

ニューノーマル・ツーリズム コンサルティング

— 新しい旅をつくる支援 —

\ TBWA\HAKUHODO

TABIPPO[▼]

本資料を使って考えること

2021年夏の旅をどんなものにするか？

COVID-19以降、観光復興の取り組みをしてきた
TBWA\HAKUHODOとTABIPPOが、
観光事業者の方が考えるヒントとなることを目指してつくりました。

はじめに考えること

社会はどう変化しているのか？

COVID-19の影響は？

在宅時間の延伸とリモートワーク普及により

可処分「時間」と「所得」の増加

一人あたり年間



+90時間

※リモートワーク従事者に限る
出所：NRI「生活者年末ネット調査」
(2020年12月)



+26万円

出所：総務省統計局「家計調査」
(二人以上の世帯のうち勤労者世帯)
2020年の月平均の可処分所得が498,639円
(対前年+4.6%)

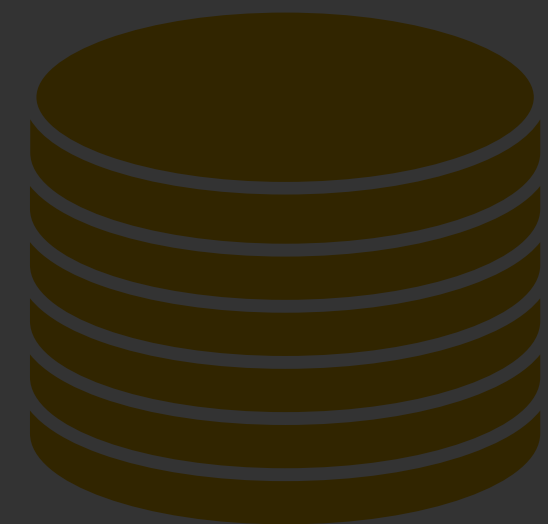
在宅時間の延伸とリモートワーク普及により

可処分「時間」と「所得」の増加

一人あたり年間

 空いた時間とお金は、
+90時間
何に使われているのでしょうか？

※リモートワーク従事者に限る
出所：NRI「生活者年末ネット調査」
(2020年12月)



+26万円

出所：総務省統計局「家計調査」
(二人以上の世帯のうち勤労者世帯)
2020年の月平均の可処分所得が498,639円
(対前年+4.6%)

社会変化により

内省と学びの意欲が増加

自分を見つめ直す機会が増えた

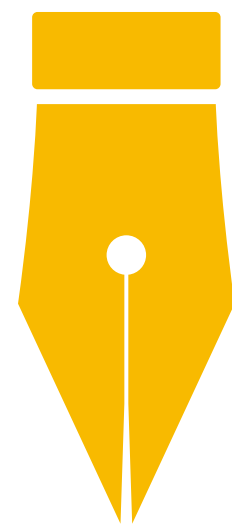


33.4%

出所：日本香堂「コロナ自粛による生活者意識の変化」（2020年6月）n=873s

コロナ前と比較した意識・行動の変化として「これまでの人間関係、社会との関わり方を振り返り、見つめ直す機会」が増えたと回答

自宅学習時間が増えた



32%

出所：セガトイズ「コロナ禍での学習時間の変化に関する調査」（2021年2月）n=600s

1-12歳までの子を持つ親の32%が緊急事態宣言以降「自宅学習時間が増加した」と回答

社会変化により

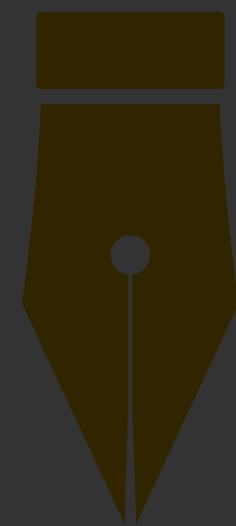
内省と学びの意欲が増加

自分を見つめ直す機会が増えた

社会の変化に合わせて、旅は、
どう変わっていくのでしょうか？

出所：日本香堂「コロナ自粛による生活者意識の変化」(2020年6月) n=873s
コロナ前と比較した意識・行動の変化として「これまでの人間関係、社会との関わり方を振り返り、見つめ直す機会」が増えたと回答

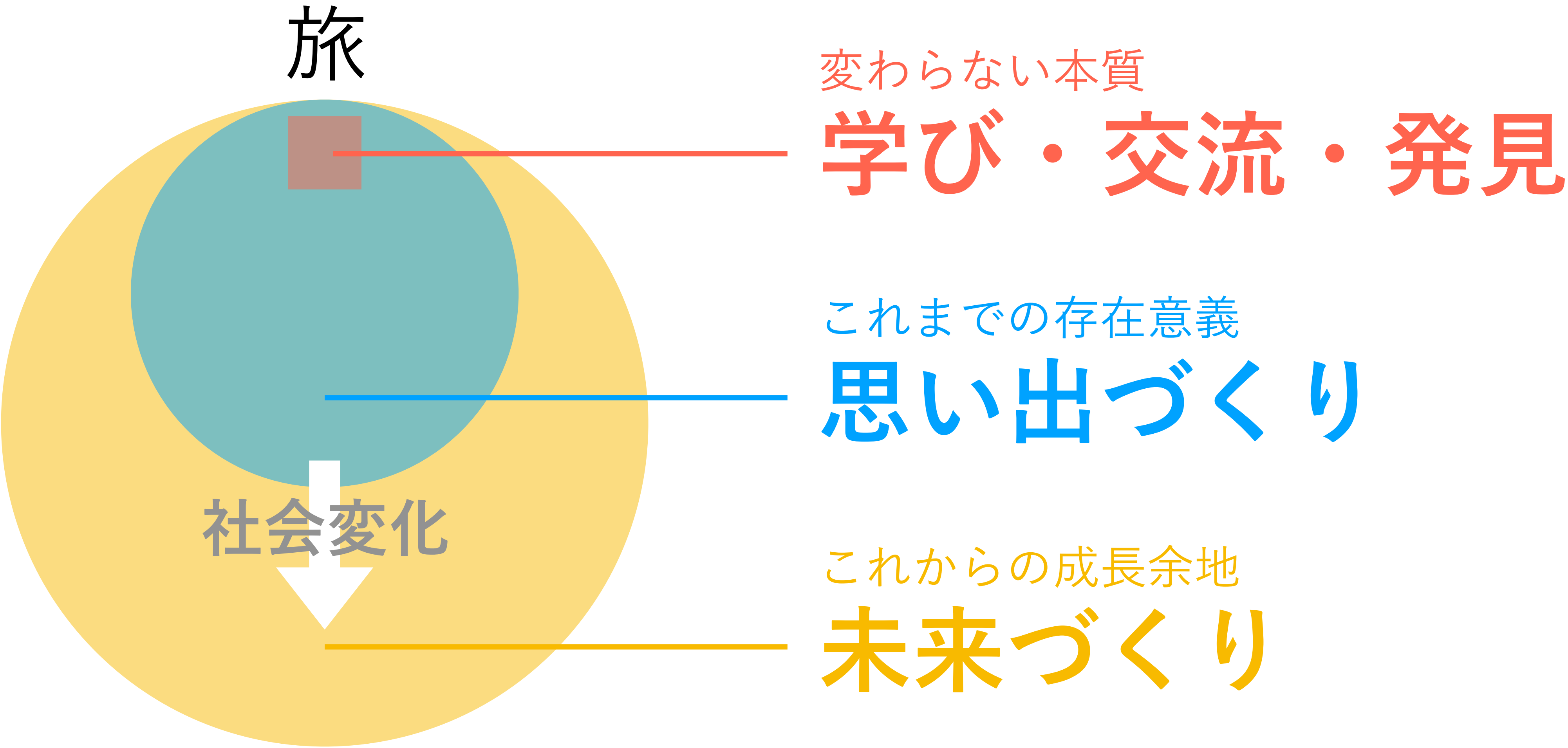
自宅学習時間が増えた



32%

出所：セガトイズ「コロナ禍での学習時間の変化に関する調査」(2021年2月) n=600s
1-12歳までの子を持つ親の32%が緊急事態宣言以降「自宅学習時間が増加した」と回答

