旅行業・運輸

日本旅行

「発展成長期」へ備え

30年までの新中計を発表

日本旅行は12月19日、2026年度から30年度までの新たな中期経営計画「日本旅行グループ中期経営計画　2026―2030　新章」を発表した。30年度までの5年間を「構造変革期」と位置付け、その先に想定する「発展成長期」に向けた備えを徹底推進するとした。

企業ビジョン「顧客と地域のソリューション企業グループ」を設定。「成長分野へのシフトと新たな事業の核の創出」「AI活用をはじめとしたDXや人財配置など先行投資による生産性の向上」「JR各社との連携とWESTER経済圏（JR西日本グループ）への貢献」の三つの経営目標を設けた。

「ソリューション事業の価値創造」「デジタルを軸にしたツーリズム事業の進化」「インバウンド・グローバル事業における利益創出」「AI活用やDX等による抜本的な生産性向上」「着地コンテンツや宇宙事業など新規事業の開拓と基幹事業化」の五つの事業戦略も示した。

ツーリズム事業では「デジタルツーリズムの加速化」「JR西日本グループ連携を含めたニューツーリズムへの投資」「Web機軸による新たな事業展開と価値創造」を掲げた。仕入れ、造成、販売機能をウェブ機軸へさらにシフト。30年以降、主流になるとされる「AIエージェント」に対応したシステム構築、事業展開を図る。

ソリューション事業では「総合力を生かした事業展開」「エリア戦略の強化」「公務・地域事業をはじめとした専門領域の進化」「AI・DXによる事業改革と価値向上」をうたった。

1月1日付で新設したインバウンド・グローバル事業本部でイン・アウト双方向と三国間取引など多角的展開を推進。訪日需要の都市圏集中の課題解決に向けて、地方都市への誘客につながる取り組みも行う。

新規事業として、地域社会が直面する政策課題の解決に向けた施策、外国人人財活用推進事業の加速化、宇宙事業に関連する各種事業の創出に取り組む。

中計の名称「新章」は「これまでの歩みである当社グループの歴史を大切にしながらも、120周年を機に『第二の創業』として、まさに新しいページをめくり、単なる現在の事業の継続ではなく当社グループが新たな章に進んでいくという決意を込めた」という。

執行役員の業務分担を一部変更

日本旅行

日本旅行は12月19日開催の取締役会で執行役員の業務分担等の一部変更を決めた。

【執行役員】専務執行役員首都圏エリア代表、東日本エリア代表、中部エリア代表、インバウンド・グローバル事業本部長（常務執行役員首都圏エリア代表、東日本エリア代表、中部エリア代表）鈴木誠一　＝1月1日付

インバウンド推進機能を統合

日本旅行が組織改正

日本旅行は1月1日付で組織改正を行った。インバウンドの取り扱い拡大へ、社内で分散していたインバウンド推進に関する諸機能を統合、「インバウンド・グローバル事業本部」を設置した。宇宙事業と外国人人財活用事業の本格的な収益事業化へ、組織の名称を「推進チーム」から「推進部」に変更した。

改正点は次の通り。

【営業戦略本部】

①営業本部内に「保険チーム」を設置。金融庁の監督指針見直しに伴う「適正な保険募集管理態勢の確立」への要請強化に対する対応として、研修および現場指導を強力に推進するため。

【事業共創推進本部】

①MaaS事業推進本部の営業機能を事業共創推進本部内に移管するとともに、名称を「MaaS事業推進部」に改める。MaaS事業推進本部が有する営業機能を事業共創推進本部に移管し、MaaS事業の営業強化を図るため。

②事業共創推進本部「宇宙事業推進チーム」の名称を「宇宙事業推進部」、「グローバル人財活用推進チーム」の名称を「グローバル人財活用推進部」に改める。宇宙事業および外国人人財活用事業の本格的な収益事業化に向け、社内外における一層の認識強化を図るため。

【ソリューション事業本部】

①北陸広域営業部を関西広域営業部に統合し、名称を「関西・北陸広域営業部」に改める。支店運営や収益管理等において、管轄エリアの拡大による一層の運営効率化と業務の平準化を推進するため。

【ツーリズム事業本部】

①中部統括部を東日本統括部に統合する。また、北陸、中国、四国の各統括部を関西統括部に統合するとともに、名称を「西日本統括部」に改める。3エリア（東日本、西日本、九州）での運営による運営効率化と業務の平準化を推進するため。

②ツーリズム事業本部国内旅行事業部内に「インバウンド事業推進部」を設置する。新設する「インバウンド・グローバル事業本部」との連携のもと、「Red Balloon」の拡充など、ツーリズム事業本部におけるインバウンドへの取り組み強化を図るため。

