



本格復活を目指して活発な商談が行われるアウトバウンドエリアの様子

未来志向の展示とシンポに関心高く 急がれる潜在市場開拓、持続可能な地方創生、観光DX対応

「ツーリズムEXPOジャパン2023 大阪・関西」は今回、「未来に出会える旅の祭典」をテーマに、コロナ禍を経た旅のあり方を再考するため、SDGs推進にも資する地方創生、2025年大阪・関西万博へのキックオフなど、多様な視点から観光産業の未来を示す場となっている。開催2日目の27日は、コロナ禍を経たツーリズム再構築に向け、海外旅行や万博、アドベンチャーツーリズムを題材としたテーマ別シンポジウムが実施され、多くの業界人が参加した。

インバウンド、国内旅行に比べ回復の遅れが課題とされる海外旅行に関するシンポジウムでは、「海外旅行経験者は日本人全体の45%を占め、そのうち短期的に顕在化が可能な層

は2300万人いる。この層へのアプローチ、2ウェイの観光交流が重要だ」との指摘がなされた。「万博×観光」をテーマとするディスカッションでは、「大阪から日本各地への誘客を促進していく」との方向性が共有された。また、地域独自の自然や文化を活かす体験型のアドベンチャーツーリズムについても活発な意見交換がなされるなど、新たな需要開拓や地域振興の重要性がそれぞれの形で共有された。

一方、最終的に世界70以上の国・地域、日本全国から観光関係者が集った展示会では、デジタルテクノロジーを活用した顔認証による多言語対応のショッピングをはじめ、チームビルディングなど企業の組織開発の

需要を見込むワーケーション、未来の観光産業への期待を高める宇宙×ツーリズムの展開、VRによって過去と未来の観光をつなぐ取り組みなど、観光産業の新たな可能性を提示するアプローチが目立った。

海外旅行についても、観光分野の投資を加速しつつ日本との相互交流の強化を図るサウジアラビア、インドなど新たなデスティネーションの萌芽を感じさせる機会となった。

日本人のグローバルへの扉を開いた海外旅行自由化から60周年のタイミングとなる次回TEJは2024年9月26～29日に東京で開催される。観光の未来がどう“Rethink”されるのか。“産業の再構築”を問う試金石となりそうだ。



上) テーマ別シンポジウムはいずれも多くの参加者を集めた。中) 屋外に設けられたAステージではクルーズ旅行などが題材に。下) 訪日旅行に取り組む出展者を対象に外国メディアと個別商談も

日本人の海外旅行促進に関するシンポジウム

テーマ **新型コロナ感染症後の日本人アウトバウンドの再生・新生に向けて**

■モデレーター	■コメンテーター	■パネリスト	■パネリスト	■パネリスト
				
株式会社三菱総合研究所 観光立国実現支援チーム リーダー 宮崎 俊哉氏	東洋大学国際観光学部 客員教授 越智 良典氏	スペイン政府観光局 プロモーションマネージャー 風間 裕美氏	マレーシア政府観光局 大阪支局 マーケティング・マネージャー 清水 貴美子氏	タイ政府観光庁 東京事務所 マーケティングマネージャー 藤村 喜章氏

冒頭の挨拶で、観光庁の石塚氏は「日本の海外旅行者数はコロナ禍前の5割弱と回復の進捗は道半ば」として、今年3月から早期回復に向けた政策パッケージを策定し、官民連携の取り組みを推進していると述べた。

三菱総研の宮崎氏からは今年8月、3000人を対象に実施された日本人のアウトバウンド調査報告が行われ、海外旅行経験者は日本人全体の45%を占め、うち2300万人がコロナ禍後に海外旅行未実施だがその意向を持ち、短期間での復活が見込めるとされた。今、海外旅行に意欲的なのは20代男性でコロナ禍前の6割に回復しており、一人旅の増加傾向も指摘された。

残り55%の海外旅行未経験者については、「このうち約1700万人は海外旅行に関心があり、地方在住が1000万人と都市部より多い」として、宮崎氏は中長期的な復活にはこの潜在市場に対しても働きかけが必要と述べた。

「すぐに動く」潜在需要2300万人をどう取り込むか

続いて行われたパネルディスカッションでは、3カ国の日本人観光客の動向が報告された。コロナ禍前に対し、タイ、マレーシアはともに5割と他国

に比べ需要の戻りが遅いことが指摘され、スペインも日本を含むアジア全般は5割にとどまるとされた。

アウトバウンド促進の提言として風間氏は、「スペインを訪れた日本人が68万人の好結果を記録した2019年は、大型連休が2回あったことが大きい」として、大型連休が長距離市場の需要にダイレクトにつながると示唆。藤村氏は「タイではウェルネスなど新たな切り口を提示しているが認知が不十分。旅行会社は積極的に情報を更新し、消費者に訴求してほしい」と述べた。

清水氏は「マレーシアから運航したチャーター便の日本発便が空の場合もある。需要喚起に繋がれば」と発言。越智氏はこれを受けて「双方向交流を支える航空路線の維持のためにも、国策として海外旅行を促進してほしい」として、相手国にも積極的な協力を求めることが必要と述べた。



