

明日の空へ、日本の翼

明日の翼

| Vol.03 | 2014 |



JAPAN AIRLINES

Hot Issues

2000万人の高みへ――。

日本政府観光局 (JNTO) 理事長 松山 良一氏

2000万人とJAL

ジャーナリスト 貫井 健氏



素晴らしい日本を、海外のお客さまにも

ごあいさつ

この度、新しいJALが何を考え、どのような取り組みを行っているのかを多くの皆さまに知っていただくために、広報誌「明日の翼 Vol.3」を発行させていただきます。

2020年オリンピック・パラリンピックの東京開催を追い風に、同年までに訪日外国人旅行者数2000万人を達成するという目標に向け、日本全体で海外からのお客さまをお迎えする、さまざまな取り組みが進められています。

2013年には、訪日外国人旅行者数が初めて1000万人を突破し、今年に入ってもその数は順調に伸びています。

当社便をご利用される海外からのお客さまも年々増加しています。

オールジャパンでの取り組みが進むなか、JALグループがその目標達成のために果たすべき役割は、大きいと考えています。

日本で生まれ育った航空会社として、“おもてなし”を武器に、日本の魅力を海外へ積極的に発信してまいります。

まずはこの素晴らしい日本に多くの方にお越しいただけるよう、そして日本での快適な滞在をサポートさせていただき、再び日本にお越しいただけるよう取り組みを進めていきます。

私どもは、多くのご理解とご支援を賜った皆さまへの感謝の気持ちを忘れることなく、世界で一番お客さまに選ばれ、愛されるエアライングループを目指し、挑戦してまいります。

引き続き変わらぬご愛顧とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

Contents

- 02 Contents
- 03 **ごあいさつ** 日本航空株式会社 代表取締役社長 植木 義晴
素晴らしい日本を、海外のお客さまにも
- 04 **Hot Issues** 日本政府観光局 (JNTO) 理事長 松山 良一氏
2000万人の高みへ
- 08 **ジャーナリスト** 貫井 健氏
2000万人とJAL
- 12 **Flight**
女性の働きやすさ
- 18 **CSR Pickup** JAL × コベルニク
人をつなぐ、世界を結ぶ。プロジェクト
- 22 **空港探訪** 6分半がつなぐ島

発行所 | 日本航空株式会社
企画・編集 | 広報部
電話: 03-5460-3101
住所: 〒140-8637 東京都品川区東品川2-4-11
ホームページ: <http://www.jal.com/>



日本航空株式会社
代表取締役社長
植木 義晴





2000万人の高みへ

訪日外国人旅行者数の異次元の目標

2013年、訪日外国人旅行者数は史上初めて年間1000万人を突破しました。2014年、政府が打ち出した目標は、2020年に2000万人。日本では、まだ誰も見たことがない高みを目指すこととしています。これまでとは次元の異なる目標を達成するため、何をすべきか。戦略推進のエンジンとなる日本政府観光局（以下、JNTO）の松山良一理事長に、成功のカギを語っていただきました。



日本政府観光局（JNTO：独立行政法人 国際観光振興機構）理事長 松山 良一（まつやま りょういち）

1972年東京大学経済学部卒業、同年三井物産入社。1995年にイタリア三井物産社長に就任し、1995年から1997年まで在イタリア日本人商工会議所会頭。2004年に米国三井物産副社長。2008年に駐ボツワナ日本国特命全権大使、南部アフリカ開発共同体（SADC）日本政府代表を務めるなど海外経験が豊富。2011年より現職。

日本の観光ブランドと潜在力

2013年については訪日外国人旅行者数1000万人という目標を達成することができました。JNTO創立50周年目となる2014年は、各月で前年比2ケタ増のペースで伸びており、年間でも過去最高の1200万人を達成できる見通しです。2020年の2000万人という数字は、十分に達成可能だと考えています。

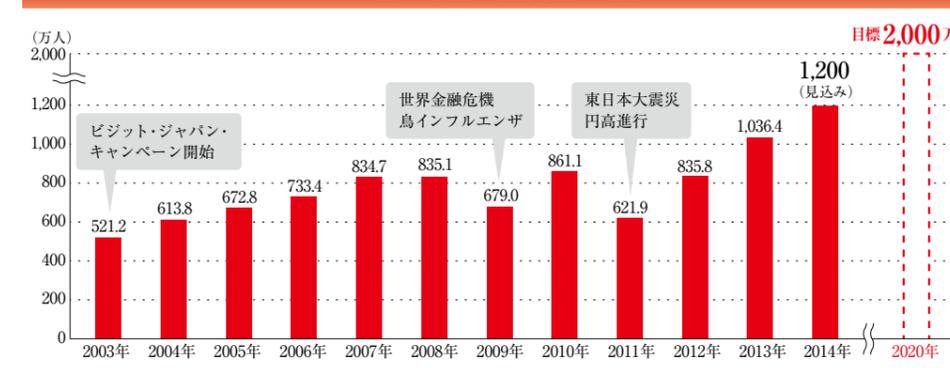
ここまで訪日外国人旅行者数が伸びているのは、円高の是正やビザ緩和などの要因とともに、航空産業をはじめとする観光産

業が同じ目標に向かって、ひとつにまとまってきたことが非常に大きいと思います。国内の観光産業の経済規模は、実は建設業に匹敵します。観光産業は日本の基幹産業といってもよく、業界がひとつにまとまって力を発揮し、さらに活性化することのプラスの影響ははかりしれません。また、日本国内の旅行消費額のうち、9割以上を日本人が消費しています。外国人旅行者が消費している金額の割合は全体の1割にも届いておらず、それだけ伸びしろが大きく、観光産業の経済規模はこれまでに伸びる可能性を持っています。ここを伸ばしていくためには、観光産業が外に目を向け、外国から観光客に来てもらう工夫をしなければなりません。

伸びしろが大きいことを違う角度から示すデータもあります。アメリカのブランドコンサルティング会社がに行った調査では、日本の観光ブランドはイタリアに次いで2位になりました。これは、年間8000万人もの観光客が訪れるフランスよりも上の順位であり、世界の人々が日本に非常に良いイメージを持っていることがわかります。一方で、実際に日本を訪れる観光客の数は世界

