.7万人)  
Twitter(X)(フォロワー数約2.4万人)  
Instagram(フォロワー数約2.4万人)  
日本航空大学校 Instagram(フォロワー数約5.5千人)  
TikTok(フォロワー数約2.3万人)

・空の日ネット~ <https://www.soranohi.net/>

※フォロワー数は2023年8月2日現在



空の日ネット HP



北海道エアポート空港 HP



日本航空大学校 Instagram



AIRDO Facebook



AIRDO X



えんれいしゃ HP



北海道エアポート Facebook



北海道エアポート X



AIRDO Instagram



千歳市 X

#### ④ まとめ

【各イベントの分析結果を踏まえた取組の方向性】

○職業観形成  
職業観を形成するための事業内容と企画にする必要がある。

【方向性】

- ・職業観の形成に資する内容とする。  
(例: 現場のやりがい、就職までのキャリア、展示への説明員の配置など)
- ・ターゲットの理解度に応じた内容とする。  
理解度の差が大きいので、ターゲットを絞り、年齢に応じた内容とする。

○連携体制  
自治体、航空会社、グランドハンドリング事業者、空港ビルなどの関係者の連携が必要。

【方向性】

- ・事業実施に係る目的の共有化を図る。(何のための事業かを確認)
- ・関係者の連携による事業内容の充実化を図る。(イベント間の連携)

○集客方法  
告知ルート、方法の多様化が必要。

【方向性】

- ・様々な告知ルートや方法で集客を行う。  
(例: 自治体を通じた学校などへの案内、同日に実施するイベント内容の集約化による参加の促進、SNS、ポスター、チラシなど多様な媒体を活用など)
- ・実施内容によってはターゲットを絞った告知を行う。(高校生向けなど)

○参加対象  
ターゲットの明確化が必要。

【方向性】

- ・事前のターゲットの絞り込みとそれに応じた事業内容の構成とする。

【取組のまとめ】

分類	メリット	デメリット
体験型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツに人気がある。</li> <li>・具体的な業務体験をすることで理解度、満足度が高い。</li> <li>・思い出に残る「特別な体験」をすることで、将来の職業形成に繋がりがやすい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定員に限りがあり、多くの参加者に対応する場合、運営/費用面のボリュームが大きくなってしまう。</li> <li>・参加者は一定の興味関心を持っている層のため、幅広い層へのPRは難しい。</li> </ul>
エンターテインメント型	<ul style="list-style-type: none"> <li>・興味関心がない層にも、「楽しさ」を通じて多くの方に航空業界を知ってもらうきっかけとなり、裾野を広げるPR活動ができる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験型とは違い、業務内容の揭示や説明が主体となるため、より深く業務の理解を広めることは難しい。</li> </ul>



【モデルの提示に向けて】

○(今回の結論)

体験型をメインコンテンツとし、エンターテインメント型の取組により相乗効果が得られる。  
体験型 - 「特別な体験」として思い出に残ることで、将来の職業形成に繋がりがやすい。  
エンターテインメント型 - 「楽しさ」を通じて航空業界を知ってもらうきっかけとなる。

従って体験型・エンターテインメント型のハイブリッドを基本とし、開催場所や実施事業者、対象者などに応じたモデルを提示する。

モデルのケース



### 3 モデルの提示

テーマ	
1.開催場所	A.空港で開催したい
	B.人が集まる場所で開催したい
2.事業実施者	C.複数の事業者で連携して実施したい
	D.航空会社が単独で実施したい
3.対象者	E.小学生に航空・空港を知ってもらいたい
	F.小学生に深く航空・空港を理解してもらいたい
	G.中・高生に航空・空港を好きになってもらいたい
	H.中・高生に航空・空港に夢中になってもらいたい
※【参考】予算規模	I.予算【高】で実施する場合
	J.予算【中】で実施する場合
	K.予算【低】で実施する場合



モデル A.空港で開催したい ～航空・空港の全部が分かる場所を提供～

○ 具体案

- ・空港の制限エリアやお仕事の裏側をみて知識を深める。  
(番外編として空港外にある企業や施設の見学)
  - ・展示やラリーはクイズなど楽しみながら学べる工夫。
- ※企画に統一の「テーマ」(ゲーム性)を設定し、学ぶ意欲を高める。
- 費用感:高  
(制限区域の要員確保、輸送車両手配、展示物制作など)