③おとなびジパング商品事業部内の「コンテンツ開発チーム」の機能を拡充し、国内旅行事業部直下に移管するとともに、名称を「コンテンツ事業推進部」に改める。JR西日本等との一層の連携のもと、着地コンテンツ事業への本格的参入を図るため。

④西日本国内旅行事業部の名称を「tabiwa・西日本国内旅行事業部」に改める。JR西日本との連携の中で、tabiwa事業を国内商品事業の中心事業と位置付けるため。

⑤「おとなび・ジパング商品事業部」を「tabiwa・西日本国内旅行事業部」内へ移管し、名称を「ジパング・エスコート商品部」に改める。また、「おとなび・ジパング商品センター」はジパング会員組織への電話予約などサポート体制の強化に向け、西日本統括部内の支店として「西日本電話予約センター」とする。ジパング会員組織も対象としたエスコート商品造成機能の強化のため。

【インバウンド・グローバル事業本部】

①社内で分散していたインバウンド推進に関する諸機能を統合し、「インバウンド・グローバル事業本部」を設置するとともに、同本部内に管理業務を推進する「企画部」を設置する。インバウンドの取り扱い拡大に向け、戦略策定の強化や分散する機能の一元化による推進機能の強化、および第三国旅行など関連する新規事業を推進するため。

「秋田空港新幹線」

秋田新幹線は大曲駅を出ると雄物川沿いを離れ、北へと迂回し峠を越えます。羽後境、大張野という情緒のある駅を通過し、秋田平野へと進みます。

この区間が大回りなので、短絡する新線を建設しようという動きが出てきました。秋田商工会議所が、短絡ルート建設構想を明らかにしたのです。線路が迂回している峰吉川―四ツ小屋間に、新線を建設するよう提案しています。

短絡ルート上に秋田空港があるため、空港地下に新駅を建設することで、新幹線と空港を直結できます。つまり、単なる短絡ルートではなく、いわば「秋田空港新幹線」を作ろうという構想といえます。

現在、秋田空港からの公共交通はリムジンバスだけで、秋田市内まで約40分かかります。秋田空港に新幹線の新駅ができれば、空港から秋田駅まで「こまち」で20分程度に短縮できそうです。

それだけでなく、現在、空港からバス路線がない大曲や角館も新幹線で直結します。秋田県南部の空港アクセスが改善し、とくに観光面で好影響を及ぼすことは確かでしょう。

現時点では、地元経済団体が提言をしただけの段階で、実現に向け動き出したとはいえません。言うまでもありませんが、実際に建設するには相当に高いハードルがあります。

新線を直線に近い形で建設する場合、距離は16キロ程度です。キロあたり建設単価を100億円と仮定すれば、事業費は1600億円。簡単に投資できる金額ではありません。

また秋田新幹線は、東京―秋田間で飛行機と競合しています。秋田空港のアクセスを新幹線で改善することは、JRからみれば「敵に塩を送る」ことになります。したがって、JRが前向きになるとは考えづらく、費用負担に大きな期待はできません。

ただ、当該区間は、新幹線の基本計画区間に該当します。政府は25年の「骨太の方針」で、基本計画区間を含む幹線鉄道ネットワークについて、高機能化する方針を掲げています。

短絡ルートを整備すれば、秋田新幹線の高速化が実現できますし、空港直結により利便性向上も実現できます。つまり、「高機能化」という国策に沿うプロジェクトです。

ならば、「秋田空港新幹線」は、案外、実現可能性があるかもしれません。

新年は夢のある話からスタートしました。今年もよろしくお願いします。

（旅行総合研究所タビリス代表）　＝月2回掲載

鳥海高太朗の

交通トレンド分析

―317―

都心と羽田空港・成田空港を結ぶエアポートリムジンはネット予約が便利

羽田空港や成田空港と都心をはじめ、関東近郊にネットワークを展開しているエアポートリムジン（東京空港交通）。オレンジ色のバスと言った方がわかりやすいだろうが、この数年で事前にネット予約ができる「リムジンバス予約Web」の利用が便利で、私自身も非常に重宝している。特にマイページから事前にクレジットカード番号を登録しておくことで、時間がない時でもスムーズに予約することができるようになっている。

