


From: "Carol Kobayakawa" <carol@choosechicago.jp>   
Subject: FW: 旅行通信2013年10月16日号  
Date: 2013年10月16日 14:07:38 JST  
To: "Marjorie Dewey" <marjorie@choosechicago.jp>

2 Attachments, 20 KB

MRC seminar is featured in today's Ryoko Tsushin.

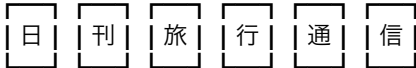
FYI

Carol

小早川 薫  
Carol Kobayakawa  
トレード/マーケティング担当マネージャー  
Manager - Travel Trade Sales & Marketing  
シカゴ観光局  
〒105-0003 東京都港区西新橋1-18-6 クロスオフィス内幸町1110号室  
(株) コネクトワールドワイドジャパン内  
connectworldwide Japan Co., Ltd. Cross Office Uchisaiwaicho #1110  
1-18-6 Nishi-Shinbashi, Minato-ku Tokyo 105-0003 Japan  
P: +81 3 4360 5684 | f: +81 3 3323 6698  
e: [carol@choosechicago.jp](mailto:carol@choosechicago.jp)



From: Wing Travel [mailto:mail@jwing.com]  
Sent: Wednesday, October 16, 2013 12:47 PM  
To: wingtravel1@jwing.com  
Subject: 旅行通信2013年10月16日号



Wing Travel Daily <http://www.jwing.com> [mail@jwing.com](mailto:mail@jwing.com)

編集発行所：航空新聞社ウイングトラベル編集部：国交省交通運輸記者会加盟  
〒107-0052 東京都港区赤坂4-8-6 赤坂余湖ビル 3階  
[TEL:03-3796-6646](tel:03-3796-6646) FAX:03-3796-6645 無断転載・無断転送厳禁  
複数購読割引・イントラネット掲載割引実施中  
購読料：半年間33,600円 年間63,000円（消費税含む）

旅行通信2013年10月16日号（水曜日）第6072号（毎週月～金曜発行、祝日休刊）



※画像をクリックすると詳細のPDFが閲覧またはダウンロードできます

[旅行通信本日号 PDFファイル](#)

-----  
<トップニュース>.....

★「JT国内旅行企画」来年4月設立、国内分社化  
田川社長「リスク負い勝負、旅行業を明確化」  
売上2014年度3000億円、20年度5000億円目標

国内旅行の仕入・企画とインバウンド、新領域

- ★CTCマメラ新副社長、羽田便と「朝ドラ」に期待  
地方マーケット開拓、メディア露出に注力  
堅調な伸びを見せる日本マーケット、昨年7.2%増

<旅行関連>.....

- ★トップツアー8月実績、海外伸び悩み総取扱額12%減
- ★セレブリティ、アジア太平洋地域の展開強化へ
- ★JTBガイアレック、伊香保温泉など2商品発売
- ★近ツー、熱海温泉卓球大会のエントリー開始

<航空関連>.....

- ★アジアナ、冬期に日韓3路線で一部減便・運休  
羽田・旭川-仁川線、那覇-釜山線が対象
- ★サッカーでインドネシアと山梨県の交流促進へ
- ★アマデウス、旅行会社向けキャンペーン開催
- ★ANZ、ユニーク機内安全ビデオの新作が完成

<デスティネーション>.....

- ★韓国文化の発信地「コリア・センター」が開館  
KTO東京支社など6機関が集結、日韓交流の基軸に
- ★ミシシッピ・リバー・カントリーUSA、初のセミナー  
日本人訪問者数、2012年は前年比41%増の高い伸び

<ホテル>.....

- ★アコーホテルズ、CSR活動で石巻市に植樹  
エールフランス/KLMオランダ航空なども参加

<組織・人事>.....

- ★エア・カナダ、日本支社長にワイス貴代氏

.....

- \*[本日の為替相場](#)

- \*[過去の為替相場](#)

- \*[フェイスブック・ウイングトラベル](#)

- \*[ツイッター・ウイングトラベル](#)

.....

