

2026年新春号

2026年のツーリズム業界を占う



持続可能な観光実現へ 「真価」問われる2026年

旅行・観光の領域に「持続可能」というキーワードが登場して久しい。「サステナブル＝持続可能」が声高に叫ばれる契機となったのは、2015年に国連が定めた持続可能な開発目標（SDGs）である。そのゴール地点として示された2030年は、当時は遠い未来のように受け止められていた。しかし今、その2030年を現実的な射程として捉え始める年こそが、2026年ではないだろうか。2030年という一つの到達点に向け、旅行・観光産業が「量の回復」から「質の持続」へと本当に転換できるのか。消費者マインドの多様化、国際情勢の不確実性が増す中で、2026年は旅行・観光に携わるすべてのプレーヤーにとって、まさに真価が問われる一年となる。



目次

- 2** 総論－持続可能な観光実現へ「真価」問われる2026年
- 4** JTB山北栄二郎社長インタビュー
「交流創造」で描く、日本のツーリズムの次なる展開とは
- 6** カンタス航空、ニック・マッギーリングアジア地区上級副社長インタビュー
日豪間双方向往来活性化へ、カンタス航空が描く2026年の成長シナリオ
- 8** 駐日スペイン大使館観光部、エンリケ・ルイス参事官インタビュー
スペインの観光、成長から「持続」へ舵切る
- 10** タイと日本の新しい年に向けて
若年層市場開拓へスポーツツーリズムを活用／日タイ修好140周年に向け“食”の旅にフォーカス
【タイ国政府観光庁】
- 11** 家族旅行に最適、安心して旅できるタヒチの魅力
【タヒチ観光局／エアタヒチ又イ】
- 12** 「北の十字軍」が築いた石の道 チュートン騎士団の遺産をめぐるポーランド北部の旅
【ポーランド政府観光局】
- 14** 観光庁、村田茂樹長官 年頭所感
観光成長を確かな地域価値へ
- 15** JATA、高橋広行会長 年頭所感
価値提供による変革の実現を
- 16** ANTA、近藤幸二会長 年頭所感
「持続可能な観光業界」の確立を目指す
- 17** 日本観光振興協会、菰田正信会長 年頭所感
観光の質的転換で持続的成長を
- 18** JNTO、蒲生篤実理事長 年頭所感
成長と共生を両立する観光立国へ
- 19** OTOA、大畠貴彦会長 年頭所感
交流の力で切り拓く、海外旅行の新局面
- 20** ターキッシュエアラインズ広告
【ターキッシュエアラインズ】

「第5次観光立国推進基本計画」が始動 日本の観光政策、成熟段階に踏み出せるか

2025年は、コロナ禍という言葉をほぼ完全に過去のものとし、世界の人々が再び「旅」へと大きく舵を切った年だった。日本においても、大阪・関西万博という世界的イベントを追い風に、訪日外国人旅行者数は11月時点で3900万人を突破。長らく目標として掲げてきた4000万人という数字が、現実のものとして目前に迫った。

一方で、その成果の裏側では課題も鮮明になった。特定地域への観光客集中による住民生活への影響、宿泊料金の高騰といったオーバーツーリズムの問題が顕在化し、円安や物価高の長期化は日本人の海外旅行マインドを冷え込ませた。訪日インバウンドの活況と、日本人旅行者の息苦しさ。このコントラストこそが、2025年の日本観光の実像であったと言える。

こうした状況を踏まえ、2026年は「第5次観光立国推進基本計画」が本格的に動き出す年となる。新たな計画が掲げるのは、観光客数の拡大そのものではなく、観光と地域住民の生活の質をいかに両立させるかという視点だ。これは、日本の観光政策が「成長」から「成熟」へと移行する意思表示でもある。

国際観光旅客税増額、その投資先がカギに

その実行を支える財源として、2026年7月から国際観光旅客税は現行の1000円から3000円へと引き上げられる。日本の観光振興策に充てられる財源が3倍になる意義は大きい。ただし重要なのは、財源の規模そのものではない。限られた観光地に人を集めための投資なのか、それとも地域の受け入れ体制や人材育成、質の高い体験創出に振り向けられるのか。その使い道次第で、「持続可能」という言葉が空虚なスローガンに終わるか、実効性を伴う概念となるかが決まる。

観光立国を名乗る以上、訪日インバウンド一辺倒の成長はもはや許されない。国内旅行の活性化、日本人・外国人双方が納得して旅を楽しめる環境づくりが不可欠だ。その中で、観光庁や各地のDMOが単なる事業執行機関にとどまらず、地域の合意形成を主導し、観光の質を設計する存在として機能できるかどうかが試される。



日本人アウトバウンドは「分水嶺」の年 海外旅行市場は持続可能性を保てるか

日本人の海外旅行にとっても、2026年は分水嶺となる。円安や物価高が構造的な課題となる中で、海外旅行需要をどう掘り起こしていくのか。国際観光旅客税引き上げの一方で、長年要望されてきたパスポート取得費用の引き下げが現実のものとなったという話題は、アウトバウンド振興にとって明るい材料だ。しかし、仮に10年パスポートの取得費用が大幅に引き下げられたとしても、それが需要回復の決定打にならなければ、海外旅行市場の縮小という現実に直面することになる。政策に期待するだけではなく、業界自らが海外旅行の価値を再定義できるかが問われる局面だ。

デジタル技術の進化は 旅行会社の存在意義を問い直す

さらに、旅行・観光を取り巻く環境はデジタル技術の進化によって急速に変化している。AIやDXの進展は、情報の非対称性を縮小させる一方で、旅行会社や観光事業者の存在意義を根本から問い直している。人手不足が深刻化する中で、単なる手配機能にとどまらない価値提案ができないければ、業界の持続性そのものが揺らぎかねない。

2030年というゴールを見据えたとき、問われているのは数値目標の達成ではない。観光が地域社会から信頼され、産業として誇りを持てる立ち位置を確立できるかどうかである。2026年は、その成否を分ける過渡期だ。政策の巧拙以上に、業界全体が変化を引き受ける覚悟を持てるかどうか——その一点に、日本の観光の未来がかかっている。



（本紙編集長：嶺井政敏）

新春インタビュー New Year's Interview

「交流創造」で描く、日本のツーリズムの次なる展開とは

JTB、山北栄二郎代表取締役社長執行役員に聞く

ツーリズムを取り巻く環境が多様化。ビジネスを取り巻く状況も国内外問わず目まぐるしい動きを見せている。このような中で、「交流創造企業」を旗印に多彩な事業に取り組んでいるのがJTBだ。これから日本のツーリズムを取り巻く今後の動向をどのように見ているのか。また、グローバルレベルの領域において、いかに存在感を発揮させていこうと考えているのか。山北栄二郎代表取締役社長執行役員に2025年の振り返りとあわせて聞いた。



マーケット回復は「まだら模様」 万博関連ビジネスを通じ、新たな展開の芽

一まずは、2025年の事業環境を振り返ってもらいたい

2024年はコロナ禍から回復し、ようやく通常の経済活動が再開された。2025年はコロナ禍明け2年目に入り、旅行需要全体としては堅調な回復を見せたと捉えている。しかし、その内訳はまだら模様であるというのが実態ではないだろうか。

国内旅行については、コロナ禍前の水準には戻ったものの、当初の想定よりは伸びなかつたという印象がある。訪日旅行に関しては、2024年の3687万人という数値を大きく上回り、活発な動きを見せるなかでビジネス面でも非常に良い動きを示した。

海外旅行については、2024年からは回復したものの、レジャー・マーケットの伸び悩みが依然として大きな課題。しかし、ビジネストラベルは顕著な回復を見せており、明るい兆しと捉えている。また、海外関連では、メジャーリーグベースボール(MLB)との提携が2年目を迎え、ホスピタリティプログラムが日本でも浸透してきたことは1つの大きな動きであり、新たな市場を創造するうえで重要な一歩であったと評価している。

このほか、エリアソリューションビジネスについては、観光地域やコンテンツ開発において新たな価値を創出し、着実に成長している。

特に、2025年を語るうえで外すことができないのが大阪・関西万博関連の取り組みだ。万博では旅行関連だけでなく、入場券管理やパビリオンの運営、賓客への対応など、さまざまな分野に携わらせてもらった。この経験を通じて新たな事業機会の芽が生まれたと確信している。

