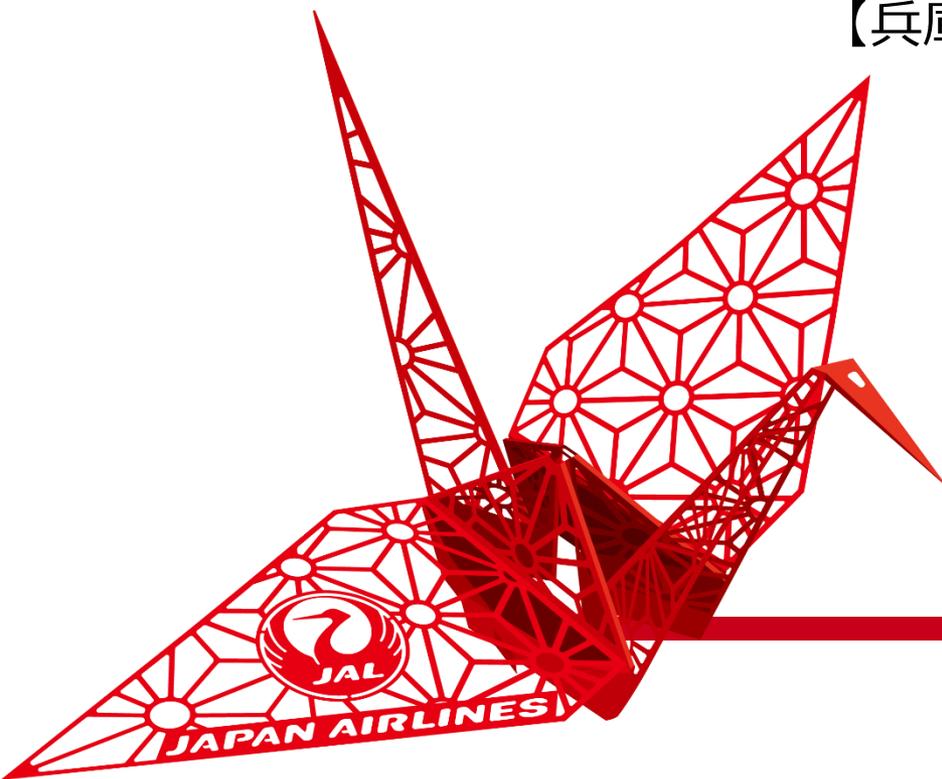


【兵庫県 航空業界を取り巻くトピックスセミナー】

# 「JALグループによる 地域活性化について」

JAIR 代表取締役社長  
本田 俊介

2023年11月07日



**JAPAN AIRLINES**

約20年に渡り、国内線の営業企画、路線計画、国際線と国内線のレベニューマネジメントを歴任し、2020年11月より地域事業本部の担当となる。ネットワークや運賃制度の世界と日本の地域を結ぶしくみを構築し、日本の地域に世界の人々が「訪れる」理由づくり、さらには日本の物産を世界の人々が「買ってくれる」理由づくりで、関係人口の拡大を目指す。

2023年4月より、関西のネットワークを持つJ-AIRの社長に就任。

## 株式会社ジェイエア

代表取締役社長

**本田 俊介** Shunsuke Honda



1988年4月 日本航空(株) (旧日本エアシステム) 入社

2010年5月 国内営業部収入計画グループ長

2013年7月 国内路線事業部長

2017年4月 執行役員 路線統括本部国内路線事業本部長

2020年4月 執行役員 路線統括本部レベニューマネジメント担当

2021年4月 執行役員 地域事業本部長

2023年4月 (株)ジェイエア 代表取締役社長 (現任)

# J-AIR会社概要



Jet to You.  
**J-AIR**  
日本をつなぐJALグループの翼

伊丹空港発着路線を中心に、  
日本全国の27空港/42路線



## 使命とサービスコンセプト

「地域と地域をつなぐことで、お客さまに喜んでいただける航空ネットワーク」と  
「フルサービスキャリアとして高い品質の商品」をお客さまにご提供



ハード



サービスコンセプト

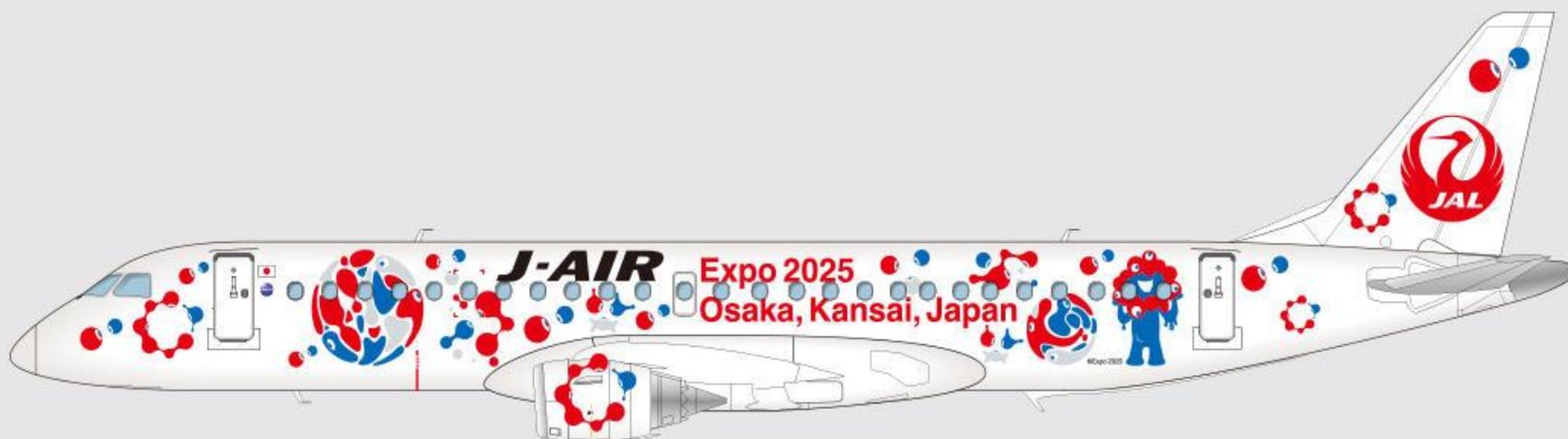
ソフト

「お客さまの心に寄り添う」

「地域に密着する」



# 2025年日本国際博覧会開催を記念した特別塗装機「JAL ミヤクミヤクJET」が11月28日より就航します



## 「JAL ミヤクミヤクJET」の概要

- ◆機材 : エンブラエル190型機（機体番号：JA252J）  
座席数：95席（クラスJ：15席、普通席：80席）
- ◆初便 : 2023年11月28日 運航開始予定
- ◆就航期間 : 2025年5月頃まで（予定）

## <目次>

1. コロナ後のJALの目指す姿 (**ESG戦略**)  
～これからの企業が目指す姿～
2. 地域事業の取り組みについて (**社会課題解決**)  
～目的と具体例～
3. これからの観光
4. 日本各地のインバウンド取り組み事例
5. 最後に

# 1. コロナ後のJALの目指す姿 (ESG戦略) ～これからの企業が目指す姿～

# はじめに：JAL Vision 2030

2030年に向けたJALグループのあるべき姿

2022年中期経営計画からの抜粋

to You.

