

第3回 日米ホスピタリティ・マネジメント ウェビナー

2021年2月19日（金）午前10時開催



国土交通省
観光庁

共催： 在日米国大使館・総領事館商務部
観光庁

日米ホスピタリティ
マネジメントウェビ
ナーの背景

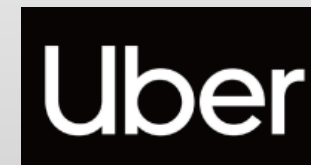
U.S.-Japan Hospitality Management Summit 日米ホスピタリティマネジメントサミット

2019年10月28日

於：関西外国語大学 ICCホール

主催：駐大阪・神戸米国総領事館・在日米国商工会議所

後援：文部科学省・経済産業省・観光庁



ホスピタリティ企業が面する人材に関する課題と対策への提言

モデレーター:

米国総領事館 首席商務領事 ジェイ・ビッグス氏

パネリスト:

ユー・エス・ジェイ セールス & パートナーシップ本部長 村山卓氏

JWマリオット奈良 総支配人 クリス・クラーク氏

日本アムウェイ 政府・渉外本部ディレクター マーク・デビッドソン氏

アコー・ジャパン 副社長 エリック・ディグナジオ氏

ACCI

参加の米国の大学の紹介

モデレーター:

関西外国語大学学部長・ACCJ関西支部長 ステファン・ザーカー氏

パネリスト:

セントラルフロリダ大学 Associate Dean アラン・フィオール氏

カレッジ・オブ・デザート President/Superintendent ジョエル・キナモン氏

ミシガン州立大学 Director Broad College of Business カール・ボルチグレヴィンク氏

ネバダ大学ラスベガス校 Executive Associate Dean マーラ・スッタフォード氏

ウィスコンシン大学スタウト校 Professor & Chair エリック・ブレイ氏

The ACCJ logo consists of the letters 'ACCJ' in a white, bold, sans-serif font, centered within a solid red square.

U.S.-Japan Hospitality Management Summit 日米ホスピタリティマネジメントサミット

2019年10月30日

於：衆議院第一議員会館 多目的ホール

主催：在日米国大使館商務部・在日米国商工会議所

後援：文部科学省・経済産業省・観光庁



Opening Remarks 開会のご挨拶

米国商務省副次官補（観光産業担当） フィル・ロバス様

衆議院議員 元地方創生担当大臣 山本幸三様

駐日アメリカ合衆国臨時代理大使 ジョセフ・ヤング様



Keynote Speech

基調講演



Mr. Hiroshi Tabata, Commissioner,
Japan Tourism Agency, Ministry of Land,
Infrastructure, Transport and Tourism

国土交通省観光庁長官
田端 浩氏

- 1981 Entered Ministry of Transportation (MOT)
- 1993 First Secretary, Embassy of Japan in Australia
- 2009 Director-General, Regional Development Department, Japan Tourism Agency, MLIT
- 2016 Vice-Minister for Transport, Tourism and International Affairs, MLIT
- 2018 Commissioner, Japan Tourism Agency, MLIT

1981年運輸省（現・国土交通省）入省、
1993年外務省在オーストラリア日本国大使館一等書記官、
2009年観光庁観光地域振興部長、2016年国土交通審議官を経て、
2018年7月より現職

The logo for ACCI (American Commercial Council in Japan) is displayed in white text on a red square background.

訪日観光客の急速な増加に対応するホスピタリティ 業界が面する課題と日本政府の今後の展望

モデレーター:

セントラルフロリダ大学准教授 原 忠之氏

パネリスト:

