「ツーリズムEXPOジャパン」特集

週刊観光経済新聞
宿泊・旅行業・運輸・自治体(観光全般)

第2部

ツーリズムの底力 内外に発信

観光立国に弾みを!

日本観光振興協会(日観振)の「旅フェア日本」と日本旅行業協会(JATA)の「JATA旅博」が統合され、世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXPOジャパン」が25日から東京ビッグサイトで始まる。同イベントは日本のツーリズム産業界にとってどんな意味があるのか、日観振の山口範雄会長(味の素会長)とJATAの田川博己会長(JTB会長)に聞いた。司会は観光経済新聞社編集長、内井高弘(味の素本社で)

主催者団体トップ対談

日本観光振興協会会長 山口　範雄氏

日本旅行業協会会長 田川　博己氏

三位一体の展開が実現 47都道府県全てが出展

田川氏

――「旅フェア日本」と「JATA旅博」の統合の経緯からうかがいたい。

山口　それぞれ国内、海外の旅行需要喚起を目的に開催され、歴史と実績を持っている。これまで単独で開催してきたが、日本が観光立国を目指す中で、集約してより効果を上げるべきではないかとの機運も高まっていた。日観振とJATA両団体は観光立国実現の核となる世界有数のトラベルツーリズムトレードフェアを実現するため、お互いの強みと実績を持ち寄って立ち上げたということだ。

ツーリズムEXPOジャパンに国の「ビジット・ジャパン・トラベルマート」と「ビジット・ジャパンMICEマート」が同時開催されることとなり、国内旅行、海外旅行、訪日旅行について三位一体となったオールジャパン体制での展開が実現したと捉えている。

田川　背景には2012年に仙台と東京で開催されたWTTCの世界大会成功がある。世界の観光関係者が東日本大震災後の日本のツーリズムの行方に関心を示し、また国連世界観光機関(UNWTO)のタレブ・リファイ事務局長は「東日本大震災を契機に、ツーリズムの役割を認識し、一段と高いレベルを目指してほしい」と期待した。日本人のマーケットだけを見ていた関係者が世界を意識したことが、今回の開催につながった。

これまで、旅行業界は日本人を対象にしたマーケットで競ってきたが、訪日外客1千万人時代を迎え、国内、海外、訪日の三つが急速に近づいてきた。ツーリズムEXPOジャパンは、この三つの分野を総合的に世界に発信する画期的なイベントといえる。成功させなければならないし、日本のツーリズムの方向性を示す第一歩になると思う。

――世界的視野を持たないと、日本は取り残されてしまう?

山口　国内、海外、訪日の三つの活動を一体的に展開していくこと、そしてグローバル競争に打ち勝つということ。日本のツーリズム産業は世界で遅れ気味であり、開催を機に巻き返したいという思いもある。

田川　国内だけでなく、世界に目を向けるきっかけになればいい。トルコを訪れる外国人旅行者は、十数年前は1千万人ほどだったが、いまは3千万人に達している。これだけ増えた理由の一つは、トルコに来てもらうために航空機を積極的に飛ばしたこと。迎えに行くという発想で、我々にはない。そこまでしないとグローバル競争には勝てないということだ。

――出展状況はどうだろうか。

山口　展示会、商談会、フォーラム、顕彰事業の四つの柱で構成している。展示会は東京ビッグサイト東ホール全館貸し切りのために必要な有償コマ数1300の目標を達成した。海外から150を超える国と地域、国内から47都道府県が出展。その他、航空、鉄道、旅行会社、宿泊、旅行関連などがある。

――出展者の反応というか、盛り上がっているのだろうか。

田川　訪日外客数が1千万人を超え、また2020年の東京オリンピック・パラリンピック(オリパラ)が決まったあたりから急速に関心が高まってきた。特に、47都道府県全てが出展したのは非常に意義深い。オリジナリティー豊かな海外のブースを見ていただき、世界はどうアピールしているのか、参考にしていただきたい。

山口　商談会は訪日旅行促進のビジット・ジャパン・トラベルマートとMICEマートのほか、海外、国内旅行商談会がある。フォーラムではリファイ事務局長の基調講演やシンポジウムのほか、成長するASEAN(東南アジア諸国連合)市場を分析するなど四つのパネルディスカッションの開催や産学連携セミナー、旅行業界研究セミナーなどが実施される。顕彰事業は日本観光ポスターコンクールとツーリズムアワードの表彰式だ。

出展者や商談会参加者がそれぞれの国に行かなくても各国の関係者と一度に商談や情報提供ができる環境、いわばワンストップサービスを実現した。この効率的な機会を十分活用していただき、成果や実績を上げてもらいたい。

