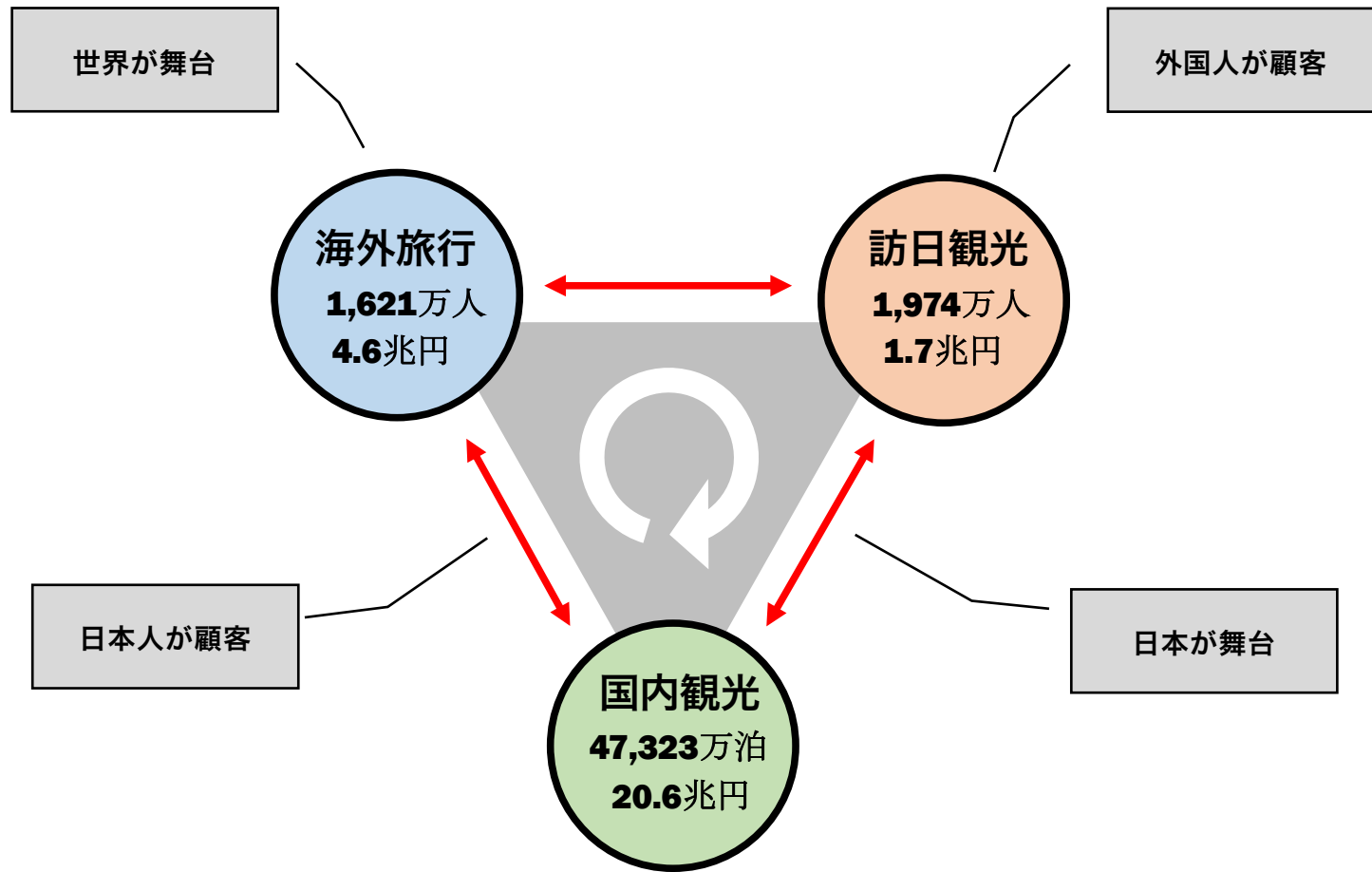


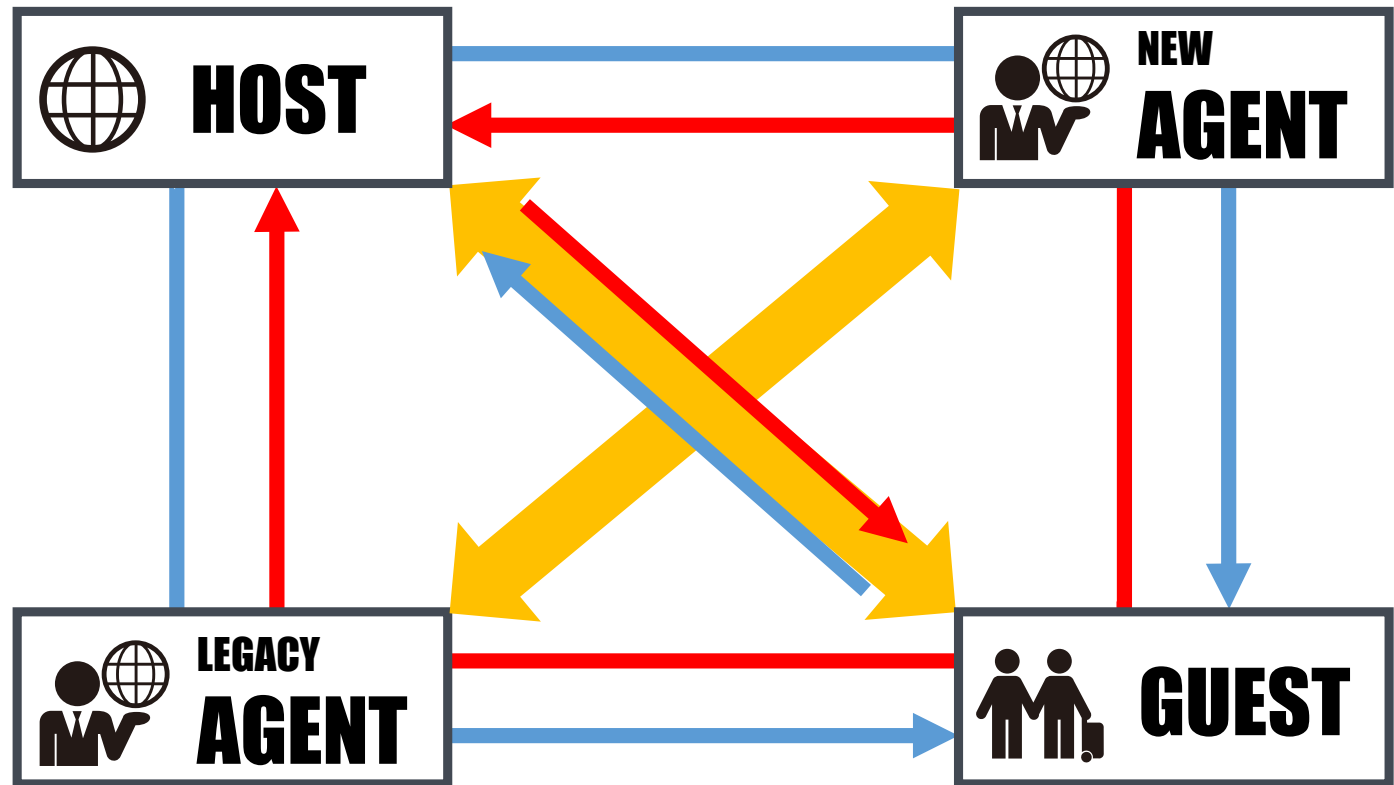
観光立国の鍵を握る“シェアリングエコノミー”

観光立国の鍵を握る
“シェアリングエコノミー”



データ：人数／日本旅行業協会（2015） 消費額／日本旅行業協会（2013）

観光立国の鍵を握る
“シェアリングエコノミー”



観光立国の鍵を握る
“シェアリングエコノミー”

