

観光地域づくりにおける 連携の重要性

2020年12月18日（金）

世界水準の観光地の形成に向けたセミナー

東京女子大学
現代教養学部

矢ヶ崎 紀子

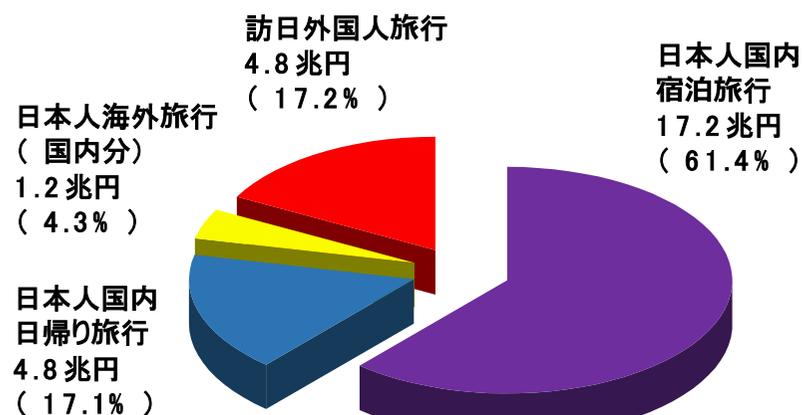
わが国の観光市場 =

安定 & 成熟の国内市場

+ 成長 & 外部要因の影響を受けるインバウンド市場

旅行消費額（2019年）

27.9兆円



観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」より算出

旅行消費額の推移について (2011～2019年)

単位：兆円

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
日本人国内宿泊旅行	14.8	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2
日本人国内日帰り旅行	5.0	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8
日本人海外旅行 (国内分)	1.2	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2
訪日外国人旅行	0.8	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8
合計	21.8	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9

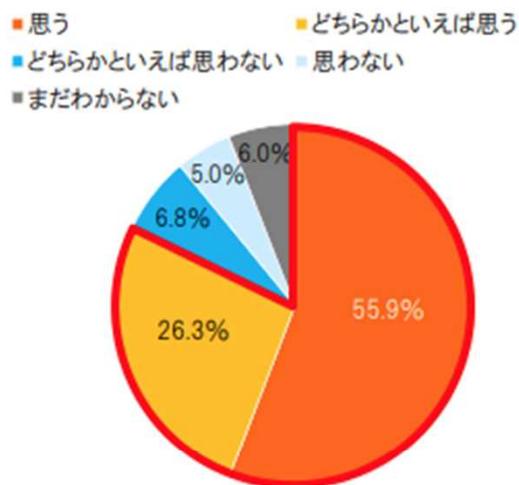
- ◆ 国際航空運送協会(IATA)の予測
世界の旅行需要が2019年水準に回復するのは2024年
- ◆ 限定されたエリアから段階的に回復
感染状況と受け入れ体制を確認しあいながら政府間の協議
- ◆ 一方、インバウンド市場において、訪日旅行のニーズは強い
北海道旅行へは、自然体験・文化体験のアクティビティや食等の期待が高い
- ◆ Afterコロナにおいても「分散、戸外、少人数」の旅が好まれる
- ◆ 地域住民の理解が得られるか等の課題も



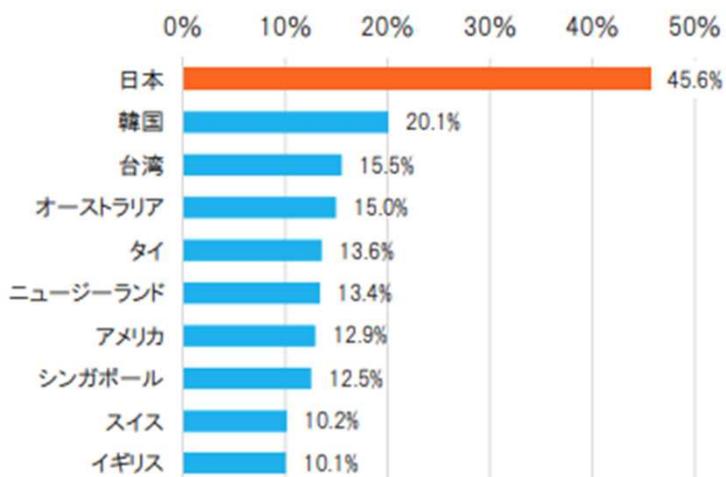
回復期に向けての準備の期間

DBJ/JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 (2020年度 新型コロナウイルス影響度特別調査)

