

ANA 杭州・西湖ふれあいウォーク開催

全日空(ANA)と杭州市が共催し、アジアナ航空が販売協力を行う日中韓3カ国の交流イベント「ANA 杭州・西湖ふれあいウォーク」が4月12日、花と新緑の美しい西湖のほとりて盛大に開催され、3カ国から総勢1000名が参加した。当日は、日本旅行業協会(JATA)や中国国家旅游局、観光庁などが協力し、2009年度に中国19都市で展開する「花と緑の植樹事業」の一環で、鳥亀潭公園に桜30本の植樹が行われ、ふれあいウォーク参加者など計120名が参加した。春の日差しが降り注ぐ西湖で、参加者同士の交流が大輪の花を咲かせた。

日中韓3カ国から総勢1000名が参加 日本語学ぶ学生400名と感動交流

「ANA 杭州・西湖ふれあいウォーク」は、ANAが日本から初の杭州直行便を開通したのを記念し、2004年5月に第1回が開催され、初回は100名が参加。その後、2004年11月(参加者100名)、2005年12月(同350名)、2006年5月(同220名)、2007年4月(同350名)、2008年4月(同1000名)と回を重ね、今回の2009年4月(同1000名)で第7回目を迎える。

また、杭州は、韓国人観光客にも非常に人気の高い観光地であることから、昨年2008年よりアジアナ航空の販売協力を得て、日中韓3カ国の交流イベントとしたことで、参加者数が1000名に達する一大イベントに成長した。

朝8時。出発式が行われる西湖天地には、参加者が続々と集まってきた。小さな子供連れのファミリーや、熟年夫婦、女性グループをはじめ、参加者層は幅広い。出発式では、杭州市人民政府の劉曉明副秘書長が「ようこそ杭州へ。今年も1000名を超える方々が参加しており、ふれあいウォークと杭州の春を満喫してほしい」と挨拶。これに続き、浅川修ANA上席執行役員営業推進本部副本部長兼ANAセールス社長は、「日中韓3カ国の交流イベントとして民間交流を深めることができ大変嬉しい」、鄭聖権アジアナ航空中国地区本部長は、「ANAとア

シアナ航空は、スターアライアンスメンバーとして兄弟のように仲良くしており、杭州市とともに日中韓3カ国の友好交流のために最大限努力していく」と挨拶した。

杭州市人民政府の張建庭副市長が、ふれあいウォークの開催宣言を高らかにを行い、1000名の参加者全員でラジオ体操が行われた後、ふれあいウォークがいよいよスタートした。



「ANA 杭州・西湖ふれあいウォーク」の様子。写真上段は出発式

とくに、西湖ふれあいウォークの最大の特徴と言えるのが、杭州市内にある大学で日本語を学ぶ中国人の学生400名がボランティアで参加していること。参加者は、西湖の周囲約13kmを、おもしろいペースで美しい景色を眺めながらウォーキングを楽しむが、その間も、ともにウォーキングに参加する中国人学生が気軽に声をかけてくれる。また、コースのポイントポイントには学生が立っており、コースの誘導を行ってくれる。

記者も撮影しながら歩いていたところ、早速、浙江工商大学の日本語学科2年生という洪翠葦さんと顧菁菁さんに声をかけら

美しき西湖に交流の花咲く



れ、一緒にウォーキングを楽しんだ。大学に入ってから日本語を学び始めたというのが信じられないほど日本語が上手で、熱心かつひたむきに話しかけてくれる二人の純粋さにただただ感動するばかりで、ウォーキングの疲れなど感じないほどに会話が弾んだ3時間だった。

このANA 杭州・西湖ふれあいウォークは、毎年参加しているリピーターの方が非常に多く、日本人参加者同士でも再会を喜び合う姿が多く見られたほか、日本語を学ぶ中国の学生らとの楽しい会話や交流に、多くの参加者が魅了されていた。

