

日刊旅行通信

【トップニュース】

★10月に組織改編、来上期よりパンフレットコスト削減 高橋ジャルパック社長、「筋肉質」な体制構築

ジャルパックの高橋哲夫社長(写真)は、2008年度下期商品発表の席上、上期は全般的に集客が伸び悩み、前年の8割弱に留まっていることから、「夏場に向けて全社的に販促を強化する」ことで集客の上乗せを図るとともに、さらなる燃油高騰やJALの国際線縮小に備え、「コストを下げて、筋肉質な体制を準備しなければならない」として、10月1日に組織改正を実施して体制のスリム化を図るほか、来年度上期よりパンフレットコストの削減にも着手する考えを明らかにした。



ジャルパックの上期集客見込みは、前年同期比20%減の17万人。中国が60%減と大幅に落ち込んだこともあるが、それ以外の方面も、軒並み1~2割減少した。2007年度は、ハワイ、ヨーロッパ、アジア、ミクロネシアは前年を上回っていたものの、08年度上期はいずれの方面も減少に転じた。

この理由について、高橋社長は、「燃油サーチャージの大幅なアップ」を指摘。なかでもジャルパックは、JAL便利用に限定されるため、「昨年は、JAL便と他社便との燃油サーチャージの差が比較的小さかったが、今年上期になり、大幅に差が広がった」として、外航に比べて割高なJALの燃油サーチャージが、ジャルパックの集客に「かなり強く直撃した」との見方を示した。

ただし、前年同期比2割減という上期集客見込みは、「実績+現時点での予約数であり、いわば現状」として、今後、夏場と9月の需要摘み取りにむけた販促を全社的に強化することで、なんとか前年実績の8割後半から9割程度まで、集客実績を上乗せしていきたい考えを強調した。

一方、下期については、前年同期比5%減の20万7800人という前年比マイナスの目標を掲げている。これは、10月以降の燃油サーチャージがさらに値上げされる可能性も踏まえた上で、堅めの目標を設定したものだ。ここには、一部報道されているようなJALのさらなる国際線縮小によるマイナス効果は加味しておらず、「例えば10月からすぐに減便・運休されることはないと思う。仮に実行されても、ジャルパックに下期で直撃する部分は非常に少ないだろう」と予測した。

ただ一方で、高橋社長は、「さらに燃油が高騰すれば、航空会社の経営を直撃し、燃油サーチャージがさらに値上げされて、観光マーケットが冷え込むというジレンマに陥る」と負の連鎖を予測し、少なくとも燃油高止まりの早期解消が見込めない現状では、「それに備えたコスト構造を準備していく必要がある」との問題認識を示した。

一つには、10月1日より組織改正を実施し、体制の効率化やスリム化、コスト効率化などを改めて実施する。ジャルパックでは既に、人事賃金制度の改善によって、人件費の単価抑制は

相当行ってきたとしても、「機能のくくりを効率化することなどによって、何人が適正なのか、どのぐらいの人数で出来るのか、もう一度見ていく」として、人員削減の可能性も示唆した。

組織改正の具体的な中味については、現在検討中だが、社内分散しているマーケティング機能の集約と強化を図る。また、商品造成部門については、効率的な造成体制の構築とともに、新商品開発機能の強化を行う考えで、「商品造成部分をスリムしつつ、強化していくことがポイント」としている。

それに加えて、2009年度上期より、パンフレットコストの削減に向けた改善プロジェクトを進める。これは、消費者から見たパンフレットのわかりやすさを維持することを前提に、内容のスリム化や、パンフレット部数の見直しを行うもの。これによるパンフレットコストの削減目標も検討中だ。高橋社長は、「今までもやってくるが、さらに踏み込んで、色々な工夫をして、もう一度白紙の状態に戻って効率化していく」と説明した。

