



@wingtravel



Wing Travel



@wingtravel_official

60 周年の先に見据える事業モデルとは ジャルパック 平井登代表取締役社長に聞く

昨年、創業 60 周年という節目を迎えたジャルパック。日本航空（JAL）グループで旅行事業を担う中で、グループの資源を活用し、旅行需要の活性化につながる取り組みに力を入れている。コロナ禍、そして 60 周年を経て旅行ビジネスの強化に向けてどのような舵取りを行っていくのか。同社の平井登代表取締役社長に聞いた。（聞き手＝本紙編集長、嶺井政敏）

「Reborn」キーワードに 60 周年事業推進

－昨年は創業 60 周年という節目の年だった

「過去に 50 周年、55 周年と節目節目でさまざまな取り組みをやってきたが、今回の 60 周年は少し違った意味合いを持たせた。お客さまに対して感謝の意を示すというのは、これまでと同様ではあるが、やはりコロナ禍を経て、世の中が大きく変化していく中で、われわれも生まれ変わるという『Reborn（リボーン）』というメッセージを込めた」

「顧客への感謝という部分では、さまざまな切り口で 60 周年記念ツアーというものを実施してきた。また、お客さまの夢を叶えるというテーマで、消費者が作りたい旅を公募し、国内、海外でそれぞれ 1 つずつ選んで実施した」

「社内の Reborn という視点という意味合いでは、マーケットが伸びている訪日インバウンドのビジネスに本格的に乗り出した。また、オーダーメイド型の旅行商品の提供や若い人々を海外に送客していくという視点から留学関連の事業も新規ビジネスとして始めた。このほか、60 周年を機に色々と新たなチャレンジを進めているところだ。60 周年を機にやろうと考えていたことはおおむね実現できたのではないだろうか。新規ビジネスについては緒に就いたばかりなので、今後トライ & エラーを繰り返しながら、伸ばしていくことができれば良いと考えている」

消費者に必要とされる旅行会社づくりを

－コロナ禍を経て、旅行業界全体を取り巻く状況についてどのように見ている

「旅行者自身がネットを介して、旅行を組み立てて手配するということができる

ようになるという状況が、コロナ禍がなくても早晩到来するということは頭の中では理解していた。しかし、ビジネスモデルを大きく転換するという動きができていなかったのではないかなと思う」

「コロナ禍があって、われわれが想像していたよりも早いスピードでお客さまの購買行動や消費者心理が変わってきた。そこに、われわれがついていくことができなかったというのが、反省点として感じている。そのような中で、新たな価値を提供していき、消費者に必要とされるビジネスモデルをしっかりと作っていくことが旅行会社の生きる道として前提にあるのではないかと考えている」

「そのような中で、旅行会社には需要を喚起しているということもミッションとして課されているのではないかなと思っている」

「需要喚起という部分では旅と学びの要素を組み合わせた『旅アカデミー』の取り組みに力を入れているところだ。旅アカデミーは、小さな一歩であるかもしれないが、消費者に対して旅に出る動機づけを与えていくことで、もっと旅に出てもらう流れを作っていきたい」

－アウトバウンド市場の回復が遅れている

「海外旅行については昨年がコロナ禍前の約 6 割。今年も 7 割くらいの回復率になるのではないかと見ている。ただ、今後のアウトバウンドビジネスはこのくらいの規模感を想定しながら、進めていかなければならないと思っている」

「海外旅行ビジネスについては、円安や物価高といった状況が続いていることや、旅行に対するニーズが多様化している中で、再構築せざるを得ないのではないかと考えている」

「ジャルパックは日本で初めて海外ツ



平井登代表取締役社長

アーを実施した企業であるという自負もある。また、60 年にわたってビジネスを行い、多くのノウハウを蓄積してきた。以前のような大量送客というビジネスは難しいと思うが、旅行会社にしかできない商品をしっかりと提案していく」

－足元の海外旅行需要はどのように動いていくと見ているのか

「われわれとしては、コロナ禍で海外に行くことができなかった熟年層が一定数動くのではないかと見ている。熟年層のマーケットを動かすことができるような、付加価値の高い商品を積極的に提案していきたい」

「また、大谷（翔平）選手の観戦ツアーのように、テーマ性の強い商品というものは価格がある程度高くてもニーズがある。今後は、ジャルパックが主導してテーマを設定していき、消費者に訴えていく商品群を創出していくというのもポイントになってくるのではないかな」

「方面別という視点で考えれば、近場のデスティネーションから動き出している。まずは、ここに力を注いでいきつつ、長距離方面の回復を見極めていきたいと考えている」

JAL グループと連携、国内交流活性化へ

－国内の旅行需要開拓についてはどのように考えているのか

「JAL グループの中期経営計画の中に

旅行関連

Tourism News

『関係つながり創造』というテーマがある。これは地域社会やコミュニティと関わっていきながら、人口流動を図ってこういうものだ。われわれとしては、JAL グループ唯一の旅行会社として、関係つながり創造の役割を果たしていくというのが責務であると考えている」

「ジャルパックの国内拠点としては札幌と九州と沖縄だけだが、JAL の営業拠点としては全国各地にあり、企業や自治体から関係つながりに資する色々な取り組みをしてほしいという話がある。また、自治体も観光素材の開拓に対してさまざまな取り組みに乗り出しており、JAL の支店を通じて積極的な提案が行われている状況だ。そのニーズを旅行会社であるジャルパックが具現化していくというパターンが今後増えてくるのではないだろうか」

「観光流動という切り口で考えるならば、大都市圏から少し離れたエリアに焦点をあてて、旅行という切り口で能動的に促していく取り組みに今後力を入れていきたいと考えている。インバウンドが増えているというものの、地方にはまだ余力があると考えている。そのようなマーケットに対する旅行需要の開拓を進めていきたい」

訪日旅行、「旅ナカ需要」獲得に注力

ー訪日関連ビジネスが新たな事業領域として加わってきた

「訪日旅の販売に関してはこれまで JAL の海外支店など、グループのアセットを活用しながら取り組みを進めてきたところだ。これまで、いわゆる『旅マエ』の段階で旅行需要の獲得を狙っていくというビジネスモデルを展開してきた。この

モデルであると団体旅行が主体となっているアジア圏に対してはリーチすることができるが、個人旅行が主体となっている欧米豪のマーケットを捕捉するというのが難しいという課題があった」
「そこで『旅マエ』だけでなく、『旅ナカ』に着目して、新たな提案をしていきたいと思っている。特に日本に長期滞在をしようと考えている旅行者は、日本に到着してから、旅行プランを決める傾向がある。そこに焦点を当てて、訪日旅行商品を提案していきたい」

ー訪日 FIT 旅行者にどのような形で接点構築を図っていくのか

「ジャルパックは国内各地で多くの宿泊施設と取引関係にある。ここと連携して、各宿泊施設に滞在する外国人旅行者に対して、航空機を利用して国内各地を周遊するプランなどを提案していきたい」

「商品内容については旅行者のニーズに柔軟に対応していくことができるようにしていきたい。まずは土台となるモデルコースを複数用意し、そこから旅行者の要望に応じてカスタムすることができるようなものを提案することができれば良いと考えている」

顧客の声を商品造成に活かす流れを制度化

ージャルパックは従前から顧客満足度を意識した活動に力を入れているが

「われわれはコンタクトセンターの存在を非常に大切にしている。今後は顧客からのフィードバックをしっかりと商品造成に反映させることができるよう、1つのシステムとして制度化していきたいと思っている」

「コンタクトセンターから上がってきた声を

旅行商品に反映させるという取り組みはこれまでも行ってきたが、これまででは個人レベルでの動きにとどまっていたことに加え、組織ごとに濃淡があった。今後はジャルパックの旅行商品に何を求めているのか。しっかりと商品の内容やサービスに活かしていくことができるような仕組みとしていき、さらなる顧客満足度の向上につなげていく」
ジャルパックの旅行商品に何を求めているのか。しっかりと商品の内容やサービスに活かしていくことができるような仕組みとしていき、さらなる顧客満足度の向上につなげていく」

活発な人事交流通じ、社員に輝きを

ー旅行業界の人手不足が顕在化する中で、どのように人材育成に向き合っているのか

「人材関連の取り組みについては、現在在籍している社員に対して、どのようにエンゲージメントを高めていくのかということを考えていかなければならないと思っている」

「これまでさまざまな取り組みを展開してきたが、今後は JAL グループ内の人事交流を一段と活発にやっていきたい。これまで旅行業との関わりが深い部分で人事交流を行っていたが、今後は交流の範囲を広げていこうと考えている」

「旅行業以外のさまざまな知見を得ることでプラスになる部分もあるだろうし、新たな資質を見出せる可能性もある。何よりも社員一人ひとりに輝きを持たせることが重要であると思っており、その部分を意識して取り組んでいきたい」

価格固定型新商品「ViV」 ハワイ、グアムの旅行商品を用意

ジャルパックは、ハワイとグアム向けの旅行商品としてダイナミックパッケージに加えて、代金固定型の旅行商品を投入した。高いクオリティの宿泊施設での滞在に加え、現地での移動や現地でのサポートなどをパッケージ化し、ジャルパックならではの高品質な旅行商品を提供する。

新たな価格固定型商品は「ViV (ヴィブ)」というブランド名で展開。オンラインに加え、パンフレット型商品としても販売する。

ハワイの商品は、10 月 1 日から 2026 年 5 月 27 日までの出発日を設定。発着地は、成田・羽田・関西・中部の 4

空港の商品を用意した。最少催行人員は 1 人。往復日本航空 (JAL) 便を利用し、ジャルパックならではの高品質ホテルを用意した。

このほか、空港からホテル間の往復送迎やロイヤル・ハワイアンホテル内の「サーフ・ラナイ」での朝食クーポンの付与や Wi-Fi ルーターのレンタル。そして、現地滞在時の 24 時間見守りサービスを特典として付与する。

さらに 90 日前に予約すると、リゾートクレジットなどの早期特典をプレゼントするほか、ハワイ島とホノルルの周遊コースも用意している。

グアムの商品は 7 月 22 日から 2026 年 3 月 27 日出発分まで設定している。出発地は成田空港からとなっている。現地特典として、空港とホテル間の往復送迎や、グアム島内の移動に欠かせない「赤いシャトルバス」の乗り放題乗車券、Wi-Fi ルーターレンタルなどを用意しているほか、ハワイ商品同様の各種サポートサービスを付与している。

価格固定型海外旅行商品の新ブランド「ViV」を展開



心に寄り添う観光とは

潮流

「観光地や観光施設の磨き上げやサービスは欧州を、観光テクノロジーは米国をベンチマークとすべき」―。ある旅行業界の関係者からこのように聞いたことがある。

今年是大阪・関西万博が開催されていることもあり、世界各国・地域から観光分野のキーパーソンが数多く来日しており、世界の観光先進国が取り組む最新事情を耳にする機会に恵まれているところだ。

直近では、世界で最も多くの国際観光客を受け入れているフランスからナタリ・ドラトゥール観光担当大臣や「ルネサンスの都」として知られるイタリア・トスカーナ州議会のレオナルド・マッラス評議員らが来日し、自国・地域の観光戦略を紹介する記者会見やイベントが行われた。

フランスのドラトゥール観光担当大臣からは、2030 年の目標として世界最大の国際観光客数の受け入れを維持しつつ、観光収入を増加させていく方針が示された。そして、それを実現するためのキーワードとして「持続可能性、包摂性、技術革新」の 3 点を挙げた。

このうち包摂性というテーマに関しては、障害や経済的理由、家庭環境などにより、バカンスに行くことができない人に対して、企業と連携してバウチャーを配布して、バカンスに出かけてもらうという施策を講じていることが語られた。

あわせてドラトゥール大臣は「文化、遺産、歴史、職人の技、食へのこだわりなど、フランス人と日本人は多くの部分で共通の価値観がある」と述べた上で「フランス人にとって日本は憧れの国である」点を強調し、両国のさらなる観光交流の発展に期待感を示した。

イタリア・トスカーナ州のマッラス評議員は、芸術のみならず、歴史や自然など豊富な観光資源があり、まだまだ日本人に知られていない魅力が眠っていることをアピール。フィレンツェやピサだけでなく、州内各地にある魅力的な観光素材を積極的にアピールしていく考えを示した。

