

With/After コロナの観光モデルの模索

～ご近所観光とその楽しみ方の提案について～

Seeking a tourism model of With/After COVID-19

~how to enjoy neighborhood tourism~

高崎 慎太郎^{1,2}

¹和歌山市観光課, ²2020年度和歌山大学紀伊半島価値共創基幹 価値共創研究員

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、和歌山市観光産業は大きな打撃を被った。これは感染拡大防止のための移動制限に起因するものであり、コロナ禍では海外・県外からの誘客だけでなく県内・市内からの誘客（マイクロツーリズム）にも取り組む必要が生じたといえる。そこで本研究では、アンケートにより上記感染症流行前後の観光行動・嗜好の変化を確認しつつ、感染症予防と社会経済活動の両立を図る仕組みを提案する。

キーワード：感染症流行前後の観光意識の変化、ご近所観光、ご近所観光と考える距離、ご近所観光の需要、ご近所観光推進施策

1. はじめに

新型コロナウイルス感染症の流行により、日本全国で観光産業の落ち込みが激しい。和歌山市においても、表1のとおり、2020年の宿泊客数（1～11月までの累計）は対前年比63%である。

宿泊客数の内訳は、日本人客とインバウンド客であるが、日本人宿泊客数は対前年比68.9%、インバウンド宿泊客数は同比12.6%であり、インバウンド旅客の落ち込みが顕著である。

ここで、日本人宿泊客数に注目すると、3月に同比約50%となり、4月・5月は30%前後と大きく落ち込むも、6月には同比約60%まで回復、以降回復基調が続き9月には90%まで取り戻している。

一方、インバウンド旅客は3月以降、同比10%以下の低調が継続し、未だ回復の兆しが無い状況である。緊急事態宣言や各自治体単位での外出自粛要請を契機に、不要不急の外出を自主的に控える意識が国民の中で定着しつつある中、上記状況を鑑みると、和歌山市では

表1 和歌山市宿泊客数（令和2年）

和歌山市宿泊客数（令和2年）（民泊込み）

R2.11.17現在 速報値

《全体(日本人・外国人)》	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年 合計	1-11月合計
R2年実績	72,918	60,865	43,953	22,601	20,168	37,483	51,547	71,672	64,677	67,647	76,699	0		590,230
H31(R1)年実績	75,606	72,329	94,984	86,642	88,749	72,144	87,610	112,201	78,931	78,786	89,167	79,256	1,016,405	937,149
H30年実績	73,146	68,515	87,630	77,362	75,699	71,625	83,342	103,356	74,002	80,547	82,509	81,482	959,215	877,733
対前年比	96.4%	84.2%	46.3%	26.1%	22.7%	52.0%	58.8%	63.9%	81.9%	85.9%	86.0%	0.0%		63.0%
対前々年比	99.7%	88.8%	50.2%	29.2%	26.6%	52.3%	61.8%	69.3%	87.4%	84.0%	93.0%	0.0%		67.2%

《外国人》													年 合計	1-11月合計
R2年外国人計	6,831	3,156	532	153	82	80	139	258	133	168	823	0		12,355
H31(R1)年外国人計	7,083	7,426	9,456	11,794	9,864	11,259	9,453	7,083	7,337	8,365	9,002	7,777	105,899	98,122
H30年外国人計	5,528	7,039	8,405	13,813	10,380	9,657	11,905	11,337	6,393	10,503	12,163	9,911	117,034	107,123
対前年比	96.4%	42.5%	5.6%	1.3%	0.8%	0.7%	1.5%	3.6%	1.8%	2.0%	9.1%	0.0%		12.6%
対前々年比	123.6%	44.8%	6.3%	1.1%	0.8%	0.8%	1.2%	2.3%	2.1%	1.6%	6.8%	0.0%		11.5%

《日本人》													年 合計	1-11月合計
R2年日本人計	66,087	57,709	43,421	22,448	20,086	37,403	51,408	71,414	64,544	67,479	75,876	0		577,875
H31(R1)年日本人計	68,523	64,903	85,528	74,848	78,885	60,885	78,157	105,118	71,594	70,421	80,165	71,479	910,506	839,027
H30年日本人計	67,618	61,476	79,225	63,549	65,319	61,968	71,437	92,019	67,609	70,044	70,346	71,571	842,181	770,610
対前年比	96.4%	88.9%	50.8%	30.0%	25.5%	61.4%	65.8%	67.9%	90.2%	95.8%	94.6%	0.0%		68.9%
対前々年比	97.7%	93.9%	54.8%	35.3%	30.8%	60.4%	72.0%	77.6%	95.5%	96.3%	107.9%	0.0%		75.0%

出典：和歌山市観光課 令和2年宿泊調査データ（R2.11.17速報値）

インバウンド旅客に先んじ日本人旅客主導で観光産業の回復が進みつつあるといえる。

しかし、二度に渡る緊急事態宣言の発令や厚生労働省からコロナ禍における「新しい生活様式」が発表されるなど、社会経済活動・国民生活が大きく変わり、新型コロナウイルス感染症が国民の観光意識に何らかの変化をもたらした可能性は高い。

With/After コロナ時代でも観光消費に貢献する観光モデルを策定するには、この変化の有無、および変化があると認められる場合はその内容を把握することが不可欠であると考えられるため、本研究を実施することとした。

2. 先行研究

新型コロナウイルス感染症が国民の観光意識にもたらした変更点を考察した先行研究として、「富山・石川・福井県民のマイクロツーリズムに対する意識調査」¹⁾ (出所：日本政策投資銀行 北陸支店・富山事務所, 2020)、「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向 (その4) ～JTBF 旅行意識調査結果より～」²⁾ (出所：公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 市場調査チーム, 2020) がある。

前者は、with コロナの状況下での観光施策案として注目される「マイクロツーリズム (居住地近隣への観光)」に着目し、北陸3県 (富山・石川・福井県) 在住の18歳以上の男女を対象にアンケート調査を実施したものである。

この研究では、『令和2年5月末の緊急事態宣言解除後、10月にかけて、北陸3県の在住者でも観光や行楽にでかける人が増加していることが確認できた^[1]』ことや、回答者の『…全体の3/4が観光・行楽目的での外出に前向きとの結果となった^[2]』こと、『訪問先では、自県内には比較的多くの人が出かけているものの、遠隔地だけではなく、近隣県への訪問は低調となっている^[3]』ことが明らかにされている。

また、同研究内において、「with コロナの状況で、行きたい観光の種類」の設問につき、「県内の日帰り」の回答が45.9%と最も高くなっている点 (次点は「近隣県への日帰り」35.8% (複数回答可能設問)) から、『with コロナの状況では、県内や近隣県への日帰り観光を好む人が多い。』^[4]と分析している。

一方、後者は、新型コロナウイルス感染症の流行が旅行市場におよぼした影響把握を目的に定期的な実施されており、全国の18～79歳の男女を対象にした郵送自記式調査を2020年5月1日から3か月ごとに実施している。

この研究では、新型コロナウイルス感染症流行後の日本人旅行者の旅行の動機・旅行先・行動の変化などを調査し、旅行の動機については同感染症流行前と比較し、大きな変動がないことを結論づけている^[5]。

