

第二弾は「韓国復活緊急フォーラム」

JATAは今年2月、「海外旅行者数の2000万人達成」を目指してアウトバウンド促進協議会を設立しました。プロとしての旅行会社のスキルアップによる需要創造や市場開発を目指す同協議会は、年間を通じて様々な活動を展開する計画です。本誌では協議会の活動を誌面で紹介していきますが、今号は3月に東京・芝公園のザ・プリンスパークタワー東京で開催された「韓国旅行復活緊急フォーラム」韓国再発見「ブランド・アイズ」の概要を報告します。

プロとしての商品づくり

JATA海外旅行推進委員会委員長でJATAアウトバウンド促進協議会の会長を務める菊間潤吾JATA副会



韓国旅行の復活に向けて、日韓双方の関係者が集まりました

長は緊急フォーラムの冒頭で、日本からの海外旅行需要が様々な環境変化によりアップダウンを繰り返してきたことと言及し、「旅行会社として、市場環境の良し悪しに左右されるのではなく、どんな市場環境でもプランナーの知恵と工夫でマーケットを動かしていくことが大事だ」と強調。旅行会社離れやFIT化が時代の流れではあるものの、「旅行会社が単なる受け皿的な商品をつくるだけにとどまっていたら、旅行会社離れがさらに進んでしまう」と警告し、「魅力を感じてもらえる商品をつくり続けていくからこそ、旅行会社の存在意義を支える一番のベース」と訴えています。

協議会による最初の事業となった今回



アウトバウンド促進協議会による最初の事業となった緊急フォーラム

の緊急フォーラムは、旅行会社のプランナーがプロとしての商品づくりを実現していく上で、各国関係者らと密接な関係を維持するための場づくりを目指す協議会の役割を具現化するものとなりました。

2000万人達成の鍵は韓国の回復

菊間副会長がモデレーターを務めた今回の緊急フォーラムには、韓国観光公社(KTO)東京支社の申相龍支社長、日本旅行の高橋正浩執行役員、エヌオーイー東京支店の松浦真課長の3氏がパネリストとして登壇しました。

菊間副会長は、JATAの大きな目標である「海外旅行2000万人の達成」に向けて、「訪韓日本人旅行者数を増やしていくことが一番の近道であり大切だと認識している」と語り、海外旅行市場におけるデスティネーションとしての韓国の重要性を強調しています。

日本からの海外旅行者数は2012年に1850万人まで達しており、菊間副会長は「韓国と中国への旅行者数を当時の規模に戻せれば、2000万人に限りなく近づく数字となる」と指摘。「2000万人達成のためには、まず、韓国への旅行者数を回復させなければならぬ」と呼びかけた菊間副会長は、緊急フォーラムを契機に「韓国の魅力を再発見して数多くの新しいツアーを創り出し、日本からの旅行需要を喚起していきたい」と決意を示しました。

観光政策も「質」へシフト

KTOの申支社長は、「日本からはり

ピーターが非常に多くなり、FITマーケットに変化すると同時に、ソウルへの「極集中が進んできている」と説明。韓国の観光政策も質的な充実へのシフトを強めてきており、申支社長は、今年からソウル・釜山など大都市の深掘りをはじめ、地方への需要拡大や新素材の発掘などを進める方針を明らかにしました。今年が「全羅北道訪問の年」と設定されるなど、韓国の各地域で様々な取り組みも展開されており、申支社長は、「地方には潜在的な魅力を持つ観光地が沢山あり、日本の旅行業界の皆さんには是非関心を持っていただきたい」と呼びかけています。

エヌオーイーの松浦課長は、MERS(中東呼吸器症候群)の影響が深刻だった2015年から、韓国での地方商品の開発に力を入れてきたことを紹介。実際にトライすることの意義を指摘した松浦課長は、江原道と京畿道を組み合わせた最近の事例を挙げ、「ロケ地を巡るといって韓流部分も加えることで、韓流の宝庫と知っている層が反応した」と語り、地方展開で工夫を重ねてきた成果を強調しました。

また、日本旅行の高橋執行役員は、かつては韓国の3分の1程度の取り扱っていた台湾が韓国に匹敵するまでの規模に拡大してきている状況に言及し、単価や宿泊数で台湾を下回っている韓国は「大都市集中の度合いが大きい」と指摘。「都市の深掘りと同時に、地方も含めた周遊型の比率を高めていくことも重要だ」という認識を示しました。