国内旅行活性化へ、需要分散や新たな目的地開発を 海外旅行復活、目的性強化と若年層掘り起こしカギ

一国内旅行市場の活性化策についてはどのように考えているのか

国内旅行を取り巻く環境としては、需要の一極集中による旅行代金の高騰が、旅行意欲の低下につながる懸念がある。そのため、新たなデスティネーションの開発と需要喚起を積極的に推進していくことが極めて重要であると考えている。

JTBとしては4月から東北で国内旅行キャンペーンを行っていく予定だ。旅行需要を刺激するための新たな取り組みを積極的に行いたい。混雑していない地域の魅力をしっかりとPRし、需要喚起につなげていくことが重要なのではないかと考えている。

また、国内の複数のエリアで新たな観光地域づくりに取り組んでおり、これらのエリアソリューション事業と密接に連動させながら、国内旅行市場の活性化に貢献していきたい。

一2026年は海外旅行の完全復活に向けた正念場の年となる

海外旅行に関しては、旅行代金の高止まりというトレンドは今後も継続すると見ている。そのようななかで、旅行の目的意識をより高めることが重要であると考えている。ヨーロッパでは、価格は以前の2倍近くになっているものの、目的性の高い商品は好調な動きを見せており、この流れをさらに強化していくことが重要なポイントになるだろう。

もう1点は、若い世代が海外へ一步踏み出すための機会を創出していくことが重要であると認識している。JTBでは「グローバルリンク」という中高生の探究学習プラットフォームを開設しており、これを切り口として、海外への扉を開くきっかけを提供していくことも有効な手段のひとつだ。

また、クルーズも重要な需要喚起策の1つになり得ると考えている。外国船の日本発着クルーズの場合は必ず日本国外に立ち寄るため、クルーズ体験を通じて海外に出てもらうきっかけを創出することも有効なアイデアだ。

訪日6000万人は道半ば、日本は高い潜在性 万博レガシー活用でデジタル技術や企業間連携深化

—日本のインバウンドについては2030年の6000万人実現に向けて今年が新たな出発点となるが

日本の受け入れキャパシティを考慮すると、2030年の6000万人という目標はまだ道半ばであると認識している。フランスの国際観光旅客数は1億人を突破し、スペインもそれに迫る勢いだ。サウジアラビアも1億5000万人を目指すと表明している。そのようななかで、日本は非常に観光資源が豊富であり、極めて高いポテンシャルを秘めている。フランスが人口の約1.5倍の観光客数を受け入れていることを考えると、日本もまだインバウンドを受け入れる力があると確信している。

そのなかで、観光需要の一極集中が日本の最大の課題であり、地方都市のブランド力をいかに高めていくかが重要だ。例えば、ヨーロッパで展開されている「シートインコーチ」を日本で展開するなど、周遊しやすい環境を整備していくことが重要なポイントであると考えている。地域の観光産業をさらに活性化させ、需要創出につなげる人財育成も喫緊の課題であると認識している。

—さきほど、万博での取り組みに対して言及があったが、万博レガシーの活用についてどのように考えているのか

万博では、入場券管理の仕組みや情報発信に関して多様なデジタルソリューションを提供させていただいた。これをエリアソリューションの分野に広げていくことや、手荷物配達に関する新たなサービスなどもオーバーツーリズム対策に大きく寄与すると考えている。また、現在香川県の小豆島で地域開発に関するさまざまな実験に取り組んでいるが、これは万博を意識して取り組んできたことだ。ここで培った知見を生かして、関西圏から瀬戸内地域に旅行者の流動を促進する動きにつなげていく。さらに、万博では企業間でさまざまなコラボレーションビジネスを展開したが、企業との連携を深化させるうえでも万博のレガシーは非常に有効であると確信している。

グローバルビジネス強化へもう一段進化 基幹産業化へのレベルアップが不可欠

—グローバルビジネスの今後の方向性についてはどのように考えているのか

グローバルビジネスについては、これまで『世界発、世界着』をキーワードに世界の観光客の流れ、すなわち世界から出発し世界に到着する旅行をイメージした流れの構築に取り組んできた。今後はもう一段進化させ、人の流れに限らず、情報の流れなど、多岐にわたる「交流」を捉えていくことが交流創造事業の根幹にあると考えている。ノーススター・ト

ラベル・グループを買収した背景にはそのような視点があり、単に局所的に観光のロジスティックに関わるということだけでなく、観光産業が抱える本質的な課題を解決するという視点で、ノーススターの知見を最大限生かしていきたい。

グローバルでビジネスを展開していくうえでは、日本におけるツーリズム産業を基幹産業に引き上げていくことが極めて重要だ。ヨーロッパでは観光は重要な産業として位置付けられており、有能な人財も集まっている。こうした流れが日本でも生まれることが必要であり、世界のツーリズムにおけるインテリジェンスを日本が積極的に取り入れていくことが不可欠であろう。

AI劇的進化の中で「情緒的価値」高める人財育成が重要 店舗は人ととの接点の場として存在不可欠

—人財育成や人財の活躍のあり方についてはどのように考えているのか

人財の問題を考える上で、AIの存在は避けて通れない。AIは今後飛躍的な進化を遂げ、現在人間が行っている多くの業務を肩代わりすることになるだろう。その時に人間が発揮すべき真の価値とは何かを深く考察し、追求していく必要がある。

しかし、主語は常に人間であるべき。人間がAIを使いこなし、そのうえでさらなる価値を創造していく流れのなかで、「情緒的価値」こそが重要なキーワードとなる。

情緒的価値の構築は、まさに体験や経験に裏付けられるものだ。顧客と対面する力、旅行先で感動体験を演出できる能力。そして緊急時への適切な対応は、人間ならではの、かけがえのない価値だ。こうした情緒的価値を創造できる人財を育成していくことが、わたしたちの使命だと考えている。

—AI時代を迎える中で、店舗のあり方についてはどのように考えているのか

店舗の存在意義は、顧客ニーズの変化に柔軟に対応していくことで確立される。店舗は、お客様が旅への期待感を高める雰囲気を提供し、複雑なご相談に対しては専門知識を持つスタッフが丁寧に対応する場。また、お客様の旅行体験に共感し、心の通ったコミュニケーションを通じて信頼関係を築くことも、店舗の重要な役割。AIやロボットの進化により、効率化できる業務は増えていくだろう。しかし、今後も人と人との温かい接点を提供できる場として、店舗は不可欠であると確信している。

—最後に2026年は、国的新たな観光立国推進基本計画がスタートする。この動きをどのように見ているのか

新たな観光立国推進基本計画は、これから日本の観光の未来を指し示す重要な羅針盤だ。われわれJTBとしては、政府と連携しながら多岐にわたる課題解決に向けて、常にいろいろなことを一緒に考え積極的に貢献していきたい。同時に、将来の観光の姿を描いていくうえで、常に世界を俯瞰し、グローバルな視点で観光のあり方を考えいくべきであると強く認識している。わたしたち自身も、その先頭に立ってその役割を果たしていきたいと考えている。

新春インタビュー New Year's Interview

日豪間双方往来活性化へ、 カンタス航空が描く2026年の成長シナリオ

カンタス航空、ニック・マッグリンアジア地区上級副社長に聞く



コロナ禍を経て、世界の観光を取り巻く環境は再び上昇力一揆を描き始めている。日本とオーストラリア間の往来を見ると、訪日インバウンドは過去最高のペースで推移し、日本からオーストラリアへの訪問も着実にコロナ前の水準回復へ向けて歩みを進めている。この二国を結ぶ重要な架け橋となるのがカンタス航空だ。2026年という新たな節目を迎える中で、同社の旅客需要はどのような軌跡を描いていくのか。ニック・マッグリンアジア地区上級副社長に、グローバルの動向と日本市場に向けた今後の戦略について話を聞いた。



顧客体験のさらなる向上へ大規模投資展開 新千歳線就航で日本での存在感さらに高まる

まずは、2025年のカンタス航空全体の動きを振り返ってもらいたい

2025年はカンタス航空にとって非常に良い年となった。業績は堅調に推移するとともに、航空ネットワーク・機材・顧客体験に対する大規模な投資も行った。

日常生活において人々が旅行を重視する傾向が続いている、それに伴って旅行需要は引き続き高い動きを見せている。特に国際線と上級クラスの客室ではその傾向が顕著に見られている。

機材に関しては過去最大規模となる更新プログラムが進められている。今後10年間にわたって200機以上の新機材を導入する予定となっており、この中にはエアバスA321XR型機、A350型機、ボーイング787型機といった長距離機材も含まれており、今後顧客体験をさらに向上させていくことになる。