## 【トップニュース】

- ★「JTB国内旅行企画」来年4月設立、国内分社化  
田川社長「リスク負い勝負、旅行業を明確化」

JTBは2014年度がスタートする来年4月1日に、国内旅行の仕入・企画・造成部門である国内商品事業本部を分社化し、新会社「JTB国内旅行企画」を設立する。JTBが長年検討してきた国内旅行事業の仕入を海外旅行と同様に買い取る方向に舵を切る。田川社長は「旅行代理業はインターネット以外は終わった。リスクを負って勝負し、旅行業と旅行代理業の違いを明確化する」と述べ、JTBだけでなく、旅行業界で最大の改革となることを明言した。

売上2014年度3000億円、20年度5000億円目標  
国内旅行の仕入・企画とインバウンド、新領域

「JTB国内旅行企画」は2014年度売上高3000億円を目標とし、社員数1000名を擁する国内でも最大規模のホールセラーとなる。今年4月1日付で設置した国内商品事業本部を分社化する。JAL、ANA等は別として、大手旅行会社で国内旅行の仕入・企画造成部門を分社化するのはJTBが初めて。

2006年4月にJTBが分社化した当時、JTBは事業持株会社に移行した。これは、国内商品企画はホテル・旅館、航空会社・JRなどサプライヤーとの関係からグループ全体として総合的な販売が必要として国内商品企画機能をJTBに残したため、8年の歳月を経ての新会社設立で、JTBは純粋持株会社に移行する。

田川社長は「JTBの屋台骨を支えてきた国内旅行商品の仕入・企画造成部門を別会社にするには大きな決断」と前置きした上で、「2020年の経営ビジョンで、交流文化事業の完成とアジアのNo.1をめざし、メーカーとして旅行業を再構築するた

めに最後に残った国内商品事業を独立させる」と述べ、「JTBグループの歴史の中で、初めてこの分野を外出しにする。これまでの分社化の中でも最も大きな改革。新しい旅行スタイルを創造し、新しい需要、インバウンド、交流文化事業を支える」と強調した。

さらに、JTB国内旅行企画は国内旅行とともに訪日インバウンド事業の仕入を担うことになり、事業領域は今後さらに拡大される。インバウンド事業については、JTBグローバル・マーケティング&トラベルにノウハウを蓄積し、JTB国内旅行企画が仕入を担当する。

国内旅行商品事業の2012年度売上高は2800億円、組織改正された国内商品事業本部の2013年度売上高は2900億円の見込みで、2014年度の分社化で新会社の売上高は13年度比3%増の3000億円を目標とする。

田川社長は、新会社の売上高を2014年度の3000億円から2020年度には5000億円にまで拡大する目標を掲げた。国内旅行とともにインバウンドの仕入と企画を担うとことで、「訪日旅行者が2000万人、3000万人になれば売上高は加速度的に跳ね上がる」と自信を示した。

大谷恭久取締役旅行事業本部長は2020年度の売上高目標の内訳について、「国内旅行の3000億円に訪日インバウンド拡大と新領域の需要創造部分を加えた」と説明した。

新会社の社長は来年1月の商品発表に合わせて年内に決定する予定。同社の位置づけについて田川社長は「JTB本社常務が社長を務めるJTBコーポレートセールス、JTB西日本と同格」と述べ、JTBグループでも最重要子会社の一つにランクされる。

社の賑い、知恵のたびなどシリーズ化して造成  
航空機、クルーズなどのチャータ商品も企画

JTBは新会社について、日本国内の「旅の素材と商品」の提供を通じて、新たな価値と需要を創造し、交流文化事業の完成に貢献することがミッションとしている。

JTBはこれまでの分社化で、事業会社と地域会社の縦軸と横軸の関係が機能的な役割を果たしてきた。地域会社は47DMC（デスクティネーション・マネジメント・カンパニー）と連携、地域交流ビジネスを拡大し、事業会社もJTBの各事業部が分社化して独立し、唯一残されたのが国内旅行の商品仕入・企画造成部門だった。

