



TRAVEL JOURNAL

Japan's No.1 Travel & Tourism Business Magazine
観光立国を支えるすべての人々に向けて

2021
1/18

キーワードで占う 2021年

GoTo後の喚起策から
地域振興DXまで



■論文

「着地型観光」における
地域主体性に関する
一考察について 前編

望月徹 (甲南大学経営学部経営学科特任教授)

■ 誌上セミナー
海外の観光地域づくり
丸山芳子

(ワールド・ビジネス・ソーシエイツ チーフ・コンサルタント)

■ 好評連載
視座
中村好明

(日本インバウンド連合会理事長)

SCRAP

ワクチン接種義務は得策なのか

観光経営の未来シナリオ
清水泰志 (ワイズエッジ代表取締役)

ビジネスパーソンの日々雑感
鎌田由美子 (ワン・グローカル代表取締役)

特集

10

キーワードで占う 2021年

GoTo後の喚起策から地域振興DXまで



01 海外旅行市場の牽引役 黒須宏志 (JTB総合研究所研究理事)	10 OneIDの空の旅 戸崎豊 (接続株式会社航空・マネジメント学部教授)
02 訪日旅行マーケティング 中村好明 (日本インバウンド連合会理事長)	11 宿泊キャンセルボリシー 井門隆夫 (高島経済大学地域政策学部教授)
03 GoTo後の需要喚起策 江藤誠晃 (トラベルプロデューサー/BUZZPORT代表取締役)	12 在留外国人マーケット 高岸洋行 (ライター)
04 コロナ下のオリバラ 藤塚恭一 (SPIあ・える俱楽部代表取締役)	13 アドベンチャーツーリズム 高山慎 (一般社団法人JARTA代表理事)
05 観光立国推進基本計画 神田達哉 (サービス連合情報総務執行理事・事務局長)	14 オンラインツアー2.0 中林幸宏 (EXcast代表取締役CEO)
06 上場後のエアビーアンドビー 牛堀春夫 (フォーカスライト日本代表/航空総業研究所副所長)	15 少人数プライベートツアー 二木涉 (ベルトラ代表取締役社長)
07 在宅エージェント 上野良子 (本店営業部長)	16 ワーケーションの広がり 藤井真代 (本店営業部)
08 コロナ明けの中国人旅行 齊藤茂一 (上海華潤空港商務有限公司COO)	17 日本発着クルーズの再開 糸川雄介 (シルバーシー・クルーズ日本・韓国支社長)
09 地域振興のDX 高橋敦司 (ジェイアール東日本企画客室車両統括チーフ・デジタルオフィサー)	18 スーパーシティ 板村康 (WiLL地方創生チーム プランニングリーダー)

ニュース

注目のニュース

観光庁予算、4割減の408億円	6
くまもとDMCが少人数ガイドツアー	6
IR基本方針決定で自治体に動き	7
9月の出入国者97%以上減	7

ニュース短信

「第3次補正予算に1.9兆円」

海外事情

「法人航空旅客需要、3割減予測」

特集

22

海外の観光地域づくり

「観光地域の実力を見える化する」

丸山芳子(ワールド・ビジネス・アソシエイツ チーフ・コンサルタント)

論文

24

「着地型観光」における 地域主体性に関する 一考察について [前編]

望月徹(中南大学経営学部経営学科特任教授)

コラム

4

■祝座 中村好明(日本インバウンド連合会理事長)

21

■SCRAP ニュースに見る海外の旅行ビジネストレンド

31

■観光経営の未来シナリオ

「言葉信仰」

36

■山田静のツレヅレナルママニ

■viaみちのえき 浅井佑一

37

■ビジネスパーソンの日々難感

藤田由美子(ワン・グローバル代表取締役)

専門家のアドバイス

34

■三浦雅生弁護士が答えるよろず相談

35

■トラブル訟方論～小池修司弁護士がアドバイス

38

■権利後記／今週のプレゼント／次号予告

■ AD INDEX

トラベルジャーナル学園 Travel Hospitality & Tourism College	40
メッセベリーリンシンガーボール Messe Berlin Singapore	5

1冊
500円(税抜)
でお得!

週刊トラベルジャーナル 電子書籍版 販売中!



ご購入は Fujisan.co.jp(フジサン)にアクセス!
<http://www.fujisan.co.jp/product/1281691986/>

電子書籍版は1冊500円(税抜)で購入いただけます。

Fujisan.co.jpでご購入いただいたデジタル版誌は、PCだけでなくiPhone/iPadでも別途料金を支払うことなく閲覧が可能です。

フジサンでは週刊トラベルジャーナル(紙媒体)の定期購読も承っております。

バックナンバー情報は「トラベルジャーナルオンライン」に掲載中! www.tjnet.co.jp

株式会社トラベルジャーナル

〒102-0083 東京都千代田区麹町3丁目5-19 にしかわビル4F
TEL: 03-6685-0010 FAX: 03-6685-0031 Email: kodoku@tjnet.co.jp



GoTo後の需要喚起策

内需深掘りで高付加価値旅を

江藤誠晃 トライアルプロデューサー／BUZZPORT 代表取締役

20 年後半に全国各地を取材するなかで感じたのは、前年度を上回る稼働率や売り上げを獲得したホテルや施設が少なからず存在し、GoToが一定の効果をもたらした事実である。しかし、この好況は金銭的補助に支えられたものであって、キャンペーンが終了すれば効果も見込めなくなる。巨額の予算で苦境を支えてもらう観光業界が急ぎ取り組むべきは、産業的な要容である。他産業に比べて資本収益率が低い観光産業はこの間にこれまでにない高付加価値産業の道を探る必要がある。

