



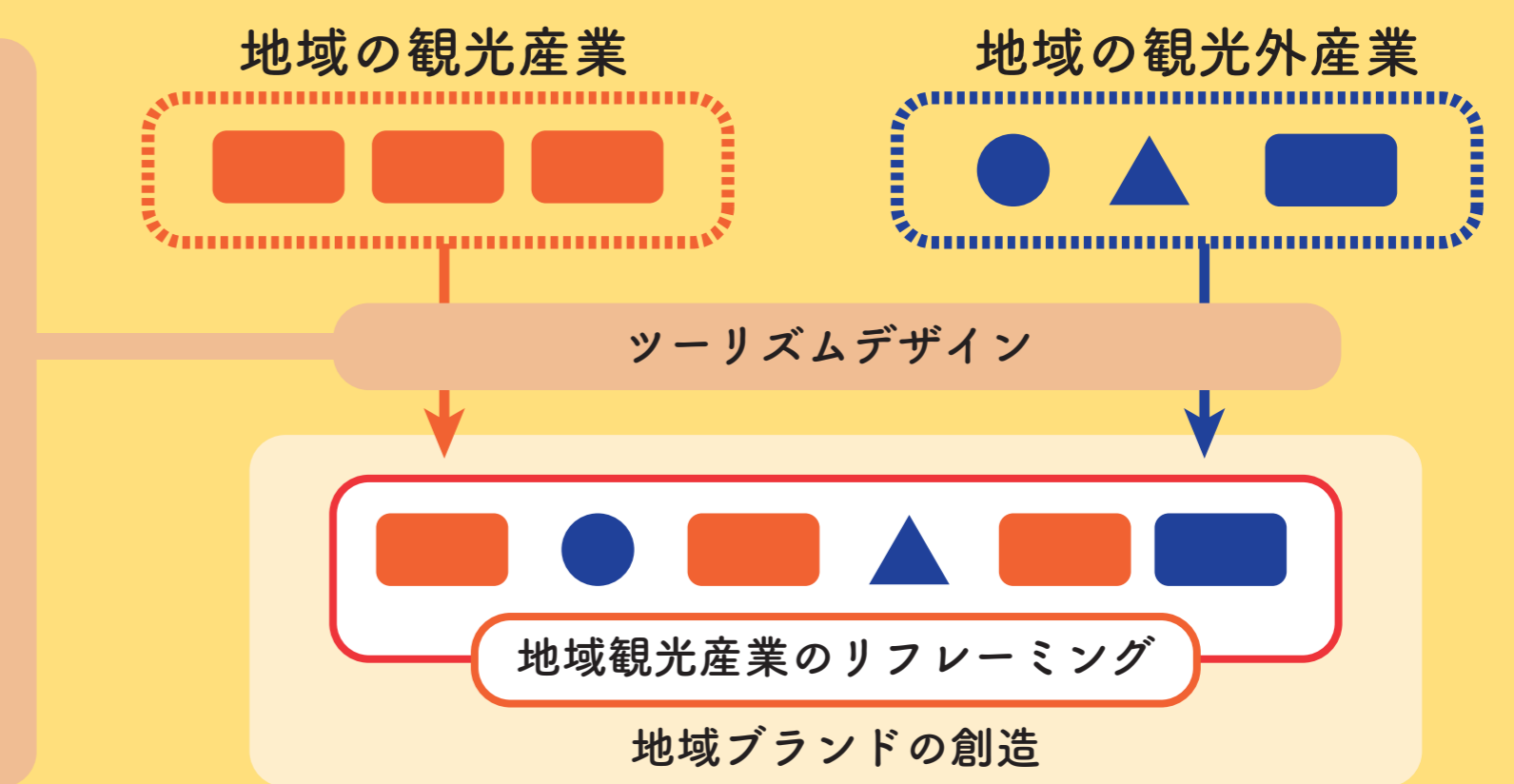
# 観光分野にサービスデザインを適用した「ツーリズムデザイン」の可能性に関する考察

尾形 慎哉（株式会社グラグリッド）・山下 真輝（株式会社ジェイティービー）

Study of adapting of service design for tourism - possibility of "Tourism Design" ©GATA Shinya (Glagrid, Inc.) YAMASHITA Masaki (JTB Corp.)