**タイムスケジュール例**

早 朝	滑走路ランウェイウォーク
8:00-9:00	空港で朝食
9:00-10:00	展示イベント
10:00-11:00	航空教室
11:00-11:20	お仕事ウォークラリー

① 滑走路ランウェイウォーク



② 航空教室



⑤ お仕事ウォークラリー



⑥ 展示イベント



【実施における工夫】

- ・空港で実施することの利点を活かし、空港を支える業務に従事する説明員の生の声や実際の作業風景の見学などを取り入れることにより、空港を支える業務に接する機会をつくる。
- ・複数メニューを実施することが可能なため、集客力は高いが、単体では職業観形成にアプローチすることが難しいメニューでも、空港を支える業務に触れられるメニューと組み合わせることができる。

モデル B.人が集まる場所で開催したい ～広くPRができる場所で開催～

○ 具体案

- ・多種多様な人が交差するチカホや、地域の子供が集まる自治体主催のお祭りなど、イベントでの出展。
  - ・学校などでの出前授業。
- 費用感:中～低(自社のコンテンツを活用)

**タイムスケジュール例**

開催中	出展
	・展示、お仕事体験のブース
	・記念撮影会
随 時	ステージイベント

④ お仕事体験



⑦ 記念撮影会



⑥ 展示イベント



⑧ ステージイベント



【実施における工夫】

- ・学校で実施する際は、ターゲットが明確であり、より職業観の形成を意識したメニューづくりを心がける。
- ・自治体のお祭りでは、ターゲット以外の集客も見込まれるので、多くの方が興味を引くコンテンツを用意した上で、関心を示した参加者に、コアなアプローチができるよう誘導ルート(お仕事体験)を用意する。

モデル C.複数の事業者で連携して実施したい

- 具体案
  - ・閑散期など、企業毎に余力のある時に「第二の空の日イベント」を開催。
- 費用感: 高～中 (展示の造作や制作物を折半してコストダウンも)



【実施における工夫】

- ・複数事業者で実施する利点を活かし、各事業者の役割分担を明確にして、広告方法、メニューの内容や難易度、メニューの組み合わせなどを幅広く設定し、職業観形成に繋がるコンテンツを提供する。
- ・各事業者の役割分担に加えて、各事業者の連携により経費削減や内容の充実、訴求力アップなどが行えないかを検討する。

モデル D.航空会社が単独で実施したい ～保護者が子供の夢、背中を押せる場所の提供～

- 具体案
  - ・子供たちだけでチャーター便を飛ばし、飛行機を飛ばすまでの業務を体験。
  - ・保護者がお客様役となり機内の実務を疑似体験。
  - ・記憶に残る機内での航空教室。
- 費用感: 高～中 (実施内容により費用削減も)

**タイムスケジュール例**  
※お仕事体験の例

14:00 参加者へ搭乗券配布  
14:30 保安検査 補助  
15:00 搭乗案内アナウンス  
15:30-16:30 遊覧飛行(航空教室)  
機内アナウンス 補助  
機内清掃 補助  
(ゴミチェック、シートベルトセット)

② 航空教室



④ お仕事体験



【実施における工夫】

- ・実施できる内容に限られるため、航空会社の知見などを活かし、職業観形成にどのようにアプローチしていくかを検討する。
- ・飛行機を活用したメニューを作り、機内だけでなく、空港を支える業務と絡めた一体的なメニューを意識。



モデル E.小学生に航空・空港を知ってもらいたい ~知るきっかけの場所を提供~

- 具体案
  - ・飛行機のが分からなくても楽しみながら学べる折り紙ヒコーキ教室。
  - ・友達みんなとの記念撮影会。
- 費用感: 低(自社コンテンツを活用)