シンポジウムの冒頭、観光庁の官民連携の取り組みなどについて話す石塚智之観光庁審議官

万博×観光

テーマ **万博を契機とした持続可能な観光振**

■基調講演者	■モデレーター
	
一般財団法人関西観光本部 専務理事 東井 芳隆氏	東武トップツアーズ株式会社 代表取締役 社長執行役員 百木田 康二氏

2025年の大阪・関西万博をきっかけに、関西から国内各地への観光交流拡大にどうつなげるか。基調講演では東井氏が、関西全体で万博のテーマ「いのち輝く未来社会のデザイン」に沿ったパビリオンを展開すれば、プラスで約5000億円の経済効果が見込めるとし、「万博をスプリングボードにしたい」と力を込めた。

続いて、観光団体や旅行会社など4団体が取り組みを発表。沖縄観光コンベンションビューローの下地氏はエシカルトラベルに力を入れるとともに、「沖縄の科学技術をテーマにした拠点を(万博の)サテライトパビリオンにしたい」と話した。JTBの山北氏は、デジタル技術と人間にしかできないことを生かして継続的な交流につなげるとした。

万博と連動したツーリズムで地方誘客を



2025年日本国際博覧会協会の堺井氏は、2024年4月に開設予定の公

シンポジウム

国際交流による 興とは

■パネリスト



一般財団法人沖縄観光
コンベンションビューロー 会長
下地 芳郎氏

■パネリスト



株式会社JTB 代表取締役
社長執行役員
山北 栄二郎氏

■パネリスト



公益社団法人2025年日本国際博覧会
協会 担当局長(中小企業・地域連携)
堺井 啓公氏

■パネリスト



日本政府観光局
理事
若松 務氏

式観光ポータルサイトに、万博来場者が自分の希望をもとに国内各地の旅行商品を申し込めるシステムを搭載することなどを説明した。

日本政府観光局の若松氏は、「万博のテーマと連動した日本各地のサステナブル・ツーリズムを交流拡大の観点から発信し地方誘客を促進したい。SDGsの目標達成のプラットフォームでもある」と意気込んだ。

最後に東武トップツアーズの百木田氏が、「広域観光を進めるためには、着地側の体制や考え方も変えていかなければいけない。万博をぜひ成功させて、日本のプレゼンスを高めていきたい」とまとめた。

アドベンチャーツーリズムシンポジウム

テーマ これからの日本における アドベンチャーツーリズム

■プレゼンター



一般社団法人日本アドベンチャーツーリズム
協会(JATO) GLOBAL MARKETING
DIRECTOR(ATTAアンバサダー)
高田 健右氏

■モデレーター



一般社団法人日本アドベンチャーツーリズム
協会(JATO) 業務執行理事/株式会
社JTB総合研究所 ATプロジェクト長
山下 真輝氏

■パネリスト



奥ジャパン株式会社
ゼネラルマネージャー
川口 浩司氏

■パネリスト



吉野山観光協会 会長/
吉野荘 湯川屋 代表取締役
山本 義史氏

■パネリスト



海の京都DMO(一般社団法人京都府北部
地域連携都市圏振興社) 総合企画局 旅行
商品企画・販売促進事業部 企画営業主任
西木 真央氏

第1部で講演したJATOの高田氏は、9月に北海道で開催されたアドベンチャートラベル・ワールドサミット(ATWS)が、大倉山ジャンプ競技場での開会式やポストサミットツアーの初めての実施など、高い評価を受けた点を紹介した。「日本はATの有望なデスティネーションであると認知されたが、真に認められるために正しく広めていきたい」と力を込めて語った。

パネルディスカッションでは、吉野山観光協会の山本氏は、熊野古道など著名観光スポットへの需要偏重傾向を指摘、周辺の魅力にも注目する必要性を訴えた。続くJATO山下氏の「AT旅行者のニーズに応えるためには」との問いについて、奥ジャパンの川口氏は、「地域がウェルカムな状態を作ること。テクニカルな部分だけではATの本質は達成できない」と持論を展開。山本氏は、地域独自の風習が外国人旅行者に訴求しやすいとして、「毎日繰り返し行われている地域の伝統は大切にすべき」と語った。海の京都DMO西木氏は自身が企画・ガイドしたツアーの最終日に感動の涙を流した旅行者のエピソードに触れ、「これをできるガイドの育成は急務だが、時間をかけて育てる以外に方法はない」と話した。

また、具体的な誘客に向けたマーケティング戦

略については、川口氏は「分析に基づくマーケティングも重要だが、旅行者の期待を上回るコンテンツにすることが重要」と話し、山本氏は「素材はたくさんある。吉野=桜のイメージを打破する広報活動が必要」と一極集中の弊害について強調。西木氏は「大々的に打ち出しても対応できなければ本末転倒。まずは信頼関係にある相手と地道にビジネスを始める」と、足元を固めることの重要性を指摘した。

観光ビジネスに関わる情報と関係者が集結する総合観光イベント

**ツーリズムEXPOジャパン
2024 東京ビッグサイト**

2024年
9/26(木) - 9/29(日)

会場 東京ビッグサイト
主催 公益社団法人日本観光振興協会、
一般社団法人日本旅行業協会、日本政府観光局
共同開催/トラベルソリューション展2024(予定)

ツーリズムEXPOジャパン推進室
[住所] 〒100-0013 東京都千代田区霞が関3-3-3 全日通商が関ビル4F
[電話] 03-5510-2004 [FAX] 03-5510-2012 [E-mail] event@t-expo.jp



AIUIa
UNESCO Heritage site
visitsaudi.com