ANAセールスは、今年もANAハローツアーで「ANA 杭州・西湖ふれあいウォーク」に参加するツアーを発売、東名阪で合計約200名を集客した。また新たに、旅達会員限定の新コースとして、「感動案内人の旅～庭園都市 杭州をしのぶ4日間」を発売し、約100名を集客した。これは、西湖ふれあいウォークに参加するだけでなく、庭園都市・杭州の庭園を専門家とともに訪れるプラン。白井隆庭園都市計画事務所代表の白井隆先生と、野村庭園研究所代表の野村勘治先生が同行し、特別講演を行うほか、西湖のみどころや古庭園をともに巡る。ANAセールスは今後も、杭州の魅力により深掘したツアーの企画開発を進める考えだ。

「緑と花の植樹事業」 鳥亀潭公園で桜30本植樹

また、西湖ふれあいウォーク開催後は、鳥亀潭公園で「緑と花の植樹事業」が行われ、約120名が参加して桜30本の植樹が行われた。杭州市は、都市計画および緑化計

画が非常に進んだ美しい都市で、西湖のほとりはもちろん、市内や高速道路脇など至るところに緑や花があふれており、その分、植樹の認可を取るのには難しかったと藤井康充ANA杭州支店長は説明したが、「今回、植樹場所を選ばれた鳥亀潭公園は、湖のほとりにある絶好のロケーション」として、杭州市側の配慮に心より感謝の意を表明した。

植樹式典で、柴田耕介日本旅行業協会(JATA)理事長は、「風光明媚な杭州の地に、桜が元気に育ち、来年、再来年と毎年美しい花を咲かせてくれることは、日中友好交流のシンボルとなる」として、桜の植樹を通じた両国の交流がさらに発展拡大していくことに期待感を示した。



「杭州旅行商品券」1.5億円分を日本配布へ 杭州市、1人200元クーポン、6～10月利用可

杭州・西湖ふれあいウォーク開催前日の4月11日には、杭州市と日本側代表による会談が行われた。日本側からは、柴田耕介JATA理事長、浅川修ANA上席執行役員営業推進本部副本部長兼ANAセールス社長、北林克比古ANAセールス会長、日野隆久ANA中国室室長、朱金諾ANA中国室副室長、藤井康充ANA杭州支店長、林慶三ANA上海支店長らが出席し、杭州市側からは劉曉明杭州市人民政府副秘書長、李虹杭州市旅游委員会主任ほかが出席した。

このなかで、杭州市旅游委員会の李虹主任は、『杭州旅行商品券』を日本向けに総額1000万円分(約1億5000万円)を配布することを明らかにし、日本から杭州市への旅行者誘致を一層強化する方針を表明した。

それによると、昨秋来の世界金融危機の影響を受け、中国でも内需拡大の必要性が叫ばれており、杭州市旅游委員会は独自の取組として、中国国内向けに総額1億元(約15億円)の『杭州旅游消費券』を100万人に各100元ずつ配布した(写真参照)。

これは、3月1日～5月31日までの期間中、杭州市の約800カ所の百貨店、ホテル、レストラン、お土産物店、足裏マッサージ店等で使える旅行商品券で、「ANA 杭州・西湖ふれあいウォーク」が行われた週末も、旅



行商品券を使って中国各地から大勢の中国国内観光客が杭州を訪問していた。

今回、その取組の第2弾として、追加で1億元の旅行商品券を配布する方針を決定、このうち3000～4000万円を日本、韓国、東南アジア、欧米などの海外向けに配布することを計画しているもの。日本市場向けには、このうち1000万円を配布する。日本では、1人あたり200元(約3000円)を5万人に進呈する計画で、日本語表記の商品券を準備するとしている。

また、その配布方法について、李主任は、「日本から杭州への直行便を運航するANA、JALに加えて、杭州への送客数が多い大手旅行会社数社を予定している」とした。利用期間は6月1日～10月31日までとする計画で、杭州観光のベストシーズンである9～10月にも使えるよう配慮する。

杭州市は、5月中旬を目処に、日本にプロモーション代表団を派遣する計画で、日本で開催する説明会の際に杭州旅行商品券の詳細について正式に発表する予定とした。

杭州市旅游委員会によると、2008年に杭州市を訪れた日本人観光客数は、トランジット客を含めて同地に1泊以上した人数の集計で約24万人とし、2007年比で微増したが、2009年1～3月は減少傾向にあるという。このため、杭州旅行商品券の配布によって、2009年の日本人観光客数の誘致目標は、「2008年比で5～10%の伸びを達成したい」として、できれば27万人程度まで日本人客を拡大したい意向を示した。



