



@wingtravel



Wing Travel



@wingtravel\_official

## 国土交通事務次官に水嶋智国土交通審議官 7月1日付、観光庁長官に村田茂樹大臣官房長

国土交通省の内閣承認人事が6月24日に閣議決定された。7月1日付で発令する。国土交通事務次官は吉岡幹次官が辞職し、新たに水嶋智国土交通審議官が就任する。また、観光庁長官には萩川直也長官が辞職し、村田茂樹大臣官房長が就任する。このほか、国土交通審議官には塩見英之総合政策部長が、大臣官房長には黒田昌義国土政策局長が就任する。

新たに国土交通事務次官に就任する水嶋智氏は1968年6月生まれで現在61歳。東京大学法学部卒業後、1986年に当時の運輸省に入省。総合政策局観光経済課観光交通政策推進室長、総合政策局観光資源課長、観光庁観光地域振興部観光資源課長、観光庁総務課長、観光庁次長など観光関連の要職を歴任。その後は2018年には海事局長、19年に鉄道局長、20年には大臣官房長、21年に鉄道建設・運輸施設整備支援機構副理事長を経て、2022年6月から国土交通審議官に就任した。



国土交通事務次官に就任する水嶋智氏

観光庁長官に就任する村田茂樹氏は、1967年2月生まれの58歳東京大学法学部卒業後、1989年に当時の運輸省に入省。総合政策局海洋政策課長や鉄道局幹線鉄道課長などを経て、2019年には観光庁観光地域振興部長、2021年には観光庁次長を歴任した。その後は、内閣府総合海洋政策推進事務局長、鉄道局長を経て、昨年7月から大臣官房長を務めていた。

### 観光庁次長には木村典央氏が就任

このほか、観光庁次長には木村典央鉄道建設運輸施設整備支援機構副理事長が就任。平嶋隆司次長は大臣官房危機管理・運輸安全担当審議官に就任する。

### 国土交通省、幹部人事

（7月1日付、運輸関連一部抜粋）

- ▼国土交通事務次官＝水嶋智（国土交通審議官）
- ▼国土交通審議官＝塩見英之（総合政策局長）
- ▼大臣官房長＝黒田昌義（国土政策局長）
- ▼統括審議官＝千葉信義（大臣官房会計課長）
- ▼統括審議官＝岡野まさ子（鉄道局次長）

### 【水嶋智（みずしま・さとる）氏、略歴】

- ▼1986年3月：東京大学法学部卒業
- ▼1986年4月：運輸省入省
- ▼2006年7月：総合政策局観光経済課観光交通政策推進室長
- ▼2007年7月：総合政策局観光差資源課長
- ▼2008年10月：観光庁観光地域振興部観光資源課長
- ▼2013年7月：観光庁総務課長
- ▼2014年7月：大臣官房総務課長
- ▼2015年7月：大臣官房審議官（総合政策局、鉄道局担当）
- ▼2016年7月：鉄道局次長
- ▼2017年7月：観光庁次長
- ▼2018年7月：海事局長
- ▼2019年7月：鉄道局長
- ▼2020年7月：大臣官房長
- ▼2021年1月：鉄道建設・運輸施設

- ▼政策立案統括審議官＝長井総和（海上保安庁第二管区海上保安本部長）
- ▼危機管理・運輸安全政策審議官＝平嶋隆司（観光局次長）
- ▼総合政策局長＝鶴田浩久（物流・自動車局長）
- ▼物流・自動車局長＝石原大（内閣官房内閣審議官（命）新しい地方経済・生活環境創生本部事務局次長）
- ▼海事局長＝新垣慶太（新関西空港取締役副社長兼副社長執行役員）

### 整備支援機構副理事長

- ▼2022年6月：国土交通審議官
- ※1963年6月生まれ、京都府出身、62歳。



観光庁長官に就任する村田茂樹氏

### 【村田茂樹（むらた・しげき）氏、略歴】

- ▼1990年3月：東京大学法学部卒業
- ▼1990年4月：運輸省入省
- ▼2013年1月：総合政策局海洋政策課長
- ▼2018年7月：大臣官房人事課長
- ▼2019年7月：観光庁観光地域振興部長
- ▼2021年7月：観光庁次長
- ▼2022年6月：内閣府総合海洋政策推進事務局長
- ▼2023年7月：鉄道局長
- ▼2024年7月大臣官房長
- ※1967年2月生まれ、東京都出身、58歳

- ▼港湾局長＝安部賢（大臣官房技術参事官（港湾））
- ▼航空局長＝宮澤康一（海上保安庁次長）
- ▼北海道局長＝石川伸（大臣官房審議官（北海道、水管理・国土保全））
- ▼政策統括官＝渡邊輝（財務省大臣官房政策立案統括審議官）
- ▼国際統括官＝日笠弥三郎（海外交通・都市開発事業支援機構専務取締役）
- ▼運輸安全委員会事務局長＝高橋広治（国際観光振興機構理事長代理）

# 日本人クルーズ人口、2030年に100万人目指す 国交省の有識者会議が取りまとめ

国土交通省は6月26日、「日本のクルーズ市場の持続的発展に向けた有識者検討会」の第4回会合を開催し、報告書を取りまとめた。報告書では日本のクルーズ市場発展のために向けて2030年に日本人クルーズ人口を現状の約5倍に相当する100万人とする目標値を定めた。あわせて、日本人クルーズ市場が健全で持続的な成長を遂げているか否かを確認する観点から、新規のクルーズ旅客数が着実に増加していること。そして、インバウンドの拡大にあわせて日本発着クルーズにおける外国人旅客数が10%以上になっていることを目標の達成度合いを測るための参考とするとした。さらに、日本のクルーズ市場の課題と可能性を抽出した上で、クルーズ未経験者に対する訴求方策とセグメント別のクルーズ発展のための方策についても報告書で示された。

## 観光立国への貢献が期待し得る分野 日本人市場の構成比世界の1%程度に

これまでの日本におけるクルーズ産業は主に「現役引退後のシニア世代の楽しみ」として日本のラグジュアリー船を中心に普及・定着してきた。その後、外国船のプレミアム、カジュアル客船の日本発着クルーズがスタートしたことで、コロナ禍前の2019年には日本人クルーズ人口が約35万人を達成した。しかしながら、世界のクルーズ人口は3400万人を超える中で日本人構成比は1%程度となっているのが現状だ。

ただ、ここにきて郵船クルーズ、商船三井クルーズの日本のクルーズ会社2社が相次いで新規客船を投入。さらに東京ディズニーリゾートを運営するオリエンタルランドが2028年に日本籍船によるクルーズに参入することを発表した。これにより日本のクルーズマーケットが「多様化のフェーズ」を迎えつつある。さらにクルーズは観光立国への貢献が期待できる分野の1つであるといえる。

そのような状況下で国交省は、さらなる創意工夫と課題克服のための連携・協力を促進し、業界全体の持続的な成長へとつなげるため関係者が日本のクルーズ市場の将来像を共有することが重要であるという考えのもと今回クルーズ有識者で構成される検討会を立ち上げ、報告書を取りまとめた。



昨年末にデビューした「MITSUI OCEAN FUJI」

## 未経験者訴求へ短期クルーズが不可欠 フライ & クルーズの拡充や二地点移動も

報告書では現状のクルーズ市場が船舶供給・商品販売・情報提供のいずれもが限定的で、潜在的なマスマーケットをつかみ切れていない点を課題として指

摘。そのためにもクルーズ未経験者へのアプローチが不可欠であるとした。

初心者や現役世代の参加には時間的な部分と費用面が制約となっている。ここを打開するためには6日間以内のショートクルーズの存在が不可欠であるとした。ただ、外国船社は海外でのワンタッチクルーズを前提とした実施が条件となることから日本のクルーズ事業者による積極的役割が求められる。

これとあわせてフライ & クルーズ市場の伸長がもうひとつのカギであり、クルーズ以外の観光と組み合わせた利用機会の創出を期待したいと指摘した。

さらにクルーズは周遊型の企画旅行として販売されることがほとんどだが、FIT型の旅行にも組み込めるよう、旅行中に二地点間を移動する際にクルーズを利用できるような旅程造成を実現することが望ましいとした。

## 日本企業のプレミアムセグメント参入を 受入環境整えた港湾の定点クルーズで

セグメント別のクルーズ発展の方策としては、これまで需要をけん引してきたラグジュアリーセグメントでは、さらなるサービスの磨き込みと高品質で多様性のある商品造成が図られること。そして、ハイエンド層の訪日外国人旅行者の受け入れを進めていくことが期待されたとした。

プレミアムセグメントについては、クルーズの質を向上しながらすそ野を広げていくためには、このセグメントの発展が求められるとした。

同セグメントのクルーズについては現状は外国船社の寄港や日本発着クルーズに頼る状況にある。ただ、現役世代の利用を促すショートクルーズの普及を図っていく観点からは、潜在的な新規事業者を含め、日本のクルーズ事業者において、このクラスの船舶供給や商品造成が行われていくことが望ましいとした。

世界のクルーズ市場をけん引するカジュアルクルーズの普及については、乗船客数の多い大型客船が主流であることから、オーバーツーリズム対策に留意す



有識者検討会の模様

る必要があると指摘した。

その上で、まずは受入体制を十分に整えた発着港や寄港地を組み合わせた定点クルーズを軸に浸透を図っていくことが望ましいと位置づけた。

カジュアルクルーズについては海外へのワンタッチが求められる外国船社によるものが主流になっている。そうした中で、比較的短期間のクルーズを組み込んだフライ & クルーズの普及が進めば定番化したクルーズの拡大に期待が持てるようになるとした。

## 構成比、日本船7割、外国船3割 日本発着クルーズ外国人乗船率10%

報告書では、一連の施策を官民一体として取り組むことを求めるとともに、そのメルクマール(指標)として2030年の日本人クルーズ人口100万人という数値を設定した。また、100万人の内訳として、日本船利用者が7割、外国船利用者3割とした。さらに日本発着クルーズにおける外国人旅客数10%以上という数値も日本のクルーズ市場の持続的発展につながる指標として設定した。

今回の報告書について検討会の座長を務めた池田良穂大阪府立大学名誉教授は「日本のクルーズ人口を増やすことは、寄港する日本各地に経済波及効果を及ぼし、また飛行機と連携したフライ & クルーズによってインバウンドの観光客も誘致できることから、日本が目指す観光立国への大きな貢献が可能だ」と指摘した上で「海に囲まれた日本は、輸出入の99.6%を船舶による貨物輸送に頼っている海運立国だが、これに乗客を扱うクルーズを加えることで、新しい海事クラスターが形成され、国民に海事産業の魅力を発信することにもつながると考えている。今後の日本のクルーズ産業の発展に、今回報告書が役立つことになればうれしい」と語った。



大阪府立大学  
池田良穂名誉教授

# クルーズ 100 万人時代への再挑戦

**潮流**

国土交通省が立ち上げた「日本のクルーズ市場の持続的発展に向けた有識者検討会」が報告書を取りまとめ、6月26日の会議で委員からの了承を得た。今回の報告書では2030年に日本のクルーズ人口の2024年の22.6万人から約5倍に相当する100万人に引き上げることを目標値として掲げて、未経験者への訴求方法や客船セグメント別のクルーズ発展に向けた方策。そして販売手法や情報発信など幅広い見地から日本のクルーズマーケットを広げるために必要な施策が盛り込まれた。

日本のクルーズ人口100万人という目標が明確に示されたのは今回が2度目となる。1998年に当時の運輸省が「客船クルーズ事業振興懇談会」において、10年後の2008年までに日本のクルーズ人口を100万人とする」という報告書を取りまとめていた。実際2008年の日本人クルーズ人口は18万9700人と100万人には到底及ばないどころか、10年間で7.9%しか伸ばすことができなかった。

今回の検討会で座長を務めた大阪府立大学の池田良穂名誉教授も「1998年の議論でも100万人実現に向けたさまざまな『処方箋』を提示したつもりであったが、絵に描いた餅で終わってしまった」と振り返る。