観光復興の取り組みを通じて見えてきた旅の本質と変化



変わることのない旅の「本質」

観光



「国の光（宝）を観る」
『易経』にあった言葉から
引用した軍艦「観光丸」



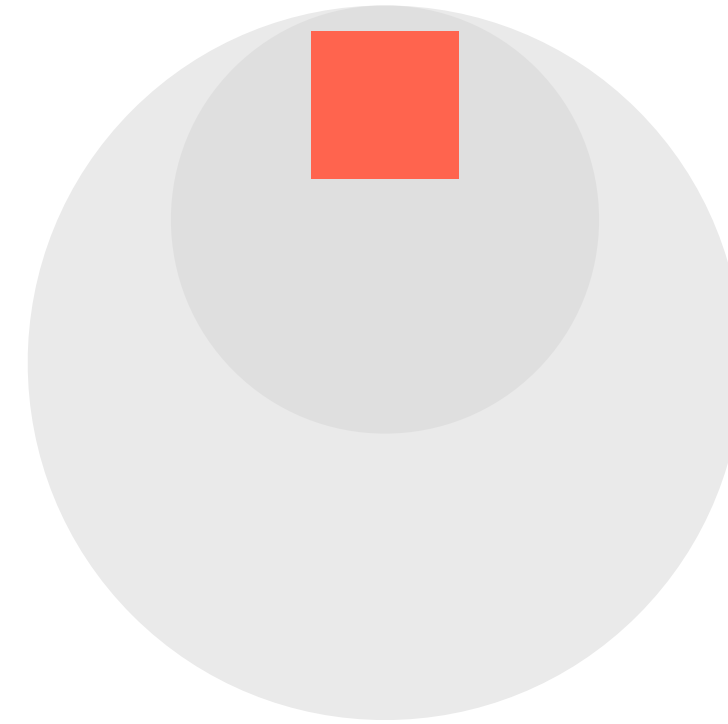
「学び」



「発見」



「交流」



語源

<https://logmi.jp/business/articles/323089>

旅



「給う」
旅先で食料や宿を
「ください」と懇願する。



旅と観光が元来持っていた「交流」と「学び」、そして「発見」の価値は、
コロナによって変化した社会においても変わることのない本質です。

コロナで生まれる旅の「成長余地」

これまでの存在意義

思い出づくり

利己的／個人消費

一方通行／ハコ消費

刹那的／現地現物

身体的／移動

社会変化

+

目的の外化

関係の温暖化

時間の長期化

場所の概念化

これからの成長余地

未来づくり

利他的／社会貢献

双方向／ヒト応援

継続的／関係構築

精神的／発見

旅をして終わる関係から、旅をきっかけに始まる関係へ。
観光地と生活者の関係は、より開かれたものへと変わりつつあります。

新しく生まれる旅の形

これまでの存在意義

思い出づくり

現地文化を現地で体験

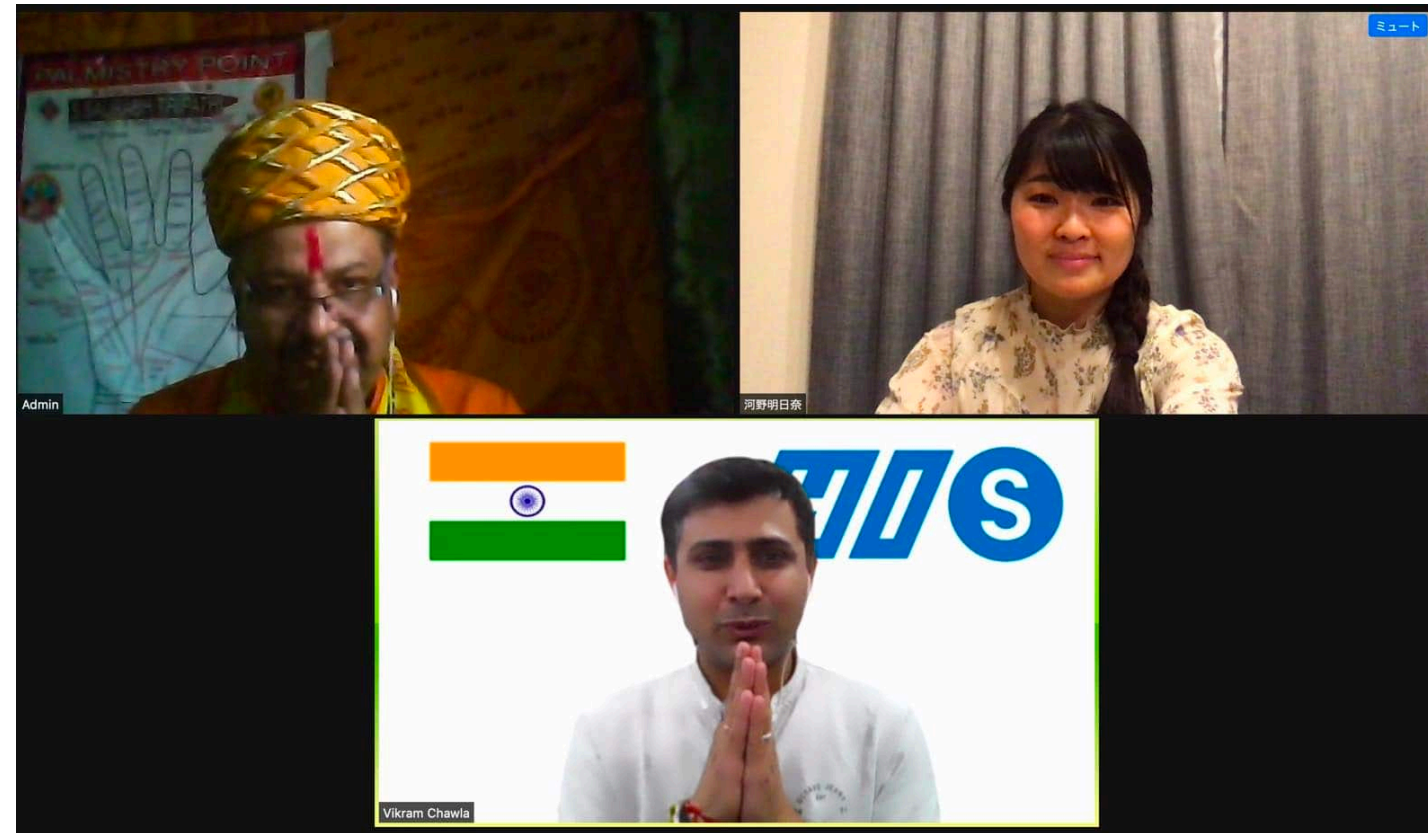


事前にインターネットや本で調べた有名観光地を訪れ、
現地現物の体験を写真や記憶に残す旅の形が一般的だった。

これからの成長余地

未来づくり

現地へ行く前に
現地文化をオンラインで体験



参考：HISオンラインツアー

インドの有名占い師による占いを受けるオンラインツアー。
通訳を介して聞きたいことも気軽に質問できる。

現地文化に活動で貢献



参考：POOLO HAWAII CAMP

サステイナブルツーリズム（持続可能な観光）をテーマに
ハワイの環境や食問題について座学と実践で理解を深める。

新しく生まれる旅の形

これまでの存在意義

社会変化

これからの成長余地

思い出づくり

+

未来づくり

みなさんがつくる旅は、

現地文化を現地で体験

現地へ行く前に

現地文化に活動で貢献

どう変わっていくのでしょうか？

現地文化をオンラインで体験

これからの当たり前になるような

「ニューノーマルな旅」を考えてみましょう。



参考：[HISオンラインツアー](#)