企業理念

JAL Vision

中期経営計画

**J-AIR**

日本をつなぐJALグループの翼

JALグループは、大きく時代が動き価値観が変わるなか、  
「安全・安心」と「サステナビリティ」を未来への成長のエンジンとして、以下を実現します

## 安全・安心

確かな安全と  
いつも心地よい安心を  
感じられる  
社会を創ります

# JAL Vision 2030

## サステナビリティ

誰もが  
豊かさと希望を  
感じられる  
未来を創ります

多くの人々やさまざまな物が自由に行き交う、心はずむ社会・未来において  
世界で一番選ばれ、愛されるエアライングループを目指します

# 1-③. JALグループ中期経営計画『ローリングプラン2023』の骨子

## 1-2 経営戦略の骨子

Rolling Plan  
2023



ESG戦略による価値創造を実現し中長期的な成長へ



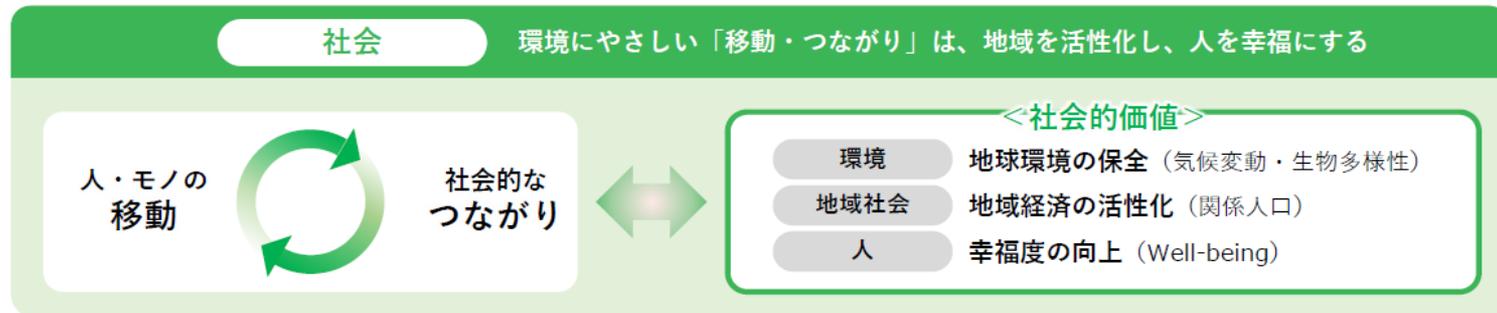
# 1-③. JALグループ中期経営計画『ローリングプラン2023』の骨子

## 1-3 ESG戦略 価値創造ストーリー

Rolling Plan  
2023



移動を通じた関係・つながりを創造することで社会的・経済的価値を創出し、企業価値を向上



\* 関係人口：特定の地域と継続的かつ多様な関わりを持つ人々



## 気候変動への対応

- ✓ エンジン洗浄
- ✓ コンテナ軽量化
- ✓ SAFの搭載
- ✓ 飛行経路の最適化



国産SAFを搭載した日本初のフライトを2021年2月に実施

## 地域活性化

- ✓ 人財派遣・協業
- ✓ ワークेशन
- ✓ 地域製品のPR
- ✓ 訪日誘致支援



2011年から10年にわたり活動を継続し、事業へ進化

## D&I推進

- ✓ 多様な人財の活躍推進
- ✓ ジェンダーニュートラルへの配慮



障がいのある社員の活躍



グローバル人材の活躍



アナウンスの変更



ZIPAIRの制服にスニーカーを採用

## アクセシビリティの向上

新型コロナウイルス感染症対策を踏まえたガイドラインを策定

- ✓ 専用カウンター
- ✓ テクノロジーを活用したサポート
- ✓ 専用ツアー



スペシャルアシスタンス



遠隔手話通訳



自動運転車いす



アクセシブルツーリズム

## 感染症拡大の防止

アジアで初めて世界最高水準の評価をダブル受賞

- ✓ 医薬品の輸送
- ✓ 非対面・非接触
- ✓ 高度な清潔性
- ✓ 外部評価



速達性・温度管理等の輸送品質



SMART AIRPORT



抗ウイルス・抗菌コーティング



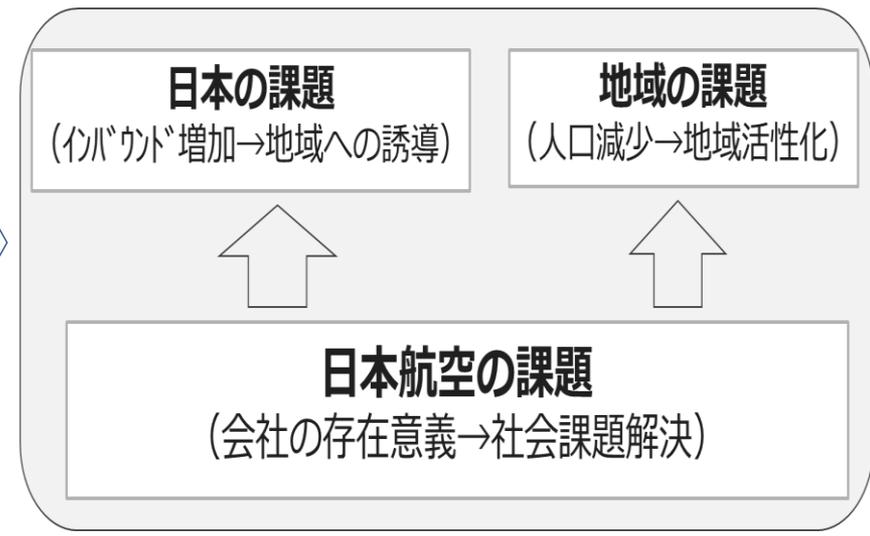
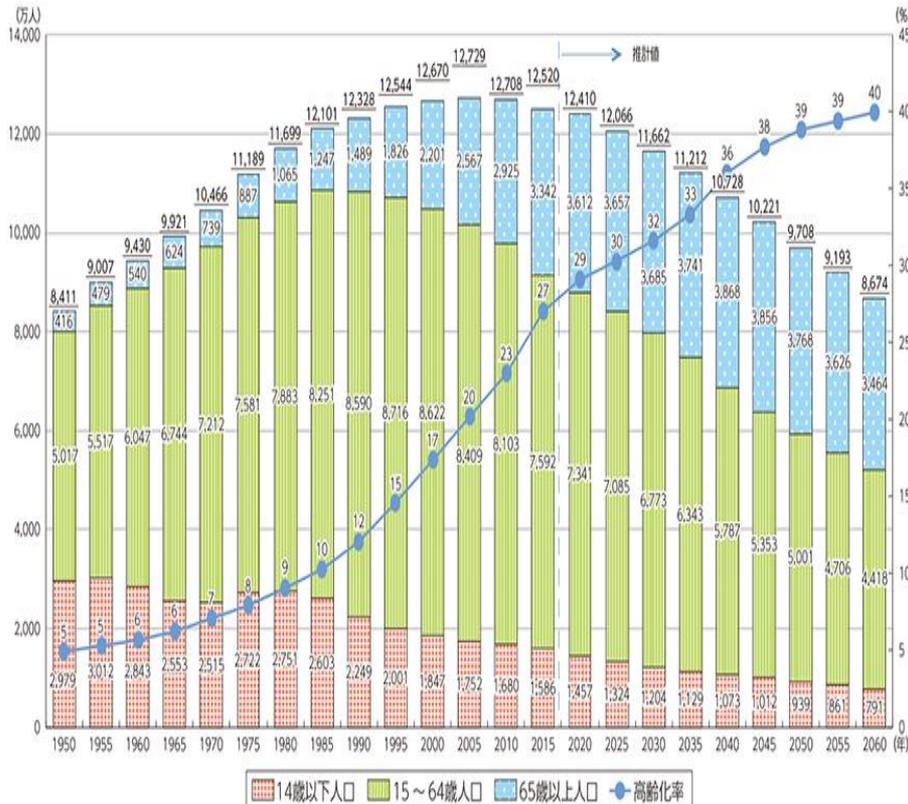
## 2. 地域事業の取り組みについて（**社会課題解決**） ～目的と具体例～

# 地域活性化事業の背景について

## 地域の課題

地域の人口減少は、地域の課題 = 日本の課題 = 日本航空の課題であり、この社会問題の解決が社会に大きく貢献できることになる。

(生産年齢人口 = 10年後 ▲8%、20年後 ▲20%)

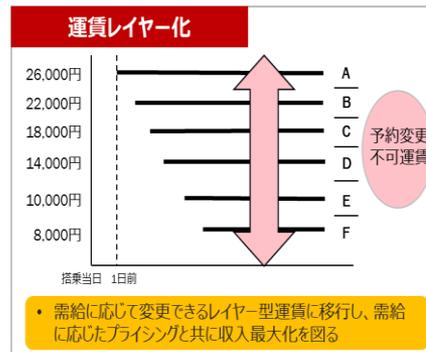


社会課題への自分たちの紐づけ

# 日本航空にできること

国際線、国内線の充実したネットワーク

2023年4月 国内線 & 国際線運賃統一



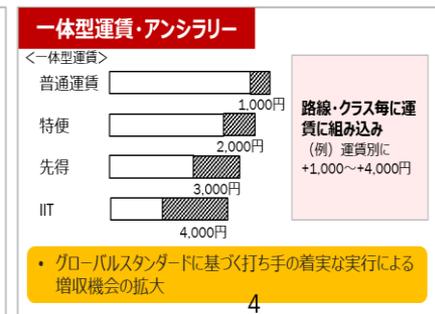
### 運賃O&D化

小松発	変更不可型	変更可型	普通運賃
小松-羽田	15,700	19,600	24,600
小松-帯広	43,300	54,200	67,700
小松-宮崎	42,000	52,500	65,700
小松-奄美	49,000	61,100	76,400
小松-xxx	...	...	...