これとあわせて、予約や旅行管理、手荷物追跡、運航の流れへの対応に至る部分まで、デジタル化への投資が進められており、利便性が大幅に向上することになった。このような取り組みを進めた結果、世界各国で「ベストエアライン」と

〈新春インタビュー〉カンタス航空

New Year's Interview

して高い評価を獲得することとなり、この強固な基盤をもとに、日本をはじめとした重要市場への投資を継続している状況だ。

—日本路線の状況についても教えてほしい

カンタス航空は日本—オーストラリア間の輸送において75年以上にわたり良好な関係を築いており、この関係は揺らぐことはなく推移している状況だ。

2025年の日豪間の輸送状況を振り返ると、オーストラリアから日本へのレジャー需要が非常に強い動きを見せた。一方で日本からオーストラリアへの需要も着実に大きく進化したのではないかと見ている。

当社は羽田—シドニー間を1日2便、成田—メルボルン・ブリスベン線をそれぞれ毎日1便運航している。これに加えて、2020年以來となる札幌（新千歳）—シドニー間の直行便を季節運航便として昨年12月15日から開始した。この路線は北海道の観光産業に大きく貢献するとともに、日本とオーストラリアを結ぶ最大の航空会社としての地位をより強固なものにすることとなるだろう。

2026年の日本市場成長に大きな自信 ワーホリ、教育旅行、家族旅行に成長可能性

—日本からの海外旅行者数の回復スピードは諸外国に比べて遅いと言われているが

確かに回復状況は緩やかとなっているのが実情だ。ただ、オーストラリアへの訪問者数は着実に前向きな動きが出てきているのではないかと見ている。これに加えて、当社の魅力的なデスティネーション・ストーリーテリング、旅行業界との協力、そしてさまざまなキャンペーン活動を展開している。こうしたさまざまな要素を加味すると、2026年に向けては大きな自信を持っている。

特にワーキングホリデー、修学旅行、家族旅行、そして三世代旅行の分野については成長の可能性を強く感じているところだ。

グローバルネットワークのさらなる拡充へ NDC導入などDXの動きも一段と加速

—今後のビジネス成長に向けて課題として捉えていることは。そしてその解決策とは

すべての航空会社と同様に事業全体でコスト圧力に直面している、これに対して強固な運航実績と継続的な効率化施策を通じて対応していく。そして、機材や顧客体験の向上に対する積極的な投資を行っていく。また、日本のような重要市場を強化していくための活動に一段と力を入れていく。

その中で2026年は需要に応じたネットワーク拡大を図っていく。また、流通面ではNDC導入によるデジタルトランス



フォーメーションの動きを加速させていく。あわせて、2050年のネットゼロ排出達成に向けて環境面の取り組みも積極的に行っていくつもりだ。

—2026年の日本市場での重点施策については

日本市場では、羽田・成田を通じた接続性の最適化に注力していく。そして、新たなデジタルツールを活用して日本の旅行会社との販売協力体制を強固なものにしていく。

渡航需要喚起に向けたプロモーションについてはオーストラリアの魅力やカンタス航空のブランドを紹介する「オーストラリアに会いに来て、カンタス航空で」キャンペーンを軸に進めていく。

さらに、オーストラリアのゲートウェイ都市以外の訪問を促進する。オーストラリア行きの国際線と国内線を同時に予約する際に国内線区間に適用される「カンタス・エクスプローラー運賃」について、国内線基本運賃を30%割引となるよう制度の内容を刷新した。これをフックとして、オーストラリアの都市を巡りやすくすることで、オーストラリア旅行の魅力を高めていくことができればよいと考えている。

旅行会社との緊密な連携で より販売しやすい体制づくりを

—日本の旅行会社との関係性についてはどのように考えているのか

旅行会社はカンタス航空の事業運営にとって欠かせない存在だ。特に日本においては、旅程設計、サービス提供、旅行者向け教育などにおいて重要な役割を担っている。

われわれは、日本市場にあわせた営業サポートやトレーニング、ウェビナー、共同マーケティング、そして先進的な販売ツールを通じて、FIT、団体旅行、専門セグメントを含む幅広い市場で、カンタス航空で行くオーストラリア旅行を今まで以上に販売しやすくする環境を整えていく。

—最後に日本の旅行業界関係者にメッセージを

私自身、日本のみなさまと築いてきた素晴らしいパートナーシップに心から感謝している。2026年も引き続き、一緒に協力しながらマーケットを盛り上げていくことを楽しみにしている。

新春インタビュー New Year's Interview

スペインの観光、成長から「持続」へ舵切る

駐日スペイン大使館観光部、エンリケ・ルイス参事官に聞く



世界有数の観光先進国として確固たる地位を築いているのがスペインだ。国外からの観光客数が年々増加する一方で、国民生活との共存という観点から、観光のあり方を見直す動きも強まっている。2025年9月に観光部の日本地区代表として着任したエンリケ・ルイス参事官に、スペインの観光政策全体の動向と、日本人旅行者誘致に向けた取り組みについて聞いた。

「成長」から「維持」へ、DMOの役割も変化 中期計画「スペインツーリズム2030」策定

—観光市場の成長と新たな課題が見られる中で、観光部の役割にも変化はあるのか

これまで「スペインの観光を成長させていくこと」を主目的として取り組んできた。しかし今後は、現在の流れを「いかに持続させていくか」に軸足を移す必要があると考えている。

従来はDMOとしてマーケティングに重点を置いてきたが、これからはマーケティングに加え、マネジメントの要素を組み込んだ観光推進が重要になってくる。

一観光を取り巻く課題解決に向けて重視している点は

観光客の受け入れと国民生活をいかに両立させるかが重要だ。そのために「スペインツーリズム2030」と名付けた新たな中期観光計画を策定し、取り組みを進めている。

同計画では、国民により良い生活環境を提供することを前提に、よりサステナブル（持続可能）でレスポンシブル（再生型）な観光を実現することを大きな柱として掲げている。

現在、スペインを訪れる外国人旅行者の行き先は、国土の約20%の地域に集中している。残る80%の、まだ十分に知られていない地域へと旅行者を分散させる取り組みに力を入れていく。

グローバルキャンペーンとAI活用で分散促進 滞在日数延長がサステナブル観光のカギ

一地域分散に向けた具体的な取り組みは

プロモーション面では、「Think you know Spain? Think Again（本当にスペインを知り尽くしたと思いますか？もう一度考えてみて）」というスローガンを掲げ、グローバル規模で新たな魅力を発信していく。

あわせてAIを活用し、旅行者のニーズ把握や訪問客数、交通量などの分析を行い、地方都市への誘導につなげる仕組みを導入する。昨年夏、米国において観光AIアシスタント「Asistente Sol IA」の初回テストを実施しており、現在は全国規模の観光AIシステムの開発に取り組んでいる。

スペインの地方部では過疎化が課題となっているが、これを解消する鍵の1つが観光だと考えている。その実現には、AIの活用が欠かせない。

一サステナブルな観光に向けた施策について

サステナブルという観点では、滞在日数の延長が重要なポイントになる。主要観光地においても、じっくりと時間をかけて旅を楽しむ流れを促していくことが鍵になるだろう。

この分野でもAIの活用は有効で、CO2排出削減につながる交通手段を旅行者に提案できる環境整備を進めていく。これは私見だが、滞在日数が延び、1回の旅行の内容が充実すれば、結果としてサステナブルな旅につながると考えている。

日本人、コロナ前水準68万人回復と8～9泊滞在目標に 時間的自由度高い層へアプローチ、花の開花切り口のプロモも

一国際観光客誘致における日本市場の位置付けは

日本人旅行者は、質の高い観光に対する意識が高く、非常に歓迎すべき存在だ。観光消費面での貢献度も高く、旅行時期が分散している点でも重要な市場といえる。

また、旅を深く楽しもうとする志向も強く、「スペインツーリズム2030」が目指す方向性とも合致している。



一今後の日本人誘致促進に向けた重点施策は

まずは、コロナ禍前の2019年に記録した年間訪問者数68万人の回復を目標とする。同時に、現在6～7泊となっている平均滞在日数を9泊まで延ばしたい。

そのために、自営業者やシニア層、学生など、比較的時間の自由度が高い層を意識したアプローチを進めていく。

グローバルキャンペーン「Think you know Spain? Think Again.」については、日本市場向けにアレンジした展開も予定している。日本人モデルを起用したプロモーション動画の制作も検討している。