今回の会議で示された報告書は、「令和版の処方箋」として、前回よりも短い5年間で100万人の達成、さらに伸び率5倍を目指すという野心的な目標を掲げている。

クルーズ未経験者への訴求策としては、6日間以内のショートクルーズの拡充や、フライ&クルーズ市場の成長促進が挙げられた。また、FITへの対応としては、二地点間移動にクルーズを活用する提案が示された。

クルーズのセグメント別発展方策としては、まず日本におけるクルーズのイメージ刷新が市場拡大には不可欠であるとし、プレミアムセグメントへの日本企業の参入を促している。さらにカジュアルセグメントに関しては、受入体制が整った港湾を結ぶ「定点クルーズ」を基軸とすることで、同市場への浸透を図ることが望ましいと位置づけた。

外国客船による日本発着クルーズの拡充、テ

レビ通販などを通じた積極的なクルーズ商品の販売、船旅の魅力がSNSで発信するインフルエンサーの存在、さらにはオリエントランドによる「ディズニー・クルーズライン」事業の展開など、1998年に「100万人構想」が掲げられた当時とは状況が大きく変化しており、目標達成への現実味が増しているのは間違いないだろう。あとは、日本人にクルーズをより身近に感じてもらうための「熱意」を、いかに込められるかが鍵となる。

今回の報告書では、100万人の内訳として日本船利用者が7割、外国船利用者が3割という目標値が示された。日本船については、今後複数の新造船のデビューが予定されているが、果たして船の数が増えるだけで、日本人クルーズマーケットの7割をカバーできるのかについては、やや疑問が残る。ディズニー・クルーズの日本展開が新たな客層の掘り起こしに貢献することは確実であるが、全体としてはラグジュアリークルーズ中心の構成に大きな変化は見られないのではないかと懸念されている。

日本人クルーズ人口の拡大には、何よりも「経験」を積ませることが重要である。ゲームやコンピューターソフトに「体験版」があるように、シティホテルやビジネスホテルに宿泊するような気軽さで参加できるワンナイトクルーズや、東京オリンピック・パラリンピック開催時に計画された「ホテルシップ」など、まずはクルーズに触れる機会を提供することが求められる。日本の船会社には、そうした多様性のあるクルーズ商品の開発を通じて、利用者に新たな景色を見せてくれることを期待したい。

今回のとりまとめの結びには「一人でも多くの人にクルーズの楽しみを味わってほしい、そして日本の新たな産業として力強く根付いてほしいという想いの下で活発な議論を行った」と記されている。この想いが結実するように業界全体が切磋琢磨し、従来とは異なる視点や手法によるクルーズ振興策を見出してくれることを期待したい。そして日本人の旅行スタイルにおいて、クルーズが「ごく自然な選択肢」として定着する環境が整うことを望まざるにはられない。(嶺井)

# トレードショー「RVC25」 マニトバ州ウィニペグで開催

カナダ観光局は、毎年恒例のトラベルトレードショー「RVC25」を中部マニトバ州ウィニペグで開催した。今回はカナダ側からセラー858社／団体と、日本の27社を含む世界各国から旅行会社バイヤー405社が参加。5月27～30日の期間中にのべ5万件以上の商談を行った。来年の「RVC26」は、オンタリオ州トロントで開催する（2026年5月26～29日）。

## カナダ観光局、新ブランドで「本物の体験」訴求 「Canada, naturally.」

カナダ観光局はRVC25の開催に合わせて、新ブランド「Canada, naturally.」を発表した。「開かれた心（オープンネス）」をキーワードに、雄大な自然やホスピタリティなど、カナダの「自然体」な魅力を発信し、カナダで「本物の体験」が味わえることを訴求する。

観光局長兼CEOのマーシャ・ウォルデン氏は、観光局の調査データに触れ、「今の旅行者、特にカナダに関心を持つ人々は、人工的ではない『本物でリアル』な体験を求めている」と指摘。調査では、回答者の65%が「ユニークで本物」の目的地を選ぶ傾向があるという。

さらに「ブランドの基盤には『開かれた心』というカナダならではの価値観がある」と説明。多様性を受け入れ、世界に心を開く姿勢に加え、圧倒的な広大さは、旅行者の心を引きつけるとカナダの優位性を語った。

新ブランドはまずアメリカ市場向けに、オンライン動画とデジタル広告で展開。動画では、日常の風景を通じて飾らない美しさや温かなホスピタリティを描き、「開かれた心」を表現。カナダの日常が、訪れる人にとっては非日常の特別な体験となることを訴える。

### 「Canada, naturally.」動画（YouTube）

まずは冬編を3本制作、今後夏編と秋編の動画を追加予定だ



## 観光局ウォルデンCEO、日本市場の潜在性を重視 観光収入は26年、訪問者数は29年に回復見通し



左からカナダ観光局半藤日本代表、同ウォルデン社長兼CEO

ウォルデン氏は「日本人旅行者の嗜好とカナダの本物の体験には高い親和性がある」と述べ、日本市場への期待を強調。特に「カナダを選ぶ日本人旅行者は、滞在に見合った価値を重視している」と分析。「カナダへの旅行に十分な購買力を持った層が存在し、航空アクセスも良好であることから、日本は依然として重要な市場だ」と位置づけた。

2024年のカナダへの日本人訪問者数は、14万人で前年比23%増だが、コロナ前の2019年比では6割弱にとどまる。今



世界的にも珍しい国立の人権博物館。歴史に真摯に向き合うカナダの「開かれた心」を象徴する施設だ



開催地となったウィニペグは、かつてはカナダの「西の玄関口」として、交易で発展した都市。エクスチェンジ地区ではウォーキングツアーでその繁栄の歴史をたどることができる

後については「旅行消費額は2026年、訪問者数は2029年までにコロナ前の水準へ戻る見込み」とし、日本とカナダの長年の良好な関係と市場の潜在力に期待を示した。

## 日本での展開は来年、旅行商品にも 旅行会社との協力拡大へ

一方、観光局日本代表の半藤将代氏は、日本市場での新ブランド展開は「来年から本格化する」と説明。「広告だけでなく、旅行会社の商品展開にも広げたい」として、旅行会社との連携強化に意欲を見せた。

現在は「カナダの、その奥へ。」をキャッチフレーズに本物の体験を訴求。半藤氏は「新ブランドでこのメッセージをさらに強化できる」と期待を寄せる。今後は新ブランドに即した具体的な体験を旅行商品に反映し、特にアウトドア分野に強みを持つ旅行会社や、価値重視の顧客層を有するパートナーとの協業を進める方針だ。



日本からは旅行会社27社が参加（現地法人及び現地オペレーター含む）

## 2030年観光戦略、観光収入を1600億ドルに 日本は訪問者数24万人、観光収入6億200万ドル

カナダ観光局は2030年までに観光収入1600億カナダドル（約16兆円）を目指す戦略を掲げており、ウォルデン氏は「2024年時点で既に1300億ドルに達しており順調に推移している」と説明。今後は新ブランドによる訴求力に加え、秋冬期の需要拡大や夏季ピークの収益最大化を推進。「観光シーズンの分散化は事業者の利益や人材定着にも寄与する」と述べた。

なお、日本市場については、2030年までに訪問者数24万人、観光収入6億200万カナダドル（約602億円）を目標としている。



先住民のセレモニーで幕開け

## 日本市場への再投資は「検討中」 エリアごとをリブランディング、W杯に期待

ブリティッシュ・コロンビア州

日本市場への再投資については「検討中」として、前向きな姿勢。現在は日本に拠点がなく、予算次第で活動再開が見込まれている。訪問者数は回復基調にあるがコロナ前比では約6割にとどまる。エリアごとの新ブランドで需要喚起を図り、来年のFIFAワールドカップにも期待する。今年には複数の新ブランドを立ち上げ、9月には州内の複数の観光局がアジアミッションで日本を訪問予定。



ブリティッシュ・コロンビア州観光局アジア太平洋・メキシコ市場開発担当マネージャーモニカ・リーク氏

## 秋・冬やロッキー以外の魅力訴求 ウエストジェット通年運航化で需要拡大に期待

アルバータ州

ウエストジェット成田ーカルガリー線の通年デイリー化を受け、秋冬やロッキー以外の訴求を強化。秋の紅葉や冬はアイスク্যানオンウォークなど多彩なアクティビティを提案。ドラムヘラーでは恐竜化石発掘体験やパッドランドの荒涼とした風景、ウォーターートンレイク国立公園では雄大な自然を堪能できる。今後は旅行会社への協力をベースに、FIT層への訴求にも注力していく意向。



左からアルバータ州観光公社アジア地区担当国際市場マネージャー北川賀子氏、同メディア担当マネージャーメレディス・マクレナン氏

## リピーターや業務渡航など市場開拓に意欲 近隣州との周遊、紅葉とオーロラ体験も提案

サスカチュワン州

日本市場は「開拓中」で、リピーターや農業関連の業務渡航を視野に入れた訴求を検討。旅行会社や現地オペレーターとの連携を通じて手応えを感じており、日本語対応への関心も示す。FITを中心に「人とは違う体験」や自然との触れ合いを重視する層に向け、BC州やアルバータ州との周遊、また紅葉とオーロラが楽しめるプリンスアルバート国立公園などのプランを提案する。



サスカチュワン州観光局マーケティング&コミュニケーション担当副社長エイミー・マッキネス氏

## 関西マーケットの需要開拓 来年のサッカーW杯に向けた展開にも意欲

オンタリオ州

エア・カナダ関西ートロント線の夏季運航に合わせ、関西エリアでの訴求を強化。旅行イベントへの参加やデジタル展開でFITにアプローチ。メープル街道の紅葉、ナイアガラとオーロラを組み合わせた周遊商品が好調で、旅行会社との連携にも力を入れる。来年は、FIFAワールドカップでスポーツ・ツーリズムや、アガワ渓谷の紅葉など北部エリアの訴求、さらに来年トロント開催の「RVC26」にも期待を寄せる。



カナダ・オンタリオ州観光局日本事務所アカウントディレクター田中恵美氏

## 日本市場は着実に回復 「赤毛のアン」のアニメなど軸に販促

プリンス・エドワード島州

「赤毛のアン」を題材とした新作アニメ「アン・シャーリー」（NHK Eテレで放映中）とのタイアップや、9月のアジアミッションに合わせた万博カナダパビリオンでのイベント開催など、「戦略的マーケティング」に注力。日本マーケットについては、「回復がやや遅れているが、確実に戻りつつある」と期待、特にFITがコロナ前の水準に回復するなど、「将来は明るい」と、前向きな見通しを示す。



プリンス・エドワード島政府観光局旅行業界メディア担当セールス・マネージャークレイグ・スリス氏

## オーロラ需要好調でコロナ前超え ロッジ滞在やアクティビティ提案で需要増狙う

ユーコン準州

好調なオーロラ需要を背景に、日本人訪問者数はすでにコロナ前の水準を上回る。宿泊日数が伸び、トゥームストーン準州立公園の紅葉など夏秋のオーロラ需要も拡大。今後はロッジ滞在や自然体験など、オーロラだけではない多彩な魅力を訴求。FIT向けにはウェブサイトやインスタグラムを活用した情報発信を強化し、「旅行会社が受け皿となる」流れを構築していく意向だ。



ユーコン準州観光局アジア太平洋地区担当市場開発マネージャー山本安彦氏

## 日本市場は好調な回復基調に 「+α」の魅力訴求、シーズンリティー拡大も

ノースウエスト準州

オーロラの「当たり年」で、日本市場は好調な回復基調にあり、滞在日数の増加や周遊型商品に人気が集まる。今後は旅行会社と連携、自然体験など「+α」の魅力を訴求し、需要の維持とシーズンリティーの拡大を目指す。オーロラシーズン以外の価格面のメリットを打ち出し、ナハニやウッドバッファローなどの国立公園を新たな素材として提案することで、リピーター獲得を狙う。



