

## 豪州人の視点を生かしたインバウンド戦略を 訪日旅行推進委員会が豪州大使館の協力でセミナー

JATA訪日旅行推進委員会は2月21日、東京霞が関の全日通霞が関ビルでインバウンドセミナー「豪州からのインバウンド促進のために」豪州人の視点を生かした観光戦略」を開催しました。

2017年におけるオーストラリアからの訪日旅行者数は49万5100人に達して50万人に迫る勢いを示すと同時に、旅行者一人当たりの旅行支出額も22万6000円を記録して、欧米豪市場ではトップ、全体でも中国に次ぐ2位となり、訪日インバウンド市場で大きな存在感を示しています。



セミナーで説明するオーストラリア大使館商務部の木村和人首席商務官

月から、欧米豪市場を中心に、Enjoy my Japanグローバルキャンペーンを開始するなど、オーストラリアからの訪日旅行需要の拡大に向けて、さらに期待が高まる状況となっています。

今回のセミナーは、JATA会員旅行会社をはじめ旅行業界としてオーストラリア市場への取り組み強化を図るため、オーストラリア大使館の協力により、実現したものです。

セミナーでは、同大使館商務部のシェリル・スタニレビッチ参事官の挨拶に続いて、同大使館商務部の木村和人首席商務官がプレゼンテーションを行い、オーストラリア側の視点から訪日旅行需要の拡大に向けたポイントなどについて説明しました。

木村首席商務官は、オーストラリア人旅行者の特性として「日本語の学習者数が世界で4位、英語圏では1位」という親日派であることを強調する一方、滞在日数が長くて消費額が大きいこと、FITが多く観光地によるマーケティングが直接的に効果を発揮することにも言及。

2019年に日本で開催されるラグビーワールドカップでは、世界的な強豪チームであるオーストラリア代表の観戦に多くのオーストラリア人旅行者の訪日が予想されるのに続き、2020年の東京オリンピックパラリンピック、2021年のワールドマ

スターズゲームズ関西と福岡での世界水泳選手権なども訪日オーストラリア人旅行者拡大の契機となることから、そのポテンシャルが極めて高いことを改めて指摘しました。

また、木村首席商務官は、オーストラリアからの訪日旅行需要促進におけるキーワードとして、「モノよりコトの商品開発」「Hero Experience(目玉となる体験)」「オーセンティック(本物の体験)」「サステイナビリティ」「人材確保育成」「ブランディングとマーケティング」を挙げています。

さらに、オーストラリアからの訪日インバウンド需要の拡大に向けて、コンサルティングやマーケティングなどのサポートができるオーストラリアの企業や団体組織なども紹介。豪州側が貢献できる分野として、「デザイン・デザイン計画の作成管理」「観光インフラの企画・設計・開発」「観光資源の資産価値を高めるためのコンサルティング」「スポーツツーリズムの企画・イベント運営・レガシー構築」などを紹介し、日豪間でのコラボレーションの重要性も強調しました。

### 関東支部

- 3月13日 国内旅行委員会
- 3月16日 幹事会
- 4月6日 総務委員会

### 中部支部

- 3月17日 JATA海外教養講座in名古屋

### 関西支部

- 3月12日 幹事会
- 3月14日 インバウンドツーリズム委員会
- 3月15日 消費者相談委員会
- 3月19日 海外旅行委員会

### 中四国支部

- 3月17日 第2回海(うみ)旅(たび)クルーズセミナーとクイーンエリザベス号船内見学会

### 九州支部

- 3月20日 肥前さが幕末維新博覧会等現地研修会
- 3月22日 消費者相談委員会
- 3月23日 教育研修委員会
- 3月23日 実務委員会
- 4月3日 海外旅行委員会
- 4月9日 国内旅行委員会

### 沖縄支部

- 3月2日 国内旅行委員会
- 3月20日 幹事会

### 北海道支部

- 3月14日 役員会(幹事会)

### 東北支部

- 3月15日 幹事会
- 3月23日 海外旅行委員会