

JATA 田川会長インタビュー

ツーリズムEXPO 2018、5年目の集大成

日本観光振興協会、日本旅行業協会（JATA）、日本政府観光局（JNTO）は、5回目となる「ツーリズムEXPO ジャパン2018」を9月20日から23日までの4日間、東京ビッグサイトで開催する。今年のツーリズムEXPOは、5年間の「完成形」をめざす。B2B商談会を2日間に延長し、ブースで商談する欧米方式を採用して拡充。また、テーマ別の観光エリアの新設、VR、4DXなど体験型コンテンツもさらに充実し、B2Bの業界向け商談とB2Cの一般向け展示の両面から5年間の集大成となる。ツーリズムEXPOは2019年大阪、2020年沖縄開催を経て、2021年から再び東京で開催する。大会実行委員長の田川博己JATA会長に、ツーリズムEXPO ジャパンの方向性と課題を聞いた。

商談2日間、展示会期間4日間に延長、商談件数・海外出展数増加

■今年のツーリズムEXPO ジャパンの特色
これまで、ホップ・ステップ・ジャンプで進めてきて、昨年完成型をめぐらした。2019年はツーリズムEXPO ジャパンを初めて大阪で開催する。このため、2018年は、これがツーリズムEXPO ジャパンだということを確認したい。

そのために、展示会期間を4日間に延長し、業界日は2日間に拡大し、展示商談会は出展ブースで行う欧米型方式を採用した。WTMやITBベルリンに匹敵する形になり、登録システムも刷新し、昨年の商談件数6886件から今年は7450件に増加した。

今年のEXPOへの出展数は1440企業・団体。このうち海外は768企業・団体、国内は527企業・団体、その他は145で、海外からの出展も増えてきた。世界的な潮流を受け、旅行ツーリズムだけでは捉えられないものを4日間の展示と商談で示していく。

観光大臣会合で提言を期待 未来を展望するイベントに

■観光大臣会合の位置づけ

観光大臣会合については、4年前にWTMが主催している観光大臣級会合に日本代表として出席し、メガイベントに対する国や民間の役割について議論した。その際に登壇したチュニジアの大臣は、大国のような力はないが、オリジナリティある音楽イベントや伝統文化を磨きながら世界に對抗していきたいと発言し、日本は祭りや伝統芸能などを磨いているかと考える契機をいただいた。

ツーリズムEXPOで開催する観光大臣会合でも、目が覚めるような会議にしたい。日本もこれから2020年の東京オリンピック・パラリンピックが終わった後を見据えた新たなツーリズムEXPO ジャパンにしていく必要がある。そのためには、観光大臣会合では各国の大臣の心に届くキーワードを感じてもらいたい。

観光大臣会合やアジアツーリズムフォーラムについては、そうしたレベルに引き上げる舞台を用意している。

単なる展示と体験だけでなく、観光の未来を展望する複合かつ立体的なイベントになっていると思う。

「新しい旅の提案」も完成形 産業・酒蔵・アドベンチャー

■新しい旅の提案

「新しい旅の提案」を行っていくのがツーリズムEXPO ジャパンの方向性であり、今回はその意味でも完成型をめざす。

世の中の動きがデジタル化するなかで、体験型の展示を通じて、楽しさやおもてなしを体感してほしい。アニメ、おもちゃなどもあるが、キーワードは「感じること」。VR体験やAR、3Dを超える大迫力の4DXアトラクションなどの技術も活用しつつ、「来て、見て、感じて、楽しめる」おもてなしの動きをしっかりと示したい。

新しい旅の提案については、スポーツ・アドベンチャー、産業観光、酒蔵、リゾートウェディングなどのテーマ別の観光エリアを新設する。

2020年の東京オリンピック・パラリンピックを控えて、スポーツ・アドベンチャーに焦点を当てる。日本には多くの自然があるが、自然とスポーツを融合させた取り組みは少なく、ラフティングなどにまだ限られている。例えば、鳥取県の大山周辺で

は登山やサイクリング、シーカヤックなどを楽しむ取り組みが始まっているが、2020年を境にこうした楽しみ方は広がっていくのではないかと。

また、産業観光は、日本の財産であるモノ作りのプロセスを見せることが観光の大きな要素となる。産業観光、インダストリー・ツーリズムを日本のテーマ別観光の一つとして普及させたい。

酒蔵ツーリズムは世界中で展開されているが、日本ではまだ遅れている。日本には多種多様な酒があるのに、あまり観光資源として磨かれていない。ここにも焦点を当てていきたい。

フード・ツーリズムやガストロノミー・ツーリズムへの取り組みも、日本では始まったばかりだ。日本の食は豊かで、素材を出すのは上手な一方で、料理としての出し方はまだ下手だと感じる。寿司や天ぷらなどの和食は知られているが、日本の普通の食卓にならぶ日本食は、まだまだ知られていない。そうしたフード・ツーリズムにもしっかりと取り組んでいきたい。

さらに言えば、エコ・ツーリズムは一つの学問分野であり、ツーリズムの神髄とは何かという学術的な側面からの取り組みも進めたい。今回、観光系大学が出展するが、2021年以降はこれが大きなテーマになるだろう。

リゾートウェディングでは、新しいウェディングのスタイルを提案していく。留学に関しては、語学留学はもちろん、異文化交流のおもしろさや重要性を紹介したい。いろいろな企業が若者の留学や異文化交流に取り組んでおり、グローバル化が進むなかで異文化交流がもたらす効果に改めて焦点を当てたい。

クルーズはブームになりつつある。日本には離島も多く、もっと多様なクルーズができればいい。また、海外でクルーズを気軽に楽しめるフライ&クルーズの魅力も紹介していく。

大阪開催、旅行者の分散化を関西ならではの魅力アピール

■2019年の大阪開催

東京以外での開催は来年が初めて。大阪を選んだ大きな理由の一つは旅客の分散化。成田・羽田の東京一極集中が進む中で、関西圏はアジアの窓口であり、関西国際空港、伊丹空港、神戸空港と3空港がある。定期便は関西への乗り入れが増え、その一方でプライベートジェットやチャーター便を運航するなら神戸空港の方が利便性が良い面もあり、関西の3空港をうまく活用していくメリットをアピールしたい。

とくに、関西は今後、2019年にG20、2021年にマスターズゲームがあり、2025年の万博誘致も行っている。関西を第2の首都にしたいとの国民的な想いは強まっている。そうした大義のもと、大阪でのツーリズムEXPO ジャパンを成功させるべく、関西の関連団体や企業等と連携協力しながら取り組むたい。

EXPOでは、関西ならではの独自色として、食や笑いの文化をフォーカスしていきたい。笑いについては、大阪独自の笑いの文化をどう表現するか。また、関西ならではの食の魅力も紹介していく。

ウェルネスについても、テーマを設けて取り組んでいく。東京は一般論的になりがちだが、大阪はテーマを絞っていききたい。

もう一点、大阪でのツーリズムEXPO開催は2019年秋であり、1年後に迫る東京オリンピックパラリンピックの会場を見学したい人もいよう。そのため、関西からファームツアーで東京に来やすい環境も整えたい。



沖縄開催、海洋リゾート訴求 エコツーリズムも重要テーマ

■2020年の沖縄開催

沖縄については、海洋リゾート、アドベンチャー・ツーリズム、エコ・ツーリズム、島旅などがテーマとなるだろう。沖縄と言っても本島と八重山諸島では文化も言葉も違う。クルーズについては、沖縄本島をクルーズ基地にするのも一つの考え方だ。

ツーリズムEXPO ジャパンの開催を通じて、沖縄という海洋リゾートをアピールし、沖縄への注目度を高めたい。

その際、エコ・ツーリズムは最も大事なテーマになるだろう。また、沖縄の観光資源は国際的にみても高いレベルにあるが、まだまだ磨かれていない。ショッピング・ツーリズムの面でも沖縄が注目されるような動きが出てくればと思っている。

2021東京開催、新しい形に 2030年見据え、異業種交流

■2021年からの東京開催

総合的にいえば、今回は会期が4日間に伸び、そのうち業界日は2日間として、ブースで商談する。いわば米国のIPW方式に変更となる。世界のイベントと同じレベルで実施して、良い点や悪い点を研究し、3年後の2021年にツーリズムEXPO ジャパンが東京に戻る時には、新しいEXPOに変えていく。2021年以降は2030年を見据えていくことになる。できるだけ商談件数を増やして実りあるものにした。

異業種との関係もさらに深めていく。2017年は満足する結果が得られた。デジタル化やシステム化、新しい技術をこの業界にどう活用するか。例えばJTBは無人店舗などを一部取り入れており、人を介さないサービスと人を介するサービスへのそれぞれの取り組み方が課題となる。

異業種の参入により、多様性が生まれつつある。フード・ツーリズムや産業観光などはその代表例で、単なるコラボレーションではなく、それぞれが磨いたものを足すことで、1+1=3になる。そういう流れのヒントを作りたい。

アクセシビリティに配慮 障がい者旅行の拡充めざす

■EXPOとパラリンピック

誰もがフラットに行ける、アクセシビリティにしっかりと配慮していることが観光先進国だとすれば、ツーリズムEXPO ジャパンもその精神で運営していく。

2020年に東京オリンピック・パラリンピックが開催され、世界中が日本に注目する時に、ツーリズムが上手にマッチングしていくことが必要。そういう流れの中で、単なるツーリズムの同業者だけでなく、異業種とも組んで進めていく。

日本人は観光地を見る 外国人は生活を見る

■国内版DMOの出展

外国人が口コミサイトやSNSにアップしている日本の姿を、実は多くの日本人が知らないのではないかと。我々が気付かない視線を彼らは持っている。ツーリズムはレジャーであり、日本人は観光地を見に行っているが、外国人は生活文化を見に来る。観光の素材を磨くというよりも、その地域の生活文化を売るという視点が必要だ。

今回、DMOがかなり出展しており、そうした視線で紹介してもらえたらありがたい。バイヤーは展示を見るだけでなくセミナーを聞いて、五感を使ってEXPOを見てもらい、一般消費者向けにPRしてほしい。

海外旅行に「イノベーション」 旅行を創り出す原点に戻る

■海外旅行の再成長

海外旅行で考えるべきは「成長」と「発展」。成長とは子供が大人になることで、本質は変わらないが、発展にはイノベーションを伴う。海外旅行を「発展」させるためには、何かを捨ててイノベーションすることが必要だと考える。

個人旅行（FIT）で海外に行くのも海外旅行だが、旅行会社からすれば、それは手配旅行。「手配旅行は旅行会社の本来の役目ではない」とではないか。OTAについても、その取扱いの多くは手配しているだけの手配旅行で企画旅行ではない。我々は、本来の旅行（企画旅行）を創り出す原点に戻った方がいい。

例えて言うなら、水。いままで水道水は旅行会社の範疇だったが、最近はOTAが管理している。そこで旅行会社は日本中、世界中から美味しい水を探して詰めるペットボトルのプロデューサーにならなければならぬ。企画提案するためにも、自らの足で見に行くことから始めるべきだ。

「若者の海外体験」事業に協力 海外教育旅行をカリキュラムに

■若者のアウトバウンド振興

20代は人口が30年前とは30%以上減っており、分母が違う。若者が海外旅行への興味を失った訳ではなく、今も若い人は興味を持っている。興味の示し方が以前と違い、どういった刺激を与えたら海外に出るのか、我々もまだ答えを持っていない。

一つには、教育戦略として文科省と国土交通省が共同で取り組み、教育旅行をカリキュラムに入れるべきだろう。例えば高校生の短期留学などに学校から補助金が出るなどの仕組みがあったらいい。海外体験が若者を育成する上で、大きな効果があることがわかっている以上、あとはそれを後押しする仕組みをどう作るか。

観光ビジネスに関わる情報と関係者が集結する総合観光イベント

ツーリズムEXPOジャパン 2019 OSAKA 2019年 10/24(木) - 10/27(日)

会場 インテックス大阪およびその周辺 **来場者数** (見込) 130,000人(業界:34,000人、一般96,000人)

主催 公益社団法人日本観光振興協会(JTTA)、一般社団法人日本旅行業協会(JATA)、日本政府観光局(JNTO)

併催 インバウンド・観光ビジネス総合展2019 **合同開催** VISIT JAPAN トラベル& MICE マート(VJTM) 2019



初の大阪開催決定!!

関西は今、日本で最も注目を集めるエリアの一つだ。2020年の東京オリンピック・パラリンピックをはさんで、大型イベントが目白押しなのが、実は関西。2019年のG20をはじめ、2021年の関西ワールドマスターズゲームズ、2025年の万博誘致を掲げるほか、日本版IRの解禁に向けてIR誘致にも名乗りを上げる。観光面の勢いもすごい。インバウンド急増に伴い、関西国際空港を発着する国際線旅客便数は年々増加、日本人の海外旅行需要も増加している。そんな中、「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪」がいよいよ関西で初開催される。国内外の観光関係者が大阪に集結するこのチャンスを逃さず、関西マーケットの開拓を強化したい。

大阪でツーリズムEXPO初開催! 2019年10月24日からの4日間

高いポテンシャルを有する関西エリアの観光をさらに盛り上げようと、「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪」が10月24日(木)~27日(日)までの4日間、インテックス大阪とその周辺で開催されることが決定した。関西は2019年以降、世界的なイベントや文化事業が目白押しで、国内外から高い注目を集めており、同地で「ツーリズムEXPOジャパン」を初開催することで、関西ブランドを世界に発信し、西日本エリアの観光のハブとしてのさらなる成長を後押ししたい考えだ。「ツーリズムEXPOジャパン2019大阪」の

開催にあたっては、「展示商談会」「フォーラム&セミナー」「顕彰事業」「交流会」の主要4事業と、インバウンド・観光ビジネス総合展(IB)の併催、JNTO主催の訪日商談会(VJTM)の合同開催といった事業の柱は堅持しつつも、「大阪ならではの展示に工夫をこらす。詳細はこれからだが、鉄道や食、産業観光、MICE、スポーツなどのテーマゾーンの設置を検討するほか、関西独自の笑いや食の文化などもフィーチャーし、ツーリズムEXPOの大阪開催を通じて関西ブランドの確立を後押しする。

「展示商談会」でビジネスチャンス獲得 10月末までの早期申込で15%割引!