左からノースウエスト準州観光局マーケティング・ディレクタータイラー・アベラ氏、日本オフィスマーケットディレクター田中映子氏、CEOドナ・リー・デマーク氏、旅行業界・ビジネスパートナーシップ担当マネージャー、トリ・マロコエ氏

# 全国旅行業協会の新会長に近藤幸二氏 定時総会開催、二階俊博会長は名誉会長に

全国旅行業協会（ANTA）は6月25日に「第61回定時総会」を開催した。総会では2024年度の事業報告・収支決算案などについて審議したほか、25年度の事業計画・収支予算の報告が行われ原案通り承認された。また、任期満了に伴う役員改選が行われ、新たな会長に近藤幸二氏が選任された。1992年から34年にわたって会長を務めた二階俊博氏は退任し、新設された名誉会長に就任した。

## 新会長、旅行業の存在希薄化に危機感 5340社のANTA会員の叡智を結集

新たに就任した近藤会長は「二階前会長のもと、6期12年にわたり副会長を務めてきた。その間には会長代行としてさまざまな業務を行ってきたが、改めて今考えるとそれが大きな財産となっている。二階前会長からは『観光は平和産業』であること。そして、コロナ禍の時には『元気を出していこう』と指導を受けながら取り組みを進めてきた。二階前会長には本当に感謝に堪えない気持ちだ」と述べ、これまで長年にわたってANTAをけん引してきた二階前会長に感謝の意を述べた。

その上で「日本の観光産業は自動車産業の次に位置付けられる産業まで発展してきた。その一方で、われわれ旅行業の存在が薄くなってきていることに危機感を持っている。会員のみなさんも顧客と直接取引する中で感じているのではないか。そうした中でこれからはANTA5340社会員の叡智を結集し取り組みを進めていきたい」と今後の組織運営への意気込みを示した。



ANTAの近藤幸二新会長

## 二階名誉会長、34年を振り返る 新たなリーダーの元さらなる結束を

今回名誉会長に就任することとなった二階前会長はこれまでの34年の歩みを振り返った。二階氏は「会長就任当初の1992年は関西国際空港も開港しておらず、外国人訪問者は約350万人と、観光立国の土台もできていなかった。その後、震災やコロナ禍など幾多の試練を乗り越えて、観光がわが国にとって重要な基幹産業へと成長を遂げることとなっ

た。ANTA会員はじめ観光関係者の尽力に敬意を表したい」と述べた。

そして近藤会長が率いる新体制に対しては「これからは会員のみなさんで決めた新たなリーダーのもとで未来に向けて歩みを進めることになる。今後とも変わらぬ支援をお願いしたい」と呼びかけた。

そして「観光は平和産業であること事あるごとに申し上げてきた。観光は光で人々の苦しみを希望に変える存在である。その誇り高い自信を胸に、お互いに励まし合い、ときには切磋琢磨しながら、ともに邁進してもらいたい」と締めくくった。



二階俊博前会長(右)

## 観光庁平嶋次長、地域と連携誘客促進 地域を熟知する会員の協力不可欠

来賓としてあいさつした観光庁の平嶋隆司次長は「昨年は訪日インバウンドの数が3687万人、消費額が8.1兆円と過去最高を記録。今年も1～5月で前年同期比24%増と好調に推移している。そうした中で観光庁は引き続き、インバウンドの誘客や持続可能な観光地づくりなどに取り組んでいく。これらの政策実現のためには、地域のことを熟知しているANTAの会員の協力が不可欠だ。そうした中で地域関係者と連携しながら観光資源の価値向上や地方への誘客促進



観光庁の平嶋隆司次長



ANTA定時総会の模様

につなげたい」と述べた。

## 国内旅行振興、安全確保などに注力 国内観光活性化フォーラムは奈良県で

24年度の活動報告では、今年1月に東京で国内観光活性化フォーラムを開催し、約3000人が来場した。また、昨年3月～12月にかけて実施した「愛知県送客キャンペーン」は約8万4000人を送客し、地域の活性化に寄与した。

国際観光振興では日台観光サミットや日中韓観光大臣会合、日韓観光振興協議会などに参画し、持続可能な観光の推進や地方への誘客などの取り組みを後押しした。

25年度も引き続き、旅行業の発展と旅行者の安全・安心確保に向けた事業に取り組む。

国内旅行の振興については国内観光活性化フォーラムを来年2月に奈良市で開催し、奈良の観光資源の魅力を全国に発信して、奈良への旅行者送客をさらに促進し、国内観光需要回復の起爆剤とすることを目指す。

国際観光交流活動は引き続き、近隣諸国、ASEAN諸国を中心に二国間の双方向観光交流の活性化に努める。

旅行の安全確保については旅行業務取扱管理者定期研修などを通じた貸切バス旅行等の安全・安心の確保と、重大事故発生時の初動対応支援制度の利用促進に努める。

法定事業に関しては、旅行業者に義務付けられた旅行業務取扱管理者定期研修など各種研修事業を的確に実施するとともに、旅行業者と旅行サービス手配業者との間の公正取引の確保や法令遵守のための指導に取り組んでいく。

これらの諸事業を本部と支部の連携により、重点的かつ効率的に実施することにより、旅行者の安全確保と旅行サービスの向上、会員相互の連絡協力を推進し、会員企業の旅行業が一層発展してい

## 旅行関連

## Tourism News

くことに寄与していく計画だ。

このほか、総会では(株)アレスコサービス(東京都知事第3種旅行業5654号)の会員除名についても審議され、除名が決定した。

同社は旅行業務の取引で発生した債務の履行を不当に遅延する行為があったため、ANTAからも業務改善に関する警告書や大会勧告書に従わなかったことが、名誉を汚し、信用を失うような行為であるとし、今回の除名処分を決定した。

古川国交副大臣や小池都知事ら来場  
業界関係者らが新執行部を激励

総会終了後に行われた懇親会には業界関係者が多数来場し、活発な意見交換が行われたほか、二階名誉会長に対してこれまでの活動を労うとともに、近藤新会長が率いる新執行体制に対して激励を送った。

懇親会であいさつした古川国土交通副大臣は「長年にわたり全国旅行業協会という重責を担ってきた二階前会長に

感謝するとともに、新たに就任した近藤新会長にはこれまでの経験を活かし、さらなる発展に向けてリーダーシップを発揮されることを期待したい」とANTAの新体制に対してコメントを寄せた。

そして「国交省としては観光の恩恵が全国津々浦々に行き渡り、自然文化の保全と観光との両立が図られるよう、地方への誘客促進とオーバーツーリズムの未然防止抑制に取り組み、持続可能な観光地域づくりと観光産業の生産性・収益力向上を実現していく」と述べた。

小池東京都知事は「長年にわたり全国旅行業協会をけん引してきた二階前会長には大変お世話になった。心から感謝申し上げたい。また、新たに就任される近藤会長とは、引き続き連携していきたい」と述べた。

あわせて「コロナ禍で観光産業は大きな打撃を受けたが、観光業がこの国を支える大きな柱となる存在に復活をし、さらなる磨き上げがかかっているところだ。そのような中で昨年の訪都外国人数は過去最高の2480万人となった。東京

を訪れた人々がここから各地へと足を運んでもらうことで共存共栄につなげていきたい」と語った。

## ■ ANTA、新役員体制

役員改選後のANTA正副会長、専務理事、常任理事は以下の通り。

- ▼会長=近藤幸二(全観トラベルネットワーク代表取締役社長)
- ▼副会長=村山吉三郎(飛鳥旅行代表取締役社長)
- ▼副会長=吉村実(歓喜旅行サービス代表取締役社長)
- ▼副会長=松嶋洋(九州旅行会代表取締役社長)
- ▼専務理事=菅井雅昭(全国旅行業協会専務理事)
- ▼常任理事=鎌田光浩(北海道ハウジング代表取締役社長)
- ▼常任理事=菊地洋(ジャパン旅行サービス代表取締役社長)
- ▼常任理事=荒井賢治(宇都宮動物園代表取締役社長)
- ▼常任理事=小松信行(キャンディツアー代表)
- ▼常任理事=桶屋諭喜(旅行企画代表取締役社長)
- ▼常任理事=柴岡正幸(トラベルクラフト代表取締役社長)
- ▼常任理事=中島昭人(サンキュー観光代表取締役社長)
- ▼常任理事=三好和夫(中央トラベル代表取締役社長)
- ▼常任理事=西岡宏之(第一観光代表取締役社長)
- ▼常任理事=後口昌賢(三和交通代表取締役社長)



古川国土交通副大臣



小池百合子東京都知事

ベルトラ、夏の国内現地ツアー&体験予約動向発表  
注目ワードは、離島、タイパ旅、非日常体験など

ベルトラは、今年の夏季の国内現地体験アクティビティの予約動向に関する調査結果を発表した。同調査は、6月20日時点のベルトラにおける予約状況をもとに、7月から8月にかけての人気国内旅行先と現地アクティビティの予約傾向を考察し、その結果、「離島」「タイパ旅」「非日常」「都市型エンタメ」などの人気キーワードや、「現地体験アクティビティ」の需要増加といった傾向が明らかとなった。

2025年7月から8月にかけての夏季国内旅行先ランキングでは、昨年に続き1位が沖縄、2位が北海道と、不動の人気を維持。加えて、屋久島や奄美大島をはじめとする九州の離島や小笠原諸島などの離島エリアにも注目が集まっている。

一方、東京や京都などの大都市圏は、インバウンド観光客による混雑や宿泊費の高騰を背景に、国内旅行者から敬遠される傾向が見られた。ランキング3位以下は、3位屋久島、4位東京、5位奄美大島、6位五島列島・杬岐・対馬エリア、7位京都、8位伊豆小笠原諸島、9位長崎、10位大阪となっている。

また、人気エリアで注目されたアクティビティのキーワードには、絶景を効率よくめぐるバスツアー「タイパ(タイムパフォーマンス)旅」が挙げられたほか、離島で島独自の文化や生態系に触れる「非日常を味わう旅」、東京での「没入型アトラクション」などがあり、都市型エンタメとの両立も見られた。同社は現地体験アクティビティの平均顧客単価も上昇傾向にあり、今後は旅の選択がより一層「価値観の選択」へとシフトしていくと予想している。

アクティビティの予約動向を調査

JATA「旅行業務取扱管理者定期研修」  
オンラインで完結、通年開催に

日本旅行業協会(JATA)は、「旅行業務取扱管理者定期研修」をオンラインで通年実施すると発表した。受講から修了証の発行までがオンラインで完結するため、受講者にとっての利便性が向上する。募集は6月30日より開始される。

旅行業務取扱管理者は、2018年1月4日に施行された改正旅行業法により、旅行業務に関する法令、旅程管理、その他の旅行業務取扱管理者の職務に関して必要な知識および能力の向上を図るため、JATAが実施する「旅行業務取扱管理者定期研修」を5年ごとに受講することが義務付けられている。

JATAではこれまで、年3回のオンライン講義および集合研修にて同研修を実施してきたが、6月30日11時から、インターネットを利用したオンデマンド形式の動画配信による「オンライン研修」のみによる実施に変更する。このため、通年でいつでもウェブ申し込みと受講が可能となり、受講終了後にはオンラインで修了証を発行することができる。

受講料は1万2000円(非課税)で、システム利用料660円(税込)は別途負担となる。受講申し込み後は、40日以内に合計約6時間の動画による講義を視聴する必要がある。

# 観光立国推進基本計画の改定議論本格化 6000万人、15兆円目標に向けた課題を整理

国土交通省・観光庁は6月20日、交通政策審議会観光分科会の第50回会合を開催した。今回は観光立国推進基本計画の改定をテーマとして議論が行われた。観光庁からは基本計画の改定に向けて、政府が2030年の目標として掲げる訪日外国人旅行者数6000万人、消費額15兆円の実現に向けて、観光、交通、その他(国交省所管以外の分野)に存在する課題やボトルネックを整理した上で議論を進めていく方針が示された。委員からは政策を実現する上での財源確保策や、オーバーツーリズム対策、アウトバウンド促進、観光産業従事者に対する処遇の改善などさまざまな視点から意見が寄せられた。

