

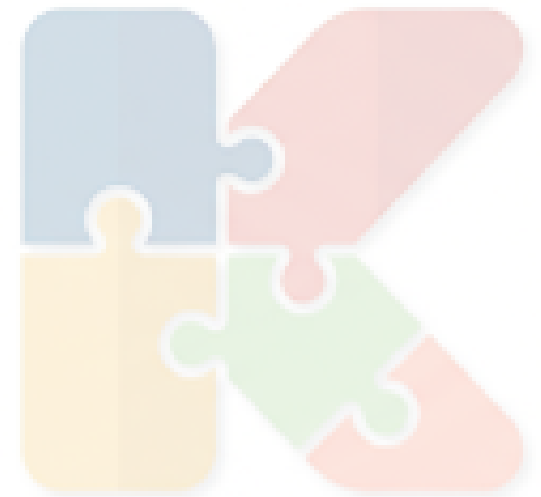


**KANTSUNA**  
関係・つながり共創株式会社

# KANTSUNA 会社紹介資料

---

関係・つながり共創株式会社



# 目次

1. 会社概要
2. サービス紹介
3. Appendix.





# 会社概要

## Company

会社名	関係・つながり共創株式会社 (英語名: KANTSUNA Co-Creation Co., Ltd.)
ブランド商標	KANTSUNA
設立	2026年4月
代表取締役社長	越智 健一郎 (日本航空株式会社 執行役員兼任)
資本金	1,000万円
株主	日本航空株式会社 100%
所在地	東京都品川区東品川二丁目4番11号 野村不動産天王洲ビル

## About us

## 地域と結ぶ。 未来を共創する。

「移動」を通じて、心はずむ「つながり」を日本中へ

JALグループはこれまで、「移動を通じた関係・つながりの創造」による社会的・経済的価値の創造に取り組んできました。

個人・企業・地域の3者にとってウェルビーイング向上・循環するエコシステムの構築を目指し、今後も引き続き関係・つながり事業の推進によって、さまざまな社会課題の解決に貢献してまいります。



社会課題を背景に関係人口拡大や二地域居住促進の官民の取組が加速するなか、JALグループとして個人/自治体/法人に向けた関係・つながり施策を機動的かつ専門的に展開するべく、新会社KANTSUNAを設立。

## 社会的背景

### 社会課題

- ▲ 高齢化社会・人口減少
- ▲ 首都圏への人口一極集中
- ▲ 社会的孤立・つながり希薄化

### 政府動向

- ⊍ 地域未来戦略・地方創生2.0
- ⊍ “二地域居住促進法”の施行
- ⊍ 全国二地域居住等官民連携PF

関係人口や二地域居住社の拡大は、人口減少社会においても地域経済を支える持続的なビジネスモデル構築に向けた重点政策領域

## JALグループの取組背景

### 関係・つながりの創造

- ✈ 社会課題起点での新規事業創出を掲げた経営ビジョン2035を公表
- ✈ 関係・つながり創造部発足後1年半が経ち、立ち上げ期から拡大期へ
- ✈ 2025年度の二地域居住実証でスキームの有効性と市場ニーズを確認

市場形成期における関係人口拡大の仕組みづくりを広域に進め、対個人・対自治体・対法人に向けたサービス展開を目指す

## KANTSUNA設立の狙い

### 1. 地域とのバランス確保

自治体や地域事業者との連携をより強化し、“共創”の関係性へ

### 2. 柔軟性と専門性の強化

スピード感のある意思決定と専門人財の確保・育成の促進

### 3. 事業特性への対応

航空事業ではなく、地域活性化事業を主眼に置いた組織運営

### 4. 対外的なメッセージ発信

“関係・つながり創造企業”としての事業展開を対外的にPR

関係人口創出事業を通じて  
社会的価値と経済的価値を創出

ウェルビーイング向上

航空運送収益への波及

地域活性化

新規ビジネスの創出

地域と人々の「関係・つながり」を増やすことをミッションに掲げ、関係人口創出促すプログラムの運営や地域の取組に対する伴走型支援、社会制度構築に向けた調査研究など、多様なサービスを展開。

