

の総力を一

出席者

J T B 社長
KNT-CTホールディングス社長
日本旅行社長
東武トスツ社長

高橋 広行氏
戸川 和良氏
堀坂 明弘氏
坂巻 伸昭氏

司会 弊社編集部副編集長・板津昌義

国内旅行「今年の課題は

着地目線で地域とともに活性化を模索

2016年は北海道新幹線の開業や訪日外国人客の2千万人突破など国内旅行を盛り上げる話題や動向があった半面、熊本地震の発生や軽井沢でのスキーバス転落事故など天災、人災も多かった。そうした中で、旅行業界では旅行の安全・

安心確保や訪日外国人客への対応などの課題も出てきている。年明け、17年はどんな1年になるのか。また、どんな1年にしなければならないのか。旅行業界主要4社の社長に語っていただいた。

【東京のホテルニューオータニで】

16年の旅行市場を回顧

16年の旅行・観光市場はどう動いたか。また各社にとってどんな1年だったのか。国内旅行市場を中心にお聞きしたい。



堀坂氏

駆けぬけタイムで発生するものであるが、発生した際に行政を絡め、どう機敏に動いていくかが大切だと感じた。坂巻 16年のキーワードは「安心安全」だ。まず年初にあった軽井沢でのバス事故、さらには熊本地震などの自然災害。こういったことで旅行に対する安心安全という部分が非常にクローズアップされている。熊本地震でも、地震が発生したところまではニュースに出るのだが、それ以降の状況が全国的には報道されな。唯一のチャンスが発生した。1年後だ。旅行業のことだけでなく、地域のことでも考えたい。情報というものの大切さを改めて考えさせられた1年だった。

京にオリンピック旗、パリンピック旗が渡ってきた。訪日インバウンドの促進につながることも含め、国内のオリンピックムードを盛り上げたい。そういう機会を実際にどう旅行需要に結びつけていくかということが、これからの大きなテーマだ。

戸川 旅行とは直接関係のない話だが、日本のインフラがどうも弱っているような感じがする。東京で停電が起きたり福岡では警備隊が起きたり、そういう安心安全に関わる出来事が16年は起きた。

軽井沢でのスキーバス転落事故によって旅行業界にいろいろな影響が及んでいる。規制の問題もあるし、貸切切りバスの料金問題もある。今までの旅行形態の中ではバスが使いにくくなっている現状がある。

16年を通して言えば、国内旅行は全体的に低調に推移した。団体は弱っているが、個人はいろいろな要因があるが、相対的に、トビックスとしては、北海道新幹線が開業し、北海道地区への送客は全体として増えた。ただ、まだ規模で台風の影響もあったが、道南、道北が落ち込んでいる。

伊勢志摩のサミットは観光面でも大きなインパクトであった。またオリンピックがある年は国内旅行は伸びないが、やはり8月は少し好調だった。ちょうどお盆に差し掛かるころで、山の日に比べてお盆のピークが少し変わった。休日が減る、しかも休日が連続して取れるということが効果があったと思う。



高橋氏

心にも影響が出た。一度大きな自然災害が起ると旅行需要は激しい回復してこない。これは風評被害によるもので、何の被害もないその周辺にまで大きな影響を及ぼしてしまう。これは大きな課題だと考えている。堀坂 風評被害で言えば、阿蘇山の噴火もあった。噴火した時には大きなマスコミに取り扱われるのだが、その後回復したとか阿蘇にお客さまが来ているというところはない。報道されない。お客さまが来てくれるのが復興の象徴であり、われわれもマスコミへの働きかけをしっかりと行い、発信してもらう必要がある。旅行会社はどうしても天災に左右される。しかもここ数年、その頻度が高い。地震や台風などの天災はわれわれが予

先日、熊本に行くと、熊本の現状を肌で感じた。熊本で言われているのは、3・11の教訓が非常に役に立っているというところ。これは旅行業においても同じで、ふつと非常事態にどう対応するか。高橋 16年のマーケット状況を一言で言うとまだ模様の。国内でも海外でも、個人旅行需要が相対的に強いられた。一方、法人需要は堅調に推移した。訪日インバウンドについては右肩上がりの市場に伴って、われわれの取り扱いも増えている。その他、リオデジャネイロのオリンピックが終了し、東



四季折々の食材の美味しさを、和洋多彩に...



