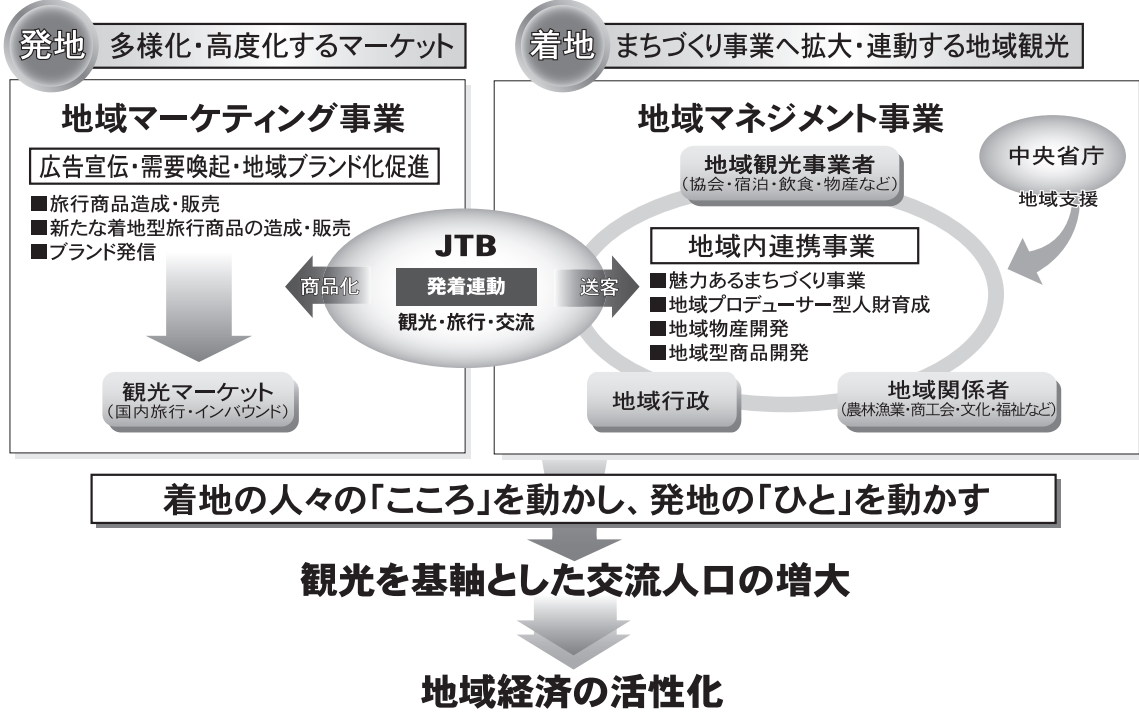
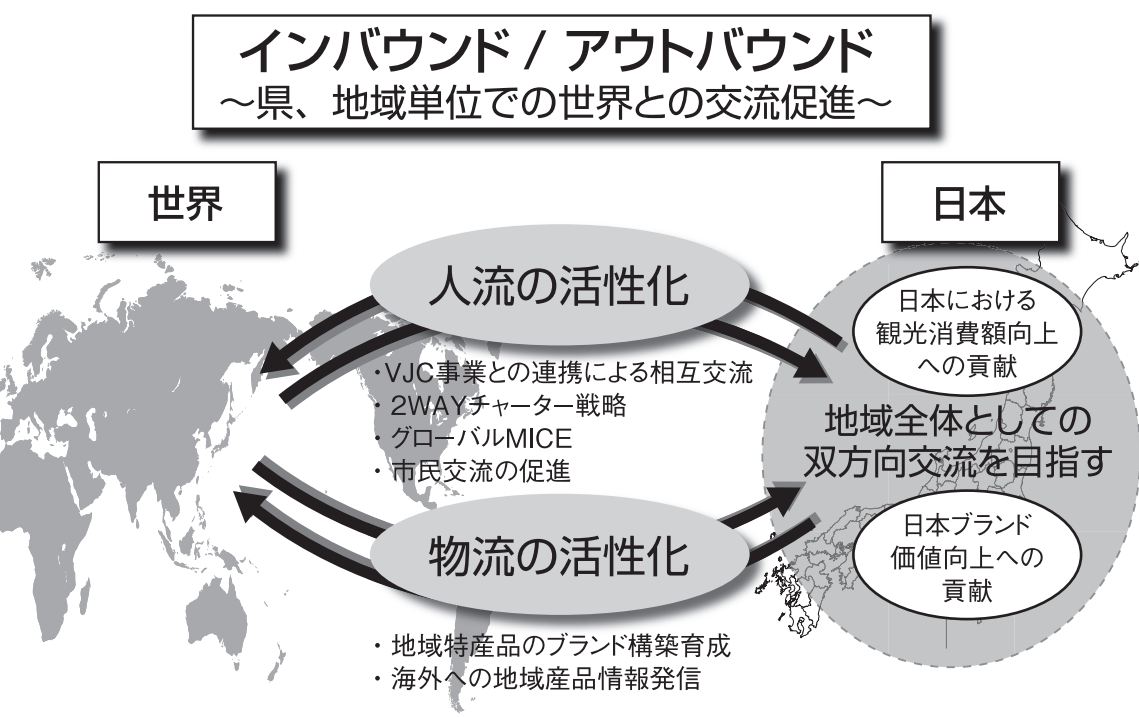