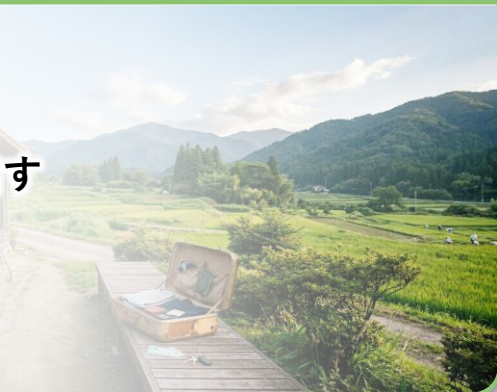
### 自治体・地域事業者向けコンサルティング

- ✓ 地域課題の解決に向けた施策連携  
(二次交通・地域の担い手不足・地域資源活用等)
- ✓ 政策/制度の連携・活用
  - 地域活性化起業人制度
  - ふるさと住民登録制度
  - 地域おこし協力隊インターン等



### 関係人口創出・二地域居住の促進

- ✓ 二地域居住実践プログラム  
「つながる、二地域暮らし」
- ✓ 学生と地域のつながりを生み出す  
「ガクツナプロジェクト」
- ✓ 首都圏企業/地域事業者向け、  
テーマ別の地域人流創出施策



### 地域の「居場所づくり」への投資促進

- ✓ 関係人口による地域への出資と  
リターンを生み出す仕組みづくり  
(クラウドファンディング等)
- ✓ 地域での中長期滞在施設の拡充に向けた  
ファンド等への出資・施設管理関連事業

