

2026.2.12 No.5

Tourism Journal

発行所：ツーリズム総合研究所

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2 丸の内二重橋ビル2階
<https://www.tri-jp.net> E-mail: media@tri-jp.net



観光立国推進基本計画、訪日6000万人堅持 オーバーツーリズム対策と宿泊業付加価値向上

国土交通省は交通政策審議会観光分科会の第54回会合で、2026年度から2030年度までの5カ年の「第5次観光立国推進基本計画」の素案を提示した。2030年の訪日外国人旅行者数6000万人、消費額15兆円という既存目標を維持しつつ、オーバーツーリズム対策と観光産業の生産性向上に焦点を当てた新たな目標を設定した。

第5次計画では、「観光の持続的な発展」「消費額拡大」「地方誘客促進」に加え、「交通・まちづくりとの連携強化」「新技術の活用・本格展開」を軸とし、3つの基本方針を掲げている。特に第一の方針として「インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立」を明記した点が特徴的だ。

素案では、一部地域での過度の混雑やマナー違反により住民生活に支障が出ている現状を踏まえ、「効果的な対策を講ぜずして更なる観光客の受入れに関する国民の理解は得られない」と危機意識を示した。

11の数値目標設定、新規目標は2項目

第5次計画では計11の数値目標を設定した。このうち第4次計画から継続する目標は、訪日外国人旅行者数6000万人（2030年）、訪日外国人旅行消費額15兆円（2030年）、訪日外国人旅行消費額単価25万円（2030年、第4次計画の20万円から引き上げ）、国内旅行消費額：30兆円（2030年、第4次計画の20兆円から引き上げ）、日本人の地方部延べ宿泊者数3.2億人泊（2030年）。

今回新たに追加された2つの目標は、観光政策の重点課題を反映している。第1に、観光客の受入れと住民生活の質の確保との両立に取り組む地域数を100地域（2030年度）とした。

素案によれば、2025年時点で47地域が取り組んでいるが、各地域が「地域住民を含む関係者による協議の場を設置し、地域住民の意見を取り込んで過度の混雑やマナー違反等の個別課題に係る計画を策定」することを求める。

第2に、宿泊業が創出した付加価値額を6.8兆円（2030年度）とし、2024年度の4.3兆円から約1.6倍の増加を目指す。素案は「従業員の賃上げ等の労働環境の向上や施設改修等の再投資と、高付加価値なサービスの提供といった好循環を実現する必要がある」と指摘、宿泊業の生産性向上を重視した。

訪日リピーター数4000万人を地方誘客 地方部延宿泊者数1億3000万人泊目標

いくつかの目標については、実績や情勢変化を踏まえた見直しが行われた。まず、訪日外国人旅行者に占めるリピーター数を4000万人（2030年）とした。リピーターは「日本文化や習慣への理解が深い傾向にあり、適切なマナーでの滞在も期待できる」として、地方誘客促進の重要な担い手と位置づける。

次に、訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数を1億3000万人泊（2030年）とした。当面、三大都市圏における宿泊数と同等（1:1の割合）となることを目指し」という文言が追加された。

国際会議の開催件数をアジア最上位、世界

5位以内（2030年）とした。2024年実績でアジア最上位・世界7位だったが、「GREEN×EXPO 2027の機会を捉え、開催後のレガシーも取り入れることで、持続可能で満足度の高いMICE開催地としてのプレゼンスを一段と向上させる」としている。

日本人海外旅行者数目標達成年を5年延期

第4次計画では2025年までに2019年水準（2008万人）超えを目指していたが、2025年の推計値は1473万人にとどまる見込み。第5次計画では目標達成年を2030年に延期し、「過去最高値（2008万人）超え」を目指すとした。

素案は目標未達の要因として「円安の長期化や物価高に伴う旅行費用の増加、国際情勢や治安に対する不安や休暇取得の問題等」を挙げている。

オーバーツーリズム対策を具体化

第5次計画では、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策を大幅に強化している。主な施策は混雑対策としてパークアンドライドの実施、手ぶら観光の推進、需要に応じた入域管理や予約制の導入、混雑状況の見

える化による混雑回避の誘発を行う。

次に、「交通空白」の解消を図る。国土交通省が2024年7月に立ち上げた「交通空白」解消本部による調査では、主要交通結節点1028地点のうち44.9%にあたる462地点で「何らかの対応が必要」とした。素案では「地域の足」と「観光の足」を総合的に対策する方針を示している。

マナー違反対策では、「私有地への無断立ち入りやごみのポイ捨て、違法駐車など、一部の観光客による違法行為やマナー違反」に対し、取締りも含めた毅然とした対応を打ち出した。

民泊の適正化では、「騒音など宿泊者による迷惑行為の発生やこれに対する事業者による迅速な対応が適切に行われない民泊」の是正に向け、以下の施策を実施する。

各種民泊を一元管理するデータベースの整備、仲介サイトとのデータ連携による違法物件の削除、不適切な事業者への厳正な処分の環境整備などを行う。

素案は今後、パブリックコメントを経て、2026年3月の閣議決定を目指す。観光庁は素案の中で「観光が日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させていくものになることを目指していく」と結んでおり、量的拡大から質的向上への転換を図る。



嵐山・嵯峨野の喧騒と対照的に訪日旅行者が少ない大河内山荘

2027年「持続可能でレジリエントな観光国際年」にUNツーリズムがロードマップ、日本の役割期待

UNツーリズム（国連世界観光機関）は2月3日、2027年「持続可能でレジリエントな観光国際年」実施に向けたロードマップを発表した。マドリードで開催された観光持続可能性委員会（CTS）の会合で承認されたもので、国連総会からの委任事項を具体化する第一歩となる。

「持続可能でレジリエントな観光国際年」は、2024年2月26日に国連総会で採択された決議78/260に基づくもの。ウズベキスタンが提案国となり、86カ国が共同提案国として支持した。決議は、持続可能な開発目標（SDGs）達成における観光の役割、気候変動対策、包摂的成長、コミュニティのレジリエンス向上などを主要テーマとしている。

今回発表されたロードマップは、UNツー

リズムが加盟国や関係機関との協議プロセスを経て策定したもの。シャイハ・アル・ヌワイス事務局長は「持続可能性とレジリエンスは最終目標ではなく、継続的なプロセスである。この国際年により、加盟国が観光をポスト2030アジェンダにおける真の変革セクターとして位置づけることを支援する」と述べた。

委員長を務めるコスタリカのウィリアム・ロドリゲス・ロペス観光大臣は「観光リーダーとして、我々は常にセクターの変革的潜在力と、気候変動対策を含む国内外の開発アジェンダにおける重要な役割を強調してきた。この国際年は、共通理解をより具体的で協調的な行動に転換する機会を提供する」と期待を示した。



2027年「持続可能でレジリエントな観光国際年」ロードマップを発表したコスタリカ・ウィリアム・ロドリゲス・ロペス観光大臣（中央左）とUNツーリズム・シャイハ・アル・ヌワイス事務局長（UNツーリズム・ウェブサイトから）

日本主導で観光レジリエンス国際展開を

国際年の準備プロセスにおいて、日本の取り組みは注目に値する。観光庁は2024年11月、仙台市で「観光レジリエンスサミット」を開催し、UNツーリズム駐日事務所(RSOAP)との共催で「観光レジリエンシンポジウム」を実施した。

同サミットには、太平洋アジア観光協会(PATA)、国連防災機関(UNDRR)、カリブ地域災害緊急管理機関(CDEMA)など国際機関が参加。東日本大震災の被災地である東北・仙台を会場に選んだことは、日本が蓄積してきた災害からの復興経験を国際社会と共有する象徴的な意味を持つ。

観光庁は「地震や風水害等の自然災害やコロナ等の危機に対する観光のレジリエンス強化は、コロナ禍を経験した世界共通の課題」と位置づけ、日本主導で観光レジリエンスに関する政策を世界に発信する方針を示している。

