

令和2年5月13日

ポストコロナを見据えた観光地域づくりに関する提案

津南町観光地域づくり課 DMO 推進室

1. 趣旨

今年の初めに出現したコロナウイルスは世界中に広がりました。その影響は大きく、津南町でも医療から教育、人や物の流れ、そして観光まで、多方面での対応が求められています。そうしたポストコロナを見据えた対策について、この提案では「観光地域づくり」に焦点をあてて考えました。変化にいち早く対応することを優先しましたので、内容に不十分な面もあるかと思いますが、趣旨を汲み取っていただければ幸いです。

さて、世界ではこれまでに経験したことのない大規模な都市封鎖が行われ、人々の移動や経済活動は止まっています。津南町でも経済活動の自粛を余儀なくされています。観光面でも、特に大型宿泊施設の休業が地域経済に与えるインパクトは大きなものがあります。こうした状況で、まずは打撃を受けた事業者を支援することが急務になりますが、それと並行して、今後の変化に対応した施策を講じることも大事だと考えます。

ポストコロナにおいては、旅行者の意識も変化するでしょう。おそらく「旅行」はこれまで以上に贅沢なことになり、「そこに行かなければ得られない何か」がなければ、人々は訪問しなくなるでしょう。これまでも旅行者が「地域固有の歴史や文化」を求める傾向はありましたが、それはより高まるでしょう。幸いにも津南町には、これまで長年にわたり蓄積してきた文化資産があります。また令和元年度に行われた津南未来会議では、『津南の大地や自然、文化、生業などの地域資源を生かした「つなん型ツーリズム」を目指そう』という提言が出されました。こうしたことを踏まえて、いまこそ「津南固有の歴史文化を基盤にした観光地域ブランド育成」に着手すべきときだと考えます。

2. 背景

近年、日本では観光を手段にした地域振興（観光地域づくり）に関心が集まっています。地方創生においても、観光は人口縮小社会に対応した有力な振興政策と位置付けられています。一方で、津南町の年間宿泊者数は187,403人（平成30年）で県内11位であり、人口規模で考えると上位にあるものの、地域経済における観光の貢献は大きくないと思われていました。

しかしこの度、DMO 推進室がニューグリーンピア津南の休業に伴う地域経済の損害について調査したところ、その影響は予想以上に広範囲にわたることが判明し、単なる宿泊統計

だけではわからなかった観光産業の裾野の広さが明らかになりました。

コロナの影響がなかった昨年同時期（3月4月期）に比べ、人件費を含まない経費ベースでの損害額を計算したところ、休業によって食材や飲料の仕入れや、燃料代、など影響を受けた町内の取引業者の損害は約3千5百万円、域内循環率71.6%（2015年地域経済循環分析より）から推定される経済損失もこの2カ月でNGP津南だけで約8千万円に上ります。これは町民一人当たりで換算すると1万円近い収入減です。

これまで津南町では、地域経済の観光依存度は低いだらうと捉えられてきましたが、この状況を踏まえると、地域経済における観光の影響や貢献度について認識を改めるべきではないでしょうか。

また、令和元年10月8日には津南未来会議から出された提言の中では、「津南の大地や自然、文化、生業などの地域資源を生かすことで、よそとの交流を活発にして、津南の農業や商工などの生業を、そして子供たちやお年寄りを元気にする。そんな津南の未来のために観光を活用して持続可能な地域づくりにつなげる（＝観光地域づくり）つなん型ツーリズムを目指そう」というメッセージが、住民から発信されました。

こうしたことを受け止めた上で、社会の変化を見据えながら、私たちは津南町の観光振興策を抜本的に見直し、未来を「構想」する必要があると考えました。

3. 観光ニーズの変化

次に、近年の観光ニーズの変化について考えます。資料として、令和元年度に一般社団法人雪国観光圏が実施した「インバウンドコンテンツ商品造成事業 ※資料1」における欧米旅行者のニーズ調査を参考にします。これは英国の高所得者層を対象にインタビューやウェブアンケートで調査したものです。

これによると、彼ら欧米の高所得者層は旅を「自分の見聞・教養を拡張する体験」としてとらえていることがわかります。また文化体験を通じて自分の見識や知見を広げたいと考え、「見るだけ」の体験やマスツーリズムの体験ではなく、交流による本物の文化体験を求めていることもわかります。地域の魅力の伝え方については「縄文から続く雪国の歴史や文化」というコンセプトは高く評価されています。冬／東京から70分／オーガニックフード／旅館と温泉などの要素と比較しても、「縄文時代からの歴史があること」は高い評価を得ています。

もうひとつ注目すべき観光市場は、アドベンチャーツーリズムです。アドベンチャーと聞くと冒険的なイメージを思い浮かべますが、実際はそうではなく、業界最大の団体であるAdventure Travel Trade Associationによると「アクティビティ、自然、異文化体験の3要素の内、2つ以上で構成される旅行」のことを指します。アドベンチャートラベラーは特に「自分自身が変化する自己変革を旅行に期待していること」もわかっています。これは雪国観光圏のニーズ調査とも合致した傾向です。またJTB総合研究所は、単価の高さと長期滞