新旧の壁

人材の壁

市場拡大の壁

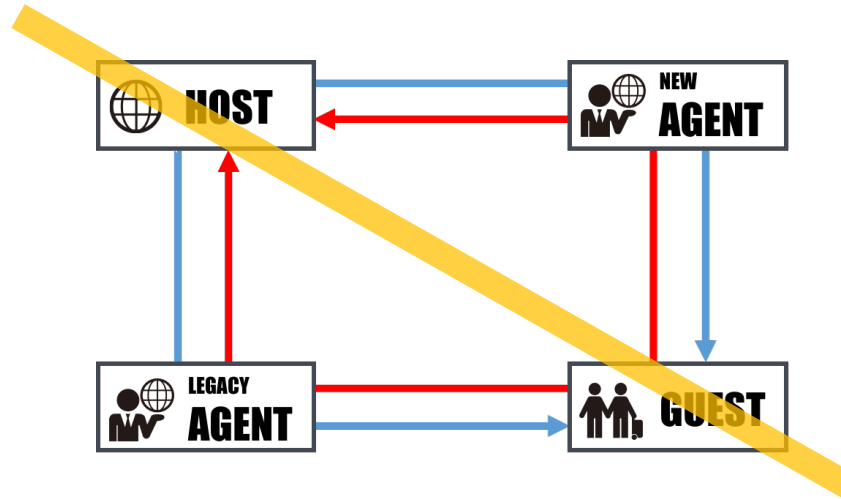
観光立国の鍵を握る
“シェアリングエコノミー”

EMOTIONAL ↔ FUNCTIONAL
感動的 機能的

DEFENCE ↔ OFFENCE
守り 攻め

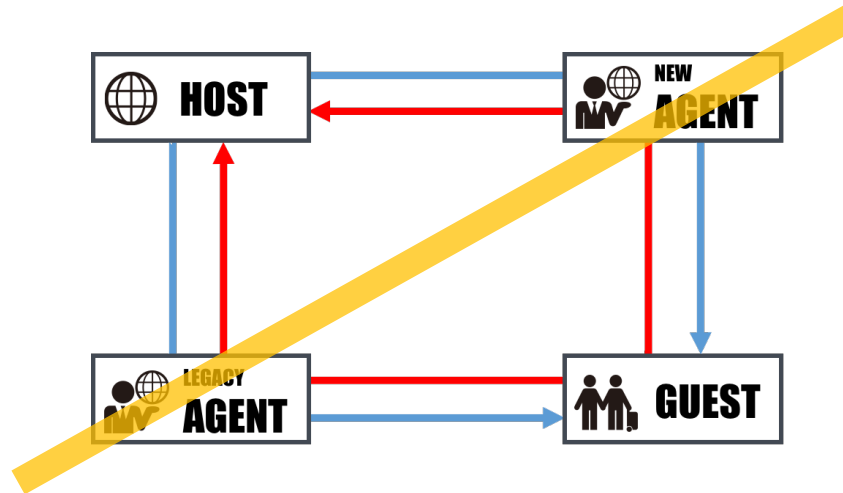
観光立国の鍵を握る
“シェアリングエコノミー”