これら組織再編やパンフレットを含めたコストのスリム化に取り組むことで、「筋肉質な体制を作っていく」考えを示した。

下期は「品質」と「価格競争力」にこだわり 「ILリゾート早決」新設、早期取込強化

同日発表した2008年度下期商品については、「品質へのこだわり」と、「価格競争力」を2つのポイントとして挙げた。品質については、同社が標榜する“世界一高品質な旅行商品を提供する旅行会社”として、下期も質の高い旅行商品の提供に力を入れた。一方、価格競争力については、「ここまで燃油サーチャージが上がっている以上、安売りではなく、価格競争力ある商品を取り揃えた」(高橋社長)として、質と価格の両面から取込を強化する考えだ。

まず、品質へのこだわりでは、とくに人的サービスに徹底的にこだわり、ジャルパック流の高品質・安心・快適な旅を提供する。

具体的には、ハワイで、親切的なIL現地係員が旅行者を徹底サポートするコースを新設。チェックイン時には部屋まで同行し、市内観光も同行、食事メニューのオーダーもサポートするなど、充実のサポートで海外旅行初心者や高齢者にも対応する。

イタリアでは、「イタリア大好きコンダクター」と行くコースを新設し、イタリアに精通したコンダクターが地元で人気のレストランなど、とっておきの軒に案内する。

さらに、バリ島デンパサール空港には「アイル専用ラウンジ」を新設。パンフレットも「バリ島」のみの単独パンフレット化して取込を強化する。また、グアムでは、Combi社とのコラボレーションによる「コンビルーム」を1部屋から3部屋に増設。シニア向けサービス強化として、ジャルパック専属ツアーコンダクター全員が、日本渡航医学会認定の「トラベルヘルスマネージャー」資格を取得するなど、サポート体制も強化した。

また、品質へのこだわりの一環で、「プレミアム戦略」を加速させ、富裕層やリピーター向けの商品を拡充した。

憧れの名門ホテルに泊まる「THE HOTEL」は、コースと

2008年度下期 企画旅行
全国一斉販売開始!!
check
R&C TOURS

サービスを拡充。また、「JALプレミアムエコノミー」利用コースや、「JALエグゼクティブクラス」(Cクラス)利用コースを充実させた。なかでもヨーロッパ商品では巻頭特集で、Cクラスやプレミアムエコノミー利用を確約したコースを設定している。

アジア方面の「ILLプレミアム戦略」では、到着空港-ホテル間に専用車を準備するほか、シンガポール、クアラルンプール、バリ島では、帰国時に現地空港ラウンジを利用できる。韓国ではリピーター向けに、プレミアムハイヤー送迎サービスを準備、アジアシティでも「THE HOTEL」を設定するなど、アジアでも品質にこだわった商品・サービスを拡充している。

富裕層向けの最高品質商品「超休日」や、旅慣れた方向けの「スーパーTCと行く世界紀行」も継続設定している。

さらに、早期予約割引特典を強化。下期より新たに、「ILLリゾート早決」を新設し、リゾート方面を早期申込みした方を対象に、旅行代金を割り引く。ハワイは出発30日前で1万円引き、グアムは出発30日前で5000円引き、オーストラリアは60日前で1万円引き、ニュージーランドは35日前で5000円引きとなる。ハネムーン向けの60日前早決めキャンペーンサービスも拡充し、早期取込を強化する。

上期集客見込みは20%減、下期5%減の目標設定

なお、ジャルパックの2008年度上期販売見込みと、下期販売目標は以下の通り。

ILL/AVA/合計の順に記載。カッコ内前年比。

【2008年度上期販売見込み】

- ▼ハワイ=1万5500人(8%減) / 4万1000人(16%減) / 5万6500人(14%減)
- ▼アメリカ=2800人(27%減) / 6800人(27%減) / 9600人(28%減)
- ▼ヨーロッパ=5700人(15%減) / 1万2000人(22%減) / 1万7700人(20%減)
- ▼アジア=7900人(22%減) / 2万3600人(29%減) / 3万1500人(27%減)
- ▼オセアニア=3500人(24%減) / 1万1300人(24%減) / 1万4800人(24%減)
- ▼マイクロネシア=2800人(42%減) / 2万1600人(14%減) / 2万4400人(19%減)
- ▼中国=1800人(60%減) / 6000人(60%減) / 7800人(60%減)
- ▼台湾=1800人(18%減) / 5500人(34%減) / 7300人(30%減)
- ▼世界紀行=400人(34%増) / - / 400人(34%増)
- 合計=4万2200人(20%減) / 12万7800人(24%減) / 17万人(20%減)