――来場者数はどのくらいか。

田川　期間中、15万人を見込んでいる。初開催でもあり、まず存在を多くの人に知ってもらうのが先決だろう。東京オリパラまでに、世界最大規模はともかくとして、アジア最大の旅行博には持っていきたい。

山口　世界有数のトラベルツーリズムトレードフェアと言われるITBベルリンを超えるものに育てていきたい。ITBベルリンの来場者は約17万人と聞いている。人数はともかく、変化するツーリズムマーケットの中で出展者の皆さんがこれからどうあるべきかを考えるきっかけになればと思う。

――9月25日の前夜祭(ジャパンナイト)に関心も集まっている。

山口　内外のVIPを含め、約1700人をお招きし、日本の食や文化、芸能などを通じて日本の観光魅力を堪能していただく。

田川　上野の東京国立博物館で開催できること自体が極めて珍しく、日本でもこんなことができるということを発信したい。前回の旅博では増上寺を使用し、成功を祈願したが、祈願に同席いただいた各国の大使館員らにとても好評だった。日本に滞在はしていても、そのような機会に恵まれることはほとんどないようだ。今回はそれを上回る盛大なイベントとなりそうで、世界にアピールするいい機会だ。

――テレビ局とも連携するとか。

前夜祭にVIPら1700人 アジア最大の旅行博に

山口氏

山口　フジテレビと連携し、「ツーリズムEXPOジャパン2014フジテレビ会場」を設ける。来場者の促進とともに国内向けに効果的な周知となる。

――先ほど、東京オリパラが決まって業界の機運が盛り上がったと指摘されたが、今回、オリパラ関係で何かイベントがあるのか。

田川　会期中、UNWTOの協力によるパネルディスカッションを行い、オリパラを利用した観光振興について話し合う。ロンドン五輪をきっかけに、湖水地方など英国全体のツーリズム振興に成功した英国政府観光庁会長のクリストファー・ロドリゲス氏を招いたのは、東京オリパラに向け、ツーリズム業界としてスタートを切るという号砲のようなもの。オリパラ関係者にもぜひ聴いてもらいたい内容だ。

――オリパラの成功もそうだが、観光立国実現のためにはオールジャパンで臨むことが大事だ。今回ツーリズム業界以外の出展はあるのだろうか。

田川　日本橋の再開発に取り組む三井不動産やくるま旅を提案するキャンピングカー業界などが出展している。そのほか、伝統的工芸品の体験コーナーなどもある。日本はモノづくりの国であり、モノづくりと観光の連携を探ることはこれからますます重要になってくる。

外国ではモノづくりの現場、例えばワイン作りなども子どもに見せている。飲めないのにだ!。日本酒の製造現場を小学生に見せるようなもので、日本ではまずあり得ない。しかし、大人のワインへの造詣の深さは、そんなところから始まっていると考えることもできるわけで、旅育という点から考えることも必要ではないか。

山口　食品業界出身の私を日観振会長に据えたのがオールジャパンを象徴している(笑い)。田川会長の言う通りで、モノづくりの現場は非常におもしろく、感動もある。モノづくりと観光の連携はツーリズム業界の大きなテーマだ。

日本の魅力、ベーシックな部分は安全、安心、清潔といったことに加え、高品質と言われているが、「日本製」というキーワードがさらに脚光を浴びてくるだろう。その一つが「食」であり、世界はいま日本食ブームとなっている。人々の健康、安全志向に合致し、特に成長著しいアジア地域の人々にとって「生活を豊かにする食」の一つとして人気が高く、観光目的の重要な要素となっている。高品質、先進技術といったことが医療ツーリズムや産業ツーリズムにもつながる。

(2面に続く)

世界最大級 旅の祭典
ツーリズムEXPOジャパン
新しい旅が始まる。

旅の力で地域を元気にする。

国際観光フォーラム

基調講演は、グローバルツーリズムの中核「アジア」の市場分析と成長の可能性にフォーカス。
基調シンポジウムでは、ロンドンの成功事例などをもとに、東京オリンピック・パラリンピックを日本全国の国内観光振興にどう役立てるかを討議します。

[三位一体で考える各種シンポジウム]
●アジア旅行市場分析2014　テーマ:成長するASEAN市場
●国内旅行シンポジウム　テーマ:着地型観光による国内旅行需要創造
●海外旅行シンポジウム　テーマ:2000万人を目指すための地方需要活性化の取組み ～海外渡航自由化50周年～
●訪日旅行シンポジウム　テーマ:2000万人を目指すためのオールジャパンでの取組み

2014 9/26(金) 東京ビッグサイト会議棟
展示会:2014 9/26(金)～28(日) 東京ビッグサイト東展示棟(26日は業界・プレスのみ)

世界最大級 旅の祭典
ツーリズムEXPOジャパン
http://t-expo.jp/biz/