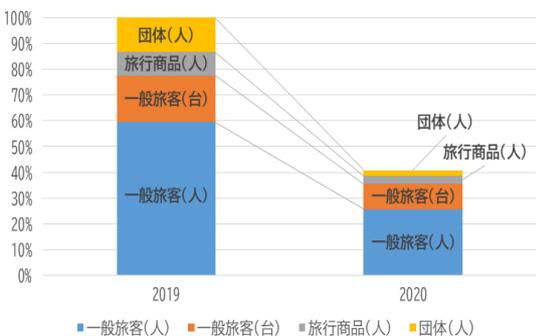


「さんふらわあ基準」の感染症対策とポストコロナの戦略

発表者:株式会社フェリーさんふらわあ旅客営業部

1. 背景と目的

前年比較(2019年vs2020年 1月1日~11月30日)



- ・年間で旅客人数は前年の4割程度に落ち込む。
- ・団体利用については1割程度の水準。
- ・一方で乗用車付きでの乗船の減少幅が比較的小さいことに着目

⇒密回避など感染リスクを考慮した需要があるのでは？



旅客需要の大幅な落ち込み



コロナ禍における船旅の在り方

マイカーごと乗船

他者との接触頻度が限定される「マイカー」旅



気軽に 関西⇄九州の移動中に宿泊。目覚めればそこは目的地。自宅からマイカーツーリズム感覚で現地滞在を満喫。 低価格で

船内における「密回避」×「船旅の魅力」

2. プロジェクトの内容

乗船後のアンケート

客観的なデータ分析



- ・1人旅など少人数での利用や、密を避ける為にフェリーを選んだことが明らかに！
- ・客観的なデータと実績を元に、顧客志向の変化を確実に捉える！
- ・1人当たりの面積が広いフェリーの特徴を前面に活かす取り組みを進める。

ポスターによる啓蒙とPR



客室TVやデッキを駆使した密回避のイベント実施



シングルユースキャンペーンの実施



「さんふらわあ基準」の感染症対策をHPやSNS等で情報発信



3. 効果

月別前年比

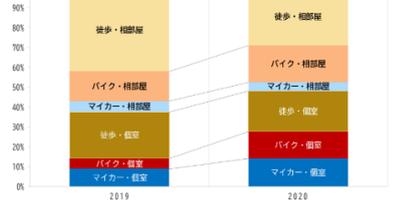


バイク130%

乗用車98%

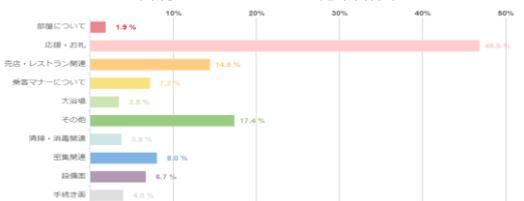
徒歩78%

2019年/2020年 10月~11月乗船割合比較 関西エリアにおける弾丸プラン利用者



- ・一般の旅客数に対して、乗用車やバイクの回復が早く秋には前年を上回る結果に。
- ・個室利用の比率も高まり、個室×バイクの割合は対前年で200%を超える(弾丸プランの場合) → 自粛の反動によるツーリング需要の増加 + GoToでの低価格化×密回避での個室需要UP
- ・旅客全体でも70%程度まで回復。

お客様のアンケートの分析結果

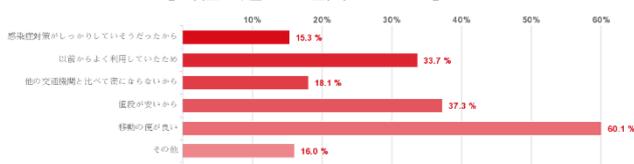


応援・お礼の比率

20年6月:39.2%

20年11月:46.9%

【当社を選んだ理由について】



→感染症対策や密を避けられる等のポイントも増加

4. 結論と今後の戦略について

今後も感染症対策の重視や個室志向は高まると考えられるため、他の交通機関と比べて安心してご利用いただける点を強調する。特にマイカー利用と個室利用は最も密を避けられる移動手段として訴求力が高いため、人との接触を極力避けマイクロツーリズム感覚での長距離移動を提案したい。今後もマーケティングとCS向上の両面からアプローチを続け、アフターコロナを見据えた戦略を加速させる。