IR推進本部事務局事務局長 中川 真氏

国土交通省観光庁観光地域振興部長 村田 茂樹氏

経済産業省商務情報政策局商務・サービスグループ

クールジャパン政策課長 三牧 純一郎氏

日本政府観光局特別アドバイザー デービッド・アトキンソン氏

ACCI

日米ホスピタリティ・マネジメント ウェビナー

第一回：日本の観光業界のV字回復・再生に向けて

共催：在日米国大使館商務部・観光庁

日時：2020年8月20日（木） 午前10時～11時30分

開会のご挨拶

在日米国大使館 商務担当公使 キース・カーカム様

国土交通省 観光庁 長官 蒲生篤実様

元地方創生担当大臣 衆議院議員 山本幸三様

インバウンドビジネスとDMOの戦略的重要性の確認

セントラルフロリダ大学

ローゼンホスピタリティ経営学部准教授

原忠之氏

第2回日米ホスピタリティマネジメントウェビナー

～ コロナ禍におけるマーケティングと

安定した財源確保 ～



共催： 在日米国大使館商務部・観光庁

2020年10月20日

スピーカーのご紹介

CIVITAS社 社長・CEO

ジョン・ランベス氏

弁護士兼Civitas社創業者、CEO。過去20年以上、全米のホテルや観光局の観光プロモーションの資金調達に革命を起こしてきた。177の観光産業改善地区を含む300以上の地区整備に関わり、16の州で観光産業の資金調達法案の草稿を担当。ホスピタリティ業界において合計約1870億円以上の資金調達に貢献。



プログラム

10:00 a.m. 開会の挨拶

在大阪・神戸米国総領事館首席商務領事 ジェイ・ビッグス氏

国土交通省観光庁観光地域振興部長 村田茂樹氏 (ビデオメッセージ)

元地方創生担当大臣 衆議院議員 山本幸三氏 (ビデオメッセージ)

10:10 a.m. モデレーターによるオーバービュー

セントラルフロリダ大学 准教授 原忠之氏

10:15 a.m. 観光資源の有効活用・マーケティングの成功に不可欠な最重要事項10点

Solimar International社 CEO クリス・シーク氏

10:35 a.m. 持続可能な旅行業界の復活に役立つコンテンツマーケティング

GLP Films社 CEO・創業者 ロブ・ホームズ氏

10:55 a.m. アドベンチャー・体験型トレード従事者向け人材育成のベストプラクティス

Adventure Travel Trade Association CEO シヤノン・ストーウェル氏

商品・観光資源開発担当ディレクター グスタボ・ティモ氏

11:15 a.m. モデレーターによるまとめ

セントラルフロリダ大学 准教授 原忠之氏

11:25 a.m. Q&A

11:30 a.m. 終了

開会のご挨拶

駐大阪・神戸アメリカ合衆国総領事館
首席商務領事 ジェイ・ビッグス氏

開会のご挨拶

国土交通省観光庁観光地域振興部長
村田茂樹氏
(ビデオメッセージ)

来賓祝辞

元地方創生担当大臣 衆議院議員
山本幸三氏
(ビデオメッセージ)

モデレーター のご紹介

セントラルフロリダ大学

ローゼン・ホスピタリティ経営学部

准教授 原忠之氏

米国・日本の観光・ホスピタリティ経営学者。博士。観光庁観光統計委員、文化庁文化政策アドバイザー、内閣府地方創生カレッジ委員兼任。UNWTO観光統計局公式コンサルタント、UNESCO統計局技術諮問委員、ICAO航空サテライト勘定コンサルタント



1. Confirmation of Goals 組織の目的

• 企業の目的は (米国のファイナンス授業での定義)?

– 当期利益最大化による株主価値最大化

- Maximize Shareholder Values by maximizing profit

• 中央政府・地方政府の目的は?

Ultimate Goals for National/Regional government?

– 納税者の生活水準の質の維持・向上

- Maintain & Improve Quality of lives of taxpayers (CS)

• それを如何に達成するのか How do we achieve the goal?

– 域外からの輸出資金獲得 Earn Export Revenues from outside of Nation/Region

- 20世紀後半成功した輸出主導型製造業ビジネスモデルが21世紀に入り、
相対的国際競争力低下 Japanese manufacturing-driven export model pushed Japan up to almost 70% of GDP of USA in late 20th Century, but the model lost its competitiveness in 21st Century.