また、同感染症流行収束後に行きたい地域として、3割以上が「これまでに旅行したことのない地域」、「元々予定していた地域」、「これまでに旅行したことがあり愛着のある地域」を挙げたこと^[6]、収束後の旅行先・旅行行動については、回答者の約3割が「変化する」と報告している^[7]。

しかし、前者研究では調査対象地域が北陸3県であり、後者研究では調査対象地域が全国であるため、同研究から導かれた結果が、本市が属する近畿地方でも同様に当てはまるとは言い切れない。

また、前者研究は感染症流行前後の意識の比較ではないため、同感染症流行前後でどのように意識が変化したのかは不明である。

さらに、マイクロツーリズムの概念を取り入れた施策立案をするにあたり、本市における同概念に対する基礎的な情報は無いのが現状である。

そこで、本研究では、主に本市在住者を対象に、新型コロナウイルス感染症流行前後の観光需要の変化、およびコロナ禍での新観光施策としてのマイクロツーリズムについて (距離・需要・期待・消費額等) アンケート調査を実施し、有効性を検討した。

なお、アンケート調査時点では、回答者が和歌山市在住であるか不明であるため、和歌山市在住の可能性が高いと思われる集団 (和歌山市で開催したイベントの参加者・和歌山大学生・同大学職員・和歌山市役所職員) を対象に調査を実施した。

3. 調査概要

アンケート調査概要は次のとおりである。

上記アンケートは、以下回答者を対象にアンケート調査票を配付し実施した。

調査名称：『観光意識についてのアンケート調査』

調査対象：南海電鉄和歌山支社イベント参加者及び来場者、和歌山大学大学生、和歌山市役所職員の18歳以上男女

調査票の記入方法：自記式

配付と回収の方法：調査者が被調査者へ直接配付。被調査者から直接回収。

大学生には教諭が配付・回収。

調査日：①南海電鉄和歌山支社イベント参加者
2020年6月21日・7月18日・8月8日・
22日・23日・29日の計6日

- ②南海電鉄和歌山支社イベント来場者
2020年6月21日～30日 10日間
- ③和歌山大学 大学生
2020年9月18日～10月1日 14日間
- ④和歌山市役所 職員
2020年9月25日～10月16日 22日間

調査期間：51日
配付数：392名
回収数：392名

4. アンケート分析結果

上記アンケート18設問の結果概要は次のとおりである。

問①：年齢について

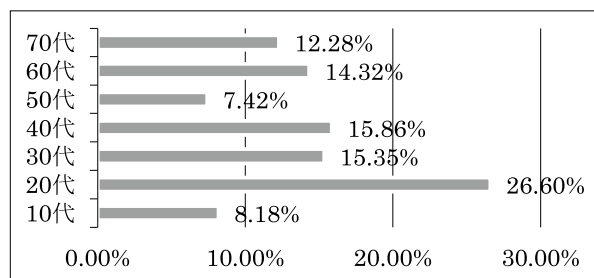


図1 アンケート問①結果

問②：性別について

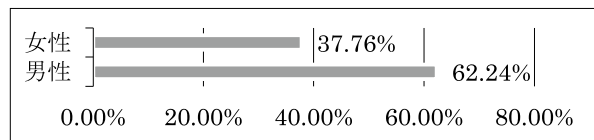


図2 アンケート問②結果

問③：居住地について

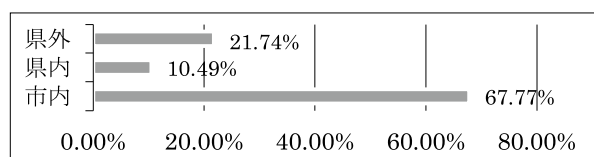


図3 アンケート問③結果

問④：自動車の保有について

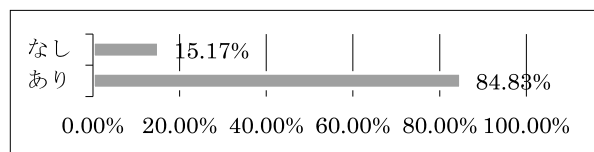


図4 アンケート問④結果

当該アンケートは、観光意識についてのアンケートであり、回答者の自動車保有の有無が、各設問の回答に

何らかの傾向を示す可能性があると考えたため、回答者属性の一つとして確認した。

問⑤：「行先を設定する時、最も参考にする情報源」

- 「ネット検索」が43.30%と最多。

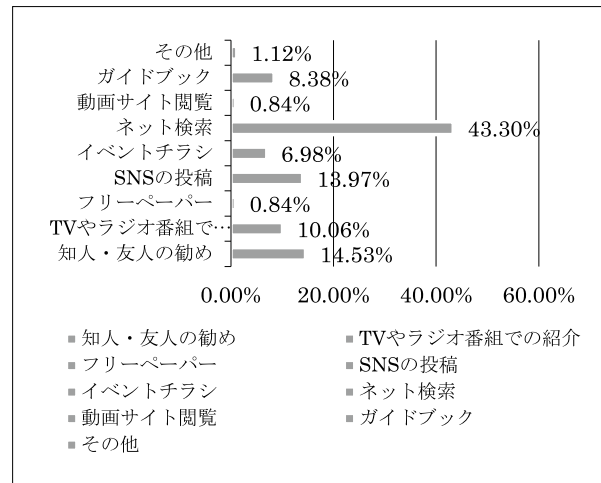


図5 アンケート問⑤結果

問⑥：「観光前に行先を調べることにどのように感じますか」

- 「行先への理解が深まり楽しみが増える」が61.72%
- 「行先を調べるのが最も楽しい」が21.88%

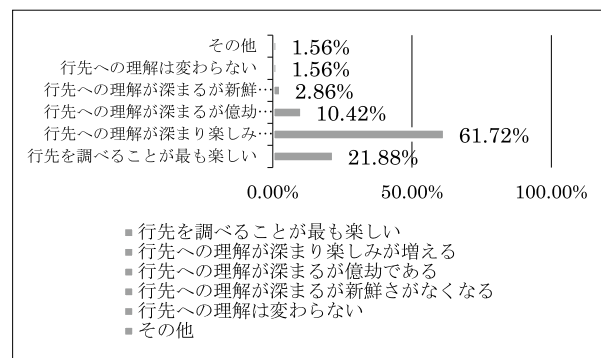


図6 アンケート問⑥結果

問⑦：「観光の際、楽しいと感じることは何ですか。(3つまで選択)」

- 「おいしい食事」が28.22%
- 「景色」が20.84%
- 「体験・非日常」が15.44%

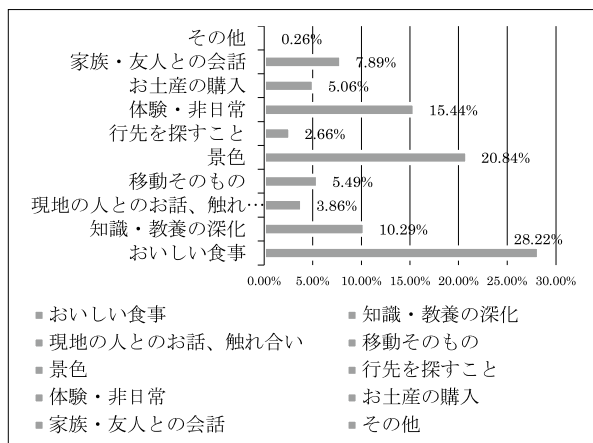


図7 アンケート問⑦結果

問⑧⑨：「新型コロナウイルス流行以前（問⑨は流行以前を収束後に読み替え）の観光の行先として、優先順位の高い順に順位をつけてください。」（優先順位の最高を1とし、以下2・3・4を記入）