JTB国内旅行企画の設立に踏み切った背景には、JTBワールドパッケージングの成功がある。田川社長は「JTBワールドパッケージングを決心と覚悟を持って改革し、取扱人数を140万人に伸ばした。お客様がJTBのMD（マーチャンダイジング）機能を受け止め、旅行に参加される。国内旅行にもこうした機能をつくる。ただし、新会社の売上高3000億円はJTBグループ全体の4分の1に相当する。失敗は許されず、覚悟をもって展開する」と述べた。

新会社設立はJTBグループ全体の態勢が整ったことと同時に、国内旅行分野でのインターネットによる手配旅行の台頭が背景にある。

JTBが価値創造の旅行会社を目指す中で、国内旅行はホテルと航空機・鉄道などのチケットをインターネットで購入することが主流となりつつあるのが実情。

JTBは30年前の創立70周年から始めた「社の賑い」や「日本の旬」、「知恵のたび」、さらには東日本大震災後のボランティアツアーなど、数多くの企画で旅行を造成してきた。

しかし、田川社長はそれらが「イベントとして捉えられ、スポット的な扱いを受けている」とし、新会社設立によって、「国内旅行のマーチャンダイジングとして、シリーズ化して生産ラインに乗せて、新しい人を採用し、新しい商品を造成する」と述べた。

新会社の商品企画部門は募集型企画旅行の「エースJTB」を主力商品に「社の賑い」、「知恵のたび」などの価値創造型商品の充実、アプローチ付き商品や観光素材の販売を強化する。また、手配旅行やるるぶトラベルを含めた商品・販売チャネル機能の整理を進める。

また、田川社長は「海外旅行でチャーターは当然だが、国内旅行でチャーターも世界では普通に行われている。沖縄の商品をチャーターで造成することなどを考える」と述べた。これまでも、JAL、ANAの臨時便、JRの団体列車などを利用して多くの旅行商品を造成しているが、これを年間シリーズで造成する。そのために、JR6社、航空会社、LCCなどと調整して「新しい需要を創造し、仕掛けていく」（田川社長）。

さらに、今年から日本発着の外航クルーズがスタートしたが、これらのクルーズ利用の商品仕入もJTB国内旅行企画が手掛ける。

田川社長は「新しいツーリズムが動き始めている。グリーンツアー、エコツアー、ボランティアツアー、リアルな学びの旅。新会社はそうしたものを総合的に展開していく会社。それによって新しい価値を作り出す」と意気込みを語った。

【JTB国内旅行企画の概要】

▼商号：株式会社JTB国内旅行企画（英文名：JTB Japan Travel Corp.）

▼登録番号：観光庁長官登録旅行業第1955号

- ▼本店所在地：東京都品川区東品川2-3-11 JTBビル
  - ▼資本金：10億円（+資本準備金9億5000万円）
  - ▼株主構成：JTB100%出資
  - ▼従業員数：約1000名（2014年度期首想定要員）
  - ▼主要事業所：札幌、仙台、さいたま、東京、名古屋、金沢、大阪、広島、福岡、那覇）
  - ▼運営開始：2014年4月1日
  - ▼売上目標：2014年度3000億円
- ※写真=[JTB田川博己社長](#)

★CTCマメラ新副社長、羽田便と「朝ドラ」に期待  
地方マーケット開拓、メディア露出に注力

カナダ観光局（CTC）の国際担当副社長に今年就任したジョン・マメラ氏は、同局主催のアジア市場向けトレードショー「ショーケースカナダ2013」で日本の業界メディアのインタビューに初めて答え、来年にも実現が見込まれる羽田空港からカナダへの直行便について、「日本の地方都市から羽田経由でカナダへアクセスできる点など、限らない可能性を秘めている」と述べ、地方マーケットの開拓に意欲を見せた。また、カナダのプリンス・エドワード島を舞台とした小説「赤毛のアン」の翻訳者、村岡花子氏の生涯を描いたNHK朝のテレビ小説「花子とアン」が来年4月にスタートすることから、マメラ氏は同ドラマにも期待を見せ、ドラマに合わせたメディア露出に力を入れる考えを示した。