出展者にとっての最大のメリットは、東京開催と同様に「展示商談会」だ。ブース出展者は、2日間の事前アポイントメント制の商談会に参加することができ、商談会参加バイヤーの名刺データ集「マッチングメンバーリスト」も提供される。また、国内外のバイヤーなど業界を代表するキーパーソンや来場者とネットワーキングを拡大できるほか、旅行意欲の高い一般来場者へのダイレクトなプロモーションやマーケティングを行えるのも魅力だ。とくに「展示商談会」は事前アポイントメント制のため、効率的に商談を行うことが可能だ。商談件数は2017年実績で6886件に

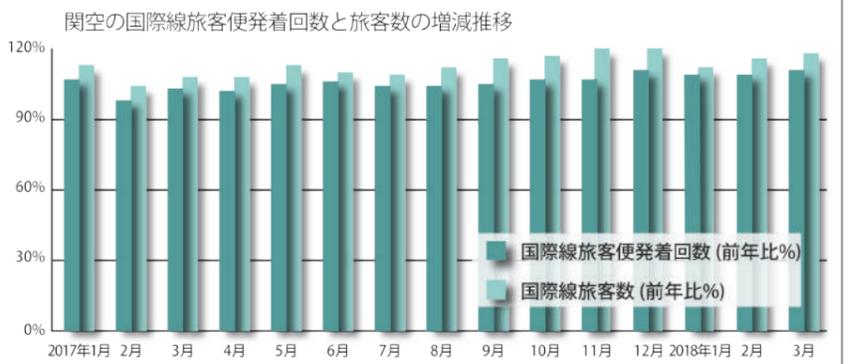
達しており、商談の満足度でも「期待以上」「期待通り」との回答がバイヤーで81%、セラーで70%に達した。実際、商談をきっかけに新商品開発や販売拡大につながったとの声も寄せられており、デジタル化が進む時代だからこそ、face to faceの商談会で新たなビジネスチャンスをつかみたい。しかも今なら、10月31日(水)までの期間限定で、ブース出展料が通常より15%も割引される「スーパー早割」を受付中。早期の申込みは非常にお得だ。また、2019年3月1日までの申込みなら、8%の早期割引が適用される。その後は通常料金となり、申込期限は4月30日となる。



今、関西が熱い! 観光のポテンシャルエリア

関西エリアの国際観光のポテンシャルの高さは、数値的にも示されている。関西エアポートの発表によると、関西国際空港を離発着する国際線の旅客便の発着回数は、2017年度(17年4月~18年3月)に前年比7%増の12万2101回に増加。これを受け、国際線旅客数は14%増の2190万5917人と、運航便数の伸び以

上に旅客数が伸びた。月別にみても、国際線の発着回数と旅客数は右肩上がりであり、今後も関西の路線便数と旅客数は比例して伸びていくことが予想される。国際線旅客数の内訳をみると、外国人旅客の伸びが著しいが、日本人旅客数も2017年(1-12月)は4%増と伸びており、国際線拡充が日本人の海外旅行にも追い風になっている。関西エリアは、まだまだ海外旅行需要の伸びしろが大きいポテンシャルエリアなのだ。



この機会をお見逃しなく!

料金表

出展料	基礎小間		スペース(敷地渡し)	
	期間限定 スーパー早割(※)	¥382,500(税別) / 小間(9㎡)	¥340,000(税別) / 小間(9㎡)	¥340,000(税別) / 小間(9㎡)
早割(※)	¥414,000(税別) / 小間(9㎡)	¥368,000(税別) / 小間(9㎡)	¥368,000(税別) / 小間(9㎡)	¥368,000(税別) / 小間(9㎡)
通常(※)	¥450,000(税別) / 小間(9㎡)	¥400,000(税別) / 小間(9㎡)	¥400,000(税別) / 小間(9㎡)	¥400,000(税別) / 小間(9㎡)

申込期限について

期間限定 スーパー早割申込期限
2018年6月7日(金)~2018年10月31日(金)

早期割引申込期限
2018年11月1日(木)~2019年3月1日(金)

通常申込期限
2019年4月30日(金)

ツーリズムEXPOジャパン推進室

住所 〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通霞が関ビル4F

電話 03-5510-2004

FAX 03-5510-2012

E-mail event@t-expo.jp

公式サイト www.t-expo.jp/

ツーリズムEXPOジャパン

今年も見どころ満載！ ツーリズムEXPOジャパン2018



「ツーリズムEXPOジャパン2018」は、世界130カ国以上の国・地域から、計1440もの出展者が集まる世界最大級の旅のイベント。『見つけよう。旅の「新しいカタチ」』をテーマに、国内外の最新の観光情報が入手できるほか、様々な体験コーナーや地域名産の試飲試食、ステージパフォーマンスなどが楽しめる。今年も展示商談会を2日間に拡大し商談件数を7450件に増やすほか、国内外の展示ブースも体験コンテンツやアトラクションが充実、4DXアトラクションやプラネタリウムなども楽しめる。海外エリアの注目ブースをいくつか紹介しよう。



トルコ共和国大使館・文化広報参事官室

2018年は「トロイの木馬」の伝説で知られるトロイ遺跡がユネスコ世界遺産に登録されて20周年の節目を迎える。そこで今年も「トロイの木馬」(レプリカ)を展示するほか、トロイにちなんで結成された「トロイ・カルテット」(四重奏音楽グループ)によるミニコンサートを開催。トルコの伝統工芸ワークショップ(伝統手芸「オヤ」とイスラム書道「ハット」)、トルコの伸びるアイスクリームの試食体験コーナーも展開する予定。



韓国観光公社

「#だけじゃない韓国」をテーマに、地方観光、文化遺産、食、伝統・文化体験、韓流、医療観光など、テーマ別にさらに進化した韓国の魅力を紹介する。毎年話題のステージでは、韓国名誉広報大使のスザンヌさんによる「魅力満載 韓国ソウル女子旅」トークショーを実施するほか、有名ブロガーなどの観光トークショー、地方観光クイズ、お楽しみ抽選会などのステージプログラムを展開。体験コーナーでは、韓方石鹸作りや伝統工芸品の絵付け体験などが楽しめる。



グアム政府観光局

グアム政府観光局のブースは「ハファ・デイ・カフェ」をテーマに、グアムのミュージシャンによるステージをお届けする。ミスグアムや、グアムのキャラクター「グマモン」との撮影会を行うほか、グアムのコーヒーがもらえるスタンプラリー、さらに携帯サイトでアンケートに答えると、グアムバッグなどのプレゼントが当たるプログラムなどを用意する。



ハワイ州観光局

ハワイ州観光局のブースには、ハワイの風を体感できる「Hawaii 4DX ライド」が初登場。これは、3D映画を超え、上下左右に移動する座席で、ハワイの風を体感できる特殊効果が映像と連動し、臨場感たっぷりにハワイ体験ができる体験型アトラクション。「誰も体験したことのないテクニカルな超ハワイ体験」を提供する。また、フォトジェニックな写真を撮影できるフォトボックスなど、これまでにないパビリオンを展開する。



マカオ政府観光局

年内供用開始予定の「港珠澳大橋」の開通で、ますます便利になるマカオ。ユネスコ食文化創造都市認定を受けて、今年も「食(グルメ)」にフォーカスし、現地で人気のメニューが楽しめる「マカオ・カフェ」や、料理ゲームアプリ「クッキング・ママ お料理しましょ!」とコラボレーションしたスペシャルゲームなどを用意する。また、マカオの街なかの広場をイメージしたブース内には二階建てバスも登場。内部はフォトギャラリーで、8月に撮影したばかりのマカオ最新フォトを多数展示する。

カリフォルニア観光局

カリフォルニア観光局のブースでは、「カリフォルニア・ドリームキッズプロモーション」の一環で、カリフォルニアならではのゲームを3つ用意する。定番の「コーンホールゲーム」をはじめ、「スマートボール・ゲーム」、「デジタルウォールでの塗り絵体験」を用意する。この夏スタートしたカリフォルニア観光局のドリームキッズLINE公式アカウントでは、「ドリームキッズ・クマのキャラクターネーミングコンテスト」も9月末まで実施中。



www.jwing.net
mail@jwing.net



タイ特集2018

タイの今を知る Business & Leisure



タイは世界中から注目を集める MICEデスティネーション

ユニークなベニューとプログラムで どんな場所&テーマにも対応



タイが人気の MICEデスティネーションとなった理由

さまざまなテーマに応じた 多数のユニークベニュー

2017年にタイを訪れた日本人旅行者は154万人を超え、過去最高を記録した。2018年は165万人まで引き上げるべく、タイ国政府観光庁(TAT)を中心にプロモーション活動を展開している。また、全世界からMICEでタイを訪れる人も年々増加。2018年1~6月は2017年の通年実績の52%に達するなど好調を維持している。日本市場のMICEも概ね好調で、常にトップ10の市場となっている。



向けてVIPサービスを提供する宿泊施設も多数ある。予算やテーマ、団体の性格に応じて使い分けられる施設が揃っていることが、タイのMICEデスティネーションとしての地位の基盤となっている。

2点目は、山や川、海、歴史的建造物などをバンケット会場として使用できる場合が多いことだ。タイ国政府コンベンション&エキシビションビューロー(TCEB)に相談することで実現可能なケースもある。こういったベニューの多くは、環境への影響をなるべく抑えるように設計・建設・運営されていることから、「グリーンミーティング」も可能。環境配慮型企業をアピールするためにも、MICEでの渡航先にタイを選択するのは有効だ。



タイがMICEデスティネーションとしてこれほどまで人気が高まっていることには理由がある。

理由の1つは、大型コンベンションセンターをはじめ、MICE向けの新しい施設が毎年オープンするなど、クライアントの要望に対応できるユニークなベニューが豊富に揃っていることだ。世界各国から1000人規模の大型団体が訪れることも珍しくなく、1万人規模でも対応できる大型コンベンション施設もある。一方で、インセンティブの中でも少人数の団体



タイらしさを体験できる プログラムの豊富さ

タイのMICEデスティネーションとしての人気の背景には、CSRやサステナビリティに対応した豊富なテーマのプログラムを提供できることがある。特に企業を取り巻く環境では、CSR(企業の社会的責任)の重要性が増している。MICEでタイを訪れると、環境保護活動をはじめ、支援を必要とする人たちに手を差し伸べる活動など、企業が社会貢献活動として取り組めるプログラムが豊富に揃っている。



また、社員のコミュニケーションに課題を抱える企業が増えていることから、社員同士のコミュニケーションを促し結束を高める「チームビルディング」のプログラムを旅程に入れるような要望も増加している。「綱引き」や「借り物競走」、「ビーチでのリレー」などポピュラーなものはもちろんだが、運動が苦手な人でもゲーム性がある楽しく参加できるプログラムも豊富だ。CSRのテーマに沿ってチームビルディングを行うようなアレンジも可能だ。

インフラの整う「MICEシティ」と タイの地理的な優位性

タイの地理的な優位性も大きい。ゲートウェイはバンコクとなるが、MICE向けにプランナーの要望を確実にできるインフラやプログラムが整備されているMICEシティ(バンコク、プーケット、パタヤ、チェンマイ、コンケン)など、移動に多くの時間を割かずにタイの多様な側面を見ることができる。

日本からは供給座席数が多いこともあり、大型団体でもキャパシティは十分だ。ASEANの中心地であり、東南アジアのハブでもあるバンコク・スワンナプーム国際空港からは、ASEANをはじめとする周辺各国への路線も充実。タイを中心にASEAN諸国を周遊する要望があっても、効率的なスケジュールを組むことができる。

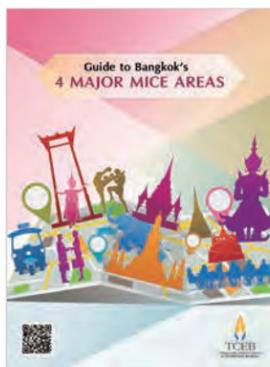


TCEBとは?

タイ国政府コンベンション&エキシビションビューロー(TCEB)は、内閣府の外郭団体で、MICEビジネスの展開とプロモーション事業を担っている。コンベンションビューローとしてはアジア最大級の規模を誇る組織だ。TCEBはMICEでの渡航を検討する企業や団体の要望に応えるため、タイ国内の行政各機関やDMCなど複数の民間企業と緊密に連携。満足度の高い渡航をサポートすることで、優れたMICEデスティネーションとしてのタイの認知度向上を図る取り組みを行っている。

バンコクでのMICEを4エリアに分けて解説 「4 Major MICE Areas」を発行

MICEデスティネーションとして世界から注目を集めるタイ。その中心地である首都バンコクは、MICEの受入に適したプログラムやベニューが豊富だ。そこでTCEBはこのほど、バンコクでのMICEを4つのエリアに分けて解説した「Guide to Bangkok's 4 Major MICE Areas」(英語)を発行した。各エリアの特徴をわかりやすく解説しているほか、それぞれのエリアのショッピング施設、アトラクション、食事、ホテルなどについても地図を交えて説明している。また、ウェブサイトでも冊子と同様の情報が掲載されており、エリアごとに異なる雰囲気を理解できる動画を見ることができる。



タイランド4.0の対象産業の企業には TCEBが現地費用の一部をサポート

「タイランド4.0」とは、2015年に示されたタイの20年後を見据えた長期経済政策のこと。これまでタイが歩んできた経済社会発展を3段階に区分し、今後タイが目指す目標を第4段階として示したもので、さまざまなインフラの整備なども盛り込まれている。これにより、今後も人と物の行き来が活発になることが予想されている。そして、この経済政策を実現するための「ターゲット産業」として、以下の10種類の産業が明確にされている。

- | | | |
|-------------------|-----------------|----------------|
| (1) 次世代自動車 | (5) 未来食品 | (9) デジタル産業 |
| (2) スマート・エレクトロニクス | (6) ロボット産業 | (10) 医療ハブとなる産業 |
| (3) 医療・健康ツーリズム | (7) 航空・ロジスティック | |
| (4) 農業・バイオテクノロジー | (8) バイオ燃料とバイオ化学 | |

これらの産業に関係する企業がMICEでタイに渡航する場合、TCEBは現地費用の一部をサポートする。サポートの詳細などは、TCEB日本事務所に問い合わせのこと。

問い合わせ TCEB日本事務所(株式会社ビジネスイベント・ソリューションズ&トラベル)
日本代表/池田久美
Tel 050-3786-7361 Cell 090-3400-1804 Email kumi.iked@bestrvl.jp



「4 Major MICE Areas」で紹介されている4エリア



シーロム、サトーン、スリウォン

「バンコクのウォール街」とも呼ばれるこのエリアは、バンコク随一の金融街として知られている。このエリアには、市内でも有数のラグジュアリーホテルやハイレベルのレストランがあり、主要な公共交通機関も近い。



スクンビット

スクンビットはトレンドなショッピングの中心地で、ナイトライフも充実している。5つ星のホテルや高級レストランも多く、最もアクセスしやすいビジネスエリアの1つだ。



ラーチャプラソン&ラーチャダムリ

ラーチャプラソンは、バンコクのショッピング街。このエリアには、5つ星ホテルやハイエンドのショッピングモール、高級レストランが1マイル四方に集中している。



リバーサイド

バンコクの文化の中心地として、王の川とも呼ばれたチャオプラヤ川のリバーサイドは、古代の寺院や歴史的建造物、リゾートスタイルのホテルが並ぶ人気のMICEゾーンの1つだ。

TCEB、MICEをテーマに ファムツアーを実施

タイの団体向けアクティビティや ユニークベニューを体験

タイ国政府コンベンション&エキシビションビューロー(TCEB)は、旅行会社の法人営業担当者らを対象とした現地視察ツアーを7月上旬に実施した。参加者はMICEをテーマとした団体向けのアクティビティに参加したり、タイらしさを感じられるユニークなベニューを視察したりして、ビジネスデスティネーションとしてのタイの優位性を実際に体験した。