シンポジウムでは、観光危機発生時の旅行者の安全確保、危機後の事業継続と復興への備えをテーマに、気象庁、東北大大学災害科学国際研究所、和倉温泉加賀屋、JR東日本などが参加してパネルディスカッションを行った。

UNツーリズムのロードマップは、執行理事会の補助機関である観光持続可能性委員会(CTS)を中心として実施される。加盟国で構成されるステアリング委員会が指導的役割を担い、地域委員会での協議を経て、執行理事会で承認されるプロセスが設定されている。

日本の観光レジリエンスサミットで示された知見は、こうした国際的枠組みに貢献するものと期待される。とくに、災害多発国として培ってきた危機管理体制、観光事業者的事

業継続計画(BCP)、地域と連携した復興プロセスなどは、他国にとっても参考となる実践例だ。

持続可能な観光にレジリエンス加わる

観光分野での国連国際年は、2017年の「持続可能な観光開発国際年」以来となる。今回は「レジリエンス(回復力・適応力)」が新たに加わった点が特徴で、コロナ後の観光再生における危機対応力の重要性を反映している。

決議では、女性、若者、高齢者、障害者、先住民、地域コミュニティの平等な参加促進、エコツーリズムを含む持続可能な観光による貧困削減と環境保護が重点項目として掲げられている。

日本が観光レジリエンスの分野で国際的リーダーシップを発揮していることは、2027年国際年に向けた重要な布石となる。観光庁は、観光レジリエンスサミットを継続的に開催し、日本の経験を各国・地域と共有していく方針だ。

国際年の成功には、各国政府、国際機関、民間セクター、地域コミュニティの協働が不可欠となる。日本の実践例が、グローバルな観光レジリエンス強化のモデルケースとして機能することが期待される。

UNツーリズムは今後、加盟国との協議を重ねながら、2027年に向けた具体的なプログラムを展開していく。日本の観光レジリエンスサミットで共有された知見が、国際的な政策形成に反映されることを期待する。

「持続可能でレジリエントな観光国際年」に向けて、日本が災害対応の経験を国際社会に発信することは、観光先進国としての責任を果たすものであり、2027年国際年における日本の貢献を期待したい。

日本観光振興協会「観光関係者新春交流会」開催 菅元首相、二階元幹事長が観光産業界にエール

日本観光振興協会が都内で「観光立国推進協議会」、「観光関係者新春交流会」を開催し、新春交流会には菅義偉元首相、二階俊博元自民党幹事長が出席した。日本の観光政策を牽引し、今日の訪日インバウンドの急成長を支えた両氏が、2026年のツーリズム産業界にエールを送った。

訪日4000万人消費額は定住人口700万人 菅氏、観光産業の課題を官民で乗り越えよ

菅氏は冒頭、「去年の訪日インバウンド数は4200万人を超えた。第2次安倍政権で観光立国を宣言した2013年の訪日観光客は836万人だったが、大きく成長し、4000万人を超えるところまできた」と語った。

その上で、「外国人が6人、日本を訪れるとき、定住人口1人分の消費額をもたらすと言われている。去年で言えば、訪日観光客が4200万人であれば、定住人口700万人分の消費が日本にもたらされたことになり、観光産業が極めて大事な産業であると思っている」と強調した。

「こうしたことを積み重ねて、人材確保や二次交通などの課題はあるが、官民挙げて乗

り越えて、2030年には訪日観光客6000万人、消費額15兆円の達成に向けて、皆様方の積み重ねの努力を心から期待したい」と参加者に要望した。

二階氏、観光を確かな成長へ前進させる 観光事業者・行政・地域住民が一緒に進む

二階氏は「日本の観光振興に皆様がご尽力をいただいていることに深く敬意を表する」と語り、「昨年は観光立国の実現に向けて、着実な前進を遂げた1年であったと思う。訪日外国人旅行者数、国内観光需要とともに堅調に推移し、観光が再び日本の経済と地域社会の発展を力強く支える存在であることをあらためて実感した年でもあった」と振り返った。

「2026年は観光を確かな成長へと前進させる重要な1年である。観光業は我が国の基幹産業であり、地方創生の切り札であることは申し上げるまでもない。同時に、新たな課題にも私たちは正面から向き合い、持続可能な発展を実現していかなければならない」

「そのために、観光関係事業者、行政、地域住民が引き続き、同じ目標に向かって前進を誓い合いたい1年にしたい」と強調した。



菅義偉元首相



二階俊博元自民党幹事長

「昨年開催された大阪・関西万博で得られた経験や国内外からの関心を一過性のものに終わらせずのことなく、全国各地の観光振興、地域活性化へと確実につなげていくことが我々に課せられた使命と思っている」

「今年1年、ともに観光関係者が心を一つにして前進をしてまいりたい。引き続きのご協力をお願いする」と締め括った。

観光平準化、2次交通、マナー対策を 鶴保氏、国内観光振興の「観光元年」に

続いて自民党の観光立国調査会長の鶴保庸介参議院議員が挨拶した。

鶴保氏は「インバウンドは絶好調だ。12年前の2013年には836万人、1兆数千億円だった国内消費額は、今は8兆円を超える。まさに日本を代表する産業の一つに育ちつつある」と語ったうえで、「ただ絶対に忘れてもらつて困るのは、当時、仲間とずっと掛け声のように言ってきた『インバウンドを成功させた暁には必ずや国内観光もしっかりとやっていくこと。そしてそのことの方が大きな経済効果がある』ということだった」と強調した。

「このことは、インバウンドによって世間の耳目を集めることに違いないから、そのことをチャンスとして全国各地の振興にいろんな手立てを打っていくじゃないか、というのが当時の掛け声だった。そのことをぜひ忘れてもらつては困る。そのために観光立国推進基本計画



鶴保庸介自民党観光立国調査会長

がまた策定され、そのためのいろんな方策を皆さんと一緒に考えていくべき時が来ている」と国内観光振興の重要性を指摘した。

鶴保氏は「具体的には、閑散期と繁忙期の凸凹をどれだけ平準化していくか、これらについてどういう手立てをしていくかといったことを考えていかなければならない。また海外の方が観光地へ入ってきていただくには様々な問題がある。二次交通の問題、マナーの問題、それらについて我々はどういう手立てを打っていくか等、論点を上げればきりがないぐらいある」と地方分散化や観光客のマナー問題を挙げた。

「今年1年はまた新たな観光元年として、観光元年をずっと言い続けているが、今年もまた観光元年のつもりでぜひ皆さんと一緒に、今年一年を走り抜けていきたい」と語った。



日本の観光関係者が一堂に会して「観光立国推進協議会」が開催された

雲上快晴

観光庁予算案、アウトバウンドに25倍も5億円 日本人出国者配慮の175億円は邦人保護関連

2026年度観光庁予算1390億円のうち、国際観光旅客税が1300億円と93.5%を占める。税額が1000円から3000円へ引き上げられることで、2025年度比で約800億円の增收が見込まれる。

一般会計からの予算は83.5億円程度に留まり、観光政策の大半が特定財源に依存する形となっている。政策の柔軟性では制約となる一方、財源の安定性は確保できる。

国際旅客税1300億円の配分を見ると、オーバーツーリズム対策が86.5%の1125億円、日本人出国者配慮が13.5%の175億円。オーバーツーリズム対策の内訳は、個別課題対応が28.8%の324億円、地方誘客による分散が71.2%の801億円。つまり、予算全体の約58%が「地方誘客」に充当され、政策の重心が明確に地方分散に置かれていることを示した。

アウトバウンド関連予算では、双方向交流関連予算が前年度比25倍の5億円と大幅に増加したが、総予算比では0.36%に過ぎない。一方、邦人保護関連の175億円を加えれば、広義のアウトバウンド関連は180億円と総予算の13.0%となる。