羽田空港で昼間時間帯に発着できる羽田ーカナダ間の直行便は、先ごろの日本とカナダ政府間の航空協議で合意に達したばかり。マメラ氏は「乗り入れの可能性のある全日空とエア・カナダとの間で話し合いをスタートしたところだ」と説明。また、CTC日本代表のモリーン・ライリー氏は、「航空会社の正式発表を受け、各州／地域の観光局と一緒に『チームカナダ』として、地方マーケットへのプロモーションを具体的に決定したい」と述べた。

一方、朝ドラ「花子とアン」について、マメラ氏は「プリンス・エドワード島に限らず、カナダ各地への波及を望んでいる」とコメント。またライリー氏は、「旅行会社の間でも関心が高く、プリンス・エドワード島だけでなく、オンタリオやアトランティック・カナダを加えたツアーなど、各社商品造成を強化すると聞く。ドラマに関連したメディア・プログラムやイベントも計画しており、できるだけ大きな効果を目指していきたい」と意欲を見せた。

堅調な伸びを見せる日本マーケット、昨年7.2%増  
中小、レンタカー会社との協力強化も、FITの受け皿に

日本からカナダへの旅行需要は堅調な伸びを見せており、マメラ氏は「今年も伸びを維持しており、特に夏場が強い」と説明。昨年のカナダへの日本人渡航者数は、前年比7.2%増の約22.6万人で、うち観光目的は21.2万人を占めた。CTC日本・韓国・南米地区担当ディレクターのシボン・クレチエン氏は「日本マーケットは、消費額で昨年3億1200万カナダドル（約297億円）に達するなど、我々にとって重要なマーケットであることは明白だ」と強調する。

CTCは今後も旅行業界とメディアへのアプローチを維持する方針。マメラ氏は「FITが伸びており、カナダだけの体験を求める若年層が増加傾向にある」と指摘し、こうしたFIT層の受け皿となるべく、大手旅行会社に加え、中小旅行会社やオンライン旅行会社との関係強化を図る意向。さらにレンタカー会社とも協力、「レンタカー会社スタッフへのトレーニングなどを今後進めていく」（ライリー日本代表）考えだ。

ショーケースカナダ、今年は杭州で開催  
アジア向けトレードショー、日本から28社参加

CTCは今年で5回目となる「ショーケースカナダ2013」を中国の杭州で開催した。同イベントは、アジア市場（日本、韓国、中国、インド）向けのトレードショーで、昨年は大阪で実施。今年はカナダより94社118名のサプライヤーが参加し、過去最大規模となった。日本からは、業界メディア2社含む28社（東京：18社、大阪：10社）が参加、10月15・16日の両日にカナダ側サプライヤーとの商談に望んだ。

※写真=[左からCTCクレチエン氏、マメラ副社長、ライリー日本代表](#)

※写真2=[トレードショー会場の様子](#)

【旅行関連】

★トップツアー8月実績、海外伸び悩み総取扱額12%減

国内旅行は4.5%減、4-8月累計総取扱額は5.1%減に

トップツアーの8月営業実績は、海外旅行が前年同月比20.0%減の26億5378万円、国内旅行が同4.5%減の57億268万円、外国人旅行が同44.6%減の1億8217万円などとなり、8月単月の総取扱額は同12.0%減の86億4436万円だった。

海外旅行のうち、団体部門は一般団体が23.4%減、教育旅行が18.8%減といずれも前年実績を下回り、団体旅行全体では21.7%減となった。個人旅行についても、自社企画商品が前年同月より36.9%減と不振に終わり、他社企画商品も17.7%減と伸び悩んだことで、企画商品全体では23.7%減だった。その他の個人旅行は15.2%減の結果。

海外旅行全体の取扱人員は27.3%減となり、このうち団体旅行の取扱人員が15.3%減、企画商品は37.6%減となった。方面別では、団体旅行でグアム・サイパンが243.4%増、シンガポールが125.0%増と前年を大きく上回ったほか、企画商品では北米が54.0%増、欧州・ロシアが41.1%増と好調だった。

一方、国内旅行については、団体部門のうち一般団体が前年同月比0.4%減、教区団体が同13.5%減となり、団体旅行全体では同15.7%減だった。国内個人旅行は、企画商品が8.0%減、企画商品を除く個人旅行は0.7%減と前年並みで推移した。

