



@wingtravel



Wing Travel



@wingtravel\_official

## ツーリズム EXPO ジャパンが愛知で初開催 4日間で主催者目標上回る 12万 6900 人が来場

わが国最大の旅の祭典「ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸」が9月25日～28日にかけて、Aichi Sky Expo（愛知県国際展示場）で開催された。同イベントが愛知県で開催されるのは今回が初めてとなった。今回のツーリズム EXPO ジャパンは「旅は“知”の再発見」をテーマに国内45都道府県、海外82カ国・地域から1350の企業・団体が参加。4日間の期間中に主催者（日本観光振興協会、日本旅行業協会、日本政府観光局）が目標として設定していた10万人を上回る12万6900人が会場を訪れた。



ツーリズム EXPO ジャパン開会式の模様

**菰田会長「旅の新たなカタチ発信の絶好の機会」  
ウロセヴィック氏「観光の未来を形作る場に」**

25日に行われた開会式には菰田正信日本観光振興協会（日観振）会長、高橋広行日本旅行業協会（JATA）会長、蒲生篤実日本政府観光局（JNTO）理事長の主催3団体のトップ。来賓として吉井章国土交通大臣政務官、村田茂樹観光庁長官、国連世界観光機関（UNツーリズム）のブリッツァ・ウロセヴィックエグゼクティブダイレクター、世界旅行ツーリズム協会（WTTC）のサラ・ワンアジア地区担当ディレクター、中部経済連合会の勝野哲会長が登壇した。

主催者を代表してあいさつした菰田日観振会長は、「ツーリズム EXPO は今回愛知県で初めての開催となる。EXPOを通じて地域全体の活性化と旅の新しいカタチを世界に発信する絶好の機会ととらえてもらいたい」と述べるとともに、「今回は世界からも多くの国・地域にも参加してもらっている。（海外勢の展示を通じて）海外旅行の楽しさを体験してもらうことでアウトバウンド促進にもつながる。そして次の旅行への期待を膨らませてもらいたいし、業界にとっては新たなビジネスの創造につながる場となることを確信している」と強調した。

来賓としてあいさつした吉井国土交通大臣政務官は「ツーリズム EXPO ジャパンはまさに世界最大級の旅の祭典である。このイベントを通じてわが国と世界の新たな観光振興につながる機会となることを期待している」と述べた。

また、UNツーリズムのウロセヴィックエグゼクティブ・ダイレクターは「世界のツーリズムがコロナ禍を超えて力強い回復を見せている。日本を訪問する外国人観光客も力強い成長を見せているとともに地方を訪問する動きも活発になっている。

※（注）吉井国土交通大臣政務官の「吉」は「土」の下に「口」

今回のツーリズム EXPO は地域観光の重要性を象徴しているイベントではないか」と述べた。そして「一方で持続可能な観光の発展を目指すという責任も同時に課されている。ツーリズム EXPO を通じて積極的な対話を行い、観光の未来を形作る場にしたい」と語った。



会場となったAichi Sky Expo(愛知県国際展示場)

### 石破首相からビデオメッセージ 「観光は地方創生 2.0 の切り札」

さらに会場では、石破茂首相からのビデオメッセージが流された。石破首相は「10万人を超える来場者のみなさんが日本の観光の魅力を楽しんでもらうとともに、業界関係者による充実した商談が行われ、インバウンド・アウトバウンドの活性化につながることを期待している。また、観光は政府の最重要政策の1つである『地方創生 2.0』における切り札であり、地方の魅力が広く発信されていくことを期待している」と述べた。



開会式で石破茂首相からのビデオメッセージが放映された

**業界日は6000件超商談で活発な意見交換  
一般日は旅の素晴らしさを幅広い世代で共有**

今回のツーリズム EXPO ジャパンは「旅は“知”の再発見」をテーマに国内45都道府県、海外82カ国・地域から1350の企業・団体が参加した。

前半2日間の業界日には703人のバイヤーと826人のセラーが参加し、6000件を上回る商談が行われたほか、TEJ観光大臣会合やテーマ別シンポジウム。さらに多彩な題材による「ツーリズム・プロフェッショナル・セミナー」も実施され、各所でさまざまな意見交換が行われた。なお、業界日2日間では、3万8400人が来場した。

週末の一般日は、2日間で8万8500人が来場。各展示ブースにおいて、歴史やグルメ、伝統芸能などを五感で楽しむことができる体験コンテンツが賑わいを見せた。また、27日にはJATA海外旅行アンバサダーを務める俳優・アーティストの岩田剛典さんが、28日にはツーリズム EXPO ジャパンのスペシャル・サポーターを務めた俳優の瀬戸朝香さんによるトークショーが開催。旅の素晴らしさを幅広い世代間で共有する場となった。



記念撮影に応じるツーリズム EXPO ジャパン関係者。左からJNTO 蒲生篤実理事長、高橋広行 JATA 会長、スペシャル・サポーターを務めた俳優の瀬戸朝香さん、日観振最明仁理事長、中部経済連合会勝野哲会長



## 旅行関連

## Tourism News

## 地元住民と観光客に思い出を持ち帰ってもらう場を 基調講演でスタジオジブリ中島副社長が登壇

ツーリズム EXPO ジャパンのイベント全体のトップバッターとなる基調講演には地元愛知県が誇る観光施設であるジブリパークを運営するスタジオジブリの中島清文代表取締役副社長が登壇。ジブリパーク開業までの背景について紹介するとともに、地域住民と観光客が共存する公園を作っていくという想いなどについて語られた。

スタジオジブリは宮崎駿監督のアニメ映画制作のために約 40 年前に立ち上げられた。その後、2013 年に宮崎監督がアニメ映画制作から離れる決意が示されたときに、映画制作がなくてもイベントなどが継続できるように事業転換を図ることとなり、その一環で常設の美術館である「三鷹の森ジブリ美術館」を開業することとなった。

三鷹の森ジブリ美術館には国内だけでなく、海外からも多くの人々が来場するようになり、予約が困難になりつつある状況となってきた。そこで、より多くの人々を受け入れられるようにしたいと考えていたときにジブリパークの話が持ち上がったという。

ジブリパークの所在地は 2005 年の愛知万博開催以前は、愛知県の子どもたちがアウトドアイベントなどを楽しむ場として

親しまれていた。

そうした中で「ニューヨークのセントラルパークやロンドンのハイドパークのように地元の人も観光客も親しむことができる都市公園を目指しつつ、三鷹の森ジブリ美術館同様に、ものづくりを伝えていくこと。そして、1 つでもいいので思い出を持ち帰ってもらう場を提供する」という考えのもと施設づくりが進められたことを紹介した。

ジブリパークは現在、地元周辺から 30%、それ以外の国内地域から 50%、そして残りの 20% が海外からの訪問客で構成されているという。中島副社長は最後に「ジブリパークのある愛知をもっと多くの人に訪れてもらいたい」と述べ、講演を締めくくった。



スタジオジブリの中島清文代表取締役副社長

中部北陸観光の魅力「線」で伝える  
訪日商談会通じ多彩な商品造成促す

今回のイベントのホスト役となる中部・北陸エリアは、初めて共同ブースを展開し、知られざる同エリアの観光素材を多彩な切り口で提案していく。

中部経済連合会の勝野哲会長は「中部・北陸エリアは日本アルプスを始めとする自然の魅力、そして戦国時代から続く歴史的観光資源など豊富な素材はあるものの、これまで伝えきれていなかった部分がかった」とした上で「今回のツーリズム EXPO ジャパンを通じて『点』から『線』の視点で観光の魅力を伝える出発点として位置付けていきたい」と述べ、中部・北陸エリアの観光振興に対する強い意気込みを示した。

訪日インバウンド関連では「VISIT JAPAN トラベル & MICE マーケット (VJTM)」が開催。全世界から約 270 社のバイヤーが来日した。また、日本側セラーにおいては中小の自治体による商談機会拡大につなげるための新たな施策も実施した。日本政府観光局 (JNTO) の蒲生篤実理事長は「VJTM を通じて訪日インバウンドの課題となっている地方誘客促進の流れを作っていくとともに、活発な商談が行われることで多彩な訪日旅行商品が造成されることを期待したい」と語った。

## ウェルカムレセプション、地元の芸能・食でおもてなし 大村愛知県知事「10 年越しの想い実現」

25 日夜に行われたウェルカムでは出展者や商談会に参加したバイヤー、セラーなどが多数参加した。会場では、愛知県の発酵食文化を象徴した料理を始め「ご当地食」が振舞われたほか、愛知県で開催されている「日本と真ん中祭り」で大賞を受賞したグループ「常笑」や名古屋おもてなし武将隊。そして三重県の伊賀忍者特殊軍団「阿修羅」によるパフォーマンスが行われ、愛知開催な

らではの雰囲気前面に押し出された空間が広がった。

地元を代表してあいさつした愛知県の大村秀章知事は「ツーリズム EXPO ジャパンを愛知県で開催してもらうために誘致活動を展開し、10 年越しでようやく実現することができた」と感慨深い想いでスピーチを切り出した。

そして「今回の会場である Aichi Sky Expo は日本初の国際空港直結型の展

込みを語った。

このほか、レセプションでは吉井章国土交通政務官、伊藤忠彦復興大臣、二階俊博全国旅行業協会名誉会長、鶴保庸介参議院議員・自民党観光立国調査会会長 (登壇順) があいさつを行った。また菅義偉元内閣総理大臣からはビデオメッセージが寄せられた。乾杯の発声は、インド・ラジャスタン州観光局のルクマリ・リアル長官が行った。



ウェルカムレセプションの乾杯発声の模様

示場だ。今回のツーリズム EXPO ジャパンは施設全体を使用する。開業以来最大級のイベントとなる。愛知県としてもこのイベントを盛り上げるために例年の約 4 倍規模でブースを展開し、さまざまな見どころを紹介している。さらに中部・北陸 9 県による共同ブースを通じて中部圏の多彩な魅力を感じてもらいたい」と意気



愛知県の大村秀章知事

## 高市新総裁が描く観光の針路

潮流

10 月 4 日に行われた自民党総裁選で高市早苗氏が新総裁に選出された。女性初の自民党総裁の誕生は大きなトピックスの一つであり、国際社会も今回の総裁選をさまざまな視点で受け止めている。また、総裁選を争った 5 氏は今後の日本のあり方について多角的に語っており、筆者も興味深く見てきたところだ。

当面の焦点は、首班指名を行う臨時国会の開会に向けて、自民党の幹部人事や野党との連携のあり方をどう描くか、という点になってくるだろう。

ここで改めて、高市氏が総裁選で掲げてきた政策を確認しておきたい。

高市氏は「総合的な国力を強化する」を基盤に、「安全・安心と強い経済」「地方の伸びしろと暮らしを守る」「防衛力と外交力の強化」「次世代の責任」「信頼される自民党」という五つの政策を掲げた。

安全・安心の確保と強い経済の実現では「責任ある積極財政」を前提に、「生活の安全保障」「経済安全保障の強化と関連産業の育成」「食料安全保障の確立」「エネルギー・資源安全保障の強化」「『現在と未来の生命』を守る令和の国土強靱化対策」「サイバーセキュリティ対策の強化」「健康医療安全保障の構築」「成長投資と人材総活躍の環境づくり」の 8 つのポイントを示した。

地方の伸びしろと暮らしを守るでは、『地域ごとの産業クラスター』を全国各地に形成し、世界をリードする技術・ビジネスの創出と地方の DX 化を推進」「地場産業の付加価値向上と販路開拓を力強く支援」「地域公共交通の維持を支援」「日本郵政の活性化により地域の郵便局ネットワークを活用」「組織犯罪・オンラインカジノ対策などによる治安力強化を推進」「外国人問題の司令塔を強化し、不法滞在者対策や土地取得規制の検討を進める」点を掲げた。

今回の総裁選において、高市氏の政策に「観光」は直接的に登場しないが、観光との接点は、外国人政策や経済安全保障の切り口、そして地方の伸びしろという二つの視点にあると見られる。

高市氏は出馬にあたり「世界中からたくさんの観光客が訪れてくれるのはうれしいことだ。日本の産業には人手が足りていないところ

がいっぱいあるので、外国から働き手を補ってもらわなければならないところもある。しかし、こうしたことはゆっくり進めなければならない。急に物事を進めたり、焦ってやっているのは日本の社会をとげとげしくするだけだ」と発言している。

この発言からは、訪日外国人観光客の受け入れや外国人労働力の活用を重視しつつも、拙速を避けて慎重に進めるべきだという考えがうかがえる。「訪日 6000 万人、消費額 15 兆円」という旗印は維持しつつ、受け入れ管理には一定の厳しさで臨む可能性が高い。

あわせて、オーバーツーリズム対策でも毅然とした姿勢を取り、観光客のマナー問題に一石を投じる展開も想定される。

一方、地方の存在感という視点では、石破現内閣が取り組んできている「地方創生」の流れを継続し、より高みに引き上げることになるのではないかと見られる。

高市氏は「地方の大きな『伸びしろ』を生かし、日本列島の隅々まで活発な経済活動が行き渡る国を創る」とし、その一つとして「観光業など地場産業の高付加価値化を支援する」を重要政策に掲げている。以上から、地方観光の底上げは一段と強化されるのではないだろうか。

そして、もう一点注目しておきたいのが、観光に関連した“お金”にまつわる動きだ。

2030 年を見据えた新たな観光立国推進基本計画の策定過程において、国際観光旅客税の見直し、宿泊税の導入・拡充、訪日客向けの「二重料金（デュアルプライシング）」などについて活発な議論が行われているところだ。新総裁となえる高市氏がこれらの観光財源を取り巻く動きについて政策をどのように考えているのかという点も興味深い。

高市氏は新総裁選出後のあいさつで「全世代総力結集で、全員参加で頑張らなければ立て直せない。日本のために、自民党を立て直すために、それぞれの専門分野で仕事をしてもらうように心からお願いしたい」と語った。そうした中で、観光を専門分野とする人材をどのように舵取りし、観光立国への歩みを進めるのか。今後の人事・予算・制度設計を見極めていきたい。（嶺井）