【2008年度下期販売目標】

- ▼ハワイ=1万5200人(8%減) / 4万7000人(7%減) / 6万2200人(7%減)
- ▼アメリカ=3000人(5%減) / 8300人(7%減) / 1万1300人(7%減)
- ▼ヨーロッパ=4100人(10%減) / 2万2000人(5%減) / 2万6100人(5%減)
- ▼アジア=9300人(5%減) / 3万4200人(2%減) / 4万3500人(2%減)
- ▼オセアニア=4000人(29%減) / 1万500人(31%減) / 1万4500人(30%減)
- ▼マイクロネシア=3000人(14%減) / 2万1500人(10%減) / 2万4500人(11%減)

▼中国=4500人(12%減) / 1万1000人(16%減) / 1万5500人(15%減)

▼台湾=2500人(4%減) / 7300人(5%減) / 9800人(4%減)

▼世界紀行=400人(17%増) / - / 400人(17%増)

■合計=4万6000人(5%減) / 16万1800人(4%減) / 20万7800人(5%減)

★KNTとANAセールスが北海道と中国で共同商品 共同仕入で効率化と需要開発、方面拡大も視野

近畿日本ツーリスト(KNT)とANAセールスは2008年度下期から、北海道と中国方面の旅行商品を共同で開発することに基本合意し、両方面のパッケージツアーを発表した。旅行行程の中でバスやチャーター船などを共同仕入れによる共通化でコストを削減するとともに、新しい需要層の開拓など新商品の共同開発を進める。

北海道では、「知床大自然クルーズ&トレッキング体験」を共同開発、KNTはメイト「日本讃歌知床～遙かなる原風景～」、ANAセールスはANAスカイホリデー「感動案内プラン世界遺産・知床を満喫3日」として17日に発売する。9～10月の特定日に出発に商品展開する。

同商品では、ウトロと羅臼間のチャーター船、ハイブリッドバスやハイブリッドレンタカーを2社で共同仕入れするとともに、バスルートの新規周遊観光ルートを構築した。販売目標人員は550名で、内訳はKNTが400名、ANAセールスが150名。

また、中国では、「雲南省、山東省など4種類の共通カセット日程導入による共同開発」を実施する。KNTは8月18日に発売する下期ホリデーで、ANAセールスは9月5日に発売するANAハローツアー旅ドキの各パンフレットに設定される。

同商品は、各日程とも3～4日間のカセットとしてオリジナルの観光ルートを現地係員が案内する。

さらに、中国では「学生旅行向けツアーの共同開発」を実施する。KNTは下期ホリデー学生旅行パンフレットに、ANAセールスはANA SKY WEB専用商品として発売する。商品展開は来年1～3月。販売目標は600名で、KNTとANAセールスが折半する。

KNTとANAセールスは、第1段階として北海道と中国で共同商品の開発を実施、今後は方面を拡大することも視野に入れている。共同仕入、共同販売などによる効率化とニューツーリズム商品や新たな需要層の開拓の両面から共同開発を進めていく方針。

★日韓間の交流拡大めざしKTO-JATA間で覚書締結 下期で日本人125万人目標、旅行需要拡大の起爆剤に

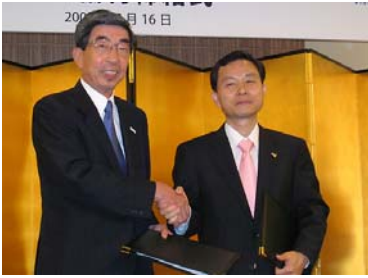
韓国への日本人観光客増大をめざし、韓国観光公社(KTO)と日本旅行業協会(JATA)が「訪韓観光客増進協約」に関する覚書(MOU)を締結した。数値的な目標として、2008年度下期(7月～12月)で訪韓日本人渡航者125万人の達成をめざす。

