



緊急対談

日本を舞台に世界へ向けてアジアを発信
新イベント「ツーリズムEXPOジャパン」誕生



山口 範雄
日本観光振興協会会長
X
菊間 潤吾
日本旅行業協会会長

JATAと日本観光振興協会(日観振)は、「JATA旅博」と「旅フェア日本」を統合し、2014年に「ツーリズムEXPOジャパン」(英文: JATA Tourism Expo Japan)として開催します。2つのイベントを統合する目的や意義、新たにスタートするイベントへの期待や展望などについて、JATAの菊間潤吾会長と日観振の山口範雄会長に語り合っていました。

様々な連携を呼び起す契機に

——アジア最大級の旅の総合イベントである「JATA旅博」と日本最大級の観光博覧会である「旅フェア日本」という2つのイベントを統合する意義について、どのようにお考えになりますか。

山口会長 世界の観光需要が拡大を続けている今、グローバル競争も極めて厳しくなっています。その中であつて、残念ながら、日本が立ち遅れた状況にあることは否めません。その状況を立て直して、グローバル競争の中で勝ち抜き、観光分野でも先進国の仲間入りをするために、観光の担い手が連携を強めてい

くことが非常に大事だと思います。

日観振とJATAという2つの団体が、別々に主催していたイベントを統合することで、一緒に活動を展開するというのは、まさに、その連携を具体的な形にした典型的な取り組みだと考えています。連携の仕方にも色々なレベルや範囲があるわけですが、今回の2つのイベントの統合は、国内旅行の需要喚起と国際観光の需要喚起を連動させて、相乗効果を目指そうというもので、様々な連携を誘発することになるのではないかと期待しています。例えば、地域連携も、その一つです。これまで、各地域が単独で需要喚起を図るという形も多かったと思いますが、グローバル競争の中で考えると、日

本の各地域が連携することで、より大きなテーマ設定を通じて、競争力を高めるような努力も必要になってくると思います。先日、東南アジア諸国連合(ASEAN)のレー・ルオン・ミン事務総長が来日された際、ASEANでは加盟国が連動して世界各地からASEAN地域への誘客を図っているということをおっしゃっていましたが、グローバル競争を勝ち抜くためには、そうした国境を越えた連携も行われていくわけです。日本としても、国内での地域連携も必要ですが、中国や韓国、台湾など、近隣の東アジア各国・地域との連携も、求められる時代になってきていると思います。また、観光が従来のような物見遊山だけにとどまらず、さまざまなテーマのツーリズムや体験型・交流型の旅行が広がる中で、異業種間の連携も広く深く拡大していく可能性を感じています。さらに、今年の夏には、政府がASEAN諸国に対するビザ緩和を前倒しで実施しましたが、訪日旅行需要の拡大に向けて官が素早い対応を行い、それに対応して民も積極的に動くというような官民の連携も非常に重要です。今回の「JATA旅博」と「旅フェア日本」という2つのイベントの統合は、そうした様々なレベルや範囲で

「ツーリズムEXPOジャパン」誕生の意義を語る

の連携を呼び起こす契機になるだろうと大いに期待しています。

菊間会長 JATAのイベントはもともと、日本人の海外旅行者数を1000万人にしようという「デノンミリアン計画」が策定された1980年代に、海外旅行市場を拡大するには、まず、JATA会員の国際化を図らなければならないというところで、都心のホテルを会場にスタートし、だんだん発展してきて東京ビッグサイトで毎年開催されるようになりました。時代も随分と変わって、来年在が日本人の渡航自由化50周年に当たるわけですが、海外旅行も極めて一般的なものとなりました。かつては、国内旅行はするけど海外には行かないとか、海外旅行には出かけるけれども国内旅行はしないとか、そういう話もありました。が、今のお客様を見ていると、海外旅行も国内旅行も同じように楽しみ、完全なボーダーレス状態となっています。JATA会員の業態を見ても、海外旅行と国内旅行を取扱額で見ると、国内旅行の方が多くもありません。そういう状況で、旅行の需要喚起を図るイベントが、海外旅行だけを対象とする形でもいいのかというところは、ずっと思っていました。国内旅行と海外旅行を一緒にした方が、旅行者にとって、より利便

性の高いものになるのではないかと考えていたわけです。もう一つは、日本の各地域の観光協会なども、昔は国内旅行の振興ということだけで活動していましたが、今は、どちらかというところ、訪日旅行の促進という形に変わってきています。国内の旅行者を呼び込むだけでなく、外国からも来てほしいという方向に考え方やプロモーションもシフトしてきました。ですから、お客様の意識が変わると同時に、観光関連事業者の間でも、海外旅行、国内旅行、訪日旅行というものは、もう三位一体的な形になってきているわけです。そうした中で、旅行の需要喚起を図るイベントだけが、海外向け、国内向け、訪日向けという風に分かれていくことは不自然だし、各地の観光協会などにしてみれば、JATAの海外旅行関係者が一堂に会する場所