□海外 □居住県外 □居住県内 □居住市町村内

※1位4pt, 2位3pt, 3位2pt, 4位1ptとし、取得票数にポイント数を乗じ全体順位を算定。

- 問⑧⑨ともに、優先順位が高い順に、『居住県外』→『居住県内』→『居住市町村内』→『海外』。
- 収束後は「居住県外」が減り、「居住市町村」・「海外」が増えた。

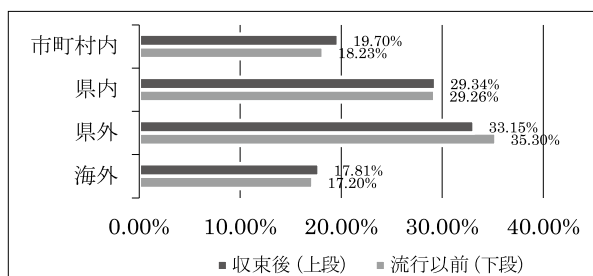


図8 アンケート問⑧結果

問⑩：「新型コロナウイルス収束後、流行前と比較して、観光頻度についてどう考えていますか」

- 「感染リスクがあるため、流行前と比較して頻度を減らしたい」と「頻度は流行前から変える予定はない」が双方とも40.21%であった。

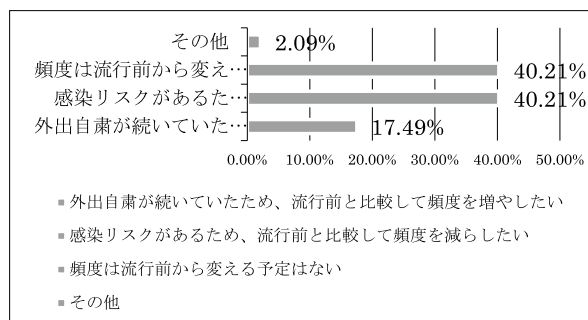


図9 アンケート問⑩結果

問⑩：「これまでの観光で多かったテーマはなんですか。また、新型コロナウイルス収束後に観光してみたいテーマはなんですか。（「これまで」・「これから」ともに、5つまで選択し、番号を記入してください）」

- 上位5回答は以下のとおりであった。
- これまで … 「自然観光」が13.45%
「温泉旅行」が10.67%
「グルメ」が10.45%
「歴史・文化観光」が10.23%
「都市観光」が8.38%
- これから … 「自然観光」が13.46%
「温泉旅行」が10.89%
「グルメ」が10.56%
「歴史・文化観光」が10.34%
「リゾート・ホテル」が9.03%

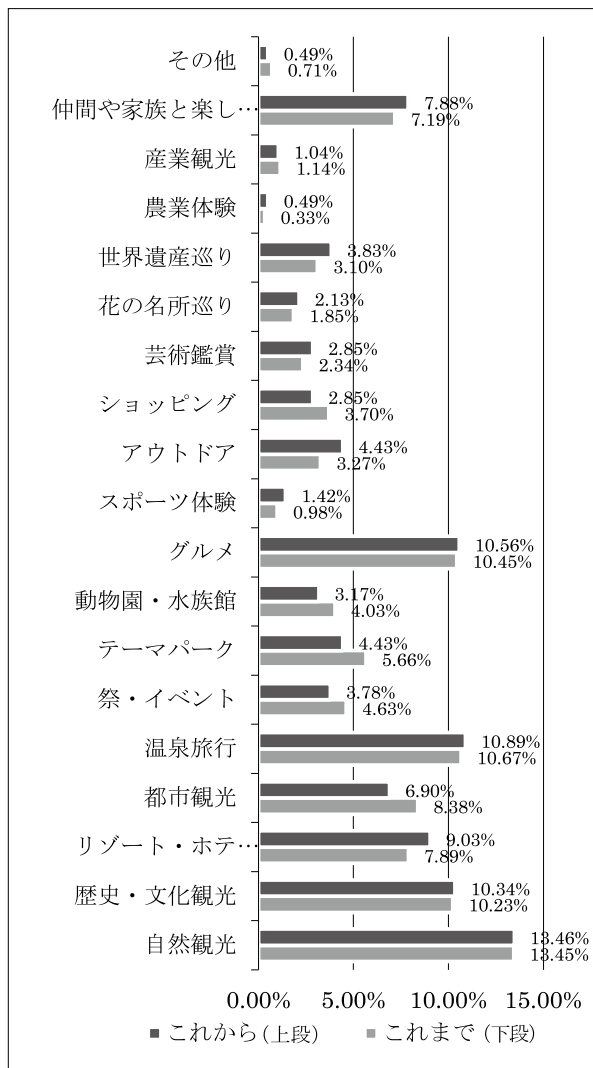


図10 アンケート問⑪結果

問⑫：「『ご近所観光』と聞いて、どこまでなら『ご近所観光エリア』と感じますか。主な手段1つに○を記入し、()内に選択した手段での所要時間を記入してください」

徒歩 }
 自転車 } で () 分の距離
 自動車 }
 公共交通 }

●交通手段別では、「自動車」が64.41%と最多。

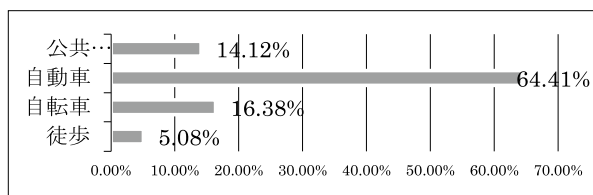


図11 アンケート問⑫結果

- 「自動車で60分」が98回答 (27.68%) で最多
- 次いで「自動車で30分」が81回答 (22.88%)
- 「公共交通で60分」が24回答 (6.78%)、「自動車で120分」が18回答 (5.08%) と続く。

表2 アンケート問⑫ 交通手段と時間 結果

	10分未満	10分	15分	20分	30分	40分	45分	50分	60分	80分	90分	100分	120分	180分	合計
自動車	1	2	4	8	81	3	0	2	98	2	6	0	18	3	228
公共交通	1	1	1	2	17	0	1	0	24	0	2	0	1	0	50
自転車	1	2	7	11	17	4	0	1	11	1	1	1	1	0	58
徒歩	0	1	0	2	7	0	0	0	5	0	0	0	3	0	18