観光 PR とあわせて、マッラス評議員はトスカーナ州の観光政策についても触れ、特にユニー

クな政策の 1 つとして「女性観光プロジェクト」と呼ばれる取り組みを実施していることを紹介した。

この女性観光プロジェクトとは、「真正性」「安全性」「受容と共感」「ウェルネス」「出会いと共有」「持続可能性とグッドプラクティス」という 6 つの約束を掲げ、観光を提案するというものだ。

特筆すべきは、単に女性の旅行者が関心を持つ観光素材を訴求するというものにとどまらず、トスカーナ州で観光産業に従事している女性の「おもてなしの力」に着目しているところだ。

マッラス評議員は、世界中の女性旅行者とトスカーナ州に在住している女性との出会いを目的にしていることが、この政策の大きなポイントとなっていることを強調した。

これらの取り組みに共通しているのは、旅に出かける人。そして、旅行者を受け入れてサービスを提供しようとする人双方に対して「敬意」を持って接する姿勢であろう。

海外からの訪問客数が過去最速で 2000 万人を突破するなど、訪日インバウンドを取り巻く動きは引き続き活況を呈している。加えて、夏休みシーズンが到来。国内旅行者の動きも活発になり、各地の観光地も一層賑わいを見せているところだ。

その一方で、特定のエリアに観光客が集中し、市民生活に影響を及ぼしつつあること。そして、オンライン宿泊予約におけるトラブルなどがクローズアップされ、観光分野におけるさまざまな課題が表面化しつつある。

これらの問題は、旅行をする側、旅行者を受け入れる側双方が、互いに尊敬の念を持って接する環境が整えることで、ある程度回避することができるのではないかと考える。欧州の観光キーパーソンが話していたことはこのような部分において大きな示唆になるのではないだろうか。

コロナ禍を経て耳にする機会が増えた「持続可能な観光」という言葉の中身は奥深いものだ。観光施設の整備といったハード面だけでなく、旅行者・旅行従事者双方の心に寄り添った取り組みを一層進めて行くことが今後の日本の観光においても求められてくるだろう。(嶺井)

バンコク、ホアヒンで高満足度MICEを体感 TCEB、「TIME2025」を開催

タイ国政府コンベンション&エキシビションビューロー（TCEB）は、タイへの国際的なMICE誘致活動の一環として、「タイ・イノベティブ・ミーティング・エクスチェンジ（TIME）2025」を開催した。今回は、バンコクおよびホアヒンを舞台に、MICE体験を取り入れた多彩なプログラムを実施。世界各国から旅行会社、ミーティングプランナー、メディア関係者が参加し、タイにおけるMICEの可能性をショーケースした。その様子をレポートする



ルーフトップバー「ノブ・バンコク」を利用したパーティーを体験

バンコク到着から始まるホスピタリティ TCEBによる演出

バンコクはタイのMICE市場の中心地であり、1日あたり約5,000便の国際線が乗り入れる国際的なハブである。TIME参加者は空港到着時に、TCEBが提供する「MICEレーンサービス（Fast Track）」を体験。企業ロゴやイベント名入りのサイン、VIP向け専任スタッフによる対応など、カスタマイズ可能なサービスが用意された。空港から市内への移動も円滑で、驚くほどスムーズにバンコク市内へアクセスすることができた。



宿泊先のホテルでは、TIME2025のロゴ入り水筒やエコバッグ、主催者からのウェルカムメッセージなど、持続可能性を意識したギブアウェイと共に、きめ細かな“おもてなし”の演出が随所に施されていた。

MICEレーンを利用してスムーズな入国をアシスト

パネルディスカッションと商談会を実施 高額消費者の動向と持続可能性について議論

初日のプログラムでは、タイ国内のサプライヤー向けセミナーが開催され、TIME2025参加者が登壇し、各国の市場動向や教育セッションを展開した。日本からは、株式会社エリナ統括部長の吉川まり氏と、TCEB日本代表の池田久美氏が登壇。英国イベントプランナーのパウロミ・デブナス氏、TCEB欧州代表のミカエラ・ガイタヌ氏と共に、「高額消費者数の増加に潜む真実とその持続性について」をテーマにパネルディスカッションを行った。

パウロミ氏は「タイの“本物のおもてなし”と自然環境、食文



タイの文化・歴史に加えて“新しいトレンド”の重要性を提案

化の魅力は高額消費層の求める『パーソナライズ体験』や『サステナビリティ』の期待に応えられる」と述べ、欧米市場でのウェルネス・サステナブル志向の高まりに言及した。

続いて日本市場について吉川氏は「日本人はタイの伝統や歴史的価値を重視している。日本語案内や日本語対応スタッフの有無も重要」と訴えた。

また、TCEB池田氏は「日本の団体旅行は主にランドオペレーターを通じて手配されるが、バンコクにいるオペレーターの多くは『顧客が何を求めているか』については熟知している一方で、『本物の体験・文化・歴史』に加えて、“新しいトレンド”も盛り込んでいく必要がある」と訴えた。

さらに「グループに対してどのようなCSR体験が可能なのかを明確に伝えることも重要では」と述べたほか、「コロナ後、日本の旅行者は高価格帯の目的地より、より費用対効果の高いアジアの目的地を重視するようになった。多くの企業インセンティブでは『家族帯同』があるが、タイはまだ『ファミリー向けデスティネーション』としての訴求力が弱い。もっと『家族向け』のプロモーションをすることで、さらに高収益を見込めることができるだろう」と提案した。

プログラム二日目には、バンコクの現地企業とのビジネスセッションが実施され、各企業との商談が行われた。

バンコクだからこそ体験できる 豊富なユニークベニューでMICEを演出

TIME期間中は、タイのMICE都市としての魅力を体感できるプログラムがふんだんに組み込まれた。

バンコクはエリアによって多様なMICEニーズに応えられる都市である。チャオプラヤ川沿いに寺院、ショッピングモール、五つ星ホテルが集中しており、旧市街にも近い。会議中心のイベントの場合は、公共交通による移動が便利で、ホテルやコンベンション施設も多数あるスクンビットエリアが最適。さらに、新たな商業開発「One Bangkok」が市中心部に誕生しており、高級ブランド店やホテル、商業施設が入っているなど、多彩な会場選択肢がある。

TIME最終日のフェアウェルパーティーの会場になったのは、バンコクのナイトライフの代名詞となったルーフトップバー。「ノブ・バンコク」はバンコク中心部にある60階建てのエンパイア・タワーの最上階にあり、眼下にはチャオプラヤ川、お寺、そして



ムエタイスタジアムの貸し切り利用もできる

光り輝く夜景と、息をのむようなバンコクの絶景が広がる圧巻のロケーションだ。大型スクリーンを活用した演出で盛り上がりを見せた。

また、タイ本場のムエタイを観戦できる「ラジャダムナーン・スタジアム」は、開場80周年を記念して、設備を大幅にアップグレード。エアコンを完備し、ムエタイの歴史と歩みを伝える没入型の映像エンターテインメントを導入するなど、観光客が楽しみやすい環境になっている。団体利用向けに、スタジアム全体や、



歴史的建造物を利用したディナーパーティー

プライベートバーを備えたVIPラウンジ（1ラウンジあたり約60～70人収容）の貸し切りができるので、特別な体験ができる。

ウェルカムディナーは、バンコク中心部の歴史的邸宅「ザ・ハウス・オン・サ

トーン」で、19世紀のコロニアル様式の邸宅内のガーデンに舞台とスクリーンを設け、ライブ演奏、セレモニーなど、伝統と現代が融合された雰囲気の中で、パーティーを実施した。

タイらしさを体験できる 歴史や文化を活かしたアクティビティ

TIMEプログラムでは、文化・ウェルネスを活かした体験プランも充実。タイならではの特別なアクティビティ体験として訪れたのが、タイ伝統医学の拠点「チェタワン・タイ・トラディショナル・メディカル&マッサージスクール」。涅槃寺として有名な「ワット・ポー」の伝統的な医療学校の一部で、セルフマッサージや、ハーバルボール作り体験などのグループワークショップを体験した。



タイマッサージのグループ向けワークショップ

また国立サイアム博物館は、タイ歴史と文化をテーマとした現代アートミュージアムで屋外スペースの貸し切りが可能だ。

移動には環境配慮型の電動トゥクトゥクを利用し、アトラクション感覚での移動体験も提供された。



環境配慮型の電動トゥクトゥクを移動手段に

バンコク+αの提案でさらに魅力アップ タイ王室の保養地として知られる「ホアヒン」

TIME2025の後半は、タイ王室の保養地として知られるホアヒンで実施。バンコクから車で約3～4時間の距離に位置し、白砂のビーチと落ち着いた高級リゾートが広がる。TIME2025では、バンコク+ホアヒンという2都市を組み合わせた提案を体現した。

ホアヒンに向かう途中で立ち寄ったのが「RXVウェルネスビレッジ」。アートセラピーや健康志向の料理を含む多彩なウェルネスプログラムを体験。パームシュガー農園「アングル・タノム・パーム果樹園」では、葉編み体験や自然の甘みがおいしい蒸しパン作りのデモンストレーションを見学した。



各々の身体に応じたウェルネスプログラムを提案

質の高いMICEベニュー チームビルディングとCSRを融合

ホアヒンでは「ザ・スタンダード・ホアヒン」に宿泊。ホアヒンでも地元企業との商談会やホテルインスペクションが行われた。ホアヒンでは、ディナーレセプションを「バーン・チョーク・レストラン」の屋外スペースで実施。最先端のAV機器を備え、ビーチフロントでのロマンチックなパーティーを演出。タイの伝統舞踊がオープニングを盛り上げた後は、タイ料理ビュッフェで参加者を魅了した。

早朝には、ヨガ、ムエタイ、クリスタルボウルなどのセッションに参加。また、ホテル敷地内全体を利用したチームビルディングプログラムも展開。それぞれが声をかけながら力を合わせ、勝利を目指し、リゾート内を走り、跳び、汗を流した。優勝チームに送られた商品は、実は地元小学校への寄贈品となり、こうしたアクティビティを通して、地元への貢献へとつなげることが可能な実例を実際に体験した。



朝のムエタイプログラム(写真左)とホテル敷地内を利用したチームビルディング(右)

ホアヒンからバンコクへ 観光列車「ロイヤルブロッサム号」を貸切

ホアヒンからバンコクへの移動は、豪華列車「ロイヤルブロッサム号」を貸切運行した。この車両はかつてJR北海道で使われていた列車を改装したもので、真っ赤な車体に光るゴールドの文字が特徴的。車内の座席は、広々とした間隔に配置され、窓の外に流れるのんびりとしたタイの田舎の風景を楽しみながら、移動自体を体験価値として演出した。

今回はTIME 2025の特別プログラムとして、車内に「マッサージコーナー」、「コーヒー作りのワークショップ」、「タイの占い師によるタロット占い」などのアクティビティが用意され参加者が楽しんだ。なお、ロイヤルブロッサム号は、カンチャナブリ、アユタヤ、ナコーンパトム、ホアヒンなど、バンコクの近隣都市を訪ねることができる。



列車を貸切、車内にマッサージや占いコーナーのアクティビティを設置

旅行関連

Tourism News

2025 年春闘、2 年連続の 5% 超の賃上げ実現 サービス連合が総括、賃金改善の継続性評価

サービス・ツーリズム産業労働組合連合会（サービス連合）は 7 月 16 日に「第 25 回定期大会」を開催し、2025 年春季生活闘争の合意状況について発表した。2025 春闘は前年を上回る 5.32% の賃金改善を実現。年間一時金についても前年の 3.26 カ月から 3.36 カ月に増加する結果となった。ツーリズム産業において海外旅行の回復遅れや BPO 事業の縮小などが見られたこともあり、目標として掲げた 6% には届かなかったものの、サービス連合は「労働環境改善に向けて各組合が粘り強く交渉を続けた結果、継続的な賃上げを実現できたことは評価することができる」と総括した。

