ご近所観光のコンテンツとなる地域資源の価値
―With/Afterコロナの観光モデルの実践―

Value of local resources as content of neighborhood tourism
—The practice of a new tourism model in the With/Post- COVID-19—

林 久登[1, 3]，出島 正喜[2, 3]
[1]泉佐野市まちの活性課，[2]南海電鉄グループ和歌山事務所
[3]2021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による影響の長期化により，関西国際空港（以下「関空」という。）の対岸に位置する泉佐野市でも宿泊施設をはじめ多大な影響を受けており，将来的なインバウンド誘客の展開も見据えつつ，当面の間，国内観光客をターゲットとした観光施策を模索している。本研究では，昨年度に実施したご近所観光プロジェクトを基本概念とし，その実践編として，モニターツアーや留学生等へのアンケート・ヒアリング調査等を実施し，周辺地域からの誘客の可能性とご近所観光のコンテンツとなる地域資源の価値を考察した。

キーワード：ご近所観光，広域周遊観光の促進，地域資源，リアル観光，観光における新たな体験価値の提供

1．はじめに

関空以南（紀伊半島）への誘客が和歌山市，紀の川市，泉佐野市の共通課題であり，3市は広域連携による相互誘客を模索している。紀伊半島には，世界遺産の高野山，熊野古道，大峰山をはじめ，自然豊かな観光スポットが多数存在しており，コロナ禍以前は国内外を問わず多くの観光客が日々来訪していた。

そのような中，2020年6月に「葛城修験」が日本遺産に認定され，葛城修験日本遺産活用推進協議会（事務局：和歌山県観光振興課内）において，まずは国内観光客をターゲットに，周遊ルートマップの作成，ホームページ制作，パネル展示等を実施し，葛城修験の認知度向上と観光地化を進めている。

一方で，デジタル技術の利用やICTの導入が進む中，With/Afterコロナ時代において，これまでの態様に捉われない観光モデルの構築により，リアル観光における新たな体験価値を提供していくことが不可欠である。

昨年度，和歌山大学紀伊半島価値共創基幹では，コロナ禍において観光消費額の増加に貢献しうる観光モデルとして「ご近所観光（マイクロツーリズム）」に関する調査を実施した。さらに，その具体施策として，「調べる」・「出かける」・「発信する」の3つの楽しみ方を提案する「ちかばめぐり－ご近所観光旅ガイド－」を発行し，和歌山市と連携して同冊子を使ったセミナーを実施した[1)]。

ご近所観光プロジェクトの発展が関空以南への相互誘客並びに将来的なインバウンド展開に資する取り組みであると考え，その実践を通して，既存の観光情報を収集し，地域にある観光資源の価値を再認識するとともに，その重層的な魅力をどのように発信していくかについて検討し，新たな観光スタイルの創出に向けて考察する。

2．アンケート調査概要

アンケート調査の概要は次のとおりである。

調査名称：『葛城修験と地域観光資源の魅力度に関するアンケート調査』
調査対象：和歌山大学 大学生（留学生を含む）
調査期間：2021年8月11日～8月31日21日間
記入方法：自記式
配布と回収方法：Webアンケートを作成し，回答用URLを配布・回収
回収数：242名

