**＜研究ノート要旨＞**

**ニューツーリズム時代の観光分野における事業創造の方法**

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　**村田和繁**

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　京都市役所

従来の観光（オールドツーリズム）は、画一的な観光商品が大量販売される団体観光（マスツーリズム）が主流であった。ところが、この観光に大きな変化が生じている。高度化した観光への人々の欲求は、観光名所を見て楽しむような物見遊山の観光ではなく、癒しをもとめる旅、趣味を極める旅、知的欲求を満たすための旅、健康を回復するための旅等の自らの特定の目的を持った観光に向いている。即ち、旅行者は自らの観光ニーズに合致した観光地を選んで観光しており、ニューツーリズム時代の到来と言える。

一方、産業の空洞化や人口減少に苛まれる我が国の経済や産業を活性化する切り札として観光が、その重要性を増している。こうしたなか国土交通省は、『地域観光マーケティング促進マニュアル』を提示し、地域の観光素材を「観光商品」に組み込み、市場に対して積極的・戦略的にマーケティング活動を行っていく重要性を指摘している。

本研究では、観光の構造変化を明らかにするとともに、「岐阜の宝ものプロジェクト」と「食と農による地域の観光ビジネス創造」という二つの事例を通じてニューツーリズム時代における事業創造の方法について検討する。