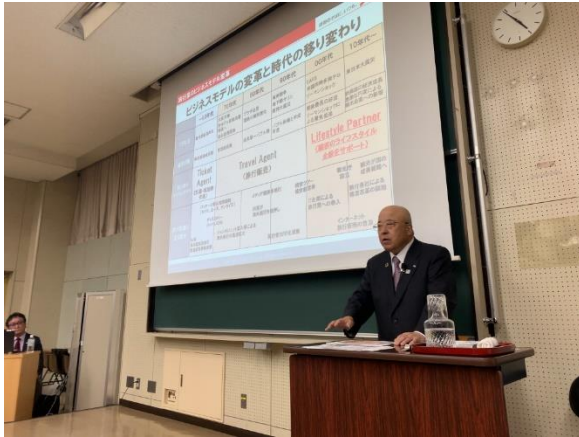


「JTB（旅行業）の変遷とツーリズム産業の方向性」

今年度2回目となる株式会社 JTB 代表取締役会長執行役員・田川博己氏（本学客員教授）による特別講義が、国際学部・国際学研究科の共催で11月27日に湘南校舎で行われました。講義のテーマは「JTB（旅行業）の変遷とツーリズム産業の方向性」で、JTBの過去・現在・未来の姿と、ツーリズム産業で生き抜く中で今後どのような人財が必要とされるのかについて講義いただきました。



初めに、JTB グループの歴史と DMC 戦略についてお話いただきました。代表取締役会長執行役員という視点からの JTB グループの 100 年の歴史や、同社の創立目的である「日本を外国人に理解させるために、外国人客を日本に誘致し、実際に日本を見てもらう」ことについてご説明いただきました。その目的を掲げ、昭和初期から太平洋戦争の期間中にユダヤ難民の第三国への亡命の支援を行い、その輸送のために JTB 職員を敦賀に派遣したとのことでした。

次に、旅行業のビジネスモデルの変革と時代の変遷についてお話しいただきました。最初の東京オリンピックが開催された 1960 年代には JTB は交通・宿泊券の代売を大きな事業としていましたが、70 年代～90 年代には人々の生活が豊かになるにつれて旅行人口が増加し旅行販売が主な事業となり、2000 年代に入ると旅行販売がオンライン化し、事業内容が顧客のライフスタイルのサポートにシフトしているとのことでした。そのような変化が起こる中で、旅行というものが「目的」から「手段」に、旅行会社が「コーディネーター」から「ビジネスパートナー」に代わり、事業ドメインも「総合旅行業」から「交流文化事業」を経て、「交流創造事業」へと移り変わったとのことでした。そして、これからの JTB は、自社ならではのソリューション（商品・サービス・情報および仕組み）の提供により、地球を舞台にあらゆる交流を創造し、お客様の感動・共感を呼び起こすことにシフトする必要があります。つまり、交流創造事業として新しい事業を創り出すことが求められるとのことでした。

このような交流創造事業の持続可能なモデルの確立に向けて、次の2つの点が必要です。

① 地域経営 Destination Management

エリア・分野・地域課題などを総合的に勘案したポテンシャル地域に対し、人・モノ・カネを積極的に投資し、地域経営に参画する。

② 社会課題解決への実装 Social Innovation

取り組むべき社会課題の明確化と経営資源の集中により、収益性だけでなく、社規制も備えたCSV型モデルを構築する。

次に、交流創造事業とデジタルの活用についてご説明いただきました。JTBグループはこれまでも時代やニーズの変化による変革を行ってきました。前述したように、旅行業のビジネスモデルの変革期を迎えている現在では、これまで以上の大きな変革が必須だということです。課題解決型ビジネスを行う上でJTBならではの価値を提供するために、デジタルとヒューマンタッチの融合に加え、自前主義から脱却し外の異なる事業パートナーと新たな価値を創造する「オープンイノベーション&アライアンス」が今後求められます。自社以外からも積極的に考え方やノウハウを取り入れようとするオープンイノベーションの取り組みとして、スタートアップ企業との協業や最先端の情報収集、異能異才との人財確保と育成などを行っているそうです。また、JTBは地域のソリューション型ビジネスを展開していますが、実際に社会課題解決のために以下のような取り組みも行っています。

1. Tourism & ICT 利便性の高い拠点の拡充（駅・TIC）、認知・利用体験の拡大
2. Foods & Agriculture 農業を観光資源として活用
3. HealthCare 旅のコンテンツとして新たに健康を使う
4. Mobility 未来シェア SAVS の全国展開

このようなJTBの動向を踏まえ、これからのツーリズム産業が目指すべき方向性についてお話しいただきました。日本の国内観光市場は近年拡大し、わが国の観光競争力が全世界でも高まりつつあります。旅行業は成熟産業ではなく成長産業です。今後JTBグループがより成長していく中で、持続可能な観光地域づくりには以下のことを念頭に置かなくてはならないということでした。

- ・ 観光は「成長戦略」の柱であり「地方創生」の切り札
- ・ 観光客の増大が地域住民の生活環境に影響を与えるケースもある。
- ・ 住んでよし、訪れてよしの地域づくりが重要

最後に、ツーリズム産業に求められる人財像についてのお話しいただきました。こ

れからの世の中は旅行業に限らず、AIの参入により人の仕事内容が大きく変わります。ツーリズム産業は直接人と関わり、答えのない課題を解決しなくてはならないため、まだAIに仕事を取られる状況にはありません。AIに仕事を取られないためにも、以下の4つの力がツーリズム産業を担う人財には必要です。

- ・ チャレンジ精神
- ・ 変える力／判断力
- ・ 知識→見識へ
- ・ コミュニケーション能力

また、将来AIに仕事を取られないためにも、ツーリズム産業で働くには「観察力、集中力＝人間力」「シナリオを作る能力」「チームワーク力」「自分の特徴を知る＝得意分野を作る」ことの4つの力を今のうちに養ってほしいと助言していただきました。

今回の講演を聴いて一番印象的だったことは、どんなにAIが発達しても人と人との関わりはなくならないということです。むしろAIが発達してきた今だからこそ人と関わることの大切さが浮き彫りになり、それがビジネスとして移り変わっているのだと感じます。したがって、これからはAI化が進んだ世の中でも必要とされるような人財になることを意識して行動していきたいと考えています。

記者 国際学部国際観光学科3年 安元祐人