

男女共同参画社会づくりに向けての全国大会
「地域力×女性力＝無限大の未来」

観光分野における女性の可能性

2015年6月24日

JTB総合研究所 佐藤郁子

観光を取り巻く変化

観光市場ニーズの変化

- ✓ 旅行者層の変化
 - ・ 団体から個人へ
 - ・ アジア各国の急増
- ✓ 目的の多様化
 - 個人のこだわり
- ✓ モノの価値より
 - 経験の価値を重視
- ✓ 非日常から異日常
 - 「温泉」がなくても・・・

情報伝達手段の変化

- ✓ インターネット発達
 - 小規模ビジネスや地域に商機
- ✓ SNSの拡大
 - 個人による新たな評価
 - 外国人観光客の情報源

地域経済の変化

- ✓ 人口減による
 - 地域経済の衰退
- ✓ 活性化手法の変化
 - ・ 地域みずから製造販売（1次産業の6次化）
 - ・ 地域に人を呼び込んで（観光による活性化）（訪日外国人急増）
→ 地域に誇りと愛着

地域における観光への大きな期待

地域の意外な観光資源を発掘した事例

【長崎さるく】

体験型観光プログラムを、多数の地域住民の参加により企画・運営。名所旧跡だけではなく、日常のまち歩きや、地元ガイドの語るストーリーが新たな長崎の魅力を産み出した。

【東大阪モノづくり観光】

中小企業の街・東大阪で、工場のオッチャン達がもの作りにかかる思いを修学旅行生に語るプログラムが人気に。年間数千人の来訪。地域も活気づく。

【長野県阿智村 天空の楽園】

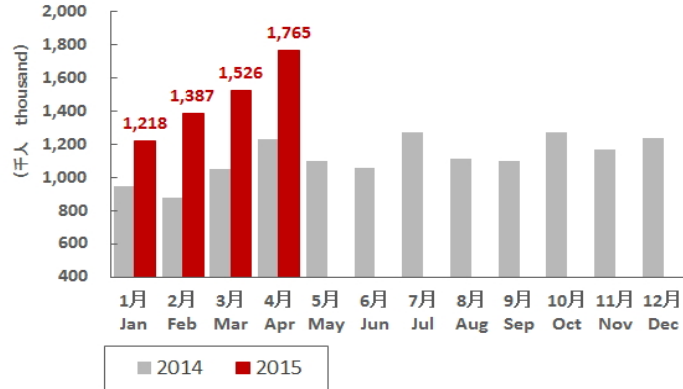
日本有数の星空観測に適した場所であることに着目。宿への送迎バスから、スキー場のゴンドラ、ガイドによる星の解説などをストーリーにして演出・プログラム化。宿泊客も増加した。

急増する外国人観光客・市場の変化

- 関心の対象は日本人の生活文化へ
- 行動範囲はゴールデンルートから地域へ

地域と女性の感性に期待！

【急増する訪日外国人観光客】



出典：日本政府観光局 Source: Japan National Tourism Organization

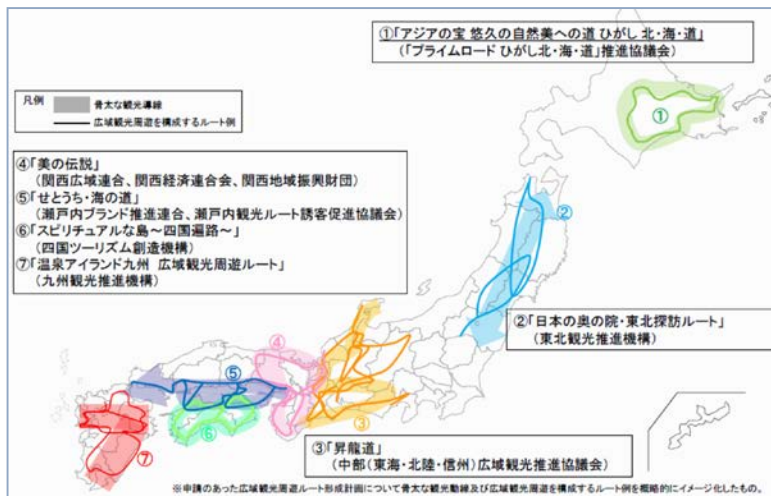
【外国人に人気の日本観光スポット 2015】

* ()内は2014年の順位

- 1位(2) 伏見稲荷大社 / 京都府京都市
- 2位(2) 広島平和記念資料館 / 広島県広島市
- 3位(3) 厳島神社 / 広島県廿日市市
- 4位(5) 東大寺 / 奈良県奈良市
- 5位(-) 禅林寺 永観堂 / 京都府京都市
- 6位(21) 地獄谷野猿公苑 / 長野県山ノ内町
- 7位(6) 高野山 奥之院 / 和歌山県高野町
- 8位(-) サムライ剣舞シアター / 京都府京都市
- 9位(11) 沖縄美ら海水族館 / 沖縄県本部町
- 10位(9) 箱根彫刻の森美術館 / 神奈川県箱根町

