

## 21世紀における観光新資源の創造について（案）

新しい視点からの「観光ビジネスモデル」を提案します。

題して…

《魅力ある観光は人間力（地域力）だ！》

### 1 これからの観光の動向

まず、**従来**の**観光**はというと

- ①名所・旧跡
- ②天然・自然・景観
- ③温泉
- ④宗教参詣
- ⑤名物・名産

といった特性(今で言うと、**世界遺産的な資源(自然・文化・複合)**を持つやや固定化した観光が主役でした。

近年はこれに加えて、

**施設型観光**へと向かった。

- ① レジャー施設（遊園地、ヘルスセンターほか）
- ② テーマパーク、サファリパーク・水族館・美術館等
- ③ 買い物（モールやアウトレットなど高級品・低価格品）
- ④ 文化・芸術・スポーツなど観覧・観戦施設の新設や拡充
- ⑤ 既存施設（温泉等）の高品質・高級化(おもてなし・サービス)
- ⑥ ビジネス・工場見学（インダストリーパーク）
- ⑦ 農業観光＝観光農園、農業公園ほか

ハイテク技術・映像やエンターテイメント(ショー) など

その要因は、特に ① 所得の増加  
また ② 交通網の整備や交通手段の急速な発達  
そしてなによりも ③ 余暇の拡大 などあって、

人口集積地を中心に人為的に造られた施設観光が今や主役にとって代わっている。同時に一見、観光と無縁に思える製造業などの工場施設や幅広い分野の産業・サービスの中に観光資源となる要素があるという認識も深まった。こうした身近な観光地化や観光意識の変化も手伝って、いつでも・どこでも・だれでも気軽に楽しめるいわば【国民総観光客化】の社会現象も生じた。

しかし、ここ最近はさらにこれだけに留まらないもっと成熟した

**新しい感覚・新しい流れ・新しい風がはっきりと生まれてきた。**

**その新感覚・新流れ・新風を分析すると**

- 1) 本物（こだわり）志向
- 2) 体験・交流（ふれあい）・参加志向
- 3) 学習（能力）志向
- 4) 個性化・差別化（特色）・高級化志向
- 5) 癒し（リラクゼーション・スポーツ・健康志向）
- 6) 国際化(真の日本の人や文化と伝統や風土)

などに分類でき、

**この観光動機（ニーズ・モチベーション）が新しい『観光資源』を強く求める現象となっている。**

それが

**動機創造型観光**

への流れと繋がっていく

一方、**観光客の動向**を簡単に探ると

**量**・・・**遞減に向かう**-----**所得の減少、少子高齢化**  
**質**・・・**国民総観光客から**-----**中高年、女性、富裕層**

など徐々にではあるが特定層の形成がみられるとの指摘がある。

さらに【**旅行形態**】をみると

《**安い・近い・短い**》いわゆる「**安・近・短**」の傾向は大きく変

わることなく、引き続くものと予測されている。これに加えて

「**安全・安心—safety**」「**サービス—service**」「**上質—superiority**」  
の「**3S**」が観光にとって必須要件化している。

こうした観点から、他地域と違った特色、個性、また差別化を図り、このニーズに応えることと併せて身の丈にあった観光地作りを考えるとき、あらためて

『**魅力ある人間・地域は魅力ある観光地**』

という観光の原点に立ち返る必要がある。

この新動機を踏まえて、私たち国際一村一品交流協会は、

**I 心豊かな人（地域）づくりは魅力ある観光地づくり**

\*ここでは「地域」は人や団体を考え、インフラ等は保留する

	<b>「しかない」</b>	<b>文 化</b>
<b>II ○○町</b>	<b>「ならでは」</b>	<b>精 神</b>
	<b>「だから」</b>	<b>ど う 道</b>

を**基本コンセプト**とし

**「体験・交流・参加・学習」**をキーワードに新事業を構築することを提案いたします！