

政策研究レポート

コロナ後の地域における集客・交流のあり方

—地域の魅力に深く触れる、解像度の高い観光体験のために—

公共経営・地域政策部 [東京] 研究員 前河 一華
 研究員 石黒 隆子
 主任研究員 花輪 永子

コロナ禍において、地域内外の移動を伴う集客・交流イベントや観光などの活動が大きく制約を受けた。一方で、地元や近隣を観光・旅行するマイクロツーリズムは活発化しており、限られたエリアを周遊しながら地域の魅力に触れる域内観光に追い風が吹いている。本稿では、DXによる観光サービスの拡大や、身近な生活圈や広域での周遊を通じた観光・地域活性化の取り組みに起きている、「解像度」¹の高い観光体験に向けた新たな潮流を紹介しつつ、コロナ禍を通じて地域での集客・交流がどのように変容していくか、今後の展望を考察する。

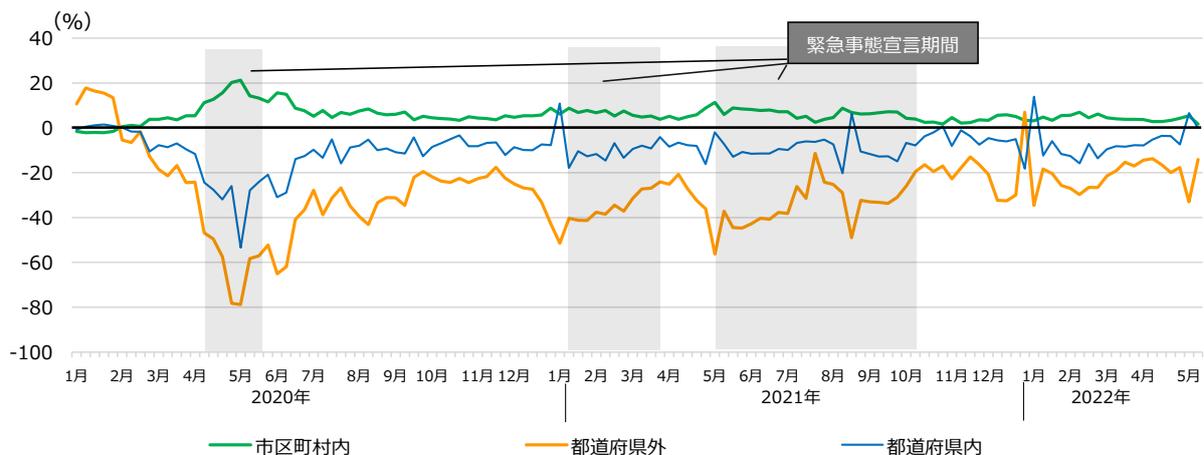
1. コロナ禍でのDX進展による集客・交流の変容

(1) 広域移動・密の回避と集客・交流の場のシフト

新型コロナウイルス感染症の急速な拡大に伴う緊急事態宣言などの影響により、国際的な人の流れや都道府県をまたがる広域の移動も大きく減少した。

一方で、市区町村内での滞在人口は、2020年の新型コロナウイルス感染拡大以前と比べても大きな変動は見られず、むしろやや増加傾向が続いている(図表1)。集客・交流の場が自宅、地元、近隣に移行し、マイクロツーリズムが活発化していると考えられる。

図表1 全国の滞在人口の動向-推定居住地ごとの2019年同週比の推移



出典) 株式会社 Agoop「流動人口データ」を元に集計

¹ 本稿では、「解像度の高い」＝「地域をより丁寧に知る、見る、体験する様子」と定義する。

また、新型コロナウイルス感染拡大以前から進展していた DX の普及がさらに加速し、日々の生活や人々の交流において時間・距離の制約が解消され、Zoom 等のオンライン会議システムやメタバースといったオンライン・バーチャルでのコミュニケーション手段は急速に発展を遂げている。

(2) 集客・交流の場に求められる要素の変化

感染拡大防止の観点から、施設内、ひいては都市空間においても「密」が避けられるとともに、国際的な人の流れが大きく制限され、対面での交流や狭い空間への集客が困難となり、集客イベントは中止・縮小、集客施設の稼働率も大きく低下した。

