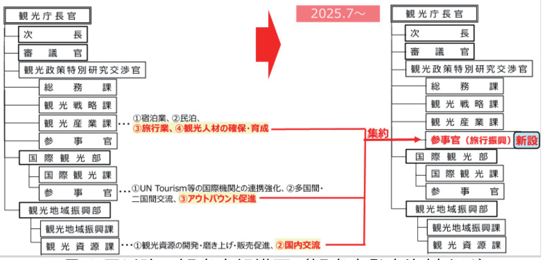
週刊ウイングトラベル
Wing Travel Weekly　www.jwing.net　mail@jwing.net
2025.7.7 No.2857
毎週月曜日発行：1部330円（消費税別）1年間13,200円（消費税込）
発行所：航空新聞社（The WING Aviation Press）/ 国土交通省交通運輸記者会加盟
〒107-0051 東京都港区元赤坂1-1-15 ニュートヨビル3階 TEL:03-3796-6646 FAX:03-3796-
@wingtravel　Wing Travel　@wingtravel_official

観光庁、旅行振興担当参事官を復活
国内・海外旅行促進や観光人材確保・育成を強化

観光庁は7月1日付で旅行振興担当の参事官を設置したと発表した。旅行振興担当の参事官は2023年以来の復活となる。国内旅行の活性化やアウトバウンド需要の喚起に加え、長期的に人手不足状態が続いている観光人材の確保・育成を強力に推進していく。担当参事官には直近は文部科学省で勤務していた根来恭子氏が就任する。



7月1日以降の観光庁組織図（観光庁発表資料より）

国際観光部、観光産業課等業務集約
参事官には根来恭子氏が就任

旅行振興担当参事官は2018年に当時の田端浩長官が設置。当時はアウトバウンド促進、若者旅行・国内旅行の振興や休暇改革などの業務に取り組む部署として立ち上がった。その後、コロナ禍では「Go To トラベル」や「全国旅行支援」といった事業の陣頭指揮を執る部門として主に活動していたが、2023年に観光産業課に実質的に吸収される形となっていた。

訪日インバウンドが過去最高水準を達成する一方で日本人の海外旅行は昨年末時点でコロナ禍前の65%の回復率にとどまっている。今後インバウンドとの相乗効果を生み出すためにはアウトバウンド需要の喚起が不可欠となる。また、日本人旅行のマーケット拡大にあたっては国内旅行の振興も欠かすことができない。

日本人旅行需要の喚起とあわせて観光産業においては長期的に人手不足状態が続いているのが大きな課題となっている。今後旺盛な観光需要をしっかりと取り込むためには人材の確保・育成を一層強化していく必要がある。

これらの政策課題に取り組む体制を強化する一環で旅行振興担当の参事官を再び設置することとした。

今回は、国際観光部の参事官室が担当していたアウトバウンド促進業務、観光産業課の旅行業関連業務と観光人材の確保・育成に関するもの。そして、観光資源課の国内交流の業務を集約し、旅行振興担当参事官を設置する。なお、参事官には根来恭子氏が文部科学省大臣官房付から異動する。

観光庁、審議官に田中賢二氏
総務課長河田氏、観光戦略課長菅原氏

観光庁は7月1日付で人事異動を実施した。すでに発表済みの村田茂樹長官、木村典央次長に加え、大臣官房審議官（国土政策局、観光庁担当）の鈴木貴典氏が内閣府大臣官房審議官（経済社会システム担当）に異動し、後任に田中賢二総合政策局総務課長が就任した。

河田敦弥観光戦略課長は総務課長に異動、多田浩人総務課長は大臣官房総務課長となった。河田氏の後任の観光戦略課長には道路局路政課長から菅原晋也氏が異動した。

観光産業課長二井氏、観光地域振興課長田中氏
観光資源課長矢吹氏、外客受入担当参事官今井氏

観光産業課長には不動産・建設経済局不動産市場整備課長だった二井俊充氏が就任。羽矢観光産業課長は不動産・建設経済局国際市場課長に異動した。

観光地域振興部観光地域振興課長には近畿地方整備局道路部長の田中倫英氏が就任した。安部勝也観光地域振興課長は道路局道路交通管理課長に異動した。

観光地域振興部観光資源課長には不動産・建設経済局地理空間情報課長を務めていた矢吹周平氏が就任した。竹内大一郎観光資源課長は総合政策局環境政策課長に異動した。

国際観光部の外客受入担当参事官には、航空局総務課企画課長を務めていた今井盾介氏が就任した。濵本健司外客受入担当参事官は厚生労働省老健局高齢者支援課長に異動した。

観光政策特別研究交渉官に奈良氏

このほか、観光政策特別研究交渉官には鉄道建設・運輸施設整備支援機構監査・事業監理統括役を務めていた奈良裕信氏が就任した。村上強志観光政策特別研究交渉官は辞職し、軽自動車検査協会監事に就任した。

渡邉敬国際観光部国際関係担当参事官は辞職し、鉄道建設・運輸施設整備支援機構審議役に就任した。

その他の人事異動は以下の通り。

■観光庁人事異動（7月1日付）

▼辞職＝秡川直也（長官）
▼長官＝村田茂樹（大臣官房長）
▼次長＝木村典央（鉄道建設・運輸施設整備支援機構副理事長）
▼大臣官房危機管理・運輸安全政策審議官＝平嶋隆司（次長）
▼大臣官房審議官（国土政策局、観光庁担当）＝田中賢二
▼内閣部大臣官房審議官（経済社会システム担当）＝鈴木貴典（大臣官房審議官（国土政策局、観光庁担当）
▼観光政策特別研究交渉官＝奈良裕信（鉄道建設・運輸施設整備支援機構監査・事業監理統括役）
▼辞職（軽自動車検査協会監事）＝村上強志
▼大臣官房総務課長＝多田浩人（総務課長）
▼総務課長＝河田敦弥（観光戦略課長）
▼観光戦略課長＝菅原晋也（道路局路政課長）
▼大臣官房総務課企画官（鉄道局併任）＝新田翔（総務課企画官）
▼総務課企画官＝地主純（鉄道局総務課貨物鉄道政策室長）
▼観光戦略課観光経済調査室長＝鈴木宏子（国際観光部国際観光課欧米豪市場推進室長）
▼不動産・建設経済局国際市場課長＝羽矢憲史（観光産業課長）
▼観光産業課長＝二井俊充（不動産・建設経済局不動産市場整備課長）
▼内閣府沖縄総合事務局運輸部長＝本村龍平（参事官（産業競争力強化担当）
▼辞職（鉄道建設・運輸施設整備支援機構審査役）＝渡邉敬（参事官（国際関係担当）
▼参事官（旅行振興担当）＝根来恭子（文部科学省大臣官房付け）
▼大臣官房付（厚生労働省老健局高齢者支援課長）＝濵本健司（国際観光部参事官（外客受入担当）
▼国際観光部参事官（外客受入担当）＝今井盾介（航空局総務課企画室長）
▼道路局道路交通管理課長＝安部勝也（観光地域振興部観光地域振興課長）
▼観光地域振興部観光地域振興課長＝田中倫英（近畿地方整備局道路部長）
▼総合政策局環境政策課長＝竹内大一郎（観光地域振興部観光資源課長）
▼観光地域振興部観光資源課長＝矢吹周平（不動産・建設経済局地理空間情報課長）

旅行関連 Tourism News

参院選がスタート、公約には観光関連の政策も
地方創生や外国人政策の視点から盛り込み

第27回参議院議員通常選挙が7月3日に告示され、7月20日の投票日まで選挙戦がスタートした。これにあわせて各政党が政権公約を発表した。公約の中には観光関連の政策についても言及されており、与党は現在進めている政府方針に則り、地方創生を実現するための持続可能な観光地域づくりやインバウンドの質的拡大などを訴えた。一方野党は外国人に対する政策の一環として、国際観光旅客税や外国人旅行者などに対する免税制度の見直しなどについて言及している。

参院選の論戦がスタート

与党、地方創生実現へ観光の力活かす 持続可能な地域作りやインバウンド質的拡大

自民党は今回の参院選の公約として「強い経済」「賃上げと安心」「国を守り世界で輝く」という3つのビジョンを柱とし、これを実現するために「強い経済、伸びる賃金」「安全が安心を生む暮らし、『ひと』が中心の社会」「地方を元気に、日本を元気に」「国を守り、世界で輝く」「憲法改正と不断の改革で、『国のかたち』を国民の手で」という5つのアクションを示した。

このうちGDP（国民総生産）1000兆円の実現を目指す強い経済づくりの一環として、観光振興や農林水産物の輸出拡大、地方大学等と企業・自治体の連携強化などを通じて地域経済を活性化し「地方創生2.0」を実現するとした。

地域の活性化策として、観光の高付加価値化、それを支えるインフラ整備とともに、日本の成長のカギとなるインバウンドの質的拡大を戦略的に進め、持続可能な観光地域づくりや地方への誘客、国内交流拡大を図っていくことを公約として掲げた。

公明党は「物価高を克服する」「現役世代の所得を増やす」「『社会保障』の充実」「安全・安心な日本」「国際社会の平和と安定」「当面する重要政策課題」の6つの柱を掲げた。

このうち、現役世代の所得を増やす政策の中で「観光で『稼げる』日本へ、2030年の訪日外国人を6000万人に」を挙げ、三大都市圏に集中するインバウンドの地方への誘客促進、観光資源を磨き上げ、魅力あるコンテンツを造成する地方を支援するとした。さらに、宿泊業界の人手不足解消のため、省力化投資を支援することやオーバーツーリズムの防止・抑制に取り組んでいくことを盛り込んだ。

野党、国際政策の観点で観光政策 国際観光旅客税や免税制度見直しなど

立憲民主党は「物価高から、あなたを守り抜く」「自由貿易をリードする、日本の平和を守る」など8つの政策を掲げた。

このうち、観光関連では、エコツーリズムやグリーンツーリズムを推進し、オーバーツーリズム対策とあわせて、文化芸術や食文化など日本の強みを生かした観光政策を展開するとした。

財政健全化の視点からは、外国人旅行者向けの消費税免税制度について、円安によりインバウンド消費が堅調に推移する一方で、わが国の財政が厳しい状況にあることなどを踏まえて必要な見直しを図ることを盛り込んだ。

このほか、東日本大震災からの復興に関連して、被災地域に対する海外からの誘客、修学旅行などの団体旅行誘致など地方の取り組みを支援し「東北観光」を重点的に位置づけることを挙げた。

日本維新の会は「社会保険料を下げて暮らしを変える」「副首都から起動する経済成長」など4つの政策を掲げた。

このうち成長力を引き出す規制改革の一環として、ライドシェアや民泊普及の障壁となる規制を撤廃し、シェアリングエコノミーを強力に推進する。そしてMaaSを一層推進していくことで二次交通対策を積極的に進めて行くことを盛り込んだ。

外国人政策においては外国人旅行者などに対する免税のあり方を再検討するとし、2026年11月から開始されるリファンド制度実施までの間、免税取引対象から除外するとした。

国民民主党は「給料・年金が上がる経済を実現」「人づくりこそ、国づくり」など4本の政策の柱を掲げた。このうち、国際情勢への対応強化の一環として、外国人旅行客への消費税免税制度の見直しと入国税（観光税）の課税拡大を公約として挙げた。

地域活性化の取り組みに関しては、地方観光資源の活用として、隠れた観光資源が地方の活性化につながるよう、広域でつなぐような観光商品の開発事業やそこに至る安全な交通路、観光施設の整備を促進するとした。

IR関連法廃止や医療費削減と観光振興

日本共産党は「物価高騰から暮らしを守り、平和で希望が持てる新しい日本を」を基本政策として掲げた。

観光関連については「大企業・インバウンド優先の観光政策から地域・住民最優先の政策へ」を掲げ、観光立国推進基本法の理念に立ち返った観光政策へと転換するとした。具体的には、地域住民のみなさんが望む形で観光客の受け入れができるよう、住民と自治体と観光関連業界とで検討されるサステナブルツーリズム実現のための支援をしていくとした。

また、観光の発展には、自由な時間とゆとりある暮らしを送る人が増えることが前提であるとし、この実現には「1日7時間、週35時間制」の労働時間短縮の実現がその土台となるとした。

れいわ新選組は消費税廃止や現金10万円の即時給付などを主張するとともに、あらゆる不条理に立ち向かうとし、特定複合施設観光施設区域推進法及び整備法、いわゆる『IR推進法』の廃止を訴えた。なお、IR推進法の廃止については立憲民主党と日本共産党もマニフェストの中に盛り込んでいる。

参政党は「日本人ファースト」の各種政策を掲げる中で「GoTotoトラベルで医療費削減」という政策を掲げた。これは高齢者で一定期間健康を維持し、医療費削減に貢献した人に対して、国内旅行で使えるクーポンを支給する仕組み。この政策を実現することで医療費の削減につながるともに高齢者を中心に国内旅行需要を喚起することで、地域経済の活性化と観光インフラの有効活用を促進すると主張している。

