

観光立国の実現は、地方(地域)から

# 商機つかめ

# 「復興」へ旅行業界もまい進

## 国内旅行増売へ各社の戦略はいかに

2013年が明けた。未曾有の震災から間もなく1年10カ月。人々の旅行への意欲も徐々に回復し、旅行業各社の販売実績も震災前の水準にほぼ戻りつつある。ただ、国民の志向の変化や販売チャネルの多様化

など、対応すべき課題も多い。大手旅行業は今年1年、どんな施策で旅を売ることか。4社のトップにお集まりいただき、語ってもらった。「東京のフォーシーズンズホテル椿山荘(現ホテル椿山荘東京)で」

**出席者**  
 JTB社長 田川 博己氏  
 近畿日本ツーリスト社長 吉川 勝久氏  
 (1月1日からKNT-CTホールディングス会長)  
 日本旅行社長 丸尾 和明氏  
 トップツアー社長 石川 邦大氏  
 司会—本社編集長・内井高弘

## 2012年の回顧と2013年の展望

2012年の国内旅行市場は、東日本大震災で旅行業も大変な目にあったわけだが、11年秋ごろからシニア層を中心に戻りはじめ、12年に入っては想定以上の回復の早さを見せた。特にシニア層については、復興に向けての関心がこのほか強く、被災地を訪れ花を手向けたり、旅館の女将さんの話を聞いたりする姿が目立った。震災に対する心の整理をしてきたのではないだろうか。



石川氏

バス、東北観光博、JR東京駅といったところか。九州や沖縄などように台風や豪雨の影響を受けた地域もあるが、全体としては、国内旅行は順調に推移したといえる。13年はもっと長い年になるよう、われわれもしっかりと商品をつくりたい。

丸尾 私も需要の回復が思いのほか早かったと捉えている。消費者が「被災地の復興を支援するには東北を旅するのが一番」という意識を強く持ったのではないかと。旅への憧れは日本人のDNAの中にしっかりと組み込まれていて、それが需要の拡大に向かっていたと思う。

高速ツアーバスの事故については、旅の安全性に対する消費者の見方を厳しくさせた。貸切バスは2000年2月に規制が緩和されたが、当時全国で約2300社だったバス会社が10年には4500社になったと聞いている。小規模の事業者が増え、1社当たりの保有台数が増えた結果、大型団体が入るとバスを確保するのが難しい状況が地域によっては起きている。旅行会社としては安全面の担保と台数の確保について、より真剣に考える必要がある。

田川 安心、安全の確保は旅行業務の核となるもの。しっかりと守っていれば、ああいう事故は起こるはずがない、と思っていれば、海外旅行についてはランドオペレーターに委託する部分が多く、万里の長城のような事故が起こる可能性は全くゼロではない。海外の場合には国内と比較してリスクが大きいのは事実だ。だからといって、国内と海外を同一に論じてはならない。規制と緩和は必要だが、いずれも行き過ぎは良くない。われわれが利用させていただくバス会社さんではあんな事故は起きないと思いたい。

## 回復の早さ想定以上 旅への憧れDNAに

海外旅行についてもシニア層がけん引した年だった。シニア層のエネルギーは本当にすごい。格安航空券や旅行が増える中において、シニア層は高い商品求めており、旅行会社としてはそういう商品が売れるのは大変ありがたいし、これからの大事にしたいと思う。

回復は数字の面でも表れており、12年度上期(4~9月)のグループ連結決算は経常利益が前期比776.3%増の約187億円、当期純利益も408.1%増の約104億円となり、史上最高の数字を

残した。特に印象に残った出来事は、田川 東京にスポットが当たったこと。今や最大の観光地だ。東京スカイツリー、JR東京駅、お台場のダイバーシティ、ディズニリゾート(TDR)、渋谷ヒカリエなど、山の手、下町ともに観光資源が充実している。新しいものと古いものが同一場面にあるといわれるのは、われわれ旅行会社を喜ばせる素材だ。東京は10年比でも2ヶタの伸びを示している。

吉川 震災の影響や九州新幹線の開業もあり、11年の国内旅行は「西高東低」だった。しかし、12年は「東高西



吉川氏

低」の年であり、田川社長が指摘の通り、特に東京に注目が集まった。方面別に見ると、前年の反動もあり九州方面が少し悪かったが、全体としては国内旅行需要は上向きつつあるといえる。

丸尾 東北の状況をどう見ているか。吉川 日本旅行業協会(JATA)の国内旅行推進委員長を務めているが、12年9月に福島で委員会を開き、現地を見てきた。9月の時点で東北6県のうち5県はかなり回復してきたが、福島は原発の影響もあり遅れている。東北については、13年もわれわれ旅行会社はしっかりと送客しなければならぬと改めて思った。

12年のキーワードは東高西低、スカイツリー、LCC(格安航空会社)、高速ツアー

バス、東北観光博、JR東京駅といったところか。九州や沖縄などように台風や豪雨の影響を受けた地域もあるが、全体としては、国内旅行は順調に推移したといえる。13年はもっと長い年になるよう、われわれもしっかりと商品をつくりたい。

丸尾 私も需要の回復が思いのほか早かったと捉えている。消費者が「被災地の復興を支援するには東北を旅するのが一番」という意識を強く持ったのではないかと。旅への憧れは日本人のDNAの中にしっかりと組み込まれていて、それが需要の拡大に向かっていたと思う。

高速ツアーバスの事故については、旅の安全性に対する消費者の見方を厳しくさせた。貸切バスは2000年2月に規制が緩和されたが、当時全国で約2300社だったバス会社が10年には4500社になったと聞いている。小規模の事業者が増え、1社当たりの保有台数が増えた結果、大型団体が入るとバスを確保するのが難しい状況が地域によっては起きている。旅行会社としては安全面の担保と台数の確保について、より真剣に考える必要がある。

田川 安心、安全の確保は旅行業務の核となるもの。しっかりと守っていれば、ああいう事故は起こるはずがない、と思っていれば、海外旅行についてはランドオペレーターに委託する部分が多く、万里の長城のような事故が起こる可能性は全くゼロではない。海外の場合には国内と比較してリスクが大きいのは事実だ。だからといって、国内と海外を同一に論じてはならない。規制と緩和は必要だが、いずれも行き過ぎは良くない。われわれが利用させていただくバス会社さんではあんな事故は起きないと思いたい。

水と生きる SUNTORY

うまさには本物の輝きがある。

華やかで、芳醇。  
ザ・プレミアム・モルツ