

マーケットを創り出すのがプロ B to Bの力で世界の期待に応える

JATAが今年2月に設立したアウトバウンド促進協議会は、新年度を迎えていよいよ本格的に始動することになります。

「海外旅行者数の2000万人達成」に向けて、内外の関係者が結集すると同時に、プロとしての旅行会社による

スキルアップを通じた需要創造や市場開発を目指す同協議会について、菊間潤吾JATA副会長に語っていただきました。

海外旅行活性化へ内外の関係者が結集

——アウトバウンド促進協議会を設立した背景や目的をお聞かせください。

菊間 田川会長は「海外旅行の復活」を最大のテーマとして掲げ、企画力・添乗力・幹旋力を旅行業界の存在意義を高めていくキーワードとして挙げ、同時にツーリズムEXPOジャパンにおけるB to B機能強化の方向性を明確に打ち出しています。また、国際旅行市場でのソースマーケットとしての中国や韓国の台頭によって、アジア地域で日本を最重要視する見方が変化していることも考えると、JATAとして何らかのアクションを起こして日本マーケットへの期待感をしっかりと持つてもらえるような形を作ることが非常に重要になってきていると思います。

各国の政府観光局や大使館の皆さんから「日本の旅行業界が良く見えていない」という声も聞こえてきており、日本市場でプロモーションを行う際にどのようなアプローチをすべきなのか苦労されている現実もあるわけです。さらに、オ

菊間潤吾 JATA 副会長 「BtoBの重要性をアピールしたい」

ンライン・トラベル・エージェンツ(OTA)の流れが出てきて、旅行会社の在り方も問われるようになってきている。日本マーケットの場合は、やはり、B to Bの重要性が極めて大きく、旅行会社と組まなければならないということをしつかりアピールすることがJATAに求められていると思います。

その一方で、インバウンド「辺倒」ともいえる施策が進められる中で、アウトバウンドを促進させる動きも必要になってきています。ですから、旅行業界だけにとどまらず、日本からの海外旅行者が増加することを期待している各国の行政関係者やサプライヤーなどの皆さんも一緒になった組織体を発足させるべきだろうと考えて、アウトバウンド促進協議会を設立しました。

——海外旅行市場の活性化を目指す勢力を結集する組織として、協議会が発足したということでしょうか。

菊間 そうです。協議会に参画している各国の政府観光局や大使館、サプライヤーの皆さんは、協議会を通じて日本の旅行業界におけるキーパーソンの人たちとのネットワークをつくったり、密接なコミュニケーションを行っていくことで、それぞれの国をアピールしていきたいと考えているでしょう。

同時に、協議会を設立した狙いとして、旅行会社の存在意義を明確にしていくなめには、われわれ旅行業界がもっとプロとしての能力やスキルを高めていく必要があります。それができなければ、OTAという時代の流れに負けてしまうことになりかねません。田川会長が繰り返し指摘している企画力や添乗力、幹旋力のレベルアップを図っていくためには、協議会を設立することが不可欠だと考えています。

情報収集という側面からは、各国の観光関係者と日本の旅行業界におけるキーパーソンの人たちとのネットワークを構築するだけでなく、もつと生の声に触れて現状をより深く理解する環境も用意する必要があります。協議会はそのための場として機能していくことになると思います。つまり、協議会の存在がプロのプランナーとしてのスキルアップに通じるものになっていくというわけです。また、協議会で各国の観光関係者の皆さんと話し合いを重ねていく中で、日本マーケットを活性化させるには、B to Cをやれば良いということではなく、言葉の問題や安全性を必要以上に問う国民性などからもB to Bの必要性が高いと認識していただけるようになればと考えています。







日本は各国のニーズに応える成熟市場

——日本マーケットにおけるB to Bの重要

動き出したアウトバウンド促進協議会 菊間JATA副会長に設立の意義を聞く

チーム部会長・副部会長の皆さん

(顔写真は各チーム部会長の方々です)