- 国内各地発着路線において、直行便運賃と同じ運賃ラインナップを提供し、ネットワークの有効活用を通じて他社対抗・地方強化に繋げる

### マーケットに対する販売機会の拡大

- ECO多言語化やGDS/NDCを通じた国内線販売により、全世界73億人のお客様にリーチする

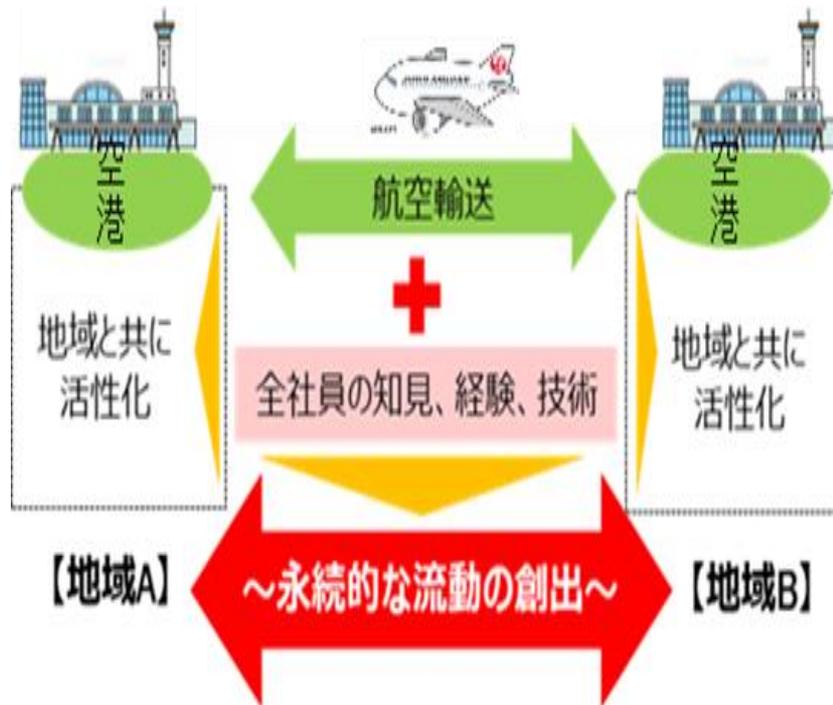


日本の地域へ行く理由が必要

# JALの地域事業について

「地域と大都市/世界」「人と人」をつなぎ、新たな流動を創出  
⇒ 関係人口の創出で地域を豊かに

世界から地方へのインバウンド、地方から世界への特産品の販売で地域を豊かに



● 世界から地方へ  
インバウンドの誘客



● 地方から世界へ  
特産品の輸出



 **JAL J-AIR JTA JAC RAC HAC**  
ZIPAIR  **SPRING**  **Jetstar**

# 世界から関西万博へ 関西万博から日本の地域へ



関西を日本  
ゲートウェイ  
にしよう



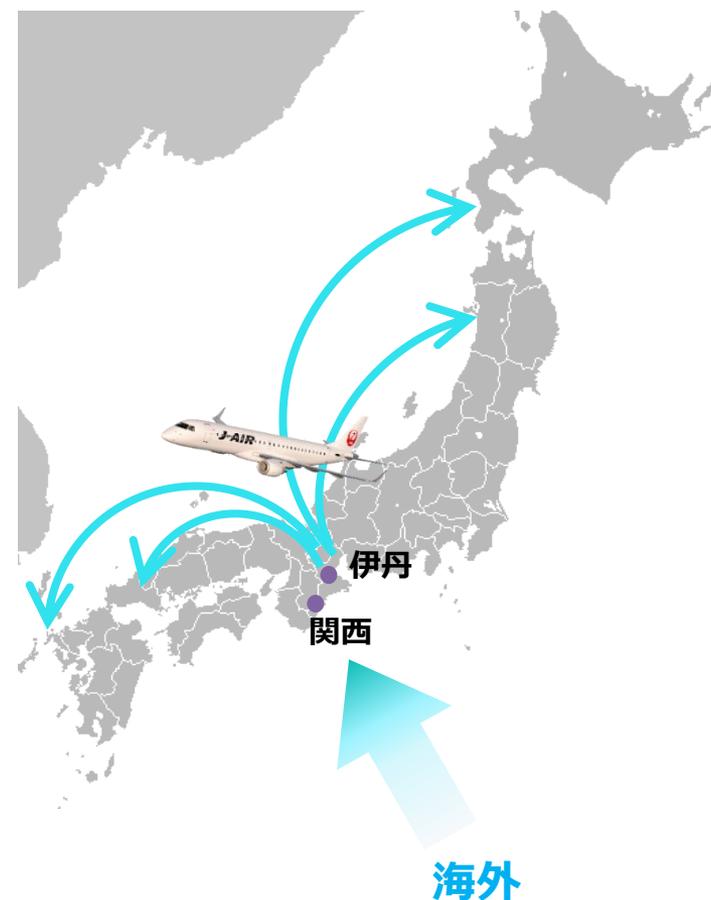
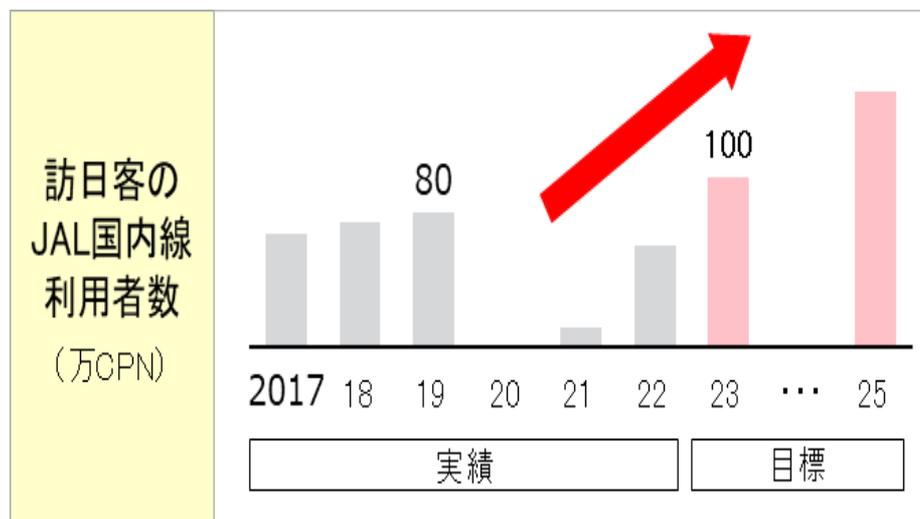
大阪観光局溝畑理事長

伊丹空港発着路線を中心に、  
日本全国の27空港/42路線を運航しています。



# 関西に来訪する訪日客の地域送客

大阪・関西万博を契機に訪日外国人の地方誘客を促進。万博需要を伊丹から日本各地へ分散させたい。



# 伊丹空港経由の乗継需要喚起

4月の国内線運賃リニューアルのタイミングで「乗継運賃」を導入。  
**伊丹乗継の経路需要**を掘り起こし、**東北⇔九州**、**中四国**を中心に新たな流動を創り出したい。

## <新乗継運賃の設定>

出発地から目的地まで1旅程での購入  
 で2区間の合算よりもお得に。



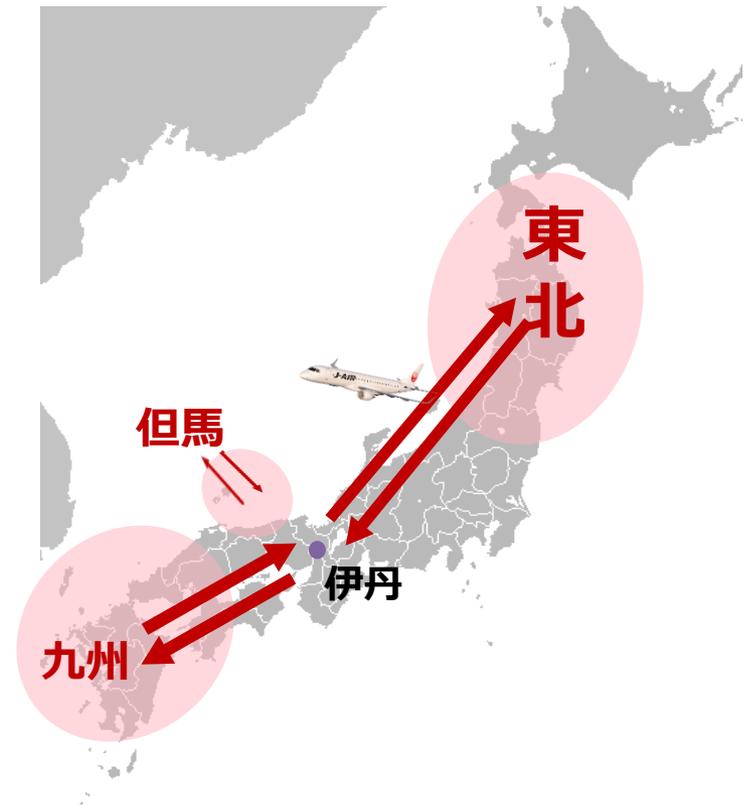
(例) 仙台—宮崎

JL2200 仙台07:35-伊丹09:00

JL2433 伊丹10:40-宮崎11:45

従来	区間ごとの合計	<table border="0"> <tr> <td>仙台-伊丹</td> <td>+</td> <td>伊丹-宮崎</td> <td>⇒</td> <td>¥25,000</td> </tr> <tr> <td>¥12,000</td> <td></td> <td>¥13,000</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	仙台-伊丹	+	伊丹-宮崎	⇒	¥25,000	¥12,000		¥13,000		
仙台-伊丹	+	伊丹-宮崎	⇒	¥25,000								
¥12,000		¥13,000										
4/12以降	旅程全体で1つの運賃	<table border="0"> <tr> <td><b>仙台-(伊丹)-宮崎</b></td> <td>⇒</td> <td>¥19,000</td> </tr> <tr> <td>¥19,000</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	<b>仙台-(伊丹)-宮崎</b>	⇒	¥19,000	¥19,000						
<b>仙台-(伊丹)-宮崎</b>	⇒	¥19,000										
¥19,000												

**¥6,000お得に**



### 平戸城 城泊体験ツアー



■ 地域課題  
文化財を誘客に使う

■ 実施内容  
風光明媚な場所にある平戸城を伝統芸能、食事も提供できる宿泊施設へ改修し、インバウンドを中心に誘客をはかる

### 農業体験研修



■ 地域課題  
就農人口減少、後継者問題による労働力不足。永続的な需要の開拓（関係人口作り）。

■ 実施内容  
社会人向けに午前中は農業体験、午後はテレワークで仕事をするスキームで研修を実施。大学生向けに地域に入り課題を見つけ解決策を出していく研修を実施。



## JR北海道共同企画「ひとめぐり号」で周遊ツアー



- 地域課題  
 コロナによる観光客の激減

- 実施内容  
 観光列車に客室乗務員が搭乗し車窓を通した観光ガイドを実施。3泊4日のツアー、3本がすべて完売。第二弾実施予定。

## 奄美大島大和村での集落民泊体験



大和村 国直海岸  
 (写真提供: 大和村集落まるごと協議会)



アマミノクロウサギ  
 (写真提供: 環境省)

- 地域課題  
 人口減による空き家活用、村の誘客、活性化

- 実施内容  
 民宿をベースにしたアルベルゴディフーズ（水平型宿泊施設）の実現を目指した取り組みを開始

# JALの取り組み（物販、商流関連）

## 空の市&JALマルシェ



### ■ 地域課題

地域の製品の販売による地域の活性化

### ■ 実施内容

各地域で小ロットの産品を発掘し、航空のネットワークで集荷し空港でのマルシェを実施。また「ふるさとのわ」のメンバーが各地の産品を集めマルシェを開催。

（\*ふるさとのわ・・・各県に思い入れのある社員の自主的活動）

## 全国 6次産品化（JAL Sweets Box）



◦ [JAL Sweets Box×GIN NO MORI]  
 オリジナルクッキー

### ■ 地域課題

地域の製品の付加価値づくり

### ■ 実施内容

全国47都道府県の産品を使ってケーキ、お菓子を客室乗務員のアイデアのレシピで製造し販売する

## タイ トンロー市場

毎月各自治体の生鮮品を空輸販売



### ■ 地域課題

地域の産品の海外での販売による地域の活性化

### ■ 実施内容

各月ごとに各自治体の生鮮品を空輸しタイの市場で販売。

## JALの取り組み（越境EC）



### ■ 地域課題

地域の産品の海外での販売による地域の活性化

### ■ 実施内容

地域の方々が地域産品を安価な費用で中国市場に販売できるプラットフォームを提供。販売のお手伝いを実施するとともに現地情報の告知し、航空券にもリンクさせて誘客を図る。