和食処



フレンチレストラン



鉄板焼コーナー



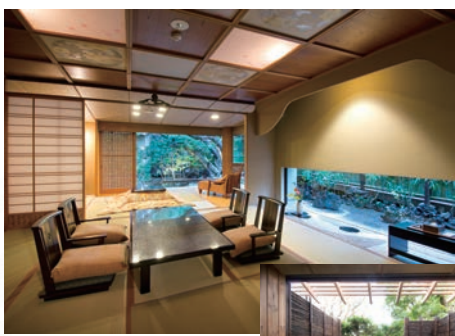
庭園露天風呂



大浴場



心地良い温泉を、6つの趣向あふれる湯殿で...



東館 露天風呂付客室



ヴィラ プール&露天風呂付客室



離れ「松琴亭」露天風呂付客室



南館 露天風呂付客室

伝統の宿

純和風の趣と伝統のおもてなしをそのままに。ヴィラ1棟とレストラン棟も新たに追加して、アパリゾント坐漁荘の新しい物語が始まっています。

日本間のやすらぎと、和モダンの洗練を...



坐漁荘

〒413-0232 静岡県伊東市八幡野1741 浮山温泉郷
http://www.zagayosoh.com

ご予約とお問合せ:
フリーダイヤル0800-888-1168 TEL:0557-53-1170

◆客室／本館19室(東館10室・離れ「松琴亭」2室・南館7室、一階客室は露天風呂付)・露天風呂付ヴィラ11室(内、2室プール付)
◆館内施設／和食処「さくら」(個室14室)、フレンチレストラン「やまもも」(個室5室、鉄板焼コーナーと茶室を含む。※日中はティールラウンジ「杏」として営業)、大浴場「蘇葉」(紫苑)、庭園露天風呂「葵」「英」、貸切露天風呂(2カ所)、スパ「寧ニンスパ」、ギャラリー「義の心」、宴会場、バー「宵待」(カラオケルーム2室併設)、娯楽室、売店、駐車場(30台)

観光立国の実現は地方(地域)から

旅行業4社
トップ座談会

観光大国実現へ、旅行業



戸川氏

戸川氏 戸川氏は、東武鉄道グループとして、東武鉄道が「台湾鉄路」との友好協定を結ぶ、東京スカイツリーは超高層ビル「台北101」と友好協定を結ぶなど、東武グループとして台湾との相互交流を強化している。それから新型特急「Revaty(リパティ)」が運行され、夏にはS.L.が日光鬼怒川地区で走る。そういったことにグループを

進めている。これは大きなインパクトだ。今年、JRグループが発足30周年を迎える。われわれ旅行会社にとって、デスティネーションキャンペーン(DC)は非常に大きな意味を持つ。30周年を契機にさらに発展していくのを思うが、地域誘客という観点からも、われわれも協力して地域を盛り上げていきたい。また、日本遺産や世界遺産、文化財、国立公園といった新しい切り口の商品を提供していきたい。

坂巻 確かにイベントが少ない年だが、三つの観点から重要な年だ。一つは大きなイベントを控える20年に向けた地ならし、あるいはホップ・ステップ・スキップをしっかりとやる1年ではないか。20年がエンドではなく、21年以降も含めて考えたとき、20年を契機にするためには、非常に重要な1年になる。

その中でテーマとなるのは「スポーツと文化」、それから「地方創生」だ。特にスポ

「地方創生」と「DMO」国内市場は堅調に推移

戸川 高橋

一つは、例として昨年、日光で「世界押し花絵芸術祭」を開催した。押し花絵は日本ではメジ

17年の旅行はどう動く

坂巻 確かにイベントが少ない年だが、三つの観点から重要な年だ。一つは大きなイベントを控える20年に向けた地ならし、あるいはホップ・ステップ・スキップをしっかりとやる1年ではないか。20年がエンドではなく、21年以降も含めて考えたとき、20年を契機にするためには、非常に重要な1年になる。

その中でテーマとなるのは「スポーツと文化」、それから「地方創生」だ。特にスポ

一つは、例として昨年、日光で「世界押し花絵芸術祭」を開催した。押し花絵は日本ではメジ

坂巻 これは毎年の繰り返しだが、北海道新幹線の開業、あるいはディズニーシーやUSJの15周年、そういったコトがあるところには人が動いている。



坂巻氏

坂巻 9月から12月まで山口DCがあるし、4月から6月までは四国DCが実施される。地方創生では広域的な連携が求められており、各県の枠組みを超えて四国DCという形でまとまってやっていく。将来的にはさらに広域にして瀬戸内を盛り上げる動きがあってもいい。また、18年には山陰DCが予定されている。

