

# 「ツーリズムの新しいカタチ」 テーマ別ゾーンで見える化を図る

公益社団法人日本観光振興協会（日観振）とJATA、日本政府観光局（JNTO）は9月20日から23日までの4日間にわたり、第5回「ツーリズムEXPOジャパン（TEJ 2018）」を東京ビッグサイトで開催します。

世界最大級の旅の祭典TEJは、来年は大阪、再来年は沖縄で開催。東京での区切りとなる今年は、海外・国内・訪日旅行の「三位一体」型イベントとして、テーマ別観光に照準を合わせた特設エリアが展開されるほか、海外・国内・訪日に分かれていた商談会が「展示商談会」として一本化されます。

## 「展示商談会」 多様なマッチングで 商談内容も拡充

昨年まで商談専用会場で実施されていた商談会は、今年からバイヤーとセラーが各出展ブースで商談を行う展示商談会に一本化されると同時に、商談会出席者のプロ



出展ブースで商談を行う本格的な「メッセ型」展示会に

フィールと商談相手の希望をより詳細に登録できるようになり、アポイントメントマッチングの精度も高まります。また、「出展者とバイヤー」だけでなく、「出展者と出展者」や「インバウンド観光ビジネス総合展」出展者とのマッチングも可能となり、商談内容は大幅に拡充。B to B機能のさらなる強化を図ります。

## 「国内展示」 地域の観光資源を繋ぐ 酒蔵に注目

国内部門の展示では、全国各地で広がる「新しいツーリズムのカタチ」にスポットを当てる特設エリアの一つとして、「テーマ別観光による地方誘客事業」における注目分野となっている「酒蔵ツーリズム」が展開されます。

日本酒蔵ツーリズム推進協議会の事務局が設置されている日観振・営業推進本部の杉野正弘・地域ブランド創造担当部長兼国際交流推進室担当部長は、「国内の旅行者だけでなく、インバウンド旅行者の間でも

日本酒の関心度と満足度が高く、日本食やショッピング、自然・景勝地観光との親和性も高い酒蔵ツーリズムは大きな可能性を持つ」と指摘。「酒蔵は、地域のグルメや観光資源を有機的に結びつけるものでもあり、ツーリズムの需要を創出できる存在だ」と強調しています。

酒蔵ツーリズムのテーマゾーンに出展する群馬県観光物産国際協会の上村基・観光物産部観光地域づくりDMOマネージャーは、「5年前に7つの酒蔵が集まって『利根沼田酒蔵ツーリズム協議会』が設立され、パンフレットの作成やモニターツアーの実施、店頭掲示用看板の製作、沼田まつりへの出展、さき酒会の実施などにより、地域における気運醸成も含めて一定の成果を挙げている」と説明。日本酒だけでなく地ビールメーカーや地元のワイナリーも参画していることから、今回の出展を通じて、「一般来場者による認知度向上を図ると同時に、旅行会社にも群馬県の新たな目玉として訴求していきたい」と考えます。

また、はりま酒文化ツーリズムを推進している兵庫県の播磨エリアは、「酒米の王様」山田錦発祥の地であり、奈良時代に編纂された『播磨国風土記』に最も古い日本酒造りの記述も残されていることから、「日本酒のふるさと」を合言葉に取り組みを行っています。はりま酒文化ツーリズム協議会の事務局のある姫路市市



地域の風土も色濃く反映している酒蔵



「家族の絆」も再確認できるリゾートウェディング  
（写真提供：JTB ウェディングプラザ）

## 「海外展示」 ともに結婚式を創る 充実感

海外部門ではデスクインーシヨンを中心とする従来からの展示に加え、「アドベンチャーツーリズム」などとともに「リゾートウェディング」のテーマゾーンが設定されます。

海外旅行需要の伸び悩みが続いていた時期にも、海外旅行におけるハネムーンやリゾートウェディングの市場は底堅い需要によって支えられてきました。

そして近年、「家族の絆」「家族への感謝」を重視する傾向が強まる中、家族が揃って過ごす時間が見直されてきていることなどを背景に、新郎新婦や家族・友人など参加者全員が楽しめるリゾートウェディングが改

長公室・地方創生推進室の平井慎二主任は、「日本で初めて麹を使って日本酒が造られた庭田神社の存在をアピールし、酒造りの歴史や山田錦の特性、特産の味噌や醤油などの『麹文化』も前面に打ち出して、酒蔵ツーリズムの真髄を知っていただきたい」と出展への意気込みを語っています。