## 観光振興のボトルネックを洗い出し 観光、交通、CIQ、自然資源各分野で

議論に先駆けて観光庁から、2030年6000万人・15兆円の高みを目指すために求められる「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド地方誘客」などの取り組みに際し、各分野でさまざまなボトルネックや課題が存在するのではないかと問題提起がなされた。その上で、観光立国推進基本計画の改定にあたって、ボトルネックや課題を横断的に洗い出し整理することが必要なのではないかと指摘し、観光、交通を始め現状考えられる具体的な課題を示した。

## DMO強化、専門人材や経営力が不足 人手不足、生産性の低さ構造的課題も

観光分野においては、DMO、コンテンツ・体験商品、観光施設・宿泊施設、受入環境、アウトバウンドの5つの視点からボトルネックや課題について指摘した。

DMOに関しては、安定的かつ臨機応変に活用できる資金、高い専門性を持つ人材が不足していること。観光地経営戦略を実施する地域経営力が足りないこと。そして、地域の発展段階を踏まえ、DMOに対するきめ細かな支援が不十分

であることを指摘した。

コンテンツ・体験商品については、体験コンテンツ事業の収益性やローカルガイドをはじめとする必要な人材不足などの課題を挙げた。

観光地・観光産業の構造改革としては、人手不足、生産性の低さなどの構造的課題、事業者による個別的な対策が必要であること。そして、スポット的な取り組みに加え、観光まちづくりの観点から面的な取り組みが必要であることが課題となった。

オーバーツーリズムの未然防止や安全、安心面の課題としては、地域間比較が可能なデータが未整備であること。観光の効果に対する住民の理解を求める取り組みが不足していること。また、災害時等の情報提供において自治体との連携が不十分であることを指摘した。

## イン・アウトの相乗効果を 地方の相互交流促進や需要喚起課題

アウトバウンドに関しては、インバウンドとの相乗効果を生み出すべきという意見が寄せられる中で、インバウンドの地方誘客にあわせて、アウトバウンドを含めた地方における相互交流の促進を行う必要があること。そして、観光産業の国内市

場への偏重解消とあわせて、さらなるアウトバウンド需要の喚起を図る必要があるのではないかといった点をボトルネックとして指摘した。

## 空港ターミナル混雑解消対策不可欠 二次交通サービスの情報発信が不足

交通分野におけるボトルネック・課題については「空港・港湾」「長距離移動」「二次交通」の視点から指摘が行われた。空港に関しては、空港ターミナルの混雑・搭乗手続きの円滑化。航空燃料の安定的な供給、グランドハンドリングなどの空港業務体制強化。空港アクセスの不十分さを挙げた。

長距離移動に関しては、幹線鉄道の輸送安定性、速達性が不足していること。インバウンドの国内航空ネットワークのさらなる活用に関して課題感が寄せられた。

二次交通については、主要交通結節点からの情報発信が不足していること。バス、タクシー運転者確保が困難となっていることがボトルネックとなっていると指摘した。

国交省所管以外の分野における課題については「入管・税関」「自然」「文化」といった視点から課題など指摘した。

出入国手続き関連では各地の空港、海港において施設が不足していたり手狭になっていること。税関手続きに関しても今後の訪日旅行者数の増加を見据え、さらなる体制整備が必要である点を指摘した。

自然資源を活用した観光資源については、観光資源への評価は高いものの、体験、移動、滞在を支える受入環境が不足していることなどを挙げた。

文化資源を活用した観光振興においては、全国各地での文化資源の掘り起こし、活用の高度化が不十分であること。地方滞在の長期化・リピート化に向け、地域の面的整備や本物の文化体験が不足していることを指摘した。

## 観光振興財源確保の必要性指摘 諸外国の観光受入把握の視点でアウト促進

観光庁から課題やボトルネックに関する説明を踏まえ、委員からはさまざまな意見が寄せられた。

複数の委員から挙げられたのが、今後の観光振興政策を実現する上で財源をいかに確保していくのかがポイントとなるとし、一部の自治体で導入されている宿



6月20日に実施された交通政策審議会・観光分科会の模様。

## 旅行関連

## Tourism News

泊税のさらなる拡大や、国際観光旅客税の引き上げや使途見直しなどを求めた。

また、これからの観光振興において、すぐに取り掛かるべきこと、少し長い視点で取り組むべき点などメリハリをつけた対応を講じるべきなのではないかといった声も寄せられた。

オーバーツーリズム問題に関しては、観光客を受け入れる地域住民の不安を和らげることが必要であると指摘するとともに、諸外国の受入状況や日本が持つ魅力を改めて再認識するという観点でアウトバウンドを促進していくことが重要ではないかという指摘が寄せられた。

## 観光関連調査、実効性のあるものに観光人材の処遇改善や休暇分散も

観光政策を進めていくのにあたってベースとなる調査活動に関しては「本当に必要な調査ができていないのか、整理をすべき」といった意見が寄せられた。

このほか、観光産業の活性化に向けては「産業に携わる人の処遇改善や実態に即したプライシングのあり方などを検証すべき」といった声が寄せられた。

このほかでは、観光需要の平準化に向けた休暇の分散促進や、双方向交流を軸としたプロモーション強化を図るために、日本政府観光局(JNTO)の役割

を改善するための法改正も必要なのではないかという指摘も寄せられた。

## 課題解決策を探りつつ、改定案を事業者・関係者から適宜ヒアリング

観光立国推進基本計画改定に向けた今後の進め方については、7月25日の分科会で観光関係団体からの意見聴取を行う。その後、年内に2回の分科会を開催。事業者・関係団体から適宜ヒアリングを行い議論を進めていく。

その後来年2月ごろをめどに改定基本計画案をとりまとめ、25年度末までに新たな基本計画を策定していく計画だ。

JTBと日立、観光DX推進へ共創開始  
香川県小豆島で生体認証活用のデジタルチケット

JTBと日立製作所は観光DX推進に向けた新たなサービス提供について共創を開始すると発表した。第1弾の取り組みとして香川県小豆島で生体認証などを活用したデジタルチケットによる新たな周遊企画券サービスの実証実験を行う。両社は共創により、旅行者の利便性向上や周遊促進、観光関連事業者の生産性向上、収益向上を目指し、持続可能な観光地域づくりを目指していく考えだ。

JTBはエリア開発や観光DXを推進する中で観光施設や二次交通のデジタル化を推進する必要性を認識し、先進的な技術やノウハウを持つパートナーと

の共創を模索していた。

一方日立は生体認証技術や移動履歴に伴う料金決済技術などで自治体や観光事業者や交通事業者と連携した取り組みを実施している。今回は両社の思惑が合致し共創することとなった。

最初の共創案件となるのが、小豆島で展開する周遊企画券サービス「tebu-Ride PASS」。従来の周遊企画券で課題となっていたユーザビリティの向上と事業者の効率運用化を目指す。具体的にはビーコン技術を活用したハンズフリーチケットングによって、施設のゲートでのワークスルーや顔認証による利用を可能にする。また、旅行者の移動がより



両社で開発した「tebu-Ride PASS」

スムーズになるだけでなく、事後決済方式を採用することで、旅行中の決済手続きを簡素化する。さらに、利用額に応じた割引制度も提供することでツーリズム体験の付加価値を向上させるとしている。

JTB、アバター生成デバイスの取扱い開始  
「顔はめパネル」をデジタル化、観光地の体験価値向上

JTBは観光情報の提供やプロモーション事業などを展開するPOCKET ED社とともに、アバター生成デバイスの取扱いを開始した。同デバイスは観光地などに設置されている「顔はめパネル」をデジタル化したもの。観光施設の世界感に入り込むことができる体験を提供するとともに、顔はめパネルの収益化を可能にし、観光地の価値向上につながるサービスとして提供する。

今回提供するデバイスは「アバタリアルポータブル」の名称で提供する。第1弾として大阪・道頓堀にある観光交流拠点「Pivot BASE Cafe&Bar@Dotonbori」に設置する。同デバイスは撮影筐体の前に立つだけで誰でも簡単にアバターとして歴史上の人物に扮したり、観光施設の世界観に入り込んだりすることができるなど、普段できない体

験コンテンツ動画を生成することができる。さらにユーザーが体験したコンテンツをSNSに共有してもらうことで、その地域の新たな魅力の発信、口コミによるPR効果を生み出すことができる。

近年観光地では持続可能な運営のため収益源の確保が可能となっている。観光客が楽しむ等身大の顔はめパネルは一般的には無料で利用できるので収益化に至っていないのが実情だ。アバタリアルポータブルは顔はめパネルをデジタル化したサービスとなっ

ており、収益化を実現できるとともに、地域の効果的なPRに貢献することが可能であるとしている。

今後はJTBのネットワークを活用し、各観光事業者の特性を最大限に生かしたオリジナルコンテンツを企画すると同時に、ターゲット層にあわせたプロモーション施策の実施や販売チャネルの多様化などを通じて、設置拡大と利用者増加を目指していく。



「アバタリアルポータブル」の展開を開始

# 旅公協、ウェブ広告の適正化とステマ規制を強化 通常総会で公正競争規約の周知徹底と見直し周知

旅行業公正取引協議会(旅公協)は6月24日に都内ホテルで第41回通常総会を開催した。総会では、2024年度の事業報告及び収支決算についての決議、2025年度事業計画及び収支予算についての報告、公正競争規約一部変更についての決議、役員選任についての決議などが行われ、すべて原案通り承認された。

2025年度は「旅行広告の適正化推進及び関係法令の普及」として公正競争規約の周知徹底や見直しを図るほか、ウェブ広告における公正競争の強化を推進。ホームページや「Fair Wind」の発行などによる「広報活動の強化」や「協議会組織と運営基盤の強化」にも努める方針だ。本年度設立40周年を迎えた同協議会は「設立40周年記念に関するイベント」として年間を通じた広報活動キャンペーンも実施すると発表した。

## 「ウェブ広告の公正競争確保が課題」 40周年で認知拡大と広報活動に尽力

同協議会の小谷野悦光会長は、冒頭のあいさつで旅行業界の現状と今後の展望について見解を述べた。

小谷野会長はまず、協議会が昭和60年に設立され、本年度節目となる40周年を迎えたことを報告。あわせて、コロナ禍で大きく落ち込んだ旅行需要が回復基調にある現状を説明した。国内旅行は昨年、ほぼコロナ前の水準に戻り、インバウンド旅行に至ってはコロナ前を上回る水準にまで回復している。一方で海外旅行は依然として回復が遅れており、全体で約50%程度にとどまっていると指摘。特に若年層の海外旅行需要の弱さを課題として挙げた。

小谷野会長は「若者が海外で異文化や習慣に触れることが、国際交流や相互理解の促進につながる」と述べ、海外旅行推進の重要性を改めて強調。JATAをはじめとする関連団体と連携しながら、引き続き啓発に努める姿勢を示した。

また、旅行需要が徐々に回復する中で新たな課題も浮上している。東京・大阪・京都などの大都市圏では、オーバーツーリズムによるごみ問題が深刻化しており、訪日外国人旅行者の増加に伴って、日本人旅行者の減少も懸念されている。個人で交通機関や宿泊施設を手配する旅行者が増える一方で、旅行者には機会の損失という見方もある。

これに対し小谷野会長は「地域の事情を熟知する旅行者者だからこそ、隠れた観光資源や体験を盛り込んだ魅力的な旅行商品を企画・造成することができる」と述べ、業界における新たなビジネスチャンスの可能性に言及した。

今後の協議会の活動方針としては、2025年に向けて公正競争規約の周知徹底を進めるとともに、規約違反が疑われる行為に対しては厳正な調査を行う方針を明示。特に、旅行広告が紙媒体か

らウェブへと急速に移行している現状を踏まえ、ウェブ広告分野における公正な競争の確保を重要課題と位置づけた。

また、協議会設立40周年を機に、会員事業者の目印でもある協議会のロゴマークやマークのさらなる認知拡大を図る広報活動にも力を入れる考えを示した。公正競争規約の継続的な見直しについても言及し、業界環境の変化に即した柔軟な対応が求められていると述べ、会員各社からの率直な意見を求めた。

