

「もう一泊、もう一度」キャンペーン

JATA・6旅ホ連会長座談会

PR

盛り上げる



金井氏

JATAと宿泊業界が一丸となって需要創造を

出席者(順不同)

日本旅行業協会 会長

金井 謙二氏

J Rグループ協定旅館ホテル連盟 会長

磯田 光治氏

JTB協定旅館ホテル連盟 会長

小田 禎彦氏

近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟 会長

西野 目信雄氏

日本旅行協定旅館ホテル連盟 会長

根津 文博氏

トップツアー協定旅館ホテル連盟 会長

伴 久一氏

名鉄観光協定旅館ホテル連盟 会長

中定 俊氏

司会＝日本旅行業協会 理事長

柴田 耕介氏

日本旅行業協会(JATA)では、観光立国推進計画の目標である国民1人あたり年間4泊の宿泊、国内旅行消費額30兆円の実現を目指し、昨年から「もう一泊、もう一度(たび)」宿泊拡大キャンペーンを3カ年計画としてスタート。2年目となる今年度は、新たにJATA会員各社(9社)の協定旅館ホテル連盟などの協賛を得、宿泊業界と連携した取り組みをさらに強化していくとしている。そこで今般、JATAの金井会長と、J Rグループ、JTB、近畿日本ツーリスト(KNT)、日本旅行、トップツアー、名鉄観光サービスの6旅ホ連の会長と座談会を開催。宿泊旅行の拡大に向けて、旅行業と宿泊業がいかに協働していくのか、意見を交わした。



磯田氏

「創客」に地域、自治体、地域産業がカギ

旅行会社の社員に地域の魅力を語ってもらおう。安いことが良いことか



小田氏

安いことが良いことか

——(司会)まずは各旅ホ連の状況や、最近の観光についての所感を伺いたい。
中 名鉄観光は元々、組織団体が強い。特にリーマンショック以来、個人客や一般団体が激減しているのが、組織団体を重点的にやってほしいということ。私の住む和歌山には世界遺産・熊野古道がある。1日に歩ける距離は知れているので、毎月1回来、5、6回とかで走破してもらうという新しい取り組みを別の旅行会社とだがやっている。名古屋地区は熊野古道と非常に近いところなので、名鉄にはぜひ企画してほしいとお願いしているところだ。
西野 目 外需を内需としてとらえることも大切。これまで旅ホ連の本部が主体にいろいろな取り決めをしていたのだが、今、各地の連合会に予算も事業も配分し、だいぶ委ねるようになってきた。最近では近畿に張り巡らした商品が非常に多い。長い日本だから歴史も文化も違う。近間のことは近間の人が一番分かっているわけだから、各地の連合会を中心とした商品作りを積極的に行っている。それを助けるのが全国に張り巡らした「情報連絡委員会」という、我々受け手のいろいろな情報網を取り込んで商品を作っていく部署だ。
小田 竜馬人気で長崎、京都、土佐が、韓国からは秋田へ、中国からは北海道へといった動きもある。兼六園の三ノ星効果も、エンターテインメントとシヨッ



西野目氏

温泉旅行を保険適用に、旅行会社の方も奥さん連れて

旅行会社の方も奥さん連れて

ピングも大切。JTB旅ホ連では、今、地域振興、宿泊増売の手段として着地型商品(旅用品)を各地の支部で組み上げている。受け入れの強化として、全体的なおもてなしのレベルを上げていくこと「おもてなし検定」を実施している。JTB各社から出た金を出し、旅ホ連会員だけでなく、全国の旅館業の人材育成に資する「旅館経営人財育成アカデミー」も創設した。また、「観光地魅力づくり支援事業」などを通じて、地域の魅力をより高めて、国内活性化につなげていくとしている。
磯田 我々の旅連は、J R6社が別会社なので、基本的な戦略はこうだと言えない。ただ、J R6社全体ではきついていることがあり、それは地域の観光開発。鉄道の沿線を活性化しないことには、鉄道事業は成り立たないからだ。端的に分かちやすいのが、「デスティネーションキャンペーン」だ。これはJ Rと自治体、観光業界を含めた地域産業とが三位一体でやっ

ていくのが基本だが、前回の仙台・宮城での展開では、それに学校関係も入り、子どもたちが地域でお客さまをお迎えしたりしたのが非常に面白かった。
根津 私は総論的には、地域、お客さま、会社、旅連のメンバーの4つがウィン＆ウィンの関係になるようにしたいと考えている。これを具現化するのが、「営業推進委員会」という組織だ。3つの部会で、1つは観光の新素材を開発する、もう1つが品質向上を研究する、もう1つがシステムを研究する、という目的がある。
活動としては「もう一泊」よりも「まず一泊」だ。今、余暇の中で旅行を選択する割合は、一時代から比べてきわめて落ちている気がする。旅行のすばらしさをもう一回提言したい。そして、観光圏、着地型、二次交通、人材育成がキーワード。
伴 トップツアー旅ホ連も団体は小さいのだが、みなさんと同じような活動はそれぞれ大なり小なりやっている。旅館は究極の経営状況と言ってもよい。最近感じるのは、各県の観光関係の部署で温度差がある。栃木県は大きな観光地もあるのに、それなりに努力してくれているのだから、群馬県はさらに非常に積極的だ。考えるに、県の職員は2年くらいで異動するので、優秀な人もなくそれなりの仕事をし過ぎてしまっている。この際、我々から、その人たちを呼んで観光とはどういうものか、こういうことをやってほしいと示唆してあげることが必要だ。
金井 宿泊需要を増やすには地域の取り組みを高めることだと皆さん共通で挙げた。地元のみならずと情報共有し、どう地域観光や着地型商品を作るかが「もう一泊、もう一度」を展開する時に欠かせない。ただ「連泊して」と言っているだけでは効果がないので、皆さんの取り組みをセットにして、「もう一泊泊まれば、また別

