

2017年5月21日

第192回あすか倶楽部 定例会

テーマ：観光トレンドと地域の底力 ～Part2～

講師：観光まちづくりカウンセラー 今村 まゆみ 様

日時：2017年5月20日（土）

場所：トヨタ自動車池袋ビル 6階 604会議室

■前回：2012年、5年ぶりの講演

【国内旅行マーケットについて】

- ・最近の国内旅行⇒ななつ星に代表される豪華寝台列車の旅等高額な商品が次々と発売
- ・訪日外国人数は2012年に2000万人を突破して以降連続で上昇
- ・観光産業については、景気の良いニュースが多い
- ・その一方、地方創生が叫ばれる中、観光資源の掘り起こしや観光客誘致に苦戦している自治体も多い

●2015年 都道府県別延べ宿泊旅行者数ベスト10

1位 東京 2位 北海道 3位 長野県↑ 4位 大阪↑ 5位 静岡
6位 神奈川↓ 7位 京都↓ 8位 千葉 9位 兵庫 10位 福岡

●宿泊旅行の目的 ベスト5

1位 地域で美味しいものを食べる 2位 温泉や露天風呂 3位 宿でのんびり過ごす
4位 名称、旧跡 5位 まち歩き、都市散策

●出かけるきっかけ

季節性（風景、花、紅葉、旬の食材…）
休日・連休（GW、夏休み、シルバーウィーク…）
イベント（式年遷宮、祭り、花火…）
トレンド（地域創生、外国人、ドラマの舞台…）
経済環境など（新幹線延伸、アベノミクス、災害…）

●観光客のニーズ

観る、食べる、買う、体験する、知る、感じる、地元の人と触れ合う、つぶやく
※「つぶやく」ネタを探しに旅行に行く
※「るるぶ」→観る、食べる、遊ぶ

・絵になる写真が話題を呼ぶケースも（インスタグラム）：

「濃溝の滝」 <https://www.city.kimitsu.lg.jp/soshiki/27/2123.html>

「メタセコイアの並木道」 <http://www.takashima-kanko.jp/spot/makino/532.html>

●食（地元においしい食べ物が多い県）

2010年 2015年

- | | | |
|----|----|-----|
| 1位 | 高知 | 石川 |
| 2位 | 宮城 | 北海道 |
| 3位 | 石川 | 沖縄 |
| 4位 | 沖縄 | 富山 |
| 5位 | 福井 | 香川 |

●女性の貯金

・4～6万/月 33% ・2～4万/月 12%

●最近増えている旅行

「おひとり様旅」17.5%（夫婦旅行：25.3%）

→20～74歳の男性 28.8%、35～49歳の男性 24.8%

●シニア層

「ななつ星」<https://www.cruisetrain-sevenstars.jp/>

「四季島」<http://www.jreast.co.jp/shiki-shima/>

●清源寺の御朱印

18体の微笑みの仏像（木喰和尚）

http://www.city.nantan.kyoto.jp/www/event/104/001/003/index_1907.html

●43%が宿泊旅行をしない。旅行するなら「安・近」

宿泊実施率：

2006年 64.7%、2007年 63.8%、2008年 63.1%、2009年 60.3%、2010年 56.7%

●1回の旅行費用は増加したが、宿泊実施者は伸びない

1回の旅行費用：

2007年 4.95万、2012年 4.76万、2013年 4.68万、2014年 4.92万、2015年 5.08万

宿泊者数：

2007年 1.75億人、2012年 1.45億人、2013年 1.56億人、2014年 1.51億人、2015年 1.53億

人

●消費者やマスコミが注目する旅のテーマ

| | | | | |
|---------|---------|-------|--------------|------------|
| 日本一/日本初 | 名も知らぬ地方 | 発酵・野菜 | オリンピック外国人の目線 | デジタルデトックス |
| 選定/受賞 | 刀剣女子 | 御朱印 | 農的暮らし | アンチエイジングの旅 |
| 超高級 | ペット | 旅 RUN | ネタ探しの旅 | おひとり様 |

【店主や住民が活躍する地域事例】

●各地で取り組んでいる地域ブランドとは

香川県といえば「うどん」、島根県といえば「出雲＝縁結び」

●シティプロモーション課（特産品/観光/暮らし）

流山市（母になるなら流山）：DEWKS、

流山本町：白みりと切り絵行燈の町

【インバウンド観光ってどうなの】

●2003年ビジットジャパン開始

2013年：1000万人突破、2015年1973万人、2016年2403万人、
2020年4000万人（8兆円）、2030年6000万人（15兆円）

●国籍別 満足度（大変満足だった割合）

| | 平均 | 中国 | 韓国 | 台湾 | 米国 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 観光・レジャーの滞在日数 | 10.1泊 | 6.1泊 | 3.3泊 | 5.6泊 | 9.5泊 |
| 大変満足と回答した人 | 50.4% | 46.5% | 27.6% | 49.1% | 81.8% |
| 必ずまた来たいと答えた人 | 59.3% | 59.7% | 33.9% | 71.4% | 71.2% |
| | | 23万人 | 7万人 | 12万人 | 17万人 |

●外国人に人気のスポット

- | | | |
|-------------|---------------|---------|
| 1位：京都伏見稲荷神社 | 2位：広島平和記念資料館 | 3位：厳島神社 |
| 4位：奈良東大寺 | 5位：サムライ剣舞シアター | 6位：新宿御苑 |
| 7位：奈良公園 | 8位：金閣寺 | 9位：アキバ |
| 10位：清水寺 | | |

※動物の放し飼いが多い

【質疑】

Q：米国の満足度が高い理由は？

A：文化、歴史、マインドの知的好奇心から

Q：消費のトレンドは？

A：高価格、高機能に重点が置かれている。高級志向を伝えるメディアの影響も大きい

Q：失敗しない宿泊先の選び方

A：ネットで予約するが、必ず自分でフロントに電話をかけ、自分で判断する（だいたいわかる）

【所感】

2回目ということもあり、最初から和やかなムードで始まった。

前回との比較もでき、5年間の状況の変化が理解できた

質疑でも活発で、時間が足らなくなり、活発な定例会となった。

インバウンドは間違いなく増えていくが、受け入れる側の対応力が問題となると思われる。