**タイムスケジュール例**

10:00 折り紙ヒコーキ教室  
11:00 記念撮影会  
11:30 空港売店でグッズを買おう

③ 折り紙ヒコーキ教室



⑦ 記念撮影会



⑧ グッズ販売



**【実施における工夫】**  
 ・対象が小学生かつ航空業界を認知する導入部分になるため、まずは興味を引くコンテンツの用意を心がけるとともに、エンターテインメントとして終わらせるのではなく、学びの要素を盛り込むことで、効果的に認知してもらうよう意識する。

モデル F.小学生に深く航空・空港を理解してもらいたい ~学べる場所の提供~

- 具体案
  - ・空港の制限エリアでの特別な学びの体験。
  - ・折り紙ヒコーキを使って飛行機に関するいろいろなお仕事を知ろう。
- 費用感: 高  
(制限区域の要員確保、輸送車両手配など)

**タイムスケジュール例**

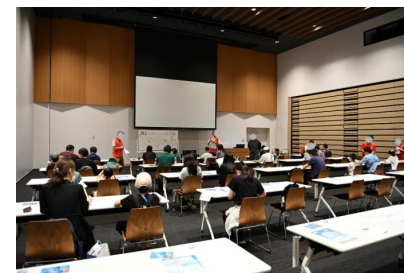
05:45 集合  
06:00-08:00 滑走路ランウェイウォーク  
08:30-09:30 折り紙ヒコーキ教室

解散後、空港内で親子で朝食をとり、空港滞在時間を延ばす。夏休みの思い出に。

① 滑走路ランウェイウォーク



③ 折り紙ヒコーキ教室



**【実施における工夫】**

- ・滑走路ウォークの前後に、折り紙ヒコーキ教室を開催し、滑走路の管理業務やGSE車両に関する説明をし、実際目で見ることで理解度をアップ。
- ・折り紙ヒコーキを使って、離陸から着陸までのシミュレーションを実施するなど、実際の仕事との関連についてイメージを持たせる。

- 具体案
  - ・航空・空港のお仕事ってどんな内容が知ろう。
  - ・自分に向いている空港のお仕事を見つけよう。
  - ・流行の心理テストで適正診断！（興味を引く）
- 費用感：中（展示物の制作やラリー内容の企画）

**タイムスケジュール例**

14:00 お仕事体験  
 15:00 お仕事ウォークラリー  
 ※心理テストで適正チェック  
 16:00 展示イベント

④ お仕事体験



⑤ お仕事ウォークラリー



⑥ 展示イベント



**【実施における工夫】**

- ・お仕事体験では、空港を支える業務に従事する説明員から仕事のやりがいを話し、将来をイメージしやすくする。
- ・お仕事ウォークラリーは、心理テストを盛り込んで、ワクワクする内容とする。
- ・展示イベントでは、広く業務を知ってもらいつつ、その後に繋げるため、空港を支える業務に従事する説明員を配置して、学生とのコミュニケーションを図る。

- 具体案
  - ・より専門的な理解を深める航空教室。
  - ・実際のお仕事を疑似体験。
  - ・学んだことを復習できるようなクイズ形式の展示。さらに深掘りできるコアな内容も。
- 費用感：中（展示物の制作、教材制作など）

**タイムスケジュール例**

14:00 航空教室  
 ※心理テストで適正チェック  
 15:00 お仕事体験  
 16:00 展示イベント

② 航空教室



④ お仕事体験



⑥ 展示イベント



**【実施における工夫】**

- ・モデル Gで楽しみながら学んだ生徒向けとして、以下のとおりカスタマイズ。
- ・航空教室では、就職までの進学や学科の説明、業務の魅力について説明。
- ・お仕事体験では、体系的な航空知識の習得を目指し、実際の仕事も見学。
- ・展示イベントでは、説明員を当てて業務のやりがいについて話をする。



○ 具体案

- ・滑走路ランウェイウォーク
- ・飛行機と綱引き(成田空港で実施)。
- ・みんなで大きな飛行機を引っ張ろう!