で27位に過ぎません。つまり、日本は「いつかは行きたい国」ですが、「今、行きたい国」になっていないのです。このギャップを埋めるため、さまざまな施策を実行することが、JNTOの役割だと考えています。

訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人旅行者の現状 ~ブランド力とのギャップ~

観光ブランド*		世界各国・地域への外国人訪問者数 (2013年)	
順位	国/地域名	順位	訪問者数(万人)
1	イタリア	1	フランス (8,302)
2	日本	2	米国 6,977
3	フランス	3	スペイン 6,066
4	スイス	4	中国 5,569
5	米国	5	イタリア 4,770
		6	トルコ 3,780
		10	タイ 2,655
6	カナダ	11	マレーシア 2,572
7	ドイツ	12	香港 2,566
8	タイ	19	マカオ 1,427
9	モーリシャス	22	韓国 1,218
10	オーストラリア	23	シンガポール 1,190
		27	日本 1,036

*フェューチャーブランド社 (米国のブランドコンサルティング会社) 「カントリーブランドインデックス (国家ブランド指数)」 (2012年~2013年) ランキング

※: アジア (暫定順位、未発表の国は前年値)

必要なのは、自信と誇り

2000万人という目標を達成するためのJNTOの活動の指針となるものが、2014年6月に政府が打ち出した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」です。これは、

- ①「2020年オリンピック・パラリンピックを見据えた観光振興」
- ②「インバウンドの飛躍的拡大に向けた取り組み」
- ③「ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化」
- ④「世界に通用する魅力ある観光地域づくり」
- ⑤「外国人旅行者の受け入れ環境整備」

⑥「MICE（国際会議など）の誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み」

の6つの柱からなっており、目標達成のために大きな方向性を出すことと、民間が力を発揮するために障壁になっていることを取り除こうという内容となっています。

世界に通用する魅力ある観光地域づくりをするためには、従来の東京・京都中心の定番観光地だけではなく、素晴らしい日本の地方の魅力を発信していくことが重要になります。そのためにも、外国人視線を意識する必要があります。以前、ASEAN



の各国政府の観光関係者を招いて、東北の観光地をバスでご案内しました。果物狩りや温泉旅館などにお連れして、最後に何が一番良かったかお聞きしたら、なんとバスから見た田園風景だと言うのです。日本人にとっては見慣れた光景でも、外国の方から見れば素晴らしいものはたくさんあります。もっと自信と誇りを持って、自分たちの良いところを再確認することが、とても大事です。

切り札は、「捨てる勇氣」

再認識した魅力をどうやって世界にアピールしていくのか。これには、「捨てる勇氣」が必要です。ねらったターゲットに、何をイメージしてもらいたいか。そのためには、ほかの魅力を思い切って捨て去り、ひとつに絞ってしっかりとアピールしていくことが重要です。すると定着していった、かえって多くの魅力を伝えることができるようになります。

例えば、長野県の地獄谷のスノーモンキー。雪のなか、ニホンザルが気持ちよさそうに温泉につかっている写真



や動画を見たことがある方も多いのではないのでしょうか。外国人観光客にとっても人気があつて、彼らはスノーモンキーを目当てに大勢やってきました。そして実際に来てみると、温泉はもちろん、食もあつてスキーもあるという新たな発見と感動があるわけです。

こうした発見と感動を口コミで伝えるときに、大きな力を発揮するのがSNS（ソーシャル・ネットワークキング・サービス）です。ただ、外国人旅行者に日本を旅行中に困ったことをたずねると、無料の公衆無線LAN環境を挙げる人が最多となっているほどで、手軽にSNSを使える状況にはまだなっていないません。JALがNTT東日本と連携して外国人短期滞在者向けに無料Wi-Fiサービスを提供していますが、これは意義深い取り組みです。このように受け入れ環境を整備して旅行中の満足度を高めることが、リピーターの増加につながると思います。

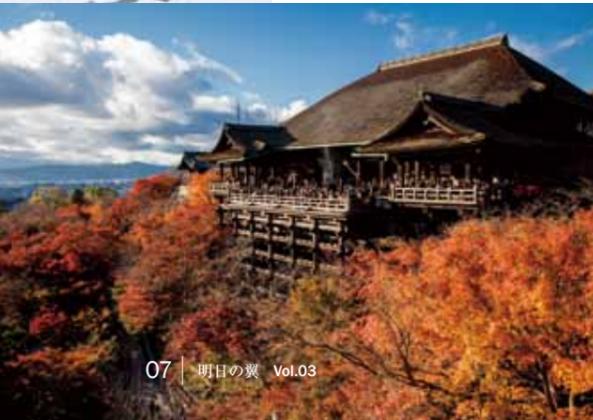
オールジャパンで目標の達成を目指す

訪日する旅行者の9割以上は飛行機でやってきます。2000万人とも

観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014（観光立国推進閣僚会議にて決定）

- ①「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興
 - 開催国としての国際的注目度を活かした訪日プロモーション文化プログラムを活用した日本文化の発信
 - 開催効果の全国への波及
 - バリアフリーの加速
- ② インバウンドの飛躍的拡大に向けた取り組み
 - さまざまな業種の参画による新たな取り組み創出
 - 訪日プロモーションの戦略的拡大
 - JNTOを訪日プロモーション実施主体とした体制整備
 - オールジャパン体制による連携の強化
- ③ ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化
 - 戦略的なビザ要件の緩和
 - CIQ（税関や出入国管理事務所など）に係る体制整備
 - 外国人長期滞在の促進
- ④ 世界に通用する魅力ある観光地域づくり
 - 多様な広域ルートの開発・提供と発信
 - 和食文化の発信、農村漁村での滞在促進
 - 観光振興による被災地の復興支援
- ⑤ 外国人旅行者の受け入れ環境整備
 - 免税制度の拡充を契機とした免税店の拡大
 - 無料Wi-Fi、決済環境の整備促進、多言語対応の強化
 - ムスリム旅行者への適切な情報提供
 - 安全・安心の確保（災害や病気・怪我への対応）
 - 観光案内拠点・観光ガイドなどの充実
- ⑥ MICEの誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取り込み
 - MICE（国際会議など）に関する取り組みの抜本的強化
 - IRについての検討
 - ビジネスジェットの利用環境整備