これは私の持論なのだが、話題を提供していくようなテーマ性が必要だ。特に山口DCについて言うと、その次の18

新幹線で旅行に選択肢「モノからコト」へ変化

堀坂 坂巻

堀坂 新幹線が開業して、交通の便が良くなった。これは大きなインパクトだ。今年、JRグループが発足30周年を迎える。われわれ旅行会社にとって、デスティネーションキャンペーン(DC)は非常に大きな意味を持つ。30周年を契機にさらに発展していくのを思うが、地域誘客という観点からも、われわれも協力して地域を盛り上げていきたい。また、日本遺産や世界遺産、文化財、国立公園といった新しい切り口の商品を提供していきたい。

これは私の持論なのだが、話題を提供していくようなテーマ性が必要だ。特に山口DCについて言うと、その次の18

堀坂 訪日インバウンドは4千万人、6千万人という国の目標があり、東京オリンピックに向けて人数はかなりの増えるだろう。ただし、さまざまな日本の魅力を体験してもらうためには数だけの話ではなく、品質についても考える必要がある。民泊、シェアリングエコノミーは時代の趨勢であるのだから、旅行業界としてもそういう状況を受け止めていかねばならないのだが、日本人とトランプのいざこざ、日本に来た印象が悪くなったりはしています。今は、規制を緩和して数を増やす動きと品質を確保して日本の良さを実感していただく動きがひしめいているところだ。

それから新幹線開業については15年に北陸があり、16年は北海道ということで、それによってお客さまの旅行の選択肢が広がっていくというところが共に、豪華寝台列車もJR3社で出そろった。

坂巻 これは毎年の繰り返しだが、北海道新幹線の開業、あるいはディズニーシーやUSJの15周年、そういったコトがあるところには人が動いている。

注目すべきは、訪日外国人客が10月末で2千万人を超えたという事実。「モノからコトへと消費が変わってきた」

堀坂 新幹線が開業して、交通の便が良くなった。これは大きなインパクトだ。今年、JRグループが発足30周年を迎える。われわれ旅行会社にとって、デスティネーションキャンペーン(DC)は非常に大きな意味を持つ。30周年を契機にさらに発展していくのを思うが、地域誘客という観点からも、われわれも協力して地域を盛り上げていきたい。また、日本遺産や世界遺産、文化財、国立公園といった新しい切り口の商品を提供していきたい。

これは私の持論なのだが、話題を提供していくようなテーマ性が必要だ。特に山口DCについて言うと、その次の18

天下の三名泉 下呂温泉 湯につつまれた四季折々の旅を



下呂温泉 水明館

岐阜県下呂市幸田1268
TEL (0576) 25-2800 FAX (0576) 25-4520
URL: <http://www.suimeikan.co.jp/>
チェックイン午後2時 → チェックアウト翌昼12時

檜の香る「下留の湯」

選べる5つの料理

部屋食・宴会場(会席)、オープンキッチンダイニング「常盤」(和洋)、料理茶屋「北乃寮」(郷土料理)、欧風レストラン「バーデンバーデン」(フレンチ)、チャイナルーム「龍遊里」(中華)。ティータイムはロビーラウンジ「エビアン」、ナイトタイムはバー「マローネ」でお寛ぎ頂けます。



今年8月にオープンしたチャイナルーム「龍遊里」

館内で湯めぐり

野趣溢れる野天風呂(山水閣1階)、街を見下ろす展望大浴場(飛泉閣9階)、檜の香る下留の湯(臨川閣3階)、趣の異なる3つの貸切風呂など。



野天風呂「龍神の湯」▶

館内ツアーを毎日開催

数々の芸術品や日本建築の美しさを見学頂けます。



臨川閣2階ロビー▶

すいめいヘルスクラブ

厚生労働大臣認定
健康増進施設・指定運動療法施設



本格的なアスレチックジムと温泉を利用した室内プール(25m5コース、水深110cm~125cm)。夏期にはレジャー用屋外プールもオープン。

【指定運動療法施設とは】
医師が交付した運動処方箋を元に、運動指導を行える環境・人材・設備が整った施設。運動療法を目的に、「指定運動療法施設」をご利用になると所得税の医療費控除の対象となります。

観光立国の実現は地方(地域)から

観光大国実現へ、旅行業の総力を一

旅行業4社トップ座談会(9面から続く)