12 組合が定昇含めて 6% 以上の賃上げで合意 一時金、ホテル・レジャーは上昇も

サービス連合は 2025 年春闘の活動方針として、前年の春闘で賃上げに向けて大きく踏み出した結果から後戻りすることなく、激化する人財の獲得競争に勝ち抜くため、誰もが働きたい、働き続けたいと思える産業を目指し、賃金と物価の好循環を踏まえ、賃上げが当たり前となる環境を作り上げる正念場として活動を展開。同組合が目標として掲げる「35 歳年収 550 万円」の実現に向け、定期昇給とベースアップに相当する「実質的な賃金改善」をあわせて 6% の改善を目標に掲げ取り組みを行った。

その結果、要求書を提出した 129 組合のうち、6 月 19 日までに 85 組合が賃上げや一時金いずれかの項目で合意する結果となった。

賃金改善についてはサービス連合で集計可能な 34 組合の平均で 5.32% 増に相当する 1 万 6351 円の増加となった。このうち、実質的な賃金改善について合意した加盟組合は前年から 8 組合増加した。その中でも、定期昇給とあわせてサービス連合が目標として掲げた 6% 以上の賃金改善に合意した加盟組合は 12 組合となった。

業種ごとの前年比較を見ると、ホテル・レジャー業は前年の 5.30% から 5.34%

に、ツーリズム・国際航空貨物業は 5.27% から 5.31% となった。このうちツーリズム業の賃金改善率は 5.45% となり、いずれも前年を上回る結果となった。

一時金については年間一時金で前年平均を 0.1 カ月上回る 3.36 カ月となった。業種ごとに見ると、ホテル・レジャーは 0.23 カ月増の 3.03 カ月となった。一方で、ツーリズム業は海外旅行の伸び悩みが BPO 事業の減少などの状況を反映する格好となり、前年から 0.52 カ月減となる 3.89 カ月となった。

賃上げ・一時金以外の付帯要求については、年次有給休暇の取得促進や半日・時間単位年休の制度拡充などで 8 組合が合意した。また、合意には至らなかったものの、ワーク・ライフ・バランスの実現に向け、労使で認識をあわせ、今後継続的に協議を行うことを確認した加盟組合もあった。

このほか、4 組合においてカスタマーハラスメントなどへの対応に関して合意に至った。

「正念場として臨んだ活動が奏功」 人財投資の重要性認識、産業間格差埋める結果

今回の春闘について定期開催後に行った記者会見でサービス連合の櫻田あすか会長は「今年の春闘は持続的な賃金上昇を実現させるための正念場と位置付け



サービス連合の櫻田あすか会長

て臨んだ。人財への投資を強く取り組むことを主張し、サービス連合が一体となって、さらに一歩踏み込んだ要求を掲げたことで、粘り強い交渉を展開することにつながり、結果として昨年を上回る賃金改善を実現することができた」と総括するとともに、産業間の格差も埋める結果につながったのではないかと総括した。

一方で、ツーリズム業の年間一時金の額がマイナスとなったことについては会見に同席した宇高誠会長代理は「海外旅行の伸び悩みや BPO 事業の縮小など足元で業績がマイナスとなったことを受けてのものだ。ただ、賃上げについては増加した。これは人財への先行投資という考えについては労使間で一致した結果であると受け止めている」と述べた。

付帯要求について櫻田会長は「ワーク・ライフ・バランスの実現に向け、加盟組合とサービス連合が一体となって取り組んだ結果、多くの加盟組合において、徹底した労使協議により、要求通りに合意に至った」と総括した。

そして、今年の秋闘や来年の春闘に向けて「引き続き、総合労使協議体制を確立させながら、労働条件、労働環境の向上に努めていく」と語った。

HIS、丸紅エアロスペースと業務提携 空飛ぶクルマのプロモなどで連携

エイチ・アイ・エス（HIS）は航空機販売などを手掛ける丸紅エアロスペースと空飛ぶクルマ関連事業で業務提携を締結したと発表した。丸紅エアロスペースが取り扱う米国の LIFT AIRCRAFT 社製の空飛ぶクルマ「HEXA」に関するプロモーションや社会受容性向上のための取り組みを両社で協力して実施する。

第 1 弾の取り組みとして 7 月 26 日から大阪・森之宮の未来モビリティ体験型テーマパーク「e METRO MOBILITY TOWN」丸紅エアロスペースが行う

HEXA のシミュレーター体験事業に関して、HIS が商品・サービスの販売やプロモーションを行うことで合意した。また、丸紅エアロスペースが実現を目指している HEXA に搭乗しての飛行体験事業においても将来的な展開の可能性を視野に入れ、両社で協力して協議・検討を行う。

HEXA は米国ですでに商用運航が始まっており、航空機の操縦免許を持たない一般消費者が HEXA に搭乗して操縦、飛行体験を行っているという。

HIS は飛行体験に先駆けて、米国での飛行前訓練に使用されている最新型シミュレーター

の体験販売を開始する。このシミュレーターは、高機能の三軸駆動シミュレーターと VR ゴーグルを使用し、没入感あるリアルな 3D 景観の中を飛行する感覚を体感し、新たなモビリティを身近に感じてもらえる特別な体験を提供する。

大阪で実施するシミュレーター体験イベントは 3000 円で実施。体験は当日受付、またはオンライン予約が可能となっている。



日本初上陸のシミュレーター
空飛ぶクルマを一足先に体験!?

空飛ぶクルマのプロモーションなどを共同展開する

旅行関連

Tourism News

JNTO、過去最速 2000 万人を突破した訪日動向報告 17 カ月連続で同月過去最高更新、順調に増加

日本政府観光局 (JNTO) は 7 月 23 日の定例メディアブリーフィングで、訪日インバウンドの最新動向に加え、二国間交流を契機とした相互プロモーションや国際会議の誘致促進に関する取り組みについて説明した。

JNTO の出口まきゆ理事は、2025 年 6 月までの累計訪日外客数が約 2151 万 8000 人となり、過去最速で 2000 万人を突破したことを報告した上で「2023 年 9 月以降は対 2019 年比で 100% を超えてきており、2024 年 2 月以降は 17 カ月連続で同月過去最高記録を更新。順調に増加している状況だ」と述べた。

訪日米国人の地方部宿泊、コロナ禍前の 2 倍超に 地方プロモ、引き続き強化し分散化加速

市場別では、欧州 5 市場、米州、豪州、東アジア 3 市場、東南アジア 6 市場がいずれも 2024 年同月をほぼ上回る水準で推移。低迷していた中国市場も 2024 年を上回り、回復基調にあることを紹介した。

訪日旅行消費額については、2025 年 4 ～ 6 月期に 2024 年同期比 18.0% 増の 2 兆 5250 億円となり、堅調な推移を報告。一方、訪日外国人 1 人当たりの旅行支出は 0.1% 減とわずかな減少となり 23 万 8693 円で着地した。

延べ宿泊者数の回復についても、三大都市圏に加え、地方部 (東京、千葉、埼玉、神奈川、愛知、京都、大阪、兵庫以外) でも増加傾向にある。特に 2024 年 8 月以降は 2019 年の水準を大きく上回って推移している。

地方部における国籍別の延べ宿泊者数では、台湾と韓国が 2019 年同期を大きく上回り、中国も同水準程度に回復。欧米豪やシンガポールも 2019 年を上回り、特にアメリカでは 2019 年同期比 200% 超と大幅に増加している。

出口理事は「三大都市圏以外の地方への誘客施策の効果が出てきている。今後も引き続き地方誘客の施策を進めていき、インバウンドの平準化に努めたい」と語った。

二国間の周年記念訪日プロモ推進 韓国、サウジ、ブラジルで地方誘客促進

出口理事からの説明に続き、韓国、サウジアラビア、ブラジルにおける二国間関係の節目を契機とした訪日プロモーションについて、海外プロモーション部から説明が行われた。

韓国との取り組みについては、日韓国交正常化 60 周年を契機とした施策として、「日本のおすすめ小都市 60 選」を選定し、9 月ごろに小都市を紹介する特設ページを開設する、インフルエンサー招請による旅行体験記の発信、「日本小都市散歩キャンペーン (仮)」などの特別イベントの実施を紹介。著名人によるトークショーなどを通じて話題化を図る。

また、6 月には日韓双方での入国手続きの円滑化を目的に、外国人審査ブースに優先レーンを設置。JNTO ソウル事務所がホームページや旅行フェアで周知活動を行った。

東アジアグループの小島一哲次長は「今後も関係機関と協力し、60 周年の機会を活用した取組を進めたい」と述べた。

サウジアラビアについては、外交関係樹立 70 周年を契機に、高付加価値旅行者の誘致促進に向けた取り組みを強化している。GCC6 カ国 (サウジアラビア、UAE、バーレーン、オマーン、カタール、クウェート) にトルコ、イスラエルを加えた計 8 カ国を 2020 年度から重点市場とし、2021 年 11 月にドバイ事務所を開設。2024 年の GCC6 カ国からの訪日外客数は前年比 134%、2019 年比 158% となり、2025 年はさらに伸長する見通しだ。

サウジアラビアからの訪日外客数は GCC で最多となり、継続して増加傾向にある。一方、日本からは 2023 年 3 月より観光目的 90 日以内の滞在の場合、オンライン申請が可能となっているものの査証が必要であることや、直行便がないことも影響し、行きにくいディスティネーションとなるが、2030 年の万博がリヤドで開催予定であることで日本人の関心が徐々に高まっている。

また、70 周年記念イベントとしては 10 月下旬～ 11 月上旬に「リヤド日本祭り」を開催予定。伝統文化体験や観光情報



JNTO の出口まきゆ理事

提供、ステージパフォーマンスなどを通じて、ゴールデンルート以外の地方誘客や観光魅力の訴求にも努めていく方針だ。

ブラジルとは、外交関係樹立 130 周年を記念した施策を実施している。直行便がなく 25 ～ 30 時間の移動を要するにもかかわらず、2024 年の訪日ブラジル人は約 8 万 6000 人で前年比 69.3% 増。日本はアジアで最も人気の渡航先となっている。

訪日プロモーションとしては、サンパウロのジャパンハウスに観光案内所を設置し、7 月の「サンパウロ日本まつり」では JNTO ブースを設けて観光情報を発信した。

加えて、大使館と連携した旅行会社向けセミナーや 10 月開催の「ABSV EXPO2025」への出展を予定している。2023 年 9 月 30 日より 90 日以内の短期滞在観光ビザの免除措置も実施されている。

サウジアラビアとブラジルについて説明を行った欧米豪・中東グループの熊野伸彦次長は「日本への関心が高まる両国に対し、引き続き訪日観光の魅力発信とビジネス機会の訴求を続けていきたい」と期待を込めた。

経済効果の高い国際 MICE に期待 地方開催促進で世界 5 位以内を目指す

MICE プロモーション部誘致推進グループの直井辰徳氏からは、ICCA (国際会議協定) ランキングと国際会議の動向について紹介があった。

MICE は、宿泊・移動・会合などを伴う経済効果の高い分野であり、観光庁によれば、2023 年の国際 MICE による経済波及効果は約 8923 億 3000 万円、雇用創出は 8 万 5000 人超、税収効果

旅行関連

Tourism News

は 1102 億円に上る。

外国人 1 人当たりの平均消費額は約 54.9 万円で、一般旅行者の倍近い水準にある。政府は、2025 年までにアジア主要 5 カ国における開催割合 3 割以上、2030 年には世界 5 位以内を目指す行動計画を策定している。

2024 年の国際会議開催数は世界全体で 1 万 1100 件、日本は 428 件で、アジア主要 5 カ国中、日本のシェアは 33.4% となっていて、コロナ禍前の数値には達していないものの順調に回復

傾向を見せている。分野別では、世界全体で医学系が最多だが、日本においてはテクノロジー系が最多となり、その開催件数は世界 2 位となっている。

日本はアジア太平洋地域で国際会議開催件数トップを維持し、都市別では東京 97 件、京都 49 件、大阪 27 件に続き、札幌 24 件、福岡 21 件、北九州 15 件など地方都市が国際会議開催件数の押上に寄与。2024 年度は三大都市圏が前年比 11% 増、地方都市は 28% 増となり、今後地方開催のさらなる増加に期待が高