JATAホームページ <http://www.jata-net.or.jp/>

日本旅行業協会
Japan Association of Travel Agents

おもてなしの心。

お届けしたい旬。

お帰りなさいの味。

くつろぎの贅沢。

味わいの風情。

ただいまのお宿。



春夏秋冬 季節のリズムで旅しましょう!

滞在型の旅のススメ。

JATA会員旅行会社で、国内宿泊旅行をご購入いただくと、スタンプ数に応じて抽選で賞品をプレゼント!

4泊、泊まって当てよう! もう一泊、もう一度コース (通年4泊で応募)

1泊、泊まって当てよう! 四季の彩りコース (各応募期間に1泊で応募)

◎詳しくは、キャンペーン事務局

もう一泊もう一度

検索

または <http://mou1paku.com/>

JATA・6旅木連会長座談会

“旅に出る”を

出会いや健康！
旅行の期待感あれ



伴 氏

西野白「もう一泊、もう一度キャンベーンについては、旅連としては新年度からきちんと就寝を促しているし、我々も協賛し、JATAと一緒に取り組む」

泊数を増やす方策はある。今高齢化に向かっている日本には、古来、湯治、車泊するという文化がある。老人保養、医療保養といわれ、温泉に行くとか保険が適用されるように行くと保険がそれと、旅行会社の社員のお墨さんは当に旅に付いていない。

白山あたりはメタボとか糖尿尿病のフログラムを作ったり、有馬温泉ではお湯を分離をやっている。そういうことが、2泊が3泊に3泊が4泊というようになり爆剤になるので、ぜひJ A T Aでも後押してほしい。

中 和歌山県でのイベント情報を自主的にホームページに載せたことがあり、その時、県の人にとっても喜ばれた。J A T Aのキャンペーンについても、国際観光旅館連盟とかにお願いして、各旅館のホームページにバ

くの楽しみがある」ことを具体的に根拠を言わなければならないのだが、「もう一泊は、まず一泊にもつながら。お客さまから言われる、宿が代わってもまた一泊は、お話しに次の宿に決出す、ほかの宿から受けるにしよう」と言われ、全体への指示を出しに貢献するの。昨年のキャンペーンは、J・A・A主導で実施。今年度から各旅と連の協賛をいたしたところから、ただ、宿泊を増やしたところという取り組みが必要かどうか。

J・T・Aの方は率先して夫婦で旅行するようお願いしていた。旅津 観光圏整備法で最初にスタートした地域が30力所で、近々、5力所ぐらいが新たに選定される。これは取りも直さず2泊3日にしようということだ。金井会長が言われたように一泊はこちで、もう一泊はそっち、ということをもっと深度化していくというようなヒントが出てくるような気がする。

温泉協会の立場から温泉地での活動を紹介すると、鹿野湯では「ヘルスイーク」と、鹿野湯ランを作っていたり、あるいは



金井会長を囲んで和やかに進行する座談会
(東京・日本橋 ロイヤルパークホテルで)

ナリーを張ってもらえば認知度が高まってくのではないかな。
今の若い人はけっこう観光に貪欲だ。暗くなるまで至るところを見学して、旅館に入ってくる。一方、ミドルというが50、60代の人は、観光はあまりしない。早く旅館に入って、風呂を楽しんでご飯を食べて一杯飲んで泊まって帰っていく。

旅で「晏茶は月解けき」をやる予定だ。何年前かに私は瑞臨寺に行った時、語り部さんの解説を聞いたのだが、そうすると歴史に興味が沸いてくる。それで出羽三山に行ったときも、語り部を付けた。素通りするだけではないから知識が身に付いてこないから、そういうことをして観光を喚起していかないと。

小田 着地型商品が1つのポイントだ。今、旅行会社社員が

地域の魅力を磨けないために、お客さまを旅行に行かせる力が弱まっている。そこで、旅行会社を招待して、従来のように旅館に頼りすぎたところ、これに頼りすぎたところ、いろいろな連泊の商品ができるとういへん連泊された。我々は発想を変え、時代に合った商品作りをもう一度考えてみる必要がある。今、お客さまが少くないのが観光地の一番の問題点だ。JAT（観光連）のキャンペーンには、日観光連も協賛しているが、宿泊業界みんなで国内旅行を力強いものに変えたい。