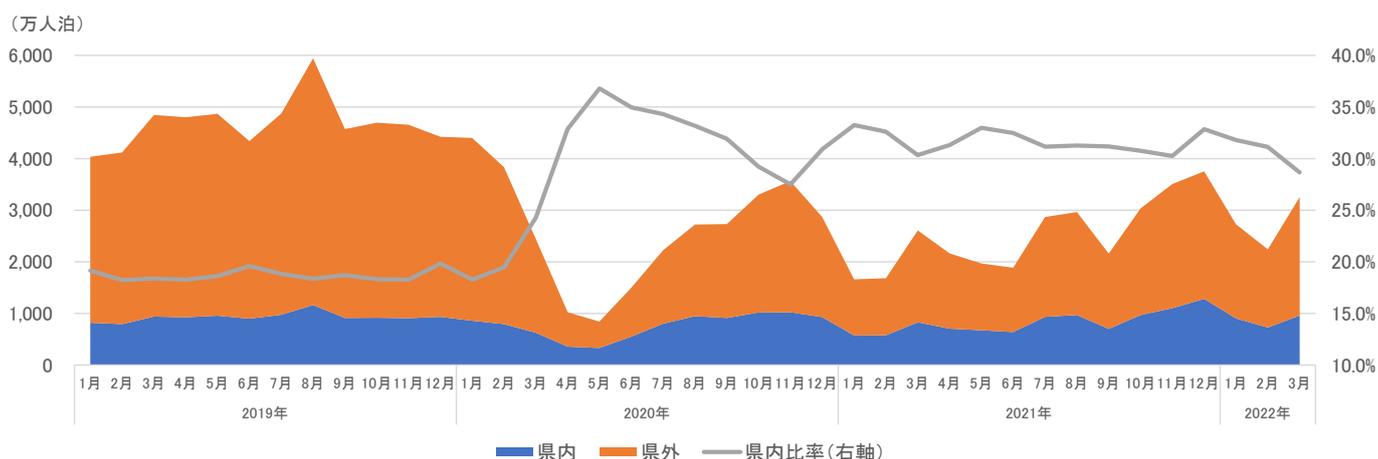
新型コロナウイルス感染拡大以前には、地域に赴いて余暇や消費を楽しむことの価値や、賑わい・活気のある密な空間での人々のリアルな交流が、都市空間の魅力を構成する要素として多くの人々を引き付けてきた。

しかし、広域での移動や「密」に対する制約の強まりにより、身近な生活圏を中心とした都市空間の魅力を再発見する潮流が強まるほか、屋外の積極的な利用や施設利用時の事前予約など、空間利用に関するマネジメントの重要性が高まっている。同時に、人々のコミュニケーションや消費活動における時間や距離の制約が解消されるなかで、臨場感、偶発性、実体験などの価値に対するニーズも高まると考えられる。

(3) 地域における集客・交流の現状と見通し

2020 年の新型コロナウイルス感染拡大をきっかけに国内の宿泊旅行者数は急減したものの、県内旅行者比率の高まりが見られる(図表 2)。Go To トラベル事業、居住地と同一の地域ブロック内の旅行に対して宿泊料金の割引やクーポンの付与が行われる地域観光事業支援(いわゆる都道府県民割)等の観光業支援策を受けて、日本人の宿泊者数は復調傾向にある²。こうした政策的な後押しもあり、マイクロツーリズム、域内観光への注目が集まっている。

図表 2 県内県外宿泊旅行者の推移



出典)観光庁「宿泊旅行統計調査」より作成。2021(令和3)年1月以降は速報値。

² 2022年6月10日からは、旅行代理店等を受入責任者とする添乗員付きのパッケージツアーに限り、外国人観光客の受入を再開した。

このように、地元・近隣地域への観光・旅行に注目が集まる中で、次項で示すような新技術により地域における観光サービスおよびそれによって得られる体験の充実化が図られたり、現地を訪れて五感を通してこそ感じ得る地域の魅力を訴求したりする動きも見られ、コロナ後の現実世界の集客・交流の場を魅力化する要素が垣間見える。

以降、2. では、来訪者への観光情報の提供において地域の魅力を丁寧に伝えたり、現地での移動・周遊をよりスマートなものとしたりすることにより、地域を丁寧に観光できるサービスについて紹介する。

3. では、オンラインでは得られない身体性や臨場感に基づく域内観光における価値の提供のあり方について、地元・近隣地域に根差した暮らしや文化の体験・再発見に重きを置く観光形態の例として、日常の生活圏でのウォーキングなどの身体を通じて得られる体験価値や、地域の自然・まち空間を活かした非日常を体験できる芸術イベントの事例を取り上げて考察する。