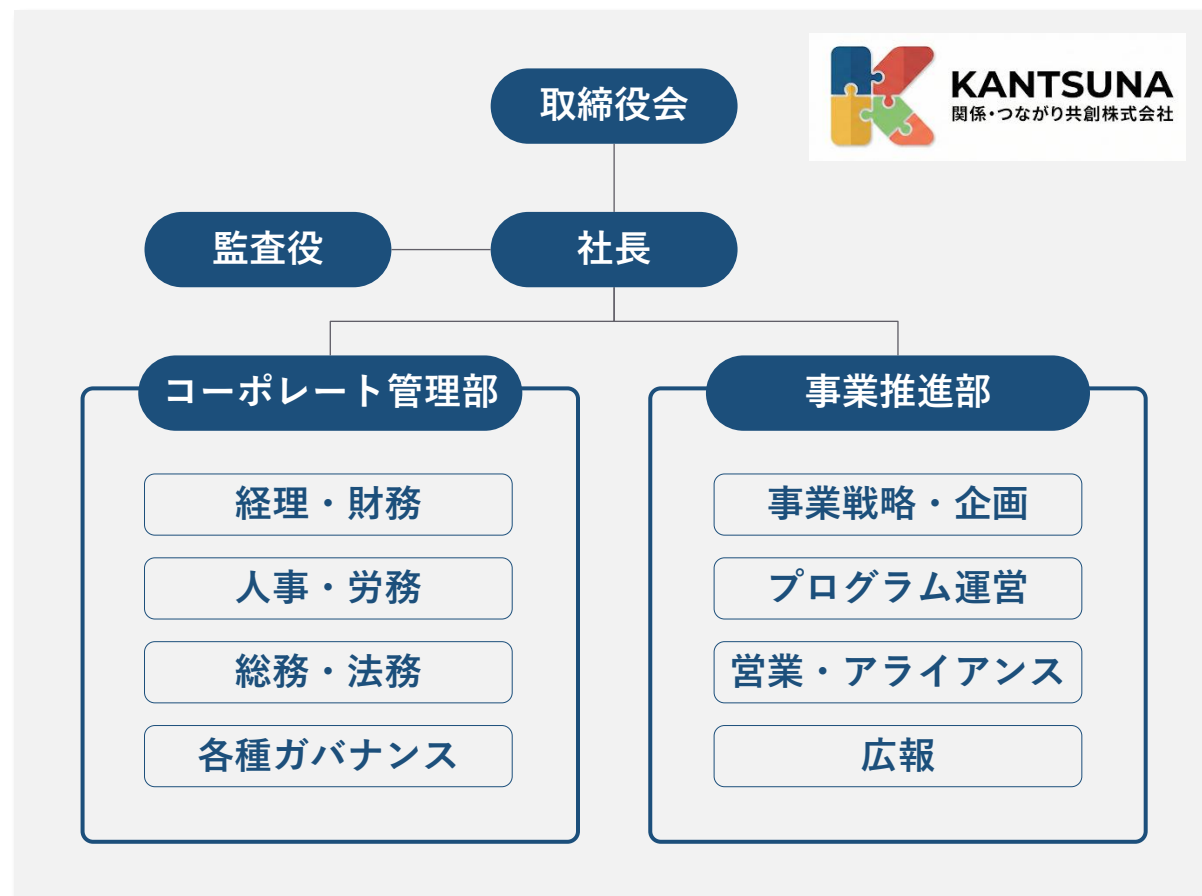


### 関係人口に関する調査・研究

- ✓ 移動とウェルビーイングの  
相関関係に関するリサーチ
- ✓ 関係人口の地域滞在に関する  
データ分析・研究機関との連携
- ✓ 関係人口拡大に向けた情報発信



機動的かつ専門的な事業推進に向け、コーポレート管理と事業推進の両面に絞った組織体制を構築。日本航空のソリューション営業本部と連携を取りながら、地域と付加価値を共創していくこと目指す。



代表取締役社長

**越智 健一郎**

日本航空株式会社 常務執行役員  
(ソリューション営業本部長) と兼任



取締役

コーポレート管理部  
部長

**瀬戸 立**

事業推進部  
部長

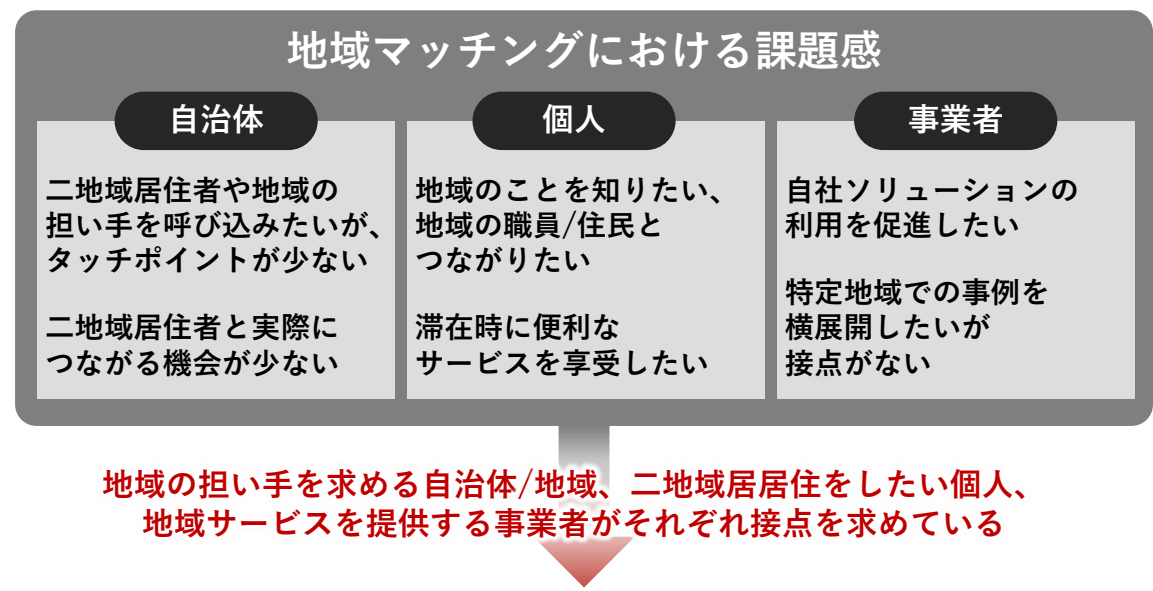
**青木 漱介**

非常勤取締役

**関谷 岳久**

KANTSUNAをJALの取組を加速させるためではなく、社会全体の関係・つながり拡大を加速させるための機関と位置付け、地域向けコンサルティングの一環として、個人と地域のマッチング事業を展開。