問⑬：「問⑫で回答した範囲でのご近所観光について、行ってみたいと感じますか」

- 「行きたい/既によく行っている」が85.32%

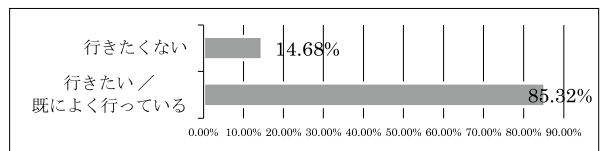


図12 アンケート問⑬結果

問⑭：「『行きたい』『既によく行っている』と答えた方について、その理由は何ですか」

- 「手軽だから」が32.14%、「魅力的なところがあるから」が25.00%であった。

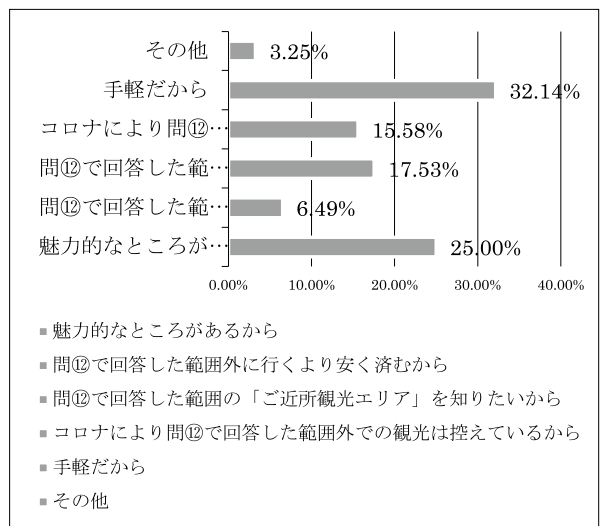


図13 アンケート問⑭結果

問⑮：「行きたくない」と答えた方について、その理由は何ですか。」

- 「いつでもいけるから」が52.83%で最多。

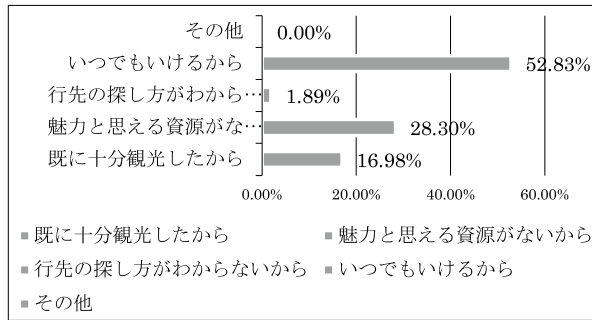


図14 アンケート問⑮結果

問⑯：「問⑫で回答した範囲の『ご近所観光』に行くとすれば、何を期待して行きたいですか（5つ回答）」

- 「今までに知らなかった文化・歴史に触れること」が9.31%と最多であった。
- 次点は「おいしいものを食べること」が9.19%。
- 「何も考えずのんびりできること（気分転換できること）」は8.97%であった。

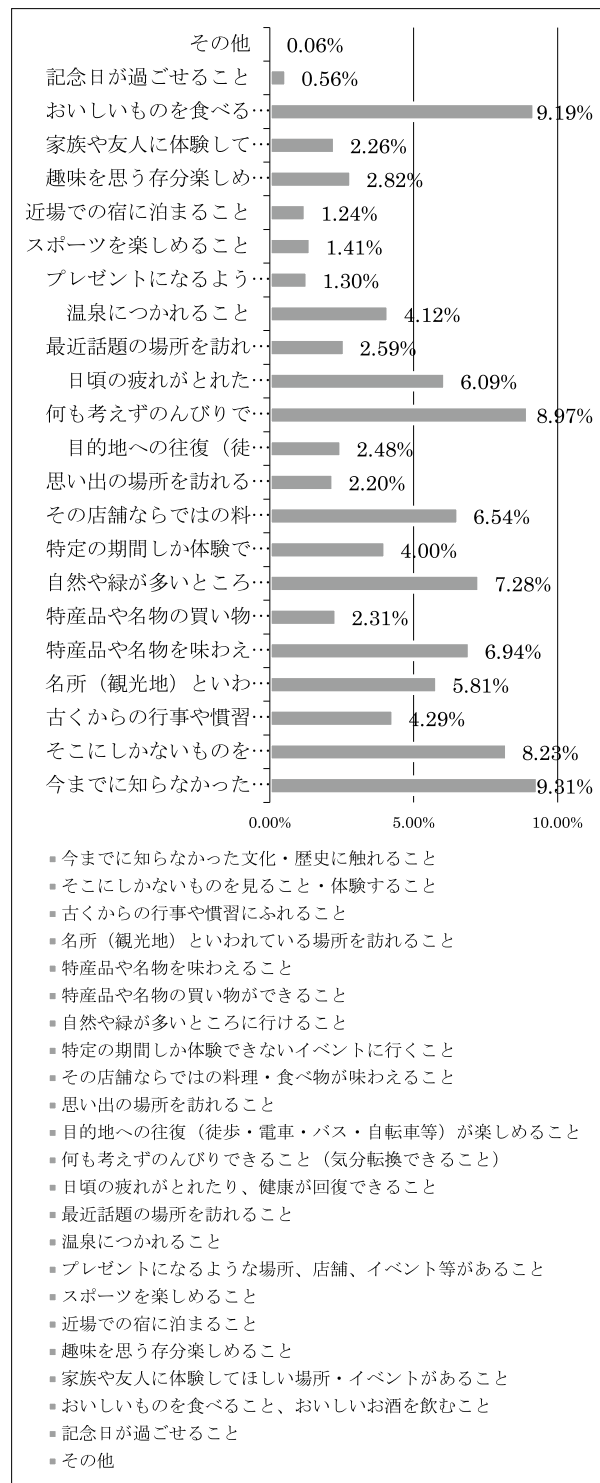


図15 アンケート問⑯結果

問⑰：「問⑫で回答した範囲の『ご近所観光』について、自分で計画し、行った後に、コースや楽しみ方をSNSで情報発信したいと考えますか」

- 「自分で楽しめればよいので発信しない」が43.42%と約半数を占めた。

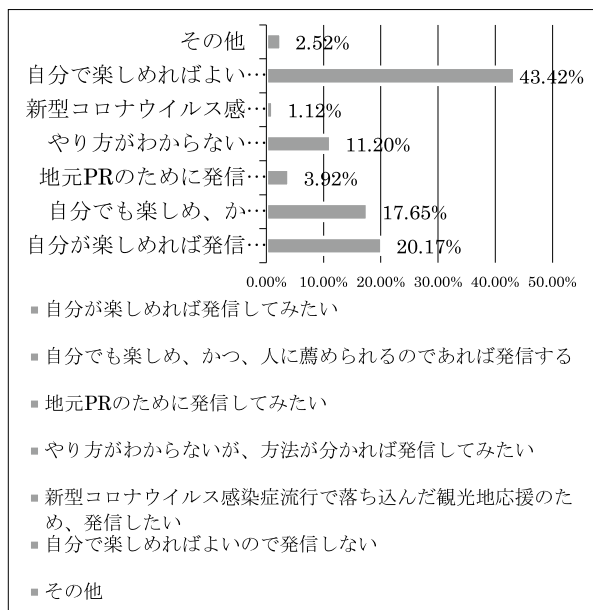


図16 アンケート問⑰結果

問⑱：「問⑫で回答した範囲の『ご近所観光』について、交通費も含め1人あたり（こども含む）いくらまでなら消費してもよいですか。自由に記入ください。」

- 平均消費額は「7,954円」。中央値は「5,000円」。
- 最高消費額は「50,000円」。最低消費額は「10円」。
- 「5,000円」の回答が28.77%で最多。
- 10,000円以下の回答の合計は86.03%。

