

現代アートの島「直島」：ティーチングノート

1、教育目的

本ケースでは、香川県直島の事例を通して、若年層の旅行需要を喚起するために有効となるマーケティング手法について検討、考察することが教育の目的である。さらに、現状を踏まえた上での解決策を論理的に考える力を養うことも本ケースのねらいである。

加えて、本ケースでは顧客側の視点と供給側（観光地）の視点の双方の立場から設問を考える。複数の視点で物事を捉えて、現状理解と解決策の検討を行う教育効果も期待される。特に、学部生を対象にした場合はケースのターゲット顧客層と学生自身とが重なるため、顧客の視点で現状を捉えるとともに、供給者の視点で解決策を検討することになる。このような視点の転換は、顧客志向の問題解決の必要性を学ぶために大きな意義がある。

2、教育方法のポイント（論点）

以下の順序により実施することが望ましい。ただし時間によって（1）は省略可能。

（1）若年層の旅行需要低迷要因の検討

「若年層の旅行需要が低迷してきた要因について検討してください」

※省略した場合は、補助教材の配布や教師による口頭による説明などで補うことが望ましい。

（2）若年層にとっての直島の魅力の整理

「直島には多くの若年層旅行者が訪れています。若年層にとっての直島の魅力を整理してください」

（3）他の観光地に対する示唆の整理

「他の観光地が若年層に対する魅力向上策を検討する上で、直島のケースからどのようなマーケティング上の示唆が得られますか。」

3、上記ポイントの回答例

（1）若年層の旅行需要低迷の要因

- ① 経済的要因
- ② 趣味の多様化（旅行以外の趣味の増加）
- ③ 車の所有率の低下
- ④ 若年層のライフスタイルと旅行との
- ⑤ 旅行産業にとっての主要ターゲットの変化（中高年が主要ターゲットに）

この設問では、若年層にとってなぜ旅行の魅力が低下しているのかを考えてもらう。「なぜ旅行に行かないのか」を考えることから「どうすれば旅行に行くのか」、「直島のケースでは、旅行に行かない理由がどのように解消されているのか」などに関するヒントが得られるように議論をリードすることが望ましい。

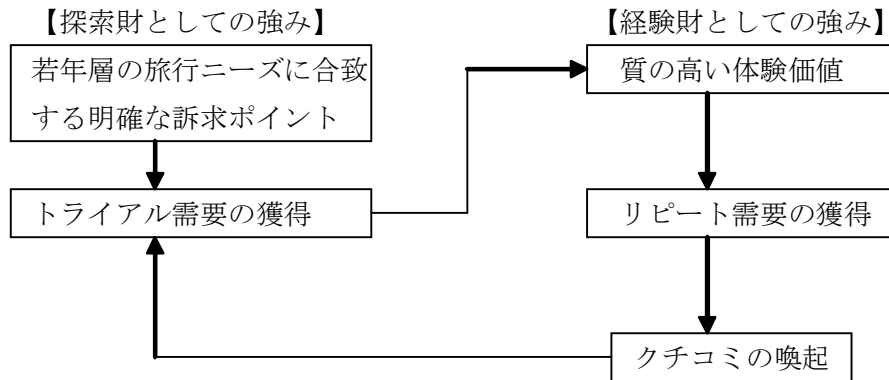
（2）若年層にとっての直島の魅力

- ① 現代アートの魅力、独自性、安藤忠雄設計の建築。
- ② 昔からの面影を色濃く残している島全体の風景や民家を活かしたカフェ、宿泊施設
- ③ 船で訪れる島であることの魅力
- ④ 交通の便はそれほど悪くないこと
- ⑤ 島民の寛容さ、優しさ
- ⑥ 非東京というアプローチ
- ⑦ ロコミを重視したプロモーション

項目の列挙に終わるのでなく、複合して旅行先としての直島の強みとなっていると考察する必要がある。

旅行先としての直島の強みは、例えば、下記のようなフレームワークを用いて考察できる。旅行先の持つ属性を、内容を判断できる「探索財」の側面と、経験してみないと評価できない「経験財」としての側面から、説明したものである。

図 旅行先の強みを考える上でのフレームワーク



上図の中で「若年層の旅行ニーズに合致する明確な訴求ポイント」としては前述の①の回答が想定される。しかし、現代アートや建築物の魅力を列挙するだけでは現代アートや安藤忠雄のファンのニーズに応えるだけになってしまう。その魅力が若年層のどのような旅行ニーズに結びついているのかという視点で議論を整理することが望ましい。

例えば、直島が若年層の「知的好奇心を満たす旅先」というニーズに応えているという視点が考えられる。若年層に人気がある国内の主要観光地はアクティブな活動をする場所が多い一方、若年層の知的好奇心を満たす旅行先は、京都のように歴史的な地域以外には多くない。だが、現代アートという直島は若年層の知的好奇心を満たす旅先という、極めて独自性の高い強みを持っている。

上図の右側に示される、「質の高い体験価値の提供」に関しては、「非日常体験の提供」を直島の魅力としてあげることができる。②～⑥の解答例と関連させながら、直島がなぜ質の高い非日常体験を提供できているのかを議論することが望ましい。

(3) 他の観光地への示唆

この設問では、上述したフレームワークに従い、「若年層の旅行ニーズに合致する明確な訴求ポイント」と「質の高い体験価値」という2つの視点で、他の観光地への示唆を整理したい。

上述したように、若年層の旅行ニーズの一つに「知的好奇心を満たす旅先」があると考えられる、このニーズを満たすためにはさまざまなアプローチの仕方が考えられる。また、「非日常体験の提供」に関しても、いろいろなアプローチの方法が考えられる。ここでは、これらのことを実現するための要件を整理するような方向で議論をリードすることが求められる。

4、添付資料と参考資料

(1) 添付資料

- ①ティーチングガイド
- ②ケース本文
- ③若年層の旅行動向（副教材）

(2) 参考資料（配付に適したもの）

- ①瀬戸内国際芸術祭実行委員会「瀬戸内国際芸術祭 2010 総括報告」
- ②財団法人日本交通公社「旅行者動向 2010」
- ③各種マーケティング入門書（探索材と経験材の説明の補助のために）