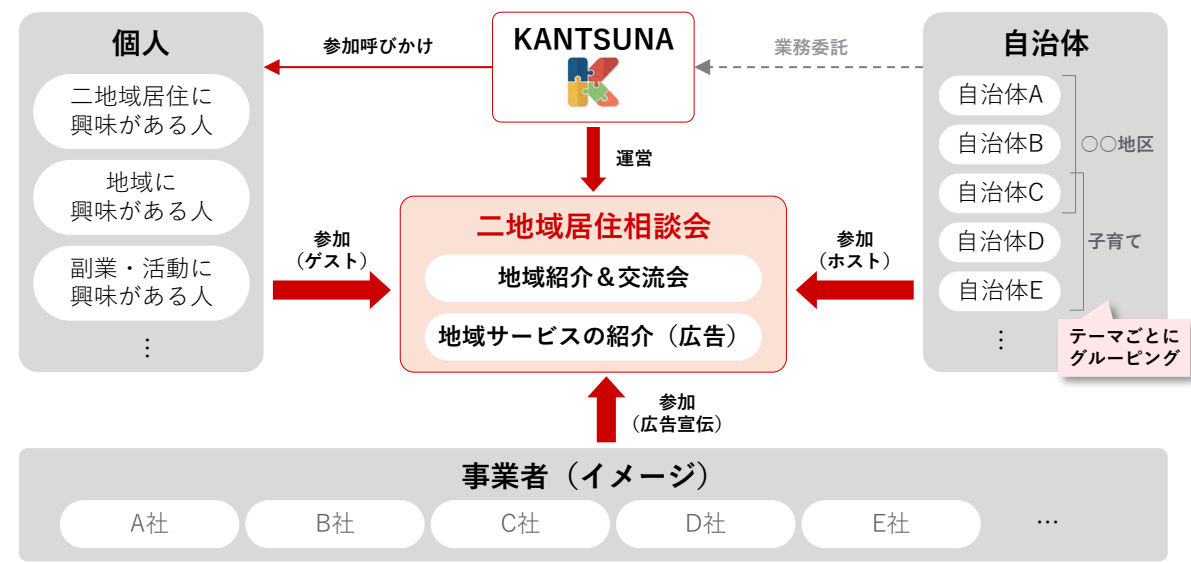
## 事業コンセプト



### 二地域居住相談会支援事業

- ✓ 地域から支援法人指定を受けたKANTSUNAにて、二地域居住者と地域をマッチングする事務局を担う役務を自治体へ提供
- ✓ これにより、地域活性化と個人のウェルビーイング向上に向けたマッチングの促進を図る（発地/着地に関わらず多くの事業者と共創）

## 事業イメージ



## 今後の取り組み方針

- ✓ 特定居住支援法人として上記を本格展開するにあたり、スキームの有効性や将来的な事業性をFY26で検証予定



国土交通省の先導的プロジェクト実装事業として、マイルを通じた移動負担軽減プログラムを展開。  
 6地域で実施した2025年度は当初定員の約3倍の応募を受け付け、2026年度以降さらに広域に拡大予定。