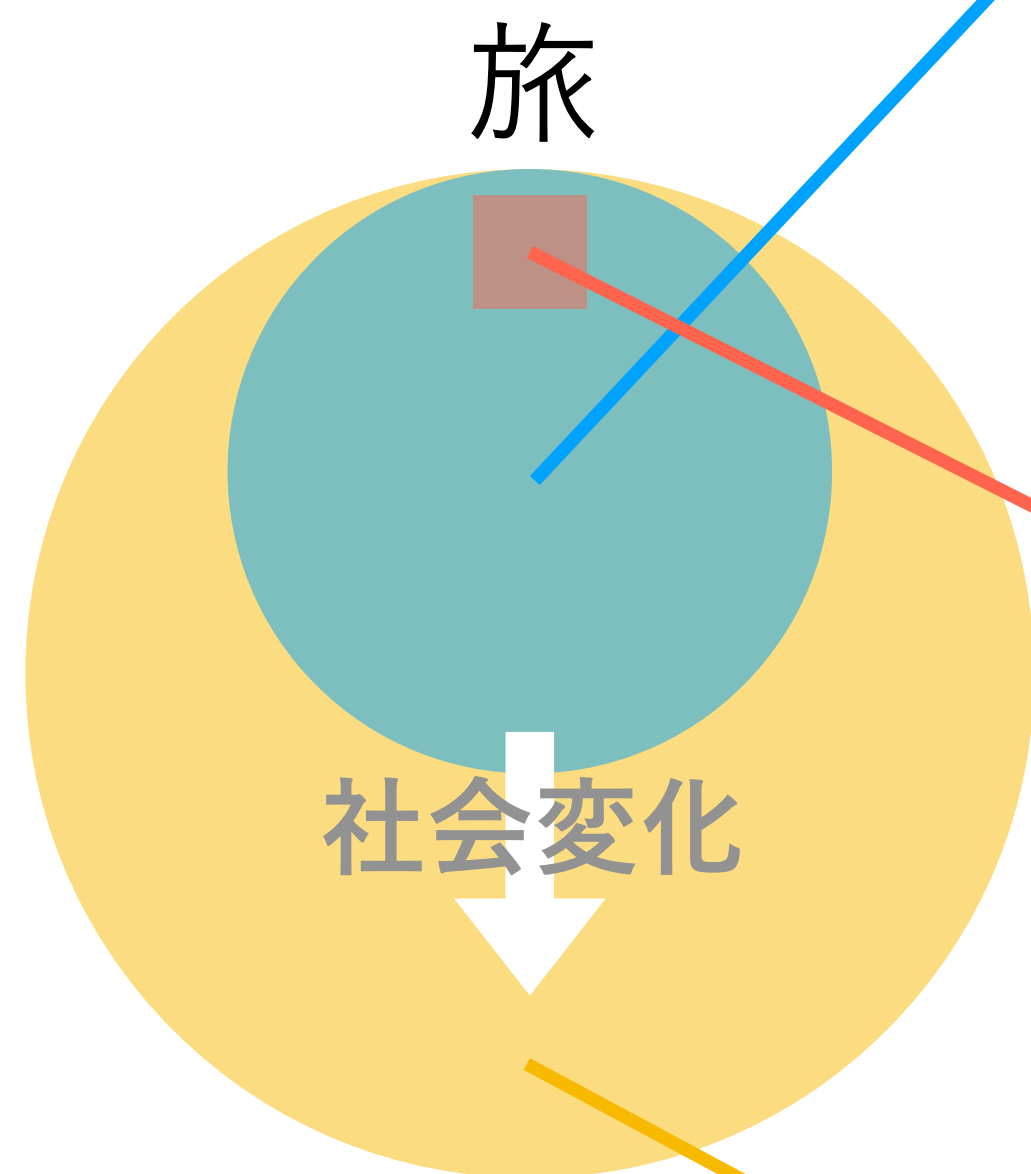
参考：[POOLO HAWAII CAMP](#)