私自身は、TCAT（東京シティエアターミナル）や、東京メトロ有楽町線の豊洲駅と羽田空港を結ぶ路線を利用する機会が多いが、利用者も多く、予約制が導入される前は過去に満席で乗車できないこともあった。事前予約ができるようになったことで積み残しになる心配なく乗車できるようになったことも大きい。システムも使いやすく、購入後に画面に表示されるQRコードをスクリーンショットしておくことに加えて、メールに届いているURLをクリックするだけでQRコードの表示もされるなど、非常に便利だ。予約変更も簡単で、特に羽田空港発や成田空港発で希望のバスに間に合わない場合などは、ネット上で予約変更することで後ろ倒しや前倒しをすることも可能となっている。

そして路線限定ではあるが、事前に座席指定ができる路線も増えており、自分の席が事前に確定していることで無理して行列に並ぶ必要がないほか、羽田空港・成田空港発ともに第3ターミナル→第1ターミナルの順番で発車するが、その際も事前に席が確定していることで席の心配もない。

座席指定ができる路線も徐々に増えており、2025年12月15日からは羽田空港―東京ドームホテルの路線でも座席指定が導入された。

羽田空港発着路線では、TCAT（東京シティエアターミナル）、東京ドームホテル、練馬駅・光が丘地区、熊谷駅・坂戸駅地区、羽田空港などでは両方向、豊洲駅や有明・台場・ビッグサイト地区などでは羽田空港発に限って座席指定制となっている。

また成田空港発着では成田空港発を中心に東京シティエアターミナル、新宿地区、赤坂地区、銀座・芝地区、東京駅などをはじめ、都心方面へ向かう路線を中心に座席指定制となっている。

飛行機に乗り遅れないようにするべく、時間に余裕を持ってさらに事前予約をしておくことで、スムーズかつ確実に乗車できるリムジンバスの「リムジンバス予約Web」を活用してみてはいかがだろうか。

（航空・旅行アナリスト、帝京大学非常勤講師）

月別取扱額

KNT-CTHD　10月

9月に続き全部門増

KNT―CTホールディングスが発表した10月の取扱額（グループ5社計）は、388億1507万円。前年同月比は12・8％増で、9月に引き続き国内、海外、訪日ともに前年を上回った。

国内旅行は前年比9・2％増の254億6333万円、18年比は15・3％減だった。うち、団体（一般・学生）が前年比16・1％増の115億6996万円、企画は同6・1％増の118億5657万円、個人は同5・9％減の20億3682万円。

団体は、一般は企業系コンベンション、学生は修学旅行の取り扱いが増加した。企画は、国内自社企画（フリー型商品）では万博の影響があった関西方面は好調も、他方面の宿泊旅行が伸び悩み、前年比17・6％減となった。クラブツーリズム国内（添乗員付き商品）は関西方面が好調に推移し、同11・5％増となった。

海外旅行は、前年比22・1％増の99億7476万円、18年比は41・7％減。うち、団体（一般・学生）が前年比43・4％増の37億6353万円、企画は同15・8％増の45億4993万円、個人は同2・8％増の16億6131万円。

団体は、一般は企業関連の招待旅行や社員旅行

日旅

国内旅行1％増加

訪日旅行が大幅増

日本旅行の2025年10月の販売は、総計で前年同月比1・8％減の371億4556万円。国内旅行が同1・4％増の222億7516万円。海外旅行と国際旅行は減少した。

国内旅行の内訳は、団体が同1・4％増の76億1369万円。一般団体（同2・6％減、39億5030万円）が減少。教育旅行団体（同6・2％増、36億6338万円）が増加した。

企画商品は同1・7％増の61億1666万円。自社企画の赤い風船（同1・2％増、58億9210万円）、他社企画（同19・4％増、2億9525万円）ともに増加した。

JR券、航空券、一般宿泊などの個人旅行計は同1・2％増の85億5980万円。

海外旅行は同12・1％減の82億5717万円。団体旅行（同22・6％減、20億5723万円）、企画商品（同19・6％減、3億1502万円）、企画商品以外の個人旅行（同5・6％減、56億2480万円）の全てが減少した。

国際旅行は同3・0％減の49億3734万円。

付帯事業は同20・7％増の16億7588万円。

1月からの累計は、総計が前年同期比1・6％増の2915億9425万円。このうち国内が同2・1％増の1760億3329万円。海外が前年同期並みの652億2510万円。国際が前年同期比4・9％減の367億7269万円。付帯が同26・0％増の135億9316万円。

阪急交通

訪日旅行が大幅増

阪急交通社の10月の旅行取扱高は前年同月比12・4％増の363億2923万円で、国内、海外、訪日全ての部門で前年を上回った。阪急阪神ビジネストラベルも総取扱額と全ての部門で前年同月比を超えた。

