

「JAL 新・JAPAN PROJECT」始動

～ 地域の声を聞きながら、地域と一緒に作る「地方の元気」～

2015年9月30日

第15126号

JALグループは、これまでの地域コラボレーション企画“JAPAN PROJECT”を進化させ、「観光振興」と「農水産物」をテーマとした「JAL 新・JAPAN PROJECT」を立ち上げ、地域と一緒に「地方の元気」をつくってまいります。

「JAL 新・JAPAN PROJECT」では、従来の地域プロモーション中心の活動に留まらず、旺盛な訪日外国人需要や国内の観光需要を地方に呼び込む取り組みも行います。人やモノの流れが地域の経済を活性化し、さらには、雇用の創出にも繋がって地方が活気づくような良い循環づくりをお手伝いしたいと考えています。JALが地域と一緒に、「地方の元気」をつくっていこう、という取り組みです。

具体的には、以下2点のテーマに取り組んでまいります。

1. 【観光振興】 ～前年比約50%の伸びを示す訪日外国人を地方へ～

- ◆「観光振興」では、単に情報発信に留まらず、これまで当社が手掛けてきた「JALホノルルマラソン」や「JALスカラシップ」のように、地域に人を集めたり、人財交流を促す企画の立案・運営ノウハウなどを活かし、国内外から足を運びたいくなるような地域の魅力を地元と一緒に開発・PRしていきます。
- ◆羽田空港政策コンテスト枠にて配分を受け増便した羽田＝山形線は、地元自治体との連携・協力の結果、増便前と比べて、お客さまの人数が260%に増えました。こうした地方との協業の取り組みを、観光開発にも発展させ、前年比約50%の伸びを示す訪日外国人需要のさらなる創出に繋げてまいります。
- ◆11月には、台湾と青森・秋田を結ぶ国際線チャーター便を運航し、海外からのお客さまを首都圏を経由せずに直接地方へご案内する取り組みも進めます。
- ◆国内線・国際線合わせて年間約4,000万人のお客さまや2,700万人のJALマイレージバンク会員ほか、さまざまなお客さまを対象に、世界26地域で展開している「JAL Guide to Japan」など、JALが持つコミュニケーションツールを最大限活用して、国内のみならず海外に対しても、いっそう効果的な地域プロモーション活動を推進してまいります。

Guide to Japan



2. 【農水産物の6次産業化(※1)】 ～地域のおいしい食材を発掘し国内外の各地へ～

- ◆「農水産物」においては、地域の特産物・おいしい食材をご紹介していくことはもちろんのこと、これらの商品化に協力します。また、各地の生鮮品を、航空貨物として定温コンテナ、または、日本郵便株式会社様と共同で開始した「クールEMS」にて、鮮度を維持したまま世界の皆さまにお届けします。さらには、グループ会社や提携会社も活用した販売促進、および当社自身での活用など、農水産物6次産業化を後押しすべく、地域と一緒に取り組んでまいります。

◆第1弾として、青森県とタイアップし、今秋から収穫が始まった青森県初の特Aランク米「青天の霹靂（へきれき）」を成田・羽田のJALファーストクラスラウンジ、サクララウンジにてご提供します。青森県が満を持して世に送り出す「青天の霹靂」のおいしさのご紹介、ブランド化をJALグループをあげてお手伝いします。



(※1) : 農業や水産業などの第1次産業が、食品加工・流通販売にも多角的に業務展開している経営形態になることを指す。

さらに、既報(※2)の福井県との人財交流のように、これらの取り組みを支える人の交流も拡大させ、地域の声を聞きながら、地域と一緒に「地方の元気」をつくってまいります。

(※2): 2015年5月14日付プレスリリース「JAL、福井県庁へ社員を派遣」(第15026号)参照
<http://press.jal.co.jp/ja/release/201505/003358.html>

少子高齢化社会を迎える中、我が国の経済が活性化し、豊かな社会を維持していくためには、地方が元気になって、人・モノが常に活発に移動する社会にしていかなければなりません。地方が元気になることによって、新たな航空需要が創出され、私たち航空会社の事業にも繋がってまいります。JALは、オリンピック・パラリンピック後も継続して取り組むべき長期的課題として、「企業価値を高め、社会の進歩発展に貢献する」という企業理念の下、日本の地域の活性化・「地方の元気」に積極的に取り組んでまいります。

その他の施策につきましても準備が整い次第、順次発表してまいりますので、今後も地域と一緒に取り組む、当社の「JAL 新・JAPAN PROJECT」にご期待ください。

JAL 新・JAPAN PROJECT



以上