

デフレだけが悪ではない!?

心を動かす“生き方提案”とは?

開催概要

海外旅行の最新動向・現状の問題解決に向けての情報提供の場として、当財団が毎年夏に開催するセミナー。04年度は、海外旅行市場のみならず消費全般においても明るいとはいえない状況であるが、売れ行きを伸ばしている企業も存在している。他社とは異なる商品開発や販売方法を構築・実践し消費者の支持を集めるこれらの企業は、どのような考え方や発想に基づいて行動し、成功を収めているのか。“生き方提案”を新たなキーワードとしたマーケティングを検証することにより、今後の旅行市場のあり方を模索した。

なお、恒例の基調報告として(株)ツーリズム・マーケティング研究所による『JTB REPORT』の紹介、また当財団から特別報告もあわせて行った。

担当者：小林英俊 黒須宏志 久保田美穂子 岩崎比奈子 牧野博明

日時：04年7月26日 13:30～17:20

場所：経団連会館11F国際会議場(東京・大手町)

主催：(財)日本交通公社

後援：ジェイアイ傷害火災保険(株)

協力：(株)ツーリズム・マーケティング研究所

プログラム

基調報告

『2003年の日本人海外旅行の実態と志向～『JTB REPORT 2004』』

(株)ツーリズム・マーケティング研究所 主任研究員 磯貝政弘氏

2003年の海外旅行の総量は1,329万6,330人であり、前年比は19.5%減であった。大きく減少したのは女性と高年齢層といえる。この層に根強い“不安”、“厭な気分”がある一方、“働き盛り”の男性の実質海外旅行者数は増加した。『JTB REPORT』の調査・分析データをもとに、量的変化のみならずマーケットの質的变化について報告。

特別報告

『景気回復で海外旅行は復活する? 9.11以降、市場はどう変わったか』

(財)日本交通公社 観光マーケティング部 主任研究員 黒須宏志

96年ごろまで景気との関係の強い動きが見られた海外出国者数は、97年ごろからストック消費者層の出現により、景気との関係が弱まり、9.11以降、ますます顕著である。しかし経験度の高い層は依然意欲を持っている。リスク回避欲求の強いシルバー層をどう動かすかがカギであると報告。

パネルディスカッション

『自分回帰する消費者! 人を輝かせる仕掛けとは! ?』

パネリスト：奥井俊史氏(ハーレーダビッドソンジャパン(株) 代表取締役) / 橋本元司氏(パ
イオニア(株) 新事業創造室長) / 谷口正和氏((株)ジャパン ライフ デザイン シス
テムズ 代表取締役社長 マーケティング・コンサルタント)

コーディネーター：小林英俊((財)日本交通公社 理事・観光マーケティング部長)

成長・拡大から成熟・縮小へという転換期に差し掛かったことで、人々の関心やパワーが外向きから内向きへと変化しており、内省的で深いものに対する個人のコミットメントが大きくなっている。モノづくりや商業流通の世界においても、人の生活や価値観に食い込む丁寧な仕掛けやコンセプトづくりで購買意欲を掻き立て、成功に結びつく事例としてパネリストから「心の豊かさ」が求められる時代のマーケティング姿勢を学んだ。

参加者概要

参加者数217名