社会民主党、日本保守党は観光関連の具体的な政策に関しては記載されていなかった。主要政党の政策の詳細については政党ホームページや参院選特設サイトを参照。

※自由民主党参院選特設サイト
https://special.jimin.jp/

※公明党参院選特設ページ
https://www.komei.or.jp/komeinews/p404290/

※立憲民主党ホームページ
https://cdp-japan.jp/

※日本維新の会ホームページ
https://o-ishin.jp/

※国民民主党参院選特設サイト
https://election2025.new-kokumin.jp/

※日本共産党ホームページ
https://www.jcp.or.jp/

※れいわ新選組特設サイト
https://san27.reiwa-shinsengumi.com/

※参政党特設サイト
https://sanseito.jp/sanin_election_27/

※社会民主党特設サイト
https://sdp.or.jp/27th-hce-sdp/

※日本保守党特設サイト
https://hoshuto.jp/lp/home-2025-sangiin/

日本人旅行「活性化」への道

潮流

観光庁は7月1日付で旅行振興担当参事官を設置する組織改正を実施した。同庁は同日付で村田茂樹長官が就任し、新体制がスタートした。旅行振興担当参事官の設置について観光庁はプレスリリースを発出。新組織への並々ならぬ意気込みを示した格好だ。

新設した旅行振興担当参事官は、これまで観光産業課が担っていた旅行業に関する業務。そして観光人材の確保・育成に関連したもの。国際観光部のアウトバウンド促進、さらに観光地域振興部観光資源課が担当していた国内交流に関する分野を担当することとなる。

今回の組織立ち上げの狙いとして、観光庁はさらなる国内旅行の活性化に向け、日本人の国内旅行を高めていくこと。好調な訪日インバウンドとの相乗効果を生み出し、アウトバウンド需要を喚起していくこと。そして、観光需要の回復等に伴い人手不足感が一層高まる中で観光人材の確保・育成を挙げた。

旅行振興担当参事官が向き合う主要課題について、足元の状況を改めて整理しておきたい。

国内旅行に関しては、旅行消費額は過去最高を更新しているものの、旅行者数の横ばい基調が続いており、この状況からの改善が求められることになる。この課題については政府サイドも令和7年版観光白書において触れていることからも明白だ。

アウトバウンドについてはコロナ前の2019年に過去最高の2008万人を記録した。しかし、コロナ禍とその後の物価高、為替動向を背景として、7割前後の回復率にとどまっているのが現状だ。この停滞する状況をいかに改善させていくかがカギとなる。

人材の問題については、旅行・観光業に限ったことではないものの、観光需要の回復にあわせてさらに深刻なものになっているのが実情で、いかにして労働者の関心を観光・旅行産業に目を向けさせるかが重要だ。

そのような課題に対して、今まさに必要とされるのが実効性ある政策だ。

訪日インバウンドが過去最高の勢いで拡大する中、地方誘客を目的とした各種支援策も次々と打ち出されている。しかし、こうした動きが進めば進むほど、日本人旅行者が置き去りにされている印象は拭えない。

たとえば、広域周遊旅行の促進において、外国人旅行者向けには利便性の高い周遊パスが整備されている一方で、日本人には個別に手配する仕組みが一般的だ。その結果、旅行費用において日本人の方が割高になるケースも少なくない。

地域に足を運び、地域の人々と触れ合い、地域経済に貢献するという点において、旅行者の国籍に違いはないはずである。だからこそ、日本人旅行者も公平に旅を楽しめる仕組みを整備していくことが、今後の観光政策において欠かせない視点ではないだろうか。

アウトバウンド振興においては、今こそ「コミットメント＝数値目標」の提示が重要ではないだろうか。現在、パスポート保有率や海外修学旅行の実施率、地方空港の国際線就航便数などに注目が集まっているが、こうした分野であえて明確な目標値を設定することで、取り組むべき課題がより具体的に浮かび上がることになる。

抽象的な理念や方針だけでは実効性に乏しい。現実に即した視点から、アウトバウンドの潜在需要を喚起するための明確な道筋を提示することが求められているのではないだろうか。

人材面においては、旅行・観光業全体を俯瞰的にとらえる視点がこれまで以上に求められている。訪日インバウンドの活況を背景に、観光産業が「輸出産業」の一角として注目を集めるなか、この業界で働くことの魅力や将来性を、あらためて社会全体で見つめ直す必要がある。

長く安心して働ける職場環境、キャリアパスの明確化、労働条件の改善などを含め、観光産業を持続可能な“基幹産業”として再構築していくことが急務だ。同時に、若者からも「選ばれる産業」としての地位を取り戻すための戦略的な人材確保・育成策が求められている。

今回、観光庁が日本人の旅行振興や観光人材の確保・育成に本格的に取り組むべく、新たな組織を立ち上げた意義は大きい。旅行振興担当参事官には、ぜひ実効性ある政策の立案と着実な実行を期待したい。（嶺井）

旅行関連　Tourism News

ツアーグランプリ 2025、国交大臣賞は風の旅行社

モンゴル乗馬ツアー、安全性や快適性の最適化が評価

日本旅行業協会（JATA）は旅行会社の優れた旅行商品や企画を表彰する「ツアーグランプリ 2025」を発表し、7月2日に表彰式を開催した。今回は国内旅行部門75点、海外旅行部門56点、訪日旅行部門16点の計147点の応募が寄せられた。

国土交通大臣賞を受賞した風の旅行社の関係者、左から2番目が企画販売部の山田基広氏

ツアーグランプリ 2025 が発表。今回は 12 作品が受賞した

その中から最優秀賞にあたる国土交通大臣賞には風の旅行社が企画したモンゴル乗馬ツアー「未経験者から上級者までみんなで草原集合!! ほしのいえセレクト乗馬6日間」となった。観光庁長官賞には、海外旅行部門から、ワールド航空サービスの「ヒマラヤの禁断の王国・ムスタンへの旅」、国内旅行部門からクラブツーリズムの「『船岡温泉』貸切見学！タイルマニアと行く華麗なるタイルの世界 in 京都・神戸2日間」、訪日旅行部門から農協観光の「日出ずる国、日本の農業と文化に触れる旅」がそれぞれ選ばれた。さらに優秀賞、審査員特別賞として計8作品が選出された。消費者の旅行スタイルが多様化する中で、受賞作品は地域の文化とつながることや旅行者との丁寧なつながりを意識した商品が高く評価された格好だ。

長官賞、海外はワールド航空サービス　国内はクラツー、訪日は農協観光

ツアーグランプリは旅行業における企画力・マーケティング旅行の向上、観光立国の施策に寄与することを目的に、海外旅行・国内旅行で優れた企画旅行と訪日旅行で実施された企画提案の中から優れた作品を表彰するもの。

国土交通大臣賞を受賞した風の旅行社による商品は、未経験者から上級者まで安心して楽しめるよう、日本人向けに安全性と快適性を徹底的に最適化した点が高く評価された。また、レベル別の乗馬指導や柔軟なグループ編成を実現し、少人数制を保ちつつ収益性を確保したことや効率的な移動設計などにより、環境への配慮と参加者への負担軽減にもつながっている点も高く評価された。

今回のツアーを企画した風の旅行社企画販売部の山田基広氏は「今回のツアーを企画して10年ほどになるが、ずっと添乗員として同行し、お客さまの声に耳を傾け、ブラッシュアップし続けたことで、今では自慢のツアーになっている。添乗員に乗馬経験が求められるというハードルはあるものの、さらに拡大していきたいし、今回の受賞を機にモンゴルの情報と魅力がもっと広がってくれるとうれしい」と喜びの声を語った。

海外旅行部門で観光庁長官賞を受賞したワールド航空サービスのツアーは、これまで困難だった旧ムスタン王国への訪問を安全かつ快適に体験できる新たな文化探訪ツアーとして高く評価された。

国内旅行部門のクラブツーリズムのツアーは、細分化する趣味嗜好に対応したテーマ旅行の好例として評価された。「タイル」という独自視点で文化財の魅力を掘り起こし企画性の高い内容を実現し、新たな観光資源の創出と持続性に貢献した点もポイントとなった。

訪日旅行部門で受賞した農協観光のツアーは日本各地の農業体験を軸に、地域の自然・文化・人との交流を丁寧に織り込み、単なる観光にとどまらず、日本文化への深い理解と共感を促した点が評価された。

「深さ」「広がり」「つながり」意識　旅行会社の底力発揮、方向性示す指標に

今回のツアーグランプリについて実行委員長を務めたJATAの小谷野悦光副会長は「今年は147件の応募があった。これは旅行業界が多様なニーズに応え、新たな価値を創出している証だ」と評価した。また、今回の受賞作品は「旅行者にとってワクワク感の創出という新たな価値を提供するとともに、地域社会や環境への配慮も含めて取り組まれており、今後の観光のあり方を示唆するものと感じている」と述べた。

実行委員長を務めた小谷野悦光 JATA 副会長

来賓としてあいさつした観光庁の根来恭子旅行振興担当参事官は「今回のツアーグランプリは各部門で想像力に富み、個人では訪れることが難しい場所、その場所ならではの体験価値を訴求するなど満足感が高いものとなっていると聞いている。これからも旅行会社のみなさんには、国内外の地域関係者と連携しながら、それぞれの地域ならではの観光資源の価値を向上させるための商品造成を是非ともお願いしたい」と語った。

観光庁の根来恭子旅行振興担当参事官

今回のツアーグランプリでは、審査委員長を務めた本保芳明前国連世界観光機関駐日事務所代表による総評に加え、海外、国内、訪日各部門において審査員からの短評も寄せられた。

本保審査委員長からは「今年も多彩なツアーがエントリーされているとともに、企画者の熱意、地域やお客様への熱い想いを感じることができた。今回の受賞作品に共通するのは『深さ』『広がり』、そして『つながり』の3つの言葉に集約されるのではないか。地域や文化と丁寧につながること。そして、旅行者の心と深くつながること。この積み重ねが観光が社会にもたらす価値を生み出すと改め

総評を行った本保芳明審査委員長
（前国連世界観光機関駐日事務所代表）

て思った」と総括した。

海外旅行部門について短評を行った鶴本浩司委員（トラベルボイス代表取締役社長）は「体験の深さや地域への配慮といった点において非常に質の高い提案が多く今後の海外旅行のあり方を再定義するきっかけとなる作品を多く見られた。ツアーの存在意義が問われる中で改めて旅行会社の底力を感じることができた」と述べた。

国内旅行部門の短評を述べた越智良典東洋大学客員教授は「直販化やダイナミックパッケージの動きが進む中でどのような商品が集まるのかが気になっていたが、地域との共創で需要を作っていくものや特別な体験を重視した企画旅行にあふれた良い作品が集まったのではないかと思っている」とコメントした。

訪日旅行部門を振り返った大畑貴彦委員（日本海外ツアーオペレーター協会会長）は「近年のインバウンド市場における価値観の変化を反映し、日本の本質に触れる体験や意味のある交流を重視する傾向が明確に表れていたと感じた。また、受入体制にも随所に工夫が見られ、インバウンド観光の成熟さを感じさせられた。訪日旅行が量から質への転換期を迎える中で、今回の受賞作品は今後の方向性を示す重要な指標となる」と総括した。

国土交通大臣賞、観光庁長官賞以外の受賞作品は以下の通り。（カッコ内は評価ポイント）

▼優秀賞（海外）＝クラブツーリズム「5つの文化体験へ、スリランカ7日間」（現地の安全確認と人々の想いを受け止め、観光を通じて再び交流の架け橋を築いたこと。本物志向の文化体験などにこだわり、深い旅の価値を創出）

▼優秀賞（国内）＝阪急交通社「福島県浜通りの今を知る　福島第一原子力発電所内部視察と福島県浜通りホープツーリズム3日間（単なる視察を超えて、震災と復興のリアルに向き合い、観光が持つ「伝える力」を最大限に活用した社会的意義の高い取り組みが評価）

▼優秀賞（訪日）＝JR東日本びゅうツーリズム＆セールス「台湾市場向け『TOHOKU EMOTION』貸切おもてなしツアー」（特別感あふれる演出で単なる観光を超えた感動体験を創出。地域資源の魅力を最大限に生かした点がポイント）

▼審査員特別賞（海外）＝阪急交通社「かつての航海士たちが目指した夢のアフリカ大陸大周遊35日間」（アフリカ大陸を一度に周遊するツアーがコロナ禍後の海外旅行再開期に旅行者の新たなニーズに応える革新的な商品として高く評価された）

▼審査員特別賞（海外）＝グローバル「オーロラが舞う夜空へ夢飛行　極北のカナダユーコンの旅」（オーロラ観賞の常識を覆す革新的な企画と自ら探し、学びながら楽しむ新たなスタイルが旅の価値を大きく高めた）

▼審査員特別賞（国内）＝ジャルパック「旅アカデミー日本離島クラス『これからの生き方の島から学ぶ』～島の未来への挑戦」（地域住民との対話や課題解決型のプログラムが、参加者に強いインパクトを与えるとともに、国際的な観光基準との連動も評価された）

▼審査員特別賞（訪日）＝Inside Travel Group Limited「Majestic Japan」（他に類を見ない没入型の体験を通じて、旅の独自性を追求している。また、隠れた名所を訪れることで人気観光地の混雑緩和にも貢献）

▼審査員特別賞（訪日）＝JTBグローバルマーケティング＆トラベル「サンライズツアー『富士箱根日帰りツアー』『京都1日ツアー』『京都＆奈良1日ツアー』」（インド人向けのツアー。現地監修のもと完成させたターリー食を提供し、観光客の満足度向上に成功。訪日外国人の多様な食文化に応える新たな取り組みとして高く評価）