事前にインターネットや本で調べた有名観光地を訪れ、
現地現物の体験を写真や記憶に残す旅の形が一般的でした。

インドの有名占い師による占いを受けるオンラインツ
アー。通訳を介して聞きたいことも気軽に質問できる。

サステイナブルツーリズム（持続可能な観光）をテーマに
ハワイの環境や食問題について座学と実践で理解を深める。

ニューノーマルな旅を考えるキークエスション

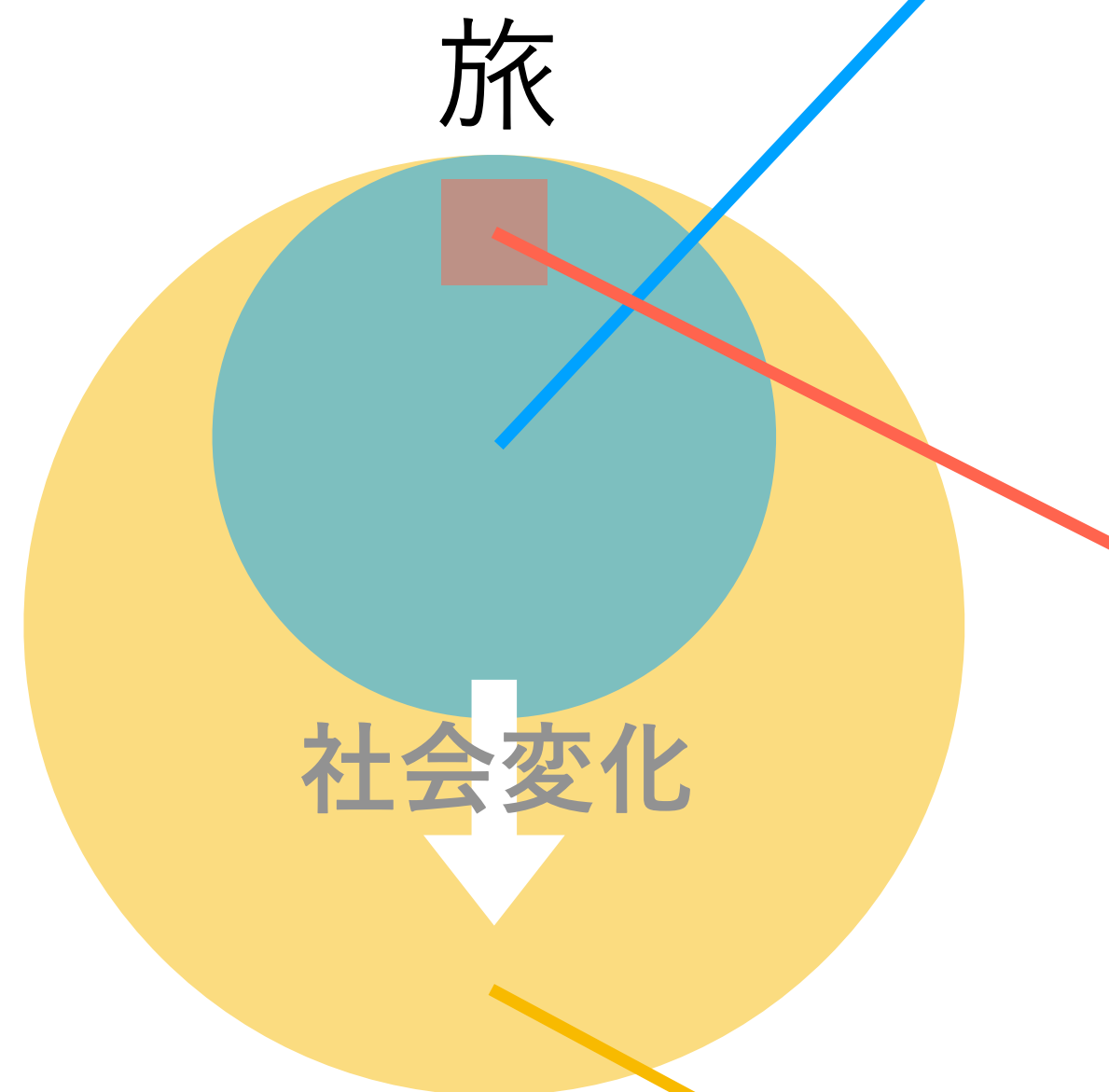


Q1. これまでつくってきたお客様の
「思い出」はどんなものだったか？

Q2. お客様に提供することができる
「学び・交流・発見」はなにか？

Q3. これからお客様のどんな
「未来」をつくることができるか？

ニューノーマルな旅を考えるワークシート



Q1. これまでつくってきたお客様の「思い出」はどんなものだったか？

Q1-1. 思い出を生んだ観光地の資産はなにか？

Q1-2. どんな人が何を求めて来ていたのか？

Q1-3. どんな思い出が残っているのか？

Q2. お客様に提供することができる「学び・交流・発見」はなにか？

Q2-1. 「学び・交流・発見」を生む観光資産はなにか？

Q2-2. 魅力に感じてくれる人はどんな人か？

Q2-3. どんな「学び・交流・発見」が生まれるか？

Q3. これからお客様のどんな「未来」をつくることができるか？

Q3-1. 現地に行く前に体験できることはなにか？

Q3-2. 現地で生まれる変化は何か？

Q1-3. 現地に行った後で体験できることはなにか？

ニューノーマルな旅を考えるワークシート

Q1. これまでつくってきたお客様の「思い出」はどんなものだったか？

Q1-1. 思い出を生んだ観光地の資産はなにか？

Q1-2. どんな人が何を求めて来ていたのか？

Q1-3. どんな思い出が残っているのか？

Q2. お客様に提供することができる「学び・交流・発見」はなにか？

Q2-1. 「学び・交流・発見」を生む観光資産はなにか？

Q2-2. 魅力を感じてくる人はどんな人か？

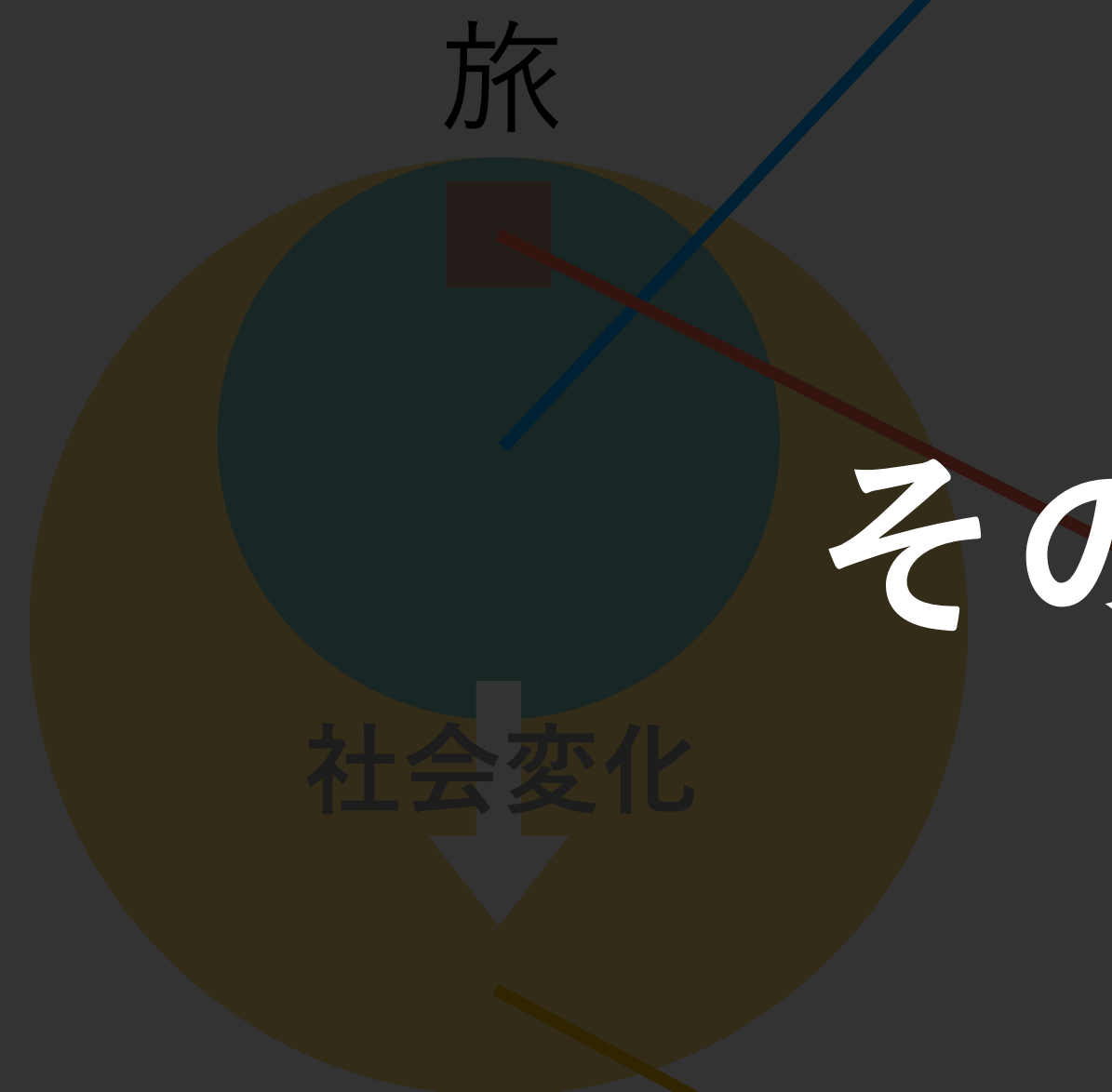
Q2-3. どんな「学び・交流・発見」が生まれるか？

Q3. これからお客様のどんな「未来」をつくることができるか？

Q3-1. 現地に行く前に体験できることはなにか？

Q3-2. 現地で生まれる変化は何か？

Q3-3. 現地に行った後で体験できることはなにか？



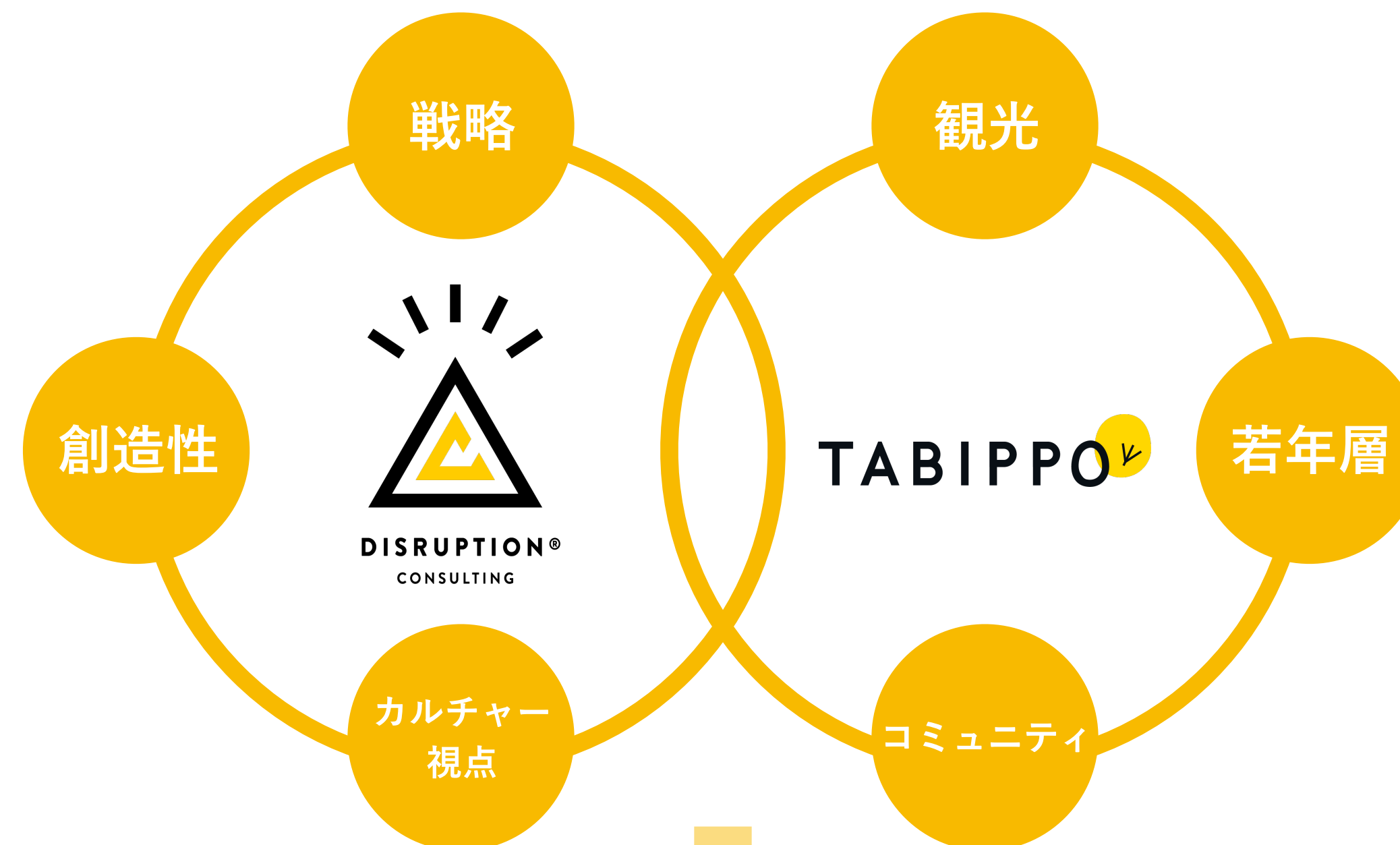
その答え、一緒につくります。

Community Driven Disruption

コミュニティから生まれる創造的破壊

新市場創造

- ブランド戦略策定
- 新規事業戦略策定
- 社内カルチャー醸成



観光市場浸透

- 「旅」事業戦略策定
- 旅コミュニティ醸成
- メディア・SNS企画

未来をつくるニューノーマルな旅を開発し、
旅好きコミュニティから社会へ浸透していく。

ニューノーマルな旅の形を共につくる



観光資産
を
見つける

TBWA\HAKUHODOの社会変化を捉える視点とTABIPPOの観光知見を掛け合わせ、これからの時代に合った独自の観光資産を探し出します。



お客さん
を
見つける

TBWA\HAKUHODOの生活者視点とTABIPPOのコミュニティ知見を掛け合わせ、ファンになりうる顧客層を探し出します。



企画
を
つくる

TBWA\HAKUHODOのDisruption®メソッドとTABIPPOの観光戦略・施策の知見を掛け合わせ、新しい旅の形をつくります。

【先着10組限定】コンサルティング無料体験

ワークシートの内容を一緒に掘り下げる60分間

ニューノーマルな旅を考えるワークシート

Q1. これまでつくってきたお客様の「思い出」はどんなものだったか？

Q1-1. 思い出を生んだ観光地の資産はなにか？	Q1-2. どんな人が何を求めて来ていたのか？	Q1-3. どんな思い出が残っているのか？
--------------------------	-------------------------	-----------------------