7月16日に都内ホテルで調印式が行われ、KTOから呉志哲社長、JATAから金井耿会長が出席し、協約書を交換した。

調印式後の会見でJATAの金井会長は、「日本人の海外旅行需要拡大に向け、最も大切なことの一つが日韓交流の促進。今回のMOU締結が交流拡大の起爆剤になると確信している。より実績として出てくる取り組みを進めたい」と述べ、JATAとして全力を尽くす姿勢を示した。

また、KTOの呉社長は「両国の観光産業の発展のためには、双方方向の交流でバランスが取られるべき。日本と韓国はお互い





覚書の署名後に握手を交わす金井 耿JATA会長(左)と呉志哲KTO 社長

に大切な市場。長所は活かし、短所は補完しながら、韓国へ来て満足していただけるよう、韓国の旅行業界が一丸となって取り組んでいく」と抱負を述べた。

今回のMOUで盛り込んだ内容は以下の3点。

【1】日本旅行業協会は、VWCの一環として、2008年下期の訪韓日本人観光客の増進の為、会員旅行社の訪韓観光商品の開発、企業団体誘致、青少年の相互交流を図る。

【2】韓国観光公社は、日本旅行業協会及びその会員に向け、各種事業の促進・支援を行う。

【3】具体的な支援内容については、今後、両社で協議を行い、促進を図るものとする。

日韓相互で500万人時代へ、日本からの拡大が急務

2007年下期(7~12月)の訪韓日本人実績は115万2047人。両団体は今後、前期比10万人の増加に取り組む。今年は日韓間の交流拡大を図るべく、両国の政府間で『韓日交流年2008』を策定、訪韓日本人250万人、訪日韓国人250万人の相互交流500万人を目標に掲げている。

2007年実績では、訪韓日本人数は06年比4.4%減となる約223万人、一方、訪日韓国人は同22.8%増の約260万人と大幅に伸びており、日本からの送客拡大が急務であるとして、今回のMOU締結に至った。

調印式後のレセプションでは、冬柴鐵三国土交通大臣が来賓として挨拶し、「両国の草の根交流が親善の基礎であり、観光は平和のパスポート。多くの日本人が韓国を訪れ、日本人旅行者数が再び韓国を逆転するくらいの勢いを願う」と期待感を示した。

KTOでは今年、韓国内の重点プロモーション地域として「光州・全羅南道訪問の年」と定め、南西部一帯の観光促進に取り組んでいる。また、2009年は「仁川訪問の年」とすることを決定、仁川広域市のプロモーションを進める。また、韓国観光の新素材として「韓国・三十三観音聖地巡り」の開発を今年4月から開始、韓国の仏教文化を巡る旅行として、商品化の提案を本格的に開始している。

【旅行関連】

★VWCの下期計画、重点地域は4~5方面に絞り込み 澤邊宏室長「思い切ったことをやりたい」

日本旅行業協会(JATA)のVWC2000万人推進室は、今年度下期の活動展開に向け、具体的な計画の策定段階に入った。重点デスティネーションについては、上期の9方面から、下期は4~5方面に絞り込む方針で、9月末頃に発表する。下期の重点デスティネーションのうち、1または2方面は上期から継続して重点地域とする方針。今後、各観光局などと協議を進めながら決定していく。

VWC2000万人推進室では、9月の「JATA世界旅行博2008」開催を機に、海外旅行への気運を高めていく。7月16日に開いた記者会見で、澤邊宏VWC推進室長は「海外へ出かけてもらうためにも、もっと思い切ったことをやりたい」と述べ、9月

