

ツーリズムEXPOジャパン2018 テーマ別シンポジウム

内外から登壇した 旅行産業関係者らが議論

「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、活発な議論が交わされました。

海外旅行シンポジウム

モデレーター…航空新聞社 石原義郎取締役編集長
パネリスト…ANA総合研究所 稲岡研士取締役副社長／ミキ・ツーリスト 檀原徹典代表取締役社長／ハナツアー 権相鎬常務理事

「2030年双方向交流9000万人時代に向け、日本人アウトバウンド市場の潜在力について確認する」をテーマに掲げたシンポジウムで

は、基調講演「日本人アウ



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

「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同時に、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れるという考え方を示しています。

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」で稲岡氏が登壇し、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、AIをはじめとする先端技術の活用、デスティネーションとしての近隣諸国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。

同氏もパネリストに加わったパネ

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 本浩司代表取締役社長
パネリスト…日本政府観光局（JNTO） デジタル・マーケティング 吉田憲司室長／エクスぺディア ホールディング地方創生推進室 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／下呂温泉観光協会 瀧澤洋会長

「ICTを活用した観光地域づくりのあるべき姿を考える」をテーマに掲げたシンポジウムでは、NTTドコモの執行役員で法人ビジネス本部IoTビジネス部長を務める谷直樹氏が基調講演を行い、AIタクシーやAI運行バスなどの事例を紹介し、移動最適化が利用者増加と混雑緩和に役立っていることから、今後は、AIなどを活用したイノベーションが観光

利用用途のみならず、生活利用用途としても地域の活性化をもたらし、という見通しを明らかにしま



デジタル・マーケティング・シンポジウムの様子



トラベルボイス 本浩司代表取締役社長

「ラグジュアリー・トラベル・マーケティング・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
パネリスト…クリル・プリウエ 高野雅臣創業者&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）／レ・クレドールジャパン 今泉愛子 バイスプレジデント（グランドハイアット東京 チーフコンシェルジュ）

した。
パネルディスカッションでは、瀧澤氏による東アジアを中心に人気を集めて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展開していく必要がある」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まなければ、市場の趨勢に取り残される」と警告。吉田氏は「リアル旅行会社への訴求や海外での旅行イベントへの出展なども重要」と語り、デジタルとアナログのバランスを取る配慮も求めています。

「ラグジュアリー・トラベルの訪日促進に向けて」をテーマとしたシンポジウムでは、柏木氏が基調講演で「消費額の大きさが注目される富裕層は、新たなトレンドセッターにもなり得る」という見方を示しました。
パネルディスカッションでは、富裕層という言葉で括られるラグジュアリー市場について、金に糸目をつけない「オールラグジュアリー」、優先順位を意識する「セレクトタイプラグジュアリー」、快適性の高さを求める「クラシックラグジュアリー」、本物体験を志向する「モダンラグジュアリー」といったセグメントが混在していることに着目し、議論が進められています。
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トタイプ」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「言葉と交通に不安感を持つ傾向があること」を紹介。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を固めていくのがDMO」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 JNTO 柏木理事