在のスタイルがアドベンチャーツーリズムの特徴だとしています。旅行者の平均年齢は 35 歳と若く、人との出会いや地域の文化に溶け込もうという意識が強く、高学歴で高収入層が多いのも特徴です。

このような観光ニーズの変化は、経済効果と持続可能な観光が両立した「質的な観光振興」につながる可能性を秘めています。こうした傾向は欧米が先行していますが、今後は日本国内の旅行者にも広がっていくのではないかと考えます。その意味で本物の文化資産が蓄積されている津南町の観光には潜在的に大きな可能性があります。この先は、こうした市場ニーズに合わせながら、津南の大地や自然、文化、生業などの地域資源を生かした「つなん型ツーリズム」に取り組むのがよいと考えます。

4. ポストコロナの変化

続いて、ポストコロナの人々の意識の変化について考えます。全国を対象に緊急事態宣言が発出され、外出や移動の自粛が要請される中でリモートワークやオンライン飲み会など IT 技術を活用したオンライン化が急速に広がっています。そして、体験者の実感として「想像以上に便利で役立つ」という認識が広がっています。おそらく自粛期間中の一時的なことにとどまらず、こうしたオンライン化は一般化し、その結果人と対面で合う機会は減少傾向になるだろうと考えられます。とはいえ、人と人が対面で会う必要がある局面も、もちろん残ります。しかし「本当に人に会う必要があるのか」ということを人々はこれまで以上に意識するようになるのではないのでしょうか。

このような意識の変化は観光にも及ぶことが想像されます。もちろん旅をしたいという願望は決してなくなると思いますが、旅をするという体験はこれまで以上に贅沢なことになるでしょう。「他では代えのきかない何か」や「そこに行かなければ体験できない何か」が求められるようになると考えます。

インバウンド観光については、これまでのような伸びは期待できないと考えられます。国内の観光需要も縮小傾向は続くでしょう。これからは前述のような独自価値を大切にしながら、「量的な観光施策」ではなく、地域の経済効果と持続可能な観光を両立させた「質的な観光振興」にシフトしていくべきでしょう。

また、旅行者と地域住民の感染リスクを低減するような地域ぐるみの対策も必要になってくると考えます。

5. 提案

以上のようなことを踏まえて、津南町の観光地域づくりに必要だと考える施策を (A)緊急支援 (B)文化資産を活かした取り組み (C)現代的価値への展開 (D)戦略的な PR 活動という 4 つの観点で提案します。

A) 緊急支援

まず必要なことは、多大な損害を受けている観光産業の出血を止めるための対処療法です。町の観光産業をなんとしても持続させていかなければなりません。そのためには事業者に寄り添い、事業者の代理人となること。町内の各事業者が、国や政府系金融機関などから散発的に提供される支援策を十二分に活用できるように、これらの支援策について町内の事業者にはわかりやすく伝え、適切に支援が行き届くようにサポートするといったことが重要でしょう。商工会などと連携しながらこうした取り組みをすすめるべきだと考えます。

また、感染症対策を地域ですすめることも必要になってくるでしょう。業務の流れやサービス内容を見直すことも求められるでしょう。旅行者が地域を訪れる際は、様々な施設やサービスと接点を持つわけですから、施設単体だけで取り組んでも意味がありません。バラバラになりがちな各事業者の意識や感染症対策への取り組みを、一定の基準やガイドラインを示すことで、事業者を誘導するといったことも必要だと考えます。

同時に、観光事業者は、地域内調達率を上げて域内の経済循環を増やし、観光による外貨を地域経済に還元するという意識もこれまで以上に求められます。

- ・ 国や政府系機関の支援策が適切に行き届くようなサポート
- ・ 感染症対策のガイドラインを示す
- ・ 観光事業者の地域内調達率の向上

B) 文化資産を活かした取り組み

緊急支援と並行して、ポストコロナの環境変化を予測し、人々の旅行への意識の変化に対応する布石を打つべきです。本来であれば町独自の調査を実施した上で時間をかけて観光地域ブランド戦略を構想することが望ましいですが、急速な変化を前にした今は、迅速な対応を優先し、前述した雪国観光圏の旅行者ニーズ調査を基礎資料として活用するのがよいと考えます。

具体的には、旅行者のニーズ調査で高い評価を得た「縄文から続く雪国の歴史や文化」という方向性で、誰に、どのように伝えることが有効なのか、そのためにはどのような方策が考えられるかといった観光地域ブランド戦略を構想すること。幸いにも津南町には、これまで長年にわたり蓄積されてきた良質な文化資産があります。その資産をいまこそ活用すべきときです。

<具体的な施策案>

- ・ 本物を体験し学びたいというニーズに応えていくために、苗場山麓ジオパークの観光活用を促進する
- ・ 歴史文化を基盤にした滞在プログラム造成（ジオパークと農業と観光が融合した滞在プログラム、ガイドの育成と活用など）
- ・ 国内外のツーリズム市場の調査（例えば教育ツーリズム、アドベンチャーツーリズム）