ただし、邦人保護予算の実質は在外公館の機能強化であり、アウトバウンド「促進」とは性格が異なる。純粋な需要喚起策としては依然として5億円が実額である。

日米交流強化3億円、訪米需拡大に重点を

また、これとは別に、日米交流の強化に3億円が新規に計上された。米国市場に向けた

観光コンテンツの発信や青少年交流を通じて、相互理解と関係強化を図るとする。日米の観光交流はインバウンドに偏重し、米側は日本からの訪米旅行需要拡大を求めており、趣旨からすれば、アウトバウンドに重点を置くべきだ。

地方交通ネットワーク強化は8.1倍増の148億円。内訳を見ると新規事業が多い。ローカル鉄道46億円、空港機能強化29億円、空港アクセス鉄道5億円、パーク＆ライド9億円など、インフラ整備型の予算配分が目立つ。これらは単年度では完結せず、複数年度での継続的な予算措置が前提となる。観光需要の変動リスクを考慮すると、投資回収期間と地域負担のバランスが重要になる。

「地域の観光振興の効果測定」に1.1億円が新規に計上された。この予算で全国の観光施策を定量評価する体制が構築できるかは未知数だが、PDCA確立への第一歩として位置づけられる。観光統計整備予算6.9億円と合わせれば、データ基盤整備に約8億円を投じることになる。総予算比0.6%という規模が適切かは、今後の運用成果で判断される。

旅客税に依存、地方分散の成否がカギ

26年度予算案をみると、特定財源依存による予算規模の拡大、地方分散への予算集中、インフラ投資型施策の増加が際立つ。中でも、2030年の訪日外客6000万人目標達成をこれからも維持するとなれば、地方分散の成否に掛かってくる。

2026年度観光予算から財源構造が転換する。国際旅客税1300億円が予算の93%を占めることで、観光政策が一般会計からの配分から特定財源による自立運営へ移行する。これは、財政当局との予算折衝では観光庁の立場を強化するが、税収が観光動向に直結するため、インバウンド、アウトバウンド、とくに現状ではインバウンド需要の変動が直接予算額に影響する。

予算では、地方誘客関連で749億円を計上しているが、その内訳を見ると、プロモーション136億円、DMO支援20億円、地域資源整備40億円、文化資源224億円、国立公園178億円、交通148億円となる。

ハード整備型の予算が多い。文化資源と国立公園で合計402億円、交通インフラで148億円。これらは整備後の維持管理コストも発生する。整備と運営の分離会計が明確でないと、地方政府自治体の財政負担となる可能性がある。

ローカル鉄道への46億円は、地域公共交通の維持では意義がある。ただし「インバウンド誘致のための施設整備」という条件付きであり、純粋な生活交通維持とは目的が異なる点は留意が必要だ。

双方向交流予算はアウトバウンド拡大を 日本人の海外旅行環境整備は安全対策

アウトバウンド関連5億円の使途は、地方空港の国際便誘致、周遊商品造成、ワーキングホリデー促進、海外教育旅行とされる。これらは確かに双方向の流れを作る施策だが、地方空港の国際便誘致の主目的は地方の活性化とインバウンド誘客の基盤整備にある。

ワーキングホリデーもインバウンド対応の即戦力となる外国人材の受け入れが先に書かれ、日本人のワーキングホリデーが後に続く構成だ。これは施策の優先順位を示している。

日本人旅行者の安全・安心な海外旅行環境の整備175億円は、実務的には重要な予算である。在外公館の避難所機能強化、緊急時の邦人退避体制整備は、海外渡航者の安全確保に直結する。日本人の海外旅行への不安等を

払拭することを通じて、アウトバウンドの回復に貢献するとあるが、これは安全対策で、需要創出効果は限定的だ。

民泊制度運営システムの改修に6.9倍増の7.4億円が計上された。仲介サイトとのデータ連携による自動照合システムは、技術的には実現可能な範囲だ。ただし、特区民泊や簡易宿所を含めた一元管理には、各自治体との情報連携が前提となる。システム構築費用7.4億円のうち、どれだけが自治体側のシステム整備に充当されるかが実効性を左右する。

訪日誘致予算微増、誘客から受入環境へ

戦略的訪日プロモーション136億円は前年度比5%増に留まった。予算全体が2.4倍増する中で、プロモーション予算が微増というのは、政策の重心がインバウンド誘致施策から受入体制整備に変わったともいえる。2024年の訪日外客数が4000万人を超えることが確実視され、2030年の6000万人も視野に入れるにと、課題は誘客よりも受入環境にある。

地域の観光振興効果測定に1.1億円を新規計上した。これまで観光施策は投入ベースの予算額、事業数での評価が中心で、アウトカムの誘客効果、経済波及効果、需要分散効果の定量評価が不足していた。1.1億円という規模で全国の観光施策を科学的に評価するには、調査設計と分析手法が重要になる。既存の観光統計の宿泊統計、消費動向調査とどう連携させるかが鍵となる。

予算総額1390億円のうち、地方誘客に予算の半分以上を投じる配分は、政策意図は明確だが、実効性は今後の検証を待つ必要がある。アウトバウンド関連は金額ベースでは依然として限定的であり、「双方向交流」というスローガンと実態の間には乖離がある。

効果測定体制の構築は評価できるが、それが本当に機能するかは、データの質と分析の独立性次第。予算規模の拡大が政策効果の向上に直結するわけではない。それを検証する仕組みの構築で予算案の真価が決まる。

(ツーリズム総合研究所代表：石原義郎)

JTB、初の10年計画「OPEN FRONTIER 2035」 営業利益率15%目標、旅行を原点に交流創造事業

JTBが発表した2035年までの長期ビジョン「OPEN FRONTIER 2035」は、同社114年の歴史で初めての長期経営計画。山北栄二郎社長は「10年後の未来を描き、今何をすべきかを社員と1年かけて議論してきた」と10年計画策定の経緯を説明した。

同計画最終年度に当たる2035年のグループ総取扱額は、2024年度の1兆6838億円から2兆5,000億円へ1.5倍増、営業利益は149億円から750億円へと5倍超の成長を目指す。達成すれば、営業利益率は現状の5.0%から15.0%へと3倍に跳ね上がる。

JTBはこの目標実現のため、事業ポートフォリオの抜本転換を図る。グローバルビジネスの比率を50%に高め、人の移動に依存しない「非人流ビジネス」を20%に拡大する。山北社長は「人の流れが完全に止まるとビジネスが完全になくなる状態からの脱却」と、コロナ禍の経験を踏まえた転換を強調した。さらに、従来の短期的利益回収型（フロー型）から、コンテンツや不動産、仕組みへの投資で長期的に収益を得るストック型ビジネスを30%まで高める。

4つの変革ポイント、Northstarを買収

長期ビジョンでは4つの変革ポイントを設定した。第1はグローバル展開で、「グローカル」を図り、「地域のことを考えながらも世界を意識して動く思考回路を取り入れる」と説明した。第2はビジネスモデルの変革で、フロー型からストック型へシフトする。第3は情報・データの活用で、AI専門人材を集約した「AI Brain」を設置し、トラベルメンバー2000万人の顧客データを高度化する。第4はカルチャー、すなわち組織文化の変革で、ダイバーシティ&インクルージョンを推進する。



10年長期ビジョン「OPEN FRONTIER 2035」を語るJTB山北栄二郎社長

山北社長は昨年10月のNorthstar Travel Group (NTG社) 買収について、「交流創造インテリジェンス」という新概念で説明した。これは「交流を創造するための力=洞察力×専門性」と定義される。Northstarは世界最大の観光業界メディアで、年間10以上のイベントを通じて130万人以上の業界関係者とのネットワークを持つ。

「観光庁の調査研究事業で、外資系企業がシェアを拡大している中、Northstarを活用する考えはあるか」の質問に、山北社長は「グローバルでの知見が欠けていた。日本の事業者や地域に対するソリューションについてもNorthstarの力を活かしていきたい」と明言した。

一方で、Northstarの独立性については「メディアなので中立性が必要。組織を統合するつもりはない」と強調し、その知見を活用しながら日本・アジアでの展開を広げる方針を示した。

