

## 新しい日常の 新しい観光 (2)

2020年1月15日に日本で感染が初確認されてから1年が経過するが、新型コロナウイルス感染症の影響は日本でも甚大である。終息に向かうかとの期待もむなしく、新しい年を迎えて再度の緊急事態宣言が発令され、観光業界が各地で青息吐息となっているさまが報道されている。かつて恐竜は地球環境の変動に適応できずに滅亡したと言われるが、感染症対策という環境変化の時代において、構造的な脆弱さを露呈した観光産業は生き残れるのだろうか。

ウィズコロナ時代の観光産業は「新しい生活様式」に適応していくことが必須である。なかでも、中核的な役割を果たす宿泊業、小売業、飲食業、集客産業などだけでなく、周辺を固める旅行業、旅客運送業などもウィズコロナ時代に適応し、取り組みを変えていかねばならない。

既に、旅行者の嗜好や行動は変わり始めている。これまでは観光としてとらえてこなかったものや、重要度が低いとみなしていたことについても、観光産業として注目して取り組んでいく必要が生じてくる。

# 変わり始めた旅行スタイル

宿泊旅行は日帰り旅行に比べて、宿泊費が含まれ、交通費も高めになることなどから、旅行単価が大きくなる。そのため、観光産業は、どうしても宿泊を伴う旅行、遠隔地への旅行に目線が偏りがちであった。

しかし、緊急事態宣言などにより移動の制約が生じたことで、観光産業として、今までとは異なる目線を用意する必要性にかられている。例えば、近隣観光（マイクロツーリズム）や移動制約者に対する旅行支援（バリアフリー）などは、ウィズコロナ時代に大きく発展するだろう。

テレワークが浸透し、働き方の変化を実感する機会も増えてきた。当社では、19年度に働き方・休み方改革が生み出した余暇は、日帰り旅行を中心に旅行消費額を約7459億円、3.6%引き上げたことと推計している。この調査結果から、休暇取得がもっと柔軟化されれば、一層の旅行需要を掘り起こせることが示唆される。新しい生活様式が浸透することで、業務と余暇の融合による新しい旅行需要が生み出される可能性に注目している。

ウィズコロナ時代に構造的な脆弱さを露呈した観光産業であるが、自治体やDMO（観光地経営組織）などを中心に、観光地レベルでの持続可能性の検討とリスクマネジメントの導入も進みつつある。

このように、わが国でも、新しい生活様式に対応した新しい観光を模索する動きが見えてき始めた。いまは小さなうねりではしかないが、徐々に集まって大河となることが期待される。弊社の注目する「小さなうねり」について、次回以降に詳述していきたい。

働き方の変化で増えた旅行消費額 (2019年度、推計値)		
	増えた消費額 (億円)	旅行消費額 全体に占める割合(%)
国内日帰り旅行	5,863	12.5
国内宿泊旅行	1,595	1.0
合計	7,459	3.6
(出所)三菱UFJリサーチ&コンサルティング「働き方・休み方改革の観光への影響に関するアンケート」		