Q2. お客様に提供することができる「学び・交流・発見」はなにか？

Q2-1. 「学び・交流・発見」を生む観光資産はなにか？	Q2-2. 魅力に感じてもらえる人はどんな人か？	Q2-3. どんな「学び・交流・発見」が生まれるか？
------------------------------	--------------------------	----------------------------

Q3. これからお客様のどんな「未来」をつくることができるか？

Q3-1. 現地に行く前に体験できることはなにか？	Q3-2. 現地で生まれる変化は何か？	Q1-3. 現地に行った後で体験できることはなにか？
---------------------------	---------------------	----------------------------

STEP0：無料体験お申し込み



STEP1：シートを記入・送付



STEP2：コンサルティング当日

ご記入いただいたワークシートの内容をもとに、独自の観光資産、ファンになりうる顧客層、企画アイデアを仮説にもとづいて議論し、行動を起こすヒントになることを目指します。

満足度：94%

企画開発や課題発見において満足の声をいただいています。

コンサルティング体験企業様の感想

“もやもやと抱えていた課題点がはっきりとし、どの部分が不足しているか、ポイントを絞ることができました。（自治体観光課様）”

“当社の企画や方向性が間違っていないことが確認でき、とてもよかったと思っています。（旅行予約サービス企業様）”

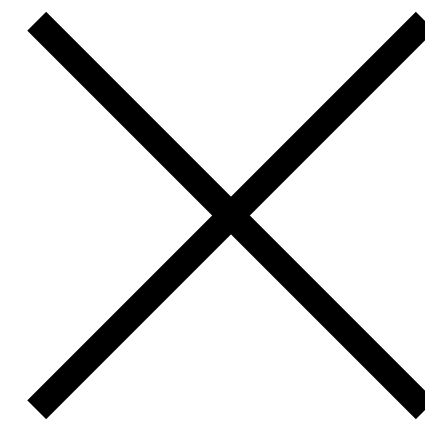
“枠組みに落とし込んでの問い直しと、外部からの新鮮な発想がお伺いでき有意義な時間となりました。（海外政府系観光局様）”

わたしたちについて

ニューノーマルな旅をつくるコンサルティング・ユニット



DISRUPTION®
CONSULTING



TABIPPO



TBWA\HAKUHODOのコンサルティング組織Disruption® Consultingと
TABIPPOが、観光業界の変革を支援するためにタッグを組みました。

ビジネスを成長させること。
それはもちろん、
コンサルティングパートナーとして考えていくことです。
ただし私たちは、単なるビジネス成長の支援を行うパートナー
ではありません。

人や社会にとって良いビジネスに、持続的成長をもたらすこと、
それが、Disruption Consultingの使命です。
そのために、カルチャーを捉え、ビジネスインパクトのある
ニーズを掘り起こすことこそ、私たちが得意とする領域です。

人と社会と企業に、意味のある成長を生み出すための
ソリューションを、私たちは提供します。

DISRUPT
TO PUSH
GOOD
GROWTH.



TABIPPOは旅を広めるために事業を多角展開している会社で、20-30代におけるコミュニティ形成に強みを持っています。

これまでの観光復興の取り組み①ガイド制作・公開

Vol. 2 

新しい時代に対応する 観光復興ガイド

— SNSから見える企画のタネ —

TBWA\HAKUHODO PR TIMES  FUKKO DESIGN TABIPPO 

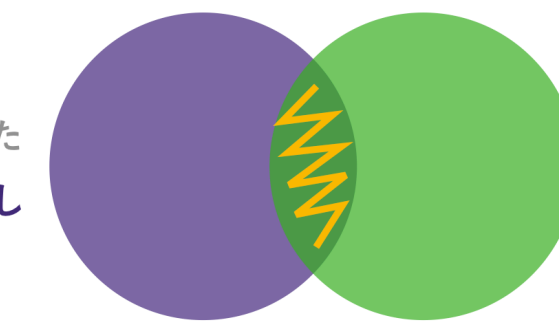
旅行意欲を高める24の兆し

1 大自然	2 応援	3 再訪	4 趣味旅	5 旅館風景	6 おひとり様
7 地元色	8 写真好き	9 補助制度	10 ペット愛	11 下調べ	12 バーチャル旅行
13 ワーカーシオン	14 マイクロツーリズム	15 リベンジ帰省	16 おこもりステイ	17 貸切旅	18 卒業旅行
19 ワンランク上	20 GoTo後	21 はしご旅	22 ロードトリップ	23 計画疲れ	24 旅育