なるとニーズはこれまでよりも多様化することでしょう。最近の訪日旅行市場の傾向を見ると、全体的に個人旅行が増えており、特に中国や東南アジアからは団体旅行だけでなく、個人旅行者の数が急激に拡大しています。また、富裕層も増加している一方で、徹底的にコストにこだわる旅行者もおり、二極化の傾向が見られます。航空産業には、これらのニーズにあった商品・サービスの提供や新しいネットワークの構築・拡大を行っていただきたいと思えます。JALについてはサービスのレベルは非常に高いので、今まで以上に観光客の視点に立ったサービスを提供して、ニーズをつかんでほしいと思います。また、月替りで日本各地の魅力を紹介する「JAPAN PROJECT」や、訪日外国人向け情報案内サイト「JAL Guide to Japan」など、素晴らしい取り組みをしています。さらに一歩進むために、JNTOも含めたさまざまなパートナーと連携して、相互に補完しあつてより良いものを作ってほしいと考えています。観光産業は基幹産業だという気概を持ち、オールジャパンで観光立国の実現に向けて取り組んでいきたいと思っています。



2000万人とJAL

訪日外国人旅客 2000万人の達成に向け、JALはどんな取り組みをしているのか。空港や機内、営業の最前線で働いている社員の仕事ぶりをレポートする。

ジャーナリスト 貫井 健 (ぬくいけん)



た航空会社は残念ながらJALではなかったが、利用客はとても感謝した。それではJAL独自の顧客サービスとは何だろうか。

「お客さまの横に立って悩み、笑い、泣くことではないでしょうか。自分の家族と同じ視線で見て言葉をかける。一瞬一瞬の言動と、心から一言かけることが大事だと思います」

これはすべての職場・業種に通じるサービス精神の原点だろう。同時に彼女の言葉の裏には、空港スタッフは日々たくさんの人々と厳しい真剣勝負を行っているとの自負がある。

JALは2010年1月19日、会社更生法の適用を申請し事実上倒産した。だが関係者の多大な支援と残った社員たちの真剣な努力で、2年8カ月後には東証1部市場へ復帰することができた。

そして同社の伝統である品質の高いサービスも途切れなかった。

「新しい会社としてスタートした時、『JALフィロソフィ』を制定しました。その基本は『人間として正しいことをする』です。これを全社員が共有し心を一つにしてお客さまに最高のサービスを提供していく。このことをいつも考えながらお客さまに愛される会社を作り、おもてなしをしています」

基本は「お客さま第一」に徹すること

例えばこんなケースがある。予約客が搭乗時間になってもなかなか現れない。刻々と時間が経つにつれ空港スタンプも内心焦ってくる。そして息を切らせて本人が駆けつけてきた。

「こんな場面では私たちも『急いでください』とか『もっと早く来てくださいね』などと言いたくなります。でも逆の立場から考えればお客さまはとにかく急いできてくれたのですから、『良く来てくださいました』と感謝の気持ちを伝えることが大切です。私たちは機械ではなく、人として接することを忘れてはいけません」

顧客サービスの維持向上はどの会社でも最重要テーマだが、空港企画



私たちは機械ではなく、人として接する

す」。教科書的発言と揶揄するのは簡単だが、確かな経験に裏打ちされた言葉には淀みがない。

心を尽くして満足度100%を目指す

JALの究極のおもてなしは機内で発揮される。搭乗口で最初のお客さまを迎え入れた瞬間から着陸後に最後のお客さまを送り出すまで、客室乗務員は最高のサービスを提供すべく全力を尽くす。

「弊社のおもてなしの本質は、心を尽くすことだと思います」

凛とした表情で語るのは客室品質企画部客室教育・訓練室サービス訓練グループの高橋郁子チーフキャビンアテンダント(1992年入社)。

長らく活躍してきただけに言葉にキラがある。

心を尽くすとはどういうことか。「例えばお客さまにお飲み物を提供している時、『もういいです』と言われる場面があります。それを額面どおりに受け取っていいのか、あるいはそれはいいから別のものをと言っているのかを考えます。最初に交わした言葉で終わらないことが大事なのです」



部教育サポート室の大石典子チーフ(2001年入社)はJALの基本方針を

明確に語る。どんな場面でも「お客さま第一に徹する」ことだ。

2年前の冬、荒天で北海道便が相次いで欠航に追い込まれたことがあった。羽田空港のロビーは待ち続ける国内外の利用客であふれた。やがて運航再開となり臨時便も飛ぶことになった。

「お客さまのなかに、たくさん荷物を抱えた外国籍の方がおられたことに気が付きました。臨時便のお知らせが伝わっていなかったように思えたので、ロビーに探しに行ってお知らせしました」

その人は初めての日本旅行だった。直ちにチェックインして無事に出発することができた。搭乗する直前、その乗客は再びカウンターを訪れ、「より日本が好きになりました。またJALに乗りますね」と、彼女に伝えにきたという。このケースは国籍や人種・ハンディキャップがあっても特別視せず、一人のお客さまとして公平に接するという姿勢を示したものだ。



乗務員一人一人が心を鍛える

これはかなり難しい問題だ。欧米路線の場合、飛行時間は10時間を超え、300名前後の乗客を15名ほどの客室乗務員でカバーしなくてはならない。ファースト・ビジネス・エコノミーという顧客の違いや狭い空間のなかで、緊張感とストレスを感じながらもすべての乗客に「心を尽くす」とは大変なことだ。客室乗務員は容姿端麗で微笑んでいればいいのかという話ではない。

「JALのおもてなしは千利休の茶道精神がベースとなっています。そして乗務員一人一人が心を鍛えることで、お客さまにしっかりと乗務員の気持ちを伝えることができる。もちろん国際線はチームで仕事をします。時を変え人を替えながらチームワークでお客さますべてを見ていくのです。目標は顧客満足度100%の達成です」