兼高かおる賞にサヘル・ローズさん
旅は平和の象徴、自由の喜びかみしめる

ツアーグランプリの表彰とあわせて行われた「兼高かおる賞」には、俳優・タレントとして活躍するサヘル・ローズさんが選ばれた。

兼高かおる賞は、海外旅行ブームをけん引し、2019年に逝去した兼高かおる氏の業績を称え、その意志を受け継ぎ後世にまで語り継がれることを願い創設されたもの。選考基準は兼高さんのイメージに重なる人柄、業績を主眼に選定。さらに第2、第3の兼高さんになる可能性のある人の発掘にも重きを置いている。これまでに漫画家・随筆家のヤマザキ・マリさん、俳優の山口智子さんが選ばれている。

第3回となった今回は、サヘル・ローズさんが選ばれた。サヘルさんはイラン出身。7歳までイランの児童養護施設で過ごし、8歳に来日後、主演映画「冷たい床」でミラノ国際映画祭をはじめとするさまざまな映画祭で賞を受賞した。また、近年は映画監督など表現者として活動の幅を広げている。

サヘルさんは「映像に取り上げられない場所で知らなかった価値観を得て、自分が見落としていた世界を発見できる。それがまさに兼高かおるさんがされていたことであると思っている。私自身も旅をして人と出会って感じて、最終的に一番成長するのは自分であるということを感じさせられた」と述べた。

その一方で「われわれは旅という言葉が使える、自由に旅ができるということが当たり前のことではないということも知ってほしい」と述べ、旅が平和の象徴であるという点を強く訴えた。

その上で「今回のツアーグランプリを通じてまだまだ知らない世界がたくさんあると知った。これからも旅を通じてこれから自分を磨いていきながら、これからも永遠の旅人でありたい。また、パスポートを持って自由に移動できる喜びをかみしめて、これからもそれを守ることができる世界であってほしいと願っている」とコメントを寄せた。

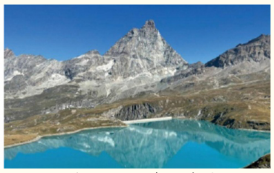
俳優・タレントのサヘル・ローズさん（右）

阪急交通社、夏休みの旅行動向発表
海外旅行は欧州が人気

阪急交通社は、夏休み期間における海外旅行・国内旅行の予約状況をもとに、2024年の旅行動向を発表した。それによると、今年の夏休み期間（7月15日～8月31日出発）の海外旅行予約は前年比108％と回復基調が継続する一方、国内旅行は前年比95％となり、やや需要の鈍化が見られた。年間の予約数で比較すると、海外旅行は前年比121％、国内旅行は同100％となり、海外旅行の回復が際立つ形となった。

海外旅行の予約人数による人気ランキングを見ると、1位ヨーロッパ、2位台湾、3位韓国、4位中国、5位ベトナムとなった。さらに今年は欧州やエジプト、トルコ、中南米など、観光素材が豊富な遠距離方面の回復が進んでいる。

また、短期滞在ビザの免除が再開された中国も、日本からの航空便復便の効果により需要が回復し、前年比3.8倍。エジプトも好調で前年比2倍、その他韓国に立ち寄り、日本各地の夏祭りを楽しむ日本発着クルーズも活況を呈している。



スイスのマッターホルン

旅行関連　Tourism News

中連協、中国人訪日旅行の適正な受け入れ対策を強化
通常総会開催、身元保証書発行システム利用規約を制定

中華人民共和国訪日観光客受入旅行会社連絡協議会（中連協）は6月27日に2025年度通常総会を開催した。総会では2024年度の事業報告と収支決算、25年度の事業計画と収支予算について審議を行い原案通り承認された。あわせて、中国人観光客に対する査証発給に必要な身元保証書の適正な発行に向けてシステムの利用規約を制定することも決定した。

中連協総会であいさつをする石田恒夫会長

訪日中国人旅行形態変化の対応急務
身元保証書発行を適切に安心安全な旅行を

総会冒頭にあいさつした中連協の石田恒夫会長は「昨年の中国からの訪日客は689万人、消費額は1兆7335億円となった。今年も好調に推移しており、このままで推移すると中国からの訪問客数が2019年以来となるトップに返り咲く可能性が出てきた。その一方で、中国市場の急速なデジタル化が進んでおり、訪日旅行の95%がオンライン販売によるものとなっており、個人旅行化が急速に進んでいる。この状況にわれわれがいかに立ち向かっていくかが今後の課題となる。そのような中で団体旅行や教育旅行、MICEをしっかりと受け入れていくこと。そして、商品やサービスのプロバイダーとしてOTAといかに協業を進めていくかが大事になってくる」と述べ、中国人旅行マーケットの変化に的確に対応していくことが、今後の成長のカギとなってくると指摘した。

一方で中連協の業務である身元保証書の発行については「ビザ発給のデジタル化が進む一方で、不適切な身元保証書による申請が散見されているという指摘があった。中国人観光客の受入にあたり、われわれは国からの業務を受託しているという責任を重く受け止め、適切な運営を行っていくことが重要だ。コンプライアンスに基づき、旅程管理を正確に行い、中国人観光客の安心、安全を担保できるよう取り組んでいきたい」と改めて強調した。

地方誘客や適切な査証発給に協力を
観光庁と外務省からあいさつ

石田会長からのあいさつに引き続き、観光庁国際観光部の島田泰明アジア市場推進室課長補佐と外務省領事局の安田吉宏外国人課課長補佐があいさつした。

観光庁の島田課長補佐は「今年1～5月の中国人訪日客数は約392万人となった。これはコロナ禍前とほぼ同水準となっており、再び成長軌道に戻りつつある。ただ、訪問地を見ると依然としてゴールデンルートに集中している状況となっている。観光庁としては地方への誘客を進めていく上で付加価値の高いコンテンツの造成や地方観光の魅力をアピールするプロモーションに力を入れている。そうした中で、中連協会員の各社には地方の魅力に着目した商品造成をお願いしたい」と呼びかけた。

外務省の安田課長補佐は、「中国からの往来促進に向け、査証業務の円滑化や発給要件の緩和に取り組んでいるところだ。また、電子査証の発給も伸びており、今後も増加していくことになるのではないかと考えている。訪日観光客の増加は相互理解を果たす上で大きな効果をもたらす。ただ、その一方でオーバーツーリズムや、いわゆる白タク行為や違法民泊の問題なども発生している。そのような中で身元保証書発行の適切な運用を改めてお願いしたい」と述べた。

双方向交流のさらなる発展へ
中国駐東京観光代表処王氏あいさつ

観光庁と外務省からのあいさつに続き、中国駐東京観光代表処の王佳籟代表補佐があいさつした。王代表は「中国政府は外国からの観光客受入拡充の一環として査証免除の取り組みやクルーズの受け入れ体制強化、通信インフラの外国人対応への強化に取り組んでいるところだ」と中国の観光に対する状況を紹介した。

それに続いて「中国と日本の双方向交流の発展は持続可能な観光を実現する上で必要不可欠な取り組みだ。そうした中で中連協の取り組みは観光交流において極めて重要な存在である。中国人観光客にとって日本は人気の旅行先の1つとなっている。今後も観光交流を活発化させ、より高いレベルに引き上げることができれば良いと考えている」と述べた。

身元保証書発行システム運用厳格化
是正勧告に従わない場合指定取消しも

今回の総会で承認された身元保証書発行システム利用規約は、一部の事業者において不適切な発行が行われたことを受けて制定することとしたもの。規約では端末の設置場所や禁止事項、システムの停止、指定取り消しの申出について定めた。

システム利用端末は会員各社原則1台とし、利用端末の設置場所は日本国内の会員営業所に限定するとした。

禁止事項については、IDとパスワードを第三者に利用させること。営業所以外の場所からシステムを遠隔操作して身元保証書を発行すること。発行審査を適切に行うことなく、身元保証書を発行する行為など14の禁止項目を設定した。

また、会員が規約に違反し、中連協の指導、是正勧告に従わない場合は、幹事会の議決を得て、当協議会は国に対して中国国民訪日観光旅行を取り扱う日本側旅行会社としての指定取り消しを申し出ることができるとした。

訪日旅行市場の実地調査へ役員派遣
商談会・セミナーなどへの集客協力

25年度の事業計画については「主催事業（総会・訪中団等）、セミナーの実施、協力」「緊急事態発生時の対応と指示、関係省庁への連絡」「中連協事務局運営業務」「身元保証書発行システム、管理・運営業務」「公式ホームページ、メール、身元保証システム内お知らせによる会員への情報配信」「法令遵守への取り組み」「官庁との連絡業務」の7項目に取り組む。

このうち、役員訪中団の派遣については「身元保証書発行業務の適正化」を主目的とするとともに、中日訪日旅行市場の実地調査・情報収集などを行う。このほか、日本政府観光局（JNTO）と連携し、会員訪中団の派遣を行うこととする。このほか、会員の関心が高い高付加価値旅行や地域誘客関連などを想定し、商談会やセミナーなどの集客協力を行うとした。

2025年度中連協通常総会の模様

リクルート、総地域消費額増加意識した施策加速
集客の最大化と観光事業者の業務負荷削減軸に積極策

リクルートはこのほど都内で「じゃらんフォーラム2025」を開催した。イベントでは同社の旅行関連サービス「じゃらん」の重点施策として、宿泊施設や観光地への集客の最大化を目指す取り組みや観光関連事業者の業務負荷削減に資するサポートに一段と力を入れていく方針を示した。これらの施策に取り組むことで観光を軸とした総地域消費額の増加を目指していくとした。

「じゃらんフォーラム2025」の模様

国内宿泊予約総流通額1兆3900億円 前年比11％増、過去最高の水準に

フォーラムの冒頭では同社旅行ディビジョンの大野雅矢バイスプレジデントがじゃらんの方針について説明を行った。

足元の状況として2024年度の国内宿泊予約総流通額が前年度比11％増の約1兆3900億円となり、過去最高水準を更新したことを明らかにし、国内の宿泊予約動向が堅調に推移していることを強調した。

大野雅矢バイスプレジデント

その上で大野バイスプレジデントは「じゃらんとして目指すものは『総地域消費額』の増加だ。これを実現する上で、集客の最大化とクライアントの業務負荷削減という2つの取り組みに注力することで、持続的かつ活気のある観光地づくりを目指していきたい」と語った。

上位会員向けの新特典施策を導入へ 欧米OTAと連携強化で訪日集客強化

集客の最大化に向けた取り組みに関しては、従来から展開するセール施策を通じて、ユーザーへの予約喚起を図っていくとともに、1回の予約で利用することができるクーポン種類の拡大を図る。具体的には、これまで宿泊施設が個別で配布するクーポンと、じゃらんが発行するものを同時に使用することができなかったものを一度に利用することができるようにする。これにより、予約アクション数の増加につなげる。

さらに、じゃらんのサービスの利用頻度が高い「ゴールド会員」向けの新サービスとして、アーリーチェックインや館内利用券など「ゴールド会員限定宿特典」の導入を検討する。

同社によるとゴールド会員の予約数はレギュラー会員に比べて約9倍、予約単価は約1.7倍と高い傾向にあることから、サービスメニューを拡充することで、予約アクション数の増加につなげる。

じゃらん.netのサービスだけでなく、地域の需要創出に寄与した取り組みにも注力する。大野バイスプレジデントは和歌山県白浜町で取り組んだ冬季の観光需要喚起策で2000人の集客につながったとしこの取り組みを広げていくとした。

国内旅行喚起にあわせて、訪日インバウンドの施策にも力を入れる。じゃらんのインバウンドサービス経由で取り扱った予約はコロナ禍前と比べて約6倍に増加していることから、今後は欧米圏のOTAとの提携を強化することで安定した集客基盤づくりに取り組むほか、カスタマーサポート体制を強化し、トラブル対応の迅速化を図るなどといった施策を展開していく考えを示した。

取引施設の業務負荷削減支援も強化 AI活用したマーケティング分析支援

集客の最大化とともに取り組む「クライアントの業務負荷削減」に関する取り組みでは、提携宿泊施設のセールプランの作成やクーポン管理を簡単に行う機能を追加するなど、業務負荷の低減につながるサービスの拡充に取り組む。

宿泊施設だけでなく、自治体などに対する支援にも力を入れる。リクルートは静岡県熱海市と協働し、生成AIを活用してインバウンド対応やマーケティング分析にかかる工数を最大15分の1に削減した施策を紹介。これと同様の取り組みを各地に広げていき、観光振興に関する業務負荷の低減に一層貢献していきたいとした。

2040年に向けシニア活用に注目 相思相愛を築く「帰る旅」需要喚起

今回のイベントではリクルート旅行ディビジョンの調査・研究機関であるじゃらんリサーチセンターからも発表が行われた。同センターの沢登次彦センター長からは「今から考える地域戦略」と題して講演が行われた。

沢登センター長は2040年を見据えたポイントとして、観光を担う人がいなくなる「人材の空洞化」、観光施設が変質していく「環境変動」。そして「観光が他領域と溶け合う時代になる」と指摘した。

