新しい時代へのチャレンジ～ReStart～

ツーリズムEXPOジャパン2022 特別鼎談

13面からの続き

4年ぶり東京開催

ツーリズム復活をアピール　髙橋
訪日旅行商談会を合同開催　清野
旅行をする機運へつなげる　久保田

――東京での開催は18年以来。東京から何を国内外に発信していくのか。

髙橋　大きく2点ある。コロナ禍の2年半で国内旅行も海外旅行も訪日旅行も全ての旅行需要を失ったと言える状況だ。一つ目は、先ほど「ReStart」として話した通り、日本のツーリズムが再び元気を取り戻し、復活、再生に向け動きだすことを国内外に向けて発信することだ。しかしながら、海外に向けては日本のツーリズム復活をアピールしながらも、このような半鎖国状態のような水際対策が残っていることは極めて説得力に欠ける。開催までに水際対策の問題を解決してほしいという希望を強く持っている。

二つ目は、SDGsへの取り組み、特に環境問題についてである。先ほどの通り今回のフォーラムでもテーマを「観光による気候変動への挑戦」とし、観光大臣会合でも議論を行い世界に発信する。日本がツーリズム分野でリードしていくという姿を世界に示していきたい。

清野　JNTOは今年もツーリズムEXPOとの合同開催では、サステナブル・ツーリズムやアドベンチャートラベルなどの付加価値が高いコンテンツを体験していただく。訪日旅行商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート」を開催する。オンラインに加えてリアルでも商談会を体験していただく。

久保田　先ほどの髙橋会長の話にもあったが、全体的には観光大臣会合やフォーラムにおいて「気候変動に挑戦」といったテーマで環境などのSDGs対応について発信していくので、多くの成果が得られるのではないか。特に観光大臣会合は多くの大臣に来てもらえるよう調整している。

国内ではコロナの第7波がじわじわと下がりつつある。土、日曜日には一般の方々にたくさん来場してもらい、「旅行を自粛する機運」から「旅行をする機運」へとますますつながっていけばといいと期待している。

個別のテーマになるのだが、「酒蔵ツーリズム」を文化産業観光という側面に光を当てて発信していく。伝統的な日本酒の作り方には発酵文化という独特のものがあり、それを今、ユネスコの無形文化遺産に登録しようという活動を文化庁などと共同で行っている。文化庁の協力を得て、日本の食文化を含め日本酒の素晴らしさを世界に発信するとともに、無形文化遺産の認定にもつなげていきたい。日本酒を目的とするインバウンド客が増えることを期待している。

来年は大阪

大阪・関西万博への流れ作る　髙橋
外国人客へ地方の良さ訴求　清野
地元が非常に熱心、必ず成功　久保田

――25年の「大阪・関西万博」を控えている大阪で来年秋にはツーリズムEXPOが開催される予定だ。これはどんなイベントになるのか。

髙橋　25年に開催される大阪・関西万博に向けたキックオフの意味を込めて開催する。このツーリズムEXPOをきっかけとして一つの大きな流れを作りたい。大阪でのツーリズムEXPOは19年の開催後、実に4年ぶりとなる。大阪、関西の関係者からの期待も高く、前回の15万人を超えるイベントにしたいとやる気も満々だ。また、東京と大阪は文化が異なり、世界に向けて日本の多面的な魅力を発信する良い機会ともなる。大阪ならではのコンテンツも数多くあるので、東京とは違った日本の魅力を楽しんでいただくこともできる。併せて、大阪は何といってもアジアのゲートウェイであり、その意味においても、大阪での開催は非常に意義がある。

清野　昨年の東京オリンピック・パラリンピックの時に外国のお客さまが来られなくなってしまったが、実はわれわれJNTOでは、海外の居住者に大阪・関西万博についてどう思うかを聞くアンケートを実施した。その結果、答えてくれた人のうちかなりの人は万博への期待が高かった。万博の他にサッカーなどの国際メガイベントもあり、それらがあっても万博の方に行きたいという。万博というのは、その時々の国や世界全体の文化や産業の最先端を見せてくれるものだから、先進国にしても途上国にしても非常に見たい、来たいという声が大きい。人間が人間である以上、新しいものは見たいということだろう。

そういうお客さまに対して、インバウンドについての日本側の取り組みは今まで通りではだめだ。19年までは外国から3千万人のお客さまが来られたが、東京～大阪のゴールデンルートに固まっている。京都には文化的なものが豊富だが、実は魅力がある地域はほかにもたくさんある。一極集中ではなく、地方にも目を向けてもらえるよう、今回のファムトリップでは地方に光を当てた六つのコースを作っている。それらのコースを行う。外国からの参加者の予約状況は、オンライン参加が約200社、リアルでは約50社の参加で、ファムトリップにも行っていただく。日本に駐在している外国のエージェントも含めるとリアルの参加は60社ほどとなる。

インバウンドについての日本側の取り組みは今まで通りではだめだ。19年までは外国から3千万人のお客さまが来られたが、東京～大阪のゴールデンルートに固まっている。京都には文化的なものが豊富だが、実は魅力がある地域はほかにもたくさんある。一極集中ではなく、地方にも目を向けてもらえるよう、今回のファムトリップでは地方に光を当てた六つのコースを作っている。それらのコースの魅力を楽しんでいただくこともできる。併せて、大阪は何といってもアジアのゲートウェイであり、その意味においても、大阪での開催は非常に意義がある。