# JALの取り組み（2次交通）

## JALドローン

中部空港

地域・都市モデル



奄美大島

離島モデル



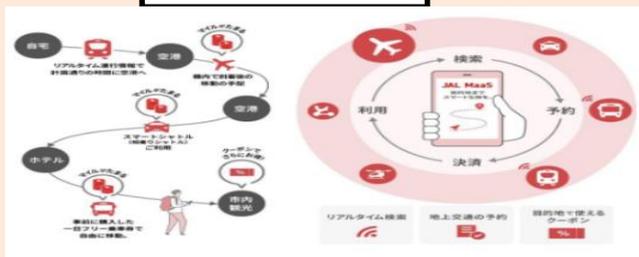
### ■ 地域課題

海上交通、離島、山岳地帯での2次交通、物流

### ■ 実施内容

空飛ぶ車、物流ドローンの実証実験を通して、運航規程の整備を国土交通省と整理し安全な運航の仕組みづくりを目指す。

## JAL MaaS



### ■ 地域課題

地域交通の利便性の向上

### ■ 実施内容

経路検索機能を導入し、経路検索上でお客さまと各事業者の接点を繋ぐことにより、出発地から目的地までシームレスにご旅行できる仕組みを構築。

写真：REGENT社 シーグライダー

# JALの取り組み（環境保全）

## JALカーボンオフセットプログラム

JALカーボンオフセット: <https://www.jal.com/ja/sustainability/environment/climate-action/emission-trading/#carbon>

【スマートフォンご利用時イメージ】



### ■ 地域課題

CO2削減、自然災害の問題

### ■ 実施内容

航空機利用でのCO2排出分をカバーする、オフセットプログラムを提供し、集まったお金を森を守る活動へ寄付する。



やんばる黄金（くがに）号

### ■ 地域課題

自然環境保護

### ■ 実施内容

世界的にも貴重な亜熱帯照葉樹林の森を環境に配慮したCO2排出ゼロの電気バス『やんばる黄金（くがに）号』で巡る。電気バスにはやんばるの森に精通したネイチャーガイドが同乗し案内する。

### 3. これからの観光

「観光は、地域住民とその暮らしの質を向上するものであり手段である。さらには、サステナブルな観光は当たり前。」



- ・ 観光客が**地域のために**何ができるか、どんな貢献ができるか。
- ・ これからは**リジェネラティブ**な観光
- ・ 観光だけで考えない、**立体的な考え方が必要**
- ・ **永続的な流動の関係人口作り**。第二のふるさとづくり。
- ・ **シビックプライド**の醸成

**変革**

## 旅行者のニーズの変化

コロナ禍の影響でも増加する「責任ある旅行者」は、本物らしさと持続可能な旅についてハイセンス（特に富裕層などは、高いレベルの教育も受け知識豊富、旅行や移動の影響への意識も高く、認証など含め、信用できる旅について特にシビアな視点を持っている）

Old Tourists	New Travelers
消費	責任・貢献
エンターテインメント (ステージでのショーなど)	本物の体験 (ありのままの人・文化・自然)
マス	エクスクルーシブ
観る・する	つながる・感じる
受け身で参加する	能動的に考える
コンテンツ	コンテキスト
情報	対話
モノ	コト・意味
短期的な楽しみ	長期的な人生観や思考の向上

## 世界の観光地の例：欧州

**スウェーデン** SDGs世界ランキング1位、  
サステナブル・トラベル・インデックス1位（2020年）

- ・ **宿泊**：持続可能なホテル「**認証**」を、首都ストックホルムは10のうち8つのホテルが取得済み
- ・ **食事**：ホテルなどでオーガニックやフェアトレード食材、持続可能な漁業の「**認証**」海産物など
- ・ **移動**：風力・水力で走る電車、バイオマスのバスなど

## デンマーク・コペンハーゲン

“THE END OF TOURISM” キャンペーン

- ・ **宿泊と食**：持続可能なホテルや食材の「**認証**」推進
- ・ 観光客を「**課題を一緒に解決する仲間**」として誘う

## オランダ・アムステルダム

“Untourist Guide”（脱・観光客ガイド）

- ・ **体験**：まちの清掃、魚の代わりにゴミを釣るツアーなど

※ SDGs世界ランキングは“Sustainable Development Report”により  
※ サステナブル・トラベル・インデックスは“Euromonitor International”により





## GSTCの主な役割

持続可能な旅行及び観光の基準を制定、  
管理する国際非営利団体

GSTC認証の監督機関と認証機関

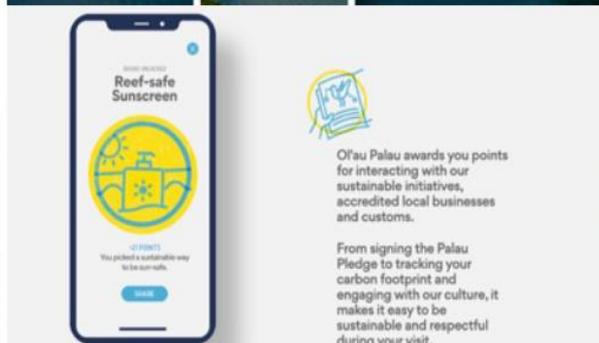
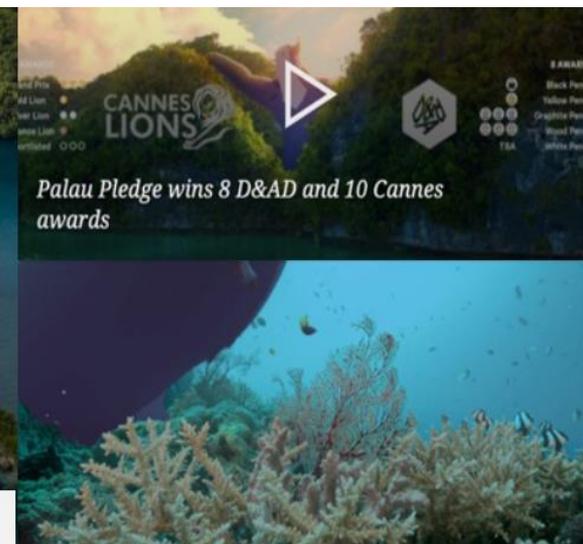
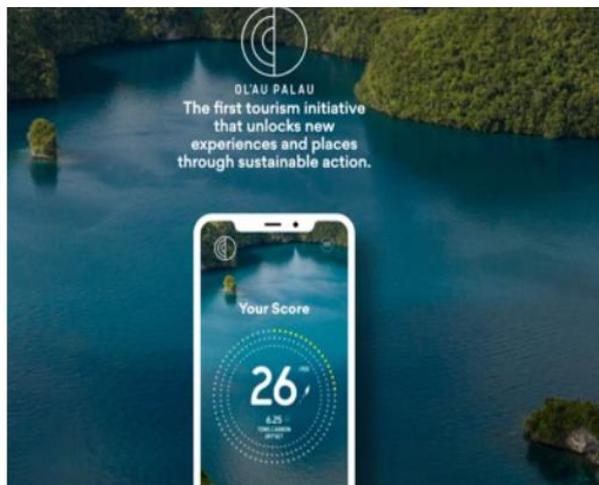
▼What is GSTC?

<https://www.youtube.com/watch?v=bxwTSUA7PdI>

※YouTube自動翻訳を日本語にしてみてください。

## 世界の観光地の例：パラオ

- 世界で初めて入国時に、滞在中は島の環境を守る誓約に署名をする仕組みを導入（パスポートに必須）
- 機内動画で訪問客に事前教育（広告賞「カンヌ・ライオンズ」新部門「持続可能な開発目標」グランプリ受賞）
- サステナブル・アクションをとると、島の体験にアクセスできる「アプリ」を開発



### Declare something worthwhile at customs.

Palau is the first nation on earth to change its immigration laws for the cause of environmental protection. Upon entry, visitors need to sign a passport pledge to act in an ecologically responsible way on the island, for the sake of Palau's children and future generations of Palauans.



