

日刊旅行通信

発行所 航空新聞社: 日刊旅行通信編集部編
〒107-0052 東京都港区赤坂4-8-6 赤坂余湖ビル3階
TEL(03)3796-6646 FAX(03)3796-6645
<http://wingnews.net> <mailto:mail@wingnews.net>
購読料 半年34,560円 年間64,000円(消費税含む)

■■新年明けましておめでとうございます■■

旅行通信は本日の1月5日号が新年最初の号となります。本年もより一層の紙面充実に努めて参りますので、ご愛読の程、宜しくお願い申し上げます。(編集部)

【トップニュース】

★石井国交相、「観光の質と安全性向上」重点課題に 17年の国土交通行政「生産性革命前進の年」

国土交通省の石井啓一大臣は、業界紙との新年インタビューに応じ、2017年の観光行政について「観光における国際競争力強化を図るため、質の向上と安全性の強化をより一層図っていく」と意気込みを述べた。具体的には、ランドオペレーターや通訳案内士のあり方を見直す法改正や民泊に関する新法について、今月開会する通常国会に提出することを改めて表明したほか「世界から訪れたい日本」の実現に向け、地方部における観光資源の魅力度アップに取り組んでいく考えを示した。加えて石井大臣は国交省における重点施策の一つとして掲げる生産性革命について「今年は『生産性革命前進の年』と位置づけていきたい」と述べ、運輸、造船業とあわせて観光業についても人材育成や担い手確保に向けた施策に力を入れていき、生産性向上に取り組んでいきたいとした。さらに、2020年の目標値として掲げる訪日外国人旅行者4000万人の実現に向けて「首都圏空港の機能強化は必要不可欠」とし、羽田空港の離発着回数約の上積みや成田空港の新滑走路設置実現に向け、引き続き取り組みを推進していく方針を示した。

石井大臣は、2016年を振り返って「軽井沢のスキーバス事故や視覚障害者の地下鉄ホーム転落事故など、痛ましい事故が多く発生した。事故に遭われた方々に哀悼の意を表すとともに、このような悲惨な事故が二度と起こらないようにしていきたい」と述べ、公共交通の安全・安心の確保に全力に取り組んでいく点を強調した。

一方、観光に関しては「訪日外国人旅行者数が初めて2000万人を突破することができた。また、外国人旅行消費額も4兆円が視野に入ってくるなど、好調に推移することができた」と振り返った。

そうした中で、2017年の観光行政については「昨年策定した『明日の日本を支える観光ビジョン』で掲げた20年の訪日外国人旅行者数4000万人、30年の6000万人という目標実現に向け、観光産業の革新、観光資源の魅力度向上に取り組んでいきたい」と述べた。

観光産業の革新に当たっては「観光に対する多様なニーズに応えていくとともに、質と安全性を高めていく必要がある」という考えを述べた。

この取り組みの一環として、施設不足の解消や宿泊における選択肢の拡充を目的に、民泊に関する新たな法案とランドオペレーターに対する規制強化や通訳案内士の規制緩



インタビューに応える石井啓一国土交通大臣

和に向けた関連法制の改正案を通常国会に提出することになっている。

また、生産性向上の観点からは「宿泊業、観光業における新たな担い手の確保や人材育成に積極取り組んでいき、人手不足の解消につなげる」と述べ、宿泊・観光業同様に人材関連で課題を持つ運輸、造船業などとともに、生産性向上に対する政策を推進していくとした

欧米、富裕層ターゲットのプロモーション強化 首都圏空港強化「4000万人実現へ必要不可欠」

観光資源の魅力向上については「前年に引き続き、地方、消費をキーワードに取り組んでいく」とした。特に「欧米系や富裕層をターゲットとして地方部のプロモーションに力を入れていきたい」と述べ、新たな旅行者層を地方に誘致していき、地方観光の活性化に結びつけていきたい考えを示した。

航空関連に関しては、訪日インバウンド4000万人実現と東京オリンピック・パラリンピックに向けて首都圏空港の機能強化に向けた取り組みを推進していく考えを示した。

羽田空港では国際線の増便実現に向け、離発着回数を約4万回増加するために必要な航空保安施設の整備や環境対策を検討している。また、成田空港についても3本目の滑走路整備に向けた検討が進められている。石井大臣は「首都圏空港の機能強化について多くの人々から理解が得られるよう説明会を開催していく」と述べ、情報提供を積極的に

