雑学書庫 知識の記録

繁忙期と閑散期はなぜ生まれるのか、観光の季節性

記事のURL

https://www.gklibrarykor.com/ja/article/12671/

PDFレイアウトのプレビュー - 本文の一部のみ

夏休みの時期の海水浴場は足の踏み場もないほどなのに、同じ場所を晩秋に訪れると、閉まった店が軒を連ねています。冬のスキー場も同じです。同じ場所なのに、ある月は人であふれ、ある月はがらんとしている、この不思議な光景の名前が観光の季節性です。 観光の季節性（Tourism Seasonality）とは、簡単に言えば、観光客の数や消費が一年の中で均等に広がらず、特定の時期に集中してはまた引いていく規則的な偏りのことです。観光地は客が多い月に一年の稼ぎの大きな部分を上げなければならない場合が多く、この偏りは観光経営で最も古い課題の一つに数えられます。 本記事では、季節性とは何かから始めて、二つの原因、偏りが生む問題と測り方、そして偏りを和らげる戦略まで、順に整理します。繁忙期と閑散期を分ける力 観光の季節性とは何か？ 季節性は、観光が持つ非常に普遍的な特徴です。ホテルの客室、航空機の座席、飲食店の席のように観光を支える施設は、たいてい今日売れなければ明日売り直すことができない商品です。そのため、客が集中する時期を繁忙期（ハイシーズン）、少ない時期を閑散期（オフシーズン）と呼び、価格や人員、営業日数を変えて組むことがよくあります。 季節性は、単に「夏は暑い」という話だけではありません。天気も大きな役割を果たしますが、学校の休みや休暇の慣行のように人が決めたカレンダーも、それに劣らず大きな役割