# 地域観光の多様化や人材・DX 戦略など議論 TEJ 観光大臣会合、7 カ国の大臣と 6 国際機関が参加

「ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸」初日の 9 月 25 日に恒例となった「TEJ 観光大臣会合」が開催された。今回は日本、オーストラリア、カンボジア、ウズベキスタン、スロベニア、パナマ、ウルグアイの 7 カ国の代表者と国連世界観光機関 (UN ツーリズム)、世界旅行ツーリズム協会 (WTTC)、アジア太平洋観光協会 (PATA)、ヨーロッパ観光委員会 (ETC)、アドベンチャー・トラベル・ワールド・アソシエーション (ATTA)、東アジア・アセアン経済研究センター (ERIA) の 6 国際機関の代表者が参加。モデレーターはコネクトワールドワイド・ジャパンのマジョリー・デューイ代表取締役が務めた。ディスカッションでは「激変する地域観光」を主題とし、多様化する地域観光のあり方や、持続可能な観光を実現するための人材戦略や DX の活用などについてさまざまな意見が寄せられた。

## コロナ禍からの回復期から変革期に移行 多様性のある観光実現に投資求められる

まず始めに UN ツーリズムのゾリツァ・ウロセヴィック エグゼクティブディレクターから足元の世界観光について語られた。ウロセヴィック氏は 2024 年の国際観光客数は前年比 21% 増となったことを報告した。その上で「コロナ禍からの回復期から変革のタームに移行している」と述べた。

そして先日行われた G20 の観光大臣会合では、観光の多様化や包摂性、そしてレジリエンスが中心議題として挙げられており、このテーマに対応するための投資が行われなければならないとした。

また、WTTC のサラ・ワンアジア地域部長は「持続可能で包摂性のあるツーリズムを実現するためには、官民の強固なパートナーシップが不可欠である」と述べた。

## 地域観光の進化に地域間協力欠かせず 地域変革へ多様化、分散化、深化キーワード

今回の会合では「地域に観光の恩恵をもたらすために必要なこと」と「人材開発や DX に対する変革」という 2 つのテーマで各国・国際機関から意見が述べられた。

地域観光の多様化についてカンボジアのフォット・ハク観光大臣は「観光資源を多面的に活用し、観光客にバランスの取れた体験を提供することで観光の流れを分散させていくことが大事だ」と述べるとともに「これを実現するためには 1 カ国単独での取り組みではなく地域の連携を強化することが重要である」という考えを示した。

スロベニアのドゥブラウカ・カリン経済観光スポーツ省観光局長は「現在の観光には数を追うことよりも付加価値の創造が重要になってきている。スロベニアには小規模な観光関連事業者が多く、こ

れは地域について発信する際には効果的である」と述べた。

また、ATTA のグスタヴォ・ティモブレジデントは「観光業は多様化、分散化、深化を目指し、気候変動対策の推進、文化的尊重、包摂的な経済成長の実現を後押しするべき力となるべきだ」と観光の地域変革のためのキーワードについて述べた。

ETC のミゲル・ガジェゴマーケティング・広報ディレクターは「欧州は年間で約 7 億人の旅行者が訪れ、その多くが 7 月～8 月に集中し、オーバーツーリズムの状態となっている」と実情を述べた上で「これからは、環境、文化、住民を守るために地域と旅行時期の分散を図っていくための取り組みが重要になってくる」と述べた。

## 持続可能な観光実現「意義ある観光」 バランスのとれた観光戦略がカギ

世界のツーリズムにおいて変革が求められていく中で持続可能な観光の実現が重要視されている。そのような中で PATA のピーター・シモン会長は「意義ある観光」を強調した。シモン氏は持続可能な観光実現において新たな目標値の建て方が重要であると述べ、今後は環境や経済への影響を正しく評価する新たな KPI (業績指標) を導入していくことが重要なのではないかと指摘した。

オーストラリアのニータ・グリーン観光補佐大臣は「今日の観光には経済的・社会的・



今回で 8 回目となった「TEJ 観光大臣会合」の様相

環境的課題に向き合いつつ、質の体験を提供し続け、国際競争力を維持することが求められる」と述べた上でオーストラリアでは 2030 年までの新たな観光政策のもとで国全体で持続可能な観光を認識することを共有していることを紹介した。

ウズベキスタンのアジズ・アブドゥハキモフ エコロジー環境保護気候変動大臣は地域観光の進化に向けて世界遺産だけではなく、地方の自然や小さな村の生活文化などの魅力を広めていく活動に注力したい。そのために地域への貢献においてバランスの取れた観光戦略を立てて取り組んでいることを紹介した。

日本の吉井章国土交通大臣政務官は、持続可能な観光地域づくりを図る中で地方誘客に力を入れている点を紹介するとともに「持続可能な観光実現には、観光客の受け入れと住民生活の質を両立できる取り組みが重要だ。そのために観光客向けの移動手段の導入、需要の分散・平準化を進めて行く」と述べた。

## 価値ある旅行創出へデジタル化求められる 人への投資は地域未来への投資につながる

今後の国際観光における進化を図るために重要視されてくる人材戦略や DX に関しても意見が寄せられた。

パナマのグロリア・マリア・デ・レオン・



会合に出席し、記念撮影に応じた各国・国際機関の代表者たち



## 旅行関連

## Tourism News

ズビエタ観光庁長官は「今後 10 年で地域観光政策を前進させ、競争力とレジリエンスを強化する共通の枠組みを築く」とした上でこれを実現していくための最大の資産は「人材」であると強調するとともに、「人への投資は地域の未来への投資につながっていく」と語った。

ウルグアイのアナ・クラウディア・カラム観光副大臣は米州開発銀行の協力のもとで DX を観光業に広げていくための戦略に取り組んでいることを紹介。そしてこの戦略の目指す姿として「エコシステムを構築した上でデジタルソリューションを観光マネジメントにどのようにつなげるかが目標である」と説明した。

ERIA のアラジン・リロマネーシングディレクターは「ASEAN の観光はパンデミックから見事に回復したが、市場ダイナミクスと業界構造が大きく変わった」と語った上で、「これからはサステナビリティを基本に安全面が重視され、一層のデジタル化が求められている」と指摘した。

## 成長持続には最適なバランス確保必要

パネリストからのさまざまな意見を踏まえてモデレーターであるデューイ氏からは「持続可能な観光をマネジメントするためのカギが「変革」である。そして長期的に安定した地域観光の成長継続のために

は最適なバランスを探り出し、これを保つことが最も重要である」と述べた。

会合の最後は UN ツーリズムアジア太平洋地域事務所の金子正志所長がスピーチした。

金子所長は「持続可能で魅力的な観光地には地域の特色と競争力を維持すると同時に、多様な観光資源の提供が不可欠である」と述べた。

さらに「持続可能な質の高い観光には人材不足の克服が必要であり、人材育成とデジタル技術の導入がこの課題解決には求められる」と指摘して締め括った。

## ブースグランプリは香港政観と北海道に

また、出展ブースの中から来場者の投票により展示会を盛り上げたブースを選出し表彰する「ブースグランプリ」も発表された。業界日の投票で決まる「～旅のプロが選ぶ ブースグランプリ～」には香港政府観光局がグランプリに選出された。また、一般日の投票で決まる「～旅の愛好家が選ぶ ブースグランプリ～」には北海道観光機構 / 北海道旅客鉄道 / 北海道エアポートの共同ブースがグランプリに輝いた。

今回のブースグランプリは「今回開催のテーマである『旅は“知”の再発見』に基づいているか」「オリジナリティあふれるブースデザイン、魅力的な演出であったか」「スタッフの接客やホスピタリティが充実していたか」「心を動かされる（印象に残る）内容であったか」「ブース訪問前後でその国・地域・企業・団体の

印象が大きく変わったか」「SDGs への取り組みが行われていたか」の 6 点のポイントで選出された。

業界日投票でグランプリに選ばれた香港政府観光局のブースはレトロな街なみが懐かしい昔の香港と最新の「kawaii 香港」を一度に楽しめるブースを展開。レトロな街並みは映画「トワイライト・ウォリアーズ 決戦！九龍城砦」のセットを再現。香港映画の中に入り込んだ気分を味わえることやフォトジェニックな点が好評だった。

なお、準グランプリ嗅ぎ薬「ヤードム」づくりを始め、タイ国政府観光庁のブースが、特別賞には、招き猫が目をつけたブースデザインとした愛知県常滑市のブースが選ばれた。

一般日の投票で選ばれた北海道の共

同ブースは、北海道を想起させる雄大な自然や景観の数々を象徴的に装飾し「北海道への旅」を表現したブースが来場者にインパクトを与えた。体験コンテンツやステージイベントが充実していたほか、新たな切り口の観光情報が注目を集めた。

準グランプリは韓国の都市ごとの情報をブースで詳細に発信した韓国観光公社がえらばれた。特別賞は、ちんすこうのつかみ取りイベントを行った沖縄県嘉手納町のブースが選出された。

実行委員長賞には台湾観光協会とトラベーションの 2 ブースを選出。台湾観光協会は旅行実施にあたっての的確なアドバイスをもらえる場となったことが好評だった。トラベーションはブースに活気があったほか、Youtuber との交流ができた点などが評価された。

東武トップ GREEN × EXPO2027 の交通輸送関連業務受託  
輸送本部運営計画策定やシャトルバス調達など

東武トップツアーズは、2027 年国際園芸博覧会協会から「『2025 年度 2027 年国際園芸博覧会交通輸送本部運営等業務委託』を受託し、契約を締結したことを発表した。

2027 年国際園芸博覧会 (GREEN × EXPO2027) は、2027 年 3 月 19 日～9 月 26 日の期間、神奈川県横浜

市において国際的な園芸文化の普及、地域・経済の創造、社会的な課題解決等への貢献を目的に開催される。同社は、この博覧会において、来場者の安全かつ円滑な輸送を実現することを目的に、輸送実施計画及び業務実施を行う。

今後の予定としては、交通輸送本部運営計画の策定、交通輸送本部準備、運

営備品等の検討、シャトルバス調達及びバス輸送管理計画の策定等を実施するとともに、関係者間で連携・調整を図りながら安全・安心な運行を目指す。また、混雑時や緊急時の対策を十分に講じ、円滑で快適に過ごせる環境づくりのために準備を進めるとしている。





## 旅行関連

## Tourism News

# 関東、関西発着の訪日客を意識した誘客策強化へ 中部・北陸9県、ツーリズム EXPO 初の共同ブースで訴求

今回のツーリズム EXPO ジャパン開催を強い意気込みを持って臨んだのが、地元中部・北陸エリアだ。今回は同エリア9県(福井、石川、富山、滋賀、岐阜、長野、三重、愛知、静岡)が初めてとなる共同ブースを出展。各県の多彩な観光資源を訴求。国内旅行の活性化だけでなく、訪日インバウンド需要の獲得も狙っていく。中部・北陸エリアでは、コロナ禍前は中部国際空港を起点としたプロモーションに力を入れてきたが、欧米豪を中心に初訪日客が増加しつつあることを背景に、関東や関西圏を起点とする訪日外国人旅行者に立ち寄ってもらうことを意識した活動をより一層強化していく考えだ。

**「日本のまんなかで心も満たす」  
自然、歴史、食、ものづくりを中心にアピール**

今回の合同ブースは「GO CENTRAL JAPAN ~ 9 県の感動旅を~」というタイトルでブースを出展。「日本のまんなかで心を満たす」という視点から、9 県そ



中部・北陸9県がツーリズム EXPO ジャパンで初の共同ブースを出展した

れぞれに存在する豊富な観光資源を提案した。ブースで配布したパンフレットには「自然」「食」「歴史」「ものづくり」の4つのジャンルで9県を象徴する素材を紹介した。

中部・北陸エリアは日本アルプスを中心とした豊富な自然、戦国時代の城跡や伊勢神宮の神聖な空気。そして、名古屋を中心に都市観光も楽しむことができるなど、バラエティに富んだ旅を楽しむことができるエリアだ。

「中部・北陸エリアの知られざる観光素材を国内旅行者にアピールするだけでなく、関東や関西を玄関口として訪問する外国人旅行者にも中部・北陸に立ち寄ってもらうことを意識した」と今回の合同ブース出展の狙いについて同エリアの広域 DMO である中部日本総合観光機構の吉池洋介企画部・マーケティング部担当課長はこう話す。

中部・北陸エリアでは、コロナ禍前中国を中心としたアジア圏からの誘客促進のため、中部国際空港から飛騨地域を通り、北陸に抜けるルートである「昇龍道」のプロモーションに力を入れてきた。昇龍道については引き続き推進していくものの、ゴールデンルートや北陸新幹線を活用した旅行者に対して中部・北陸エリアの観光を盛り込んでもらうことを意識した活動を強化していく。

ツーリズム EXPO ジャパンとあわせて行われた日本政府観光局(JNTO)の「VISIT JAPAN トラベル & MICE マー



「9 県の感動旅」をテーマに多彩な観光資源をアピール(ブースで配布された資料より)

ト」のプログラムには中部・北陸エリアを中心とした12コースのFAMトリップが盛り込まれ、240人のバイヤーが参加した。FAMトリップの各コースには中部・北陸エリアで日本の魅力を体感することができる点を意識しながらコース設定が行われたという。これらの取り組みを切り口にして、これまでとは異なるインバウンド旅行者の導線を作り上げていくことで、中部・北陸エリアに訪日インバウンドの需要増につなげていきたい考えだ。

## 日観振、観光人材研修新プログラム「D スタディ」導入 DMOの実務・中核人材に求められている知識を学ぶ

日本観光振興協会(日観振)は観光人材育成の新たな研修プログラムとして「観光地経営人材認証(D スタディ)」を開発し10月6日から研修受講の申込受付を開始する。観光地経営人材の不足に対応するため人材の知識や技能・スキルを一定程度担保できる内容とし、観光地経営に取り組む多様な人材の全体的な底上げにつなげる。

D スタディはDMO(観光地域づくり法人)の更新登録要件として3人の受講が求められている「観光地域づくり法人の中核・実務人材向け研修」として観光庁からの選定を受けているプログラムになっている。

