



盛況となった昨年のツーリズムEXPOジャパン2017の主要シーン

DAY 1

20TH SEP.

●スケジュール

- 9:30~9:45
開会式(西展示棟3ホール)
- 9:45~10:25
ジャパン・ツーリズム・アワード表彰式(同上)
- 10:25~11:05
基調講演(同上)
- 14:30~16:30
第2回観光大臣会合
(東京コンファレンスセンター・有明)
- 17:00~18:00
WTTCネットワークキング・レセプション(同上)
- 18:30~20:00
WELCOME RECEPTION(西展示棟3ホール)
＜東展示棟1~6ホール＞
- 12:00~18:00
展示商談会
- 10:00~18:00
インバウンド・観光ビジネス総合展
- 12:30~18:00
ツーリズム・プロフェッショナル・セミナー
- 13:00~18:00
VISIT JAPANトラベル& MICE マート2018
(東展示棟7ホール) ※合同開催

過去最大規模のツーリズムEXPOジャパン開幕

「観光で地域創成を！」テーマに世界の観光リーダーが集結

セラー・バイヤー数は1300名に大幅増、来場者数も20万人視野に

日本観光振興協会(JTTA)、日本旅行業協会(JATA)、日本政府観光局(JNTO)の3団体が主催するツーリズムEXPOジャパン(TEJ)2018がぎょう開幕した。展示商談会を2日間、展示会は一般向けと合わせ4日間に拡大。14カ国の観光大臣が集結する観光大臣会合のほか国際観光機関からも主要メンバーが参加するなど、未来をにらんだ新しいツーリズムのあり方を世界視点で考え発信する場として注目が集まる。参加するセラー・バイヤー数は前回より3割増の1304名となり、来場者目標は19万5000人としている。

TEJ2018は、旅とツーリズムの「新しいカタチ」をテーマに掲げ、それらを発見・体験できる場やその「見える化」を目指している。展示商談会、交流会、顕彰事業とともに主要4行事のひとつであるフォーラム&セミナーは、基調講演や観光大臣会

合を通じて、今年のテーマ「観光で地域創生を！」をめぐる議論を深める。特に、世界14カ国の観光大臣と観光関連国際機関の代表、観光庁長官と東京都知事も参加する第2回「TEJ観光大臣会合」では、サステナブルツーリズムの実践例や成功例について具体的な報告などが行われ、今後の目指すべき方向性や将来への道筋などを探る内容となっている。

展示商談会では今年、2日間にわたる業界向け展示会で欧米のメッセ型展示会のように展示ブースで商談が行われ、一般向け展示会の2日間と合わせて、4日間に期間を拡大した。また、テーマ別ゾーンでは従来の留学に加え、新たにクルーズ、リゾートウェディング、アドベンチャーツーリズム、スポーツ・ツーリズムの4テーマを拡大設定した。

観光大臣会合でモデレーターを務める

アニータ・メンディラッタ氏は、「旅とツーリズムを通じて世界中の人々が精神と心を開き、国や文化、コミュニティを越えて、お互いの相違を理解し、尊重し、讃え合っている」と強調している。

日本政府が目指す「観光立国」を実現するため、2008年に観光庁が設立されてから10年が経過。観光庁設立のベースとなった観光立国推進基本法の前文は、観光が「国際平和と国民生活の安定を象徴するもの」であり、その持続的な発展は「恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活を享受しようとするわれらの理想」としており、今年で5回目となるTEJは、旅とツーリズムの「新しいカタチ」を示しながら、「観光立国」の実現に大きく貢献できる「世界最大級の旅のイベント」として成長を続けていくことを目指す。

主催者メッセージ



一般社団法人 日本旅行業協会
会長 田川 博己

ツーリズムの共通価値を 確認する“TEJ2018”

“ツーリズムEXPOジャパン (TEJ) 2018”にご参加いただき、ありがとうございます。

4年前にスタートしたTEJは、東京での開催に区切りがつく2018年を目標に、世界最大級の「旅のイベント」として完成度を高めてきました。当初から目指してきた海外・国内・訪日という3つの旅行分野による「三位一体」型のイベントとして、2018年は一定の完成形を実現できたのではないかと考えています。

昨年大成功を収めた観光大臣会議についても、今年は人数も増え、小池東京都知事にも出席していただき、2019年のラグビーW杯や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も見据えて、国際ツーリズムにおける日本のプレゼンスをしっかりと発揮したいと考えています。

地域を巻き込み、世界と国と地域とが同じレベルで話し合い、協働して取り組んでいくことが、日本の目指す「観光先進国」の実現に向けてカギとなるはずで

す。基調講演では、国連世界観光機関 (UNWTO) のズラブ・ポロリカシュヴィリ事務局長と世界旅行ツーリズム協議会 (WTTC) のグロリア・ゲバラ・マンソ理事長兼CEOに、世界のツーリズムの潮流を語っていただきます。