– ➡「産業としての観光」奨励による外貨獲得

- What to do? Rely on Tourism as an Industry (to secure alternative export revenues)

1-2. 外的経営環境

Total Export 2018 \$814B

輸出総額 81兆4,788億円

自動車	15.1%
半導体等電子部品	5.1%
自動車の部分品	4.9%
鉄鋼	4.2%
原動機	3.6%
半導体等製造装置	3.3%
プラスチック	3.1%
科学光学機器	2.8%
電気回路等の機器	2.6%
有機化合物	2.5%

2018全体像俯瞰 Trade Overview 2018

日本GDP500兆円、政府の一般予算：約100兆円
GDP \$5Trillion, Government Budget \$1Trillion
インバウンド客観光消費額は外貨獲得の輸出産業
Economic Effect of Inbound visitors' expenditure is similar to those of export sectors (See Left)
「4.8兆円(\$48B 2019)、8兆円(\$80B 2020)、15兆円(\$150B 2030)」とは？ 輸出入産業額と相对比较。Let's put these in perspective with annual trade balances.

EXPOPT ITEMS

自動車automobile12.1兆円(\$120B)、**原油crude oil 8.9兆円(\$89B)**
 半導体semiconductor 4.2兆円(\$42B) **LNG 4.7兆円(\$47B)**
 自動車部品auto-parts 3.9兆円(\$39B) **衣類clothes3.3兆円(\$33B)**
 鉄鋼Steel 3.4兆円(\$34B) **通信機(telecomm)3.0兆円(\$30B)**
 原動機motors2.9兆円(\$29B) **医薬品(pharmaceuticals) 2.9兆円(\$29B)**

IMPORT ITEMS

国内観光客は国内での**富の移転**。一方、インバウンド客は、**外貨獲得による国富増大**。
経済効果が決定的に異なる。

Expenditures by Inbound visitors generate positive impacts on balance of payments, while those by domestic tourists cause only transfer of wealth within Japan.

Total Import 2018 \$827B

輸入総額 82兆7,033億円

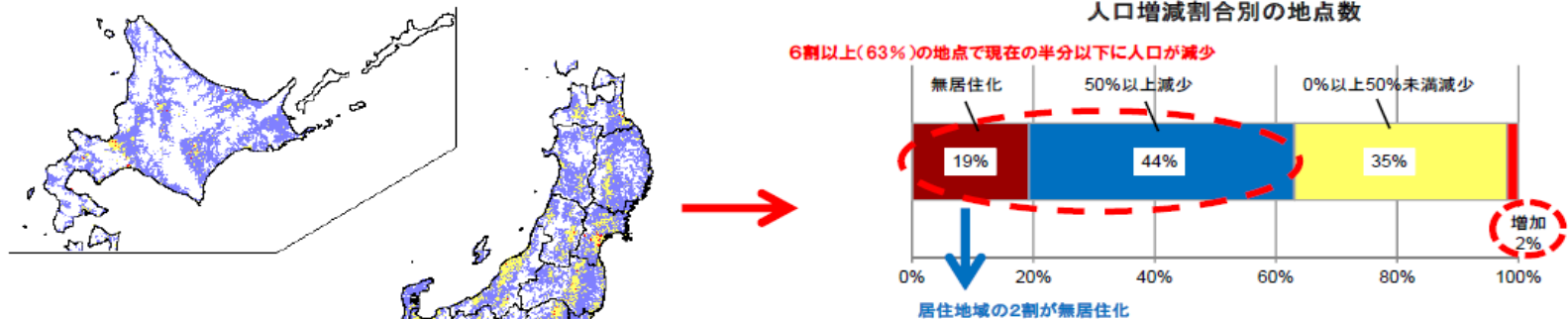
原油および粗油	10.8%
LNG (液化天然ガス)	5.7%
衣類および同付属品	4.0%
通信機	3.7%
医薬品	3.6%
半導体等電子部品	3.4%
石炭	3.4%
石油製品	2.5%
電算機類 (含周辺機器)	2.5%
非鉄金属	2.4%