研修の構成としては実務人材コースと中核人材コースの2種類を用意した。内容

としては1.「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン改正の解説動画」2.「観光DX研修動画」3.「必修」4.「選択必修」5.「地域事例研究」一。の5つで構成されている。実務人材コースは1~3の受講が、中核人材コースはすべての受講が求められる。学習想定期間は実務人材コースが約2カ月、中核人材コースが約3カ月としている。

研修はEラーニングとなっており、インターネット環境があればいつでもどこでも受講可能となっている。また動画の視聴が完了し、確認テストに合格した人には修了証を発行する。

受講料金は実務人材コースが

3万3000円、中核人材コースが5万5000円となっている。詳細についてはDスタディ特設サイトを参照。

### ■ D スタディ特設サイトの URL ■

<https://www.nihon-kankou.or.jp/dmo/jinzai/>



日観振が DMO 人材育成の新たな研修プログラムを開設

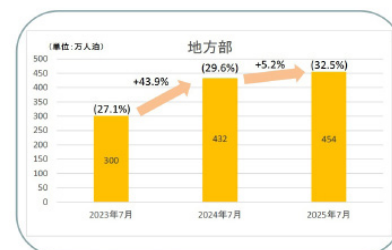
## 旅行関連

## Tourism News

# 8 月の国内延べ宿泊者数、0.8% 増 6682 万人泊 3 カ月ぶりの前年比増に、客室稼働率は 65.9%

観光庁の宿泊旅行統計調査によると、8 月の国内延べ宿泊者数（第 1 次速報値）は前年同月比 0.8% 増の 6682 万人泊となり 5 月以来 3 カ月ぶりに前年比プラスに転じた。このうち、日本人延べ宿泊者は前年同月比 0.7% 増の 5329 万人泊。外国人の延べ宿泊者数 1.4% 増の 1353 万人泊となった。日本人宿泊者数に関しては夏休期間による宿泊旅行の増加が寄与したものと見られる。外国人宿泊者数については、日本で大きな災害が起きるという「うわさ」により香港からの旅行者が大きく減少したことが 6、7 月と影響していたが、再び前年比プラスに回復する格好となった。

三大都市圏及び地方部における外国人延べ宿泊者数比較



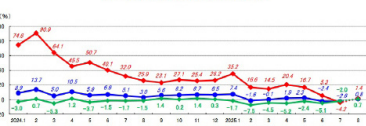
※（ ）内は構成比を表している。

観光庁「宿泊旅行統計調査」より

一延べ宿泊者数の推移



一延べ宿泊者数前年同月比の推移



観光庁「宿泊旅行統計調査」より

8 月の宿泊施設の客室稼働率は前年同月比 2.9 ポイントプラスの 65.9% となった。施設タイプ別に見ると、ビジネスホテルが 76.8%、シティホテルが 75.4% といずれも 70% を超える稼働率となった。このほか、リゾートホテルは 67.5%、旅館は 45.8%、簡易宿所は 38.8% となった。

## 7 月香港は 49.0% 減、韓国 24.7% 減 欧州の延べ宿泊者数は軒並み 2 ケタ増

第 2 次速報値が発表された 7 月の外国人延べ宿泊者数の国・地域別動向のシェアを見ると、1 位が中国で 26.8%、2 位が台湾で 14.1%、3 位が米国で 11.8%、

4 位が韓国で 9.9%、5 位が香港で 3.4% となり、上位 5 か国で全体の 66% を占めた。エリア別で見ると、アジアが 60.2%、北米が 13.4%、欧州が 7.9% となっている。前年同月比と比較すると全体で 4.5% の減少となり、特に香港 49.0% 減、韓国 24.7% 減、シンガポール 18.8% 減、マレーシア 17.8% 減とアジア地域での減少が目立った。一方、大きく増加したのは、ロシア 92.6% 増、インド 24.4% 増、ドイツ 24.0% 増、フランス 18.3% 増、スペイン 17.5% 増などとなり、欧州が大きな増加を見せた。

## 外国人宿泊者、三大都市圏 67.5% 外国人割合、京都 56.5%、東京 53.1%

7 月の都道府県別延べ宿泊者数の動向を見ると、東京都が最も多く 867.1 万人、次いで北海道が 461.7 万人、大阪府が 461.6 万人と続いた。外国人の構成比が多かったのは、京都府で 56.5%、次いで東京都で 53.1%、大阪府が 41.9% となった。

東京、大阪、愛知と近隣府県を加えた、いわゆる「三大都市圏」の外国人延べ宿泊者数は前年比 8.1% 減の 944 万人となり、構成比は 67.5% となった。

それ以外の「地方部」については前年比 5.2% 増の 454 万人となり、構成比は 32.5% だった。なお、「地方部」における外国人構成比は、2023 年 7 月が 27.1%、2024 年 7 月が 29.6%、2025 年 7 月が 32.5% と年々増加し、地方分散への取組みの成果が徐々に見える結果となっている。とはいえ、三大都市圏との差はまだまだ大きく、引き続き地方誘客促進への取組みが期待される。

なお観光庁によると、今回の宿泊旅行統計調査における有効回収率は 8 月分が 40.0%、今回第 2 次速報値を発表した 7 月分の有効回収率は 50.1% となった。

## JNTO、アドベンチャートラベルネットワーク実施 DMO ガイドなどを対象に長野県、広島県で開催

日本政府観光局（JNTO）は、日本国内においてアドベンチャートラベル（AT）に関わる DMC や事業者等の全国的なネットワーク強化を目的とした研修を東日本と西日本で各 1 回ずつ実施することを発表し、参加者の募集を開始した。

研修では、座学およびフィールドワークを通じて AT に関する知見を深めながら、パイヤーやセラーの立場を越えたネットワーク構築ができる内容となっている。

開催日時は、(1) 10 月 22 日・23 日 13:00 ～ 長野県長野市 (2) 11 月 17 日・18 日 13:00 ～ 広島県広島市（各 1泊2日）となっている。参加対象は、国内で AT を販売・実践する DMO（販

売・手配セクションの実務者）、DMC、事業者（プロバイダー）、ガイドで、各回 15 人。

研修内容としては、1 日目に座学研修で AT の定義、基礎、世界的な AT のトレンド、AT の事例紹介などを学んだ後、ワークショップや懇親ネットワークが行われる。2 日目はフィールドワーク（戸隠ツアー/広島ピースサイクリングツアー）の後、ワークショップが行われる。

講師は (1) 長野県長野市では、インアウトバウンド東北代表取締役の西谷雷佐氏、(2) 広島県広島市では、DAISETSUZAN EXPERIENCE 代表の荒井一洋氏を予定している。

参加費は無料で、宿泊費、研修費、フィールドワーク参加費、食費は主催者が負担する。なお、現地までの交通費および懇親会時のアルコール飲料等は自己負担となる。申込締め切りは 10 月 8 日 13 時。参加希望者は申請フォームから受付。定員に達した場合、締め切り前に受付を終了する可能性がある。



長野 AT ツアーのイメージ

### ■参加申請フォーム■

<https://forms.gle/QKv5G1gV5EQfgTKM6>



## 旅行関連

## Tourism News

# JTB と Airbnb が「地域未来にぎわい工房」創設 遊休資産を滞在資源に転換、28 年までに 125 地域で展開

JTB とエアビーアンドビー (Airbnb) は、地域の遊休資産を滞在資源に転換する新たな取り組み「地域未来にぎわい工房」を創設すると発表した。両社に加え多様な業界の企業・団体とともに地域の課題を解決することで、観光支援の枠を超えた「持続的な賑わい」の創出に資する新たなまちづくりを目指す。両社は今後共創企業の募集を図りながら、2028 年までに全国 125 地域で展開していく計画だ。



記者会見で記念撮影に応じる関係者。写真左から北海道上ノ国町の工藤昇町長、JTB の名取克ビジネスソリューション事業本部東京中央支店支店長、大塚雅樹代表取締役専務執行役員ビジネスソリューション事業本部長、Airbnb のネイサン・プレチャージック共同創業者兼最高戦略責任者、Airbnb ジャパンの森厚雄執行役員ホームシェアリング事業統括本部長

## Airbnb、日本での存在感拡大へ 地域に根差した体験創出で JTB と共創

JTB と Airbnb は 1 月に空き家の利活用を通じた地域の受入環境整備において包括連携契約を締結していた。今回の「地域未来にぎわい工房」は、連携協定の取り組みをさらに発展させ、地域の遊休資産を滞在資源に転換し、持続的な賑わい創出につなげる新たな取り組みとなる。

10 月 1 日に行った記者会見で Airbnb のネイサン・プレチャージック共同創業者兼最高戦略責任者は「われわれは日本市場での存在感を拡大する上で重要な節目に来ている」と述べた。その上で足元の旅行需要のトレンドに関する自社調査の結果を紹介した。それによると日本人旅行者の 85% が知られざる地域への旅行に興味を持ち、単なる観光地巡りではなく、その土地の文化や歴史に直接触れることを求めているとした。

プレチャージック氏はそうした強い需要に対応するためには「強力なローカルパートナーの存在が必要で、JTB は最適なパートナーである」と指摘。そして「両社が連携して地域のコミュニティと結びつくことで、新たな価値創出が実現できる」と強い自信を示した。

## 旅行者が行かなかったエリアに入り込む 地域のアイデンティティを引き出し交流創造

一方で JTB の大塚雅樹代表取締役専務執行役員は「JTB はこれまで旅行業として、宿泊施設が存在するエリアで事業を進めて行くことが中心であったが『交流創造』という視点で、旅行者が行かなかったエリアに入り込んでいくことで、地

域のアイデンティティを引き出す」と述べ、Airbnb と連携した新たな取り組みを通じて、新しい形での交流創造を目指していく考えを示した。

## 「持続的な賑わい」創出へ 滞在需給バランス格差のある 4 地域に照準

今回新たに取り組む「地域未来にぎわい工房」は JTB、Airbnb が中核企業となるものの、多様な企業・団体を「共創企業」として巻き込みながら、観光支援の枠を超えて地域における持続的な賑わいの創出を目指す。

実際に取り組む地域については、滞在環境において需要と供給のバランスに差があるエリアに照準を定めて展開する。

具体的には「再エネ地域」「産業集積地域」「防災対応地域」「離島・周辺地域」の 4 つのエリアを対象に取り組む。たとえば再エネ地域においては、再生可能エネルギー施設の整備と連動して、空き家の宿泊施設への転換など、滞在インフラを構築するとともに、共創企業とともに、持続的に人が交流する新たな地域づくりを目指していく。

第 1 弾の取り組みは北海道上ノ国町で展開する。同町は洋上風力発電施設を誘致し、今後建設がスタートすることとなっている。ここに携わる人々の受入に向けた滞在施設を整備していく。あわせて、企業と連携したアメニティ整備が進められ、遊休資産が滞在拠点として機能していく取り組みを展開していく。すでに 2 軒の空き家が宿泊施設に転換済みで今後町全体で 30 ～ 40 軒まで拡大していく計画だ。

会見に同席した上ノ国町の工藤昇町長は「これから楽しみでしかない。人口減少が進む中で持続的にぎわいが創出されることを期待している」と今後の展望に期待感を示した。

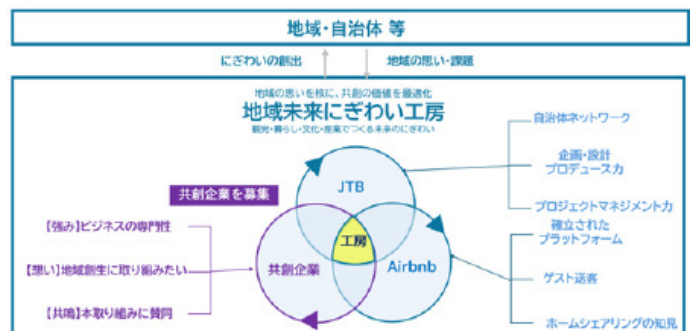


JTB と Airbnb の新たな枠組みで  
新たな賑わい創出を目指す北海道上ノ国町

## すでに複数の共創企業の参画が決定 Airbnb、欧州でも同様の取組み推進

地域未来にぎわい工房への参画を希望する企業・団体についてはこれから本格的に募っていくことになるが、すでに Airbnb が民泊ビジネスの推進を目的に構築している「Airbnb パートナース」の企業から、カルチュア・コンビニエンス・クラブ、オリエントコーポレーション、損害保険ジャパンが参画を決定。さらに大日本印刷や良品計画も参画を表明している。

Airbnb のプレチャージック氏は「空き家問題は日本だけではなく、スペインやイタリア、フランスを始めとした欧州地域でも顕在化している」と話す。そのような中で Airbnb としても欧州で対策を講じているところだが「今後は地域未来にぎわい工房で得られたノウハウを欧州でも採り入れていきたいと考えている」と述べ、世界にも同様の流れを広げていく方針を示した。



「地域未来にぎわい工房」の事業イメージ



## 旅行関連

## Tourism News

# JATA、SDGs 切り口に豪への送客強化 豪政観と連携、個人・団体でブランド確立

日本旅行業協会 (JATA) は、アウトバウンド促進協議会 (JOTC) オセアニア・大洋州部会の活動として、オーストラリア政府観光局と連携し、SDGs (持続可能な開発目標) を切り口に送客強化を進める。個人旅行 (ホールセラー、FIT) と団体旅行 (グループ、MICE、教育) の双方で商品や企画に SDGs の要素を取り入れ、専用ロゴを用いたブランディングで「SDGs デスティネーション」としての訴求を図る。

今回施策の経緯や背景について、JOTC オセアニア・大洋州部会の部長を務める秋山秀之氏 (日本旅行取締役執行役員ツーリズム事業本部統括本部長) は、(1) インバウンドとアウトバウンドのバランス、(2) 2027 年のラグビーワールドカップや 2032 年のブリスベン・オリンピック / パラリンピックなどの現地イベント、(3) 来年開港予定の西シドニー国際空港の 3 点を挙げ、オーストラリアの送客強化に至ったと説明。

(1) については、オーストラリアからのインバウンドと、オーストラリアへのアウトバウンドの比率がおおよそ「2 対 1」になっている現状を指摘。「最盛期には日本から 80 万人弱が訪れたが、昨年は 40 万人弱と半分になっており、このバランスを是正していくのが JATA の使命だ」と語った。