このうち人材の空洞化についてはAI・テクノロジーの仕組化は必須であるとともに、人材のサステナブルモデルを構築する必要があると指摘。そのような中でシニア人材の活躍が「売り」になる時代が到来する可能性があると指摘した。

新たな国内需要の創出については、旅先の人と相思相愛の関係を築き、何度も通うような「帰る旅」の存在に注目をしているとした。沢登センター長は二拠点居住を軸とした「関係人口」と体験型旅行で生まれる「交流人口」の間に何度も帰る旅で得られる「愛着人口」を増やすことで、さらなる地方活性化を実現することが可能だと指摘した。

Z世代コロナ禍で地域貢献意識上昇 体験に意味を持たせる「自分ごと化」

じゃらんリサーチセンターの森戸香奈子主席研究員からは若年層に焦点を当てた今後の旅のスタイルについて講演が行われた。

森戸研究員は日本人による旅行の歴史をリードしてきたのは若年層であるとした上で、Z世代を中心とした若年層の動向について紹介。若年層は宿泊費は抑える一方で現地消費がさかん。さらにコロナ禍を経て「地域のためになること、貢献できることを選ぶ志向が高まっている」と指摘した。

そのような傾向の中で、若年層の心をつかむ宿づくりのキーワードとして「自分ごと化できる世界観」「余白と選択肢のある滞在設計」「つながりの質」の3点を挙げた。

自分ごと化できる世界観としては、ストーリーや背景に共感し、自分の価値観とつながる体験ができることが求められるとした。

余白と選択肢のある滞在設計に関しては、予定を詰め込まず、自分の気分やペースで選べる自由さを志向する傾向が強いと指摘した。

つながりの質については、人とのふれあい・関係性の深さに重きを置くことや、地域・人・価値観と心地よくつながりたいという環境を意識することがカギになるのではないかと述べた。

旅行関連　Tourism News

国際ツーリズムトレードショーでAIの将来を示唆
最新AI活用セミナー「生成AIと観光業の未来」

６月25日から27日までの３日間にわたり、東京都江東区の東京ビッグサイトで観光・宿泊業界関係者を対象とした「国際ツーリズムトレードショー」が開催された。同イベントは「観光DXマーケティングEXPO」と「ウェルネスツーリズムEXPO」で構成された展示会で今年で３度目の開催となった。

セミナーの講師小澤健祐氏

会期中は多彩なセミナーが実施されたが、中でもIT分野において注目されたのが「生成AIの教科書～生成AIで観光・宿泊業界はどう変わるのか～」と題した講演だ。講師は一般社団法人AICX協会代表理事であり『生成AI導入の教科書』の著者でもある小澤健祐氏が務め、2025年以降のトレンドを示しながら、AIの将来性を示唆する内容で構成された。

小澤氏は、「多くの分野で革新的な変化をもたらす生成AIは観光産業分野においても無限の可能性を秘めている」としたうえで、「2025年以降のトレンドは『ドメイン特化』『モデルの強化』『エージェント化』の３軸で整理される」と述べた。

「ドメイン特化」については、観光や宿泊といった特定の分野にAIを最適化していくためのアプローチであるとし、RAG（検索拡張生成）によって専門データベースを検索・参照させたり、ファインチューニングによって特定知識をAIに学習させることの有効性を挙げた。

「国際ツーリズムトレードショー」の様子

さらに、利用者の好みに応じたパーソナライズを進めることで、より的確で個別化された情報提供が可能になると述べた。一方で、生成AIには「ハルシネーション」と呼ばれる誤情報の生成リスクがあることにも触れ、ユーザー自身による最新情報の確認や、複数のAIを活用した検証の重要性を強調した。

続いて「モデルの強化」では、AIの基礎能力を高めるために、学習量を増やしパラメーターを拡充することが求められると指摘。加えて、文字情報に加え画像や音声といった異なるデータ形式を理解・処理できるマルチモーダルAIの進化により、人間の感覚に近い操作や応答が実現されるようになると語った。また、省電力かつ高効率で動作するよう設計することや、複雑な問題を段階的に考え処理できる「推論強化」の必要性にも触れた。

「エージェント化」では、AIをより効率的に活用するために、外部アプリやサービスとのAPI連携、プラグイン機能の活用、Webブラウザを自動操作する仕組みの導入、さらには複数のAIやロボットとの連携を可能にするプラットフォームであるMCP（マルチエージェント制御プラットフォーム）の導入が重要であると述べた。

これらの説明を通じて小澤氏は、今後の生成AIの未来として、ユーザーが「AIエージェント」を活用し、目的を達成する社会の到来を示唆した。特定の目的や継続的タスクに応じて設計された自律型プログラムである「AIエージェント」が、環境の認識・情報処理・意思決定・行動実行までを担う自律型システムとして確立していくと予測している。

さらに小澤氏は、今後人間の仕事を代替することになるロボットについても言及し、「今後、AIとロボットの融合によって多様な分野での活躍が期待される」と述べ、「旅行業界においても、警備、清掃、交通分野の業務に加え、将来的にはオーバーツーリズムへの対応や顧客サービスとしての活用も想定される」と語り、AI×ロボットによる新たな可能性についても言及した。

ツーリズムEXPOジャパン前売入場券発売
今年は愛知開催、交通機関や宿泊とのセットプランも

９月に愛知県の「Aichi Sky Expo」で開催される「ツーリズムEXPOジャパン2025愛知・中部北陸」の一般日入場券の前売り発売がスタートした。今回は入場券の発売に加え、交通機関や宿泊とのセットプラン、イベント当日に使えるクーポンが付帯するプランも販売する。

ツーリズムEXPOジャパンは今年で11回目の開催となる。世界各国・地域と日本全国の観光地が一堂に会し、旅の魅力を発信するイベントとなっている。今回は愛知県での初開催となり、中部北陸の観光振興や中部国際空港のインバウンド・アウトバウンド需要の拡大、観光を通じた能登半島の継続的な復興支援の発信などを行う。

一般日は９月27、28日の２日間となっている。前売入場券は９月26日まで公式ホームページ、コンビニ、じゃらん遊び・体験予約で発売する。

このほか、ツーリズムEXPOの入場券と往復の名鉄電車往復乗車券、セントレアプレミアムクーポン、イベント会場内の指定施設で使える50円クーポン券がセットとなった「ツーリズムEXPOジャパンきっぷ」を販売するほか、近畿日本ツーリスト、ジェイアール東海ツアーズ、JTB、T-LIFEホールディングス、東武トップツアーズ、日本旅行、阪急交通社、ビッグホリデー、名鉄観光サービスの９社が前売入場券付きセット旅行商品を販売する。

※前売入場券詳細紹介サイト
https://www.t-expo.jp/public/ticket

前売入場券の発売が開始

※「ツーリズムEXPOジャパン2025愛知・中部北陸」公式ホームページ
https://www.t-expo.jp/

主要OTAが読み解くタビナカ体験の最新トレンド

体験観光事業における課題と売れる商品を指摘

JTBは6月30日、GetYourGuide、ジェイノベーションズ、羅針盤と共催で、訪日外国人向け体験観光（タビナカ）の最新動向と課題に焦点を当てたイベント「Tabinaka Summit」を東京都内で開催した。

訪日観光客の増加とともに、旅行者の価値観は「モノ」から「コト」、さらに「リアルな体験」へと移行しつつある中、全国各地でタビナカ事業に取り組む関係者が一堂に会し、より良いサービス提供と市場活性化を目的に意見交換を行った。会場では、ツアーオペレーター、体験事業者、行政、OTA、DMOなど観光業界で活躍する人たちによる講演やパネルディスカッションのほか、ブース展示や意見交換などが行われた。

「Tabinaka Summit」で開催したセミナーの様子

課題は一極集中、供給不足、IT化 事業者をサポートする体制作り必須

中でも注目されたイベントの一つが、タビナカのサービスを届けるうえで欠かせないOTA（オンライン旅行会社）主要5社による「主要OTAが読み解くタビナカ体験の最新トレンド」。パネリストは主要OTA事業者の代表としてKKday Japan 小川雄司氏、ベルトラ 二木渉氏、GetYourGuide 仁科貴生氏、アソビュー 江部隼矢氏、Klook Travel Technology 田中美晴氏の5人が登壇し、タビナカ体験の最新トレンドについて議論を交わした。

最初の議題としてあがった「日本の体験観光事業における課題」について、Klookの田中氏は「意図しない形でSNSなどでバズり、一部の施設やエリアに旅行者が集中してしまう一極集中の傾向がある」と指摘し、「目的地だけ訪問してすぐに帰る傾向があるので、地域と連携して滞在と周遊を促す仕組みづくりが必要」と提言した。

アソビューの江部氏は「現在は大型施設や週末に気軽に訪れることができる施設が人気だが、地方での体験旅行には大きな伸びしろがあると思っている」として、地域展開への意欲を示した。

GetYourGuideの仁科氏は、体験観光の需要が急増している一方で、コンテンツ供給や人材が追いついていないとし、マーケット全体での供給力強化が急務である点を指摘した。

また、デジタル技術とOTAの成長についても多くの言及があった。ベルトラの二木氏は「旅行業界のIT化は遅れている。今後はテクノロジーの進化に観光事業者がどう対応するかがポイントであり、OTAとしては伴走支援が求められている」と語り、小川氏は「今後はAIを含めたITが必須の要素になる。事業者の自立と持続化がOTA業界全体の成長につながる」と強調した。

レビューや印象的な画像が予約直結 利便性などユーザー目線が必要

続く議論では、実際に売れている商品やコンテンツの特徴についての意見が交わされた。仁科氏は「相撲体験をはじめ、日本独自の文化を体現できるツアーが特に人気」と述べ、田中氏は「レビュー数と露出が予約数に直結している」と語った。

さらに、レビュー獲得については、その施策としてコースを立ち上げる時などはプロモーションを行い露出を増やすなどして集客を図っていると説明。レビューを書いてもらうための施策も積極的に実施していると語った。

小川氏は「タイトルの設計やフォトジェニック性が商品選択の決め手になっている。画像や動画でいかに印象を残すかが重要だろう」と述べ、SNS映えが需要喚起に与える影響の大きさを語った。

予約手続きの利便性においては、江部氏は「ガイドの顔が見えること、即時予約の導入、口コミの量と質がユーザー目線での信頼に直結する」と述べ、仁科氏と田中氏も「即時予約でない場合、問い合わせ対応や予約離脱のリスクが高まる」として利便性の向上が事業者の負担軽減につながることを述べた。

さらに、安全性と信頼性の確保のためにも「安全基準やライセンスの提示」の必要性についても議論された。小川氏と江部氏は「体験にリスクが伴う場合、安全基準やインストラクターの資格情報などを明示することが重要である」と指摘。それに加えて二木氏は「共感できるストーリーを持った商品が売れる」として、商品設計において「なぜこの体験を提供するのか」という視点を加える重要性を訴えた。

補助事業や短期催事への対応も検討 継続性や市場性があれば受け入れる

最後に、補助事業や短期催事など掲載の難しい商品への対応についても意見が交わされた。小川氏は「まずはチャレンジの姿勢でできるだけ受け入れたい」と柔軟な対応を示す一方、仁科氏は「継続性や市場性が重要」と明言した。田中氏も「OTAは旅行代理店とは異なり、商品ページを育てていくものなので単発の商品は基本的に難しい。一方で毎年行われるような地域の祭りやイベントなどは例外。毎年恒例で人気があるので積極的に載せている」と述べ、長期的視点での商品開発が求められることを強調した。

訪日観光の回復とともに、旅行者のニーズは確実に「タビナカ」体験へとシフトしている。一方で、各OTAの現場の声は、日本の体験観光市場の現状と課題を改めて浮き彫りにした。今後体験観光市場のさらなる発展と拡大が期待される。

セミナーのパネリスト。左からKKdayJapan 小川雄司氏、ベルトラ二木渉氏、GetYourGuide 仁科貴生氏、アソビュー江部隼矢氏、Klook Travel Technology 田中美晴氏

旅行関連　Tourism News

5月の国内延べ宿泊者数は5638万人泊

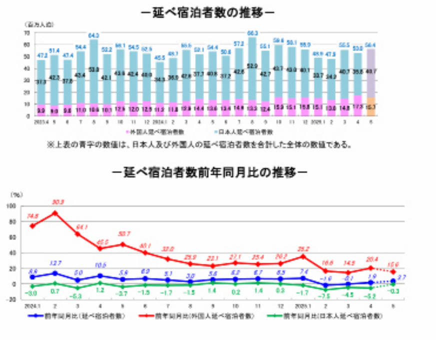
前年同月比3.7%増、外国人15.6%増、日本人微減増

観光庁の宿泊旅行統計調査によると5月の国内延べ宿泊者数（第1次速報値）は前年同月比3.7%増の5638万人泊となった。このうち日本人延べ宿泊者数は0.3%減の4066万人泊となった。一方外国人延べ宿泊者数は15.6%増の1572万人泊となった。

5月の客室稼働率は前年同月比3.2ポイント増の61.6%となった。施設タイプ別に見ると、ビジネスホテルが75.9%、シティホテルが76.0%となり、70%を超える好調な稼働状況となった。このほか、リゾートホテルは55.7%、旅館は38.7%となり、前年から稼働率を伸ばした。ただ、簡易宿所は0.9ポイント減の28.7%となり、唯一マイナスとなった。