3．アンケート結果

アンケート調査の結果は次のとおりである。

※留学生も回答できるようアンケート設問はわかりやすい日本語で記述した。

問1：関西国際空港に近く，和歌山市，紀の川市，泉

佐野市にある以下の観光地（24か所）について，あなたは行きたいですか？（選択式）

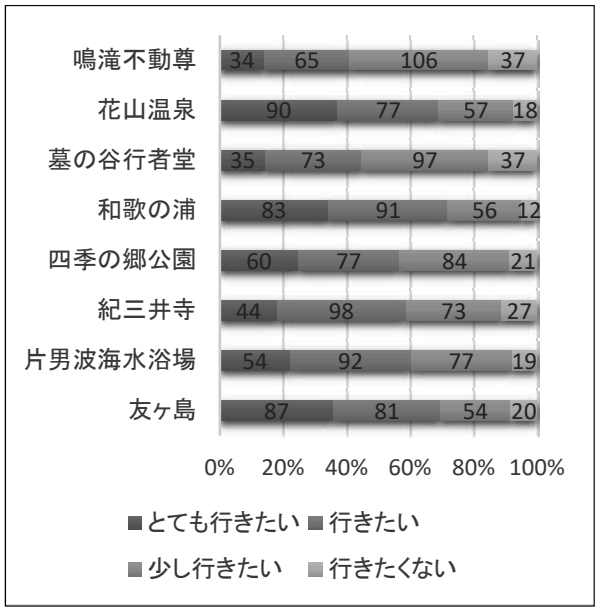

図１　アンケート問１和歌山市結果

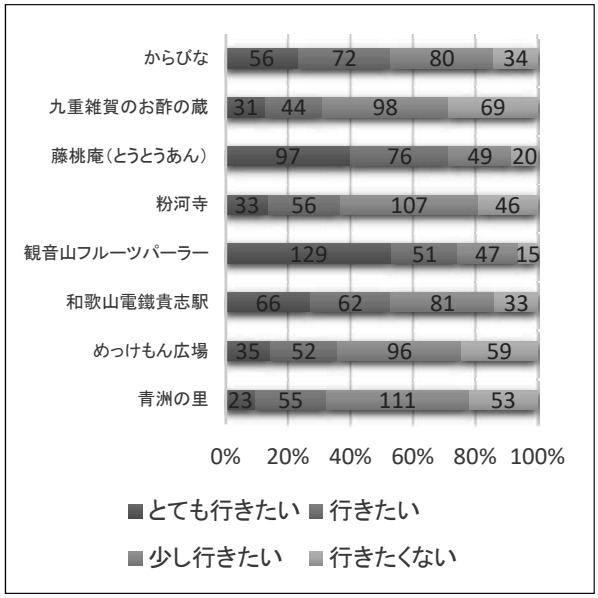

図２　アンケート問１紀の川市結果

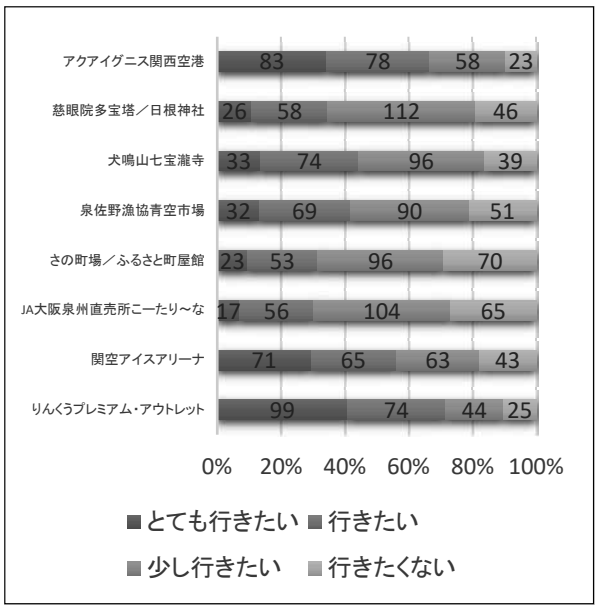

図３　アンケート問１泉佐野市結果

問２：関西国際空港や和歌山大学の周辺エリアで，あなたはどんな場所に行きたいですか？（記述式）

- 回答人数が多かった上位５か所
  ①和歌山城：８人
  ②泉南ロングパーク：７人
  ③和歌山市　雑賀崎：５人
  ④和歌山市　加太：５人
  ⑤磯の浦海水浴場：４人

問３：熊野古道，高野山，葛城修験について，あなたは行きたいですか？（選択式）

- 高野山の「とても行きたい」・「行きたい」，熊野古道の「とても行きたい」・「行きたい」はともに72%であった。
- 葛城修験の「とても行きたい」・「行きたい」が35%であった。