C) 現代的価値への展開

コロナウイルスの影響で、人の移動が少なくなったために、ロサンゼルスやインドの空がきれいになったと話題になりました。人の移動がいかに環境に負荷をかけていたのかということが浮き彫りになっています。こうした気づきによって、人々の環境に対する意識はこれまで以上に高まっていくでしょう。人が何らかの活動をする以上、環境へ負荷をかけることは避けられません。しかし観光による人の移動や滞在が追加的に負荷をかけることは事実です。また観光産業は、自然環境を誘客のために使っているのですから、その維持、保全に責任を負う立場にあります。この危機を契機に、観光と環境の関係について、改めて腰を据えて考え直すタイミングだと考えます。

近年注目されている考え方として、サステイナブル・ツーリズムがあります。国連世界観光機関 UNWTO によるとサステイナブル・ツーリズムとは、「持続可能な観光であり、現在だけではなく未来を含めた地域の経済、社会、環境への影響を十分に考慮し、ツーリストや企業、環境、受け入れ側の地域のニーズに対応した観光」です。日本エコツーリズムセンターは『地域の資源である「自然」や「文化」「伝統」、「そこに暮らす人々」を活かして、外からの旅行者を受け入れ、地域経済を発展させること。同時に「自然環境」や「文化・伝統」を守っていくこと』だとしています。

津南町は、15,000 年以上前からずっと人が住み続け、世界有数の多雪という自然環境と折り合いながら暮らしてきました。「縄文から続く雪国の歴史や文化」の中で「1 万年間にわたり森と共生」していたという事実は、「持続可能な社会」という考え方にも通じ、これからの社会のあり方のヒントにもなります。こうした文化的な背景を拠り所に、津南町としてサステイナブル・ツーリズムに戦略的に取り組むべきだと考えます。

<具体的な施策案>

- ・ サステイナブル・ツーリズム国際基準の認証取得を目指す ※資料 2
- ・ 日本エコツーリズムセンターへのヒアリング（国際基準の日本窓口）
- ・ サステイナブルツーリズムの市場調査（市場規模や要件調査、関連旅行会社との関係構築）

D) 戦略的な PR 活動

情報が溢れている現代は情報が伝わりにくくなっているため、市場やターゲットを絞って戦略的に PR する必要があります。そして観光地域づくり法人（DMO）としては、KPI（測定可能な目標）を明確にして、その達成度合いを測り、関係者と共有することも求められます。またポストコロナは、旅行者も不安を抱えているでしょうから、顧客との信頼関係もこれまで以上に大切になるでしょう。PR 活動で津南町への期待度を高めると同時に、満足度を向上させるための取り組みも求められます。今回のような危機的な状況に迅速に対応するために、将来的には予約状況（キャンセル状況）などのデータをデイリーに近い形で

行政や DMO が集約できるようなデジタル化も検討したいところです。

<具体的な施策案>

- ・ 津南の大地や自然、文化、生業などの地域資源を生かした「つなん型ツーリズム」を伝えるウェブサイトや映像の制作
- ・ 国内外からのファムトリップの誘致
- ・ PR 会社と組んだ戦略的な PR 活動の実施
- ・ 顧客管理のデジタル化
- ・ 満足度調査（雪国観光圏が実施している満足度調査を最大限活用）

6. 最後に

世界はこれまでに経験したことのない状況に直面し、先の見えない状況にあります。未来を予測することは困難ではありますが、そんなときだからこそ、未来を「構想」することが私たちの役目だと考え、観光を手段にした地域振興（観光地域づくり）の進むべき方向を提案いたします。津南町が持続可能な地域であるために、まずは動くこと。動きながら状況の変化を注意深くウォッチし、変化に柔軟に対応していくこと。先が見えないからこそ、これまでのやり方にとらわれないしなやかな考え方と行動が、津南町の未来を開くと信じています。

以上

参考資料 1：雪国観光圏「インバウンドコンテンツ商品造成事業報告書」

参考資料 2：観光地用 グローバル・サステイナブル・ツーリズム協議会国際基準 および 推奨評価指標

参考記事 1：DISCUSSION OF DESTINATION BRANDING. 「[2020 年の DMO](#)」

参考記事 2：「[アフターコロナ世界はどう変わるのか、9つの視点](#)」

参考記事 3：JTB 総合研究所「[ポストコロナの世界を見据えて、構想すべき未来とは ～雪国観光圏代表理事・株式会社いせん代表取締役 井口智裕氏に聞く～](#)」

参考記事 4：JTB 総合研究所「[日本におけるアドベンチャーツーリズムの可能性](#)」

参考記事 5：JNTO「[地域の資源を活かすアドベンチャーツーリズム](#)」

参考記事 6：国連世界観光機関 UNWTO 駐日事務所「[持続可能な観光の測定\(MST\)の国際的枠組みについて](#)」

参考記事 7：NPO 法人日本エコツーリズムセンター「[サステイナブル・ツーリズム](#)」

参考記事 8：公益社団法人 日本環境教育フォーラム「[世界はサステイナブルな観光へ](#)」

参考文献：枝廣淳子著「地元経済を創りなおす（岩波新書）」