

■9月7日

AIR DO、8月旅客輸送実績、平均搭乗率81.3%、岡山線、神戸線も好調

AIR DOはこのほど、8月の旅客輸送実績(速報値)を発表した。これによると、全路線合計の搭乗者数は27万1,487人で、座席供給15.7%の増加に対し、旅客数は9.5%増加となった。全路線平均搭乗率は81.3%と、前年同月と比べて4.6ポイント低下した。

羽田路線では、全線で利用率が8割を超えた。また、新規路線も好調で、羽田—釧路線の利用率が83.1%、札幌—岡山線は88.2%(エア・ドゥ販売分のみ71.3%)、札幌—神戸線の搭乗率は88%(同77.1%)だった。

(日刊航空)9/7

<http://www.da-news.co.jp/xhp/today.htm> (-> <http://www.da-news.co.jp/xhp/today.htm>)

スカイマーク、成田—福岡線、神戸—鹿児島線運休、11月5日—30日

スカイマークは4日、成田—福岡線の2便と神戸—鹿児島線の1便を運休すると発表した。

期間は11月5日—11月30日。

なお、同路線とも同スケジュール期間は、それぞれ2便での運航を予定していた。

(スカイマークプレスリリース)9/3

http://www.skymark.jp/ja/news/news_130903.html (-> http://www.skymark.jp/ja/news/news_130903.html)

山形空港、庄内空港、台湾からの国際線チャーター便復活、

台湾の航空会社3社が10月、山形、庄内両空港にチャーター便計16便(8往復)を運航させることが5日、県などへの取材で分かった。県交通政策課によると、山形空港にはマンダリン航空と中華航空、庄内空港には遠東航空が乗り入れる。

台湾からのチャーター便は、昨年11月の復興航空以来。同社はここ数年、本県との関係を深めており、チャーター便の主力となっていたが、昨年末に雪の庄内空港で全日空機がオーバーランしたトラブルの影響により、運航基準を強化。冬季を含む10月から翌年4月までの間、滑走路が3000メートルに満たない両空港の使用を取りやめた。

(読売新聞)9/6

<http://www.yomiuri.co.jp/e-japan/yamagata/news/20130905-OYT8T01605.htm> (-> <http://www.yomiuri.co.jp/e-japan/yamagata/news/20130905-OYT8T01605.htm>)

大韓航空、小松—仁川線減便、冬ダイヤは週3便

大韓航空が冬ダイヤ(10月27日～来年3月29日)で小松—ソウル便を週3便に1便減らすことが6日、分かった。県空港企画課によると、竹島を巡る日韓関係の悪化や東京電力福島第一原発の汚染水漏れへの懸念などが影響したとみられるという。

利用者は05年度のピーク時で6万1885人だったが、昨年度は4万3926人に減少。今年4～8月の搭乗率は前年同期比8.5ポイント減の68.4%となっていた。

(読売新聞)9/7

<http://www.yomiuri.co.jp/e-japan/ishikawa/news/20130906-OYT8T01360.htm> (-> <http://www.yomiuri.co.jp/e-japan/ishikawa/news/20130906-OYT8T01360.htm>)

広島空港、2014年利用者数、全度比3.7%増、6年ぶりの増加

広島空港を昨年利用した搭乗者は265万1067人で、前年度比は3.7%増と、6年ぶりに上昇したことが県のまとめで分かった。国際線は主に中国路線の低迷で減少したが、東日本大震災の影響から回復しつつある国内線の増加が全体を押し上げた。

産経ニュースによると、24年度の国内線の搭乗者は230万4254人で、対前年度比5.0%(11万699人)増。前年

度は東日本大震災の影響で大きく減少していた。24年度は22年度と比べると3・5%(8万3437人)減で、まだ影響が残っていることが分かる。

路線別の対前年度比は、東京(羽田)線が2・5%(4万7136人)増の195万2951人▽成田線が26・2%(1万677人)増の5万1433人▽札幌線が24・9%(2万388人)増の10万2200人▽仙台線が57・2%(1万5165人)増の4万1682人▽沖縄線が13・4%(1万8401人)増の15万5229人—と軒並みアップした。

