



国際化の最前線から



世界大会が北海道で実施！ アドベンチャートラベラーが持つ 可能性とは？

株式会社やまごころ 代表取締役 村山 慶輔

各地で、にわかに注目度が高まっているのが、2021年9月に北海道でワールドサミットも行われた「アドベンチャートラベル (AT)」である。コロナ禍によってオンライン開催になったものの、世界のAT市場に日本の魅力を伝える機会となり、コロナ禍で壊滅状態の国際観光が正常化してくれば、豊富な自然をもつ日本の存在感は高まっていくだろう。

そして、私は世界で70兆円を超えるマーケットといわれるこのATが、地域の国際化にも大きく貢献すると考えている。なぜなら『アドベンチャートラベル大全』(水口猛他/やまごころブックス)でも書かれているように、アドベンチャートラベラーには高学歴・高収入の人が多く、好奇心が旺盛で自分を内面から変える旅を切望しているからだ。

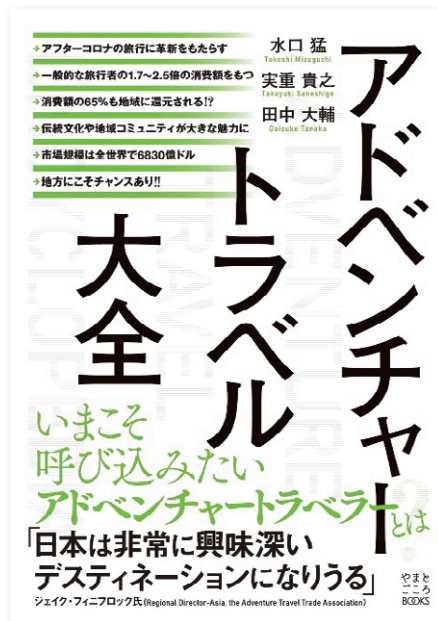
物見遊山なマスツーリズムの観光客は、地域の有名な観光スポットに立ち寄り、ホテルのレストランやツアー会社が決めた観光客向けの飲食店で食事をする傾向があるため、地域住民との交流は希薄になりがちである。

しかしアドベンチャートラベラーは、訪れる場所を選ぶ際に、知名度やコストよりも自分の興味関心を重視する。食事場所を選ぶ際にも、地元住民で賑わう居酒屋や地域の若者が集うお洒落なカフェを選ぶ。その結果、居合わせた地域住民やコミュニティとの間に交流が生まれる。いわゆる文化接触が発生するわけだ。

海外の事例や歴史を振り返るとわかるが、こうした文化接触こそ地域の国際化を加速させる要因になる。しかも彼らのような高学歴・高収入の相手とのそれは密度も高くなる。

ここで一度、自治体主導でATの商品をつくる効果について考えてほしい。残念ながら、それでは仮に海外から集客できても、文化接触は生まれづらい。そこに地元

や地域のコミュニティが不在となりがちだからだ。これは地域の国際化だけでなく、観光施策としても重要な視点である。観光のための観光は、地域の発展にはつながりづらいからだ。ATを通じて地域の国際化を目指すのであれば、ぜひこの文化接触を意識してほしい。そこから逆算して、ブランドデザインを引き、事業計画を立てていくべきだ。ATに大きな可能性があるからこそ一歩立ち止まって、その戦略策定から臨んでいただきたい。



プロフィール

村山 慶輔 (むらやま けいすけ)
兵庫県神戸市出身。米国ウィスコンシン大学マディソン校卒。アクセンチュア勤務を経て、2007年より国内最大級のインバウンド観光情報サイト「やまごころ.jp」を運営。国や地域の観光政策に広く提言を行うほか、メディア出演や執筆も数多い。最新刊『観光再生 サステナブルな地域をつくる 28のキーワード』(プレジデント社)