TCEBとDMCの強力タッグで ウェルカムムードを徹底演出

今回のファムツアーは、日本からの視察団を「インセンティブなどで訪れる団体」と仮定し、TCEBや現地のデスティネーション・マネジメント・カンパニー(DMC)がプログラムを作成した。



空港スタッフがウェルカムボードを持ってお出迎え

バンコク・スワンナプーム国際空港でウェルカムボードを持った誘導スタッフに続いて向かったのは、MICEなどで訪れる人のための優先レーン。長い待ち時間なしで入国手続を済ませられるため、団体の旅行ではぜひ活用したい。移動のバスに乗り込む前にはウェルカムギフトが、バス内ではウェルカムドリンクが提供されるなど、タイ流のホスピタリティを体験。バンコク・スワンナプーム国際空港に到着し、飛行機から下りた瞬間から歓迎ムードを体験することになった。



MICE用に優先レーンを設置

また、TCEBはこのファムツアーのためだけにロゴマークを作成。参加者の客室に用意されている全てのアメニティ類にこのロゴが入っており、さらなる特別感も演出された。アクティビティなどの現場にはロゴ入りのバナーも掲出。視察したホテルでは、デジタルサイネージにロゴを映射するなど、徹底した「ウェルカムムードの演出」が行われた。現地DMCによると、こういったロゴは企業のエンブレムなどに置き換えて製作することも可能だという。



今回のファムツアー用に用意されたロゴマーク

MICE向けのユニークベニュー どんな場所もパーティー会場に

TCEBがタイをMICEデスティネーションであると世界にアピールする大きな理由の1つが、大小さまざまなサイズの会議施設やコンベンションホールがあることだ。しかし近年では、通常の建物だけでなく、歴史的な建物を改修してMICEに対応する「ユニークベニュー」として生まれ変わらせている例が増えている。

そのうちの1つが、2017年にオープンしたばかりの「Lhong 1919」だ。ここはチャオプラ



19世紀半ばに船着き場だった場所を改装したユニークベニュー「Lhong1919」

ヤ川沿いに19世紀半ばに開かれた船着き場だった場所。ここを改装し、アート&クラフトのショップやおしゃれなカフェやレストランが軒を連ねる商業施設として生まれ変わった。敷地面積は約3000平方メートル以上で、屋内外で大規模グループのパーティーなどの実施が可能。バンコクの古き良き時代を感じられるユニークなベニューの1つだ。



チャオプラヤ川の船上パーティーも人気

チャオプラヤ川でのクルーズも人気。ランチクルーズやディナークルーズ、カクテルクルーズなど、さまざまな時間帯の船上パーティーに対応する。提供される料理も本格的なタイ料理で、約40名までの乗船が可能。チャオプラヤ川を行き交う船や兩岸の寺院やビルを眺めながらの食事は、特別感を演出する手法として期待できる。



蓮の花が咲く中庭を利用したパーティー

タイらしさを感じられるユニークなホテルも少なくない。例えばバンコクのSilom地区にあるザ・スコタイ・バンコクでは、ハスの花が咲く中庭でのパーティーが可能。今年3月に開業したバンコク・マリット・ザ・スリウォンも、バンコク市街を眼下に臨むルーフトップバーを貸し切ったパーティーもできる。また、プーケットではアンサナ・ラダナー・リゾートのラグーンというユニークな立地は、パトビーチとは一味違った雰囲気を感じられるファンクション会場となる。プーケットの5つ星ホテルの1つ、The Slateもユニークベニューとして利用可能だ。ホテル内のさまざまな場所に、かつてスズの鉱山として栄えたプーケット島の歴史を感じられる演出があり、他のリゾートとは異なる雰囲気を楽しめる。



ホテルのルーフトップバーを貸し切りに



日本で体験しにくい アクティビティの数々

タイがMICEデスティネーションとして人気なのは、ユニークベニューの数だけが理由ではない。日本では体験しにくいアクティビティの豊富さも人気の理由の1つだ。

その一例が、タイ式キックボクシング「ムエタイ」の体験だ。パンチやキックなどの基本的な動きを取り入れたエクササイズで、試合



タイならではの「ムエタイ」体験

前の儀式として踊る「ワイクルー・ラムムアイ」の動きと意味を教わることもできる。体を動かしながらタイ文化の一端を知ることができるアクティビティと言えるだろう。

仏教国のタイらしい体験としては、托鉢僧にお供え物を渡す体験も可能だ。托鉢僧が行われるのは早朝だが、市場では托鉢僧に渡すための料理が売られているので、事前に



托鉢で異文化体験

何かを準備する必要はない。日本も仏教の影響を受けている国の1つではあるが、同じ仏教国でも異なる様式を知る「異文化体験」の1つとして、プログラムに取り入れてもよいだろう。

今回のファムツアーでは、現地ホテルのセールス担当者らとのビジネスセッションも行われた。ただし、単にテーブルを並べてのセッションではなく、ファムツアーの参加者が「パイヤー」に扮し、ホテルの担当者が1人ずつ



レッドカーペット・テーマのプレゼンテーション

入場してプレゼンテーションを行うという「レッドカーペット・テーマ」の趣向で行われた。そのためファムツアー参加者から現地ホテル担当者まで全員がブラックタイの正装で臨み、日本では機会が少ない雰囲気を体験。レッドカーペット・テーマのパーティーは、MICEでは成績優秀者の表彰などで使うことができる。

チームビルディングで活用可能な 豊富なアクティビティ

研修を兼ねたグループでの旅行で、近年人気が高まっているのがチームビルディングだ。タイにはチームビルディングに効果のあるアクティビティが豊富で、インストラクターのレベルも高い。今回のファムツアーにも、さまざまなアクティビティがプログラムに組み込まれた。

プーケットのオールドタウンで行った「プーケット・アメージング・レース」はその1つ。これはファムツアー参加者が2チームに分かれ、チェックポイントの緯度と経度だけが書かれた紙を手に入れ、グーグルマップでチェックポイントを検索しながら進むオリエンテーリングの一種だ。各チェックポイントにはQRコードが隠されており、それを読み込んで表示されるミッションをクリアしながら進み、ゴールに先に到着したチームが勝ちとなる。もし、企業のチームビルディングとして実施するのであれば、順位の表彰だけでなく、途中の店舗でも面白いグッズを購入したチームに特別賞を授与するなどアレンジの幅は広い。この表彰をレッドカーペット・テーマのパーティー時に行うという組み合わせ方も可能だ。



現代版オリエンテーリング「プーケット・アメージング・レース」

近年ではCSRを重視する企業が増えていることから、社会への貢献をテーマとするアクティビティも豊富だ。ファムツアーでは、マングローブの植樹を体験したほか、エレファント・サンクチュアリを訪問。マングローブの植樹では、植樹前に2チームに分かれ、「なぜ地球環境を守るべきか」を絵に描いてプレゼンするチームビルディング



社会貢献のひとつ「マングローブ植樹ツアー」

も併せて行われた。エレファント・サンクチュアリでは、人間に使役されてきたゾウの保護と自然環境の現状について説明を受けた後、ゾウの餌やり体験と、ゾウと一緒に水浴びをするという貴重な体験をした。



ゾウの保護と自然環境を学ぶ「エレファントサンクチュアリ」

プーケットではヒューマン・ワールドでジップラインに挑戦。一般的にはジップラインと聞くと「遊び」と考えられるが、スリリングな体験を共有することで、参加者同士の距離が縮まる効果が期待できる。組織内のコミュニケーションに課題がある企業などに勧めたいアクティビティの1つだ。なお、安全面を確保するスタッフのトレーニングも、非常に高いレベルにある。

いずれのアクティビティでも、ランチなどを提供できる設備が併設されていることが多い。移動時間によるロスを少なくするためにも、食事を兼ねてこれらのアクティビティを活用するのもよいだろう。



チームの絆を深めた「ジップライン」

タイ国際航空 Thai International Airways

タイ特集 2018

タイ・スタイルのおもてなし 最新サービス、新規機材も導入 タイ国際航空で行くタイ

今年で創業58周年を迎えるタイ国際航空は、創業当初から日本へ乗り入れ、現在、日本各地(成田、羽田、中部、関西、福岡、札幌)からバンコクへ、週70便以上のフライトを運航。タイ王国のナショナルフラッグキャリアとして、機内に入った瞬間からタイを感じることができる。



鮮やかな民族衣装に身を包んだタイ人クルーによる柔らかな微笑みと、敬虔な仏教国、タイの伝統に培われたタイ・スタイルのおもてなしで、リラックスできる機内空間を提供

New Aircraft

最新鋭のA350-900型機 日本路線にも投入



タイ国際航空では、環境に優しく、燃費効率に優れた最新鋭の機材を積極的に導入している。なかでも2016年8月に初号機を受領したエアバスA350-900型機は、現在12機を保有する。A350-900型機は、2017年1月より日本路線へも順次導入しており、現在、成田と羽田、関西発着のバンコク行きフライトで利用可能。ほかにもローマ、ミラノ、ドバイ、シンガポール、ソウル、メルボルン路線などにも投入している(2018年夏期スケジュール)。

快適な機内環境を提供



大きな窓がやわらかな自然光を取り込む

高い天井を活かした大型の収納スペース

モダンなタイのイメージをデザイン化した機内。最先端の換気システムにより、2~3分ごとに空気を浄化し、快適な温度を維持。従来の航空機に比べて騒音を20%抑えるなど、快適な機内環境を提供。また、1670万色を再現するLED照明で、夜明けや日中、夕暮れ、星空など、多彩なシーンを演出する。

最先端の設備とゆとりある空間

A350-900型機は、ロイヤルシルククラス(ビジネスクラス)32席、エコノミークラス289席、計321席の仕様。大きな収納スペースとワイドになったパーソナルモニター(ロイヤルシルククラス:16インチ、エコノミークラス:11インチ)、Wi-Fiサービス(有料)、USBポートなど、最先端の設備と、ゆとりある空間を提供する。

● ロイヤルシルククラス



横1-2-1に配列された全席通路側となるスタガード型180°に倒れるフルフラットシートと20インチ(約51cm)のゆったりとしたシート幅が魅力

● エコノミークラス



横3-3-3の配列で、シートピッチは32インチ(約81cm)、シート幅は18インチ(約46cm)120°のリクライニングシートを採用

LIVE TV on board New Service

リアルタイムでニュースやスポーツ中継をチェック!



[LIVE TV on board]イメージ

機内でニュース番組やスポーツの試合中継などを4チャンネルよりリアルタイムで視聴できる「LIVE TV on board」がスタート。CNNやBBC、NHKプレミアムの番組、またスポーツ24が放送する英プレミアリーグ、テニスやゴルフの国際試合の中継などをチェックできる。なお、同サービスは、エアバスA350型機とボーイング787型機で運航するフライトで、利用可能だ。

「LIVE TV on board」サービスが利用できる日本路線 (2018年夏期スケジュール現在)

東京(成田: TG643/642 / 羽田: TG661/660)
関西(TG673/TG672)
中部(TG647/646)ーバンコク線

Hot Topic

「2018ワールド・エアライン・アワード」にて3部門受賞



- World's Best Economy Class (2年連続)
- Best Economy Class Onboard Catering (2年連続)



旅行者による投票で決まる英スカイトラックス社の「2018ワールド・エアライン・アワード」。タイ国際航空では、エコノミークラスで最高評価を2部門で獲得している。特に人気なのはタイ料理の機内食。なかでも東京(成田/羽田)発のフライトでは、タイ人シェフが監修し、本場の味を機内で味わうことができる。

- World's Best Airline Lounge Spa Facility (4年連続)



また、バンコク・スワンナプーム国際空港の「ロイヤルオーキッドスパラウンジ」も受賞。本格的なスパトリートメントを空港で受けられると好評だ。サービス*は無料。先着順で受け付ける(予約不可)。

*ロイヤルファーストクラス: 全身スパトリートメント、またはボディマッサージ(1時間)
ロイヤルシルククラス: 首・肩マッサージまたはフットマッサージ(30分)

タイ国政府観光庁 TAT

タイ特集 2018

Open to the New Shades

2018. Vol. 63

THAILAND REPORT

タイランドレポート

タイ東北ブリーラムで二輪の世界最高峰レース
～MotoGPを10月5日～7日に開催～

ブリーラムナイトに参加した関係者一同



TATタネース・ベッスワン副総裁

世界最高峰のバイクレースであるMotoGPロードレース世界選手権「PTT Thailand Grand Prix 2018」が10月5日～7日の3日間にわたり、タイ東北ブリーラム県のチャン・インターナショナル・サーキットで開催される。タイの観光スポーツ省やタイ国政府観光庁(TAT)、地元ブリーラム県などは、自動車のF1グランプリと並び世界で最も注目されるモータースポーツイベントの一つであるMotoGPの開催を機に、ブリーラム県を海外に向けて大々的にアピールしていく考えだ。

その一環として8月29日には東京で記者会見とレセプション「ブリーラムナイト」を開催し、観光スポーツ省のポンパヌ・サウエタルン事務次官やTATのタネース・ベッスワン副総裁、スポーツ庁のサンウィアン・ブントー総裁代理、ブリーラム県のアヌソーン・ケーウカンワン知事、冠スポンサーであるPTT社のジラポン・カーウサワット社長代行兼CEO、レース運営に当たるGTアソシエーションの坂東正明代表取締役が出席した。

記者会見でスポーツ観光省のポンパ

ヌ次官はタイが獲得したMotoGPの開催権が2018年～2020年の3年間にわたるものであることを説明したうえで「開催を通じてモータースポーツの環境が整っていることや、タイの素晴らしいイメージを浸透させていきたい」とした。

またTATのタネース副総裁は、昨年、タイを訪れた約3500万人の外国人のうち約4.3%の150万人がスポーツツーリズム関連であったことや、この分野は今後も高い成長率が見込まれ、旅行期間中の消費も多いといった特徴がある点を説明し

たうえで「世界200カ国以上で生放送されるMotoGPは6億人以上が観戦する。これを通じて世界中にタイのイメージを知ってもらおうと共に、ワールドクラスのイベントを開催できるポテンシャルも示すことができる」と期待を述べた。

開催地であるブリーラム県の期待も大きく、アヌソーン知事は「MotoGP開催が世界から5万人の来場者と4兆バツの経済効果をもたらしてくれる」と見込み、開催期間中に地元の観光関連事業者を挙げて観光客をサポートするための「アスク・ミー・ブリーラム・プロジェクト」を実施すると説明した。

TATの2019年度方針は5つの方向性で
福岡事務所を再開へ

TATによれば2018年1月～6月の日本人旅行者数は前年同期比5.4%増の77万9925人に達しており、2018年の年間の日本人旅行者数については前年比7%増の165万人を見込んでいる。

日本市場は好調を維持しているが、TATが掲げる世界からの観光収入全体の2019年の目標値は2018年比12%増。この目標達成には主要市場の日本の好調を維持するだけでなく、さらに需要を拡大する必要があり。

