

2011年5月。新生JALスタートの翌月、一つの企画がスタートしました。「JAPAN PROJECT」——日本の各地にある「風景」「伝統」「文化」「食」「人」の素晴らしさを、日本各地・世界へ伝えるプロジェクト。JALグループが、再建の過程で多くの皆さまからいただいたご支援への感謝を形にする取り組みです。それは、私たち自身が日本の魅力を再発見する旅にもなりました。

再建のご支援への感謝を形に

2010年1月19日、JALは会社更生法の適用を受け、更生会社となりました。多くのお客さまや関係者をはじめ、社会の皆さまにご迷惑をおかけし、そのうえで皆さまからの多大なるご支援により、事業を継続させていただきました。

日本で生まれ、育てられた航空会社として、社会への私たちの感謝の気持ちを形にできないか。JALらしさや、JALが大事にしていきたいものは何か。改めて見詰め直した結果、一つの方向性を見つめました。「お客さまと地域をつなぐ、そして日本と世界をつなぐ」。それが、

「JAPAN PROJECT」のコンセプトです。「JALだからこそできること」「一過性の企画ではなく、取り組み続けられること」「地域と一緒に取組むこと」を重要なポイントとして、どのような方法で日本各地の魅力を国内外に伝えていくべきなのか、議論を重ねていきました。

JALグループとお客さまの接点をフル活用

機内誌やラウンジ・機内食など、お客さまとつながる接点を、JALグループは数多く持っています。これまでも、機内誌では日本各地の観光地や文化などを取り上げていましたが、単発の企画にとどまっていました。また、機内食では、地域の魅力を発信するという点では、工夫の余地が残っていました。

「JAPAN PROJECT」では、JALグループが持つお客さまとの接点をフル活用し、全社的に体系だって、月替わりで各地を紹介することにしました。ただし、航空会社の事業として地域を紹介するということは、単にプロモーション企画ではなく、お客さまへのサービス向上につながるということが前提となります。地域の素晴らし

さといつても千差万別。お客さまが知りたいことや各地が発信したいことも多種多様。これらを取りまとめて毎月、形にしていこうと「JAPAN PROJECT」です。

お客さまの声に熱心に耳を傾け、どんな情報を求めているのかを探る。地域へ何度も足を運び、どんな情報を発信したいのかを話し合う。こうして決まったテーマをもとに、機内誌・機内ビデオ・WEBでは日本各地のさまざまな魅力をお伝えする。機内食では各地の郷土料理や地域の名店プロデュースの魅力あふれる食をご提供し、空港ラウンジでも各地の特産品や文化をお届けする。