お客さまの横に立って悩み、笑い、泣く



JALのおもてなしの核心は、利用客への思いやりがとても厚いことだ。わかりやすくいえば「自分の家族だったら」と考える。

「今日、娘がオーストラリアから帰国するのはわかっているがどの便なのかわからない。何とかならないかと、ご両親から相談されたことがありました。勤務時間が終わるころでしたが、弊社だけでなく外国社の到着便を一緒になって探して、2時間ほど経つてようやく出口から出てきた娘さんを見て大喜びしました」

6年ほど前の成田空港での出来事を感慨深そうに語るのは、空港企画部教育サポート室黒崎雅美マネジャー(1993年入社)。娘さんが利用し

自分の家族と同じ立場で考える





ただし客室では時として異常な事態が起る。出発前の安全点検で乗客が椅子を倒したままとか、泥酔して騒ぐことなどである。

「そんなとき、乗務員はどうしても高圧的になりがちです。ほかの乗客の方のご迷惑になりますと必死に話しかけます。でもできるだけ冷静に、丁寧に語りかけて説得していくことが大事なのです」

国内初の無料WiFiサービス

一方、営業現場では「2000万人達成」に向けて新しい動きが本格化してきた。来日する外国人旅客は

サービスの中身を しっかりと 充実させる



らえる。従ってそこまでの道をつけるのがわれわれの仕事です」

そのための対策として、個人のお客さまに焦点をあてたわかりやすい運賃の設定や、話題性のある地点（空港）とを適切に結ぶチャーター便の活用、世界的に高い評価を得ている定時性を反映した運航ダイヤなど、同社の総力を挙げた取り組みを展開するという。

課題は欧米からの顧客増加である。世界の主要航空会社は3つの航空連合（アライアンス）に分かれてのぎを削っている。

「外国のお客さまのニーズをしっかりと把握したうえでサービスを提供していきます。アライアンスを活用して弊社の認知度をもっと高めてもらう。また中国・アジアからの旺盛な需要を取り込みつつ、訪日ビザの取得要件が緩和されるインドネシアやインドにも注目して取り組んでいきます」と明確に語った。

新たなゴールドエンルートを開拓へ

JALの旅客収入の構成比を見ると国際線47.3%、国内線52.7%と国内線比率が若干高い（2013年

昨年初めて年間1000万人を超えて過去最高となり、今年も1〜7月までに700万人を超え年間では1200万人程度に達すると期待されている。

だが来日外国人旅客にとって不満なのは、公衆無線LAN（WiFiサービス）など情報通信サービスが十分ではないことだという。

「そこでNTT東日本と提携して、今年6月下旬から弊社海外地区のホームページを経由して無料のWiFiサービスを始めました。これは航空会社が通信会社と提携して、IDとパスワードをオンライン上で提供する初めての試みです」と語るのは、Web販売部海外Webグループの藤田亘宏グループ長（1991年入社）。

来日客は中国や韓国・台湾・タイ・マレーシアなど東南アジア諸国・地域が多い。そして最新のスマートフォンやタブレットを持参し、観光名所や交通機関などさまざまな情報を入手して移動する。

同社のサービスは始まったばかりだ。藤田グループ長は「出遅れ感はありませんが、今後中身をしっかりと充実させていきたい。例えばWiFiサービスの有効期間は現在、来日客の平均的滞在日数にあわせて2週間、

度）。その国内線は現在、激しい価格競争の渦中にある。大手各社だけでなく国内外のLCC（格安航空会社）参入が低価格化に拍車をかけた。

「弊社も『先得』や『スパー先得』割引など低価格で勝負していますが、単に安くするだけのビジネスはダメ。やはりフルサービスキャリアとしての特徴、つまり充実したネットワークや品質の高いサービスなどを活かすことが大事だと思います」

国内路線事業部企画グループの鈴木洋亮主任（2007年入社）は厳しい表情で語った。では国内線をどう強化していくのか。

「一つは外国のお客さま向けのお得な国内線チケットの購入をもっと簡単にする事です。今は海外の旅行会社などで購入していただいています、



充実した ネットワークや 品質の高いサービス などを活かす

サービス範囲も東日本地域に限定されています。これをもっと拡大していく計画です」と力強く宣言する。そのほか、日本の旬な情報を届けるサイト「JAL Guide to Japan」のリニューアルや、各地のお得情報を発信するキャンペーンを多言語で展開するなど、Webを通じてサービスの本格的な取り組みが始まっている。



顧客獲得の決め手は ヒューマンサービス

外国人旅客の増加は円安とビザ（査証）取得緩和が理由とされる。だが「それだけではない」と語るのは、海外地区販売部企画グループの野田靖グループ長（1991年入社）。

「日本はとても魅力がある国です。安全でおいしい日本食と美しい自然に

ネットで購入できるようにすることが欠かせません」

それにはWeb販売部および海外地区販売部との連携が大事だ。

「もう一つは国内旅行で新しいゴールドエンルートなどを開拓することです。例えば東海道新幹線で名古屋へ行き白川郷や金沢まで出る。そして飛行機を利用して再び関東に戻るというルートを考えています」

航空会社と鉄道会社との連携が一層強まる姿が浮かび上がる。外国人旅客に対して素晴らしい体験を提供できるようにしよう。

われわれが頑張ることで 「2000万人」を達成

それではJALは「2000万人達成」でどんな役割を果たせるのか。インタビュールした社員は口をそろえてこう語った。

「船で来られるお客さまはわずかです。われわれ航空会社が本気になって取り組まなければ目標の達成は難しいでしょう。国が推進するインフラ整備とともに、弊社の高いサービスと技術で実現に向かって頑張ります」

外国のお客さまのニーズを しっかりと把握したうえで サービスを



関心が高まっています。特に冬の北海道で体験する雪と温泉などは、こちらが驚くほどの人気があります。また最近では漫画やアニメーション・コスプレなどを目当てに来日される方も増えています」

目立つのが台湾という。JR東日本がJALグループの台湾の旅行会社に出資したように、国内鉄道会社も台湾に注目している。

社内の誰もが航空会社間の国際競争が一段と激化していることを強く意識している。JALを選んでもらうには何が必要か。

「最新鋭機を導入しても顧客獲得の決定打にはならない。やはりヒューマンサービスの差が決め手になります。弊社に乗っていただければ、お客さまの期待を裏切らないことがわかっても



