

「年間4泊」を目指そう

JATAキャンペーン開始 国内旅行活性化座談会

出席者(順不同)

日本旅行業協会 会長 観光庁 観光地域振興部長
金井 耿氏 **大黒伊勢夫氏**
 国際観光旅館連盟 会長 日本観光旅館連盟 会長
佐藤義正氏 **佐久間 進氏**



大黒氏

多くの分野が協力し国内観光振興を

今年度は観光庁の實質的な初年度で、観光産業が一丸となって需要を盛り上げていく「観光元年」とも言える1年。日本旅行業協会(JATA)ではその4月か、国内宿泊旅行拡大キャンペーン(「もう一泊、もう一度」)をスタートさせた。観光庁の目標、1人当たりの宿泊数4泊、観光消費額30兆円を目指すもので、JATAが初めて国内旅行の活性化に目を向けた大々的な取り組みだ。そこで、JATAの金井耿会長が、観光庁の大黒伊勢夫、観光地域振興部長、国際観光旅館連盟の佐藤義正会長、日本観光旅館連盟の佐久間連盟長の座談会をJATA本部事務局(東京・霧ヶ峰)で開催。JATAのキャンペーンをいかに盛り上げるか、国内旅行活性化のためには何をすべきかについて意見を活発に交わした。

初めての国内宿泊旅行キャンペーン



金井氏

(司会)観光経済新聞社社長(江田恒明) JATAが国内宿泊旅行拡大キャンペーンを行う。まずは、その狙いと進め方についてうかがいたい。

金井 国内旅行は横ばい、ないしは微減の状況が何年も続いている。JATAでは、国内旅行の振興は以前から非常に大きなテーマであり、04年から「国内旅行のさらなる振興に向けて」という提言をまとめて、何とかしなくてはならないと考えてきた。そこ、観光

立国推進基本計画が立てられ、その目標が具体的に決まった。JATAとしてもどう貢献できるのかをいろいろ検討し、そのままとし、観光消費額30兆円と1人当たり宿泊数4泊という目標値に向けての具体的な行動計画を固めた。これを「もう一泊、もう一度」(たじ)キャンペーンとして展開していく。私たちが自身で努力することにも関係の国連連、日経連と協力し、観光庁の力も借りて、それを推し進めていく。

佐藤 観光庁が「国内宿泊旅行4泊」の目標を立てたことは非常に心強い。これが達成されたら我々宿泊業界は一気に元気になるだろう。

佐久間 これに呼応してJATAも、もう一泊、もう一度、というキャンペーンを立ち上げた。私も国内観光連もできるだけの協力を、ぜひ成功させてほしい。

佐久間 日経連も国内旅行の活性化につながるよう連携を図っていく。確かに年間の宿泊数を4泊に引き上げるのは簡単なことではない。しかし、国が本腰を入れ、民間、地域が一体を取り組めば、実現は可能だと思う。観光地

10年に4泊というのは率直に言うて厳しい目標だ。2・72泊が2・42泊に下がった現実があるわけだから、それを引き上げるのは大変なエネルギーがいる仕事だが、決して不可能な数字ではない。例えば、06年の調査では、国民の約半数の人が観光旅行には行かない。この1年行ってないという、このうち2割は特段の理由がない。ということがある。国民全体の約1割に動く余地がある。人数に換算すれば約1千万人。もうと必要を振り起こしてあげれば可能性は残っている。JATAでは3年間に渡り、4泊の目標に向けた活動を展開していく。

佐藤 観光庁が「国内宿泊旅行4泊」の目標を立てたことは非常に心強い。これが達成されたら我々宿泊業界は一気に元気になるだろう。

大黒 国内観光振興には非常に幅広い分野の人がかかわってくる。旅行業、宿泊業、キャリアもあるし、地域もある。最近では情報その他の産業分野もある。そういった皆さんに集まってもらい国内旅行の振興に関する連絡会議を3月に開いた。

観光庁としては、各分野の方々が協力できることはほとんどない。携ってほしいというところ、その場でもJATAの取り組みを説明した。JATAの取り組みを説明した。JATAの取り組みを説明した。

佐藤 宣言予算も確保しているのか。

金井 懸賞付きキャンペーンにはJATAの資金を投入し、全国紙にも広告を掲載した。しかし、何回も広告を打てるわけではなく、まずJATA自身がどのような取り組みを行い、アピールしていくかが重要だ。

佐久間 例えば、もう一泊、もう一度、たじ(たじ)キャンペーン、会員各社に配布し、着けてもらうことでキャンペーンをアピールしていく。

佐久間 宿泊拡大キャンペーンでのJRとの連携は、

金井 JR各社もそれぞれ行うキャンペーンがあり、それに私たちが参加するの1つの方法だ。高速道路料金1千円の対抗策としてJRも相当安い料金プランの商品を出して、そういうものを使いながら宿と組んで商品化していきたい。