行っていくとした。

石井大臣は観光立国の実現に向け「2000万人突破は一つの通過点。今後も世界から訪れたい日本の実現に向け、先頭に立って強力に推進していきたい」としめくった。

★旅行・宿泊業界年頭所感、2017年は変革の年に海外OTA・民泊の台頭、業界の価値・真価問う

2017年がスタートし、旅行業界団体・企業トップの年頭所感は、かつてないほどの危機感を感じさせる。16年の海外旅行者数がプラスにも関わらず、旅行会社の取扱いが依然として減少傾向にあることなどから、JTB高橋社長、KNT-CT戸川社長が共にFIT化、Web化に対するビジネス変革に取り組むことを掲げていることが象徴的だ。

また、昨年、社会問題化した民泊について、日本旅館協会の針谷会長は、公平なビジネス環境を実現するために旅館業法の廃止にまで言及した。

2017年は旅行業界、宿泊業界ともに大きな変革期を迎える年となりそうだ。

■JATA田川会長、旅行会社の真価発揮へ仕掛ける

昨年、政府より「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定され、2030年までの目標ができた。軸が示されたということでは、「観光立国」から「観光先進国」への道筋を描き出すという節目の年だった。

今年は、「観光先進国」を目指すとはどういうことか、また、その中でツーリズム産業はどう変わっていくべきなのか、明らかにしていく年だ。

JATA事業「ツーリズムEXPOジャパン」は、ツーリズム産業の現状や取組の「見える」化を3年計画で目指した。3年目を迎えた“ジャンプ”の昨年は、国連世界観光機関(UNWTO)や世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)のトップの方々から直接、世界の潮流を伝えていただいた。今年からは第2ステージとして、このイベントをツーリズム産業全体で盛り上げ、日本がアジアの観光リーダーとなるにふさわしいBtoBを意識したイベントにしたい。

昨年「海外旅行復活」を目指し、渡航者数は5%程度伸びる見込みで、一定の成果を挙げたが、旅行会社の取扱の伸び率にバラツキがあったのが実情だ。改めて企画力、提案力、添乗力など旅行会社の価値を市場に問う時だ。引き続き、「海外旅行復活」を目指し、旅行会社自らがマーケットを動かすために仕掛ける年にしたい。

訪日旅行では、昨年、旅行者数が初めて暦年で2000万人を超えた。日本人と訪日外国人を合わせた観光需要で観光による地方創生を実現させる時がきた。地域観光の担い手であるDMOに対する期待は益々大きくなる。DMOの育成に当たり、旅行業の果たす役割は大きい。また、リピーターを増やすために「ツアーオペレーター品質認証制度」も活

用し、質の向上も継続していく。さらに、ランドオペレーターやシェアリングエコノミー問題にも積極的に関与していく。

今年は、昨年のようなオリンピックや新幹線開業などの大型イベントがない。「マーケットを動かすために仕掛ける」を念頭に、旅行会社の価値の見える化を図り、「旅行会社の真価の発揮」の年としたい。

■ANTA二階会長、石川フォーラム成功と旅行業発展を

全国旅行業協会(ANTA)は本年3月3日に石川県金沢市の石川県立音楽堂で、「第12回国内観光活性化フォーラムinいしかわ」を開催する。全国から多くの方々に石川の地にお集まりいただき、フォーラムを成功させ、地域の観光資源を生かした会員の旅行業の発展につなげたい。

国内観光では、大震災による被災地域の観光復興を応援するため、「東北・東日本観光復興支援キャンペーン」、「九州観光復興支援キャンペーン」を引き続き展開するとともに、観光庁、旅行・観光関係諸団体とも連携して、引き続き、全会員一体で国内旅行の需要喚起を通じた国内観光振興に努めていく。

国際観光では、本年は日中国交正常化45周年の節目の年に当たる。観光は文化であることを念頭に、民間大使として観光業界が先頭に立って、様々な国・地域と双方向交流を大切に、旅行需要喚起に取り組むことが何よりも重要。

観光が明るくなれば、世の中は必ず明るくなる。これまで培ってきた長年の経験と英知を結集して、今こそ全国5500社の会員が一体となって力を発揮し、会員企業の相互の発展に努めたい。