会談の様子。下段左から、柴田JATA理事長と劉杭州市副秘書長、李杭州市旅游委員会主任、浅川ANAセールス社長

杭州市、若年女性の誘致検討 ANA、「日中友好の翼」に

会談で、劉曉明杭州市副秘書長は、「杭州市は長きにわたり、ANAをはじめとする日本側関係者と協力関係を結んでおり、非常に大きな成果を納めている。とくに、今回のANA 杭州・西湖ふれあいウォークと桜の植樹事業が、中日両国の友好交流を一層深めるとともに、両国の観光業界の発展につながることを期待している」と挨拶した。

これに対して柴田耕介JATA理事長は、「桜の植樹事業は、一昨年の日中国交正常化35周年の流れを汲み、中国19都市での実施を計画しているもので、杭州市側の多大な協力に感謝したい」と述べるとともに、今

年7月にも中国人富裕層に対する個人観光ビザの発給が開始されることに触れ、日中双方向交流がさらに発展拡大していくことに期待感を示した。

また、李虹杭州市旅游委員会主任は、「今年7月からの中国向け個人観光ビザの解禁は、杭州市は対象地域に入っていないが、杭州市は豊かな街であり、まもなく杭州市でも個人観光ビザが解禁されるだろう」と見通した上で、「浙江省から日本へ行きたい個人観光客はたくさんいる。また、日本からこの美しい杭州の街を訪れたい観光客も多いだろう」として、交流拡大への下地は出ているとの見解を示した。

その上で、李虹主任は、「いかに日本の若者を杭州に誘致するかを検討していく」として、現在、訪問客の多くが中高年層に占められる現状に鑑み、とくに若年女性層の誘致策を検討していく姿勢を示した。

歓迎夕食会で挨拶した浅川修ANA上席執行役員営業推進本部副本部長兼ANAセールス社長は、「杭州は、中国最優秀観光都市であり、日本の近江八景は西湖八景をまねて作られた話是有名で、とくに白樂天、蘇東坡は日本でもよく知られている。杭州・西湖は日本人にとって非常に親しみやすく魅力的な地域で、日本からの観光需要は今後ますます増えるだろう」と述べ、その地で第7回目を迎えるANA 杭州・西湖ふれあいウォークを開催できることを喜んだ。

浅川氏は、「我々は22年前の1987年4月16日に中国への定期便を開通し、現在は北京、上海、杭州、広州、香港など10都市に就航している。ANAとしてはこれからも、『日中友好の翼』として、こうした民間交流を通じて、日中両国間の友好関係発展のためにさらに努力していきたい」と挨拶した。

DESTINATION NEWS

DESTINATION NEWS

駐日メキシコ大使が「観光回復宣言」 情熱のリカバリーキャンペーン、世界規模で始動

駐日メキシコ大使のミゲール・ルイス・カバリーニャス氏が5月29日に記者会見を開催、新型インフルエンザ発生後の現在のメキシコの状況について「衛生状態を含め、既に正常の状態に戻っており、これまで同様、観光客を受け入れる用意がある」とコメント、事実上の「観光回復宣言」を行った。また本国ではカルデロン大統領が大々的なリカバリーキャンペーン「VIVE MEXICO」を展開すると発表、キャンペーンは日本を含む世界規模で行う予定だ。



左からメキシコ観光局駐日代表のギジェルモ・エギアルテ氏、駐日メキシコ大使のミゲール・ルイス・カバリーニャス氏

カバリーニャス大使は「昨年メキシコへ訪れた日本人は11万人。なるべく早い段階でそのレベルまでに戻していきたい。観光を含め、日本とメキシコ間のビジネス関係を通常のレベルに戻していきたい」と強調、いち早いリカバリーを目指していく考えを示す。