そのため2018年10月からスタートする2019年度は、5つの方向性に基づいて旅行需要の掘り起こしに取り組む方針だ。

「Go high」の方向性は、ウェルネスやスパ、美食、お金で買えない体験などのラグジュアリーな時間を、ミドルなしいはハイエンド層にアピールする。タイレストラン「マンガツリー」と協力して19年1月に実施する料理教室体験付き「マンガツリーキッチン」の世界を体験しよう!イサーン&バンコクツアー4泊5日(旅行実施H.I.S.)も、こうした方向性の



具体化の一つ。

「Go for new customers」では、タイ初心者の開拓だけでなく、北海道、静岡、新潟、石川、秋田、群馬、山梨など地方市場の開拓や、ゴルフ、マラソン、ダイビング、ウェディング等のニッチ需要の開拓も含む。

「Go local」は、日本人旅行者を占めるリピーター層に、「タイ12の秘宝」のような地方の魅力ある都市を積極的に紹介すると同時に、タイ料理作りなどタイの生活に触れる体験の機会を提供するよう努めていく。なお、「タイ12の秘宝」は第4回ジャパンツーリズムアワードで、今年エクセレントパートナー賞を受賞した。「Go low season」は、オ

フシーズンの需要喚起への取り組みで、とくに学校休みを利用できる学生層へのアプローチを強化する。そして「Go digital」はSNSなども活用したデジタルマーケティングを強化する方向性だ。

なお2019年度には日本市場強化のため、2016年1月に閉鎖した福岡事務所を再開する方針で、10月には詳細を発表する予定だ。

「ツーリズムEXPOジャパン2018」に大臣出席

世界最大級の旅行博「ツーリズムEXPOジャパン(TEJ)2018」が9月20日～23日の4日間、東京ビッグサイトで開催される。会期中の「TEJ観光大臣会合」にはタイからウィーラサック・コースラット観光スポーツ大臣が出席。観光による地域創生について各国大臣と意見交換する予定だ。

TATブースは、今年はタイ東北部、イサーン地方を構成する20県の一つ、カラシン県をテーマとして取り上げる。カラシン県は北イサーンに位置し、タイで最大規模の恐竜化石の発掘地域。市街地の北27kmにある「シリントーン博物館」は国内最大級の自然史博物館で、タイで初めての恐竜化石

博物館。巨大な恐竜の骨格標本などを見学できる。日本の福井県立恐竜博物館とは姉妹提携している。

TATブースではカラシン県からダンサーを招き北イサーンに伝わる伝統舞踊、ムエタイVR、ムエタイパフォーマンス、「Let'sものまねタイ語に挑戦」などを紹介する。



イベント紹介

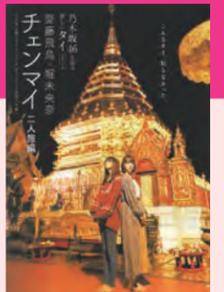
11月はロイクラトン

タイに数ある祭りの中でも最も美しいと評価する人も多い「ロイクラトン祭り」。毎年旧暦の12月(現在の10月または11月)の満月に全土で行われるが、今年は11月22日・23日の開催。祭りは燈籠(クラトン)を川に流す(ロイ)古くからの風習があり、北部地方では紙製の小型熱気球「コムローイ」を夜空に向かって放ちクライマックスを迎えるが、その幻想的な光景が観光客にも大人気となっている。とりわけチェンマイのロイクラトン(別名イーベンランナー祭り)が有名。今年JTBはワット・ドイ・ティーイーベンランナーに参加できる成田発、チェンマイ直行チャーター便利用の商品を主催している。

乃木坂46「こんなタイ、知らなかった。」
チェンマイ篇を公開中

タイ国観光大使を務める乃木坂46がタイを紹介する動画「こんなタイ、知らなかった。」のチェンマイ篇が完成。TAT公式サイトで公開している。チェンマイ篇には、メンバーの齋藤飛鳥さんと堀未央奈さんが出演。チェンマイで現地撮影した2人旅の様子を通じて、ドイ・ステープ、パーチャー、ターバー門などの観光スポットをはじめ、チェンマイならではのショッピングやグルメ、アート体験も紹介している。

また2人がモデルを務めた「チェンマイ二人旅編」小冊子も完成。タイ旅行のプロモーションに活用したい旅行会社に提供する。詳しくはTATにお問い合わせのこと。



東京事務所 〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-7-1 有楽町電気南館ビル2F TEL 03-3218-0355
大阪事務所 〒550-0013 大阪市西区新町1-4-26 ニッケ四ツ橋ビル TEL 06-6543-6654/6655
URL <http://www.thailandtravel.or.jp/> (日本語) <http://tourismthailand.org/> (英語)
乃木坂46の特設サイト <http://nogizaka46.thailandtravel.or.jp/>

タイ国政府観光庁
@tat_jp @tat.jp
thailand_jp



BEST ECONOMY CLASS
ONBOARD CATERING



WORLD'S BEST ECONOMY CLASS



BEST AIRLINE
LOUNGE SPA FACILITIES



フライト中のビッグマッチにも、 もうソワソワしません。

タイ国際航空は、「LIVE TV on board」サービスを導入。

リアルタイムでニュース番組やスポーツ中継をご視聴いただけます。

次の空の旅は、最新のサービスが充実したタイ国際航空でどうぞ。

thaiairways.com

日本発着対象路線:

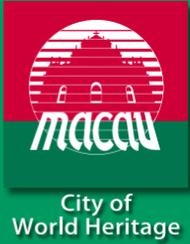
東京(成田・羽田)、中部セントレア、関西に乗り入れのエアバスA350、ボーイング787

対象番組:

NHKワールド プレミアム、CNN、BBCの各ニュース番組、Sports 24のスポーツ中継



A STAR ALLIANCE MEMBER



MACAO Talkabout

マカオ通信

www.macaotourism.gov.mo

「カフェ&バー プロント」で 「美食の街 マカオ」キャンペーン 9月18日～11月末まで、限定メニュー 5種類



マカオ政府観光局は、株式会社プロントコーポレーション(本社：東京都/代表取締役社長：竹村典彦)とタイアップし、「美食の街「マカオ」であなたの「おいしい」を見つけよう！DISCOVER MACAO キャンペーン」を9月18日から11月30日までの期間中、全国の「カフェ&バー プロント」210店舗で展開する。マカオ料理を代表する「アフリカンチキン」など、マカオメニュー5種類を期間限定で提供するほか、抽選でマカオ旅行が当たるプレゼントキャンペーンやノベルティグッズが当たるスクラッチくじを実施する。マカオの美食とガストロノミーシティ・マカオの魅力をクローズアップし、マカオへの旅行需要創出につなげたい考えだ。

2018年は「マカオ美食年」 ガストロノミーの魅力紹介

「マカオ料理」は、大航海時代にポルトガル人が寄港地へと食文化や香辛料、調味料を持ち込み、ヨーロッパからアフリカ、アジアへと地球を半周してもらたされた食文化が地元の中国料理と融合し、独自の「マカオ料理」が誕生したもの。そうした東西融合の独特の食文化が評価され、2017年10月にマカオはユネスコ都市創造ネットワークプロジェクトの「食文化創造都市」(シティオブガストロノミー)に認定された。

これを受け、マカオ政府観光局は2018年を「マカオ美食年」に選定。マカオのガストロノミーの魅力を紹介する様々な取り組みを行っている。今回のプロントとのタイアップもそうした取り組みの一環となる。

またプロントは、昼はカフェ、夜はバーとして20～40代を中心とした幅広い世代に親しまれており、その店舗網は全国各地に広がっていることから、潜在マーケットへマカオの食の魅力を広く訴求するのに最適として今回のタイアップが実現した。

期間限定のマカオメニューは、パーティム(17時30分～23時、LO: 22:30)に提供する。1日の終わりにゆったりした時間を過ごす中で、マカオの食の魅力に触れてもらう。ビールやワインに良く合うメニューも多く、マカオ料理に舌鼓を打ちながらの会食は会話も弾みそう。店内ツールではマカオの旅の情報も提供され、マカオに思いを馳せる一時となりそう。

プロント210店舗で限定メニュー アフリカンチキンやミンチなど

期間限定で提供するマカオメニューは5種類。マカオ名物「アフリカンチキン」(エスニックチキン)は、マカオ料理で一番有名なメニュー。大航海時代の船乗りたちが経由地のアフリカで好んで食べた鶏肉のグリルが原型で、グリルしたチキンにココナッツを効かせたスパイシーなソースで仕上げられており、ビールに良く合う一品。

「ミンチ」はマカオの代表的な家庭料理。甘辛く炒めた豚挽肉とタマネギ、ポテトに目玉焼きをのせた料理で、醤油味がペー



アフリカンチキン

スの日本人にも馴染みのあるちょっと懐かしい味わいが人気だ。

「あさりの香菜レモン蒸し」は、魚醤を使ったソースにパクチーをたっぷり使うのが特徴で、100円の追加代金でパクチー倍量もできる。白ワインの良く合う一品。

このほか、オリーブやセミドライトマトなどをトッピングしたおつまみ的な「マカオ風チキンライス」や、甘辛い味わいでついビールが進んでしまう「フライドパスタ」(ビーフチリ味)の全5品を提供する。どれも代表的なマカオ料理だが、今回の

限定メニュー開発に当たっては、去る6月にプロントの専門スタッフがマカオを訪問。何店舗ものレストランで試食を行い、味付けや盛り付けなどの試行錯誤を重ねて、プロントとしてのマカオメニューを開発した。本場マカオ料理の味わいをプロントで気軽に味わってほしい考えだ。

抽選でマカオ旅行が当たる！ 店頭ツールやHP、SNSなどでPR

抽選でマカオ旅行が当たるプレゼントキャンペーンは、9月18日より開始する。期間中は、店頭バナーやトレイチラシなどでガストロノミーシティ・マカオの魅力を紹介。また、店内モニターでは、マカオのPR動画を放映し、映像でもマカオの魅力を紹介していく。

これらキャンペーンツールでは、ガストロノミー・シティとしてのマカオの魅力はもちろんのこと、マカオの旅の情報なども紹介して、マカオへの旅行需要に結びつける。期間中は、プロントの公式ホームページやSNSを通じた告知も展開していく。

キャンペーン開始に先駆けて、マカオ政府観光局とプロントコーポレーションの共催で、SNSインフルエンサー向けのPRイベントもこのほど開催され、一足先に限定マカオメニューを味わった。



あさりの香菜レモン蒸し

10月～11月首都圏でマカオ集中プロモーションへ 主要駅や海ほたるで大型展開

マカオ政府観光局は、「港珠澳大橋」の開通に向けたプロモーションの一環で、首都圏での集中広告展開を秋からスタートさせる。東京駅や品川駅でのデジタルサイネージや、海ほたるでの展示など、首都圏各地で同時期にマカオを露出することで、マカオへの旅行需要喚起につなげる。

デジタルサイネージは、東京中央通路電照デジタルシートセット、品川駅自由通路セット、TOKYO MARU-VISIONの3カ所で展開。これら主要駅などは多くの通行量が見込めることから、「港珠澳大橋」やマカオのガストロノミーの紹介を中心に、マカオの魅力をビジュアルで訴える大型デジタルサイネージを同時展開する。

また、大型トラックの両側面に電照ビジュアルを掲出し、音とビジュアルでマカオの魅力を不特定多数に紹介する「アドトラック」を都内で走らせる予定。有楽町・銀座、新宿、原宿、渋谷などのサラリーマ

ンや学生、女性客など幅広い層へのリーチを狙う。

海ほたるでの展示は、10月22日～11月16日まで実施する予定。東京湾アクアラインは、「港珠澳大橋」と同様に、海上橋と海底トンネルからなる全長15.1kmの大橋。海ほたるは人工島のパーキングエリアで、雄大な海と大橋をのぞめる美しい景観で人気だ。マカオに誕生する「港珠澳大橋」はその2.4倍の長さである約36km(メインリッジ)を誇るが、共通点の多いアクアラインの海ほたるで橋開通に関するプロモーションを展開することにした。

詳細は企画中だが、展示の目玉として約10m超にも及ぶロングパネルを計画しており、世界最長の海底トンネルと海上橋からなる「港珠澳大橋」を強いインパクトで表現する。マカオの旅の魅力を紹介するデジタルサイネージや資料も設置し、週末には参加型イベントも計画している。



デジタルサイネージ



アドトラック

東京湾アクアラインの海ほたる
(写真提供：東日本高速道路株式会社関東支社
東京湾アクアライン管理事務所)開通が待たれる「港珠澳大橋」。香港国際空港と
マカオ(澳門)を車で約30分で結ぶ。
(写真提供：港珠澳大橋管理局)

マカオでイベントを楽しもう! 花火や国際映画祭などイベント目白押し

マカオは年間を通じて祝祭行事が多いが、なかでも秋以降は最もイベントが集中する季節。マカオの街が一層沸き立つこの時期に、マカオでイベントツーリズムをぜひ楽しみたい。9月以降に開催されるマカオの主なイベントを紹介しよう。

マカオ国際花火コンテスト

「第29回マカオ国際花火コンテスト」は、9月1日、8日、15日、24日、10月1日にマカオタワー前の西灣湖で開催される。花火と音楽を組み合わせた芸術性の高い演出が見どころ。今年も10カ国のチームが参加し、その技術と芸術性をコンペティション形式で競う。前回優勝の日本チーム丸玉屋小勝煙火店は、9月8日にベルギーと対戦し、打ち上げに参加する。

第29回マカオ国際花火コンテストの日程は以下の通り。

9月1日	21時	フィリピン
	21時40分	韓国
9月8日	21時	日本
	21時40分	ベルギー
9月15日	21時	フランス
	21時40分	ポルトガル
9月24日	21時	ドイツ
	21時40分	オーストリア
10月1日	21時	イタリア
	21時40分	中国

マカオ国際花火コンテスト 公式サイト
<http://fireworks.macaotourism.gov.mo/index.php>

マカオ・グランプリ



「第65回マカオ・グランプリ」は、11月15日～18日の4日間、マカオ港付近の直線道路をスタート地点に、マカオ市内の細く曲がりくねった市街地を駆け抜ける「ギア・サーキット」を使用して開催されるカーレース。オートバイ、WTCC(世界ツーリングカー選手権)、フォーミュラ3の世界最高峰のレーサーたちがタイムを競い合う。高いエンジン音や観客の喚声など、マカオが興奮に包まれる4日間。

マカオグランプリ 公式サイト
<http://www.macao.grandprix.gov.mo/cogpm/>

マカオ国際映画祭

「第3回マカオ国際映画祭」(IFFAM)は、2016年にマカオで初開催されて以来、今年で3回目を迎える国際映画祭。マカオ政府観光局(MGTO)とマカオ映画テレビ制作文化協会(MFTPA)が共催し、今年は12月8日～14日までの1週間にわたって開



催される。ノミネート作品によるコンペティションが行われるほか、世界やアジアで注目されている最新作なども上映される。
 マカオ国際映画祭 公式サイト
<https://www.iffamacao.com/>

マカオ国際マラソン

マカオ国際マラソンは、12月2日に開催される。今年は日本人ランナー向けに専用サイトを開設し、10月15日まで先行エントリーの受付を行っているほか、大会概要や最新ニュースを紹介している。フルマラソン、ハーフマラソン、ミニマラソン(5.5km)の3種目。マラソン開催日の夕方からは「マカオ・ライト・フェスティバル」も開幕する。