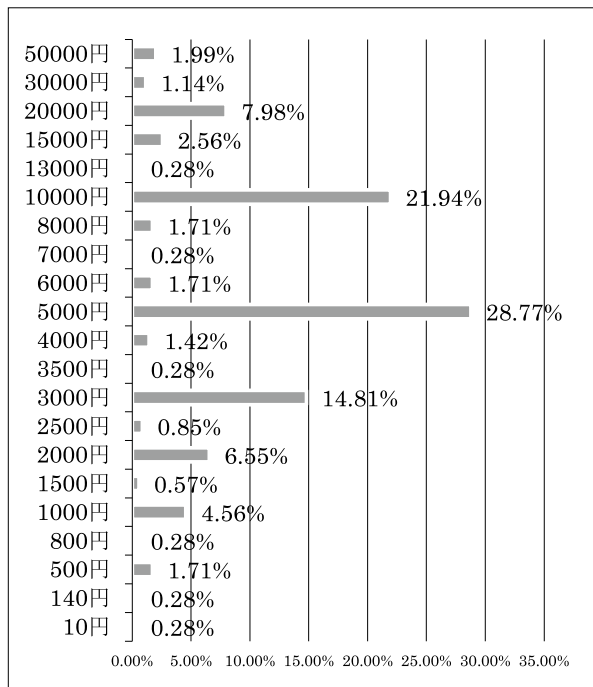


図17 アンケート問⑱結果

5. 新型コロナウイルス感染症流行前後の観光意識の変化に対する考察

5-1. 希望する観光の行先について

新型コロナウイルス感染症流行前後の観光需要の変化について、まず、希望する観光の行先の順位であるが、問⑧・⑨の結果から、感染症流行前後ともに、優先順位が高いものから、「居住県外」→「居住県内」→「居住市町村内」→「海外」の順であった。

「海外」の優先順位が最も低いのは、価格面や移動距離、言語を考慮すると国内旅行と比較して負担が大きいたことが要因であろう。さらに現地での感染リスクが国内に比べ十分把握できないことも考えられる。

一方、国内での優先順位は、「居住県外」→「居住県内」→「居住市町村内」であり、居住地からの距離が遠くなるほど優先順位が高くなっている。これは、「ご近所観光」について行きたくないとする理由を問う問⑮の結果が、「いつでもいけるから」が最多であることから、居住地から近い場所ほど、そのような思考が強く働き、逆に遠いほど旅行機会が得難くなると考える傾向が強くなるためといえる。

また、感染症流行前後で上記優先順位の変動はないものの、流行前に比べ収束後は「居住県外」の割合が減り、「海外」と「居住市町村」の割合が増加している。

まず、「海外」が増えた要因は、現在感染症流行により、旅行行為自体に自粛が求められている状況であり、特に、海外旅行においては渡航制限など行政措置がとられていることから、収束後は、現在の反動として、「海外」を旅行の行先として考えたと推測できる。

次に、「居住市町村内」の割合が増加した要因は、新型コロナウイルス感染症流行による緊急事態宣言発令や新しい生活様式の浸透により、国内でも遠方への移動を制限または敬遠する風潮が強くなっていることから、感染症収束後であっても、県外への観光を考える層よりも、感染リスクが少なく、移動距離が短い居住市町村内にて観光したいと考える層が多くなったためであると考えられる。

一方、先行研究「富山・石川・福井県民のマイクロツーリズムに対する意識調査」では、前述の通り、「withコロナ」の状況で、行きたい観光の種類」についての設問につき、「県内の日帰り」の回答が45.9%と最も高く、次点は「近隣県への日帰り」35.8%であった^[4]。本調査においては、コロナ収束後に行ってみたい行先が「居住県外」33.15%、「居住県内」29.34%、「居住市町村」19.70%であった。ここで、「居住県内」に「居住市町村」の割合を加えると、49.40%となり、先行研究同様、「居住県内」→「居住県外」の優先順位と

なった。

しかし、先行研究が『withコロナの状況では、県内や近隣県への日帰り観光を好む人が多い。』^[4]と報告する点につき、本調査では前述の通り、感染症流行前後とも優先順位が「居住県外」→「居住県内」と順位変動がなかったことから、県内や近隣県への日帰り観光を好む人が多いのは、新型コロナウイルス感染症流行前からの傾向であり、withコロナの状況であるからこそ当てはまるものとは言い難い。

5-2. 旅行頻度の変化について

感染症流行前後の旅行頻度の変化について、問⑩の結果は、「増やしたい」が17.49%に対し、「減らしたい」・「変化しない」がともに40.21%であった。

これらから全体総じて感染症収束後は、旅行頻度は減少すると考えられる。

この点につき、上記先行研究によると、同調査の回答者の『全体の3/4が観光・行楽目的での外出に前向きとの結果となった』^[2]という調査結果とは、異なる結果となった。

ただし、先行研究では、「5月の緊急事態宣言の解除後に、北陸3県在住者が観光・行楽目的で外出したか否か、また外出していない人は今後出かけたかと思っているか否か」を調査したものであるのに対し、本研究での調査は、「感染症収束後に観光にでかけたか否か」を調査しており、設問文が異なっている。また、先行研究の調査期間は、2020年10月30日から11月2日の3日間であるが、本調査は、2020年6月21日から10月16日と51日間の調査であり、初の緊急事態宣言明けから1ヵ月程度の時期、第二波到来の時期など、社会的に外出自粛の雰囲気が強い時期が含まれていたため、被調査者の観光控えの意識が回答に強く反映されている可能性がある。

5-3. 観光テーマの変化について

感染症流行前後の観光テーマの変化について、先行研究「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向（その4）～JTBF旅行意識調査結果より～」での報告同様、本調査においても問⑪の結果のとおり、感染症流行前後で大きな変動はみられなかった。

しかし、感染症収束後の「これから」のテーマについて、「アウトドア」が増加し、人込みや混雑を連想させる「テーマパーク」・「都市観光」・「祭り・イベント」が減少していることから、感染症罹患リスクが少ないと考えられる行先が好んで選択され、リスクが伴う行先は避ける動きが見られる。

6. 「ご近所観光」意識に対する考察

6-1. 「ご近所観光」と感じる距離について

「マイクロツーリズム」の概念は、新型コロナウイルス感染症流行後、星野リゾートの星野代表が提案したもので、具体的には「自宅から30分から1時間の自家用車で行ける範囲であり行かなかった所を観光してみよう」³⁾（出所：星野リゾートホームページ<https://www.hoshinoresorts.com/information/release/2020/05/90190.html>）という内容である。