最後に小谷野会長は、協議会が次なる節目である50周年を見据える中で、「消費者が適正な商品を選択することに資する」という基本理念を堅持しながら、引き続き会員各社の支援と業界の健全な発展に貢献していく決意を示した。

## 消費者庁「ステマ告示と違法表示に留意」 公取委「健全な広告表示と取引適正化」

続いて、来賓として消費者庁表示対策課の藤平章課長補佐と、公正取引委員会事務総局経済取引局取引部の松本博明取引企画課長が登壇し、それぞれあいさつした。

消費者庁の藤平氏は、2023年10月1日に施行された景品表示法第5条第3号に基づくステルスマーケティング(ステマ)の指定に関する規制について言及。「旅行業界においてもステルスマーケティングへの規制が必要と判断し、公正競争規約にもステマ告示と同趣旨の規定を追加することが今回の決議案の一つとなっている」と説明した。

さらに、「旅公協においては、現行の規約を遵守するのはもちろん、表示規制に関する行政の動向にも常に注意を払い、公正競



消費者庁表示対策課課長補佐  
藤平章氏



旅行業公正取引協議会小谷野悦光会長

争規約の運用を通じて違法表示の防止に一層取り組んでいただきたい」と述べた。また、消費者庁としても違反行為には厳正に対応すると同時に、未然防止のための積極的な取り組みを続けているとし、業界に対しては健全な広告表示の推進を期待した。

公正取引委員会の松本氏は、「旅行者のニーズが一層多様化し、個性ある旅行商品が次々に登場する中で、消費者が正しい情報に基づいて適切な選択を行い、安心して快適な旅を楽しめるよう、旅行業界におけるコンプライアンスのさらなる向上を図ってほしい」と語った。

さらに松本氏は、公正取引委員会としての最近の取り組みについても言及。先月成立した下請法改正にも触れ、価格据え置き取引の禁止、手形払いの原則禁止、運送委託取引の対象追加といった項目が盛り込まれていることを説明した。これは、発注者が受注者に過剰なコストを負担させることを防ぎ、取引の適正化を目的としたものであると述べた。加えて、法律の名称も「下請法」から「中小受託取引適正化法」へ変更される予定であり、中小企業の取引環境がさらに改善されることに期待を示した。

加えて、先月発表された都内の大手ホテル15社によるカルテル問題にも触れた。これは客室単価などの内部情報を交換し、不正に価格を引き上げた疑いがあり、独占禁止法違反のおそれがあるとして公正取引委員会が発したもので、松本氏は「魅力ある価格設定は個々の企業が行ってべきもので、同業者で話し合うも



公正取引委員会事務総局経済  
取引局取引企画課長  
松本博明氏

## 旅行関連

## Tourism News

のではない。こういった情報交換は消費者に対して極めて不誠実な行為につながる」と厳しく指摘し、取引の適正化と違反の未然防止に向けた継続的な取り組みへの協力を呼びかけた。

### 旅行広告の適正化と法令普及に推進 公正競争規約遵守と違反行為未然防止へ

2024年度の事業報告については、「旅行広告の適正化推進及び関係法令の普及」として、公正競争規約の周知徹底策である規約説明会（基礎編）と景品・表示等管理責任者向け説明会（上級編）を名古屋・福岡・札幌・函館にて開催し、計4回約120名が参加した。さらに会員への公正競争規約出前講座として11社へのセミナーを実施。また11月には京都で活発な意見交換を実施した消費者懇談会も実施した。

公正競争規約の一部変更については、旅行業における景品類の提供の制限に関する公正競争規約と募集型企画旅行の表示に関する公正競争規約を審議し、9月9日に承認されている。また規約の周知徹底や規約違反の未然防止及び会員サービスの充実といった観点から相談業務の充実も図った。

公正競争規約遵守状況と調査及び指導としては特にウェブ広告に着目。遵守状況を調査し、是正指導を行い、違反行為の未然防止に努めた。「主な指摘事項は、不適切な旅行代金表示および会員マークの未表示であった。

広報活動の強化としては、協議会マークやロゴマークのPR活動を実施。ホームページの閲覧促進、広報誌「Fair Wind」の年4回の定期発行などを実施。40周年記念特別号として、1月23日には、40年のあゆみや数字で見る旅公協の10年を掲載した「Fair Wind128

号」を発行している。なお、DX化推進に伴い、2025年度発行分より紙媒体からホームページによる閲覧に移行する。

協議会組織及び運営基盤の強化策としては、非会員事業者に対する新規加入の促進を実施。2024年度は4社の新規加入があったが、事業廃止による1社の退会があり、会員数は2023年度から3社増加し274社になっている。

### 2025年は規約周知徹底と見直しへ ウェブ広告における公正競争に着目

2025年の事業計画については、「旅行広告の適正化推進及び関係法令の普及」として公正競争規約の周知徹底と見直しを進めるほか、相談業務の充実、公正競争規約順守の状況調査及び指導を徹底し、特にウェブ広告表示審査会を開催しウェブ広告における公正競争規約の順守状況を調査を行うことで、不適切な表示に対しては、指導を徹底する。

公正競争規約の認知度を上げるためには、ホームページの閲覧促進、年4回のFair Windの発行、そして消費者団体および自治体に対して会員の目印である協議会マーク、ロゴマークを周知・啓発を図る。

「協議会組織と運営基盤の強化」では、新規加入の推進、人材の育成、関係官公庁との連携を強化するとともに、設立40周年に当たり「設立40周年記念に関するイベント」として年間を通じた広報活動キャンペーンを実施。第1弾として、7月28日～8月3日までJR品川駅では、ロゴマークに関する広告を掲出する予定である。

総会では、決議事項として、公正競争規約（表示）一部変更についても取り上げられた。旅行業界にもステマ広告規制が必要と判断され、「募集型企画旅行の

表示に関する公正競争規約」にステマ告示と同趣旨の規定を追加すると同時に、運用基準にも「ステルスマーケティングの禁止について」の項目を新設し、一部変更を実施している。

2025年度の収支予算は、会費収入が4316万4900円、事業収入が17万円、雑収入が2万円を見込み、当期収入合計は4335万4900円、前期繰越収支差額4404万7412円を合わせると収入合計は8740万2312円となった。

支出に関しては、当年度予想額は事業費が1875万円、管理費が3106万円、予備費が50万円当期支出合計は5031万円となり、当期支出差額については695万5100円の赤字となり、次期繰越収支差額は3709万2312円となっている。

なお、協議会の役員選任については、会長が小谷野悦光会長（日本旅行代表取締役社長）、副会長が橋本肇理事（エヌオーイー代表取締役社長）、専務理事が蛭名邦晴理事（日本旅行業協会）、常務理事が杉浦賢司理事（旅行業公正取引協議会）とそれぞれ再任となった。また古木康太郎理事（グローバルユースビューロー相談役）と、坂元隆理事（読売旅行代表取締役会長）は退任し、新たに酒井淳氏（阪急交通社代表取締役社長）と堤辰佳氏（読売旅行常務取締役）、美甘小竹氏（フィンコーポレーション代表取締役社長）が理事に就任した。



第41回旅行業公正取引協議会通常総会の様子

## 城西国際大学の学生が秋田県のツアー造成 阪急交通社とともに観光人材を育成

城西国際大学は昨年締結した阪急交通社との包括連携協定に基づき、観光人材の育成を目指す新たな科目「観光プロジェクトA（ツアー造成・阪急交通社クラス）」をスタートした。

同科目では、阪急交通社の現役社員から学びながら秋田県内を巡るツアー商品を造成。企画した商品は阪急交通社が来年2月上旬に3泊4日の日程で催行する予定だ。

観光プロジェクトAの講義には城西国際大学観光学部2～4年生の学生66人が受講。12のグループにわかれて秋田県内を巡るツアー商品の立案に

取り組んでいる。

これまでの授業では、秋田県の魅力ある観光資源や旅行業の実務について学んできた。

6月17日の授業では、阪急交通社で東北地方を担当している同社東日本営業本部の高橋成美係長を招き、ワークショップを開催した。高橋係長からは、スケジュールの調整や施設選定のポイントなどを詳しく学んだ。

学生たちはグループごとに今回の授業を踏まえてツアー催行に向けた計画書を作成し、授業最終日の7月15日にはその内容を発表する予定だ。



城西国際大学と阪急交通社が連携した講義を実施。

# 農協観光 24 年度決算、純利益 4.2 億円に 2 期連続の黒字、JA 活動支援軸に全事業で増収

農協観光は 6 月 26 日に定時株主総会を開催し、2024 年度の事業報告および決算報告を発表した。2024 年度の取扱高は前年より 5% (1 億 5110 万円) 増の 317 億 3922 万円、売上高は 11.5% (1 億 8172 万円) 増の 176 億 3348 万円、売上総利益は 7.4% (3 億 4627 万円) 増の 50 億 659 万円となった。一方で固定資産の減損処理を行ったことで、経常利益は 1.0% (518 万円) 減の 5 億 231 万円、当期純利益は 24.8% (1 億 3769 万円) 減の 4 億 1661 万円となった。

## 地域の活性化と課題解決が奏功 JA 援農支援隊の労働力応援も順調

2024 年度は中期事業計画 (5 か年計画) の 2 年目にあたり、「JA 活動支援事業」を基軸に、「地域共創事業」や「アグリピア事業 (農福連携事業)」など、「地域の活性化と課題解決」に貢献する事業に取り組むとともに、全社的な費用削減等を実施した。その結果、事業実績としては取扱高・営業収益ともに前年度より増収となり、当期純利益は 2 期連続の黒字を達成した。

事業区分別の営業収益を見ると、「JA 活動支援事業」「地域共創事業」「リテール事業」「国際交流事業」「労働力応援事業」「アグリピア事業 (農福連携事業)」の 6 事業すべてで前年比を上回る結果となった。

全体の 6 割を占める「JA 活動支援事業」では、組合員向けの国内・海外 JA 企画旅行や各組織による団体旅行の活発化により、役職員の海外研修旅行や大型の MICE 等、さまざまな旅行企画が全国で実施された。その結果、取引高は前年度 9.4% 増の 195 億 6500 万円、営業収益は前年度 13.8% 増の 30 億 3700 万円となった。

「地域共創事業」では、本社・支店ともに積極的な取り組みを進めた結果、受注件数は前年より 13 件多い 57 件に増加。首都圏の公立中学校で農業生活体験への需要が高まったことを受け、東京都江戸川区内の 22 校から林間学校の依頼を受注したほか、日本航空とのアライアンスによる「空港の貨物見学プログラム」ツアー実施などが奏功し、取扱高は 15.8% 増の 44 億 5600 万円、営業収益は前年度 18.1% 増の 7 億 4100 万円となった。

「リテール事業」では、全国で約 5,000 人が参加する混載型ツアーが好評を博したほか、11 月に開始した宿泊予約サイト「e-たび日和」も順調に推移し、取扱高は 10.3% 増の 66 億 1500 万円、営業収益は 17.8% 増の 5 億 5500 万円となった。

事業開始 4 年目を迎えた「アグリピア事業」では、8 月に甲府市に農福ポ

ートを新設し、全国の拠点は 9 か所に拡大。契約法人は 35 社、就労者数は 310 人、委託元農業者は 58 か所に増加し、営業収益は 55.8% 増の 2 億 3300 万円となった。

「国際交流事業」では、欧米豪を中心に手配件数が増加し、取扱高が前年度 67.1% 増の 4 億 7900 万円、営業収益は 80.5% 増の 8100 万円という結果となった。