で、同じ土俵に乗れるというのが一つの理想形ではないかと思えます。行政サイドでも観光庁が発足して、オールジャパンでの展開は、時代の要請ともいえるべきものとなってきました。旅行業界としても、国や地方自治体をはじめ、様々な産業なども含めて、今ほど観光に熱い視線を向けていた時期はなかったわけですから、何とか、熱を結集して一つのパワーにしていくことはできないかというものが、大きなテーマとなつています。その象徴的な動きとして、今回のツーリズムエキスポというものが存在する形になるのではないかと考えています。

完成度の高い国内旅行を世界へ

——三位一体となるツーリズムエキスポで目指すものは、どういったことになるのでしょうか。

菊間会長 「JATA旅博」では、イベントでブース展開して一般の人に来ていただくだけにとどまらず、観光会議や商談会なども併行して開催してきました。ツーリズムエキスポでも、例えば、観光会議の中で、国内旅行の振興をどうすべきかといった議論を行う場を設けたり、外国人旅行者へのおもてなしをどうしたらいいのかといった話し合いを行う機会を用意するなど、会議の場でのテーマを広げることができると思

うし、そういう意味では、それぞれのイベントが持っている機能の良さを上手く活用していけるのではないかと思います。極端な言い方をすると、方程式なら「旅博×旅フェア+トラベルマート」が今度のツーリズムエキスポで、2つのイベントが掛け合わされて相乗効果生まれ、そこにYokoso JAPANの

のようなトラベルマートが入ってき

て、一つの形が出来上がるというようにイメージなどと考えています。さきほど、山口会長から様々なレベルや範囲での連携のお話がありましたけれども、海外からもそうした動きを求められるようになってきました。JATAが開催している

韓国や台湾の関係者との会議では、それぞれが単独で外国からの旅行者誘致を図るのではなく、連携してプロモーションに取り組んでいくことを考えようという議論も出てきています。今、世界で10億人の旅行者が動く時代を迎えており、そのうち、1000万人が日本を訪れ、アジア全体では2億3000万人が来ているわけですが、ツーリズムエキスポ

ジャパンという存在感の大きい旅行イベントを作ることにより、東アジアの各国・地域やASEANなどと協働して2億3000万人という数字を増やしていくことができるとも思っています。アジア域内の各国をもう少しボーダーレスな形で回れるような方向を模索すべきだろうし、そういう意味では、本当に連携が取りやすい形ができるのではないかと考えています。もう一つは、旅行会社が需要喚起や観光の発展性を強調しても、やはり「我田引水」的な捉え方をされかねないわけですから

も、ツーリズムエキスポのような形で他産業の皆さんにも入ってきていただき、観光をもっと裾野の広い形で捉えてもらうことで、旅行業界自身も他産業の皆さんと一緒に観光を

発展させる方向について考えるチャンスにしていくべきだろうと思

います。**山口会長** 安倍首相が積極的に各国を回り、国会の会期中は海外へは出られないという今までの常識を超えて熱心に外交活動をされているのは、日本が人口減少に向かい、総需要が小さくなってマーケットも縮んでしまったため、日本経済が成長を維持するには、外国の需要を取り込まなければならぬという事情があるからです。そのことは、あらゆる分野について言えるわけで、観光も例外ではないと思います。観光立国が

国策の柱の一つとしてこれだけ大きく掲げられるようなことは、過去には例がありませんでした。今までは、国内の1億人市場で観光需要をしっかりと作ってあげれば、十分に成長ができたけれども、それにも限界が見えてきているため、観光の分野でも外国の需要を取り込み、各国と一緒に日本も成長していくという考え方が必要になってきているわけですから、今回のツーリズムエキスポへの動きは、そうした時代の変化の

「ツーリズムEXPOジャパン」 誕生の意義を語る



菊間 潤吾・日本旅行業協会会長

象徴でもあると考えています。中国や韓国、台湾などの連携の話がありましたけれども、一つの機会として、ユネスコの世界無形文化遺産に日本食が登録されるという動きがあり、それと前後して、韓国のキムチもその対象となるはずですが、キムチも日本食も発酵技術をベースにした食文化で、欧米との比較では、この地域のユニークな面白さが浮き上がる形となっています。例えば、非常にタイムリグ良くそういう動きになっているわけですから、この地域における食文化の無形文化遺産登録を契機に、日韓で観光分野の色々な連携を具体的に進め、それによって冷え切った他の部分にも温かい影響が及んでいくというような展開もあるかもしれません。観光というものは、そうした可能性を秘めていると思います。物見遊山の観光ではなく、お互いの文化を味わうような旅行を通じて、人と人とのつながりが生まれ、庶民レベルでそういう心の絆ができていけば、平和に向けての