この提案について、マイクロツーリズムの範囲を「自宅から30分から1時間の自家用車で行ける範囲」と想定しているが、これは全国一律ではなく、居住地域ごとに異なった傾向がみられるのではないかとこの考えのもと、このたびのアンケート調査の結果から、和歌山市民がマイクロツーリズムと考える範囲を定義することとした。

マイクロツーリズムの推進が本市観光消費に貢献すると認められた場合、このたびの定義づけが、和歌山市におけるマイクロツーリズム推進施策の一つの指針となり、with/afterコロナの状況における効果的な観光施策立案に寄与することが期待できるからである。

なお、「2. 先行研究」にて記載のとおり、マイクロツーリズムに対する基礎的情報の収集が本調査の目的の一つであるが、「マイクロツーリズム」という用語が広く社会に浸透しているとは言えないため、本調査ではマイクロツーリズムを「ご近所観光」という言葉に言い換え問⑫以降を設問した。

問⑫にて、「ご近所観光」と感じる範囲を交通手段と時間（分）の関係で調査したところ、まず交通手段では「自動車」の回答者が最多となり64.1%を占める結果となった。

また、ご近所観光とみなす範囲については、「自動車で60分」の距離と考える回答が27.68%、次いで、「自動車で30分」の距離と考える回答が22.88%となり、上記での回答が全体の約半数を占めた。

一方、自動車以外の手段では、「公共交通で60分」6.78%が最も多くなった。

これら交通手段と時間の関係について、「自動車＝60km/h」・「公共交通＝40km/h」・「自転車＝10km/h」・「徒歩＝4km/h」と仮定し、時間（分）の各回答を全て距離（km）に変換し、「ご近所観光」の範囲を距離ベースで確認したところ、図18のとおりとなった。

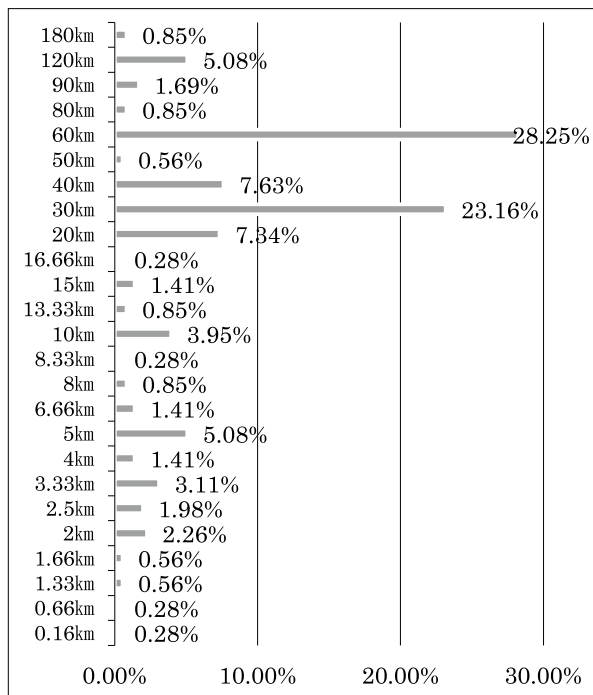


図18 問⑫ ご近所と感ずる距離

表から、60kmが28.25%と最多、次いで30kmが23.16%で、20km以下の回答の合計は31.92%であった。これら、60km、30km、20km以内のそれぞれの回答者の居住地別内訳は図19のとおりである。

なお、回答者が「ご近所観光」と感ずる平均距離は36.13kmであった。

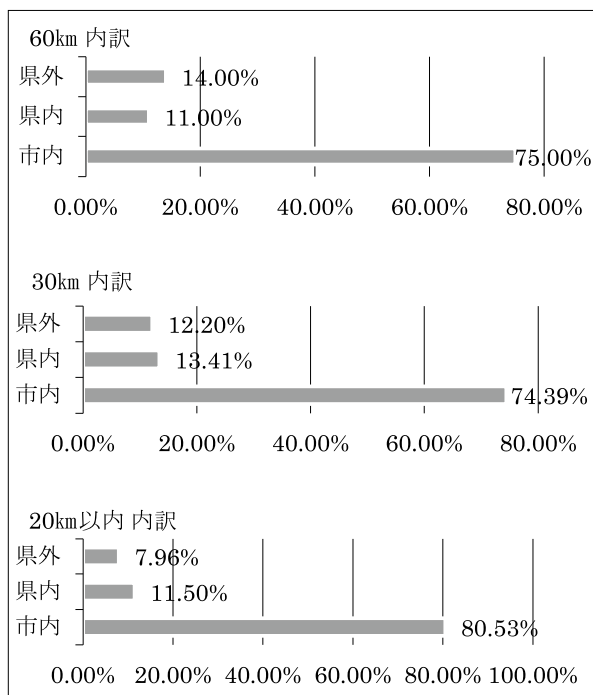


図19 問⑫「ご近所観光」と感ずる距離 居住地別内訳

問⑫において、アンケート回答者が回答した「交通手段」と「時間」、および前述の手順により導出した

「距離」を整理した。表3は整理結果を一覧表にしたものであるが、回答者全員分のデータの掲載は紙面の都合上割愛し、一部抜粋のみを掲載する。

これら「距離」と「交通手段」の関係について、単回帰分析を行う。交通手段については、「自動車」・「自転車」・「公共交通」・「徒歩」などの質的属性である。これらの変数については、以下、ダミー変数として扱う。

なお、「ご近所と感ずる距離」を被説明変数、交通手段(ダミー変数)を説明変数とした場合、以下の様な定式化がなされる。

$$D = C + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 \dots \textcircled{1}$$

被説明変数

$$D = \text{ご近所と感ずる距離}$$

説明変数

$$x_1 = (1 : \text{自動車}, 0 : \text{その他})$$

$$x_2 = (1 : \text{自転車}, 0 : \text{その他})$$

$$x_3 = (1 : \text{公共交通}, 0 : \text{その他})$$

$$x_4 = (1 : \text{徒歩}, 0 : \text{その他})$$

なお、この定式化では、例えば、回答者が選択した交通手段が自動車のとき…

$$D = C + \beta_1$$

自転車のとき…

$$D = C + \beta_2$$

となる。

回答者が選択した交通手段により、ご近所観光と感ずる距離も異なるという定式化といえよう。

表3のデータを用いて①式を推定した結果、 x_2 、 x_3 、 x_4 のt値は統計的に有意(有位水準5%)でなかった。また、すべての符号は正であった。(決定係数 $R^2 = 0.3819$)

推定結果は、 x_1 の係数がプラスであり統計的に有意であることから、この係数52kmが、「自動車」を用いた場合の「ご近所と感ずる距離」であることが分かった。

図20は和歌山市役所を中心とする半径52kmの同心円である。自動車による移動で52kmの範囲である場合、北は堺市近辺、東は五條市近辺、南はみなべ町近辺までが円端となる。

なお、西は鳴門市近辺、北は神戸市近辺が同心円の端であるが、中心地からこれら地点への実際の移動距離は自動車で52kmを超えることから、和歌山市民がご近所観光と考える距離外の地点と考えるべきであろう。

また、和歌山市は東西距離約29.0km、南北距離約17.50kmであることから⁴⁾(出所：和歌山市ホームページ)