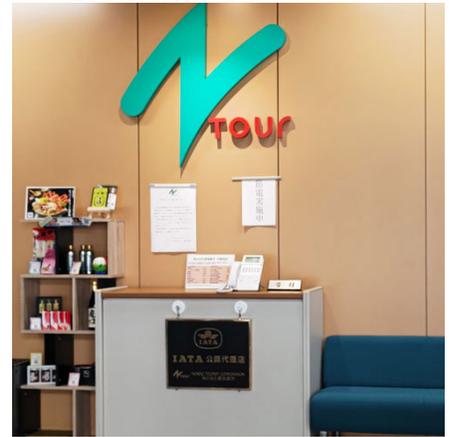
「労働力応援事業」では、農業支援を必要とする地域と援農を希望する法人・学生をつなぐ「JA 援農支援隊」において、全国 105 農家へ 2,125 人の支援者を派遣。さらに就農ツアーの実施や、農林水産省による「農業支援サービス事業体ビジネス確立支援」事業などもあり、取扱高は 10 倍の 6 億 2200 万円、営業収益は前年度 248.4% 増の 4800 万円と大幅な増加を記録した。

なお、旅行区分別の実績を見ると、国内旅行の取扱高は前年度より 2% 増の 276 億 6500 万円、営業収益は 4.1% 増の 38 億 1900 万円、海外旅行の取扱高は前年度 30.9% 増の 33 億 8800 万円、営業収益は 52.9% 増の 5 億 7700 万円、外国人旅行の取扱高は前年度より 58.9% 増の 4 億 3600 万円、営業収益は 61.0% 増の 7400 万円とそれぞれ増加する結果となった。

## 地域共創とアグリピア事業を柱に 生産性向上のための営業力の強化へ

中期事業計画の 3 年目になる 2025 年度の事業計画としては、「地域共創事業」と「アグリピア事業」を「JA 活動支援事業」に続く柱として位置づけ、事業基盤の確立を目指す。

具体的には、「地域共創事業」については、先行投資的に要員を配置するなど支店での取り組みを拡大するとともに、首都圏 (東京都) および西日本 (岡山県) に営業体制の強化や公募事業の直販などを担う「地域共創支店」を新設する。また、外部有識者の知見の活用や、日本航空をはじめとする他企業・異業種とのアライアンス効果を生かした事業拡大にも取り組む予定だ。



農協観光は 2 期連続の黒字決算に

「アグリピア事業」では、障がい者の法定雇用率引き上げに伴う企業の雇用意欲に対応し、強固な経営基盤の構築を図る。2025 年度には、横浜中央および豊川睦美の 2 か所に新たな農福ポートを設置し、2026 年度にはさらに 3 か所の新設を予定している。加えて、JA 直売所との連携事業の提案や、福祉事務所への営業活動の強化にも注力し、事業の拡大を目指す。

さらに 2025 年度は、生産性の向上に向け、現職社員の育成を最優先事項とし、営業力の強化に取り組む。そのために教育研修の充実を図るとともに、業務の集約化による効率化、営業時間や営業機会の拡大、地域共創事業における本社からの支店支援の強化なども推進する。

## 中川取締役辞任、取締役 3 名選任

なお、6 月 26 日に都内で行われた定時株主総会をもって、中川苗保子取締役が辞任し、その補欠として小松恵美子氏 (JA 全国女性組織評議会理事、JA 関東甲信越地区女性組織連絡協議会会長、JA ぐんま女性組織協議会会長、JA 北群渋川女性部部长) が新たに取締役に選任された。

また、N ツアーグループとしての共同事業の推進に伴い、人事交流の一環として、全国農協観光協会代表理事専務の横村彰一氏とコープサービス代表取締役社長 兼全国農協観光協会理事の梅木誠也氏がそれぞれ新たに取締役に選任された。これにより、取締役は新任 3 人を加えて、合計 23 人となった。

また、7 月 1 日付で佐藤宏治常務取締役が専務取締役に、大橋重樹経営管理部副部長が執行役員経営管理部部長に、村松久司事業推進部副部長が執行役員事業推進部長にそれぞれ昇格する。

# JATA SDGs アワード、大賞は近畿日本ツーリスト 創意工夫がある模範になる取組み 22 件が受賞

日本旅行業協会（JATA）は、6月26日の定例会見で、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に向けた旅行業界の優れた取り組みを表彰する第3回「JATA SDGs アワード」の受賞者を発表した。応募総数27社・57件の中から、大賞には近畿日本ツーリストの『「温泉を楽しみたい」をあきらめない！オストメイトのための温泉日帰りツアー』が選出された。

今年度は、6月13日に最終審査会が開催され、4部門において優秀賞・特別賞・奨励賞の計22件が選ばれた。なお、表彰式は7月2日に開催される。

## 持続可能、地域振興、人権尊重テーマに 他社の参考になるかも選考基準に

今年で3回目を迎えた「JATA SDGs アワード」は、SDGs達成に向けた優れた取り組みを行った会員会社を表彰し、その事例を広く周知・共有することで、各社が将来あるべき社会や自社の姿を自発的に考え、主体的な取り組みを実施するきっかけとすることを目的に実施されている。

表彰は、経営部門、社会経済部門、文化部門、環境部門の4部門からなり、それぞれ優秀賞1件、特別賞2件、奨励賞が3～4件選出され、大賞は、各部門優秀賞の中から審査のうえ決定される。今年度は、昨年の50件（18社）を上回る57件（25社）の応募があり、22件の受賞が発表された。

今回大賞を受賞した近畿日本ツーリストの『「温泉を楽しみたい」をあきらめない！オストメイトのための温泉日帰りツアー』は、障害者差別解消法の改正施行に合わせて企画され、ストーマ（人工肛門や人工膀胱）を造設したオストメイトとその家族16人が参加。旅行に不安を感じているオストメイトの方が安心して旅や入浴が楽しめるよう、ストーマなどの医療機器開発を手掛けるアルケアと協業し、実施された。

このツアーを企画した事業推進本部ユニバーサルツーリズム推進担当の伴流高志氏は、「他の障害者に比べて認知度が低い内部障害者が安心して旅を楽しめる社会を作るために、今後も一人一人に向き合えるようなユニバーサルツーリズムを推進したい」とコメントを寄せた。

優秀賞を受賞した3社の担当者は会見会場で登壇し、それぞれ取り組みについての説明をした。

経営部門で優秀賞を受賞したJTBの『「クセモノを地域のタカラモノに」瀬戸内の新たな観光交流点：クセモノズ（SICSサステナブルラウンジ）の開業と、気候

変動により生まれた社会課題を地域の宝に変えた地域を繋ぐストーリー』は、地域で活躍する共創パートナーと連携しながら、市場のフードロスの減少と新たな観光交流拠点開業を実施。さらに地元の子供と一緒に地域課題の解決に取り組むレトルトカレープロジェクトなども行っている。担当した高松支店観光開発プロデューサーの山田裕木氏は、「今後も産官学が連携をし、観光誘客と両輪で持続可能な地域づくりを目指していきたい」と語った。

環境部門で優秀賞を受賞したクラブツーリズムの『中山間地の村をリジェネラティブ・ツーリズムでファンづくり！「旅する生き物大学校！第1期～長野県生坂村』は、生物多様性と自然再生がテーマに造成されたプログラムで、自然の知識を学び、村の環境調査体験から自然再生のためのアクション体験までを年間を通じて実施。約半年間で全6回のツアーを開催した。担当したマーケティング本部・営業企画部リーダーの鈴木光希氏は、「第1期生は総勢50人、年齢や職業を超えたコミュニティを作ることができた。このツアーを通じ、旅と移住の間の新たなライフスタイルを提案し、持続的にプロジェクトを続けていきたい」と述べ、すでに第2期も予定していることを報告した。なお同プロジェクトは今回で3回目の受賞となる。

文化部門で優秀賞を受賞したトラベルハーモニーの『撮影旅行から始めるサステナブルアクション』は、SDGsを自分事として捉えるというテーマのもと、写真家山口規子さんと地域の交流を重視した撮影旅行を実施している。参加者は20～80代と幅広く、伝統工芸職人や地域産品の製造者を訪ね、仕事や土地の魅力を深く知る体験ができる。2024年は香川と青森で、2025年は那須で開催している。このツアーを企画した三瓶真紀氏は、「私たちのような社員数2人という小さな会社でもSDGsの取り組みを紹介すること



写真右からJTB山田裕木氏、トラベルハーモニー三瓶真紀氏、クラブツーリズム鈴木光希氏

ができ、受賞できた。アワードへの応募を躊躇っている旅行会社も多いと思うが、ぜひ自分たちの取り組みを紹介し、SDGsをもっと身近に感じてほしい」とSDGsの普及とアワードへの参加を呼び掛けた。

## 総数57件、25社中14社初応募 業界全体でSDGsの発信を強化

会見にて各賞の発表を行ったJATA総務部の菅野貴部長は「アワードの応募数が徐々に増え、認知度が高まり、SDGsへの取り組みのすそ野が広がっていると実感している」と述べたうえで、「とはいえ、JATA会員数が1170社であることを考えると、応募はわずか2%程度にとどまる。SDGsに対する関心はあるものの売上につながりにくいなどの課題が多く、商品造成には敷居が高いのが現状だ。今後は業界全体として、SDGsの発信をより強化し、身近でビジネスにもつながる商品として提案していきたい」と今後を期待を込めた。また今回は初応募の旅行会社が14社あり、そのうち2社が受賞したことについて、「このアワードは会社の規模に関係なく評価される。アワードという言葉に身構えず、ぜひ気軽に自分たちの企画に自信を持って応募してほしい」と次回さらなる参加者増加に意欲を見せた。



JATA 総務部菅野貴部長

## 航空関連

## Aviation News

# NAA 藤井社長、成田発展へ地域と共生・共栄など3本柱 田村前社長からバトン引き継ぐ、「発展へ全力を尽くす」

成田国際空港会社(NAA)は6月20日に開催した定時株主総会および取締役会を経て、藤井直樹社長の就任を正式に決議した。田村明比古・前社長は相談役に退いた。同日、記者会見に臨んだ藤井社長は今後の舵取りでとくに重視したい項目として「空港と地域の共生・共栄の継続と発展」、「安全の確保」、「航空需要の増加あるいは多様化に対する的確な対応を図る」という3本柱を掲げた。

田村前社長からバトンを託された藤井社長は「日本を代表する空港の運営整備を担うという、その責任の重さを考えると、改めて気が引き締まる思いだ。成田空港の発展のために全力を尽くす覚悟だ」と述べた。

藤井社長は、成田空港が開港以来、地元の協力・支援があって国際玄関としての重要な役割を果たしてきたことに触れつつ、「これまでの成田空港の歴史の中で醸成されてきた関係者との信頼関係をさらに深め、空港と地域の共生・共栄を目指し努力をしまいたい」と話し、空港と地元地域が共に一層発展する将来像を目指すことを誓った。

成田空港の更なる機能強化、新しい成田空港構想を推進していく上では、やはり用地買収が一つの大きな鍵となるが、「地元の自治体、地権者、関係者に必要性についてまずはご理解頂き、しっかりと向き合った話し合いの上で、進むようにすることが基本だと考えている」とコメントした。

また、2本目の柱「安全の確保」にも尽力する。「航空輸送にとって最も重要なのが安全の確保であるという事は言うまでもない」と前置きしつつ、「航空事故の未然防止ということはもちろんのこと、台風や地震などの自然災害、さらにはコロナのような感染症が発生した場合の対応、サイバーテロ対策など、様々な状況に応じた危機管理を徹底することが必要」であることを強調。さまざまなリスクへの対策を万全にすることで、「我が国の基幹空港である成田空港の安全安心かつ安定したサービスの提供を確保していきたい」とした。

そして3本目の「航空需要の増加あるいは多様化に対する的確な対応を図る」という点については、「コロナ禍も収束し、日本を訪れる外国人の観光客数は今年も4000万人を超える勢いで推移している。また半導体、医薬品、eコマースなどの旺盛な物流需要に支えられ、成田空港は金額ベースで見ると日本最大の貿易港となっている」と言及。「成田空港は、首都圏の基幹的な国際空港として、これらの増大するインバウンドや物流需要にしっかりと応えていく必要がある」とことを強調した。