■日観振山口会長、人材育成・DMO・双方向交流を

日本観光振興協会では、自治体やさまざまな分野の企業・団体など111の組織が参画している「観光立国推進協議会」で、オールジャパン体制構築のための産業連携を進め、観光に対する国民理解の醸成を図っているが、リオデジャネイロからオリンピック・パラリンピックのバトンが東京に引き継がれたことによる観光への関心の高まりもあり、観光立国実現に向けた取り組みが国民運動としての盛り上がりを見せてきた。そうした中、「日本観光振興アカデミー」を設立、「DMO推進室」、「国際交流推進室」を設置し、多岐にわたる観光人材の育成、観光地域づくりの中核となる組織づくり、さらなる双方向交流の活性化等の具現化にむけての基盤整備を進めた。

本年は、2020年の東京オリンピック・パラリンピック及びその先に向かって、観光にビジネスチャンスを見いだす、観光産業へ加わる動きがあらゆる分野で活発化することが見込まれ、その動きを促進する必要がある。また、観光が地域創生の担い手としての役割を果たせるか問われる年でもあり、そのための幅広い関係者の理解を得なければならない。さらには、世界の平和や繁栄に、人と人との関係や文化への相互理解を深めることができる観光の持つ可



ANTA二階俊博会長



日本旅行業協会(JATA)
田川博己会長

能性について考え、発信する年にもしても良いのではないかと。

当協会は、昨年までの成果を踏まえ、さらに取り組みを強化していく。特に、「人材育成」、「観光地域づくり」、「双方向交流」に注力して事業を進める。

まず、「人材育成」は、昨年立ち上げた「日本観光振興アカデミー」で、おもてなしから観光地域づくりの中核を担う人材や観光産業の経営人材など、あらゆる分野における観光人材の研修プログラムの充実を図る。

次に「観光地域づくり」は、観光庁の「日本版DMO」候補法人に登録されている100を越える法人の地域での取り組み等を後押しし、日本のDMOの成功事例を生み出していく。DMOの“M”、マーケティングとマネジメントに対して問題意識を持つ人材を育成していくことが、成功事例となる鍵になる。

そして、「双方向交流」は、10回目となる日台観光サミットを今年は四国で開催する。その場で具体論として議論を重ねるとともに、UNWTOやWTTCとの連携を具体化し、双方向交流の活性化を図る。

■JNTO松山理事長、観光の力で日本をより元気に

昨年、日本政府観光局(JNTO)はビジット・ジャパン事業の中核を担う政府観光局として、海外事務所のネットワークを活かしさまざまな事業を実施した。

「東北の観光復興」を強力に推進するため、日本では初となる全世界を対象としたディスティネーション・キャンペーンとして、海外の主要メディアを通じたPRや、海外メディア・旅行会社の大規模招請を行い、「外国人目線」による情報発信に尽力した。

また、「質の高い観光」の実現という観点では、長期滞在者や比較的消费額が高い傾向にある欧州からの誘客を強化すべく、欧州15カ国を対象とした大規模な訪日促進キャンペーン「JAPAN-Where tradition meets the future」

(日本-伝統と未来が会える場所)を開始した。

今年も、JNTOは、海外事務所を中心とした事業の企画と実施により、マーケティングの高度化を図りつつ、現地目線に立った効果的なプロモーション活動を実施していく。インバウンドの更なる拡大のため、「地方への誘客」、「質の向上」に向けた取り組みを強力に推進する。

新しい市場の開拓では、欧米豪市場からの誘客に加え、富裕層や訪日教育旅行の活性化による若年層の取り込みに向けたプロモーションを強化する。また、新たに設置する



日本観光振興協会
山口範雄会長

海外7事務所で現地ネットワークの強化、プロモーションの拡充・高度化に取り組む。

MICE分野でも、引き続き、各都市やコンベンション推進機関に加え、会議施設、宿泊施設等の皆様、そしてMICE誘致アンバサダーの皆様の協力も仰ぎ、アジアで1位の国際会議開催件数を維持するよう取り組みを継続していく。

インバウンドの拡大は、地域の活性化に繋がり、地方創生の重要な柱となる。観光産業の裾野を広げ、インバウンドの果実を日本のすみずみまで届け、観光により地方を、そして日本をより豊かに、元気に、明るくすることが、われわれJNTOの使命。国、地方自治体、民間企業等の関係者とともに、これまで以上にインバウンドの拡大に向け全力で取り組んでいく。

■日本旅館協会、旅館ホテルに公平なビジネス環境を

我が国のインバウンドの伸び率は一昨年に比べると鈍化しているようだが、世界的な人口増加、交流人口の増加などを考えると今後着実に増加する。

しかし、昨年はインバウンドが2割強増加したにも関わらず、旅館ホテルでの外国人宿泊客の増加と一致しないことが証明された。クルーズ船の増加もあるが、民泊に多く流れたことが予想される。