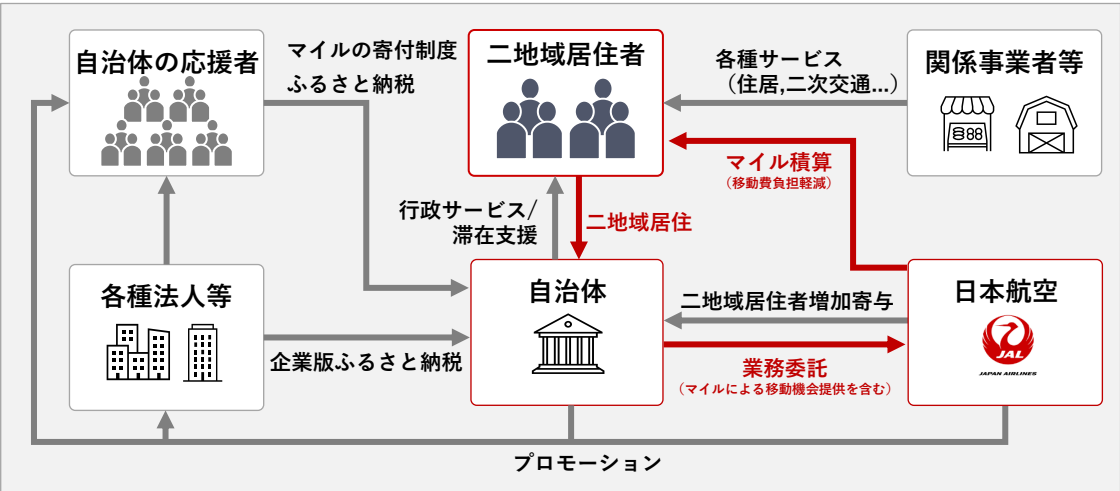
## 「つながる、二地域暮らし」とは？



二地域居住のハードルである移動費が  
 マイルを通じて支援される  
 二地域居住実践プログラム

東京/大阪＝滞在地域至近空港への  
 4片道相当のマイル提供  
 (※その他交通費・滞在費は各自負担)

✓ 2025年度は6地域がプログラムに参画  
 (北海道上士幌町、和歌山県田辺市・白浜町・すさみ町、香川県三豊市、長崎県壱岐市)



## 取組のポイント

- 二地域居住者の移動負担の軽減**  
 地域の担い手となり得る二地域居住者を呼び込むため、自治体がマイルを通じて二地域居住者の移動費を支援 (実証事業では航空移動費の半額相当分を支援)
- 自治体財源の確保**  
 上記を持続可能な取組とするため、二地域居住促進の地域財源を確保に向けたプロモーションを実施 (個人/企業版のふるさと納税、マイル寄付等)
- 地域とのつながりの醸成**  
 移動がオトクな期間だけ地域を訪れるのではなく、訪問をきっかけに地域とのつながりが生まれることを目指し、地域や人と交流する地域メニューを用意

## 2025年度の取組状況

- ✓ 当初定員45名に対し、約3倍の114件162名が応募
- ✓ 各自治体ごとの特色も残しながら、60名以上が参加
- ✓ 応募者の約4割が滞在先への訪問経験がなく、本プログラムをきっかけに新たな地域人流が創出
- ✓ 参画した6自治体すべてが次年度以降の継続参加を希望

若年層のお気に入りの地域を創出し、関係・つながりの裾野を拡大する取り組みとして取り組みを開始。2025年度は8プログラム/65名の送客を実施、各プロジェクトとも定員を大幅に上回る応募があった。

## 「JALガクツナプロジェクト」とは？



地域貢献をきっかけに  
“ガク”生が地域と“ツナ”がる  
中長期滞在型のプログラム

マイル等による往復の移動負担軽減を実施  
※宿泊費用は各自負担

### ✓ 2025年度は8プログラムを展開

(福岡県宗像市、北海道上士幌町・更別村・津別町・富良野市※2件、静岡県西伊豆町、東京島新島村)



## 取組のポイント

- ① **地域滞在型のプロジェクト**  
数週間地域に滞在しながら受入先と地域の活性化や課題の解決に向き合うことで、地域のヒト・モノへの愛を醸成
- ② **受入団体と連携した学生支援**  
自治体、地域事業者、日本航空の3者で学生の経済的な支援を実施することで訪問を促進（マイル活用による移動支援宿泊場所の提供等）
- ③ **長期的なつながり創出**  
参加した学生とコミュニケーションできる場を構築し、関係人口化を促進。加えて、再訪を促すマイル施策等を展開して地域とのつながりを継続