また (2) では、「イベントに向かって、地に足をついた送客のデザインを新しくしたい」と意欲を示したほか、(3) については「24 時間空港ということで、オーストラリア各地へのアクセスが劇的に変化していくのではないかと」期待を見せた。

## 単発ではなく、継続的な取り組みに 10 月末には専用ロゴを発表

同部会では、今年 3 月 5 日の「サンゴの日」に、オーストラリア政府観光局とクイーンズランド州政府観光局の協力で、「共同企画 サンゴ保全体験」SDGs プログラムを実施。クイーンズランド州の世界遺産であるグレートバリアリーフのサンゴ保全活動を体験できる企画を商品化し、145 人を集客した実績がある。

2025 年度については、「単発のイベントではなく、継続的に環境問題に取り組む」ことで意見が一致。個人ワーキンググループ (個人旅行) と団体ワーキンググループ (団体旅行) の双方で、「個社ではできない」取り組みを JATA / JOTC として進めることになった。

個人旅行では、今年 3 月のサンゴ保全体験を例に、グレートバリアリーフに限らず他地域においても「環境保護に取り組む事業者」のプロダクトを組み込んだ商品造成を検討、JOTC として事業者



左から JOTC オセアニア・大洋州部会長秋山秀之氏、オーストラリア政府観光局 日本・韓国局長デレック・バインズ氏

への寄付も行う。

団体旅行においては、オーストラリアへのサステナブルな団体旅行実現に向けた「企画書の作成」に取り組む。「会議による CO2 排出量をオフセットするための寄付先など、誘致の大きな要素となるものにしたい」考え。特にインセンティブや教育旅行では、「目的地を選ぶ選択肢として重視する企業や学校が増えている」とし、取り組みを進める。

一方、オーストラリア政府観光局の協力で進めるロゴについては、10 月末には発表できる予定。旅行商品や企画への掲載を通じ、ブランディングを図る。なお、今回の取組は部会に参加する旅行会社 9 社で実施、「今後は 9 社以外にも広げていきたい」意向だ。

## ANA X、「ANA トラベラーズ アクティビティ」刷新 自社サービスで提供、問い合わせ窓口も

ANA X は 10 月 1 日、「ANA トラベラーズ アクティビティ」をリニューアルし、自社サービスとして提供を開始することを発表した。今回のリニューアルで、日本最大級のアクティビティ予約サイトを持つベルトラと提携し、約 2 万 6000 件に及ぶ国内外の幅広いアクティビティを、ANA トラベラーズのサービスとして利用できる

ようにする。

今回のリニューアルでは、「ANA トラベラーズ アクティビティ」を ANA グループである ANA X が運営を担い、客からの問い合わせ窓口も自社で対応する。これにより、対応時間の拡大や問い合わせ先の明確化に繋がり、客がより安心してサービスを利用することができるよう

にする方針だ。また、ベルトラとの提携により、ベルトラのアクティビティに加え、ANA オリジナル商品を取り揃えており、今後さらにラインナップを拡大する予定にあるとした。

国内アクティビティ商品の予約においては、ホテル、レンタカーとまとめて予約管理、確認が可能になるとのこと。海外アクティビティ商品では、ホテル、レンタカー、アクティビティのトップページを一つにまとめた新しいコンテンツページを開設する。

## JTB、FIFA ワールドカップ 26 の公式国際販売代理店に チケット付きホスピタリティ商品を多数販売

JTB は、サッカーの「FIFA ワールドカップ 26」公式ホスピタリティプロバイダーに任命された OnLocation の日本における非独占販売代理店となったことを発表した。これにより、2026 年 6 月～7 月にかけて米国、カナダ、メキシコで開催される FIFA ワールドカップ 26

の公式ホスピタリティパッケージを日本市場で販売する。

パッケージは、単一試合または複数試合を組み合わせたチケット付きホスピタリティ商品で、特定のトーナメントステージにおいて一つまたは複数の都市で複数試合を観戦できるほか、特定の代表チー

ムの試合を選んで観戦することも可能。プレミアムシートでの観戦に加え、現地コンシェルジュサービス、各地ならではの料理や飲み物、特別な体験プログラム、特別ゲストの登場、ライブエンターテインメント、記念品なども含まれている。



感動のそばに、いつも。

## 旅行関連

## Tourism News

# 米国政府機関閉鎖の長期化は観光・交通分野に悪影響 運輸総研が速報レポート、国立公園運営などに支障

運輸総合研究所（運輸総研）は 10 月 1 日から始まった米国連邦政府機関の閉鎖における観光・交通分野の影響について同研究所ワシントン国際問題研究事務所の福原和弥次長・主任研究員による速報レポートを発表した。それによると、観光分野では国立公園の運営が影響を受けるとしている。また、関係業界の反応として、US トラベルアソシエーション（全米旅行協会）のジェフ・フリーマン会長兼 CEO が「政府機関閉鎖により毎週 10 億ドルの損失を生む」とした発言も紹介した。このほか、航空を中心とした交通システムにも影響を及ぼすなど、閉鎖の長期化は深刻な影響を与えることが懸念され、早期の解決が強く求められるとした。

米国連邦政府の閉鎖は党派対立により議会と政府がつかなぎ予算案で合意できなかったことを受け、10 月 1 日から始まったもの。

今回のレポートによると、米国の国立公園局は緊急時対応計画で 1 万 4500 人のうち、5204 人は勤務を継続することとなっている。トレイル、屋外記念碑といっ

た施設は一般に開放される一方で、ビジターセンターのように職員配置を必要とし、普段から施設管理されている建物は閉鎖されるとしている。そのほか、トイレの開放やごみ収集以外の緊急サービスは大幅に制限される可能性があるとしている。

また、ワシントン DC のスミソニアン協会に属する博物館や研究センター、国立動物園は予算の約 62% を連邦政府に依存しているが、前年度の資金を活用することで少なくとも 10 月 6 日までは開館を維持するとしている。

## 観光分野で毎週 10 億ドルの損失 US トラベルアソシエーション会長が発言

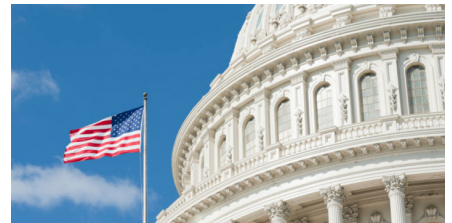
レポートでは関係業界の反応についても紹介している。それによると、今回の政府機関閉鎖について、US トラベルアソシエーションのフリーマン会長兼 CEO は政府閉鎖は「完全に防ぎ得るアメリカの旅行経済への打撃」とするとともに、「毎週 10 億ドルの損失を生み、数百万人の旅行者や企業、さらにすでに負担を抱えている連邦職

員に深刻な影響を及ぼす」と述べた。

航空分野では連邦航空局と運輸保安庁は空の安全を担う不可欠な機関であることから多くの職員が継続勤務を求められている。

ただ、前回の閉鎖では運輸保安庁の職員の約 10% が病欠を申請し、主要空港で検査待ち時間が大幅に延びる事態が生じたとの報道があり、予断を許さないとしている。

レポートの最後で福原次長は「今回の政府機関の一部閉鎖は航空を中心とした交通システムや国立公園など観光分野に広範な影響をおよぼすものである。閉鎖の長期化は米国民の生活や経済に深刻な影響を与えることが懸念され、早期の解決が強く求められる」と指摘した。



米国連邦政府の閉鎖は観光業界にも影響

## クルーズプラネット、学生向けに業界スタディーツアー MSC クルーズの客船に乗船し、実務に触れる機会提供

クルーズプラネットは、次世代の観光人材育成を狙い、学生を対象とした「クルーズ業界スタディーツアー」を 12 月に実施する。MSC クルーズの客船「MSC ベリッシマ」に乗船し、船内での業務体験やグループワーク、講義を通じて、将来のキャリアを考えるきっかけを提供する。

今回はクルーズプラネットが販売するクルーズツアーに乗船し、クルーズ専門旅行会社スタッフとしての業務やフィールドワークを体験してもらう。行程は 12 月 1 日から 5 日で、沖縄の那覇港から出発し 4 泊 5 日で那覇港に戻ってくるものとなっている。

対象は専門学校、短期大学、高等専門学校、大学、大学院に在籍し、2027 年卒業見込みの人。定員は 10 人（最少催行人員 6 人）となっている。

今回のツアーにおいてクルーズプラネットは MSC ベリッシマの乗船券と主要空港（羽田・大阪・名古屋・福岡など）から那覇空港間の往復航空券を提供する。港湾税や船内チップ、空港から自宅間の交通費などは参加者負担となる。

応募は 10 月 25 日までにメールまたは郵送で受け付ける。応募にあたっては、学生証のコピー・顔写真、氏名などの基本

情報に加え、200 字から 400 字の応募動機と「日本のクルーズ業界のさらなる発展のための提言」の提出が必要となる。

今回のツアーに関する学生からの問い合わせ先は以下の通りとなっている。

▼電話：03-6695-1666（クルーズプラネット小淵氏）

▼メール：jinji@cruiseplanet.co.jp



## ジャルパック、サウジアラビア政観と限定ツアー販売 日本・サウジアラビア外交関係樹立 70 周年を記念



アルウラ / 世界遺産ヘグラ遺跡（マダイン・サーレハ）  
（写真：Adobe Stock）

ジャルパックとサウジアラビア政府観光局は、日本とサウジアラビア王国の外交関係樹立 70 周年を記念し、サウジアラビアを訪れる添乗員付きツアーの販売を開始した。

サウジアラビアは日本の約 6 倍の国土を有し、アラビア半島の大部分を占める。2019 年に観光ビザが解禁され、新たな観光地として注目を集めている。

ツアーでは、砂漠の中に高層ビルが立

ち並ぶ首都リヤド、世界遺産に登録されているアルウラのヘグラ遺跡（マダイン・サーレハ）、イスラム教第 2 の聖地メディーナなど、多彩な観光地を巡る。

出発日は 2026 年 1 月 19 日、2 月 9 日、4 月 20 日の 3 回で、成田発着、カタール航空ビジネスクラスを利用する 9 日間の行程となる。

旅行代金は 1 人 219 万 9000 円～234 万 9000 円（2 人 1 室利用）。出発から帰着まで添乗員が同行し、アルウラでは「シャデン・リゾート」に 2 連泊する内容となっている。



## 航空関連

## Aviation News

# NAA 藤井社長、地元との関係重視し第二の開港へ “次のステップ” へ正しい歴史認識が必要

成田国際空港会社（NAA）の藤井直樹社長は9月25日の定例会見で、今後本格的に整備が始まる第二の開港プロジェクトに当たり、特に地域との連携や協力を得て取り組んでいくことを重視するとした。さらに空港アクセスで常態化する混雑の解消や、貨物取扱いを中心とした省人化技術の導入などに力を入れて取り組み、さらなる機能強化に臨んでいく考えだ。

成田空港では、22日に中野洋昌国交大臣が今後の機能強化における重要箇所を視察した。その視察ルートは、藤井社長自身が今後重要視するテーマとして選んだものだった。最初に訪れたのが「空と大地の歴史館」だ。ここでは空港の整備による闘争から現在に至る歴史を確認することができ、これから成田空港が「次のステップへいくために必要なこと」を示しているという。今後、用地取得を進めて広大な滑走路の整備を進めていくため「これまでの歴史を踏まえた上で、地元と向き合って機能強化を進めていくことはと

ても重要」だと述べた。

また空港アクセスの解消については、「成田は都心から60キロ離れており、アクセスを快適なものにしないといけない」と考えを示した。大臣が視察したのは、まさに航空機の発着が増える夕刻で、都内の通勤ラッシュさながらの空港第2ビル駅を見て、同行した藤井社長自身、改めてアクセス改善の重要性を認識したという。今後、鉄道会社を含む各交通事業者と連携してアクセスの快適化に努めたいとした。

空港の貨物施設として最新の第8貨物ビルでは、オートメーションによって仕分けによる人の手を減らしており、「今後の成田を示す重要な施設」として、働き手減少に対応する人手の最適化や省人化に力を入れていくとした。視察時には、従来の貨物の仕分け作業よりも少ない人手で作業が進められているのを確認。今後は新貨物地区の整備だけにとどまらず、あらゆる場面で限られた人材を必要部分に集中させる最適化が特に重要に



NAAの藤井社長

なるとして、機械化と共に省人化を進めていくとした。

そして、新貨物地区が稼働するまで「完成までの目途をなるべく早く関係者へ示す」と述べた。空港の施設は、日々運用していく中で整備を進めていかなければならず、新施設が稼働までの時間の空きは大きい。そのため新施設へ「いかに円滑に移行を移していくかは、綿密な計画が必要」だとして、貨物関係者へ早急に貨物地区の構想を明示して、円滑な移行を促していく考えだ。

## 成田8月、国際線日本人がコロナ禍後初100万人超 好調な外国人は8月最高、186万人を達成

成田国際空港会社（NAA）は9月25日、8月の空港運用状況を発表した。国際線では、コロナ禍後の回復が遅れていた日本人旅客が初めて単月で100万人を超えた。外国人旅客も引き続き好調で186万人に達し、8月として最高の186万人超となった。旅客全体では前年同月比7%増の382万9648人となり、発着数が7%増の2万2250回で、旅客・発着ともに前年同月を上回った。

国際線の動向を見ると、8月の旅客数は9%増の312万5904人と好調だった。そのうちの日本人旅客は15%増の105万8868人で、コロナ禍後初の100万人超となった。これまで遅れながらも着実に回復し、ここにきて好調な夏休み需要の影響もあって大幅に数を伸ばした。一方の外国人旅客は8%増の186万7248人と、8月として過去最高となった。SNSなどで災害の噂が拡散した影響で、前月の7月には伸び悩んだものの、その影響が落ち着いたことで大幅に旅客が伸びたと見られる。通過客は6%減の19万9788人で前年を下回った。これは観光地として日本の人気が高まったためで、最終目的地となったことで減少傾向が続いているとした。

