

WEEKLY TRAVEL JOURNAL ツーリズムビジネス専門誌

Japan's No.1 Travel Trade Magazine
週刊トラベルジャーナル

2007 10.22

「TJオンライン」でも情報発信!
<http://www.tjnet.co.jp>

平成19年10月22日発行(毎週月曜日発行)
第44巻第54号通巻2550号
昭和39年9月17日第三種郵便物認可
週刊トラベルジャーナルはABC協会
(新聞雑誌部数公表機構)に参加する
日本唯一の旅行業界雑誌です。
国土交通省交通運輸記者会所属

Topics ◎時の話題

つかめるか スーパーリッチ 超富裕層

コンシェルジュ型サービスで顧客開拓へ

Focus ◎ニュースの焦点

旅行業界にもCO₂相殺の取り組み

◆商品販売動向

アクティブシニア捉えたワールドバリュー

◇採録

インベスト・ジャパン/ビジット・ジャパン
共同シンポジウム

◆トレンド探求

お一人様を歓迎する外食トレンド

SCRAP ◎海外の旅行ビジネストレンド

在宅エージェントの趨勢と旅行業の原点回帰

【資料】

2006年の出国日本人統計(法務省統計)

Destination Watch

Greece

輝きを増す首都アテネ

China

ゴルファー天国としての深圳



Selling Japan

都道府県ニュース

観光立国への道

ニッポンの売り方

Interview

ニッポンの売り方 — 33

創造性に富んだ 体験プログラムを

“物価高” 払拭でチャンス到来

マジェスティック・パケーションズ副社長

ロバート J. ノックス氏



マジェスティック・パケーションズはレジャー専門のツアーオペレーターで、ユナイテッド・パケーションズのアジア方面の商品開発にも当たっています。

今、米国では訪日旅行に対する関心が高まっています。最大の理由は旅行の割高感がなくなったことです。かつては日本の物価は高いとのイメージが強く、旅行先として敬遠されがちでした。消費者は同じ5000ドルを旅行に費やすなら、より有効に使える旅先を選びたいと考えます。しかし最近では、中国や香港といったアジアの他のデスティネーションの物価が上昇したこともあり、日本の割高感はなくなりました。こうした追い風を受けて、当社でも日本を訪問するプログラムを倍増させています。08～09年シーズンは白川郷などを組み込んで、日本の世界遺産を訪ねるプログラムを積極的にプロモーションしていく予定です。

アジアの中で魅力を比較した場合、日本は優位な立場です。多くの米国人は韓国のことはよく知らなくても日本のことは知っており、清潔で安全、人々がフレンドリーという印象を抱いています。サービスが優れていることも知られています。米国人から見て、アジアのデスティネーションで日本と競合するのは、中国でしょう。数千年の歴史をもつ万里の長城に象徴される中国の魅力は、日本にとって手ごわい競争相手といえます。日本の伝統建築の素晴らしさや、お寺や神社のたたずまいが美しいのは認めますが、もっとほかの魅力もアピールしていったほうが良いように思います。

これは米国人旅行者でも、ヨーロッパからの旅行者でも、あるいは日本人旅行者でも同じことだと思いますが、昨今の旅行者はとてどもグローバルな存在になってきている。多くの経験を積み、新たな刺激を求めています。今回、東京を訪れて最も印象に残ったのは、新宿の盆栽バーでした。小さなバーなのですが、オーナーが昼間は盆栽教室を開いて

いるとのことでした。米国人にとっては、非常に日本的な体験ができたと感じられる場所でした。また、多くの米国人は寿司がおいしい料理であることを知っていますが、その作り方まではわからない。たとえば日本でスシ作りが体験できれば、非常に面白い旅行素材になります。大相撲観戦なども興味深い素材です。日本で外国人旅行者向けのプログラムを開発する旅行会社には、これまで以上に創造性を発揮してくれることを期待します。

東京の都心は交通機関の英語表記も充実しており、大変に素晴らしいと思います。これは韓国や中国と比較して優れている点です。ただし、東京の郊外や地方へ行ってしまうと、英語表記ひとつを取っても、まだ不十分だと感じます。米国人旅行者は通常、グループ旅行を好みません。集団行動するために待ったり、他の人と同じスケジュールで行動したりするのは嫌なのです。自由に行動したがる。その意味でも、外国人旅行者が自由自在に行動できる環境づくりは、ぜひとも実現させてほしい点です。

この2年ほど、米国にいても日本の観光誘致にかける意気込みを感じるようになりました。東京や京都の観光関係機関、あるいはJNTO (国際観光振興機構) などとも、非常に緊密な関係を保っていると思います。日本のインバウンドは良い方向へと進んでいるのではないのでしょうか。

Robert J. Knox

パイロットだった父親と、子供のころに家族旅行で初めて日本を訪れ、富士登山や寿司食も体験。このほど、6回目の来日を果たした。ノースウエスト航空での旅行ビジネス経験を経て、マジェスティック・パケーションズに入社。副社長兼アジア地区セールス&マーケティング担当としてプログラムの開発に注力している。