2. 新技術やサービスによる集客・交流の場における体験の充実化

(1) コロナ禍および DX の進展による観光サービスの変化

近年、コロナ禍で域内観光が注目を浴びるようになったことや、DX の進展などにより、地域をより深く知ったり、これまで注目されてこなかったような場所に足を運んだりすることができる観光サービスが拡大している。近年の社会情勢や技術の普及は、オンラインツアーなど、オンライン上で完結できる観光サービスにも波及しているが、ここでは、現実世界の観光を軸とした観光サービスに焦点を当て、その主な動向について、「①観光ガイドのサービスの多様化(=観光案内の変革)」「②観光にかかる情報収集手段の変化(=情報発信の変革)」「③移動を円滑化・サービス化する概念の登場(=移動概念の変革)」の3つに分けて紹介する。

① 観光ガイドのサービスの多様化(=観光案内の変革)

まず、近年は観光ガイドのサービスが多様化していることが挙げられる。従来は旅行会社や地域のガイド組織等に登録した方々による対面でのアテンドが主流であったが、オンライン・遠隔でのコミュニケーションツールが充実化し、ガイドサービスの提供方法が多様化してきている。また、シェアリングエコノミーの拡大から、民間のマッチングプラットフォームを活用して誰でもガイドになれる時代が到来し、ガイドと利用者のマッチング方法も多様化している。そうした背景の下、さまざまな形態でのガイドが行われていることで、これまで注目されてこなかったようなスポットにも「観光資源化」の兆しがみられる。

多様なサービスとして、リモートガイドやクラウドガイド、CtoC 観光が挙げられる。いずれも DX の進展により誕生した新たなサービスであり、コロナ禍以降のトレンドである非接触／少人数の旅行形態にも対応している。これらのサービスが拡大することで、観光客が今まで足を運ばなかったような観光資源やエリアにも足を運ぶようになると見込まれる。

図表 3 観光ガイドのサービスの多様化の例

	例
リモートガイド	ビデオ通話アプリ等を活用し、ガイドが遠隔地にいながら観光地を案内したり、質問に答えてくれたりするサービス(例: 合同会社 海の京都 e-Bikes)
クラウドガイド	観光ツアーをクラウド上に集約し、観光客は好きな時に好きなツアーに参加することができるサービスで、各スポットでの情報提供等により周遊を促進する(例: SpotTour)
CtoC 観光	マッチングプラットフォームを介してガイドと観光客がマッチングできるサービスであり、個人のガイドならではのニッチなテーマのツアーや体験も提供されている(例: aini)

② 観光にかかる情報収集手段の変化（＝情報発信の変革）

近年、SNS やブログの投稿から情報収集を行うなど、旅行会社や自治体、地域の観光事業者等以外の個人が発する情報を基に観光する人も出てきており、観光の情報収集手段が多様化したといえる。

これらの個人による発信に基づき観光情報を収集する人が増えたことで、これまでマスメディアに取り上げられていなかった資源が脚光を浴びるようになったり、「写真映え」の視点で観光地が選ばれるようになったりして、これまでとは違うスポットが観光・旅行の目的地として選ばれる可能性が高まっている。例えば、千葉県君津市の清水溪流広場にある濃溝の滝・亀岩の洞窟は、SNS において洞窟から差し込む光が水面に反射し、ハート形を描き出す写真が話題となり、今や県外からも集客する一大観光スポットとなっている。

コロナ禍では、移動制限や自粛の影響から SNS 上で観光・旅行に関する投稿を控えたり、営業状況や感染対策の状況を念入りに調べるために公式情報を中心に参照したりする傾向も強まったと考えられる。しかし、今後再び観光・旅行が活発化すれば、情報発信・収集において SNS 等が広く活用され、不特定多数の個人間で情報が伝播していくだろう。

