



@wingtravel



Wing Travel



@wingtravel_official

観光庁の村田長官が就任後初会見 持続可能な観光地域づくりや地方誘客促進に一層注力

観光庁の村田茂樹長官が7月16日、就任後初となる定例会見を実施した。村田長官は就任にあたり「政府目標である2030年の訪日外国人旅行者数6000万人、消費額15兆円の達成に向け、力強い伸びを見せている訪日インバウンドの勢いを持続させながら、地域経済の活性化に資する持続可能な観光地域づくりや地方誘客の促進に一層注力していく」と抱負を語った。さらに今月設置した旅行振興担当参事官を通じ「アウトバウンドの促進にも力を入れ、訪日インバウンドとの相乗効果を生み出していきたい」と強調した。

前向きな政策推進「うれしい気持ち」 関係者の声に傾聴、次期基本計画策定へ

村田長官は、2019年から2022年まで観光庁に在籍し、観光地域振興部長や次長を務めた経歴を持つ。

在籍期間の大半はコロナ禍に重なっており、会見では「当時は観光産業の継続や雇用維持に向け、いかに支援策を講じるかに終始していた」と振り返った。そのうえで、「現在はコロナ禍を乗り越え、前向きな環境のもとで観光政策に取り組めることを大変うれしく思う」と感慨深く語った。

今後は長官として手腕を発揮することとなるが「訪日インバウンドについては力強い成長軌道を見せている一方で、現行の観光立国推進基本計画で目標として掲げている地方部の外国人宿泊数2.0泊という目標が達成できていないなど、さまざまな課題がある」と指摘した。

そうした中で好調な訪日インバウンドの流れを地域社会に波及させるために持続可能な観光地域づくりとコンテンツの磨き上げなど地方誘客の促進に一段と力を入れていきたい」と意気込みを示した。

観光立国推進基本計画については2025年度が最終年度となり、2030年度までの次期計画の策定に向けた議論がスタートしたところだ。

村田長官は「萩川（直也）前長官からも2030年の6000万人、15兆円の達成に向けてしっかりと計画を策定してほしいと言われたところだ。今後は目標実現に向けボトルネックとなっている点を整理していくとともに、観光に携わるさまざまな関係者の声に耳を傾けながら計画を取りまとめていきたい」との考えを示した。

旅行振興担当参事官通じアウトバウンド喚起 国内旅行活性化や観光人材施策にも注力

村田長官は就任にあわせて観光庁の

組織改正にも着手。7月1日付で旅行振興担当参事官を設置した。

同部署では、日本人による国内旅行や海外旅行（アウトバウンド）の促進や観光人材の確保・育成に向けた取り組みこととしている。

新たな参事官の設置について村田長官は「訪日インバウンドの成長を図るためには、相手国との双方向交流を推進していくということが極めて重要になる。航空ネットワークの充実を含めてインバウンドとアウトバウンドの相乗効果を生み出すためのアウトバウンド需要喚起策を考えてもらいたい」と思い、新たな部署の設置に至った」と語った。

同時に「国内旅行のさらなる需要喚起も重要な課題である。そのためにも、観光人材の確保・育成を強力に推進していくことが大事であると考えており、旅行振興担当参事官を通じ、これらの政策課題にしっかりと取り組んでいく」との考えを示した。

国内旅行の活性化に向けては、旅行需要の平準化や新たな市場の開拓への取り組みもカギとなってくる。この部分について村田長官は「第2のふるさとプロジェクトやワーケーション推進といった取り組みに引き続き注力していく」。

また、平日旅行の活性化に対しては高齢者層の旅行機会を増やすこともポイントになると考えており、これに資するユニバーサルツーリズムの取り組みも推進していきたい」と語った。

訪日外客数過去最速 2000 万人突破 力強い成長軌道持続へ戦略的プロモ推進

訪日インバウンドに関しては日本政府観光局（JNTO）が発表した今年上半年（1～6月）の訪日外客数は前年同期比21.0%増の2151万8100人となり、過去最速で2000万人の万台を突破することになった。



就任後初の記者会見に応じる観光庁の村田茂樹長官

また外国人旅行消費額についても約4兆8000億円となり、こちらも上半期として過去最高となった。

訪日インバウンドの動きについて村田長官は「アジア市場が19%増、欧米豪・中東地域で28%増となるなど、力強い成長軌道を見せていると考えている」との考えを示した。

また、消費額についても滞在期間の長期化傾向もあり、順調な動きを見せているのではないかと述べた。

そのような中で6月の香港からの訪問客数は前年同月比33.4%減と大幅に減少する結果となった。

これは7月5日に日本で大きな災害が起きるという「うわさ」がSNSで拡散されたことが影響したとみられる。

香港の動向について村田長官は「うわさや航空便の運休などの影響があったと承知している。ただ、その後については香港の旅行会社が訪日需要促進キャンペーンを実施していたり、再び予約に関する問い合わせが増加していると聞いている」と述べ、今後は回復基調に向かうのではないかと見通しを示した。

また、風評被害への対応については「今回の件については、気象庁からも地震予知に関する発表もしてもらい、観光庁からもJNTOの香港事務所を通じて情報発信を行った。風評被害への対応については、正確な情報発信という点を意識しながら取り組んでいきたい」と語った。

今後の訪日インバウンドの動向については「訪日旅行はさまざまな要素で影響を受けやすいため、見通しについての言及は差し控えたい」とした上で、「7月は学校休暇もあり、年間を通じて旅行需要が高まると期待されている。そうした中で、今後も力強い成長軌道を維持するために、日本の魅力的な観光資源などをアピールするためにより戦略的な

旅行関連

Tourism News

プロモーションに取り組んでいきたい」と強調した。

観光庁内の働き方改革にも注力 コミュニケーション活性化「明るく楽しく」

会見では萩川前長官から業務引継ぎにあたって伝えられたことについても言及があった。

村田長官は「さまざまな引継ぎ事項があったが、特に重要な部分として、次期観光立国推進基本計画の策定をしっかりとやってもらいたいこと。そして、観光庁の働き方改革に取り組んでもらいたいことを挙げていた」と話した。

観光庁内の働き方改革については、萩川前長官も休暇の取得やテレワークの推進など積極的に取り組んでいたという。村田長官は「この取り組みを継続し、加速させていくとともに、職員間のコミュニケーションを活性化させていき、私のモットーである『明るく、楽しく』業務を行える環境を整えていきたい」と意気込みを語った。

Agoda トラブル「改善の進捗を注視」 消費者への注意喚起強化

観光庁の村田茂樹長官は 7 月 16 日の

定例記者会見で、オンライン宿泊予約サイトの「Agoda (アゴダ)」で宿泊予約トラブルが相次いでいる問題について「アゴダから、改善策について報告があった。今後は改善の進捗状況を引き続き注視していき、必要に応じて適切な対応を行っていく」と述べた。

観光庁はアゴダ関連で消費者からの相談が相次いでいたことから、今年 3 月に行政指導を行い、状況の改善を求めている。

あわせて村田長官はオンライン宿泊予約サイトの利用において「利用規約や約款、問い合わせ先などをあらかじめ確認することをホームページに掲載している。今後は消費者に対して、さらなる注意喚起を呼び掛けていく」考えを示した。

アゴダをめぐるのは、昨年夏ごろから、予約した部屋が取れていないとのトラブルが複数報告されているほか、一部ホテルチェーンからは第三者のサプライヤーによって、アゴダを通じて転売されていると指摘されていた。

一部サプライヤー経由の在庫取扱い停止 AI を活用した事前監視システム導入

一方、アゴダは 7 月 15 日付でリリースを発表。6 月 26 日付で特定の第三

者サプライヤー経由の在庫取扱いをプラットフォーム上で停止したことを明らかにしたほか、今後 AI を活用した事前監視システムを導入した予約機能の向上や不正確なコンテンツを未然に自動削除するなど、第三者サプライヤーへの管理体制を強化した。

さらにチェックイン時にまれに発生するトラブルにも迅速に対応し、さまざまな補償オプションを提供することで、日本人旅行者とアゴダのパートナーの安心感を高めていくとした。

アゴダのオムリ・モーゲンシュテルン CEO は「観光庁やパートナーからの意見を大切に、日本の消費者が求める高い基準に応えることに真摯に取り組んでいる。日本のお客さまから良い旅行体験を届けることができるよう、観光庁と緊密に連携しながら、継続的な改善を進めていく」とコメントした。



アゴダは公式サイトで改善策を発表した

上半期訪日外国人旅行消費額過去最高 4-6 月期は 18.0% 増の 2.5 兆円、単価は 23.9 万円

観光庁のインバウンド消費動向調査によると、今年 4-6 月期の訪日外国人旅行消費額は前年同期比 18.0% 増の 2 兆 5250 億円となった。また、1-6 月期の消費額は 4.8 兆円となり、上半期として過去最高となった。

4-6 月期の訪日外国人 1 人あたりの旅行支出額は 0.1% 減の 23 万 8693 円。消費額全体は増加しているものの、単価については横ばいとなった。

国・地域別の消費額の動向を見ると、最も多かったのが中国で前年同期

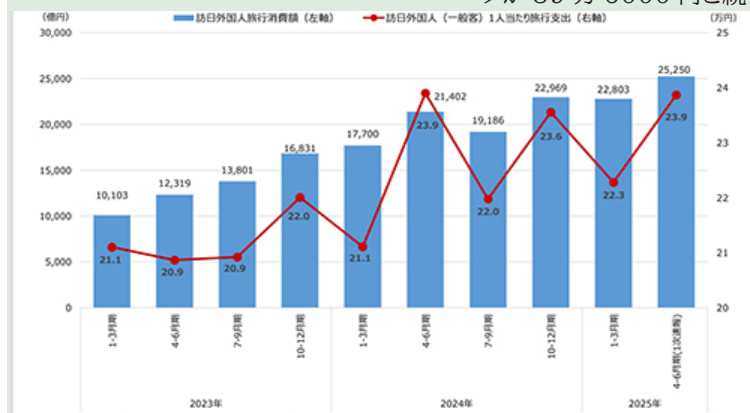
比 20.4% 増の 5160 億円、次いで米国が 14.1% 増の 3566 億円、台湾が 11.5% 増の 2915 億円、韓国が 9.2% 増の 2312 億円、香港が 5.4% 増の 1358 億円となった。

費目別にみると、宿泊費が 9714 億円となり、全体の 38.5% を占めた。

次いで買物代が 26.2% の 6623 億円、飲食費が 21.0% の 5309 億円となった。

単価について見ると、国・地域別で最も高かったのが英国で 44 万 4000 円、次いでイタリアが 39 万 8000 円、ドイツが 39 万 6000 円と続いた。

費目別で見ると、宿泊費が最も高かったのは英国となった。飲食費と交通費はイタリア、娯楽等サービス費はオーストラリア、買物代は中国が最も高かった。



四半期の旅行消費額と 1 人あたり旅行支出の推移 (観光庁発表資料より)

地域限定旅行業務取扱管理者試験 観光庁、7 月 28 日まで願書受付

観光庁は令和 7 年度 (2025 年度) の「地域限定旅行業務取扱管理者試験」を 9 月 28 日に実施すると発表した。願書受付は 7 月 28 日まで受け付ける。

地域限定旅行業務取扱管理者は、地域限定旅行商品の企画。販売に際し、営業所ごとに選任するもの。従来は「総合旅行業務取扱管理者」または「国内旅行業務取扱管理者」の資格が必要だったが、2019 年に地域限定旅行商品の企画・販売に関する制度が緩和され、地域限定旅行業務取扱管理者が導入された。

試験科目は、法令、約款、国内旅行実務の 3 科目となっている。試験地は東京、大阪の 2 地域となる。受験手数料は 5500 円。試験の詳細については、以下の観光庁のサイトを参照。

試験詳細紹介サイト (観光庁ホームページ)

<https://www.mlit.go.jp/kankochou/>

※公式サイトで「地域限定旅行業務取扱管理者試験」と検索。

「令和的観光地」への挑戦

潮流

今月就任し、このほど初の定例記者会見に臨んだ観光庁の村田茂樹長官は、就任の抱負として「持続可能な観光地域づくり」と「地方誘客の促進」を重点施策に掲げた。あわせて、2030 年の訪日外客数 6,000 万人、訪日外国人消費額 15 兆円という政府目標の達成を柱とした新たな観光立国推進基本計画の策定に向け、「現状でボトルネックとなっている部分や課題をしっかりと把握するとともに、観光業界関係者の声に丁寧に耳を傾けていきたい」と語った。

訪日外国人旅行者数が 1～6 月の半年間で過去最速で 6000 万円を達成。消費額も過去最高の 4.8 兆円と大きく成長している。また直近 3 カ月間 (4～6 月期) の消費額を見ても前年同期比 18.0% 増の 2 兆 5250 億円と 2 ケタ成長を見せるとともに、同時期において 5 兆円の経済波及効果をもたらしている。

その一方で、外国人訪問客の三大都市圏への集中が依然として続いているのが実情だ。村田長官も現行の基本計画で未達となっている目標のうち「地方部の外国人宿泊数 2.0 泊」を挙げ、外国人訪問客の分散が今後の成長に向けた重要なカギとなると指摘した。