三大都市圏外国人宿泊構成比69.8%

また、4月の都道府県別外国人延べ宿泊者数の状況を見ると、東名阪のいわゆる三大都市圏の宿泊者構成比は69.8%、地方部の構成比は30.2%となった。前年同月の三大都市圏の構成比は71.0%となっており、わずかではあるが地方部への分散が進んだ格好となった。



（観光庁発表資料より）

外国人延べ宿泊者数の国・地域別宿泊者数は中国が237.8万人とトップとなった。以下、米国、台湾、韓国、オーストラリアと続いた。

HIS夏休み旅行予約、海外旅行8.2%増

韓国、台湾、ハワイが人気、国内旅行も7.6%増

エイチ・アイ・エス（HIS）は今年の夏休み期間（7月19日～8月31日）の旅行予約動向をまとめた。それによると海外旅行予約者数は前年比8.2%増、国内は7.6%増となり、いずれも前年を上回る予約動向となった。海外旅行では韓国、台湾、ハワイが根強い人気を見せる一方で、上海、カイロ、バルセロナといった都市の予約が急上昇した。

海外旅行の商品区分構成比は航空券は59.0%、ツアーが41.0%となり、ツアーの予約が昨年より上昇した。予約時期については、今年5月が全体の32.7%と最も多く、ついで6月が30.1%となるなど、予約のタイミングが前年から早まっている。

平均単価は前年比7.0%増の20万4300円となった。ヨーロッパ、中近東方面の予約者数が増加したことが旅行単価の上昇につながった。顧客別の構成比では「お子様連れ」が44.9%、「カップル・夫婦」が19.5%となるなど家族旅行の割合が高くなっている。

旅行先については、前年と変わらず、韓国・ソウル、台湾・台北、ハワイ・ホノルルの順となった。中でもホノルルは為替がやや円高になったことや成田、関西、中部発着の各路線が増便したことで前年比20.3%増となっている。

トップ3以外では6位にグアムがランクイン。ティーウェイ航空が関西－グアム線の運航を再開したことで関西空港発着の予約者数が約2倍増となった。10位のダナンはベトナム航空が関西線を再開したことやベトジェットがお盆期間に複数の地方空港からチャーター便を就航することから国内各地の予約が上昇した。

海外旅行　予約者数ランキング

順位	旅行先（前年の順位）	順位	旅行先（前年の順位）
1位	ソウル（1位）	6位	グアム（9位）
2位	台北（2位）	7位	セブ島（8位）
3位	ホノルル（3位）	8位	香港（10位）
4位	シンガポール（5位）	9位	ケアンズ（12位）
5位	バンコク（4位）	10位	ダナン（13位）

海外旅行予約者数ランキング（HIS夏休み旅行予約動向より）

予約が急上昇したデスティネーションとしては、昨年11月末にビザ免除措置が行われた中国の上海が約2.4倍増となった。また、パリは前年に行われたオリンピック・パラリンピックの反動で上昇している。また、スペインのバルセロナはサグラダ・ファミリアの完成前に訪問する需要が増えているとした。

国内旅行は平均単価が4.1%増の9万5000円となった。国内航空券の価格が上昇しているほか、予約者数が最も多い沖縄県の平均単価が5.0%増の10万7800円となったことで全体が押し上げられた格好だ。

出発日については7月27日が最も人気で、曜日としては土曜、日曜、月曜日出発の需要が高く見られた。

予約者数では7月末に大型テーマパークが開業が控える沖縄県が1位となった。以下、北海道、福岡県と続いた。4位の大阪府は大阪・関西万博の影響もあり、予約者数が前年比92.9%増と大幅に伸びた。10位の島根県は出雲大社など注目の観光施設がある中でも他の地域と比較して割安な価格で旅行できることで上昇したと見られている。

TBSテレビ、海外富裕層向け旅行事業に参入

「粋暇」ブランドでオーダーメード旅行提供

TBSテレビは、外国人富裕層向けの旅行事業に参入すると発表した。新たにオーダーメード型旅行を提供するブランド「粋暇（すいか）」を7月1日に立ち上げてサービスを開始した。TBSグループのネットワークとテレビ番組制作などで培ったクリエイティブな知見を基に体験コンテンツを造成し、富裕層旅行者に提供する。まずはアジアパシフィック、フランス、米国を主要な対象地域として展開を開始し、今後3年以内に中東を含む世界各国へのサービス拡大を計画する。

今回立ち上げる新事業はTBSグループとJNN各局が連携して実施している新規ビジネスコンテスト「JNNビジネスチャレンジ」で2023年度に採択されたもの。欧米各国のVIPゲスト数組に対して約1年間にわたる実証実験を行い事業化を決定した。

ブランド名の「粋暇」は日常から離れて得る「特別な暇（いとま）」を日本の伝統的な美意識である「粋」で満たすというコンセプトとなっている。

TBSが旅行ビジネスに参入

旅行素材はTBSグループが長年にわたりコンテンツ制作で培ってきたTBSグループの企画力、取材ネットワーク、そして独自の演出ノウハウを応用し提供する。

「粋暇」公式サイト
https://suika.travel

旅行関連 Tourism News

今年の夏休み総旅行者数前年比 0.8% 増 7464 万人
JTB 推計、韓国、台湾、ハワイが人気、国内旅行も 7.6%

JTB は夏休み（7 月 15 日から 8 月 31 日）に 1 泊以上の旅行にでかける人の旅行動向見通しをまとめた。それによると夏休みの総旅行者数は前年同期比 0.8% 増の 7464 万人、総旅行消費額は 8.2% 増の 4 兆 264 億円と推計した。このうち海外旅行者数は前年比 20.8% 増、コロナ禍の 80.5% 水準の回復となる 244 万人に。国内旅行者数は前年比 0.3% 増の 7220 万人を見込んでいるとした。同社は今年の夏休みは日並びの良さやボーナスの上昇など後押しに堅調な旅行意欲を示していると分析した。

34.2% が夏休みの旅行実施意向
前年 0.1 ポイント増、シニア層の意欲回復

今回の調査は JTB グループが実施したアンケート調査などから推計したもので 1969 年から継続的に行っているもの。

15 歳～ 79 歳の 2060 人を対象に行ったアンケート結果によると、今年の夏休みの規制を含めた旅行について、実施意欲を示した人は全体の 34.2% となった。前年からは 0.1 ポイント上昇した。コロナ禍前の 38.0% にはおよばないものの、意欲は戻りつつあると指摘した。

性年代別で見ると、男女とも旅行意向が高い傾向が見られた。男性 29 歳以下は 47.3%、女性 29 歳以下は 43.1% となった。ただし、前年よりは減少した。一方でシニア層の旅行意欲には回復傾向が見られ、男性 60 代は 33.2%、女性 60 代は 25.4% とそれぞれ 1 ～ 2 ポイント上昇した。

海外旅行平均 28.9 万円、総消費額 7052 億円
ハワイ、韓国、台湾、米国本土が人気

海外旅行者数は 244 万人と推計した。コロナ禍前の 19 年との比較では 80.5% の回復率となっているが、2010 年から 19 年の海外旅行者数は毎年約 267 万人前後で推移しており、これと比較すると 9 割程度まで回復しているとした。旅行者数は航空座席供給数の回復や昨年に比べ円安傾向がやや落ち着いたこと。さらに旅行意欲が堅調なことから前年を大きく上回る見込みだとした。

1 人当たりの海外旅行平均予定費用は前年比 5.5% 増の 28 万 9000 円、総海外旅行消費額は 27.2% 増の 7052 億円となった。依然として物価高が続いていることや、遠方への旅行が増加したことを背景に上昇したと指摘している。

JTB の予約状況を見ると、好調な方面は昨年に引き続き、ハワイ、韓国、台湾、米国本土となった。特にアメリカ西海岸は MLB 公式観戦券付きツアーが人気となっていることから上昇している。また、ヨーロッパも便数の増加やキャンペーンの効果により前年からの伸び率が大きくなった。

(図表1)2025年夏休み旅行予定人数・旅行予定費用推計値

	2025年夏休み			2024年夏休み			2019年夏休み
	推計	2024年比	2019年比	推計・実績	2023年比	2019年比	推計・実績
総旅行人数(延べ)	7,464万人	100.8%	99.0%	7,402万人	101.8%	98.1%	7,543万人
国内旅行	7,220万人	100.3%	99.7%	7,200万人	101.4%	99.4%	7,240万人
海外旅行	244万人	120.8%	80.5%	202万人	116.8%	66.7%	303万人
一人当たりの平均旅行予定費用							
国内旅行	46,000円	104.5%	126.0%	44,000円	104.8%	120.5%	36,500円
海外旅行	289,000円	105.5%	124.6%	274,000円	99.3%	118.1%	232,000円
総旅行消費額	4兆0,264億円	108.2%	120.3%	3兆7,215億円	107.6%	111.2%	3兆3,456億円
国内旅行	3兆3,212億円	104.8%	125.7%	3兆1,680億円	106.2%	119.9%	2兆6,426億円
海外旅行	7,052億円	127.4%	100.3%	5,535億円	115.9%	78.7%	7,030億円

2025 年夏休み旅行予定人数旅行予定費用推計値（JTB 発表資料より）

国内旅行者数 0.3% 増 7220 万人
万博や新テーマパーク開業の沖縄が好調

国内旅行者数は前年同期比 0.3% 増の 7220 万人と分析した。旅行者数は物価高などの懸念はあるものの、日並びの良さやボーナスの上昇などから旅行意欲は底堅く、昨年より微増となると分析した。

平均旅行予定費用は 4.5% 増の 4 万 6000 円、旅行消費額は 4.8% 増の 3 兆 3212 億円になると予測した。旅行費用は物価高や遠方人気の影響で、昨年から上昇する見込みとした。

JTB の予約状況を見ると、人気方面は大阪・関西万博が開催中の京阪神エリアや 7 月 25 日に開業予定のテーマパーク「JUNGLIA OKINAWA」の開業効果により沖縄本島への旅行が好調に推移している。また、瀬戸内国際芸術祭 2025 の開催やテレビドラマの影響などもあり、中国・四国地方への旅行も例年より増加傾向にある。

また、アンケート調査の結果を見ると、20 ～ 30 歳代は SNS 映えする場所を巡りたい一方で、スマートフォンやパソコンから離れ、心身ともにリラックスしたい意向が特に顕著となっている。旅行形態においては「夫婦・カップル旅行」に加え、男性の「ひとり旅」も増加傾向にあるとした。

5 月の国内延べ宿泊者数は 5638 万人泊
前年同月比 3.7% 増、外国人 15.6% 増、日本人微減

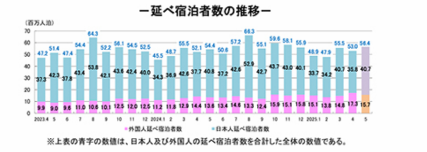
観光庁の宿泊旅行統計調査によると 5 月の国内延べ宿泊者数（第 1 次速報値）は前年同月比 3.7% 増の 5638 万人泊となった。このうち日本人延べ宿泊者数は 0.3% 減の 4066 万人泊となった。一方外国人延べ宿泊者数は 15.6% 増の 1572 万人泊となった。

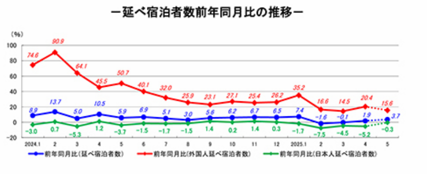
5 月の客室稼働率は前年同月比 3.2 ポイント増の 61.6% となった。施設タイプ別に見ると、ビジネスホテルが 75.9%、シティホテルが 76.0% となり、70% を超える好調な稼働状況となった。このほか、リゾートホテルは 55.7%、旅館は 38.7% となり、前年から稼働率を伸ばした。ただ、簡易宿所は 0.9 ポイント減の 28.7% となり、唯一マイナスとなった。

三大都市圏外国人宿泊構成比は 69.8% に

また、4 月の都道府県別外国人延べ宿泊者数の状況を見ると、東名阪のいわゆる三大都市圏の宿泊者構成比は 69.8%、地方部の構成比は 30.2% となった。前年同月の三大都市圏の構成比は 71.0% となっており、わずかではあるが地方部への分散が進んだ格好となった。

外国人延べ宿泊者数の国・地域別宿泊者数は中国が 237.8 万人とトップとなった。以下、米国、台湾、韓国、オーストラリアと続いた。





（観光庁発表資料より）

ANAHD、新予約システムで株主優待割配席増へ

来年5月19日までは「一旦、空席待ちを」

ANAホールディングスの定時株主総会が6月27日に都内で開かれた。この中で株主還元のあり方を問う質問が相次ぎ、とりわけ株主優待割引を使った航空券の予約が取りにくいことへの指摘が飛んだ。これに対してANAホールディングスは「来年5月19日以降、新たな国内線の予約サービスシステムに移行する」とし、「この新たなシステムでは、今までよりも格段に株主優待割引に対する配席を増やす」計画にあることを明らかにした。