に実施するトレインジャック等のプロモーションに続き、新たな切り口で需要促進に取り組む方針を示した。新企画はJATA博に連動させた内容とする方針で、9月までには実施要項を固める。

同推進室では、「もっと!海外へ」のロゴマークを用いたピンバッジを製作し、本日より配布を開始するほか、VWCのプロモーションビデオも来週初めには完成するため、その活用も開始する。

また、8月1日より「旅の魅力再発見レポーター」の募集を開始する。VWC海外親善大使プログラムの第1弾として行うもので、海外旅行を体験し、その魅力を広く伝えるレポーターを募る。

第1弾では、レポーターの派遣先として5つの地域(カリフォルニア州、韓国、グアム、台湾、フランス)を選定、目的地ごとに各1名を派遣する。

レポーターの募集は8月1日~8月31日までの1ヶ月間で行い、9月21日のJATA世界旅行博会場場で選考結果を発表する。募集人数は5名。レポーターの派遣は今年10月~来年1月の期間内で行う予定。選考への応募は専用ホームページで受け付ける。

★海外パッケージツアー予約、8月は17%の減少 JATA調査、中国の減少響くもアジア方面は健闘

日本旅行業協会(JATA)は、募集型企画旅行会社6社の海外パッケージツアーの7~9月予約状況を発表したが、とくに8月はオリンピックが開催される中国方面の予約が低調なことが響き、全方面合計で前年同期比で16.9%の減少、9月は韓国・マカオを中心とするアジアで好調なもの、全体で6.7%減との結果をまとめた。4~6月の実績を見ても、部分的に前年を上回る方面があるものの、全体的に低調な推移となった。

まず、4~6月実績を月別に見ると、4月は17.4%減、5月は7.9%減、6月は13.8%減といずれも前年比マイナス。方面別では、5月にハワイおよびグアム・サイパンで前年を上回ったが、他は軒並み前年を下回った。とくに中国は四川省地震等の影響が響き、4月48.3%減、5月48.1%減、6月に至っては56.5%減となった。

一方、7~9月の予約状況を月別に見ると、7月は9.0%減、8月は16.9%減、9月は6.7%減。7月と9月はアジア方面で前年を上回るもよう。中国は引き続き下落し、7月55.4%減、8月66.9%減、9月64.5%減となっている。

この調査は、JATAが四半期に一度、募集型企画旅行会社6社の海外パッケージツアーの調査を行っているもの。調査対象会社は、JTB、近畿日本ツーリスト(KNT)、日本旅行、阪急交通社、ジャルパック、ANAセールス。なお、オセアニア方面はANAセールスの商品設定がないため除く。

★JATA世界旅行博、出展者は134カ国・地域が決定 テーマ地域は大洋州と北米、来場者11万人目標

9月19日~21日の3日間にわたり開催される「JATA世界旅行博2008」の開催概要がほぼ固まり、出展者は昨年並みとなる134カ国・地域(6月30日現在)が決定、小間数は前年より28小間増えて計968小間の規模で開催される。開催テーマは『旅の力 vol.3 ~The Dynamism of Travel~』とし、海外旅行が持つ感動や交流、発見などの魅力をアピールしていく。また、今年のテーマ地域は「大洋州(Pacific)」と「北米(アメリカ、カナダ)」の2地域とし、新しいトレンドの造成を図る。

7月中旬には一般向け公式サイトをプレオープンし、開催まで随時コンテンツを更新していくほか、業界向けサイトでは出展者の情報などを掲載していく。



また、9月1日からJR・私鉄の各路線で車内広告を予定しており、旅行博の認知度向上を図る。車内広告はVWCとの共同展開とすることで、「もっと!海外へ」の訴求も図る。