地方部の観光を取り巻く状況は、地域ごとに温度差があるようだ。先日行われた「ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸」の開催概要記者会見で中部経済連合会の勝野哲会長は「岐阜県や長野県はコロナ前の宿泊者数を回復しているが、三重県や愛知県、静岡県はコロナ禍前を下回っており、需要拡大の動きを十分に取込みできていない」と指摘した。

そのような中でツーリズム EXPO ジャパンでは中部 9 県が「感動旅」をテーマに初の共同ブースを出展することを決めた。勝野会長も「中部圏の観光地を線と面で捉え広域的なプロモーションを行う」と強い意気込みを示した。

地方部の津々浦々に多くの観光客を呼び込むための課題として、旧態依然としている観光施設のインフラや経営手法の改善が求められるという指摘もある。

森トラストの伊達美和子代表取締役社長は、老朽化している施設の状況を「昭和的観光地」と表現した上で「持続可能な観光の基盤づくり

には、こうした施設の再生が急務であり、ここに充てる財源の確保が必要不可欠である」と強調した。

持続可能な観光地域づくりという観点からは、日本商工会議所 (日商) がこのほど取りまとめた意見書では、観光産業が「あこがれ」のものとなることを目指すべきであると位置づけ、次期観光立国推進基本計画には、観光関連事業者から生み出される付加価値額の向上など、観光の成長産業化に向けた目標を掲げるべきであると提言している。

地方観光の活性化を図るうえで、広域プロモーションの加速や観光地の再生が重要であることは間違いない。ただ、数年前まで続いたコロナ禍への対応に多くの力を注いできた観光関係者の間では、少なからず「疲れ」が蓄積しているのではないだろうか。

未曾有の事態を乗り越えるため、全国の観光関連事業者は多大なエネルギーを費やしてきた。今後の活性化に向けて、足を止めずに前進する姿勢ももちろん重要であるが、同時に、すり減ったパワーを回復する機会を設けることも必要であるだろう。

資金を投じて観光施設などハード面を再生する取り組みも意義深いだが、それと並行して、事業を何とか継続してきた事業者の心身の疲弊に目を向け、再び立ち上がる力を取り戻すことに重点を置いた支援が、もう少しあってもよいのではないか。

古い体質の「昭和的観光地」からの脱却に意欲はあっても、体力がもたず足踏みしているケースも少なくない。こうした現場に寄り添う政策が講じられ、「令和的観光地」として新たなモデルが各地で生まれていくことを、心から期待したい。

村田観光庁長官は会見で「明るく、楽しく仕事をするのが自身のモットーである」と語っていた。観光をさらなる成長軌道に乗せ、真の基幹産業として確立していくためには、現場の疲弊した部分を解消する取り組みも不可欠だ。長官にはこの課題にも積極的に取り組んでもらいつつ、「明るく、楽しい観光産業」の実現に向けて、その手腕を大い発揮してもらいたい。(嶺井)

旅行関連

Tourism News

ツーリズム EXPO ジャパン、愛知で初開催 アウト含む旅行需要拡大の契機に、目標 10 万人

日本観光振興協会(日観振)、日本旅行業協会(JATA)、日本政府観光局(JNTO)は、7月17日に名古屋市で「ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸」の記者会見を実施した。今年の開催地は、中部国際空港に隣接する「Aichi Sky Expo (愛知県国際展示場)」(愛知県常滑市)で、会期は2025年9月25日～28日(25～26日は業界日)。愛知県での開催は今回が初となる。

JATA の高橋広行会長は、「アウトバウンドでは中部発の海外旅行需要の拡大、またインバウンドや国内旅行では、中部地方への誘客や認知度向上につなげたい」と開催の狙いを語った。来場者数の目標は10万人に設定。スペシャル・サポーターに愛知県瀬戸市出身の俳優、瀬戸朝香さんが就任、また基調講演にスタジオジブリ代表取締役副社長の中島清文氏を招致するなど、誘致拡大に努める。

11 回目の開催となる今回のテーマは、「旅は“知”の再発見」。JATA 高橋会長は「旅は常に新しい出会いの連続であり、その体験からいろいろなことが学べる、まさに『知の再発見』であり、これが旅の大きな魅力のひとつ」とその意義を強調した。

また「愛知・中部北陸」開催の目的として、(1) 愛知・中部北陸の魅力発信 (2) 中部国際空港のさらなる国際化 (3) 北陸地域の復興支援 (4) BtoB 強化による業界の活性化を挙げた。

特に (2) については、「まだまだ復便が遅れているので、今回のイベントを契機に国際化をさらに図っていきたい」考え。(3) についても「まだまだ復興途上にあり、気の長い支援につなげたい」と述べた。

特にアウトバウンドにおいては、「コロナ前のまだ 7 割弱しか回復できていない。海外旅行の活性化に今回のツーリズム EXPO ジャパンをつなげたい」と意欲を示す。中部マーケットについては、「首都圏、関西に次ぐ大きな海外旅行マーケット。海外から見ても魅力だ。特に愛知をはじめとする中部の方々に来場していただき、それが海外旅行の需要につながれば」と期待を寄せる。

さらにインバウンドについても、「ゴールデンルートに一極集中するなか、中部には素晴らしい観光素材がある点を世界に知らしめ、足を止めていただきたいという効果も狙っている」と言及した。

国内旅行においても「ジブリパークや文化、食、自然、産業観光など、愛知にはいろいろな観光コンテンツがあり、日本の皆様に知っていただきたい」と述べ、中部地方での開催する重要性について語った。

一般来場者は1日3.3万人想定 出展小間数は既に目標達成

一方、来場者数目標を10万人に設定した理由について、高橋会長は「初めての東京、大阪以外での開催ということもあり、10万人が妥当な目標ということで設定した」と説明。前年2024年に東京で開催した際には、来場者数は18万2934人、前々年の2023年の大阪では14万8062人となっている。

一般日(27～28日)の来場者数は、1日3.3万人を想定。ちなみに開催地となるAichi Sky Expoでの過去最大の来場者数は、アーティストB'z(ビーズ)のコンサートの1日3.3万人で、「我々としては、ぜひそれを超えたい」とアピールした。

今回は、JR 東海の協力を受け、往復の新幹線と入場券をセットした旅行商品を設定、宿泊パッケージも用意する。さらに業界日の来場者向けには貸し切り車両によるパッケージも販売、地元中部地方以外からの誘致も図る。

出展小間数については、1100 コマを目標としていたが、「既に目標を超えており、現在も問い合わせをいただいている」状況だという。

海外から60カ国が出展 観光大臣会合には10カ国参加予定

一方、今回の海外からの出展については、現時点で60カ国、地域を超える状況。ちなみに昨年の東京開催では80カ国、地域のサプライヤーが出展した。日観振の最明仁理事長は、「中部に直行便がない地域からの出展も予定しており、日本のさまざまなお客様に来ていただきたいという強い期待感の表れなのではないか」と指摘した。

また開催初日の25日には、UN ツーリズムとJATAによるMOU締結署名式の他、第8回となる「TEJ 観光大臣会合」を開催。今回は10カ国程度の観光大臣が集まる予定だ。

会合にはUN ツーリズムや世界ツーリズム評議会(WTTC)、アジア太平洋旅行業協会(PATA)からも関係者が参加、



記者会見の様子(左から JNTO 蒲生理事長、日観振最明理事長、JATA 高橋会長、中部経済連合会勝野会長、北陸経済連合会東田専務理事、愛知県観光協会安藤会長)

日本側からは国土交通大臣または観光庁長官が参加する。なお、今回のテーマは「激変する地域観光 ～地域連携戦略と人材育成」となる。

他にも26日には、海外旅行シンポジウムを開催。テーマは「中部国際空港からの海外旅行活性化」について、パネルディスカッション形式で議論する。

中部9県が初の共同出展 特集エリアで「コンテンツツーリズム」新設

国内については、初の試みとして地元中部9県(富山、石川、福井、長野、岐阜、静岡、愛知、三重、滋賀)が共同ブースを出展する。

中部経済連合会の勝野哲会長は、「本イベントは愛知、中部、北陸の魅力やポテンシャルを広く発信できる絶好の機会」と強調した。

共同ブースでは、「Go Central Japan、9県の感動旅」をテーマに、「地域が誇る食や自然、歴史、ものづくりの魅力」を来場者の方々に存分に楽しんでもいただける構成」とのことで、伝統工芸の製作体験やご当地グルメの試食、また来年の「アジア競技大会愛知・名古屋」のPRコーナーを設ける予定だ。

勝野会長は「翌年以降に当地域で開催される数々の国際イベントを見据えて、当地域の知名度を高める絶好の機会でもある」と期待を寄せた。

今回、共同ブースを出展した経緯について勝野会長は、「都道府県別の宿泊者数を見ると、岐阜県や長野県はすでにコロナ前を上回っている一方、三重県や愛知県、静岡県はコロナ前の水準を下回っている状況で、地域によって回復の動きにばらつきがある。需要拡大の動きを十分にに取り込めていないという実態があり、中部圏にある魅力ある観光地を線と面で捉え、広域的なプロモーションを行う必要があると考えている」と述

旅行関連

Tourism News

べた。

他にも展示会場では、特集エリアとして「星空ツーリズム」「ドライブツーリズム」「コンテンツツーリズム」を設ける。新設の「コンテンツツーリズム」は、アニメやドラマの「聖地巡礼」を地域活性化や地域創生への課題解決つなげる取り組みを行う出展者を集めたエリアとなっている。

具体的には、動画による「VTuber」による旅行需要の創出や、新しいスポーツ競技による需要創出など、「いろいろなコンテンツやデジタル技術を持つ企業や団体が地域の課題解決に向けたチャンスを提供できる機会となる」(最明氏)という。

また特別コーナー(特別小間出展)として、スポーツツーリズム、クルーズ、アカデミー(大学など、観光関連の教育団体が研究成果を発表)、アドベンチャーツーリズム、観光 SDGs、テーマ型観光地展、ワーケーション&ラーケーションなどを設ける。

北陸地方「誘客効果を拡大できるチャンス」 愛知県「誘客促進と県内周遊の活性化に」

記者会見には、地元である北陸地方を代表して北陸経済連合会の東田隆一専務理事と、愛知県観光協会の安藤隆司会長が登壇、それぞれ今回地元での開催となる「ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸」への期待を述べた。

東田氏は、昨年の北陸新幹線の米原延伸で乗客数が対前年比で 125% に達した点や、宿泊者数の対前年の伸びで石川県と福井県が全国トップ 2 となったことなど、好調な需要を挙げ、「今回のイベントでは、北陸の豊かな自然や食、歴史ある文化や伝統工芸などの魅力を発信する。今までの誘客効果をさらに拡大できるチャンスと大いに期待している」と語った。

また昨年の能登半島地震や豪雨災害についても触れ、「インフラを中心に復旧は進んでいるが、今なお多くの人が不便を余儀なくされている状況。インフラはもちろん、景観の保全や施設の復旧、風評被害の払拭など、解決すべき課題はまだまだ残っており、みなさまには引き続き能登に対する思いや長いご支援をぜひ共有していただきたい」と訴えた。

安藤氏は、「地元開催を盛り上げるために、愛知県エリアでは県、市町村に加えて、観光、商工関連団体や事業者の協力のもと、40 小間を超えるこれまでにない規模の展覧を予定している」とアピール。来年の NHK 大河ドラマ「豊臣兄弟」をはじめとする歴史観光、味噌や醤油、みりんなど多彩な発酵文化の展示、来年の「アジア競技大会愛知・名古屋」の紹介、名古屋めしの試食、西尾抹茶

の試飲、忍者やおもてなし武将隊によるパフォーマンス、ゆるキャラのグリーティングなどを予定する。安藤氏は「地域一丸となって、愛知が誇る観光の魅力を国内外の来場者の皆様に広く伝え、誘客促進と県内周遊の活性化につなげたい」と意欲を見せた。

「休み方改革シンポジウム」を企画 MICE、教育旅行バイヤー強化、セミナーも

会期中の公式行事では、オープニングセレモニーに続き、第 9 回「ジャパン・ツーリズム・アワード」表彰式を実施する。今回は「国内・訪日」と「海外」の区分けをなくし、過去最大の 213 件がエントリーしており、ツーリズムの発展・拡大に貢献した国内・海外の団体・組織・企業・個人の持続可能で優れた取り組みを表彰する。また初日の 25 日には、ウェルカムレセプションを行い、開催地ならではの演目や飲食を提供する予定だ。

シンポジウムでは、前述の海外旅行シンポジウムに加え、国内旅行シンポジウムと訪日旅行シンポジウム、今回新たに「休み方改革シンポジウム」の 4 テーマを実施。休み方改革シンポジウムは、全国知事会が主催するもので、地元愛知県では独自の「休み方改革」プロジェクトを推進している。

他にも同時開催で「トラベルソリューション展 2025」を実施、デジタル技術やサービスで観光業をサポートする事業者が出展。BtoB 商談会では、日本コンベンション協会と愛知商工会議所がバイヤーとして初参加。MICE や教育旅行バイヤーの誘致を強化し、両テーマの特別セミナーも開催する。

スペシャル・サポーターに瀬戸朝香さん 「もっと!海外へ」岩田剛典さんのイベントも

今回の「ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸」では、スペシャル・サポーターに俳優の瀬戸朝香さんが就任、開催初日の 25 日には来場、一般日の 28 日には会場でトークショーを予定する。