ANAホールディングスの芝田浩二社長

新システム移行前の来年5月18日までの間は、既存の予約システムにおける改善を進める。「大変申し訳ないが、現在の予約システム上、株主優待の座席の開け閉めが非常に難しい。運賃に従って自動的に株主優待の座席の分析が閉まってしまうシステムになっている」とのこと。そのため株主優待割引が使いづらい状態が生まれているとした。

対策として「（株主は）一旦、空席待ちをつけていただきたい」と呼びかけ、「毎日、どれだけ株主優待のお客様の空席待ちがあるのか確認して回答する」体制を構築。さらに、「現在のシステムに可及的速やかに、夜間に株主優待のお客様の空席待ちに回答していくシステムの改修を加える」計画にあるとのことだ。

株主が不満を募らせている背景には、株主優待割引が使いづらい一方、年に複数回、株主優待よりも割安なタイムセールが実施されていることも理由の一つだろう。

ANAはこのタイムセールの実施について「コロナ後、かなり国内線のお客様の数に戻ってきてはいるものの、ビジネスのお客様の需要がまだ7割程度しか戻ってきていない。従って国内線の収益性を高めていく観点では、ビジネス以外のレジャーのお客様にいかに需要を喚起していくのかという点が非常に重要」であると説明して理解を求めた。

「このタイムセールをご利用されているお客様の数は、当年度で前年の141％に達しており、非常に多くのお客様にこのセール運賃をご利用いただいている」とのこと。セールを実施したとしても、全体の国内線平均単価は前年度比で101％の水準を維持しており、ANAとしては精緻なイールドマネジメントによって、旅客数増、平均単価の引き上げに成功していることを明かした。旅客数が増加することで株主優待割引がさらに使いづらい状況となっているが、ANAとしては今後、システム改修などを通じて、より使いやすい株主優待割引のあり方を模索していく考え。

過去最高売上も伸び悩む株価
社長、自社株買い・中間配当制度導入

ANAホールディングスは、2024年度業績で過去最高の売上高2兆2618億円を記録し、営業利益も2月に上方修正した見通しをさらに166億円上回る1966億円で着地した。コロナが収束し、業績は着実に成長軌道へと再び乗っているが、一方でそれでも株価が伸び悩みをみせていることも事実だ。

株主からは株価伸び悩みへの指摘も相次ぎ、ANAホールディングスの芝田浩二社長は「株価は、私共も日頃から留意をしている」とコメント。その上で株価の伸び悩み要因について「コロナ禍に実施した公募増資の結果、発行済み株式数が増えていることが1つ。もう一つは株主還元が十分ではないという点などあろうかと想定している」との見解を示した。

芝田社長は「社内で現在議論中の次期中期経営戦略では、株主還元の強化を打ち出していきたい」と述べつつ、「当期の配当水準は決して十分なものではないと考えており、更なる事業の成長を通じて一層の配当水準の引き上げを早期に実現する」として、今期60円の配当からの更なる引き上げを目指すとした。

その上で「社債型種類株式を発行した際の資金使途として、自社株買いも選択肢の一つとなるほか、中間配当制度の導入も検討していく」ことを明かし、株価上昇・株主還元の強化に取り組む考えを明かした。

社長が明かす成長原動力の3つの柱は

株価の伸び悩みが課題となるなか、ANAホールディングスの中核事業会社である全日本空輸（ANA）の井上慎一社長は今後、如何に成長を描き厳しい競争環境を勝っていくのかに言及。「競争優位性を保つためには事業規模が大きいことが必要だ。小さいと勝てない」ことを強調し、「日本のエアラインは、日本の人口が縮小するなかで、勝つためには国際線への進出が必要だ」とし、ANAが羽田空港で最大の国際線発着枠数を有していると説明。アジア、北米、欧州線を含め、羽田空港で本邦最大のネットワークを有していることに触れた。

「この最大の事業を活用し、日本離発着のビジネス需要、訪日需要をしっかり取り込むと同時に、日本を経由したアジアと北米の流動もしっかり取り組むことに成功しており、これは昨年度の業績に繋がっている」との認識を示し、「この優位性は今年度も継続している。収益を生み出す大きなエンジンとなっている」とした。

また、他エアラインとの共同事業（ジョイントベンチャー：JV）も、成長の原動力の大きな柱であることを強調。「ANAの国際線の旅客の売上は海外販売比率が約6割になっている。日本ではなくて海外マーケットで売れている」ことを明かした。

ANAは米国のユナイテッド航空、欧州のルフトハンザドイツ航空とJV事業を展開し、今年4月からシンガポール航空とのJV事業をスタート。シンガポール航空とのJV事業により、「インド、東南アジア、オセアニア、この地域でも、非日系のお客様に対する販売力の強化を推進していく」方針で、「3つのJV事業で、世界の要請となるエリアを全てカバーするグローバルな提携体制が完成したという風にご理解いただきたい。この強みに関しまして、他社が容易に追随できないエアラインを目指す」との考えを明かした。

さらに、コロナ禍で旅客事業の収益が厳しかった時に下支えした貨物事業についても柱の一つであると説明。「コロナ後の事業環境が大きく変動する中でも、世界的なサプライチェーンの変動や地政学リスクに対応し、eコマース市場の拡大のチャンスなど、的確に捉え、高付加価値の貨物から緊急貨物の取り込みに成功している」とし、「現在、現在調整中の日本貨物航空との統合が成立すると、他社にはない大型貨物専用機がラインナップに加わる。これを活用して、より

航空関連 Aviation News

強固なカウントネットワークを世界中にこう構築していく」との戦略を明らかにした。

エアージャパン、ピーチと統合はない

また、株主からエアージャパンの年間平均搭乗率が69.3%に留まったことを憂い、ピーチ・アビエーションと統合すべきとの指摘もあったが、これに対して芝田社長は「3つのブランドでマーケットをしっかりと取っていく。現在､エアージャパンとピーチ・アビエーションを統合するという計画は一切ない」と回答した。

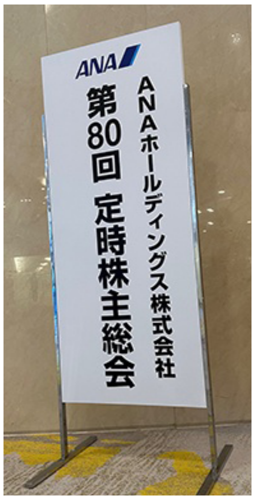
エアージャパン峯口秀喜社長は昨年度の平均搭乗率について「当初は80%という目標を立てていたが、残念ながら昨年度については低い数字をとなった」ことに触れつつ、上期の欠航が大きく影響したとした。その上で、「下期の平均搭乗率は83%。下期は海外のお客様に非常に乗っていただき好調だった」とコメント。「2年目を迎え、収益性をしっかり改善していく」と話した。

787、日々の点検・整備を確実に 737MAXは品質担当者が現地駐在

また、事前質問ではエア・インディアの787型機がア去る6月12日に墜落したことへの不安の声も多数寄せられた。これはANAグループにおいて、計88機もの787型機を運航しているため。

ANAホールディングスは「現時点で事故原因は特定されておらず、特別な対応に関する指示もない」としながらも、「ANAとしては日々の点検、整備を確実に実施するとともに、原因究明の情報把握に務め、必要な対応をタイムリーに行っていく」とした。さらに、ANAが787型機のローンチカスタマーとして同機の開発段階から携わっていることに触れ、「安全性、信頼性向上に向けて独自の整備プログラムの設定や改修を促進してきた。として、引き続き、安全安心な空の旅を旅客に提供するとした。

加えて、今後導入する737-8型機についても、「昨年秋からANAの品質担当者を現地に駐在させ、ボーイングの品質改善の取り組みを直接確認している」と説明。「ANAの検査員が、当社機1機1機の製造工程において品質の作り込みが行われていることを確認していく」方針にあることを明らかにした。



ANAホールディングスの定時株主総会では株価の伸び悩み改善を求める株主の声があがった

SKY、「スカイマークMVV」体現したマーケティング深化 今夏にかけて展開、おもしろみや収益性追求

スカイマークは6月25日、第29回定時株主総会を、都内で開催した。このなかで新たな企業理念群「スカイマークMVV」（ミッション･ビジョン･バリュー）を体現したマーケティングを検討していると説明。「これから夏にかけて展開していければと思っている」ことを明らかにした。なお株主総会に出席した株主数（閉会時）は52名、所要時間は1時間38分だった。

この株主総会では、会社側が提案した議案の「取締役10名選任」は、原案通り可決された。この議案に対して「国土交通省または銀行に在籍していた経歴を持つ現行取締役については選任を否決し、女性の取締役を選任する」という修正動議が出されたものの、会社側議案が賛成多数だったため原案通り可決となった。

株主総会のなかで株主から、コストとサービス品質向上のトレードオフについて質問があがった。この点について会社側は「例えば新機材に導入する機内Wi-Fiは現代では必須のサービスで、一定程度コストはかかるが、コストをかけてでも必要なサービスと認識している」とコメント。

「一方で収益を上げることも大事。現在取り組んでいることは、リースが多い機材体制から自社発注の割合を増やしていくこと。これは中長期的に見ると機材のコストが減り、使わなくなったら売ったり、コロナのようなパンデミックになればそれを担保にお金を借りるなど、会社としての選択肢を広げていくことができる」などと説明した。その上で、「コスト部分については、業務プロセスの見直しを図り、しっかり利益が出せる体制へ転換していく」と述べた。

また、懸案の株価の伸び悩みに関しては､「株価の低迷は誠に遺憾」とコメント。「羽田発着枠配分の延期や新機材導入が後ろ倒しになっているが、その状況下でも企業価値を上げるため成長戦略を追求していく。運航品質を高めながら、コスト削減・管理やレベニューマネジメントを行う。旅客収入のみでなく、手数料など収益を上げるための方策の多様化を図る」と述べるなど、マイページから得たデータを分析し、収益性を高めていくことで株価の上昇に繋げていくなどと答えた。

MVVを体現したマーケティングを展開し、更なる収益性向上などを追求する

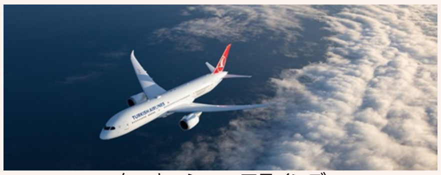
ターキッシュ、期間限定セール実施 欧州エジプト行往復航空券10.9万円～

ターキッシュ エアラインズ（THY）は、東京・大阪発着のヨーロッパ各都市とエジプト行きのエコノミークラス往復航空券の特別セールを実施する。

対象区間は、成田国際空港と関西国際空港出発で、イスタンブール（11万4500円～）、パリ、ローマ、ロンドン、チューリッヒ（10万9000円～）、バルセロナ､ミラノ､マドリッド､ミュンヘン（11万6500円～）､アテネ､ウィーン､ブリュッセル、デュッセルドルフ（12万6500円～）、フランクフルト、アムステルダム（12万6500円～）、マルタ、ベネチア、リスボン、ブダペスト、ブカレスト、ソフィア（13万1500円～）、ジュネーヴ、マンチェスター（13万1500円～）、ベルリン、プラハ（12万1500円～）、カイロ（12万6700円～）､ベオグラード（13万9000円～）となる。

販売期間は7月17日まで。対象渡航期間は11月27日～2026年2月28日（一部適用除外日あり）。運賃は燃油サーチャージを含む1席あたりの往復運賃となっている。ただし別途空港使用料等の諸税は別途必要となる。

なお特別価格での航空券は、ターキッシュ エアラインズ公式サイトや公式アプリ、旅行会社などで購入できる。



ターキッシュ エアラインズ

JAL株主総会、飲酒など安全関連「全社で信頼回復」

ウェブ・アプリ刷新へ着手、さらに使いやすさ追求

日本航空（JAL）は6月24日、都内で第76期株主総会を開いた。進行を務めた鳥取三津子社長は冒頭、前年度から飲酒事案を含め安全に関わる行政指導を2度も受けたことに触れ、全社を挙げて「信頼回復に向けしっかりと取り組んでいく」と述べて陳謝した。また事前に募集した質問ではウェブサイトやアプリのエラーが多いなど多く指摘を受けたとして、今年度末から順次刷新を進めて、課題解決と同時に使いやすくリニューアルする計画を明かした。

会場で経営体制など説明する鳥取社長

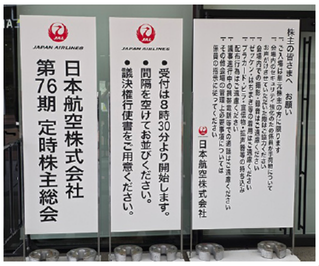
会場に738人の株主が訪れた今回の総会では、JALが提案した配当、定款の一部変更、取締役選任、監査役選任の4議案が可決された。一方、香港の株主であるリム・アドバイザーズ・リミテッドから、上場子会社または上場関連会社への天下り禁止、株式の共同保有を開示する定款の一部変更といった第5・6号議案が示されたが、反対するJAL側へ賛同が集まり否決となった。会議にかかった時間は約2時間12分で、12人の株主から質問を受けた。

飲酒問題、防止の有効性把握できず

事前に受け付けた質問の中で、特に関心の高い課題の1つとなった安全・安心への対応について、中でも飲酒問題は18・19年度に行政処分を受けて対策を講じてきたが、昨年に再発してしまった。回答した中川由起夫常務は、経営が有効性や防止策の定着度合いを把握できていなかったと振り返り、社員が自発的に動ける教育を改めて行っていると説明した。