旅行業の課題と解決策

現状、旅行業にはどういった課題があるか。また、その課題の解決に向けた取り組みについてお聞きしたい。

堀坂 訪日外国人客の受け入れと品質の問題。訪日外国人と一言で言っても、国ごとによって求めるものが違うし、さまざまなニーズを持っている。われわれとしては、旅行業のフロントとして、われわれが介在するからこそ安心安全の旅ができる。また、通常ではできない体験も可能になる、という形にしていこうと重要だ。そのためには受け入れの各地域も品質や安心安全への取り組みや素材の磨き上げをしっかりと行わなければならない。

要だけ見れば都市部と地方にはアンバランスもある。しかし将来を展望を考えると、国として地域の隅々にまで何らかの設備投資ができる助成をしてあげることが必要だ。

人たちが旅できる環境を築いていくことが必要だ。そうして多様なニーズへの対応というも旅行会社と連携して、地域と共に環境をクリエイトしていかねばならない。

安心・安全をしっかりと 地方活性化に関わりを

堀坂



地方創生の話もそうなのだが、インバウンドは増えるが、少子高齢化で日本の人口が増えない中で、どのような手を打っていくかというところが、ますますこれから問われていく。今は健康な老人もいるし、今後さらに増える。国内の旅行は日本人が9割以上を支えていると言われているが、インバウンドは間違いなく増えていく。シェアリングエコノミーやツアーオペレーターの問題についても品質確保を前提として10年もそうだが、これから

宿泊施設の耐震補強の問題も難しい課題だ。地方の温泉地では、体力があるところは耐震補強工事に合わせてリニューアルしているのだが、体力がないところはなかなか積極的な策を取れない。場合によっては営業を一部停止しているところもある。現状の需

にクルーズ船が世界から来ており、日本の旅行会社やバス会社はその需要型ビジネスを行っているのだが、今や海外のエージェントがバス会社と提携して、直接訪日インバウンド需要を受けている。また、富士山周辺ではホテル一棟を買い取って、そこに直接訪日インバウンドのお客さまを送

果をしっかりと織り込み、具体的ににお金が落ちる取り組みを構築することが重要だ。なかから見えるという旅商品というものを、価格というものが価値になるのではなく、質というものが価値となるようにお客さまに伝えていくことが必要だ。価値というものはお金がかかる。特に安全というものの価値観をしっかりと認識

もう一つは、当社はブランド力が他の大手3社に比べてまだついていない。東武トップツアーズというブランド力を強化するということだが、当社が抱えている最大の課題だ。

喫緊の大きなテーマだ。旅行業界の転換期は今までのようなあつたが、これから数年間はリアルエージェントにとっては、生き残りをかけた非常に大きな転換期を迎える。

戸川 高橋社長が話されたことは、われわれも深刻に受け止めている。リアルエージェントとして大きな課題だ。OTAはわれわれが低迷する中で今年も数字を伸ばし、市場の流れがウェブのところに傾斜している。こういう流れの中で、在庫を持てない形にまで行ってしまうという危機感を持っている。交通機関も直販化に動いており、これもまたウェブというところに行っているわけで、われわれの仕事のシェアが縮小していると感じている。旅行情報も紙媒体からウェブに行ってしまう。リアルエージェントとしての立ち位置がこれまでは変わってきている。

われわれはウェブでできないところに力を入れなければならぬと思う。それは何かというと、旅行商品そのものだ。ウェブではできない旅行商品をしっかりとお客さまに提供することで、われわれの将来があると考えている。販売手法としてわれわれもウェブに力を入れていくが、今から専門のOTAに伍してやっていくのは難しいところがある。大きな変革期に来ているのは間違いない。



訪日インバウンドでも九州

真価問われる「リアル」市場の流れはウェブに

高橋 戸川

ついている。旅行の安全性や質の観点から、訪日インバウンドの問題も含めて日本全体の対応が問われている。それから、民泊用ウェブ販売などの新しいビジネスモデルにどう対応するか。リアルエージェントがどう民泊問題に向きあうかという点も、

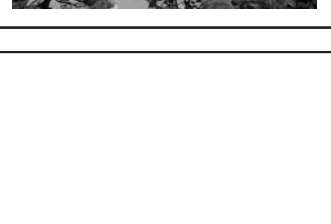
してもらえるようにしたい。安ければいいというだけでは本当の意味での旅行は楽しめない。当社では昨年4月から企画商品を「FEEEL」というブランドに統一した。このブランドの基本は旅程の中で、その旅の価値をしっかりと五感で感じてほしいと考えている。そしてFEEELの中には「FEEEL Point」というものを提示しており、通常の旅行案内には載っていない、その地にしかなければ分からないような情報や価値を集めた。その体験によってお客さまに新たな価値観を見出してもらいたいと考えている。

