

●○○ 第143回あすか倶楽部 定例会 ●○○

テーマ：観光のトレンドと地域の底力

講師：「じゃらんガイドブック」元編集長 街づくりカウンセラー 今村 まゆみ氏

日時：2012年6月16日（土）14:00～17:00

場所：トヨタ自動車（株）池袋アムラックスビル6階604会議室

■スライド内容「地方の逆襲が始まった！観光トレンドと地域の底力」

・データで見る観光動向

宿泊実施率、延べ宿泊者数、延べ宿泊数、1回の旅行費用、旅行費用総額全て、2006年度から減少傾向にある。ただし、高年齢層は変わらない。

・テーマ別ランキング

一度予想してから見てください。

順位	宿泊旅行者数	魅力的な宿泊施設数	食べ物が旨い	ホスピタリティ
1	東京	大分	高知	沖縄
2	北海道	沖縄	宮城	宮崎
3	神奈川	千葉	石川	鹿児島
4	長野	熊本	沖縄	青森
5	静岡	神奈川	福井	宮城
6	京都	群馬	北海道	岩手
7	大阪			山形
8	千葉			京都
9	兵庫			島根
10	沖縄			秋田

(株式会社リクルートじゃらんリサーチセンター 2010年度の調査結果より)

・ビジットジャパンキャンペーン

世界で最も外国人観光客が多いのは、

1位：フランス、2位：アメリカ、3位：中国

日本は30位（アジア8位）

・国内旅行のトレンド

昔から大きく変わっていない。

キーワード：花、紅葉、花火、夜景、フルーツ狩、露天温泉、地元グルメ、無料スポット、町歩き etc

・町おこし事例の共通点

1. 行政・商工業者・住民が連携し、主体的に街づくりに関わる
2. 何かを造るより、まずは掘り起こす
3. 町の宝を決める
4. お金をかけずに、できることから少人数でもスタートし、継続する
5. 住んでいる人の「誇り」を取り戻す

・国内旅行の新たなトレンド：十人十色から一人十色へ

1. 癒しから救いへ：パワースポット
2. 特定少数：ペット、一人旅、ドラマ、萌え
3. 健康志向の細分化：山・森ガール、アンチエイジング、デトックス

・事例紹介

1. B-1 グランプリ

町おこしの千載一遇のチャンス。2011年は50万人集客。

八戸せんべい汁や津山ホルモンうどんなど、地域に根付いた歴史ある食べ物を出展。

B級グルメとは違うところがポイント！

2. 豊橋カレーうどん

作り方を細かく規定。2010年4月に登場して以来、売り上げ倍増。

食べた後に観光して回る名所の構築が課題。

3. 長崎さるく（さるく：ぶらぶら歩く事を表す方言）

遊さるく、通さるく、学さるく、食さるくの4つ。

減少していた観光客が、2010年には史上2番目の611万人に回復。

4. 島根県「神話の国」

縁結び観光協会の設置。

良縁占いや願い石／叶い石など、縁結び関連商品は27種類以上。

島根県内の市が連携。（出雲市、松江市、安来市）

5. 青梅市御岳山 お犬様プロジェクト

「ペットが客を連れてくる」コンセプトが奏功。

ケーブルカーのペット専用乗車券、お守り、祈願所などにより、ペット乗車数は4,600から12,000に！

■質疑応答

Q：テーマ別ランキングが宿泊数ランクの順位と異なる傾向なのはなぜか

A：アンケート上は独立しているため

時間の都合で1件のみ。

■所感

今回のテーマは観光という身近なものであったため、参加数も多く、講師の巧みな話術に参加者は引き込まれるように聞いていた。

ちなみに私は通常とは少し違う旅のスタイルであるため、大手の旅行雑誌等の情報を参考にすることはあまりなく、インターネットやクチコミサイト等から専ら収集しているが、一人十色の現代にあって、情報発信のあり方も難しくなっているのではないかと感じた。

また、ビジットジャパンで観光客が増えて、日本の良さ等が世界に広まるのは大いに賛成なのだが、そのせいで観光地のよさが、観光客のマナーや露店の増加、拝金主義などの影響で損なわれてしまっは本末転倒であるので、消費生活アドバイザーとして、いかに行政と地域観光業との橋渡しをすべきかを考えさせられるお話だった。

以上

報告者 29期 高橋 賢