JALグループでは現在、飲酒問題に関する5項目の対策を策定したとしており、1つ目が役員・部長・課長・一般社員の各立場で安全に対する責任を自ら考えるよう教育していること。2つ目が健康や勤務状況の情報から飲酒の懸念がある社員へ的確に指導すること。3つ目が検査で不合格となった時に情報共有を迅速に図って確実に対応することと、自動化へシステム改修すること。4つ目が役員を対象にどこに落とし穴があるかなど考え学ぶ教育を開始すること。5つ目が運航本部の体制を見直し、グループ内のコミュニケーションを活性化させていくこと。

こうした対策を計画通りに進めているとし、引き続き社長を議長とする安全対策会議で進捗を確認する考え。さらに社外取締役を委員長とする検証委員会では対策の有効性を客観的にフォローアップして、確実な再発防止につなげていくとした。



JAL株主総会

使いにくいエラー多いウェブを全面刷新

また事前質問では、JALのウェブサイトやアプリについて、使いにくい、エラーが多い、ログインできないなどの意見が集まり、課題として受け止めているとした。これには青木紀将副社長が回答し、従来のアンケートに加えてAIを用いた分析を強化。問い合わせ内容の分析を行うことや、ウェブサイトでの行動分析を行うなどによって、正確な要因分析とスピーディーな改善に努めているとした。さらに発生頻度の高い事象に対して、検索画面の改善やログ認証の強化など頻度を上げて行っていることで、問い合わせ件数が着実に減少していると説明した。

さらにJALでは、ウェブサイトやアプリなどデジタルチャネルを利用者との重要な接点だと位置付けて、根本的な課題解決に向けて全面刷新を計画しているとした。今年度末には、全面刷新として新生アプリをリリースし、来年度にはウェブサイトのデザインを一新する。コンセプトは、基本機能や品質に集中したシンプルな構成で、より直感的で操作しやすいデザインになり、エラーの低減はもちろん、今後の機能改善にも柔軟に対応することで安定した動作を実現するという。

特に新生アプリでは、機能性と使いやすさが感じられるものになるとし、単なる予約搭乗機能だけではなく、日常的に繋がるツールとして幅広く、長期にわたって利用されることになるとして、自信を見せた。

整理解雇問題で真摯に話し合い継続

株主からの質問のうち、安全・安心への懸念や経営体質によるものの多くは、2010年の破綻後に行われた整理解雇につながるものだった。最高裁で最終的な決定を受けてすでに解決したものの、いぜん根強く問題として残っていることを裏付けた。

安全・安心への対応と経営体質に絡む質問について、鳥取社長は飲酒事案で隠蔽体質と取られかねない対応だという指摘には「自分自身の責任」だと述べ、コミュニケーションの問題が大きいとして、活発に意見交換できる風土の醸成に力を入れて取り組む考えを示した。社員と経営層がお互いに距離を縮めるため、深く話し合う場を設けて、安全問題に取り組んでいくとした。整理解雇の問題については、まず再び破綻してしまう状況をつくらないことが優先されるとし、現在も訴えを続ける人たちに対して「真摯にコミュニケーションして、話し合いを続けていきたい」考えを示した。

JALは2010年の破綻以降、整理解雇も含めて1万6000人の人員整理を行った。訴訟では、最高裁で16年に法的な最終確定となっている。労使間の問題では、話し合いを続けて、被整理解雇者の組合と22年に自主解決し、同意しなかった30人と協議を継続している。

また人員の戦略については、人的資本投資が引き続き重要だとし、あくまで成長のドライバーが「人財」だとし、投資については賃金アップだけでなく、成長機会の創出や教育によって働きたい環境をつくっていくとした。そうした取組みによって退職率は2%前後の低い水準にとどまっており、グループ含めたコロナ後の人財投資が奏功していると評価した。

ジェンダーレスへの取組みも進んでいるとし、客室乗務員の男性の割合が2%であることを明かした。最近の採用ではさらに比率が高まっており、採用対象では6.5%に増えているとした。JALとしては今後男性の割合を増やしたい考えだが、男女に関係なく、個人の意欲などを重視して採用を行っているとした。今後、男性を増やすため、客室乗務員のやりがいなどをPRしていきたいとした。

また今後懸念される整備士確保の課題については、重要な課題だと認識する中、一昨年度から今年度まで、計画通り確保できているとした。採用のリソースは新卒・シニア・外国人の3通りあるとし、特に新卒の採用では、インターンの取組み強化や、学生への奨学金制度の創出など検討を進めていく。整備士の魅力を発信しつつ、さらなる確保に努めていくとした。

航空関連　Aviation News

キャセイ、来年に成田のラウンジ刷新

新機材導入で機内サービス刷新、増便も視野に

キャセイパシフィック航空（CPA）のネルソン・チン北東アジア総支配人が東京ミッドタウン日比谷で開催された「キャセイ夏空まつり」の会場で本紙らとの取材に応じ、成田空港の自社ラウンジについて来年から改修に着手する方針を明らかにした。また、新たな機材の投入により、来年から日本路線の一部にフルフラットタイプのビジネスクラス席を導入することや、中期的には地方路線の拡充などさらなる増便も視野に入れていく考えも示した。さらに、7月5日に日本で大災害が発生するという根拠のない憶測による旅客需要の減少については、一時的なものにとどまる見通しであることを強調した。

右から3番目がキャセイパシフィック航空のネルソン・チン北東アジア総支配人。その左が日本旅行業協会（JATA）の池畑孝治理事・事務局長

ネルソン・チン北東アジア総支配人

日本発旅客前年比2割増、以遠需要堅調「7月5日問題」の影響は限定的に

足元の需要動向についてチン総支配人は「香港発の需要回復が特に顕著となっており、市場シェアは2.4%成長している」と述べ、訪日需要が力強く伸びているとした一方で「日本発についても前年からは20%の増加となっている」と述べ、回復基調を見せているとした。

さらに香港以遠の乗り継ぎ需要についても「35%の伸びを見せている」ことを紹介した。そして、香港国際空港の新滑走路開設にあわせて、路線ネットワークが拡大している中で「日本の旅客にキャセイパシフィック航空が多くの選択肢を提供していることをしっかりと伝えることが重要であると考えている」と述べ、香港以遠の需要をさらに取り込んでいくためのプロモーションに注力していく考えを示した。

また、日本と香港の航空需要をめぐる動きとして香港で7月5日に日本で大きな災害が起きるというわさで旅行控えが起きている。これについてチン総支配人は「7月の予約については対前年で30%の減少となっているが、8月は減少幅が小さくなっている」と述べ、影響は限定的にとどまるとした。

今後7年間で1000億香港ドル投資　地方都市への路線拡充

同社は旅客体験の向上を図るため、今後7年間で1000億香港ドルの投資を行い、新機材の投入や機内外でのサービス向上に取り組む計画を明らかにしている。

このうち長距離路線では新たなビジネスクラス「アリア・スイート」の導入を進めているほか、すべての機材で機内Wi-Fiとパーソナルテレビの導入が完了した。

さらに日本路線を含むリージョナル路線に関しては、来年から一部でフルフラット型のビジネスクラスシートを導入するなど、サービス向上を図っている。

機材については納入遅れなどがあり、当初のスケジュールからは後ろ倒しになっているものの、日本を含めた北東アジア地区においては「新機材の納入にあわせて、増便を検討している」考えを明らかにした。

このうち日本については「空港の発着枠や空港従事者の人手不足問題などの課題もあり、いますぐにというわけではないが」と前置きした上で「地方路線の拡充も視野に入れている」と語った。

このほか、サービス拡充については成田空港の自社ラウンジのリニューアルを予定していることを明らかにした。チン総支配人は「詳細については明らかにすることはできないが」とした上で、「来年初めから改修に着手し、2026年末にオープンする予定だ。空港でのサービスを強化することで、さらなる満足度の向上につなげたい」とした。

東京ミッドタウン日比谷「夏空まつり」夏祭り気分で最新サービスを紹介

キャセイパシフィック航空は6月27～29日にかけて「キャセイ 夏空まつり」と題したイベントを東京ミッドタウン日比谷で開催した。イベントでは日本の夏をテーマにした多彩なアトラクションを通じて、キャセイのブランドイメージの訴求や同社の各種サービスを体験する企画を用意した。

チン総支配人は「キャセイは昨年、東京で日本就航65周年を迎えることができた。また現在は全国6空港から香港へ18便以上の定期便を運航しているほか、大阪、名古屋、札幌の3路線で増便を行い、より一層利便性の高いネットワーク体制を整えている。さらにグローバルではキャセイグループとして就航都市が100都市を超えた。今後もブリュッセルやアデレード線を再開し、さらに路線を拡充していく。キャセイは今後7年間で1000億香港ドルを投資し、さらにカスタマーエクスペリエンスの向上を図っていく計画だ」と述べた。

池畑理事、海外旅行需要喚起へ連携　旅行会社スタッフ研修への支援感謝

会場には日本旅行業協会（JATA）の池畑孝治理事・事務局長が来場し、あいさつを行った。池畑理事は「日本の海外旅行は今年に入り、前年の14%水準で増加しているが、コロナ禍前の7割水準の回復率にとどまっている。国際交流の拡大には双方向で需要を伸ばすことが不可欠。JATAとしても需要喚起に向けた取り組みを進めているが、キャセイパシフィック航空もこのようなイベントを開催してくれて感謝している」と述べた。

さらに池畑理事は「キャセイパシフィック航空のみなさんにはコロナ禍中から、旅行会社スタッフの研修などにおいて多大な支援をもらっており、大変ありがたく思っている」と述べ改めて感謝の意を示した。

その上で「キャセイパシフィック航空のネットワークが世界各地に広がっているほか、日本－香港間に大型機材を運航しており、団体旅行や教育旅行での利便性も高い。今後もアウトバウンド需要の盛り上げに向け、ともに取り組んでいきたい」と語った。

今回のイベントではVRを使用し同社の最新ビジネスクラスシートである「アリア・スイート」の体験やヨーヨー釣りを行いながらキャセイの取り組みを楽しく知る企画など夏祭りらしいイベントが行われ、会場は賑わいを見せた。

会場は日本の夏祭りの雰囲気

ディスティネーション　Destination News

パリ・エッフェル塔の魅力がさらに進化

改修工事完了で一新、来場者満足度も96％

世界有数の観光地の1つであるフランス・パリのエッフェル塔。ここの運営を担うエッフェル塔管理公社のジャン＝フランソワ・マルタン代表取締役社長がこのほど来日し、本紙などとのインタビューに応じた。マルタン社長は「10年間におよぶ改修工事が昨年終了し、改修にあわせて新たなレストランや少人数制の特別ツアーなど新たな試みもスタートした」と報告。あわせて改修期間中にスタッフ教育を強化するなど満足度向上につながる施策に注力し、これによる来場者アンケートで96％が満足であると回答するなど、新たな進化を見せている状況を述べた。さらに「塔内でさまざまな体験に触れて、真のエッフェル塔の魅力に触れてもらいたい」と意気込みを示した。

本紙などとのインタビューに応じたエッフェル塔管理公社のジャン＝フランソワ・マルタン代表取締役社長

パリ五輪で存在感を再アピール
昨年670万人来場、今年は10％増

エッフェル塔は昨年開催されたパリオリンピックにあわせて10年にわたる改修工事が終了。マルタン社長は「かつてない美しい姿を見ることができる」とアピールした。

パリ五輪では開会式やビーチバレーの試合会場として使用された。マルタン社長は「オリンピックでエッフェル塔の存在感を世界に示すことができただけでなく、10年にわたる改修工事の完了を広くアピールすることができた」と振り返った。

新コンテンツの導入に加え、混雑対策も講じる
（エッフェル塔管理公社提供）

改修中であったことやコロナ禍もあり訪問者数は一時落ち込んだものの、2024年の訪問者数は約630万人に達し、コロナ禍後としては最高の来場者数となった。さらに今年1～4月の4カ月間の来場者数は前年同期比10％増となり、好調を持続している格好だ。

初のミシュラン星付きレストラン開業
塔の裏側に触れる特別ツアーも開始

来場者数増加の要因となっているのが、改修にあわせ提供を開始したさまざまな特徴的な体験コンテンツにある。初めてのミシュラン星付きレストランであるジュール・ヴェルヌ」や「マダム・ブラッスリー」で満足度の高い食体験を提供する。

さらに「ピエール・エルメ・パリ」ではエッフェル塔限定の商品が購入できたり、家族向けやアート愛好家向けの展示イベントも開催されている。また、団体旅行者向けの特別エントランスやMICE向け貸し出しサービス、塔の裏側を見学できる最大6人限定の特別ツアーも用意した。

マルタン社長は「エッフェル塔周辺には約2000万人が訪れているが、写真だけ撮影して帰る人も結構いる。この人たちをいかに中に誘うかが大きなポイントとなる」と指摘。新たな店舗やサービスを展開することで、新たなエッフェル塔の魅力を訴求する。