「旅行」から「交流」への概念拡張

JTBはこれまで「交流創造事業」を掲げているが、この方向性をさらに進める。山北社長は「交流を大きく捉え、この中の一つの形態が旅行」と強調。事業区分も再編され、個人向け、法人向け、地域向けに加え、Northstarを核とした「グローバルツーリズムインテリジェンス（産業向け）」という新領域が加わった。

個人向けでは、着地型ビジネスの世界展開を進める。ヨーロッパでは高付加価値な現地体験プログラム提供と、欧州で展開中の「ランドクルーズ」を世界展開する。後者は個人旅行者を現地で束ね、個別ニーズを担保しながらグループツアーのメリットを提供する。

また、アソビシステムと合弁会社「アソビJTB」を設立。日本の「カワイイ文化」をコンテンツ化する。山北社長は「IP (Intellectual Property) を我々が持つというより、IP保有者と一緒に新しい形のIPを作っていく」とプラットフォーム的な発想を示した。

スポーツビジネスでは、MLBとの提携により世界的展開を図る。大谷翔平効果について問われると、「明らかに効果がある」としつつも、「大谷選手に限らず、スポーツをエンターテインメントとして捉える」ことを強調した。

地域向けでは、スタジアム・アリーナ、テーマパーク、ホテル等への投資と運営を組み合わせた「事業投資型」モデルを展開する。

年明けにドバイに開設した拠点について、山北社長は「企業の海外展開支援が目的。日本人顧客向けだけでなく、現地向けも展開する」と説明した。これは従来の「日本人を海外に送る」発想から転換する。

過去のグローバル展開については「投資の経験値が十分じゃなかった」と率直に認め、「Northstarのように経験値を持った企業と一緒に取り組むことで、グローバル展開の質

を変えていく」との考えを示した。

なぜ初めて10年ビジョンを公表したのかという問いに、山北社長は「数年先は今の延長線で考えてしまう。対症療法的な改善になる。産業全体を俯瞰したときにビジョンが必要」と答えた。計画の見直しについては「計画そのものを大きく変えるのではなく、アクションを軌道修正する。常に見直していく」とし、目標は固定しながら手段は柔軟に変える方針を示した。

営業利益率15%、旅行業では達成困難 旅行→交流創造事業→その先の成長曲線へ

営業利益率15%という目標は、従来型の旅行業では達成困難な水準だ。JTBは事業ポートフォリオの転換で、より高収益なビジネスモデルへの進化を目指している。これは旅行業界全体が直面する構造的課題への一つの回答と言える。

ただし、10年という長期目標だけに実現には多くの課題がある。非人流20%、ストック型30%という転換をどう実現するか、Northstarとのシナジーをどう創出するか、そして旅行業の人材を交流創造企業の人材にどう転換するか。具体的な実行計画は、今後策定される2026年から2028年の中期経営計画で示される。

発表を聞いていて富士フィルムのことを思い出していた。富士フィルムホールディングス全体の売上に占める写真フィルムを含むイメージング部門の売上は約1割程度という。だが、フィルムは富士フィルムの原点、DNAであり、そこから多くの事業が派生している。

同様に、JTBの原点、DNAは「旅行」であり、そこから「交流創造事業」、さらにはその先の成長曲線を描いているのだろう。旅行業は「one of them」となるが、それは常にJTBの原点であるとする10年計画の発表だった。

第3回「サステナブルな旅アワード」表彰式開催 観光庁、大賞に富山県の水と匠など10団体受賞

村田長官「高付加価値な旅行商品の提供とビジネスモデルへの変革」

観光庁は1月22日、第3回「サステナブルな旅アワード」の表彰式を都内で開催した。大賞を受賞した一般社団法人富山県西部観光社 水と匠（砺波市・南砺市）の「カイニヨお手入れツアー～次世代へ紡ぐ、散居村保全と循環型社会の再生～」など10団体が受賞した。表彰式には村田茂樹観光庁長官が出席し、各受賞者に記念の賞状を手渡した。

村田長官は挨拶で、「本アワードは、持続可能な観光に取り組む地域、コンテンツ、施

設など、地域全体の好循環なしくみづくりのモデルを拾い上げるとともに、業界内での横展開を図ることを目的としている。旅行業者と地域の多様な関係者との連携を強化し、わが国の自然、文化など、その土地ならではの魅力を活かした旅行商品の造成や販売を促進することで、旅行業者が観光地の持続可能性を支えるための取り組みを牽引していくことを期待している」と語り、受賞した10団体を称えた。



中央に村田茂樹観光庁長官と富山県西部観光社 水と匠の林口砂里プロデューサー、左に観光庁 田中賢二審議官、右に小林英俊審査委員長

大賞受賞の水と匠 「先人の知恵を未来につなげる」

大賞を受賞した一般社団法人富山県西部観光社 水と匠の林口砂里プロデューサーは、「この度は大変栄誉ある賞を賜りまして、誠にありがとうございます。私たちにとって観光はあくまでも手段であって、目的は自分たちの地域の持続可能性や活性化です。散居村という先人が残してくれた貴重な資源を、CO2の吸収や防災・減災、生物多様性を保つエコシステムとして、先人の知恵を未来の方にもつないでいけるよう取り組んでおります。継続的な活動を通じて地域の方の意識が変わっていくことが何より嬉しく、今回このような賞を受賞させていただいたことで、私たちの地域の未来に光が差したような思いをしております」と受賞の喜びを語った。

小林委員長「再生型観光へ、若い人が育つ稼げる商品広がる」

審査委員長の小林英俊北海道大学観光学高等研究センター客員教授は、3回目を迎えた「サステナブルな旅アワード」について総評を行い、「今回の受賞商品からは今までにない3つの大きな特徴が見えている。一つ目は、持続可能な循環型社会を目指すしっかりと経営理念を持つ事業者の増加。観光客が来れば来るほど環境が良くなる仕組みを作る『再生型観光』への進化だ。二つ目は、若いIターンやUターン組による新しい感覚での取り組み。10地域中6地域でIターン組、Uターン組が中心メンバーとして活躍している。三つ目は『稼げる』商品づくりの広がり。関わっている方々がそれぞれ適正な対価を得て、若い人が育つところまでお金を生かす仕組みが明確に出てきた。日本のサステナブルツーリズムがレベルアップして新しい段階に入ったことを感じさせる」と語り、年々、応募商品全体の水準が向上していることを指摘、今回受賞した商品がその中で選ばれたことを強調した。

日本のサステナブルツーリズムの水準向上、新たな段階へ

大賞を受賞した富山県西部観光社 水と匠の「カイニヨお手入れツアー～次世代へ紡ぐ、散居村保全と循環型社会の再生～」について、小林委員長は「継続的な活動が地域住民の意識にも変化をもたらし、地域内外の関係者と共に散居村の保全を考える協議会を立ち上げ、文化庁の重要な景観や環境省の自然共生サイトへの認定申請を目指している。郷土景観保全のための観光を活用した新たな循環する仕組みが少しずつ見えてきている」と高く評価した。

意見交換会で各地域の取り組みを共有、今後の横展開に期待

また、表彰式後には各受賞団体代表、小林審査委員長、出席したメディア関係者による意見交換会が開催された。意見交換会では、各受賞団体がそれぞれの取り組みの成果や課題を共有し、持続可能な観光推進に向けた活発な議論が交わされた。地域資源の活用方法や、地域住民との協働の重要性、適正対価の設定など、実践的な知見が交換され、参加者からは「他地域の取り組みから多くの学びを得られた」との声が聞かれ、今後のサステナブルツーリズムの横展開に期待が高まった。

