ツーリズムEXPOジャパン・フォーラムでは、海外旅行・国内観光・訪日旅行のテーマ別シンポジウムが開催され、内外から登壇した自治体やツーリズム産業の関係者らが議論を深めました。また、ユニバーサルツーリズムやラグジュアリー・トラベルといった特定分野を対象とするツーリズム・イノベーション・セミナーも実施されています。

海外旅行シンポジウム

「旅行商品」ではなく「旅」を創る

海外旅行シンポジウムでは、「顧客のニーズはどこにあるのか?～多様化する海外旅行市場、新しいデスティネーション――新たな顧客開発のために旅行会社は何をなすべきか～」をテーマに議論が繰り広げられました。

(左から) ワールド航空サービスの松本佳晴代表取締役社長、クオニイジャパンのビクトー・ロペス代表取締役社長、メキシコ観光局のギジェルモ・エギアルテ駐日代表

JTBワールドパケーションズの生田亨代表取締役社長

旅行者の消費行動やモチベーションの変化が着実に進行する中で、特に、パッケージツアーを利用する旅行者が減少していることから、シンポジウムでは、いわゆる〝ONE SIZE FITS ALL〟の時代が終焉し、画一的な海外旅行商品を企画・造成・販売することが旅行会社の役割ではなく、各社のオリジナリティで旅行をプロデュースし、「旅行商品」ではなく「旅」を創ることこそが旅行会社に求められている役割ではないかという状況認識で一致しました。「旅行＝デスティネーション」という考え方から離れて、旅行者のニーズを満たす旅のコンテンツや演出を提案することこそが今旅行会社に求められています。

(左から) NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構の大西雅之理事長、一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューローの多田稔子会長、日本政策投資銀行地域企画部の浅井忠美部長、トリップアドバイザーのサラ・マシュー アジア太平洋地域デスティネーション・マーケティング・セールスチーム統括部長

公益財団法人日本交通公社観光政策研究部の山田雄一次長

シンポジウムでは、成田／タシケント線に就航しているウズベキスタン航空にサマルカンドへのチャーター便運航を働きかけて、ツアーが大きな成功を収めている事例等も報告され、「旅のREBORN（再生）」に取り組むことの重要性が改めて確認されました。

(左から) フランス観光開発機構のクリスチャン・マンテイジェネラル・マネージャーとフレデリック・マゼンク在日代表、高山市の丸山永二海外戦略部長、信州白馬八方温泉しろうま荘の丸山俊郎支配人

日本政府観光局の蟹川彰グローバルマーケティング部長

国内観光シンポジウム

DMO組織の維持・強化の道筋を議論

「DMOは地域の観光を変えるか?」をテーマに掲げた国内観光シンポジウムでは、「大地の芸術祭」や「瀬戸内芸術祭」などの総合ディレクターも務めるアートフロントギャラリーの北川フラム代表取締役会長が、基調講演「美術による地域づくり」を行いました。

国内でDMOという言葉や概念が定着する以前から、地域に根差した観光振興の取り組みは進められてきていましたが、マネジメントやマーケティングの機能を本格的に発揮できる組織はまだ少ないのが実状です。シンポジウムでは、明確な目標設定や目標達成に向けた財源の確保・創出、プロフェッショナル人材の安定的な確保、民間ノウハウの導入といった課題を解決しながら、DMO組織の維持・強化を図るための道筋について、これまでの取り組みに基づく知見などが共有されました。

高度な経営力や地域商社機能の強化などにより、DMOの収益性を高める必要があることも指摘されています。

訪日旅行シンポジウム

地域間の違いこそ魅力の源泉

訪日外国人旅行者数は順調に増加を続けているものの、欧米などからの旅行需要は十分に取り込めていない状況で、訪日旅行者による消費額の拡大も求められています。訪日旅行シンポジウムでは、「欧米豪からの誘客強化に向けて」をテーマに、外国人の視点からの提言やすでに誘致に成功している自治体や民間事業者のケースなどが紹介され、地域にもたらす意義や効果について理解を深めました。

地域ならではの独創性によって欧米豪からの旅行者を呼び込んでいる成功例からは、全国各地の地域間における違いこそ魅力の源泉となることや各々のアイデンティティを明確に打ち出すこと、行政と民間事業者と住民が地元に誇りと愛着を持って協働すること、地域のストーリーを組み立て付加価値を高めること、などの重要性が浮かび上がってきています。

また、個の利益だけでなく全体の利益も考えながら、オールジャパンでの取り組みが求められることも確認されました。