

JAL 特集

JAL が仕掛ける「関係人口」創出と地域創生戦略 30 年に「移動を通じた関係・つながりの総量」1.5 倍へ

**JAL ソリューション営業本部・ソリューション営業推進部・鳥井大地部長**

日本航空（JAL）グループが、地方活性化の一環で「関係人口」の創出に力を入れている。総務省などが謳う関係人口とは、居住はせずに地域と継続的に関わる人たちのことで、地方の過疎化を食い止める存在として注目が集まっている。JALとしても社会貢献や企業としての持続可能性の観点から、今年度までの現中期経営計画にその概念を明記。自社のサービス利用者について、「移動を通じた関係・つながりの総量」を 2023 年度実績の 720 万人・回を起点とし、2030 年度には 1080 万人・回と 1.5 倍に拡大することを目指し、国や地方自治体、地方の事業者などと連携して目下さまざまな施策を打ち出している。今回、JAL ソリューション営業本部・ソリューション営業推進部・鳥井大地部長が航空新聞社の取材に応じ、関係人口の創出と地方活性化への戦略について語った。

関係人口は、その地方に居住する「常住人口」でもなく、観光などで一時的に來た「交流人口」でもない。地域に縁があったり、愛着を感じたりして

継続的に関わりを持つ状態の人々を指し、近年注目されつつある概念だ。過疎化という課題に直面する中、地方は移住者を増やすためにさまざまな策を講じているが、上手く定住に至らないことも多い。そこで、「何度も地方を訪れる、いわばリピーターである関係人口を増やすことで地域の担い手を増やすことに焦点が当たりつつある。関わりを持つうちに常住人口へ自然と移行するケースもあるため、関係人口の確保が重要になる」（鳥井部長）という。

21 年に「JAL ふるさとプロジェクト」始動 地方への人流・商流創出、情報発信強化

この関係人口を創り出す取り組みの核となるのが、2021 年からスタートさせた、地方へ人流・商流を生み出すとともに情報発信を行う「JAL ふるさとプロジェクト」だ。2011 年に地方創生を目的に発足した「JAPAN PROJECT」、2015 年にスタートした前身の「新・JAPAN PROJECT」を経て立ち上がったプロジェクトで、「こ

れまでに比べてより SDGs や ESG の要素が大きくなった。有志の客室乗務員（CA）を地方に移住させて課題解決に取り組む『JAL ふるさとアンバサダー』といった枠を拡大させ、地方独自の商品開発をしたり、誘客につながる企画を実施したりと、より地域に根付いた活動をしている」ことも特徴だとする。

例えば、地方の農家と組んで廃棄される果物を商品化して、それを基に商流・人流を生み出したり、地方で活躍する講師と協力して現地で体験型のアカデミーを開いたり、地方密着型の活動を行っている。また、航空会社の強みを生かし、同じ地域に複数回渡航する場合に お得に航空券を購入出来たり、マイルを活用して負担を抑えた二地域居住体験プログラムを提供するなどの施策も打ち出している。地方自治体だけでなく、「観光局や地域の事業者など、さまざまな関係者から声を掛けてもらっている。JAL から対象地域を絞ることはないが、九州や四国、北海道といった、首都圏から空路での移動がメインの地域と連携することが多い」という。

移住型 27 人、東京勤務型 874 人の支援者を CA から選任 社員の知見生かした特産品開発事例も

移住型の JAL ふるさとアンバサダーを地方の支社・支店に派遣したり、東京で勤務をしながら各人が選んだ地方への人流・商流を生み出すサポートをする「JAL ふるさと応援隊」を CA から選任したりすることで、特産品の開発や誘客を推進している。「JAL ふるさとアンバサダーは、台湾やシンガポール出身も含めて全国に 27、JAL ふるさと応援隊は 874 人がいる」状況で、海外からの誘客も含めてノウハウを蓄積しているところ。「47 都道府県すべ

てに JAL ふるさと応援隊 がついている」といい、全国で活動を行っている。

JAL ふるさとアンバサダーが活躍した事例の 1 つが、今年 8 月に福岡県福津市にて生まれた「空飛ぶあごだし」だ。地域商社の福津いいざいと JAL が、福岡県福津市で漁獲されたトビウオを活用した出汁パック「空飛ぶあごだし」を共同で開発・販売した。地元でとれるトビウオのなかで、骨や頭など従来は廃棄されていた部位を活用して新たな形で商品化することで、地域資源の有効活用とフードロス削減を両立するもの。商品開発では、素材選定やパッケージデザインに、福岡県出身の JAL ふるさとアンバサダーの知見が活かされた。JAL PLAZA 福岡空港・北九州空港、デパートの小倉井筒屋などで販売されており、福津市や福岡県の PR に一役買っている。

また、「とくに印象に残った事例の 1 つ」だとするのが、JR 東日本東北本部や地元農家と協働し、規格外で売り物にならないさくらんぼをクラフトラガーへ生まれ変わらせた企画だ。もともとは、「人手不足に悩む山形県のさくらんぼ農家への収穫支援がきっかけ」で、「収穫を手伝う際、天候不順などで規格外となり出荷できない品がたくさんあることがわかり、商品開発へ至った」という。