JTB創立100周年特集号 JTB グループの旅行事業

地域交流ビジネスの展開イメージ



グローバルな人流・物流における双方向交流によるDMC戦略の展開



DMP研修の会場



大土井 仁志さん

人財の育成

JTBでは、DMC戦略の推進に向けて、地域の多様な問題解決に対応できる「デスティネーション・マネジメント・フロンティア」(DMF)の育成を目指し、全国各地の支店から社員を選抜、育成後はDMC支店を中心に配属する。

DMC育成と地域への観光推進人材派遣を推進

DMC育成と地域への観光推進人材派遣を推進。DMC育成は、DMC戦略の推進に向けて、地域の多様な問題解決に対応できる「デスティネーション・マネジメント・フロンティア」(DMF)の育成を目指し、全国各地の支店から社員を選抜、育成後はDMC支店を中心に配属する。また、官公庁、自治体、観光関連団体へDMC育成した人材を派遣し、観光推進のサポートを行う。

あらゆるコミュニケーションの場を拡大する、私たちのビジネスフィールド。独自のネットワークと斬新な発想で、地域の皆様のベストパートナーを目指します!

TOURISM & COMMUNITY PROMOTIONS

観光・地域振興ソリューション

独自のナレッジとプロフェッショナルな人財が、地域の魅力をもつめ直す。

長年にわたって取り組んできた集客・交流事業、地域振興事業は、私たちにさまざまなナレッジやプロフェッショナルな人財をもたらしてくれました。しかしながら、まちづくりや地域活性化に1つの答えがあるわけではありません。移り変わる人々の価値観やライフスタイルに応じて、新しい価値の創造が求められています。JTBコミュニケーションズは、独自に活動するシンクタンクと、広報・プロモーションや地域活性化事業の実施に携わるドワンク機能がそれぞれの専門機能を結集し、「地域の再生」を総合的にプロデュースします。



ふるさと祭り東京2012

GATHERING MANAGEMENT

商業施設運営・集客ソリューション

コミュニケーション活動の一元的な管理で、集客に結果を出す。

駅ビルや、百貨店系ショッピングセンター(SC)、観光立地型SCなど、さまざまな商業施設の販促にかかわるプラン策定・運営・集客事業を行なっています。地域振興や公共施設運営ノウハウを活用し、地域団体や住民、行政などを巻き込んだ施策も展開。商業施設のキャザリングマネジメント(集客管理)に注力し、コミュニケーション活動の一元的な管理のもと展開します。



韓国映画「きみはベッ!」記者発表会

PUBLIC BUSINESS

公共施設運営事業

市民文化活動を支援して地域コミュニティを再生。

日本初の観光PFI事業として、全国の注目を浴びた「オテルド・摩耶」が順調に集客を続けており、また、市民文化活動の拠点「三田市総合文化センター」が民間事業者による公共文化施設運営の成功事例として取り上げられるなど、JTBコミュニケーションズは、パブリックビジネスソリューションの専門企業としての地位を確立しています。長年培ってきた集客と交流のノウハウをベースに、これからも、新たな施設運営を提案してまいります。