欧 州		部 会 長	古木 康太郎	(株)グローバルユースビューロー	代表取締役会長
		副部会長	フレデリック マゼンク	フランス観光開発機構	日本代表
		副部会長	檀原 徹典	(株)ミキツリスト	代表取締役社長
中 近 東 アフリカ		部 会 長	西山 徹	(株)日本橋トラベラーズクラブ	代表取締役社長
		副部会長	馬場 由彦	(株)エヌオーイー	取締役 東京営業本部長
北中南米		部 会 長	生田 亨	(株)JTBワールドバケーションズ	代表取締役社長
		副部会長	マージョリー デューイ	CWW	日本代表
		副部会長	ギジェルモ エギアルテ	メキシコ観光局	局長
ア ジ ア		部 会 長	松田 誠司	(株)阪急交通社	代表取締役社長
		副部会長	榊原 史博	中華人民共和国 マカオ特別行政区観光局	日本代表
オセアニア 大洋州		部 会 長	稲田 正彦	KNT-CTホールディングス(株)	執行役員 海外旅行部長
		副部会長	飯島 伸二	(株)ジャルパック	執行役員 海外企画商品事業本部長
東アジア		部 会 長	藤田 克己	(株)ジャルパック	代表取締役社長
		副部会長	高橋 正浩	(株)日本旅行	執行役員 海外旅行事業部長

性を理解してもらったための具体的な事例などがあれば、お聞かせいただけますか。

菊間 例えば、各国が求めているのは、人気の観光地に多くの旅行者に来てもらうことだけでなく、日本でも訪日旅行需要の地方分散などが地域創生といった観点から強調されるようになってきているように、観光を通じた活性化を図るために地方にも旅行者に来てほしいということがあります。しかし、そうした地方では、旅行者を誘致するにはどういったプロモーションをすればいいのか分かっていなかったり、B to Cでアプローチしても行きづらい場所だったりするので、旅行者はあまり行かないわけです。

日本マーケットでは、まだ、パッケージツアーで海外旅行へ行く人が多いため、旅行会社がそういうエリアを積極的に商品化することでツアー客も動き出すし、FITの人たちもそういう場所へ足を運んでみようということになります。そういう日本マーケットの特性を理解していただければ、B to Bの必要性についても認識を深めていただけるのではないのでしょうか。

分かります。事例としては、JATAのチームヨーロッパによる「美しい村30選」という取り組みがあります。これは、われわれ旅行業界がトレンドを作っているというもので、日本ではほとんど知られていないような場所ばかりを選定しました。例えば、英国・ウェールズのコンウィの場合、「美し

い村30選」に入ったことで、コンウィを訪れる日本人旅行者数が700倍にもなっています。英国内の他地域でも、関係者が新聞報道などを通じてその事実を知り、観光による地方の活性化に取り組みむ時に、日本は大切なマーケットだと認識してもらえようになりました。こうした事例を積み重ねたり、各国の関係者に事例を知っていただいたりすることで、日本マーケットが各国のニーズにマッチする成熟市場であると認知していただくことにつながっていくと考えています。

—— 各国の観光局やサプライヤーの皆さんと日本の旅行業界との関係も新しい段階に入っていくことでしょうか。

菊間 海外旅行市場が拡大する過程でも、海外の関係者と旅行業界とが協力してDESTINATIONを開発する努力は行われてきました。航空会社が日本路線を積極的に開設し、輸送力を増強すると同時に、現地でも新しいホテルが次々に建設されてリゾート開発なども行われ、日本の旅行会社はそうした動きを受けて、言わば「受け皿」的なパッケージツアーを作れば、旅行商品が売れて実績も伸びていく時代もあったわけですね。

しかし、現在は「受け皿」的な旅行商品の造成や販売にとどまっていると、旅行業界の地盤沈下がどんどん進んでいくことになりそうです。なぜなら、そういう「受け皿」の機能はOTAが十分に果たしている時代に

動き出したアウトバウンド促進協議会 菊間JATA副会長に設立の意義を聞く



3月15日に開催されたアウトバウンド促進協議会の第1回部会長・副部会長会議

なっているからです。今は、われわれ旅行業界がマーケットを作っていないかなくてはならない段階に入っており、その中で、旅行会社はどうするかということ問われているのだと思う。さきほど言及したチームヨーロッパによる取り組みは、まさに、そういう問いに対する一つの回答だったと言えるのではないのでしょうか。