昨年開催したJATA世界旅行博には期間中で10万7078人が来場、今年は11万人の突破をめざす。

★JATA国際観光会議に大手旅行会社の新社長登壇

9月18日に開催される今年のJATA国際観光会議のプログラムが決まった。既に決定済みの基調講演と、それに続くマーケティングプログラムのパート1、パート2に加えて、最後のパート3「日本の旅行会社の戦略、そして再活性化へ」の登壇者が決定した。パート3の顔ぶれは、JTB・田川博己社長、ジャルパック・高橋哲夫社長、HIS・平林朗社長、トラベル世界・今真純社長の4氏がディスカッションを行う。

今年のJATA国際観光会議のテーマは、昨年に引き続き、「日本海外旅行市場の再活性化に向けてパート2」を主題に、「アジア大旅行時代、徹底検証」の副題が付いた。世界が注目するアジアの海外旅行市場と、その中で日本の海外旅行市場をどう位置付けていくかが議論の中心となる。

昨年は日本の海外旅行のグローバルスタンダード化が議論されたが、アジアの海外旅行市場が拡大する中で、成熟化する日本海外旅行市場について、さらに深掘した議論の展開が期待される。

9月19日はJATAと国土交通省共催でインバウンドのシンポジウム、20日には在日外国観光局協議会(ANTOR-JAPAN)、在日航空会社代表者協議会(BOAR)が後援するシンポジウムが開催される。とくに、20日は各国政府観光局、外国航空会社から見た日本海外旅行市場の問題点が浮き彫りとなり、新たな協力関係構築が議論の焦点となりそうだ。

★QHI、旅行会社向けウェブで航空券・ホテル予約可能

キューエイチ・インターナショナル(QHI)は、自社ブランドのカンタスホリデーのウェブサイト、旅行会社(リテラー)向けのオンライン・ダイナミックシステムを正式稼働した。これにより、旅行会社はネット上でオーストラリアへの航空券とホテルを別に予約することができる。QHIは去る3月25日に消費者向けのオンラインダイナミックシステム「Q.plus」を稼働、今回、旅行会社向けのオンラインダイナミックシステムが稼働したことで、BtoC、BtoBの両面でサービスの提供が可能となった。

取扱航空券は国際線正規割引航空券に加えて、カンタス航空グループのオーストラリア国内線の周遊型航空券「オージーエアパス」も含む。また、宿泊施設はオーストラリア全土約430の施設を揃え、即応体制が整っている。

また、9月1日からはジェットスター航空、エア・パシフィック航空の航空券の取扱いを予定している。

【航空関連】

★DAL、1~2年後の統合向け合併後の取締役員会結成

デルタ航空(DAL)は、7月15日にノースウエスト航空(NWA)と合併後の会社を運営する取締役員会メンバーを発表した。DALでは、2社の航空会社の強みを生かし、航空産業を牽引するマネジメント集団結成に向け、今後1~2年以内に統合を確実なものにする方針。

取締役員会の会長には、デルタ航空のリチャード・アンダー

ソンCEOが就任、運営業務や経営及び戦略における人選に携わる。そのほか、コーポレート・リーダーシップ・チーム(CLT)を結成、統合完了まで、決定権や合併過程における総監督として会社戦略を指揮していく。CLTメンバーは計9人で構成、リチャード・アンダーソンCEOを始め、NWAのエド・バスティアン会長兼CEOなどが就任する。

DALのアンダーソンCEOは、「我々の有能なチームが備える多様なバックグラウンドや広範な経験値をもって、強固な基盤作りができるだろう」と述べており、NWAのバスティアン会長兼CEOも、「最終的な組織体制は、一つの組織への移行が進むにつれて完成する。統合を急ぎすぎて、利益が落ち込むことはあってはならない。統合はよく準備して、落ち着いて取り組む必要がある」と述べている。

なお、統合により、新会社は67ヵ国390以上の就航地を持ち、総利益は350億米ドル以上を超え、約800の航空機と約7万5000人の従業員を持つことになる。

★AFR、フランス発の長距離線サーチャージ値上げ

エールフランス航空(AFR)は燃料価格の高騰に伴い、本国発の燃油サーチャージの値上げを発表した。AFRでは、7月10日以降のチケット発券分より、長距離路線において約10~14ユーロの値上げをする。今後は、1バレル130米ドル以下になり次第、値上げ分の半額分を値下げ、1バレル125米ドル以下で保持すれば値上げ分を引き下げる方針。