外国人の訪日旅行は、前年に大型団体の取扱があったため、その反動で前年比マイナスとなっている。

今年4-8月の累計実績は、海外旅行が前年同期比13.1%減の117億5310万円、国内旅行が同2.1%減の333億3767万円、外国人旅行が同3.6%減の17億2914万円などで、総取扱額は同5.1%減の472億5392万円です。

★セレブリティ、アジア太平洋地域の展開強化へ

2015年から2隻体制に、アジア専門組織も立ち上げ

プレミアムクラスのクルーズを提供するセレブリティクルーズは、アジア太平洋地域での展開を強化する。2014年は年間を通して「セレブリティ・ミレニアム」をアジア地域で展開するほか、2015年には「セレブリティ・センチュリー」もアジア太平洋に配船。2隻体制でアジアの富裕層を中心とした需要を取り込む。同社は、セレブリティブランド単独の組織をアジアで立ち上げることも決定。シンガポールを拠点に、アジア地域でのマーケティングやセールス活動を強化する。

これまで同社は、アジア地域での活動を米国本社が統括していたが、アジア専門の新組織を立ち上げることで指揮系統を迅速化するとともに、アジア市場により適したクルーズを展開する。

新組織のアジア地域コマーシャル・ディレクターには、姉妹会社のロイヤル・カリビアン・インターナショナル（RCI）でアジア地区セールスマネージャーなどを務めたケルビン・タン氏が就任。アジア展開で先行するRCIの経験やノウハウを活かす。

新組織を立ち上げた後も、業務提携する各地域にある総代理店とのパートナーシップは今後も継続するとしている。

セレブリティクルーズは、今年12月7日から「ミレニアム」（総トン数9万1000トン、乗客定員2122名）がシンガポールと香港を起点にしたアジアクルーズに就航。来年5月のゴールデンウィークには、横浜発着の7日間クルーズも実施する計画（横浜発着は阪急交通社がチャーター）。

さらに2015年から、「センチュリー」（総トン数7万1545トン、乗客定員1814名）をアジアに配船し、同年1月25日からシンガポール発着などでアジアクルーズを開始。横浜や金沢、小樽に寄港するコースも計画している。

同社のマイケル・ベイリーCEOは、アジア強化の方針について、「セレブリティクルーズにとって将来性が最もある地域であり、今後のブランドの成長には欠かせない」とコメント。セレブリティの高品質なサービスや施設を前面に打ち出すことで、シニア層や富裕層の囲い込みにつなげる考え。アジアでは、カジュアルクラスのRCIがファミリー層などの需要掘り起こしに成功しており、ワンランク上のセレブリティクルーズを強化することでさらなる市場拡大につなげる。

★JTBガイアレック、伊香保温泉など2商品発売

JTBガイアレックはJTBサン&サンで、秋の行楽シーズン向けの2商品を販売している。

「ぶらり温泉街の宿 伊香保温泉」（9月7日～11月30日）は、歯ブラシ持参の参加者にオリジナル木札をプレゼントするなど、観光を楽しみながらECO活動にも協力できる。関越交通バス2日間フリー乗車券や、伊香保温泉街ガイド付散策ツアーなど、7つから1つを選べるメニューチケット付。

「下田・下賀茂温泉エビイチ」（10月1日～1月31日）は、夕食時に一人につき伊勢エビ1尾付で、調理方法も4つから選べる。また、レンタルサイクル2時間などから選べる観光施設1箇所とレンタル1回分の利用券付き。

★近ツー、熱海温泉卓球大会のエントリー開始

近畿日本ツーリストは、熱海で11月19日～20日に開催される「第3回熱海国際観光温泉卓球大会」の大会エントリーと、指定宿泊施設の案内を専用サイトで開始した。これは、大きくて見やすいオレンジボールを使用する“ラージボール卓球”と呼