まる。

JNTO では、産業界や学術部門において国内外に対し発言力やネットワークを有する「MICE アドバイザー」の委嘱、「国際会議誘致開催貢献賞」の実施、「国際見本市」への出展などを通じて、日本開催の普及啓発活動や地方開催の促進に取り組んでいる。直井氏は、「日本における国際会議の誘致・開催に向けて引き続き尽力していきたい」と意気込みを見せた。

サンリオピューロランド、レトロな夏祭り開催 年間来場者 150 万人超え、新機軸の企画で来場層拡大へ

サンリオエンターテインメントが運営する全館室内型テーマパーク「サンリオピューロランド」では、9 月 2 日までの期間、夏限定イベント「ピューロランドネオナツマツリⅡ」を開催している。どこか懐かしい「マツリ×レトロ」をテーマに、イベントやワークショップ、限定グッズの販売などを展開。さらに、「マイメロディ」50 周年と「クロミ」20 周年を記念した期間限定のアニバーサリーイベントも同時開催されている。サンリオピューロランドの来場者数はコロナ禍前の状況に近づいている。体験型コンテンツの拡充といった新機軸の企画や記念イベントの開催を通じ、主要顧客層であるファミリーだけでなく、訪日外国人旅行者やひとり来場者など新たな客層の開拓につなげる。

昨年好評を博した「ピューロランドネオナツマツリ」は、今年「レトロ」の要素を加えて「マツリ×レトロ」をテーマに再登場。五感で楽しめる体験型コンテンツが続々と展開されている。

レトロゲームが並ぶ「ネオエンニチ」では、4 種類のゲームが楽しめ、オリジナルの賞品も用意。体験型インスタレーションフォトスポットでは、キャラクターと一緒に花火を楽しむ没入型体験ができる。さらに、ここでしか手に入らない豪華景品が当たる抽選会や、サン宝石とのコラボでオリジナルキャラクターが作れるワークショップなども実施されている。

ステージでは、キャラクターと一緒に踊れるダンスタイムのほか、キャラクター撮影会も開催。夏限定の浴衣コスチュームを身にまとったキャラクターたちとのグリーンティングや、屋台グルメ、レトロデザインの限定グッズ販売も行われており、1990 年の開園当初の「平成レトロ」をテーマにした「ピューロレトロ」な世界観を満喫できる。

マイメロ&クロミアニバーサリーイベント開催中

さらに現在、サンリオの人気キャラクター「マイメロディ」50 周年と「クロミ」20 周年を記念したアニバーサリーイベント「My Melody & Kuromi Anniversary Party (マイメロディ & クロミ アニバーサリーパーティー)」も開催中。エントランスや館内レストランがマイメロディとクロミ一色に彩られるほか、スペシャルペアグリーンティングやコラボレーションイベント、限定グッズの販売なども実施。8 月 30 日、31 日には館内レストランにてスペシャルパーティーの開催も予定されている。

海外からの団体旅行受入も拡大 サンリオの営業利益は過去最高を記録

サンリオピューロランドは、新アトラクションやショーなどが集客を後押しし、2024 年 4 月～2025 年 3 月までの入園者数は約 150 万 1000 人となり、コロナ禍前の水準に大きく近づいている。

客層は、ファミリー層が約 4 割を占めるほか、20～30 代の女性と中高大学生がそれぞれ約 1.5 割、さらに海外からの旅行者やひとり来園者が約 1 割となっている。現在、国内では日本旅行との連携を進めており、海外からの団体旅行も受け入れ中。アメリカ、韓国、中国、台湾などからの訪問客も増加傾向にある。

また、サンリオ全体としての営業利益は 2 期連続で過去最高を更新。海外でのキャラクター人気の高まりにより、インバウンド需要も堅調に推移しており、昨年度は売上高に占めるインバウンド比率が 4 割に迫る勢いを見せた。特に北米を中心とするスペシャリティストア（専門



ネオエンニチではオリジナルグッズがもらえる。

店)に加え、量販店などのマス向けライセンスとの協業が好調で、グループ全体の成長を牽引している。アジア圏でも複数キャラクター戦略が奏功し、売上拡大に寄与している。

昨年度は「ハローキティ」50 周年の影響で同キャラクターの売上が伸長したが、本年度は複数キャラクターを展開した結果、「クロミ」などの人気上昇。「マイメロディ」50 周年および「クロミ」20 周年施策も功を奏し、「ハローキティ」への依存度は売上比率で 30% 台半ばで着地している。今後は北米や中国を中心に、ライセンス事業のさらなる拡大が見込まれている。



エントランスはアニバーサルデザインに装飾

旅行関連

Tourism News

観光の基幹産業化へ、一般財源予算のさらなる拡充を 東京商工会議所が観光庁村田長官に要望

東京商工会議所（東商）の田川博己副会頭・トラベル & ツーリズム委員会委員長（JTB 相談役）が 7 月 23 日に観光庁の村田茂樹長官を訪問し、同会議所が 6 月にとりまとめた要望書「ツーリズムの基幹産業化実現に向けたわが国の重点要望」を手交した。手交後の懇談で田川副会頭からは、日本の観光産業を基幹産業に成長させるためには、一般財源予算の安定化が不可欠であることを強く訴えた。さらにオーバーツーリズム対策に関しては、一部地域に集中しているものをいかに分散するための仕掛けづくりに取り組んでもらうことを求めた。

観光財源安定化が観光 GDP 上積みのカギ 観光客分散への対策や広域観光促進を

田川副会頭は観光財源の状況について「観光庁の当初予算において、コロナ禍前は一般財源として 200 億円を超える予算が計上されていたが、現在は 80 億円台まで減少している」という現状を紹介した上で「観光産業を基幹産業として成長させていく上では安定した財源確保が重要。出入国者数の増減で左右される国際観光旅客税や補正予算といった不安定なものに頼るのではなく、一般財源をしっかりと計上することが重要だ」と強調した。

加えて「観光先進国と呼ばれる国は観光産業で GDP の 10% 超を占めている。これを実現するという動きと予算が連動していない」と述べ、予算立案の考え方を見直すことが必要であると指摘した。

観光予算の財源確保に加えて田川副会頭は、訪日インバウンドの急速な増加で懸念されているオーバーツーリズムに関する問題についても懇談で触れられた。

田川副会頭は、世界で起きているオーバーツーリズムの実情について説明した上で「オーバーツーリズムの問題を考える上で、観光客の集中と住民生活への影響は別個に考えるべき」という考えを示した。

そして「現在日本で起きているのは観光客が特定地域に集中している状況であるので、まずは混雑の分散に向けた仕組み作りと仕掛けを構築することが大事なのではないか」と述べた。

村田観光庁長官は、東商側の提言内容に対して理解を示したという。

それとあわせて、現在開催されている大阪・関西万博後の観光活性化に向けて、2027 年に横浜市で行われる国際園芸博覧会への観光客誘致促進について言及があった。

万博後の動きについて田川副会頭は「広域観光について積極的に取り組むべきである」という考えを示し、観光庁側からは「自治体の状況をヒアリングしながら、広域観光促進に取り組んでいきたい」という回答があった。

さらに田川副会頭は「大阪・関西万博のテーマが『いのち輝く未来社会のデザイン』となっているが、観光分野では量を追い求めるのではなく、質を求めて未来社会のデザインを構築するべきである」という考えを示した。

トランプ関税の影響、影響は一時的 不確実性を凌駕するアイデア提示可能

観光庁との懇談後に本紙などの取材に応じた田川副会頭は、同日に日米間の関



東京商工会議所の田川博己副会頭・トラベル & ツーリズム委員会委員長（右）と観光庁の村田茂樹長官（左）

税交渉が合意に達した点について触れた。田川副会頭は、いわゆる「トランプ関税」に対する影響について「今後の動向が不確実な部分もあり、人的、物的移動に対する影響は一時的には見られるのではないか」という見解を示した。

ただ「経済情勢への理解が深まれば、再び動きだすことになるし、ツーリズム産業においては、何らかの問題が発生した時に、常にそれを凌駕するアイデアを出してきた」と述べた。そして「まずは、どのような影響がでるのか、シミュレーションをしていくことが必要なのではないか」という見解を示した。

また、先日行われた参議院議員選挙において外国人に関する問題が争点の 1 つとなったことについても触れた。

田川副会頭は「ツーリズムという部分では、グローバル化とローカリゼーションという 2 つの動きがポイントとなってくるが、この 2 つは両立することができると考えている。外国人観光客、日本人旅行者双方が活動することで地方の消費も増加し、ひいては日本のブランドを高めることにつながるのではないか」という見解を示した。

世界のパスポートランキング最新版が発表 日本は韓国と 2 位タイ、トップはシンガポール

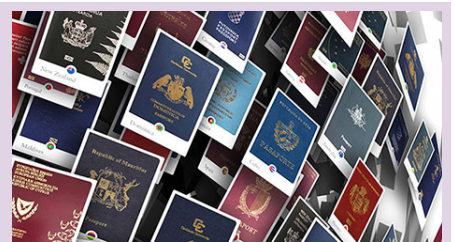
英国のヘンリー & パートナーズはこのほど、世界のパスポートの強さをランキング化した「ヘンリー・パスポート・インデックス」の最新版を発表した。それによると、1 位はシンガポールとなった。次いで日本と韓国が 2 位タイとなった。以下、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、アイルランド、イタリア、スペインの 7 カ国が 3 位となった。

同ランキングは、国際航空運送協会（IATA）のデータをもとに世界中のパスポートをビザなしで渡航可能な国・地域

の数にもとづいて独自にランキングしたものの。世界中の人々や国家が世界の移動においてパスポートの信頼性を評価する参考ツールとして活用されている。

1 位となったシンガポールは世界 193 カ国・地域でビザなし渡航が可能となっている。日本と韓国はともに 190 カ国・地域で 2 位となっている。

ランキングの上昇状況で見ると、アラブ首長国連邦（UAE）が過去 10 年間で 42 位から 34 ランク上昇した。また、中国も 10 年間で 94 位から 34 ランク上



世界のパスポート「最強度」ランキング発表。
(画像はヘンリー & パートナーズのホームページより)

昇している。

特に中国は今年 1 月以降 12 以上の国・地域にビザなし渡航を許可するなど顕著な変化を見せている。

一方でランクが下がった国はベネズエラ、米国、バヌアツ、英国、カナダなど 16 カ国・地域となっている。

旅行関連

Tourism News

観光庁、人材不足対策事業の採択先決定 全国 387 件超の施設に補助金交付

観光庁は「観光地・観光産業における人手不足対策事業」の採択先を決定した。今回は全国 387 件超（一部未公表施設あり）の事業者に対して最大で 500 万円の補助金を交付する。コロナ禍から観光需要が回復する中で喫緊の課題となっている宿泊施設を中心とした人手不足問題の解消に向けた取り組みを加速させていくことで、地方部での観光客の受け入れ体制を万全なものとしていく考えだ。

業務効率化に資する設備サービス導入支援 事業費の 50%、最大 500 万円を補助

コロナ禍を経て、訪日インバウンドを始めとする観光需要が急速に回復する中で、宿泊施設を中心に人手不足が顕著となっており、施設によってはフル稼働することができない状況が続いているところも少なくない。さらに、集客や接客に関するきめ細やかな業務がとて多く、旅行者に快適かつ安全に過ごしてもらうために日々あらゆる対応が求められる。

そこで、観光庁は「観光地・観光産業における人手不足対策事業」として、人手不足の解消に資する設備投資やサービスの導入に関わる経費の一部を支援する。

予算については令和 6 年度（2024 年度）補正予算で「地域一体となった観光地、観光産業再生・高付加価値化」関連で計上した 300 億円の一部を活用するほか、2025 年度当初予算でも国際観光旅客税の税収も活用しながら、1 億 3000 万円の予算を計上している。

補助内容としては、人材の効果的な配置とサービス水準向上を強化する取り組

みが対象となる。一例としては、宿泊施設のフロントにおける自動チェックイン機、予約業務における管理システム、食事部門における献立管理システムの導入などといったソリューションが挙げられる。

観光庁は審査を行い、旅行者やビジネス客の満足度向上と業界の発展と人手不足の解消に資する事業に対して、事業費の 2 分の 1、最大 500 万円の補助金を交付する。