瀬戸さんはビデオメッセージを寄せ、「私は旅が大好きで、いま子どもたちが海外に留学しており、たびたび海外に行くことがある。子どもたちもそうだが、日本に帰るたびに成長が感じられ、旅は良いものだと思っている。ツーリズム EXPO ジャパンは、世界中の旅の魅力が集まっている『旅の宝箱』。スペシャル・サポーターとして頑張っていきたい」と抱負を語った。

瀬戸さんの起用理由について、JATA

高橋会長は「愛知県瀬戸市出身で、俳優としての活動に加え、家族との時間を大切にされていて、旅を通して国内、海外の文化に触れることの意義を共有している。『旅は“知”の再発見』をテーマとするツーリズム EXPO ジャパンのスペシャル・サポーターにぴったりだということで就任のお願いをしたところ、引き受けていただいた」と説明した。

また、JATA で現在展開中の「もっと!海外へ」に合わせ、特別企画として JATA 海外旅行アンバサダーを務めるアーティスト・俳優の岩田剛典さんの写真展を実施。一般日の 27 日にはスペシャルトークイベントを開催する予定だ。高橋会長は「岩田氏には海外旅行の魅力を発信するさまざまな活動をしていただいている。愛知県名古屋市の出身ということもあり、今回のツーリズム EXPO ジャパンにもご協力いただけることとなった」と紹介した。

VISIT JAPAN トラベルマート 海外バイヤー 280 社中部 FAM トリップも

ツーリズム EXPO ジャパンと同時に開催となる JNTO 主催の「VISIT JAPAN トラベル & MICE マート 2025 (VJTM&VJMM2025)」では、海外から約 280 社のバイヤー、日本国内から約 320 社 / 団体が期間中 6300 件以上の商談を行う。JNTO の蒲生篤実理事長は、「実質、国内最大のインバウンド専門の商談会となる」とアピール。今回は、開催地となる中部北陸エリアへのツアー造成を目的に FAM トリップを設定、海外バイヤー 245 人が参加する予定だ。

参加者の内訳を見ると、海外からは一般バイヤー 260 社、MICE バイヤー 20 社が参加。地域見ると、東アジアから 70 社、東南アジアから 90 社、欧米豪中東から 120 社が参加。蒲生氏は「まだ中部北陸エリアに行ったことがないバイヤーが多く、ぜひこの機会に行ってみよう、商品を造成してビジネスにつなげたい、と海外のバイヤーからの期待も非常に高まっている」と説明した。

日本国内からは、一般セラー 300 団体 / 社と MICE セラー 20 団体 / 社が集まり、自治体や DMO、宿泊施設、旅行会社、運輸 / 交通事業者、観光施設、飲食施設、通信サービス等の企業や団体の参加がある。

FAM トリップは、一般 10 コース、MICE2 コースの計 12 コースを設定。期間は 9 月 27 ~ 30 日を予定する。蒲生氏は「中部北陸エリアは、伝統工芸や固有の文化など、非常に深みのある地域。また味噌や日本酒、みりんなどの発酵文

◆瀬戸朝香さんからのビデオメッセージ

<https://www.youtube.com/watch?v=FaNWh2pliZM>

旅行関連

Tourism News

化は、個性的でここでしか体験できないものもたくさんあるので、FAMトリップを通じて海外のバイヤーの皆さんに案内したい」と述べた。

FAMトリップに加え、中部国際空港の利用促進を目的に、アジア市場を中心とするバイヤー 50 人を開催地の愛知県常滑市の観光資源を視察、体験する半日のエクスカージョンも実施する。

蒲生氏は「訪日外国人の数自体は堅調に推移しているが、地方誘客は我々に課せられたひとつのミッションであり、今回ここで VJTM&VJMM2025 を実施できることは、地方への誘客、特に中部地方への外国人誘客にとっては非常に良いタイミングと捉え、JNTO としてしっかり

り取り組んでいきたい」と抱負を述べた。

大村知事「中部全体の EXPO」「千載一遇のチャンスで地域の魅力アピール」

記者会見に続き、第 3 回となる「ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸」開催地連絡協議会が開かれ、顧問を務める愛知県知事の大村秀章氏が挨拶に立ち、「今回は働きかけを行ったことで中部 9 県による共同ブース出展が実現した。中部地区全体の EXPO として考えており、千載一遇の機会として中部地域全体の魅力をしっかりとアピールし、国内外の誘客に繋がていきたい」と述べ、イベントへの期待を示した。

愛知県では、2016 年からイベントの誘致を展開、昨年 6 月の初開催決定を受け、同年 7 月に開催地連絡協議会を設立、イベント成功へ向けた主催団体の支援を図ってきた。



開催地連絡協議会で挨拶する愛知県の知事大村

今年上半期の訪日外客数は 2151.8 万人
前年同期比 21.0% 増、過去最速の 2000 万人超え

日本政府観光局 (JNTO) が発表した 2025 年上半期 (1 ~ 6 月) の訪日外客数は前年同期比 21.0% 増の 2151 万 8100 人になり、過去最速で 2000 万人を突破したと発表した。春節や桜のシーズンなどで多くの観光需要があったことや、夏休み前で需要が落ち着く 5 月や 6 月もアジア、欧米豪から訪日需要の高まりがみられたことが今回の実績につながった。

国・地域別に見ると最も訪問客が多かったのは韓国で前年同期比 7.7% 増の 478 万 3500 人となった。ついで中国が 53.5% 増の 471 万 8300 人、台湾が 10.3% 増の 328 万 4700 人、米国が 26.7% 増の 170 万 1300 人となった。

出国日本人数 14.0% 増 660.9 万人に
コロナ前からの回復率は 69.3%

一方、今年上半期の出国日本人数は 660 万 9000 人となった。

前年同月比では 14.0% のプラスとなったものの、コロナ禍前の 2019 年同期は 954 万 2332 人となっており、回復率は 69.3% といまだ道半ばの状況が続いている。これから夏休みシーズンに入る中で海外旅行マーケットがどのよう

6 月訪日外客数 7.6% 増 337.7 万人
出国日本人数コロナ前比 69.3% の 105.4 万人

6 月単月の訪日外客数は前年同月比 7.6% 増の 337 万 7800 人となり、6 月としては過去最高となった。

多くの市場でスクールホリデーにあわせた訪日需要の高まりが見られたことで、中国、韓国、シンガポール、米国、ドイツを中心に訪日外客数が増加した。

一方で 6 月の出国日本人数は 105 万 4000 人となり、前月に続き 100 万人を突破する格好となった。前年同月比では 13.3% 増となった。一方でコロナ禍前からの回復率では 69.3% となっている。

訪日インバウンド、韓国、中国は好調
香港は「うわさ」影響し 33.4% 減

6 月の訪日外客数について各国・地域別の動向を見ると、東アジアでは韓国が 3.8% 増の 72 万 9800 人、中国が 19.9% 増の 79 万 7900 人と堅調に推移する一方で、香港は 33.4% 減の 16 万 6800 人とどまった。7 月に日本で大きな災害が起きるといった情報が拡散したことが影響し、大幅に落ち込む結果となった。

東南アジアについては、シンガポールが 16.4% 増の 6 万 8600 人、マレーシアが 27.5% 増の 2 万 8100 人と好調に推移する一方で、タ

イは一部路線の減便や訪日需要の先取りなどがあり、4.6% 減の 5 万 2100 人、フィリピンはスクールホリデーの終了が 7 月末から 6 月中旬まで前倒しとなったことで 2.8% 減の 6 万 3200 人となった。

米国は 16.4% 増の 34 万 5100 人
豪州は航空座席減で 3.9% 減 5 万 9400 人

欧米豪は米国が 16.4% 増の 34 万 5100 人と引き続き好調に推移する一方で、オーストラリアは 3.9% 減の 5 万 9400 人となった。

訪日旅行人気は引き続き高いものの、一部の州で 6 月下旬からだったスクールホリデーが 7 月からと後ろ倒しになったことや、減便などにより前年同月から航空座席数が減少したことでマイナスとなった。

欧州はドイツが 43.9% 増の 2 万 3900 人と好調に推移、スペインも 41.0% 増の 1 万 8200 人と大幅に伸びた。北欧地域は 27.3% 増の 1 万 8300 人、中東地域は 23.5% 増の 1 万 7400 人となった。

2025 年 6 月 訪日外客数 (JNTO 推計値) (対 2024 年比)
Visitor Arrivals for Jun. 2025 (Preliminary figures by JNTO) (Compared to 2024)

国・地域	Country/Area	2024 年		増減 (%)	2025 年		増減 (%)
		人数	Total		人数	Total	
合計	Grand Total	3,145,640	3,277,000	7.6	3,782,422	2,151,810	21.0
韓国	South Korea	783,271	789,000	3.8	4,449,111	4,783,500	7.5
中国	China	665,611	797,900	19.9	3,875,056	4,718,300	53.5
台湾	Taiwan	574,401	585,000	1.8	3,870,187	3,884,700	0.3
香港	Hong Kong	286,504	186,000	-35.4	1,376,107	1,371,140	-0.4
タイ	Thailand	54,604	52,100	-4.6	616,210	680,500	10.3
シンガポール	Singapore	58,525	66,000	12.4	300,037	345,000	15.1
マレーシア	Malaysia	22,045	28,100	27.5	341,791	323,000	-5.5
インドネシア	Indonesia	42,052	51,500	22.4	363,853	336,000	-7.6
フィリピン	Philippines	63,011	63,000	-0.0	401,767	448,100	11.5
ベトナム	Vietnam	47,406	52,000	9.7	331,008	384,000	15.8
インド	India	10,884	28,000	43.9	221,053	171,100	-23.2
オーストラリア	Australia	91,211	93,400	2.4	481,251	387,200	-20.2
米国	U.S.A.	298,414	345,100	15.6	3,342,039	1,991,300	28.7
カナダ	Canada	40,959	41,000	0.1	2,12,084	339,400	58.2
メキシコ	Mexico	10,711	13,200	22.3	64,016	84,000	31.3
英国	United Kingdom	20,028	23,000	14.9	218,891	271,000	24.2
フランス	France	23,116	27,100	17.3	184,325	209,100	13.5
ドイツ	Germany	18,020	23,000	27.7	197,644	232,000	17.4
イタリア	Italy	14,006	20,100	43.6	106,118	193,000	41.3
スペイン	Spain	10,901	18,200	66.1	481,251	387,200	-20.2
ロシア	Russia	5,014	11,800	136.4	41,084	83,700	103.7
中東地域	Middle East	14,376	18,300	27.5	73,676	84,400	13.8
北米地域	North America	14,086	17,400	24.2	75,238	115,700	53.8
その他	Others	83,148	123,000	47.9	676,813	880,000	29.7

	訪日外客数			出国日本人数		
	2024	2025	増減 (%)	2024	2025	増減 (%)
1	2,688,478	3,781,629	40.7	638,581	912,298	43.8
Jan.	(2,386,640)	(3,455,149)	(44.8)			
2	2,798,224	3,258,491	16.9	978,884	1,181,062	20.7
Feb.	(2,548,085)	(2,965,065)	(16.4)			
3	3,081,781	3,497,755	13.5	1,219,789	1,423,449	16.7
Mar.	(2,771,105)	(3,149,434)	(13.7)			
4	3,043,003	3,909,126	28.5	888,767	961,386	8.2
Apr.	(2,763,384)	(3,587,187)	(29.8)			
5	3,040,294	3,693,300	21.5	941,709	1,076,756	14.3
May	(2,758,719)					
6	3,140,642	3,377,800	7.6	930,229	1,054,000	13.3
Jun.	(2,913,631)					
7	3,292,602			1,048,823		
Jul.	(3,065,187)					
8	2,933,381			1,437,126		
Aug.	(2,646,445)					
9	2,872,487			1,212,545		
Sep.	(2,544,751)					
10	3,312,193			1,148,502		
Oct.	(3,051,710)					
11	3,187,175			1,175,117		
Nov.	(2,922,383)					
12	3,489,888			1,187,210		
Dec.	(3,280,013)					
1~6	17,782,422	21,518,100	21.0	5,797,959	6,609,000	14.0
Jan.-Jun.	(16,141,654)					
1~12	36,870,148			13,007,282		
Jan.-Dec.	(33,611,553)					

今年 1 ~ 6 月の訪日外客数と出国日本人数の動向
(出典 : JNTO)

今年上半期と 6 月単月の各国・地域別の訪日外客数
(出典 : JNTO)

旅行関連

Tourism News

郵船クルーズ、34 年ぶり新造船「飛鳥Ⅲ」デビューへ 華やぎとくつろぎの洋上空間で「最幸」な時間を提案

郵船クルーズは、7 月 11 日に横浜港大さん橋国際客船ターミナルにおいて 7 月 20 日に就航する「飛鳥Ⅲ」の命名式を実施したほか、メディア関係者向けに船内を初公開した。「飛鳥Ⅲ」は、郵船クルーズとして 34 年ぶりの新造客船。また、日本船社による日本船籍の新造船としても 27 年ぶりとなった。同社は今後、現在就航中の「飛鳥Ⅱ」との 2 隻体制で多彩なクルーズを実施することとしている。