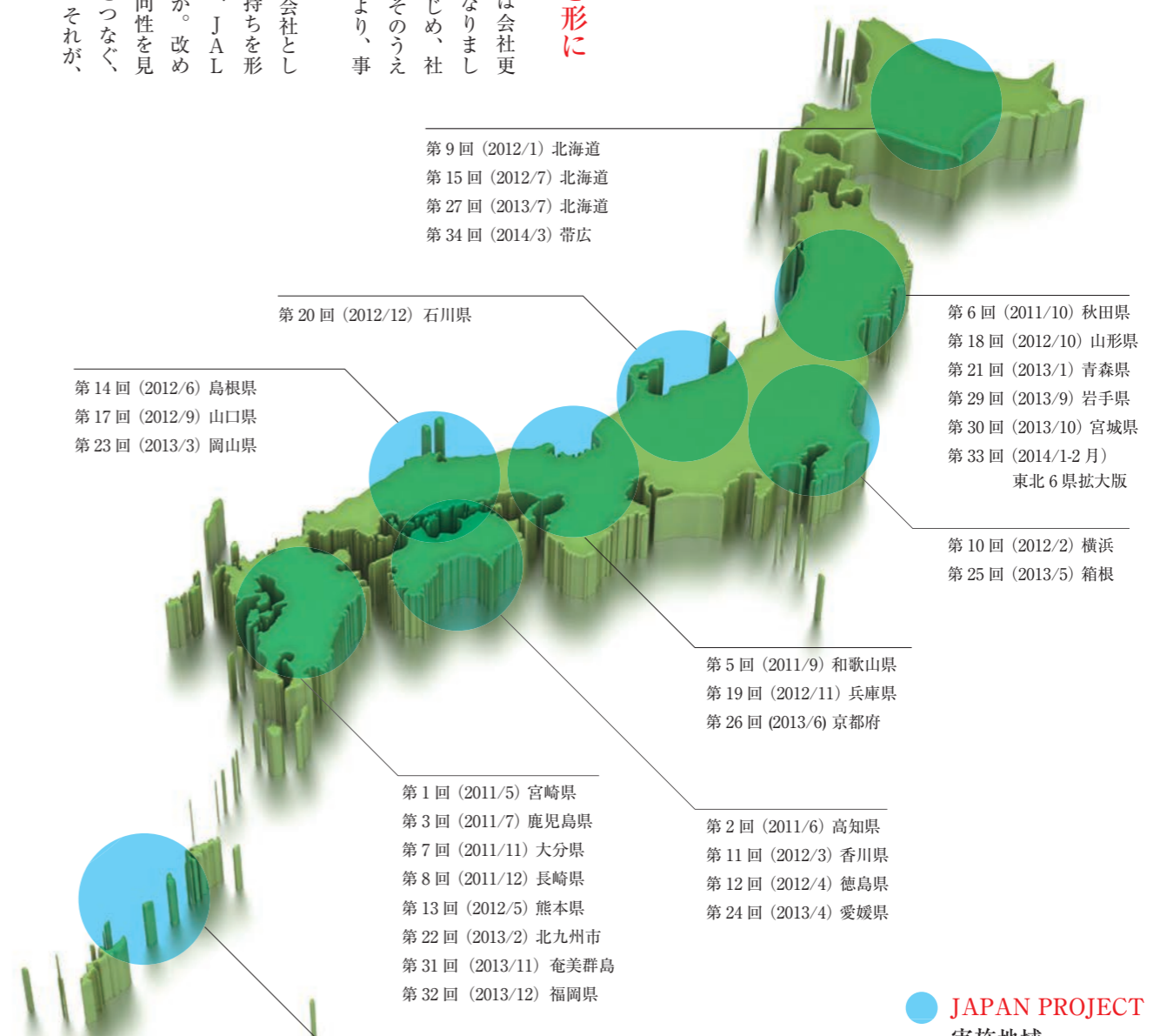
日本の素晴らしさを日本の皆さまに、そして世界へ発信するためのプロジェクトが、具体的な形になってきました。

困難に立ち向かっていた宮崎からプロジェクトがスタート

2011年5月、更生会社となってから1年4カ月後。ついに「JAPAN PROJECT」がスタートのときを迎えました。第一弾は宮崎県。前年から口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザ、そして、その4カ月前に発生した霧島山（新燃岳）の噴火という一連の災害により、地域経済や観光需要に大きな被害が発生していました。JALグループとして少しでもお役に立ちたいとの思いから、プロジェクトのスタート地に決定しました。

それから約3年間にわたって毎月、各地の魅力を発信し続けてきました。2014年3月で第34弾となり、取り上げた都道府県は27にも及びます。企画を継続するなかで中身も徐々に進化してきました。スタート時は機内誌・機内ビデオとホームページでの展開のみでしたが、現在では、機内食（国内線ファーストクラス・国際線ビジネスクラス）での地域食材の利用やご当地料理のご提供、空港ラウンジでの特産品紹介、SNS（ソーシャル・ネットワーク）による発信も進んでいます。