(図表1-2)回答者全体における新型コロナ終息後に
また海外旅行をしたいか

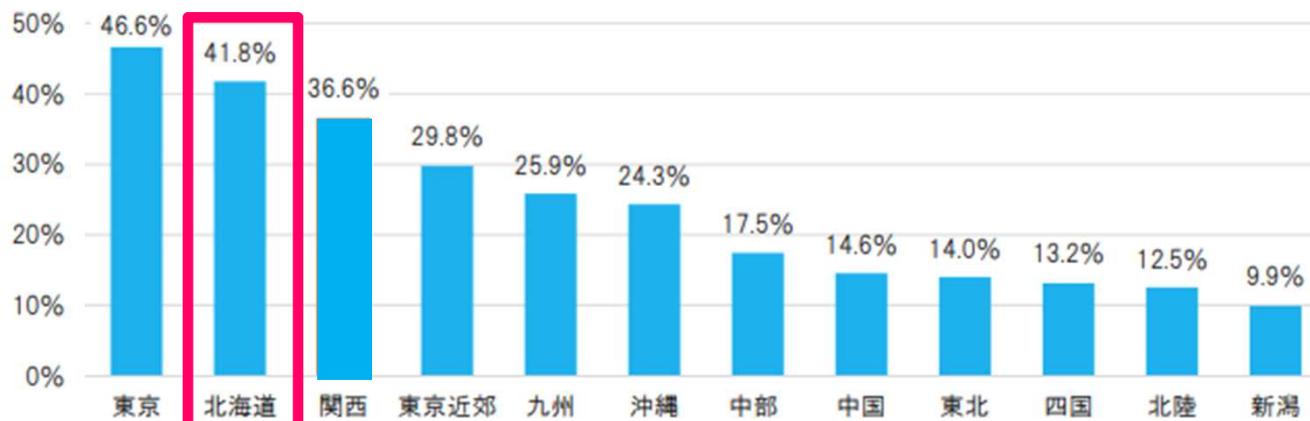


(図表1-3)回答者全体における新型コロナ終息後に観光旅行
したい国・地域(複数回答。上位10項目)