観光素材としては、まだ知られていない地域や美しい村、パラドールのような個性的な宿泊施設を紹介していく。日本人は桜など花の開花時期に合わせて旅行する傾向があるため、スペイン各地で見られる花々を切り口とした訴求も行ってみたい。

さらに、日本のメディアを通じた情報発信やSNS活用に加え、旅行会社との連携をこれまで以上に強化し、魅力的な商品造成につなげていきたい。

羽田直行便発着枠獲得が 日本市場拡大のカギ

一日本市場拡大に向けた課題は

課題を一つ挙げるとすれば、アクセス面だ。現在、イベリア航空は成田～マドリード間で直行便を3便運航しており、非常に好調に推移している状況だ。そのような中で、2026年はさらなる運航本数の増加を目指していきたい。これを実現していくためには、羽田空港からの直行便就航が不可欠であると思っており、今後もスペイン政府と連携しながら、日本政府による羽田空港の発着枠獲得に向けて取り組んでいきたい。



若年層市場開拓へスポーツツーリズムを活用

タイ国政府観光庁（TAT）本庁の調査によれば、訪タイ日本市場では若年層需要に増加の兆しが見られるという。TATはこの機会を捉えて若年層のニーズをつかむことが、将来にわたるリピーター獲得につながるとして市場開拓を強化する方針だ。具体的には若者と相性が良いスポーツ関連需要へのアプローチに着手する。

TAT東京事務所のセークサン・スィープライワン所長は「アスリートの卵である各国の若者たちがタイで練習やトレーニング

に励むケースが増えている。たとえばタイで数ヶ月間、ゴルフのトレーニングをしている韓国の若者が増えている。中国も似たような状況にあり、日本市場でも同様の需要を開拓する余地は十分にあるはず」と説明する。

またタイの国技である格闘技、ムエタイも訪タイの有力な動機となり得る。格闘技に関心のある若者の間では、これまでタイの英雄であるブアカーオ選手の認知度が高かったが、現在ムエタイ人気は10代の若者にも浸透しつつある。山形県出身の中学生3年生（15歳）の門脇愛莉さんが史上最年少でプロ登録し、11月には本場タイでの試合で白星デビューを飾ったニュースが日本でも話題を呼んだ。

ムエタイの2大聖地であるルンピニ・スタジアムやラチャダムン・スタジアムでは、関心の高まりを受けて海外からの体験練習などを受け

入れている。とくにルンピニ・スタジアムは練習観察とトレーニングのパッケージをプログラム化し、外国人も参加、体験しやすい体制を整えている。

TATはこのほかサッカーボー少年団の交流事業などにも力を入れていく計画だ。12月に就航したタイ・エアアジアXの仙台-バンコク線の初便では仙台のサッカーボー少年団がバンコクへ向かい、現地のサッカーカラーブと合同練習や練習試合を行った。TATでは「この海外遠征をきっかけに初めてパスポートを取得した参加者もいた。初めての海外旅行でタイを訪れた若者の中からリピーターを育てたいし、パスポートを持つことで海外旅行への関心が高まれば、タイに限らず日本の海外旅行市場全体の活性化にも貢献できるのでは」と期待する。

※ルンピニ・スタジアムでのムエタイトレーニング（1日2時間）に関する日本の窓口連絡先は下記の通り。

一般社団法人日本ムエタイ連盟
E-mail: info@j-mtf.jp



日タイ修好140周年に向け“食”の旅にフォーカス

日本とタイは2027年に修好140周年を迎える。TATはこれに合わせて“食”の旅のプロモーションに取り組む。その理由は、世界の人々を惹きつけるタイ旅行の魅力に占める食文化の存在感の大きさだ。それは旅行消費額の内訳でも明らかで、「旅行消費に占める食の割合は、宿泊費と同程度で全体の2割ほどあり、重要な収益源となっている」（セークサン所長）という。

そこで日タイ修好140周年に向けて、本番前年の2026年からタイの“食”にフォーカスしたプロモーションを、「eatタイ、feelタイ、visitタイ」をスローガンとして展開する。具体的な内容は現在準備中で、2026

年2月頃を目途に食の魅力を紹介するフードプログラム主体のファムトリップを実施する予定だ。

プロモーションは、全国でタイ料理レストランをフランチャイズ展開する飲食事業者とのコラボレーションを検討しており、「日本にはあまり知られていない食材や調理法を、コラボするレストランを通じて広く知ってもらうことから始める。またレストランで調理方法をレクチャーするワークショップなどのイベント開催も実現したい」（セークサン所長）とのことだ。

最初はタイ北部の料理や食文化を取り上げる予定で、順次、食文化の対象地域を拡



大していく。最終的には2026年の12月までにツアープログラムを完成させ、旅行商品化して翌年の140周年を盛り上げるきっかけの一つとしたい考えだ。



東京事務所 〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-7-1 有楽町電気南館ビル2F TEL 03-3218-0355

大阪事務所 〒550-0013 大阪市西区新町1-4-26 ニッケ四ツ橋ビル TEL 06-6543-6654/6655

福岡事務所 〒812-0027 福岡市博多区下川端町2-1 博多リバインイーストサイト11F TEL 092-260-9308

<http://www.thailandtravel.or.jp/> (日本語) <http://tourismthailand.org/> (英語)



家族旅行に最適、安心して旅できるタヒチの魅力



© Grégoire Le Bacon

タヒチ

「南太平洋の宝石群」と称されるタヒチの島々は、比類なき自然美と受け継がれてきた伝統文化が静かに調和する、世界屈指のリゾートデスティネーションです。その洗練された佇まいは、時を超えて多くの旅人を魅了し続けてきました。

澄み渡るラグーンと手つかずの自然に抱かれたタヒチは、上質な時間を求めるご家族にもふさわしい旅先です。

遠浅で穏やかな海（ラグーン）が広がり、小さなお子さまも安心して自然と触れ合うことができる環境が整っています。

透明度の高いラグーンでは、穏やかに泳ぐ海洋生物、色彩豊かな熱帯魚たちを間近に観察することができます。

泳ぎに不安のある方や幼いお子さまでも、無理なく海の世界を体感できることは、タヒチならではの贅沢な魅力です。

この地の魅力を一層引き立てているのが、ホスピタリティ精神に満ちたタヒチの人々の存在です。

子供に向けられる惜しみない思いやりと穏やかなまなざしは、島々の日常に自然と溶け込み、訪れる家族に心からの安らぎをもたらします。

日本ではハネムーンの象徴として語られることの多いタヒチですが、世界では長年にわたり、洗練された「ファミリーデスティネーション」として高い評価を得ています。

滞在をより豊かなものにするため、島々では質の高い体験型プログラムが用意されています。

ポワソン・クリュのクッキングクラス、ラグーンでのシュノーケリング、シーウォーカー、4WDサファリ、優雅なタヒチアンダンス体験など、世代を超えて楽しめるアクティビティが揃います。また、

多くのレストランでは子供向けメニューが提供され、ホテルによってはキッズクラブやベビーシッターサービスを備えた施設があり、きめ細やかな配慮が行き届いています。自然、文化、そして上質なホスピタリティが織りなすタヒチの島々。家族それぞれが心から満たされ、記憶に残る時間を過ごせる、真のラグジュアリーを体現する旅先です。



© Tahiti Tourisme



© Hélène Havard



© Grégoire Le Bacon

エアタヒチヌイが タヒチ家族旅キャンペーンを実施中!

成田／タヒチ間の
お子様の航空運賃

¥1,000

タヒチ国内線の
お子様の航空運賃

無料

販売期間：2026年12月18日(金)まで

対象出発期間：2026年12月25日(金)まで

成田／タヒチ間で直行便を週2便運航するエアタヒチヌイは、タヒチへの家族旅行をもっと身近に感じてもらうキャンペーンを実施しています。このキャンペーンを利用すると、大人1名につき2歳～12歳未満のお子様1名の成田／タヒチ間の航空運賃が一律1,000円に、また、タヒチ国内線においてはお子様の運賃が無料となります。

(成田発 火・金曜：2025年冬期スケジュール)

(成田発 月・金曜：2026年夏期スケジュール)

※フライトスケジュールの詳細は公式HPにてご確認ください

お問い合わせ先：sales.jp@airtahitinui.com

子供も大人も笑顔になれる、太陽の楽園へ



家族にうれしい旅行代金&ファミリー向プラン充実!