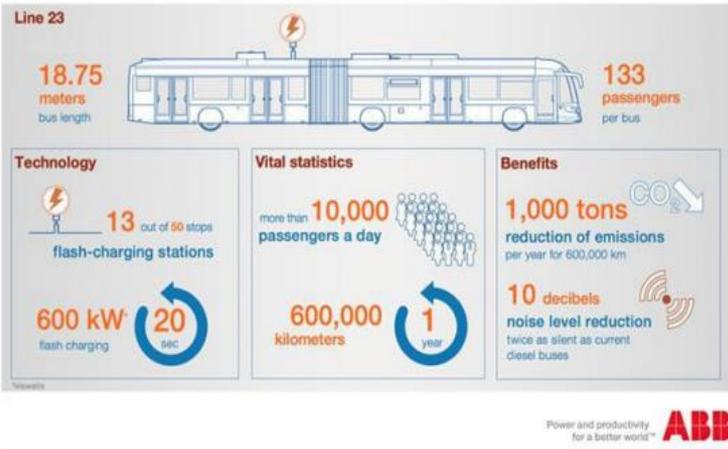
<https://adage.com/creativity/work/palau-pledge/54857>



# D11. 環境への負荷が少ない交通

## ジュネーブの急速充電式 電気バス「フラッシュ・チャージ」

TOSA: a breakthrough fast-charging bus technology  
 Enabling emission-free public transport in Geneva



## ウド・チェジュ島・韓国 電気バスと電動三輪車の利用



バスターミナル向け充電ソリューション



OpprCharge 電気バス向け充電ソリューション

<https://new.abb.com/jp/ev-charging>



## C6. 文化的な場所における来訪者の管理

### アンコールワット 行動規範

### アルハンブラ宮殿、グラナダ

#### 実施していること:

- 入場券の販売を曜日と時間帯（午前、午後、夜間）で制限する
- バスをグラナダ市内に振り当てて、アルハンブラ宮殿へは、シャトルバスを運行
- 地域コミュニティへの付加価値として、市内観光体験の創出



**ANGKOR VISITOR CODE OF CONDUCT**

**WELCOME TO ANGKOR!**

Angkor was the capital of the Khmer Empire (9th to 15th centuries) and once the largest city in the world (12th century). Today, Angkor is still an active spiritual site for Buddhists and citizens who engage in daily worship, prayer and meditation. Angkor is also a living site where over 150,000 inhabitants have lived for many generations.

The APSARA National Authority has been responsible for the conservation and sustainable development of Angkor since 1995. One of our goals is to honor our tourist experiences with public safety and respect towards our community. This official Visitor Code of Conduct was designed to support this goal. It was developed in cooperation with local communities, visitors, tour guides and restoration teams.

To enhance your experience and to preserve Angkor for generations to come, we kindly urge you to observe the following points:

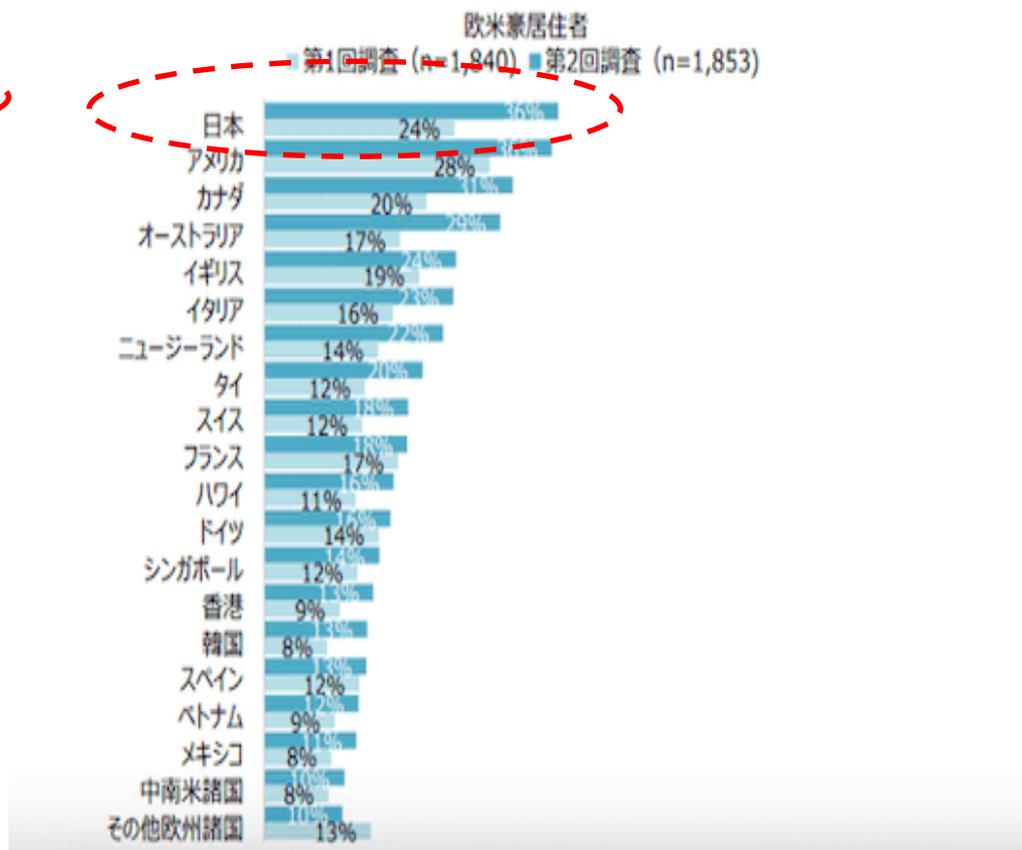
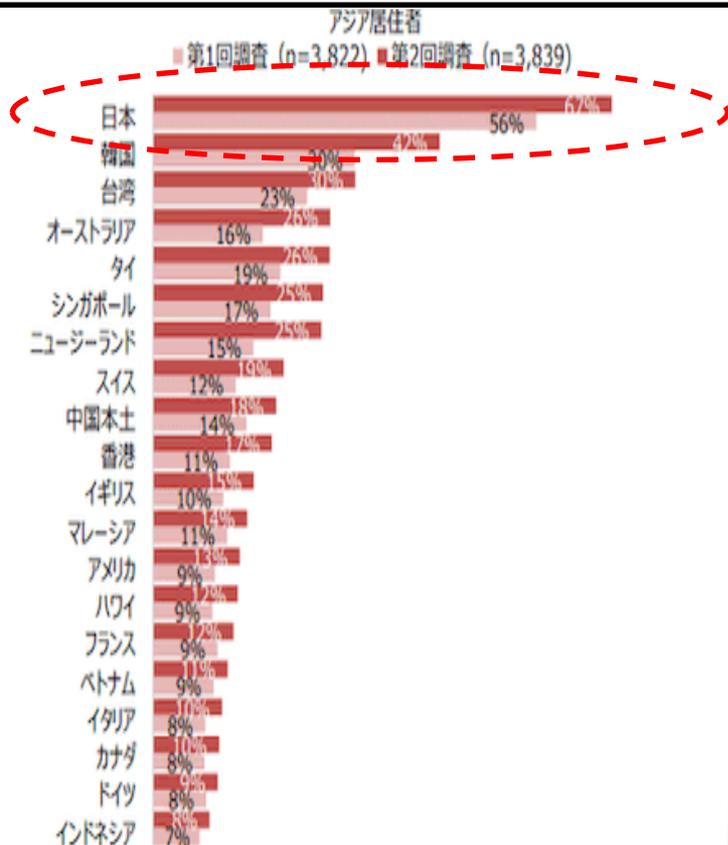
- ① Sacred Sites**  
As Angkor is a sacred site, food consumption and noise and other inappropriate behavior in Cambodian culture is considered to be disrespectful and may disturb other visitors. Please keep calm and be respectful.
- ② Restricted Areas**  
For your own safety and for the conservation of Angkor, please comply with all signs on the site and be mindful of your steps at all times. Do not climb on loose stones.
- ③ Smoking and Littering**  
As a member of the World Health Organization, Angkor has been a smoke free site since 2012. Smoking cigarettes, e-cigarettes, others and lighters can start bush fires. To protect the environment, please do not smoke and litter.
- ④ Dress Code**  
Revealing clothes such as shorts and skirts above the knees and showing bare shoulders are prohibited in sacred places. Respectful dress is strongly encouraged in Angkor.
- ⑤ Monuments**  
Touching, sitting, sitting on fragile structures, leaning on temple structures, moving or taking archaeological artifacts and gifts are strictly prohibited. Backpacks, umbrellas with sharp tips, helmets and high heels are discouraged from being brought or worn inside the temples.
- ⑥ Candy or Money to Children**  
Giving items, giving candy or money to children encourages them not to attend school to beg. If you wish to help the children, please consider donating to a recognized charity.
- ⑦ Monks**  
Monks are revered and respected. If you want to take pictures, please ask for permission first. Monks should not touch nor stand or sit too close to tourists.

⚠️ Any act of looting, walking or damaging Angkor, or exposing sexual organs and nudity in public areas is a crime punishable by law.