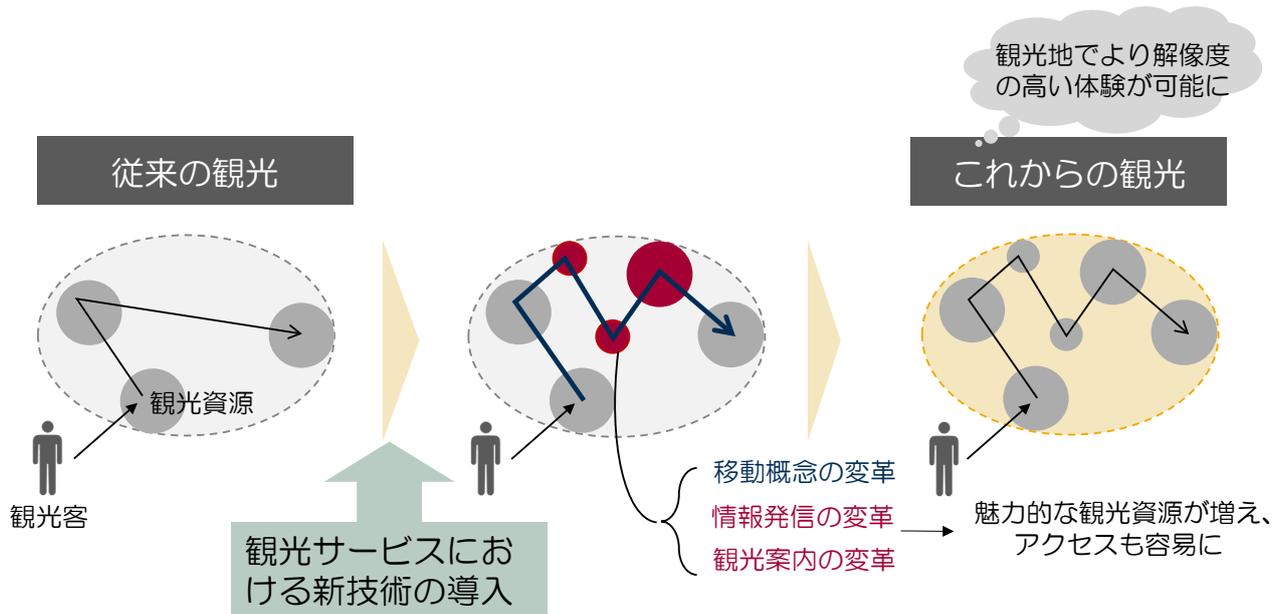
③ 移動を円滑化・サービス化する概念の登場（＝移動概念の変革）

北欧諸国を中心に広がり、現在日本でも実証が進められている MaaS (Mobility as a Service) によって、複数の交通手段の検索・予約・決済などの機能を統合していくことによる移動の円滑化や、異業種と連携した新たなサービスの開発が進められている。観光地における交通手段や観光施設の予約・利用が一連のサービスとしてシームレスにつながれば、移動にかかる時間が削減されたり、アクセスの難しい資源に到達しやすくなったりして、地域においてより濃密な観光体験が行えるようになる。それだけでなく、例えば交通手段の予約時にその人の属性や興味関心からおすすめの観光資源を提案したり、混雑が懸念される際に各利用者に別のルートを提案することで密を回避させたりできると期待されており、コロナ後の地域における集客・交流をより満足度の高いものにできる可能性がある。

(2) 観光サービスの変化による地域における体験の「解像度」の高まり

以上述べてきた通り、観光サービスの多様化により、観光客が自身にとって魅力的だと思う観光資源が増えたり、それらにアクセスしやすくなったりして、地域においてより解像度の高い、充実した経験が得られるようになると考えられる。今後さらに DX の進展によるデータの活用や個人間取引の拡大が進むことで、従来にないサービスや価値がもたらされ、より個々にとって魅力ある観光地体験が可能になっていくだろう。またさらに、これらのサービスや価値は観光客が享受するだけでなく、住民にとっても便利かつ心を動かすものになり得るため、今後の域内観光のさらなる発展や地域の魅力再発見にもつながるだろう。

図表 4 観光サービスの変化による観光地体験の充実化イメージ



3. 現実の生活圏の体験がもたらす魅力

(1) オンライン観光・交流の台頭と現実ならではの体験価値

新型コロナウイルスの感染拡大による移動の制限・自粛の影響を受け、人々の生活様式の一部はオンラインに代替されてきた。観光分野においても、2. で触れているように、DXの進展によりオンラインツアーの市場規模が拡大するなど、余暇・消費活動においてオンラインで気軽に体験できるものが増えている。現状ではオンラインが完全にリアルを代替するとは言いがたいが、時間やコストをかけてわざわざ現地に足を運び、訪問先で滞在する体験の意義は問われるようになりつつある。

リアルでの観光だからこそ価値のある観光体験・観光資源の例として、現地の気候風土において味覚や嗅覚で味わう名産品の食事体験や、触覚・温感・平衡感覚など全身の身体感覚を使用する山や海でのアウトドアレジャーや温泉など、視覚以外の様々な感覚に大きく依存するものがまずは挙げられるだろう。しかしながら、現実ならではの解像度の高い観光体験として人々が求めているものは、より身近な場所にも見つけられ、また身近な場所を生かすことで新たにつくり出すこともできるのではないだろうか。