清野　昨年の東京オリンピック・パラリンピックの時に外国のお客さまが来られなくなってしまったが、実はわれわれJNTOでは、海外の居住者に大阪・関西万博についてどう思うかを聞くアンケートを実施した。その結果、答えてくれた人のうちかなりの人は万博への期待が高かった。万博の他にサッカーなどの国際メガイベントもあり、それらがあっても万博の方に行きたいという。万博というのは、その時々の国や世界全体の文化や産業の最先端を見せてくれるものだから、先進国にしても途上国にしても非常に見たい、来たいという声が大きい。人間が人間である以上、新しいものは見たいということだろう。

そういうお客さまに対して、例えば、ついでに四国も回ってほしいなどと呼び掛けるチャンスだ。もう一つは、その時には行けないが、日本は食べ物がおいしいとか、空気がきれいだとか、人情味があるなどと知ってもらい、また翌年以降に日本に来たいというファンを増やすチャンスだ。

久保田　19年に大阪で開催したツーリズムEXPOは、地元の方も非常に熱心に取り組んでくれて、大成功だった。熱心にやってくれるところで開催するのだから、来年のツーリズムEXPOも必ず成功するのではないか。それがまた次の万博につながっていければいい。

万博というのは、広い知識を得られ、旅行もでき、子供たちにとっては素晴らしい思い出にもなる。そういう意味では日本全国の人に見に行ってもらえるとうれしい。統計によると、昭和45年の大阪万博には約6千万人の観客が来た。その8割程度が日本国民ということで、当時の人口からすると国民の半分近くは行っている。それだけに次回の大阪・関西万博も期待ができる。

併せて、外国人も当時以上に来てくれると思う。大阪だけでなく、また東京だけでなく、日本の地方には良いところがたくさんあるので、そこに回ってもらえるようなきっかけを作っていく準備を今からする必要がある。日本の地域を世界に知ってもらえるイベントになってほしい。

旅行、観光の復活に向けツーリズムＥＸＰＯジャパンの成功を誓う３者

メッセージ

ツーリズムは永遠に不滅　髙橋
自信とプライドを持とう　清野
地域の観光満足度 高める　久保田

――開催までもう間近。最後に観光業界関係者に向けてメッセージを。

髙橋　今回、コロナという未曽有の事態に直面し、われわれは大きな打撃を受け、いまだ影響を受け続けている。コロナ禍を経てあらためて認識したのは、「旅」は人にとってはなくてはならないものでありまさに「ツーリズムは永遠に不滅だ」ということだ。旅行業全体で今一度自信を持ち、日本のツーリズムの復活、再生に向けて進んでいきたい。

最後に問題提起したいのは、観光業界でのデジタル化の遅れだ。典型的な例が、訪日旅行客が3千万人を超えたときの京都でのオーバーツーリズムの問題だ。政府目標である30年に6千万人を達成するには、デジタル化を進め旅行者の利便性向上と地域の豊富な情報やコンテンツをしっかり発信し、もっと全国に旅行者を分散する必要がある。しかしながら、現状としては観光業界は打撃を受けてデジタル化に向けた投資能力が十分にはないため、その後押しを国にしていただけるよう強くお願いしたい。

清野　京都での一極集中の話が出たが、もう一つ、観光施設などでの集中を回避する策として入場の予約制を多くの施設で採用することを考えてほしいと思う。予約制にすれば、列に並ばず、その時間に行けば良い。同時に予約料金をいただく。入場料金の千円に加え予約料金千円をいただける。混雑緩和にもなるし、収入増にもつながる。

また、「WTTC（世界ツーリズム協議会）」のデータを見ると世界平均で観光関連に従事している人は10人に1人だ。GDPでは観光業が10％を占めている。われわれ観光業は日本にとって、また世界にとって大事な仕事をしているという自信とプライドを持って、言うべきことを言っていく。その到達点が6千万人だ。あるいは、もっと増えるかもしれない。インバウンドは圧倒的に東京、大阪が多いわけだが、日本全体がインバウンドの受け皿として広くあまねく潤っていけるよう訴えたい。

久保田　国民の多くが一番やりたいのはコロナ禍で我慢した旅行だというのがどのデータでも出ている。海外の人が一番行きたい国は日本というデータもある。そのようにみんなが旅行をしたい時にツーリズムEXPOをきっかけに旅行の機運をしっかり盛り上げていきたい。

観光は必ずや今まで以上に盛んになるが、それまでの間に課題をしっかり解決する必要がある。多くの人が「また旅行に行きたい」と思ってもらえるよう地域の観光満足度を高めていく。そして世界からもお迎えをする。その準備もみんなが力を合わせて行っていくべきだ。

コロナ禍を通じて感じたのは、観光は国を豊かにする重要な産業だと人々に理解されていたのだろうかということ。観光に関わる者は、観光は重要な産業であり、地域や人々を豊かにするものだということを自らしっかり再認識し、周りにも発信していかなければならない。

ツーリズムEXPOジャパン　9.22(thu)－25(sun) 東京ビッグサイト

「メタバース」や「宇宙」を活用した最先端事業から、
50周年を迎えた「赤い風船」のサステナブルな取り組みまで、
『顧客と地域のソリューション企業グループ』を目指す日本旅行では、
アライアンスパートナーの皆さまと旅行業の領域拡大へ挑戦していきます。

日本旅行 NIPPON TRAVEL AGENCY
『共創』から新しい価値の実現へ
日本旅行ブース<東5ホール L－121>
皆さまのご来場お待ちしております。
SDGs Tourism for Tomorrow
「おもいやり」と「きずな」で
今、ツーリズムにできることを。

ツーリズムEXPOジャパン
JTBはツーリズムEXPOジャパン2022に出展します。
ぜひJTBのブースにお越しください！

人をつなぐ、笑顔をつなぐ。
JTBは地球を舞台に、
あらゆる交流を創造し続けます。

展示棟東5ホール
L-105で
待ってるよ

JTB 感動のそばに、いつも。
110th JTB ANNIVERSARY 2022