自然災害からの復興でも大きな推進力に

国連は2030年に向けた「持続可能な開発の目標」SDGs17を掲げており、国際的な交流を拡大し、相互理解を深め合うことで、国際平和を実現すること。雇用を生み、地方創生に資することなどツーリズムの果たす役割は大きなものがあります。

また、東日本大震災や熊本地震などの自然災害からの復興に、ツーリズムは大きな力となってきました。

また、世界で唯一の戦争被爆国であり、東日本大震災では原発事故にも見舞われた日本だからこそ、平和や安全の問題を解決していくためのメッセージを国際的に発信していく役割を、ツーリズム産業にも強く求められていると考えています。

このツーリズムEXPOジャパンは「旅の力」を見える化した、日本を、そして世界を代表する総合観光イベントです。ここでの出会いや発見を通じて、ツーリズムの新しい地平線を開拓することをお約束します。大いにお楽しみ下さい。



公益社団法人 日本観光振興協会
会長 山西 健一郎

“TEJ2018”で ビジネスチャンスの拡大を

“ツーリズムEXPOジャパン (TEJ) 2018”へ、ようこそおいでくださいました。

観光を取り巻く現状を考えると、日本社会全体のテーマとして人口減少や少子高齢化といった大きな課題があり、「観光交流の拡大」も非常に大切な方策として認識されてきていますから、ツーリズム産業に対する期待やその役割は極めて大きなものになってきています。

その交流人口を増やすための一つの柱が訪日インバウンド需要であり、国際旅行市場における動向を見ても、訪日外国人旅行者はさらに増えていくと予想され、外国人の皆さんにも快適に楽しく日本を旅行していただけるように努力していかなければなりません。

また、人口減少や少子高齢化は進んでいるものの、その一方で、日本人による観光消費のGDP比率は先進国の中にあって極めて低い水準にとどまっており、国内旅行も海外旅行も、まだまだ、伸びしろが残されているという状況もあります。

テーマゾーンで市場をリード

今回の“TEJ2018”では、従来の国別や自治体別、都市別といったブース展開に加えて、旅行のテーマ別にゾーンを設定し、それぞれのテーマに即したマーケティングや事業を行っている国や地域、企業などに出展していただいています。

例えば、国内では「日本酒蔵ツーリズム」や「産業観光」、海外では「リゾートウェディング」や「アドベンチャーツーリズム」などのテーマゾーンが展開されています。

“TEJ2018”で「見つけよう。旅の『新しいカタチ』」をテーマに掲げているように、「旅のカタチ」が変化してきているのに合わせて、展示会場での出展形式や出展方法も変わっていかねばなりません。

また、来場される一般の皆さんにも、テーマゾーンをはじめとする展示会場で「新しい旅のカタチ」を見つけていただくことにより、国内旅行や海外旅行に出かけたいというモチベーションを高めてもらえるように期待しています。

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ければと考えています。



日本政府観光局 (JNTO)
理事長 清野 智

訪日旅行6000万人時代へ 道筋拓く大会に

“ツーリズムEXPOジャパン (TEJ) 2018”にご出展頂いた皆様へ感謝申し上げますとともに、本日も来場頂いた全ての皆様を心から歓迎いたします。

日本政府は、2030年における訪日外国人旅行者数6000万人と消費額15兆円という目標を掲げており、観光庁と連携してインバウンド拡大の旗振り役を務めるJNTOが主催団体として名前を連ねるTEJにも、目標の実現に向けて重要な役割を果たすことが期待されています。

また、観光庁やJNTO、旅行会社による努力だけでなく、訪日外国人旅行者を受け入れる全国各地の皆さんにも、受け入れ環境のさらなる整備や地域全体における「おもてなしの心」の醸成など、訪日旅行のクオリティ向上のために力を注いでいただかなければなりません。インバウンドの拡大を図るためには、アウトバウンドの発展も重要であり、国内旅行の振興も含めた「三位一体」型のイベントとして、TEJの存在意義はますます大きくなっています。

このような観点から、訪日ツアーを取り扱う海外の旅行会社と日本全国の観光関係事業者が一堂に会して商談を行う“VISIT JAPAN トラベル & MICE マート (VJTM)”がTEJの会場で同時期に開催されるようになりました。

旅先など需要の平準化を急ぐ

昨年の訪日外国人旅行者数は2900万人に迫る規模となりましたが、その構成比では、東アジアと東南アジアが約85%を占めており、欧州各国や米国、豪州などは、まだ、低い割合にとどまっています。さらに、日本国内での旅行先を見ると、東京から富士山エリアを経て大阪にいたる「ゴールデンルート」が大半に及び、それ以外の地域も近年、高い伸び率を示しているものの、絶対数ではまだまだ少ないのが実状です。こうした状況の改善も「焦眉の急」となっています。

“TEJ2018”には全国から47都道府県のすべてにご出展頂いており、内外から参加されている旅行会社の皆さんとのネットワークの強化なども図っていただき、是非、今後のインバウンド拡大に資する機会として最大限にご活用いただければと思います。