★AUAも本国発の長距離線サーチャージ値上げ

オーストリア航空(AUA)は、本国発の長距離線における燃油サーチャージを現行の92ユーロから98ユーロに値上げする。7月15日以降に発券する全てのチケットに適用する。

★トルコ航空、旅行会社向けにCクラス機内食紹介

トルコ航空(THY)は、業務渡航関連の旅行会社スタッフを対象としたビジネスクラスの機内食試食会を7月15日に都内トルコ大使館で開催した。

同社では2年前から実施した機内のリニューアル計画が完了。ビジネスクラスに最新型のライ・フラット型座席を導入した他、今年5月にはオーストリアのウィーンを本拠地とするレストラン/ケータリング会社の「DO&CO」社と同社との合併で設立したケータリング会社「TURKISH DO&CO」社が手がける機内食を搭載。伝統的なトルコの食文化を洗練されたヨーロッパスタイルで提供し、好評を集めている。

また試食会の前には、簡単なプレゼンテーションを行い、ビジネスクラスの座席や付帯サービスについて紹介。新しく導入したライ・フラット型座席は、シートピッチ152センチ、シート幅53センチとゆとりある空間を提供。リクライニング角度は160度で、14インチの大型モニターでは最新のエンターテインメント・システムが楽しめる。また機内で配られるアメニティキットは、日本の女性にも高いフランスのロクシタンのプロダクトを採用。他にも、空港ラウンジの利用や手荷物宅配サービス(パッケージツアー利用者は対象外)など各種サービスを提供する。

同社では今回の試食会を通じて、ビジネスクラスの魅力をアピール、業務渡航を中心としたビジネスクラスの利用促進につなげたい考え。特にトルコのみならずイスタンブールを拠点とした南欧や東欧、中近東や中央アジアへのネットワークをアピールしながら利用拡大を目指す。



★AXESS、航空会社向けイベントで杉元新社長が挨拶

アクセス国際ネットワーク(ACESS)は、7月15日に都内ホテルで航空会社向けの「エアラインパーティー」を開催、6月26日付で就任した代表取締役社長の杉元力氏(写真)が挨拶に立った。同氏は「現在エアライン・ビジネスは大変難しい状況にあるが、航空会社各社と共に協力して立ち向かっていくことで、多くの課題にチャレンジしていきたい」と抱負を述べた。また前職の松原善朗氏も挨拶、任期中に取り組んだ完全Eチケット化やCS向上などの取り組みについて振り返った他、IATA(国際航空運送協会)日本事務所代表の中沢祥行氏によるプレゼンテーションやACCESSによる最新情報の紹介も合わせて行われた。



に推移している。

ゲームに登場する5カ所の世界遺産は、グランドキャニオン国立公園、イエローストーン国立公園・5カ所のエリア+グランドティートン国立公園、タオス・プエブロ+チャコカルチャー国立歴史公園、カールスバッド国立公園、メサベルデ国立公園。

※URL=インターネットゲーム「世界遺産5つの謎」
http://www.ladyweb.org/game/08/menu.html

【ホテル】

★セントレジスドバイ、2012年にオープン

スターウッドホテル&リゾートによると、新たな「セントレジス」ブランドホテルを2012年にドバイにオープンする。総客室数220室で、3軒のレストランのほか、2軒のバー、フィットネスセンター、スイミングプール、会議室スペースを完備する。80室のラグジュアリーレジデンスはプライベートエントランスを併設、フィットネスセンターやスイミングプールなどの施設にアクセスできる。