**タイムスケジュール例**

05:45 集合  
06:00 滑走路ランウェイウォーク  
飛行機と綱引き

解散後、空港内で親子で朝食をとり、空港滞在時間を延ばす。夏休みの思い出に。

① 滑走路ランウェイウォーク



飛行機と綱引き



(出典) 毎日新聞

【実施における工夫】

- ・滑走路の見学のみならず、綱引きや格納庫の見学により飛行機の大きさを体感させる。
- ・グランドハンドリング業務についても、GSE車両、航空灯火などの説明を通じて学ぶ。

○ 具体案

- ・ラリーイベント、展示、撮影会。
- ・制服を着用してクイズ付きのパネル展示に挑戦。
- ・ゴールできたらマスコットと記念撮影。

**タイムスケジュール例**

09:00 制服を着用  
09:30 展示イベント(ウォークラリー)  
10:30 記念撮影会

⑤ お仕事ウォークラリー



⑥ 展示イベント



⑦ 記念撮影会



【実施における工夫】

- ・展示には複数の説明員を配置。クイズ正答後の補足説明により理解を深める。
- ・ゴール証明書とクイズの復習ができる冊子を配布。自宅での振り返りをしてもらう。

【参考】モデル K. 予算【低】で実施する場合

- 具体案
  - ・子どもに人気のバトル要素を取り入れ、折り紙ヒコーキで主催者と対決。
  - ・ステージイベントとして対決を実施。

**タイムスケジュール例**

09:30 航空教室  
10:30 折り紙ヒコーキ教室  
ステージで飛行機バトル

## 4 報告会

② 航空教室



③ 折り紙ヒコーキ教室



⑧ ステージイベント



- 【実施における工夫】
- ・参加者が作った折り紙ヒコーキを使って、離陸から着陸までのシミュレーションも実施。
  - ・実際の仕事との関連についてイメージを持たせる。
  - ・ステージイベントの集客力を活かし、観客へ他のイベントへの流動を促す。

実施した施策・その効果検証、及び結果を踏まえ検討したモデル案について報告会を行った。

### 【開催概要】

開催日時: 2023年12月22日(金) 16:30~18:00

会場: 新千歳空港国際線ターミナルビル2階 新千歳空港ポルトムホール

開催形式: オンライン配信を行い、会場とオンラインのハイブリット開催

### 【式次第】

1. 開会のご挨拶  
～ 北海道総合政策部航空港湾局長 前川 様
2. 実施報告
3. 質疑応答

### 【会議の様子】



### 【参加者】

・36名(内 オンライン参加17名)

(内訳: 自治体関係者12名、航空会社2名、グランドハンドリング事業者4名、空港ビル関係者18名)

### 【参加者の方々のご意見】

イベントの告知については自治体でも協力できる。  
今回の「空の日」イベントは市内の大型催事と重なっていたので、事前に情報共有があれば日程を調整し、より多くの集客が見込めると思う。  
(自治体関係者)

告知展開について感謝する。今後も自治体様と協力・連携して行きたいと考えている。  
余談となるが、PRの場として祭に出店は可能か。  
(コンソーシアム・北海道エアポート)

地域のイベントでもブースの出店などしていただくことは可能。実際エアラインの方がブースを設けてのパンフレット配布などのキャンペーンを実施している。  
(自治体関係者)

市内のお祭りなどイベントとも連携し、地元を盛り上げていくことも重要なことだと考えているので、今後とも協力をお願いする。  
(コンソーシアム・北海道エアポート)

滑走路ウォークのようなイベントを実施したいが、やはり場内管理の人出がいる。よりよい方法についての検討に協力して欲しい。  
(空港ビル関係者)

人手不足については、共通の課題であるが、色々な事業者様が連携することで解決に繋がると考える。  
今般の報告会が一助になれば幸いである。  
(コンソーシアム・北海道エアポート)

遊覧飛行を過去別場所で開催したのを見たことがあるが、その際の子供たちのリアクションから、これが一番喜ばれるのではないかと考えている。資金・人出・機器運用など課題はあるが、効果は高いので検討して欲しい。  
(自治体関係者)

参加者へ費用を負担して頂く形になってしまうが、神戸空港ではスカイマークとして、富士山周遊フライトを行っている。  
周遊フライトにグランドハンドリング業務の説明・体験などを追加することは可能だと思うので、北海道版として周遊フライトを前向きに検討させていただく。  
(コンソーシアム・スカイマーク)