山形県では、1875 年に明治政府からさくらんぼや西洋なしなどの果樹の苗木が配付されており、150 周年の節目の年を迎える今年に「やまがたフルーツ 150 周年事業」を打ち出し、果物の魅力を積極的に発信している。さくらんぼクラフトラガーもその 1 つとして 8 月から、NewDays や酒のやまや、仙台・山形空港の売店、羽田産直館、仙台駅構内「むとう屋」などさまざまな場所で売り出されている。JAL が主体となって地方の新たな魅力を発見し、人流・商流を生み出す

取り組みの一環だ。

地域で活躍する講師招き
「旅アカデミー」開催
離島での暮らしやローカル副業
を実践交え学習

地方での暮らしに関心がある人を呼び込み、「移住や関係人口化のきっかけ作りをしてもらう」場として、「旅アカデミー」という企画を昨年 8 月から始めた。国内外の地域で「豊かな生き方」を実践する人を講師として呼び、セミナーを開催したり、実際に現地に数日滞在して生活を体験したり できるプログラムだ。香川県・三豊市に暮らす umari 代表取締役の古田秘馬氏や、東シナ海の小さな島ブランド代表取締役の山下賢太氏など、地方での暮らしを発信するキーマンを定期的に招いている。

これまで、地域ビジネスの生み方・事例を学習する「ローカル副業入門」、島特有の課題解決や取り組み事例などを知る「日本離島クラス」、日本ワインのユニークな取り組みを学ぶ「マイクロワイナリーオーナー入門」、各地の食文化に触れる「美食ハンタークラス」の 4 講座を開講。これまで延べ 150 人以上が参加してきた。とくに「日本離島クラス」は、地域住民との交流を通じた新しい旅の形が評価され、「ツアーズグランプリ 2025」審査員特別賞を受賞。持続可能な地域づくりの学びの場として高い評価を得ている。

マイル活用して二地域居住を後押し
1 県 6 市とコンソ立ち上げ
体験型プログラム実施

マイルを活用して移動費を抑え、二地域居住を後押しする取り組みとして、今年 7 月に二地域居住推進コンソーシアム「二地域居住応援ネットワーク」を立ち上げた。北海道上士幌町や和歌山県、同県田辺市・白浜町・すさみ町、香川県三豊市、長崎県壱



福岡県福津市で漁獲されたトビウオを活用した出汁パック「空飛ぶあごだし」（提供：JAL）

岐市といった 4 道県にもおよぶ 1 県 6 市町の自治体と、JAL グループ各社（JAL、JAL カード、JAL マイレージバンク）などを含む全 12 団体が構成されている。

ネットワークを基に提供する「つながる、二地域暮らし」プログラムでは、加盟自治体が JAL からマイルを購入して参加者の移動費を一部賄うことで、二地域居住への金銭的なハードルを下げられる。さらに自治体や地元事業者と連携することで、農作業の手伝いや一時的な居所をパッケージで提供することで、大掛かりな準備をしなくとも参加できる内容になっている。「今年、全自治体で 45 人の募集を掛けたが、正直集まるかわからなかった。しかしふたを開けてみれば、144 人の応募があり、急遽枠を 70 人に拡大させた」という。

国土交通省の「二地域居住先導的プロジェクト実装事業」にも採択された。初年度となる今回は 9 月から順

次実施しており、12 月まで行われる予定だ。

リピーター向けマイル付与や
自治体助成生かした航空券代サポートも
若者中心に関係人口化推進

顧客データを基にした JAL の調べによると、「関係人口化するのは若者が多い」傾向がわかった。そこで、18 ～ 29 歳を対象に、9 月から 12 月 26 日まで「旅リピマイルキャンペーン」を設定。同一の路線を 2 往復利用することで、ボーナスとして 2000 マイルをプレゼントすることで、地域のリピーターを増やし、関係人口化を後押しするような施策を打ち出している。

また、自治体からの助成金を活用して、25 歳以下の若年層を対象に 特定路線のチケットを期間限定で安価に提供する「スカイメイト」施策も手掛けている。現在 20 自治体と提携し 35 路線で実施しており、「ある路線で

は、キャンペーンの効果で利用者が前年同期比 6 倍になった」という。「若年層は SNS などでの発信力が高く、長く関係人口でいてくれる」ことから、今後も若者を中心とした施策を考案していく考えだ。

「移動」から「つながり創出」へ役割転換

JAL は単に航空貨物事業者としての役割だけでなく、「人と地域を結ぶ関係・つながりの創出」というソフト面の充実を大きなテーマに掲げる。JAL ふるさとプロジェクトを通じた関係人口創りはその中核を成す課題で、「今後も、JAL・関係事業者・サービス利用者の三方良しを大事にしながら、さらに経営資源を投じる」考え。培ってきた「移動」という機能的価値を、地域との継続的な「つながり」という新たな価値へと転換させ、地方創生のリーダーとして挑戦を続ける。