TEJ2018注目の取り組み

持続可能なツーリズムビジネス活性へ多様な提案

世界視点の議論を展開、テーマ別観光や産業観光・DMOエリアなど拡大強化

ツーリズムEXPOジャパン(TEJ) 2018では、一般消費者向けに「見つけよう。旅の『新しいカタチ』」、業界関係者向けには「創ろう。ツーリズムの『新しいカタチ』」をテーマに掲げ、旅の「新しいカタチ」を発見・提供できる場を提供すると同時に、多様化しているツーリズムの「新しいカタチ」の見える化を実現し、フォーラム&セミナー、展示商談会、交流会、顕彰事業の主要4行事などを通じて、テーマの訴求と深化を図っていく。



昨年の観光大臣会合では、各国リーダーによって「持続可能な観光」の重要性が語られた

「観光で地域創生を！」と題して開催されるフォーラム&セミナーでは、基調講演で国連世界観光機関 (UNWTO) のズラブ・ポロリカシュヴィリ事務局長と世界旅行ツーリズム協議会 (WTTC) のグロリア・ゲバラ・マンソ理事長兼CEOが登壇し、世界的なツーリズムの潮流について、それぞれの立場から現状や見通しなどを語る。

さらに、昨年に続いて実施される第2回TEJ観光大臣会合には、アルバニア、ブータン、カンボジア、アイスランド、インドネシア、ラトビア、マレーシア、メキシコ、モンゴル、ミャンマー、フィリピン、スリランカ、スーダン、タイの14カ国から各国の観光行政トップをはじめ、UNWTO、WTTC、太平洋アジア観光協会 (PATA)、アドベンチャートラベル・トレード・アソシエーション (ATTA) といった国際機関や国際組織の代表に加え、観光庁の田端浩長官、東京都の小池百合子知事も出席する。

昨年に続いて、観光大臣会合でモデレーターを務めるアニータ・メンディラッタ氏は、「未来に向けて旅とツーリズムの持続的な成長を根付かせる」ために、「明確で信頼できる実行可能なフレームワークの提供を目指す」と意気込みを示している。

訪日・国内・海外旅行で
テーマ別シンポジウム

訪日旅行・国内旅行・海外旅行の3分野で実施されるテーマ別シンポジウムでは、それぞれ「ラグジュアリー・トラベル・マーケット」「デジタルマーケティング」「双方向交流9000万人時代」に焦点を合わせて、議論が繰り広げられる。

訪日インバウンド市場の拡充を図るに

は、訪日外国人旅行者数という規模を拡大するだけでなく、滞在日数や消費額などの増加を図ることも重要なテーマとなる。特に、欧米豪市場を中心とする世界の富裕層にとってのデスティネーションとして日本の地位やブランドを確立することは大きな課題であり、その取り組みの強化が求められるところだ。

国内旅行の活性化に向けては、日進月歩と言えるIT技術の進展やインターネット利用の日常化など、本格的なデジタル時代を迎えている中で、地域の観光推進組織が効率的・効果的に時代を捉えて対応しているとは言い難い状況で、情報通信技術を活かして地域としての課題解決にどう取り組むか、その道筋を見極めなければならない。

日本人海外旅行者数が年間2000万人の台を前に長期にわたって伸び悩みが続く一方、今年の訪日外国人旅行者数が3000万人を突破するのは確実な見通しとなっており、2030年のアウトバウンド3000万人とインバウンド6000万人を実現するためには、双方向交流拡大という視点からのアウトバウンド振興施策も重要性を増してきており、海外旅行のテーマ別シンポジウムでは、アウトバウンドの潜在力を確認する。

アジア全体として取り組むべき課題を取り上げ、その課題解決に向けた道筋を共有することを目指すアジア・ツーリズム・ビジネス・リーダーズ・フォーラムは、「持続可能な観光～アジアが世界をリードする」という3カ年テーマに基づいて今年のテーマを「観光ビジネスと地域の調和に向けたツーリズムのマネジメント」に設定。2つのセッションと総括セッションを通じて、持続可能なツーリズムビジネスの未来を展望する。

展示商談会とマッチングで
内容が拡充

“TEJ2018”では、昨年まで海外・国内・訪日に分かれていた商談会を一本化すると同時に、商談専用会場ではなく展示会場で全ての商談を行う「展示商談会」に刷新し、バイヤーとセラーが各出展ブースで商談する本格的な「メッセ型」商談会に生まれ変わる。

また、今年は、商談会参加者個人のプロフィールと商談相手の希望を詳細に登録することができるようになったことから、事前のアポイントメント・マッチングの精度も高まっている。

さらに、「出展者とバイヤー」だけでなく「出展者と出展者」の商談も行えるようにするとともに、昨年まではメディアミー

ティングの会場に限定されていたメディアとの商談にもマッチングシステムを導入。さらに、“TEJ2018”と同時開催される「インバウンド・観光ビジネス総合展」の出展者ともアポイント・マッチングが可能となったため、より広範な観光関連ビジネスの商談ができ、商談の内容も大幅に拡充されている。