横浜港で命名式、中野国交相ら出席 日本クルーズ文化の未来を切り開く

命名式は「飛鳥Ⅲ」船内にあるリュミエールシアターで行われ、郵船クルーズの西島裕司代表取締役社長をはじめ来賓として列席した中野洋昌国土交通大臣、山中竹春横浜市長、横浜銀行片岡達也代表取締役頭取らが挨拶を行った。

冒頭で西島社長は、「1991 年の初代飛鳥就航から 34 年、2006 年の飛鳥Ⅱ就航からは 19 年目にして本日飛鳥Ⅲをお披露目できることを光栄に思う」と述べたうえで、コロナ禍の 2021 年に全国 30 もの金融機関の協力を得て建造計画を締結し、ドイツでの約 2 年間にわたる造船を経て、6 月 2 日に横浜港に到着、そして 7 月 20 日の就航に向けて現在最終準備を進めていることを報告した。

また「飛鳥Ⅲ」は環境に配慮した船であるだけでなく、船内設備にはさまざまな工夫を凝らし、著名な作家の美術品、陶芸品など、数多くの美術品で船内を彩っていると紹介。「ゲストに最幸な時間を過ごしていただけることを目指し、今後日本のクルーズ文化の未来を切り開いていく」と決意を示した。

続いてあいさつに立った中野国交相は「和の文化が形作られ日本文化の礎を築いた飛鳥時代に由来がある『飛鳥Ⅲ』は、日本の文化に新しい旅文化を根付かせたいという願いが込められている」と述べた。



写真左から郵船クルーズの西島代表取締役社長、中野国土交通大臣、山中横浜市長、片岡横浜銀行代表取締役頭取

べ、さらに日本の伝統や精神性を体現・発信するクルーズ船としての使命はもちろん、LNG 燃料対応のエンジンや陸上電源用の受電装置など、を搭載した環境負荷を低減するエコシップとしても注目されていることを強調した。

さらに「海洋国家である日本において、技術と文化に育まれたわが国の礎を築き、日本の海における憧れとして輝き続けてほしい」と期待を込めたうえで、国土交通省としては 2030 年までに日本のクルーズ人口 100 万人を目標に、海事、公安、観光といった各省庁が連携をし、クルーズ産業の発展と振興を目指すとした。

飛鳥Ⅲが母港とするいまや世横浜市の山中市長は、横浜港は現在 7 隻が同時就航できる体制となり、2025 年には国際クルーズ船の就航が過去最多になる見込みだと報告した。また「飛鳥Ⅲ」が横浜港を母港にしてくれたことに感謝を述べたうえで、環境に配慮した新進気鋭の「飛鳥Ⅲ」が、持続可能な未来への船出となることを願った。

さらに横浜銀行の片岡頭取は、「最初に造船の話があったのは 2019 年、そこからコロナ禍で社会全体に大きな不安が広がり、将来の見通しが立ちにくい不透明な時期となったが、飛鳥Ⅲの『人と人、人と地域、人と文化を世界につなぐ』というコンセプトに共感し、未来に紡ぐ可能性を期待をして金融機関として同じ船に乗ることを決意した」と振り返り、「本日飛鳥Ⅲの凜とした姿を拝見し、感無量である」と祝福した。

そのうえで「飛鳥Ⅲ」には、47 都道府県をテーマにした客室がある「47 都道府県プロジェクト」を紹介し、この地方創生を体現したプロジェクトに賛同。今後金融機関一同しっかりと伴奏させていただきたいと決意を述べた。

来賓からの挨拶に続いて、同客船の命名者となった日本郵船・曾我貴也社長の夫人である曾我多美子氏が



「飛鳥Ⅲ」の命名式での記念写真。

登壇し、命名式を実施。伝統的なシャンパンボトル割り「シャンパンスプラッシュ」も行われ、就航を祝った。

命名式の後には「飛鳥Ⅲ」のキャプテンである小久江尚氏が挨拶を行い、キャプテンズパーティーが行われた。小久江船長は、「先日ドイツを出港した「飛鳥Ⅲ」は偶然にもアフリカ沖で 2006 年まで初代「飛鳥」として活躍していた現在の「アマデア」に遭遇し、さらにセントヘレナ島沖では「飛鳥Ⅱ」とのランデブーも実現でき、非常に幸運な門出となった。今後日本のクルーズのフラッグシップとして業界の最前線を走っていきたい。」と強い決意を表明した。



キャプテンズパーティーで挨拶をした船長小久江尚氏（写真中央）。

多彩な旅行者需要に応える充実設備 アート作品に囲まれて生活できる

今回デビューする「飛鳥Ⅲ」は、総トン数が 5 万 2265 トン、客室数は 381 室、乗組員数約 470 人、乗客数 740 人と日本の船会社が運航するクルーズ船としては最大規模となる。「幸を編む至福の船旅」というコンセプトのもと最幸な時間を提案。華やぎとくつろぎの洋上空間で「お客様好みに広がる旅」が楽しめる。

乗船するとまず 3 層吹き抜け、漆芸家である室瀬和美氏が手掛けた壮大な漆芸作品が輝くアトリウム「アスカブラザ」が出迎える。客室はすべてが海側のプライベートバルコニー付きとなっていて、ペン

旅行関連

Tourism News

トハウス、スイートクラス、バルコニークラスの 3 クラスの客室が用意されている。

最高峰の「ペントハウス」は、すべての食事、寄港地観光ツアー、アクティビティがインクルーシブとなりラグジュアリーなステイを提案。リビングとベッドルームがある「スイートクラス」は家族や仲間と過ごすのに最適な空間となっている。「バルコニークラス」は、現代的なレジデンシャルスタイルとなり機能的で快適な客室に。一人旅を優雅に楽しめるソロバルコニークラスも用意されている。また、今回ワーケーション需要にもこたえるべくデジタル環境も整備された。

館内には、気分や好みで選べる 6 つのレストランが完備。フレンチ、イタリア

ン、割烹料理、オールデイダイニング、多国籍料理ビュッフェ、グリル料理が楽しめるレストランのほか、バーやラウンジも充実している。また、船首に配置された展望大浴場と露天風呂が完備されたグランドスパは世界一のお風呂と評価されている。他にもアルバトロスパール、最先端のデジタル技術を駆使したシアター、日本の船籍では初となるクラップスなど、が揃うカジノ、デジタルシャッフルボード、スタジオ、ゴルフシミュレーター、スポーツコートなど、が完備されている。

船内 4 か所にあるステージでは、ミュージシャンの生演奏や卓越したエンターテインメントが楽しめるほか、大人の知的好奇心が満たされる学びやウェルネスプログラムも充実している。

また「飛鳥Ⅲ」ならではの魅力の一つが、船内のあらゆるところでアート作品が飾られ、まるで美術館で生活している感覚になれる点だ。

船内には、日本画家平松礼二氏や土屋禮一氏など、日本を代表するアーティストのほか、将来が期待される新進気鋭のアーティストやアート公募展で入賞・入



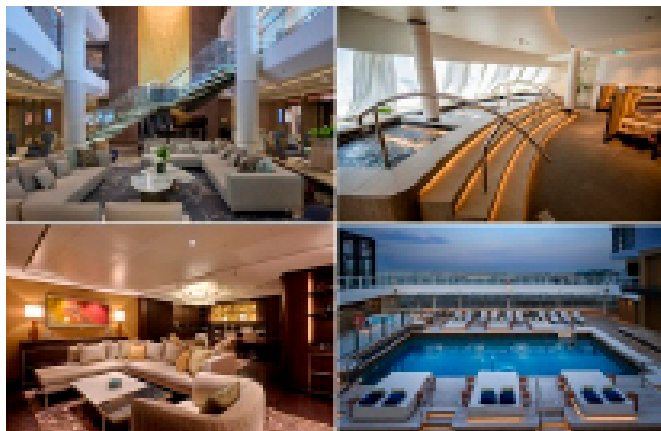
絵画はもちろん陶芸作品や食器にも芸術作品が揃う。

選した優秀作品など、が船内のあちこちに展示されている。

「飛鳥Ⅲ」は、3 泊 4 日のクルーズから日本一周クルーズ、さらには海外クルーズへと今後多方面にわたる航路を提供する。これまで培ってきたクルーズ文化や和のおもてなしを継承しながら、新しいクルーズ文化を創造していくことが期待されている。



「飛鳥Ⅲ」操舵室、女性航海士も乗船する。



船内の中心部アスカプラザ、船首に設置された浴場、最上級のペントハウス客室、プールなど、こだわりの設備が充実している。

じゃらん、全国道の駅グランプリ 2025 発表 1 位は群馬県「道の駅 川場田園プラザ」

リクルートが運営する旅行情報サイト「じゃらんニュース」は、道の駅に関するアンケート調査を実施し、利用者の満足度に基づくランキングを発表した。その結果、群馬県の「道の駅 川場田園プラザ」が 1 位を獲得。福岡県の「道の駅 むなかた」が前回 10 位から大幅に順位を上げ、2 位に選ばれた。

昨年度の 2 位から返り咲いた 1 位の「道の駅 川場田園プラザ」は、広大な敷地に広がる自然と、バラエティ豊かなグルメやアクティビティが揃い、1 日中楽しめる道の駅として高い評価を受けており、満足度は 81.5% を記録した。

2 位の「道の駅 むなかた」は、九州エリアで高い支持を集める人気施設。玄界灘で水揚げされた新鮮な魚介類が毎朝漁師から直送される鮮魚コーナーや、園芸・工芸雑貨のショップなどが併設され、利用者の満足度を高めている。

3 位には、沖縄県の「道の駅 許田」が選ばれ、沖縄の特産品が揃う売店や、名護湾を一望できる展望スポットが人気を集めている。

4 位以降は、4 位「道の駅遠野風の丘」(岩手県)、「あ・ら・伊達な道の駅」(宮城県)、6 位「道の駅富士川楽座」(静岡県)、7 位「道の駅上品の郷」(宮城県)、8 位「道の駅伊東マリンタウン」(静岡県)、9 位「道の駅センザキッチン」(山口県)、10 位「道の駅雲石あねっこ」(岩手県)となっている。詳細は「じゃらん全国道の駅グランプリ 2025」の公式サイトを参照。



乳製品やビール工場、アスレチックもある
「道の駅 川場田園プラザ」

「じゃらん 全国道の駅グランプリ 2025」

<https://www.jalan.net/news/article/880234/>

楽天トラベル、都道府県ランキング発表 万博や芸術祭で大阪、香川、岡山人気

楽天トラベルは、2025 年夏の人気上昇都道府県ランキングを発表した。その結果、前年同期比で予約泊数の伸びが最も大きかった都道府県は大阪府となり、次いで香川県、岡山県となった。

予約泊数が前年同期比 1.4 倍超と大きく増加した大阪府は、大阪・関西万博の開催に加え、人気テーマパークのエリア拡大や夏限定イベントの影響が後押しした結果となった。

2 位の香川県と 3 位の岡山県はいずれも前年同期比の 1.2 倍超となった。香川県は、3 年に 1 度開催される現代アートの芸術祭「瀬戸内国際芸術祭」の夏会期が 8 月に予定されている影響もあり、高松エリアを中心に予約が増加。2 月にオープンしたアリーナでのイベント開催も注目されている。

岡山県も瀬戸内国際芸術祭の会場があることや「全国高等学校総合体育大会」(インターハイ)開催場所の 1 つであることも人気の要因となっている。

旅行関連

Tourism News

ネパールのアドベンチャー旅行会社が日本向け事業に本腰 Trek Me Nepal 社、教育旅行誘致にも力

日本でも冒険や文化体験、地元の交流に重きを置いた「アドベンチャートラベル (AT)」への関心が高まる中、ネパールで AT を専門に取り扱う旅行会社である Trek Me Nepal (トレック・ミー・ネパール) 社の幹部がこのほど来日し、本紙との取材に応じた。同社はこれまで米国やオーストラリア市場などを中心に事業を展開してきたが、ここ最近 AT やサステナブルツーリズムへの関心が高まる日本を新たなターゲットと定めてビジネスを強化していく考えを示した。今後は日本の旅行会社との接点をより緊密なものとしていき、トレッキング関係の旅行者だけでなく、文化観光に関心の高いシニア層や教育旅行の受け入れにも力を入れていきたい考えだ。

文化観光ツアー訴求でシニア誘致も 日本語ガイドの対応も可能

トレック・ミー・ネパール社は旅行会社で勤務していたディラジ・カンデル CEO らが独立し 2023 年 1 月にネパールのカトマンズで設立した新興の旅行会社だ。AT を推進する世界最大の組織である ATTA (アドベンチャートラベル・トレード・アソシエーション) にも加盟している。

創業のきっかけについてカンデル CEO は「世界各地を旅行していく中で、ネパールの魅力をあらためて再発見することができた。そうした中でネパールの良さをもっと多くの世界の人々に知ってもらいたいと思い、起業した」と話す。

同社がミッションとして掲げているテーマが「本物で持続可能かつ一人ひとりに寄り添ったトレッキング & 旅行体験の提供」だ。昨年は 97 本のツアーを催行したが、エベレスト登山を始めとした本格的な山岳ツアーから、手軽に楽しむことができるトレッキングツアーなどバラエティに富んだ内容となっている。