日本専用サイト
<http://www.macaumarathon.org/about>

サンズマカオ ファッションウィーク2018開催 各ショッピングモールで最新コレクション

サンズ・リゾーツ・マカオは、「サンズマカオ ファッションウィーク」を10月18日～24日までの7日間開催する。期間中はサンズが運営するフォーシーズンズ、ベネチアン、パリジャン、コタイセントラルの各ショッピングモールで、様々なファッションショーやスペシャルイベントが開催される。



最大の目玉は、220名を超えるVIPゲスト、メディア、インフルエンサーが集結して行われる最新コレクションのファッションショーやワークショップ。今年も、マカオ出身デザイナーとして初めてVOGUE誌に取り上げられ、ロンドンファッションウィークにも参加したヌノ・ロペス氏によるコレクションが発表される。彼のデザインは、多くのセレブリティや国際的なアーティストに支持されている。

同ウィークの最後は、マカオ プロダクティビティ テクノロジー トランスファー センター(CPTTM)が主催するファッションショーで、マカオ発の複数のファッションブランドが最新のコレクションを発表する予定。

マカオ初のeスポーツのスタジアムオープン スタジオシティ内に274名収容の最新設備

メルコ・リゾーツ&エンターテインメントは、コタイ地区の「スタジオ・シティマカオ」内に、マカオで初のeスポーツ会場「マカオeスタジアム」をオープンした。開設に当たっては、香港のカオルーンeスタジアム社らと連携した。

「マカオeスタジアム」は、最大274名収

容できる高性能なイベントスペース。最新設備を搭載し、トーナメントやバーチャルゲームリーグなど、トップレベルのeスポーツ設備を提供する。

eスポーツは、コンピュータゲームを使った対戦型のスポーツ競技で、競技人口は世界で1億人とも言われる。2022年のアジア大会から正式競技となることが決まっており、日本をはじめアジア各国で注目が高まっている。eスポーツはとくに若いプレイヤーに人気で、プレイヤーの大半を30歳未満が占めており、「マカオeスタジアム」はより若い世代をマカオに惹きつける新たなコンテンツになるものと期待されている。



ショップスアットコタイセントラルがオープン アップルストアなど25出店、今後大リニューアル

マカオコタイ地区にあるサンズ コタイ セントラルは、第4期開発地区に新しいショッピングエリア「ショップスアットコタイセントラル」をオープンした。約10万平方フィート(9290平方m)に拡大された新エリアには、アップルストアなど25以上の新店舗がオープンする。

新店舗はマカオ初出店のカルバン クライン パフォーマンスやガス、リーバイス、ティンバーランド、ザ・ノース・フェイスなど。今年下半期には、著名シェフのエンリケ・サ・ペソアによるモダン・ポルトガル料理レストラン「シアード」や、モダン中華の「クリスタルジェイド(翡翠拉麵小籠包)」のサンズ・コタイセントラル2号店が同エリアにオープンする予定。1号店は、サンズ・コタイセントラルの「ザ パリジャン マカオ」内に今年5月にオープンした。



4月に開業6周年を迎えたサンズ コタイ セントラルは、セントレジス、コンラッド、シェラトン グランド、ホリデイ・インを含むホテルとつながっている。

サンズ・チャイナ社は、サンズ コタイ セントラルをロンドンがテーマの「ザ ロンドナー マカオ(The Londoner Macao)」に生まれ変わる大リニューアル計画を発表している。

マカオ日本人渡航者数、上半期は前年並みで推移 6月は9.8%増、宿泊旅行者率は63.8%に

2018年上半期(1～6月累計)の日本人マカオ渡航者数は、前年同期比0.4%減の15万8191人と、ほぼ前年並みで推移している。月別では、5月は0.5%減の2万9864人とほぼ前年並み、6月は9.8%増の2万4886人と大幅に増加した。4月以降は宿泊旅行者率も6割を超えている。とくに6月は、日本人マカオ渡航者数が9.8%増と高い伸びを示したほか、宿泊を伴う旅行者数も9.8%増と大幅に増加し、宿泊旅行者率は63.8%と今年に入ってから最高値となった。

2018年上半期(1～6月累計)の日本人のマカオ入国(入境)経路別の内訳は、香港などからの海路(フェリー利用)は12万996人(シェア約76%)、マカオ国際空港など空路は2万2121人(同14%)、

珠海からの陸路は1万5074人(同10%)だった。

日本人のマカオ渡航者数

月	2018年	2017年	前年比	宿泊旅行者率(%)
1月	27,554	25,777	6.9%	53.3
2月	19,921	27,058	-26.4%	55.7
3月	34,194	33,158	3.1%	51.2
4月	21,772	20,240	7.6%	63.0
5月	29,864	30,000	-0.5%	60.9
6月	24,886	22,662	9.8%	63.8
7月		21,332		
8月		29,857		
9月		30,763		
10月		25,176		
11月		34,515		
12月		28,452		
合計		328,990		

旅行会社インタビュー

テレビ通販で予想を上回る集客! 新たな販売チャンネルに可能性あり

会員誌や新聞での集客を得意とし、一定の顧客をもつ阪急交通社。新たな販売チャンネルとしてテレビ通販にチャレンジし、予想以上の成果を上げているという。テレビ通販という新しい旅行商品の販路について、担当者にその背景や手応えを聞いた。

—なぜ旅行商品をテレビ通販で販売しようと思われたのですか。

錦織 近年は会員誌や新聞に加え、インターネットからのお申込みも増えています。そのような状況を背景に、社内で新しい販売ツールを開拓することが命題になっていました。韓国ではテレビ通販が主流と聞いていますが、日本ではまだ浸透していない手法です。そこでいち早くテレビ通販にチャレンジしました。

—マカオ・香港の旅が予想以上に売れたそうですが、いつどこでの放送局で放送したのでしょうか。

錦織 今年の2月1～8日の8日間、BS局と地上波地方局でそれぞれ30分番組を放送しました。当社の予約センターが開いている時間帯を意識し、香港への直行便が就航しているエリアを中心としました。ツアーは当社の創業70周年記念で、マカオ・香港3日間・4日間です。春から夏にかけての設定で、結果として放送8日間で予想を大きく上回る集客を達成することができました。

—大反響だったんですね。今回の販売は3回目とのことですが、前の2回はどのイメージでしたか。

錦織 昨年の9月に台湾、11月に上海を取り上げ、1回目より2回目の方が集客を伸ばすことができました。そのため3回目のマカオ・香港も期待はしていましたが、台湾と上海がどちらも5万円以下という価格に対し、マカオ・香港は5万9,800円～でしたので、価格面では厳しくなるともみていました。しかし

結果は予想に反し、これまでで最高の集客となりました。

—マカオ・香港が爆発的に集客できた理由はどこにあるとお考えですか。

錦織 ツアータイトルにもあるように、ザ・ヴェネチアン・マカオのスイートルームに宿泊することを大きく訴求した点です。70㎡のスイートルームというだけでもゴージャスですが、それをレポーターが現地から紹介したことで映像の持つ力を如何なく発揮できたと実感しています。またマカオといえばカジノのイメージがありますが、今回はマカオの歴史や文化、世界遺産、食の魅力に加え、IR(統合型リゾート)や華やかなエンターテインメントなど盛りだくさんの要素をお伝えできたので、売れるのでは…という期待もありました。



レポーターがマカオを魅力たっぷりに紹介

—実際にツアーに参加されたお客様の層はどのようなものでしたか。

錦織 60代のシニア層が中心です。男女比は男性1に対して女性2だったので、ザ・ヴェネチアン・マカオの優雅な印象が女性層を惹きつけたのではないかと思います。

株式会社阪急交通社
企画旅行事業本部
東日本営業本部 メディア営業三部
海外営業一課 一係
錦織賢太郎 氏



マカオを満喫する参加者の皆さん

—テレビ通販について、今後の展開をお聞かせください。

錦織 第4弾として北海道を、第5弾としてポルトガルを放送しています。そしてこの8月、マカオ・香港の第2回目をを行いました。内容を少し変えていますが、2日目にザ・ヴェネチアン・マカオに宿泊する3日間・4日間のコースというのは同じで、秋から冬にかけて設定しています。また今回のマカオ・香港の大盛況を受け、それ以降は北海道やポルトガルでもホテルの魅力をクリックアップしています。

—テレビ通販の手応えをどのように感じていますか。

錦織 実は新聞でもほぼ同じ内容のマカオ・香港ツアーを展開したのですが、集客はここ

までは伸びませんでした。テレビは紙面では表現しきれないところまでカバーできるという点で可能性が広がりますし、価格以外の訴求ポイントをアピールできる手応えも感じました。今後のマカオに関しては、グレイターベイエリア[®]を視野に広東省と組み合わせたり、滞在型を提案したり、マカオの新しい魅力を発信していけたらと思っています。

—ありがとうございました。

※グレイターベイエリアとは：中国政府が推進するエリア開発構想で、港珠澳大橋の建設もその一環。広東省沿岸の珠江デルタ地域9都市(広州・深圳・珠海・佛山・惠州・東莞・中山・江門肇・肇慶)と特別行政区である香港・マカオの全11都市の地域を統合し、観光振興や経済協力強化を通して、一大経済圏形成を目指す国家経済戦略のこと。

ザ・ヴェネチアン・マカオに泊まる マカオ・香港3日間

(東京発着スケジュール)

- 1日目 東京発、香港へ
香港到着後、観光
香港泊
- 2日目 香港観光後、
高速船でマカオへ
ポルトガル料理の
昼食
マカオ歴史地区観光
マカオタワー周辺散策
ザ・ヴェネチアン・マカオ泊
- 3日目 ホテルで朝食後、高速船で香港へ
香港観光後、空港へ
香港発、東京へ



研修旅行実施校レポート

米子北斗中学校 2泊3日のマカオにオリジナルの 学習要素を盛り込んで

1988年に県内唯一の中高一貫教育校として開校した米子北斗中学校・高等学校。同校ではここ20年以上、中学3年生で実施する修学旅行を海外で行ってきた。2016年に香港航空が米子・香港間に直行便を開通したことで、2017年から行先を香港・マカオに変更。2018年以降も同地への継続を決定しているなか、最初に実施した2017年の様子を聞いた。

東西文化に刺激、現代IRに興奮

2016年9月、香港航空が米子・香港間に直行便を就航。これにより、米子北斗中学校でも2017年から中学3年生の修学旅行先を香港・マカオに変更した。「土・水曜日の週2便運航のため7泊8日の長い行程ですが、現地ですぐやりたいことがたくさんあるのでちょうどいい期間だと思っています」と話すのは、修学旅行委員長の妹澤(せざわ)光将先生だ。

実は2016年までの数年間、行き先はハワイだったため、当初は生徒からも保護者からも行き先がアジアに変わることに躊躇や不安があったという。しかし、マカオ政府観光局による説明会を設けたことでこれを払拭。昨年に続き今年も同じ行程で実施するほか、



聖フランシスコ・ザビエル教会を見学

2019年以降も継続していく考えという。

全7泊8日のうち、マカオの滞在は2泊3日。1日目は高速船でマカオに渡り、午後には世界遺産以外の市内観光というスケジュールだ。コロアン地区では聖フランシスコ・ザビエル教会や譚公廟を見学しながら同エリアを散策。タイパ地区では、1921年建設のポルトガル人邸宅を開放した「タイパ・ハウス」を見学し、夕方にはコタイ地区で「ウィン・パレス」の噴水ショーを見たり、「ザ・ヴェネチアン・マカオ」でショッピングを楽しんだ。「コタイでは華やかなIR(統合型リゾート)の夜景に興奮し、夢中で写真を撮る生徒もいました」と妹澤先生。マカオ初日にもかかわらず、西洋の建築物や東洋の寺院、そして現代マカオの最先端の風景に大いに刺激を受ける1日となった。



教会の後は同じエリアで道教的寺院、譚公廟へ

コ・ザビエル教会や譚公廟を見学しながら同エリアを散策。タイパ地区では、1921年建設のポルトガル人邸宅を開放した「タイパ・ハウス」を見学し、夕方にはコタイ地区で「ウィン・パレス」の噴水ショーを見たり、「ザ・ヴェネチアン・マカオ」でショッピングを楽しんだ。「コタイでは華やかなIR(統合型リゾート)の夜景に興奮し、夢中で写真を撮る生徒もいました」と妹澤先生。マカオ初日にもかかわらず、西洋の建築物や東洋の寺院、そして現代マカオの最先端の風景に大いに刺激を受ける1日となった。

ウォークラリーやガイドブック作り

2日目は世界遺産周辺で班別フィールドワークを実施。具体的にはヒントを基にチェックポイントを巡る「世界遺産フォトウォークラリー」で、「字ばせる」ことを意識した企画になっている。「ザビエルの遺骨が保管されている教会は？」や「火災でファサードだけが残っている場所とは？」などをヒント



セナド広場で記念撮影

に、正解の写真を撮影しながらセナド広場にゴールする趣向。各班に一つのiPhoneが貸し出されるというのも、現代ならではの。撮影した写真もクラウドに保存し、誰もが各班の正解写真を見ることができるようになっている。

修学旅行前には、香港・マカオのガイドブックも制作した。二人一組で1つのテーマを調べ、それをまとめて1冊のガイドブックにするというもので、旅行中は全員がこのオリジナル・ガイドブックを持参することができる。また帰国後は、3年生が2年生に向けて自分たちの体験をプレゼンテーションしており、旅行の不安を取り除いたり、ワクワク感を伝えるのに一役買っているという。

港珠澳大橋の完成に期待

生徒たちの多くは、アジアでありながら西洋の建物が点在していることやコタイのIRに興味を示した。また東西文化が融合する独特の歴史や発展するマカオの現実を印象深く感じた生徒もいたという。同行した妹澤先生も、「カジノのイメージが強いマカオですが、まさに異文化を体験してマカオの価値観が変わりました」と話している。

同校では2018年10月末に実施する修学旅行も水曜日に出発し、香港での学校交流を平日に当てている。しかし「港珠澳大橋が開通

すれば、土曜日に出発してその日のうちにマカオに入るスケジュールも組めます」と妹澤先生。より柔軟な行程が組めると、港珠澳大橋の完成に大きな期待を寄せている。

(DATA)

期間：2017年11月8～15日(7泊8日)
人数：中学3年生57名+教員6名
行き先：香港・マカオ
マカオ宿泊先：ホリデイ・イン・マカオ

(スケジュール)

- 1日目 米子から空路香港へ
香港ホテル泊
- 2日目 終日香港
- 3日目 終日香港
- 4日目 終日香港
- 5日目 ホテルで朝食
高速船でマカオへ
マカオ到着後、市内観光
コロアン地区、タイパ地区、コタイ地区へ
ポルトガル料理の夕食
「ホリデイ・イン・マカオ」泊
- 6日目 ホテルで朝食
終日、班別フィールドワーク
「世界遺産フォトウォークラリー」
昼食も班ごとに自由食
中国料理の夕食
「ホリデイ・イン・マカオ」泊
- 7日目 ホテルで朝食
高速船で香港へ
- 8日目 香港から空路米子へ