ICTのトレンドや最新情報を
多彩に発信

“TEJ2018”開催期間中の20日と21日の両日には、東京ビッグサイト東展示棟でTEJと日本経済新聞社の共催により「インバウンド・観光ビジネス総合展2018」が開催される。

昨年初めて“TEJ2017”におけるフェアinフェアのB to B展示会として開催された同総合展には、訪日観光ビジネスを支援するマーケティング、多言語・ICTソリューション、映像・ウェブコンテンツ、関連機器・インフラ支援、空間設計・インテリア、人材支援、物販・体験企画などを手がける約80の企業や団体が出展。今年は、出展面積が2000平米から3000平米に拡大、コマ数も83コマから120コマに増えており、昨年以上の賑わいが見込まれる。

同総合展には、旅行業・観光産業以外の異業種の企業・団体による出展も多く、特に、多言語・ICTソリューション関連企業のブースでは、最新のVR (バーチャルリアリティ) を活用したプログラムや最先端の翻訳機器によるデモンストレーションも行われ、多くの来場者が実際に体験できることから、ビジネス機能の強化を進めるTEJの新たな目玉として注目を集めている。ソリューションを提供する企業・団体と訪日・国内・海外の各旅行分野における担当者が一堂に会する日本で唯一のイベントとして、極めて有用な場となりそうだ。

昨年に続いて、同総合展では、出展者に

TEJ観光大臣会合モデレーターに聞く

未来に向けて旅とツーリズムの
持続的成長を議論

キャッシュイ・コンサルティング 創設者 兼
代表取締役社長

アニータ・メンディラッタ氏

世界中の人々は旅とツーリズムを通じて、それぞれの精神と心を開き、国や文化、コミュニティを越えて、お互いの相違を理解し、尊重し、讃え合っている。そして、この力強く持続的な成長は、明確な意志によって実現されていくものだ。旅とツーリズムがどこでどのように、経済的にも社会的にも文化的にも環境的にもプラスに作用する力であり続けるかを明らかにするには、広い見識と直感性を伴ったリーダーシップが求められる。

観光大臣会合は、TEJの中核に位置するもので、前回は、問題の解決を目指す精神的なリーダーシップによる討論が、一つの力を全ての恩恵に結び付けるものとして測り知れない価値を持つものであることを示したと思う。今年のTEJ観光大臣会合には、官民双方から20人を超えるリーダーの皆さんが登壇し、旅とツーリズムにおける参画者として、人々を惹きつける地域にとって重要な原理や実践をめぐり建設的な発言を行う。この場を通じ、未来に向けて旅とツーリズムの持続的な成長を根付かせることができるよう、プライオリティとパートナーシップを機能させる信頼できるフレームワークの提供を目指したい。

よる多彩なプレゼンテーションやセミナーも実施され、インバウンド・ソリューションをめぐる最近のトレンドや最新情報などを知る貴重な機会と言える。

注目高まる アドベンチャーリズム

展示会の海外エリアでは、アドベンチャーリズム、リゾートウェディング、クルーズ、留学の新しいマーケットを特集するテーマエリアが設定されている。

アドベンチャーリズムで6社1団体、リゾートウェディングでは、これまで参加したことのなかったワタベウェディングやゼクシィ、マイナビなどを合わせて12社、クルーズで5社、留学で9社が出展。

自然を活かしたアウトドアアクティビティ観光としてオセアニアで発祥した観光分野と言われるアドベンチャーリズムは、UNWTOの定義では「自然」「アクティビティ」「異文化」の3要素のうち2つ以上の要素で構成されるリズムとされている。レジャー要素を中核とするこの分野では、旅行者の多くがコト消費に意欲的と言われ、欧米豪で注目が高まっており、市場の拡大や発展性が期待される。「TEJ2018」では、テーマエリアとして取り上げ、今後の可能性を探ることになる。

リゾートウェディングの魅力は、美しい海外のリゾート地で式を挙げるだけでなく、両親や友人などのゲストも一緒になって式を「創り上げる」ことが大きなポイント。海外旅行需要が伸び悩んでいた時期にも、海外旅行市場におけるハネムーンやリゾートウェディング市場は底堅い需要で支えられてきたことから、海外の美しい自然に囲まれた非日常的な空間での「スペシャルオケージョン」に焦点を合わせて、来場者への訴求を図る。

地域観光資源の意義と魅力を アピール

展示会では国内訪日エリアでも、酒蔵ツーリズムやスポーツ・ツーリズムなどのテーマ別観光のエリアが設定されると同時に、産業観光エリアが昨年よりも拡充されているほか、日本版DMO（デスティネーション・マーケティング／マネジメント・オーガニゼーション）の出展強化などが実現されている。