ばれ、生涯スポーツの一環として各地で大会が開催されており、熱海では3回目の開催。

今回は、入賞商品をさらに充実されたほか、抽選で旅行券や宿泊券が当たる懇親夕食会も開く。初心者向けの講習会や練習試合も用意した。

大会は、男・女ダブルス、男・女シングル、今号ダブルスのほか、お楽しみ団体戦などもある。会場は、南熱海マリンホール。実行委員会が主催しており、近畿日本ツーリスト協定旅館ホテル連盟静岡県支部などが共催している。

---

#### 【航空関連】

#### ★アジアナ、冬期に日韓3路線で一部減便・運休 羽田・旭川-仁川線、那覇-釜山線が対象

アジアナ航空（AAR）は冬期スケジュールで、羽田-仁川線・旭川-仁川線・那覇-釜山線を一部期間減便、もしくは運休する。

羽田-仁川線は、10月27日～11月21日期间中は週2便で運航し、11月22日～12月26日・1月6日～2月13日期间中は運休する。12月27日～1月5日・2月14日～3月29日期间中は毎日運航する。

旭川-仁川線は、10月27日～12月3日期间中は運休し、12月4日～3月29日期间中は週2便で運航する。

那覇-釜山線は、10月27日～11月13日の期間運休し、11月14日～3月29日期间中は週3便で運航する。

#### ★サッカーでインドネシアと山梨県の交流促進へ ベルマンサ選手来日、ガルーダ航空が活動サポート

サッカーインドネシア代表のアンディック・ベルマンサ選手が来日、10月10日にガルーダ・インドネシア航空の日本支社を表敬訪問し、同社のリスナンディ・サエブラフマン日本・韓国・中国・アメリカ地区総代表と対談した。ガルーダ・インドネシア航空ではベルマンサ選手の活動をサポートしており、同選手は来日の際に利用したガルーダ航空について、「機内は快適で、客室乗務員の方の対応もとても良かった」などと感想を話した。

ベルマンサ選手の来日は、インドネシアと山梨県が取り組む交流促進事業の一環として実現したものの。同選手は山梨県のサッカーチーム「ヴァンフォーレ甲府」の練習に参加したほか、山梨県庁への表敬訪問などを行っている。

インドネシアではサッカーが国民的な人気を得ていることから、同選手の活動を通じて山梨の魅力をアピールし、訪日旅行者の誘致につなげるのが狙い。ベルマンサ選手は今回が初めての来日だったが、練習などで自由な時間が少なかったことから、「次に日本へ来る時はお寿司を食べたり、富士山に登ってみたい」と話した。

ガルーダ・インドネシア航空では、今後もインドネシアと山梨県の交流事業をサポートし、11月には山梨県産の「ブドウジュース甲州」を日本発路線の機内で提供を始める予定。

※写真=[握手を交わすベルマンサ選手（右）とガルーダ・インドネシア航空のサエブラフマン氏](#)

#### ★アマデウス、旅行会社向けキャンペーン開催

アマデウス・ジャパンは、旅行会社向けに「Get Onboardブッキングキャンペーン」を開催する。アマデウス・eサポート・センターで参加登録し、アルテア利用航空会社の日本発着便のフライトをアマデウスシステムで予約した旅行会社に、予約数に応じ、抽選で賞品を進呈する。

キャンペーンを通じ、アマデウス・セリングプラットフォームで予約を行う独自のメリットを強調する。同社の大竹美保代表取締役は、「顧客である旅行会社の皆様には、この機会にこれらのメリットを実感いただきたく思う」とコメントしている。

※[「Get Onboardブッキングキャンペーン」紹介ページ](#)

#### ★ANZ、ユニーク機内安全ビデオの新作が完成 米コメディ女優ベティ・ホワイトが主演

ニュージーランド航空（ANZ）は、新機内安全ビデオ「昔ながらの機内安全説明編」を公開した。米有名コメディ女優のベティ・ホワイトが主演を務め、往年の俳優たちも登場し、人生を謳歌するシニアを熱演する。同航空は、ユニークな機内安全ビデオを制作することで知られる。

ANZはこれまでも、映画「ホビット」をテーマにした「思いがけないブリーフィング編」や、フィットネス番組で知られるリチャード・シモンズ主演の「フィット・トゥー・フライ編」、英国人冒険家ベア・グリルスを起用した「ベア・エッセンシャルズ編」など、様々な機内安全ビデオを制作している。