今回は 3 月 24 日から 5 月 30 日まで公募を実施した事業者を審査し、全国で 387 件超の施設を採択した。

人材不足対策事業の特設サイト設置 宿泊施設の好事例を紹介

観光地・観光産業における人手不足対策事業の実施にあたり、観光庁は特設サイトを開設。補助事業に関する概要や業務効率化や生産性向上につながる事例を紹介している。

事例紹介では、温泉旅館において、新たなホテル管理システムを導入したことで、部署間の連携がスムーズになったこ



画像は人手不足対策の特設サイトより

とや自動チェックインの導入でデータ入力の省力化を実現。これにより、対面によるサービスに集中することができる環境が整い、宿泊施設の質的向上につながっている点などが挙げられている。

追加公募の予定は現時点でなし 人手不足対策で外国人材活用策推進

同事業における補助金交付に関して観光庁は現時点では追加公募の予定はない。

人手不足関連の取り組みについては、今回の業務効率化に関するものに加え、観光地における外国人材の活用や経営の高度化を促進する教育プログラムの拡充。そして、地域内における事業者連携を通じて、観光地・観光産業人材の有効活用や省人化を図る取り組みなどに取り組んでいき、地域観光の活性化などにつなげていく方針だ。

観光地・観光産業における 人材不足対策事業」特設サイト

<https://kanko-jinzai.go.jp/>

「観光地・観光産業における人材不足対策事業」採択先一覧（PDF ファイル）

<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/001901219.pdf>

「飛鳥Ⅱ」、2026 年 3 月～7 月までのクルーズ発表 郵船クルーズ、航空機や列車移動組み合わせた商品も

郵船クルーズはクルーズ客船「飛鳥Ⅱ」の 2026 年 3 月～7 月発着のクルーズ商品を発表し、9 月 3 日から販売する。今回は横浜など 7 つの港から出港する 20 コースを用意。飛行機や列車の移動を組み合わせた商品も新たに投入した。

今回のクルーズは横浜、神戸、那覇、博多、名古屋、金沢、小樽の 7 港から発着する商品を用意した。春から夏にかけて、それぞれの季節や見どころを巡る多彩なクルーズ商品を用意した。

新たな商品ラインナップとしては飛鳥Ⅱが出港する各地へ自身で航空機や列車で向かい、北海道や沖縄離島へのクルーズをコンパクトな日程で楽しむことができる「A-plus クルーズ」を 3 コース用意した。これらのコースでは空港と出港地間を結

ぶ専用バスを運行するほか、空港で手荷物を預かるサービスを用意した。これにより乗船後は荷物の移動などを気にせず各地を巡ることができる。

2026 年 7 月 11 日から博多港から週末を利用した 2 泊 3 日の無寄港クルーズを設定した。この商品は石井竜也さんによるエンターテインメントイベントやフランス料理「レストラン・ラフィナージュ」の高良康之シェフによる食事を楽しむことができる。

飛鳥クルーズホームページ

<https://www.asukacruise.co.jp/>



飛鳥Ⅱの 2026 年クルーズが発表

航空関連

Aviation News

JAL、地方と学生のマッチングプロジェクト始動 「つながりは、未来への翼だ」コンセプト

日本航空 (JAL) グループは 7 月 18 日、「JAL ガクツナ プロジェクト」を始動することを発表した。このプロジェクトは同社グループが ESG 戦略を最上位の戦略と位置付け、「移動を通じた関係・つながり」の創造に取り組んでいることの一環。「つながりは、未来への翼だ。」をコンセプトに、関係人口そのものを増やすことを目的としている。

プロジェクトでは、若い人材を求めている地方自治体や地域事業者と、地域貢献に関心を持ちながらも機会がないなど、一歩を踏み出せずにいる学生を JAL がマッチングする。

具体的には JAL と地方自治体が協力して移動・滞在費用をサポートし、学生はインターンシップのように実際に地域へ数週間滞在。自治体や事業者の中に深く入り込みながら、共にその地域特有の課題解決に取り組む。滞在期間を終えた後も、「JAL ガクツナ プロジェクト」参加者のコミュニティを通して学生・地域・JAL 間のつながりを継続的に育み、学生の挑戦を後押しする。

今年度は夏と冬で 2 度開催する予定で、今夏には第 1 弾として福岡県宗像市を対象にプロジェクトを始動する。宗像市で第一次産業を営む農家・漁業者が受入事業者となり、学生は実際に現場で仕事を体験することができるようし、地元産業の魅力を、学生ならではの視点で

発信するのが第 1 弾のプログラムとなる。第 2 弾は 12 月頃に詳細をあらためて発表する予定だ。

■「JAL ガクツナ プロジェクト」 2025 年第 1 弾概要

- ・地域滞在期間 = 2025 年 8 月 24 日 (日) ~ 9 月 6 日 (土)
※滞在期間終了後、12 月頃までに地域産業の魅力を発信
※発信までには JAL が定期的なフォローアップを行う
- ・対象者 = 首都圏 1 都 3 県 (東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県) に在住の大学生・大学院生
- ・受入地域・事業 = 福岡県宗像市の第一次産業に従事する農家・漁業者
- ・応募期間 = 2025 年 7 月 18 日 (金)



「JAL ガクツナ プロジェクト」(提供: JAL)

~ 8 月 3 日 (日)

- ・参加費 = 宿泊費 4 万 5000 円
※滞在中にかかるその他費用は自身での負担
※滞在中は、レンタカーを貸与
※移動費は、東京 (羽田) = 福岡 1 往復相当分 (1 万 8000 マイル) を提供
- ・選考結果 = 2025 年 8 月 5 日 (火) 17 時より、申し込み時に登録したメールアドレスへ通知
- ・募集人数 = 8 名 (1 事業者あたり 2 ~ 3 名を受け入れ予定)
- ・申し込みリンク
<https://furumusu.jal.co.jp/plan/228>

JAL、JMB 会員向けに 脳ドック新サービス

日本航空 (JAL) は 7 月 15 日、病院経営支援事業などを展開するユカリアが展開する脳ドック検診「スマート脳ドック」において、JAL マイレージバンク会員向けの新サービスを始めると発表した。スマート脳ドックを申し込むと、受診内容に応じた JAL マイルを積算する。人工知能 (AI) による脳画像解析を提

供する「Mvision health」オプション付きプランも選択できるようになる。

スマート脳ドックは 1 回受診 (税込み 2 万 4750 円) で、500 マイルがたまる。「Mvision health」オプション付きプランは税込み 3 万 2450 円で、1000 マイルたまる。また、手持ちのマイルを使ってサービスを受けることも可能になる。

また、JAL グローバルクラブ (JGC) 会員限定で、特別価格でサービスを受けられるようにする。詳細は対象顧客へ

個別に案内する。

スマート脳ドックとは?

医療機関の MRI や CT の非稼働時間を活用することで、全国の消費者がリーズナブルかつ短時間で受診可能となるシェアリングエコノミー事業「スマート脳ドック」の主要サービスです。

POINT 01 忙しい方にもおすすめ

ネット予約・受付・検診・結果通知まで 30 分! 検査結果も PC/スマホからチェック!

POINT 02 継続しやすい価格

脳ドック 1 回 24,750 円 (税込)

POINT 03 ダブルチェックの実施

検査結果は 2 人の専門医によるダブルチェック。万一、異なった場合は 3 名目まで無料再検査へ対応。

スマート脳ドックの特徴 (提供: JAL)

関空、水素燃料電池マイクロバス導入 高速道路も走行可能、万博方面ツアーにも

関西エアポートは、水素を燃料として走行する燃料電池 (FC) マイクロバスを導入したことを発表した。岸和田観光バスと連携して、導入した。空港見学や泉州地域の周遊、さらには大阪・関西万博へのツアーなどに活用する計画にあることを明かした。

同社によれば、空港内を走行する FC バスとしては、2022 年から空港内の連絡バスとして運行している路線バスタイプの「SORA」に続いて 2 台目。今回導

入する FC マイクロバスは、高速道路の走行が可能で、関西地域では初めての導入となった。

また、日本で初めて観光バスとして使用する予定で、前述したように空港見学のみならず、地元の泉州地域の周遊ツアー、大阪・関西万博へのツアーにも投入する。

このバスの乗車



実車の写真



車両デザイン

高速道路も走行可能な水素燃料電池マイクロバス (提供: 関西エアポート)

定員は最大 22 名 (補助席 4 名含む)。航続距離が約 380km で、最高速度は時速 95km、水素充填量は 9.7kg (70MPa) となっている。

航空関連

Aviation News

エミレーツ、ドバイ空港「エミレーツ・ファースト」開業 豪華なチェックインエリアで特別な空港体験

エミレーツ航空は 7 月 18 日 (現地時間)、ドバイ国際空港ターミナル 3 にファーストクラスやスカイワーズ・プラチナ会員向けのチェックインエリア「エミレーツ・ファースト (Emirates First)」がリニューアル・オープンしたことを発表した。エミレーツ航空のファーストクラス旅客とスカイワーズ・プラチナ会員を対象に、特別な空港体験を提供する狙いだ。

エミレーツ・ターミナル 3 の専用出発エリアに到着し、わずか数歩進めば、壮麗な金色のエントランスがプライベートな空間への入り口として旅客を迎える。温かみのあるアースカラーを基調としたニュートラルな色調に、エミレーツの特徴である深みのあるブロンズとゴールドのアクセントを加えることで視覚的にもリラックスできるように工夫。ラグジュアリーな雰囲気を出しつつ、空港の喧騒から逃れて静かなひとときを過ごすことができるようにした。

エミレーツ・ファースト (Emirates First) の空間の両側には堂々とした柱が立ち並び、木製の床と大理石の床が調和している。座席エリアには柔らかなカーペットを敷き、革張りと柔らかなファブリックのアームチェアとソファが訪れた客を包む。さらにエミレーツ航空最新鋭機の象徴的な客室内を彷彿とさせる、UAE の国樹「ガフ・ツリー」を称える壮大なバックライト付きツリーを設置した。

この新たな空間では、デジタルスクリーンと広告をすべて排除。一方で柔らかな照明が落ち着いた雰囲気を演出しつつ、自然の緑が、心地よさと活気に満ちた雰

囲気を添える。

また、エミレーツ・ファースト (Emirates First) クラスでは、旅客が着席した状態で iPad を使ってチェックイン手続きを行うことができるようにした。家族連れの旅客には座席エリアでリラックスしながら、全員分のチェックイン手続きをサポートする。希望する場合はカウンターでチェックインを済ませ、大理石と真鍮で装飾された目を引くデスクに手荷物を預け、ファーストクラス専用の手荷物ベルトにセットすることもできる。

旅客は保安検査と入国審査をスムーズに通過し、ドバイ国際空港第 3 ターミナルにある 3 つのエミレーツ・ファースト (Emirates First) クラス専用ラウンジのいずれかへ赴くことができる。ラウンジではシェフ特製のアラカルトメニューのほか、ワイン、スピリッツ、シャンパン、無料のスパトリートメント、ビジネスセンター、キッズエリアを完備。コンシェルジュによる免税ショッピングなどを楽しむことも可能だ。

エミレーツ航空のバイスプレジデント兼最高執行責任者 (COO) のアデル・アル・レダ氏は、「当社は地上サービスの



豪華なチェックインエリア (提供: エミレーツ)

アップグレードに多額の投資を行っており、エミレーツ・ファースト (Emirates First) は、ファーストクラスのお客様とスカイワーズ・プラチナ会員の皆様に、他に類を見ないプライベートな環境を提供するエリアの一つだ」とコメント。「お客様がプライバシーと利便性を重視していることは承知しており、このサービスはチェックイン体験にさらなるホスピタリティを提供することで、旅行全体の質を継続的に向上させる取り組みの一環」であることを強調した。

「お客様は、専用チャーターサービスによるスムーズな送迎、専用のエミレーツ・ファースト (Emirates First) での迅速なチェックイン、搭乗前のワールドクラスのラウンジ体験、そして数々の賞を受賞したエミレーツの機内体験でリラックスしてお過ごしいただける」と話すなど、サービス品質の更なる向上に、投資を進めていることに触れた。

エアアジア・マレーシア、パレンバン線再開 パレンバン空港の国際線網が復活

エアアジア・マレーシアは 7 月 18 日 (現地時間)、クアラルンプール-パレンバン線の運航を再開した。運航便数は週 7 往復便だ。これにより、インドネシアのパレンバン空港の国際線ネットワークが再開したかたちだ。