「利き猪口の中には、日本が詰まっている」という表現もあるように、酒造りには地域の様々な物語も込められている。

日本酒・焼酎・泡盛・ワイン・ビールなどの酒蔵を巡り、地域の人々と触れ合い、酒を味わう…。そして、地域の酒が育まれた地元の土地を散策しながら、地域ならではの郷土料理や伝統文化を楽しむ旅行こそが酒蔵ツーリズムだ。今回のテーマエリアでは、その土地でしか味わえない「酒蔵ツーリズム体験」を楽しむ企画も実施される。

スポーツ・ツーリズムでは、ラグビーワールドカップ（RWC）2019組織委員会とス

ポーツ庁を含む12団体が出展。「スポーツ」を観光資源として、「観光まちづくり」「ビジネスモデルの創出」を目指す団体が出展するエリアでは、実物のラフティングボート展示のほか、ステージでは、アウトドアスポーツの魅力を発信するセミナーも行われる。

RWC組織委員会のブースでは2019年のRWCに向けて、日本でのRWC開催の意義やラグビーの魅力のアピールする。事前合宿地や公式合宿地、試合開催都市など、大会期間中に参加する各国代表チームと地域との交流が深まる中で、大会のレガシーとして、特に、ラグビーをはじめとするスポーツ・文化をテーマにした地域間交流が根付くことも期待されている。

産業観光とDMOで 需要創出・市場拡大へ

既に、ツーリズムの「新しいカタチ」として一定の地位を確立してきている産業観光のエリアでは、学びや体験という“知的好奇心”を改めて訴求。ビジネスモデルの拡大も視野に入れて、出展者と来場者の双方にその魅力を感じてもらえる工夫が重ねられている。

「世界に誇る日本製品の製作現場を訪ねる旅」や「伝統の技が生み出す美しい工芸品に出会う旅」、「地元の食材を使った料理を味わう旅」、「日本の近代化を支えた産業の足跡を訪ねる旅」など、地域特有の産業に深く関わる工場・職人・製品や、昔の工場跡・産業遺構といった貴重な観光資源が、旅の「新しいカタチ」につながることにの認知をさらに深めてもらうことを目指す。

さらに、「TEJ2018」では、地域の観光資源を活かして、地域と協働しながら観光地域づくりに取り組む関係者を集めた「日本版DMO集合エリア」も設定。いわゆる観光スポットや自然、食、芸術など、地域に存在する観光資源に精通し、地域と多様な関係者が協働することを通じて、全国各地で地域における旅とツーリズムの「新しいカタチ」を目指す取り組みが進化と深化を続けている。

各出展ブースでは、観光地域づくりの舵取り役として期待されるDMO関係者らが、「日本の観光地域づくりの今」を発信して、ツーリズムの「新しいカタチ」への理解を深めてもらうことで、旅の需要創出と市場拡大を目指す。一般日のステージでは、出展者によるプレゼンテーションも実施され、各地域の魅力を直に再発見してもらおうという企画が繰り広げられる。

内外900社以上が 一堂に会して商談実施

日本政府観光局（JNTO）が主催する「VISIT JAPAN トラベル& MICE マート」（VJTM）は20日から22日まで、東京ビッグサイトの東7ホールで開催され、23日から25日・26日までの日程によりファムトリップも実施される。



今年は「リゾートウェディング」「アドベンチャーリズム」などのテーマエリアが新設された

商談会には、海外から約380社、国内から約560社が参加する予定で、国内外の訪日旅行関係団体・企業数は併せて900社以上に及び、延べ1万7000件以上の商談が行われる見通しだ。海外からは、旅行会社やMICEバイヤー、メディアなど、国内からは、DMO、宿泊施設、旅行会社、運輸・交通事業者、テーマパーク・飲食施設など、約530のセラーと約30のMICEセラーが参加する。

今年のVJTMでは、(1)自由商談時間が前回の2時間40分から5時間へ大幅に拡大されているのははじめ、(2)地域の魅力をアピールするファムトリップの充実と東

京視察の設定、(3)参加者間のネットワーキングとなる交流会の改善、なども図られている。

さらに、「TEJ2018」では20日夜に、TEJ出展者やセラー・バイヤー、VJTMバイヤー、業界関係者などのビジネス創出につながるネットワーキングの場として“WELCOME RECEPTION”を開催。約3000人が出席する会場では、COOL JAPAN コンテンツを中心に、日本の文化や先進技術などを披露する。また、参加者による交流の機会としては、同じく20日にWTTCネットワーキング・レセプションも開催される。