新作のビデオでは、米国の架空リタイアメント・リゾートを舞台に、人生を謳歌する老人たちの模様を描いた。Youtubeでも公開する。

※ANZ最新機内安全ビデオ「昔ながらの機内安全説明」編

---

## 【デスクティネーション】

★韓国文化の発信地「コリア・センター」が開館  
KTO東京支社など6機関が集結、日韓交流の基軸に

韓国文化の情報発信基地となる「コリア・センター（Korea Center）」が東京・四谷にオープンし、10月15日に関係者や来賓を集めて開館式が執り行われた。施設はもともと、韓国文化院の庁舎として2009年から使われているもので、このほど新たに韓国観光公社（KTO）東京支社など6つの韓国関連機関が集結。コリア・センターとして再スタートを切ることになったもの。開館式には駐日大韓民国大使館のイ・ビョンギ特命全権大使が駆けつけ、「より多くの日本の皆様に韓国文化を満喫してもらおう場になり、韓日間の架け橋になることを期待する」と話した。

コリア・センターには韓国文化院をはじめ、KTO東京支社、韓国コンテンツ振興院日本事務所、国外所在文化財財団、韓国農水産食品流通公社東京aTセンター、東京韓国教育院の機関が一堂に集い、韓国の観光や文化・芸術などの情報を発信する中心的な役割を担う。

イ大使は挨拶の中で、「文化はすべてを溶かす“溶解炉”のようなもの。文化体験を通じて、現在の韓日間にある政治的な困難も溶かしてくれるだろう」と述べ、両国間の友好促進に大きく寄与することを強調した。

また、開館式には観光庁の久保成人長官も出席、「日韓間の交流をさらに拡大していくためには、すそ野の拡大が何より大事であり、コリア・センターがその中心になる」と期待を示した上で、「すそ野拡大には地方同士の交流活性化も重要」であることを強調。先月、奈良県で開いた日韓地方観光交流サミットの活動を紹介し、「日韓間の交流の拡大・充実に日本政府全体で取り組んでいく」方針を改めて強調した。

韓国政府は、海外の文化関連施設を1カ所にまとめるコリア・センターの設立を推進しており、東京は北京、上海、ロサンゼルスに続いて4カ所目。新宿通り沿いに位置し、東京メトロ丸ノ内線の新宿三丁目駅から徒歩約3分。KTO東京支社は同ビルの6階に入る。

※写真＝開館式で挨拶するイ駐日韓国大使（左）と久保観光庁長官

★ミシシッピ・リバー・カントリーUSA、初のセミナー  
米ミシシッピ川流域の観光局がタッグ、プロモ強化へ

アメリカの「母なる大河」として知られるミシシッピ川流域の観光局で構成する「ミシシッピ・リバー・カントリー（MRC）USA」は、都内でセミナーとワークショップを開催、旅行会社スタッフ及びメディア関係者が集まった。2006年の日本事務所開設以来、初のセミナーで、冒頭マージョリー・デューイ日本代表は「昨年米商務省より3年間にわたるファンドがあり、日本市場で本格的なプロモーションができるようになった。今回のセミナーもその一環」と説明。また挨拶に立ったアメリカ大使館商務部上席商務官のステイブン・アンダーソン氏は「アメリカ最長の川を挟む流域の10州には多くの観光素材がある。クルーズや美しい自然、小さな町、音楽、食べ物、スポーツなど、いろいろなテーマでツアーを造成して頂きたい」と述べ、魅力を紹介。またデューイ氏も「10州の人たちはアメリカの中でも一番フレンドリーだ」とアピールした。