女性の働きやすさ

JALグループでは全社員3万1472名のうち、男性1万6784名(53.3%)、女性1万4688名(46.7%)と約半分の割合で女性が働いています。これまでも女性の働きやすさの向上に積極的に取り組んできましたが、まだまだ女性が活躍できる領域があると考えています。JALグループで活躍する女性のストーリーと今後の課題についてお伝えします。

一生働ける仕事に

藤明里はJALグループのなかでも特に女性が少ない、航空機の機長を務めています。

現在、JALグループのパイロット約2000名のなかで13名の女性(うち2名が機長)が活躍しています。

「機長になる気持ちはあるの?」。副操縦士の最終試験のとき、社内の試験官に問われた言葉がずっと心に残っています。まだ副操縦士になれるかどうかもわからない時でしたが、一生働ける仕事だと確信して飛び込んだ世界。「もちろんです」とすぐさま答えました。「そうか、それなら合格だ」と言われたとき、この試験官もパイロット

珍しくありませんでした。どうせ2、3年でデスクワークにいくのだろうという目でみられることもありました。「女性だからこんな仕事はしなくてもいいよ」と優しさとして声をかけられたこともあります。明るくふるまってはいましたが、ずっと現場に居続けたい私にはショックでした。

そのようななかでも、理解ある上司が多く経験をつませてくれ、一等航空整備士という国家資格をはじめとしたライセンスを取得していくことができました。少し距離をとっていた先輩社員も、現場で頑張ってくれるのであれば、と自分たちの技術を教えてくれるようになりました。そして、航空機の出発前に整備の最終確認を行う「ライン確認主任者」の資格を2010年に取得。10年は必要といわれている資格ですが、周囲の方からのサポートもいただき7年で取得しJALグループで初の女性ライン確認主任者となりました。現在では後輩の女性ライン確認主任者も複数名誕生しており、とてもうれしく思っています。

お客さまの目に直接触れる機内客室の状況確認もこだわりの一つです。整備という仕事を超えているかもしれない、と思うことがありますがお客さ



難しいフライトでも自分なりに考えて、安全性はもちろんのこと快適性・定時性・運航効率のすべてを満たしたフライトを完遂させたときに、機長としてのやりがいを感じると語る藤機長



を育成する一人として、きちんと続けてほしい、仕事を全うしてもらいたいという気持ちとともに送りだしてくれているのだと感じました。

副操縦士となつてからも、最初は女性だからいろいろなことを言われることはありました。特に結婚してから、「やめるの?」と何度か聞かれましたが、否定し続けました。でもそれを障壁と感じたことはありません。たぶん鈍感力が強いのだと思います。

パイロットの世界はまだまだ男性が多い環境ですが、パイロットになる権利とパイロットとしての職務を果たす責任は、女性にも同じように与えられています。女性の後輩たちも自分に自信を持って、この仕事を楽しんでほしいです。

女性のセンスが光る整備を

武藤美希は、自宅近くの自動車の整備工場を見て育ち、整備士の仕事にあらがれを持っていました。現在はホノルル支店で女性初のライン確認主任者を務めています。



ずっと整備士を夢見ていました。大時代、小型の飛行機に乗ったときに、間近で見た飛行機の整備士たちが、お互いに声をかけあいながらチームワークで仕事をしている姿がとても輝いて見えました。そのときに、飛行機の整備士になりたいと強く思いました。

念願かなって入社しましたが、当時、女性の先輩の多くはデスクワーク。シフト勤務ともなると、その日の整備士のなかで女性は私一人ということも



ほかのスタッフの機内清掃だけでは行き届かないような部分も、何かできることがあるほどの思いで機内を見回る武藤整備士



まの旅の思い出のために、何ができるのだろうと考えて、窓をすべて拭いてお客さまをお迎えすることもありません。出発を見送る際、綺麗になった窓からお客さまが手を振っているのが見えると、本当に嬉しいです。

頑張っていれば、チャンスはいつか訪れます。女性の後輩たちにも、そのチャンスを見逃すことなく、しっかりとつかんでもらいたいと思います。

会社の制度で仕事と子育てを両立

業務企画職の堀尾裕子は3人の子どもを持つワーキングマザーです。育児と仕事を両立させながら、2008年12月、管理職のファーストステップであるマネジャーに昇格しました。

入社当時、女性の深夜労働は限られた職種にのみ認められていて、空港勤務に配属となった私は対象外でした。それだけでなく、社内では女性に海外転勤をさせることに躊躇するような空気があるように感じていました。「いつかは海外勤務も経験したい」と上司に機会があるたびに伝えていましたが、チャンスはありませんでした。実際のことはわかりませんが、私が女性だから行くことができないのかと、疑念が頭をよぎったこともありました。時が流れ、現在は女性社員の海外転勤も珍しくないケースとなっています。当時は自分のことで精一杯でしたが、振り返れば先輩社員の皆さんそして自分の行動が繋がっていたのだと思います。

その後、いくつかの異動を経験し、航空機の機材繰りを担当する部署で業

務を行っていたとき、第一子を妊娠、出産。産前・産後そして育児休暇をあわせて9ヶ月取得しました。職場復帰前の一番の問題は、保育園に入園できるかでした。なんとか希望する保育園に入園することができましたが、職場復帰日の前夜、「1才になる前から保育園に入るこの子はいかいそうなのではないか」と思うと涙が出ました。

職場復帰直後の特に1年間、仕事と育児の両立は想像以上に大変でした。保育園の迎えのため残業することは難しく、また子どもの病気で急きよ仕事を休むこともありました。遠方に住む



子どもたちに働く母親の背中を見せたいと語る堀尾マネジャー

義母に来てもらい、家事や育児を助けてもらったりもしましたが、家族だけではすべての対応をすることはできな

いと実感しました。

周囲のアドバイスを参考に試行錯誤の連続でしたが、現在は、会社の勤務時間の選択制度やベビシッター・家事代行への補助制度を利用しながら働いています。子育て生活は10年目に突入しました。職場の皆さんの理解なしにここまでくることはなかったと思います。これからも感謝の気持ちを忘れず、頑張っていきたいと思います。