## 5 総評

### ■総評

空港を支える人材の安定的な確保のため、空港を支える業務の認知度向上や職業観の早期形成を図るうえでは、以下のようなことについて留意する必要がある。

#### 1 効果的な事業

- ・ターゲット(小学生・中学生・高校生)やフォーカスする空港を支える業務(グランドハンドリング業務、保安業務など)を明らかにして、当該業務の認知度向上と職業観形成に資する内容で構成すること。  
若年層は、年齢による理解度の差が大きいため、**ターゲットを絞り、年齢に応じた内容**とすることが、事業効果を高めるうえで重要。
- ・各空港において実施した事業については、**実施結果について分析**を行い、課題や改善点を洗い出すことで、**他空港へのより効果的なモデルの横展開が可能**となる。
- ・SNSなどを活用した効果的な告知により「集客」を高め、エンターテインメント型事業によって、「楽しさ」を通じて航空業界を知るきっかけを与え、現場体験など「特別な体験」によって職業観の形成深化を図るなど、「**集客**」×「**楽しさ**」×「**特別な体験**」の掛け合わせにより、空港を支える人材の創出・確保に繋げる。

#### 2 新規性のある事業

- ・常にターゲット層に効果的に訴求する必要があるため(次頁の図参照)、事業内容については陳腐化させず、モデルを参考とした**新たな取組や、事業規模の拡大、内容を充実**させるなどの必要がある。

#### 3 多様な主体が連携して実施する事業

- ・空港を支える人材の確保について地域の課題として認識し、何のために事業を実施し、どのような効果を企図するのかなどについて、関係者で共有する必要があり、**地域の自治体、航空会社、グランドハンドリング事業者、空港ビルなどによる連携**が必須。

事業の実施日程、告知方法、内容、地域内イベント間の連携など、多様な主体が連携して実施され、モデルで提示した取組などについては専門的知識・技術を有する主体の参画により内容が裏打ちされることが望ましい。

尚、集客は、告知ルート、方法の多様化が必要であり、自治体を通じた学校などへの案内、同日実施するイベント内容の集約化による参加の促進、SNS、ポスター、チラシなど多様な媒体を活用するなどの方法がありうる。

#### 【2024年1月2日に発生した羽田空港における航空機衝突事故を受けて】

乗客乗員に一人の犠牲者もなく旅客機から避難することができた今回の事故の対応をケーススタディとして、航空会社なども連携しながら、航空教室などを活用し、迅速で適切な避難などについて普及啓発を図ることは、航空便の利用に係る安全・安心の確保に向け重要であるとともに、空港を支える業務の認知度向上や業務への理解を深める上でも必要な取組であると考えらる。

例)航空教室・・・業務の安全性や日々の取り組みなどについても訴求  
救命胴衣の装着体験  
モックアップを利用した緊急脱出訓練



E社

D社

C社

B社

A社

効果的な事業

○集客方法:告知ルート、方法の多様化が必要

- ・SNSなどを活用した効果的な告知により集客を高める。
- ・告知ルート、方法の多様化が必要、自治体を通じた学校などへの案内、同日実施するイベント内容の集約化による参加の促進、SNS、ポスター、チラシなど

【新規性のある事業】規模拡大・内容充実

常にターゲット層に効果的に訴求する必要があるため、事業内容については陳腐化させず、モデルを参考とした新たな取組や、事業規模の拡大、内容を充実させるなどが必要

掛け合わせにより、空港を支える人材の創出・確保につなげる。

職業観の形成

→空港を支える人材を志す。

体験型

現場体験など「特別な体験」により職業観の形成に繋がる。

エンターテインメント型

楽しむことで、興味関心をもち、航空業界を知るきっかけを作り空港を支える人材の裾野を広げる。

ターゲット

- ターゲット(小学生、中学生、高校生)やフォーカスする空港を支える業務(グランドハンドリング業務、保安業務など)を明らかにする。
- 若年層は、年齢による理解度の差が大きいため、ターゲットを絞り、年齢に応じた内容とすることが、事業効果を高めるうえで重要。

関係者(自治体、航空会社、グランドハンドリング事業者、空港ビルなど)の連携による実施

○事業の実施日程、告知方法、内容、地域内イベント間の連携など