

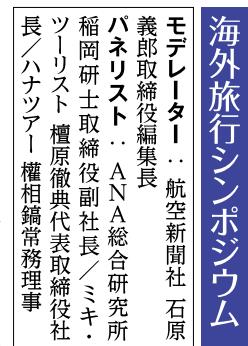
ツーリズムEXPOジャパン2018 テーマ別シンポジウム



海外旅行シンポジウムの登壇者



航空新聞社石原取締役編集長



モデレーター・航空新聞社 石原
義郎取締役編集長
バネリスト・ANA総合研究所
稻岡研士取締役副社長／ミキ・
ツーリスト 権相鑑常務理事

「ツーリズムEXPOジャパン(TEJ)2018」フォーラム&セミナーでは、「海外旅行」「デジタル・マーケティング」「ラグジュアリー・トラベル・マーケット」の各テーマ別シンポジウムが開催され、活発な論議が交わされました。

内外から登壇した 旅行産業関係者らが議論

デジタル・マーケティング・シンポジウム

モデレーター・トラベルボイス 鶴

本浩司代表取締役社長

バネリスト・日本政府観光局(JNTO) デジタル・マーケティング

室 吉田憲司室長／エクスペディア

ホールディングス 地方創生推進室 谷口紀泰室長／トリップアドバイザー

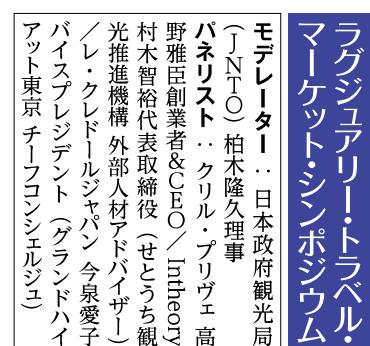
牧野友衛代表取締役／下呂温泉觀光協会瀧康洋会長

トバウンド市場の展望～アウトバウンド拡大がインバウンドの成長を促す」で稻岡氏が登壇し、アウトバウンドの拡大を実現していくためには、日本市場での供給航空座席の増加、A.I.をはじめとする先端技術の活用、デステイネーションとしての近隣諸国への活性化などがポイントになるという見方を示しました。

同氏もバネリストに加わったバネルディスカッションでは、壇原氏が創業以来の主要市場である欧州に加えてアジア市場への取り組みも強化している事業展開も踏まえ、「日本の旅行業界でもLCCの活用を進めれば、アウトバウンド需要の拡大も加速する」と訴えました。権氏も「LCCを積極的に利用して販売の拡大を図る」重要性を指摘するとともに、滑走路の延長や空港施設の拡充、空港運営時間の弾力的運用などを通じて地方空港への国際路線誘致を推進することもイン・アウト拡大を実現するために求めらるという考え方を示しています。



デジタル・マーケティング・シンポジウムの様子



モデレーター・日本政府観光局(JNTO) 柏木隆久理事

「ラグジュアリー・トラベル・マーケット・シンポジウム」
モデレーター・日本政府観光局(JNTO) 柏木隆久理事
バネリスト・クリル・プリヴェ
野雅臣創業者&CEO／Intheory
村木智裕代表取締役(せとうち観光推進機構外部人材アドバイザー)
アット東京チーフコンシェルジュ

いる岐阜県下呂温泉の事例紹介に基づいて、議論を深めています。牧野氏が「デジタルで得られたデータを精査して、ターゲットを明確にした上でプロモーションを開いていく必要がある」と指摘する一方、谷口氏は宿泊在庫の提供が海外に比べて遅く、泊食分離などの課題も抱える実状を踏まえ、「デジタル・マーケティングを積極的に取り込みなければ、市場の趨勢に取り残される」と警告。吉田氏は「リアルの旅行会社への訴求や海外での旅行行业への出展なども重要な配慮も求めています。

高野氏が「アラブ系はオールラグジュアリーが主流で、MBA取得者の多い欧米系はセレクティブ」と地域特性を指摘する一方、今泉氏は、日本市場での課題として「言葉と交渉における不安感を持つ傾向がある」と紹介。村木氏は、今後の役割が期待されているDMOの立場から、その経験も踏まえて「点を固めたうえで面に広げていくのがいいのが」と語り、その役割を強調しました。



ラグジュアリー・トラベル・マーケット・シンポジウム