藤井社長としては、国際線ネットワークはもちろんのこと、LCCを中心とした国内線ネットワークのさらなる拡大を図ることで、成田空港の更なる利便性向上を目指す方針だ。

「田村前社長のもと、滑走路の新設や既存滑走路延伸などを含むさらなる機能強化に着手するとともに、旅客取扱い機能や貨物物流機能の集約などを含む新しい成田空港構造を推進してきている」ことに触れ、「開港50年弱を経た各施設の老朽化への対応、人手不足を乗り越えるための新たな技術や人材確保策の導入、鉄道をはじめとする空港アクセスの利便性の向上など、今後、様々な事項について検討を進める必要がある」との認識を示し、「課題は山積しているが、関係者の方々としっかり議論を重ね、第2の開港というべきこの時期に出すべきことを見定めて、着実に推進してまいりたい」と述べた。

とくに国際線ネットワーク戦略については日本を訪れる人が多かった国からのインバウンド需要の更なる拡充を図りつつ、「今までなかなかインバウンド需要がなかった国との間で直行便を飛ばしたい」と述べた。

またアクセス問題について藤井社長は昨今では旺盛なインバウンド需要によって混雑が顕著であることに言及し、鉄道会社、自治体など、関係者の共通理解・方針の立案の重要性を強調した。

## 田村相談役「新社長は最も信頼する後輩」 コロナ禍など社長時代の6年を振り返る

田村相談役は藤井新社長について、「私が最も信頼する後輩であり、人格、識見、能力に優れ、成田空港の抱える様々な課題に多面的に対応していただける豊富な経験や実績をお持ちだ」とコメント。「非常に重要な時期を迎えているNAAの舵



田村相談役

取りを、藤井社長にバトンバトンタッチさせていただけるということは、私にとっては大変心強い」と話すなど、藤井社長のリーダーシップと人柄に太鼓判を押した。



NAAの社長に就任した藤井直樹氏

「藤井新社長には、さらなる機能強化の推進とともに、成田空港の発展に向けて強いリーダーシップをもって邁進していただきたい」と述べ、自身も相談役として藤井社長をバックアップし、成田空港の発展を引き続き支えていくとの考えを示した。

田村相談役がNAA社長に就任したのは去る2019年6月。就任後、まもなく関東地方を襲った台風で、空港内に多数の旅客が滞留するなどの危機への対応に追われたが、旺盛な旅客需要を背景に業績的には上昇気流に乗っていた時期だった。

ところが、それを一変させる新型コロナパンデミックという航空業界未曾有の危機に直面することになった。もちろん、NAAも重大な危機に晒されることに。その陣頭指揮を執った田村相談役は「コロナ禍で世界中の人の往来が制限された結果、世界の航空観光産業は大打撃を受け、その一翼を担っている成田空港にとっても、会社経営的に極めて厳しい期間となった」と言及。「成田空港は、航空サービスをどうしても必要とする人々の発着拠点として、あるいは国民生活や産業活動に必要な重要物資の貿易港として、ある意味で鎖国状態にあった我が国の出島のような役割を果たし続けた」とし、水際対策の一環として設備改修や動線の改善、さらには航空会社およびテナントに対する大胆な支援策を講じたことなどに触れた。

足元では回復から再び成長軌道へと戻ってきた成田空港だが、「コロナ禍当時のことを考えると非常に感慨深いものがある。成田空港はSKYTRAXの認定を受けられるようになってきたが、今後はコロナ禍で少し先送り気味の利便性、快適性のさらなる向上に向かって進んでいくことを期待している」と述べた。

また、滑走路の延伸・新設など成田空港の更なる機能強化、そして新しい成田空港構想の議論がスタートしたが、「成田空港の将来につながる施策の実施や成田空港の進むべき方向に対する具体的な道筋をつけることができた」と評価した。

## 航空関連

## Aviation News

## エアアジア、SKYTRAX 受賞でゴールド塗装 ベスト LCC を 16 年連続受賞

エアアジアは6月19日(現地時間)、英 SKYTRAX が主催する 2025 年ワールド・エアライン・アワードにおいて、ワールド・ベスト・ローコスト・エアラインを 16 年連続受賞したことを記念し、金色の特別塗装を施した機体を披露した。

同日、クアラルンプール国際空港第 2 ターミナル (KLIA T2) で記念式典を挙行。金色塗装の機体のテーマは「Still Winning, Still Gold (今もなお勝利、今もなおゴールド)」。金色塗装に強さ、耐久性、そして回復力といった想いを込めた。

また、エアアジアの従来の赤と白の塗装は、「長年にわたり空の上で際立って

きた」としながら、「このゴールドエディションによって、エアアジアは新たな章を刻む。それは、回復力、一貫性、そして誰もが手頃な価格で提供できるワールドクラスのサービスに基づくもの」であることを強調。機内インテリアにも金色のアクセントを施したことを明かした。



ゴールド塗装機を投入 (提供: エアアジア)

## エア・カナダ「北米のベスト・エアライン賞」獲得 SKYTRAX でベストキャビンクルー賞など計 9 部門受賞



Skytrax ワールド・エアライン・アワード 9 部門受賞

エア・カナダ (ACA) は、2025 年の「Skytrax ワールド・エアライン・アワード」において、「北米のベスト・エアライン」に選出された。また、「ワールド・ベスト・ビジネスクラス・ラウンジ・ダイニング賞」や「北米のベスト・キャビンクルー賞」など、計 9 部門を受賞したと発表した。

このうち、トロント・ピアソン国際空港のエア・カナダ シグネチャー・スイート・ラウンジは 2 年連続で「ワールド・ベスト・ビジネスクラス・ラウンジ・ダイニング賞」を獲得。客室乗務員は、カナダおよび北米における「ベスト・キャビンクルー賞」を獲得するなど、エア・カナダの接客サービスの質の高さが評価された。

加えて同社の子会社であるルージュは、「カナダのベスト・ローコスト・エアライン」「北米のベスト・ファミリー・フレンドリー・

エアライン」「北米のベスト・プレミアムエコノミークラス・機内食サービス」「北米のベスト・ビジネスクラス・機内食サービス」「北米のベスト・ビジネスクラス・ラウンジ」の各賞を受賞した。

エア・カナダのマイケル・ルソー社長兼最高経営責任者は、「北米最高の航空会社へ選ばれたことを非常に誇りに思うと同時に、世界中に 4 万人いるエア・カナダの従業員に心からの祝意を表し、プロフェッショナリズムと温かいホスピタリティでお客様を安全にお運びする日々の努力に感謝する」とコメント。今後も心のこもった対応と洗練されたサービスで、より一層お客様との信頼を築いていきたいとの意向を示した。

エア・カナダでは現在、高速無料機内 Wi-Fi の導入、機能を拡充した新しいモバイルアプリの提供、機内での無料スナックやドリンクサービスの充実、機内エンターテインメントのコンテンツ拡充、ラウンジの新設や改装、空港での手続きの簡素化、ロイヤルティ・プログラムの充実、航空機と鉄道など異なる交通手段を組み合わせたチケットの提供など様々な取り組みを行っており、今後も旅行体験を向上させる新たなサービスを展開していく方針だ。

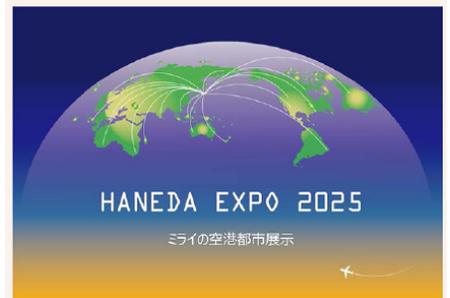
## 羽田未来総研、未来空港都市テーマに展示 会企業・業界間マッチングを促進

日本空港ビルデング子会社の羽田未来総合研究所は6月20日、2025年11月27日～28日の2日間、「ミライの空港都市展示」をテーマに「HANEDA EXPO 2025」を羽田イノベーションシティにて開催すると発表した。

空港・航空・施設運営業界に特化した最先端技術と、空港の枠を越えた「空港都市」の未来像を発信する先端技術の展示会で、今回が5回目。従来より企業同士のマッチング機能を強化しており、鉄道・不動産・行政・観光・ホスピタリティ業界まで幅広い産業の連携促進を図る。

羽田イノベーションシティの「ZONE J」1階の「コングレスクエア羽田」にて開催する。出展企業によるブース展示のほか、業界トップリーダーを招いたカンファレンス、業界関係者とのネットワーキングイベントとして交流パーティを開く。出展企業向けに、空港施設事業者への営業サポートや企業マッチングも行う。

昨年は 28 社が事業展示し、29 人がカンファレンスなどで登壇した。生成人工能 (AI) やロボティクス、スマートモビリティ、IoT など、最先端の IT・デジタルトランスフォーメーション (DX) 技術が集まった。スマート空港の実装フェーズにおける社会実験や PoC の展示が充実し、羽田空港施設内・地方空港での実証実験や、参画企業同士の協業にもつながった。



展示会開催 (提供: 日本空港ビル)

## JAL、国際線燃油サーチャージ引下げ

日本航空 (JAL) は6月19日、2025年8月から適用する国際旅客便の「燃油特別付加運賃」(燃油サーチャージ)の適用額改定を国土交通省へ申請したと発表した。1区間片道あたり、前回より価格が下がる。韓国・極東ロシアが3000円から2000円、東アジアが7400円から5000円、グアム・パ

ラオ・フィリピン・ベトナム・モンゴル・ロシア (イルクーツク) が9500円から6500円、タイ・マレーシア・シンガポール・ブルネイ・ロシア (ノヴォシビルスク) が1万5500円から1万500円、ハワイ・インドネシア・インド・スリランカが1万8500円から1万3500円に、北米・欧州・中東・オセアニアが2万9000円から2万1000円へ変更する。

25年4月から5月のシンガポールケ

ロシン市況価格2カ月平均は、1バレルあたり79.60ドル。これに同期間の為替平均1ドル144.57円を乗じたシンガポールケロシン市況の円貨換算額は1万1507円で、25年8月から9月に発券される航空券に適用される燃油特別付加運賃は、前回1万3000円から、1万1000円基準の金額になる。



JAPAN AIRLINES

## ディステーション

## Destination News

# ボランティア体験ツアーでハワイの深さを知る 日本人旅行者向けのプログラムも続々と

コロナ禍を経て、旅や観光に対する意識が変化しつつある。そうした中で、その土地の環境や文化に配慮し、持続可能な観光を実践する「レスポンスブルツーリズム(責任ある観光)」の重要性が高まっている。このような旅のスタイルを体感する方法の一つが、地域貢献活動に参加する「ボランティア・ツーリズム」だ。「マラマハワイ」の合言葉のもと、レスポンスブルツーリズムを推進するハワイでは、日本人訪問客に向けたボランティアツアープログラムが次々に登場。ハワイと深くつながる新たな「旅のカタチ」として関心が高まりつつある。

## 「ボランティア・アリー」活動に注目

ボランティア・ツーリズムは米国では一般的な旅行スタイルとして広く浸透しており、ハワイでもさまざまな団体が活動し、プログラムを提供している。ハワイ・オアフ島で活動している「ボランティア・アリー(VOLUNTEER ALLY)」もその一つだ。

ボランティア・アリーは「ボランティア参加をもっと簡単に」という理念のもと、活動を展開。その中で、日本人旅行者に標準を合わせたプログラムを提供している。

## 60以上のNPOと心に残る体験を提供

同団体が提供するプログラムは、英語でのボランティア活動を通じて地域の一人として貢献しながら、かけがえのない体験と思い出を持ち帰ることに主眼を置いている。

プログラム構築にあたって、ボランティア・アリーはハワイで活動する約60のNPO法人と連携。旅行者のニーズに合わせて、さまざまなボランティアツアーのアレンジが可能だ。

## 環境に配慮した農業体験プログラムを

ボランティア・アリーが現在日本人向けに提供している3つのプログラムのうちのひとつが、ナロ・ファームで実施されている「アクアポニックス」の一部を体験するものである。