ージ <http://www.city.wakayama.wakayama.jp//shisei/wakayama/1001006/1001024.html>, 2021.2.17), 和歌山市民がご近所観光に出かける場合、和歌山市内全域が対象となり得る。

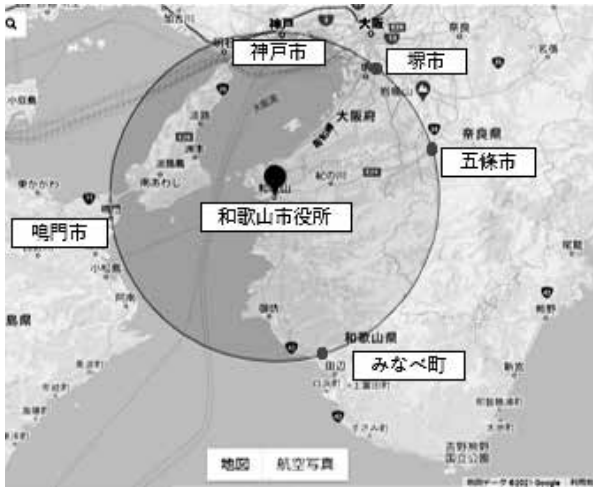


図20 和歌山市役所を中心とする半径52kmの同心円

表3 問⑫ 回答者別 交通手段と「ご近所観光」と感じる距離 整理表 (一部抜粋)

	自動車	自転車	公共交通	徒歩	時間(分)	距離(km)
①	1	0	0	0	180	180
②	1	0	0	0	30	30
③	1	0	0	0	90	90
④	0	0	0	1	60	4
⑤	0	0	0	1	120	8
⑥						0
⑦	1	0	0	0	30	30
⑧	0	1	0	0	15	2.5
⑨	1	0	0	0	30	30
⑩	1	0	0	0	30	30
⑪	1	0	0	0	60	60

例：①は、交通手段に自動車を選択していることから、①式のx1が代入されx2・x3・x4へは0が代入される。Dには180が代入される。
②は、交通手段に自転車を選択していることから、①式のx1が代入されx2・x3・x4へは0が代入される。Dには30が代入される。
以下同様の手順である。

上記のとおり、当該アンケート調査結果から和歌山市民がご近所観光と考える距離は「自動車で52kmの範囲内」であり、その範囲は本市域や本市に隣接する市町に留まらず、大阪府中部地域や和歌山県南部地域も範囲内に含まれることを鑑みると、「ご近所」の言葉から連想する範囲としては広域であるといえる。

この結果については和歌山市の自動車保有台数と関連性があると考えられる。

「和歌山都市圏総合交通計画研究会報告書 持続可能なまちづくりのための和歌山市総合交通計画」⁵⁾(出所：和歌山地域経済研究機構, 2017)では、『2015年の和歌山市の人口1000人あたりの自動車保有台数は651.4台である。同年の全国の人口1000人あたり自動車保有台数は591.4台*であり、和歌山市はこれを上回る

保有状況となっている。』^[8]と述べられている。

また、「和歌山市地域公共交通網形成計画及び和歌山市都市・地域総合交通戦略」⁶⁾(出所：和歌山市, 2019)によると、和歌山市における車種別保有状況は、『一人当たりの自家用車保有台数は全国の中核市54市中27位となっているが、軽自動車で見ると11位と高水準となっている』^[9]と報告されている。

よってこれらから、上記結果は、和歌山市の自動車保有台数が全国の保有台数と比較して高水準であることに起因していると考えられる。

なお、前述のとおり、表3は、問⑫で回答されたご近所観光時の交通手段と時間、そしてそれらから導出した距離を各回答者別に整理したものである。距離の算定には、各交通手段における仮定時速から算定しており、例えば自動車の場合、一般道路の法定最高速度である60km/hを平均時速として仮定している。

つまり、上記範囲は、回答された交通手段・時間と、交通手段ごとの仮定平均速度を基礎データとして、回帰分析により導出されたものである。

しかし、この仮定平均速度に注目すると、高速道路は走行せず本市市街地のみを走行する場合、1時間に60kmの走行は困難であり、平均速度はより低速になることが予見できる。したがって、市街地走行のみを対象としたご近所観光では、上記範囲よりも狭い範囲になると考えられる。

6-2. 「ご近所観光」の需要について

問⑬の結果から、「行きたい/既によく行っている」が85.32%であり、「ご近所観光」について、積極的な姿勢を示す回答が8割を超えた。なお、回答者の内訳は図21のとおりである。

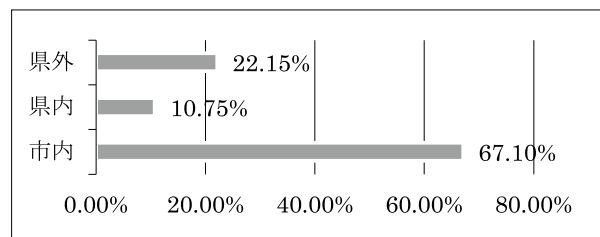


図21 問⑬ 居住地別内訳

居住地が和歌山市内である回答者の割合は67.10%であり、この設問に対して「行きたい/既によく行っている」と回答した本市市民の割合は、6割弱(57.24%)となることから、「ご近所観光」の需要は、本市市民にも相当程度あるといえ、「ご近所観光」を推進する行政施策を実施した場合、一定の観光需要を掘り起こす効果があることが見込める。

「行きたい・既に行っている」と回答した理由については、問④の結果から、「手軽だから」が32.14%と最多であり、気負いせず気軽に出かけられることがご近所観光の大きな魅力といえる。

また、「魅力的なところがあるから」(25.00%)や、「問②で回答した範囲の「ご近所観光エリア」を知りたいから」(17.53%)といった、ご近所エリアを積極的に楽しみたいという主旨の理由は約40%あるものの、「問②で回答した範囲外に行くより安く済むから」は6.49%であり、観光行動に伴う費用の低さを「ご近所観光」に出かける理由として考える人は少ないことが分かった。

なお、「その他」の回答では、「自分の住んでいる所を知りたいから」、「近所でもあまり知らないところも多いから」など、「『ご近所観光エリア』を知りたいから」の回答と同主旨の意見が散見された。

一方、「行きたくない」と回答した理由の最多は「いつでも行けるから」52.38%であり、身近な場所だからこそ、あえて時間を割いて出かけようという意識が湧かないのであろう。

6-3. 「ご近所観光」への期待について

問⑥の結果から、「今までに知らなかった文化・歴史に触れること」(9.31%)、「おいしいものを食べること」(9.19%)、「何も考えずのんびりできること(気分転換できること)」(8.97%)の回答が多かった。問⑦「観光の際、楽しいと感じることは何ですか」では「おいしい食事」(28.22%)が最多であったが、「ご近所観光」をテーマにする当該設問でも回答数が1位とほぼ同率であり、「食事」に対して寄せる期待はご近所観光でも大きいと考えられる。