## 2025年度の取組状況

- ✓ 定員65名に対し、**376名**の学生が応募
- ✓ 共創した8プロジェクトのうち6プロジェクトが**次年度以降の継続参加**を希望
- ✓ 参加学生が数か月後にゼミ合宿を地域に誘致し、20名程度の学生が地域訪問するような動きも生まれた

KANTSUNAでは、移動を通じた「関係・つながり」の創造による社会全体のウェルビーイング向上に向け、事業を通じたウェルビーイングの調査・研究を行い、対外的に発信していく予定。

## 移動とウェルビーイングの関係性

KANTSUNAでは、  
移動を通じた「関係・つながり」の創造による  
社会全体のウェルビーイング向上  
を目指しています。

ウェルビーイングは  
物質的な豊かさに対する追求から、  
心の充足や社会的つながりへと、  
社会の価値観が変わりつつあるなか、  
ポストSDGsとしても国際的に注目される概念です。

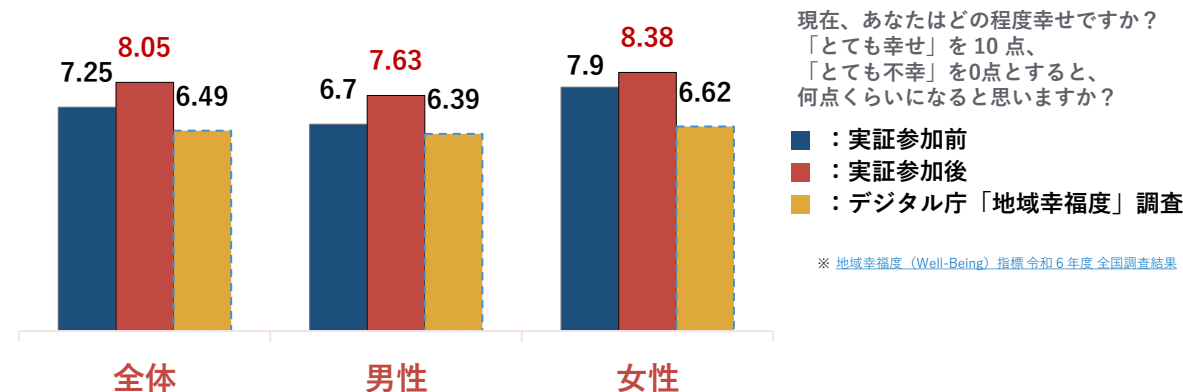
「移動すること」・「お気に入りの地域があること」  
・「関係・つながりをもっていること」が  
ウェルビーイングを高めるという仮説のもと、  
実証データが部分的な本領域において、  
事業と絡めた研究にも取り組んでいきます。

## 2025年度の実証結果

- 「つながる、二地域暮らし」の応募者・参加者に対して、主観的幸福度を測るアンケートを実施
- デジタル庁の地域幸福度調査と同様の設問を用いて、自らの幸福度を0点～10点の11段階で確認

応募者の幸福度スコアは政府調査の全体平均を上回り、  
二地域居住志向者の主観的幸福度が相対的に高い傾向となった。

参加者の主観的幸福度は二地域居住を経てスコアが向上し、  
二地域居住でウェルビーイング向上する結果となった。



# Appendix

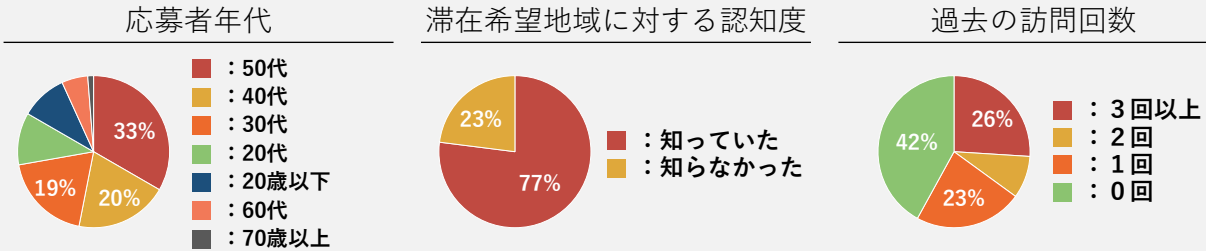


## 「つながる、二地域暮らし2025」の実証結果

2025年9月～12月を対象期間として、4片道分の移動費がマイルで負担軽減される二地域居住のお試しプログラムを展開。当初定員の3倍以上の144名の応募があり、62名が参加。全地域で定員を上回るなど、二地域居住に対する市場ニーズを確認。