新旧の壁



既得権益 法令 特区 信用 本人確認

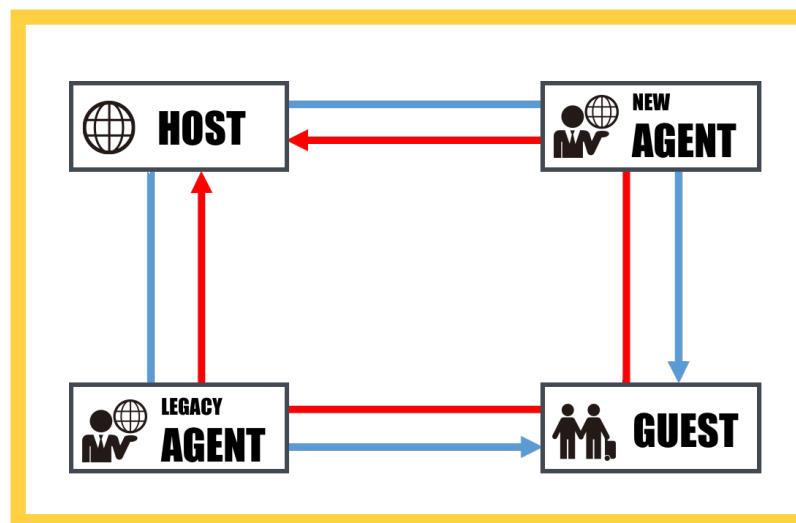
人材の壁



プロとアマ 資格 責任感 ワークスタイル ライフスタイル

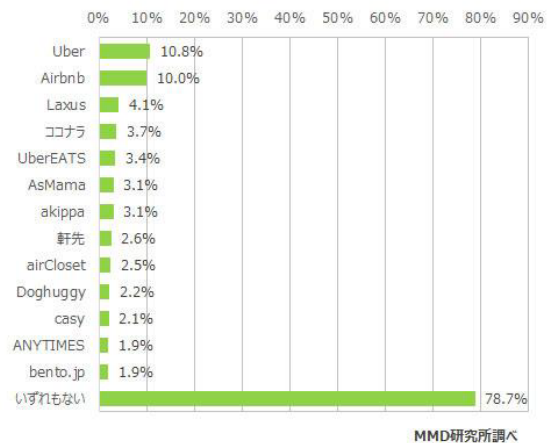
観光立国の鍵を握る
“シェアリングエコノミー”

市場拡大の壁

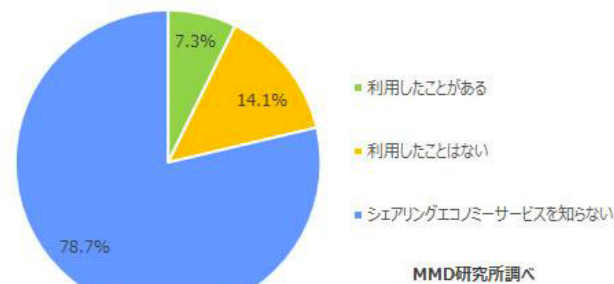


観光立国の鍵を握る “シェアリングエコノミー”

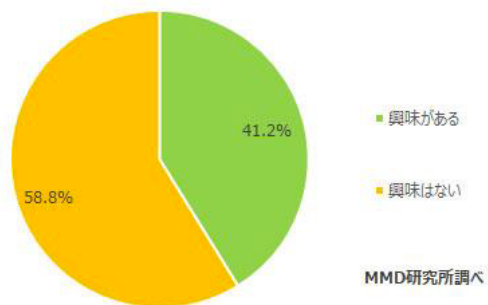
● 各サービスの認知 (N=4,412)



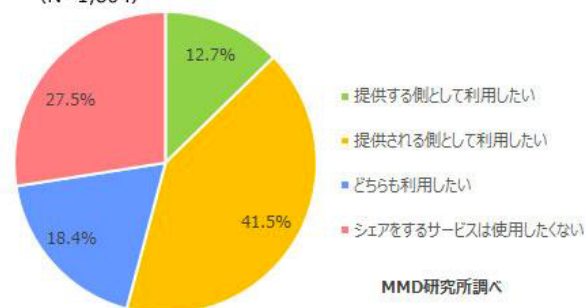
● シェアリングエコノミーサービスの利用経験 (N=4,412)



● シェアリングエコノミーサービスへの興味度 (N=4,412)

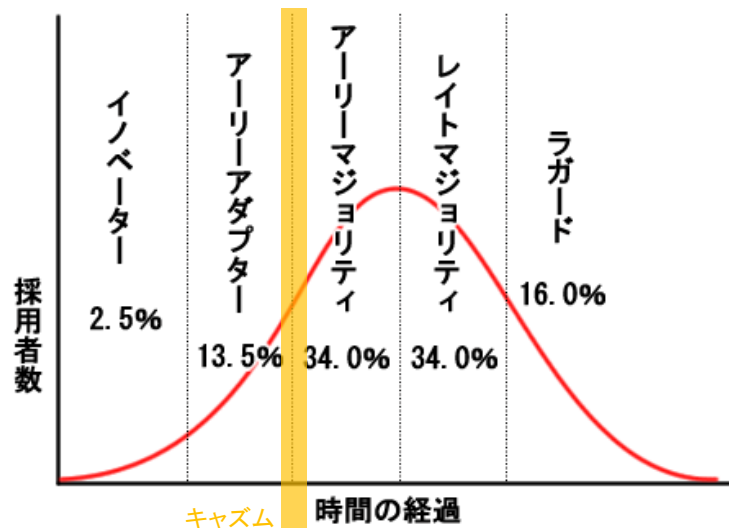


● 個人の自宅や自動車などをシェアするサービスを利用するなら (N=1,604)

