

2026年、観光立国から観光先進国へ

大手4社トップが語る

JTB社長 山北 栄二郎氏
KNTCTホールディングス社長 小山 佳延氏
日本旅行社長 吉田 圭吾氏
東武トップツアーズ社長 百木田 康二氏

出席者(順不同)
司会＝本社取締役編集長・森田淳

新時代の経営を地域と共に推進

新しい年、2026年の幕開け。今年1年は旅行業界にとってどのような年になるだろうか。国内旅行は万博のような国際イベントの開催や大型テーマパークの開園など、大きな話題には乏しいが、大規模な自然災害やアクシデントさえなければ堅調に推移するものと予想される。本紙恒例の新春旅行業大手4社トップ座談会では、今年度の業界展望とともに、旅行業の新たな価値創造に向けた取り組み、ビジネスパートナーである旅館・ホテルとの関係について語っていただいた。(東京・紀尾井町「福田家」で)

25年を振り返る



百木田氏

——(司会)2025年の回顧。インバウンドが過去最高を記録する見通しの一方、オーバーツーリズム、人手不足、諸物価高騰、災害からの復興など、課題も山積している。国内旅行を中心に、昨年の旅行業界と御社の取り組みの振り返りを。

山北 前回の座談会では久しぶりに通常期に戻ったとコメントした。25年はもう少し伸びるかと期待したが、少し足踏みした感じだ。

ただ、イベントなどさまざまなことがあり、新しいビジネスの創出など流れを変える動きがあった。中でも言えば、メジャーリーグベースボールのオフィシャルパートナーの権利取得が挙げられる。法人需要は比較的活動で、これまでのインセンティブ的なものから、サステナビリティなどテーマ型が増えた。

国内旅行は全体的に、個人消費が少し伸び悩んだが一方で、法人で新しいビジネスを創出できた1年だった。

新たなビジネス創出

被災地の継続支援を

小山



山北氏

インバウンドについても言及せねばならない。クラブを見て改めて思うが、劇的に増えている。2022年とほぼない状況から、24年に3600万人まで急

激に増えてきたが、いろいろなところで、ある意味必ずしも作っている。一つは価格。東京、大阪、京都を中心にホテルの価格が大幅に上昇し、これが国内

旅行の動向に影響しているところだ。もう一つは集中が進み、地域によるインバウンド受け入れの格差が広がったこと。大阪・関

西万博については、当初は批判的な意見も少なくなかったが、スタートしてからムーブメントが転換した。人々が活発に動き、消費動向や時間の過ごし方も変化が見られた。ただ、これをきっかけにインバウンドをもっと全国に広げようとしたのが、今一つ実現しきれなかった点が反省点としてあげられる。それでも、日本の新たな一面を提示できた意味では、非常に大きな成果があったと思う。

——大阪・関西万博について、インバウンドとともに、国内のお客さんをもっと周辺に呼び込もうという動きがあったが、課題が残ったと思う。

山北 大阪に集中したことは事実であり、オーバーツーリズムの問題も指摘されているが、例えば瀬戸内などで、国内の人

け入れ側として、しっかりと安全対策を講じていくことが不可欠だ。

被災地の能登については、継続的な支援をしっかりとやっていかねばならない。われわれも一生懸命ツアーを作り、お客さまを送っているが、今後、和倉温泉の宿泊施設が本格的な復興のタイミングになる。大きな被害を受けたということをお忘れずに支援を続けていきたい。

また、当社は創立70周年を迎え、記念ツアーの販売や記念イベントで大いに盛り上がった。訪日については夏の一時期、日本で大規模な災害が起きるとう根拠のない風評で中華圏の人が旅行を控えるという動きがあったが、全体的には平安を背景に順調に増えていった。当社は世界陸上財団とスポンサーシッ

プ契約を、それに関わる外国人客の取り扱いもあり、この部分については非常に良かった。ただ、足元では、中国からのお客さまが減るという事態も発生している。これはそう簡単に解決しない問題だと思つて、他国へのシフト等、長い目でしっかりと見ていかねばならない。

