

ポストコロナな新たな観光の提案  
中庭ゼミ2年 小出健人・織田一宏・荒井優  
太・鈴木海渡・田中翼・横尾凌

1, 背景と目的

新型コロナウイルス感染防止策による影響から、各地域で観光客は大幅に減少している。観光は地域を支えるメイン事業として必要不可欠な存在である。そこで本研究では減少した観光客を取り戻すため、ポストコロナの新たな観光業を提案する。

2, 調査方法

観光地の対策事例などを地域のホームページやデータベース等から調査し、KJ法をつかい議論を重ねた。

また、企業による様々なポストコロナの事例を比較し観光業の変化についてまとめた。

3, コロナ禍による観光業界の変化

観光庁による宿泊旅行統計調査による資料から、観光客が大幅に減少していることが分かる。特に海外旅行客は前年比0%に近い数値となっている。新型コロナウイルスによる影響が長引くことが予測されるため観光業界は新たな生活様式への対応など、ポストコロナの観光へと変化を遂げている。

4, コロナ後の観光の提案

そこで私たちは、他人との接触が少なく、富裕層をターゲットとできるリムジンバスでの観光に着目した。リムジンバスの観光は、地域の食材を使った料理やドリンクを楽しみながら観光名所に移動できる新たな観光プログラムの形である。

5, 総括

新型コロナウイルスの世界的流行により、従来のビジネスモデルでは収益が見込めない。そのためターゲティングを明確にした高級化に伴う脱・薄利多売の戦略など、観光業界は業界自体の収益性を高めることが重要である。さらに、既存の枠にとらわれないことのない変化した生活様式に対応した新たな需要の獲得に注力すべきである。

また、ポストコロナの観光では新たな生活様式に対応するための自分だけの空間作りといった用途転換も重要となる。このように、観光業界には新たな価値創造が必要である。