リカバリーキャンペーンは、まずメキシコ国内でスタート、その後主要マーケットである北米、さらにヨーロッパやアジア地区でもスタートさせる計画。「VIVE MEXICO」は、「活き活きとしたメキシコ」「元気なメキシコ」といった意味。記者会見に同席したメキシコ観光局駐日代表のギジェルモ・エギアルテ氏は「メキシコの活き活きとした側面を再認識してもらいたい。メキシコは情熱の国。イベントやセミナーを通じて新たなメキシコのメッセージを伝えていきたい」とキャンペーン実施への意欲を見せる。

キャンペーンは 日墨交流400周年と連動

日本におけるリカバリーキャンペーンの具体的な内容については現在未定。エギアルテ氏は「現在展開している日本メキシコ交流400周年事業と連携して行う。具体的な内容は現在検討中で、できるだけ早くスタートさせたい」と説明する。キャンペーン名称は日本語とする意向だ。

日本メキシコ交流400周年は、現在関連イベントのほとんどが行われる予定。先日はメキシコ海軍練習艦「クアウテモック」号が開港150周年記念イベントに合わせて横浜に到着、その後東京や400周年ゆかりの地である千葉県の御宿にも寄港するスケジュールとなっている。

ディズニー副社長、旅行会社との関係を最重視 ハワイに続きワシントンDC近郊にも新リゾート

ディズニーディステーション、ワールドワイドセールス及びトラベルオペレーションズ担当上級副社長のランディー・ガーフィールド氏(写真)が本紙インタビューに答え、「日本の旅行会社とのパートナーシップをさらに強固なものにしていきたい」と強調、日本市場において旅行会社との関係を最重視する姿勢を示した。同社は、2011年にオープン予定のハワイに続き、ワシントンDC近郊にリゾートホテルを建設する計画を発表するなど、プロダクトの拡充を進めている。



クルーズ船新造計画 カリフォルニア拡張も

同社では他にも様々なプロジェクトが進行中だ。まずディズニークルーズラインの新造船2隻(「ディズニー・ドリーム」と「ディズニー・ファンタジー」)が2011年と2012年に完成する予定。新造船はいずれも既存の2隻の1.5倍の規模となる。拠点も現在のフロリダ州ポートカナベラルに加え、2011年からロサンゼルス近郊のサンペドロ港発着のコースが登場する。

ガーフィールド氏は「クルーズはスペシャリストである業界に頼る部分が多く、旅行会社からの協力を特に必要としている」とコメント。日本での販路拡大において、旅行会社が果たす役割の重要性を指摘する。

さらにカリフォルニア州アナハイムにあるディズニーランド・リゾートの拡張計画も進行中だ。拡張はファミリー向けアトラクションが中心のディズニー・カリフォルニア・アドベンチャー・パークがメイン。ショップやレストランの新設に加え、2011年にはリトルマーメイドのアトラクション、2012年にはディズニー・ピクサー映画でヒットしたカーズのアトラクションがオープンする予定。

また発表されたばかりなのが「ディズニー・ワールド・オブ・カラー」で、2010年の春にスタートする。ディズニーならではの最新技術を駆使し、音と光、さらに映像を交えた幻想的なショーとなる予定。観賞用のスペースとして新たに9000席のスペースも用意され、同パーク内の目玉アトラクションとなる事が期待される。

新リゾートはメリーランド州ナショナルハーバーに建設される予定で、ポトマック川を望む15エーカーの土地を既に1100万ドルで取得済み。テーマパークを併設しないリゾートホテルだけのプロジェクトとなる。同社では既にハワイでのリゾートホテル建設の計画を発表しており、同様の施設としてはこれが2つ目となる。

現在建設が進むハワイのリゾートホテルは、オアフ島西部のコオリナ地区に2011年8月にオープンする計画。ガーフィールド氏は「ハワイでのディズニーリゾートのオープンには、日本市場に大きな期待を抱かせるものになるだろう」とアピールする。

一方、日本の旅行市場へ向けた施策として、ガーフィールド氏は「消費者がより堅実となる中、旅行需要を促進すべく、より価値の高いパッケージの提供を積極的に進めていきたい」とコメント、旅行会社と協力しながら需要促進に向けた取り組みに力を入れる方針だ。