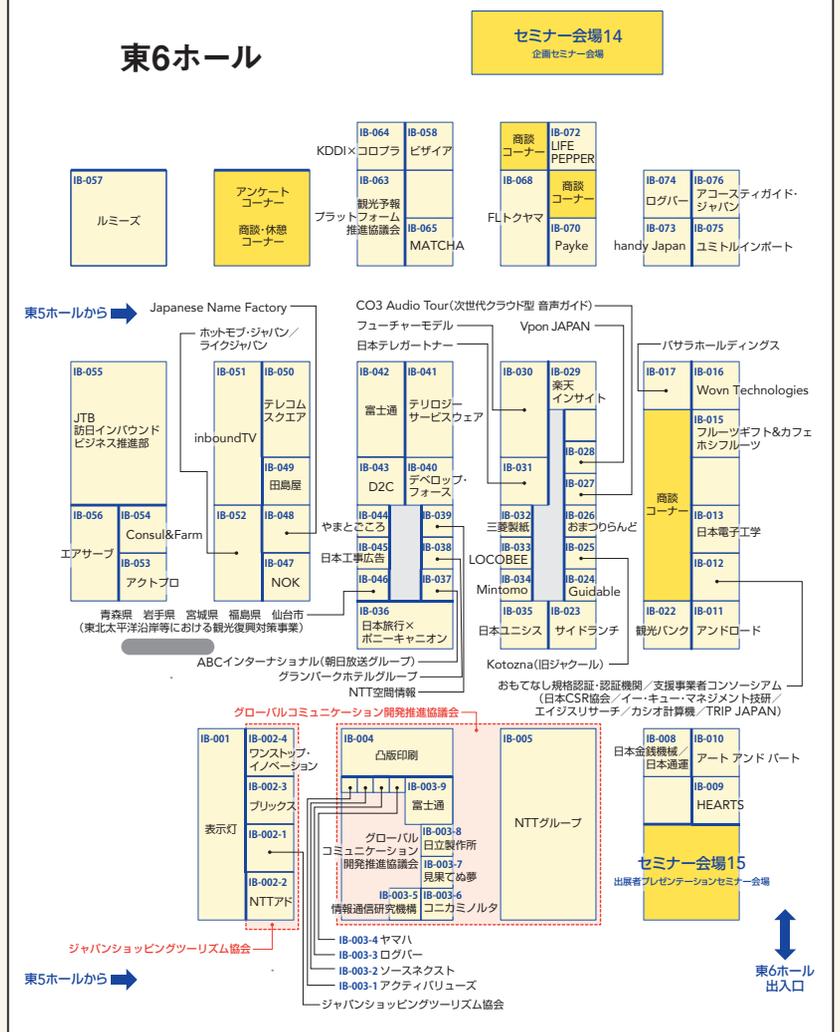
インバウンド・観光ビジネス総合展2018

日程：9月20日(木)・21日(金)

主催：ツーリズムEXPOジャパン、日本経済新聞社

展示規模：120小間／会場：東京ビッグサイト 東6ホール[ツーリズムEXPOジャパン内]

会場MAP



フォーラム&シンポジウム：モデレーターに聞く6つの論点

アジア・ツーリズム・ビジネス・リーダーズ・フォーラム

2018年
テーマ 観光ビジネスと地域の調和に向けた
ツーリズムのマネジメント

セッション ① 持続可能性に向けたツーリズムのマネジメント

太平洋アジア観光協会(PATA) CEO
マリオ・ハーディ氏

成長は喜びと潤いをもたらすが責任も伴う。安定した持続可能な成長は旅行目的地にとって明るい兆候だが、固定観念や方向性を見直す必要もあり一定の責任が伴うのだ。観光客の一極集中と過疎地域への分散化にはいくつかの問題があり、関係団体には今回の議論を機会に次のような考察が求められる。

- こうした持続的成長を前に質の高いサービスを維持できるか？
- 旅行産業が経験している急成長に呼応した適切なハードウェアとソフトウェアを適所に有しているか？
- この成長を効果的に管理する施策方針の作成は政府の役割か、民間セクターがすべき役割か？
- こうした上昇・拡大の成果は地域社会に還元され、長期間にわたり継続維持して管理できるのか？
- 旅行者の一極集中問題に対処するため、これまでにどんな新サービスあるいは政策を実施してきたのか？
- 運航都市で今後6カ月以内に到着旅客数が倍増した場合、あなたはその状況にどう対処するか？
- 平穏な日常生活に悪影響を及ぼすとして地域社会が旅行者数の拡大に抗議をし始めたらどうするか？ 彼らにどう説明するか？

セッション ② ツーリズム・ビジネスと地域社会の暮らしやすさ

和歌山大学 特別主幹教授、国際観光学
学研究センター 副センター長、英国
サリー大学 文学部・人文学部 学部長
グレアム・ミラー教授

近年の観光産業の成長に伴い、様々な事例が見られるようになった。観光産業は他の利害関係者と共存していかななくてはならないが、不都合な事実から目を背け、その一方で観光に関していろいろと不満を持つ人々や地域の頭越しに事業を拡大している。たとえ観光事業者と地域社会との間でうまく進められた事例があったとしても、いずれ観光産業の成長スピードについていけなくなり、結果的にそれを支持できなくなるような要因となる。そして、それが持続可能な取り組みに出遅れる一因となっている恐れがある。

観光産業は、企業や地域社会が互いに協力し合えるようにと懸命に活動する人たちから学びを得る必要がある。世界が、能力不足のリーダーが引き起こした諸問題を顕在化させているが、観光は、