一部の大学教授やマスコミ等は宿泊施設の不足を理由に民泊の必要性を訴えたが、昨年夏ごろから東京・大阪・京都のホテルの稼働率は低下しており、その根拠は無くなった。

また現在ホテルの建設ラッシュが続いており、早晚供給過剰が予想される。仮にインバウンド4000万人、6000万人時代が到来しても、我が国の人口減少・高齢化による国内旅行客の減少を考えると、極端なホテル不足の可能性はほとんどないものと思われる。

また「民泊は空き部屋対策になり遊休資産の活用になる」との意見があるが、民泊にお客様が流れ、旅館ホテルの稼働率が落ちれば旅館ホテルの空部屋が増え、遊休資産となる。つまり、こういった意見は“木を見て森を見ない”意見であり、笑止千万である。

市場主義経済において、ビジネスの公平性を保つことは健全な発展の為に必須である。現在の旅館業法には非常にハードルの低い「簡易宿所営業」という許可があり、民泊はこの許可で充分対応できる。

欧米各国にホテル業法なるものは存在しない。東アジア特有のものであるようだ。

我が国において、建物には建築基準法やバリアフリー法、耐震改修促進法、建築物衛生法、省エネルギー法等があり、消防には消防法があり、温泉には水質汚濁防止法があり、料理を提供する時は食品衛生法が適用される。

民泊新法が旅館業法と比べ不公平なものになり、公平なビジネス環境が壊されるのなら旅館業法を廃止すべきと考える。



日本旅館協会 針谷了会長



JNTO松山良一理事長

■JTB高橋社長、FIT・Web化に「海外旅行改革」

2017年の観光業をとりまく環境は、国内・海外ともに大きなイベントはないものの全体的に昨年同様の状況が続く。海外旅行は円安傾向があるものの堅調な旅行意欲に支えられ、アジアなどの近距離方面が拡大する。

また、訪日外国人は今年も確実に増加すると想定されると同時に「モノ」から「コト」へと変化しつつあり、観光業界にとって非常に大きなマーケットになっていく。一方で、個人需要、とくに海外旅行ではFIT化・Web化が急速に進むなど市場が大きく変化しつつあり、旅行会社はその迅速な対応が求められる。

当社では環境変化に対する対応策を強化し、海外旅行のFIT化、Web化には仕入と造成の一体化を目指す海外旅行改革を実施し、仕入、企画、造成、販売を同時に強化する。

「地方創生」で後押しされる国内旅行では、九州・東北への復興支援を継続しつつ、全国の地域活性化と市場の拡大を図る。

またグローバル事業は人財を含めた投資を促進、グローバルコンペティターへの対策を強化するなど「世界発・世界着。」の事業拡大を推進する。

訪日旅行は引き続き訪日外国人のお客様向けWeb販売の強化、地域の魅力を堪能する商品の造成、日本到着後のタッチポイントの増設など、より一層需要を獲得していく。また、「2020東京オリンピック・パラリンピック」の成功に向け、スポーツツーリズム、ユニバーサルツーリズムの取り組みを更に一層強化していく。

■KNT-CT戸川社長、FIT・Web化に新事業モデル構築

昨年、当社は決算期を変更し、新しい中期経営計画をスタートさせた。第3四半期が終わり、団体旅行事業は比較的堅調に推移したものの、個人旅行事業では大地震や台風、大雨等自然災害の影響もあり、厳しい経営環境にある。中期経営計画で成長領域と位置づけた「訪日旅行事業」「地域誘客交流事業」「スポーツ事業」への積極的な先行投資と事業シフトに努めた。

訪日旅行事業では、訪日FITサイト「YOKOSO Japan Tour&Hotel」をリニューアルしアジアでの販売を拡大。近畿日本ツーリストはグローバルマーケティング事業部を立ち上げ、訪日外国人向けサービス拠点「DMC Japan 京都」



JTB高橋広行社長



年賀式で挨拶するKNT-CTホールディングス戸川和良社長

をオープンし、今月からAI活用の多言語チャットサービスを開始する。

地域誘客交流事業では、ひろさき地方創生パートナー企業協定、環境省との国立公園オフィシャルパートナーシップ協定締結など、観光の視点から積極的に参画し、ビジネスチャンスの拡大に努めた。