## 1 ツーリズムデザインとは？

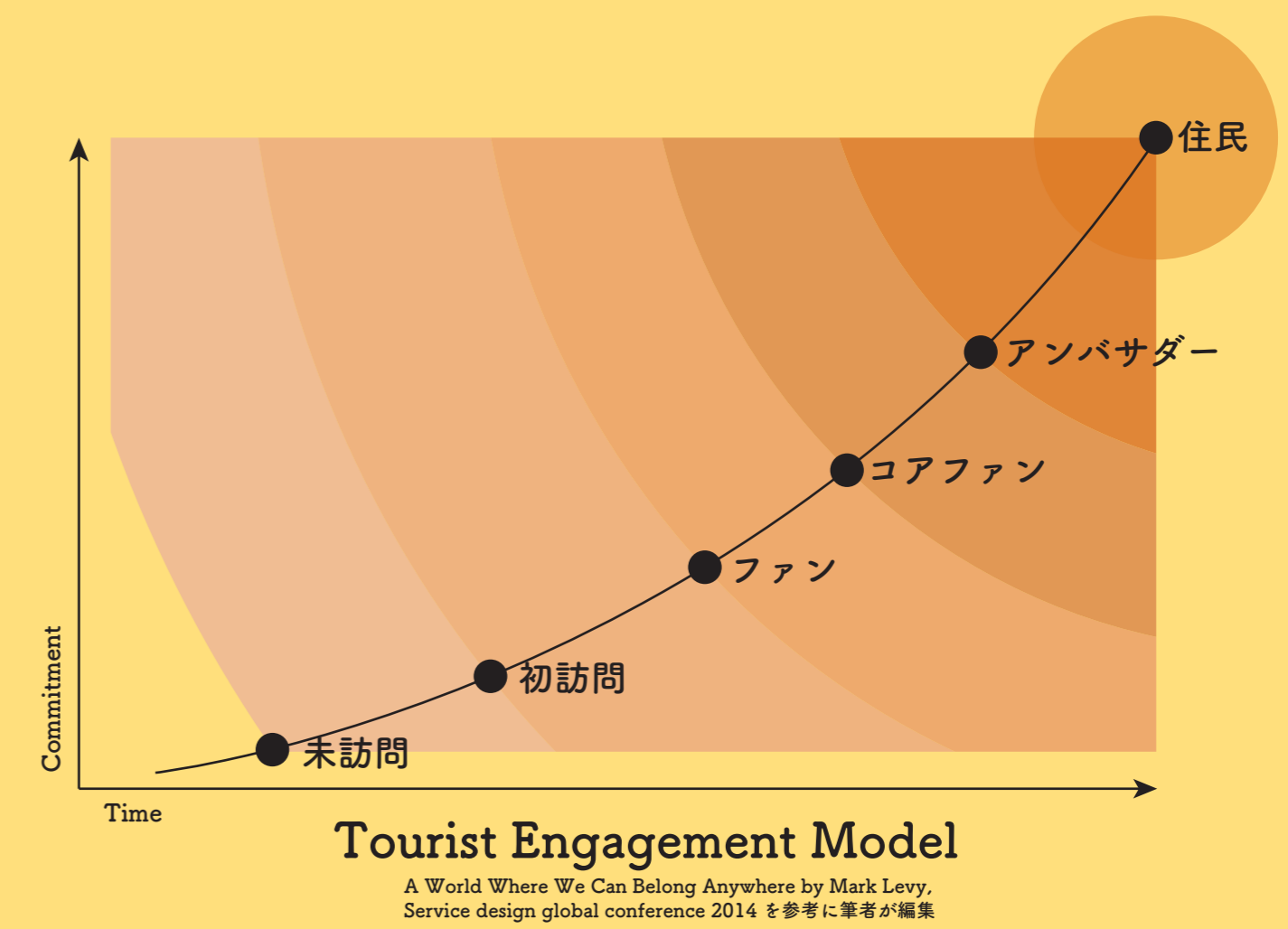
住んでよし、訪れてよしの持続可能な地域社会をつくるために、地域が持つ固有の価値を改めて見直し、来訪者の経験価値を高めるまちづくりと地域の特性を生かした産業連携による地域ブランドの創造を目指す地域振興の考え方。