パイオニアとして後に続く後輩のために

越川美夕紀はJALスカイ採用の女性社員で、初の副部長に就任しました。

成田空港・羽田空港でお客さまのご搭乗手続きや搭乗口のご案内、到着業務などの旅客ハンドリングを担当するJALグループ会社です。

これまで、お客さまのことを常に考えてきました。だからこそ、譲れないときは相手が上司だろうと本音でぶつ

かります。グループ長時代には、ほかのグループ長5名とともに、今後の組織の在り方を考えるプロジェクトをまとめ上げました。ともに働く約300名のスタッフたちは、お母さんの存在として慕ってくれているようです。私の理想とする姿は、指示・命令を出すのではなく、JALスカイのスタッフ同士、もしくは別の部門のスタッフ同士をつなぐハブのような存在です。全員でチェーンのように強く結びついた組織を目指します。

今の楽しみは、後に続いてくれる後輩の育成。これまで、JALスカイ社員のなかで、副部長以上の管理



持ち前のリーダーシップに上司からも大きな期待を寄せられている越川副部長

職になる女性社員がいませんでした。だからこそ、「頑張った先にある姿」 「今後目指したい存在」として、後輩たちがイメージしてくれればと思っています。

これまで以上に女性が活躍できる会社であることがJALグループの発展には必要不可欠です。また女性の視点を積極的に事業運営に取り込むことが、新たな企業価値を生み出すことにつながると考えています。

現在のJALグループ全体の管理職に占める女性の割合は14%、日本航空役員に占める女性比率は取締役専務執行役員1名・社外取締役1名・執行役員1名の8%です。実力主義による登用を前提としたりうえで、10年以内に女性管理職比率20%を目指しています。

経営の強い意志として、女性をはじめとする多様な人財の活躍推進を経営目標に掲げ、女性社員のより高度な人材育成などのさまざまな施策に取り組んでいます。今後も全社員の活躍を高いレベルで実現し、企業価値や競争力を高め、世界で一番お客さまに選ばれ、愛される航空会社を目指していきます。



JAL×コペルニク

人をつなぐ、世界を結ぶ。プロジェクト

成長途上にある新興国には、さまざまな社会課題があります。その解決のために私たち JALグループも貢献したい。そんな強い思いを形にし、非営利団体（NPO）とタッグを組んだプロジェクトです。

インドネシアの子どもたちに安全な飲み水を



学校で、力いっぱい身体を動かして喉が渴いた子どもたちが蛇口をひねり、水をこくこく飲み干す。日本では当たり前前の風景ですが、インドネシアではこれができない学校があるのが現実です。水道や浄水の施設が整っていない地域がまだまだ多いのです。

「インドネシアの学校に浄水器を送ろう！」チャリティ・マイルは、このような地域にある学校の子どもたちに、安全な水を十分に飲んでほしいという思いから、「JAL×コペルニク

人をつなぐ、世界を結ぶ。プロジェクト」の最初の活動として行われました。

**JAL×コペルニクの
コラボレーション**

「JAL×コペルニク 人をつなぐ、世界を結ぶ。プロジェクト」は、2013年6月からスタートしました。

「コペルニク」は、2010年に米国で設立され、途上国の貧困などの課題解決を目指すNPO。その活動は国内外で高く評価され、優れた社会的課題解決を表彰する日本経済新



聞社の第2回「日経ソーシャルイニシアチブ大賞」国際部門賞を受賞しています。

JALは、この「コペルニク」とのコラボレーションを通じ、互いの強みを持ち寄り、苦手な領域を補完し合うことで相乗効果を発揮し、より大きな力を生み出そうとしています。

この取り組みは、コペルニクの活動支援に際し、スタッフの移動のための航空券を提供するだけではありません。

JAL×コペルニク 3つのプロジェクト

- 1 「JALチャリティ・マイル」を通じた、コペルニク・プロジェクトの支援
 - ・JMB会員の皆さまに途上国支援プロジェクトを紹介し、ご賛同いただける方々からマイルによる寄付を募ります。
- 2 「JALテック・レポーター」
 - ・JAL Facebook ページ上で公募したレポーターを現地に派遣し、JAL チャリティ・マイルを通じて届けられたテクノロジーにより、実際に現地の人々の生活がどのように改善されるのか、レポートしてもらいます。
- 3 「テック・キャラバン！」
 - ・日本各地のものづくり企業や大学などに対して、途上国の現状や必要とされている技術・製品を紹介し、子どもたちを対象としたワークショップを行います。

途上国における社会課題の解決をより効果的に進めるために、それぞれのリソースや強みを持ち寄って、現在、3つのプロジェクトが進行中です。

**マイルが課題解決の
テクノロジーに変わる**

一つ目は、「JALチャリティ・マイル」を通じた、コペルニク・プロジェクトの支援。JALマイレージバンク（以下、JMB）会員の皆さまに途上国支援プロジェクトをご紹介します、ご賛同いただける方々からマイルによる寄付を募ります。

このスキームの第1弾が2013年に実施した「インドネシアの学校に浄水器を送ろう！」チャリティ・マイルです。

インドネシアでは、安全な水を手に入れるのに大変な労力がかかる地域があります。例えば、煮沸消毒。これには大量の薪が必要で、森林伐採にもつながっているとされます。薪代は貧しい家計を圧迫し、薪拾いのために学校に行けない子どもたちもいます。薪を大量に燃やすことは、煙による健康被害やCO₂発生による地球温暖化にもつながります。

「インドネシアの学校に浄水器を送ろう！」チャリティ・マイルは、こうした地域の学校にシンプルな浄水器を届けるものです。3カ月間で1608名のJMB会員の皆さまより、合計632万4000マイルものご寄付をいただきました。その結果、浄水器800台を約160校の学校に届け、約1万6000人の生徒たちに安全な飲み水を提供することができました。

2014年は「フィリピンの診療所にソーラーライトを届けよう！」チャリティ・マイルを実施しました。フィリピンの島嶼部では、いまだ電気が通じていないことが多く、電力供給が不安定な地域がたくさんあります。903名のJMB会員の皆さまより、合計352万2000マイルを寄せていただいたことから、そうした地域の診療所や学校などの公共施設に612台のソーラーライトを届けられることになりました。夜間や曇天時の作業をより安全・効率的にできるようになり、日常生活の安全性向上や収入増加が期待されます。