一方、国際線は34万6813人で、4・3%(1万5559人)減。上半期は順調に推移したが、夏以降に沖縄県の尖閣諸島をめぐる日中間の緊張が高まったことから、就航便数で国際定期便のほぼ半数を占める中国路線の利用が激減した。

中国路線は、昨年10月下旬に運休した大連・天津線が41・6%(7113人)減の9993人となったのをはじめ、大連・北京線は5・3%(2287人)減の4万338人、上海・成都線も3・5%(2925人)減の8万1393人となった。全体では8・6%(1万2316人)減の13万1724人だった。

その他の路線では、ソウル線が3・6%(3806人)減の10万2107人。23年10月に増便した台北線は2・7%(2321人)増の8万6839人、グアム線は8・2%(1232人)増の1万6216人だった。

(産経ニュース)9/7

<http://sankei.jp.msn.com/region/news/130907/hrs13090702060001-n1.htm> (->

<http://sankei.jp.msn.com/region/news/130907/hrs13090702060001-n1.htm>)

ニュージーランド航空、チャーター便を倍増、今冬29本

ニュージーランド航空は6日、ニュージーランドの夏季にあたる2013年12月～2014年3月に、29本のチャーター便運航計画を発表した。

これは、昨年夏に運行された14便、2800人に比べ二倍以上と、大幅な増加となる。29便の内訳は、15便が関西国際空港発、14便がそれ以外の8都市(仙台、静岡、名古屋、大阪、広島、松山、福岡、沖縄)空港発となっており、22便がクライストチャーチ、7便がオークランドへの直行便を予定している。使用機材はボーイング767-300ER。

(ニュージーランド航空 プレスリリース)9/6

<http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000015.000004270.html> (-> <http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000015.000004270.html>)

サービス関連: 英国航空への苦情をツイートで「宣伝」

(AFPによると)

いつまでたっても苦情に対する回答をよこさないカスタマーサービスセンターに、あなたが憤りを感じているなら、こんな斬新な手法を試してみてもどうだろう? マイクロブログのツイッター上に「苦情広告」を出稿するのだ。そうすれば苦情は世界中に広まり、否が応でも回答をよこさなかった会社の目にも止まる。

ソーシャルメディア関連の情報サイト「マッシュブル」によると、会社員でツイッターユーザーのハサン・サイドさんは、父親がブリティッシュ・エアウェイズに搭乗して荷物をなくしてしまった際、BAのカスタマーサービスに問い合わせた。だが返事をもらえず不満を募らせたサイドさんは、出稿した広告が自動的にツイートされる有料サービスを利用し、BAの対応への不満をつづった「広告」を英国とニューヨークに向けて発信した。

すると今月2日、ツイッターユーザーたちは、スニーカーや最新スマートフォンなどの広告に代わって「ブリティッシュ・エアウェイズでは飛ばない! このカスタマーセンターはひどい」というメッセージを受け取ったのだ。

このメッセージはブリティッシュ・エアウェイズだけでなく、米格安航空会社(LCC)ジェットブルー航空のマーケティング担当副社長マーティ・セントジョージ氏にも届いていた。同氏は、この戦略は「新しい潮流になる」と予測している。

このエピソードは、ガーディアン(Guardian)やテレグラフ(Telegraph)、英国放送協会(BBC)といった英大手メディアも、不満を抱く顧客にとって強力な武器となりうるものとして、こぞ取り上げた。

結局、ブリティッシュ・エアウェイズはサイド氏に謝罪し、荷物が届くよう取りはからうと約束した。

報道によれば、大西洋を隔てた英米に宣伝用ツイートを発信するためにサイド氏が支払った費用は、1000ドル(約10万円)だという。

(AFP)9/7

http://www.afpbb.com/article/life-culture/life/2966455/11298266?ctm_campaign=txt_topics (-> http://www.afpbb.com/article/life-culture/life/2966455/11298266?ctm_campaign=txt_topics)