めて注目されています。

このテーマゾーンに出展するITBブライダル部営業管理課の高野正代営業企画担当課長は、「単なる結婚式だけでなく、参列する人たちもリゾート地で旅行気分を満喫しながら時間をとることができる貴重な機会として、リゾートウェディングの意義は大きい」と指摘。「国内での挙式よりも密度の濃い人たちが集まり、新郎新婦と一緒に結婚式を創り上げていく充実感はりゾートウェディングならではの」と語り、その魅力を強調しています。

テーマゾーンでは、模擬結婚式やファッションショー、リゾートウェディングの魅力を語るトークショーなども検討されており、通常の観光では味わえない「ステイネーションの魅力も体感できる「新しい旅のカタチ」を来場者に訴求することになります。

## 「スポーツツーリズム」ラグビーワールドカップで新たな旅行文化創造も

2019年のラグビーワールドカップ(RWC)、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年のワールドマスターズゲームズと、国際的なメガスポーツイベントの日本での開催を控え、スポーツツーリズムの盛り上がりにも期待が高まっています。

そのスポーツツーリズムのテーマゾーンには、ラグビーワールドカップ2019組織委員会が出展し、RWCが日本で開催されることの意義やラグビーの魅力などをアピールします。

— 同組織委員会チケティングマーケティング

グ局の森重紹一マーケティング部長は、「2019年9月20日から1カ月半近くにわたり全国12会場で試合が行われ、その間世界各国から多くのサポーターや観戦客が日本を訪れ、日本各地を旅行する機会にもなる」と説明。国際的なスポーツイベントとしてだけでなく、訪日インバウンド需要の拡充にも一定の成果が見込まれることを強調しています。

また試合が開催される都市だけでなく、出場国が事前キャンプを行う都市などでも、各国の代表チームなどとの交流も深められ、「ラグビーを通じた地域ベースでの国際交流の活性化に貢献することも期待される」(森重部長)。スポーツツーリズムを通じた新たな旅行文化の創造も、RWC日本大会の「レガシー」として期待されています。



「国際交流」の真髄を体現する「ノーサイド精神」

## 主催団体トップ3氏からのメッセージ

※観光経済新聞社が企画した座談会を、本誌が独自に構成(写真提供:観光経済新聞社)



### 「三位一体」型イベントとして高まる存在意義

清野 智

日本政府観光局(JNTO)理事長

国は2030年における訪日外国人旅行者6000万人と消費額15兆円という目標を掲げています。インバウンドの旗振り役であるJNTOが主催団体の一つであるTEJにも、目標実現へ大きな役割を果たすことが期待されています。インバウンドの拡大にはアウトバウンドの発展も必須であり、国内旅行の振興も含めた「三位一体」型イベントとして、TEJの存在意義は高まるばかりです。TEJ2018には47都道府県のすべてが出展していますから、旅行会社の皆さんにも自治体とのネットワーク強化も図っていただき、インバウンドビジネスの取り組みに資する機会となることを期待します。



### 「新しいツーリズムのカタチ」の発見を

久保 成人

日本観光振興協会 理事長

今回のTEJ2018では、旅行のテーマ別にゾーンを設定し、テーマに即したマーケティングや事業を展開している国や地域、企業などに展覧していただいています。「みつけよう。旅の『新しいカタチ』」をテーマに掲げているように、展示会場での出展形式や出展方法も新たな挑戦を試みなければなりません。一般来場者の皆さんに「新しい旅のカタチ」を見つけていただき、旅行会社や観光事業者の皆さんには「新しいツーリズムのカタチ」をTEJ2018の様々な場面で感じ取っていただき、今後の事業展開やビジネスチャンスの拡大に資する機会としていただきたいと思ひます。



### 自分自身を高める場として活用を

田川 博己

日本旅行業協会(JATA)会長

今、アウトバウンドもインバウンドも国内旅行も、世界の潮流を知らなければ、これからの方向性を間違えかねないということを強く感じています。TEJの会場に来ていただき、その世界の潮流を少しでも知っていただきたい。自らのオリジナリティを高めるためにも、世界各国や日本各地でどういった取り組みが進められているかを知っていただくことが必要です。座学の間もたくさん用意されていますから、ぜひ、セミナーなどにも出席して勉強もしてください。単にTEJというイベントに参加するだけでなく、自分自身を高める場として最大限に活用していただければと思います。