ルレ・エ・シャトー加盟ホテル「ルタハアバイパールリゾーツ」に泊まる5日間（水上コテージ2泊）は、305,000円からご案内しております。お子様は無料です。※燃油サーチャージ（35,000円）および各種諸税は別途必要となります。



《旅行期間》2025年10月28日(火)～2026年12月25日(金)まで

*対象年齢：2歳～12歳未満

*子供の空港諸費用はかかりますので予めご了承下さい

*大人2名様同伴参加で、客室では添い寝が条件です（追加ベッドなし）

*2人目以降のお子様は、特別料金にてお見積りさせていただきます

このほか、ボラボラ島やモレア島のリゾートも多数取り扱っております。

お問い合わせ先

エアタヒチヌイホリデイズ（株）トーホートラベル

TEL: 03-5643-8856

E-mail: info@airtahitinuiholidays.com

住所：東京都中央区日本橋茅場町3-8-5 松村ビル2F



「騎士団国家」の拠点として栄えたマルボルク城(世界遺産)



POLISH
TOURISM
ORGANISATION

旅の出発点は、バルト海に面した港町グダンスク。ヴィスワ川をさかのぼり、かつて「北の十字軍」と呼ばれたチュートン騎士団が築いた遺産を巡る。世界遺産の赤レンガの城や城塞都市、歴史を語る静かな川——。この地に息づくのは、鉄の十字を掲げた騎士たちが歩んだ「石の道」の物語だ。

「北の十字軍」が築いた石の道 チュートン騎士団の遺産をめぐるポーランド北部の旅

チュートン騎士団(ドイツ騎士修道会)とは?

12世紀末にエルサレムで設立されたカトリックの修道騎士団。もともとは負傷者の看護や巡礼者の保護を目的としていたが、十字軍運動の中で次第に軍事的性格を強めていった。

やがて聖地を追われた騎士団は、1226年、ポーランドのマゾフシェ

公コンラト1世の要請により、バルト海沿岸プロシア地方での「異教徒討伐」を担うべく拠点を移す。宗教的使命とともに領土支配の野心も強め、13世紀末には事実上の独立国家「チュートン騎士団国家」を樹立。ポーランド王国と対立する強国へと成長した。

時代の転換点にたびたび登場した港町

グダンスク Gdańsk

中世にはハンザ同盟の有力都市としてバルト海交易の要を担い、20世紀には1939年9月1日、ヴェステルプラッテへのドイツ軍侵攻によって第二次世界大戦が勃発。さらに1980年には、グダンスク造船所から始まった「連帯」運動が共産圏の自由化を導き、幾度も歴史の転換点の舞台となってきた。

旧市街では、毎年夏に1260年から続く「聖ドミニコ市」が開かれ、歴史的な石畳の街路が賑わいに包まれる。戦争の記憶を今に伝える「第二次世界大戦博物館」は必見。現代史の深層に触れた後、旅は内陸へと続く。



賑わいを見せる「聖ドミニコ市」



©Janusz Leszczynski

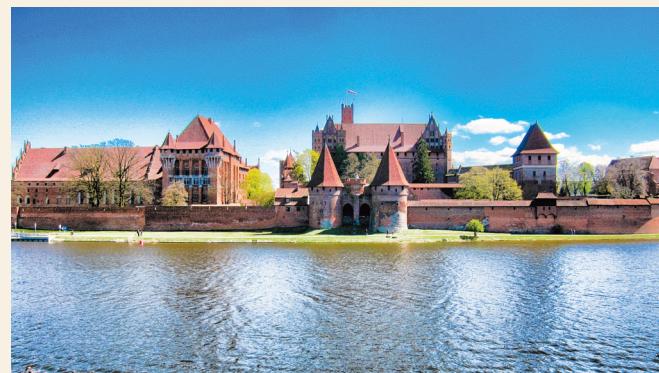


第二次世界大戦博物館

騎士団国家の象徴

マルボルク城 Zamek w Malborku

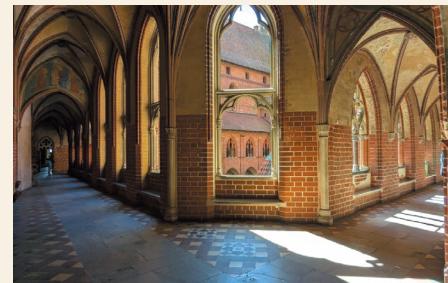
世界遺産



高城・中城・下城の三重構造からなるマルボルク城

グダンスクから南東へ約60km、ヴィスワ川の支流ノガト川沿いにそびえるマルボルク城は、世界最大級のゴシック様式の赤レンガ城郭だ。14世紀には騎士団国家の首都としてグランドマスター(総長)が居を構え、政治・軍事・宗教の中核として栄えた。

三重構造の城郭は、厳格な修道規律のもとに設計され、礼拝堂や食堂、回廊、兵舎、倉庫に至るまで機能的かつ莊厳な造りが見事。夜にはライトアップされた城壁が、かつての騎士たちの気配を浮かび上がらせる。



ゴシック様式の美を今に伝える

赤レンガが美しい ヴィスワ川沿いの城塞都市

トルン Toruń 世界遺産

マルボルクからヴィスワ川をさかのぼること約130km。クヤフスコ＝ポモルスキエ県の中心都市トルンは、13世紀にチュートン騎士団によって築かれた城塞都市だ。川の恵みと交易で栄え、後にハンザ同盟にも加盟。商業都市として独自の発展を遂げた。

市庁舎や聖母マリア教会、聖ヤコブ教会などに見られるバルト海ゴシック様式は、北ヨーロッパ特有の赤レンガ建築の美を今に伝える。

この地で生まれたのが、地動説を唱えた天文学者ニコラウス・コペルニクス（ポーランド語名：ミコワイ・コペルニク）。宇宙の中心を太陽に据えた革命的な思想は、この騎士団都市で育まれた、まさに知性の結晶だ。



美しい夜景も魅力

トルンに立つコペルニクスの銅像

騎士団が敗北を刻んだ中世最大級の会戦地

グルンヴァルト Grunwald



グルンヴァルトの会戦記念碑

騎士団の栄光の陰に、忘れてはならない「敗北」の記憶がある。1410年7月15日、中世ヨーロッパ屈指の大規模会戦として知られるグルンヴァルトの戦いで、チュートン騎士団軍はポーランド＝リトアニア連合軍に敗れた。この戦いを機に騎士団国家は衰退し、15世紀後半にはポーランド王国の支配下に組み込まれていく。

現在、戦場跡には記念碑や博物館が整備され、毎年7月には中世の戦闘の様子を再現した大規模イベントが開催されている。鎧のきしむ音や馬のいななき、軍旗のはためきが、600年の時を越えて今もこの地によみがえる。

ヴィスワ川沿いに発展した魅力あふれる首都

ワルシャワ Warsaw 世界遺産



世界遺産に指定されているワルシャワの旧市街

ポーランドの首都として、旅の拠点となるだけでなく、第二次世界大戦後の攻撃で破壊された街並みを忠実に再現したことで世界遺産に指定された歴史地区をはじめ、音楽家ショパンゆかりの地が数多く点在するなど、見どころが充実。

静けさの中に残る建国伝説と騎士団の記憶

クルシュヴィツアとチューフフ Kruszwica/Czuchów

グルンヴァルトから南下したクルシュヴィツアは、湖と丘に囲まれた美しい町。「マウシャの塔」からはヴィスワ川を一望でき、ポーランド建国伝説にも登場する神祕的な地として知られる。

一方、ポモルスキエ地方のチューフフには、騎士団が重要な戦略拠点として築いた堅牢な砦跡と高い塔が残り、その威容を今に伝える。



チューフフ

ゴシックの城の道 Szlak Zamków Gotyckich

城壁に染まる夕日とともに、 中世の空気を肌で感じる

ポーランド北部に残るチュートン騎士団の遺産は、貴重な観光資源として再評価され、現在は観光ルート「ゴシックの城の道」として整備されている。チュートン騎士団の残した城や町は、単なる遺跡ではなく、信仰と権力、そして文化が交錯してきた場所であり、ポーランド北部の歴史的アイデンティティを今に伝える。



チュートン騎士団の拠点となった城や町が今に残る（クルyszwin城）

各地では中世を再現したフェスティバルや手芸市、当時のレシピに基づく料理イベントなど、さまざまなイベントが開催され、数世紀の時を超えて五感で中世の空気を肌で感じることができる。