観光庁のアクションと旅行の現状

—大黒氏の発言から

観光立国推進基本計画で5つの主要な目標を立てていて、その1つが国内観光旅行について、1人当たりの宿泊を年間4泊にするという目標だ。平成18年度は2・72泊だったが、19年度は2・42泊と若干減少した。宿泊旅行はバブル崩壊後、減少または横ばいで推移している。国際観光については2010年に外国人旅行者を1千万人にしようと、観光庁の大きな政策として取り組んでいるが、観光の市場全体を見ると国内の宿泊旅行が3分の2を占めていて、観光産業にとって非常に重要なのがこの分野だ。

少子高齢化の中で交流人口の拡大がこれからの地域の活性化にとって大きな役割を持っている。観光立国推進の中でもそうだが、最近における経済対策の中でも期待が大きい分野となっている。一方、旅行形態の変化を背景として、旅行ニーズが多様化している。これを観光産業、あるいは観光地がうまく受け取れないのが現状。観光に対する期待にこたえるためには、観光産業についても観光地づくりについても相当な改良やシステムチェンジが必要だ。

観光庁としては「開かれた観光庁」というビジョンの下で、施策を外にも分かる形でアクションプランを示し、それを基に取り組んでいく考えだ。1月に示したアクションプランの中でも国内観光旅行の振興についてのさまざまな施策を位置付け、その1つとして、まずは現状の国内観光動向の基礎的な調査、分析に取り組んでいるところだ。

若年、家族、団塊世代の掘り起こしを

若年層や家庭に関する旅行の減少は、経済的な要因が大きい。休暇が減っているなど時間的な要因もある。若年層は「旅行に行く人」と「行かない人」に分かれていて、特に男性は旅行に行かない人の層が大きくなりつつある。他のレジャーも多様化しているなか、若年層に旅行を選択してもらうためにどう知恵を絞るかが大きな課題だ。家族層は子供連れで旅行をしたいという意欲は非常に強いが、子供との休日の一致、混雑を避けられることが条件になっている。

4泊に向けて我々が特に期待をしていたのが、団塊の世代だ。しかし、相対的に高水準ながら60代の旅行回数が最近落ち込んでいる。資産はたくさん持っているが、老後の不安から60歳を超えても働いていたり、資産デフレの影響も出ている。

若年もファミリーも団塊も旅行に出るようには、旅行する環境、休日の問題など観光分野だけでは解決できない要素もあるが、体験・交流型の旅行など各層それぞれに魅力的な観光コンテンツや商品の開発、若年層を含めた旅行のきっかけづくり、旅行満足度の向上によるリピーターの拡大などへの取り組みが必要だ。こうした時期だからこそ、中長期的な視点も備え、観光分野として連携し、新しい旅のあり方の提案や、ニーズの変化、多様化に対応したサービスの提供や観光地づくりといったことに取り組むことが重要となっており、そのチャンスでもあると考えている。

や宿泊業の振興、休暇改革などで協力していきたい。

金井 国連連、日経連に私たちが計画へ賛同していただき、どのように連携して進めていくかという会議の1回目も3月に開いた。

佐藤 消費者に直接訴える懸賞付きキャンペーンを行うっており、そこでも協力していきたい。

またTJ(日本旅行業団体連合会)では、国内旅行振興の取り組みを進めていて、国内観光旅行活性化特別部会も4月23日に立ち上がり、今後はJATAと連携した取り組みを行い、キャンペーンをTJ傘下の各組織とも運動できるように持ち込もうとしている。

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



急ぎ旅ではなく、ゆっくり滞在して味わって
 いただきたい四季の魅力やお宿の風情。
 旅館・ホテルを舞台に、日本ならではの旅の醍醐味を
 もっと多くの方々に楽しんでもらうキャンペーン
 「もう一泊、もう一度 春夏秋冬 季節のリズムで旅しましょう!」。
 お客様をお迎えする皆さまも一緒に、
 熱く盛り上げていきませんか。

日本を再発見する滞在型の旅のススメ。

3泊、泊まって当てもう! 「ペア宿泊券・日本のお土産」もう一泊、もう一度 国内宿泊プレゼントキャンペーン開催中。キャンペーン期間: 2009年4月1日~2009年9月30日(宿泊日基準) 詳しくは、「もう一泊、もう一度」国内宿泊プレゼントキャンペーン事務局 TEL.03-3547-2526 e-mail: info@mou1paku.com 又は専用サイト <http://mou1paku.com/> をご覧ください。

特集