確かな礎になっていくだろうと考えています。

菊間会長 おっしゃる通りだと思います。もう一つ、国内の1億人市場で観光需要をしっかりと作って来た日本は、世界的に見ても非常に国内旅行が発展しており、他の国でここまでのレベルにある例をあまり知りません。日本の場合、訪日旅行促進の動きを本格化させる前の時点で、国内旅行を受け入れるための基盤がきちんと整備されていて、例えば、名物料理や名産品なども含めて、各地に旅行文化ともいべきものがある



山口 範雄・日本観光振興協会会長

ちんと確立されています。そういう形で環境が整っている国というのは、世界中を見渡しても、実は始まらないです。海外では、これから外国人旅行者の誘致を図ろうとする時に、売り込みたい場所はあっても、宿泊施設が不十分だったり、レストランがなかったり、買うものもなかったりということ、その辺りから対応を始めなければいけないケースも少なくないわけですが、日本の

場合、それは全部出来上がっています。これまで「JATA旅博」に来ていた人たちが、ツーリズムEXPOジャパンになって、日本国内各地からの様々な出展を見た時に、恐らく驚くのではないかと思います。ですから、世界が注目している舞台に、完成度の高い日本の国内観光を載せるだけで、大きな相乗効果が現れると期待しています。

オールジャパンへ確かな一歩を

——ツーリズムEXPOジャパンは、日本の旅の文化を発信していく場にもなっていくのではないかと思いますけれども、どのようなイベントに育てていきたいと考えていらっしゃるのでしょうか。

山口会長 菊間会長がおっしゃったように、今までは旅行というと、旅行社や運輸機関、宿泊施設などの皆さんが、直接的に旅行マーケットを作り、支えてきたと思いますけれども、前段でお話をさせていただいたような体験型や交流型の旅行では、従来の物見遊山ではなく、もっと多面的な活動になるわけですから、その多面的な活動に関わる産業分野の皆さんも、強い関心を持ったり、実際に携わったりすることになると思います。また、食やエンター

テイメントなどでも、まだ、全国区で有名になっていないけれども、それぞれの地域では、非常にユニークで地元で根強く支持されているようなものもあるはずですが、そうした他産業や各地域の新しい皆さんが、観光の新たな一翼を担うことになり、そこから、また、新しいアイデアが生まれて来て、日本としての国際競争力を高めていくような展開につながっていくような場としてのツーリズムEXPOジャパンというイベントに発展させることができたかと考えています。様々な分野の人が参画し、取り組みがどんどん広がっていくはずだと期待しています。

菊間会長 「JATA旅博」は今年、国連世界観光機関（UNWTO）と包括的パートナーシップ協定を結びましたが、先日、ロンドンのトラベルマートでもUNWTOの方と話をしたら、日本を舞台にアジアをどう発信していくかということを考えており、我々の持っている色々なものを世界に発信するためのベースが出来つつあると思います。ツーリズムEXPOジャパンも、当然、そうした場として見られることになるわけですから、初年度となる来年は、世界に向けてきちんと発信できる会議

の構成や様々な工夫を凝らして、国際旅行市場での日本のプレゼンスを高める機会にしたいかなければなりません。今回、日観振と二緒にイベントを運営することになり、日本を代表する企業の皆様にも組織委員会に入っていただき、各方面から色々なアイデアをいただき、様々なテーマで発信する場にも高めていけるのではないかと期待しています。確かに、訪日旅行者数の規模では小さいかもしれませんが、来年で渡航自由化50周年を迎える日本は、ヨーロッパやアメリカと並ぶ世界の先進国として位置づけられていることも事実です。アジアを代表するイベントとして、ツーリズムEXPOジャパンが世界に向けてアジアを発信する場になっていくことは、国際的な要請でもあると思います。その意味でも、観光関連の様々な業界だけでなく、世界的な日本の産業も参画して観光に着目していただくということ

は、非常に重要な意味を持つわけですから、その面でも、今回の2つのイベントの統合の意義は大きいと考えています。1年では難しいかもしれませんが、2〜3年かけてでも本当の意味でのオールジャパン体制をどう実現するか、まずは、その第一歩を確実に踏み出していかねばなりません。