静かな夕暮れ時にマルボルクの城壁に夕日が差し込むと、赤褐色のゴシックレンガが鉄のように輝き出す。耳を澄ませば、鉄の十字を掲げた騎士たちの足音が、遠い時の彼方から聞こえてくる——。そんな旅の時間が、ここにある。

年頭所感 New Year's Resolution

観光成長を確かな地域価値へ

観光庁長官 村田 茂樹



明けましておめでとうございます。

2026年の新しい年を迎え、謹んで新春のご挨拶を申し上げます。

人口減少が進む我が国において、観光産業は第2位の輸出産業へと成長し、地域活性化や日本経済の発展を支える重要な基幹産業となっております。昨年は、訪日需要の堅調な拡大や航空便の回復、官民一体となった取組の成果により、訪日外国人旅行者数、消費額ともに好調に推移しました。

2025年の訪日外国人旅行者数は11月末時点で暦年過去最多となることが確定し、初めて4000万人を超える勢いで伸びています。訪日外国人旅行消費額も2025年1~9月期累計で約6.9兆円に達し、日本人の国内旅行消費額も同期間で約20.4兆円となるなど、観光需要は力強い回復と成長を示しました。

一方で、インバウンド観光客が都市部を中心とした一部地域に集中し、地域や時間帯によっては混雑やマナー違反などが住民生活に影響を及ぼすとの懸念も生じています。

2026年3月には次期観光立国推進基本計画を策定する方向で検討を進めておりますが、観光客の受け入れと住民生活の質の確保を両立させることが、これまで以上に重要であると考えております。あわせて、地方誘客の促進や交通ネットワークの基盤強化、観光まちづくりを通じ、観光が地域に裨益し、観光地が持続的に発展していく姿を示していく必要があります。

その考え方の下、次期観光立国推進基本計画では、3つの施策の柱を設定する方向で検討を進めております。

第1に、「インバウンドの受け入れと住民生活の質の確保との両立」です。

オーバーツーリズムへの対策として、手ぶら観光の推進や

入域管理の高度化などを進めるとともに、地方誘客向けた体制整備や観光コンテンツの充実、リピーター拡大、多様な国・地域からの誘客強化に取り組みます。さらに、MICEの地方誘致・開催や、地方空港、クルーズ、国内航空、新幹線など交通ネットワークの機能強化を推進してまいります。

第2に、「国内交流・アウトバウンドの拡大」です。

ワーケーションやラーケーション、ポジティブ・オフ運動を通じた休暇の分散・平準化、第2のふるさとづくりプロジェクトによる新たな交流市場の開拓を進めるとともに、海外教育旅行などを通じた若者のアウトバウンド促進や、地方空港を活用した双方向交流の拡大に取り組みます。

第3に、「観光地・観光産業の強靭化」です。

観光DXによる生産性向上、業務の効率化・省力化に資する設備投資支援、民泊の適切な運営を含む健全な競争環境の整備、ユニバーサルツーリズムなど多様なニーズへの対応を進めてまいります。

また、これらの施策を支える財源として、国際観光旅客税の拡充が政府の税制改正の大綱に盛り込まれました。

観光庁としては、今後5年間を見据えた次期観光立国推進基本計画の策定に取り組むとともに、2030年の訪日外国人旅行者数6000万人、消費額15兆円という政府目標の達成を目指します。観光を通じて日本の魅力と活力が持続的に発展し、その成果を国民一人ひとりが実感できる社会の実現に向け、官民一体で取り組んでまいります。

結びに、観光関係の皆様の益々のご発展を祈念するとともに、国民の皆様が安全・安心で有意義な旅行を楽しめるよう、引き続き観光政策に全力を尽くしてまいります。



感動のそばに、いつも。

株式会社 JTB
代表取締役 社長執行役員
山北 栄二郎

東京都品川区
東品川二丁目3番11号 JTBビル



会社 J.R.東日本びゅうツーリズム&セールス

代表取締役社長
澤田 博之

〒130-0013
東京都墨田区錦糸三丁目2番1号
アルカイースト11階



ここに響く瞬間を

代表取締役社長
吉田 圭吾

東京都中央区日本橋1-19-1
日本橋ダイヤビルディング
<https://nta-corporate.jp/>



年頭所感 New Year's Resolution

価値提供による変革の実現を

日本旅行業協会（JATA）会長 高橋 広行



2026年の年頭にあたり、謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

いま、旅行業界に突きつけられている問いは明快です。「安く行けるから旅をする時代」から、「行く理由があるから旅をする時代」へ。私たちは、価格競争ではなく“価値”で選ばれる産業へと、舵を切らなければなりません。

本年は第5次観光立国推進基本計画が4月から施行される節目の年です。JATAは海外・訪日・国内旅行の三位一体でのバランスの取れた成長こそが持続可能な観光であると捉え、官民の連携を一段と強化し、次の飛躍につながる年としたいと思います。

海外旅行については、未だ回復途上にあり、円安や旅行費用の高騰といった、私たちではコントロールできない環境に直面しています。しかしながら、この状況を嘆くのではなく「価格」から「価値」への転換を図る好機と捉えるべきです。今まさに旅行会社の真価が問われています。単なる移動手段や宿泊場所の手配に留まらず、「何としても観たい、体験したい」といったお客様の想いを形にする企画力こそが、旅行会社の最大の強みであります。

今年も「価格」より「価値」に重点を置いた魅力的な旅行の提案を加速してまいります。あわせて、若者の海外渡航促進（パスポート取得支援等）をはじめとした、双方向交流の拡大に向けた政策提言・環境整備にも、関係機関と連携して粘り強く取組んでまいります。

訪日旅行については、好調を維持する一方で、オーバーツーリズムが顕在化しています。特定の地域への一極集中の是正と地方分散を図ることが喫緊の課題となっています。ここで

も旅行会社の真価が問われます。地域の魅力を発掘し、観光資源として磨き上げ、地方分散を行うことにより価値を提供する——まさに地域を知り尽くし、地域と深い関わりを持つ私たち旅行会社の出番であります。高付加価値旅行の造成や観光DX化の推進なども含め、地域と一体となって持続可能な観光を進めてまいります。またそれらの取組みとあわせて、今後も拡大する訪日旅行を会員各社の事業の柱へ育ててまいります。

国内旅行においては、全国で着実に拡がりを見せている休み方改革のひとつ「ラーニング」の更なる拡大に向けて取組みを進めます。平日旅行の促進は、市場の拡大はもとより、雇用の安定化、オーバーツーリズム対策にも繋がると考えております。愛知県から始まった「ラーニング」ですが、着実に拡がっており、学校単位での取組みだけでなく、休みの日数を拡大する自治体も増えています。引き続きJATAでは自治体への働きかけと連携を強化し、ラーニングの普及に努めてまいります。

さて、昨年愛知県で実施し、会場となったAichi Sky Expoの一日の来場者数の新記録を達成するなど、大盛況に終わった「ツーリズムEXPOジャパン」ですが、本年は東京ビッグサイトにて「進化する旅のカタチ」をテーマに開催いたします。まさに、未来に向けて旅を進化させることで、持続可能な観光を目指してまいります。

JATAは本年も、持続可能な観光の実現と業界の発展に向けた積極的な活動を通じて、日本経済・地域経済の発展に貢献してまいります。皆様の変わらぬご支援とご協力を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

旅のご相談は全国で5400社
ANTA加盟の旅行会社へ



一般社団法人 全国旅行業協会
会長

近藤 幸二

〒107-0052 東京都港区赤坂4-2-19
赤坂シャスタイーストビル3階
TEL: 03-6277-8310 FAX: 03-6277-8331
<https://www.anta.or.jp>

Warm Heart

～ありがとうの連鎖を～



東武トップツアーズ

代表取締役 社長執行役員

から き た や す し

百木田 康二

〒131-0045

東京都墨田区押上一丁目1番2号

東京スカイツリータイムズタワー

TEL: 03-3624-1231 FAX: 03-3621-8573

www.tobutoptours.co.jp

世界と未来をつなぐ、
第2の開港へ。



成田国際空港株式会社

代表取締役社長

藤井直樹

〒282-8601

千葉県成田市成田国際空港内

(成田市古込字古込1-1)