スポーツ事業では、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会のオフィシャル旅行サービスパートナーとなり、リオデジャネイロ大会の経験が大きな糧となるものと期待している。

昨年、私たち旅行業界を取り巻く環境は、さらに大きく変化してきた。

一つは民泊をめぐる問題だが、民泊事業がFIT化をさらに拡大している。また、経済産業省の資料によると、2015年のオンライン旅行取引は、内外OTA等のオンライン取引拡大の影響もあり、前年比9.7%増の2.9兆円まで拡大した。まさにFIT化とWEB化への流れは、我々が予測していた速度を超えて一段と進んだように思う。いま我々は、リアルエージェントとしてこの流れにどう向き合い、対応していくかが大きな課題となっている。

4年前、私はホールディングスの初めての年賀式で、「立ち止まっていた大きな波に呑み込まれ、さらに厳しい状況に立ち至ることは必然なので、旅行業の新しい事業モデルを築いていくことが、生き残っていくための唯一の手段である」と挨拶した。本年はこの危機感を共有し、生き残りを賭けて事業運営に臨みたい。

■日本旅行堀坂社長、新中計初年「強み」確立

2017年の旅行業界は、ヨーロッパ方面の海外個人旅行需要の長期低迷が懸念される一方、アジアやアメリカ等では堅調な需要が見込まれる。インバウンドでは、政府の拡大政策の効果等によってさらなる需要拡大が見込まれるほか、訪日外国人の誘客を含めた地方創生需要もさらに活発化する。また、当社が中核分野と位置づける教育旅行、MICE、BTM、インターネット販売の各分野、重点顧客層と位置づけている熟年・シニアや女性の需要も、引き続き堅調と想定される。これらのチャンスに対し、お客様のニーズをしっかりと捉えるとともに、当社の強みを軸にお客様を確実に掴んでいかななくてはならない。

今年は、新たに策定した新・中期経営計画の初年度に当たる。「マーケット・イン」の発想によってお客様の求めるニーズ(価値)をしっかりとつかみ、その期待を上回る価値の提案に取り組むとともに、各分野で当社の「強み」を確立していくことで、お客様の求める価値を実現する、活力ある企業グループをつくり上げていくことを目指した目標を掲げている。

2020年度のゴールに向けて新・中期経営計画を日本旅行グループ一体となって完遂に強い意志を持って臨み、柔軟な発想による新たな取り組みを積極的に推進し、継続的に



日本旅行 堀坂明弘社長

発展する日本旅行グループを全社員の力で築き上げていく。

■阪急交通社松田社長、特化型深掘り商品開発

2016年も我々を取り巻く環境に変化の多い一年だった。OTAは堅調な伸びを示し、パッケージ商品の頭打ちをよそ目に日本人出国者数を微増させるに至っている。一方、インバウンドの勢いは衰えることなく、10月末の累計で初めて2000万人を突破し、2020年には4000万人という目標に向けて順調に推移している。

このような環境のもと、当社は海外旅行では欧州に次ぐ destinations の開発が進み、下期には具体的な結果が出てきている。国内では九州ふっこう割をきっかけに、地方自治体と観光に関する連携協定の締結に発展するなど、これまでにない成果につながった。また、多様化したニーズに対応する特化型の深掘り商品も生まれつつある。旅行業界は様々な要因により激動する環境にあるが、明確な経営方針を打ち出し、しっかりと舵を取っていききたい。

2017年は、トラピックスをはじめ国内・海外の募集型企画旅行で進化した特化型深掘り商品の開発をさらに推し進めるのはもとより、堅調な業務旅行、団体旅行、好調なインバウンドと各々の分野で精進しお客様の支持を得ることで、より安定的な経営基盤を構築していきたい。春先の欧州は好調なスタートとなりそうだ。しっかりとした品質管理と安全対策を講じた上で、お客様には存分に海外旅行をお楽しみいただきたい。

■HIS JAPAN中森プレジデント、価値創出が必要

2016年、HISではチャーター便の就航や独自の企画商品の造成、海外拠点を活かしたサービスを展開した。OTAやC2Cのプラットフォームビジネスなど、新しいビジネスモデルを持った業態のプレーヤーが躍進し、お客様の購買行動にも変化がみられるなか、旅行会社として旅行市場をより活性化させるには、新たな価値創出が今まで以上に必要であると感じている。手配業者では無く、ひとりでも多くのお客様に旅の素晴らしさを伝え、旅をしなければできない経験、味わえない感動を実現