表彰式の様子は、後日ウェブサイトで公開予定。



大賞を受賞した富山県西部観光社 水と匠のカイニヨお手入れツアー

第3回「サステナブルな旅アワード」受賞団体と受賞作品

○大賞

☆一般社団法人富山県西部観光社 水と匠／富山県砺波市・南砺市＝カイニヨお手入れツアー～次世代へ紡ぐ、散居村保全と循環型社会の再生～

○準大賞

☆株式会社BASE TRES／静岡県松崎町：伊豆半島の森と海とを循環させる、リジエネラティブ・ガストロノミーツアー。

○地域未来賞（3件）

☆株式会社鮎里ホテル（清流山水花あゆの里）／熊本県人吉市：The Best of Kuma Valley 人吉球磨を巡る特別な旅

☆株式会社エルボスケ・鳥取県八頭町／鳥取県八頭町：地域と連携、季節毎に里山の自然を探求するシリーズ＝春編：希少な野鳥観察、夏編：多様な生物に出会う探究学習、秋編：地域農業生産者と連携したアグリツーリズム

☆Inaka Travel Akita（株式会社遊名人）／秋田県仙北市：角館半日ツアー～職人と文化と食を巡る旅～

○特別賞（5件）

☆一般社団法人十日町市観光協会／新潟県十日町市：十日町縄文ツアーズ

☆一般社団法人NELCrew／三重県明和町：祓川ワンダーカヤック：生命あふれる奇跡の祓川で学ぶ時空を超えて自然とつながる旅

☆株式会社南信州観光公社／長野県飯田市：南信州こだわりの旅

☆一般社団法人明和観光商社／三重県明和町：革新する和紙を使った伝統工芸 伊勢志摩擬革紙クラフト体験

☆一般社団法人明和観光商社／三重県明和町：「一日氏子」体験～神様と地域を支える一員になる特別な一日～



第3回サステナブルな旅アワード受賞団体代表と観光庁、審査委員会関係者による記念撮影

Planners EYE

グアテマラにおけるマヤ文明の継承性 過去から現在へ「生きた」文化の紹介

グアテマラは古代マヤ文明の中心地として、世界において独自の地位を占めています。ユカタン半島からグアテマラ高地にかけて展開したこの文明は、インカやアステカといった帝国的な統合国家とは異なり、統一王朝を持たず、マヤ語を話す人々の都市国家文明として独自の文化体系を築き上げてきました。この多様性こそが、マヤ文明の最も特筆すべき点であり、今日グアテマラで息づく文化の源流となっています。

古代マヤ文明の興隆と多様な都市国家群

古代マヤ文明は、紀元前2000年頃に遡る先古典期からその起源を見ることができます。この時代には、既に大規模な居住地や儀礼の中心地が形成され始めていました。紀元250年頃から900年頃にかけての古典期は、マヤ文明の黄金時代として知られています。この時期、グアテマラのペテン盆地を中心に、ティカル、カラクムル、ナランホといった巨大な都市国家が興隆しました。これらの都市国家は、高度な天文学、数学、文字体系を発展させ、石造りの壮麗な神殿や宮殿を建設しました。

しかし、これらの都市国家はインカ帝国のような中央集権的な統治機構を持たず、外交、戦争、婚姻関係などを通じて複雑なネットワークを形成していました。ティカルとカラクムルのような大都市国家は、時には同盟を結び、時には激しい戦争を繰り広げ、勢力均衡を常に変化させていました。この競争と交流の中で、各都市国家は独自の芸術様式や信仰形態を発展させ、その文化的な多様性は、今日のグアテマラで見られる村ごとの民

族衣装や言語の多様性につながる文化基盤を形成しました。

マヤ文明は、紀元9世紀から10世紀にかけて、多くの都市国家が放棄されるという古典期崩壊を経験します。この原因については、環境の変化（干ばつ）、人口増加による資源の枯渇、都市国家間の激しい戦争など、複数の要因が複合的に絡み合っていたと考えられています。しかし、文明そのものが完全に消滅したわけではなく、人々は都市を離れ、高地やユカタン半島へと拠点を移し、文化的な伝統を守り続けました。

石器の精緻な文化と民族衣装の文化価値

マヤ文明は、インカやアステカと異なり、金属器を持たず、石器や黒曜石を用いた文化でした。これは、建築、彫刻、そして農耕に至るまで、すべての活動が石器に依存していたことを意味します。この制約の中で、彼らは驚くほど精緻な石造り建築や装飾的な織物といった高度な芸術工芸を発展させました。特に、布地や文様、色彩は文化表現の重要な役割を担い、宇宙観や歴史、信仰を象徴する媒体となりました。この点において、マヤとインカの文化は対照的です。

乾燥した気候のアンデス高地で栄えたインカ文明では、古代の織物が多数出土し、その



ウイピルと呼ばれる
貫頭衣

色彩や技術を現代に知ることができます。一方で、高温多湿な熱帯性気候のグアテマラでは、有機物の保存が困難であったため、古代マヤの織物や布地はほとんど残されていません。しかし、古代マヤの織物文化は、絶えることなくグアテマラの民族衣装へと受け継がれてきました。

特に、女性が着用するウイピル（頭から被る刺繡布の貫頭衣）は、現代グアテマラにおけるマヤ文化継承の最も視覚的な証拠です。ウイピルに施される幾何学文様、動植物、そして宇宙的なシンボルは、古代マヤの宇宙観や神話と密接に結びついています。村や共同体ごとに異なる文様や配色が使われ、それは単なる衣服ではなく、共同体としてのアイデンティティーや歴史を物語る「着る歴史書」のような役割を果たしています。

現代に息づくマヤの精神：言語、信仰、儀礼

グアテマラは、現在に至るも20を超えるマヤ系言語が話され、先住民人口は全体の4割以上を占める、マヤ文化伝承の地です。特に高地の村落社会ではマヤ語が生活の基盤をなし、村の長老たちは古代からの知識や歴史を口頭で伝承しています。聖なる山や洞窟における祈祷、儀礼などは、古代マヤの宇宙観や神々への信仰を現代に伝えています。

これらの信仰は、スペイン人の到来とともに持ち込まれたカトリックと融合し、独自のマシモン信仰やシンクレティズム（習合）を生み出しました。この融合は、マヤの伝統が外部の文化を柔軟に取り入れながらも、その本質を失わずに生き残ってきた証しです。チチカステナンゴやアティトラン湖畔のサンティアゴ・アティトラン村などで見られるマシモン（聖人マシモン、またはリバスとも呼ばれる）への崇拜は、マヤの神とキリスト教の聖人が結びついた特異



ティカルのピラミッド

な例であり、マヤの精神が現代に息づく姿を象徴しています。

マヤ史跡の観光と文化の融合： 持続可能な観光の課題

ジャングルの中にそびえるティカルの神殿群は、世界遺産にも登録されており、マヤ文明における都市国家の壮大さを物語る最高峰の遺跡です。このティカルへの訪問は、マヤ文明の過去の栄華を肌で感じさせてくれます。しかし、グアテマラの魅力は遺跡だけにとどまりません。アティトラン湖の周辺に点在する13の村々を訪れることで、マヤ文明の「過去」と「現在」が一体となった独自の文化観光を体験できます。

サンタ・カタリーナ村やサンティアゴ・アティトラン村など、それぞれの村が異なる民族衣装をまとい、独自の文化を守り続けています。また、湖畔から離れますか、先住民の暮らしが色濃く残るチチカステナンゴも、マヤ文化を象徴する場所です。木曜日と日曜日に開かれる市（マーケット）では、色鮮やかな民族衣装を身につけた人々が行き交い、古代から続くマヤの生活様式と商習慣が現代に息づく光景が広がります。

このような「生きた」文化は、観光客にとって大きな魅力である一方で、持続可能な観光戦略を意識することが不可欠です。伝統の真正性を損なうことなく、文化が商業主義によって俗化されることを防ぐため、地域コミュニティの主導権を尊重し、観光収入が住民の生活向上に繋がるような仕組みづくりが求められています。

グアテマラが持つマヤ文明の過去と現在を結ぶこの貴重なデスティネーションを、いかにして未来へと継承していくか。その課題への取り組みこそが、グアテマラにおけるマヤ文化の真の継承性を示す鍵となり、ツアー企画をしていく上で十分な配慮のもと、他の地域では見られない魅力的なツアーを造成していきたいものです。