## 2 求められている観光の新たなカタチ

	従来の観光	現在の観光
来訪者	団体	個人
旅行の型	物見遊山型	参加体験型
価値観	サービス	体験
旅行の意味	観光地へ行く	生活地へ行く

来訪者の地域への関わり方が変化している



## 3 ツーリズムデザイン・アプローチによる実践

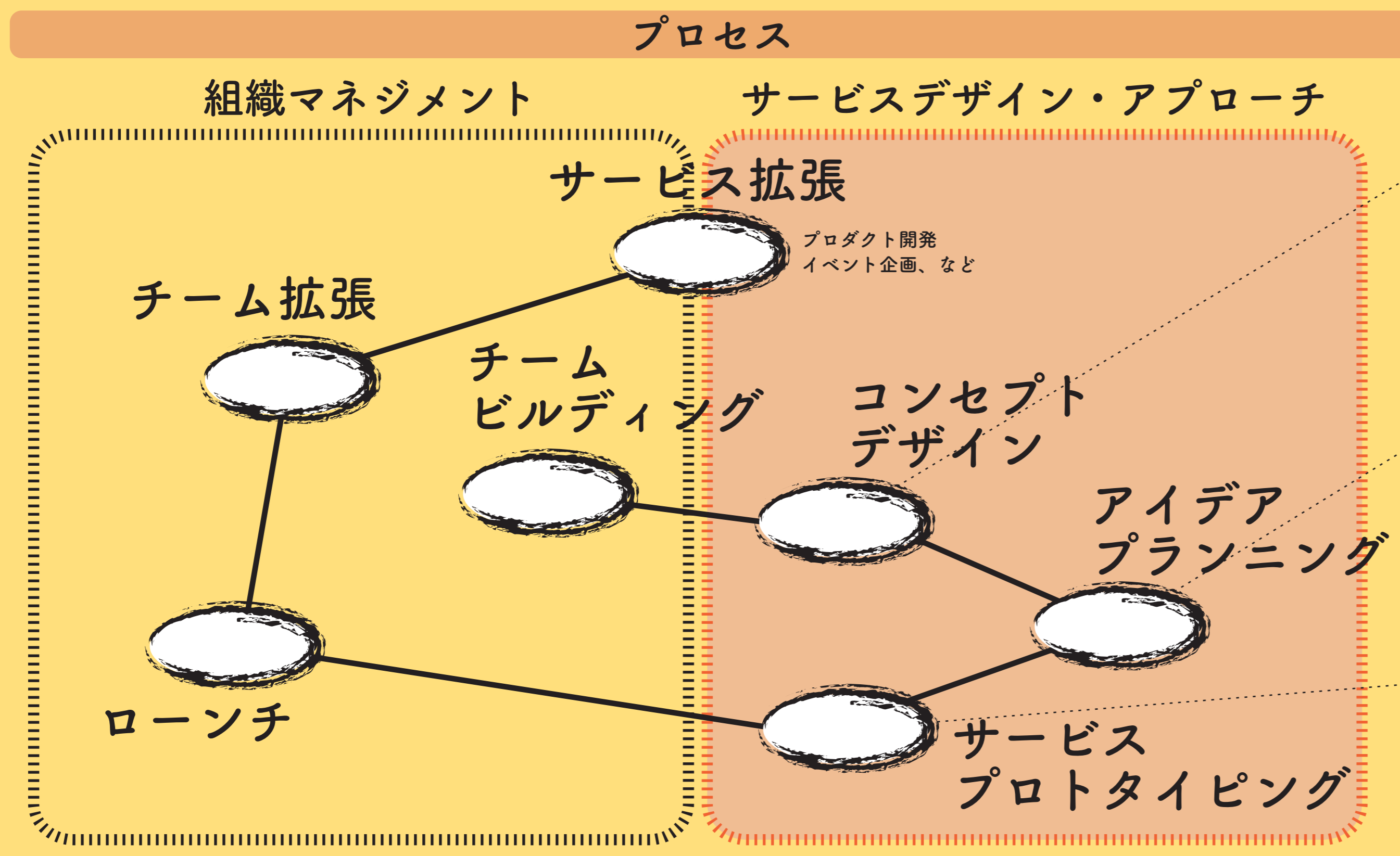
ケーススタディ：宮城県気仙沼市

ツーリズムにサービスデザイン\*のアプローチを取り入れた

気仙沼における観光サービスの創出をワークショップ形式で実施。2014年11月～2015年1月にかけて3回のワークショップを開催。参加者は気仙沼の復興に関わる多種多様な業種のキーマン24名。



\*ビジネスの全てをサービスと捉え、価値創造のプロセスに顧客が参画することで、イノベーションを創出するデザインアプローチ



**ツール**

- 価値要素採掘マップ WS
- カスタマージャーニーマップ WS
- モニターツアー
- サービスブループリント WS

## 4 地域ブランド創造に向けたツーリズムデザイン実践のポイント

- 1. チームファースト。はじめにビジョンを共有するチームを作る**  
気仙沼の場合は、東日本大震災がきっかけとなり、観光チーム気仙沼が結成された。協創力の源である。
- 2. 地域をマネジメントするプラットフォームを機能させる**  
気仙沼には、地域のハブとしてリアス観光創造プラットフォームが事務局的に機能している。
- 3. 全員が創造性を発揮できる場を作る**  
物理的な場だけでなく、アイデア検討のツール、プロセス、ワークショップを適切に設計する。

気仙沼のケース

- 観光チーム気仙沼
- 一級建築士 リアス観光創造プラットフォーム
- ツーリズムデザインワークショップ