台湾 故宮博物院 6月より団体客入場制限

台湾観光協会によると、国立故宮博物院は6月1日より、団体客の入場制限を行う。これは、来館者増加に伴い、スムーズに観光してもらえるために実施するもの。対象となるのは、10名以上の参観グループで、事前に団体音声ガイドの予約が必要となるほか、4回に分けて毎回2500名までの予約受付入場制限が行われる。

具体的には、①9時～10時30分、②10時30分～12時、③13時30分～15時、④15時～16時30分の4回に分け、各回の予約が定員数に達した時点で受付が終了される。また、参観グループで音声ガイドを携帯されていない場合は、入館不可となる。

仮に、館内が規定の定員数を超えた場合には、予約のない参観グループは、すでに入館している参観グループの退出後に、順次入館することになる。また、グループでの参観が予約済でも、予約時間を30分以上過ぎても来館しなかった場合は、事前予約が取り消される。【故宮博物院 URL = <http://www.npm.gov.tw/>】

香港-マカオ間 ターボジェットが一時減便

マカオ観光局によると、香港とマカオを結ぶターボジェット社は5月26日～7月14日までの期間、香港空港-マカオ間のターボジェット・シーエクスプレス(空港

約1.68億円の「杭州観光消費券」日本で配布 6万人に各200元、日系2社と旅行会社を通じて

杭州市人民政府の張建庭副市長を団長とする30名強の観光プロモーション団が来日し、5月25日都内で観光説明会を開催したが、日本向けに1200万人民币(約1億6800万円)におよぶ「杭州観光消費券」を、日本人観光客に配布することを正式に発表した。杭州市および周辺の5県市の指定店舗で使える旅行商品券で、6万人に各200元を配布する。消費者に直接、旅行商品券を配る取組は過去にあまり例がなく、杭州への訪問者増加に大きな効果が上がることが期待されている。



支払う。つまり、支払総額の25%を観光消費券で支払える仕組みで、観光消費券200元分を全て利用するには、現地で最低でも600人以上の現金を使うことになり、その経済効果も合わせて狙う考えだ。

さらに、この観光消費券を100元以上使い、氏名・パスポート番号・携帯電話番号を記入して応募すれば、総額50万円(約700万円)の豪華賞品が当たるプレゼントキャンペーンに応募できる。特等として1名に20万円相当の乗用車1台をプレゼントするほか、一等5名には2万円相当の杭州4日間ツアー(2名)などをプレゼントする。

既報の通り、杭州市は第一弾として、中国国内向けに1億5000万人民币(約21億円)の「杭州観光消費券」を配布したところ、利用可能期間の3月1日～5月31日には杭州を訪れる国内観光客が大幅に増加するなど成果を残した。

今回、その第二弾として、中国国内および海外市場向けに、総額1億人民币(約14億円)の追加配布を決定した。このうち、海外市場向けには、日本、韓国、一部欧米諸国を中心に配布することとし、最重要市場の日本向けには1200万人民币(約1億6800万円)を配布することを決めた。

日本市場向けの「杭州観光消費券」は、日本語で作成されている。1冊あたり200元(10元券が6枚、20元券が4枚、30元券が2枚)の消費券が付いており、指定のレストラン、ホテル、茶館、お土産物店、足裏マッサージ店などで利用可能。利用可能期間は、6月1日～10月31日までとする。

また、利用にあたっては、支払総額が40元以上に達すれば、そのうち10元を消費券から支払うことができ、残り30元は現金で

「杭州観光消費券」の日本での配布方法は、6万冊のうち、日本-杭州間の直行便を運航するJAL、ANAに各1万5000冊を配布し、残り3万冊を旅行会社向けに配布する。同日は、日本側と杭州側の旅行会社間で、一層の協力強化のための調印式が行われ、JTB中国、JTBワールドパッケージズ、JTB関東、ケイアイイーチャイナ、日本旅行、ジャルパック、ANAセールス、HIS、日本通運、日中平和観光、ワールド航空サービス、二十一世紀旅行が参加しており、これらの旅行会社が「杭州観光消費券」の配布先になるものと見られる。

