観光元年　観光立国実現への挑戦

# どうつくる どう売る

## 女性の旅造成の「カギ」

↙りに迷惑になってしまうとの気持ちから、行けずにいる方も多いと思います。お母さん方は「周囲への気兼ね」が一番ネックになるので、レストランを早めの時間から空けていただいて貸し切りのような形にし、家族でコース料理を気兼ねなく楽しんでいただけるようにしました。子供用のスプーンなどを用意するなどの配慮もしました。3泊4日の旅行日程で、旅行代金が国内旅行にしては比較的高めの1人10万円台前半くらいだったのですが、お母さん方や女性の方に選んでいただき喜んでいただけました。

――男性と比べ、一般的に女性は特にお金の使い方にシビアといわれる。価格面の訴求に対する女性の反応というのはどうでしょう。

**石井**　極端に分かれると思います。抑えたい人は本当に安く、やはりこういうときにはお金を出そうよという方はしっかり出す、そのように二極化しているように思います。

**林**　一般的に女性は絶対に価格を見ていますよね。いろいろなパンフレットを見比べて「1円でも安いところを」と。ロング商品などの場合は、とにかく安かったら売れるという面があります。

パンフレットの表紙のイメージは大事なのですが、格安商品のイメージの表紙でなくてもよく見てらっしゃいますので、売れますね。あと価値観が合えばいくらでも出してくださるといった傾向もあります。

――男性の目から見ると、女性向けの商品というのは、「食」「美」「テーマ性」というイメージなのだが、商品造成上でカギとなるものは。

**桑澤**　「レベルアップ」「自分の磨き」などでしょうか。女性の方は自分への投資についてはお金をかけようというモチベーションがあると思います。日常生活でもカルチャーセンターやジムに行ったりしますよね。あとは自分のセンスアップのようなものには積極的に投資しているので、何かのテーマについて講師の方を招いて勉強し、おいしいものも食べられるような企画をすれば売れるかもしれないですね。

**石井**　最近は毎日全力で生活している女性が多いと思います。でもそれで満足しているかというと、何か充足感にかけていると感じ、旅に出るという方もいらっしゃるでしょう。今、出雲大社や伊勢神宮などのパワースポットにたくさんの女性の方が足を運んでいるのを目にします。パワースポットで自分自身のパワーをアップして、明日からまた頑張ろうという「前向きな旅」がもう1つのキーワードかもしれないですね。

**大沢**　女性向け雑誌でもそういった企画が多いですよね。雑誌の特集1つがそうなると、各社さんともうみんなそちらに流れますし、言葉は悪いですが女性っていうのは洗脳されたように動きますしね。

――雑誌などの情報は商品を造成する上でのヒントになるのか。また常にアンテナを張っていなければならないという苦労もあるのか。

**富田**　普段自分が見るようなファッション雑誌などにも、「自分探し特集」などについてちょっとした記事が載っていたりしますので、目に付きますし、気になってネットで調べたりもします。自分自身が女性ですので、そういった情報を探すのに苦労するという感覚ではないですね。ただしそういった情報がどのように旅行につながっていくかということについては、それらの情報に基づいた商品を造ったからといって売れるとは限りませんし、正直難しいと感じます。

**石井**　（ネットやメディアなどの）情報が多いので、そのすべてに食いついてしまうと訳が分からなくなってしまいます。ですから、うまく情報を取捨選択して、商品としてクオリティの高いもの、本当に女性が追い求めているものは何か見極めて商品を作らなければならないというのはあります。

**桑澤**　あとは出すタイミングですよね。ちょっと遅れてしまうともう売れない。逆に何年か前に出したものがまた売れるということもありますし。

## 今後注目の旅トレンド

――今後もやはり女性が旅をリードしていくと思うのだが、旅のスタイルや予想されるトレンドとして気になることはあるか。

**石井**　「スモールラグジュアリー」という言葉がありますが、旅館であるならば露天風呂付きであるとか、ホテルならばジェットバス付きやコテージであるとか、そういったちょっとした贅沢を味わいながら、ゆったりと自宅にいるような感覚で過ごすというのが1つのスタイルとして確立されていくのではと感じています。

また、美術館めぐりなどは1人でも立ち寄れてたっぷり見て過ごせるので女性向きですよね。箱根などは特に、美術館が多いうえにフリーパスを1枚買えば、バスや電車に乗って自由に散策ができる。東京から近くて、楽しみ方が何通りも考えられる。リピーターも多いところです。少し遠くに行くならば、島全体が美術館になっている香川県の直島などをめぐるのも楽しいと思います。

**林**　個人的に最近は自然と触れ合う、ハイキングなどに興味を持ち始めたので、屋久島などは若い方から年配の方まで興味がある方が多いですし、ガイドも付いて案内していただけるというところで、個人的には注目しています。

富田さん

## 交流体験が本当の癒しに　大沢さん

**富田**　昨年のように景気が良くない時期でも、家族旅行は一番減りにくい領域ではないかと考えています。その中で小さいお子さまがいらっしゃる女性の方は出歩きにくいところもあるでしょうけれども、子連れ旅行の秘けつをまとめた雑誌などが多種出版されるなど、子どもと一緒に行く旅行の機運は高まりつつあると思います。女性が社会に出るようになって、旅行にお返済が終わっていらっしゃるなど、ある程度余剰資金の中で旅行をされているのですが、その中で、支払った価格に対してどういう価値が得られるのかということを求めている方が多いと感じています。熟年の方は時間がありそうですが、実は習い事などで忙しい方が多いです。そこであえて、日本の原風景を訪ねたり、地元の方と交流したりする場を提供することで、本当の癒しを得ていただけるような商品が必要だと考えています。全国各地の観光地側が身の回りの、何気ない風土や文化を隠れたキーワードなのかもしれません。