Supported by:  
 APSARA  
 JICA

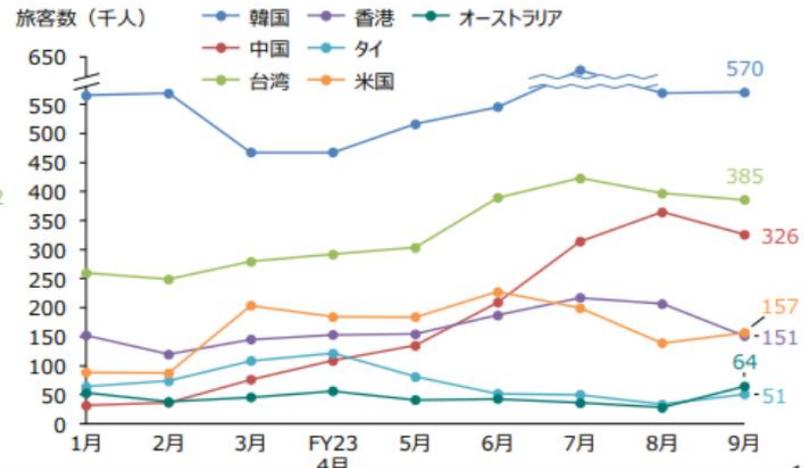
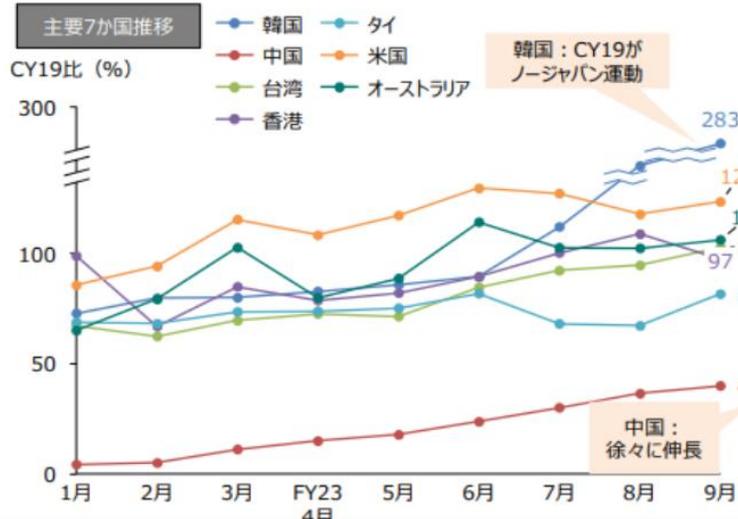
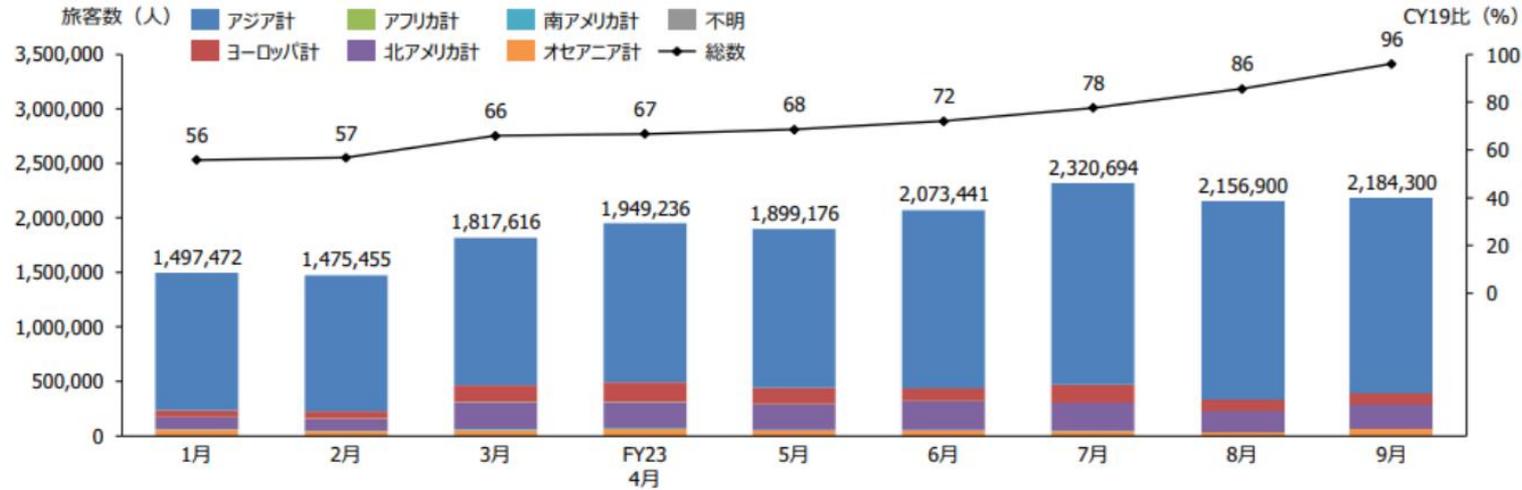
# 2022年 コロナ後に行きたい国

日本は、アジア居住者、欧米居住者の双方で第一位となる。理由としては、「食事の美味しさ」「清潔さ」「治安の良さ」が共通して高い。



# コロナ後のインバウンド推移

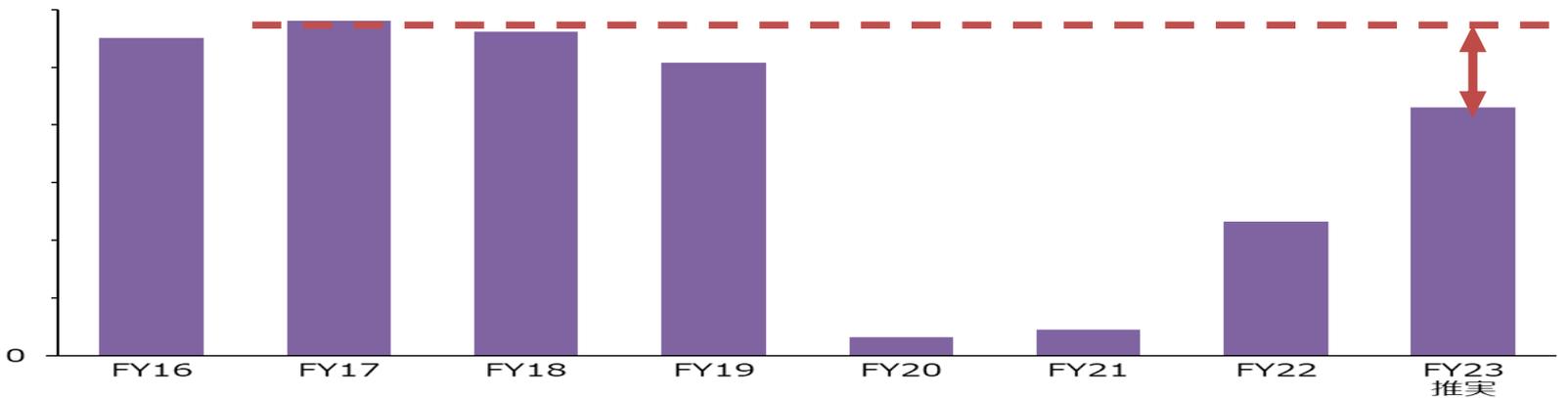
韓国を始めとしたアジアからの需要を中心に増加傾向



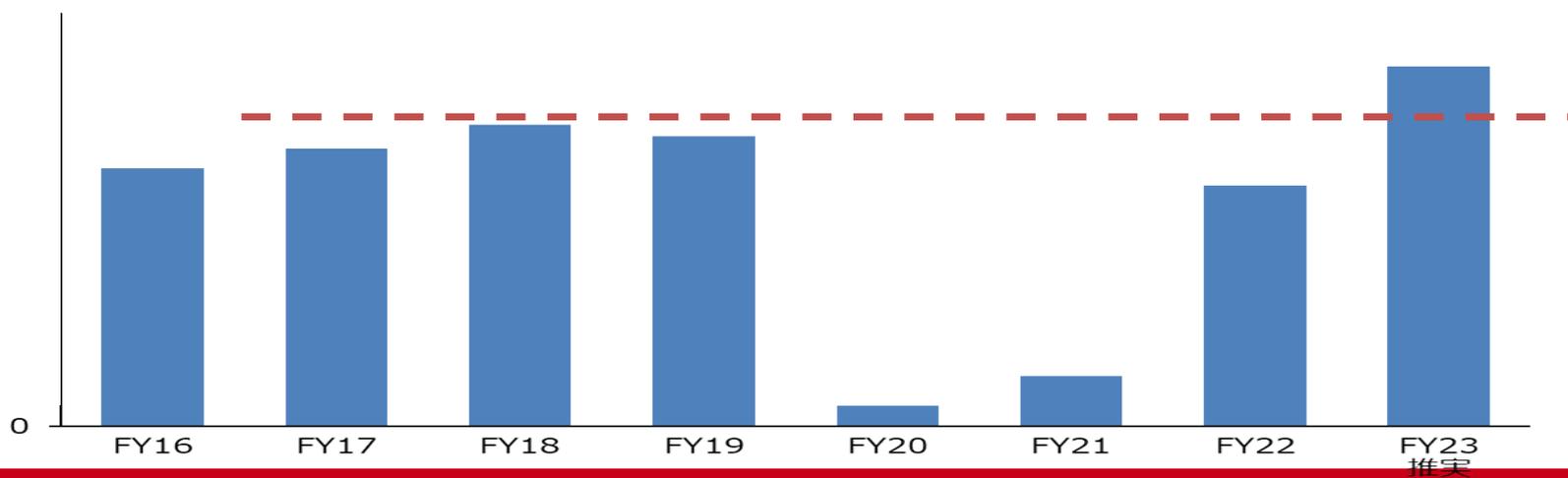
# JALグループインバウンド旅客数推移

国際線ではコロナ前に近づきつつある。国内線利用者は羽田空港の国際線の便数拡大もあり、最高値を更新。

旅客数 (万人)      ■ インバウンド旅客数 (万人)



旅客数 (万人)      ■ インバウンド旅客数 (万人)



## 2 大航空機メーカー、航空市場の大幅な成長を予測

エアバス Global Market Forecast 2017-2036  
(出典：エアバス社 2017/6/9)

ボーイング 最新市場予測 2017  
(出典：ボーイング社 2017/6/30)



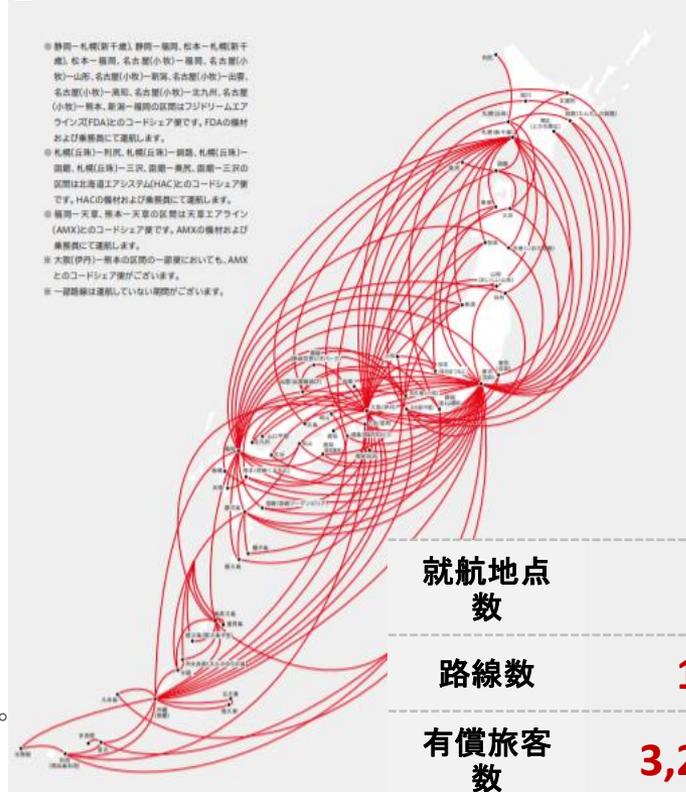
2017-2036	期間	2017-2036
年率4.4%	成長率	年率4.7%
<del>40,900機以上</del>	新造機数	<del>41,030機</del>
5兆3000億ドル (約610兆円)	金額 (\$1=115円)	6兆1000億ドル (約700兆円)
アジア太平洋 41% (欧州 20%, 北米 16%)	地域別シェア	アジア 約40% (欧州 約18%, 北米 約21%)