MACAO Talkabout

マカオ通信

ツーリズムEXPO、マカオの食の魅力など紹介
マカオ政府観光局とサプライヤー6社が共同出展

マカオ政府観光局は、今年も「ツーリズムEXPOジャパン」にマカオブースを出展する。会期中、9月20日～21日の業界日は「展示商談会」として、ブース内で商談を行うほか、マカオセミナーを開催する。また、9月22日～23日の一般日には、「広場のなかのマカオカフェ」をコンセプトに、イートインスタイルでマカオの食の魅力を紹介する。また、ゲー

ム形式で料理作り体験のできるアプリ「クッキング・ママ」をタブレットで楽しめるタッチ&トライコーナーを設置し、マカオのガストロノミーの魅力に触れてもらう。

また、マカオブースには、マカオのサプライヤー6社が出展し、マカオへの旅行意欲の盛り上げに共同で取り組む。

ジャンル	社名・タイトル・コンタクトパーソン	Participant email
航空	マカオ航空 日本支社 セールス・マネジャー 扇谷 毅	info@airmacau.jp
ホテル	ウィン・マカオ ディレクター、ホテルセールス ゴードン・ホー	gordon.ho@wynnmacau.com
ホテル(予約)	ホテル・リスボア ディレクター・オブ・セールス(香港) ジョアン・シウ	sales@florinda.com.hk
ホテル(SJMグループファシリティ)	SJM&グランド・リスボア、リスボア、ハイアライ マーケティング・ディレクター バイリー・シン	baileysin@macausjm.com
ランドオペレーター	サウスチャイナ・エクスプレス 企画営業マネージャー 千早 有希子	tehai@sctrvl.com
ランドオペレーター	TKWトラベル&ツアーズ 東京事務所 所長 石井 利枝	ishii@tkwtours.com

マカオの観光マスコット「マックマック」 「クッキング・ママ」でマカオ料理をPR

マカオ政府観光局は、マカオの観光マスコットキャラクターに「マックマック」(MAK MAK)を決定した。「マックマック」は黒い顔のヘラサギで、マカオを代表する世界遺産のひとつであるギア灯台をモチーフにしている。ギア灯台の「Guia」とは、ポルトガル語で「ガイド」を意味することから、そこから着想を得て「マックマック」は誕生した。今後は「マックマック」がマカオ観光のガイド役となって、マカオのさまざまな観光魅力を紹介していく予定だ。



世界的な人気ゲームアプリ「クッキング・ママ お料理しましょ!」(オフィス・クリエイティブ社)とマカオ政府観光局によるコラボ企画が実現した。9月17日から2週間は「マカオスペシャルウィーク」として、マカオの観光名所がゲーム内で随所に表示されるほか、ゲームを通して代表的なマカオ料理2品の作り方を遊びながら学べる。体験できる料理は、「アフリカンチキン」と「エッグタルト」。レシピ自体は「マカオスペシャルウィーク」の終了後も配信される。料理のレシピはIFT旅遊学院が監修しており本格的だ。



本で旅するマカオ マカオの歴史-南蛮の光と影 / 東光博英

この本を読む前と読んだ後では、マカオの印象は大きく変わる。マカオを一言で表すと、「東西の歴史と文化の融合」ということになるが、読後感には、その一言で片付けられない壮大な歴史・文化だけでなく、貿易の拠点だったことに気付かされる。

とりわけ、マカオと日本の関係は深く描かれている。この本は「マカオと日本の交流史」でもあり、副題の「南蛮の光と影」は、マカオと日本の「光と影」でもある。

マカオは日本とポルトガルの南蛮貿易の中継拠点として発展し、日本との貿易がマカオの生命線だった。したがって、日本の禁教令による人流、鎖国による物流の断絶で、マカオは衰退する。マカオはポルトガルと中国、西洋と東西の文明の融合地点であるとともに、日本とポルトガルの中継点でもあった。

我々は英国と香港、ポルトガルとマカオの関係を同列に見がちで、返還後の「一国二制度」も同じように見てしまうが、アヘン戦争後に植民地化された香港と、古くからポルトガルの統治領でありながら、南蛮貿易の拠点として中国と共存・発展してきたマカオは歴史が異なる。

マカオの歴史は、長崎との関係はもとより、フランシスコ・ザビエル、聖ポール天主堂跡など、日本との関わりが多くの場所で散見できる。この本を読んだ後にマカオへ行くと、マカオの印象がまた変わる。マカオの最大の魅力は、マカオの歴史にある。



マカオ政府観光局、アップデートセミナー開催
港珠澳大橋完成、供用開始で「マカオ大化け」

マカオ政府観光局は東京、大阪、福岡などの主要都市で、「マカオ・アップデートセミナー」を順次開催している。榊原史博日本代表は、香港国際空港とマカオを結ぶ港珠澳大橋の完成に伴う日本人旅行者の香港空港からマカオ入国への新たな流れを説明し、橋の供用開始後のマカオが「今年から来年にかけて大化けする可能性がある」と強調、旅行業界関係者にマカオ商品の造成拡大を期待した。



香港国際空港とマカオをつなぐ港珠澳大橋と海底トンネルによる全長55kmの高速道路は開通し、イミグレーション施設等も完成、現在完熟訓練が実施されている。供用開始時期が決定した時点で、香港からマカオへの旅行者への動線は劇的に変わることになる。

それによると、日本から香港国際空港へ到着した旅行者は、そのままシャトルバスに乗り、高速道路を通過して港珠澳大橋の先に建設した新島にあるイミグレーション施設に到着。ここで入国審査を受け、ターンテーブルで預入れ荷物を受け取り、再びバスに乗ってマカオ市街に入る。

入国審査後の時間はまだ予測できないものの、香港空港とマカオまでは約30分で結ばれ、これまでの香港からのフェリー経由と比べると、劇的に時間は短縮される。シャトルバスはピーク時は5分に1台、真夜中などでも15分に1台の間隔で運行される。

費用面でも、香港-マカオ間の移動にフェリーを使うと往復約8000円だが、高速道路のバスの通行料金は1台あたり片道5000円に設定され乗車料金が安くなることが予測される。

2017年の日本からマカオへの旅行者数は前年比9.4%増の約33万人、マカオから日本への旅行者は約12万人で、日本-マカオ間の双方交流人口は計45万人。マカオ航空による直行便の供給量は、開空・成田を1日1便、福岡週3便で合計15万席弱。そのうち5万席を日本人が利用しており、港珠澳大橋の完成

でマカオの課題だった航空座席の供給問題が一挙に解決することとなる。

これにより、榊原代表は「マカオが今年から来年にかけて大化けする可能性がある。香港とマカオの時間・交通費が同じになり、ダイレクトにアクセスできるデスティネーションになる」と強調した。大型団体用のバスの取扱いについては、高速道路の供用開始後の状況を見ながら、交通局側は将来的な課題としている。

橋とガストロノミーや対立軸でマカオを訴求

マカオは2018年のプロモーション・ハイライトとして、港珠澳大橋とともに、昨年10月にマカオが「ユネスコ創造都市ネットワーク」の食文化創造都市に認定されたことを受けて、今年を「マカオ美食年」に選定し、ガストロノミーの理解・認識の普及を進めている。

港珠澳大橋の供用開始とガストロノミーの普及により、他に類のない観光地としてマカオの認識を高めるとともに、中国とポルトガル、歴史と最先端、世界遺産とIRといった対立軸を強調して、マカオの魅力を訴求する。

ターゲット層については、団塊世代が旅行市場の最終段階を迎える75歳まであと5年として、団塊世代とともに東京オリンピック・パラリンピックに向けて若者の再活性化を促す。地方市場の掘り起こしとファミリー市場の拡大も図る。

マカオアップデートセミナー 23都市で開催中

開催日	開催都市	開催日	開催都市
▽7月18日	東京	▽7月31日	熊本
▽8月1日	福岡	▽8月2日	大分
▽8月24日	札幌	▽8月28日	名古屋
▽8月30日	静岡	▽8月31日	仙台
▽10月16日	高松	▽10月17日	岡山
▽10月19日	広島	▽10月23日	長崎
▽10月24日	宮崎	▽11月6日	京都
▽11月7日	神戸	▽11月8日	姫路
▽11月13日	鹿児島	▽11月15日	沖縄

気候と服装

9~11月の天気概況
www.smg.gov.mo

9月のマカオは最高気温も平均30℃を超え、湿度も高く、まだまだ厳しい残暑が続く。台風シーズンでもあるので気象情報はこまめにチェックを。10月に入ると曇りも和らぎ、晴れの日も多く、観光のベストシーズンに。11月は朝夕は半袖では肌寒い日もあるため、一枚羽織るものがあると安心。

夕焼けウォッチングの日没時刻もお忘れなく

月	月平均	最高気温	最低気温	湿度	降水量	降水日数	日の出	日没
9月	マカオ	30.4℃	25.1℃	77.9%	219.5mm	12.3日	6:12	18:29
	東京	26.9℃	19.7℃	75.0%	209.9mm	11.0日	5:23	17:49
10月	マカオ	28.1℃	22.6℃	72.4%	79.0mm	6.1日	6:21	18:01
	東京	21.5℃	14.2℃	68.0%	197.8mm	9.8日	5:47	17:06
11月	マカオ	24.1℃	18.3℃	70.2%	43.7mm	4.6日	6:37	17:42
	東京	16.3℃	8.3℃	65.0%	92.5mm	6.8日	6:16	16:34

為替レート

1香港ドル ≒ 14.61円
(2018年9月6日現在)
マカオの通貨はパタカ(MOP)だが、香港ドルもそのまま通用する。パタカは日本で両替できないため、使い残した紙幣は香港ドルに換金しておくといよ。
レートMOP103.20=HKD100.00
(換算レートは10%の加減が認められている)

メディアチェック 録れたマカオ

【雑誌】月刊誌「クックパッドプラス」創刊号 9月1日発売
月刊紙「あまから手帖」2018年10月号 9月23日発売
小学館「サライ」2018年12月号 11月9日発売予定
月刊紙「KELLY」10月23日発売号
【ラジオ】LOVE FM76.1(九州エリア)
9月の毎週水曜日 11:30~14:00 Departure Lounge in A sense of the World (12:25頃放送)
BSSラジオ(鳥取県)
毎月第2水曜 13:15~16:50 午後はドキドキ!
【午後ドキ!トラベル】内(14:10頃放送)

イベント&祝祭日 2018年9月~11月

*印は祝祭日

9月1日、8日、15日、24日、10月1日
第29回マカオ国際花火コンテスト
(29th Macao International Fireworks Display Contest)
毎年9月の週末を中心に開催される世界最高レベルの花火大会。10カ国・地域を代表する国際チームが参加して芸術性を競う。マカオタワーの下には多くの露天花火が連なる。

9月24日、*25日
中秋節 (Mid-Autumn Festival)

9月27日
ワールド・ツーリズム・デイ (World Tourism Day)
聖ポール天主堂跡からセナド広場まで、ウエイターやウエイトレスがトレイにビール瓶をのせて走るユニークなイベント。

9月28日~10月28日
第32回マカオ国際音楽祭
(32nd Macao International Music Festival)
マカオ内外のアーティストが約1ヶ月間にわたって公演を行う音楽祭。世界遺産もコンサートの舞台になる。



マカオ国際音楽祭

*10月1日、*2日
中華人民共和国建国記念日
(National Day of the People's Republic of China)
翌2日も公休日となる。

*10月17日
重陽節
(Festival of Ancestors (Chung Yeung Festival))

10月(日付未定)
第16回マカオ阿媽文化・ツーリズム・フェスティバル
(16th Macao A-Ma Cultural & Tourism Festival)

*11月2日
万霊節 (All Souls Day)

11月9日~25日
第18回マカオ・フード・フェスティバル
(18th Macao Food Festival)
毎年11月にマカオタワー前の西灣湖広場で開かれる。マカオ料理をはじめ世界各地の料理が楽しめる。

11月15日~18日
第65回マカオ・グランプリ
(65th Macao Grand Prix)

読者の皆さまへ

マカオ旅行の体験記(800字程度)、ご意見、写真などをお寄せください。内容は問いません。採用分には記念品をお送りさせていただきます。応募は氏名、住所、電話番号、e-mailアドレスを明記してください。お寄せいただいた原稿、写真などは返却いたしませんのでご了承ください。

教育関係者の皆さまへ

マカオ政府観光局は教育旅行関係者(学校関係者、旅行会社担当者)からの情報提供をお待ちしています。マカオへの修学旅行、研修旅行、ゼミ・サークル旅行などをご計画または実施済みの方はお知らせください。マカオ通信でご紹介させていただきます。お気軽にご相談ください。(担当=志田)

旅行会社の皆さまへ

観光地図や世界遺産マップ、DVDなど各種販売支援ツールをご用意しております。ご活用ください。また、販促・商品化などのご相談もどうぞ。(担当=市村)

メディアの皆さまへ

マカオ政府観光局はマカオ取材するメディアのお手伝いをしています。ご希望の方はご相談ください。(担当=斉藤、大野)



マカオ政府観光局

〒102-0093 東京都千代田区平河町2-16-9
永田町グラスゲート7階
TEL 03-5275-2537 FAX 03-5275-2535
e-mail: macao@milepost.co.jp
www.macaotourism.gov.mo (日本語など)
www.facebook.com/macaotourism.jp
twitter.com/macaotourism_jp
www.instagram.com/macao_japan/

DESTINATION・HOTEL

ブランドUSA、旅行会社や異業種と連携強化 ステーキホルダーミーティングを開催

ブランドUSAは、都内で旅行関連業界の関係者を集めて「ステーキホルダーミーティング」を開催した。当日はブランドUSAの活動状況や今後の方針などについてプレゼンテーションが行われた。日本市場向けの取り組みとしては、「米国への渡航プロセスをいかに容易にするか」という点を柱に据えて、OTAを含めた旅行会社と連携した活動を一層推進していくことや異業種とのタイアップなどに力を入れていく方針を示した。

冒頭、ブランドUSA日本事務所の早瀬陽一代表から2013年度から17年度までの活動における成果について説明が行われた。早瀬代表は「ここ5年間でグローバルで540万人の渡航者の増加を生み出したほか、米国系航空会社の航空券で177億ドル(約1兆716億円)の売上効果をもたらした」点などを紹介した。

日本市場については現時点での最新データとなる2016年の訪米客が5%減の358万人となったことを紹介。前年比マイナスとなったものの、早瀬代表は「英国やドイツなどの減少幅は日本よりも大きくなっており、成熟市場といわれる国の中では善戦したのではないかと説明した。

ブランドUSAは今後の市場成長度にあわせて、4つのグループに分けて活動を進めていく方針。日本についてはオーストラリア、カナダ、フランス、英国などを同じグループに含まれている。これらの市場での活動では「Make it Easy&Obvious」というタイトルのもと、成熟市場として、ソーシャルメディアやデジタルを活用したプロモーションに力を入れていくことやOTAを含めた旅行会社との関係強化、異業種とのコラボレーションに力を入れていく方針で取り組んでいくことを紹介した。