ツアーを催行している上でこだわっている点としてカンデル CEO は「単にトレッキングを手配することやガイドをアテンドするだけでなく、ホスピタリティという部分を強く意識している」という。

同社には現在 12 人のガイドが常駐しているほか、信頼のおけるガイド手配を行っているという。日本語への対応も可能だという。

ガイドは安全面に関するトレーニングを受けているだけでなく、旅行者とのコミュニケーションにも軸足を置いて教育を行っている。

さらに同社の利益の一部を「配当金」としてガイドにも支払うことで、ガイドの地位向上にも寄与する施策も講じているという。そうした取り組みを通じてガイ

ドの質向上につなげている。

トレック・ミー・ネパールがビジネスを展開している主要マーケットは米国やオーストラリアなど欧米豪市場が中心だったが、今後ビジネスを広げていく上で注力していきたいマーケットとして日本を挙げた。

日本とネパール両国間には現在ネパール航空が成田ーカトマンズ間に週 3 便の直行便を運航しており、アクセスしやすい環境が整っていることから「一定のポテンシャルがあると考えている」とカンデル CEO は話す。

日本からの旅行者誘致としてポイントとして掲げるのが、同社が得意としている山岳旅行だけでなく、文化観光や環境配慮を始めとしたサステナブルツーリズムだ。

文化観光に関しては「ネパールは仏教関連の観光資源が数多く存在する。日本の旅行者はシニア層を中心に文化や歴史に対する関心が高いので、積極的に訴求していきたい」とカンデル CEO は話す。

サステナブル関連では同社の CSR (社会的責任) 活動の一環として、「One Guest One Tree キャンペーン」という取り組みを展開している。これは同社のツアー参加者の名前を付けた若木を植樹するというもの。この取り組みを通じ「ネパールを訪問することが自然保護にも貢献するということを訴えていきたい」としている。

学校訪問受入れる学生向けプログラムも 日本との接点強化でツアーの質的向上を

このほか、日本向けのビジネスとして力を入れていきたいとするのが教育旅行の受け入れだ。

カンデル CEO は「ネパールを訪問するすべての旅行者が雄大な山々だけでなく、ネパール人の人々との触れ合いを記憶に残して帰ってもらいたい」と述べると



本紙との取材に応じた Trek Me Nepal 社の関係者。中央がディラジ・カンデル CEO、左がラム・カドカディレクター、右はプラカシュ・レグミディレクター

ともに「ネパールでさまざまな経験をすることで日本の良さを客観的に見ることができるという部分を教育旅行を通じて訴求していきたい」と話す。

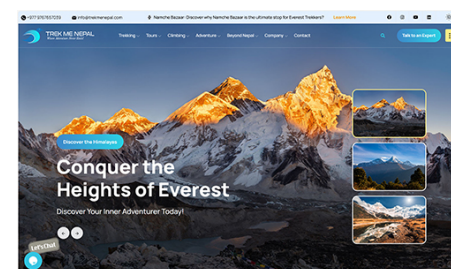
学生をターゲットとした素材としてはネパールの学校訪問に対応することができるとともに、サステナブルツーリズムに関連した素材を学生向けにアレンジすることも可能であるとしている。

同社は今回の来日で日本の複数の旅行会社と面談の機会を持ったという。カンデル CEO によると「それぞれの旅行会社がわれわれのビジネスに対して関心を寄せてくれた。また、われわれにとっても知識を得る良い機会となり、大変実りのあるミーティングだった」と振り返る。

今後は今回のミーティングの結果を踏まえ、日本市場向けの旅行商品のさらなる磨き上げを図っていき、日本からの誘客上積みを目指していく。

さらに「ネパールの人々も日本に対する高い関心を持っている」(カンデル CEO) ことから、日本の旅行会社とのネットワークをより強固のものとしていくことで、将来的には訪日旅行ビジネスの取り扱いも目指していきたい考えも示した。

※ Trek Me Nepal 社のウェブサイト
<https://trekmenepal.com/>



ウェブサイトのトップページ

旅行関連

Tourism News

「JOMO」と非日常感に注目、変化する旅の志向を分析 エクスペディアが旅行者最新トレンドセミナー

エクスペディア・グループは、国際ツーリズムトレードショーで、世界の旅行者の最新動向に関するセミナーを実施した。セミナーでは、エクスペディア・ホールディングス トラベルパートナーグループ エリア統括部長の Kamy K (上池佑介) 氏が登壇し、グローバルなデータに基づき、コロナ禍を経て変化した旅行者の志向や価値観について紹介した。Kamy 氏はコロナ禍を経て旅行に対する価値観が変容した中で有名スポットを避けた「JOMO トラベル」や時期や場所を限定した特別な体験を通じて非日常を堪能するという旅のスタイルが今後注目されるとした。

海外旅行意欲 12%から 68% に上昇 宿泊施設、レビューの信頼性が重要視

エクスペディアが実施した調査によると、現在の旅行者の約 50% が「旅行の価値は 5 年前よりも高まっている」と感じており、それが旅行へのモチベーションにも大きく影響しているという。Kamy 氏は「新しい体験や、大切な人との時間に重きを置くようになった」と述べ、旅行の目的そのものが変化していることを強調した。

また、海外旅行への意欲も年々高まっている。「海外旅行を計画中もしくは予定している人」の割合は、2020 年の 12% から、2025 年には 68% にまで上昇。さらに、旅行スタイルも多様化し、ビジネスとレジャーを組み合わせた「プレジャー」やフレックスタイムとバケーションを利用した「フレックスケーション」など、仕事とプライベートの境界を曖昧にした新しい旅の形が広がってきていると指摘した。

予約時に重視されるポイントも変わりつつある。価格とともにレビューの信頼性が重要視されており、Kamy 氏は「レビューがしっかり書かれていれば、多少高額でも予約される傾向がある」と指摘。また、「朝食が無料」「食事・飲料の割引」「駐車場無料」「空港送迎」などの特典も予約を後押しする要素として上位に挙がっていると語った。

旅行情報の取得方法についても変化が見られている。Kamy 氏は、「SNS から旅のヒントを得るという人は 61% に達し、従来の友人や家族からの情報を参考にしているという割合を逆転した」と解説した。

また、旅行会社を通じた予約に加え、日常的なロイヤリティプログラムを活用した旅行予約の動きや、スーパーマーケットのチラシ経由で旅行を手配するなど、予約方法が多様化している現状についても触れた。

旅行者の興味や関心の対象も変わってきた。映画やドラマのロケ地を訪れる「Set-jetting (セットジェッティング)」の経験者は 66% にのぼり、SNS で見た旅先をそのまま予約できる「One click trip (ワンクリックトリップ)」の利用経験者は 73% と、多くの人がインフルエンサーの旅に触発されている。SNS 上の旅行体験がリアルな予約につながっていると言えるようだ。

さらに、あえて有名観光地を外した「Detour Destinations (寄り道目的地)」や、以前は一部で敬遠されていた「オールインクルーシブ」についても若年層の間で注目され、旅の価値観にも大きな変化が見られるようになった。

また、旅の価値観の変化の中でも最近



エクスペディアの Kamy K (上池佑介) 氏

特に注目されるのが「JOMO トラベル」だ。JOMO (Joy of Missing Out) とは「見逃すことの喜び」を意味し、あえて有名スポットを避け、静かでプライベート感のある場所でゆったりと過ごす旅のスタイルのことで、湖畔のロッジや山のシャレー、ビーチハウスなどで過ごす旅のことを指す。この旅の経験者の 6 割は「ストレスや不安が軽減した」と答え、5 割が「大切な人によりよい関係を築けた」と回答している。

一方で、非日常の体験を求める層も多い。たとえば、アメリカでは日食が見える場所への旅行が人気になったり、日本では蛍が見える場所が注目されたり、時期や場所が限定されるような特別感が求められるようになってきた。そのため「自然現象を間近で観察できる宿泊先を重視する」という人は約 8 割にのぼり、感動体験を求める旅行者が体験型・没入型の旅を積極的に計画していることが明らかになった。旅行のプラン自体が誰もが知っている大都市だけでなく、こういった貴重な感動体験ができるニッチな場所を取り入れるオリジナル性の高い旅が増えていると言える。

これらの現状を踏まえて Kamy 氏は「コロナ禍を経て、旅に求めるものも旅のスタイルも大きく変化した。今日ご紹介したトレンドが、今後の商品づくりやプロモーションのヒントになれば」と語り、セミナーを締めくくった。

Klook と星野リゾートが連携 訪日旅行の分散化と地方観光の新規需要創出

香港に本社を構え、旅行・体験予約サービスを展開する Klook (クルック) と星野リゾートは、訪日旅行の分散化と地方観光の新たな需要創出を目的とした新たな取り組みを実施すると発表した。第 1 弾として星野リゾートの宿泊施設と Klook で販売している全国の交通チケットを組み合わせた宿泊パッケージを販売する。

訪日旅行者の間では、都市部だけでなく日本各地の自然や文化を体験したいというニーズが高まっている。しかし、実際には地方エリアへのアクセスの難しさや言語の壁による予約情報の不足、観光商品の選択肢が限られていることにより、旅行先の選定を都市部に偏らせる要因となっていた。この課題を解決し、訪日客の地方分散を図ることで両社の思惑

が一致し、今回の連携に至った。

新たに星野リゾートの温泉旅館ブランド「界」の宿泊と交通チケットを組み合わせた「Stay +」パッケージを Klook のアプリで販売する。星野リゾートの宿泊施設の中で界ブランドは地域ならではの文化体験や温泉を提供しながらも、訪日観光客にとってアクセスが難しかった施設となっていた。今回交通手段と宿泊をセットで提供することで、旅行者が快適に地方を訪問できる環境を整える。

今回の連携について星野リゾートの星野佳路代表は「日本の大都市で観光による混雑が旅行者の体験や地域社会に影響を及ぼす中で、旅行需要を地方へ分散させることが重要だと考えている。Klook との連携により、宿泊と交通を一



左から Klook ウィルフレッド・ファン最高商務責任者、星野代表、増田ゼネラルマネージャー

体で提供することで、地方部でのアクセスの課題を解消し、より多くの旅行者が日本各地を訪れるようになると考えている」とコメントした。

また Klook 日本法人の増田航海ゼネラルマネージャーは「今回の連携により、世界中の Klook ユーザーに星野リゾートの魅力を地域全体をめぐる旅として交通とともに届けることが可能となる。都市部に集中しがちな訪日観光を、より多様で豊かな体験へと広げていけるよう、今後も地方誘客に取り組んでいく」と語った。

航空関連

Aviation News

ユナイテッド航空、成田－高雄線を就航 米国からの乗り継ぎとあわせ、日台間需要開拓へ

ユナイテッド航空 (UAL) は 7 月 11 日から成田と台湾の高雄を結ぶ新路線を開設した。新路線は旅客の半分を米国からの乗り継ぎ需要で、残る半分は日本－台湾間の旅客需要を獲得していきたい考えだ。高雄は食や芸術関連の観光資源が充実しているほか、経済都市としての側面も持っていることから、レジャー・ビジネス双方の需要獲得を狙っていく考えだ。

米国からの旅客 5 割、日台間需要 5 割 ANA と関係補完、UAL グラム機材を活用

成田－高雄線は毎日運航する。機材はボーイング 737-800 型機を使用する。座席数はビジネスクラス 16 席、エコノミークラス 150 席の計 166 席となる。

成田－高雄線開設の狙いについて、本紙らとの取材に応じたユナイテッド航空の桐山謙一アジア太平洋地区営業担当支社長は「米国で発行するクレジットカードの消費額を調査したところ、一定の需要が見込めると判断した」ことを挙げた。さらに以遠権を活用して成田から運航することとした理由としては「各国・地域の第 2 都市へ就航するのにあたり、機材繰りをする中でグラム路線で使用している機材を有効活用することが得策であると考えた。また、共同事業を展開する全日本空輸 (ANA) とのネットワークを充実させるという狙いの 1 つにある」と語った。

旅客需要については「米国からの乗り継ぎ需要が半分、残りの半分が日本と高雄間の旅客需要になる」という見通しを示した。



桐山謙一アジア太平洋地区営業担当支社長

なお、ユナイテッド航空は成田空港から

デンバー、ヒューストン、ロサンゼルス、サンフランシスコ、ニューヨーク / ニューアークの米国本土 5 都市に直行便を運航。さらにその 5 都市から全米 200 都市超へのアクセスが可能となっている。

日本の需要開拓へ認知度向上に注力 旅行会社や SNS でプロモーション

日本と台湾間の旅客需要について桐山支社長は「当初は台湾からの訪日需要がけん引することになるのではないかな」との見解を示した。一方、日本から高雄への旅客需要開拓に関しては「まずは、ユナイテッド航空が高雄への航空路線を運航していることを認知してもらうのが重要だ」と述べ、旅行会社と連携したプロモーションに取り組むほか、LINE を始めたとして日本語版の各種 SNS アカウントを使用し、成田－高雄線に関する PR を積極的に実施していく考えを示した。

観光協会東京事務所王所長が式典に 台湾南部の旅行需要活性化に期待

7 月 11 日に成田空港で実施した成田－高雄線の就航記念式典には、桐山支社長らユナイテッド航空関係者に加え台湾観光協会の王紹旬東京事務所長が来場し、開設を祝った。