本章では、現実ならではの魅力ある体験とはどのようなものかについて、域内観光の場として取り上げられる、人々が実際に暮らし・憩う場としての生活圏を舞台に考える。日常生活と密接につながる身近な徒歩圏内での体験及び複数の生活圏とその延長にある自然空間を含む広域周遊を前提とした非日常のイベント体験を取り上げ、そこで得られる魅力について考察する。

(2) 徒歩圏内での身体性に基づく空間体験

近年、広域での移動の制限・自粛という状況の変化を受けて、徒歩で回れる身近な地域での過ごし方・楽しみ方が注目されるようになってきている。その体験の一つとして生活圏内での散策がある。

徒歩圏内にある自然風景や、史跡、シンボルスポットを、連続的に自分の足で歩いて眺めることで、新旧多様な建物で構成される地域の街並みや自然を感じることができる。この現実体験で得られる価値には、身体を動かすことによる高揚感のほか、まちを実際に歩いてみることで見える風景や歴史、生活圏の成り立ちへの発見やその面白さ、自然風景から感じる季節の移り変わりといった、体感できる情報量の多さがある。また、目的地までの移動中に会う予

想外の景色や、訪れたい魅力的な店舗など偶発的な体験もできるかもしれない。身近な生活圏であっても、意識しなければ日常で利用する道路・駅等は限定されてしまうことを鑑みても、この体験は地域住民にとって新鮮な経験と価値づけできるだろう。

まちにある名所を歩いて見て回る体験は、従来は観光地での観光客の行動として一般的に行われてきたものであり、それを裏付けるように、観光案内誌でもそうしたニーズを踏まえたモデルコースが紹介されていた。これが、健康増進や、地域活性化といった地域の社会課題の解決に資する取り組みとして地域住民にも広がりつつある。生活圏内にある公園や小規模な寺社仏閣、街並み等を取り上げたモデルコースが設定されたり、徒歩・ジョギング・サイクリングなどでの散策を目的とした地図が作成されたりしており、例えば、東京都福祉保健局の「トーキョーウォーキングマップ」³や千葉県や宮城県が公開している県内市町村のウォーキングマップ⁴⁵のように自治体が作成したものや、地域振興等に関わる活動団体や散策等の愛好者がウェブサイト等で広く公表しているものが見かけられる。こうしたモデルコース等の情報発信主体は自治体の福祉保健部署が認められることからうかがえるように、主目的は住民のウォーキング・運動による、健康への効能を目的として作成されたものもある。ただ、生活圏内にある複数の見どころと散策ルートを示すことは、本来の健康増進目的以外に、住民に日常見過ごされている生活圏の良さを再認識する機会を提供し、地元への再評価や、住民による地元の魅力発信にもとづく域内観光の活性化にも寄与しているだろう。

(3) 地域周遊型イベントが引き出す生活圏の新たな魅力

生活圏の散策という日常的な体験のほかに、複数のまちやその延長にある自然空間を含む、より広域な範囲を周遊し、来訪者が非日常の魅力を体験できる地域芸術祭も、現実ならではの価値として今後さらに注目されるものと考えられる。

展覧会のような多数の芸術作品を鑑賞する展示企画は美術館等の室内において開催される事例が大半であった。その通例から外れ、野外や公共施設、廃校、空き家等を含め、まち・自然空間内の複数のエリアに一体として作品を展示する地域芸術祭の取り組みが地方部を中心に実施されている。こうした地域芸術祭は、ビエンナーレ・トリエンナーレとして隔年や3年に1度、会期を限定して開催される。2022年には、香川県・岡山県の島しょ地域で開催される瀬戸内国際芸術祭⁶や、新潟県南部の中山間地域を含む越後妻有エリア(十日町市・津南町)での大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ⁷等が開催されている。

芸術鑑賞自体、ものの唯一性や実体からくる迫力をオンライン上で実感することの困難性から、オンラインでは完全に代替が難しい体験である。また、芸術作品をまちや自然風景の中で鑑賞することで、作品を鑑賞するまでの行程や鑑賞順序の自由度、背景となる場所と作品の相乗効果により、美術館内とは異なる非日常の体験を得ることができる。芸術祭という期間の限られた特殊な鑑賞空間での作品鑑賞は、より現実での鑑賞行為の魅力が強めていると言える。