（ツーリズム総合研究所会長：菊間潤吾）

JATA高橋会長、今年こそ旅行業界「変革」の年 「価格から価値へ」三位一体観光実現へ正念場

日本旅行業協会（JATA）の高橋広行会長は、2026年を「変革の年」と位置付け、円安や旅行費用高騰といった外部環境に左右されない価値訴求型の旅行産業への転換を宣言した。第5次観光立国推進基本計画が始動する節目の年を迎える海外・国内・訪日旅行の三位一体での成長というJATAが長年主張してきた方向性が初めて国の基本計画に盛り込まれることになった意義は大きいとした。

2025年の旅行市場を高橋会長は「まだら模様」と表現した。訪日外国人旅行者数は4000万人の大台に達し、旅行消費額も前年を上回る見通しとなった一方で、日本人海外旅行者数はコロナ禍前の2019年比で7割の回復にとどまり、「大きな課題として残された」との認識を示した。

この偏った回復状況に対し、JATAは価格競争から脱却し、「行く理由があるから旅をする」時代への転換を目指す。韓国・咸安での火祭りジャパンデー開催で1000人以上を集客した事例を引き合いに、「価格から価値への転換を象徴する成功事例」として、唯一無二の体験価値が訴求力を持つことを実証している。

アウトバウンド回復への三つのアプローチ 国際観光旅客税増額も「痛し痒し」

海外旅行市場の回復に向け、JATAは三つの切り口から施策を展開する。

第1に、二国間交流の深掘りだ。2026年は米国建国250周年、サッカーワールドカップの北米3カ国開催など、大型イベントをフックにした付加価値の高い旅行商品造成を進める。韓国での成功事例を他の国・地域にも横展開する方針だ。

第2に、若者の海外渡航促進である。渋谷未来デザインとの「Go Global Project」連携を具体化させるほか、パスポート取得支援や双

方向交流拡大に向けた政策提言を継続する。パスポート発行手数料の引き下げ実現は「業界の長年の悲願」であり、17%まで低下した保有率向上への期待は大きい。

第3に、クルーズ市場の開拓だ。2024年

JATA高橋会長

の日本人クルーズ人口は22.4万人とピーク時の2019年比で6割強の水準にとどまるが、欧米と比較すれば未成熟市場であり、成長余地は大きい。国土交通省が新たに掲げた「100万人」目標の実現に向け、日本外航客船協会、日本国際クルーズ協議会と協働で「レッツクルーズワンミリオン」キャンペーンを展開する。

一方、国際観光旅客税の1000円から3000円への引き上げについては「痛し痒し」との表現を用いた。出国時の負担増はアウトバウンド回復にネガティブな影響を与える可能性がある一方、これにより生まれる大きな観光財源をアウトバウンド分野にどう活用できるかが重要だと認識を示した。2026年度の観光予算は前年度の約500億円から約1300億円に大幅拡大する見込みで、パスポート取得支援や海外旅行促進策への充当を強く求めている。

国内旅行については、1人当たり平均旅行回数1.4回、宿泊日数2.4泊という状況が長らく続いているが、需要の平準化が不可欠との認識だ。全国知事会が主導する「ラーケーション」のさらなる拡大を推進し、休暇日数を5日間とする自治体も出現していることから、「5日間平日に休みが取れれば海外旅行への利用も視野に入る」とアウトバウンド促進への波及効果も期待する。JATA独自の「平日に泊まろうキャンペーン」も継続実施する。



OTOA大畠会長、双方向交流の重要性を強調 海外旅行の復活へ「飛躍の年」実現を決意

日本海外ツアーオペレーター協会(OTOA)の大畠貴彦会長は2026年のツーリズム産業について、インバウンド・アウトバウンドのバランスの取れた双方向交流の拡大をあらためて強調するとともに、今年こそ回復の遅れている海外旅行の復活に向けて協働し、飛躍の年にしたいと語った。

大畠会長は、アウトバウンド需要の回復状況について、2024年比では各月とも増加傾向にあるものの、2019年比では20%減という

「道半ば」の状況にあることを指摘。観光庁が訪日旅行者と日本からの海外旅行者の双方向の人的交流の拡大を重要としていることに触れ、「インバウンドとの相乗効果を生み出すためにはアウトバウンド需要の喚起が不可欠」との認識を示した。

OTOAは、今年8月20日に社団法人化35周年を迎える。これを機に委員会制度を復活させ、若手会員を中心に安全対策委員会、調査・研究委員会、インバウンド委員会の活動を再開した。大畠会長は「『温故知新』の精神で、これからはOTOAを取り巻く環境の変化に対応していく」と述べ、会員の積極的な参加を呼びかけた。

観光庁の政策動向については、昨年7月1日付で旅行振興担当参事官が復活し、根来参事官が着任したことに言及。この部門は2018年に設置されて以来、コロナ禍での「Go To トラベル」などの陣頭指揮を執ったが、2023年に観光産業課に吸収されていた。国内旅行の活性化やアウトバウンド需要の喚起、観光人材の確保・育成に取り組む方針に「大いに期待する」と述べた。

一方、インバウンドについては、オーバーツーリズムやホテル不足、労働力不足、外国人客のマナー違反などの課題が顕在化してい



OTOA大畠会長

ることを指摘。「今まさに起こっている外交関係や多くの外的要因によって大きく数字が変動する可能性もあり得る」として、楽観視せずに誘致促進することを求めた。

大畠会長は「私は常々インバウンドとアウトバウンドは両輪のようにバランスよく発展していくことが重要だと申し上げている」と述べ、双方向での異文化交流の活性化が重要なと考えを強調。「旅行業界のビジネスがまさに国際協力、外交そのもの」との認識のもと、旅行者がそれぞれの国の人々との交流を重視し、より深い体験をもとにその国を理解し尊重することの必要性を訴えた。

本年は昭和元年（1926年）から起算して満100年を迎える。大畠会長は「昭和の先人たちが築いた『豊かさ』の土台に立ち、その睿智と努力に学びながら、我が国の新たな姿・価値観を模索していくことが必要」と述べ、結びに「この新年のごあいさつをお聞きになられた方々全員が『海外旅行の復活』を心から願っていると信じて止まない。協働を通じ、2026年を本当に飛躍の年にしたい」と決意表明した。

グアム政府観光局、日本市場回復で攻勢強める リー局長、旅行業界向け支援策を大幅に拡充

グアム政府観光局（GVB）は、東京、名古屋、大阪の3都市で「ONE GUAM ROADSHOW 2026」を開催し、レジーン・ビスコ・リー局長兼CEOら幹部が来日した。日本市場での好調な回復基調を背景に、旅行業界向けの支援策を大幅に拡充する方針を示した。

リー局長は「現在グアムでは年間を通じて様々なイベントを開催しており、島全体が大きなエネルギーに満ち溢れている。日本からの訪問者にグアムならではの魅力を様々な形で体感できる環境が整っている」と強調した。

具体的な取り組みとして、2025年8月にスタートした「タモン・ナイトマーケット」の継続開催を挙げた。

「観光客、地元住民、グアムの米軍関係者の皆さんで、地元の食材や文化、音楽など様々なものを楽しんでいただけるイベント」と説明し、地域との一体感を演出する。

昨年12月には「グアム・インターナショナルダンス・フェスティバル」を初開催。世界中からダンスチームが参加するコンペティション形式で、「大きな国際交流の機会となった」と語る。実際、コンテンポラリー部門では北海道のYOSAKOIソーランチーム「天嵩～Amata～」が優勝を飾っており、「日本の方々にグアムへの新しい関心を持っていただく機会になる」と今年の開催にも意欲を示した。

グアム最大のランニングイベント「ココロードレース」は4月11日、12日に開催予定。「キッズランからハーフマラソン、駅伝5kmリレーまで、子供から経験豊富なランナーまで幅広い方がグアムのリゾート環境の中でランニングを楽しめる」と、ファミリー層へアピールした。

GVBは会計年度の2024年10月～2025年9月の日本からの訪問者数は、前年同期比16.4%増の23万6428人を記録した。2025年10月、11月の直近2カ月においても、いずれも前年同月比25%を超える伸びを示すなど、回復基調が鮮明になっている。7月に予定されるパスポート手数

料の引き下げについても、「日本人が海外旅行に戻る環境がさらに整う」と期待している。

GOGO! GUAMとグループサポートに加え新たに教育旅行とチャーター便の需要開拓

この好機を捉え、GVBは旅行会社向け支援策を大幅に強化する。4年目を迎える「GOGO!