国際線・国内線の路線ネットワークをさらに充実させ、海外から日本へ、さらに地方への乗り継ぎを促進する。

国際線



国内線



※ 静岡-札幌(新千歳)、静岡-福岡、熊本-札幌(新千歳)、熊本-福岡、名古屋(小牧)-福岡、名古屋(小牧)-山形、名古屋(小牧)-高松、名古屋(小牧)-北九州、名古屋(小牧)-熊本、東京-福岡の区間はアジア・パシフィックライン/東アジア比のコードシェアです。FDAの機材および乗務員にて運航します。  
 ※ 札幌(丘珠)-羽田、札幌(丘珠)-那覇、札幌(丘珠)-那覇、札幌(丘珠)-三沢、那覇-那覇、那覇-三沢の区間は北海道エアシステム(HAC)比のコードシェアです。HACの機材および乗務員にて運航します。  
 ※ 福岡-天草、熊本-天草の区間は天草エアライン(AWX)比のコードシェアです。AWXの機材および乗務員にて運航します。  
 ※ 大宮(伊丹)-那覇の区間の一部線において、AMXとのコードシェアがあります。  
 ※ 一部路線は運航していない期間がございます。

乗り入れ国/ 地域数	<b>56</b>	カ国/ 地域
路線数	<b>571</b>	路線
有償旅客数	<b>839</b>	万人

就航地点 数	<b>58</b>	地点
路線数	<b>143</b>	路線
有償旅客 数	<b>3,257</b>	万人

\* 運航実績は2016年度。  
 \* 就航地点数+路線数は  
 コードシェア含む。

## 4. 日本各地のインバウンド取り組み事例

# 訪日外国人を地方に送客するための仕組み作り

▶ 訪日外国人を地方に送客するためのバリューチェーンをつなぐ「プラットフォーム」となることを目指す。

1

観光資源の  
掘り起こし

JAL

他業種

プロモー  
ション

JAL

企業

お客さまの  
移動

JAL

企業

現地での  
受入体制

JAL

他業種

バリューチェーンをつなぐことで新しい価値を創造

### お題：「〇〇地域をひとり旅して受入環境をレポートする。」



① 旅マエの旅行情報収集



② 現地ではまず観光情報センターへ



③ ひとりで路線バスで移動



④ 地域の味覚を堪能



⑤ ステキな場所を発見！



⑥ 調査結果のレポート（40-50P）を作成



⑦ 地域の皆さまに調査報告会を実施

# 熊本県菊陽町にて

2023年6月29日 実施



熊本県菊陽町で台湾文化に関するセミナーを開催。講師は「JALふるさとアンバサダーGLOBAL」のチャン・エンユ（ジェイド）さん

熊本県の中部にある菊陽町において6月29日、台湾の文化やおもてなしなどをJALの客室乗務員から学ぶ、町職員向けの研修会が開催された。

現在、菊陽町には台湾の大手半導体メーカーであるTSMC（台湾積体電路製造）の子会社であるJASM（Japan Advanced Semiconductor Manufacturing）が新工場を建設中であり、今後ますます交流人口の増加が見込まれている。



TSMC



1

観光資源の  
掘り起こし

事例紹介

Jet to You.  
**J-AIR**  
日本をつなぐJALグループの翼

## 兵庫県 豊岡市

### 「コウノトリ」との共生



**JAPAN AIRLINES**

## 兵庫県 豊岡市



### 城崎温泉の外国人宿泊数



### これまでの取り組みの歩み

- 1950年代より官民一体となった**コウノトリ保護・野生復帰活動**に取り組む中、理念として掲げられた**「人と鳥の共生」**というストーリーが海外を中心に高い評価を得る。
- 増加する外国人観光客に対応するために**「言語対応」**をはじめとしたインフラ整備を行政が中心となり積極的に強化。
- 「コウノトリ」や同市の他の観光資源の魅力を磨き上げ、JALと共同で**インバウンド向けのプロモーション**を展開。

## 『 JAL × 農協観光 』の強みを活かした「地域の農業を応援する」取り組み



## 農山漁村に「行って」応援

- 農山漁村への『誘・送客』の仕組みを構築  
例) ・訪日FIT向け農泊パッケージ商品の開発  
・企業（福利厚生）向け農泊商品の開発  
・教育旅行向け農泊ユニットの開発 など

## 農畜産物を「買って・食べて」応援

- 農畜産物の販路拡大に向けた取り組み  
例) ・地域産品と農泊商品がセットになった、ふるさと納税の返礼品の開発  
・越境EC向け商品の開発・拡充 など

## 農業現場で「働いて」応援

- 農業における労働力不足に呼応した取り組み  
例) ・援農パッケージ商品の開発 など
- 農業の担い手対策と連動した取り組み  
例) ・就農体験パッケージ商品の開発 など



JAグループと連携して農山漁村地域への多様な交流の機会を創出

# JA但馬での取り組み



## 人口・面積等

- 人口 17.0万人(3%)
- 面積 2,133km<sup>2</sup> (25%)
- GDP 5,796億円(3%)
- 域内市町数 3市2町

## 特産品

キャベツ、岩津ねぎ、朝倉さんしょ、お茶、ナシ、ズワイガニ、ハタハタ、ホタルイカ、但馬牛、ブロイラー、出石そば、かばん、柳細工、但馬ちりめん、ばね、家具等

## 観光

- 観光入込客数 1,033万人
- 主要観光地
  - 城崎温泉(豊岡市) 91万人
  - 竹田城跡(朝来市) 42万人
  - 湯村温泉(新温泉町) 42万人
  - 余部鉄橋・余部鉄橋(空の駅)  
(香美町) 27万人
  - 氷ノ山・ハチ高原(養父市) 26万人

1

観光資源の  
掘り起こし

# 農業留学（2週間の農業体験）



## 遠野市



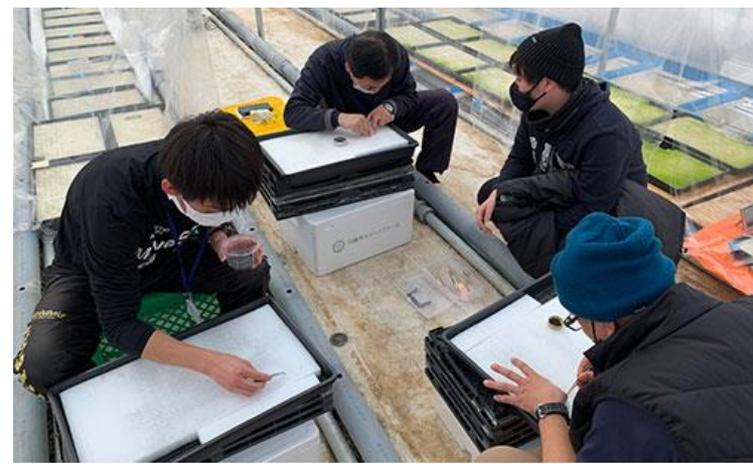
## 蔵王町



## 藤里町（イワナの養殖）



## 八幡平（スマート農業）



1

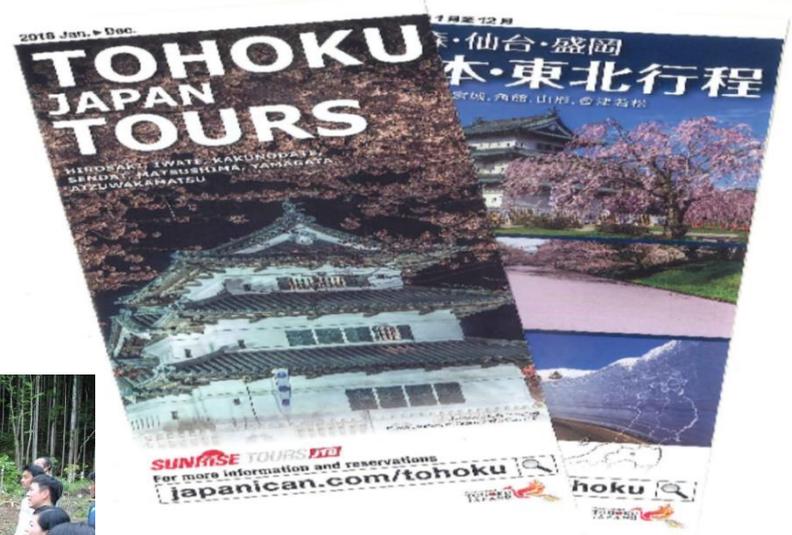
# 観光資源の掘り起こし

# 防災ツーリズム (東日本大震災からの復興)



東北大学と連携し「防災学習ツーリズム」の開発に向け取組みを行い、その後KNT東北やJTBとの提携により、海外発の防災ツーリズム旅行商品の造成・発売を実施。

## 防災ツーリズムへの取り組み



Adventure Travelの定義は、「自然とのふれあい」、「文化交流」、「フィジカルなアクティビティ」の3つの要素のうち2つ以上が主目的である旅行形態。世界で72兆円市場となっている。