アクアポニックスとは、水産養殖と水耕



「アクアポニックス」と呼ばれる農法を実施する「ナロ・ファーム」

栽培を組み合わせた循環型農法。養殖された魚(イズミダイ)が植物の成長に必要な栄養を供給し、その栄養で育ったレタスが水を浄化して魚に戻すというサイクルで運用されている。



ボランティア・アリーとナロ・ファームの関係者

## 育てたレタスはハワイ・フードバンクへ

ボランティア活動の内容は、その時々農場のニーズに応じて異なるが、主に行われるのは、レタスの種まき、水槽周辺の外来種駆除、魚の移動作業などである。

ボランティアが種をまいたレタスは、生育後に全量がハワイ・フードバンクに寄付される。ハワイでは3世帯に1世帯が食料不安を抱えているとされ、こうした活動が食料供給への支援につながっている。

作業後は、農場直送の新鮮なレタスとバーベキュー肉を使ったランチを楽しむこともできる。

## 新たな地域の魅力とつながる旅へ

ボランティア・アリーが提供するプログラムは、ハワイの自然・文化・人々とつながりながら、英語によるボランティア活動を通じて地域に貢献し、忘れられない体験と思い出を



ハワイと深くつながる新たな旅として注目が集まる「ボランティア・ツーリズム」(写真は農業体験プログラムの模様)

持ち帰る「特別な旅」を実現することができる。

同団体は現在、日本マーケット向けに、農業体験のほか、湿原での環境保全活動、動物愛護をテーマにした計3つのプログラムを展開している。

今後は連携する60以上のNPO法人を通じて、日本人旅行者向けの多様なボランティアツアーを開発していく計画だ。

ハワイの自然や文化に触れながら社会に貢献する体験は、観光を超えた「心のお土産」となり、地元の人々との温かな交流や環境保全活動を通じて、旅の意味がより深まり、豊かな思い出が生まれる。

体験を通して新たな地域の魅力に出会えるボランティアツアー。今後、日本人旅行者をターゲットとした多彩なプログラムが登場することで、ハワイを新たな視点から捉え、地域とのつながりを実感できる旅のスタイルとして、いっそう注目を集めそうだ。



ハワイ州観光局の「ジャパン・サミット」で訪問した旅行会社関係者によるボランティアツーリズム視察の模様

# ドバイ、日本人誘致拡大へ一段とプロモ強化 日本の旅行業界と関係一層強化へ

ドバイ経済観光庁のシャハブ・シャヤン インターナショナル・オペレーションズアジア・太平洋地域統括ディレクターが本紙との取材に応じ、日本人旅行者のマーケットについて「非常に好調な動きを見せているとともに、旅行者の動向も変化を見せている」と述べ、訪問客の幅が広がり、着実に伸びていることを強調した。そのような状況下で引き続き日本から誘客を増やしていくために「ドバイがすべての旅行者セグメントを受け入れることができることをアピールしていくとともに、日本の旅行業界との関係を一層強化していきたい」と述べ、日本でのプロモーションを引き続き強化していく考えを示した。

**日本人宿泊旅行者数 44% 増  
1～3月も 13% 増と着実に成長**

2024年に世界からドバイを訪問した宿泊旅行者数は前年比9%増の1872万人となり、過去最高を更新した。また、今年第1四半期(1～3月)についても前年同期比3%増の531万人となるなど引き続き成長を見せている状況だ。

日本人宿泊旅行者数についても昨年は44%増とグローバル市場の動きを大きく上回る勢いで伸びたほか、今年第1四半期についても13%増となっているなか、好調な動きを見せている点を紹介した。

日本人のアウトバウンドマーケットは為替動向や物価高の影響もあり、諸外国と比べても回復スピードが遅れていると言われている。そのような中でドバイに関しては拡大基調にあると言える。この動きについてシャヤンディレクターは「日本人旅行者は慎重な動きをすと言われている中で、ドバイの観光素材に対して信頼を寄せてくれている結果が数字に表れている」と分析した。

さらに日本人旅行者の動向についても「コロナ禍前はシニア層や女子旅がけん引していた。これらのセグメントも引き続き前向きな動きを見せているが、これに加えてビジネスと休暇を組み合わせた『ブレイジャー』関連が増えており、新たな動きを見せているのではないかと指摘した。

**旅行会社からの支援に感謝  
今後もさらなる関係強化を**

シャヤンディレクターは足元の旅行者の動きとあわせて、日本の旅行会社との関係性についても言及した。

日本の旅行業界に対してシャヤンマネージャーは「トラベルパートナーの支援があってこそ、ドバイの旅行者数が伸びている」と述べ、日本の旅行業界の支援に感謝の意を寄せた。

さらにシャヤンディレクターは「旅行会社のみならずのさらなる関係強化ができることを楽しみにしている」と述べ、旅行会社と連携しながら、ドバイの観光を盛り上げていきたい意向を示した。

**全旅行者セグメントに開かれた旅先  
観光盛り上げへさらに前進**

日本での今後のプロモーション方針について「以前から日本で残っているドバイへの印象に対するギャップを埋めるための取り組みを引き続き行っていきたい」と述べた。

ドバイについては、ラグジュアリー性が強いディステーションとしての印象が日本では根強いのが実情だ。そうした中で手軽な価格で滞在することができる施設も充実している。また、入場料無料の観光施設も多く存在する。

そうした中でシャヤンディレクターは「ド

バイ政府は世界で最も住みやすい街づくりをめざしている。この動きにあわせて観光分野でもすべての人に開かれているディステーションであることをもっとアピールしていきたい」と述べ、日本市場でも従来から高い需



ドバイ経済観光庁のシャハブ・シャヤン  
インターナショナル・オペレーションズアジア・太平洋  
地域統括ディレクター

要があるシニア層や女子旅に加え、ファミリーや若年層旅行など、多彩なセグメントに対する情報発信に力を入れていきたい考えだ。

**都内でメディア向けイベントを開催  
安全面、手軽さ、食文化など訴求**

ドバイ経済観光庁は6月23日に都内ホテルでメディアイベントを開催した。当日はシャヤンディレクターがドバイ観光の最新情報について紹介した。

ドバイ観光のセールスポイントとして、シャヤンディレクターは「さまざまな人たちが旅行しやすいこと」「想像よりも気軽に訪れることができること」「安心して旅ができること」「多様な食文化や体験ができること」を挙げた。

日本でのアクセスに関しては羽田、成田、関西の3空港から毎日直行便が就航していること。そして、ビザが不要であること。また、街がコンパクトであり、円滑な移動ができる点も魅力であるとした。

安全面については旅行保険比較サイト「インシュア・マイトリップ」が女性の一人旅に最適な都市としてドバイを挙げたこと。また、世界最大級の生活情報プラットフォームの「Numbeo」が世界に3番目に安全な都市として紹介していることをアピールした。

多様性については日本では味わえないエミラティ伝統料理や地元で愛されるストリートグルメ。そして、ミシュラン3つ星レストランもあり、多様な食文化を楽しむことができること。さらにマリンスポーツやゴルフ、トレッキングなどさまざまな体験ができることも魅力であるとした。

さらに、近年意識が高まっているサステナブル(持続可能性)につながる認証制度やペットボトルの削減につなげる活動など環境に配慮した活動にも力を入れていることを紹介した。



メディアイベントではドバイの多彩な魅力について紹介した

## ホテル

## Hotel News

## 星野リゾート、「界 宮島」を2026年夏開業 広島県初進出、全室が瀬戸内海ビュー

星野リゾートは広島県・宮島エリアに温泉旅館ブランド「界」の新施設を開業すると発表した。2026年夏に広島県・宮島エリアに「界 宮島」として展開する。同社の宿泊施設が広島県に出店するのは初めて。

新たに開業する「界 宮島」は全客室から瀬戸内海を望むことができ、大浴場ではまるで海に浸かっているかのような入浴体験や、瀬戸内地域に古くから伝わる「石風呂」による温浴体験を通じて、地域の文化や歴史を深く味わう滞在が可能となる。

客室は全54室で、すべて宮島を望むオーシャンビューとなっている。室内は瀬戸内海の青をイメージした色彩で統一されており、景色と一体となるような空間を演出している。

宿の最上階には、南側に広がる海を望む露天風呂と、北側の山並みを望む内風呂の2つの湯殿を設けている。露天風呂は、瀬戸内海と湯船が一体となるよう設計されており、内風呂には異なる温度の2種類の湯船を備えている。

また、鎌倉時代に起源を持つとされる「石風呂」では、床・壁・天井からの輻射熱による温浴体験が可能である。海に最も近い場所に設けられた石風呂は、一般的なサウナに比べて高温かつ

低湿で、心身を落ち着かせる空間として設計されている。

このほか、フロントや食事処、ショップなど、宿泊者専用の施設も充実させる。アクセスは、JR宮島口駅および広電宮島口駅から車で約5分、広島空港からは車で約60分の距離に位置している。

現在「界」は全国に23施設を展開しており、それぞれの地域文化や伝統工芸に触れる「ご当地楽」や、地域色豊かな「ご当地部屋」が特徴となっている。「界 宮島」の開業以外にも、2026年春に群馬県・草津温泉に「界 草津」、同年夏に長野県・浅間温泉で「界 松本」がリニューアルオープンする予定となっている。



客室、露天風呂、石風呂イメージパース

## グローバルエージェンツ、奥日光小西ホテル買収 日光の老舗温泉ホテル、2026年春にリブランド

不動産や宿泊関連事業を手掛けるグローバルエージェンツは栃木県の奥日光エリアにある老舗ホテル「奥日光小西ホテル」を運営する小西ホテルの全株式を取得し、完全子会社化したと発表した。



奥日光小西ホテルを買収リブランド

今後改装を行い、2026年春をメドに「UNWIND HOTEL& BAR」として新たに開業する予定だ。

奥日光小西ホテル

は1959年の創業以来、奥日光・湯元温泉で長年親しまれてきた老舗宿泊施設。客室数は44室で主にツインルームで構成されている。自然環境の保護と利用が厳しく制限される日光国立公園内に立地する希少な宿泊施設として、高い文化的・観光的意義を有している。

グローバルエージェンツは「THE LIVERY」など複数のホテルブランドを展開している。今回奥日光小西ホテルの全株式を取得したことで、今後は同ホテルの運営・企画を一体的に手掛けていく。

今後は今年11月をもって現行の営業を終了し、改装とブランド再構築を経て、2026年春をメドにUNWIND HOTEL& BARとして新たに開業する。

同ブランドは「非日常的な没入感へと誘うブティックホテル」をコンセプトとし、ホテルごとに異なったテーマに沿って創り上げた世界観とサービスを通して日常から一步は萎えた非日常的な体験を提供する。

## ロイヤルホテル、温泉リゾート型の新ホテル 2028年に兵庫県・有馬温泉で開業へ

ロイヤルホテルは神戸市北区の有馬温泉エリアに温泉リゾート型の新ホテルを展開すると発表した。新ホテルは2027年11月ごろに竣工、2028年2月の開業を目指す。旅行ニーズの多様化やウェルネス志向の高まりを受けて、新コンセプトの宿泊施設を開業することとした。

同社は昨年発表した「中期経営計画2026」において、新たな成長に向けた基盤強靱化の1つとしてホテルブランドカテゴリーの再編成を実施した。今回の新ホテルもこの取り組みに基づくものだ。

有馬温泉に開業するホテルは、地上8階建てで全93室のスマートラグジュアリーホテルとして展開する。全客室が40平方メートル以上のテラス付きで構成される。また、食体験に関しては目の前での調理や地元兵庫の食材を楽しむことができるスペシャリティレストランなど、リーガロイヤルホテルブランドで培ってきた技術・サービスを最大限に生かし、オーベルジュのような体験を提

供する。

同社は温泉に癒されるスパ施設とともに、人と自然、食がたがなるリトリートとして、ホテルのグレード感と旅館のあたたかいおもてなしが融合したリゾートを目指すとしている。

ロイヤルホテルは現在国内外で15軒のホテルを展開。今後は有馬温泉の新コンセプトホテルを含め5軒の宿泊施設を開業する計画だ。



画像はロイヤルホテルの企業ホームページ