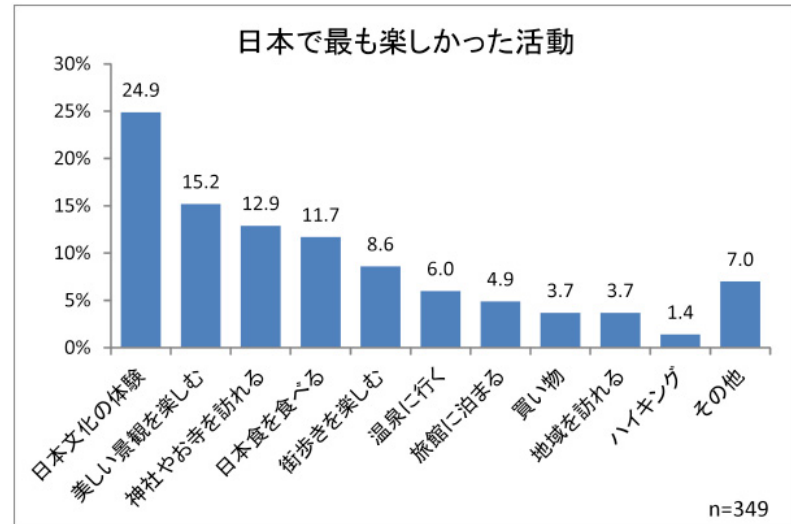
出典：トリップアドバイザー

【広域観光周遊ルート形成計画】

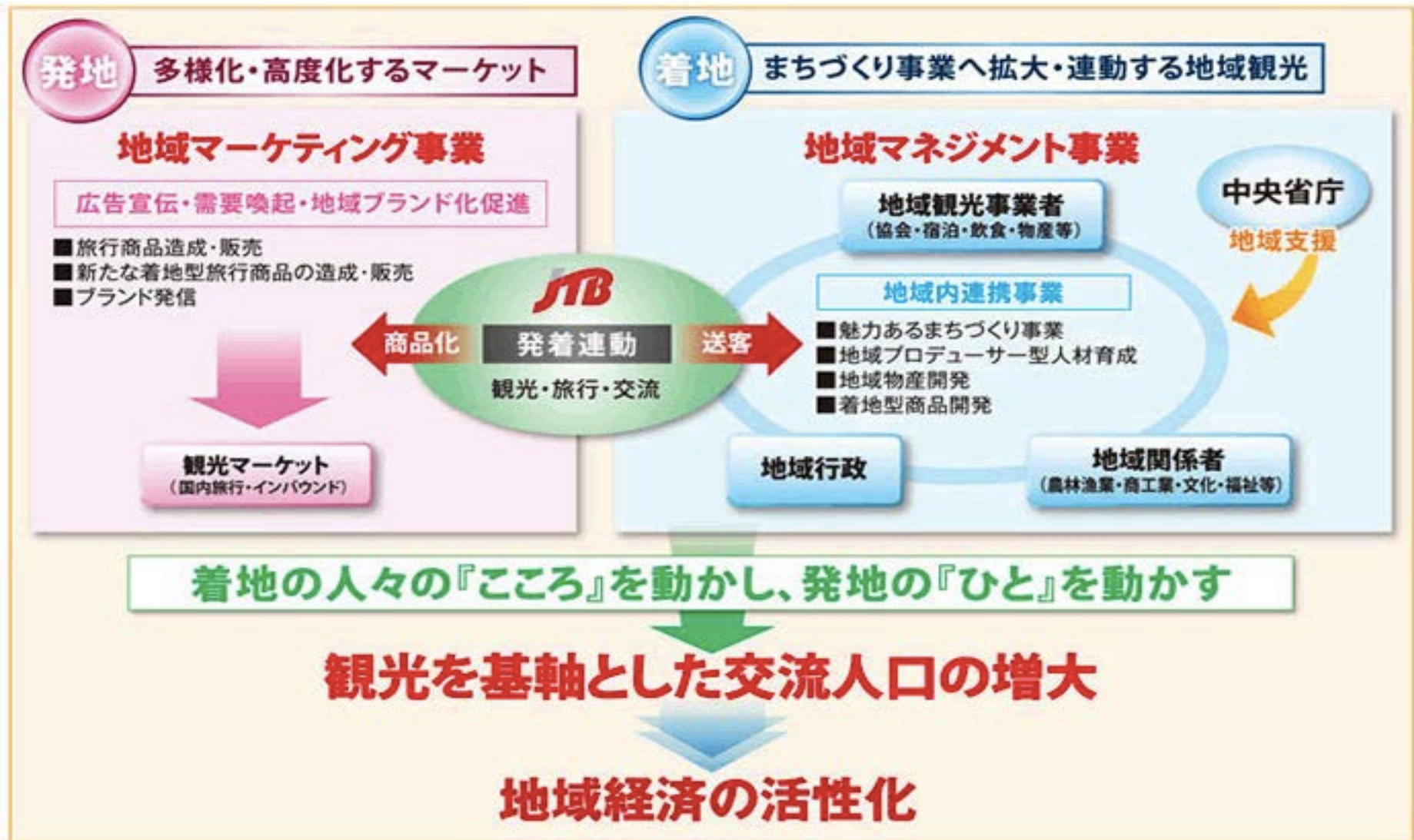


出典：観光庁

【訪日外国人旅行者の行動調査～JTB総研/Japan-Guide】



観光地経営をサポートする企業の取り組み →JTBグループの地域交流事業



観光を支えるステークホルダー

地域に眠っている、産業や生活文化などの新たな資源の発掘が必要！

従来型ツーリズムから 新しい発想のできる人材が必要！

✓女性の「感性」と「柔軟性」と「人のつながり」が求められている！

✓女性の経営人材が必要！

