

the Project

「ザ・プロジェクト」

Project Title
地域交流ビジネス
(松山プロジェクト)

Company
JTBグループ 第2回

官民連携による 新たな観光事業の推進で 地域の活性化を実現

瀬戸内海を望み、歴史や文化などの魅力も多い松山市。こうした資源を観光に生かそうと、さまざまな戦略を進めている。これらの取り組みをサポートするのが、JTBグループだ。官民一体となった地域活性化の事例を紹介する。



子規や漱石の歩いた道をたどりながら、俳句をひねる提案が「松山ははく」だ。俳句入門の手引きも用意され、初心者にも好評だ。

司馬遼太郎の小説『坂の上の雲』の主人公たちが生まれた愛媛県松山市。従来松山市では、小説の背景を軸とした観光戦略を推進してきた。そして2009年11月から足かけ3年にわたる、NHKで同小説のドラマが放送されることを契機に、さらなる観光まちづくり・プロモーション戦略を策定。小説の時代背景、歴史・文化を生かした滞在型プログラムの開発を行ってきた。

行政・住民と一緒に地域の魅力づくり

松山市は、正岡子規などの俳人を多く輩出し、俳句と縁の深い地であることから、まち歩きプログラム「松山ははく」を開発。専属のガイドと共に市街を

歩き、歴史文化や食を楽しめるコースを設計し、数々の着地商品を開発すると共にJTBとタイアップした誘客策を展開した。この他、松山の素材を生かした食のブランド化、旅の魅力伝える情報誌の発行やウェブサイトの充実、出版社・航空会社と連携した情報発信などを進めてきた。修学旅行の誘致にも力を入れた。かつては来県校が年間0校のこともあったが、現在では50校以上にまで増加している。そうした松山市の戦略を陰ながらサポートしてきたのがJTBだ。JTB中国四国が中心となつて、プロモーション計画の策定や商品の開発、まち歩きガイドの養成および運営体制の構築などに携わってきた。この事業の立ち上げから携わってきた

構想では、瀬戸内海の海上ルートを活用した旅行商品を開発。また企業研修においては、グループ企業のJTB能力開発(現・JTB総合研究所)がプログラムの考案し、坂の上の雲ミュージアムの学芸員や伝統芸能の継承者に協力を依頼。全国の法人担当者が営業活動を進めている。発地(出発地)と着地(目的地)を連動させるこうしたスキームも、全国にネットワークを持つJTBだからこそできるものといえよう。

松山ならではの企業研修プログラムを開発

現在松山市では、これまで取り組んできた「坂の上の雲」の

「14年には、瀬戸内海国立公園指定80周年、道後温泉本館建設120周年、四国八十八ヶ所霊場開創1200年」という三つの記念行事が重なります。このチャンスを生かすため、今から観光商品に磨きをかけていきます。JTBにも協力していただき、地域資源の魅力を引き出していきたい」

JTBも14年上期に合わせて、松山を含む四国を対象エリアとする「日本の旬」キャンペーンを実施する予定だ。グループの力を総動員し、個人旅行、団体旅行、訪日観光などで、瀬戸内・松山への送客を図る。JTBでは「総合旅行業」か

ら「交流文化事業」へと歩みを進める中、「地域交流ビジネス」を重点分野と位置付け、全国各地の魅力の掘り起こしや磨き上げ、観光人材の育成、地域物産品の開発などを行っている。その中心となるのは、グループに散らばる豊富な人材だ。

支店ネットワークとグループの機能を活用

「当グループは47都道府県の支店ネットワークを活用し、観光を基軸とした地域活性化事業に取り組んでいます。定住人口の減少や過疎化、一次産業の低迷等、さまざまな地域の課題を100年の歴史で培った旅行事業のノウハウと、新たに設立したJTB総合研究所のシンクタンク機能、人材育成・プロモーション機能を持ったグループ企業の機能を活用して、自治体や住民の方々と一緒に解決策を生み出し、地域経済の発展や、新たな雇用の創出に貢献していきたいと考えています」グループ本社観光戦略室マネージャーの萩野隆二氏は語る。



JTBの商品開発力やネットワークに期待

広島と松山を結ぶ瀬戸内海は、古くから国内外においてその資源価値を高く評価されています。しかし、これまで瀬戸内海そのものをテーマとした旅行商品はありませんでした。そこで私たちは「瀬戸内・松山」構想を掲げ、航路商品の開発や「瀬戸内・松山ツーリズム推進会議」を立ち上げる一方で、山陽・四国を周遊するクルーズや、瀬戸内海の魅力を体験するプログラムなど、新しい旅行商品の開発をJTBと共に進めています。

JTBとはこれまでも、修学旅行の誘致や、松山ははく、企業研修プログラムの開発などで協力をしてきました。「瀬戸内・松山」構想においても、その商品開発力やネットワークを生かしたバックアップを期待しています。近隣地域との連携は、各地域の思いや利害が対立することもあり簡単にはいきません。しかし従来のように点で捉える観光では伸びしろに限られます。広域地域と連携しながら、面としての魅力を高め、エリア全体の集客力を向上させなければなりません。将来的には、外国人旅行者の集客や、四国・広島地域・山陽地域との域内交流を充実させる施策についても、一緒に考えていただきたいと思います。

地域の課題解決に向けて、新しい挑戦を続けるJTBの地域交流ビジネス。官民連携による地域の活性化に、今後も注目したい。

日本最古の温泉「道後温泉」(写真右)と、現存12天守のうちの一つ「松山城」(写真左)が二大観光名所だ

株式会社ジェイティービー
http://www.jtbcorp.jp/