企画の考え方

今後の兆しに対応すべく、
自社の資産をどう活用して何をすべきなのか、考えてみましょう。

ここまでご紹介してきた
旅行意欲を高める兆し

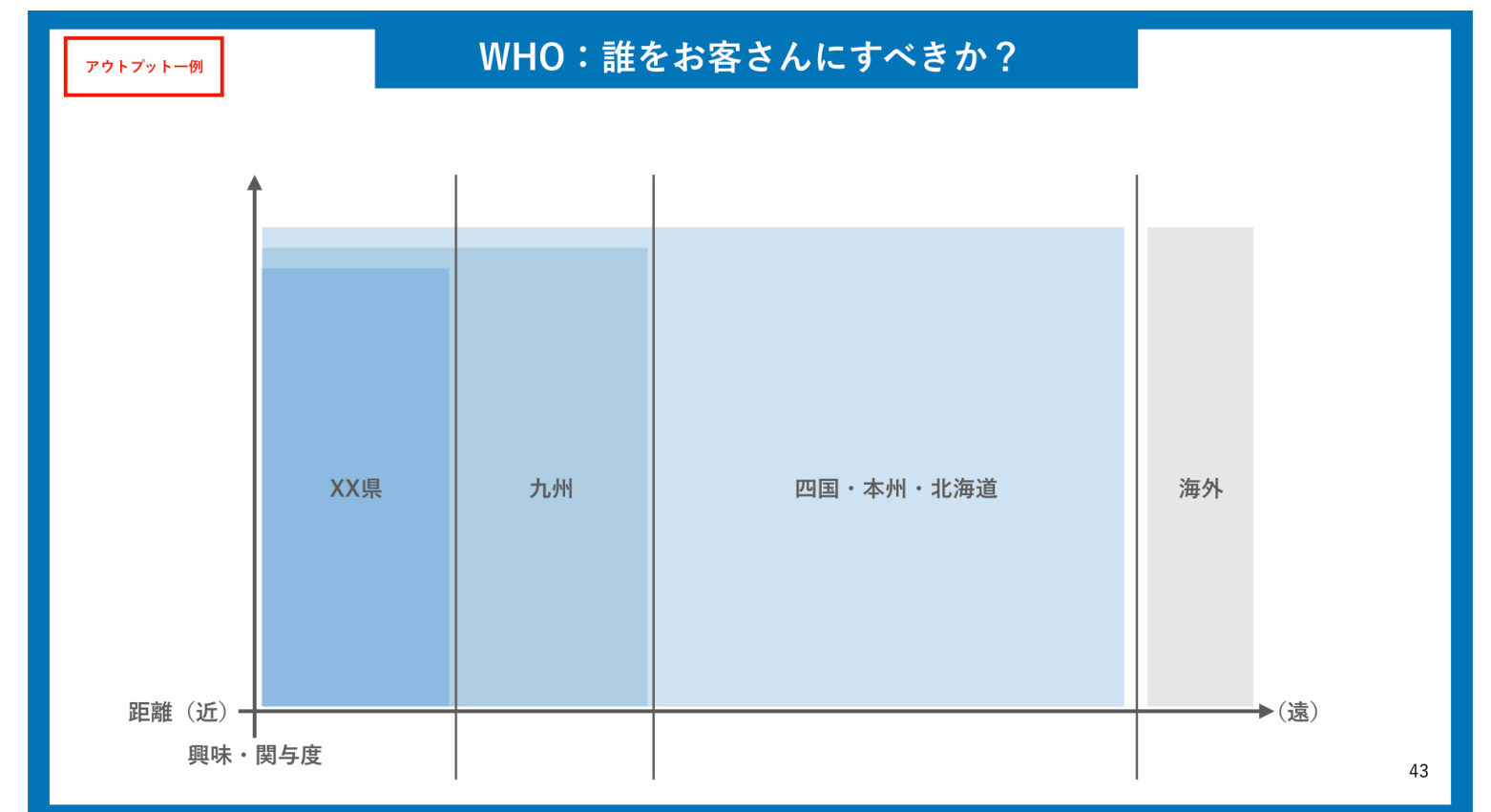
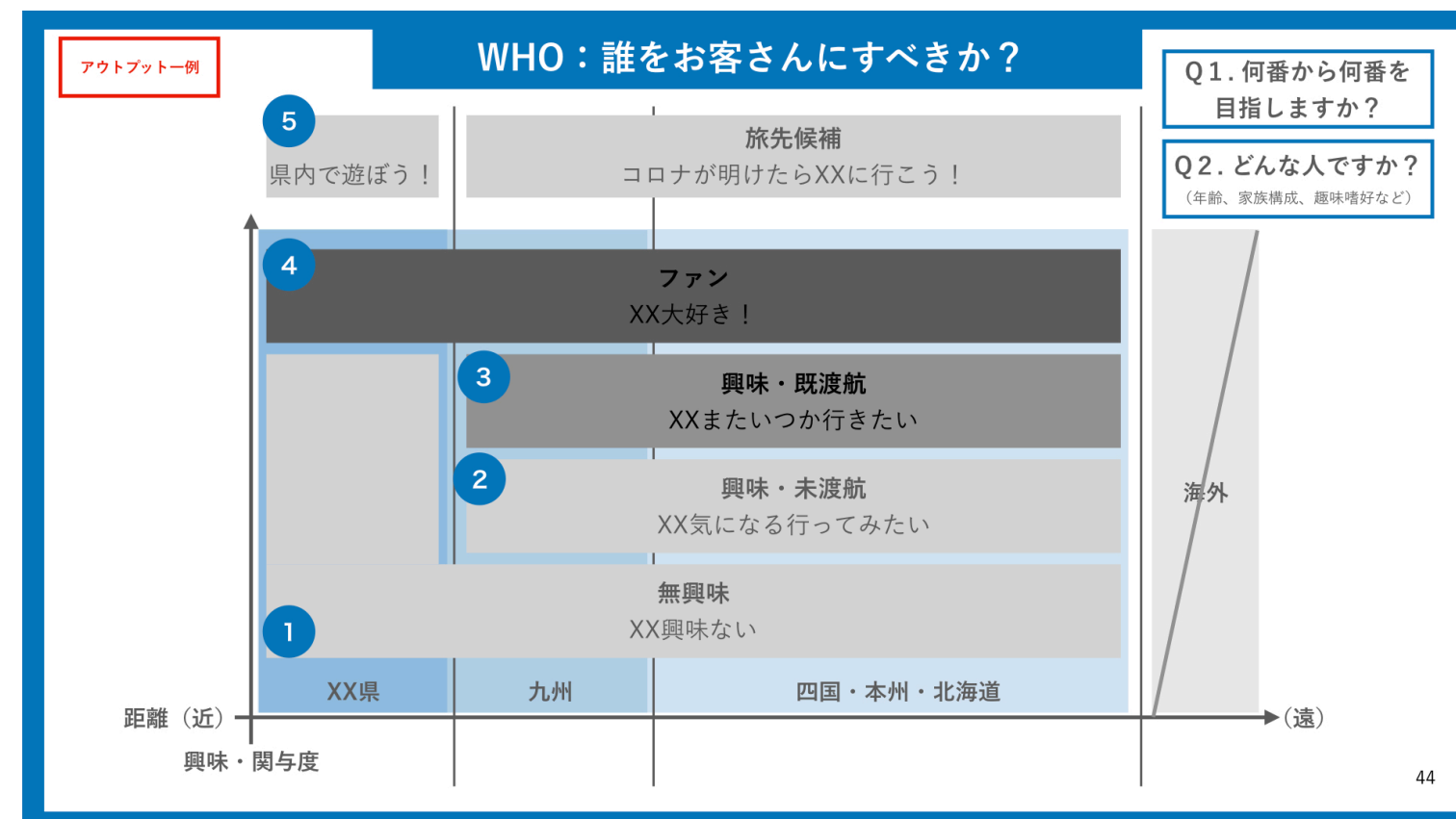