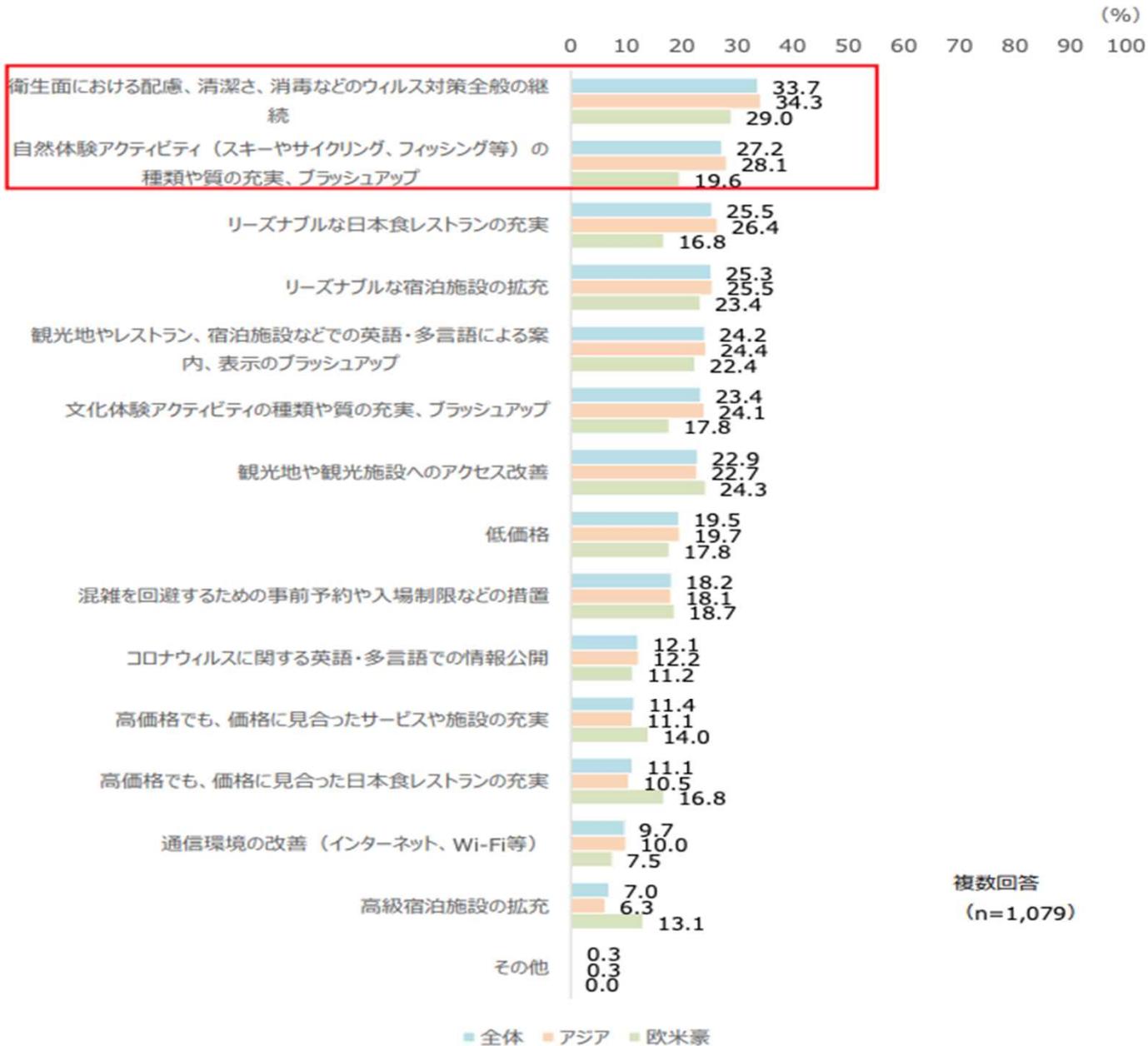
アジア・欧米豪12地域の
海外旅行経験者6,266人
を対象にインターネット
調査を実施。

(図表1-4)訪日希望者全体における次に訪問したい地域(複数回答可)



資料：DBJ調査研究レポート
より抜粋。

コロナ終息後の北海道旅行に期待したいこと



資料：DBJ調査研究レポートより抜粋。



どんな準備をするか？ 今、やれることは？

- 「分散、戸外、少人数」への強みを明確にしよう！
適切な人数で収益が上がるように、地域にお金が落ちるように、強みを磨く。
- お客様のことを話そう！
誰かが音頭をとって、これまでに受け入れたお客さん、これからも受け入れたいお客さんの具体的なイメージについて、情報交換し、共通のイメージを持とう。
- チームづくり！
受け入れたいお客さんのイメージが同じで、一緒に取り組んでいける仲間とチームをつくる。
多様なニーズに応えるために、広域連携も視野に入れて。
- お客様との関係づくり！
一方的な情報発信ではなく、信頼関係づくりをするつもりで、地域の現状や魅力を伝える。
バーチャル・ツアーは、来訪意欲を高める手段。
- 目標はリピーターづくり！
リピーターこそ、働きかけができる、最初に戻ってきてくれる、信用保証をしてくれる大切な客層。
チームで、どうしたらリピーターになってもらえるかを考え、各々の商品をブラッシュアップし、顧客管理を協力して行う。

ご清聴、ありがとうございました。

東京女子大学 現代教養学部

国際社会学科 コミュニティ構想専攻

教授 矢ヶ崎紀子