

業界トップ4氏が海外旅行復活へ道筋探る 「企画力・提案力・斡旋力」で市場開拓を

「ツーリズムEXPOジャパンフォーラム 2016」では9月23日、「海外旅行」二訪日旅行「国内観光」という3つのテーマ別シンポジウムを実施しました。海外旅行シンポジウムでは、業界トップ4氏が現状を分析した上で課題を整理し、「海外旅行の復活」を実現するための方策と道筋を語り合っています。

●2000万人達成の展望 市場の「すそ野」拡大を

「日本における海外旅行の将来」をテーマに行われた海外旅行シンポジウムでは、JATA副会長を務めるワールド航空サー



ジェイティービー代表取締役社長
高橋広行氏



阪急交通社代表取締役社長
松田誠司氏



エイチ・アイ・エス代表取締役社長
平林朗氏



ワールド航空サービス代表取締役会長
菊間潤吾氏

ビスの菊間潤吾代表取締役会長をモデレーターに、ジェイティービーの高橋広行代表取締役社長、エイチアイエスの平林朗代表取締役社長、阪急交通社の松田誠司代表取締役社長の3氏がパネリストとして登壇しました。

年間日本人旅行者数の2000万人達成について、高橋社長は「今のままでは非常に難しい」という認識を示し、「人口減少という要因を抱えている日本市場では、海外旅行マーケットのすそ野をどう広げるにかかっている」と指摘しています。

松田社長は、「12・8%にとどまっている出国率を、全国平均で20%まで引き上げれば、2500万人になる」と述べると同時に、「旅行回数が多いシニア層向けに、深掘り商品の改善を図る必要がある」という認識も示しました。

また、平林社長は、「IT技術の進展によって携帯端末での翻訳機能が向上すれば、5〜7年後には2000万人を達成できるのではないか」という見方を明らかにしています。

●海旅市場の現状分析 旅行会社の強み前面に

高橋社長は海外旅行市場の現状について「旅行会社による取り扱いの伸びが市場全体の伸びを下回っている」ことを課題として挙げ、「募集型のパッケージ旅行を主力商品と位置付けつつ、ウェブ化やFIT化という環境変化に新たな対応を図る必要がある」と語っています。また、仕入れ手法についても、「事前に固定レートで在庫を確保するやり方は、早晚通用しなくなる」と指摘、「変動レートでリスクを負う仕入れに転換せざるを得ないだろう」という見通しを示しました。

阪急交通社の松田社長は、「6割以上で添乗員が同行し、現地ネットワークの充実で「安全安心」を担保することによって、リーダーが95%以上」という同社の特性を紹介。「サプライヤーと顧客の間立つて、双方をつなぐ観光プロデュースを基本方針にしていく」考えを明らかにしています。

平林社長も、「旅行会社の強みは、OTAにはない企画力や提案力、コンサルテーション力であり、専門店化を通じてさらに強化を図って、その深掘りをする必要がある」という認識を示しました。

●旅行会社の存在意義 潜在需要を掘り起こす

今後の海外旅行市場拡大を旅行会社が

牽引できるかどうかについて、

高橋社長は「まさに旅行会社の存在意義の問題」と断言。「新しいマーケットを切り開いていくか」「店舗や渉外営業を通じてニーズを着実に捉えられるか」「添乗員同行などの斡旋力で安全安心をどれだけ担保できるか」という3つのポイントが問われると強調しています。

松田社長は「海外旅行の動機を持つだけでなく提案ができるかが最大のポイント」と指摘。「動機付けの手法として価格戦略も否定しない」と述べ、「海外旅行市場にはまだまだ可能性が残されている」と指摘しました。

平林社長は「FIT化の流れの中で、現地での動きをもっと把握し、顧客データに基づいて二人一人が楽しめる旅行をリコメンドする必要がある」と訴えています。

菊間会長は「海外旅行市場が成長しながら変化していく中で、旅行会社の存在意義を高めるために、これまで以上に企画力・提案力を伸ばし、皆さんと一緒に関心を持って活性化させたい」と締めくくりました。



会場には300人以上が詰めかけ、立ち見が出るほどの盛況ぶり。「海外旅行復活」に向けた業界の並々ならぬ思いを感じさせました。

国内観光シンポジウム

ガストロノミーツーリズムの可能性を展望

「ガストロノミーツーリズムで地域を元気に」をテーマに掲げた国内観光シンポジウムは、ガストロノミーツーリズムの世界的潮流を紹介しながら、日本での可能性を展望しました。