³ 東京都福祉保健局「トーキョーウォーキングマップ」

<https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/walkmap/index.html>

⁴ 千葉県「市町村独自のウォーキングマップ」

<https://www.pref.chiba.lg.jp/kenzu/kenkouken/sintaikatudou/walking-map.html>

⁵ 宮城県「市町村のウォーキングマップ」

<https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/kensui/metabo-walkingmap.html>

⁶ 瀬戸内国際芸術祭 2022

<https://setouchi-artfest.jp/>

⁷ 大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ

<https://www.echigo-tsumari.jp/>

これらの地域芸術祭には他では代替できない魅力があるため、新型コロナウイルスの感染拡大以前から国外を含め遠方からも多くの来訪者が開催地域を訪れていた。今後も、現地でこそ体験できる魅力ゆえに、地元・遠方双方から多くの鑑賞者を引き付けることが期待される。

もともと地域芸術祭の多くは、芸術振興のほかに、地域の歴史・文化・景観を伝え今後も残していくための地域振興を目的として企画されており、地域の歴史や文化にちなんだ作品の展示や、芸術を接点とした交流イベントも数多く行われている。これらに参加する地域住民が生活圏内のまちの新たな一面を知るきっかけとなる取り組みや、複数の地域を一度に巡ることで際立つそれぞれの違いや関係性も、芸術祭の独自性と体験の深さに繋がっていると言える。

地域住民に対し、生活圏の新たな魅力をイベント開催や地域周遊体験を用いて照らし出す地域芸術祭の事例は、今後の域内観光の発展にとっても示唆になるのではないだろうか。

(4) 地域住民が感じるまちの魅力と影響

現実ならではの体験から生まれる価値について、日常生活に近い範囲の散策と、より広域を範囲とした地域芸術祭を例に考察を進めてきた。もちろん、現実ならではの解像度の高い体験は、地域の周遊だけに収まらない。例えば、一定期間農山漁村地域に滞在し、地域住民との双方向交流が生まれる農泊体験や、地域の文化や熱気に触れることができる祭り体験などが挙げられる。

また、これらの体験で得られる価値は、先に挙げた事例も含めて、来訪者と当該地域の住民の両者が実感できるものであることを強調したい。日常生活の中で見過ごされがちであった地域固有の魅力が、こうした取り組みや来訪者との交流、評価を通じて地域住民に再認識され、地域への愛着や誇りの醸成、域内観光の活性化にもつながっている。

4. コロナ後の交流・集客の姿とは？

これまで論じてきたように、近年の社会動向や技術革新により、集客・交流の場は一部オンラインに移行したが、現実世界においては、観光サービスが高度化して、より解像度の高い体験をもたらしたり、場に対して求められる価値の変化が生じたりしながらも、人々を引き付ける存在であり続けている。また、「観光名所」、「観光客向け」という言葉に現れていたような、住民・来訪者が同じまち空間にある別々のものに魅力・価値を見いだしていた状況が変化し、両者が魅力を感じるものが重なるようになってきたのではないだろうか。この変化にともない、地域住民にとっても魅力的なまちづくりやまちを生かした地域振興イベントが、これからの観光資源の種になる可能性があると考えられる。

今後、緊急事態宣言下のような広域での移動の制限・自粛が長期において実施される可能性は低いと見込まれるものの、人々の公衆衛生に対する意識は依然として高いと考えられる。コロナ後において、集客・交流の場として来訪者に選択されるための条件として、日常では経験できない感動や興奮、癒しといった魅力だけではなく、安全に・安心して行動できることに対しても優先度が高まるとみられ、各地において新しい交流・集客の姿を実現するには、適切な媒体により情報発信できる基盤の整備や、ある程度人流コントロールが可能な仕組みの導入が重要である。さらに、コロナ後においては、広域・長距離を移動しながら複数の観光地を効率的に周遊するよりも、行動圏域としては一定のエリアにとどまるものの、身近な近隣地域を散策したり、特定のエリアに滞在したりしながら地域の魅力を自分のペースでじっくり感じ取ることを重視する人々が増えてくることも考えられ、これまで来訪者には十分に伝えられてこなかった、日常の暮らしや風土に溶け込んだ地域固有の魅力を発掘することも求められる。

そのため、集客・交流や観光の舞台となる地域・施設が、訪れる人々から期待されるような体験の価値を提供できるよう、来訪者の周遊しやすさへの配慮や観光サービスの充実を図り、それだけではなく、地域住民の地元への愛着、誇りの醸成や、地域の魅力の発信などの取り組みも一体的に進めるなど、より一層の努力・工夫が必要と考えられる。

－ ご利用に際して －

- 本資料は、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。