グアム政観リー局長

GUAM Hafa Adaiキャンペーン」は、指定商品購入者への30米ドル分電子クーポン配布と現地での特典・割引サービスで構成。電子クーポンは4月末までの実施だが、5月以降も追加予算により再開する計画。

5名以上の団体を対象とした「グループサポートプログラム」では、参加人数に応じて最大50万円（税別）の補助金を提供する。申請は9月1日まで、対象は9月30日出発分までとなる。

新設の2プログラムは、教育旅行とチャーター便の新たな需要開拓を狙う。「エデュケーションサポートプログラム」は、語学研修や体験学習を実施する5名以上の学校・団体向けで、現地交通費や研修施設利用費の一部として1名1万4000円（上限28万円、税別）を補助する。

「チャーターサポートプログラム」は、定期便が運航していない地方空港からのチャーター便誘致を席数ベースで支援するもの。年末年始や春休みには福岡発などのチャーター便が複数運航されており、ゴールデンウィークや夏休み期間の誘致を図る。

このほか、回復が顕著なゴルフ需要を取り込むため、「グアムゴルフガイド」を制作し、旅行会社や国内ゴルフ練習場への配布を予定している。

リー局長は「こうした様々なイベントや投資を通じてグアムの多様な魅力を創出し、日本の皆様の旅行意欲を高めることを目指している。今後も業界の皆様と力を合わせて旅行を盛り上げていきたい」と述べ、旅行業界とともに日本人のグアム旅行を促進することを強調した。

観光経済新聞「人気温泉旅館ホテル250選」表彰 「温泉100選」1位は23年連続で草津温泉

観光経済新聞社は1月14日に都内ホテルで、2025年度「人気温泉旅館ホテル250選認定証授与式」を開催した。人気温泉旅館ホテル250に入選した旅館・ホテルに認定証、にっぽんの温泉100選の上位と特別賞に表彰状が授与された。また、同紙の創刊75周年記念で昨年実施した論文コンテストの上位入賞者も表彰された。

主催者を代表して積田朋子社長は「27回目を迎えた人気温泉旅館ホテル250選について、「観光庁、環境省、観光関連8団体、大手・中堅旅行業、OTA、そして航空、JRなどキャリアのご協力のもとに、日本の温泉100選と同時に毎年実施している」と説明。「約5万枚の応募はがきを集計し、インターネットなども含めて寄せられた得票数の上位250位を選んだ」と述べた。

積田社長、5つ星の宿の社会的認知度高まる

積田社長は「認定証には星のマークの商標登録番号が記載され、5つ星の宿は大手旅行業の企画商品等にも組み込まれ、社会的認知度も高まっている」と強調。また、毎年発行している5つ星の宿の書籍を全国の書店で販売し、公式ウェブサイトも立ち上げ、一般の人々への認知度を高めていることを報告した。

同時に実施している日本の温泉100選については、今回39回目を迎えたことを紹介。23回連続第1位の草津温泉は「古くから日本の三名泉の一つとして知られており、加えて長期的な視野に立ったまちづくりが進められ、湯畠を中心とする低炭素施設の整備が評価された」と分析。さらに「最近、SNSなどを活用した情報発信で若者層の集客も成果を上げている」と付け加えた。

2年ぶり5回目の2位となった下呂温泉は、



積田朋子社長

「日本の三名泉として湯のよさには定評があり、温泉の魅力に加え充実した施設づくり、グルメイベントなど評価が高く、観光庁の先駆的DMOにも選定され、地域づくりも全国から注目されている」と評価した。

第3位の道後温泉は、「前年度に本館が約5年ぶりに営業を再開し、持続的な温泉地を目指す構想の実現を目指している」と紹介。「いずれも選ばれること、選び続けられることに挑戦する地域ぐるみの努力が欠かせないことが浮き彫りになっている」と述べた。

積田社長は、温泉文化が昨年11月28日に国の文化審議会無形文化遺産部会で神楽と共にユネスコの申請提案候補に選定されたことについて、「温泉文化を世界に発信することは、インバウンド戦略の柱、これから観光の推進に必ずやつながっていく」と期待を示した。

人気温泉旅館ホテル250選の認定証は、全国6地区の代表に壇上で授与。今回の代表は、あかん遊久の里鶴雅・大西希副社長（北海道地区代表）、日本の宿古窯・萬国屋・佐藤太一社長（東北地区代表）、あさや・八木澤美和専務・女将（関東甲信越地区代表）、ゆのくに天祥・新滝英樹社長（中部地区代表）、皆美佳邦・佳翠苑皆美社長（近畿中国四国地区代表）、有村政代・清流山水花あゆの里副社長・大女将（九州地区代表）。

温泉100選は上位1~3位を表彰。1位は23年連続の草津温泉（群馬県）。2位は前回の3位からランクアップした下呂温泉（岐阜県）。3位は前回2位の道後温泉（愛媛県）が受賞した。

二階氏「観光こそ世界平和につながる」

懇親パーティには受賞者、来賓合わせて約400人が参集。国土強靭化研究所会長、全国旅行業協会名誉会長、元自民党幹事長の二階俊博氏、観光庁の田中賢二審議官、元観光庁長官、現アジア太平洋観光交流センター理事長の本保芳明氏らが登壇した。

二階氏は「今日の観光の発展は皆さんの努力の賜物。心から感謝を申し上げる」と出席者に

謝意を述べた。

その上で、「観光産業は皆の協力、お力添えがなければできない。私は観光は平和産業だということを強調しておきたい。観光は平和なうちにしか発展のしようがない。戦争しているところへ誰が旅行に行きますか。観光を支えるために平和が大事な要素である」と力説した。

さらに、「日本経済では観光が断然上位になった。古い時代の観光を知っている方々には、予想だにしなかったような発展ぶりである」と観光産業の成長を振り返り、「お集まりの皆さんのご協力、ご尽力の賜物だ」と改めて感謝を表明。

「観光こそ世界平和につながる。この大きな目的のためにお互いに関係する皆様がさらに奮起することを期待する」と述べ、関係者のさらなる奮起を促した。

田中審議官、観光の中核を担う宿泊業強調 温泉文化ユネスコ認定で地方への誘客図る

観光庁審議官の田中賢二氏は、観光立国実現に向けた政府の取り組みに触れ、「昨年は訪日需要の高まり、あるいは円安の影響ということもあり、政府として持続可能な観光立国の推進に向けて政府を挙げて取り組んだ」と説明した。訪日外国人旅行者数、消費額ともに過去最高を大きく更新する勢いとなってい



田中賢二審議官

る」と述べた。

その上で、「人口減少が進むわが国において、観光は成長戦略の柱、地方創生の切り札だ。その中核を担うのは今回お集まりの宿泊産業の皆さんだ」と強調した。

一方で、宿泊産業をめぐる課題として、「コロナ禍に極めて大きな影響を受け、従来から指摘されている収益性、賃金水準、人手不足と



二階俊博氏

いった構造的な課題がある」と指摘。「外国人材の活用を含めた人材の採用・育成など、総合的な人手不足対策を行うことにより、この宿泊産業を支えていく」と支援の姿勢を示した。

さらに、「高齢者、障害者、訪日外国人旅行者など幅広い旅行者にとってストレスフリーな宿泊環境の整備を進めていく。宿泊施設のバリアフリー化にもしっかりと取り組んでいく」と述べた。

