

# 創ろう「旅の『新しいカタチ』」

## 特別鼎談(T1面から続く)

事業の成功へがっちり握手



清野 JNTOはインバウンド商談会「Jシート・ジャパン トラベル&MICEマート」(VJTM2 018)を、ツーリズムEXPOジャパンとの合同開催で今年も行う。

VJTMのメインは海外のバイヤーを招待しての商談会。日本側のセラーと具体的な商談を行ってもらう。

今年のおおっちゃんのように、今年の開催は一定の完成形となるが、さらに中身を充実させ、商談回数や規模の拡大など、海外からの参加者の期待に応えていきたい。

田川 観光大臣会議でのバイヤーさんには、UNWTO(国連世界観光機関)の新しい事務局長、ジョージアの元経済発展大

組むべきことは、久保 デジタルマーケティングの時代になった。特にインバウンドでは主流だ。デジタルマーケティングを生かした観光地経営に力を入れなければならない。

JNTOも力を入れていたが、一層推進していただきたい。日本人向けには、先ほど来、話に出ている新しい形

支援を重要な仕事のひとつとしている。人材育成やICTに長けた企業とのマッチングを行い、その機能強化を目指しているところだ。

清野 インバウンドの課題は二つある。一つは、お客さまの85%がアジア市場から、残りの15%が欧米市場から。地政学的に言えばアジアの国は近く、また人口も多いため

joy my Japanという統一の窓口を使ったキャンペーンを始め、外国人旅行者の目線、日本に安心を持ってもらうためのアプローチをしていく。

特に海外旅行には頻りに行くが、日本を旅行先として認知、意識していかない層に狙いを定めている。

今は15%の欧米客のシェア

アを、20や25%ぐらいには増やしていきたい。

二つ目は日本の行き先、よくいわれるように、グローバルに偏ったところがある。人泊ベースで、80%が三大都市圏。対して東北は6県合わせてまだ1%だ。ただ来てくれと言っているだけでは来れない。

われわれと地域の方々の努力で、平準化しなければならぬ。

400年前にでき

た建物に人が住んでおり、われわれはそれを見に行っている。

一方、日本の生活地、特に商店街が衰退している。ただ、東京のどけぬき地蔵や戸越銀座、大阪の黒門市場は外国人でにぎわっており、相乗効果で日本人も多訪れている。

欧米の人々は、ものを探す力に長けている。常にそういう視線で旅をしている。われわれはトリップアドバイザーを見て、外国人に受けている場所が分かるくらいで、本来ならば、自分たちで見なければならぬ。

観光地も温泉地だけではなく、温泉地と観光地と生活地、それぞれに魅力がある。セットで楽しめるコンテンツが必要だ。

ただコンテンツを作ればいいという話ではない。物まねではない、オリジナリティが必要だ。DMOが盛りだがり、意外に地元の人参加していない。そのためコンテンツを作ることに集中して、オリジナリティを見つけて、二の次にしている。

先ほど清野理事長が話したガード下でもいい。自分のオリジナリティを見付けなければならぬ。素材は山のようにある。

## デジタルマーケティングの時代 欧米豪からさらなる誘客を進める 生活地にも人呼ぶコンテンツを

久保 清野 田川

このたびは大きなインバウンド商談会がほかになく、海外からの期待も年々高まっている。お招きできるバイヤー数には限りがあり、参加できないバイヤーからJNTOの海外事務所所長にチームが来たこともあったが、それも期待の裏返しだと認識している。

商談は20分単位で、あらかじめ相手を決めてから行う商談と、相手を決めずに自由に行う商談がある。今年からはセラーとバイヤーのネットワークを拡大し、自由商談の時間を大幅に拡大した。商談件数は1万7千件を見込んでいる。

ツーリズムEXPOジャパンの中でもインバウンドの裾野が拡大しており、ツーリズムEXPOジャパンという大きな枠と共にVJTMを開催させていくことに意義がある。田川

国内旅行、インバウンドのさらなる振興に取り

■ 国内旅行、インバウンドのさらなる振興に取り

■ DMOは現実的に動き出しているところや、形成途中のところなどさまざまあるが、この強化が大切だ。私も協会は、DMOの形成

然であり、目標達成のためにはアジア市場は引き続き重要である一方、欧米豪市場も欠かすことがない。

欧米豪の方々は一回の旅行期間が10日間や2週間と長い。観光産業にかけられる消費額も多いわけだ。こういった方々にさらに来ていただきたい。

欧米豪市場からの誘客をさらに進めるべく、われわれは今年2月から「EJN

開催を前に、国内の観光事業者にもメッセージを。テーマの通り、ツーリズムの新しい形を創るためのヒントをこの場で見付けていただきたい。テーマ別観光、新しいツーリズムの形を自ら見つける形で見ている。口で説明するだけではなかなか見えない化をした。ぜひ、感じ取っていただきたい。