情熱と知性と情報を駆使して複雑な問題に取り組む優れたリーダーを称賛すべきだろう。我々はまた、こうした相互にメリットのある関係が生まれているケースについて知り、そこから教訓を得る必要もあるのだ。

■総括セッション 持続可能なツーリズム・ビジネスの未来

総合モデレーター
株式会社JTB総合研究所
上席研究理事

高松 正人氏

旅行・観光の成長は世界の社会・経済の発展に大きく貢献するが、その一方で、航空・宿泊・陸上交通などの観光関連産業から排出される二酸化炭素が増加し、環境への負荷が大きくなることが懸念されている。国内外では、限界を超える観光客の集中が、観光地の伝統的文化や地域住民の生活に変化をもたらすなど、世界各地で、観光の成長に伴う環境面、社会・文化面の持続可能性への影響が大きな課題となりつつある。

観光の持続的な成長のためには、観光ビジネスの成長という経済面と、地域の伝統や文化、地域住民の生活、観光地とその周辺環境の保護がバランスよく調和することが重要である。

今年のフォーラムでは、持続可能な観光ビジネスを実践する国内外の先駆者をお招きし、「観光ビジネスと地域の調和に向けたマネジメント」をどのように実現し、地域全体の持続可能な成長にどのような形で貢献しているのか、持続可能性と企業の成長をどのようにバランスするかなど、業界のリーダーの皆さんが共通に抱えている課題に焦点を当てて議論する。

テーマ別シンポジウム

●デジタルマーケティング・シンポジウム

ICTを活用した観光地域づくりのあるべき姿を考える

トラベルボイズ株式会社
代表取締役社長

鶴本 浩司氏

本格的なデジタル時代を迎え、旅行や旅行行動はあらゆる場面で大きく変化している。消費者は観光情報を手軽に収集できるようになり、また航空券や新幹線や宿泊施設の予約もネット予約が一般的になった。さらにこれまで旅行手配は、旅行出発前のいわゆる「タビマエ」に行うのが主だったが、スマートフォンの普及により、旅行中のいわゆる「タビナカ」でも行われるようになってきている。

デジタルの普及は、地域の観光推進や観光地域づくりにも大きな影響を与えている。そこで本シンポジウムでは、観光においてデジタルマーケティングはどのような役割を果たせるのか、そして未来にはどのようなことが考えられるのか、といった

ことを議論したい。具体事例として「岐阜県・下呂温泉」を取り上げ、その観光とデジタルの現状を聞き、それに対して、旅行クチコミ、マーケティング、旅行販売などの異なる分野の専門家が、「デジタル」というキーワードで下呂を多面的に解剖していく。

●ラグジュアリー・トラベル・マーケット・シンポジウム

ラグジュアリー・トラベルの訪日促進に向けて



日本政府観光局(JNTO) 理事

柏木 隆久氏

2017年は訪日外国人旅行者数が過去最高の2869万人を記録、旅行消費額も過去最高の4.4兆円となった。成長を続ける訪日インバウンド市場だが、日本には多様、かつ豊富な観光魅力が存在しており、今後さらなる市場拡大が期待されている。日本が「観光先進国」を目指し、訪日客の長期滞在と消費拡大を実現するためには「質の高い旅行」の提供や「地方への誘客促進」がこれまで以上に求められる。そのためには、欧米豪市場をはじめとするラグジュアリー・トラベル・マーケットへの対応をより一層強化することが不可欠と考えている。

本シンポジウムでは、JNTOが実施した富裕旅行市場調査結果について、「富裕旅行市場の最新動向と誘客促進に向けた取り組み」の観点で基調を話し、パネルディスカッションでは富裕旅行に精通した有識者とともに旅行者が求めるニーズ、デスティネーションとしての日本の魅力、富裕層向けマーケティング、プロモーションについて考察したい。

●海外旅行シンポジウム

出国率向上に向けて何ができるか



株式会社航空新聞社 編集長

石原 義郎氏

日本人の海外旅行市場は「成熟市場」と言われている。果たして本当にそうなのか。欧米豪・アジアと比べても極端に低い出国率、パスポート取得率。日本の海外旅行市場が成長しない阻害要因には何があるのか。それらを排除し、1億人以上の人口と高い経済力を持つ日本の海外旅行市場が、再び成長するには何が必要なのか。

アジアの海外旅行市場が「成長市場」として世界の注目を集めている。特に、中国・韓国・台湾・香港の4市場は突出しており、日本の訪日インバウンドの拡大もこの4市場の成長に支えられていると言っても過言ではない。その成長の一方で、日本

の海外旅行者数の低迷から、日本と各国・地域間のインバウンドとアウトバウンドの格差が広がっている。行政サイドも観光不均衡の是正、双方向交流の具体化に向けて、アウトバウンド促進に取り組み始めている。こうしたことを追い風に、台湾や韓国の海外旅行市場拡大の事例なども参考にしながら、日本のアウトバウンド再成長に向けて官民がやるべきことを議論したい。

