

# JAL 新・JAPAN PROJECTの 1年を振り返る

地域と  
ともに

2015年9月にリニューアルしたJALグループの地域のための取り組み「JAL新・JAPAN PROJECT」。構想から現在に至るまで、どのように活動を推進し、実を結んできたのか。推進役の経営戦略部の矢崎昌二と芳川礼子がこの1年を振り返りながらご紹介します。



## ◆新しい地域創生のかたち

JALでは2011年から「JAPAN PROJECT」として、機内誌やホームページ、国内線の機内食での地元食材の提供を通じて、地域の魅力を発信してきました。この地域紹介の取り組みは、2016年10月の高知県特集で64回を数え、皆さまにご好評いただいております。2015年9月に

は、この地域紹介をさらに進化させ、「JAL新・JAPAN PROJECT」(以下、新JAPAN PROJECT)としてリニューアルしました。これは、「観光促進」と「農水産物の6次産業化(※1)」を柱として、地域と一緒に、地域の振興に取り組んでいく、息の長いプロジェクトです。

単に地域の名所や銘品の紹介にとどまらず、まだ知られていない観光資源や特産品を積極的に発掘・開発していきます。商品をJALが購入するだけでなく、外部への販路拡大にもかわり、バリューチェーン全体で支援することで、地域経済が活性化し、雇用が生まれ、定住人口を増やしていくことを目指しています。

日本は、少子・高齢化に伴って人口の減少が見込まれています。そうした環境下で、私たちは地域と一緒に人とモノの流れを活性化し、地域が元気になるような良い環境づくりのお手伝いをしたいと考えています。

この基本的な考えのもと、JALは新JAPAN PROJECTをさまざまな地域で推進しています。今回は、少しずつ成果の出してきた青森、宮崎、北海道での活動についてご紹介します。

## ◆青森との協業

青森県とのタイアップは、新JAPAN PROJECTとなった初めてのプロジェクトでした。青森県は、10年の開発期間を経て世に送り出した、同県初の特Aランク米「青天の霹靂」や、天然の染料として知られる「藍」を使った健康的なお菓子「あおもり藍フィナンシェ」という素晴らしい県産品を生み出しています。これらの県産品のPR・ブランド化については、青森県の皆さまとアイデアを出し合った結果、JALグループでは、機内やラウンジで開発秘話や背景をご紹介しながら提供するなど、JALならではの強みを活かしてPRに取り組みました。この協業の様子は多くのメディアに取り上げられていたが、売り上げも大きく伸び、それぞれ生産規模を拡大されると伺っています。地域の銘品のブランディング・販路拡大などをお手伝いする地元産品の6次産業化の取り組みも、良いスタートができたと言えます。



「青天の霹靂」



経営戦略部  
芳川 礼子(西日本担当)

しかし、プロジェクトはこれで終わりではありません。「藍」については今も、あおもり藍産産協同組合とJALによる共同開発製品を企画中です。「良いモノを、本物を求める人へ」知られていない銘品を、広く世の中へ」という志のもと、単発・短期間の企画で終わらせることなく、地域の皆さまと一緒に人々を呼び込み、製品を売って、地域の活性化に結び付けていきます。

さらに、モノ以外にも取り組みを広げていきます。地域での農林漁業体験型民泊の宿泊予約サービスを展開する株式会社百戦錬磨、収穫体験などを盛り込んだツアーを企画する株式会社農協観光との3社コラボレーションで、グリーン・ツーリズム(※2)をテーマとした「週末ふるさとTrip」のウェブサイトを立ち上げ、その最初の地域として、青森県七戸町をご紹介します。