**若者がその目で
みた世界**

二つ目の取り組みは、「JALテック・レポート」。これは、

JALチャリティ・マイルを通じて届けられたテクノロジーにより、実際に現地の人々の生活がどのように改善されるのか、JAL Facebook ページ上で公募したレポートを現地に派遣し、レポートしてもらう取り組みです。

マイルを寄付していただいたJMB会員の皆さまへその効果をきちんとご報告させていただくこと。より多くの皆さまに活動を知っていただくこと。そして日本と世界を結び、実体験をサポートする役割を担う航空会社として、これからの社会を担う若い世代に現地を訪れる機会を提供し、世界に目を向けてもらうこと。「JALテック・レポート」によって実現できることの数々は、大きな意味をもつと考えています。

2013年はインドネシア・スマトラ島パダンに2名の大学生を、2014年は9月初頭にフィリピン・ネグロス島に大学生1名、大学院生1名を派遣しました。



大学で開発学を専攻しており、実際に途上国に足を運んで自分の目で現状を見た、との思いから、今回のプログラムに応募しました。はじめての途上国。期待と不安が半々でしたが、現地の小学校訪問で出会った勉強熱心で人懐っこい子どもたちや村での生活体験とおして、多くのことを学びました。

今回のプログラムを通じ、「先進国が途上国を教える」といった認識は間違いであると改めて実感しました。まったく違う環境で育ってきたからこそ、価値観や考え方が違うからこそ、お互いに学びあえることがたくさんあります。私も、日本ではなかなか気づかなかったであろう、必死で何かを取り組むこと、人を思いやること、笑顔を忘れないことという3つのことの大切さを学びました。今回の経験を大切に、将来は人を幸せな気持ちにできる人になりたいと思います。

（JALテックレポート）
新井悠子 / 立命館アジア太平洋大学

なぜ、「コペルニク」なのか

環境とエネルギー分野、教育分野、水と衛生分野。コペルニクの取り扱うテクノロジーは、実に多岐にわたります。遠い国と国をつなぎ、途上国の社会課題解決を目指す彼らの活動は、「日本と世界を結ぶ」「安全・安心」「環境」「次世代育成」という4つの分野を中心にCSR活動を推進する私たちの取り組みと、お互いのベクトルが合っていると感じています。

例えば、フィリピンに届けたソーラーライト。シンプルなソーラーライトが、途上国の人々の生活にどのようなインパクトを与えることができるか考えてみましょう。日本とフィリピンをつなぎ、電気が通らず灯油ランプで暮らす地域にソーラーライトを届けること（日本と世界を結ぶ）は、煙の吸引による健康被害や火事のリスクを軽減させ（安全・安心）、CO₂の排出を抑制（環境）します。家計を圧迫する燃料費の負担を減らすことで子どもたちの食費や教育費を切り詰めに済み、さらに、夜間に十分な明るさが得られるため、大人には収入増の機会を、子どもには勉強できる環境を提供する（次世代育成）ことにつながります。この例が象徴するように、コペルニク

私は、被災地や途上国など、水が不足している場所でも快適に利用できるトイレの開発を研究しています。これまで、私は「途上国」というと、環境に恵まれていないとか、暮らすのが大変だということ漠然としたイメージしか持っていない目で見ただけで、そこに住む人たちにも家族がいて、友人がいて、そして自分たちと同じように幸せがあるという当たり前のことに気づかされました。また、灯油ランプでの生活体験、そして村での料理体験から、火や火災の恐ろしさを改めて感じました。

これまでは私自身、現在の日本の医療や国について考えることが少なく、視野が狭かったのではないかと実感しました。自身が住んでいる国のことを深く考えることができないう者が、他国を語ることはできないと思います。今後、自分の身の回りのこと以外にもしっかりと目を向け、きちんと考えていきたいです。

（JALテックレポート）
藤平圭亮 / 東京理科大学大学院

**国を越えてつながり
よりよい社会を**

の活動は、私たちJALグループが取り組む4つの分野における課題解決につながるものも多いと言えます。

JALグループは、コペルニクとそれぞれの強みを活かした協業を通じて、日本と世界を結んで、途上国の社会課題解決に貢献するとともに、日



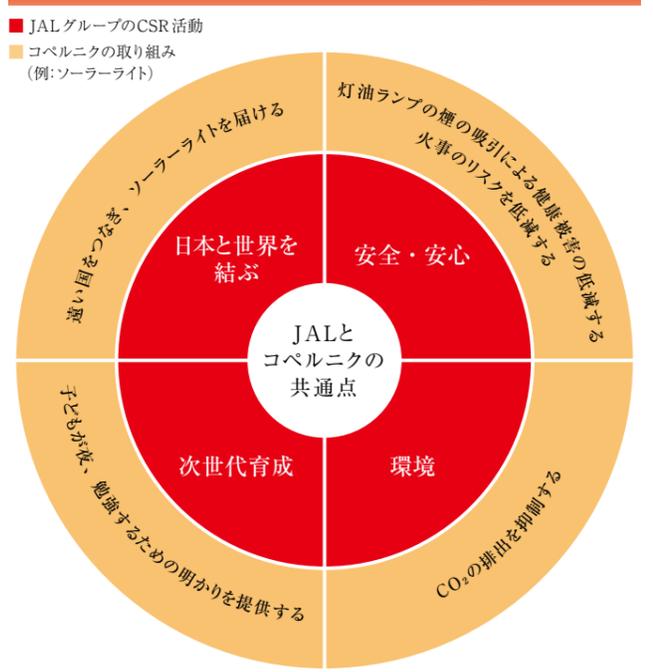
現地を訪れて、自分の目で見て、そして体験したことは、若いレポートたちにも多くのものを残したようです。

途上国と日本の未来のために

三つ目の取り組みは、「テック・キャラバン」。私たちは、このプロジェクトを通じて、日本発の途上国向けのテクノロジーを発掘し、それを必要とするところに届けることで、途上国の課題解決のみならず、日本のものづくり産業と地域経済の活性化にも貢献したいと考えています。そこで、コペルニクとともに日本各地のものづくり企業や大学に、途上国の現状や必要とされている技術・製品を紹介する機会をつくることにしました。