磯田 旅行業界全体で地域の観光開発をもうひとりとやるのが大切な。もう一度、地域の人々と交わって、これは行政、産業界も含めてだが、もっと掘り下げていかなければならない。接客剤として、地域の旅ホ連の人たちを活用したらいい。連泊のメニュー作りでは泊食分離は避けられず、指針を出さなければいけない時に入った。そういう意味で、観光開発は我々旅館・旅行会社がもうコンセンサスを得られるかだ。

めの方法論のだから、エコポイントみたなポイント制とかも値引きとか、後につながらないようにした方がいい。

伴 地方旅館の多くが温泉を持っている。西野目会長が言われてきたように、これから年寄りが増えてくるという状況では、所得税控除とか、保険の適用とかが、医療的宿泊利用を進めていかなければ、宿泊需要を伸ばすのはなかなか難しい。

それから、昔の国鉄のデイスカバジャパンでの「いい日旅立ち」のような、旅行を喚起する歌を我々旅館・旅行会社とが行政に訴えて展開してはどうか、歌手はスズキヤイルとか。連歌の北島三郎ではダメ笑い。若い人たちが響くような詞の内容で、旅行に行と出会いがあるといい、健康なたいり、いろいろなことが期待できるんだというところにしてもらいたい。

金井 今日座談会をきったか、理解を深めたいなきたい。いろいろ語った内容をできる範囲で、限員体的な形で実践していき

ましよう。

——今、観光庁が進めている
休日分散化が話題だ。宿泊需要
を増やそうという観点から、こ
アイデアをどう考えるか。

西野目 試行だから、一回や
ってもいい。ただ、前々から持
論があって、長い日本で同じ法
律はおかしいと。層雲峡の私は
子どもの時から5月の寒い時に
なぜゴールデンウィークなのか
と想っている。全国一律ではな
くて、季節によって1ヵ月ぐら
いずらすというのもあり方だ。

小田 昨年9月の連休は、す
こぶる評判が良かった。基本的
には我々にとってはいいこと
だ。だが、年休の取得率が落ち
ている。働き蜂の日本人は、も
う少し人生を楽しんでもいい。
税制とかで、年休を取れる方向
にすることが大事だ。もう一つ
羨に懲りてというデフレから
抜けられぬ。安いことがよいこ
とかと問いたい。

伴 賛否両論あるが、私は観
光庁がこんなダイナミックなこ
とを提案し、来年実行するのを
観光行政の進歩と評価したい。
観光庁にはそういった大胆なや

り方をぜひこの後、第2、第3弾とごいうことやってほしい。」

根津　今回のはやってみる必要がある。ただ、5回に分けて連休を取るという方法と、2・5週というA、B案あるから、そのへんはよく議論しなければいけない。産業界と学校への影響もよく考える必要がある。

磯田　基本的に分散化はいいことだ。企業の問題とか年休の問題もあるが、我々の業界にのっては一つの起爆剤になる。ただ、だからといって年休が今のままではいけない。これはセットでやってみようべきだ。

——これまでのみなさんの発言を受け、金井会長から。

金井　休暇分散化の問題は、みなさんと同感だ。中味はいろいろあるかもしれないが、旅行需要をどうやってら増やせるか、ということとでとらえながら、まず一歩踏み出して、問題があればアジャストすればいい。

もう一泊、もう一度キャンペーンに関連して、皆さまから宿泊増につながる具体的な取り組み、特に行政への対応とか、保険適用の問題とか、いろいろな

「まず1泊」からの気持ちから
泊まる旅、巡る旅



根 津 氏

A woman in a white kimono with a red collar is looking out from a traditional Japanese building with a wooden roof. The background shows a misty, mountainous landscape with bare trees.



泊まって味、
四季の彩り

四季の彩りを味わい

わうへ。
深く映し出す、

A woman is shown from the chest up, wearing a pink and white checkered kimono with a black floral pattern. She is standing in front of a window with a wooden frame, looking out at green foliage. Her hair is dark and pulled back into a bun.



日本の四季に
会えるのは、
お宿です。

「ワン・ウィークバカンス」を推進するTIJの活動を応援し

ています。

JATAホームページ <http://www.jata-net.or.jp/>

シーズン2010 開催中。 【主催】(社)日本旅行業協会 【協賛】(社)国際観光旅館連盟、(社)日本観光旅館連盟、JRグループ協定旅館ホテル連盟、JT協定旅館ホテル連盟、東武トラベル協定旅館連盟、読売協賛協定旅館ホテル連盟、名鉄観光協定旅館ホテル連盟、農林観光協定旅館ホテル連盟

ル連盟、近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟、JTB旅行スタンプ加盟店連盟、(株)

連盟、日本旅行協定旅館ホテル連盟、トップツアー協定旅
交通社【後援】観光庁、(社)日本ツーリズム産業団体連合会

 社団法人 **日本旅行業協会**
Japan Association of Travel Agents