1-3: 国家課題と解決方向性 Challenges & Strategic Responses

国土全体での人口の低密度化と地域的偏在が同時に進行(2010年→2050年) 国土交通省

- 全国を「1km²毎の地点」で見ると、**人口が半分以下になる地点が現在の居住地域の6割以上**を占める(※現在の居住地域は国土の約5割)。
- 人口が増加する地点の割合は約2%であり、主に大都市圏に分布している。**
- 「市区町村の人口規模別」にみると、**人口規模が小さくなるにつれて人口減少率が高くなる傾向**が見られる。特に、現在人口1万人未満の市区町村ではおよそ半分に減少する。

【2010年を100とした場合の2050年の人口増減状況】



市区町村の人口規模別の人口減少率

凡例: 2010年比での割合

- 50%以上減少(無居住化含む)
- 0%以上50%未満減少
- 増加

人口減少率

0%

-10%

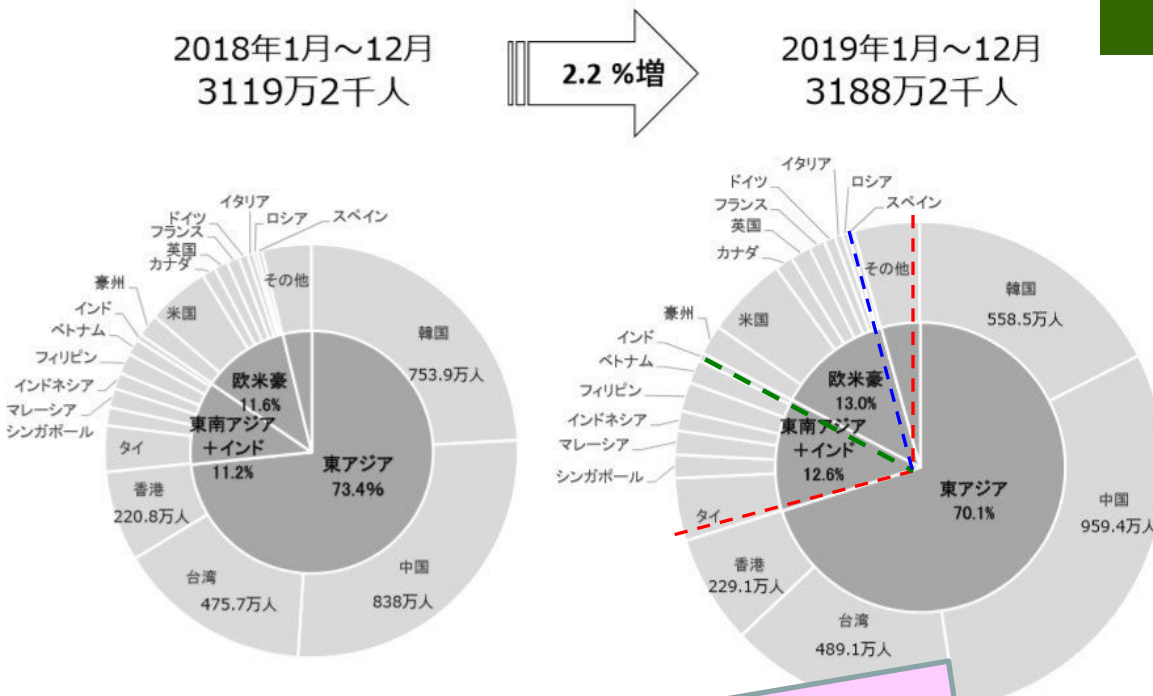
[How to View the Population Map 2010→2050]
Blue: more than 50% decrease in population
Yellow: Decrease expected but less than 50%
Red: Population Increase expected

Important: how to vitalize the regional economies in blue area!?

Source: MLIT PDF: <http://www.mlit.go.jp/common/001033672.pdf>

From 2010 to 2050, population is expected to decrease from 127M to 90~100M range, while inbound visitors are **expected** to increase from current 30M to 40M (\$48B to \$150B) in the next 10 years. → **Labor shortage** = time for Japan to think about utilization of (1) short-term labor (2) immigration of skilled (and unskilled) workers (3) cross cultural mgmt skill of Japanese will be required

訪日外客数のシェアの比較 2018年/2019年



[2019 data] Out of 31.8 million inbound visitors, East Asians account for 70.1%, SE Asian 12.6%, Europe+America+Australia 13.0% with average expenditures of \$1,500 per person.