<https://www.narita-airport.jp/ja/company/>

年頭所感 New Year's Resolution

「持続可能な観光業界」の確立を目指す

全国旅行業協会(ANTA)会長 **近藤 幸二**



謹んで新春のお慶びを申し上げます。我が国の旅行・観光業界の発展にご尽力されている皆様が、輝かしい新年をお迎えのことと存じます。

観光業界が「持続可能な成長」へと舵を切る一年と位置づけた昨年は、大阪・関西万博の開催という歴史的なイベントに彩られ、国内外から多くの交流が生まれました。

インバウンドは、コロナ禍前の水準を上回る活況を呈し、その訪問先も地方へと着実に広がり、国内旅行においても、人々の生活の中に「旅」が確固たる地位を取り戻し、堅調な需要が持続いたしました。

この一年、人手不足やコスト高、そして近隣諸国を含む不安定な国際情勢といった極めて厳しい経営環境の中にあっても、地域の隠れた魅力を掘り起こし、独自の体験プログラムを造成するなど、「質」の向上への挑戦が各地で見受けられました。この高付加価値化に向けた変革への第一歩を、私は非常に心強く感じております。

本年は、昨年から始まった変革を、業界全体に定着させ、加速させていく一年としなければなりません。そのためにも、個々の旅行業者が単なる手配代行者として、従来のビジネスモデルに安住することなく、お客様のニーズを深く掘り下げ、地域と密着し、新たな価値を創造し、見出す存在へと、自らを変革していく必要があります。

われわれが目指す高付加価値化とは、地域の伝統や文化を守り育てるサステナブルツーリズムの推進と一体不可分です。地域の自然環境や生活文化が損なわれてしまえば、観光資源そのものの価値が失われてしまうからです。旅の恩恵が、旅行者や旅行業者だけでなく、地域の隅々まで行き渡り、そ

の地域の誇りにつながるような、「三方よし」の好循環を生み出すことが重要です。当協会でも、日本全国が観光の恩恵を享受できるよう、関係機関と協力しながら、オーバーツーリズムを解消し、旅行者の「地方分散」が実現するよう取り組んでまいります。

当協会では、引き続き観光地との連携を密に図り、共栄共存の道を明示してまいります。本年2月11日には、奈良市で「第20回国内観光活性化フォーラムinなら」を開催いたします。

国内観光活性化フォーラムは、全国のANTA会員と観光関係の皆様が一堂に会し、「建国の地 奈良からふたたび」のスローガンのもと、奈良県の観光魅力を掘り起こし、送客の促進を図る大会となります。本フォーラムが旅行業者の新たな旅行商品造成のきっかけになるとともに、奈良県の持続的な繁栄の一助にすべく、全力を尽くしてまいります。

また、業務効率化による生産性の向上、そして将来を担う人材の育成も、業界が持続的に成長する上で欠かせない課題です。旅行業が、働く皆様をはじめとする数多くのステークホルダーにとって「魅力的な業界」であり続けるよう、行政や他団体とも連携しながら、一つひとつの課題に真摯に向き合ってまいります。

当協会は、本年も、47都道府県支部の強固なネットワークを最大限に活かし、全国津々浦々の観光事業者の皆様に寄り添い続けます。

そして、観光業界の「持続可能な成長」への貢献に、総力を挙げて邁進してまいりますので、本年も何卒ご指導・ご鞭撻を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

心に届く旅
阪急交通社
Direct to your heart

株式会社 阪急交通社

代表取締役社長

酒井 淳

〒105-0004 東京都港区新橋3-3-9 KHD東京ビル
〒530-0001 大阪市北区梅田2-5-25 ハービスOSAKA
<https://www.hankyu-travel.co.jp>

旅は心の財産

GLOBAL
Your Bureau Since 1966

株式会社 グローバル

代表取締役社長

柴崎 聰

〒105-0003

東京都港区西新橋1-8-1 REVZO虎ノ門 7階
TEL: 03-3505-0055 FAX: 03-3505-0095
ホームページ <https://www.gyb.co.jp>

学ぶ旅の創造

ATI

株式会社 ATI

代表取締役社長

田中國智

〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-4-1
TEL: 03-5829-6396 FAX: 03-5829-6397
<https://www.ati-jp.com/>

年頭所感 New Year's Resolution

観光の質的転換で持続的成長を

日本観光振興協会 会長 茂田 正信



謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

昨年は、「大阪・関西万博」が開催され、国内外から多くのお客様をお迎えし、盛況のうちに終幕しました。次なる博覧会としては、「GREEN×EXPO 2027（2027年国際園芸博覧会）」が神奈川県横浜市で開催されます。博覧会の成功に向け、観光産業一丸となって全国的な機運の醸成に努めてまいります。

さて、足元の観光産業に目を向けてみると、輸出額では第二の基幹産業として重要な経済基盤へと成長を遂げている一方で、諸課題が顕在化し、量から質への転換の更なる推進による「持続的成長」と「稼ぐ力」の両立が求められています。加えて、地域ごとの実情に即した戦略立案や、受け入れ環境の高度化を図ることで、観光の恩恵をより広く、安定的に行き渡させていくことが重要となっています。

そのためには、以下四点に速やかに取り組むことが必要だと考えています。

第一に、オーバーツーリズムやマナー違反への対応、第二に、均衡の取れた双方向交流の実現、第三に、国内観光の一層の需要拡大、そして最後に、慢性的な人材不足への対応です。これらは相互に関連しており、単独ではなく、総合的かつ継続的な施策として推進していくことが不可欠です。

とりわけ、オーバーツーリズム解消という観点では、三大都市圏に集中するインバウンドの地域分散・地方誘客が重要であり、観光DXの活用、二次交通などの受け入れに向けた体制整備が求められ、地域の司令塔機能を果たすDMOの財源・権限を含めた機能強化も欠かせません。

当協会では、かかる課題を踏まえ、現在、政府が取りまと

めを進めている2026年度から2030年度までの「第5次観光立国推進基本計画」に対し、昨年10月に提言を発表いたしました。今後、実効性ある取組みが着実に推進されるよう、関係各方面と連携しながら、具体的な制度設計や現場実装にも積極的に関与してまいります。

当協会の事業としては、昨年、データに基づく地域の観光戦略立案・実行ができる人材を育成・認定する「観光DX検定」と、DMOの中核・実務人材向けの基礎知識や実践的なスキルの研修プログラム「Dスタディ」を創設しました。本年も引き続き内容の充実に努め、全国各地での活用と人材の裾野拡大を図ってまいります。

さらに、観光産業の将来性や、地域及び日本経済への貢献等を明確にし、基幹産業として持続可能な姿を示す、中長期的なビジョン策定にも取り組んでおり、本年6月に発表する予定です。このビジョンを共有の指針として、官民連携のもと具体的な行動へと落とし込み、現場での変革につなげていく考えです。

当協会では、このような多様な取組みに加え、政府や地方自治体、観光産業に関わるあらゆるステークホルダーとともに、持続可能な観光地域づくりを軸とし、今まで以上に多様な分野や産業との連携を強化することで、観光の価値向上と我が国の経済発展に貢献する一年にしてまいりたいと存じます。

皆様には引き続きご支援とご協力を賜りたく、お願い申し上げます。

最後に、皆様の今年一年のご多幸をご祈念申し上げ、年頭のご挨拶とさせていただきます。



株式会社 エヌオーワイ

代表取締役社長

橋本 肇

〒162-0814

東京都新宿区新小川町6番29号
アクロポリス東京6階
電話: 03-6843-7010 FAX: 03-6265-0546
<https://www.noe-j.co.jp>

Big Drive & Small Company Feel



日新航空サービス株式会社

代表取締役社長

石山 知直

〒164-0012

東京都中野区本町1丁目32番2号
ハーモニータワー
TEL: 03-5358-1900 FAX: 03-5358-1901
<https://www.nissin-trvl.co.jp>



Travel makes life fun

T-LIFEホールディングス株式会社

T-LIFEパートナーズ株式会社

代表取締役社長 石川 邦大

〒179-0075 東京都練馬区高松5-11-26

光が丘MKビル4階

TEL: 03-5910-7220 (代) FAX: 03-5910-7230

<https://www.t-life.co.jp>

〒112-0002 東京都文京区小石川1-3-11

ライジングプラザ後楽園2階

TEL: 03-6374-4370 (代) FAX: 03-6374-4369

<https://partners.t-life.co.jp/>

年頭所感 New Year's Resolution

成長と共生を両立する観光立国へ

日本政府観光局（JNTO）理事長 蒲生 篤実



明けましておめでとうございます。

2026年の新しい年を迎え、謹んで新春のご挨拶を申し上げます。

昨年、訪日外国人旅行者数は、ごく一部の国や地域で減少が見られたものの、11月までに累計3906万人に達し、過去最高を更新するなど、インバウンド観光は非常に好調に推移しました。また、コロナ禍以後は、特に欧米豪からの旅行者が増加して訪日旅行市場の多様化も進んでいるほか、地方においても、長年の取り組みが奏功し、インバウンドの受入れが急速に伸びているところもみられます。これは、観光関係者の皆さまの熱心な取り組みの成果であり、心より感謝申し上げます。

