

アウトバウンド促進協議会のアジア部会は、東アジア(中国・韓国・台湾)を除くアジアの全方面をカバーしており、モンゴルや香港・マカオから東南アジア、南アジアに至るまでの21カ国・地域と広範に及びます。数値目標としては日本人旅行者数を、2016年の640万人から2020年には720万人へ、4年間で80万人を積み上げる計画です。部会長を務める株式会社阪急交通社の松田誠司代表取締役社長に、活動の方向性や考え方について語っていただきました。



株式会社阪急交通社 松田誠司 代表取締役社長

買いやすさより 旅行に行きたくなる動機追求

——部会としての活動方針について、お聞かせください。

松田 まず、旅行会社でなければできない魅力ある商品の提供に努めていかなければ

アジアチーム 松田誠司 部会長に聞く サプライザーと協働で底上げ図る

なりません。日本からは近距離のデスティネーションということになりますから、より以上に旅行会社の提案力が問われると考えています。オンライントラベルエージェント(OTA)が浸透している中で、近距離のデスティネーションではどうしても旅行者が自ら航空座席やホテルの予約を行いがちです。すなわち、リアルな旅行会社としては、買いやすさよりもそれぞれのデスティネーションに行きたいという動機付けを追求して、需要の開拓に取り組んでいかなければなりません。そのためにも、各国・地域の政府観光局や航空会社・ホテルなどサプライザーと連携し、協働してアジア方面への旅行気運を盛り上げていく必要があります。

——具体的な協働の取り組みとしては、どのようなことが想定されるでしょうか。

松田 例えば、2017年に日本との修好130周年を迎えたタイについては、アウトバウンド促進協議会が発足する以前から、双方向交流の拡大に向けて政府観光局との協働スキームを構築しています。タイへの日本人旅行者数を2020年までに200万人とすることを目指してMOUを締結し、テーマ性の高い旅行商品の開発を目的とするファミツアーも実施しまし

た。絶景や女子旅、ゴルフ、歴史街道、花などをテーマとしたファミツアーを通じて、タイの持つ多様な魅力を提供できる素地を築けたものと考えています。

2018年には、インドネシアとの国交樹立60周年やベトナムとの外交樹立45周年を迎えるほか、タイ観光年やラオス観光年などもあり、こうした節目や機会を捉え、政府観光局と連携して旅行需要喚起を積極的に図っていく方針です。

チャーターや地方の取り組みで拡大を

——広範に及ぶ対象地域での新たなデスティネーション開発も期待されるところで

松田 アジア地域は多くの魅力を秘めていますが、まだ、日本市場には十分に浸透していないデスティネーションも多く残されています。日本からの直行便が飛んでない国々も、多様な観光資源を擁しており、商品開発につながるセミナーやファミツアーなどを実施していきたいと考えています。11月1日には、インドネシア・カンボジア・ラオス・ミャンマーの政府観光局やオペレーターによるプレゼンテーションも行われた「インドシナ諸国の魅力ある祭り」を開催し、商品化

につながる「祭り」素材が紹介され、50名以上の方が参加されました。今後もプランナー向け企画として、オフ期増売デスティネーションの深掘り・新しい素材の開拓等をコンセプトにセミナーを行う予定です。

——2020年までに80万人の旅行者増を実現する道筋については、どのように見通されていますか。

松田 セグメント別では、若者への取り組みが若年世代による海外経験を通じて将来のリピーターづくりに繋がられる点で非常に重要で、旅行意欲が旺盛な熟年層に対しても魅力溢れる体験を提供できるよう、施策を検討していきたいと思っています。

また、依然として日本からの出国率が低い状況も踏まえ、地方からのチャーター便運航にも積極的に取り組んでいく方針です。チャーター規制緩和で、業界にとってもビジネスチャンスが広がっており、来年度に向けてアンコールワットのあるシムリアップへのチャーター便を順次、国内各地から運航する計画案を練っているところです。

日本人旅行者の多いデスティネーションとしては、中国・韓国・台湾・タイが100万人以上でトップ4となっていますが、少し水を空けられる形で50万人前後の国・地域がアジアには多くありますので、部会として底上げを図っていききたいと考えています。

旅行会社ならではの付加価値商品を 「美しい街道・道20選」に高い関心

欧州方面への海外旅行需要の復調に向けて期待が高まる中、JATAアウトバウンド促進協議会欧州部会は、フランス観光開発機構の日本代表であるフレデリック・マゼンク氏（欧州部会副部会長）の尽力により、EU加盟国の在日観光局・大使館と合同で10月18日、東京・南麻布のEU大使館（駐日欧州連合代表部）で旅行会社を対象とする「EU諸国セミナー&ワークショップ」を開催し、新たな商品造成や販売強化の機運醸成に拍車をかける形となりました。