旅行業界向けの ウェブサイト刷新

セミナーでは、直近の日本事務所の活動内容についても説明が行われた。日本事務所では今年7月に昨年に続きセールスミッションを開催。今回は前年に続き大幅増となる21団体が参加し、活発な商談が行われた。セールスミッションについては、来年も7月に開催することとしている。

また、地方でのセミナーや旅行会社単位



ブランドUSAの活動状況などを説明する早瀬陽一日本事務所代表

でのセミナーについても精力的に行った点も紹介。このうち、札幌や福岡のセミナーでは、少人数ごとのブースを設置して参加団体がそれぞれのブースを回ってプレゼンテーションを行うスタイルを採用した。地方でのセミナーでは、来年以降も同様のスタイルで実施していく予定にしているという。

このほか、ブランドUSAでは旅行会社向けのウェブサイト「ビジットUSAトラベルトレードウェブサイト」を新たに開設した。従来の業界向けサイトはIDとパスワードを取得しなければ閲覧することができなかったが、新サイトはログインをすることなく閲覧することが可能とした。

新たなウェブサイトでは画像や動画のダウンロード、現地オペレーターの連絡先情報に加え、モデルコースを紹介するコンテンツを追加。現在は22のコースを用意している。

ビジットUSAトラベルトレードウェブサイトは現在、英語版のみで開設しているが、今後日本語版を用意することとしている。

また、米国の観光資源の魅力をもっと広く紹介するための取り組みとして、新たに短編映画を制作する。ブランドUSAは過去に国立公園をテーマとした映画「アメリカ・ワイルド」に続く第2弾として、ブランドUSAが今年のプロモーションテーマとして掲げている音楽をテーマとした「アメリカン・ミュージカル・ジャーニー」を制作し、11月に日本で公開することが決定。米国観光の多彩な魅力を訴求していくことにしている。



ステーキホルダーミーティングの様

フィンランド政観、日本市場への活動強化 外交樹立100周年、過去最高の渡航者数更新へ

Visit Finland (フィンランド政府観光局)のパーヴォ・ヴィルックネン本局局長が旅行業界向けの商談会の開催にあわせて来日し、記者会見した。ヴィルックネン局長は2019年が日本とフィンランドの外交関係100周年を迎えることや日本-フィンランド間の航空路線が増便されることを契機として日本での誘致活動を強化していく方針を明らかにした。北欧の文化やファッションへの関心度が高い20歳代から40歳の女性を中心として、FIT客やフィンランドを経由して欧州各国へ向かうストップオーバー客、さらにファミリー層の観光需要開拓に向けたプロモーションを積極的に推進。そうした取り組みを展開していくことで「現状から10%以上訪問客数を増やしていきたい」と、これまでの過去最高だった2017年を上回る渡航者数を更新したい考えを示した。2017年のフィンランドでの日本人宿泊客



Visit Finlandのヴィルックネン本局局長

は前年比17%増となる24万泊となった。ヴィルックネン局長は「ここ数年、日本から

パンパシフィックホテルズG、日本再進出検討 ネッスマンCEO来日、世界各地でホテル展開

パンパシフィックホテルズ&リゾートとパークロイヤル・ホテルズ&リゾートを傘下に持つパンパシフィックホテルズ・グループ(PPHG)のローター・ネッスマンCEOが来日、アジア太平洋地域で積極的なホテル展開を進めると同時に、今後は欧州での展開にも着手する方針で、日本への再進出計画も検討していることを明らかにした。

PPHGは昨年、旧ヒルトンメルボルン・サウスワーフをリブランドする形で「パンパシフィック・メルボルン」を開業し、パトナムでも旧ソフィテル・ブラザハノイを「パンパシフィック・ハノイ」として開業。このほか北京の「パンパシフィック北京」やミャンマーの「パンパシフィック・ヤンゴン」を新たにオープンするなど積極的なホテル展開を進めている。この結果、PPHGはアジア太平洋地域を中心に38軒、約1万2000室のホテルを運営するホテルグループとなっている。

さらに複数の新ホテル計画が現在進行中で、19年にはマレーシアで「パークロイヤル・アフアモサ・マラッカ・リゾート」を開業する予定で、20年にはインドネシアの「パンパシフィック・サービススイツ・ジャカルタ」とマレーシアの「パークロイヤル・ランカウイ・リゾート」、21年にはシンガポールの「パンパシフィック・オーチャード」

も開業予定だ。

また現在はPPHGのホテルがない欧州にも進出する計画で、20年には「パンパシフィック・ロンドン」を開業の運びだ。ネッスマンCEOは「ロンドンを欧州の拠点としてプレゼンスを高めてつ、次はドイツへの進出も目指したい」と欧州戦略に意欲を見せる。

さらに13年に「パンパシフィック横浜ベイホテル東急」の契約を解消して以降はPPHGの名前を冠したホテルがない日本についても「19年のラグビーW杯や東京五輪の開催でホテル需要が増大し、その後もホテルビジネスの成長が見込める。時期は未定だが、日本の都市部でのホテル開業を目指している」と(ネッスマンCEO)と日本でのシティホテル運営に意欲を見せた。

日本への再進出は、日本における直接的なホテルビジネスの狙いだけでなく、PPHG傘下の各ホテルへの日本人宿泊客の誘致戦略の一環でもある。PPHGではシンガポールを中心に日本人宿泊客がマーケット比率の上位を占めており「日本は非常に重要なマーケット」。PPHGがこうしたポジションを維持、強化するためにも、PPHGブランドのアピールが必要で、「日本でのホテル展開による認知度向上の効果にも期待できる」と(ネッスマンCEO)としている。



パンパシフィックホテルズ・グループ(PPHG)のローター・ネッスマンCEO(写真左)とチーフセールス&マーケティングオフィサーのチン・タン氏(写真右)

の観光客は右肩上がりで上昇している。特に若年の女性が文化やデザインなどに関して高い関心をもち、訪問者数が増加している」と総括した。

今年の上半期は昨年に比べて弱含みとなっているが、「下半期でなんとか巻き返し、来年は日本とフィンランドにとって特別な年を迎えるので、この動きに弾みをつけたい」とヴィルックネン局長は話す。

日本-フィンランド路線増便 サウナで新プロモーションも

来年は日本とフィンランドの外交樹立100周年を記念し、さまざまな交流活動が予定されている。さらに、日本への直行便を就航するフィンエアー(FIN)が夏スケジュールで関西-ヘルシンキ線を週7便から10便に増便。ゴールデンウィーク期間に成田-ヘルシンキ線を1日3便に増便する計画を発表。提供座席数も増加することから、日本での観光客誘致活動を強化していく。

日本では、来年埼玉県飯能市にフィンランドの人気小説・絵本「ムーミン」を題材としたテーマパークが開業。さらに来年2月には、日本の人気若手俳優が主演し、日本とフィンランドを舞台とした映画「雪の華」が公開されるなど、フィンランドが露出される機会が数多く提供される。そうしたものに連動して積極的な観光プロモーションを展開していく方針だ。

さらに、フィンランドでは公共のサウナがブームとなっており、日本の入浴文化との親和性が高いことから、フィンランド国内で「サウナ100選」を選定、朱印帳を制作し、複数のサウナを訪問した人に対して認定証の授与や記念品の認定を行うといったプロモーションを行う予定だ。

STB「Passion Made Possible」 新企画スタート

シンガポール政府観光局(STB)はグローバル観光促進キャンペーン「Passion Made Possible」の新企画をスタートさせたと発表した。

情熱をテーマに対象グループを設定した「パッション・ドライブ」に新たに文化体験、アウトドア、社交3つのテーマを追加した。また、「ブランド・パーソナリティ」として80人を選定し、各種プロモーション活動に参加するほか、地元のクリエイターと連携したブランドイメージ動画を制作する。さらに、キャンペーンのコンセプトにあわせた現地ツアーも追加造成していくなどの取り組みを展開。日本を含めた世界16都市でマーケティング活動を展開していく。

Passion Made Possibleは、立ち止まることなく前進し続け、揺るぎない意志と確かな判断力を通じ、情熱を可能とするシンガポールの起業家精神とシンガポールの観光の魅力を含め込んだ新コンセプトの企画として昨年8月に立ち上げた。STBはこのコンセプトを世界に広げるためにブランドイメージを具現化したショートフィルムを制作。STBによると、世界中で約3億回視聴され、延べ5億5000万人以上にコンセプト動画が届いたとしている。



航空関連

スカイマーク20周年「星空ジェット」就航 年内に成田-サイパン・パラオへチャーター便

スカイマーク(SKY)は9月3日、就航開始20周年を記念して「スカイマーク20周年特別デザイン機公開&イベント」を羽田空港協の自社格納庫で行い、日本中を飛び回ることに「星空ジェット」を公開した。イベントが行われた3日当日には、報道陣やスカイマーク関係者のほか、抽選で選ばれた一般参加者174名が参加し、スカイマークの就航20周年を祝した。

スカイマークは2015年1月に東京地裁に対して民事再生法の適用を申請。現・スカイマーク会長の佐山展生会長率いる投資ファンドのインテグラルや、競争関係にあったANAホールディングスの支援で再建した。その後、2016年3月28日には民事再生手続きを完了したことを発表しており、その後も経済環境に恵まれるなど、追い風に乗って業績はV字回復を遂げることに成功している。

そのスカイマークは、目標に掲げてきた定時運航率日本一達成という高い運航品質という看板をぶら下げて、いよいよ国際線事業進出へと新たな方向へと舵を切った。まずは年内にも成田-サイパン線と成田-パラオ線をチャーター便で運航して、来年には定期便化することを目指すなど、既に新たな目標を定めた。「成人式」を迎えたスカイマークの次の一手は如何なるものか。同社の動きから目が離せそうにない。

来年5月の国際線定期便化へ 準備室設置

成田-サイパン、成田-パラオ線について市江正彦社長は「目標は年内にもチャーター便を運航すること」であることをあらためて明かしており、年末年始に向けてチャーター便を運航したい考えだ。ただ一方で、「社員の頑張り次第」ともしており、年内のチャーター実現は現段階ではまだまだ不透明なところが残るのかもしれない。

これらのチャーター便については、「来年には定期便化していきたい」としており、5月頃には定期便化することを目指していく方針で、スカイマークでは9月1日に国際線定期便化に向けた準備室も設置したという。

また、市江社長は「今はパラオ、サイパン線に力を割いているが、現有の飛行機で色々なところに飛ぶことができるはず」との持論を展開。「現在、夏季に那覇で深夜便を運航中だが、那覇のみならずアジアの他地域にも十分考えることができる。次はそのようなことも考えていきたい」とを明かした。

国際線チャーターや定期便など、新たなチャレンジに挑むスカイマークだが、現・三カ年中期計画の目標を概ね二年ほどでクリア



佐山会長をはじめとするスカイマーク役員陣と星空ジェットをデザインした橋本副操縦士

アするなど、民事再生からV字回復を遂げている。

市江社長は「この三年目の現在、次なる中期計画を作成中」であることを明かしており、次期三カ年計画では、民事再生時の株主との「約束事」となった再上場という大きなトピックスが控える。ちなみに、再上場は2020年9月までに行う予定で、「それに向けて突っ走る」(佐山展生会長)方針だ。

国際線が注目を集めるなか、次期中期計画におけるネットワーク拡大について佐山会長は「ベースは国内線」としながらも、「海

外については、皆が運航しているところには飛ばすつもりはない。レッドオーシャンに飛び込んで仕方がない」とコメント。「さらに成田のみならず、羽田や茨城、沖縄、神戸が将来的に国際線を運航することができるようになれば、(国際線は)様々な展開が可能だろう」とし、「現有の737-800型機のみでも、ある程度、絵を描くことができる」と話した。

その上で、「次世代機については、今よりも旅客数を増やすことができ、もう少し長く飛ぶことができるものを検討している」とことを明かした。

JAL、ガルーダと包括的業務提携に合意 共同運航拡大やマイレージ提携、共同事業も視野

日本航空(JAL)は9月6日、ガルーダ・インドネシア航空(GIA)と包括的業務提携に合意したことを発表した。10月28日の冬ダイヤ開始から、両社が運航する一部の路線でコードシェアを展開するほか、マイレージプログラムの提携などを含む関係強化を進め、将来的には共同事業を展開することも視野に入れる。



日本航空の藤田直志代表取締役社長執行役員(中央右)とガルーダ・インドネシア航空のパハラ・ヌグラハ・マンシリ社長兼最高経営責任者(中央左)

コードシェア運航では、JALが運航する日本国内線、日本以遠の北米線、GIAが運航するインドネシア国内線の一部路線でコードシェアを開始する。具体的にはJALが運航する国際線の成田-ジャカルタ、成田-ニューヨーク・ロサンゼルス、国内線の羽田-新千歳、中部、福岡線がコードシェアの対象となる。一方、GIA運航路線では、羽田-ジャカルタ、成田-デンパサールの国際2路線に加えて、ジャカルタ-スラバヤとジョグジャカルタが対象となる。

JALは昨年、アライアンスの枠組みを超えて外国航空会社との提携関係を進めている。ここ最近では昨年11月にスカイチーム所属のアエロフロート・ロシア航空と、今年度中にもコードシェア便を開始するほか、将来の共同事業の検討を進めることを発表。さらにアライアンスに加盟していないハワ

イアン航空と独占禁止法適用除外(ATTI)について日米双方の当局に申請して、6月から共同事業をスタート。8月にはスカイチームに属する中国東方航空との共同事業に関する覚書を締結するなど、その戦略を加速中だ。

今回包括的業務提携を結んだガルーダ・インドネシア航空も、スカイチーム・メンバー以外のキャリアとの提携を進めることで、強力なライバルである全日空(ANA)に対抗する。

なお、今回の提携でJALグループ便の日本-インドネシア間ネットワークは1日2便から1日4便に拡大することになり、観光・ビジネス双方で利用者利便が高まることが期待できそうだ。

大韓航空、仁川-ザグレブ線就航 アジア系航空会社初のクロアチア定期便

大韓航空(KAL)はソウル(仁川)-ザグレブ線の運航を9月1日から開始した。週3便で運航する。アジアの航空会社でクロアチアへの定期便を運航するのは同社が初めて。初便となった9月1日のKE919便はザグレブ国際空港で放水アーチで出迎えられたほか、空港内では歓迎式典が行われた。

ザグレブ線はエアバス330-200型機を使用して運航する。座席数はファーストクラス6席、ビジネスクラス24席、エコノミークラス188席の計218席となっている。今回の新規就航によりKALの就航都市数は世界44カ国125都市となった。

新規就航を受けてKALのバク・ピョンリョル欧州地域本部長は「急速に人気が高まっているクロアチアへアジアで初となる定期便を運航できたことは大変喜ばしい。



ザグレブ国際空港で行われた就航記念式典

KALはアジアとクロアチアの国際交流と貿易に協力していきたい」とコメントした。

また、ザグレブ国際空港のジャック・フェロン最高経営責任者(CEO)は「ザグレ

チェジュ航空、成田-大邱線にデイリー就航 10月28日より、成田路線は計週40便に拡充

チェジュ航空は10月28日より、成田-大邱路線に週7便で就航する。使用機材はB737-800型機。運航期間は10月28日~2019年3月31日。チェジュ航空が日本からの大邱路線に就航するのは今回が初めて。