1-4:インバウンド層誘致による 輸出・外貨獲得の国家戦略案 Possible National Strategy for Inbound Tourism Development

戦略イメージ表

- 観光消費額一人当たり15万円 × 31.8百万人 = 4.8兆円 (1)
- 観光消費額一人当たり20万円 × 40百万人 = 8.0兆円 (2)
- 観光消費額一人当たり25万円 × 60百万人 = 15.0兆円 (3)
- 観光消費額一人当たり30万円 × 80百万人 = 24.0兆円 (4)

Expenditure per visit = \$1,500 x 31.8 million = 48 billion (1)

Expenditure per visit = \$2,500 x 60.0 million = 150 billion (3)

2019年ラグビーワールドカップ経済効果：「経済効果を押し上げた海外からの観戦客は24万2000人で、欧州が54%を占め、オセアニア22%、アジア9%、北米7%と続いた。ラグビーW杯は試合間隔が長いため大会日程も44日間と長期にわたり、滞在日数は平均17日間、消費額は1人当たり68万6000円に上った。訪れた都道府県は平均4.8で、外国人観光客全体の平均2.5を上回り、国内を広範囲に移動したことがうかがわれる。」

RWC 2019: Average duration of stay was 17 days, total expenditures per person amounted to \$6,800. Out of 242,000 visitors, Europeans 54%, Oceania 22%, Asia 9%, North America 7%.

1-5: 今日の話が如何に日本観光戦略に有益となるか

Suggestions on how you can digest presentations today for your benefits?

- **観光消費額を高める**（少子化高齢化人口減での疲弊に対抗）
 - To counter the negative pressure on regional economy, Japan needs to promote inbound visitors to visit rural and mountainous areas.
 - 訪日時観光消費総額 = 1日あたり消費額 × **滞在日数**
 - Total Tourism Expenditures per visit = daily expenditures x **length of stay**
- **地方経済創生のため、インバウンド客の地方回遊・滞在を促進**
 - To stimulate regional economy, Japan needs to promote inbound visitors to visit/stay deep into the rural and regional areas of Japan
- **どうやって地方回遊を促進するのか?** How do we promote that?
- **→ 自然観光、エコツーリズム、文化・歴史・遺産観光**
 - Therefore we learn about nature tourism, ecotourism, in addition to culture/historical/heritage tourism.
- **何故、米国の例が日本に参考になるのか?**
 - Why do Japanese can benefit from USA's cases and ideas?
 - 次ページに答え。

1-6: 今日の話が如何に日本のインバウンド観光戦略に有益となるか

Suggestions on how you can digest presentations today for your strategic benefits?

輸出産業としての観光産業の外貨獲得能力では、**米国は世界で突出**。二位スペインの3倍以上。日本のほぼ6倍。但し日本のインバウンド層成長率は大いに魅力的。**米国起業家はアイデアを持続性あるビジネスモデルに落とし込むのが得意。そこが見所!**

USA is superb in their ability to earn export revenues from tourism industry, more than 3 times earning than 2nd place Spain. USA earned almost 6 times more revenues than Japan did. Japanese growth rate, however, looks intriguing. USA has various entrepreneurs who can put ideas into sustainable business models.











I observe that U.S. entrepreneurs are good at transforming various new ideas into sustainable business models. That is what you will see today!

Top Countries in International Tourism Receipts

US Dollars - 1995 to 2019

Find your country...

[Top countries for International Tourism Receipts \(nationmaster.com\)](https://nationmaster.com)

#	186 Countries	US Dollars	Last	YoY	5-years CAGR
1	 United States	264,576,771,524.82	2019	+3.3 %	+2.3 %
2	 Spain	81,368,231,322.91	2019	+0.1 %	+2.6 %
3	 France	72,889,635,550.68	2019	-0.3 %	+1.6 %
4	 Thailand	66,156,342,273.97	2019	+1.4 %	+11.5 %
5	 Germany	60,254,410,077.19	2019	-0.0 %	+0.5 %
6	 Italy	50,895,251,402.94	2019	-1.4 %	+2.2 %
7	 United Kingdom	49,580,039,927.53	2019	+2.2 %	-0.8 %
8	 Australia	48,085,290,224.97	2019	+1.6 %	+6.1 %
9	 Japan	45,523,475,079.97	2019	+0.6 %	+17.0 %
10	 China	40,737,129,211.33	2019	+0.9 %	-1.6 %

