

2018年7月24日

環境省 国立公園オフィシャルパートナー JTBグループの国内キャンペーン



2019年度上期「日本の旬 国立公園」実施が決定

株式会社JTB（東京都品川区、代表取締役社長：高橋 広行／以下、JTB）は、JTBグループの国内キャンペーン『日本の旬』の2019年度上期（4月～9月）の対象を「国立公園」と決定し、全社キャンペーンを展開いたします。

JTBでは、1998年10月より国内旅行活性化のため「日本の旬」を展開しており、「日本の魅力の再発見」をテーマに、各地の「旬」の魅力を掘り起こし、取り上げ、個人旅行、法人旅行、訪日旅行、そして、店舗（リアル）やインターネット（WEB）などのJTBグループの全販売チャネルでの販売拡大を通じて、新たな地域の魅力の発信を国内外に行うという取組を実施してまいりました。これまで「特定のエリア」を対象として本キャンペーンを実施してまいりましたが、このたび初の試みとして、対象エリアを全国各地の「国立公園」として実施いたします。

現在、環境省では、日本の国立公園を、「ナショナルパーク」としてブランド化し、世界中からのあこがれの旅の目的地とするべく、「国立公園満喫プロジェクト※」を推進しています。この中で、日本の国立公園は、世界でも特徴的な「人の暮らしと共にある国立公園」として、「その自然には、物語がある Stories to Experience」をブランドスローガンとして掲げるとともに、全国8か所の国立公園（阿寒摩周国立公園・十和田八幡平国立公園・日光国立公園・伊勢志摩国立公園・大山隠岐国立公園・阿蘇くじゅう国立公園・霧島錦江湾国立公園・慶良間諸島国立公園）を先行的、重点的に取組を実施する地域として、様々な事業を展開しています。



伊勢志摩国立公園（イメージ）

JTBはこのプロジェクトに賛同し、環境省の国立公園オフィシャルパートナー企業として参画をしており、そのプロジェクトの一環として全社のキャンペーンである「日本の旬」において、全国8か所の国立公園を中心にスポットを当て、「自然との共生が育んだ日本文化」をテーマとし、様々な魅力を訴求、国立公園ならではの「過ごし方」を提案し発信いたします。

JTBは本キャンペーンにおいて、政府、関係自治体、観光関連団体及び観光事業者の皆様と協力し、現地を旅行されるお客様のための「便利な移動の仕組み」、「地域ならではの特典」、「思い出に残る感動体験」「わかりやすい情報提供」などにより、新たな旅行スタイルを提案します。また、開発された様々な仕組みをキャンペーン終了後も地域との連携により継続的に活用し、観光を通じた交流人口の拡大による国立公園のブランド化、及び地域活性化を実現させ、観光立国の推進に貢献することを目指しています。

日本の旬キャンペーンを通じて国内はもとより訪日外国人のお客様に各地域の魅力を体験して頂くことで、国内観光地の活性化に貢献していきたいと考えております。