**石井**　アピールの仕方を変えれば、健康に強い関心のある人からちょっと気になる人たちにまで、興味を持つ人は広がるはずですし。

**大沢**　だから本当は、行政を含め観光地がどういう発想の転換でやっていくのかしだいですよね。もっと消費者が動くような仕組みが生まれてくるともっと変わってくるのではないでしょうか。

**桑澤**　あとはお客さまへの告知の仕方だと思うんですよ。たとえば田舎体験できるという内容で、行政との絡みでそこの会報に載せてもらうとか、お金をかけずに常にどうやったら売れるかを考える必要があると思います。またウェブ経由で申し込みになるお客さまは多いですから、そちらの対策も大切です。売り方や告知方法で、売れ方も客層も変わってきます。

## 子連れ旅行の機運高まる　富田さん

――子連れ旅も女性とは切り離せないと思うが、もっと若い人たちを旅に引き寄せるためのきっかけとして開拓の余地はあるのだろうか。

**富田**　熟年層についても最近話題の体験型などへのニーズの高まりなど、消費者意識の変化を感じるか。

**大沢**　熟年の方はすでにローなこと、ある程度余剰資金の中で旅行をされているのですが、その中で、支払った価格に対してどういう価値が得られるのかということを求めている方が多いと感じています。熟年の方は時間がありそうですが、実は習い事などで忙しい方が多いです。そこであえて、日本の原風景を訪ねたり、地元の方と交流したりする場を提供することで、本当の癒しを得ていただけるような商品が必要だと考えています。全国各地の観光地側が身の回りの、何気ない風土や文化を自信を持って打ち出していくようになれば、一過性の流行に終わらない旅行形態というのが確立されていくのではないでしょうか。女性に限って言えば、例えば某飲料メーカーがいろいろな国の普通のおばあちゃんたちが作っているようなレシピを基にしたドリンクを作ったように、日本各地の四季折々の魅力を実際に台所に入って体験できるようなものも面白いのではと思います。

**桑澤**　最近は皆さん働く時間が非常に長くていらっしゃる。そういう方は日常から離れて旅に出たときに、「こういうことをやってみたい」と思ったりする方が多いのではないかと思います。そういった意味では体験型などのニューツーリズム領域の開拓の余地はあると思いますが、やはり常に数字が求められてきますので、来年までは待ってくれないとかですね。ターゲットを絞ると販売面で非常に難しくなってきてしまいますし、となると結局は万人向けの商品になってしまうんですよね。

――グリーン、ヘルスツーリズムの女性向けの展開の可能性は。

**大沢**　例えば、東鳴子温泉で湯治を「湯治と田んぼ」「湯治とジャズ」といった新しい、何か楽しいことがありそうなイメージで売り出そうとしています。健康が前面に出ていると、「食事が微妙そう」といったマイナスのイメージ先行しがちですよね。行ってみたら、実は健康に良かった、その程度のほうがいいですよね。

**富田**　楽しさを感じさせるキーワードが必要ですね。「健康」自体は楽しいキーワードの裏に

大沢さん

（14面に続く）

業務用　LION
キレイキレイの「泡シリーズ」で、しっかりと手指を殺菌・消毒！
疲れにくく、手指に伸ばしやすい！
薬用 キレイキレイ 泡で出る消毒液
●手洗いの後、しっかりと消毒したい時。（食品や食材に触れる前や食事の前など）
●水が使えない場面での手指の消毒に。（施設や病室に入る前など）
New!
泡立ての手間が省けます！
薬用 キレイキレイ 泡ハンドソープ
●泡で出るからすみずみまで石鹸や殺菌成分が素早く行き渡り、手肌を清潔にします。
●素早く泡切れます。
●残香が少ない微香性です。

医薬部外品　医薬部外品
※各種、必ず専用の容器に詰替えてお使いください。
ライオンハイジーン株式会社　〒130-0015 東京都墨田区横網1-2-16　☎03(5819)8005

和漢植物でかなえる、雪の肌。
多くの女性を魅了したスキンケアがついに、アメニティとして登場します。

薬用 雪肌精 スキンケアセット
化粧水：さわやかな感触で、みずみずしいうるおいを肌に届ける薬用化粧水。くすみを防ぎ、明るく透きとおった肌へと導きます。
薬用 雪肌精［医薬部外品］14mL
乳液：まろやかなうるおいとともに、美白効果を発揮。メラニンの生成を抑え、日やけによるシミ・そばかすを防ぎます。
薬用 雪肌精 乳液［医薬部外品］14mL
洗顔石けん：汚れとともにメラニンも含む古い角質を落とす、黒い洗顔石けん。クリーミィな泡立ちで、ニキビや吹き出物を防ぐ効果も。
薬用 清肌晶［医薬部外品］10g
コーセーコスメピア株式会社　東京都中央区八丁堀1-9-9　〒104-0032　TEL.03-3206-7251　FAX.03-3206-7250