連載コラム 観光先進国を実現する「ツーリズムの『新しいカタチ』。」〔上〕

新たな旅行文化創造をRWC・東京オリパラのレガシーに

オリンピックにも通底する
観光基本法の精神

ツーリズムEXPOジャパン (TEJ) 2018は、一般向けテーマとして「見つけよう。旅の『新しいカタチ』」、業界向けテーマとして「創ろう。ツーリズムの『新しいカタチ』」を掲げている。

20世紀から21世紀へ、2010年代から2020年代へと時代が変遷を重ねていく中で、「旅」や「ツーリズム」も「新しいカタチ」を追求していかなければならない。

戦後の日本における旅の歴史を振り返ると、旅が社会的な事象として認識されるようになり、最初の旅行ブームともいべきムーブメントが生じたのは、1964年に前回の東京オリンピック・パラリンピックが開催されたことでも記憶されている1960年代の前半だった。

東京オリンピック・パラリンピックの開催を契機に多くの外国人旅行者が日本を訪れるようになることが予想される一方、高度経済成長を続ける日本で国民の旅行が活発になることなども想定されるのを踏まえて、1963年には観光基本法が制定された。当時、国の政策の根幹に関わる重要分野について定める基本法としては、教育基本法や原子力基本法、農業基本法、災害対策基本法しかなく、観光基本法の制定は、1960年代前半の時点で観光の重要性が認識されていたことを示すものと言える。

さらに、東京オリンピック・パラリンピックが開催された1964年には、日本人による海外渡航の自由化も実現されており、観光基本法で示された外国人旅行者の来訪促進や国内旅行の振興に加えて、今に連なる双方向交流や海外・国内・訪日旅行の三位一体化によるツーリズムの活性化といった考え方のベースとなる環境も整えられることになった。

また、1964年に東京オリンピック・パラリンピックが開催された際には、日本の伝統的な芸能文化を紹介する展覧会や芸術祭なども企画されて、大規模な文化の祭典

が実施されている。

こうしたスポーツと文化や教育を一体的に展開することを通じて「普遍的・基本的・倫理的諸原則の尊重などを基にした生き方」を創造するという思想は、オリンピック憲章の根本原則にも謳われているところだ。オリンピックが求めるこの方向性は、国際平和と国民生活の安定を象徴する観光の発達「恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活を享受しようとするわれらの理想とするところである」と明言している観光基本法の前文で示された考え方とも通底するものだ。

「観光立国」目指す官民の動きを
象徴する TEJ

海外渡航が自由化された1964年における日本人の海外旅行者数は約12万8000人で13万人にも満たない数字だったが、1990年には1000万人の大台を達成。1995年に1500万人台まで増加し、2012年には1800万人台を記録。2030年のアウトバウンド3000万人時代へ向けて、2000万人の大台突破が待たれるところだ。

一方、1964年に約35万3000人を記録して日本人海外旅行者の3倍近い規模だった訪日外国人旅行者数は、その後、1970年代には日本人海外旅行者数とのバランスが逆転したものの、2013年には1000万人を突破。その後は、ビザ規制の緩和や免税枠の拡大といった訪日旅行促進策が功を奏して2016年には2400万人に達し、日本人海外旅行者数に先んじて2000万人の大台を軽々と突破。今年はずいぶん3000万人を超える見通しとなっている。

2000年代の前半に「観光立国」が政府によって宣言された日本では、訪日インバウンド市場の拡大や地域活性化・地方創生に資する地域観光振興を図る取り組みが官民一丸となって進められてきた。観光基本法に代わって観光立国推進基本法が2007年に施行され、2008年に



RWCの優勝チームに贈られる「ウェブ・エリス・カップ」。
RWC日本大会に向けて日本国内での一般公開イベントも実施

は観光庁が設立されるなど、観光を21世紀における日本の重要な政策の柱として位置づける方向性が明確に打ち出されている。

旅行業界をはじめツーリズム産業も、こうした国の方針と連動して、様々な取り組みを展開してきており、日本旅行業協会 (JATA) が主催していた海外旅行促進イベント「JATA旅博」と日本観光振興協会が主催していた「旅フェア日本」が一本化されて2014年にスタートした世界最大級の旅の祭典「ツーリズムEXPO ジャパン」は、民間部門による重要な動きとして位置づけられるものだ。

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・パラリンピックと続く国際的なスポーツのビッグイベントは、日本を世界にアピールする絶好のチャンスであり、1960年代を起点として現在にまで連なる日本のツーリズムにとって、訪日旅行だけに限らず、海外旅行・国内旅行にとっても、60年代前半に匹敵するような節目としての成果を目指すことで、将来にわたるツーリズムの発展を確実なものとしなければならない。

日本のツーリズムは今、まさしく、RWCや東京オリパラのレガシーとしてスポーツと文化とツーリズムを連動させる新たな旅行文化を創造することが求められている。

JAPAN AIRLINES

JAL HAWAII

木々の呼吸が
聞こえる。

one world member

JAL

明日の空へ、日本の翼