吉田 業界全体で印象に残っているのは、インバウンドについて、先ほど山北社長がお話しされた7月の災害予言による訪日の減少。そして中国による訪日の自粛要請、コロナが収束し、ほぼ平常通りのマーケットになり、客数が回復しているものの、地政学的なリスクが多少なりとも影響を与えていると考える。やはり中心となるのは日本人のマーケットだ。われわれとしてもインバウンドは重視するが、ベースとなる日本人マーケットを大切にしなければいけないと感じている。

25年が創業120周年で、同じ年に大阪・関西万博が開催された。実は創業100周年の時は愛知万博が開催され、大きなイベントの時に偶然にもわれわれは一つの区切りを迎えている。

昨年は周年を記念して、さまざまな企画商品を作成したり、創業者の南新助をテーマにした小説を刊行したりするなどして、社員をはじめお客さまや関係者に対し、日本旅行という会社の価値や存在感を高めることに取り組んだ。会社の経営理念を改定し、新たな「日本旅行グループ理念」を策定したことも一連の取り組み。

代表的な120周年記念商品としては関西長野長野の団体臨時列車による善光寺参りという、創業当時の旅行を現代風に復刻するツアーを行った。対照的に、宇宙旅行事業の具体的な取り組みも将来に向けて発表し、たことも記憶に新しい。

会社としては創業を見つめ直し、同時に将来にも向き合った。そんな1年だったと振り返る。百木田 マーケットについては、皆さんおっしゃる通りで、国内旅行そのものは堅調だったのではないかと。

ただ宿泊を見ると、数は増えておらず、価格が高騰している状況だ。

インバウンドは皆さんおっしゃる通りに大幅に増え、局地的にはオーバーツーリズムの問題

を引き起こしている。海外旅行はなかなかコロナ前の水準に回復できない。大きく見るような感じではないか。

山北社長がおっしゃる通り、国内は堅調ではあるものの、間違いなく二極化している。若い層も年配の層も、積極的に旅行に行く層と、行かない層がはっきりと二極化している。この理由は何かと考えると、旅行をする層の目的意識がはっきりしてきていることに起因していると思う。目的がはっきりしていれば動くが、なければ全く動かない。これがアンケート調査でもはっきりと分かった。

修学旅行は、27年商戦の話になるが、目的地について、京都を避ける傾向が発生している。東京都内の学校では、4割ぐらいを遠く地域に誘導せざるを得ない状況だ。インバウンドが多くなっている影響で行程通りに実施することが難しくなっていることや、旅館・ホテル、バス代の上昇が要因で、昨年から顕著になっているが、東北や北陸に誘導が出てきた。クマ対策が今後の修学旅行の動きにも大きく影響している。

当社の取り組みで特筆すべきは、やはり万博。開幕10日前に「ミヤクミヤ」が披露された時はシーンとなって、「なんだこの生き物は」という反応だったが(笑)、最後はグッズが容易に買えないほどの人気になった。私も仕事で7回行ったが、一つ一つのパビリオンが趣向を凝らしたもので面白い。国家イベントとしてその意義を示せたと思う。

弊社はその中でパーク＆ライド事業でシャトルバスの運行を担当したり、自治体からの委託を受け、大阪府・市の子ども万博招待事業や、能登半島地域の子ども大阪観光招待事業に携わった。これはわれわれ社員にとっても誇りが持てる仕事だった。学生団体を含めて、お客さまが円滑に動けるような運行管理業務に従事したことも大きかった。

災害が多い日本という中で、災害時の宿泊・輸送調達に関する内容を含む協定を24自治体と締結した。これは、旅行会社が自治体にさらに深く関わることへの一つの試金石だ。

自治体に向けては、NETを活用した地域にお金が落ちる仕組みづくりも複数の地域で広がり、定着してきた。



若草の宿 丸栄へようこそ
日本の富士山のふもと、四季折々の風情を映す河口湖のほとり、世界遺産の大自然を舞台に、「若草の宿 丸栄」の旅物語がはじまります。

若草の宿 丸栄
〒401-0302 山梨県南都留郡富士河口湖町小立498
TEL.0555-72-1371

富士河口湖温泉
四季が織りなす湖畔の舞

「若草の宿丸栄」、「四季が織りなす湖畔の舞」、「野の花亭」は、当館の登録商標です。