こうした考え方は、旅行業としての価値観を見出す大きなポイントになるのではないかと。しっかりとFEEEL商品が認知されるようにしていきたい。

もう一つは、当社はブランド力が他の大手3社に比べてまだついていない。東武トップツアーズというブランド力を強化するということだが、当社が抱えている最大の課題だ。

喫緊の大きなテーマだ。旅行業界の転換期は今までのようなあつたが、これから数年間はリアルエージェントにとっては、生き残りをかけた非常に大きな転換期を迎える。

戸川 高橋社長が話されたことは、われわれも深刻に受け止めている。リアルエージェントとして大きな課題だ。OTAはわれわれが低迷する中で今年も数字を伸ばし、市場の流れがウェブのところに傾斜している。こういう流れの中で、在庫を持てない形にまで行ってしまうという危機感を持っている。交通機関も直販化に動いており、これもまたウェブというところに行っているわけで、われわれの仕事のシェアが縮小していると感じている。旅行情報も紙媒体からウェブに行ってしまう。リアルエージェントとしての立ち位置がこれまでは変わってきている。



山形県上山温泉
日本の宿

古窯

TEL (023) 672-5454
FAX (023) 672-5459
〒999-3292 山形県上山市葉山5-20

古窯(こよう) 検索
http://www.koyoga.com/

TEL(023) 688-4411
http://www.dosayusa.jp/
〒990-2311 山形市大字黒沢319番2号

TEL(023) 609-0810
http://www.mori-ne.com/
〒999-3145 山形県上山市河崎字反田848

TEL(03) 3574-7666
http://www.ginzakoyo.jp/
〒104-0061 東京都中央区銀座7-6-11 ミクニビル2F

八階展望露天風呂
彩り二十品

酉年の春
本年も
よろしくお願い申し上げます

露天風呂付客室
古窯名物 樂焼【らくやき】

——旅ホ連との関係についてどう考えているか。

——旅ホ連との関係についてどう考えているか。

坂巻 旅泊連は、リアル・エージェンシーとしても、またこれから地方創生ということでも、欠かかるところでもない非常に大切な役割として一緒に送る、送られるという関係によって地域窓として一緒にたがってやっていたいかなと一方から地物的なものになってしまふ。地窓のものを一番よく知っているのは、旅泊連の各施設の皆さんだ。

私は「今、東武トップツアーズでは何をしてもらえますか」という声をよく聞くのだとか、逆に「皆さまの地域、施設では他と違う何ができるのか」とか。それを教えてくださいますか。それを聞いて、聞き出すために旅ホ連のいろいろな方々と会話をするようにしている。

先曰「若手の経営者と話をしたときに、非常に辛辣な意見も出てきた。先ほど戸川社長からあったように「もう在庫車という考え方はなくしな方がよい。そのほうがいい動」
「Jアレン」と言われた

「ジェントに期待しているのは団体です」とま

夕

知らなければいけない。お互いに何ができるかということにきちっと認識しあうことによってより強いパートナーに

高橋 これからの旅行会

「**旅送客**」から「**創客**」の關係は、**松と旅館**・**ホテル**との關係は、**ホテル**に密着していく必要がある。地域に密着して地域のことを一歩より知っている**旅館**・**ホテル**の皆さまと地域の**コンテナ**開発や着地型商品造りによって共に需要を作り出していくに限り、われわれは**OTA**には対抗できない。そういう関係これからしていくことになる。

2点目は今話しがかったように、旅ホビイはすでに世代交代が進んでいる。価値観が全然違ってきていて、インターネット販売に関して非常に造詣が深い。エージェントとの付き合いを深いとしても直販のときもAで十分やっていると、Bでさえ思っている若手の人もいられる。そこでわれわれは、OTAとの違いをAレベルしなないといけない。OTAは顧客に必要を取り出すが、われわれは必要を作り出す力を持つ

ており、それが決定的に違う。それから、われわれには団体がある。団体を送れば消費車価も高まる。そういう話しもして、次世代の経営者とは新たな関係を構築していかなくいくつもりだ。

