

BtoB機能を高めて展示商談会に拡充 「キーパーソンズリスト」もデータで提供

ブースで商談を行う「メッセ型」展示会に

今年9月21日から24日までの4日間にわたり、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)2017』では、商談環境を整備してBtoB機能を強化するため、これまでの「展示会」を「展示商談会」に拡充します。



「TEJ2016」のアウトバウンド商談会と国内商談会には、合わせて686社・1038人が参加しました

従来のように商談専用会場だけではなく、TEJが提供するデータベースなどを使って出展者のブースでのアポイントメントをとり、各出展ブースでバイヤーと

セラーが商談を行う「メッセ型」展示会となるため、例年のBtoCの賑わいに加えて、展示商談会場でのBtoBも強化された「ハイブリッド型 旅の祭典」と、TEJが生まれ変わることになりません。

さらに、セラーとバイヤーの双方には、事前にそれぞれのコンタクト情報を「キーパーソンズリスト」としてデータで提供し、各出展ブース内商談アポイントメントだけでなく、事前や事後のコンタクトや商談を行うことも可能です。

TEJ2016の来場者数は過去最高の18万5844人を記録し、展示会には140の国と地域、国内47都道府県、1181の企業・団体が出展しました。TEJ2017では、BtoBの強化に伴い業界関係の来場者比率が高まると見込まれています。

海外旅行商談会は、9月21日に商談専用会場で実施される商談と22日の展示商談会場(各出展ブース)での商談とで構成され、マッチングシステムによるアポイントの自動生成も含めて、商談の強化が図られることとなります。

昨年の海外旅行商談会には、アウトバウンドセラー295社・431人とアウトバウンドバイヤー127社・173人が参加しており、参加者アンケートによ



商談ではセラーからバイヤーに対して素材情報の提供なども積極的に行われます

ると、商談会の満足度はセラーが70%強、バイヤーが80%弱という結果でした。また、商談結果については、セラーの約70%とバイヤーの約50%が「成約見込みがある」と回答しています。

「訪日ランドオペレーター商談」を新設

国内旅行商談会も、9月21日と22日にそれぞれ、商談専用会場と展示会で実施、TEJマッチングシステムによってアポイントメントを設定します。

昨年の国内旅行商談会には、国内セラー1140社・232人と国内バイヤー56社・72人が参加しており、商談会の満足度はセラー・バイヤーとも90%強で、参加者の大半が「満足」と回答しました。参加目的については、海外旅行商談会

のセラーでは「新規バイヤーの開拓」(62.5%)が最も多く、「将来に向けた販売ネットワークの構築」(58.8%)、「自社PR活動のため」(55.0%)となっているのに対し、国内旅行商談会のセラーでは「自社PR活動のため」(75.1%)、「バイヤーからの全体的な情報収集」(64.7%)、「新規取引先の開拓」(52.6%)という順となりました。

昨年の参加者アンケートでは、バイヤー・セラーの声として、「度に多くの旅行会社と商談できる場として毎年活用している」「今回はアポイントメントを7つ取ることができたので積極的に素材情報を提供した」(アウトバウンド商談会)、「多くの旅行会社が堂に会し、二度に面談できる貴重なチャンスとして利用している」「地元では着地型旅行の企画を作り受け皿を整備しているの、こういう場を通じて旅行会社の販路と結び付けたい」(国内商談会)といった声が寄せられています。

また、JATAのツアーオペレーター品質認証制度登録旅行会社など訪日ランドオペレーターのバイヤーを、セラーである国内訪日出展者の外客誘致担当者が訪問する「訪日ランドオペレーター商談」も今年から実施します。

BtoB機能が強化されたTEJで商談を行うためのバイヤー登録も、例年の6月から5月に開始を早めることにしており、JATA会員各社による積極的な参画が期待されています。