ANA総合研究所の小川正人代表取締役副社長

久保征一郎代表取締役社長は、「磨き上げたコンテンツとして『食』に関わる情報を地元から効果的に発信すれば、地域の活性化にもつながる」と説明。「訴求すべき需要に向けて情報を継続的に発信することが重要だ」と訴えました。

地域で食文化の創造と発展を

UNWTOもプログラムとして推進

基調講演を行ったUNWTOのヨランダ・ベルドモアフリエイトメンバー部門長は、ガストロノミーツーリズムをプログラムの一つとして推進している理由について、「新しいタイプの旅行者に対応でき、地域としても訴求力を高められる」と説明しています。今年に入ってから加盟国や賛助会員に対する調査などを開始しており、同部門長は、「現状を整理した上で地域を特定し、導入モデル事例づくりを進める」考えを明らかにしました。

国内観光シンポジウムで登壇した皆さん

農家と料理人、飲食店と消費者をつなぐ「ピースキッチン」を展開している新潟市の篠田昭市長は、「新潟から食文化を創造し発展させることを目指す」と明言。日本で初めて1階がキッチンで2階がレストランというバスを運行して、シェフや農家と収穫や試飲を楽しむ事例を紹介し、「新しいツーリズムとして発信していきたい」と語りました。

金沢市の旅館「浅田屋」の浅田久太代表取締役社長は、海外では「金沢」が知られていないため、「ニューヨークのレストランとの交換留学を通じた知名度向上の取り組みを紹介。「ニューヨークの高級レストランではKANAZAWAが非常に有名になった」と説明しています。

鹿島酒蔵ツーリズムに取り組んでいる佐賀県鹿島市・富久千代酒造の飯盛直喜代表取締役社長は、「地元6歳がイベントの企画運営や蔵開きの同時開催で盛り上げている」と語り、「人口減少が進むふるさと魅力的な地域に変わりつつある」と強調しました。

訪日旅行シンポジウム

地域一体の営業活動で大きな成果

訪日旅行シンポジウムでは、「持続可能な地方誘客」日本旅館と地域のコラボレーションをテーマに、各地の魅力の粋を体現する旅館と周辺地域の連携によるインバウンドビジネス発展の方策を探りました。



JNTO海外プロモーション部の平田真幸特命事項担当部長

活動を展開してきています。米国・シアトル出身で、長野県戸倉上山田温泉・亀清旅館の宿主であるタイラー・リッチ氏は、「日本独特の生活文化を体験できる旅館は、外国人旅行者にとって大きな魅力」と強調。さらに、より多くの外国人旅行者に長野県を知ってもらうため、県レベルでの多言語スマホアプリ「ユニーク長野」の開発に参加するなど、訪日旅行者拡大の取り組みに協力しています。

8年間で外国人宿泊者が18倍に

徳島県三好市にあるホテル祖谷温泉の植田佳宏代表取締役社長は、同ホテルを含む地元5つの宿泊施設で構成する「大歩危祖谷いづみ会」の外国人宿泊者数が、2007年の546人から2015年には9884人へ18倍も増加したことを紹介。大歩危祖谷エリアでは、地元行政、DMOである般社団法人「そのの郷」、地域の観光施設や交通事業者など賛助会員27社を含む「大歩危祖谷いづみ会」が連携して、地域一体となった営業



訪日旅行シンポジウムで登壇した皆さん

受入改善へもつと海外旅行を

JTBグループバルマーケティング&トラベルの水谷初子執行役員は、「靴を脱ぐ」「ゆかたで過ごす」など外国人には当たり前ではないことについて、「不安を取り除くと同時に、日本の伝統が凝縮された旅館の魅力を伝えることが重要」と指摘しました。

また、観光文化研究所の井川今日子専務取締役は、外国人から見た旅館の残念な点として、「自由度が低い」「刺身」至上主義などを指摘。「観光立国」「インバウンド」という潮流の中で「旅館にとって大切なのは日本人顧客」と語り、「数値目標だけでなく、受入環境改善にも目を向けて」と訴えています。

モデレーターを務めたJNTO海外プロモーション部の平田真幸特命事項担当部長は、「インバウンド拡大に甘んじることなく、受入環境の改善に向け日本人ももつと海外に出掛けるべき」と締め括りました。