### 安藤 誠

1999年に開業したウィルダネスロッジ「ヒッコリーウィンド」のオーナーであり、北海道アウトドア資格制度のマスターガイドのひとり。環境省委任北海道指定タンチョウ監視人、日本に数人しかいないスワロフスキーオプティック社サポートプロガイド、知床ボランティアガイドレンジャー、経済産業省「地域産業活性プログラム」認定を受けた自然案内人。プロカメラマンとしても世界にその名が知られ、世界的な写真コンテスト「ネイチャーズベストフォトグラフィージャパン2014年」の総合準グランプリ。「ネイチャーズベストフォトグラフィージャパン2016 ワイルドライフ」入賞に輝く。

1

観光資源の  
掘り起こし

# 世界自然遺産の活用

## 奄美群島 沖縄 西表島

### 2021年 世界自然遺産登録！

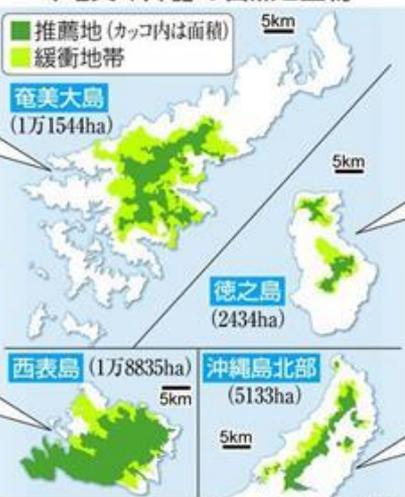


溪流帯



イリオモテヤマネコ

#### 「奄美・沖縄」の自然と生物



トクノシマトゲネズミ



ヤンバルクイナ

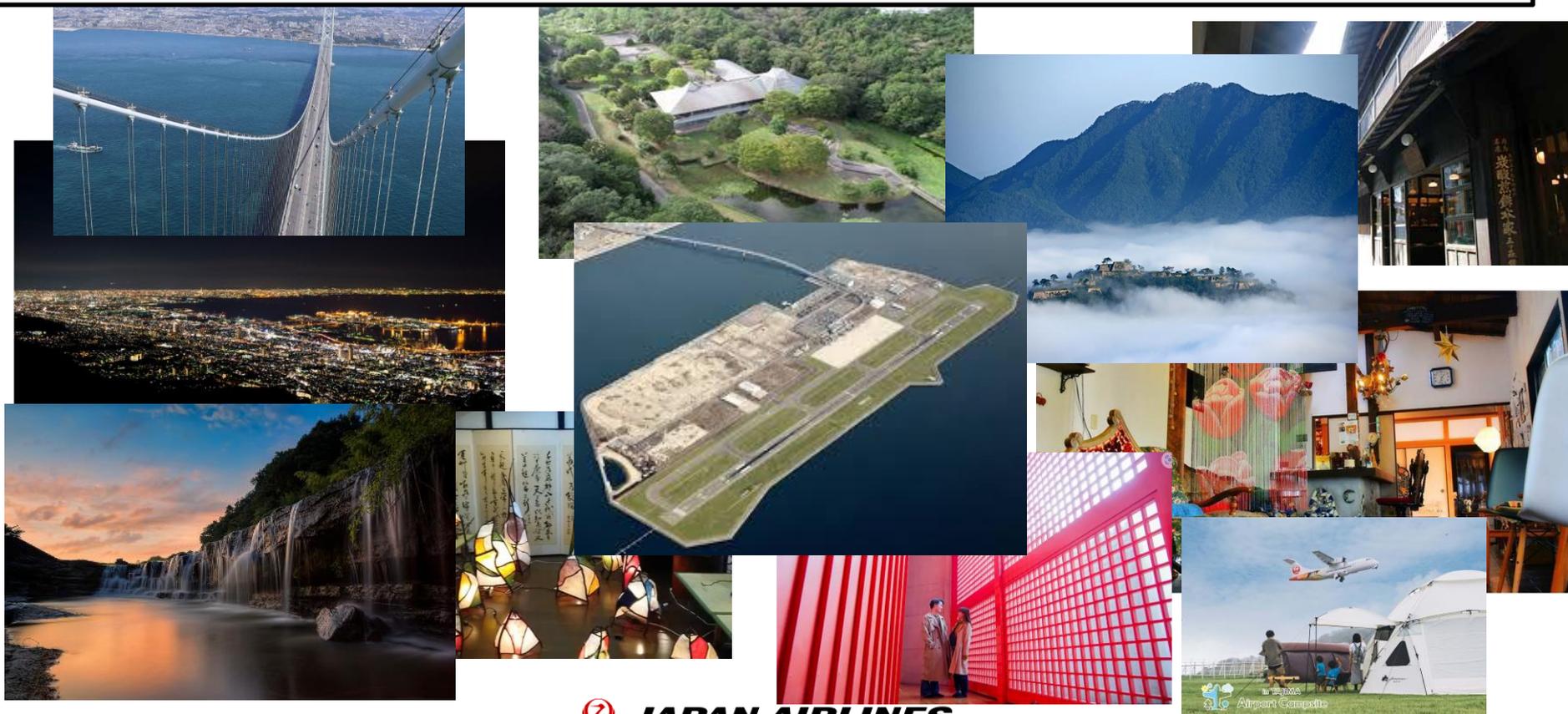
※写真はいずれも環境省提供



## 5.最後に

# 自らを見つめなおしすばらしさを発見

観光産業は地域の一大産業になり得る。従来の旅行の概念にとらわれず、日常が観光となりえるという発想が必要。人が地域へ行く理由づくりは様々。空港を玄関に地域が一体化していく体制、運営が求められている。



# JALグループでお手伝いできること

## デジタル観光ガイド「OnTrip JAL」を活用したプロモーション

国内・海外の観光情報を、グルメ、絶景、お役立ち情報などのほか、JAL客室乗務員や支社、支店スタッフが自ら取材したおすすめ情報も発信しています。地域の魅力発信メディアとして、JALオリジナルのデジタル観光ガイドをぜひご活用ください。



## 「大阪・関西万博」に向けた誘客プロモーション

2025年開催の「大阪・関西万博」をきっかけとした、地域へのインバウンド誘客をご支援します。JALオリジナルの訪日外国人向け情報案内サイト「Guide to Japan」への記事掲載をベースに、広告宣伝やJAL会員へのe-DM配信による「プロモーション施策」により地域の魅力発信に貢献します。



## JALサ旅と連携した「サウナ旅」誘致プロモーションプログラム

JALサ旅※をベースとした、地方自治体向けのサウナツーリズム誘致プロモーションプログラムです。知見のあるメンバーが「企画」から「実施」まで一気通貫で請け負います。

※JALサ旅とは：JALでは2019年より「サ旅(サウナ旅)」と題し、サウナツーリズムを核とした商品開発やプロモーションを積極的に展開。現在はそれらを活用したコンサルティングやタイアップなど多角的に事業を拡大中。





## アニメツーリズムによる地域活性化

アニメや漫画のファンが作品ゆかりの地を訪れて作品の世界観に触れる新しい旅の楽しみ方です。JALは海外旅行博でのアニメコーナー運営、大型アニメイベントの送客、ダイナミックパッケージ商品造成による送客などのさまざまな実績とともにアニメツーリズムを推進しています。



## 自治体向けワーケーションプログラム

新しい働き方の浸透に対応した地域の目指すワーケーション戦略実現に向け、JAL独自の「3つのステップ」による地域資源を活かしたワーケーション受け入れ環境整備プログラムです。



## 2地域居住推進プログラム

2地域居住を検討されているお客さまへ、観光の魅力だけでなく、就労環境や生活環境といった実際の2地域居住をイメージしながら、現地を確認いただく機会を提供する自治体さま向けのプログラムです。



## 助成金を活用した「ふるさと応援割」旅行商品造成

Web専用ツアーであるJALダイナミックパッケージ（航空券＋宿泊のセット商品）に対し、ご指定の路線において割引を行うキャンペーン施策です。デジタル観光ガイド「OnTrip JAL」による情報発信を組み合わせることで、旅行需要喚起から旅行商品への誘導まで一気通貫したプロモーションが可能になります。



## 自治体向け「旅先納税®」導入サポート

株式会社ギフトィが展開するふるさと納税の新しいカタチ「旅先納税」の導入をJALがお手伝いします。観光やお出かけをきっかけに、現地でのコト体験を返礼する「旅先納税」を活用し、新たな人流・商流創出を目指します。



## JAL MaaS

空港を中心としたその前後の移動の検索や、地上交通の予約・手配がワンストップで可能なサービスです。交通事業者や観光事業者などとも連携し、地域に寄り添った交通課題の解決と移動需要の喚起を目的とした施策を実施することで、交流人口の拡大に貢献します。



## 「JAL Wellness & Travel」を活用した誘客プロモーション

歩いたりチェックインスポットに訪れたりすることでJALのマイルがたまるサービスです。地域内の指定の場所・施設にチェックインスポットを設定のうえ、JALの会員媒体や機内誌などを通じて取り組みを宣伝することで、地域に訪れたり地域内の観光資源を巡るきっかけを創出いたします。



## JALグループ企業理念

JALグループは、全社員の物心両面の幸福を追求し、

- 一、お客さまに最高のサービスを提供します。
- 一、企業価値を高め、社会の進歩発展に貢献します。

ご清聴ありがとうございました。

各種お取り組みの相談は以下のURLまでお願いします。

JALソリューション・サービスサイト



明日の空へ、日本の翼



JAPAN AIRLINES