インドネシアは 2025 年に 1460 万人 ~ 1600 万人の外国人観光客の到着を目標としており、今回のパレンバン線の再開は、この目標達成の追い風となりそうだ。

南スマトラの H. ヘルマン・デル知事は、「国際便の活性化は、南スマトラの観光と経済面にプラスの影響を与えることが期待されている」と前置きしつつ、「2024

年、BPS-Statistics Indonesia によると、南スマトラのスターホテルの客室稼働率は 51.85% だった。今後数カ月で、とくに観光産業と経済成長において、パレンバンのスルタン・マフムード・バダルディン 2 世国際空港での国際線の活性化とともに、より重要性が増すと予想している」と述べるなど、エアアジア・マレーシア便の運航再開が、地元産業・経済の更なる活性化に繋がると期待を寄せた。

なお、エアアジア・マレーシア (AK) は現在、クアラルンプールからジャカルタ、バリ島 (デンパサール)、メダン、ジョグジャカルタ、バンダアチエ、マカッサル、



(提供: エアアジア)

パダン、プカンバル、バリクパパン、ラブアンバジョ、ロンボク島、パレンバン、スマラン (2025 年 9 月 5 日より開始) を含むインドネシア全土の 15 都市に運航中だ。さらに、ペナンからジャカルタおよびメダン便も展開するなど、豊富なインドネシア路線を有している。

航空関連

Aviation News

ANA、ダイヤ乱れの修正計画を自動立案 日立と共同開発、7 月からシステム稼働

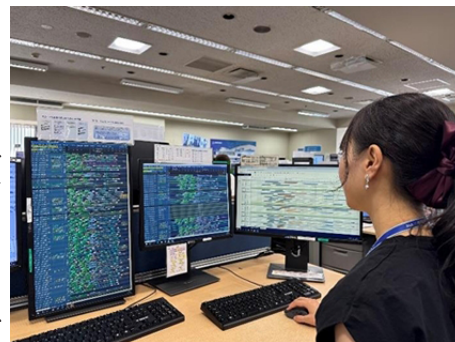
全日本空輸 (ANA) は、悪天候などでダイヤが乱れた際、その修正案を自動で迅速に立案することが可能なシステムを開発し、今月から国内線を対象に稼働させたことを発表した。このシステムは日立製作所、日立コンサルティングと共同開発したもの。

悪天候などによって、ダイヤの乱れが予測される、あるいは乱れが発生した場合、従来は熟練社員の経験とノウハウに頼って修正案を作成していた。しかしながら限られた時間内に、複雑な条件を

考慮した最適なダイヤに修正することは難しく、人材育成や修正案策定までの所要時間に課題があった。

そうしたなか、今回開発したシステムは、航空機の運航スケジュール、整備計画、乗務員計画、空港における各種条件などの膨大なデータを収集・解析し、運航ダイヤの修正案を自動で複数立案することができる。さらに、これらの変更に伴う機材の整備計画の修正も自動で行うことができるようにした。

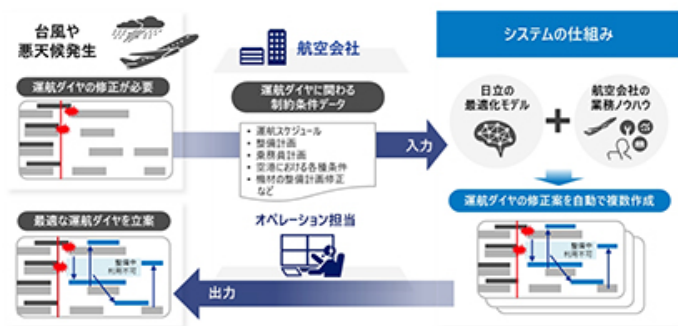
これにより、ANA のオペレーション担当は、提示された複数の修正案から、その最適な案を選択することが可能となり、修正ダイヤ決定までの時間短縮と運航品質の向上



ダイヤが乱れた時に自動で修正計画を立案するシステムを開発

を実現する。

従来、人の手による修正計画立案には数時間要していたケースもあるが、自動化システムの導入により最大 70% 時間を短縮して修正案を検討することができるようになったとのこと。予測が難しい台風の進路や速度などの天気予報の変化に何度でも柔軟に対応することが可能で、短時間でダイヤの修正案の立案と判断に迫られるオペレーション担当者の心理的負担を軽減することにも寄与するという。さらに、複数の修正案を迅速に比較することによる運航の安定性向上にも貢献することが期待されている。



システムの概略図 (提供: ANA)

ANA、グローバルスタッフ職 中途採用開始

全日本空輸 (ANA) グローバルスタッフ職 (キャリア採用) を開始することを発表した。採用予定人数は 80 名規模。ちなみに、ANA で働いたことがある人を対象としたカムバック採用は、通年で受け付けている。

ANA によれば、昨年度に引き続き、航空事業に加えてノンエア事業や新規事業開発での活躍を希望される人の採用を強化すること。AI やデータなど、専門性を持ち味としながら、安全と品質・

サービスを追求するとともに、グローバルな舞台で ANA ブランドを体現したいという人、さらには航空業界未経験者の応募も歓迎する。

対象者は今年 6 月末時点で高等専門学校、4 年制大学を卒業または大学院を修了見込みの人。企業などにおける就労経験を有する人。入社予定時期は 11 月以降となる。

■ ANA キャリア採用のページ

<https://www.ana.co.jp/group/recruit/ana-recruit/career/globalstaff/proemployment/>

■ カムバック採用のページ

https://ana-careerrecruit.snar.jp/jobboard/detail.aspx?id=Vqc_c4YTcqQ



80 名程度を募集しノンエアや新規事業など幅広く人材を求める (提供: ANA)

ピーチ、客室乗務員 既卒エントリー開始

ピーチ・アビエーションは 7 月 14 日、客室乗務員の既卒採用の募集を開始することを発表した。採用予定人数は 70 名程度で、入社時期は今年 12 月以降を予定している。なお、募集期間は 8 月 25 日 13 時まで。

ピーチ・アビエーションは、ライフステージに応じた柔軟な働き方、安定した処遇で長期的なキャリア形成を図ることが可能とのこと。これまでに培った経験やス

キルを活かし、旅客に寄り添った快適なサービスを提供したいという想いをもって、常に挑戦し続ける意欲をもって物事に取り組み、自分なりの新しい提案ができる人の応募を歓迎としている。国籍・年齢・性別・経歴は問わない。

応募条件は、11 月末までに専門学校・高等専門学校・短期大学・4 年制大学または大学院を卒業・修了している人。最終学歴が高等学校卒業の場合は、3 年以上の就労経験のある人が対象となる。

雇用形態は無期雇用契約 (正社員) で、訓練生期間は有期雇用契約となる。関

西空港、成田空港、その他会社が指定した場所で勤務する。選考は書類選考、一次選考 (グループワーク、筆記試験)、二次選考 (面接、身体検査) を予定している。



(提供: ピーチ・アビエーション)

ディステーション

Destination News

世界一の観光大国フランスの観光戦略とは 観光大臣「持続可能性、包摂性、技術革新がカギ」

フランスのナタリ・ドラトゥール経済・財務・産業及びデジタル主権大臣付 観光担当大臣がこのほど来日し、本紙などとの取材に応じた。ドラトゥール大臣は、フランスの観光業界の好調な現状に触れたうえで、2030 年までの目標として「世界トップの観光客数を維持し、観光収入を増加させ、持続可能な観光開発を進めていきたい」との意向を示した。そして、目標を実現させるために必要な要素として、「サステナビリティ（持続可能性）」「インクルーシビティ（包摂性）」「イノベーション（技術革新）」の 3 つのキーワードを掲げ、観光開発に取り入れていく方針を明らかにした。

昨年の国際観光客数、1 億人突破 2030 年までに観光産業の収入増目指す

フランスの観光業界は、昨年のパリ五輪による特需に加え、ノルマンディー上陸作戦 80 周年記念イベントやノートルダム大聖堂の再開など、多様なイベントが功を奏し、昨年度のインバウンド観光客数は 1 億人と過去最高を記録。観光収入も 710 億ユーロ（約 12 兆 2,830 億円）と好調だった。さらに今年度についても、ドラトゥール大臣は「2025 年度上半期の訪仏客数は前年同期比で 8% 増と堅調に推移しており、今夏も非常に良い方向に進んでいる」と報告した。

2030 年までの目標としては、「現在世界 1 位となっているインバウンド観光客数を維持すると同時に、国内産業の中で 3 位を占める観光業の収入をさらに拡大させたい」との意気込みを示した。

分け隔てなく観光を楽しめる環境づくりに注力 スタートアップ支援で新たな観光開発

フランスでは現在、サステナビリティを重視した観光開発として、水やゴミの管理の徹底、再生可能エネルギーの導入、カーボンオフセットなど脱炭素への取り組みに力を入れている。また観光客の集中を避けるため、季節を問わず観光客を呼び込む工夫をはじめ、大都市だけでなく地方でも観光開発を進め、地域への分散を目指す施策も進めている。

「インクルーシビティ」については、世界では 6 人に 1 人が障害があり、フランス国内にも約 1200 万人の障害者がいるという背景を紹介した上で、すべての人が平等に

香港政観、ディーン・フジオカさんが名所紹介 8 ミリで撮影した動画を SNS で公開

香港政府観光局は、公式 SNS において、俳優やミュージシャンとして活躍するディーン・フジオカさんを起用した動画「ディーン・フジオカ 8mm で旅する香港」を公開した。

この動画は、第 18 回アジア・フィルム・アワード (AFA) でアンバサダーを務めたフジオカさんが、香港滞在中に香港政

府観光局とのコラボレーションにより制作したもの。

また、現在フランス人の約 4 割が、障害・経済的理由・家庭環境などによりバカンスに行けないという実態にも言及。そうした多様な背景やニーズを持つ人々に向けて、企業との連携によるバカンスパウチャー券の発行支援、NPO 法人による片親家庭支援、子どもや若者向け休暇施設の拡充などを通じて、観光の普及を図っていくと述べた。

「イノベーション」に関しては、今後多様な先進的取り組みが可能であるとし、「トラベルテック」の観点から、AI を活用した観光客の動態分析、人流の管理、混雑回避や分散誘客といったマネジメントが可能になると説明。また、スタートアップ企業の支援を通じて、新たな観光開発にも取り組む方針を明らかにした。

オーバーツーリズム未然防止策に力 受入客数管理、代替観光地への誘導も

外国人旅行者受入数が世界一のフランスだが、観光客が多少多くなる時期はあるものの、年間を通じて住民に悪影響を与えるようなオーバーツーリズムには直面していないという。その予防策として講じているのが、観光客の受け入れ人数を綿密に管理する仕組みだ。

ドラトゥール大臣は「人気の観光地では、事前に受け入れ可能な人数を予測し、混雑が予想される場合には来訪者にその情報を伝え、代替の訪問先を案内するなどの工夫を行っている」と説明した。

また、定員制を導入している場所では予約制を取り入れ、1 日の来場者数を制限。

府観光局とのコラボレーションにより制作したもの。

ディーン氏が自ら 8mm フィルムカメラを手に、香港の隠れた名所を発見して撮影するというミッションのもと、香港映画のセット展「九龍城寨：映画の旅」展や、人気の観光スポットである「蓮花宮 (Lin Fa Kung)」、「虎豹別墅 (Haw Par Mansion)」などを散策。香港での冒険を楽しむ様子が映像に収められている。



インタビューに応じたナタリ・ドラトゥール経済・財務・産業及びデジタル主権大臣付 観光担当大臣

その際にも、観光客に地方の魅力的な観光地を提案することで、都市部に集中する観光を地方へと分散させていると語り、観光分散を促進する工夫について紹介した。

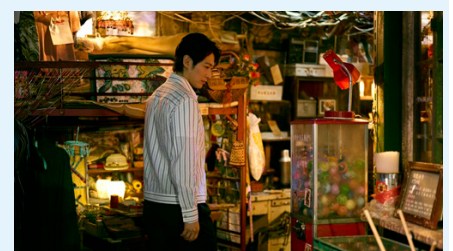
日仏両国には共通の価値観 地方の新たな体験やユニークな発見を提案

最後に日仏両国の観光について、ドラトゥール大臣は「文化、遺産、歴史、職人の技、食へのこだわりなど、フランス人と日本人には多くの共通の価値観がある」と述べたうえで、フランス人にとって日本は「憧れの国」であると語り、今後も訪日フランス人旅行者の増加が期待できるとした。

