

TEJ商談会が生まれ変わります

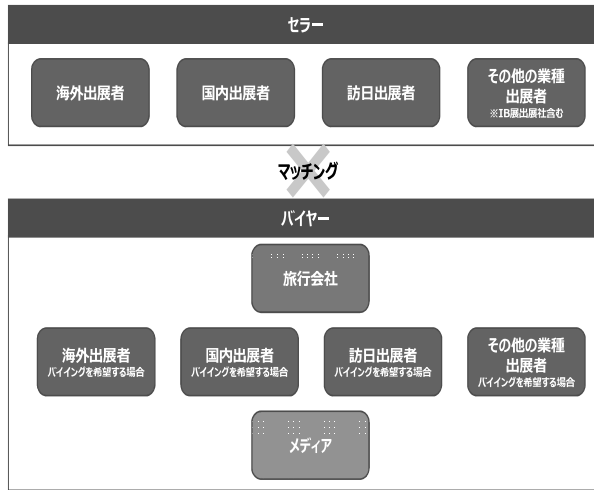


海外・国内・訪日の枠を外し 「展示商談会」に一本化



■広範な観光関連ビジネスの商談が可能に

今年9月20日(木)から23日(日)までの4日間にわたって、東京有明の東京ビッグサイト(東京国際展示場)で開催される「ツーリズムEXPOジャパン(TEJ)2018」では、昨年まで海外・国内・訪日に分かれていた商談会を一本化すると同時に、商談専用会場ではなく展示会場ですべての商談を行う



「展示商談会」に刷新し、バイヤーとセラーが各出展ブースで商談する本格的な「メッセ型」展示会に生まれ変わります。

また、商談会参加者個人のプロフィールと商談相手の希望を詳細に登録することにより、事前のアポイント・マッチングの精度も高めます。

さらに、「出展者とバイヤー」だけでなく「出展者と出展者」の商談も行えるよう

にするとともに、昨年まではメディアミートインクに限定されていたメディアとの商談にもマッチングシステムを導入するのに加え、TEJ2018と同時に開催される「インバウンド観光ビジネス総合展」の出展者ともアポイント・マッチングすることができ広範な観光関連ビジネスの商談が可能となるため、商談の内容は大幅に拡充されることになりました。

■マッチング精度の向上により大きな成果

これまで連続してTEJの商談会に参加している近畿日本ツーリストECC営業本部(取材当時・現近畿日本ツーリストコーポレートビジネス営業本部)の大嶋真佐子課長は、大幅に刷新されるTEJ2018の展示商談会について、「精度が高まるマッチングシステムにより、最新の現地情報や新しいネットワークづくりの貴重なチャンスであるTEJ商談会の成果を大きなものにした」と期待を示しています。

「日本市場のプレゼンスがまだ小さいディスプレイネーションやフロンティア的なディスプレイネーションの関係者とは容易に会うことが出来ず、通常扱っている国以外へはなかなか行くこともできないため、TEJ商談会はとて有り難い機会となっており、ピンポイントで商談相手特定して中身の濃い商談ができれば、ビジネスチャンスの拡大にもつながれる」(大嶋課長)

去年までの商談専用会場での商談会では、バイヤーがデスクでセラーの訪問を待つ形だったため、「商談が一段落した時には、展示会が終わりに近づいてしまい、十分に展示会場

を見て回れなかった」ケースもあったことから、大嶋課長は「展示商談の合間に興味のあるブースを覗いてみる事ができる」メリッとの大きさも指摘しています。

■海外セラーと自治体の商談で交流拡大も

昨年のTEJ2017で初出展し、商談会にも初めて参加した英国ウェールズ政府日本代表事務所の小堀洋子上級外務担当官は、「それまで個別に旅行会社を回っていた時よりも効率的に新しいネットワークを構築することができた」と商談会の成果を振り返ると同時に、「今年展示商談会では旅行会社と同様にメディアとのアポイント・マッチングも可能となることから、「メディアとのアポイントメントも積極的にアレンジしたい」と意欲を示しています。

今年の展示商談会スケジュールは、2日間で最大23セッションの枠が用意されており、15セッション以上の時間枠を自由に設定できるため、セミナーの登壇や受講といった自分の都合に合わせて、商談スケジュールをカスタマイズすることも可能です。

また、海外・国内・訪日の枠がなくなり、展示商談会として一本化されることについて、同事務所の中嶋竹春日本代表は、「日本では年間開催されるラグビーワールドカップではウェールズ代表も4都市で試合を行う予定で、試合が開催される自治体はウェールズから多くの旅行者が訪れるものと見込んでいる」と指摘。「ウェールズだけにとどまらず、出場国のブースではTEJに出展する試合開催地だけでなく事前合宿地などの関係者も含め、双方向交流の拡大に向けて、様々な情報交換などを行うこともできる」と期待を寄せています。