6-4. 「ご近所観光」での経験の発信について

問⑦の結果について、最多回答は、「自分で楽しめればよいので発信しない」が43.42%で、観光での体験を自らSNS等で発信することに消極的な層が約半数を占めた。

しかし、「自分が楽しめれば発信してみたい」(20.17%)、「自分でも楽しめ、かつ、人に薦められるのであれば発信する」(17.65%)など、ご近所観光の内容次第では発信してみたいと考える層が37.82%あり、これらに、「地元PRのため」や、「やり方がわからないが、方法が分かれば発信してみたい」という回答も加えると、回答者の50%超がSNSで情報発信したいと考えていることが分かった。

上記から、「ご近所観光」を推進する施策をとること

で、市内観光が推進されるだけでなく、観光客のSNS投稿を通じて本市のご近所観光ルートの情報共有、広報が図られるという二次的効果が期待できる。

6-5. 「ご近所観光」での消費額について

問⑧の結果から、「5,000円」(28.77%)が最多であり、10,000円以下の回答の合計割合は86.03%であった。「国土交通省 観光庁 旅行観光消費動向調査(2020.10月～12月期速報)」5(出所:国土交通省観光庁https://www.milt.go.jp/kankocho/news02_000436.html, 2021.2.17)によると、国内日帰り旅行観光・レクリエーションを目的とする一人一回当たりの平均消費額が16,738円であることから、前述の割合は、日帰り旅行を想定した消費額であると考えられる。

よって、「ご近所観光」では、食事やお土産物の購入、交通などを中心に消費されることが予想され、主に飲食業や小売業、交通事業者の売り上げに貢献することが期待できる。一方、宿泊事業者への影響は限定的であるといえる。

7. まとめ

以上本アンケート調査の結果および考察をまとめると次のとおりである。

- ①観光の行先の優先順位は、新型コロナウイルス感染症流行前後ともに、「居住県外」→「居住県内」→「居住市町村内」→「海外」の順。
- ②新型コロナウイルス感染症収束後の旅行頻度は、流行以前と比較し減少すると考えられる。
- ③観光のテーマは、新型コロナウイルス感染症流行前後で大きな変動はなかった。
- ④「ご近所観光」と感じる距離は、自動車で52kmの範囲内で、和歌山市民がご近所観光に出かける場合は市内全域が観光の行先の対象となる。
- ⑤「ご近所観光」への需要について、「行きたい/既に行っている」と回答した市民は57.24%であり、市民を対象としたご近所観光需要を掘り起こす施策は一定の効果があることが見込める。
- ⑥手軽さと、ご近所エリアを積極的に楽しみたいという理由から「行きたい/既に行っている」と回答した者は74.67%。
- ⑦ご近所観光での経験をSNSで発信することについて、発信に消極的な回答者と発信に積極的な(条件付き含む)回答者を比較すると、後者が50%を超えやや多く、SNSの活用は、ご近所観光の広報施策として有効であると考えられる。

⑧「ご近所観光」での消費額は、10,000円以下の金額で回答した回答者が86.03%であり、日帰り観光を想定していると考えられる。

「ご近所観光」推進施策の提案について

上記「まとめ」について、④・⑤・⑥・⑦から、「ご近所観光」は、新型コロナウイルス感染症流行下において、観光消費増額に貢献しうる観光モデルであり、観光施策として推進すべき価値があるといえる。

この施策の中身を検討するにあたり、本調査の間⑥の結果が、「行先への理解が深まり楽しみが増える」、「行先を調べることが最も楽しい」など、行先を調べることに楽しさを感じる回答者が8割超であったため、これに上記「まとめ」⑦に記載の要素も取り入れることを提案したい。

より具体的には、既存の観光の楽しさである「食べる」・「見る」・「体験する」などの楽しさをまとめて「出かける楽しさ」とすると、これに行先を調べるという、「調べる楽しさ」と、行先での体験をSNSで「発信する楽しさ」を加えた、3つの楽しさをご近所観光推進施策の柱として提案する。

なお、この提案の具体施策として、上記3つの楽しさを本市市民に紹介する、ご近所観光の手引書「ちかばめぐり」を製作し、発行した(2021年4月)^[10]。

8. 今後の課題

課題は次のとおりである。

- 本調査の回答者は、和歌山市民が67.77%であり、回答者の地域属性に大きな偏りがあるため、本アンケート調査から得られた結果・傾向は、任意の国内地域に当てはまるものではない。
- 特に、「まとめ」④の「ご近所観光」と感じる距離については、地域の公共交通機関の発達度や自動車保有率が大きく影響すると予想できることから、今回得られた知見は、都市圏では当てはまらない可能性が高い。
- さらに、「まとめ」④に関連して、6-1で記載のとおり、「ご近所観光」と考える範囲が自宅から自動車で52kmと広域にわたっているが、これは自動車の平均時速が60km/hであるとの仮定のもと導き出されたものである。したがって、市街地のみを走行する場合は、平均時速はより低速となるため、ご近所観光の範囲もより狭くなるはずである。

つまり、自動車の場合、観光経路として一般道路のみを対象とするのか、または高速道路の通行も対象に含まれるのかで、仮定する平均時速が変わり、それに

伴って、「ご近所観光」と考える範囲も変わると言える。

その点から、このたびの調査では、ご近所観光時に自動車で移動する場合の移動経路に関する設問がないため、仮定平均速度を時速60km/hと設定した場合の「ご近所観光」と考える範囲が定義されたものである。

実際的な移動行程等を考慮したご近所観光の範囲を定義するためには、交通手段に自動車を選択した場合において、「ご近所観光時に高速道路を走行してもよいと考えるか」など、仮定平均速度に影響を及ぼすと考えられる事項を回答させるような設問をし、その選択回答ごとに適切な平均速度を仮定した調査が必要である。

注

- [1]「富山・石川・福井県民のマイクロツーリズムに対する意識調査」(出所：日本政策投資銀行 北陸支店・富山事務所、2020) P.1を参照
- [2]「富山・石川・福井県民のマイクロツーリズムに対する意識調査」(出所：日本政策投資銀行 北陸支店・富山事務所、2020) P.2を参照
- [3]「富山・石川・福井県民のマイクロツーリズムに対する意識調査」(出所：日本政策投資銀行 北陸支店・富山事務所、2020) P.1を参照
- [4]「富山・石川・福井県民のマイクロツーリズムに対する意識調査」(出所：日本政策投資銀行 北陸支店・富山事務所、2020) P.4を参照
- [5]「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その4)～JTBF旅行意識調査結果より～」(出所：公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 市場調査チーム、2020) P.8を参照
- [6]「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その4)～JTBF旅行意識調査結果より～」(出所：公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 市場調査チーム、2020) P.12を参照
- [7]「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その4)～JTBF旅行意識調査結果より～」(出所：公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 市場調査チーム、2020) P.13を参照
- [8]「和歌山都市圏総合交通計画研究会報告書 持続可能なまちづくりのための和歌山市総合交通計画」(出所：和歌山地域経済研究機構、2017) P.32を参照
- [9]「和歌山市地域公共交通網形成計画及び和歌山都市・地域総合交通戦略」(出所：和歌山市、2019) P.41を参照
- [10] 本研究および冊子発行は、和歌山大学地域活性化推進プロジェクトの助成を受けた研究成果の一部である。