国内旅行は、198億3419万円（前年比4・6％増）。観光庁が発表した宿泊旅行統計調査（第1次速報）によると、10月の日本人延べ宿泊者数は前年同月比1・5％減で、引き続き物価高の影響で需要の停滞が継続している。

消費者の節約傾向が続く中、閉幕間近の大阪・関西万博入場チケット付き商品や、秋の旅行シーズンに向けた「にっぽん丸」「飛鳥Ⅱ」のチャータークルーズの販売を強化。その結果、近畿が前年を大きく上回ったほか、九州で邦船のチャータークルーズやオールインクルーシブホテル利用の商品に支持が集まった。東海エリアはイベントと組み合わせた日帰りバスツアーが好調だった。

海外旅行は、151億5811万円（前年比22・8％増）。インドやバリ島のデラックスホテルを利用した高付加価値商品のテレビ通販、需要喚起キャンペーンに取り組んだところ、海外各方面の回復が進んだ。

東武トップ

国内旅行は22％増

東武トップツアーズが12月19日に発表した10月の販売実績は、総取扱額が前年同月比18・2％増の176億5677万円となった。国内旅行は21・7％増の128億7449万円と、前年を上回った。

国内旅行のうち、団体旅行は25・3％増。種別では一般団体が31・8％増、教育団体は19・9％増。個人旅行の企画商品は1・8％減で、企画商品を除く個人旅行は0・2％減となった。

海外旅行は0・5％減の29億6401万円で、団体旅行は1・5％減。種別では、一般団体が4・9％減、教育団体は3・9％増。個人旅行の企画商品は24・0％減、企画商品を除く個人旅行は5・1％増だった。

訪日旅行は22・5％増の7億7391万円。受託事業などを含むその他は41・3％増の9億9327万円。

今年4～10月の累計は、総取扱額が前年同期比18・5％増の862億6824万円、国内旅行が15・3％増の565億9113万円、海外旅行が6・8％減の145億9677万円、訪日旅行が40・3％増の46億9948万円、その他が114・8％増の105億4996万円。

訪日旅行は、13億3693万円（前年比31・9％増）と大幅に増加した。

阪急阪神ビジネストラベルの10月の取扱高は33億4113万円で、前年同月比6・7％増となった。

国内旅行は業務出張が業績をけん引し、前年比11・6％増と伸長した。海外旅行も業務出張が堅調で前年比6・4％増となった。訪日旅行は前年比9・8％増の2206万円。

震災から10年で連携協定

熊本市　ソラシドエア　特別機も4月就航

熊本市（大西一史市長）とソラシドエア（山岐真作社長）はこのほど、熊本地震発災から10年の節目を契機に連携協定を結んだ。緊密な相互連携と地域課題への迅速適切な対応、熊本市のさらなる発展を図る目的だ。

協定は①熊本地震の記憶の風化防止や被災・復興意識の醸成に関すること②観光振興に関すること③移住定住に関すること④特産品販路に関すること⑤航空文化の振興に関すること―の5項目。

今後、主な取り組みとして、特別機「Go！forward くまもと号」の就航や、機内誌「ソラタネ」2026年4―5月号で熊本城を中心とした熊本市の特集を掲載し、観光スポットやグルメ、文化など地元の魅力を紹介する。

特別機は4月中旬から約2年間、熊本城の復旧支援と同市と関係のある市町村のさらなる地域活性化を目的に就航する。就航から5月31日までの期間、大西市長による特別機内アナウンスを実施する。

そのほか、同社マイレージサービス「ソラシドスマイルクラブ」会員を対象に、熊本城復旧支援を目的としたマイル寄付の呼びかけを行う。義援マイルは16年にも実施、マイル相当額約193万円が寄付された。今後の詳細は同社ホームページで告知する。

連携について大西市長は、「『支えられた日々を、支え合う力に。』をコンセプトに、地震の記憶や教訓を次世代に継承するため、さまざまな事業を展開していく」と述べた。ソラシドエアの山岐社長は「熊本市のさらなる発展と地域社会の持続可能な未来に向け、引き続き『地域と共に』まい進していく」とコメントしている。

ソラシドエアは菊池市、高森町、御船町とも包括連携協定を締結。地域課題の解決に関する事項のほか、災害時の航空輸送協力などによる災害支援を盛りこんでいる。熊本市に続き、特別機内での各首長のアナウンス、機内誌での紹介を順次行う予定となっている。

人事

◎JTBグループ会社役員人事（1月1日付）

JTBグローバルマーケティング&トラベル取締役兼執行役員レジャー事業本部長（Kuoni GTS〈France〉SASフランス広域代表〈General Manager〉）坂野晴彦