セミナー・シンポジウムも、デジタルマーケティングなど、今、学んでおくべきテーマが多い。積極的に参加をいただきたい。

清野 観光事業者のみならず幅広い産業と連携し、日本の観光発展のために一致団結していきましょうというところが一つ。

それからJNTOの立場から、インバウンドはもともと大事だが、アウトバウンドも大事だと思ってる。インバウンドを増やすには、相手の文化を知ることが必要だからだ。

台湾は人口2400万人で、日本へは年間456万人が来ている。対して日本は人口1億2500万人で、台湾へは年間190万人しか行っていない。

作家の小田実さんが「何でも見よう」という旅行記を書いた。観光に携わる者としては、ただ単に物見遊山ではなく、外国の文化を学ぶという視点から自らが行く、あるいは人を送り出すことが必要だ。

田川 日本はこれからラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズと、大きなスポーツイベントが続く。しかし、その先が見えない。

1964年の東京オリンピックの当時、日本は主な公共工事を終えて、世界に日本の力を示したのだが、やり過ぎたために翌年から不景気になってしまった。

世界の潮流が分かれなければ、今後の行き先を間違えてしまう。今、世界の流れがどうなっているか。自分の目で見て、確かめられるのがツーリズムEXPOジャパンだ。

世界を見て、自らのオリジナリティのレベルを高めてもらいたい。できるだけ長い時間滞在して、展示だけでなくセミナーにも参加して、勉強していただきたい。それだけの価値はあるはずだ。

「新しいツーリズムの形を見える化 インバウンド拡大へアウトも大事 EXPO参加で世界の潮流を知る」

久保 清野 田川

「開催を前に、国内の観光事業者にもメッセージを」

久保 テーマの通り、ツーリズムの新しい形を創るためのヒントをこの場で見付けていただきたい。テーマ別観光、新しいツーリズムの形を自ら見つける形で見ている。口で説明するだけではなかなか見えない化をした。ぜひ、感じ取っていただきたい。

セミナー・シンポジウムも、デジタルマーケティングなど、今、学んでおくべきテーマが多い。積極的に参加をいただきたい。

清野 観光事業者のみならず幅広い産業と連携し、日本の観光発展のために一致団結していきましょうというところが一つ。

それからJNTOの立場から、インバウンドはもともと大事だが、アウトバウンドも大事だと思ってる。インバウンドを増やすには、相手の文化を知ることが必要だからだ。

台湾は人口2400万人で、日本へは年間456万人が来ている。対して日本は人口1億2500万人で、台湾へは年間190万人しか行っていない。

「開催を前に、国内の観光事業者にもメッセージを」

久保 テーマの通り、ツーリズムの新しい形を創るためのヒントをこの場で見付けていただきたい。テーマ別観光、新しいツーリズムの形を自ら見つける形で見ている。口で説明するだけではなかなか見えない化をした。ぜひ、感じ取っていただきたい。

セミナー・シンポジウムも、デジタルマーケティングなど、今、学んでおくべきテーマが多い。積極的に参加をいただきたい。

清野 観光事業者のみならず幅広い産業と連携し、日本の観光発展のために一致団結していきましょうというところが一つ。

それからJNTOの立場から、インバウンドはもともと大事だが、アウトバウンドも大事だと思ってる。インバウンドを増やすには、相手の文化を知ることが必要だからだ。

台湾は人口2400万人で、日本へは年間456万人が来ている。対して日本は人口1億2500万人で、台湾へは年間190万人しか行っていない。

**日本旅行** NIPPON TRAVEL AGENCY

東2ホール [D-12ブース] でお待ちしています!

日本旅行ブースは、旅をより楽しくするトークショーや旅先で役立つアイデアのご紹介など、こだわりのプログラムで旅の魅力をお届けします! ステージイベントだけではなく、体験型コンテンツも充実。是非ブースまでお越しください!

〈主なイベント予定〉※スケジュールは変更になる場合があります。  
 9月20日(木)-21日(金) 【業界日】  
 ブースでの高談日となります。  
 9月22日(土)-23日(日) 【一般公開日】  
 日本の各地域の観光PRタイムや、「鉄道」"インスタ映え"などをテーマとしたトークイベント、一流マジシャンによるマジックショーなどを実施いたします!

日本旅行 女子旅応援ナビゲーター 「たびーら」

ツアーEXPO JAPANに出展します。【東2ホール D-14】  
皆さまのお越しをお待ちしております!

地域を元気に、人を笑顔に。

**JTB地球いきいきプロジェクト**

「JTB地球いきいきプロジェクト」は、お客様や地域の皆様とJTBグループの社員が一緒になり、元気な未来を創造していく活動です。

※このプロジェクトは、1982年から続く「観光地グリーンアップキャンペーン」を、2012年のJTB創立100周年を機に改称したものです。

(2017年度活動の一部) 阿蘇市深野での輪切(野焼き防火作)体験!

(2017年度活動の一部) 美ら海慶良間一海と島がつくるケラマブルーの世界-

(2017年度活動の一部) JTB BRIGHTER EARTH PROJECT IN MANAUS

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

「持続可能な開発目標(SDGs)」とは、国連が2015年以後15年かけてより良い未来を実現するために定めた計画です。具体的な計画として、17個の目標に分類されており、私たちは「住み続けられるまちづくりを」「海の豊かさを守ろう」「陸の豊かさを守ろう」を目標として掲げています。

JTBはSDGsを支援しています。

この事業は「国連生物多様性の10年日本委員会(UNDB-J)」が推奨する事業として認定を受けています。

2018年度のプログラムも続々登場。ぜひご参加ください。

JTB地球いきいき