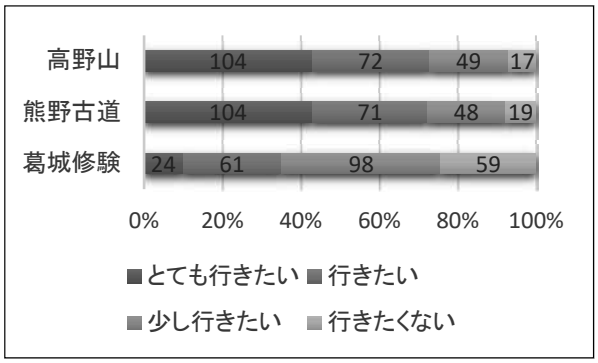

図４　アンケート問３結果

問4：日本の文化（参詣，巡礼，瞑想，座禅，写経，滝行，護摩行，修験）で，あなたが興味あるものを選んでください。（複数回答可）（選択式）

- 「参詣」が165人と最多で，「護摩行」が16人と最低となった。

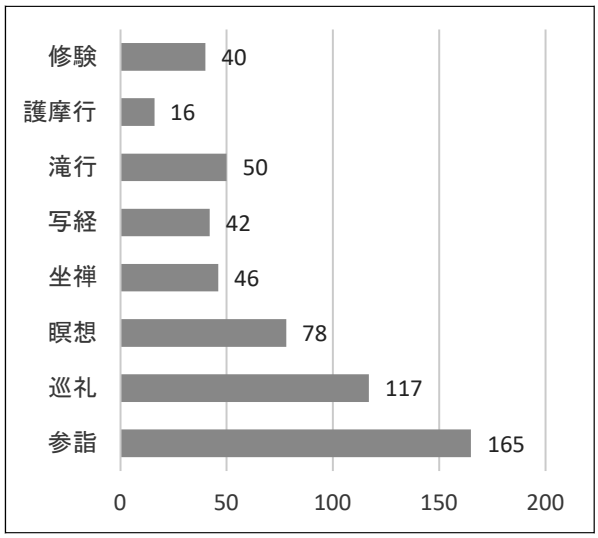

図5　アンケート問4結果

4. アフターコロナのインバウンド戦略

高野山・熊野古道・葛城修験など，日本の精神文化をテーマとしたインバウンド戦略について考察した。

海外旅行ガイド「Lonely Planet Japan 2017」では「Kansai」に「Kii Peninsula」が位置し，「Koyasan」「kumano kodo」の案内は充実している。特に「Koyasan」はJapan‘sTop25の7位に登場する。欧米豪の顧客をメインターゲットとする高野山，熊野エリアにとっては有力な観光コンテンツとなっている。

一方で，関空からより近い和歌山市，紀の川市，泉佐野市はアジア圏からのインバウンドをメインターゲットとしている。

「葛城修験」は日本遺産に認定されたばかりであり，認知度もまだまだ低く，今後の期待感はあるものの，観光コンテンツとしての磨き上げはこれからという印象である。

今一度，顧客ターゲットありきではなく「紀伊半島の重層的な魅力は何か」を整理することもアフターコロナにおける観光施策の立案には有意義であると考える。

5. モニターツアー概要と結果

3市共通の観光資源として「葛城修験」と自然環境に着目し，葛城修験の構成スポットを訪ね，修験道について学ぶとともに，それぞれの地域の自然にふれあいながらウォーキングするモニターツアーを実施した。

●和歌山市／加太・深山編

加太春日神社・阿字ヶ峰行者堂と深山を訪ねる

日時：2021年11月13日（土）

集合：南海加太線　加太駅

［午前の部］加太深山砲台跡の自然観察

案内人：高須英樹（和歌山大学名誉教授・和歌山県立自然博物館館長）

［午後の部］葛城修験の構成文化財を巡る（阿字ヶ峰行者堂・加太春日神社他）

案内人：藤井保夫（加太浦大護摩供顕彰会会長・日本考古学協会会員）

参加人数：12名（うち留学生3名）

参加者の感想（一部抜粋）

- 午前は自然，午後は葛城修験と二部構成で変化があり楽しめた。
- 加太が修験道の地であることを初めて知った。
- 普段は入れない場所でのお話が為になった。
- 地元ガイドによる解説がよかった。
- ウォーキングしながら自然に触れ，歴史も学べるイベントは今後も続けてほしい。