そのほか、「セントレジスドバイ」はセントレジスシリーズの名物であるバトラーサービスも提供する。なお、同ホテルは街の中心地から徒歩圏内に位置する。

★CPA、北米路線のYクラス受託手荷物許容量を変更

キャセイパシフィック航空(CPA)は、今年7月21日以降に発券されるチケットを対象に、香港-北米間でエコノミークラス利用客の受託手荷物許容量を変更する。重量については現行の32kgから23kg(50ポンド)に変更、上限数量は2個とする。幼児の場合の上限数量は1個。重量オーバーとなる場合、23kgを超え32kgに達しない場合は一律25USドルの追加料金が必要。また、32kgを超えるものについては、個数ごとに従来の規定に基づく超過手荷物料金が適用される。

受託手荷物のサイズについては、現行の158cm(長さ+高さ+幅の合計)を適用、幼児料金の場合は115cmとなる。

なお、北米路線を利用するファーストクラスとビジネスクラスは現行通り。また、北米路線以外では各クラスとも現行通りとする。

【デスティネーション】

★インターネットゲーム「世界遺産5つの謎」 Episode 3「イエローストーン編」がスタート

アメリカ西部5州政府観光局は、現在「Five Stars・アメリカ世界遺産5つの謎」ゲームをインターネット上で展開しているが、今年7月から4つ目のゲーム「イエローストーン編」が加わった。

米国西部にある世界遺産の知名度を上げ、日本人観光客を誘致することを目的としたこのキャンペーンは、昨年12月に前哨戦となるエピソード0:「Fly&Drive編」がスタート、今年1月にエピソード1:「グランドキャニオン&メサベルデ編」、4月からエピソード2:「ニューメキシコ編」と3カ月ごとに新しいエピソードが登場してきた。そして、7月からスタートしたゲームがエピソード3:「イエローストーン編」が始まった。

ゲーム開始から半年が過ぎ、同観光局には「感動した」、「実際に行ってみたくなった」、「めっちゃめっちゃ面白かった」など肯定的な感想が数多く寄せられている。ゲームサイトは10月公開予定のエピソード4:「グランドフィナーレ」に向けてますます人気が高まっている。

ゲームサイトへのアクセスは、エピソード0(7カ月間)が584万5995ページビュー(PV)、応募者総数1万7266名。それがエピソード1(6カ月間)が1979万9270PV、3万827人、エピソード2(3カ月間)が402万7089PV、1万1950人と順調

■為替市況(16日)

(円)	
USD(米ドル)	105.82
GBP(イギリスポンド)	214.16
CAD(カナダドル)	106.22
CHF(スイスフラン)	104.66
SEK(スウェーデン・クローネ)	17.99
EUR(ユーロ)	168.24
DKK(デンマーク・クローネ)	22.66
IDR(インドネシア・ルピア)	1.28
NOK(ノルウェー・クローネ)	21.05
PKR(パキスタン・ルピー)	1.66
PHP(フィリピン・ペソ)	2.47
QAR(カタール・リアル)	29.51
THB(タイ・バーツ)	3.21
AED(UAE・ディルハム)	29.19
AUD(オーストラリアドル)	104.87
HKD(香港ドル)	13.87
INR(インド・ルピー)	2.61
SAR(サウジアラビア・リアル)	28.74
KWD(クウェート・ディナール)	404.29
KRW(韓国ウォン)	106.63
SGD(シンガポール・ドル)	78.60
NZD(ニュージーランド・ドル)	82.99
ZAR(南アフリカ・ランド)	15.24
CZK(チェコ・コルナ)	7.28
MXN(メキシコ・ヌエボ・ペソ)	11.19
RUB(ロシア・ルーブル)	4.79
HUF(ハンガリー・フォリント)	0.74
PLN(ポーランド・ズロチ)	52.70
SKK(スロバキア・コルナ)	5.70

※IDR、KRWは100通貨単位当たり

CNY(中国人民元)	15.63
TWD(台湾ドル)	3.52
MYR(マレーシア・リングギット)	33.02

※CNY、TWA、MYRは7月11日現在

東京外国為替相場/T.T.Selling(三菱東京UFJ銀行調べ)