阪急交通社 松田誠司社長



HIS JAPAN中森達也プレジデント

できる商品をいかに提供していくか、今後の市場拡大には新たな顧客の創造が必要不可欠であり、旅行会社の役割が重要であると感じている。

2017年は、VRやARを活用した新しいサービス展開を店舗に導入し、“旅マエ”の充実を図る。また、オンラインでAI技術の導入や旅行中には言語の自動翻訳などのIT技術を用い、旅行者と受入側のコミュニケーションのハードルを低下させるなど、着地点における独自サービスの充実に加え、“旅ナカ”の不安要素軽減を図る取り組みもしていく。“旅アト”では、SNSを通じた画像投稿などユーザーコミュニケーションの更なる強化、専門店でのコミュニティの創出など、旅を検討・計画、準備段階から旅行実施後、次の旅行を検討されるまで、お客様と関わりが持てるコミュニケーションフィールドとして位置付けることで他業界との連携も積極的に行い、旅の感動をより身近に感じていただける事業展開をすることで需要拡大を目指す。

団体・法人などの業務、公務の分野にも積極的に取り組んでいく。海外旅行・国内旅行・訪日旅行を通じた、相互理解の促進を図り、日本各地の皆様とともに地域活性化にも寄与していきたい。

HISは、創業37年目を迎えた。取り巻く環境はめざましいスピードで変化しているが、今お客様が求めているのは何か、この先お客様が求めるのは何かをイメージし、新たな価値を提供していく“未来創造型企業”の実現を目指し、旅を通じて人類の創造的発展と世界平和に貢献していく。

■ジャルパック藤田社長、企画力・創造力と革新性を

いつものように元旦は初日の出チャーターに搭乗した。ご来光に手を合わせ、今年の世界平和と旅行業界の繁栄を祈願した。

いよいよ平昌冬季オリンピック・パラリンピックまであと1年、ラグビーワールドカップまで2年、2020年東京オリンピック・パラリンピックまでも3年。マーケットは更にスピードを上げてどんどん変わっていく。リアルから直販へのシフトもどこまで進むのか。

UNWTOによれば、国際観光は世界貿易を上回るペースで成長を続けており、また観光産業は世界全体の輸出部門として食料や自動車を上回り燃料、化学に次ぐ第3位だそう。2030年の世界全体の国際観光到着数は現在の12億人から1.5倍の18億人に達するとも予測されている。

世界の潮流から取り残されないためにも、私たち旅行会社は企画力、創造力を更に磨きあげつつ、新しいビジネスモデルにも果敢にチャレンジしていく革新性も必要。将来にわたりどう生き残っていくか。今年はその模索をする1年になるだろう。

■ANAセールス今西社長、ホノルルとメキシコ強化

昨年は、当社5カ年中期経営計画の初年度として、4月にセールス事業はエリア毎に支社販売計画機能を設置し、ス



ジャルパック藤田克己社長

ピーディーに意思決定ができる体制を構築し、旅行事業は商品・販売戦略を一体的にスピード感をもって推進できる体制に組織改編した。

しかし、相次ぐ自然災害や欧州域内でのテロ発生による政情不安の中で、旅行商品の取り扱いが大幅に減少し、厳しい状況に直面した。一方で、国内では「でかけよう九州プロジェクト」、「北海道応援プロジェクト」、「鳥取応援プロジェクト」による地元支援と「Tastes of JAPAN by ANA」による地域活性化の取り組みを実施した。

海外ではハワイの専用ラウンジ「マハロラウンジ」のオープンに加え、「ふれあいウォーク」をフランス・アルザスで開催した。また、ダイバーシティへの取り組みとして旅行業界初の「イクボス企業同盟」に加盟し、社内環境の風土創りや意識改革にも継続的に取り組んだ。

今年は、2019年春に予定されているANAホノルル路線へのA380導入を見据え、ハワイの取り組みを更に強化するとともに、2月に新規就航する成田＝メキシコシティ線を利用した商品設定など新たなマーケット開拓にスピード感を持って取組んでいく。

【旅行関連】

★東日観光社長に井口常務が昇格、1月1日付 米村前社長は教育・訪日強化、過去最高益も

東日観光の米村道章社長が退任し、後任の新社長には、井口勝正常務取締役(写真)が1月1日付で昇格した。これに伴い、役員体制も一新された。

米村前社長は、2007年1月より10年間にわたって社長を務め、一般向けの海外旅行や国内旅行販売はもとより、訪日旅行や教育旅行に強い東日観光を作り上げた。そうした取り組みにより、2015年度には旅行部門で、東日観光として過去最高益を記録した。退任後は、同社の特命事項担当(非常勤)に就任する。