今後、旅行各社を通じて、杭州観光消費券が付いたツアーの企画販売が行われる見通しで、同日の説明会でも、杭州の観光素材や新観光ルートなどがくわしく紹介された。なお、「杭州観光消費券」が利用可能な指定店舗は、杭州市政府のホームページおよび杭州観光ネットワーク(www.gotohz.com)で確認することができる。

観光消費券配布などで2009年は12%増達成を 杭州訪問日本人客数、08年は29万人強で2位

杭州市人民政府の張建庭副市長(写真)は、説明会の席上、「2008年に杭州市を訪れた国内外からの観光客数は、4773万人に達した。このうち日本人は29万3300人で、国際市場では韓国に次いで2位を占めている」と述べ、日本と韓国が国際観光誘致における最重要市場であることを強調した。



高い最重要マーケット。過去10年間をみると、杭州へのインバウンド旅客で日本は長らく1位を占めていた」として、日本と韓国が2大市場であると説明した。このため、今回の杭州観光消費券も、日本語版、韓国語版、英語版の3種類をつくり、各市場毎に配布するなど、きめ細かい対応を行っているという。

そのなかで、昨秋来の世界的な金融危機と景気後退により、杭州の観光市場も影響を受けているとし、そのため2009年は「消費を促す年」と位置付け、年間100程度のイベントや催しを相次いで展開するほか、国内外向けに「杭州観光消費券」を配布し、旅行者誘致と消費拡大を積極化する方針を打ち出した。

張副市長は、「日本での杭州観光消費券の配布は、日本人旅行者と航空会社、旅行会社にとって耳寄りなニュース。日本人観光客が観光消費券を持って、杭州を訪れることを期待している」と述べた。また、杭州市への旅行者誘致のみならず、杭州から日本への旅行者送り出しにも力を入れる方針を示し、「日本と杭州の双方間交流の拡大を目指していきたい」と述べた。

また、張副市長は、本紙取材に対し、「杭州にとって日本マーケットは最も潜在力の

その上で、張副市長は、日本での杭州観光消費券の配布によって、日本人観光客数を2008年比で12%増の伸びを達成したい考えを表明した。単純計算すれば、32万8000人台を目指すことになる。旅行を巡る環境を見れば、「昨秋来の金融危機に加えて、新型インフルエンザの影響なども加味すると、現時点で楽観視できる環境にはない」と厳しい見方を示したが、杭州観光消費券の配布をはじめとする積極的な誘致策によって、12%増の伸び率達成を目指す方針を示した。

張副市長は、「新型インフルエンザの影響により、日本では一部の都市で感染者が増えているが、あくまで一時的なものであり、日本マーケットは大きく観光交流の将来性は明るい」として前向きな姿勢を示し、ともに協力して双方間交流拡大に今後も取り組んでいく考えを強調した。

路線)を一時的に4便減便すると発表した。減便となるのは、香港空港→マカオ行きの15時15分発と17時25分発、マカオ発→香港空港行きの9時00分発と11時30分発の計4本。

ドバイ・サマー・サプライズ 6月11日からスタート

夏季のドバイへの旅行需要喚起を目的に毎年開催されている「ドバイ・サマー・サプライズ」が今年は6月11日からスタートする。8月14日までの期間中、ドバイの30カ所以上の大手ショッピングモールや有名スパで、高級ブランドの特別セール(40～80%オフ)や特別トリートメント・

メニューの提供などを行う。他にも高級車や現金などが当たるくじ「ドバイ・サマー・サプライズ・ラッフル」やマスコットキャラクター「モディッシュ」のテーマパーク「モディッシュ・ファン・シティ」が登場。さらに毎年恒例のアラブ女性の民族衣装であるアバヤのファッションショーや有名シェフが競う料理コンテスト、アラブの伝統料理や文化を体験できるフェスティバルなども行われる。

「ドバイ・サマー・サプライズ」の開催は今年で12回目。昨年は期間中210万人が訪問、売上高は約33.5億ディルハム(約898億円)と前年比4.3%増を記録した。今年は昨年よりも規模を拡大し、主催者側ではより多くの訪問者数を見込んでいる。