2013年は高知で、2014年6月には秋田で開催。企業向けのセミナーのほか、さまざまな技術を持つ企業を個別に訪問させていただきました。また、高知工科大学・秋田大学との共催で大学生向けのセミナーも行

ソーラーライトを届けるコペルニクの取り組み例とJALとの共通点





北大東空港のカウンター

日本で一番短いフライト区間がどこかご存じでしょうか。
 JALグループ会社である琉球エアークommunicーターが結ぶ、沖縄県の離島である南大東島と北大東島の区間がそれにあたります。那覇―南大東島―北大東島―那覇を結ぶ「三角運航」の一部を構成していて、火・木曜日は南大東島周り、金・月曜日は北大東島周りで運航しています。

南大東島。島の周囲約21.2キロメートル、面積30.57平方キロメートル、人口1415名。沖縄県の島々のなかで6番目に大きい島です。サンゴが隆起してできた島は、ほかの島々と異なり、周囲は断崖絶壁。週に2回やってくる船も接岸できないため、上陸にはクレーンを使います。この島にある空港は島内の最も離れた場所から

後の「三角運航」便で届くため、朝刊といえども届くのは夕方となっております。南大東空港のスタッフは、全員で8名。そのうち6名が1日の仕事を行います。お客さまのチェックインや手荷物をお預かりする旅客業務、荷物の搭載業務、パイロットや管制と無線でやりとりを行う航務業務などのほか、保安検査員の仕事もあわせて行います。空港所長も、飛行機が到着すれば手荷物の返却を行うこともあります。

午後、那覇空港から南大東島へ到着した飛行機に乗り込み、北大東島を目指します。2つの島の間は距離8マイル、約12.8キロメートル。時刻表記載で、所要時間は15分。風向きなどの条件が合えば、離陸から着陸までの飛行時間はわずか4分半〜6分半の空

2つの島の歴史は八丈島からの移民によって始まります。南大東島には大東神社があり、奉納行事ではいわゆる日本式の相撲と琉球相撲の両方がとられます

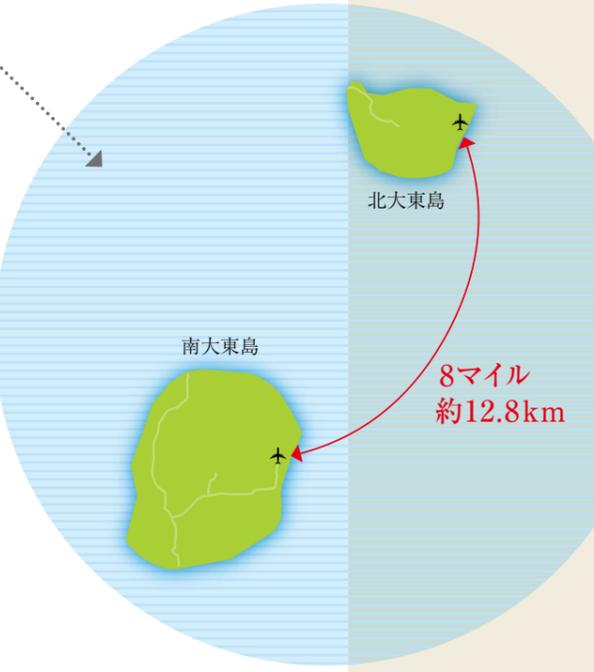


2つの島の歴史は八丈島からの移民によって始まります。南大東島には大東神社があり、奉納行事ではいわゆる日本式の相撲と琉球相撲の両方がとられます

空 | 港 | 探 | 訪 | 6分半がつなく島



沖縄本島から、南大東島は約400km・北大東島は約360kmの場所に位置します。



でも、車を走らせて15分で到着してしまいます。
 朝。那覇からの直行便が南大東空港に到着します。搭乗橋はなく、住民の方や工事などの関係者、そして観光客が飛行機から直接伸びる階段を降り、徒歩で到着口へと向かいます。預かった手荷物は、手作業で飛行機からトラックに積み込み、手渡しでお客さまのもとへ。返却用の回転台はありません。お客さまの荷物とともに運ばれるのが、その日の朝刊です。10時45分着の直行便で沖縄本島から新聞を輸送します。この便が欠航した場合は午

の旅です。39人乗りのボンバルディア機がプロペラを回し空へと飛び立つと、ほどなくして次の目的地・北大東島の空港が見えはじめます。

到着した北大東空港。島の周囲18.3キロメートル、面積11.94平方キロメートル、人口684名。南大東島と同様、サンゴが隆起してできた島で、固有種が多く分布・生息している自然豊かな島です。

北大東空港も、8名で仕事を分担しています。南大東島よりも小さな島の空港では、飛行機の音が聞こえてから空港に来て、搭乗されるお客さまの姿もあります。

那覇との直行往復便がある南大東島と異なり、北大東島には一日一便の「三角運航」しかありません。天候や整備などの影響で欠航になったとき



ハイビスカスは南大東島の村花にもなっています



地方空港ならではのあたたかみのある搭乗風景

は、翌日以降の便への予約調整に時間が必要なことも。特に台風の時節は、その進路と運航状況の確認を人念に行います。欠航の際は予約変更のみならず、島外からのお客さまの宿泊先の手配なども含め多岐にわたる業務を少数で行わなければなりません。
 一方で、台風の進行方向や速度などを見て、ご自身で予約を変更するお客さまや、電話で空港に直接「今日は飛ばの？」と連絡をくださる方もいらっしゃいます。島に住む方とのつながりを感じる瞬間です。

北大東空港へ到着した飛行機は、25分の準備時間を経て那覇空港に向け出発し、1時間15分後に到着します。フライト時間はほんのわずか。その分、それぞれの島でゆっくりと自然を満喫してみたいかがでしょうか。



南大東島は「一度は行ってみたい絶海の孤島」としてJALバック50周年特別企画でも紹介しています



南大東空港



北大東空港



眼下に広がるサトウキビ畑



八丈島の文化を受け継ぐ漬け寿司「大東ずし」と沖縄文化の「大東そば」