国際線の発着数は9%増の1万7834

回で、そのうちの旅客便が9%増の1万4913回、貨物便が7%増の2642回となった。中国線が引き続き好調で発着が21%増の2743回と特に伸びた。ビザの緩和の影響などもあって好調に推移した。

一方、国内線の旅客数は前年同月並みの70万3744人で、発着数が1%減の4416回となった。引き続きLCC各社が機材を国際線へ振り向けた影響などが見られたが、国内線の旅客便の発着数は前年並みの4165回を維持した。

国際線貨物は10%増の17万672トンと、17カ月連続で前年同月を上回って推移した。

### 藤井社長、国内線と通過客で回復の遅れ LCCの国際線振り向けが要因に

NAAの藤井直樹社長は、25日の会見で成田空港の最近の動向として、国際線の外国人旅客や国際貨物量では前年同月とともにコロナ禍前の2019年同月をも上回った一方、国内線の発着および旅客数、国際線通過客では19年水準まで到達していないという、前年同月よりも下回っていることを指摘した。

国内線の伸び悩みは、成田に限らず全国の空港でも同様の課題を抱えており、羽田空港でも「国内線をなかなか伸ばせていな

い」状況だとした。本邦エアラインによる国内線の供給が上がっておらず、とりわけ「成田ではLCCが中心」であり、各社国際線へ機材を振り向けているためだと、減少傾向が続いている理由を説明した。

乗継ぎの減少については、順調なインバウンドによって日本を目的地とする旅行者が増えたことで「乗継ぎへ座席が回りにくい」と、インバウンドの増加と引き替えの減少傾向だとした。しかしながら、成田空港ではアジアのハブ空港を目指して機能強化に取り組んでいる。こうした乗り継ぎの伸び悩みは「国際ハブ空港としての地位を確立するためには良いことではない」と述べ、回復に向けた取り組みが必要だと強調した。

しかし、乗継ぎを増やすとしても「空港ができることは限られる」と、厳しさをにじませた。旅行者の飛行経路は、旅行者自身でエアラインを選ぶが経由地を見て選ぶことはまずない。そこで、「乗換え時に快適なターミナル環境を提供する。短時間で乗換えられる環境を提供する」ことで、勝機を見出していく考え。「いかに快適に乗り継げるか、空港側の努力は非常に大きい」とし、まずはダイヤの組み方を工夫して、それほど待たないようにする。成田では夕方にも多くの旅客便が発着するが、今後「いかに多くの乗継利便の高い時間を提供できるかが重要」だとして、発着の工夫を常に考えていくとした。

## 航空関連

## Aviation News

## Vista、急成長の日本市場で新たに XO 運航開始 複雑な手続き不要、モバイルから即時予約可能に

プライベート機による航空サービスを提供する Vista Global は 9 月 26 日、羽田空港で記者会見を開き、傘下ブランド「XO」の運航を年内に日本市場で開始すると発表した。同グループ VistaJet のイアン・ムーア COO は、世界で急成長を遂げるプライベート航空市場の中でも「特にアジア、とりわけ日本の潜在力を重視している」と説明。その上で XO を「今後 45 日以内に、日本のオペレーター 2 社によって展開する」考えを明かした。

また会見後には、VistaJet のフラッグシップである Global 7500 も公開し、国内外の顧客に向けて新しい移動体験の提供をアピールした。すでに Vista は日本の国際プライベートジェット市場で過半のシェアを有しているとして、今後の需要拡大に対応する基盤を着実に固めていることを強調した。

日本で新たに展開する XO では、ユーザーがモバイルから即時予約することができ、複雑な手続きが不要だ。運航機は世界のパートナー航空会社による 2000 機以上からなり、デジタルプラットフォームによって航空機ネットワークへ即時にアクセスできる。アプリを通じて料金確認から予約まで完結することが可能で、煩わしい手続きが一切不要となる。近年急成長するアジアの顧客は、柔軟かつ即時に対応できる多様な航空での移動を求めている。



航空機を所有せずとも快適な移動空間を確保できる

おり、同サービスの展開は、そうした需要に応える最適な手段になるとして、利便性を前面に押し出した。日本においては「30 日から 45 日のうちにパートナー 2 社が、日本国内間の運航を可能にする」として、国内路線が加わることを強調。パートナーとなる 2 社については、明らかにしなかったものの「長年、日本市場でプライベートジェットに携わる運航会社」だと述べ、信頼性の高さを示した。

### ムーア COO、日本の「プレジャー」需要も注目

Vista がプライベートジェット市場としてアジアおよび日本を重視するのは、目を見張る急成長を遂げてきたため。独立系調査会社である「WingX」の調べでは、日本の国際プライベートジェット市場で VistaJet のサービスは 52% のシェアを確保しており、Vista としてのサービスメンバーは昨年比で 67% 増えたという。日本を発着する上位 5 路線は、上海、ソウル、香港、シンガポール、プノンペンといった、アジアでも特に成長著しい地点が上位を占め、重要拠点を結ぶ市場としても期待できるとした。

日本の就航地として人気なのは、東京以外では大阪と沖縄。どちらもビジネス・レジャーの拠点として大幅に利用を伸ばしている。25 年上半期には、大阪で前年比 45% 増、那覇では 55% 増となり、そのため「大阪は商業拠点であり京都の



公開した VistaJet のフラッグシップ「Global 7500」

玄関口、那覇はビジネスと観光の双方で需要が高まっている。ビジネスとレジャーを組み合わせた“プレジャー”需要も鮮明」だと指摘して、今後も成長が続く見通しとした。

Vista の中核サービスである VistaJet は、サブスクリプション型の会員制モデルで、航空機所有に伴う煩雑さや高コストを解消する仕組みを提供する。25 年上半期の会員数は世界全体で前年同期比 22% 増と大きな成長を見せた。保有する 230 機によって、グループの最上位のサービスを提供する。ムーア氏は「XO の即時予約機能と、VistaJet の保証付きサービスを組み合わせることで、顧客にシームレスな移動を提供できる」と説明し、今後の戦略拠点として日本市場を位置付けた。

今回公開した VistaJet のフラッグシップ「Global 7500」は最大 17 時間のノンストップ飛行が可能。常設するベッドルームを含め、4 つの独立空間を備える。高性能な機体による高い快適性も特徴で、長距離ビジネスやレジャーの両方で、航空移動の新たな選択肢となることが期待される。

VistaJet のイアン・ムーア COO



## ICAO 総会、日本含む新理事国を選出 日本は主要な役割果たす「パート I」国に

国際民間航空機関 (ICAO) は 9 月 27 日 (モントリオール現地時間)、モントリオールで開催中の第 42 回 ICAO 総会において、同理事会のパート I およびパート II カテゴリーにおける新理事国選挙を実施した。このなかで、日本はパート I に選出された。

日本が選出されたパート I は、航空輸送でとくに重要な役割を果たしている国々で構成。パート II は、パート I に選出されていないものの、国際民間航空の

ための施設提供などで最も大きく貢献する国々が名を連ねる。なお、パート III の選挙は来る 9 月 30 日に実施するが、このカテゴリーに属する国は、地理的代表性を有する国々が選ばれることになる。

理事会メンバーに選出された国々の任期は、次の総会が開かれるまでの 3 年間。パート I からパート III まで、計 36 カ国が選出され、統治機関である ICAO 理事会のメンバーとして、重要な舵取りを担う。

なお、選出されたパート I およびパート

II 国は以下の通り。

■パート I = オーストラリア、ブラジル、カナダ、中国、フランス、ドイツ、イタリア、日本、英国、米国

■パート II = アルゼンチン、コロンビア、デンマーク、エジプト、インド、メキシコ、ナイジェリア、サウジアラビア、シンガポール、南アフリカ、スペイン、スイス



提供：ICAO



## 航空関連

## Aviation News

# 今年の航空旅客数は 98 億人に、前年比 3.7% 増加 100 億人迫る勢い、地域間格差・中期的課題も

ACI ワールドは 9 月 30 日(モンリオール現地時間)、今年の世界全体の航空旅客数が 98 億人に達するとの見通しを示した。これは 2024 年比で 3.7% の成長となる。グローバルな国際線が旅客需要を牽引する一方、「地域間格差と中期的な課題が、今後の見通しにばらつきがあることを示唆している」との見方を示した。

このうち国際線旅客数は前年比 5.3% 増、国内線旅客数も 2.4% 増加する見込みだ。ちなみに、25 年上期までの旅客数は、全体で 2.1% 増、国際線は 4.9% 増、国内線は前年実績を 0.7% 下回った。

地域別に紐解くと、アフリカの旅客数は 2 億 7300 万人(前年比: 9.4% 増)に達すると予測。とくに北アフリカ地域が牽引し、観光需要とミドルクラス層の旅客需要拡大が、旅客数を押し上げた。

成長著しいアジア太平洋地域の旅客数は 36 億人(前年比 5.6% 増)に。とりわけ南アジアと東南アジアが成長を牽引するが、東アジアの成長は「慎重」な状況にあると分析した。

欧州の旅客数は 25 億人(前年比 3.6%

増)以上と予測した。同地域も国際線が成長を牽引する一方、鉄道輸送が増便されたことなどが影響して、国内線は鈍化する。

中南米・カリブ海地域は 7 億 8900 万人(前年比 4.1% 増)に達するとした。とりわけレジャー需要と LCC の成長が、この地域の旅客需要を牽引する。

中東地域の旅客数も 4 億 6600 万人(前年比 5.9% 増)と好調。投資と観光業が成長を支えるが、地政学的リスクの高まりという不安材料を抱えている。

そして北米は 21 億人(前年比 2.1% 増)と予測。米国国内線市場は 2025 年上半期に前年同期比で 2.0% 減少した一方、国際線旅客数は 1.0% 増加。カナダは国内線旅客数が 3.0% 拡大したものの、国際線旅客数は 1.0% 減少した。ACI は北米地域について、「今後の見通しは依然として不透明。ビザのルール、渡航制限、貿易政策などが影響する」とした。さまざまな指標をみると、「下半期は需要低迷を示唆している」とするも、「これが一時的なものなのか、それとも長期的な変化の一部なのかは不



今年 1 年間の世界の航空旅客数は 98 億人と 100 億人目前に(提供: ACI)

明」との見方を示した。

ACI ワールドのジャスティン・エルバッチ事務局長は航空旅客数が 98 億人に達する見通しにあることに言及しつつ、「航空が世界の移動と経済成長の原動力としての役割を担っていることを改めて強調する数字だ」とコメント。「国際線は依然として成長の主要な原動力だが、地域によって状況は異なる」ことに触れ、「世界的な航空需要を維持するためには、規制当局はネットワーク接続性の向上、長期的な回復力の維持、そして持続可能な成長を可能にする政策と枠組みを構築する必要がある」として、各国政府の協力を呼び掛けた。

## 航空旅客需要、8 月は前年比 4.6% 増と堅調 ウォルシュ事務局長「リスク散見も需要の伸び衰えず」

国際航空運送協会は 9 月 30 日(現地時間)、8 月の世界の航空旅客需要データを公表した。それによれば、航空旅客需要を表す RPK は、前年同月比で 4.6% 上昇。堅調な需要の伸びがみられたことを明かした。座席供給量を表す ASK も 4.5% 増加しており、搭乗率は 0.1 ポイント増えた 86% と、8 月単月で過去最高を更新した。搭乗率が高い水準にある背景には、もちろん、旺盛な旅客需要があるが、一方で航空機製造業のサプライチェーン問題で、新造機の引き渡しが遅れていることもある。

IATA が公表した 8 月の航空旅客市場データのうち、国際線の RPK は前年同月比で 6.6% 増加。ASK も 6.5% 増加し、搭乗率は 0.1 ポイント伸びた 85.8% だった。国内線も RPK が 1.5% 上昇。ASK は 1.3% 増となって、搭乗率は 0.1 ポイント拡大した 86.3% で着地した。

IATA のウィリー・ウォルシュ事務局長は「8 月の旅客需要は前年同月比 4.6% 増加し、2025 年の北半球の夏の旅行シーズンのピークが過去最高を

記録したことを裏付けている」とコメント。さらに、「過去最高の搭乗率 86% をマークした。これは足元で経済の不確実性の広がりや地政学的リスクの高まりがあるにもかかわらず、世界的な需要の伸びは衰える兆しを見せていない」との見方を示し、航空旅客市場が好調に推移していることに自信をみせた。

また、「10 月のスケジュールでは、航空会社は 3.4% の増便を計画している」ことに触れ、「航空会社は効率性を最大限に高めることで旅行需要に応えようと最善を尽くしており、航空機製造業がサプライチェーンの課題を解決することがこれまで以上に重要になっている」と話し、機体・エンジン OEM に対して、あらためて早期にサプライチェーン問題を解決し、新造機の引き渡しペースを引き上げを強く求めた。

### ■国際線・国内線の旅客市場動向(対前年比)

・アフリカ= RPK: + 8.9%、ASK: + 6.6%、PLF: 80.2% (+ 0.1 ポ)  
・アジア太平洋= RPK: + 6.1%、ASK: + 5.5%、PLF: 85.9% (+ 0.5 ポ)

・欧州= RPK: + 4.2%、ASK: + 4.2%、PLF: 87.9% (-0.1 ポ)  
・ラテンアメリカ= RPK: + 7.5%、ASK: + 5.9%、PLF: 85% (+ 1.3 ポ)  
・中東= RPK: + 8.4%、ASK: 7.0%、PLF: 83.8% (+ 1.1 ポ)  
・北米= RPK: + 0.5%、ASK: + 1.6%、PLF: 85.6% (-1 ポ)

### ■国際線旅客市場動向

・アフリカ= RPK: + 7.1%、ASK: + 5.3%、PLF: 79.7% (+ 1.3 ポ)  
・アジア太平洋= RPK: + 9.8%、ASK: + 9.5%、PLF: 85.1% (+ 0.2 ポ)  
・欧州= RPK: + 5.3%、ASK: + 5.3%、PLF: 87.2% (前年並み)  
・ラテンアメリカ= RPK: + 9.0%、ASK: 9.3%、PLF: 84.7% (-0.2 ポ)  
・中東= RPK: + 8.2%、ASK: + 6.9%、PLF: 83.9% (+ 1 ポ)  
・北米= RPK: + 1.8%、ASK: + 2.6%、PLF: 87.5% (0.6 ポ)