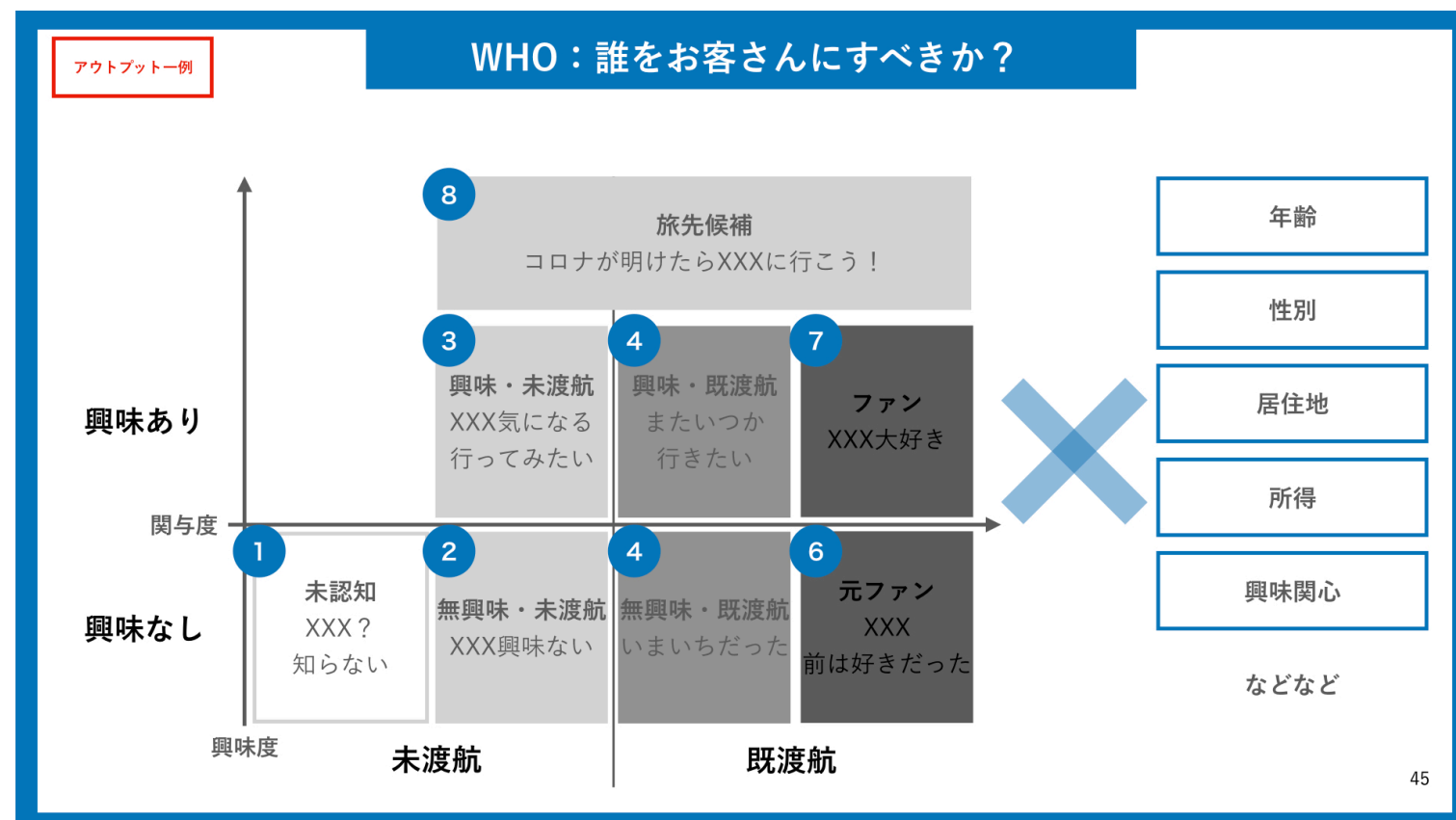
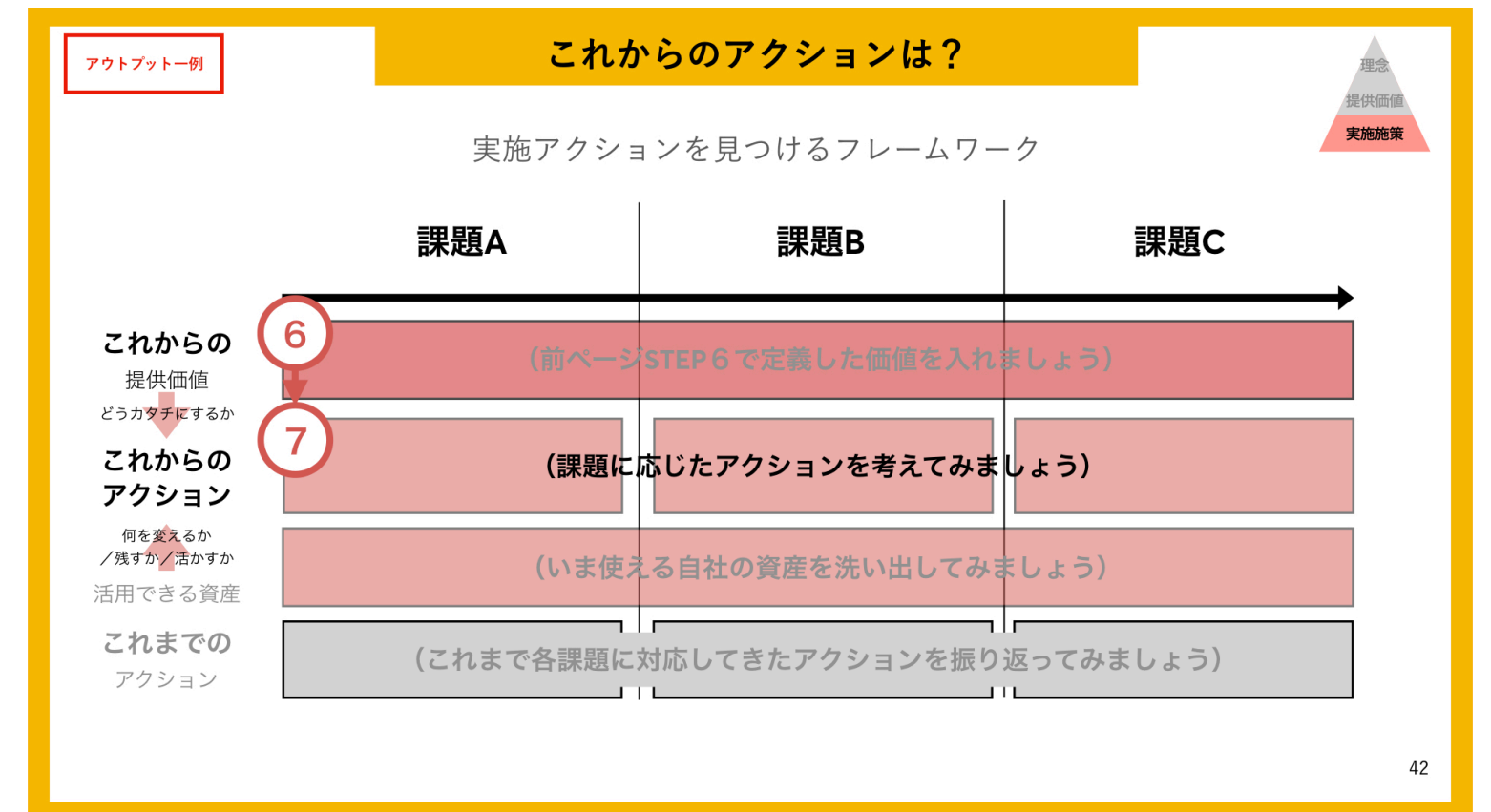
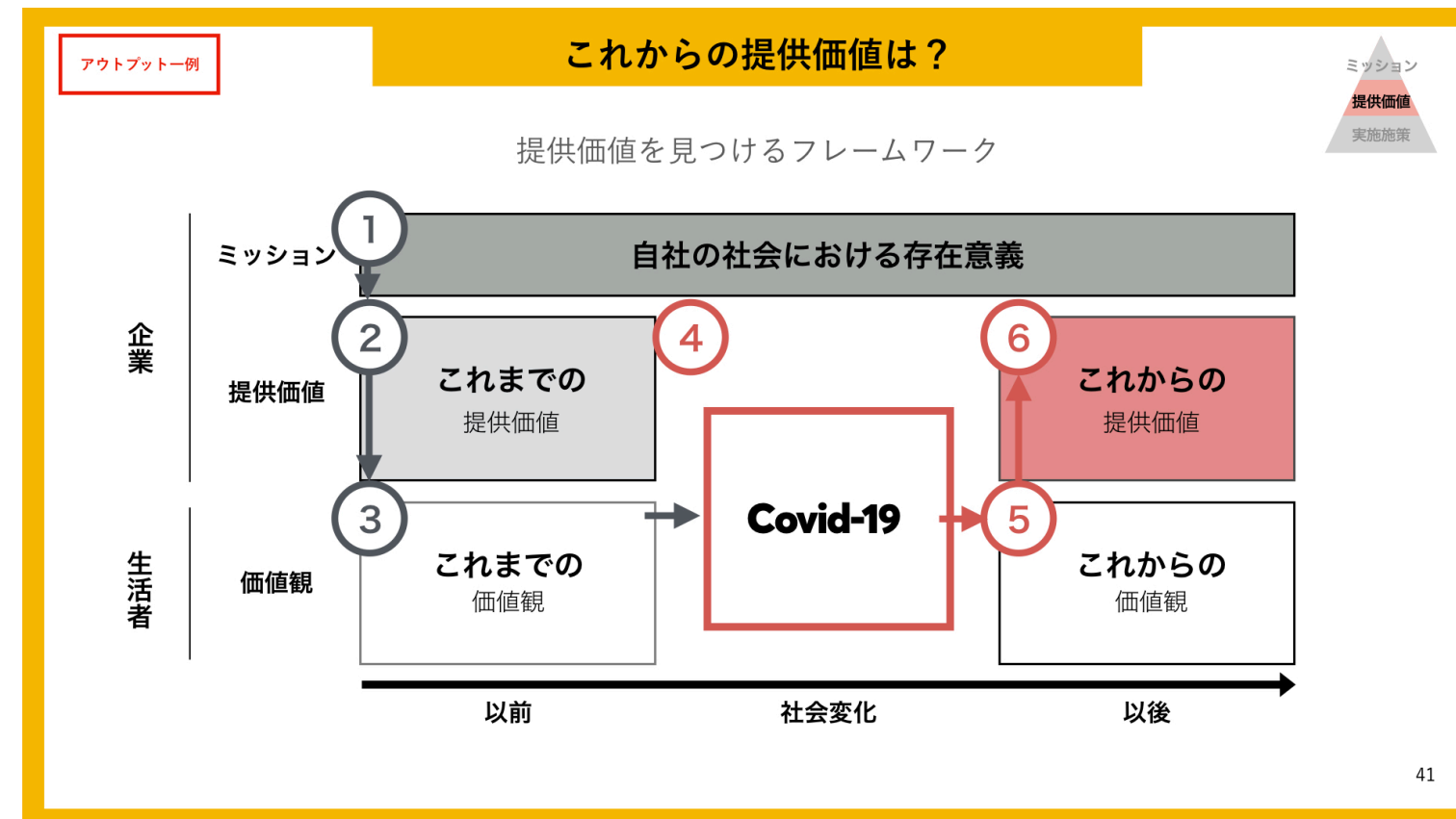
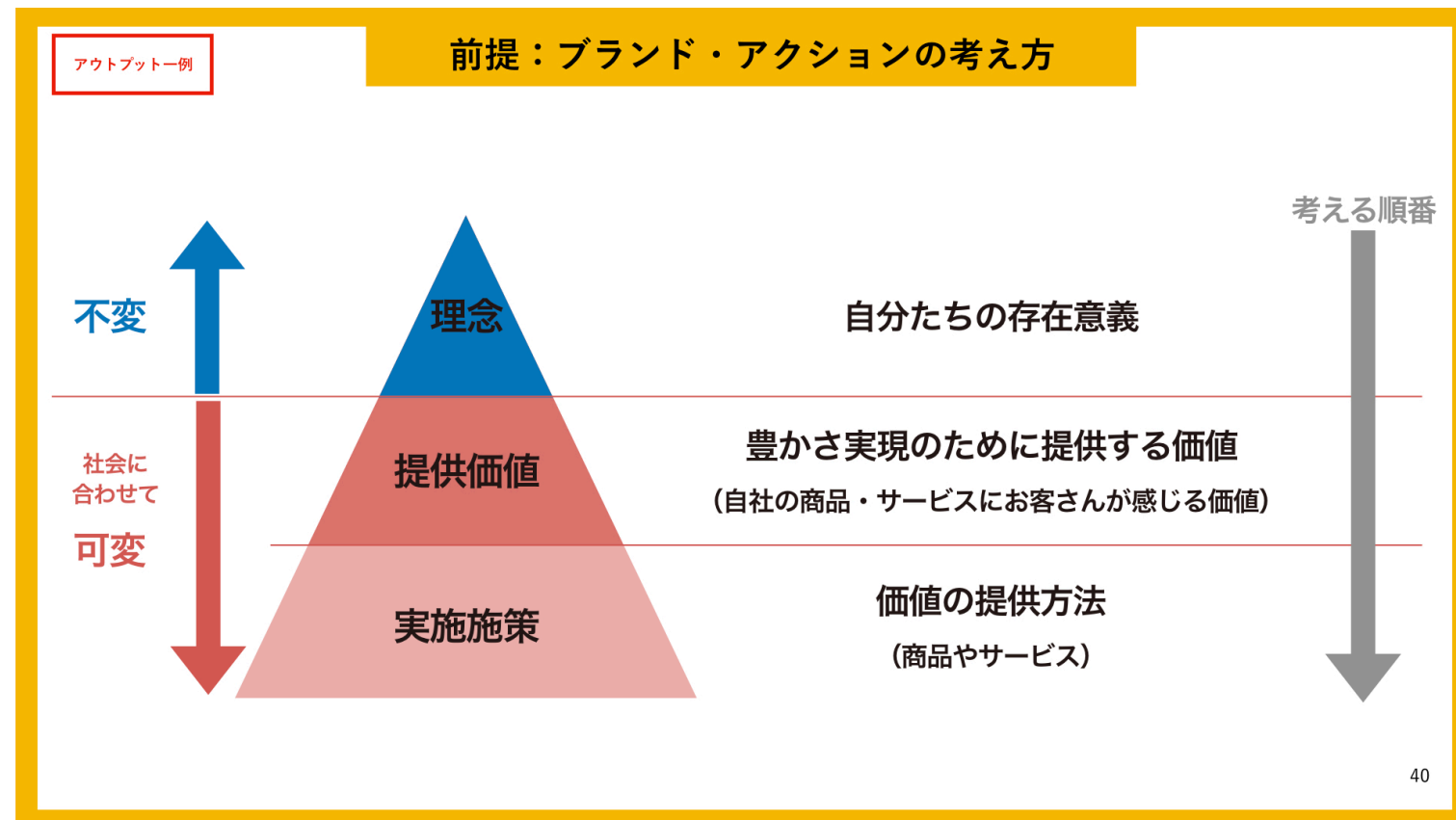