一方で、日本からフランスへの訪問者については「コロナ禍前の水準にはまだ戻っていないが、万博の効果やフランス観光開発機構の取り組みもあり、ここ 3 カ月で特に日本人観光客が増えてきている」と現状を説明。徐々に回復の兆しが見えてきているとの期待を示した。

さらに今後は「パリやモン・サン・ミッシェルのような有名観光地にとどまらず、地方で新たな体験ができる場所やユニークな発見のある地域を紹介していきたい」と述べ、現在関西・大阪万博のフランス館で展示されているスタジオジブリの巨大タピスリーを製作したオービュッソンへの訪問や、各地の遺産、古代の温泉地、点在する城などの魅力を今まで以上に発信していく考えを示した。

動画は香港政府観光局のインスタグラム、フェイスブック、X で公開中だ。



「九龍城寨：映画の旅」展より

ディステーション

Destination News

住民共存や女性の力に着目したユニークな施策展開 イタリア・トスカーナ州から知る観光地域づくり

イタリア中部に位置するトスカーナ州の観光産業関係者が来日し、7 月 15 日にメディア関係者向けのイベントを開催した。当日は同州の議会で経済・観光担当の評議員を務めるレオナルド・マッラス氏、トスカーナ観光振興局のフランチェスコ・タピナッシ ディレクターらが出席しプレゼンテーションを行った。トスカーナ州は「知られざる魅力」に着目したプロモーションを展開し、地域分散に力を入れるとともに、住民との共存も視野に入れた観光地域づくり、さらに「女性の力」に着目した施策などユニークな政策に取り組んでいることを紹介した。

観光であらゆる人々の架け橋に 知られざるトスカーナの魅力アピール

イベント冒頭でマッラス評議員は「トスカーナはフィレンツェばかりでなく、多彩な魅力がある。今回のイベントを通じて知られざるトスカーナの魅力を伝えたい」と述べるとともに「最近では国際情勢がめまぐるしく動いているが、観光を通じてさまざまな人の架け橋になることを望んでいる。さらにさまざまな関心を持っている人にトスカーナを訪問してもらいたい」と述べ、世界からの訪問客誘致促進に向けて強い意気込みを示した。

歴史や芸術文化の観光素材が豊富 「終わりなき、ルネサンス」訴求

マッラス評議員からのあいさつに続き、観光振興局のタピナッシディレクターがプレゼンテーションを行った。トスカーナ州はフィレンツェやピサなど代表的な都市があるが、州内各地に豊富な観光資源が存在している。世界遺産は 17 カ所指定されており、そのうち 7 カ所は世界文化遺産となっている。

特にエトルリア文明に関する歴史資源が各地に存在。また、フィレンツェを始めとして芸術関連の素材もバラエティに富んでいることを紹介した。

現在大阪で開催されている万博でも「終わりなき、ルネサンス」と題して観光分野以外のさまざまなものを紹介している。タピナッシ氏は「ルネサンスの精神は現代にも脈々と受け継がれている」と強調した。

さらにタピナッシ氏はトスカーナの観光の魅力について「華美になりすぎない、シンプルでエレガントなハーモニーを醸し出す」と表現。この内容が「日本の観



フランチェスコ・タピナッシ ディレクター

光素材の近いものがあるのではないかと持論を展開した。

持続可能な観光への取り組み積極展開 価値憲章作成、スローツーリズム推進

トスカーナ州の観光政策において直近で特に注力しているのがサステナビリティ（持続可能性）な観光地域づくりに関する取り組みだ。同州では、「持続可能性を促進する優れた取り組みが、利子をともなって利益を生む投資であることを理解することが重要である」とした上で、持続可能な観光を実現するための「価値憲章」を作成。これに基づいてさまざまな取り組みを推進している。

価値憲章は「協働」「保全」「尊重」「責任」「透明性」を軸に構成されており、行政・民間事業者・旅行者すべてがともに考え、行動するための指針となっている。

具体的な取り組みとしては、省エネルギーの徹底、水資源の節約、スロー・モビリティの推進、地域住民との連携、透明な情報発信、旅行者への意識啓発など、日々実践できる多様な「グッド・プラクティス」が提案されている。

このうち、スローモビリティの推進の視点から観光振興局では、サイクリングと巡礼の旅に着目したプロモーションに力を入れているところだ。

サイクリングに関してはトスカーナ州内で 1 万 5000km におよぶサイクリングルートを整備している。サイクリング観光の推進にあたっては、バイクシェア、駐輪場、電動自転車の充電設備、インフォメーションポイント、自転車整備工房などが整備され、地元住民と旅行者双方にとって利便性の高い環境が整っている。

巡礼の旅に関しては「トスカーナ巡礼路アトラス」として、州全域を網羅する総延長 1548km のルートを紹介している。もともとは宗教的な意味合いで構成されているものだが、このルートを歩いて巡ることで、村や都市、世界遺産や自然公園を巡ることができる。ゆっくりと旅することで地域の人々とのふれあいができるとともに、地域への観光客の分散に資するとしている。



レオナルド・マッラス氏 経済・観光担当評議員

女性のホスピタリティに焦点当てた企画 女性旅行者の満足度高める施策展開

さらに、トスカーナ州のユニークな取り組みとして「女性観光プロジェクト」の取り組みがある。これは女性が潜在的に持つ「おもてなし」の力に着目し、女性旅行者の満足度を高めるための取り組みとなっている。トスカーナ州では観光業に従事する人の 54% が女性となっている。宿泊施設や文化施設など観光関連で働く人々は日々トスカーナの魅力を発信し続けている存在だ。このプロジェクトは観光分野における女性の起業家精神を高めるだけでなく、常に卓越した才能を発揮してきた世界中の女性旅行者とトスカーナ地域の女性たちの出会いを促進することを目的としているという。

具体的には 6 つの約束として「真正性」「安全性」「受容（おもてなし）と共感」「ウェルネス」「出会いと共有」「持続可能性とグッドプラクティス」を掲げ、社会的な価値観を尊重した旅の提案や親密な体験。そして美しい風景との出会いなどを通じてリラクゼーションを提供する観光を提案する。

日本マーケットは重要市場の 1 つ イタリア主要都市からの分散を促進

日本市場の位置付けについてタピナッシ氏は「日本人はイタリアへの関心が非常に高い。そのような観点から重要度の高いマーケットの 1 つと位置付けている」と話す。そして「トスカーナには見てもらいたいものがまだまだたくさんあるので、しっかりと紹介していきたい」と語った。

また、マッラス氏は「観光ブランドとしてのトスカーナの力は強いものがある。そうした中で住民と共存しながら観光推進を図っていくとともに、オーバーツーリズムを回避するという観点からも、州内のさまざまなエリアに観光客を分散する取り組みに力を入れていきたい」と強調した。

ディステーション

Destination News

フィジー政観、新プロモ「心のふるさと」動画公開
直行便で約 9 時間、「世界一幸せな国」をアピール

フィジー政府観光局は、南太平洋の笑顔の楽園「フィジー」の魅力を伝える新たなプロモーション動画「フィジーで感じる、心のふるさと」を、公式 YouTube チャンネルにて公開した。

動画では、透き通る海に足を浸し、心地よい風を感じながら、ゆっくりと時が流れる「島時間」を体感でき、「次の休暇は心を癒す場所としてフィジーに行ってみよう」と思わせる内容となっている。

フィジーは、333 の島々から成る南太平洋の島国で、「世界最高のビーチランキング 2025」において第 1 位に選ばれ

るなど、美しく透明度の高い海と豊かな自然に恵まれている。人々の温かい笑顔とホスピタリティが世界中の旅行者を魅了し、「世界一幸せな国」とも称されている。

日本からフィジーへは、成田国際空港からフィジー・エアウェイズの直行便が週 2 便運航しており、最短約 9 時間でアクセス可能。時差はわずか 3 時間（夏時の場合 4 時間）と少なく、早朝到着・深夜出発の便を利用すれば、短期間のリゾート滞在も実現しやすい点も魅力となっている。



(フィジー政府観光局提供)

公式 YouTube チャンネル

<https://youtu.be/WuIVjh8fbt4>

フィジー政府観光局公式サイト

<https://visitfiji.jp/>ドイツ、バイエルン王の名城群が世界遺産に登録
ドイツ国内で計 55 件に

ドイツ観光局によると、ノイシュヴァンシュタイン城、リンダーホーフ城、ヘレンキームゼー城、シャッペン山荘が、ユネスコ世界遺産に正式に登録された。バイ

エルン王ルートヴィヒ 2 世の建築遺産である 4 つの城は、ドイツ・ユネスコ委員会の推薦を受け、第 47 回世界遺産委員会において登録が決定した。これによ

り、ドイツ国内のユネスコ世界遺産は、文化遺産 52 件、自然遺産 3 件の計 55 件となる。

ドイツ・ロマン主義の象徴として世界的に知られるノイシュヴァンシュタイン城は、バイエルン王ルートヴィヒ 2 世が首都ミュンヘンの喧騒から離れ、自身の理想の王国を

築こうと 1868 年に中世の城跡に建設を開始したもの。今ではドイツ観光のハイライトにもなっている。

リンダーホーフ城は 1869 年より、オーバーアマガウ南のグラスヴァング溪谷にて 19 世紀の上流階級の別荘として建てられたもの。

キーム湖のヘレン島に建つヘレンキームゼー城はヴェルサイユ宮殿に着想を得た壮麗な宮殿となっている。

また、標高 1,866m に位置するシャッペン山荘は、狩猟ではなく、近代的な快適さの中で高山を楽しむために建設された先進的な山荘として知られている。

これらすべての城と山荘は、歴史的モチーフに加え、独創的な建築設計、そして当時最先端の技術が電灯、流水付き浴室・トイレなどに導入されたことでも注目されて、19 世紀後半の革新性を今に伝える建築物として評価されている。



ノイシュヴァンシュタイン城 (C) Lookphotos/Florian Werner

「NYC レストラン・ウィーク」今年も開催
約 600 軒のレストランが定額で多彩な料理を提供

ニューヨーク市観光会議局は、8 月 17 日まで「NYC レストラン・ウィーク サマー 2025」を開催すると発表した。今回は市制 400 周年を記念し、約 600 軒のレストランが参加。50 種類以上の多彩な料理が定額でお得に楽しめるイベントとなっている。

「NYC レストラン・ウィーク」は年 2 回開催される人気プログラムで、今回はニューヨーク市全域の 5 行政区、70 以上のエリアから約 600 軒が参加する。人気の定番メニューや新作を取り入れた 2 コースのランチ、3 コースのディナーを 30 ドル、45 ドル、60 ドルの 3 種

類の定額スタイルで提供する（税・チップは別途必要）。また、市制 400 周年を記念し、ニューヨーク発祥の料理や、建市年である「1625 年」にちなんだ特別メニューなども登場する。

さらに、来場者が興味やテーマに応じてレストランを選べるよう、「クラシック・レストラン」「サマーパイプス」「ドレスアップ」「各行政区のおすすめ店」「隠れ家レストラン」「デートナイト」「セレブシェフの店」「フーディーズ」など、多彩なコレクションも用意されている。

ニューヨーク市観光会議局プレジデント兼 CEO のジュリー・コーカー氏は、「今

NYC レストラン・ウィークが今年も開催
(ニューヨーク市観光会議局) 提供

年はメモリアル・デー（5 月 26 日）からレイバー・デー（9 月 1 日）までの期間に約 1770 万人の観光客が見込まれており、本イベントは観光客にとっても、地元ニューヨーカーにとっても、ニューヨークの多様な食文化をお得に楽しめる絶好の機会になる」と述べ、ニューヨーク市発祥の伝統的なイベントの魅力を紹介した。