また、成田路線は仁川(週26便)、釜山(週7便)、大邱(週7便)の3路線となり、計週40便に拡充される予定。週75便を運航する大阪路線に続き、単一都市としては全路線の中で2番目に多い運航便数となる。

チェジュ航空は、韓国の地方都市を起点とする国際線の拡大戦略を推進しており、今年の年末から来年上期中に、済州国際空港、金海国際空港、大邱国際空港、清州国際空港、務安国際空港などを中心にさらに就航路線の拡大を進める予定だ。

チェジュ航空は今年上期にも、大阪-務安(週5便)、大阪-清州(週7便)、大阪-グアム(週6便)に相次いで就航しており、路線拡大の勢いを増している。

成田から新規就航す

る大邱は、韓国の慶尚北道の南に位置し、人口約250万人の広域市。若者がよく訪れる東城路や、自然や遺跡が残る八公山大邱オルレ道まで、観光素材も豊富。とくに大邱はチキン(鶏肉)のメッカで、毎年「チメク(チキン+ビール)フェスティバル」が開催されるなど、グルメ旅行地としても知られる。

成田-大邱路線の運航スケジュールは以下の通り。

- ▼7C1119便/成田→大邱(毎日)/成田発20時30分→大邱着23時10分
- ▼7C1112便/大邱→成田(毎日)/大邱発05時55分→成田着08時35分



ブとアジアの定期便就航の日を迎えられたことを非常に誇りに思っている。この便はクロアチアの観光に大きく貢献することを確信している」と述べた。

JAL、来年2月に 羽田-マニラ線を新設へ

日本航空(JAL)は2019年2月1日より羽田-マニラ線にデイリーで新規就航する。使用機材は737-800型機を投入する。

すでに運航している成田-マニラ線と合わせて1日3往復便を運航する。羽田-マニラ線は深夜早朝帯のダイヤ設定とすることで、ほぼ全ての日本国内空港から同日乗り継ぎが可能となる。航空券の予約・販売は9月12日から開始した。

[羽田-マニラ線運航スケジュール]

- ▼羽田-マニラ線(デイリー運航)
- 使用機材:737-800
- 運航時期:2019年2月1日~
- ▼JL077=羽田発00:05→マニラ着03:55
- ▼JL078=マニラ発23:50→羽田着04:55(翌日)

フィンエアー 次期CEOにトピ・マンネル氏

フィンエアーグループは、2019年1月1日付でトピ・マンネル氏が次期CEOに就任すると発表した。現CEOのベッカ・ヴァウラモ氏はフィンエアーを退社し、今後、MetsoグループのCEOに就任予定。同氏の退任に伴い、2018年9月4日から12月31日までの間、最高財務責任者(CFO)のベッカ・ヴァハヒューッパ氏が暫定CEOを務める。



トピ・マンネル氏

マンネル氏は1974年生まれ、経済学修士号を持ち、北欧最大の金融グループ・ノルデアで経営に携わり、2016年からはフィンエアーグループの取締役としてパーソナルバンキング部門の統括責任者を務めてきた。

チェジュ航空



チェジュ航空の新規路線続々、ホテルも開業

チェジュ航空は、韓国のLCCとして最も急成長を遂げているエアラインの一つ。2005年の設立以来、国内外への路線網を大幅に充実させてきた。日本路線の拡充も目覚ましく、2018年は大阪-務安線、大阪-清州線、大阪-グアム線に相次いで就航したほか、冬季スケジュールからは成田-大邱線にも就航する。さらに、9月1日にはソウルの弘大に初の直営ホテル「ホリデイ イン エクスプレス ソウル弘大 (Holiday Inn Express Seoul Hongdae)」を開業した。大注目のチェジュ航空で、お得な海外旅行に出かけよう!

日本路線は16路線・週193便 冬季より成田-大邱線就航

チェジュ航空の日本路線は、2018年の冬季スケジュール基準で、16路線、週193便に達する。就航都市数は、日本7都市(成田、大阪、福岡、名古屋、札幌、沖縄、松山)、韓国6都市(仁川、金浦、釜山、清州、務安、大邱)、他1都市(グアム)に拡大する。

チェジュ航空は今春以降、大阪-務安線、大阪-清州線、大阪-グアム線に相次いで就航したほか、今夏からは初めて、羽田-仁川線に定期チャーター便で就航した。8月10日~10月29日までの期間中、週2便で運航している。韓国のLCCによる羽田-仁川の就航は今回が初めてで、チェジュ航空の勢いを象徴する出来事といえる。

また、冬季スケジュールからは新たに、成田-大邱線に10月28日から週7便で就航する計画だ。チェジュ航空による日本からの大邱路線就航は

初めてで、成田路線は仁川、釜山、大邱の3路線に拡充される。

2018.9.17基準

チェジュ航空 国際線路線網			
路線	便数/週	就航日	
成田 ↔ 仁川	26		
成田 ↔ 釜山	7		
成田 ↔ 大邱	7	10/28~	
大阪 ↔ 仁川	28		
大阪 ↔ 金浦	14		
大阪 ↔ 釜山	10		
大阪 ↔ 務安	5	4/30~	
大阪 ↔ 清州	7	7/21~	
大阪 ↔ グアム	6	7/21~	
福岡 ↔ 仁川	28		
福岡 ↔ 釜山	14		
名古屋 ↔ 仁川	14		
札幌 ↔ 仁川	12		
沖縄 ↔ 釜山	3		
沖縄 ↔ 仁川	7		
松山 ↔ 仁川	5		

ホリデイ イン エクスプレス ソウル弘大 9月1日開業、初の直営ホテル

また、チェジュ航空は初めてホテル事業に参入し、「ホリデイ イン エクスプレス ソウル弘大 (Holiday Inn Express Seoul Hongdae)」を9月1日にグランドオープンした。2016年9月の着工以来、約2年の準備期間を経て、いよいよホテルの運営事業をスタートさせた。

「ホリデイ イン エクスプレス ソウル弘大」は、仁川空港と金浦空港から空港鉄道で結ばれ、外国人旅行者が多く訪れる新村・弘大入口駅に近接する好立地にある。

建物は地上17階で、客室数は全294室。ビュッフェスタイルの朝食レストランがあるほか、ロビー

でコーヒーが無料提供される。フィットネスセンターや無料Wi-Fiなどの設備も完備している。

また、新ホテルはグローバルチェーンホテルのインターコンチネンタルホテルズグループ (IHG) の「ホリデイ イン」ブランドを冠する。合理的なサービスを合理的な価格で提供するビジネスモデルが一致するためだ。

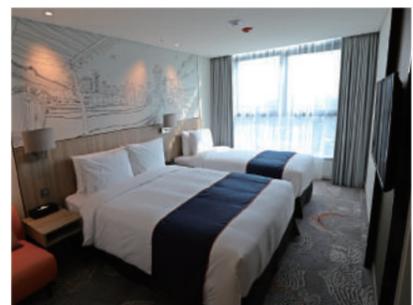
日本各地から韓国へ豊富な路線網を有するチェジュ航空がホテル事業を始めることで、チェジュ航空でソウルを訪れる旅行者にとって、新ホテル

は便利な宿泊先となることは間違いのない。

チェジュ航空では新ホテルの開業に合わせて、会員向けのキャンペーンを展開中。9月7日~12月21日までの期間中、客室アップグレードや文化コンテンツの無料入場券などをプレゼントする。



Holiday Inn Express Seoul Hongdae
住所: 韓国ソウル特別市麻浦区東橋洞190-1
TEL (日本語対応可能): +82-70-7420-7257
ホームページ: <https://bit.ly/2mZYMQu>



韓国LCC航空社中 No.1エアライン
週193便 日韓最多路線 You Know?
*札幌、東京、名古屋、大阪、松山、福岡、沖縄 *18年10月基準

*チェジュ航空のイメージモデル東方神起

JEJUair x TVXQ!

KOREA'S LEADING LCC
チェジュ航空

成田=大邱
10月28日から新規就航

JEJUair

ニューカレドニア観光局

ツーリズムEXPO特集



あらゆる世代を魅了する南太平洋のリゾート 首都ヌメアの多彩な文化体験と ユニークな自然地帯のハイキングを満喫

ブーライユ・デヴァ地区のウアコエ・トレイル。ラグーンを見渡す絶景ポイントが待っている
© Ethnotrack / NCTPS

ビーチリゾートとして世界的に知られ、ハネムナーにも絶大な人気を誇るニューカレドニア。2018年にはラグーンの世界自然遺産登録10周年を迎え、近年はこの島独特の自然の姿にも注目が集まっている。気温は一年を通じて快適、また直行便で約8時間と近く、日本との時差は2時間のみ、さらにフランス領ならではの洗練された食文化など、大変訪れやすいデスティネーションであり、とくにハイキングを目的としたシニア層の旅にもうってつけだ。文化あふれる首都をベースに、変化に富んだ自然地帯を満喫する、そんな新しいニューカレドニアの楽しみ方を紹介しよう。

知的好奇心を刺激するフレンチシックな街 ヌメア

大きなヨットハーバーや優美な大聖堂、おしゃれなカフェなど、まるで南仏の港町を思わせる風景が広がる首都ヌメア。「南太平洋のコート・ダジュール」とも呼ばれるフレンチシックな街並みには、驚くほど多くの文化施設も点在している。華やかな街歩きを楽しみながら博物館などにも立ち寄り、フランス文化と伝統的なカナック文化(メラネシア系の先住民族の文化)をミックスした、ニューカレドニアの奥深い文化に触れてみよう。



南仏風の雰囲気が漂う首都ヌメア
© Terres de Lumière / NCTPS

おすすめの文化/自然体験施設

ニューカレドニア博物館

先住民族カナックの文化を中心に、メラネシア全域の伝統・芸術に関する展示が充実。

ヌメア市立博物館

コロニアルスタイルの歴史的建造物を利用。植民地時代や戦争時の影響など、ヌメアの歴史に触れることができる。



優美な建物も印象的なヌメア市立博物館
© Terres de Lumière / NCTPS

第二次世界大戦博物館

第二次世界大戦中、アメリカ軍の駐留により近代化へと大きく変化したこの地の様子を紹介。

ニューカレドニア海洋博物館

海洋交通を通してニューカレドニアの文化と歴史を展示。旅行記『天国に近い島』の著者・森村桂氏がアメデ島を訪れた際の直筆署名入りビクターブックも見られる。



チバウ文化センター。ダンスや演劇なども鑑賞可能
© Terres de Lumière / NCTPS

チバウ文化センター

カナックの歴史的資料やメラネシアの現代芸術を多数展示。屋外の散策路や関西国際空港の設計でも有名な建築家、レンゾ・ピアノによる建築も見もの。

ニューカレドニア・ラグーン水族館

ラグーンの海水を取り入れた開放式水族館。オオバソオウムガイ、ナポレオンフィッシュ、光るサンゴなどが見られる。

ミシェル・コルバソ 動植物森林公園

ヌメアの街とラグーンを見渡す絶景ポイント。カグーやウペアインコなどの固有鳥類や珍しい植物が見られる。

固有植物も豊富!他では見られない自然地帯を歩く

ニューカレドニアには固有植物が多く、それがこの島のハイキングをユニークにしているポイントだ。ラグーンを望む小高い山や固有動物に出会えるウォーキングなど、変化に飛んだトレイルがあり、選択肢も豊富。ネイチャーガイドが案内するツアーもおすすめだ。



各地に様々なレベルのハイキングトレイルが整備されている
© Ethnotrack / NCTPS

おすすめのハイキングスポット

ブーライユ・デヴァ地区

人気リゾート「シェラトン・ニューカレドニア・デヴァ・スパ&ゴルフリゾート」周辺は自然保護区となっており、一帯には4本のハイキングトレイルが伸びている。とくに20分程度登っただけでビューポイントに行けるウアコエ・トレイルは、初心者でも手軽に楽しめる人気コースだ。



素晴らしい眺めが堪能できるウアコエ・トレイル
© Terres de Lumière / NCTPS

ウアコエ・トレイル

5.5km、所要約2時間
ハイライトは、高台から世界遺産のラグーンを見下ろせる絶景ポイント。

フォレストオリジン・トゥ・ラグーン・トレイル

7.5km、所要約3.5時間
3000年前の先住民居住跡などが見られる、平坦なルート。

ジャイアンツ・トレイル

6.5km、所要約3.5時間
湿地帯から乾燥熱帯林まで変化に富んだ地形、平坦なルート。

ボエ・アレルディ・トレイル

4.5km、所要約2時間
ラグーンを二つに割るようにできたポー断層を一望する高台へ。



デヴァハイキングマップ ▶

巨大シダの森公園

シダの巨木が茂るジュラシックパークのような森。世界遺産の緩衝帯であり、希少な固有種も多く、自然保護地区ともなっている。広大なエリア内には何本ものトレイルが編み目のように巡らされており、その総距離は約40kmにもなる。コース取り次第で、簡単な自然散策から5時間ほどの本格的ハイキングまで、体力に合わせて楽しむ事ができる。



緑に覆われた巨大シダの森公園
© S. Ducandas / NCTPS

▶ 巨大シダの森公園ハイキングマップ

リビエール・ブルー州立公園

真っ赤な赤土が印象的な乾燥地帯から熱帯雨林、立ち枯れた木々が林立する人工湖など、変化ある景観が広がる。多くの固有植物をはじめ、国鳥カグーも見られる場所だ。公園内は許可のある車やバスなどでアクセスが可能で、沿道からは合計18コースのハイキングトレイルが延びている。20~30分で歩けるイージーコースから、数時間かかる上級者向けコースまで難易度も様々だ。



赤土と空・湖の青、森の緑のコントラストが美しい
© Toko / NCTPS

▶ リビエール・ブルー州立公園のハイキングマップ

“美食の街”で一流の味を堪能

ヌメアには本場フランス仕込みの一流の味を出すレストランが集まっている。特産品「天使の海老」をはじめとする新鮮な魚介類、牧草飼育の健康的なビーフ、鹿や鴨といったジビエなど、選択肢は多彩だ。ワイン、チーズもフランス産が豊富に揃い、これらをテーマにしたグルメイベントを行うレストランも多い。



地元素材を洗練された味わいに
© Marmite et Tire Bouchon / NCTPS

ワインセミナーを実施

● シェ・ドゥ・リポドローム (chai de l'hippodrome)

毎年チーズやワイン関連のイベントを開催

- ル・メリディアン・ヌメア・リゾート&スパ
- シェラトン・ニューカレドニア・デヴァ・スパ&ゴルフリゾート (ブーライユ)
- シャトーロワイヤル・ビーチリゾート&スパ



2018年は
ラグーンの世界遺産登録
10周年!

ニューカレドニア観光局 (日本オフィス)
www.new-caledonia.travel

最新現地情報やお得なキャンペーン情報を配信!

ニューカレドニア観光局



SNSでも随時、最新情報配信中!ぜひご覧ください。



LINE登録はこちらから!