担当者が日常よりコミュニケーション・ションを取るのはもちろんだが、私自身も社長として年明けから各地を回って多くの施設の方と意見交換を行っていくつもりだ。

川村 当社の「近旅連」は、もう61年の歴史がある。時代とともに相互の関係が変質をしてきていると思う。もともと相互に必要とし必要とされなくなっている。ただ、けでなく、国内のこだわりのあるお客さまに向けて上質な旅を提供するためには、各地域においてどのような特別な価値を付けていくのか。それ

とされる。このようにしての
関係を保つてきて、それは非
常に大きな財産なのだが、先
ほの来の話のように世代交
代が進んでおり、求めるこ
とも変わってきている。

何をやったらいのか。日本
人、あるいは各国のさまざまな
訪日外国人の持つ多様な人
の対応を的確に行っていくた
めに、われわれは地域の旅館

今は、地域創生との関係で言えば、旅館・ホテルとわれわれだけの関係ではなく、地域の中の旅館・ホテルとわれわれの間で考える。地域とわれわれの間で考える。

の発展性を考える中での関係になってきている。一緒に新しい観光を生み出していく。そういう地域創生の大きな柱であるところを、一緒にできるパートナーになっていかなければいけないし、実際に今そういう方向に行っていくことが大事だ。

かせないパートナー

地回り膝詰めで話を

る。送客に関してわれわれが旅館・ホテルの皆さまの期待に十分応えられていないところがあることは、皆さんがおっしゃる通りだ。

ろはあるのだが、地域視点での新たな観光と一緒に作っていくパートナーとして、発展していきたい。

——ここから話題を変えて、年頭ということで、趣味や日課などに関して17年の拘負などを聞きしたい。

堀坂 もう出尽くした感
があり、繰り返しになるかも
ないが、旅館・ホテルの
高橋 公の紙面に個人的
な情報を出すのは極めて恐縮
だが(笑)、昨今、日本社

中には地域の有力者がたくさんいらっしゃる。地域活性化に向けては、その方々を中心に、われわれ旅行会社も関わりをながら、鉄道などインフラを含めた地域全体での取り組みが必要だ。

その中で、いろいろな団体

一方で経営者ほどなんでも
若手になってきている。われ
われは「日旅連盟」という次
世代の経営者向け勉強会で、
課題となっているテーマを毎
回設定し議論を行っている。
そこには、会長や当社社員も
参加している。経営者も、

参加して、膝を記めて意見交換を行っている。国内旅行の

もともと歩くのが趣味で、今も土曜日や日曜日に暇を見つけては3時間、4時間歩き



たら散策をしている。

私は大阪から出てきてほぼ丸4年になるのだが、東京は広く、まだまだ知らないところがたくさんあるので、いろいろ歩き回っている。歳もと

やりたいという気持があった。大阪時代は熊野古道を歩いてきた。部分的に歩いて、完歩できずに東京に来てしまった。

ら、今は東海道を歩きたいと思っている。今年は一念発起して、計画的にチャレンジしてみたい。

セルを吹かし続けてきた。じつとしてゐるのが性に合わないの、ずっと前に進んでできた。社長就任当初からあちこ

にも行っている。社員の方にも「前を向いてやっていこう」と言い続けてきた。それを最としてきたのだが、たまには立ち止まって考えることも必要だと思っている。

戸川社長と一緒に私も東京勤務が30数年ぶり。何と言っ

いろいろな人と会える。ビジネスが

かりでなく、いろいろな人と交

ともっとさまざまな面で幅を
広げていきたい。

坂巻 私は数年前に江戸

古地図を買って、現代の地図ではなくて江戸古地図を見ながら東京を歩いている。そうすると川が高速道路になって

いたり、江戸時代の名残があったり、いろいろ新しい発見がある。

もう二つは、最近、アイドルのコンサートに行っている（笑い）。秋葉原の地下劇場にも行く。娘がアイドル好きで、だが一人で行かせたらどんな男と出会うか分からないと思う、最初はボディガード

で行き始めたが、それがだんだん面白くなってきた。

アイドルを目指す子供たちには目標がはっきりしていて、そのためにどうしたらいいのかの考えをしっかりと持っている子がいる。そういう子

たちを見ると本当に応援したくなる。何となくオタクの気持ちが分からないでもない。

戸川 アイドルたちと直接話しはできるのですか。
坂巻 それは通わないと
できません。
一同 (笑い)

お申し込み・お問い合わせはリョゲン事務局まで TEL0557-83-2120
下記ホームページからお申し込みいただけます。