われわれがトレンドを生み出し、マーケットを動かすこと、それが狙いだったわけですね。「受け皿」とどまることから脱却して、旅行業界とサプライヤーの関係をアクティブに動いていくネットワークとして機能させ、マーケットを創出していくという考

え方を具現化したものがアウトバウンド促進協議会であるとも言えます。

双方向交流を推進し「観光先進国」へ

——各国の観光関係者がJATAという組織に期待しているのも、まさに、そうした役割ということなのでしょう。

菊間 そうだと思います。アウトバウンド促進協議会の設立総会に駆けつけた観光庁の田村明比古長官も、業界団体としてのJATAによる積極的な動きに対し、行政としても側面支援していく考えを示しておられました。例えば、安倍晋三首相が各国を訪問されると、多くの国で「日本からの旅行者をもっと増やしてほしい」という要請を受けているわけです。安倍首相によるトップセールスに対して、相手国としては多くの日本人旅行者に自国を訪問して消費してもらいたいということ、国土交通省をはじめとする政府関係者の間でも「海外旅行は外交だ」との認識も広がってきているようです。「明日の日本を支える観光ビジョン」でも、「若者割引などのサービス開発を通じた海外旅行の推進」への言及があり、アウトバウンドを活性化させる必要性についての認識が示されています。

そうした変化なども踏まえて、「双方向交流の拡大」という大きな文脈の中で考えれば、各国の多くの関係者がアウトバウン

ド促進協議会の趣旨に賛同して参画し、協議会が政府に様々な施策などを要望する際に、場合によっては、各国の関係者の意見も反映されるようになるということは、非常に大きな意味を持つのではないかと考えています。各国の行政がインバウンドの振興を中心に政策を展開している中で、政府がツーウェイリズムのスキームに基づいて動いていけば、「観光先進国」を目指す姿勢を内外へ明確に示すことにもなると思います。

——新年度から本格的に活動を開始することになるアウトバウンド促進協議会と方面別部会による活動の方向性などについてお聞かせください。

菊間 担当する方面の事情によって、各部会の活動次元も異なるものになると思いますし、それぞれが掲げるテーマも多岐に及ぶでしょうから、部会毎にいろいろと考えていただいて良いと思っています。ただ、協議会の会長として、基本的なテーマや方向性について話はさせていただきますし、協議会として部会を横断的に跨ぐような企画や事業も展開していくことになる見通しです。

例えば、アウトバウンド促進協議会のトータルな動きとして、プロフェッショナルセミナー的な事業を定期的に実施する場合、内容的には6つの部会がカバーするテーマは必ず入っていて、各方面をバランスよく配分するような展開にしたいと考え

ています。また、ツーリズムEXPOジャパンに向けて、団体旅行のキーパーソン、教育旅行のキーパーソン、MICEのキーパーソンというような形で、旅行需要の分野別に作成したキーパーソンリストを皆さんにお渡しして、相互にコミュニケーションを図るためのベース作りをするとか、双方が交流する懇親会を企画するとか、協議会組織全体を活性化させるような取り組みを進めていきたいと思っています。

——アウトバウンド促進協議会の会長として、全国のJATA支部やJATA会員の皆さんにメッセージをお願いします。

菊間 全国のJATA支部が取り組んでいる地域での海外旅行活性化の取り組みを、協議会の活動と有機的に連動させるような展開を検討していますし、会員各社の皆さんには協議会への積極的な参画をお願いしたい。すでにお話をさせていただいたように、時代の流れに負けないプロとしての旅行業の在り方を模索する協議会でもありますから、会員各社の業態に関わらず、是非、協議会に参加していただき、トレンドを作っていくための知恵を出し合う仲間を増やしていければと考えています。また、日本人海外旅行者の旅行先となる各国の皆さんにも、より多くの方に加わっていただいて、新しいデザインや企画なども進められればと思っておりますので、関係者の皆さんの積極的な参画をお待ちしています。