### ■国内線の主な市場動向

・豪州= RPK: + 0.4%、ASK: + 3.3%、PLF: 83.4% (-2.4 ポ)  
・ブラジル= RPK: + 12.7%、ASK: + 8.1%、PLF: 85.1% (+ 3.4 ポ)  
・中国= RPK: + 3.4%、ASK: + 3.1%、PLF: 85.5% (+ 0.3 ポ)  
・インド= RPK: + 0.4%、ASK: -0.2%、PLF: 83.2% (+ 0.5 ポ)  
・日本= RPK: + 6%、ASK: + 3.1%、PLF: 89.6% (+ 2.4 ポ)  
・米 国= RPK: -0.2%、ASK: + 1.1%、PLF: 84.2% (-1.1 ポ)

## ディステーション

## Destination News

# 豪政観、グローバルキャンペーンの第2弾スタート 心に響く映像通じ、一生の思い出に残る旅を提案

オーストラリア政府観光局はグローバル観光キャンペーン『『グッデイ!』ではじめよう、オーストラリア』の第2弾プロモーションを9月24日から日本で開始すると発表した。今回はオーストラリア旅行が訪問者に与える持続的な影響や帰国後に誰かに話したくなるような旅が実現できることを意識したプロモーションを展開する。日本では、世界遺産を切り口にオーストラリアを多角的に紹介。世界遺産検定マイスターの資格を持つお笑い芸人のあばれる君を起用し、ユニークなアプローチでオーストラリアの旅の魅力を伝えていく。



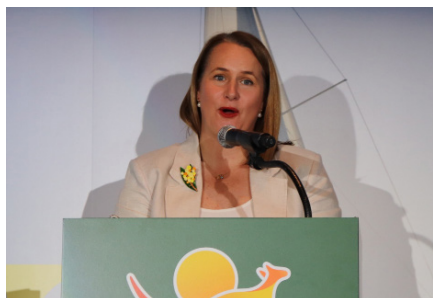
グローバルキャンペーン第2弾がスタート

## 日本市場重視の姿勢は不変 グリーン大臣「両国の絆さらに深める」

オーストラリア政府は長年にわたり日本での観光プロモーション活動に力を注いできた。そうした中で2022年にスタートした『『グッデイ!』ではじめよう、オーストラリア』キャンペーンでは、コロナ禍からの観光需要回復に向け、オーストラリアを海外旅行先の最優先候補として意識してもらうことに軸足を置いた取り組みを推進。オーストラリアを象徴するカンガルーをアニメキャラクター化した「ルビー」がブランドアンバサダーとして多彩な魅力を伝えてきた。その結果、直近1年間で約40万人の日本人がオーストラリアを訪問する状況となっている。

今回、日本でグローバルキャンペーン第2弾企画の展開開始にあわせて来日したオーストラリア政府のニータ・グリーン観光担当補佐大臣は「オーストラリアは長年にわたり日本人観光客を温かく迎え続けてきた。これにより両国民の関係性がますます強固なものとなっている」とした上で「多くの日本人観光客がオーストラリアを訪問してくれることで、オーストラリアの観光産業は一段と発展し、多くの雇用を生み出すことができている」と述べた。

そして、日本市場については「旅行業界が著しく変化し続けている中でも、日本を重視する姿勢は変わらない」と強調。新たなキャンペーンを通じてオーストラリアの持続可能な旅や世界遺産の魅力を通じ、オーストラリアで実現できる特別な旅を提案していくとした。



新キャンペーン発表にあわせて来日したオーストラリア政府のニータ・グリーン観光担当補佐大臣

## 豪州を旅行候補地として上位に想起させる ベインズ局長「ユニークな体験を訴求」

第1弾のキャンペーンの成果についてオーストラリア政府観光局のデレック・ベインズ日本・韓国局長は「われわれが驚くほど好評で、オーストラリアを将来の海外旅行先の最優先候補として意識し続ける上で極めて重要な役割を果たしてきた」と総括した。

そして第2弾企画では「オーストラリア観光が訪問者に与える持続的な影響や、帰国後に誰かに話したくなるようなユニークな体験をクリエイティブで表現することを意識した」と話す。

そのような中で「実体験を通じてリアルで心に響く魅力的なオーストラリアの体験をユーモアと融合させて訴求していく」と今回の企画の狙いについて語った。



デレック・ベインズ日本・韓国地区局長

## 世界遺産マイスター「あばれる君」起用 五感で体感した感動を動画で紹介

『『グッデイ!』ではじめよう、オーストラリア』は、主要なマーケットである米国、英国、中国、インド、そして日本の5カ国で各国を代表する影響力のある著名人が出演し、それぞれの市場にあわせて制作された。ブランドアンバサダーの「ルビー」そしてオーストラリア人俳優のトーマス・ウェザロールさんと各国の著名人が共演し、リアルで魅力的なオーストラリア旅行を映像で伝える。

日本では、旅行者からの関心が高い「世界遺産」に着目してキャンペーンを展開する。すでに展開している世界遺産キャ

ンペーンのキャラクターを務めるあばれる君を今回のグローバルキャンペーンにおける日本版アンバサダーとして起用した。

新たにオーストラリアの世界遺産であるデインツリー熱帯雨林、ブルーマウンテンズ、シドニー・オペラハウスをあばれる君が訪問し、五感で体感した感動を「かたれるポイントとして紹介。見た人も思わず語りたくなるような、旅の楽しさと奥深さが詰まった動画シリーズとした。

## キャンペーン動画 SNS や屋外広告などで展開 シドニー発のカフェとのコラボメニューも

キャンペーン動画は今後、デジタル広告やSNSを通じて公開していくほか、東京都内の主要駅で屋外広告としても展開する。

さらにキャンペーンの開始を記念してシドニー発の人気コーヒーロースター「Single O」とのコラボメニュー「G' day Plate」を9月27日かSingle O 神田淡路町店で期間限定販売する。同プレートはオーギービーフのソーセージロールを中心にスマッシュアボカドトースト、サラダ、ラミントンケーキがセットとなっており、オーストラリアの味を満喫することができる。さらに注文した人には「ルビー」が描かれたクッキーとドリップコーヒーパックをプレゼントする。



記者会見で記念撮影に応じる関係者。左からキャンペーンアンバサダーの「ルビー」、ニータ・グリーン観光担当補佐大臣、あばれる君、オーストラリア政府観光局のデレック・ベインズ日本・韓国地区局長、ターニャ・バーウズ政府関連渉外担当副局長

## ■キャンペーンウェブサイトの URL ■

<https://www.australia.com/ja-jp/travel-inspiration/australia-travel-stories.html>



## ディステーション

## Destination News

# 台湾訪問日本人数、1～9 月で 100 万人到達 昨年から 1 カ月前倒し達成、新企画で南部の魅力訴求

台湾観光庁（台湾観光署）・台湾観光協会は、9 月 25 日時点の推計値で 2025 年 1 月からの訪台日本人数が 100 万人に到達したことを明らかにした。これは昨年より 1 カ月前倒しでの達成となった。訪台日本人数は 1 月に前年割れとなったものの、2 月以降は前年を上回る状況で推移。特に 5 月は 27.8% 増、6 月は 21.6% 増と大幅に増加したことが奏功した。今後は新たなプロモーションを展開し、台湾南部の魅力を広めるとともに、多彩な旅行支援策を展開していくことで訪問者数のさらなる上積みにつなげていきたい考えだ。



中央左に台湾観光署署長陳玉秀氏、中央右に妻夫木聡氏、陳氏の左に台湾観光協会会長簡余晏氏、妻夫木氏の右に台北駐大阪経済文化弁事処処長洪英傑氏

## 日本人リピーター獲得に一層注力 修学旅行など通じた若年層誘致も推進

台湾観光署の陳玉秀署長（長官）は愛知県で開催されたツーリズム EXPO ジャパン 2025 に来日。EXPO 会場で本紙との取材に応じた。陳署長は「日本のマーケットは重要であり、今年も堅調に成長している。今後は若い人たちにもっと台湾を訪れてもらえるように修学旅行の誘致に力を入れたい。また、個人旅行についてはリピーター誘致につなげるよう、さまざまなプログラムを展開していきたい」と述べ、日本マーケットの好調な流れを一層加速させていくことに意欲を示した。

## 台湾観光アンバサダーに妻夫木聡さん 2 期連続、新プロモ「最愛台湾紀行」展開

台湾観光庁（台湾観光署）は、2025 年度の「台湾観光アンバサダー」に俳優の妻夫木聡さんを任命、先日開催された「ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸」の台湾ブースにて「台湾観光署 2025 年度 台湾観光アンバサダー 就任式」を実施した。妻夫木さんのアンバサダー起用は昨年度に続き 2 期目。併せて同氏を起用した新プロモーション「最愛台湾紀行」も発表した。

就任式で、台湾観光署署長の陳玉秀氏は、「世代を超えた魅力で、台湾の魅力を多くの日本の皆さまに広めていただきたい。『最愛台湾紀行』というテーマで、妻夫木さんの視点を通じて台湾のさまざまな体験を紹介できればと考えている。日本の皆さまには、自分のペースで、自分の好みに合わせて、自分なりの台湾旅

行を組んでいただきたい」と述べ、妻夫木氏の継続起用に大きな期待を示した。

任命を受け、記念の特製アンバサダー名刺を手にした妻夫木さんは、「まだまだ知らないところもあるので、台湾の魅力を日本の皆さんに知ってもらえるよう最大限に頑張って PR したい」と抱負を語った。新プロモーション「最愛台湾紀行」に合わせ、妻夫木氏は台湾南部を訪問。個人コレクションが圧巻の台南の奇美博物館や、高雄の人気観光スポット蓮池潭の龍虎塔、三民市場などを訪れ、「台湾の人たちの温かさに触れ、自分の好きを見つけれられる旅となった」と振り返った。

また、新プロモーションにちなみ、自身の台湾の「最愛ポイント」として台湾グルメを挙げ、「台湾にはその土地ならではのご当地グルメがたくさんあるので、探しながら旅をすると、とても楽しい経験になるはず」と提案。台中の「鶏肉飯」や、台湾版の牛肉のしゃぶしゃぶ「牛肉湯」、フルーツかき氷などを紹介した。

なお、妻夫木氏が登場する「最愛台湾紀行」のテレビ CM は、10 月中旬から放映予定だ。



妻夫木氏は台湾の「最愛ポイント」として「台湾グルメ」を挙げた

## ツーリズム EXPO に代表団 150 人 「台湾で一杯」お茶のアロマなど体験訴求

ツーリズム EXPO2025 愛知・中部北陸の開催に合わせ、台湾観光庁は大規模な台湾パビリオンを出展。陳氏をはじめ、台北駐大阪経済文化弁事処処長洪英傑氏や台湾観光協会会長簡余晏氏

など、地方自治体や旅行会社、宿泊施設や航空会社など、150 人規模の台湾観光代表団が参加した。

今回は台湾観光庁が進める観光ブランド 3.0「Waves of Wonder」をコンセプトに掲げ、「台湾で一杯、どう？（来台湾喝一杯？）」をテーマに展開。パビリオン内では、台湾茶の香りをアロマで楽しめるコーナーや、「台湾グラス絵付け」体験をはじめ、巨大な小籠包フォトスポットやスカイランタン型メッセージボード、さらにプレゼントが当たるスタンプラリーなど、来場者が五感で台湾を体験できる多彩な仕掛けと工夫を施した。

またステージプログラムでは、人気 VTuber によるトークショーや、公式キャラクター「オーベア」のグリーティング、クイズ大会、先住民パイワン族の演舞公演など、幅広い世代に向けて台湾観光の魅力を訴求する。



公式キャラクター「オーベア」が台湾茶を持ってきた

パビリオンのオープニングに際し、挨拶に立った陳氏は「台湾人は日本が大好き。日本の皆さんにも台湾を愛していただき、多くの方に台湾に来ていただきたい」とアピール。また台湾観光アンバサダーを 2 期連続務める妻夫木氏について触れ、「彼は台湾を『自分の第二の故郷だ』と言っている。ぜひ皆さんも台湾を第二の故郷として感じていただき、毎年 1 回はぜひ台湾を訪れ、その魅力を体感していただきたい」と呼びかけた。

## 12 月には「天燈上げ」イベント 旅行会社と協力、イベント軸に需要喚起

台湾観光庁では、妻夫木氏を起用した新プロモーション「最愛台湾紀行」のほ



陳氏から妻夫木氏へ特製のアンバサダー名刺を授与

## ディステーション

## Destination News

か、今年 6 月に引き続き、12 月 7・8 日には旅行会社と連携した「合同天燈(ランタン) 上げ特別観光イベント」を開催する予定。陳氏は「1000 人規模の大きな募集型企画で、年末に向けた縁起の良いイベントになる」と期待を示した。

台北駐大阪経済文化弁事処処長洪英傑氏は、「台湾と日本は地理的に近いだけでなく、心も通じる大切なパートナー。現在、140 以上の姉妹都市や友好都市があり、近年は教育旅行やスポーツ交流が盛り上っている」と紹介。今後も「どんどん新しい企画をやっていききたい」と述べ、イベントを通じた誘客に力を入れる姿勢を見せた。



ツーリズム EXPO 台湾パビリオンのオープニングの様子。テーマに合わせ、台湾茶を手にアピール

### 東京でも商談会と「台湾観光のタベ」開催 「世界遺産級 30 選」も再訴求

ツーリズム EXPO ジャパンに引き続き、9 月 30 日には東京で「2025 台湾観光商談会 in 東京」と業界関係者との懇親会「台湾観光のタベ」が開催された。

商談会には、ツーリズム EXPO にも参加した観光サプライヤーが旅行会社との活発な商談を展開した。また、セミナーでは台湾観光に関する最新情報に加え、報奨旅行を対象としたサポートプログラムが来年も継続して行われることが決定したことなどを報告した。