他方で、インバウンド観光の好調に伴い、特定の地域や時間帯に観光客が集中したことによる混雑や観光客によるマナー違反などの課題がより認識されるとともに、「インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立」が本格的に議論されるようになってまいりました。

日本政府観光局（JNTO）では、昨年も引き続き、観光立

国推進基本計画に定められている3つの柱「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の実現に向け、観光庁とともに策定した「訪日マーケティング戦略」に基づき、戦略的なプロモーションに取り組んできたところです。

具体的には、ビジット・ジャパン重点市場ごとに選定した各ターゲットの興味関心に応じた市場別のプロモーションを実施するとともに、消費額拡大や地方誘客に繋がる高付加価値旅行、アドベンチャーラベルなどに注力するほか、MICEの誘致・開催促進にも取り組んでおり、レジャー以外においても地方誘客促進に貢献してまいりました。加えて、データやデジタル技術を活用したマーケティングの高度化、地域の受入環境整備に向けた官民連携の強化、人材育成支援などにも取り組み、持続可能な観光地域づくりを後押ししてきました。

今年は、2026年度から2030年度までを対象とした新たな観光立国推進基本計画の策定が予定されており、これに合わせ、JNTOでも観光庁とともに最新の市場動向等を踏まえた訪日マーケティング戦略の見直しを進めています。引き続きインバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立を常に念頭に置きながら、日本の観光関連産業の一層の魅力向上と発展に向けて、未訪日層の誘客、訪日市場の多様化、リピーターの拡大、地方誘客の一層の促進を図ってまいる所存です。

地域の魅力を日本の魅力に、そして「日本の魅力を、日本のチカラに。」するべく、持続的な観光立国の実現に向けて、各種取り組みを進めてまいりますので、引き続きご支援を賜りたく存じます。

本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。



旅行会社を成功に導く！
信頼度No.1のシステム会社

NSK

日本システム開発株式会社
代表取締役社長

亀井 政之

〒160-0021
東京都新宿区歌舞伎町2-4-10
KDX東新宿ビル6F
TEL:03-6302-1371 FAX:03-6302-1391
ホームページ：<https://www.nsk.co.jp>

安心と信頼

海外・訪日旅行の
地上手配サービス専門集団



OTOA

一般社団法人

日本海外ツアーオペレーター協会

会長

大畑 貴彦

C W W

japan

tourism marketing agency

株式会社 コネクトワールドワイド・ジャパン
代表取締役

マージョリー・デューエイ
Marjorie Dewey

〒105-0003 東京都港区西新橋1-18-6
クロスオフィス内幸町2F
phone: 03-4360-5643
<https://cwwtourismmarketing.jp/ja/>

年頭所感 New Year's Resolution

交流の力で切り拓く、海外旅行の新局面

日本海外ツアーオペレーター協会 (OTOA) 会長 大畠 貴彦



みなさま、新年明けましておめでとうございます。観光庁を始め、旅行業界関係者の皆様には、日頃からOTOA会員並びに当協会の活動に多大なご理解とご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

OTOAは、観光目的の海外渡航の自由化が認められてから10年後の1974年に現組織の前身となる海外ツアーオペレーター協会が任意団体として設立されました。そして本年8月20日に社団法人化35周年を迎えます。これまでの旅行業法の改正に伴い、OTOA独自の「海外地上手配基本契約書」の導入やOTOA保険を導入するなど、様々な事業を展開して参りました。そして昨年から、『安全対策委員会』、『調査・研究委員会』、『インバウンド委員会』の活動を再開しました。OTOAとして観光業をより発展させる一助になれば幸いです。

さて、昨年を振り返ってみると、ようやく旅行需要の回復が見られ、特にアウトバウンドは、2024年と比較しても各月共に増加傾向になっています。しかしながら、2019年と比較すると残念ながら道半ばのマイナス20%減という現実です。

このような状況下、観光庁は観光立国実現のためには、インバウンドとアウトバウンドの双方向の人的交流を拡大させることが重要であると仰っております。また観光政策の観点のみならず、我が国が進めるグローバル化の観点からも、今後を担う世代の国際感覚の涵養および相互理解の増進が求められ、その為に観光庁では海外教育旅行など、若者のアウトバウンド活性化に向けた取組みを実施しております。

一方、インバウンドに関しましては、オーバーツーリズムやホテル不足、または宿泊業界における労働力不足が問題と

なっているのも事実です。インバウンドは今まさに起こっている外交関係や多くの外的要因によって大きく数字が変動する可能性もあり得ますので、楽観視せず誘致促進していくことが重要だと考えます。

我々旅行業界は、ビジネスがまさに国際協力、外交そのものであると認識しております。私は常々インバウンドとアウトバウンドは両輪のようにバランスよく発展していくことが重要だと申し上げておりますが、各国との交流の促進もインバウンド・アウトバウンド双方向で異文化交流を活性化させることが重要であると考えます。それぞれの旅行者は、その国の人々との交流を重視し、より深い体験をもとに、その国を理解し、尊重することが必要だと思います。

さて、本年2026年は、昭和元年(1926年)から起算して満100年を迎えます。昭和の時代は、未曾有の激動と変革、苦難と復興の時代がありました。科学技術の進歩、新しい商品等の創出、インフラの整備や各種施策の推進等を通じて国民の生活水準は著しく向上し、文化・芸術やスポーツなど幅広い分野で、世界的な舞台での活躍も数多く見られました。

これらは昭和をたくましく生きた先人たちの叡智と努力の結晶であり、その叡智と努力に学びながら、歴史の流れの先にある、我が国新たな姿・価値観を模索していくことが必要であると思います。

結びといたしまして、この新年のごあいさつをご覧になった方々全員が「海外旅行の復活」を心から願っていると信じて止みません。どうぞ本年も当協会並びに会員各社に対するご理解とご協力をお願いするとともに、皆様との「協働」を通じ、2026年を本当の飛躍の年にしたいと思います。

WESTERN
AUSTRALIA
WALKING ON A DREAM

西オーストラリア州政府観光局

日本局長

吉澤 英樹

〒107-0052 東京都港区赤坂1-11-44
赤坂インターシティ5階
westernaustralia.com

謹賀新年



アビアレップスは、観光業界に特化した
世界最大規模のマーケティング・
広報・GSA（総販売代理店）企業です。

アビアレップス株式会社

日本支社長

スティーブン・コックス

URL: <https://www.aviareps.jp/>
Mail: japan@aviareps.com
TEL: 03-6261-5733

35th
Anniversary

INFINI
A NEW ERA IN TRAVEL INFORMATION

(株)インフィニ トラブル インフォメーション

代表取締役社長

高橋 誠一

〒107-0052 東京都港区赤坂4丁目2番6号 住友不動産新赤坂ビル6階

Tel: 03-6229-8500 <http://www.infini-trvl.co.jp>

各種INFINI機能に関するお知らせは情報ポータルまでお願いします

INFINI FOREST
<https://www.infini-forest.com>



同じ空の下

成田-イスタンブール線 増便
2026年3月30日 ~

便名	運航曜日	適用期間	出発時刻	到着時刻	出発地- 目的地
TK051	毎日	3/29-10/24	10:25	17:40	成田 - イスタンブール
TK301	月木土	3/30-9/19	21:25	04:40 +1	成田 - イスタンブール
TK301	木土	9/24-10/24	21:25	04:40 +1	成田 - イスタンブール
TK199	毎日	3/29-10/24	21:45	04:55 +1	羽田 - イスタンブール
TK087	毎日	3/29-10/24	22:10	04:55 +1	関西 - イスタンブール

便名	運航曜日	適用期間	出発時刻	到着時刻	出発地- 目的地
TK300	月木土	3/30-9/19	02:05	19:10	イスタンブール - 成田
TK300	木土	9/24-10/24	02:05	19:10	イスタンブール - 成田
TK050	毎日	3/29-10/24	15:50	08:55 +1	イスタンブール - 成田
TK198	毎日	3/30-10/24	02:05	19:20	イスタンブール - 羽田
TK086	毎日	3/30-10/24	02:10	18:50	イスタンブール - 関西



TURKISH AIRLINES