ホテル

Hotel News

森トラストの訪日 6000 万人時代見据えた戦略 自立型観光地域の創出に向けた施策推進

森トラストはこのほど都内で、訪日外国人旅行者の動向をテーマとしたメディアミーティングを開催した。ミーティングで同社の伊達美和子代表取締役社長は、今年の訪日外客数が 4300 万人～4500 万人に達するという見通しを示した。その上で 2030 年の政府目標として掲げられている訪日外客数 6000 万人について、現在のアジア太平洋地域の観光成長率を維持できれば、1 年前倒しでの達成が可能であると述べた。また、今後の課題として、旧態依然の状況となっている地方の観光地の再生や観光人材の確保が急務となると指摘した。これとあわせて、森トラストグループが進めるラグジュアリー・ディステーション・ネットワーク構想」を始めとした各種事業戦略や今年秋に開業する新ホテル「1 Hotel Tokyo」の概要についても紹介が行われた。

2025 年訪日外客 4300 万人見込む 「昭和型事業モデル」からの脱却重要

冒頭で登壇した伊達社長は、2025 年 1 月～5 月の訪日外国人客数が前年比 23.9% の伸びを示しており、この傾向が続けば年間で約 4500 万人に達する見通しであると説明。また観光収入も、2024 年の 8.1 兆円から順調に推移し、2025 年には 10 兆円の大会に達する可能性が高いと述べた。

現在、観光庁を中心に、2026 年度から 2030 年度までの 5 か年を対象とする「第 5 次観光立国推進基本計画」の策定が進められている。同計画では、2030 年までに訪日外国人 6000 万人、消費額 15 兆円の達成が目標とされているが、これについて伊達氏は、「今年 4300 万人を達成した場合、訪日客数が年平均 7.0% の成長率、消費単価は年平均 2.0% の上昇をすれば目標値の達成が可能」との見方を示したうえで、「もしアジア太平洋地域のインバウンド年平均の成長率 (+ 9.17%) と同水準で増加すれば、政府目標より約 1 年の前倒しで目標達成できる」と述べた。

さらに、経済波及効果については「2025 年にインバウンド消費が 10 兆円に達すれば、18.8 兆円の波及効果が見込まれるので、2030 年に 15 兆円になれば、28.2 兆円の波及効果となる。これは日本の自動車輸出額に匹敵する規模である」として、観光産業が今後日本経済に与えるインパクトの大きさを強調した。

その一方で、伊達氏は今後の観光業界の課題として「人気観光地への偏在」を挙げ、インバウンド客の 77.2%、日本人旅行者の 54.9% が関東・近畿・中部に集中している現状を言及。「全国各地の『昭和型観光地』の再生が急務である」と述べ、老朽化した宿泊・観光施設のインフラ整備や経営体制の見直し、生産性向上の必要性を指摘した。

外国人材と共生し、人手不足解消を 観光財源、慎重で明確な制度必要

さらに、地方への訪問を促すための交通手段の不足や、宿泊・飲食サービスを中心とする「観光人材不足」についても課題として挙げ、「今後は必要な人材数を明確にしたうえで、外国人材との共生も視野に入れる必要がある」と述べた。

こうした課題を踏まえ、持続可能な観光産業の基盤づくりに向けては「観光地再生」や「観光人材育成」に必要な財源の確保が不可欠であるとし、「地域の特性に合わせた独自の財源を持つことが、持続的な観光振興につながる」と強調。あわせて、現在議論が進められている宿泊税や、国際水準と比較して安いとされる国際観光旅客税（出国税）、公共観光施設料金についても、導入目的・使途・活用計画・ガバナンス体制の正当性・透明性・国際標準との整合性といった観点から、慎重かつ明確な制度設計が必要であるとの考えを示した。

そして森トラストでは、「失われた 30 年」（平成時代）で停滞した投資を活性化し、昭和型モデルからの脱却と、自立した観光地域を創出するためのサイクルとして、PDCA（Plan・Do・Check・Act）サイクルの確立に取り組んでいると紹介。2016 年からは「ラグジュアリー・ディステーション・ネットワーク構想」を展開し、東京・京都といった観光ゴールデンルートに加えて、地方への国際的ホテルブランドの誘致を進めている事例を紹介した。

ホテル事業の売上高 10 年間で 3 倍超に 地方部への国際ブランドホテル展開強化

伊達社長に続いて、森トラスト・ホテルズ&リゾートの白石健太執行役員が、グループのホテル開発および投資戦略について説明した。

白石氏は同社が取り組むホテル開発に



森トラスト / 森トラスト・ホテルズ&リゾート
代表取締役社長の伊達美和子氏

ついて、「コンラッド東京」「シャングリ・ラ 東京」「東京エディション虎ノ門」などの新規開発により東京エリアを重点的に強化してきたことを紹介。さらに地方では、「翠嵐 ラグジュアリーコレクションホテル 京都」「ホテルインディゴ長崎グラバーストリート」「イラフ ラグジュアリーコレクションホテル 沖縄宮古島」などを展開し、地方周遊を促す魅力的な拠点づくりを進めていることを報告した。

加えて、既存ホテルへの投資にも積極的に取り組んでおり、2024 年までの約 10 年間で 1,700 室以上のリニューアルを実施。万平ホテルにおける改修を例に挙げ、こだわりをもって変わらないように改修した部分（ホテル外観やレストラン）と、従来からアップデートして改修した部分（客室やシャワールーム）を融合させ、伝統を大切に、残せるものを残した改修工事を実施している事例を紹介。リブランドも含めた施設価値の向上に取り組んでいると述べた。

また、時代に即した戦略の一環として、IHG、マリオット、ヒルトンといったグローバルブランドとの提携を進めると同時に、自社のラグジュアリーブランド「翠（SUI）」の展開も拡大。2024 年現在、既存ホテル 33 軒に加え、新規プロジェクト 16 件を実施し、ホテル関連事業の売上は 2014 年の 250 億円から 2024 年には 797 億円と、10 年間で 3 倍以上に成長していると報告した。



森トラスト・ホテルズ&リゾートの白石健太執行役員

ホテル

Hotel News

そして今後については、「従来の枠を超えたデベロッパーとして、旅行者の多様化する滞在体験ニーズに応えるべく、さまざまな事業展開を推進していきたい」と意欲を示した。

日本初「1 Hotel Tokyo」今秋開業 サステナブルとラグジュアリーの融合を提案

最後に、2025 年秋に大規模複合開発プロジェクト「東京ワールドゲート赤坂」内に開業予定の米国発サステナブル・ラグジュアリーブランド「1 Hotel Tokyo」について、総支配人の小南正仁氏が紹介を行った。

同ホテルは、「都会の自然美と、時を超えて受け継がれる伝統との調和」をコンセプトに、サステナブルな宿泊体験を提供するライフスタイルホテルブランドとなる。現在は世界 18 都市に展開してお

り、東京は 19 軒目の開業となる。小南氏は、「1 Hotels は、私たちの暮らす世界は美しく、その美しさを守り続けたいという、ごくシンプルな想いから生まれた」と創設者兼会長バリー・スタンリヒト氏の言葉を紹介した。

同ホテルは、スイート 24 室を含む全 211 室の客室を備え、シグネチャーレストラン、バーラウンジ、テイクアウトショップなど、サステナブルなメニューを提供する 3 つの飲食施設のほか、500 平方メートルを超える宴会場、室内プール、ホテルスパといったウェルネス施設も設けられる。

館内には豊富な植栽を施し、再生木材の使用など、環境に配慮した建築・デザインを採用している。小南氏は、「サステナビリティにこだわった設計として、客室設計の段階から各部屋にウォーターサーバーを設置してペットボトルを削減した

り、再生紙で作られたハンガーを導入したりと、随所に工夫を凝らしている」と説明。さらに「極上の快適さと比類のないサービスの提供も目指し、サステナビリティとホスピタリティを感じられる日本ならではのおもてなしを提供する」と語った。

「1 Hotel Tokyo」公式サイト

<https://www.1hotels.com/>



「1 Hotel Tokyo」総支配人の小南正仁氏

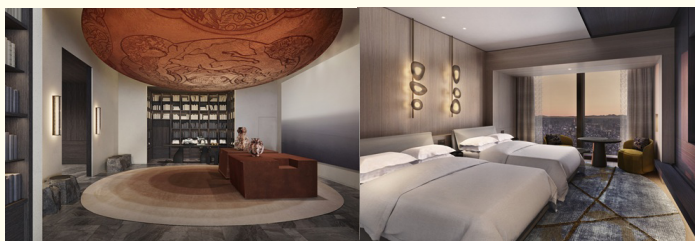
JW マリオット・ホテル東京、10 月 2 日開業 公式サイトにて宿泊予約受付開始

マリオット・インターナショナルは、10 月 2 日に東京・高輪「TAKANAWAGATEWAY CITY」の高層階にラグジュアリーホテル「JW マリオット・ホテル東京」を開業すると発表した。同ホテルは、マリオット・インターナショナルが展開する 30 以上のブランドの中でも最上位に位置づけられるラグジュアリーブランド「JW マリオット」の国内 2 軒目となり、首都圏では初の開業となる。

インテリアデザインは世界有数のラグジュアリーホテルでの実績を持つデザインスタジオ「Yabu Pushelberg」が手がけ、「高輪に再び憩いの場を創出する」というコンセプトのもと、繊細でエレガントな空間を演出している。レセプションの天井には、かつての高輪の風景を浮世絵の様式で描いたアートが施されている。

館内には、スイートを含む 200 室のゲストルームのほか、地中海料理や日本料理など多彩なダイニング・エクスペリエンスを楽しめるレストラン、ロビーラウンジ、バー、屋内プール、フィットネス、スパなどを併設。日本初の 270 度可動式 LEDウォールを備えた JW ボールルームと 6 つのミーティングルームも用意され、特別なイベントや結婚式にも利用できる。「JW マリオット」ならではのさりげない気配りと上質なサービスにより、心に残る特別なひとときを提供する。宿泊予約はすでに受付を開始している。

※公式サイト：<https://www.marriott.com/ja/hotels/tyojw-jw-marriott-hotel-tokyo/>



レセプション・客室イメージ「Image courtesy of Yabu Pushelberg」



航空宇宙業界 / 旅行業界専門紙

航空新聞社 jwing.net

マンダリン オリエンタル、持続可能な取組み推進 サステナビリティ・レポート発表

マンダリン オリエンタル ホテル グループはこのほど、持続可能なラグジュアリー・ホスピタリティの実現に向けた取り組みと成果をまとめた「2024 年度版サステナビリティ・レポート」を公表した。今回で 14 回目の発表となる本レポートでは、環境保全や地域社会への貢献、人材育成など多岐にわたる分野における実績と進展を報告している。

同グループでは、2012 年を基準年としてエネルギー使用効率を 21% 改善し、二酸化炭素 (CO2) 排出量を 30% 削減。ジュネーブ (スイス) のホテルでは、レマン湖の深層水を活用した冷暖房システム「GeniLac」を導入し、先進的な環境技術によるエネルギー転換を実現している。

また使い捨てプラスチックについては、アメニティや包装資材の見直しを進め、グループ全体で 99% 削減。実質的な全廃を達成した。カヌアン (セントビンセントおよびグレナディーン諸島) の施設では、国連主導の「グローバル・ツーリズム・プラスチック・イニシアティブ」にも参加し、業界全体への波及効果を高めている。

食品廃棄対策では、香港の従業員用レストランにおいて、前年比 73% のフードロス削減を達成。年間約 2.1 万食分の廃棄を防ぎ、36 トンの CO2 排出回避につながった。加えて、AI を活用した食品廃棄管理ツール「Winnow」の導入を一部施設で開始。年内には全施設への拡大を予定する。なお、グループ全体の 3 分の 2 以上の施設ですでに堆肥化の取り組みも行われている。

このほか、水資源の管理についても成果を上げており、ミュンヘン (ドイツ) では冷却水循環型の「クール・フロー・システム」を採用。グループ全体では 2012 年比で水使用量を 13% 削減した。

宿泊者への調査では、10 万人以上を対象に実施。92% 以上が同グループのサステナビリティ施策に「満足」と回答。前年の 91% からさらに向上しており、環境配慮型ホテルへの支持が広がっていることがうかがえる。



持続可能な取組みを推進 (イメージ)