温泉文化のユネスコ無形文化遺産への提案候補選定については、「観光庁としても大変喜ばしいこと」とした上で、「これを契機に温泉文化の認知度向上、温泉を訪日目的とした訪日増加、そして全国各地に存在する温泉地を中心とした地方への誘客が進むことを期待している」と述べた。また、2025年3月に開催される横浜グリーンエキスポについて、「宿泊施設でのPR促進、情報発信のご協力もぜひお願いしたい」と呼びかけた。

本保氏「二階先生なくして今日の観光なし」 地域一体の取り組み評価、全国への波及期待

元観光庁長官でアジア太平洋観光交流センター理事長の本保芳明氏は、まず二階氏への謝意を表明。「今日の観光行政があるのは本当に二階先生のおかげだ。これだけ観光が大きくなり、政治の応援があちこちに入っているが、最初から支えていただいたのは二階先生。二階先生なくして今日の観光なし」と述べ、会場に二階氏への感謝の拍手を促した。



本保芳明氏

日本の温泉100選については、「改めて観光経済新聞の先見の明を感じた」と評価。「温泉あるいは観光は各施設が頑張って初めて発展するものだが、今は地域がどれだけまとまって魅力を示していくかが重要になる。別の言葉を使えば地域競争の時代に入ってくる」と指摘した。

その上で、「そのことを考えて39年前から観光地域、その代表格となる温泉地を取り上げて100選という形で評価してきたことに大変意味がある」と観光経済新聞の取り組みを

称賛した。

また、「日本の地域間競争の状況をよく捉えている」として、草津、下呂、道後の上位入選について言及。「長い間の取り組みの積み重ねが大事。地域づくりは1、2年でできることではなく、10年、20年で初めて成果が上がるもの」と強調した。

2020年代から毎回順位を上げている下呂温泉や道後温泉を例に挙げ、「これらの地域に共通しているのはリーダーシップがはっきりしていて、地域一体となった取り組みができていること。そういう成果がきちんと現れている」と分析した。

最後に、「こういう取り組みの評価は観光庁にはできない。日刊紙だけができると。その価値をますます高めていくことを通じて、日本全体の温泉・観光地がさらに発展していくこと

を期待する」と述べた。

「5つ星の宿」231軒、「プラチナ」95軒

「人気温泉旅館ホテル250選」「にっぽんの温泉100選」は、観光経済新聞社が主催する温泉地の旅館・ホテルと温泉地の人気投票。観光関係8団体と観光庁、環境省が後援している。

旅行会社、O T A の社員らを対象に、7~10月の4カ月間、投票を募り、12月の本紙年末号で結果を発表。250選の入選施設に認定証、100選の上位1~3位に表彰状を授与している。250選に通算5回以上入選した施設は「5つ星の宿」、25回以上は「プラチナ」と認定。今回、「5つ星の宿」は231軒、「プラチナ」は95軒となった。



人気温泉旅館ホテル250選の認定証は、全国6地区の代表に授与された

旅行新聞「日本のホテル・旅館100選」表彰式 水明館が初の総合1位、地域連携型経営が評価

旅行新聞新社は1月16日、第51回「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」の表彰式を都内で開催した。総合100選では岐阜県・下呂温泉の水明館が、旅館100選半世紀の歴史のなかで初めて1位に輝いた。

主催者を代表して旅行新聞新社の石井貞徳社長は表彰式の挨拶で、「この大会も51回を迎えることができた。これも一重に当初より応援をいただいている全国旅行業協会、日本旅行業協会、観光庁、国交省のご後援をいただいているおかげです」と述べた上で、2026年の業界展望について「昨年に引き続いて非常に好調なスタートを切った」としながらも、「インバウンドに関しては少し落ち着いてくるとの見通しを示した。

石井社長は、物価高や人材不足など業界が抱える課題に触れつつ、「観光業がやはり頑張らないと日本国はうまくいかない」と強調。「『人間万事塞翁が馬』ということわざがある。目前のことについかけるのではなく、長期的な視点が大切」と述べ、「デジタル技術、AI、SNSなど情報発信方法が変わってきており、観光業の顔を見てお客様に喜んでいただく、そういうものがこういう時



下呂温泉観光協会会長も務める瀧靖洋水明館社長

代だからこそ必要ではないか」と、対面接客の価値を再確認した。

また、総合100選で旅館100選半世紀の歴史のなかで初めて1位を獲得した水明館社長で、下呂温泉観光協会会長の瀧靖洋氏は、「ピンチはチャンス。コロナ禍で社員を採用し、徹底的に社員教育を行った。トヨタ生産方式を導入したこと、団体を受ける体制が整い、個人に対してもきめ細かなサービスができるようになった」と、コロナ禍での戦略的な取り組みを振り返った。

瀧氏は特に地域連携の重要性を強調し、「地域の発展なしに旅館の発展はない。稼働を抑えて単価を上げれば旅館だけが儲かるような状況になっているが、その分地域は瀕している。こういう状況は打破しなければならない」と述べ、「観光の目的である地域住民の生活の向上を目指していくことが大事。そのためには地域マーケティング、地域マネジメントが絶対に欠かせない」と、地域全体での持続可能な観光開発の必要性を訴えた。なお、瀧氏は地域活性化に20年間関わっており、昨年「下呂温泉価値創造プロジェクト」を出版、官民連携や地域マーケティング、生産性向上の事例を詳述している。



石井貞徳旅行新聞新社社長と総合1位に選ばれた水明館女将の瀧景子さん

総合2位に新潟の泉慶・華鳳 部門別を水明館と分け合う

「総合」2位は前回1位だった白玉の湯泉慶・華鳳(新潟県・月岡温泉)、3位は八幡屋(福島県・母畠温泉)がランクイン。トップ10入選施設への支持は厚く、顔ぶれは昨年と同じとなったが、8位の萬国屋(山形県・あつみ温泉)、9位の大谷山荘(山口県・長門湯本温泉)が、それぞれ昨年順位から1ポイント上昇した。

部門別100選では、「総合」1位の水明館が「もてなし部門」「料理部門」で1位、同2位の白玉の湯泉慶・華鳳が「施設部門」「企画部門」で1位となり、2館で4部門のトップを二分した。「企画部門」では10位の大谷山荘が初のトップ10入り。同館は「もてなし部門」でも9位にランクインし、12年ぶりにトップ10に返り咲いた。「施設部門」で9位の萬国屋が7年ぶり、10位のあかん遊久の里鶴雅(北海道・阿寒湖温泉)が2年ぶりに、それぞれトップ10入りを果たした。

同時に、第46回「プロが選ぶ日本の観光施設100選」、第35回「プロが選ぶ優良観光バス30選」、第9回「プロが選ぶ水上観光船30

選」も発表された。

観光施設100選は、昨年度まで「プロが選ぶ観光・食事施設100選」「プロが選ぶ土産物施設100選」として発表していた事業を一本化したもの。新しいランキングで初めての1位に、御菓子御殿(沖縄県読谷)が選ばれた。優良観光バス30選では名阪近鉄バス(愛知県・名古屋市)が、水上観光船30選では最上峡芭蕉ライン観光(山形県・戸沢村)がそれぞれ1位となった。

旅館100選は年に1度、全国の旅行会社による投票を集計し、得票順に並べて入選施設を発表する事業で、観光業界で最も歴史のあるランキングである。投票は昨年9月21日から10月31日に、全国の旅行会社(旅行業登録1種、2種、3種)の本社、支店、営業所など1万4296カ所に、投票案内を掲載した「旅行新聞」と投票専用ハガキを直接送付して実施したほか、Webサイトからも受け付けた。返信された投票専用ハガキとWeb投票を集計し、「もてなし部門」「料理部門」「施設部門」「企画部門」それぞれの100選および、4部門の合計点からなる「総合100選」が決定した。



旅行新聞新社主催「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」の表彰式