このように「観光促進」「農水産物の6次産業化」の両面で青森県と協同して進めてきた取り組みをモデルケースとして、他の地域にも展開していきたいと考えています。

## ◆宮崎県の九州本格焼酎

日本の國酒といえど日本酒と焼酎。しかし残念なことに、海外では焼酎は日本酒に比べてまだまだ知られていないという事実があります。そこで、新JAPAN PROJECTでは九州本格焼酎にスポットライトを当て、ブランド化して世界に広めるお手伝いをさせていただいています。具体的には、焼酎の出荷量が日本一である宮崎県にて、同県酒造組合のご協力のもと公募を実施し、19歳元54銘柄の応募の中から、グランプリ3銘柄、準グランプリ3銘柄を選出しました。選ばれた銘柄は、作り手の思いをご紹介します。6月から8月の3カ月間、成田、



ラウンジでご提供した宮崎県の九州本格焼酎

(※2)グリーン・ツーリズム:農山漁村地域で自然、文化、人々との交流を楽しむ、特に欧州で普及している滞在型の余暇活動です。日帰りの場合から、長期的または定期的・反復的な滞在まで、さまざまなケースがあります。

(※1)農水産物の6次産業化:1次産業としての農水産業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業などの総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出すことです。

羽田両空港の国際線ファーストクラス・ラウンジ、同じく国際線サクララウンジでご提供させていただきます。

今後は、海外地区のラウンジにも展開し、日本の焼酎の素晴らしさを世界中の皆さまに知っていただくために、さらにプロジェクトを推進していきたいと思えます。

## ◆北の大地から

北海道とは、新JAPAN PROJECTの一環として2015年12月、包括連携協定を締結し、観光や食など、北海道ブランドを広めるお手伝いをしています。なかでも、国の観光立国ショーケース<sup>(※3)</sup>のひとつに指定されている釧路市とのコラボレーションに注力し、道東地域の観光促進に力を入れています。

その一例として、2016年7月、釧路市の皆さまの全面的な協力のもと有識者と地元関係者によるシンポジウムを開催しました。観光戦略立案に詳しいデービッド・アトキンソン氏(小西美術工芸社社長)、日本の地方経済の研究者 藻谷浩介氏(日本総合研究所 所長 研究員)、国土交通省より観光カリスマとして認定された大西雅之氏(鶴雅ホールディングス代表取締役社長)といった地域観光促進のスペシャリストであるお三方にパネリストとして参加いただき、釧路市を中心とした道東地域の観光促進策について議論して



2016年11月から12月に機内で放映予定の番組「里山カフェストーリー」

いただきました。ここで得られた示唆や課題をふまえ、道東地域の注目度を高める活動を推進していきます。

さらに、地域おこしに取り組む人々にスポットライトを当てた機内放映用の番組制作も進めています。道東地域の新たな魅力をたくさんの人に知っていただき、実際に足を運んでいただけるよう、観光資源の開発に努めていきます。

## ◆地域の皆さまとともに

これらの取り組みをいつでもご覧いただけるよう、2016年4月に専用ウェブサイトを立ち上げました。JALのホームページ

ジ(<http://www.jal.co.jp/>)の国内線トップページ下部に、書家の紫舟さんによるロゴ「新JAPAN PROJECT」のバナーを貼り付け、よりアクセスしやすいように工夫しています。ここでは、地域との取り組みの内容や観光名所・名産品について、わかりやすく紹介しています。

新JAPAN PROJECTは、本格的に着手してから1年と、まだ始まったばかり。これは、地域と協力しながら、長い時間を進めていくプロジェクトです。事実、今回ご紹介した例は、行政はじめ、地域の皆さまのご協力なしには実現できないものでした。今後も、地域の声を傾けながら、地域の皆さまとともに活性化に汗をかいていきたいと思えます。

これまで紹介してきたもの他にも、プロジェクトが着実に進行しています。「JAL新・JAPAN PROJECT」では、今後もさまざまな地域の皆さまとコラボレーションし、一緒に日本を元気にしていきたいと考えています。



経営戦略部  
矢崎 昌二(東日本担当)

(※3)観光立国ショーケース：国の日本再興戦略に基づき、多くの外国人旅行者に選ばれる観光地域を作り、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースを形成しようとするものです。