東日観光の新役員体制ならびに新社長に就任した井口氏の略歴は以下の通り。

【新役員体制】

- ▼代表取締役社長＝井口勝正（昇格）
- ▼取締役管理本部長＝折笠雅浩
- ▼取締役営業本部長＝五十嵐修（新任）
- ▼取締役海外旅行事業部長＝大谷俊之（新任）
- ▼取締役国際旅行事業部長＝阿部員子（新任）
- ▼取締役（非常勤）＝岩澤健一
- ▼監査役＝長町直樹



ANAセールス今西一之社長

【井口勝正氏の略歴】

- 1978年（昭和53年）4月 東日観光千葉営業所入社
- 2002年（平成14年）1月 東葛支店支店長
- 2005年（平成17年）1月 千葉県教育旅行支店支店長
- 2009年（平成21年）1月 取締役営業本部長
- 2014年（平成26年）1月 常務取締役
- 2017年（平成27年）1月 代表取締役社長

★クラブツー、世界文化社と協業し旅行商品発売 「家庭画報」読者向けに特別ツアーを造成

クラブツーリズムは出版社の世界文化社と協業し、旅行商品の販売を開始する。世界文化社が発行する「家庭画報」の読者向けに、特別に企画した旅行商品を造成し、年間4回にわけて発売する。ツアー内容は家庭画報で取り上げられた特集の中から特に人気の高かったコンテンツから厳選した。

今回の企画は「家庭画報の旅」として販売する。家庭画報が創刊60周年を迎えることから、この記念プロジェクトとして企画した。商品は家庭画報の編集方針にあわせて「本物に出会う旅」をコンセプトに造成した。

第1弾として、家庭画報2月号に5つの旅行商品を掲載した。一例としては近鉄の観光特急列車「青のシンフォニー」に乗車し、奈良県の吉野と大阪の桜を観光する「春爛漫の吉野千本桜と大阪桜名所めぐり3日間」（旅行代金：一人17万円）を販売する。

クラブツーリズムは、家庭画報の旅を年間4回発表することになっている。各ツアーとも募集人員は20～24人程度を予定している。また、これとあわせて、クラブツーリズムの選りすぐりのツアーを加えたパンフレットを家庭画報の通販サービスの会員約9万人に送付することになっている。

★外務省、イスタンブールのテロで注意喚起

外務省は、トルコのイスタンブール市内のナイトクラブで現地時間の1月1日、新年を祝っている客を標的とする銃撃テロ事件が発生したことを受け、スポット情報で注意喚起した。テロの標的となりやすい場所（娯楽施設、観光施設、ショッピングモールなど人が多く集まる施設など）にできるだけ近づかない、とくに軍、警察、治安関係施設には近づかないよう促したほか、外出時には周囲の状況に注意を払い、不審な状況を察知したら速やかにその場を離れるなど、安全確保に十分注意するよう求めた。

【航空関連】

★年頭所感ANA篠辺社長、成長機会見据え品質向上も 安全基盤により安心して利用できるANA目指す

今年は今後の成長のチャンスを見据えつつ、あらためて安全を基盤として、お客様により安心してご利用いただけるようなANAを目指して、品質の向上に一層努力してまいります。

そのうえで、2月の成田＝メキシコシティ就航をはじめ、ネットワークの拡充も着実に進め、お客様の利便性を追求していきます。リゾート戦略ではホノルル線ビジネスクラスのフルフラット化も図っていきます。国内線では最大のネットワークを堅持しつつ、顧客接点でのお客様サービスの向上に努めていくとともに、訪日外国人誘客と地方活性



東日観光社長に就任した
井口勝正氏

化に向けた企画や運賃の工夫についても継続して取り組んでいきます。機材計画では、主力機の787型機やA320/321neo型機など、高い燃費効率で環境に優しく機内も快適な飛行機への更新も積極的に進めるほか、東京2020オリンピック・パラリンピックのオフィシャルパートナーとして、旅客航空輸送サービスの改善にも努めてまいります。

★年頭所感JAL植木社長、初日の出に安全運航誓う 世界で一番選ばれ、愛される航空会社に

2017年もさまざまな環境の変化があるかと思います。地域活性化・ダイバーシティ推進に加え、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向けてスポーツのすばらしさを広め、また、JALの新たなプログラム「空育(そらいく)」を通じて将来を担う次世代育成を積極的に行ってまいります。