スピーカーの ご紹介

1. Solimar International社

CEO クリス・シーク氏

サステイナブルツーリズムとマーケティングのスペシャリストとして20年以上にわたり観光・環境保護、開発組織の生物多様性保存、文化資産の保護や地域住民の幸福と利益をもたらすサステイナブルツーリズムの力を利用する手助けをしてきました。自身がCEOとして率いるSolimar Internationalはサステイナブルツーリズム開発におけるリーダーとして約140件のプロジェクトに携わり50億円を超える助成金や契約を地域にもたらしてきました。またジョージワシントン大学の客員エグゼクティブ兼ツーリズムの助教授でもあります。バージニア州でB&Bスタイルの宿泊施設を運営しています。



スピーカーのご紹介

GLP Films社

創業者・チーフ・ストラテジスト ロブ・ホームズ氏

正真正銘のストーリーテリングとROI（投資利益率）にこだわった配信キャンペーンで数々の受賞歴があるコンテンツマーケティングのスペシャリスト集団であるGLP Films社の創業者兼チーフ・ストラテジスト。2008年の設立以来、5大陸の40を超える国々で200本以上の短編映画を製作してきました。GLP Films社はデジタルコンテンツの戦略立案、数々の受賞歴がある洗練されたストーリーテリング、ブランドポジショニング、ステークホルダーとの取り組みを専門に追求しています。一番最近では新しい動画シリーズのキャンペーンである#TourismStrongを先頭を切って始めました。

これは新型コロナウイルスによる世界的なパンデミックに対応し立ち直ろうと努力する旅行業界を称えるものです。



スピーカーの ご紹介

Adventure Travel Trade Association

CEO シャノン・ストーウェル氏

過去13年間、世界各国にて、正しい判断、思考に基づいたアドベンチャートラベルは観光地にとって、経済、保全活動、地域にメリットをもたらすパワフルな手段であると提唱してきました。世界サステイナブルツーリズムカOUNシルやアメリカハイキングソサエティをはじめ複数の団体の理事を務めています。本や記事を執筆し、アドベンチャートラベルの発展に大きく貢献しています。

商品・観光資源開発担当ディレクター
グスタボ・ティモ氏

アドベンチャー型旅行のエキスパート。基準・規格の設定、資格・検定システムの形成、レスキュー隊の導入等のアドベンチャー型旅行の開発、運営、シナジー効果発揮に尽くしてきました。加えて世界各地でアドベンチャー型旅行用ガイド向けの研修プログラムを提供してきました

