JTBインタビュー

訪日インバウンドDMC
JTB旅ホ連特集

富裕層ブランドを強化
日本旅館は文化の発信基地

JTBグローバルマーケティング&トラベル
代表取締役 社長執行役員
石田 恒夫 氏

――JTBグローバルマーケティング&トラベルの2025年度の取り組みを振り返ると。

当社はJTBの祖業である訪日インバウンドを担い、日本で最古、最大の訪日インバウンドに特化したDMCだ。昨年度は、JTBから分社して設立20周年の年だった。コロナ禍からの正常化に向けた最終準備期間と位置づけ、経営理念を刷新するなど、第二の創業として新たなスタートを切った。

昨年の訪日外国人旅行者数は前年比116%の4268万人で過去最高だったが、その波にしっかり乗ることができた。大阪・関西万博、アフリカ開発会議（TICAD9）といったビッグイベントも獲得できた。レジャー事業ではコロナ禍の混乱期を経て、人員・体制を整え、BPR（業務改革）とアウトソースを進めた結果、コア事業に専念できる環境が整った。

――成果が上がった具体的な取り組みについて教えてほしい。

「サンライズツアー」では今年3月から、JR東海との連携のもと、ローカル列車をインバウンド専用の特別列車として週3日運行するツアーを展開している。東海道本線から身延線へ直通運転し、富士宮方面から眺める富士山をテーマに据えた。地方分散につなげる取り組みでもある。先日、英国のラジオ局の取材を受けるなど、海外からも注目されている。この他にも、大相撲の観戦ツアーが完売し度の当社のキャッチフレーズを展開している。「Swift care, Warm heart, Always beyond（迅速な対応、おもてなしの心、期待を超える提案）」を体現し、次の信頼につなげる。

――26年度に重視する事業は。

まずは、訪日富裕層向けブランド「BOUTIQUE JTB」の強化だ。体制面では担当課を「BOUTIQUE JTB営業部」として独立させた。BOUTIQUE JTBは富裕層向けの観光事業者で構成される国際コンソーシアム「VIRTUOSO」に加盟しており、これまで北米を中心に取引していたが、今後は欧州でのコンソーシアム加盟も視野に入れ、欧州での展開を本格化させる。サービス基準も再構築し、富裕層向けエージェントの中でも選りすぐりの事業者に対して特別なサービスを提供していく。

ターゲットとしては、中東関係の旅行会社と契約を結んだばかりだ。

他には、「シート・イン・コーチ」のような乗合型周遊バスツアーを日本国内で、海外エージェント向けに提案している。現在は英語、スペイン語、イタリア語でのバスツアーが中心であるが、ポルトガル語、フランス語も販売を強化していく。これはもともとJTBのグループ会社が世界中で展開している事業だが、日本でも訪日外国人旅行者向けに拡大したい。

――訪日インバウンドでは、オーバーツーリズムが問題視され、地方誘客が課題になっている。

欧米豪などのロングホールの旅行者ほど滞在期間が長くなり、1都市滞在型ではなく、周遊型になり、地方分散が進む可能性がある。これを促進するには、ルートをまとめ上げる旅行会社の役割が不可欠だ。自治体・DMOと旅行会社が、官民一体で地方誘客に取り組む必要がある。行政は単年度予算を基本としている一方、旅行会社は1～2年先の中長期で営業を進めており、両者の時間軸には違いがある。この違いを踏まえた連携の工夫が求められている。複数年度の予算執行が実現すれば、官民一体での地方誘客はさらに成果が上がるはずだ。

通訳ガイド（通訳案内士）の不足も深刻だ。英語以外の言語の通訳ガイドは人数が少なく、各社の取り合いになっている。通訳ガイドは、高い知識に加え、ホスピタリティ、ユーモアなど求められる要素が多い。人財の確保と育成は喫緊の課題の一つだ。

また、地方誘客に限らず、訪日インバウンドの構造的な問題として指摘したいのは、旅行業法を無視した事業者が関与しているケースが散見されること。当社は今後もコンプライアンスを重視して事業を進めていく。

――旅ホ連への期待、要望を聞かせてほしい。

25年度下期のJTB国内旅行キャンペーン「日本の旬 沖縄」では、初めて当社も目標設定をいただき、社員研修の設定やさまざまなご支援を頂戴した。改めて会員施設の皆さまに感謝を申し上げたい。一方で訪日インバウンドの受け入れという観点では、準備にご苦労されている施設もあり、受け入れに当たって丁寧に説明し、お客さまをお送りすることも当社のミッションの一つと考えている。

特に、日本旅館は日本文化の発信基地だ。その土地の歴史や文化を、体験とコミュニケーションを組み合わせて提供すれば必ず人気になる。語学が堪能でなくても魅力を伝えることはできる。泊食分離の宿泊プランも増えており、オンラインでも販売しやすくなってきた。強固に連携し、訪日誘客、地方誘客の流れを共につくっていきたい。

2026年度事業計画

JTB旅ホ連

戦略的パートナーシップの深化

JTB協定旅館ホテル連盟（JTB旅ホ連）は、2026年度事業計画の基本テーマを「JTBとの戦略的パートナーシップの深化による宿泊増売と会員施設の安定経営実現への貢献」とする方針だ。25年度に打ち出した基本テーマを基本的に引き継ぎつつ、「実現」の言葉を加え、強い意思を込めた。事業戦略は「宿泊増売」と「地域振興・観光振興」、事業基盤には「人財育成」と「組織強化」を施策の柱とする。JTBとの協業により宿泊増売の中長期目標2028年度の5千億円を念頭に、26年度は4500億円の達成を目指す。事業計画の案を基に取り組みの方向性を紹介する。