国営ひたち海浜公園

DMCへの進化を加速

JTBの経営戦略「デスティネーション・マネジメント・カンパニー(DMC)」は、旅行会社の新たな方向性を示したものと注目されている。とりわけ観光立国の推進で果たす地方の役割では、このDMCに期待がかけられる。概要を紹介する。

近年、わが国では、観光立国への推進による国内外の交流人口拡大を地域活性化につなげていくことが、成熟社会の日本における成長戦略として位置づけられてきた。実際、観光振興による活性化を目指す地方自治体は、旅行会社が持っている「人を動かす」ノウハウに注目し、観光客誘致につなげていくPRや受け入れ態勢の整備について、旅行各社と連携するケースが増加してきている。

そのような背景の中で、JTBグループは、06年の旅行事業会社の分社化を契機に、新たな企業体への変身を掲げ「旅行会社」から「デスティネーション・マネジメント・カンパニー(DMC)」への進化を志向してきた。これまで旅行業界で培ってきたノウハウやネットワークを活用して、地域経済に貢献する企業を目指すものだ。各自治体との連携も一層深まってきた。

JTBは、これまで多岐にわたる出版やコミュニケーション事業会社で観光客増加に向けたさまざまな観光マーケティング事業に取り組んできたが、DMC戦略の全社的な推進によりグループ内企業連携が強化され、さらに異業種とのアライアンスを進めることで、従来の旅行事業の枠にとらわれない新たなDMC戦略を展開する。

交流人口創出のカギ 地域交流ビジネスを具現化

JTBの全社的な推進体制としては、47都道府県の県庁所在地をDMC拠点と位置づけ、支店長自ら地域交流ビジネス戦略を推進する体制を整えることで、グループ全体のDMC戦略の事業の柱に「地域マーケティング事業」「地域マネジメント事業」の2つを掲げている。図参照。地域マーケティング事業は、観光客誘致に向けた広告宣伝、需要喚起、地域ブランド化に向けた戦略策定から実施までをトータルでサポートする。また、地域マネジメント事業は、地域内事業者と連携しながら、観光消費額向上につなげるための仕組みづくりとして、観光客の受け入れを担う人材育成・施設開発・二次交通整備、着地型旅行プログラム開発、流通支援などをサポートしている。

さらに、首都圏の企業、マスコミなどの連携による新しい地域活性化モデルの構築も進んでいる。他分野企業との連携で「健康」「教育」「福祉」などの社会課題全般の解決を図る「ソーシャルソリューション」事業として発展。拡大してきおり、企業との連携により開かれたプラットフォームを地域活性化につなげることで、旅行事業を超えたJTBグループによるオンライン旅行事業モデルの展開による新たなDMC戦略の具現化を目指している。

DMCの事例紹介 震災支援をプログラム

JTB東北



地域ソリューション事業部スタッフ

地域のトータルサポート事業では、青森県十和田市と秋田県鹿角市で、ブランド向上事業を継続的に手掛けている。ファミリー層を中心に、ひまわりスイーツなど食の開発と流通、域内での体験や

インバウンド積極的

JTB西日本



西村 龍平さん

JTB西日本交流文化部では、昨年度から「地域交流インバウンド担当マネージャー」を配置し、地域のインバウンド誘客へ積極的な取り組みを始めていく。同部の西村龍平マネージャーは、観光庁の施策にも呼応した「西日本地域への訪日観光客の誘客」の課題では、東のゴールデンランドに匹敵する地域観光ブランドの構築に力があるとして、豊富な歴史遺産や瀬戸内海など「KANSAI」を「西日本」を売り出すために、連携を行い、従来のスポットを「西日本」から「テーマ型観光」を構築し、新たな価値創造を提案している。

健康と観光の融合図る

JTB中国四国



眞田 直也さん

JTB中国四国の山口支店では、都市型温泉である湯田温泉を、都市型温泉と温泉を融合させた新しいサービスの開発に着手している。眞田直也営業課長は、背景を次のように述べている。

健康面では、近年わが国では、都市型温泉と温泉を融合させた新しいサービスの開発に着手している。眞田直也営業課長は、背景を次のように述べている。



ふるさと祭り東京2012



韓国映画「きみはベッ!」記者発表会



国営ひたち海浜公園