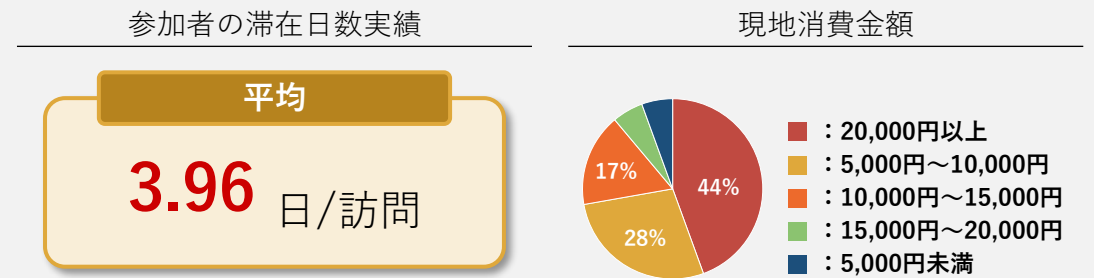
### 応募者の属性

- ✓ 働き盛りの50代,40代が応募者全体の過半数を占めた
- ✓ 応募者全体の23%がそもそも滞在希望先を認知しておらず、さらに42%が過去の訪問経験がなかった



### 二地域居住者の滞在実態

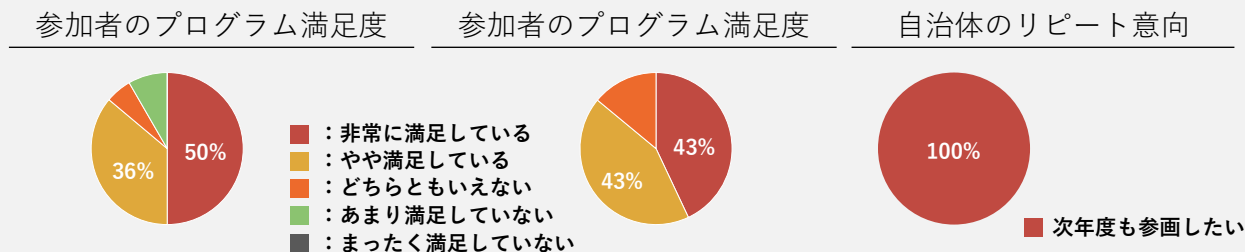
- ✓ 実証参加者の地域での滞在日数は1回の訪問あたり平均約4日
- ✓ 地域への平均訪問回数は約3.5回で、参加者の87%が3回以上の地域へ訪問
- ✓ 参加者の44%が1組1日あたりの現地消費金額が2万円以上/日と回答した