海外旅行、訪日旅行、国内旅行を逆三角形に配置したこの図は観光市場を構造的に把握するための3角思考図である。上下で見るとその舞台が「世界か

日本か」で2分できるが、海外旅行と訪日旅行市場の復活には5年ほどの時間が予想されるので、当面は国内旅行市場における需要喚起策が重要になる。ここで着目すべきは、激減した訪日観光市場と入れ替わるように流入する「行き先を失った」日本人海外旅行市場のマネーである。実際のところ、GoTo好景気ホテルではこの層の新規顧客が増えた傾向が見受けられる。

コロナ以前の問題としてコモディティ化が日本の観光市場の課題であったが、旅慣れた海外旅行客層を満足させる国内旅行を高付加価値化で実現できれば、回数化や周遊化で市場活性化の期待が高まる。ここにワーケー

●3角思考の観光マーケティング



ションや多拠点生活などのニューノーマルが加われば、これまでの余暇市場はライフスタイルの多様化に伴う広義の観光市場に拡張し、そこに新たなビジネスも生まれてくるだろう。業界キーワードは「内需の深掘り」である。



コロナ下のオリバラ

安心示せれば観光の起爆剤に

篠塚恭一 SPI あ・える俱楽部代表取締役

1 年前の春に沸いていたなかでこの状況を予測した人はいなかつただろう。関係者は感染者も台風豪雨やテロへの備えもすべて想定内で準備を進めていた。そうした人の考えうる予測を新型コロナウイルスは既に超えていき、あらためて自然の脅威と人の未来はわからないという教訓を残した。

延期となったオリバラ開催を望む世論に誘致が決まった時の熱狂はない。昨夏の調査では、「再延期または中止すべき」の声が7割もあった。第2波が落ちていた秋には、半数が「制限しながら

らも開催すべき」との意見に変わったが、新規式でマスクによる熱中症リスクは高まり、入場時の健康チェックや消毒時間など、運営にも観客にも新たな負担が伴う。第3波のなかワクチン接種が始まり、参加準備を始めた海外選手もいるが半信半疑という。

もとよりオリバラはアスリートが生身で極限に挑むスポーツの祭典であると同時に、主催国として科学技術を世界に示すショーケースだ。コロナ禍のいま、安心・安全な移動の確保や交流も可能であると世界に示すことができれば、

スポーツ、エンタメとともに観光復活の起爆剤になるだろう。

この30年、グローバル化のなかで日本はこれまでのビジネスが通じなくなり、経済成長できずにきた。少子高齢化による人口減少はそこに拍車をかけ、すでに日本は転換期を迎えていた。オリバラは社会インフラのパリアフリー化を進め、コロナ禍はデジタルシフトを加速させた。この経験を生かし、次なる競争に備えて、官民一体、国際協力で混沌の中から新たな希望を見いだし、オリバラの成功を祈りたい。



観光立国推進基本計画

従事者の本気引き出す施策で

神田達哉 サービス連合情報総研審議執行理事・事務局長

科

学立国、技術立国とは今は昔。骨抜きにされた結果、研究力は低下し学術への畏敬は喪失してしまった。その現状が可視化され再生論の萌芽が見られる他方、観光立国へと転換した政策を継続することにどれほど国民的理解が伴うだろうか。不安を覚えずにはいられない。政府はGoToトラベルをめぐる一連の対応でみそを付けた。コロナ禍で今なお困難といえる状況でなぜ観光に肩入れし続けるのか、語り尽くされた「相手」論に終始せず、その理由を明確にする必要がある。

産業が受けたダメージからの復活を考えるとき、パンデミックはリーマンショックや東日本大震災との比較では譲れない。コロナ以前の金のなる木は枯れてしまい、そのもろさが証明された。あらゆる観点において他国への依存が強いということは、国際競争力を失うだけにとどまらないことを国民は身をもって学習した。組織の先は近くへ置かざるを得ないのは自明の理だろう。次期観光立国推進基本計画策定に向けた議論が交通政策審議会で行われている。地方から寄せられる現下の課題

は明白で、情報発信に関わる人材不足と提供手段の未整備に尽きる。本来、サービスとは提案者と顧客が共創するものだ。魅力的な品質であっても提案する主体が不在では、価値に伴う文脈が形成されることはない。

67年前、初めて観光立国という言葉を使った松下幸之助は、観光のさまざまなリソースを相互扶助の理念や博愛の精神をもって旅行者へ共有すべきと提起した。旅行会社など観光産業従事者を本気で真心から関与させるような施策でなければ、未来は一層かずむ。



上場後のエアビーアンドビー

MaaS取り入れ総合旅行会社へ

牛場春夫 フォーカスライト日本代表／航空経営研究所副所長

工

エアビーアンドビーが12月10日、米NASDAQに上場した。いまや時価総額1000億ドル（約1兆円）を超す大企業となった。

エアビーは創立10周年にあたる18年に「総合旅行会社になる」という野心的な計画をぶち上げた。ホームシェア以外にも、旅マエから旅アトまでエンドツーエンドでパーソナルな旅のお世話をする旅行の会社を設立するという構想だ。グローバルOTAのブッキング・ドットコムやエクスペディアを追い抜いて世界最大の旅行会社になるという。

構想は新型コロナウイルスのパンデミックで一時横上げになった。しかし、不可能だと言われた見知らぬ人を自宅に泊めるビジネスをこれほどまでに成功



あり得ないといわれたビジネスモデルを成功させた3人。可能性は計り知れない

すでに地域を案内するプログラムを立ち上げている。21年はこれに磨きをかけ、飛行機や鉄道など輸送を含めたMaaSと統合させて「エアビー総合旅行会社」を立ち上げるだろう。そして旅行のニューノーマルを自らつくり出していくだろう。