図6　加太・深山編モニターツアーの様子

●泉佐野市／犬鳴山編

七宝瀧寺・行者の滝と犬鳴山渓谷を訪ねる

日時：2021年11月21日（日）

集合：南海バス　犬鳴山バス停

［午前の部］犬鳴山渓谷と自然観察

案内人：高須英樹（和歌山大学名誉教授・和歌山県立自然博物館館長）

［午後の部］葛城修験の構成文化財を巡る（行者の滝・修験会館他）

案内人：泉佐野観光ボランティア協会会員

参加人数：18名（うち留学生4名）

参加者の感想（一部抜粋）

- 特急停車駅（泉佐野駅）から近距離で歴史や自然を

満喫できる好スポットだと感じた。
- 修験会館には貴重な資料が展示していて良かった。
- 有料でも温泉や食事がセットならもっと良い。
- バス停からも近く，駐車場もあり，アクセスはしやすいと感じた。
- 紅葉と適度なハイキングを楽しむことができた。
- 紅葉と森林浴を楽しみながらのウォーキングが気持ちよかった。

図7　犬鳴山編モニターツアーの様子

●紀の川市／粉河寺・紀の川編
粉河寺と竜門橋・紀の川流域を訪ねる
日時：2021年11月27日（土）
集合：JR和歌山線　粉河駅
［午前の部］紀の川河川敷の自然観察
案内人：高須英樹（和歌山大学名誉教授・和歌山県立自然博物館館長）
［午後の部］葛城修験の構成文化財を巡る（粉河寺他）
案内人：木村隆男（まるた呉服店店主・粉河語り部）
参加人数：15名（うち留学生3名）
参加者の感想（一部抜粋）
- 河川敷での植物や石の話がとても面白かった。
- これまで何気なく見ていた河川の石や雑草の見方が変わった。
- 十禅律院の見学が感動した。蓮の花が咲く頃にまた来たい。
- 粉河寺の行者堂は初めて訪れた。できれば中を拝見したかった。

6. 留学生との意見交換会を実施

関空周辺エリアにおけるインバウンド向けの観光コンテンツの開拓・育成を実施していくにあたり，まずはその現状を把握するべく，モニターツアーに参加してくれた留学生と意見交換会を実施した。

日時：2021年12月7日　12:30～14:00
場所：和歌山大学 学生オープンスペースKii-Labo
参加者：中国2名，ベトナム1名，マレーシア1名（日本人学生2名）

［意見まとめ］
●今回のツアーについて
- ガイドの声が聞こえづらかった。もっと少人数の方が良い。
- 外国語の案内板等が少なかった。
- 3か所ともに駅から遠い。
- 集合場所までの行き方はわかりやすかった。
- 犬鳴山は観光地なので分かりやすかった。
- 自然景観はとてもきれいだった。
- 日本の寺社の特徴について，外国との比較資料等があればよかった。
- 葛城修験の案内は内容が難しいところがあった。
- インバウンドには多言語ガイドが必要だと思う。

●その他「観光」に関して
- ガイドの案内も良いが，日本や地域ならではの体験（着物・浴衣・忍者・みかん狩り等）がしたい。
- 地域の名物を作る・食べる等の体験ができ，お土産があればもっと良い。
- 日本のお寺がどこも閉まっている印象がある。拝観できるところが良い。

図8　粉河寺・紀の川編モニターツアーの様子

図9　意見交換会の様子

- 桜や紅葉を見たい。
- “空港から近い”というのはメリットである。
- 一日や半日スケジュールのモデルコースを示してほしい。
- SNS映えスポットをもっと知りたい。

7. 観光における新たな体験価値の提供に関する考察

コロナ禍で，国内，海外旅行等の行動制限が続く中，アフターコロナにおけるリアル観光への期待は高まっている。また，旅行者のニーズは多様化し，これまでにない観光コンテンツの創出が求められる中，観光庁では，観光DXに係る取り組みとして，デジタル技術を複合的に活用しながら，観光サービスの変革と新たな観光需要を創出することを推進している[1]。“これまでにない”とは，全く新しいコンテンツを生み出すことだけを指すのではなく，既存コンテンツの磨き上げにより新たな価値を生み出すことも含まれると考えるのは当然である。“日本ならでは”だけではなく，日本の和歌山市，紀の川市，泉佐野市ならではの魅力的な観光コンテンツを生み出し，その体験価値を提供・発信することが求められている。