また、昨年国内線においては新仕様機材「JAL SKY NEXT」への改修を完了し、リージョナル機を除く全77機全ての国内線機材において全席本革シートと機内Wi-Fiサービスをお楽しみいただけるようになりました。今年も中長距離国際線における「新・間隔エコノミー」やビジネスクラスでのフルフラットシートを採用した「JAL SKY SUITE」機材への更新をさらに進めるなど、お客さまにさらに快適な空の旅をご提供できるように商品サービスの一層の充実に努めていきます。

そして、快適性と経済性に優れ、環境に配慮した最新鋭航空機への機材更新を着実に進め、収益性と安定性を兼ね備えつつ、航空需要の伸びに適切に対応し、常に成長し続けることで企業価値の向上を目指します。

私たちは安全運航の堅持を大前提に、「世界で一番お客さまに選ばれ、愛される航空会社」を目指して、社員一人ひとりが真のフルサービスキャリアとして付加価値の高いサービスを提供するよう努めてまいります。

★ANA、国際線利用率83.3%、欧州・アジアなど好調 帰省需要順調な国内線74.6%、沖縄・関西堅調に

全日空(ANA)の年末年始期間(12月22日～1月3日)の利用実績は、国際線の利用率が前年同期比3.6ポイント上昇の83.3%で、提供座席数が9.7%増の45万1530席、旅客数が14.7%増の37万6086人となった。国際線は、日本発では欧州、中国、アジア・オセアニア、リゾート方面の需要が特に好調で、前年を大幅に上回る旅客数となった。訪日需要も、欧州、中国、アジア・オセアニア方面を中心に好調だった。

特に前年を大幅に上回った方面のうち、中国方面は旅客数が28.3%増の9万3434人と特に伸び、座席数の伸びを上回って、利用率が75.1%となった。欧州方面は前年よりも座席数をわずかに落としたが、旅客が22.3%増の3万487人と大幅な伸びを見せ、利用率が85.2%になった。アジア・オセアニア方面は新規・増便の影響もあって、座席数が前年比17.2%増で、旅客が16.2%増の17万7376人になり、利用率が88.5%となった。また、リゾート路線は方面別で最も高い利用率90%となった。座席が8.7%増に対し、旅客数が6.9%増の1万5969人となった。

〈国際線の方面別実績〉

▼北米＝提供座席数:7万3218席(1.5%減)、旅客数:5万8820人(6%減)、利用率:80.3%

▼欧州＝提供座席数:3万5796席(0.8%減)、旅客数:3万487人(22.3%増)、利用率:85.2%

▼中国＝提供座席数:12万4343席(9.3%増)、旅客数:9万3434人(28.3%増)、利用率:75.1%

▼アジア・オセアニア＝提供座席数:20万428席(17.2%増)、旅客数:17万7376人(16.2%増)、利用率:88.5%

▼リゾート＝提供座席数:1万7745席(8.7%増)、旅客数:1万5969人(6.9%増)、利用率:90%

★エミレーツ航空、成田線にA380型機を再就航 3月26日から、座席供給量4割増へ

エミレーツ航空(UAE)は3月26日から成田-ドバイ線の使用機材を現在のボーイング777型機からエアバスA380型機に切り替えると発表した。日本からの高い旅客・貨物需要に対応するのが狙い。機材変更により座席供給量が約4割増加することとなる。

同社は2012年7月から13年5月までA380型機を使用していた。その後、777型機に切り替えて運航を行っていた。ただ、日本の旅行者からA380型機の再就航に関する要望が高かったほか、日本とUAE間の貨物需要が堅調に推移していることを受け、今回の機材切り替えを決めた。

座席数は完全個室型のファーストクラスが14席、ビジネスクラス76席、エコノミークラスが399席の計489席となり、現状より135席増加する。

機内サービスとしては、ファーストクラスでは「機内シャワースパ」を用意しているほか、ファースト、ビジネスクラスの乗客はアルコールや各種ドリンクやおつまみを楽しみながらくつろぐことができる「機内ラウンジ」を用意している。このほか、機内Wi-Fiサービスや2500チャンネル以上の機内エンターテインメントシステムも搭載している。

エミレーツ航空はA380型機の世界最大のオペレーター。現在は89機を運航。さらに53機を発注している。