式典ではユナイテッド航空の桐山支社長が「今回の成田－高雄線の就航で高雄から、成田を拠点にして米国 5 都市に便利に乗り継ぐことが可能だ。これとあわせて日本と高雄の架け橋となり、交流を深めていく一助になりたい」とあいさつするとともに「高雄は個人的にも好きな

もので、限定特典の提供による特別な顧客体験の創出や、野生動物保護の重要性の発信など、観光振興と環境保全の両面で価値を提供していく。

シンガポール航空は、航空輸送の提供や各種物流支援を行うほか、シンガポールの野生動物園と世界各地の認定動物園との間での動物輸送、さらに野生動物の自然生息地への返還支援などにも協力する。

今回のパートナーシップにシンガポール航空の旅行体験プラットフォーム



シンガポール航空×マンダイ・ワイルドライフ 観光促進と野生動物保護で新たな施策

シンガポール航空 (SIA) グループは、シンガポールで動植物関連の施設を運営する「マンダイ・ワイルドライフ・グループ」と 3 年間の戦略的パートナーシップを締結したと発表した。シンガポールの魅力発信を強化することが狙い。

本提携は、都市と自然が調和する「シティ・イン・ネイチャー」というシンガポールの国家ビジョンに基づいて実施される



成田空港で就航記念式典を行った

街の 1 つで、文化や芸術、食など、様々な魅力があり、活気にあふれているので是非訪れてもらいたい」と述べた。

台湾観光協会の王東京事務所長は「日本から台湾への訪問者数が増加傾向にある中で、世界に充実したネットワークを持つユナイテッド航空が高雄に就航することは非常に意義深いことだ」と述べた。その上で「新路線で台湾南部のアクセシビリティが高まり、手軽に台湾南部への旅行が可能となるほか、ビジネス客にとっても出張計画の柔軟性が高まるのではないかな」と指摘した。

さらに「桐山支社長が高雄が好きな街の 1 つであると話してくれた。その想いをもっとアピールしてくれるとうれしいし、われわれもマーケットを盛り上げられるように一緒に協力していきたい」と付け加えた。



台湾観光協会の王紹旬東京事務所長

ユナイテッド航空の成田－高雄線の運航スケジュールは以下の通り。

▼ UA837 便＝
成田 17:30 発－高雄 21:00 着 ※毎日運航
▼ UA838 便＝
高雄 10:25 発－成田 15:15 着 ※毎日運航

「Pelago」ではシンガポール動物園やナイトサファリなどマンダイグループの運営施設に関する、さまざまな特典やプロモーションが用意される。また、共同ブランドの限定グッズも「KrisShop」やマンダイ・ワイルドライフ・リザーブ内の一部店舗にて販売される予定だ。

8 月からはシンガポール航空の機内エンターテインメント「KrisWorld」において、マンダイ・ワイルドライフ・グループに関する特集コンテンツの放映も予定されている。

航空関連

Aviation News

航空輸送統計 4月、国際旅客200万人に迫る回復 利用率8割超、国内線旅客前年より着実に増加

国土交通省がまとめた今年4月の航空輸送統計速報は、本邦航空運送事業者による国際航空の旅客輸送量が前年同月比16.9%増の185万9000人となった。人キロベースでは17.2%増の91億3725万6千人キロで、座席利用率が81.2%だった。このところ訪日旅客を中心に輸送量が大幅に伸びており、利用率が8割を上回る比較的高い水準となった。前年同月にはすでにコロナ禍前に迫る回復を見せていたが、それをさらに上回る水準となった。

国内定期航空の旅客輸送量は0.4%増の783万6000人であり、人キロベースが2.1%増の75億6508万2千人キロ、座席利用率が70.1%となった。国内線旅客の需要はすでにコロナ禍前を上回っており、利用率も7割台と比較的高い水準となった。

貨物輸送量は超過手荷物・郵便を含め、国際航空貨物が3.1%増の13万2238トンで、トンキロベースが4%増の7億4381万9千トンキロ、重量利用率が70%だった。国内定期の輸送量は9.7%増の5万9185トン、トンキロベースが前年比10%増の6449万5千トンキロで、重量利用率が49.4%だった。

航空機燃料の消費量は合計で1108万5660キロリットルだった。そのうち国際線の国内給油が24万7970キロリットルで、国外給油が24万8630キロリットル。一方の国内線の定期便への給油が1054万9254キロリットルで、その他が1797キロリットル(うち航空ガソリン128キロリットル)となった。

航空機使用事業などの航空機の稼働実績は全体で前年同月比15.9%減の7669時間50分。そのうち固定翼の飛行機では22.3%減の3436時間14分で、回転翼のヘリコプターでは9.9%減の4233時間36分となった。事業別で見ると、航空機使用事業の飛行機が20.6%減の3238時間19分で、ヘリが10.8%減の2125時間43分。遊覧では飛行機が239.4%増の85時間25分で、ヘリが30.6%減の279時間42分。貸切では飛行機が64.2%減の112時間30分で、ヘリが4.3%減の1828時間11分となった。

■国際線方面別実績

・中国=旅客数:27万1929人(23.9%増)/貨物量:3万1111.248トン(1%減)
・韓国=旅客数:16万2489人(27.3%

増)/貨物量:3821.754トン(24.6%増)
・その他アジア=旅客数:77万4726人(9.5%増)/貨物量:3万8983.444トン(2.8%増)
・米大陸=旅客数:29万7754人(12.4%増)/貨物量:3万3633.175トン(4.2%減)
・ハワイ・グアムなど太平洋=旅客数:15万2454人(19.4%増)/貨物量:4534.758トン(5%減)
・ヨーロッパ=旅客数:13万1989人(27%増)/貨物量:1万961.047トン(16.4%増)
・オセアニア=旅客数:4万3841人(13.4%増)/貨物量:2066.937トン(8%増)

■国内路線別実績 《幹線》

・羽田-新千歳=旅客数:67万3501人(11.5%増)/貨物量:1万126.961トン(20.3%増)
・羽田-伊丹=旅客数:42万2504人(10.4%増)/貨物量:3771.014トン(6.8%増)
・羽田-関西=旅客数:10万1930人(11.8%増)/貨物量:268.982トン(42.2%減)
・羽田-福岡=旅客数:70万9596人(9.1%増)/貨物量:8087.623トン(0.1%減)
・羽田-那覇=旅客数:52万731人(4.5%増)/貨物量:8938.908トン(1.6%増)
・成田-新千歳=旅客数:13万663人(12.2%減)/貨物量:822.093トン(64.6%増)
・成田-伊丹=旅客数:1万8428人(6.8%増)/貨物量:2.891トン(111.8%増)
・成田-関西=旅客数:5万650人(16.4%減)/貨物量:0.148トン(74.3%減)
・成田-福岡=旅客数:11万8127人(3.4%減)/貨物量:0トン(皆減)
・成田-那覇=旅客数:6万6372人(1.4%増)/貨物量:301.106トン(9.6%増)
・伊丹-新千歳=旅客数:9万1126人(8.4%増)/貨物量:534.528トン(0.8%増)
・伊丹-福岡=旅客数:3万8598人(25.7%減)/貨物量:228.919トン(25.5%増)
・伊丹-那覇=旅客数:9万6512人(4.1%増)/貨物量:2350.442トン(3.5%減)
・関西-新千歳=旅客数:8万5214人(0.6%減)/貨物量:8.126トン(74.1%減)
・関西-福岡=旅客数:3万6542人

(0.2%減)/貨物量:0トン

・関西-那覇=旅客数:10万4820人(6.9%増)/貨物量:233.727トン(5.2%減)

・福岡-新千歳=旅客数:6万5673人(13.1%増)/貨物量:168.483トン(25.4%減)

・福岡-那覇=旅客数:17万8460人(6.1%増)/貨物量:714.566トン(20.4%減)

・新千歳-那覇=旅客数:9607人(1.2%減)/貨物量:0トン

《主要ローカル線》

・羽田-鹿児島=旅客数:19万324人(4.8%増)/貨物量:1162.319トン(11.9%減)

・羽田-熊本=旅客数:15万7054人(10.8%増)/貨物量:564.593トン(1.4%増)

・羽田-広島=旅客数:14万768人(4.6%増)/貨物量:659.634トン(5%減)

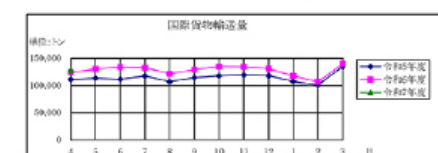
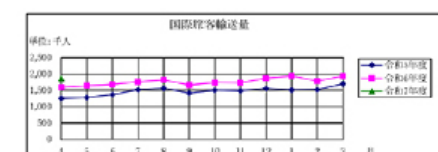
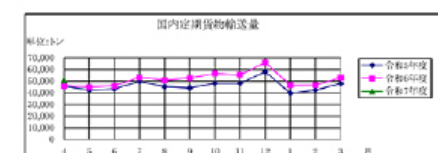
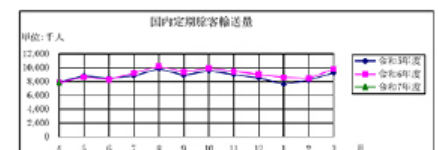
・羽田-長崎=旅客数:13万5602人(12.8%増)/貨物量:485.991トン(0.3%増)

・羽田-松山=旅客数:11万8550人(6.3%増)/貨物量:406.888トン(1.1%減)

・羽田-宮崎=旅客数:9万2259人(8%減)/貨物量:220.441トン(22.7%減)

・中部-新千歳=旅客数:9万8373人(6.4%増)/貨物量:133.313トン(8.7%増)

・その他のローカル線=旅客数:338万4476人(6%減)/貨物量:1万807.522トン(41%増)



4月の国際線旅客は200万人に迫る実績となった
(提供:国土交通省)

航空関連

Aviation News

「World' s Best Airline Alliance」受賞 スターアライアンス、4年連続で選出

スターアライアンスは、英国 SKYTRAX 社が主催する「World Airline Awards」において、4年連続で「World' s Best Airline Alliance」に選ばれた。全日本空輸(ANA)が属する航空アライアンスであるスターアライアンスは、SKYTRAX が2005年に創設した「World' s Best Airline Alliance」において、13回もの受賞を誇る。また、スターアライアンス・パリ・シャルル・ド・ゴール空港ラウンジが、2023年10月の開設以来、2年連続で「World' s Best Airline Alliance Lounge」を受賞した。

スターアライアンスのテオ・パナジオトウリアス CEO は、「この継続的な評価は、私どもスターアライアンスにとって非常に重要なもの。リズムで結ばれた加盟航空会社は、日々よりスムーズな旅を実現するために、何百万人ものお客様から信頼をいただいていることを反映するものだ」とコメントするなど、「World' s Best Airline Alliance」の4年連続受賞を喜んだ。

その上で「この快挙は、スターアライアンスおよび加盟航空会社の全従業員が、躍進の年となった2024年を通じて、卓越性へのコミットメントを共有してきたこ

とを反映した賜物」と話すなど、加盟航空会社を支えた各社のスタッフを称えた。



過去18回の「World' s Best Airline Alliance」部門で13回の受賞を誇るのがスターアライアンスだ(提供: スターアライアンス)

エティハド、7都市への新規就航を発表 カザフスタンのアルマトイ、ルーマニアのブカレストなど

エティハド航空は7月15日(現地時間)、新たに7つの目的地への就航を発表した。

アブダビを発着する7つの新たな目的地は、アルマトイ(カザフスタン)、バクー(アゼルバイジャン)、ブカレスト(ルーマニア)、メディナ(サウジアラビア)、トビリシ(ジョージア)、タシケント(ウズベキスタン)、エレバン(アルメニア)の7つ都市だ。

これらの都市へのフライトは今後数日中に航空券の販売を開始する予定。

まず、メディナ線の就航は今年11月から週6便で運航をスタートする。

その後、バクー線を来年3月2日から週10便で、エレバン線は2026年3月9日から週10便でスタートする。

さらに、トビリシ線が3月13日に週8便で開始し、アルマトイ線は3月16日に週8便で、同じ日にブカレスト線を週4便で運航。

タシケント線は3月17日から週6便で運航すること

を計画しており、来年3月に一気に6路線を開通するかたちだ。

エティハド航空のアントノアルド・ネベス最高経営責任者(CEO)は「我々の目標は明確だ。

より多くの人々をアブダビに直接運航したいと考えている」とことを強調。

「これらの新規路線は、急成長を遂げ、文化豊かな地域と我々を結び付け、UAEの首都における観光と貿易の需要を刺激することになるだろう」と話した。

エティハド航空は今年、プラハ、ワルシャワ、ソチ、アトランタの4つの新たな目的地に新規就航済みで、年末までにさらに13路線を追加する。



エティハド7つの新規路線就航を明らかにした

スカイマーク、 最前列席のウェブ予約可能に

スカイマークは7月16日から、客室最前列の「フォワードシート」をウェブ予約・決済できるサービスを開始する。ウェブ予約化にあわせてフォワードシート料金を改定し、例えば羽田ー神戸線は1500円、羽田ー福岡などは2000円となる。

