

2024年7月24日

報道関係者各位

株式会社 JTB
熱海市

**熱海市×JTB、
ビジネス利用向け新事業『意外と熱海 for Biz』を提供開始
～東京・関東エリアのタクシーサイネージで広告動画を配信～**

静岡県熱海市(市長:齊藤 栄、以下「熱海市」)は株式会社 JTB(代表取締役 社長執行役員:山北 栄二郎、以下「JTB」)と、2023年10月に熱海市の交流人口及び関係人口の拡大を推進するべく包括連携協定を締結^{※1}、その取り組みの一環として、個人旅行向けブランドとして確立した『意外と熱海』をビジネス利用向けにリブランディングし、新事業『意外と熱海 for Biz』として提供開始したことをお知らせいたします。

それに伴い、2024年7月29日より、国内設置台数 No.1^{※2} タクシーサイネージメディア「TOKYO PRIME」(東京・関東エリア)にて広告動画を配信いたします。



『意外と熱海 for Biz』公式サイト:<https://www.atami-biz.jp>

※1: 関連リリース(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001085.000031978.html>)

※2: TOKYO PRIME 媒体資料(<https://www.tokyo-prime.jp/mediasheet/>)より

■ 『意外と熱海』のリブランディングの背景・目的

— 宿泊客のV字回復、個人旅行向けブランド『意外と熱海』の確立

熱海市が2013年から3か年で推進した観光ブランド・プロモーション事業をJTB中部(当時)が受託し、『意外と熱海』を統一テーマとして設定しました。熱海の隠れている魅力を効果的に発信し、来訪促進と満足度の向上に繋げ、2016年度の宿泊者数は301万人を達成し、2013年度に立てた「入湯人員275万人泊」の目標数値を大きく上回り、低迷していた宿泊客数はV字回復となりました。特にF1層(20~34歳の女性)の増加に伴い、観光・宿泊施設の休日稼働が増加したことで、『意外と熱海』は個人旅行向けブランドとしての確立に至りました。

— 休日と平日の稼働率の乖離が課題に。『意外と熱海』のリブランディングへ

一方で、休日及び繁忙期と平日及び閑散期との稼働率に乖離が生じたことで、観光施設側の課題となりました。稼働率の平準化を図るべく、ビジネス需要を中心に、インバウンド、教育旅行等の誘客領域拡大の一連の取り組みを『意外と熱海』のリブランディング事業として推進してまいります。

■ 『意外と熱海 for Biz』事業での取り組み

ワンストップ窓口として、研修プログラムや会議・研修会場、ワーキングスペース、宿泊施設、体験コンテンツのご紹介・ご予約など、熱海でのビジネスをサポートしています。

① 「『意外と熱海 for Biz』Service Desk」の開設

法人ご担当者様のお悩みを、熱海をフィールドとしてワンストップで解決する窓口「『意外と熱海 for Biz』Service Desk」を開設しました。

② 法人利用情報サイトの運営 (<https://www.atami-biz.jp>)

研修プランをはじめ、ワーケーションや会議など、様々なビジネスニーズに対応したコンテンツをご用意しています。熱海市内でのビジネス利用で必要となる情報をみなさまにお届けいたします。

■ 企業が抱える課題／熱海で企業研修・ワーケーションを行うメリット

— 企業におけるHR業務の重要性

2022年時点における企業課題は、第1位に「収益性向上」(43.4%)が挙げられ、次いで「人材の強化(採用・育成・多様化への対応)」(41.1%)、「売り上げ・シェア拡大」(35.1%)となっています^{※1}。また、「働きがい・従業員満足度・エンゲージメントの向上」や「企業ミッション・ビジョン・バリューの浸透や見直し」など社内の人的資源の活性化を経営課題と捉える企業が多くなっています。このことから、企業は、将来に備え、中長期的に取り組む必要のあるものを企業の課題として認識し、HR(Human Resources)業務にかかる重要性は非常に高いと考えられていることがわかります。