セミナーのプレゼンテーションに聞き入る参加者ら

ヨーロッパの美しい街道・道20選

国名	地域	タイトル
イタリア	カラブリア州	虹色の道
イタリア	カンパニア州	神々の道（アマルフィ絶景の道）
英国	北ウェールズ	不思議の国ウェールズ 古城街道
英国	イングランド、ウェールズ	イングランド田園街道
オーストリア	シュタイヤマルク州	りんご街道
オランダ	ベームスター	世界遺産ベームスターとお花畑の道
クロアチア	イストラ半島	イストラ三味街道
クロアチア、ボスニア	プリトヴィツェなど	エメラルド街道
スイス	ラッパースビル	聖ヤコブの道
スイス	グラウビュンデン〜ティチノ	アルプス湖畔街道
スペイン	カタルーニャ	カタルーニャ地方の中世の街並み街道
スペイン	アンダルシア	カリフ王国の道
チェコ	ボヘミア地方	ボヘミアン交易街道
ドイツ	シュヴァルツヴァルト	黒い森高原街道
トルコ	イズミル県	エーゲ海オリーブ街道
ハンガリー	バタトン・ハイランド地方	バタトン・ハイランドの道
フランス	プロヴァンス地方	ラベンダー街道
フランス	セーヌ川流域	セーヌ絵画街道
フランス	プロヴァンス地方	幸せの蜆街道
ベルギー	ブリュッセル郊外	ブリュッセル街道

セミナーでは、同協議会欧州部会が選定した「ヨーロッパの美しい街道・道20選」などをテーマに、JATA海外旅行推進部の保坂明彦副部長がプレゼンテーションを行いました。ワークショップには、欧州20カ国がセラーとして出展、旅行会社の関係者など130人がバイヤーとして参加しており、「美しい街道・道」に関わる情報提供や資料請求などが相次ぎました。

保坂副部長はプレゼンテーションで、アウトバウンド促進協議会の役割やJATAが選定した「ヨーロッパの美しい村30選」と欧州文化首都の販売実績について報告した後、今年選定された「美しい街道・道」の商品化に向けて、それぞれの特徴や魅力などを説明。さらに、ワークショップに出展した20カ国の観光資源や観光素材などについても紹介しています。

保坂副部長によると、「美しい街道・道」に対する旅行会社の関心は極めて高く、スタートから3年が経過した「美しい村」の実績も3万人を超える勢いを示す中で、新たなテーマとして提示された「美しい街道・道」を商品造成や販売強化の足掛かりにしたい、こうという旅行会社各社による意欲の強さを感じられる展開となっているようです。

すでに、欧州各国観光局の間から「美しい街道・道」を対象とするファムツアー実施の意向が示されているほか、「美しい村」についても改めてファムツアーを検討する動きも出てきており、それぞれの題材を前面に打ち出していく機運も高まってきています。11月初めにはフランス観光局とドイツ観光局が共同で「美しい街道・道」をテーマに掲げてセミナーを開催するなど、独自の動きも始まりました。



旅行会社の関係者ら130人が熱心に情報収集を行ったワークショップ

保坂副部長はプレゼンテーションで、2018年の欧州文化首都となるオランダのレーワルデンについて、だまし絵で知られ日本でも人気の高いエッシャーの出身地であることを

紹介するなど、20カ国それぞれの具体的な掘り下げ可能なテーマやユニークな切り口にも言及。同副部長は、「モノ・デザイン・ショーやリゾート・デザイン・ショーにおけるOTAの取り扱いシェアが拡大する中、旅行会社の間では、知恵を絞り出して付加価値の高い周遊型旅行を作っていくかなければ」という考え方も浸透してきている」と語り、「新しいテーマで旅行会社による商品造成が本格化する来年度上期からの動向を注視していきたい」と期待を示しています。

今回のワークショップへの出展国数は昨年の15カ国から20カ国に拡大し、旅行会社による参加も当初の100人という目標を大幅に上回る130人に達したことも、観光局側と旅行会社側の双方における機運の盛り上がりを示すものと言えます。



2018年の欧州文化首都となるオランダ北部フリースラント州の州都・レーワルデン。年間を通じて文化や芸術関連のイベントが多数開催されることから、ツアーの付加価値を高める目玉としても注目されます（© オランダ政府観光局 www.holland.com）