「AGORA」の「おはよう、朝ごはんの街 新食肉の風物詩」や「帯広」の「帯広」など、さまざまな地域を紹介しています。



JAPAN PROJECT 実施地域

CSR Pickup

お客さまと地域をつなぐ、そして日本と世界をつなぐ

JAPAN PROJECT

ジャパンプロジェクト
Since May, 2011



「岩泉短角牛」「南部地うり」「安家地根」「南部一郎かぼちゃ」……。普段あまり耳にすることのない岩手県の食材で、素

地域と一体になってこそ

「岩泉短角牛」「南部地うり」「安家地根」「南部一郎かぼちゃ」……。普段あまり耳にすることのない岩手県の食材で、素

提供しました。羽田空港のラウンジでは、福岡県の9種の銘菓や10種の銘酒を日替わりでご用意し、お客さまをにぎやかに迎えました。



福岡地区販売部
法人販売グループ
河端 信也

老舗ホテルの総料理長や、創業100年を超える造り酒屋や和菓子店の責任者など、普段の業務ではお会いしないような方々とも接することができました。

地元への貢献の機会はすぐにやっつけます。新たにお付き合いが生まれた方々が県内でイベントを実施することになったのです。より多くの方に地域とイベントを知ってもらうために、イベント連動キャンペーン企画や、空港や旅行会社さま・お取引先さまでのポスター掲示など、告知強化を自ら中心となって進めました。「空港から遠く離れた地域にまで足を運んで、協力してくれている」といった感謝の声をいただいています。こうしたつながりがさらに強固になることで、継続的

材の味を活かした素晴らしいフレンチを作り上げたシェフがいます。岩手県奥州市にあるフレンチレストラン「ロレオール」のオーナーシェフ・伊藤勝康さまです。2013年9月に取り上げた岩手県で、国内線ファーストクラスの機内食（夕食）をご監修いただきました。

「JAPAN PROJECT」では、「地域とJALが一体となつてつくり上げる」ということを何よりも重視しています。伊藤シェフには「地域の隠れた魅力を発信して、地域活性化に貢献したい」という趣旨にご賛同いただき、個性豊かな現地食材を数多く使ったメニューをご提案いただきました。地域を知り尽くした伊藤シェフならではのメニュー。JALが企画を主導するだけでは、絶対に実現しえないものです。私たちも、これまで知りえなかった地域の魅力を、再発見させていただきました。

このメニューは、お客さまからも高い評価をいただきました。その機内食を召し上がったお客さまが、岩手の魅力に興味を持ち、実際にロレオールにご来店されたそうです。伊藤シェフは「生産者の方々の思いを料理にしてお客さまにつなぐことが、我々料理人の大きな仕事。岩手の食



材を機内食のメニューにたくさん反映してもらったことで、生産者の方々も励みになると本当に喜んでいます。一つ一つの積み重ねが、岩手、そして東北をさらに元気にしていくのだと思います」と語ります。地域とJALが相互に協力し、その地域の素晴らしさを広く伝えていくことで、新たな需要を生むきっかけとなりました。

担当地域への思いをさらに強く

黒田武士の志を今に……。2013年12月は、2014年の大河ドラマの主人公・黒田官兵衛のゆかりの地である福岡県を取り上げました。国際線ビジネスクラスでは、「青高菜漬け」や「おきゅうと」などを使って、郷土料理をイメージしたメニューをこ



に地域の魅力を発信する機会が増えています。

日本で生まれ、日本に育てられた航空会社としてこれからも

「JAPAN PROJECT」は、完成形ではなく、まだまだ発展途上の企画です。国際線ビジネスクラスの機内食「ご当地御膳」も、各地の食材や郷土料理などの魅力をさらに広く発信するため、2013年9月からは、「JAPAN PROJECT」と連動したメニュー内容にするなど、企画は進化してきています。

2014年1月と2月は、JALグループのCSR活動の一環として2013年6月からスタートした「JAL東北応援プロジェクト「行こう！東北へ」と連動し、「JAPAN PROJECT」として初めて、2カ月連続で東北6県を横断的に取り上げました。国内線の全クラスで東北の茶葉をご提供し、それまでの東北各県での「JAPAN PROJECT」で培ってきた各地のメーカーさまなどとのつながりを活かして多種多様な銘酒・銘菓を取り揃え、日本全国の空港ラウンジでご提供し、郷土の味くらべを楽しんでいただきました。また、東北への興味・関心を引き起こすための象徴として、お客さまの顔写真



Facebookのアイコン（顔写真）でデザインされた特別塗装機