スカイマークによれば、今回のシステムメンテナンスに伴い、ウェブ上で座席指定・支払いが可能になるとのこと。これまで空港カウンターもしくは予約センターでの手続きが必要だったが、スカイマーク公式サイト上で完結することができる。もちろん、引き続き空港カウンターや予約センターでの手続きも可能だ。これまでフォワードシート利用者は、機内販売品の菓子類のうち4種から一つ無料で選ぶことができたが、旅客から要望を踏まえ、ペットボトル飲料水も選択することができるようにした。

■フォワードシート料金表■

・鹿児島ー奄美大島、那覇ー下地島 = 1000円

・羽田ー神戸、茨城ー新千歳、中部ー鹿児島、神戸ー仙台、神戸ー茨城、神戸ー長崎、神戸ー鹿児島 = 1500円

・それ以外の路線 = 2000円

※一人1区間の料金 ※大人と小児は同額

・乗り継ぎ便は2区間分の料金が必要となる



JAL、マネースクエアHD株式取得 ノジマから33.4%取得、金融事業強化

日本航空(JAL)は7月14日、とSBIリクイディティ・マーケットと共同で、外国為替証拠金取引を中心とした投資ソリューションを提供するマネースクエアホールディングス(HD)の全株式を取得すると発表した。マネースクエアHDの既存株主であるノジマとの間で株式譲渡契約を同日付で結んだ。JALはマネースクエアHDの株式の約33.4%を取得し、持分法適用会社とする。SBILMは同社の株式の約66.6%を取得し、連結子会社とする。8月上旬の取引完了を予定する。

JALグループは経営の多角化の一環で、マイルとも相性の良い金融領域に経営資源を積極的に投じている。今回、個人投資家の資産形成支援で実績のあるマネースクエアを持ち分法適用会社とすることで金融事業を強化し、非航空事業の成長につなげたい考えだ。

ディステーション

Destination News

NY 市と JAL、アメリカン航空が合同イベント 市制 400 年、羽田から 1 日 3 便の利便性アピール

ニューヨーク市観光会議局と日本航空 (JAL)、アメリカン航空 (AAL) は、旅行業界関係者を招いたネットワーキングイベント「Take Off to NYC」を共同で開催した。イベントでは、今年市制 400 年を迎えたニューヨーク市の最新情報を紹介した。加えて、両社の共同事業により現在 1 日 3 便を運航する羽田ーニューヨーク (JFK) 線の利便性やサービスをアピールした。

冒頭のあいさつで、日本航空の執行役員 ソリューション営業本部副本部長 東京支社長の西原口香織氏は「日本航空とアメリカン航空が共同事業を開始したのは 2011 年。以来、サービス品質の向上やネットワークの拡充に努めており、その一例がニューヨークである」と説明した。

現在、羽田ーニューヨーク (JFK) 間では、日本航空が 1 日 2 便、アメリカン航空は昨年より 1 日 1 便を運航、計 1 日 3 便を運航しており、西原口氏は、「ニューヨークからアメリカ国内や南米方面へ広がるアメリカン航空のネットワークが、お客様の利便性向上につながっている」と述べ、共同事業の優位性を強調した。

ニューヨーク市観光会議局 ツーリズム・マーケット・ディベロップメント部門 シニア・バイスプレジデントのマキコ・マツダ・ヒーリー氏は、「昨年は 6450 万人の訪問者があり、790 億ドルの経済効果と 38 万 8000 人の雇用をもたらした。日本からは昨年の 22 万 2000 人から今年は 23 万人に増える予測しており、これから観光と文化、スポーツが融合したディステーションとして、ニューヨーク市はもっと魅力が高まっていくだろう」と語り、今年の市制 400 年のほか、来年はアメリカ合衆国建国 250 年、サッカー FIFA ワールドカップの決勝戦がニューヨーク市で開催されることから、今後の需要拡大にも期待を寄せた。

出発時間に応じたフライト選択が可能 JFK 空港ターミナル改修、最新鋭機材投入

日本航空とアメリカン航空のプレゼンテーションでは、羽田ーニューヨーク

(JFK) 線の運航スケジュールや JFK 空港の発着ターミナル、同路線の機材や機内サービスについて紹介。特に、1 日 3 便により、出発時間帯に応じたフライト選択が可能である点を訴求した。

また、羽田からのフライトが発着する JFK 空港のターミナル 8 は、アメリカン航空が 4 億ドルを投じて改修し、日本航空の便も同ターミナルから発着する。ターミナル内にはグレードの高い空港ラウンジを備え、今後は店舗の増設など、さらなる施設拡充を計画する。

機材、サービス面では、日本航空がエアバス A350-1000 型機 (ファーストクラス: 6 席、ビジネスクラス: 54 席、プレミアムエコノミークラス: 24 席、エコノミークラス: 155 席、計 239 席)、アメリカン航空がボーイング 787-9 型機 (フラッグシップビジネス: 30 席、プレミアムエコノミー: 21 席、メインキャビンエクストラ: 34 席、メインキャビン: 200 席、計 285 席) を投入。いずれも最新鋭の機材で、個室タイプの座席 (日本航空のファーストクラス・ビジネスクラス) など、高品質なサービスを提供する。

ホテル、アート、スポーツの情報紹介 ウェブで日本語対応 AI チャットボットも

ニューヨーク市観光会議局は現在、市制 400 年に合わせた「Founded By NYC」キャンペーンを展開中で、さまざまなイベントを通じて「常に歴史を生み出している」(ヒーリー氏) という点を打ち出している。

プレゼンテーションでは、ホテルやレストラン、ショッピング、アート、スポーツに



中央に日本航空 執行役員 ソリューション営業本部副本部長 東京支社長の西原口香織氏、左にアメリカン航空 アジア太平洋地区 リーショナルセールス ディレクターの升野真行氏、右にニューヨーク市観光会議局ツーリズム・マーケット・ディベロップメント部門シニア・バイスプレジデントのマキコ・マツダ・ヒーリー氏、右隣に同日本オフィス アカウントディレクターの伊藤宏和氏)

分けて最新情報を紹介。老舗ホテル「ウォルドルフ・アストリア」や「ザ・ペニンシュラ」のリノベーションや、アルゼンチン発の高級ホテル「ファエナ」の進出、またレストランではティファニー本店にオープンした高級カフェ「ブルー・ボックス・カフェ」など、を取り上げた。

ショッピングでは、今春オープンしたフランスの百貨店「プランタン」や再オープンしたオフプライス百貨店の「センチュリー 21」、アートではメトロポリタン美術館の新ウイングや現代アートを展示するニュー・ミュージアムの拡張など、紹介。

スポーツでは、US オープンテニス (2025 年 8 月 25 日 ~ 9 月 7 日)、US オープンゴルフ (2026 年 6 月 18 ~ 21 日)、決勝戦がニューヨークで行われる FIFA ワールドカップ (2026 年 6 月 13 日 ~ 7 月 19 日) など、のイベントのほか、2027 年にオープン予定のニューヨーク初のサッカー専用スタジアム「エティハド・パーク」にも触れた。

また、業界関係者向けのオンライン・トレーニング・プログラム「トラベルトレード・アカデミー」を紹介。公式ウェブサイトでは、「LIBBY に尋ねよう」と題した AI チャットボットを搭載、日本語にも対応する。

豪ケアンズ、観光系学生向けセミナー リクエストに応じてオンラインで実施

ケアンズ観光局は、観光業を目指す大学生や短期大学生、専門学校生を対象に、無料セミナーを実施する。セミナーは、リクエストに応じてオンラインで実施。観光業界に関する基礎知識、ケアンズの観光資源、業界の最新トレンドについて学ぶことができる。

実施期間は 2025 年 8 月 20 日 ~ 2026 年 5 月 31 日。申込みは希望日

の 1 カ月前までに行う必要があり、受付期間は 2025 年 7 月 15 日 ~ 2026 年 4 月 30 日。原則 6 名以上の団体 (学部・ゼミ等) 単位での申込みが条件で、高校生以下は対象外となる。

時間は最大 1 時間、原則日本語で実施。講師は、観光局セールス&マーケティングマネージャー・アジア地区の坂本サム氏が務め、希望により観光業従事者が登壇することも可能だ (登壇者により有料となる可能性あり)。

内容は、日本から 1 番近いオーストラリ

アであり、2 つの世界自然遺産を擁するケアンズの観光戦略や、訪れるだけでエコツーリズムを体感できるサステナブルな取り組み、観光産業を支える企業の具体的な活動事例など、関心や学習テーマに応じて柔軟に対応する。

申込みは、学校名や団体名、担当者名、連絡先、受講人数、希望するトピックを明記のうえ、観光局の坂本氏 (sam.sakamoto@ttnq.org.au) まで E メールで連絡する。

※「ケアンズ教育旅行 体験動画集」<https://tropicalnorthqueensland.org/jp/articles/cairns-educational-school-trips/>

ディステーション

Destination News

伊リグリア州、伝統工芸の体験型観光で日本市場狙う 美しい海岸線やグルメの魅力も訴求

イタリア政府観光局(ENIT SPA/ENIT)と、リグリア州観光推進庁(inLiguria)は、イタリア北西部にあるリグリア州の魅力を多角的に発信する観光プロモーションイベントを、現在開催中の大阪・関西万博のイタリアパビリオンで開催した。プレゼンテーションでは、同州の伝統工芸の体験型観光を訴求したほか、地中海に面した美しい海岸線やグルメの魅力についてもアピールした。

イベント冒頭、ENIT 日本支局代表の落合智子氏がマーケット現況について説明した。

今年の日本からイタリアへの渡航者数は、前年比 11.3% 増が見込まれており、なかでもリグリア州は 37.4% 増と全国平均を大きく上回る予測となっている。特に家族連れやカップル層からの人気が高く、旅行者の満足度は 85% 以上に達するという。2024 年に日本人旅行者がリグリア州にもたらした総消費額は、約 450 万ユーロ(約 7 億 5000 万円)に上ったと

され、地域経済への貢献も大きい。

続いて、inLiguria のマーケティング、イベント、広報を担当するジュリアーナ・ヴァノ氏が、州の観光資源についてプレゼンテーションを行った。

同州最大の特徴は、地中海に面した約 350km に及ぶ美しい海岸線。州内 33 の市町村が国際的な「ブルーフラッグ(バンディエラ・ブルー)」認証を通算 88 回取得しており、水質の良さのみならず、サービスやアクセシビリティの高さが評価されている。

また、年間約 175 日がマリンスポーツに適した気候で、海水浴はもちろん、ダイビングやセーリングなど多彩なアクティビティを楽しむことができる。海だけでなく、豊かな自然環境も大きな魅力で、チンクエッテ国立公園をはじめとする自然保護区では生物多様性に富んだ景観が広がり、約 5000km のハイキングルートが整備されている。

近年同州が力を入れているのが、旅行者が職人技に触れる「体

験型観光」。繊細な装飾品「フィリグラナ」や旗織りなどの伝統工芸が今も残り、職人たちの工房を訪れて製作体験をすることができる。

今回のイベントでは、バイオリン職人による製作デモンストレーションが行われ、バルカン産のカエデや北イタリア産のモミの木といった素材へのこだわり、そして音色を最大限に引き出す職人の高い技術を紹介した。これらの体験は「アルティジャーノ・アルティスティコ(芸術的な職人技)」として公式サイト「La Mia Liguria」で観光パッケージ化されており、今後も拡充される予定だ。

さらに、リグリア州は美食の地域としても広く知られている。なかでもペスト・ジェノベーゼは、バジルや松の実、オリーブオイルを乳鉢(モルタイ)で丁寧にすり潰して作る伝統の味として有名。塩味のフォカッチャ、州特有のパスタ「クロセッティ(スタンプで模様をつけるパスタ)」、ひよこ豆の粉で作るファリナータなど、豊富な郷土料理が旅行者を楽しませている。

近年はウェディング観光の需要も高まっており、2023 年から 2024 年にかけて 12% の増加が見込まれている。特に州都ジェノバでは、海と山に挟まれた「垂直式の町」の独特の景観と、16 世紀から残る宮殿群(ユネスコ世界遺産)が結婚式の舞台として注目を集めており、結婚式一件当たりの平均支出額は約 6 万ユーロにのぼるという。

マッシミリアーノ・ナンニーニ海軍少佐・リグリア州知事官房長は、「ぜひリグリア州を訪れ、豊かな自然と文化、職人たちの技、人々の温かさを五感で体験してほしい」と呼びかけた。



(左上から時計回りに) マッシミリアーノ・ナンニーニ海軍少佐・リグリア州知事官房長、リグリア州観光局(InLiguria)のマーケティング・イベント・広報を担当するジュリアーナ・ヴァノ氏、バイオリン職人による製作デモンストレーション、ENIT 日本支局代表の落合智子氏

ニュージーランド政観、「自分だけの旅」を提案 「100% Pure New Zealand」で動画と新機能公開

ニュージーランド政府観光局は、長年にわたり世界中で親しまれてきたブランディング・キャンペーン「100% Pure New Zealand」を、新たなコンセプトのもとで刷新し、日本市場に向けた広告展開を開始したと発表した。今回のキャンペーンでは、アオテアロア(ニュージーランド)を形作る自然、人々、文化を称えながら、旅行者に「自分だけの 100% を見つける旅」を提案している。