コンテンツの拡充とともに取り組んだのがサービスの向上だ。マルタン社長は「工事による施設改善に加えてスタッフ教育の強化や清掃体制の徹底などに取り組んだ」と話す。

そうした取り組みが奏功し訪問1か月後

10年にわたる改修を終えたエッフェル塔
（エッフェル塔管理公社提供）

に行っている来場者アンケートにおいて、2024年は「もてなし」「安全性」「清潔さ」の各項目で96％が「満足」と回答した。マルタン社長によると前年から8ポイント上昇したという。さらに今後は「この高い満足度を維持することができるよう引き続き取り組みを進めていく」と強調した。

事前予約と当日券の販売コントロール
アジア圏から誘致拡大が今後の課題

来場者数の増加とあわせて懸念されるのがオーバーツーリズムの問題だ。マルタン社長は「やはり来場者の満足度を第1に考えた運営を行っていくことがポイントとなる」と述べ、入場券の事前予約と当日販売のバランスをコントロールしながら、対策を講じていると話す。

さらに個人旅行者が増加する中で正規のルート以外で入場券を購入する動きが出ていることが問題となっている。そうしたことからマルタン氏は「チケットは正規の販売店を通じて購入するように是非ともお願いしたい」と強く呼びかけた。

エッフェル塔の来場者は全体の77％がフランス国外からの来場者だという。そうした中で足元では「北米、欧州、中東からの観光客はコロナ禍前の基準に戻ってきた。一方でアジアからの観光客は、中国の渡航制限などが響いてまだコロナ禍前の数値には戻っていない」と述べ、今後は日本を含めたアジアからの観光客誘致が課題となると指摘した。

最後にマルタン社長は「エッフェル塔は今最も美しい姿を誇っている。これからも多様なニーズに応えながら、訪れるすべての方に忘れられない体験を提供していきたい。ぜひ写真撮影だけにとどまらず、塔内でさまざまな体験をして、真のエッフェル塔の魅力に触れてほしい」と呼びかけた。

ディスティネーション　Destination News

「韓国営業王コンテスト」を実施
韓国観光公社・JATA、団体需要促進へ

韓国観光公社と日本旅行業協会（JATA）は、韓国への団体旅行需要の促進を目的として、旅行会社の営業担当者を対象とした「韓国営業王コンテスト」を実施している。

同コンテストは、今年韓国方面への送客件数と新規契約件数が合計2件以上（1件1団体あたりの参加人数が10名以上）の団体送客があることが条件。対象となるのは、インセンティブ団体、教育団体、一般・企業団体、周年行事等で、自治体などの公務員団体、宗教団体、ファンクラブなどは対象外となる。

地域別優秀営業社員を24名選出（原則としてJATA8支部ごとに3名選出：北海道、東北、関東、関西、中部、中四国、九州、沖縄）し、その中から最も優秀な最優秀営業社員を「営業王」として表彰し、賞金も授与される。

応募期間は、10月31日（金）まで詳細は韓国観光公社東京支社まで問い合わせのこと。

【問い合わせ先】

▼住所＝〒160-0004 東京都新宿区四谷4-4-10 コリアセンター6F

▼TEL＝03-5369-1755

▼E-mail＝tokyo@knto.or.kr

※詳細紹介URL
https://japanese.visitkorea.or.kr/svc/contents/contentsView.do?menuSn=799&vcontsId=226831&dataSetId=35

グアム政観、テレビ東京と連携し新ドラマ制作
グアムで全編撮影、7月1日から全国放送中

グアム政府観光局は、テレビ東京と連携し、同局が全面協力した新作ドラマ『私があなたといる理由～グアムを訪れた3組の男女の1週間～』が、2025年7月1日から日本全国で放送されると発表した。テレビ東京のドラマとしては初めて全編を通してグアムで撮影した作品となる。

今回のドラマでは、20代・30代・50代と異なる世代の3組の男女が、それぞれグアムで1週間を過ごす旅を通して「誰かと生きること」の意味を見つめ直していくストーリーが描かれ、グアムの美しい自然やローカルな風景を背景に丁寧に描写。「物語の舞台」としてのグアムの存在感が際立つ構成となっている。

出演者には、30代カップル役として蓮佛美沙子さんと溝端淳平さん、20代の大学生カップル役に中井友望さんと百瀬拓実さん、50代夫婦役に勝村政信さんといしのようこさんを起用。世代を超えて共感を呼ぶ実力派キャストを揃え、視聴者層の拡大を図る。

グアム政府観光局では、本作を通じてグアムの豊かな自然や文化の奥深さ、人々の温かさを多くの視聴者に体感してもらい、これまでとは異なる視点からグアムの魅力に触れる機会を提供することを狙う。

また今後は、ドラマの放送にあわせて、作中に登場するロケ地を紹介する特設ページの公開を予定しているほか、「聖地巡礼」ツアーや関連プレゼントキャンペーンの展開など、作品の世界観を実際に体験できる各種プロモーション施策を展開する予定だ。

さらに、グアムを舞台とした新たなテレビ番組として、リゾートウェディングをテーマにしたバラエティ番組の制作も決定。観光局では引き続き、グアムの多様な魅力を多角的に発信していく方針だ。

全編グアム撮影の新ドラマがスタート

シンガポール政観、阪神タイガースとコラボグッズ
大阪・関西万博のシンガポールパビリオンで販売

シンガポール政府観光局（STB）は現在開催中の大阪・関西万博のシンガポールパビリオンで政府観光局の公式マスコットキャラクター「マーリー」とプロ野球阪神タイガースとのスペシャルコラボグッズを発売した。

今回のコラボグッズはパビリオン内のショップ「ドリーム・ブティック」で取り扱う。商品はピンバッジ、マスコットキーホルダー、タンブラー、トートバッグ、エコバッグの5品を用意した。

シンガポールパビリオンは事前予約なしで入場が可能となっている。パビリオン内では来場者が自身の夢を描き、他の来場者と夢を共有することができる参加型展示「ドリーム・リポジトリー」を始め、シンガポールの多彩の食文化を味わうことができるカフェスペースなどを用意している。さらにマーリーと交流や記念写真を撮ることができるグリーティングも1日3回実施している。

シンガポールパビリオンで限定販売中

エグゼクティブディレクターにラウ氏
香港政府観光局2019年以来の再登板

香港政府観光局は8月4日付で新たなエグゼクティブディレクターとしてアンソニー・ラウ氏が就任すると発表した。デーン・チェン氏は退任する。ラウ氏は2007年から19年まで香港政府観光局のエグゼクティブディレクターを務めており、今回再登板する形となった。

ラウ氏は前回のエグゼクティブディレクター在任時は新たな観光トレンドを踏まえた革新的な戦略とプロモーションを推進し、産業振興の機会を創出。さらに異業種のステークホルダーとのパートナーシップを継続的に強化してきたキャリアを持つ。2023年10月からは香港特別行政区労働福祉局傘下の香港人材エンゲージメント事務局でディレクターを務めていた。

ラム会長は「ラウ氏は観光とマーケティングにおける豊富な経験に加え、優れたリーダーシップとガバナンス能力を有しており、エグゼクティブディレクターの役割に最適な人材だ。ラウ氏が業界と多様なステークホルダーと緊密に連携し『香港観光産業開発計画2.0』で示された方向性に基づき、観光産業の新たな展望を開き、香港を多様な体験を提供する世界有数の観光地としての評判を確立するとともに、観光産業の香港への貢献を最大化していくことを確信している」と述べた。

ホテル　Hotel News

「フェアモント東京」が7月1日に開業
日本初進出、「TSUNAGU」セレモニーで祝う

世界で90以上のホテルを展開するホテルブランド「フェアモント」の日本初進出施設となる「フェアモント東京」が7月1日に開業した。開業日には、日本の伝統文様「七宝」を、ハーティスト（従業員）のユニフォームの生地でデザインしたリボンを用いて開業を祝う「TSUNAGU」セレモニーが実施された。

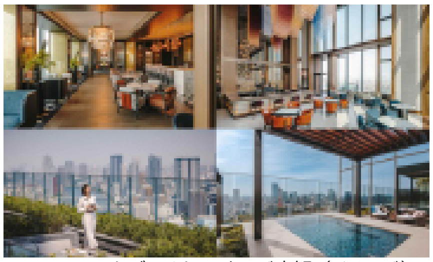
「フェアモント」はフランスのアコーグループに属するホテルチェーン、100年以上にわたり王族や著名人を迎えてきた歴史を持つ。華麗な建築や洗練されたサービスに加え、温もりやつながり、本物の魅力に根ざした感性に響く体験の提供を理念に掲げている。

日本初進出となる「フェアモント東京」は、江戸の歴史的風情と現代的都市景観が融合する芝浦の新街区「BLUE FRONT SHIBAURA」の高層階（35～43階）に立地する。客室数は全217室。このうち29室は52平方メートル～278平方メートルというゆとりある広さを確保したスイートルームとなっており、客室内には日本家屋の「縁側」から着想を得たシーティングエリアを備えた。

「TSUNAGU」セレモニー

41～42階に設けられた特別フロア「フェアモントゴールド」では、専用の「フェアモントゴールド ラウンジ」が終日利用可能となっている。館内には5つのレストランと2つのバーが併設され、ここでしか味わえない唯一無二の食体験も楽しめる。さらに「フェアモントスパ」では、身体と心の両面に寄り添う包括的なウェルネスジャーニーが提供され、20メートルの屋内インフィニティプールや、屋外のリラクゼーションプール＆サンデッキ、ミスト＆ドライサウナ、24時間利用可能なフィットネスジムなど充実した施設が利用できる。

最上階43階には、自然光が差し込む「SKYチャペル」や、オープンキッチンを備えた天空のバンケットルーム、そして都内ホテル最大級の規模を誇る「フェアモント グランドボールルーム」も設けられ、ウエディングはもちろん、格式あるガラディナー、国際会議やビジネスミーティングなど、多目的に対応するホスピタリティ空間を用意した。



フェアモントゴールド ラウンジ内観（イメージ）

ハイアット新ブランド「キャプション」東京初進出
「キャプション by Hyatt 兜町 東京」10月7日開業

ハイアットは、2019年に発表した新ブランド「キャプション by Hyatt」の東京初進出となる施設「キャプション by Hyatt 兜町 東京」を10月7日に開業すると発表した。大阪に次ぐ国内2軒目、ブランドとしては、メンフィス、ナッシュビル、大阪、上海に次ぐ5軒目となる。7月8日から宿泊予約を開始する。

「キャプション by Hyatt 兜町 東京」は、都内の新たなカルチャー発信地として注目を集める日本橋兜町に誕生した。客室数は全195室。温かみのある木材や環境に配慮した素材を用い、居心地の良さと機能性を両立したほか、各部屋には兜町の多彩な一面を映し出すアートワークがあしらわれている。

「キャプション by Hyatt 兜町 東京」イメージ

このほか館内には、飲食・イベント＆コミュニティ施設である「Talk Shop」のほか、24時間営業の「フィットネスルーム」も設置される。また、東京メトロ茅場町駅から徒歩1分、日本橋駅から徒歩2分とアクセス抜群で、ショッピングやビジネス、さらに空港からのアクセスも便利なロケーションとなっている。

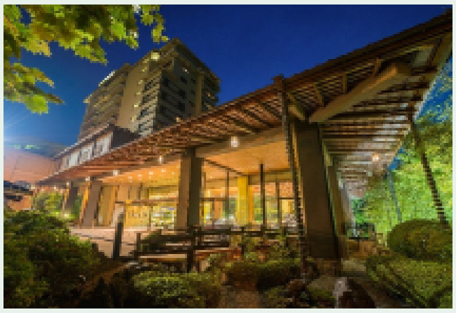
新規開業を記念して、ハイアットのロイヤルティプログラム「ワールド オブ ハイアット」ではボーナスポイントオファーキャンペーンが実施される。10月7日～2026年1月31日までの宿泊を対象に1泊ごとに500ボーナスポイントが進呈される。

ホテル公式サイト

https://www.captionbyhyattkabutochotokyo.jp

ベルーナ、宮城・秋保温泉のホテル2軒取得
ホテル瑞鳳と秋保グランドホテル

通信販売や宿泊関連事業などを手掛けるベルーナは、Karakami HOTELS&RESORTS（札幌市）から、仙台市の秋保温泉にあるリゾートホテル「ホテル瑞鳳」と「秋保グランドホテル」を取得する契約を6月30日付で締結した。取得日は9月30日を予定している。仙台の奥座敷として知られる秋保温泉は今後旅行者の増加が見込まれるスポットの1つ。同社は2軒の宿泊施設を傘下とし、ホテルの魅力を最大限伝えることができるよう取り組んでいく方針だ。



ホテル瑞鳳外観

今回取得した「ホテル瑞鳳」は、秋保温泉を代表する温泉リゾートとして知られている。多彩なタイプの全117室の客室、日本庭園に佇む6種の露天風呂、和・洋・中の豊富なメニューが楽しめるレストラン、全天候型屋内温水プールなどの施設が充実し、上質なくつろぎ体験を提供している。

秋保グランドホテルは、磊々峡（らいらいきょう）を望む絶好のロケーションに位置し、東北産の手作り家具や遊び心があるインテリアが備わった全140室の客室に加え、左が「ホテル瑞鳳」、右が「秋自然との一体感が楽しめる露天風呂、ビュッフェ形式のレストラン、宴会場、カラオケボックスなどの施設が整っている。

秋保グランドホテル外観