※3: 引用: 一般社団法人日本能率協会「日本企業の経営課題 2022」

— 熱海の魅力①: 首都圏から好アクセス、且つ、豊かな自然と食、温泉。

熱海市は、都内から1時間圏内の好立地でありながら、豊かな自然、食、環境から、非日常を堪能できる条件を兼ね備えています。これまでは観光というイメージだった熱海も、働き方の多様化が定着し始めたいま、ビジネスとして熱海の温泉施設などを活用する企業も出始めてきています。また、コロナ禍以降、ワーケーションを通じた企業価値・社員エンゲージメント向上に取り組む企業も増えてきており、熱海市はその地域として最適です。



— 熱海の魅力②: 歴史的にも政治・ビジネスで活用された街であり、現在では社会課題の先進地としても。

熱海市は、明治時代以降、政治やビジネスのシーンで大きな方針を決める機会に活用されており、激変する世界情勢の中、企業経営者が未来の勝ち筋を探すための会議を始めとした様々なビジネスシーンで活用できる観光地でした。

近年、地方創生の社会課題解決の先進地としても注目されています。高齢化・空き家率・コロナ禍における観光産業等、日本の地方創生における課題の縮図となっている一方、課題解決に取り組むロールモデルとなるリーダーや起業家が存在し、研修フィールドとして多くの学びを提供することができます。

▼参考: 越境学習型研修プログラムを展開する株式会社 machimori 様のインタビュー記事

「熱海で企業研修が増えている納得の理由 ビジネスチャンスが広がるプログラム 実践的で本気度が別格」 ※記事公開後に URL 掲載予定



■ 地域課題解決型越境学習の期待効果

越境学習は、課題先進地域と呼ばれるローカルなフィールドへの越境体験を通じて、社員の経営視点への視座の変化やスピーディーな試行錯誤の経験、社会的課題への貢献実感を得ることを目的として行われています。地域課題解決というソーシャルな現場と、その中でビジネスとして実践を続ける地域経営者・起業家との関わりを通じて、自身のキャリア観の自己理解はもちろん、相対的に所属する企業のビジョンや強みも再認識する機会ともなります。

越境学習によって期待される効果

次世代リーダー育成	イノベーション・風土醸成	キャリア自律	エンゲージメント向上
<ul style="list-style-type: none">リーダーとしてのマインド醸成経営者の視座獲得課題発見力・提案力の向上	<ul style="list-style-type: none">知の探索新たな事業のきっかけ挑戦と応援の風土づくり課題発見力の向上	<ul style="list-style-type: none">組織内キャリアからの脱却キャリア設計のきっかけモチベーション、自信獲得ミドル世代の活性化、経験	<ul style="list-style-type: none">客観的にみた自社の魅力の再発見働く楽しさ、面白みの認識自社にいる意味付け

出典:2023/5/11 株式会社 JTB リリース「地域と企業を“学び”でつなぎ、社会課題の解決に挑む」

■ 広告動画について

今回の広告動画は、ターゲットともなる、次世代リーダーとなりうる年代層をモデルに、熱海の魅力である景観をフィールドワーク風に表現しています。また昨年開催した講演風景も織り交ぜ、よりリアルな内容を表現しています。



- ・ 放映期間:2024年7月29日(月)～2024年8月4日(日)
- ・ 放映場所:タクシーサイネージメディア「TOKYO PRIME」(東京・関東エリア)
- ・ URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DifHFDyZAd8&feature=youtu.be>

■ 本件に関するお問い合わせ

取材、講演依頼なども歓迎しております。下記よりお問い合わせください。

『意外と熱海 for Biz』Service Desk

■お問い合わせ先: atami_desk@jtb.com

■電話番号:054-205-8081 (受付時間 平日 9:15～17:45)

■熱海市 観光経済課 観光推進室

※本プレスリリース内の画像、ロゴにつきましては、本リリースに関する転載においてのみお使いいただけます。