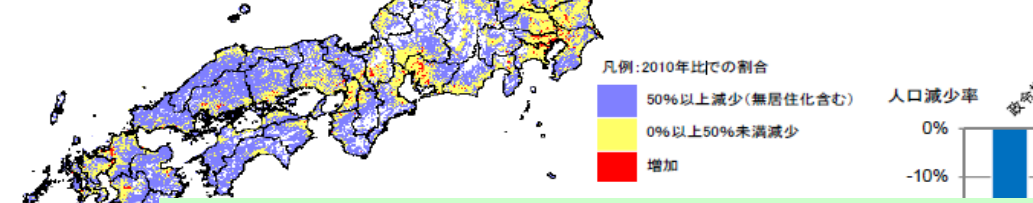
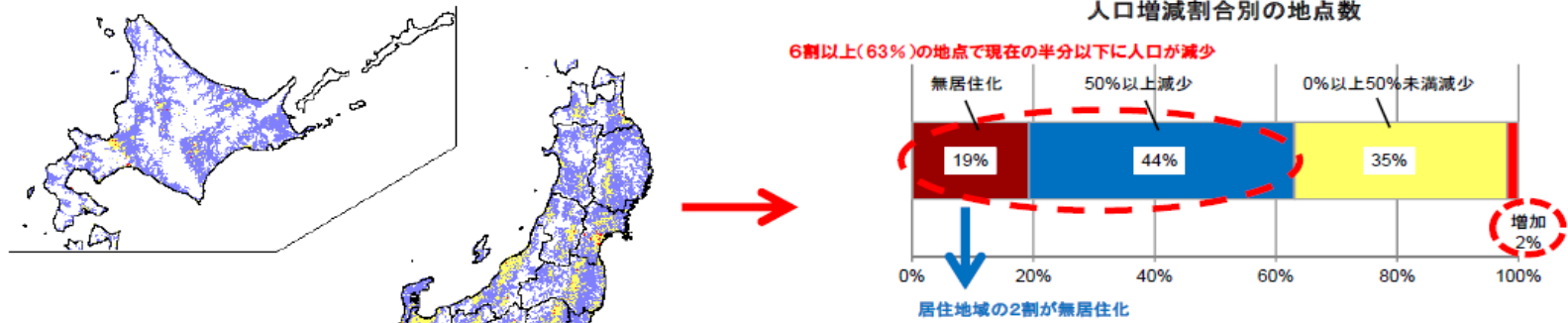


2-1: 国家課題と解決方向性 Challenges & Strategic Responses

国土全体での人口の低密度化と地域的偏在が同時に進行(2010年→2050年) 国土交通省

- 全国を「1km²毎の地点」で見ると、**人口が半分以下になる地点が現在の居住地域の6割以上**を占める(※現在の居住地域は国土の約5割)。
- 人口が増加する地点の割合は約2%であり、主に大都市圏に分布している。**
- 「市区町村の人口規模別」にみると、**人口規模が小さくなるにつれて人口減少率が高くなる傾向**が見られる。特に、現在人口1万人未満の市区町村ではおよそ半分に減少する。

【2010年を100とした場合の2050年の人口増減状況】



[How to View the Population Map 2010→2050]
Blue: more than 50% decrease in population
Yellow: Decrease expected but less than 50%
Red: Population Increase expected

Important: how to vitalize the regional economies in blue area!?

Source: MLIT PDF: <http://www.mlit.go.jp/common/001033672.pdf>

From 2010 to 2050, population is expected to decrease from 127M to 90~100M range, while inbound visitors are **expected** to increase from current 30M to 40M (\$48B to \$150B) in the next 10 years. → **Labor shortage** = time for Japan to think about utilization of (1) short-term labor (2) immigration of skilled (and unskilled) workers (3) cross cultural mgmt skill of Japanese will be required

2-2.世界から見た日本の観光ホスピタリティ分野の乖離



Source: The SAGE Handbook of Hospitality Management, Brotherton & Wood, 2011 を元に原忠之作成 (2020)

スイス系ホテル専門学校、米国型ビジネススクール、米国型ホスピタリティ経営学部、日本（おもてなし原理主義）はどこに位置するか？

2-3. 世界で経営職階目指すに必須の知識

Globally Required Sets of Hospitality Management Knowledge

- 管理会計 Managerial Accounting
- **財務(ファイナンス) Finance**
- **マーケティング Marketing**
- 人事管理、組織行動、**異文化経営 HR, OB, CCM**
- **リーダーシップ論 Leadership**
- 顧客サービス経営 (「おもてなし」はこの一部) Guest service Management
- 料飲管理 FB management
- その他 (統計学、不動産、タイムシェア、クルーズ、MICE、イベント、IR経営他。イールドマネージメント等特殊知識) Other applied subjects: Statistics, Real Estate, Timeshare, Cruise, MICE, Event, IR, Revenue Management, etc.

Similar to the framework of a MBA program.

経営：限られた組織内資源を最も効果の高い機会（分野・業務）に集中配分（& 同時に効果の低い分野から撤退）の判断を常に行うこと

2-4 : Rising Sun in this Specific Sector ?



Once you can identify the problem, you can fix it.