また、台湾貿易センター東京事務所から MICE 関連プログラム「MEET TAIWAN」に関するプレゼンテーションが行われた。台湾では年間 700 件以上の国際ビジネスイベントが開催されており、活発な交流が行われていることや、台湾各地に大型のイベント施設が存在していることなどをアピールした。

台湾観光のタベでは台湾観光庁・台湾観光協会の王紹旬東京事務所長がいさづし「みなさんの協力により日本か

らの訪問者数が昨年より 1 カ月早く 100 万人に到達した。この流れをさらに大きなものにするためにわれわれは新たな挑戦を続ける。台湾にはまだまだ知られていない魅力がたくさんある。これをより多くの日本人に伝えていきたい」と述べた。

乾杯の発声に立った日台観光促進協会の大原浩理事長は「訪日インバウンドとのバランスといった課題はあるが、日本の旅行業関係者が一体となって、訪台日本人数を増やしていくためにさまざまなイベントを作っていきたいと考えている。今年で 3 年目を迎える点燈上げイベントに加え、コロナ禍前に選定していた『台湾世界遺産級 30 選』に今一度スポットを当てた取り組みも行っていきたい」と語った。



東京で開催された「台湾観光のタベ」の様相

## メキシコシティ、文化の独自性を軸に誘客強化 観光局 CEO、MICE 開拓とグルメの魅力訴求

ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸の開催に合わせ、メキシコシティ観光局の最高経営責任者 (CEO) カルロス・マルティネス・ベラスケス氏が来日し、日本マーケット向け施策について本紙とのインタビューに応じた。ベラスケス氏は「文化の独自性を軸としたプロモーションを強化していく」と説明、なかでも MICE マーケットの開拓やグルメを軸とした誘客に力を入れる方針を示した。

メキシコへの日本人訪問者数は、昨年 9 万 6000 人を記録。ベラスケス氏は「コロナ前の 2019 年には 20 万人近くに達しており、まだ半分の状態」と指摘した。今後は「メキシコシティへの日本人観光客を増やすことに強い関心を持っている。日本市場向けの戦略を見直したい」と説明。特に「日本人はメキシコの独自性のある文化に興味を持つ傾向があり、より多くの日本人観光客を惹きつけたい」と意欲を見せた。

MICE マーケットに向けては、会議施設やホテルなどインフラの充実度をアピール。メキシコに拠点を置く日系企業へのアプローチも進める。また、グルメを軸とした訴求では、昨年よりミシュランガイドが発行されるなど、注目を集めて

おり、日本人に向けた訴求を図る。

航空会社との協力にも力を入れる。これまでにアエロメヒコ航空の協力で、メキシコスタイルのプロレス「ルチャリブレ」の選手を日本に招聘したほか、今回の来日では ANA との間で成田ーメキシコシティ線の双方向での利用促進についても協議したという。

来年末、米国・カナダ・メキシコ合同で開催予定の FIFA ワールドカップ北米大会において、メキシコではメキシコシティ、グアダハラ、モンテレイの 3 都市で試合を実施され、メキシコシティは開幕初戦が行われる予定となっている。ベラス

ケス氏は「1970 年、1986 年、そして 2026 年と、ワールドカップ開幕戦を 3 回開催する世界で唯一の都市」とアピール、訪問者数増への期待を寄せた。

治安面についても「メキシコシティは安全」と強調。併せて過ごしやすい気候、アステカ文明をはじめ独自性のある文化が豊富である点も訴求。また、2022 年開港のフェリペ・アンヘレス国際空港についても触れ、今年 12 月には市内から空港への鉄道が開通する予定で、アクセスが向上。「着陸料が安価なため、今後より多くの航空会社を利用してもらえることを期待している」と語った。



メキシコシティ観光局 CEO カルロス・マルティネス・ベラスケス氏 (中央右)



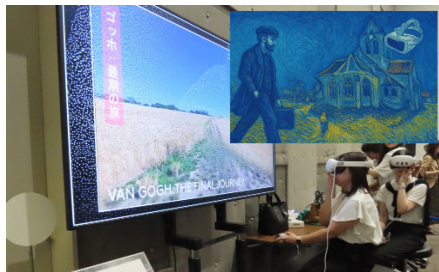
## ディステーション

## Destination News

# 仏ヴァル・ドワーズ県が観光促進に向けた施策アピール 友好関係樹立 40 周年の大阪府で旅行業界向けセミナー

フランス観光開発機構は、9 月 19 日、大阪府にある知的創造拠点ナレッジキャピタルにおいて、ヴァル・ドワーズ県の旅行業界向けの観光セミナーを開催した。今回のセミナーは、大阪府とフランスのヴァル・ドワーズ県との友好関係樹立 40 周年を機に実施されたもので、同県のアンギャン・レ・バン市にある芸術センターが制作した VR 展示「かさなり合う世界～バーチャルリアルが誘う旅」も公開された。

ヴァル・ドワーズ県からは県議会のマリ＝クリスティヌ・カヴェッキ議長とジュリアン・バジャール観光会長が来日。同県の魅力と大阪府との取組みについてのプレゼンテーションが実施され、その後本紙などとのインタビューにも応じ、「スローツーリズム」を前面に押し出した観光促進に力を入れていく考えを示した。

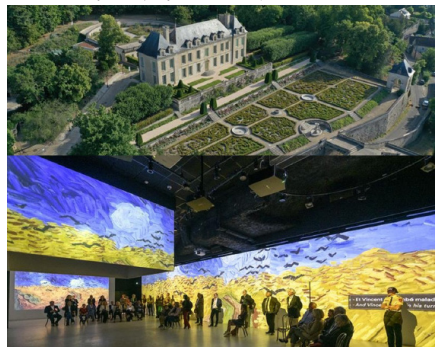


VR 展示の様子『オーヴェール＝シュル＝オワーズのゴッホ：最期の旅』(C) Knowledge Capital

## 文化遺産と自然の宝庫、移住者も多い 日本との相互交流で留学生や企業進出も推進

パリから北西約 30 キロに位置するヴァル・ドワーズ県は、自然や文化遺産に恵まれた街であり、モネやゴッホが活動した印象派ゆかりの地として知られる。ゴッホ終焉の地としても有名で、国内外から年間 3900 万人の観光客が訪れている。

県内には、セヌとオワーズ川が流れ、ラ・ロッシュ＝ギヨン城、ロワイオモン修道院、オーヴェール＝シュル＝オワーズ城といった観光名所が点在するほか、アンギャン・レ・バンの温泉・スパ、クルーズ、水上アクティビティ、ゴルフコース、音楽祭、建築・現代アート展などのさまざま



11 月 5 日までオーヴェール＝シュル＝オワーズ城では「ゴッホ、最後の旅」を題材にした展覧会が行われている (C) CDVO/DRONY、CDVO/Carole Desheulles

な体験施設も充実している。

また多くの観光客が同県を訪れるきっかけとなっているクロード・モネやヴァン・ゴッホのゆかりの地を巡る旅では、アルジャントイユの橋、ヴェトウイユといったモネにまつわる地や、オーベルジュ・ラヴー、ガシェ医師の家、ゴッホの墓といったゴッホの足跡を辿る旅も人気となっている。



オーヴェール＝シュル＝オワーズの教会 (C) Erik Hesmerg

取材に応じたカヴェッキ議長は同県について「多くの魅力が集まったユニークな街」と表現した上で、「観光客の 2 割が外国人観光客だが、中でも最近増えているのが日本人だ。近年は日本企業の進出も増え、現在は任天堂やクボタといった日本企業 55 社が拠点を置くなど経済交流も盛んだ」と述べ文化、観光、経済、デジタルアート、学術研究など多岐にわたる分野で日本との深い関係がある点を強調した。

中でも 40 年前から友好関係を樹立している大阪府や、15 年近く交流がある京都市との関係は親密であり、2022 年には歴史分野での協定署名や国際奨学金制度の創立により、大阪出身の日本の学生が毎年、CY セルジーパリ大学に留学しフランスの優れた文化遺産を体験するプログラムが実施されたり、交換留学や短期留学による交流も盛んだ。

また大阪総合デザイン専門学校の協力により、ゴッホとヴァル・ドワーズ県を代表する観光地であるオーヴェール＝シュル＝オワーズ城を題材にした漫画作品の制作も行われている。ヴァル・ドワーズ県では日本文化の紹介にも力を入れており、日本映画の最新作を紹介する「KINOTAYO 現代日本映画祭」や、今回のセミナーで公開された芸術センターと大阪ナレッジキャピタルの共同プロジェクトなど、日仏両国による共同創作活動も活発に展開されている。

さらに、フランスの国外文化施設として協定を結んだ京都の「ヴィラ九条山」では、日仏のアーティストが 1 年間滞在して創作活動を行うことができるだけでなく、ヴァ



写真左からフランス観光開発機構ジャン＝クリストフ・アラン日本・ASEAN 代表、ヴァル・ドワーズ県議会マリ＝クリスティヌ・カヴェッキ議長、フランス観光開発機構ダンドー神谷明子プロモーション・マネージャー、ヴァル・ドワーズ県議会ジュリアン・バジャール観光会長

ル・ドワーズ県においても、現代アート美術館となっているモービュイッソン修道院で同様の受け入れを実施しており、両国におけるアート活動のサポート体制は充実している。今後も多様な形で相互協力を深めていく方針だ。

## スローツーリズムという観点から観光を促進 クルーズ、鉄道など、インフラ整備も計画中

今後の展望についてカヴェッキ議長は、「パリからほど近い街でありながら静かで落ち着いた文化都市としての魅力を、スローツーリズムという観点から促進していきたい」と述べた。

具体的には、現在運航しているオワーズ川でのクルーズを 2030 年までにパリからアムステルダムを繋ぐクルーズに発展させるほか、サイクリングやハイキングなどと併せたさまざまな体験も提案していきたい意向を示した。また将来的には、パリからのアクセスを向上させるために地下鉄など鉄道網を充実させる計画も進めていると述べた。

最後にバジャール観光会長は、「2026 年はクロード・モネ没後 100 周年を迎え、アート観光には最適な時期だ。在来線や高速道路によるパリからのアクセスも便利で、ホテルも B&B から高級ホテルまで様々なレベルから選ぶことができ、グルメやアクティビティも充実しているので、ぜひさまざまな年代の人に遊びに来てほしい」とアピールするとともに、「日帰りから周遊、短期滞在まで幅広く対応できるので相談してほしい」と呼びかけた。



県内のラ・ロッシュ＝ギヨン上空 (C) CDVO/DRONY



## ディステーション

## Destination News

# ベルリンを日本人都市観光の選択肢に 観光局幹部が来日、寛容性のある観光訴求

ドイツ・ベルリン観光局のブルクハート・キーカー代表らがこのほど来日し、都内でメディア関係者との懇談会を開催した。キーカー代表は日本人訪問者数が前年から 2 割増と伸び率が高まっていることを触れた上で、日本市場からの訪問客数上積みに向けて、ベルリンが持つ「寛容性」に焦点を当てたプロモーションに力を入れていく方針を示した。あわせて、大規模国際会議を受け入れることができる豊富な宿泊施設を兼ね備えている点も強みとして訴求していくことで都市観光ディステーションとして、より一層存在感を示していくための活動に力を入れていくとした。

## 日本人訪問客数、前年から 23% 増 滞在日数が長期化傾向に

キーカー代表は足元の日本人訪問客数の動向について説明した。2024 年のベルリンへの訪問客数は 2 万 8589 人となった。コロナ禍前の水準までには回復していないものの、伸び率としては 23.1% 増となった。また、宿泊数については 7 万泊を超えており、これは対前年比で 17.7% の増加となっており、滞在日数の長期化傾向が見られているとした。

## 「ベルリン・フリーダム・ウィーク」開始 「自由」テーマに交流イベント展開

ベルリンは 1989 年 11 月のベルリンの壁崩壊。その後の東西ドイツ統一の動きなど「自由」を象徴する都市として世界中から認知を受けてきた。そうした中で、ベルリンの壁崩壊から 36 年を迎えた今年、自由と民主的な対話をテーマとした新たなイベント「ベルリン・フリーダムウィーク」がスタートする。同イベントは世界中から多彩なゲストを招き、会議や文化イベント、世代を超えた交流企画が行われることとなっている。これは、今後定期的に行うこととなっており、第 1 回目となる今年は 11 月 8 ～ 15 日の日程で行われる予定だ。

## 欧州初のシルク・ドゥ・ソレイユ常設 エンタメやスポーツイベントも充実

エンターテインメント関連では、11 月

から米国の人気演劇集団のシルク・ドゥ・ソレイユが欧州で初めてとなる常設公演をベルリンのポツダムプラッツ劇場でスタートする。また、世界最大級の劇場ステージを持つ施設として知られている「フリードリヒシュタット・パラスト」では新たなグランドショーが今年の秋から始まるなど、エンターテインメント関連でも注目の企画が目白押しとなっている。

スポーツ関連では、日本人選手の活躍などで知られているベルリンマラソンの参加者数を現在の 4 万 5000 人から 5 万人に参加者数の枠を増やすことが計画されているほか、アメリカンフットボールの NFL がベルリンで公式戦を初めて開催することも決まっており、スポーツ関連の素材も充実している。

日本人観光客の関心が高い文化や食関連では、ベルリン近郊の都市に美しい庭園や宮殿が数多く存在するほか、今年 200 周年を迎えたベルリンの博物館島では施設のリニューアルが着々と進んでいるという。食に関してはベルリンに 21 軒のミシュランの星付きレストランがあるほか、ベルリンのランドマークの 1 つであるテレビ塔の回転展望レストランにスターシェフであるティム・ラウエ氏が手掛ける新レストランが 6 月に開業するなど、注目店舗が続々と登場している状況だ。

## 16 万室超え充実した宿泊施設訴求 アクセス性向上に関する取組み注力

ベルリンは最新の「ヨーロッパ・ベスト・シティズ」の調査で欧州で最も魅力



来日してベルリンの観光の「寛容性」を直接アピールした。写真中央がベルリン観光局のブルクハート・キーカー代表

的な都市トップ 3 に選ばれている。これは、過去・現在・未来が融合するダイナミックな創造都市として注目が高まっていることが評価されての結果であるという。

これに加えてベルリンは 16 万室を超える客室とバラエティに富んだ宿泊施設が充実している。また、多彩なテーマで観光を楽しめることを、より積極的にアピールしていき「日本人による都市観光のディステーションとして存在感を示していきたい」とキーカー代表は意気込む。