新たな体験価値の提供について考察していると，「メタ観光」[2] という取り組みが目についた。メタ観光とは，近年生まれた新しい観光概念で，一般社団法人メタ観光推進機構が提唱しており，その定義は「GPSおよびGISにより位置情報を活用し，ある場所が本来有していた歴史的・文化的文脈に加え，複数のメタレベル情報をICTにより付与することで，多層的な観光的価値や魅力を一体的に運用する観光」とされている。地域観光資源の価値を様々な角度で捉え，それをオンライン地図上に掲載して可視化することで，観光客に重層的な観光を体験してもらうのがメタ観光の概念であり，東京都墨田区において，全国で初めてメタ観光の取り組みとして「すみだメタ観光祭」が実施され，その後に「すみだメタ観光マップ」が発表されている。

そこで，「すみだメタ観光マップ」を参考に，（仮称）いずみさのデジタル観光マップを作成してみた。「すみだメタ観光マップ」では，OpenStreetMapのプロジェクトumapを用いて作られているが，汎用性を鑑み，今回はGoogleマイマップを用いて試作してみた。

より重層的な地域の魅力を引き出し，一過性ではなく持続的な観光需要を創出するには，観光客だけでなく，自治体，市民，観光事業者等による様々な視点での地域資源の掘り起こしとその情報収集の方法について引き続き検討していく必要がある。

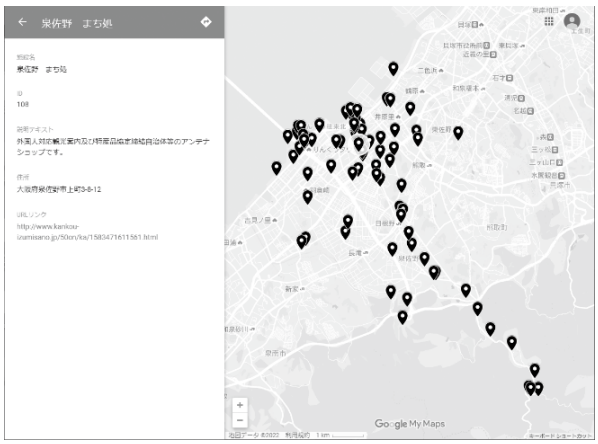

図10 （仮称）いずみさのデジタル観光マップ

8. 地域資源の価値の再認識と今後の課題

ご近所観光の実践としてモニターツアーや意見交換会を実施し，自治体，DMOをはじめ，多様な関係者が地域資源の価値を再認識することが重要であると感じた。今回のアンケート調査は和歌山大学の学生を対象として実施したが，今後は対象範囲を広げ，より幅広い年代や地域で実施し，分析していく必要がある。また，設問としては魅力度だけの調査となったが，認知度も併せて調査を実施することにより，その結果として魅力はあるが認知度が低いもの，魅力がないが認知度は高いもの，それぞれの要因等を分析し，どうすれば魅力度・認知度ともに高い観光コンテンツへと開拓・育成できるかを考えていかなければいけない。

また，ご近所観光の具体施策として，本研究では主に「調べる」・「出かける」に着目したが，「発信する」楽しみの訴え方が重要であると考える。近年，検索手段が多様化しており，観光においてもSNS等を使って情報収集が行われることが多く，この発信された情報が口コミとして機能し，宣伝となる。観光客に対して，出かけた後の「発信する」にどこまでつなげることができるかが今後の課題である。

参考文献

1） 髙﨑慎太郎「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～」和歌山大学Kii-Plusジャーナル編集委員会『和歌山大学Kii-Plusジャーナル 創刊号』，pp93-104，2021.5

注

[1] 観光庁ホームページ：観光DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進
https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/

kankochi/digital_transformation.html（2021年9月29日閲覧）
［2］一般社団法人メタ観光推進機構：メタ観光とは
https://metatourism.jp/metatourism/（2021年12月8日閲覧）