複利計算 :
 $FV = (1 + r)^n$

Years	10	20	30
India	2.02	4.09	8.28
China	1.88	3.52	6.61
BRIC	1.76	3.09	5.43
USA	1.29	1.67	2.16
G7	1.24	1.55	1.92
Japan	1.14	1.29	1.47

これが実現するとどう
 いう日本の地域経済に
 なっているだろうか？

Year	EXP (Trillion Yen: 兆円)	EXP (\$Bil) Yen100= \$1	Growth rate	Year	EXP (Trillion Yen: 兆円)	EXP (\$Bil) Yen100= \$1	Growth rate
2019	4.8	48		2019	4.8	48	
2020	5.8	58	10.0%	2020	1.1	11	n.a.
2021	6.4	64	10.0%	2021	1.4	14	30.0%
2022	7.0	70	10.0%	2022	1.8	18	30.0%
2023	7.7	77	10.0%	2023	2.4	24	30.0%
2024	8.5	85	10.0%	2024	3.1	31	30.0%
2025	9.3	93	10.0%	2025	4.0	40	30.0%
2026	10.3	103	10.0%	2026	5.2	52	30.0%
2027	11.3	113	10.0%	2027	6.8	68	30.0%
2028	12.4	124	10.0%	2028	8.9	89	30.0%
2029	13.7	137	10.0%	2029	11.5	115	30.0%
2030	15.0	150	10.0%	2030	15.0	150	30.0%
2031	15.8	158	5.2%	2031	15.8	158	5.2%
2032	16.6	166	5.2%	2032	16.6	166	5.2%
2033	17.5	175	5.2%	2033	17.5	175	5.2%
2034	18.4	184	5.2%	2034	18.4	184	5.2%
2035	19.4	194	5.2%	2035	19.4	194	5.2%
2036	20.4	204	5.2%	2036	20.4	204	5.2%
2037	21.5	215	5.2%	2037	21.5	215	5.2%
2038	22.6	226	5.2%	2038	22.6	226	5.2%
2039	23.7	237	5.2%	2039	23.7	237	5.2%
2040	25.0	250	5.2%	2040	25.0	250	5.2%

2-5: 今日の話が如何に日本観光戦略に有益となるか

Suggestions on how you can digest presentations today for your benefits?

- **観光消費額を高める**（少子化高齢化人口減での疲弊に対抗）
 - To counter the negative pressure on regional economy, Japan needs to promote inbound visitors to visit rural and mountainous areas.
- **地方経済創生のため、インバウンド客の地方回遊・滞在を促進**
 - To stimulate regional economy, Japan needs to promote inbound visitors to visit/stay deep into the rural and regional areas of Japan
- **どうやって地方回遊を促進するのか?** How do we promote that?
- **→ 自然観光、エコツーリズム、文化・歴史・遺産観光**
 - Therefore we learn about nature tourism, ecotourism, in addition to culture/historical/heritage tourism.
- **何故、米国の例が日本に参考になるのか?**
 - Why do Japanese can benefit from USA's cases and ideas?

Questions and Answers session:

1. Solimar International クリス・シーク、CEO

1. サステイナブルツーリズムとマーケティング、人材訓練

2. GLP Films ロブ・ホームズ、創業者・主任戦略家

1. コンテンツマーケティング、ストーリー構築、ブランドポジショニング

3. Adventure Travel Trade Association、グスタボ・テイモ商品観光資源開発担当ディレクタ

1. アドベンチャーツーリズム、エコツーリズム、高価格帯アドベンチャーツーリズム



UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA
ROSEN COLLEGE OF
HOSPITALITY MANAGEMENT

2-6. Q&A to Presenters.

事務連絡: Takisan, you can turn off the slides, and turn on cameras of all those who presented. Dear Interpreters, I may switch to English only in Q & A session.

Thank you, Tadayuki Hara, PhD, University of Central Florida
– tadayuki.hara@ucf.edu or “**Tadayuki Hara**” in Orlando, FL in Facebook



第3回 日米ホスピタリティ・マネジメント ウェビナー

2021年2月19日（金）午前10時開催



国土交通省
観光庁

ご参加ありがとうございました

共催： 在日米国大使館・総領事館商務部
観光庁