今回のセミナーでプレゼンテーションを行ったのは、源流のあるミネソタ州と同州ミネアポリス近郊にある世界最大のショッピングセンター「モール・オブ・アメリカ（MOA）」、イリノイ州、ルイジアナ州の3州の観光局とショッピングセンター。ミネソタ州からは州観光局アジア・マーケティング・マネージャーのポール・シャバーン氏がミシシッピ川の源流エリアや日本からの直行便が飛ぶミネアポリスなどを紹介。またモール・オブ・アメリカのツーリズム・アカウント・エグゼクティブのローレン・ヒムリー氏は、今年モール内にオープンしたばかりのラディソン・ブルー・ホテルや新たな拡張工事の概要について説明。なお、同州は衣類や靴などへの税金がかからないため、買い物しやすい環境が整っている。

イリノイ州のプレゼンテーションでは、デューイ氏がゲートウェイとなるシカゴ、またアメリカの「マザー・ロード」として有名な「ルート66」を巡る旅やミシシッピ川沿いを走る「グレート・リバー・ロード」について、先住民の遺跡が残る世界遺産のカホキア・マウンズなど、いくつかのポイントを挙げながらその魅力を紹介。またルイジアナ州からは、州観光局「ルイジアナ・バイウェイ・コレクション」ディレクターのダグ・ブルジョワ氏がニューオーリンズやその周辺に点在するプランテーションハウスなどの観光スポットを交えながら、ブルースやジャズなどの音楽の魅力もアピールした。

日本人訪問者数、2012年は前年比41%増の高い伸び

日本からミシシッピ川流域エリアへは、ミネソタ州のミネアポリス/セントポールまたはイリノイ州のシカゴへ直行便が飛ぶ。特にシカゴへは、成田から日系と米系合わせて4社が1日5便運航。昨年と同州へ日本人訪問者数は13万7000人を数え、前年比で41%増と高い伸びを示した。今年も9月に全日空がダブルデイリー化するなど、供給がさらに増える見込み。MRC日本代表のデューイ氏は「ますます増えると期待している。イリノイ州への国別の訪問者数で日本は現在第3位。今後はこれを1位にしたい」と今後の需要拡大への意欲を見せた。

※写真＝（上段左から）アンダーソン米大使館上席商務官、デューイMRC日本代表、ミネソタ州観光局シャバーン氏、（下段左から）MOAヒムリー氏、グレート・リバーズ・カントリー・リージョナル・ツーリズム・デベロップメント・オフィス エグゼクティブ・ディレクター ロジャー・カルマック氏、ルイジアナ州観光局ブルジョワ氏

.....  
【ホテル】

★アコーホテルズ、CSR活動で石巻市に植樹  
エールフランス/KLMオランダ航空なども参加

アコーホテルズは10月5・6日、昨年に引き続き、エールフランス/KLMオランダ航空などと共に、東日本大震災の被災地に植樹する「寂光の森プロジェクト」の活動に参加し、石巻市に計500本以上を植樹した。

今回の植樹活動では、法音寺に、昨年植樹した枝垂れ桜60本に加え、新たに25本のみじを植えた。

さらに、同じく石巻市にある、西光寺の住職が犠牲者への鎮魂や復興の願いを込め計画した、市民が礼拝や休憩できるスペース「祈りの杜」作りを支援するため、地元ボランティアや石工の協力のもと、イヌツゲなどを500本以上植えた。

寂光の森プロジェクトは、環境保護支援団体PUR PROJECTが、NPO法人のいしのまき環境ネットの協力のもと立ち上げたもの。被災した石巻市に2万本を植樹することを目標にしている。アコーホテルズは、同社のサステイナブル・デベロップメント・プログラム「プラネット21」の一環として、同プロジェクトを支援している。

※写真＝アコーホテルズのエリック・ディグネジオ・カントリーディレクター（左）、エールフランス/KLMオランダ航空のリュック・ドゥラプラス日本支社長（右）

※写真2＝参加者一同

.....  
【組織・人事】

★エア・カナダ、日本支社長にワイズ貴代氏

エア・カナダ（ACA）はこのほど、前日本地区旅客営業・マーケティング本部長のワイズ貴代氏を日本支社長に任命した。前アジア・太平洋地区支社長のクリス・ガートン氏が、カナダ・トロントの国際線運航部門のマネージング・ディレクターに就任したことによるもの。

+ + + + +  
= Copyright 1983-2013 Wing Travel Division  
= THE WING AVIATION PRESS  
+ + + + +