※ 9～12月の搭乗実績ベース

### プログラム満足度

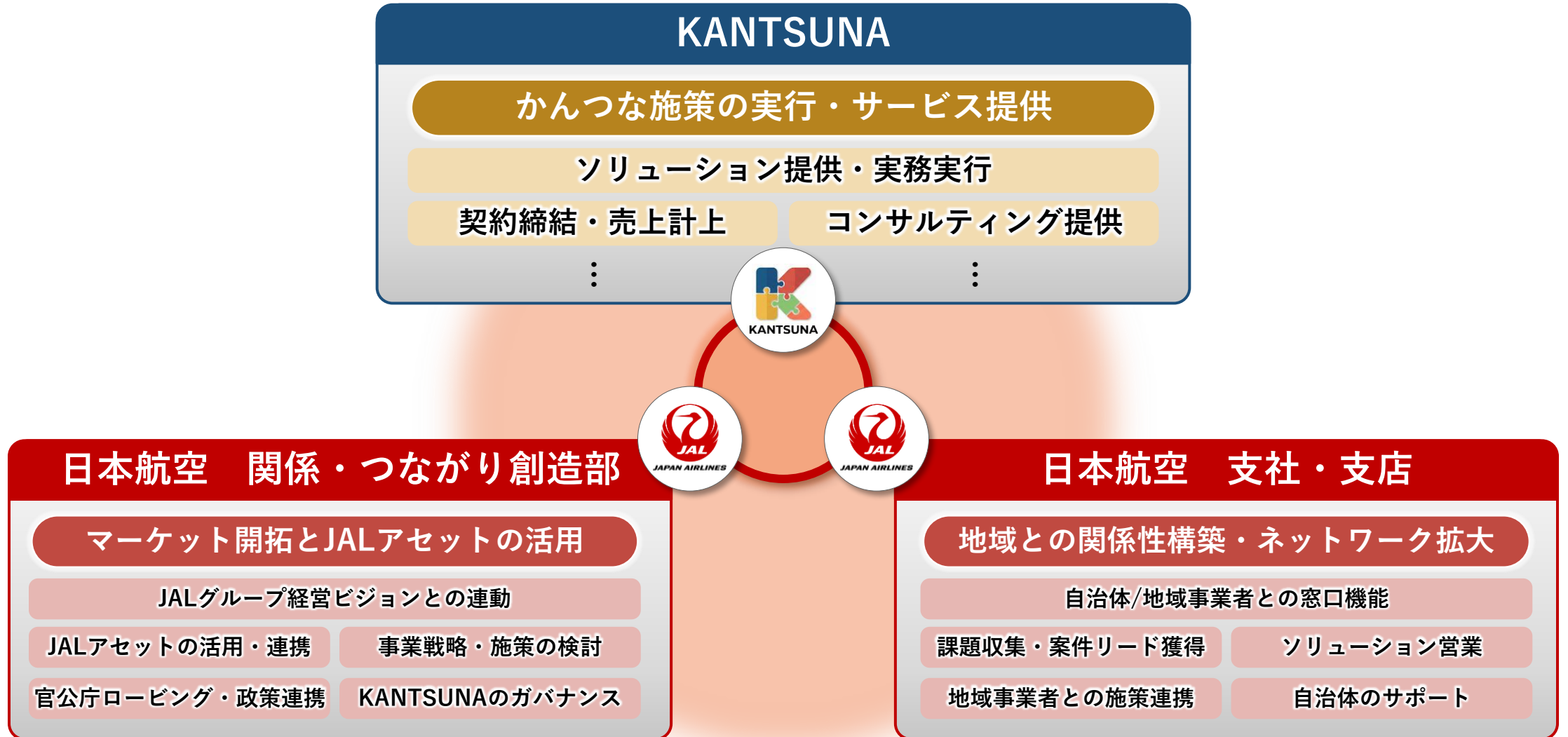
- ✓ 参加者の約86%の参加者がプログラムに満足と回答
- ✓ 参画自治体の約86%がプログラムに満足と回答し、7つの自治体すべてが次年度以降も「つながる、二地域暮らし」へ継続的に参画したいと回答



※ 同伴者を除く

## 日本航空との連携体制

KANTSUNAが関係・つながり創造事業の“実行部隊”の役割を担いつつ、日本航空の関係・つながり創造部および支社・支店との密な連携を通じ、顧客ネットワーク/地域ネットワークを活かしながら事業を推進。

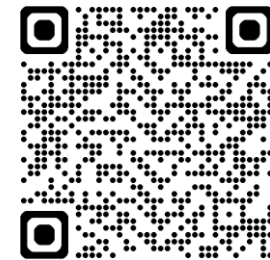


## お問い合わせ先

当社への各種お問い合わせは、  
下記アドレスまでご連絡ください。  
お気軽にご利用ください。

**KANTSUNA**  
会社サイト

<https://www.kantsuna.com/>



**KANTSUNA**  
お問い合わせ窓口

[contact@kantsuna.com](mailto:contact@kantsuna.com)



**KANTSUNA**

関係・つながり共創株式会社