充実した観光資源の訴求とともに、アクセス面での向上にも力を入れていく。ベルリンは 2020 年から 3 つの空港が統合されて、新たな玄関口である「ブランデンブルク国際空港」の運用が始まっている。新空港では最新技術の投入により、利便性が高まっているほか、世界から 70 の航空会社が乗り入れ、144 の都市と接続している。

日本からの直行便は現在就航していないものの、同空港のヨハネス・モールマンシニアマネージャーによると、東京からの利用者数は直行便未就航の都市としては、タイのバンコクに続いて多くの旅客を受け入れているという。そうした中で今後は、直行便実現に向けた働きかけに加えて、アクセス性の向上に対する施策にも力を入れていく方針だ。

## フィジー政観、しまなみ映画祭に参加 ライブで文化体感機会を提供

フィジー政府観光局は 9 月 13 日～ 15 日にかけて広島県尾道市で行われた「しまなみ映画祭 2025」に参加した。会場ではコンテンポラリーダンスのパフォーマンスを通じて、フィジーの文化を体感できる機会を提供したほか、観光に関するアピールも行った。

当日はフィジーを代表するコンテンポラリーダンスカンパニー「VOU Hub」が

登場。伝統舞踊や太鼓、チャント(詠唱)、とモダンダンスを融合させたパフォーマンスを行い、会場をフィジーのムードに包み込んだ。

映画祭メイン会場のフィジー政府観光局ブースでは、公式インスタグラムと TikTok の両方をフォローした人に BURA ステッカーとフィジーウォーターをプレゼントする企画も行った。

広島からフィジーへは成田空港経由でアクセスすることができる。政府観光局

は映画祭でフィジーの「BULA スピリット」を体感してもらって、次はフィジー現地に訪問してほしいと呼びかけた。



しまなみ映画祭でフィジーの魅力をアピールした



## ディステーション

## Destination News

## ヨーロッパ観光委員会、名古屋でワークショップ 12カ国24団体が参加、責任ある旅行を提案

ヨーロッパ各国・地域の観光局で構成するヨーロッパ観光委員会(ETC)は、ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸の開催に合わせ、名古屋市内のホテルでワークショップ「Japan Europe Marketplace」を開催した。当日は、82人(オンライン参加10人含む)の旅行会社スタッフが集まった。ヨーロッパ側からは12カ国24団体が参加、それぞれ日本の旅行会社との商談を行った。今回はベルギーから多くのサプライヤーが集まったほか、アルバニアやブルガリア、モンテネグロなど、日本に拠点のない観光局およびDMCが参加するなど、貴重な機会となった。



ワークショップの様子。中央にETCマーケティング・コミュニケーション部長ミゲル・ガジェゴ氏、同シニアマーケティングマネージャー ルヴィディーン・デスレー氏

冒頭挨拶の中で、ETC マーケティング・コミュニケーション部長のミゲル・ガジェゴ氏は、新しいグローバル・コミュニケーション・キャンペーン「Unlock an Unexpected Upgrade」について言及。「このキャンペーンを通じて、より責任ある旅行に向け、グローバル規模で取り組んでいきたい。責任ある観光をただの我慢や制限のように見せるのではなく、訪問者や地元住民へのメリットとして示したい」と述べ、オフシーズンやまだ知られていない地域への誘致、二酸化炭素排出の少ない交通機関や体験の提案、地元文化へのリスペクトなど、「責任ある旅行」が「ヨーロッパ滞在を想像以上にアップグレードする方法となる」点を訴求した。

また、来年導入予定の渡航認証「ETIAS」を紹介。シェンゲン協定加盟29カ国にキプロスを加えた30カ国への入国に必要な電子渡航認証で、公式サイトでの取得が可能。手数料は20ユーロで、3年間有効(パスポートの有効期間が3年以内の場合は有効期間まで)となる。

なお、今回のワークショップに参加した団体は以下の通り(国のアルファベット順)。

▼ゾンドールトラベル(アルバニア) ▼ブリュッセル政府観光局(ベルギー) ▼コリンシア・グランド・ホテル・アストリア・ブリュッセル(ベルギー) ▼ベルギー・フランダース政府観光局(ベルギー) ▼アントワープ市観光局(ベルギー) ▼ブリリアント・アイディアズ(ベルギー) ▼ベルギー・ワロン地域観光局(ベルギー) ▼アマヴォワ庭園(ベルギー) ▼ディナン城塞(ベルギー) ▼ブルガリア共和国観光省(ブルガリア) ▼チェコ政府観光局(チェコ) ▼フィンランド政府観光局(フィンランド) ▼フィンエアー(フィンランド) ▼フランス観光開発機構(フランス) ▼ドイツ観光局(ドイツ) ▼ハンガリー観光庁(ハンガリー) ▼モナコ政府観光会議所(モナコ) ▼モンテネグロ国立観光機構(モンテネグロ) ▼ブドヴァ市観光局(モンテネグロ) ▼モンテネグロスターズホテルグループ(モンテネグロ) ▼ポーランド政府観光局(ポーランド) ▼トルコ観光広報・開発庁(トルコ) ▼United Waterways(リパークルーズ) ▼ETIAS Central Unit

of Frontex (ETIAS 管轄機関)

### 「美味しいヨーロッパ」多彩な食体験訴求 ウェブサイト開設、今後はBtoB展開も

一方、今回のワークショップ開催に合わせ、ETC 日本支部は、日本マーケット独自の取り組みとして、ヨーロッパの多彩な食の魅力を紹介するウェブサイト「美味しいヨーロッパ Gastronomy Journey」を開設した。これまで各国・地域がそれぞれに発信してきた食の魅力を、ヨーロッパ全体が「ワン・チーム」となり共同でプロモーションを行う初めての試みとなる。

ウェブサイトでは、参加13カ国・地域がおすすめする食を「料理」「スイーツ&デザート」「お酒とソフトドリンク」のカテゴリーに分けて紹介。さらに「食文化に関する祭り」や「サステナビリティ・ストーリー」といった切り口から、食を通じた体験や背景にあるストーリーも紹介し、単なるグルメ紹介にとどまらない、ヨーロッパの食文化の多様性を発信する。

もともと「美味しいヨーロッパ」は、ヨーロッパ旅行商品の販売促進を目的に、2019年に日本旅行業協会(JATA)のアウトバウンド促進協議会(JOTC)欧州部会が主導して立ち上げたプロジェクト。コロナ禍を経て、2024年にはETC日本支部メンバー国の協力を得て業界向け(BtoB)に展開していたが、2025年からはETC主導による一般消費者向け(BtoC)の取り組みとして新たにスタートする。

今後は日本旅行業協会(JATA)の協力を得ながら、旅行会社向け

の情報提供も展開。旅行商品を造成する際に必要となる手配情報などをウェブサイトで紹介する予定だ。また、画像データも活用できるよう整備していく。BtoCと並行してBtoB展開も進め、旅行会社の商品造成を後押しすることで、ヨーロッパの食文化を組み込んだ旅行商品の拡大と、新たな需要の掘り起こしにつなげる。

今回のプロモーションの意義について、ETC日本支部委員長の沼田晃一氏(フィンランド政府観光局日本支局代表)は、「ヨーロッパへの渡航が以前よりも長くかかってしまうことから、より深い体験、インスピレーションを感じていただけるプロモーション展開が重要だと考えた。持続可能な販売促進を推進していくためには、業界が一丸となって取り組める新しい枠組みが求められている」と説明した。

また、同プロモーションに携わるETC日本支部の西山晃氏(ドイツ観光局日本支局長)は、「まずはヨーロッパ全体に目を向けてもらうことが狙い。ETCの枠組みのなかで、『競合する前に協力しよう』ということで、今回のプロモーションにこぎつけた」と経緯について語った。

EUROPE ぐさぐさる。 街の心。

国から探す カフェから探す サステナビリティストーリー 旅行会社関係の店はこちら



■「美味しいヨーロッパ Gastronomy Journey」サイト■

[https://www.visiteurope.jp/visiteurope-jp\\_toppage](https://www.visiteurope.jp/visiteurope-jp_toppage)

■週刊ウイングトラベル「ヨーロッパ特集」(9月15日発行)でも紹介■

[https://www.jwing.net/t-weekly/2025/europe\\_digitalfinal20250912.pdf](https://www.jwing.net/t-weekly/2025/europe_digitalfinal20250912.pdf)

## ホテル

## Hotel News

リーガロイヤル、コンドミニウムホテルを開業  
「リーガロイヤルリゾート沖縄 北谷」を来年 4 月に

ロイヤルホテルは、「リーガロイヤルホテルズ」ブランド初となるコンドミニウムホテル「リーガロイヤルリゾート沖縄 北谷」の開業日を 2026 年 4 月 1 日に決定し、10 月 1 日から宿泊予約受付を開始した。

同ホテルは、「海と空と煌めきの沖縄アーバンリゾート」をコンセプトに、リーガロイヤルホテルズとして沖縄県内 2 軒目の開業となる。

客室は全てキッチン、ランドリー、バルコニーを備え、40 平米～240 平米の広々とした空間で最大 4～6 人まで宿泊可能となる。総客室数は 209 室で、ツイン 41 室 (42 平米)、スイート 165 室 (55～242 平米)、ユニバーサルルーム 3 室 (55 平米) が用意されている。最上階にはインフィニティプール、サウナ付きスパなどがあり、眼下の街並みと雄大な東シナ海を眺めながら、リゾートならではの心を満たす滞在が楽しめる。レストランは、煌びやかな空間で、南国の美食を味わうオーレダイニング (120 席) が完備されている。

なお、開業記念宿泊プランとして、リーガメンバーズ会員限定で朝食付き開業記念プランが用意されている。予約期間は 12 月 31 日まで、宿泊期間は 2026 年 4 月 1 日～6 月 30 日までとなっている。

## ■「リーガロイヤルリゾート沖縄 北谷」のティザーサイト■

<https://www.rihga.co.jp/okinawa-Chatan-open/>



インフィニティプールのイメージ

エクスぺディア TAAP 「クマの手」  
日本での開業予定ホテルとのウェビナー実施

エクスぺディア TAAP 「クマの手」では、IHG ホテルズ & リゾーツ、マリオットグループ、Heaven's Portfolio、Osaka Metro ADERA など、今後日本で開業を予定しているホテルとの共同セミナーを実施する。

それぞれの日程の詳細及び、セミナー参加申し込みは以下の通り。

## ▼ Expedia TAAP × マリオット グループ共同ウェビナー

2025 年 10 月 16 日 14:00～15:00

[https://discovertheworld.zoom.us/webinar/register/WN\\_L-Ds4svsTl2G-GchsolgEA](https://discovertheworld.zoom.us/webinar/register/WN_L-Ds4svsTl2G-GchsolgEA)

## ▼ Expedia TAAP × Heaven's Portfolio 共同ウェビナー

2025 年 10 月 23 日 14:00～15:00

[https://discovertheworld.zoom.us/webinar/register/WN\\_4Eq6Nj66R9yLMDs5GXkobQ](https://discovertheworld.zoom.us/webinar/register/WN_4Eq6Nj66R9yLMDs5GXkobQ)

■「クマの手」の詳細紹介 URL ■ <https://partner.expdiagroup.com/ja-jp/solutions/build-your-travel-experience/travel-agent-affiliate-program>

ヒルトン、韓国のインスパイアと提携  
韓国で IR に参入、施設ラインアップを拡大

ヒルトンは韓国で IR (統合型リゾート) を展開するインスパイア・エンターテインメント・リゾート (インスパイア) とフランチャイズ契約を締結したと発表した。これにより同リゾートが「ヒルトン・ホテルズ」のラインアップに加わることになる。なお同施設の運営についてはインスパイアが引き続き担う。

インスパイアは仁川国際空港から車で 15 分という場所に立地。1275 室の客室を有するほか、韓国初の 1 万 5000 席を有するアリーナや屋内ウォーターパークや MICE 施設、カジノ、ショッピング施設などを備える大型 IR となっている。

ヒルトンは韓国で統合型リゾートに進出することで、韓国での存在感を一段と高めていく考え。また、提携によりインスパイアにおいてヒルトンのロイヤルティ・プログラム「ヒルトン・オーナーズ」を利用することができる。

今回の提携についてヒルトンのクラレンス・タン アジア太平洋地域開発担当上席副社長は「今回のパートナーシップは、アジア太平洋地域で最大客室数を有するホテルの展開を実現するもので



「インスパイア・エンターテインメント・リゾート」の外観



写真左がインスパイア・エンターテインメント・リゾートのチェン・スー代表兼社長、右がヒルトンのクラレンス・タンアジア太平洋地域開発担当上席副社長

あり、韓国におけるヒルトンの拡大に対するコミットメントの表れだ」と述べた。一方、インスパイアのチェン・スー代表兼社長は「世界的な評価と強力なロイヤルティ・プログラムを有するヒルトンと提携できることをうれしく思う。今回の提携により、インスパイアはアジアをはじめとする世界中の旅行者との結びつきをさらに強めることができる」とコメントした。

## ▼ Expedia TAAP × Osaka METRO ADERA 共同ウェビナー

2025 年 10 月 30 日 14:00～15:00

[https://discovertheworld.zoom.us/webinar/register/WN\\_ZlamiEDqOp-HrhUfX37vkg](https://discovertheworld.zoom.us/webinar/register/WN_ZlamiEDqOp-HrhUfX37vkg)

## 25% 以上オフのスペシャルセール開催

エクスぺディア TAAP は、2026 年 3 月までの宿泊を 25% 以上オフとするスペシャルセールを開催した。

販売期間は 9 月 16 日から 10 月 20 日まで、旅行期間は 9 月 16 日から 3 月 31 日までが対象となる。エクスぺディア TAAP では、9 月は年間で最も予約が多い月の一つとしており、今年度の予約促進を呼びかけている。

なお、エクスぺディア TAAP は、旅行会社「クマの手」の新規入会を随時受け付けている。詳細は以下を参照。