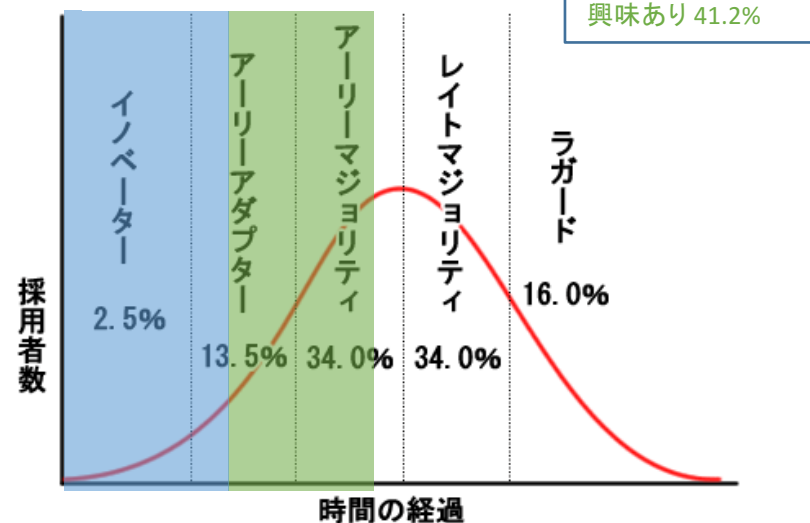


観光立国の鍵を握る
“シェアリングエコノミー”

イノベーター理論



シェアリングエコノミー市場



イノベーター (Innovators: 革新者):
冒険心にあふれ、新しいものを進んで採用する人。市場全体の2.5%。

早期アダプター (Early Adopters: 初期採用者):
流行に敏感で、情報収集を自ら行い、判断する人。他の消費層への影響力が大きく、オピニオンリーダーとも呼ばれる。市場全体の13.5%。

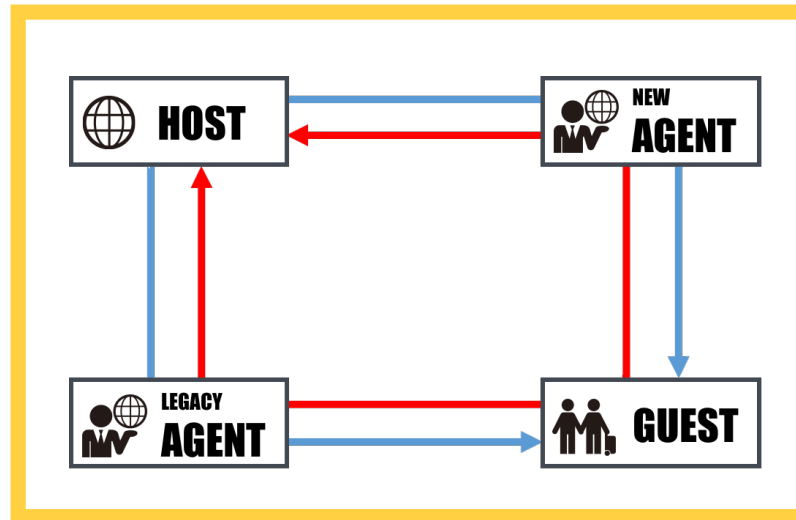
早期マジョリティ (Early Majority: 前期追随者):
比較的慎重派な人。平均より早くに新しいものを取り入れる。ブリッジピープルとも呼ばれる。市場全体の34.0%。

レイトマジョリティ (Late Majority: 後期追随者):
比較的懐疑的な人。周囲の大多数が試している場面を見てから同じ選択をする。フォロワーズとも呼ばれる。市場全体の34.0%。

ラグード (Laggards: 遅滞者):
最も保守的な人。流行や世の中の動きに関心が薄い。イノベーションが伝統になるまで採用しない。伝統主義者とも訳される。市場全体の16.0%。

観光立国の鍵を握る
“シェアリングエコノミー”

市場拡大の壁



メンタリティ 社交性 グローバリゼーション 情報