ニュージーランド政府観光局では、旅行者に自分自身と向き合う時間や、人との本質的なつながりを大切にし、体験の価値を改めて見つめ直すことを提

案している。画一的な体験や視覚的な共有を重視する、いわゆる「映え重視」の旅が主流となる中で、新コンセプト「Pure Connection(ピュア・コネクション)」を打ち出し、自然・人々・文化が調和するアオテアロア・ニュージーランドにおいて、自然との深い共鳴、人との心温まるふれあい、文化の奥深さに触れるといった、さまざまな「つながり(Connection)」の体験を通じて、「100% 満たされる時間」を過ごす旅を提案している。

また、観光局の公式ウェブサイトには、インタラクティブな新ツール「Experience



自分だけの旅のスタイルを見つけることができる新機能も

Planner(エクスペリエンス・プランナー)」も導入。旅のスタイルを表す多数の画像の中から気になるものを 5 つ以上選ぶだけで、「自分だけの旅」のヒントが見つかる仕組みとなっている。

「100% Pure New Zealand JP」

<https://www.newzealand.com/jp/>

ディステーション

Destination News

アブダビ文化観光局、日本でのプロモ本格化 日本支局設立、8 月にウェビナー実施

アラブ首長国連邦 (UAE) のアブダビ首長国の観光振興を担うアブダビ文化観光局は、日本でのプロモーション活動を本格展開する。7 月 1 日付で日本支局を設立し、業界、メディアそして一般消費者向けの活動を展開していく。第 1 弾の取り組みとして、8 月 7 日にウェビナーを開催する。

日本支局の運営は旅行業界や地域プロモーションにおいて豊富な実績を持つアール・プロジェクト・インコーポレイテッドが受託した。日本支局の責任者は当面の間同社の福永浩貴代表取締役が務める。

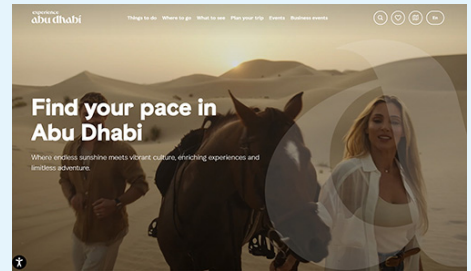
アブダビではここ最近、大規模な観光開発が進められている。新たに開発された文化区域には「ルーブル美術館」がフランス以外で初めて施設を開設したほ

か、グッゲンハイム美術館やザイド国立博物館のオープンも予定されている。

このほか、F1 グランプリの最終戦が行われるヤス・マリーナサーキットの近隣には世界初となるフェラーリのテーマパークが展開されているなど、自動車ファン向けのコンテンツも用意されている。エンターテインメント関連では、世界で 7 番目となる「ディズニー・テーマパーク & リゾート」の建設も発表された。

日本からはエティハド航空が成田と関西空港からアブダビへの直行便を毎日運航している。

アブダビ文化観光局は日本支局の開設を記念して、8 月 7 日午後 2 時から 3 時 30 分まで「ビジット・アブダビ・ウェビナー」を開催する。当日は現地アブダ



アブダビ文化観光局が日本支局を開設し、活動本格化 (画像はアブダビ文化観光局のウェブサイトより)

ビとライブ中継を結び観光最新情報の紹介を行うほか、日本支局の今後の取り組みを発表する予定だ。

ウェビナーの参加対象は旅行業界・メディア関係者・観光関連となっている。参加希望者は 8 月 5 日までに以下のフォームから申込を行う。

※アブダビ文化観光局日本支局の連絡先 (e メール)
abudhabi.dct@rprojectinc.com

ウェビナー申込フォーム

<https://www.surveymonkey.com/r/visitabudhabi>

パラドールと世界遺産都市の魅力紹介 スペイン大使館観光部、持続可能な観光戦略を訴求

スペイン大使館観光部は、国営宿泊施設「パラドール」の関係者来日に合わせ、旅行業界関係者を対象とした「国営宿泊施設パラドールとスペイン世界遺産都市のプレゼンテーション」を開催した。

プレゼンテーションの冒頭では、スペイン観光参事官ハイメ・アレハンドレ氏が登壇し、日本市場の概況およびスペイン観光の動向について説明した。

同氏は日本市場について、為替や経済情勢など懸念点はあるものの、1 日あたりの平均消費額が 439 ユーロで世界第 2 位となってい



ハイメ・アレハンドレ
スペイン観光参事官

る点や、直行便の再開、可処分所得と GDP の増加などを挙げ、継続的な成長に期待を示した。

2024 年のスペイン訪問観光客数は約 9400 万人に達し、2025 年には 1 億人を突破しフランスを上回るとの予測もある中、日本からの渡航者数はコロナ前の 60% 水準となる約 40 万人まで回復。2025 年にはパンデミック前 100% の水準 (約 65 万人) まで回復する見通しであることを明らかにした。

また、日本市場では経済的に余裕のある 50 歳以上の層や、20 代女性のス

ペインへの関心が高く、カタルーニャ州 (バルセロナ) をはじめ、近年ではバレアレス諸島の人気も高まっていると分析した。

一方で、新たなマーケティング戦略として「サステナビリティとスローツーリズム」の推進を提案。2030 年を見据えた持続可能な観光戦略の下、環境と経済のバランスに配慮し、知られざる地域への分散型観光を促進。観光客の少ない地域の活性化や、オーバーツーリズム回避を図る方針を示した。

具体例として、スペインにはユネスコ生物圏保護区が世界最多の 53 か所あるほか、世界自然遺産 4 件、複合遺産 2 件、広大な自然保護区を擁していることを紹介。主要都市 (マドリッド、バルセロナ、セビージャなど) から世界遺産都市へは高速鉄道網で容易にアクセス可能であると強調した。また、サンティアゴ巡礼路やエル・シッドの道など、テーマ別の観光ルートも提案した。さらに、世界遺産都市における教育的要素を含む高付加価値のプロダクトを提案し、旅行者の平均消費額向上を狙う方針を説明した。

続いて、スペイン国営宿泊施設パラドールのセールスディレクター、グロリア・ディアス氏が登壇し、スペインの古城や修道院など歴史的建造物を修復・活用した国営ホテル「パラドール」の概要を説明した。

ディアス氏は、現在スペイン国内に 98 か所、約 6000 室の客室と 100 以上のレストランを有するパラドールについて、



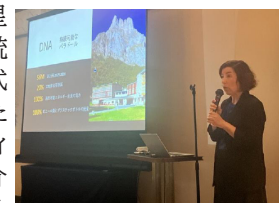
セミナー参加者との記念撮影の模様

持続可能で収益性の高い運営を目指していると述べた。全体の 50% 以上が国立公園近くに位置し、自然環境に恵まれた立地であることを説明した。

また、総額 2 億 5,000 万ユーロを投じた改修事業を進めており、歴史遺産の保全と観光振興の両立を図っている。

新規開業予定としては、グアダラハラ県にあるモリーナ・デ・アラゴンで自然と歴史を革新的なデザインで融合したパラドール、バレアレス諸島初となるイビサ島の 16 世紀の要塞を復元した施設、さらにサラゴサ県ベルエラにある 12 世紀の修道院を改修した 100 番目のパラドールが、2026 年春に開業予定であることを紹介した。

後半では、パラドールを軸としたテーマ別観光ルートを提案し、各地域に点在するパラドールの魅力を美しい写真とともに紹介。宿泊施設に加え、ゴルフ、スパ & ウェルネス、星空観察、伝統的な生活様式の体験といった多様なアクティビティも紹介し、その魅力を訴求した。



グロリア・ディアス
セールスディレクター

ホテル

Hotel News

「コートヤード・バイ・マリオット京都四条烏丸」開業 JR 東海ホテルズ、マリオットとフランチャイズ契約

ジェイアール東海ホテルズは、マリオット・インターナショナルとフランチャイズ契約を結び、8 月 27 日に「コートヤード・バイ・マリオット京都四条烏丸」を開業すると発表した。

同社はこれまで「名古屋マリオットアソシアホテル」など 6 軒のホテルを運営しているが、京都での展開は今回が初めて。また、「コートヤード・バイ・マリオット」ブランドとしても初の運営となる。

同ホテルは、現代と過去の京都の町並みの融合をコンセプトにデザインされ、125 室の客室に加えて、オールデイダイニング、フィットネスなども併設されている。客室タイプは 9 種類を揃え、シングルから家族連れまで、さまざまな宿泊ニーズに対応する。

立地は、京都市営地下鉄烏丸線「四条駅」から徒歩 1 分、「京都駅」へは地下鉄で約 3 分と、観光にもビジネスにも便利なロケーション。周辺には多彩な飲食店やショッピングスポットも集積している。

なお、宿泊予約はすでに公式サイトで受け付けを開始している。

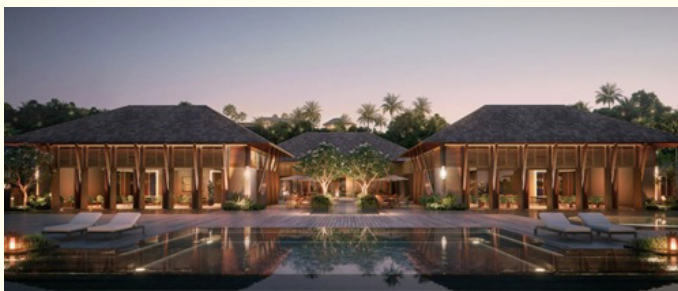


ロビーと客室イメージ

「ウォルドーフ・アストリア・バリ」開業 ヒルトンがラグジュアリーな旅を提案

ヒルトンは、インドネシアの不動産事業者である PT Balibuana Perkasa と「ウォルドーフ・アストリア・バリ」の開発契約を締結したと発表した。2027 年の開業を予定している。

バリ島で最も整備が進んだビーチエリアであるヌサドゥア地区のオーシャンサイドにおいて、ラグジュアリーな旅とホスピタリティの新たなベンチマークを築く。



2027 年後半に開業予定「ウォルドーフ・アストリア・バリ」イメージ

同ホテルは、広々とした 71 棟のヴィラと、洗練された 68 室のゲストスイートで構成される。

ブランドが誇るエフォートレスなシグネチャーサービスと、エレガンスと壮麗さを感じさせる独自のデザインが融合し、特別な滞在体験を提供する。

また、美食にもこだわり、個性豊かなレストランやビーチクラブ、ラウンジ、バーなど多彩なダイニング施設を備える。ウェルネス施設としては、バリ伝統の癒しの儀式から着想を得たスパや、最新設備のフィットネスセンター、インド洋を望むインフィニティプールなどが揃う。

家族連れに向けたアクティビティやキッズクラブも充実しており、幅広い滞在客のニーズに対応。

さらに 465 平方メートルのボールルームや、チャペルも併設されており、ウェディングや各種イベントにも最適な環境が整う。

同施設は、数々の受賞歴を持つ「ヒルトン・バリ・リゾート」のオーナーである PT Balibuana Perkasa による、2 軒目のヒルトンブランドホテルとなる。

なお、ヒルトンは現在、インドネシア国内で 16 軒のホテルを展開しており、さらに 12 軒の開発を進めている。

IHG、2 ホテルをホリデイ・インにリブランド 神戸三田と鳥栖に初の外資系ホテルブランド投入

IHG ホテルズ & リゾーツとエフ・イー・ティーシステムは、兵庫県三田市と佐賀県鳥栖市のホテルを「ANA ホリデイ・イン神戸三田」と「ANA ホリデイ・イン鳥栖」にそれぞれリブランドする契約を締結したと発表した。既存ホテルを大規模改装を施し、2026 年の開業を予定している。なお、2 都市における外資系ホテルの出店は IHG が初となる。

「ANA ホリデイ・イン神戸三田」は、現在の「セレクトプレミア神戸三田ホテル」を改装し、客室数は全 130 室を予定。「ANA ホリデイ・イン鳥栖」は、「ホテルピアントス」をリブランドし、客室数は全 126 室を予定している。

いずれのホテルも、オープンロビーのコンセプトをはじめ、ホリデイ・インのブランドを象徴する多彩な要素を取り入れる予定だ。

IHG ホテルズ & リゾーツのアビジェイ・サンディリア 日本・ミクロネシア マネージングディレクター 兼 IHG・ANA・ホテルズグループジャパン合同会社 CEO は「IHG ブランドおよびエンタープライズプラットフォームへの迅速なリブランド転換に対する需要はグローバルでも高まり続けており、2025 年第 1 四半期には、全世界でのホテル開業の約 60%、新規契約の約 40% がリブ

ランド案件だった」と述べ、両社が協力して、世界的に認知され信頼されている

ブランドを通じて旅行者に新たな体験を提供していきたいと語った。

また、エフ・イー・ティーシステムの中村比呂志代表取締役は「IHG との協業により、両市に初めての外資ブランドのホテルが誕生し、多くの人に新たな滞在体験を提供できることをうれしく思う」とコメントしている。

今回発表された 2 軒のホテルが加わることで国内のホリデイ・インブランドのホテルは計 17 軒（開業準備中を含む）となる。また IHG グループは、国内でさらに 17 軒のホテルの開業を予定している。



左：エフ・イー・ティーシステム中村比呂志代表取締役、右：IHG ホテルズ & リゾーツ アビジェイ・サンディリア CEO