自社でできること
使えるもの=資産

自らがやるべきこと (企画)

SNSの分析に基づく「旅行意欲を高める24の兆し」と兆しに対応する「企画の考え方」などを紹介する『新しい時代に対応する観光復興ガイド』を共同制作し、2020年6月と12月の2回に渡り公開しました。

これまでの観光復興の取り組み②コンサルティング



旅行会社、観光局、自治体など観光事業者の皆様に対して、
課題発見や課題解決のフレームワークを提供し事業開発や組織開発の支援をしてきました。

これまでの観光復興の取り組み③プロモーション支援



これからは迷わずここに！
お出かけをもっと楽しもう！

ARを活用したナビ、スポット情報シェアアプリ

App Store | Google Play

観光・旅行業界のニュース・2020年12月18日（2020年12月25日更新）

【観光復興ガイドNEWS】ARを活用したナビ、スポット情報シェアサービス『coconey(ココニー)』

ブックマーク ツイート シェア LINE LINEで送る B!

こんにちは!TABIPPO編集部です。

2020年12月、TABIPPOは、株式会社TBWA\HAKUHODO、株式会社PR TIMES、一般社団法人FUKKO DESIGNと、『新しい時代に対応する観光復興ガイドーSNSから見える企画のタネーVol.2』を4社合同で発表しました。

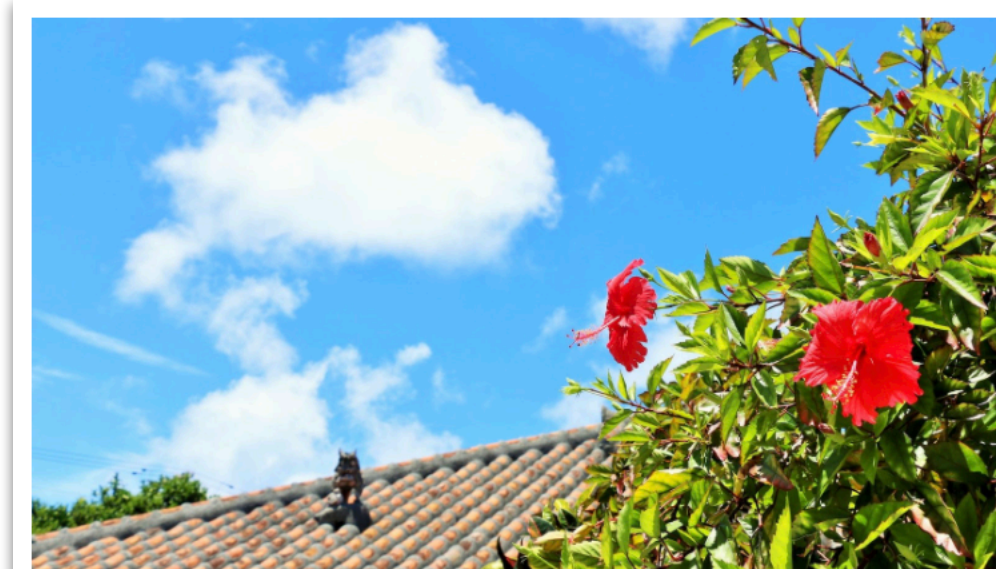
【観光復興ガイドNEWS】では、新しい時代に対応する観光復興ガイドーSNSから見える企画のタネーVol.2(以下、観光復興ガイド)を活用した旅行業界のサービスや取り組みをご紹介します。ぜひ、お出かけをもっと楽しくするサービス『coconey(ココニー)』のリリース情報をお届けします。



自然・2020年12月22日（2020年12月25日更新）



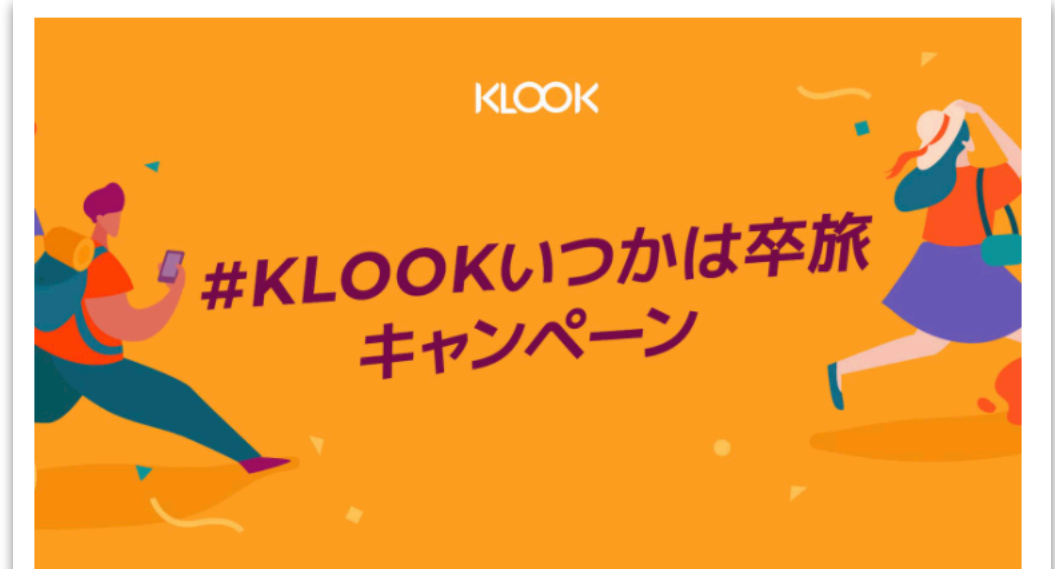
大分県・2020年12月25日（2020年12月25日更新）



沖縄県・2021年2月16日（2021年2月16日更新）



長崎県・2021年2月1日（2021年2月1日更新）



旅のスタイル・2021年2月18日（2021年2月19日更新）

コンサルティングを通じて生まれたサービスや、事業者の方が観光復興ガイドを活用して自ら開発した企画を、旅メディア『TABIPPO』で記事にして紹介しました。

Thank You!

\ TBWA\ HAKUHODO TABIPPO ↘

お問い合わせ： mkt@tabippo.net