基本テーマを補完するサブテーマは、「『四方良し（お客さま・地域・JTB・旅ホ連会員）』の精神で、ツーリズム産業の持続的な発展を成し遂げる」とした。

JTB旅ホ連の「あるべき姿」には「四方良しの精神」のもと、「7つの旅のチカラ（文化・交流・経済・健康・教育・環境・幸福）」を提供し、内外の実感価値を創出し続ける経済団体」を掲げた。

さらに「幸福創造産業」の確立を目指す。幸福創造産業を「宿泊業を通じて『7つの旅のチカラ』が持つ実感価値を創出し、訪れるお客さまに心豊かになる時間（幸福感）を提供する産業」と定義づけ、その確立に向けて、JTBグループの事業ドメイン「交流創造事業」の源泉「つなぐ・つくる・つなげる」を推進する。

「四方良し」として「お客さま（ファン）」の満足度と評価を追求し、「地域（地域）」にJTBが入り込むための力添え③地域のユニークな素材や取り組み情報の提供④オンライン説明会や旅先店頭での旅行相談への参画―となっている。

一方で、JTB旅ホ連が抱える課題を踏まえて、JTBグループに対する「旅ホ連からの『2つのお願い』」を初めて事業計画に盛り込むことにした。その内容は、①会員数拡大に向けた連携強化（仕入、47DMC支店）②JTB宿泊販売における旅ホ連会員施設シェアの維持拡大。この2点に協力を求め、宿泊増売に向けた相互連携による適正な販売目標達成に向けた取り組み強化

JTBは、宿泊販売の26年度目標を4500億円に設定している。暫定3カ年目標では、27年度に4700億円、28年度に5千億円を達成することを目指している。

宮﨑会長は「旅ホ連の事業軸は『宿泊増売』『地域振興・観光振興』『人財育成』『組織強化』の四つの柱で構成されているが、第一義は『宿泊増売』だ」「今後も事業の第一義を宿泊増売とし、持続的に投資を行い、定率会費の拡大再生産の循環をつくっていく」と意欲を示し、会員施設に協力を呼び掛けている。

宿泊増売では、「令和の大改革」と位置付ける新たな国内客室管理ツールの最適運用により成果を出すことが求められる。23年12月にリリースされたこのツールは、柔軟な客室の出し入れが可能になり、宿泊プランに応じて最適なタイミング、最適な価格で市場に提供することを実現するために、旅ホ連会員施設の要望を反映させたシステム。

具体的には、国内客室管理ツール導入に伴う「JTBと旅ホ連の相互取り組み」に掲げる次の施策を実践する。

①「宿泊日から364日前」～「受注ピーク手前まで」の早期施策の効果的展開に向けた提供客室数の維持・拡大（休前日・特定期間を含めて全設の宿泊販売最大化につながる仕入、販売の連動を促進していく。

◇訪日インバウンド

市場が拡大する訪日インバウンドに関しては、訪日外国人旅行者を対象とした宿泊増売に向けて、JTB、JTBグローバルマーケティング&トラベル、JTB Inbound Tripとの連携を強化する。

◇法人需要

法人需要の囲い込み、底上げの強化として、MICE・団体需要の獲得に向けたJTBの営業を支援する。

◇情報発信

リアルとデジタルを活用した情報発信、その環境整備を推進する。会員誌「旅ホ連ニュース」のコンテンツを充実させ、宿泊増売につながる情報の伝達に注力するほか、旅ホ連設立70周年を意識した情報の掲載で次代に向けた発展につなげる。

会員用メールマガジン「旅ホ連だより」による発信も強化。JTB旅ホ連会員専用サイト「やどこむ」は段階的に改修を

宿泊増売
2026年度 4500億円が目標

JR四国ホテルズ
JR SHIKOKU HOTELS
〒760-0011 香川県高松市浜ノ町1番1号　☎ 087-811-1111
JRホテルクレメント高松　JRホテルクレメント徳島
JRホテルクレメント宇和島　JRクレメントイン高松
JRクレメントイン高知　JRクレメントイン今治
JRクレメントイン姫路　ホテル道後や

JR東日本ホテルズ
JR東日本ホテルズは、100年以上の歴史を誇り国内外のお客さまに愛されている「東京ステーションホテル」、"TOKYO WAVES"をコンセプトに絶えず変化する東京の"今"に根ざしたサービスやコンテンツを提供する「メズム東京、オートグラフ コレクション」、華やぎとやすらぎが息づく空間の中で、満ち足りたひとときをお届けする「メトロポリタンホテルズ」、上質が息づくをコンセプトに展開する宿泊特化型ホテル「JR東日本ホテルメッツ」など、東日本エリア中心に60以上のホテルを展開しています。
THE TOKYO STATION HOTEL / mesm TOKYO / HOTEL METROPOLITAN PREMIER / METROPOLITAN HOTELS / JR-EAST HOTEL METS / B4T HOTEL B4T / HOTEL DREAM GATE / FAMILIO FOLKLORO / TAUTAU / 和のあ / HOTEL NEW GRAND
JR-EAST HOTELS　https://www.jre-hotels.jp

Hotel New Awaji Group
2つの新ラグジュアリーホテル
淡路島に誕生。
― 2027年1月開業予定 ―
ホテルニューアワジグループ
淡路島 古茂江海岸
紀淡海峡を一望する
ホテルニューアワジグループ最上位ホテル
East
West
淡路島 慶野松原
瀬戸内海を一望する
長期滞在型オールインクルーシブリゾート