

岐阜県の マイクロツーリズム展望 —ウィズコロナ時代の需要を探る—

CONTENTS

- 1 | はじめに
- 2 | 新型コロナの岐阜県観光への影響
 - (1)「観光ビッグイヤー」と位置付けられていた2020年
 - (2)感染拡大以降の主な動き
 - (3)統計から見る観光需要の消失
- 3 | ウィズコロナ時代の需要を探る
 - (1)岐阜県の観光客の特徴
 - (2)県民需要の開拓可能性
- 4 | ウィズコロナ時代の県内マイクロツーリズム戦略
- 5 | おわりに

1 はじめに

2020年初頭から世界で拡大した新型コロナウイルス感染症は、わが国の観光関連産業に大きな打撃をもたらした。順調に増加していたインバウンド(訪日外国人)需要は入国制限によって消失し、国内需要も政府の緊急事態宣言などに伴う外出自粛によって落ち込んだ(図表1)。

岐阜県内も当然ながら、国内外から訪れる観光客が激減する状況となった。加えて感染拡大防止のため、観光地の集客施設や飲食店が休業を余儀なくされた時期もあり、多くの観光関連事業者が苦境に陥った。

本稿の執筆時点(2020年8月)で、新型コロナの流行から約半年が経過した。例年ならば夏休みで国内旅行の需要は高まる時期だが、全国で感染者が再び増加していることから、

県内観光地への客足の戻りは鈍い。秋以降も大規模なイベントや祭りの中止や延期、動画配信などによるオンライン開催への切り替えなどが相次いでおり、観光需要の本格回復は見通せない状況である。

このような中で、ウィズコロナ時代の国内観光として「マイクロツーリズム」という言葉が目ざされている。提唱した星野リゾートの星野佳路代表は、自動車で1時間程度の範囲の近場で宿泊する旅行スタイルだと説明している(注1)。ホテル・旅館などの宿泊施設事業者から見た場合、失われた宿泊需要を取り戻す足掛かりとして、施設のある地域やその周辺の在住者をターゲットとする発想である。

近場を旅行・観光すること自体は、ショートトリップ(小旅行)などの言葉もあり、全く新しい旅のスタイルではない。国内では従来から「安近短」の旅といった言葉でも表現されてきた。

これは「安い費用で、近い場所へ、短い期間」遊びに行くという意味である。

特に「安近短」は、リーマン・ショック(2008年)後の景気低迷期に新聞・テレビなどのマスメディアが国内旅行・レジャーの傾向として多用し、よく知られる言葉になった。海外旅行に関しては、週末や3連休程度の休日を使って行き来できるアジア旅行(韓国、台湾、香港、マカオなど)の売り文句として使われることが多い(注2)。

岐阜県を訪れる観光客は、近年こそインバウンドが急増してきたが、日帰り客を含めると現在でも愛知県など近隣からの客が圧倒的に多い。もともと近場観光や「安近短」の旅先として選ばれてきた岐阜県が需要を取り戻していくためには、ウィズコロナ時代に適応した観光スタイルを旅行者(消費者)に提供していくことが「プラスアルファの戦略」として必要だと考えられる。

本稿ではまず、観光関連の公的統計などから、新型コロナが岐阜県観光に及ぼしている影響について概観する。続いて、岐阜県を訪れる観光客のこれまでの特徴を整理し、観光回復の第一歩としてのターゲットを「県民」と位置づけて、県民需要の開拓可能性を探る。その上で、ウィズコロナ時代の県内マイクロツーリズム戦略について、カギとなる視点を考える。

2 新型コロナの岐阜県観光への影響

(1)「観光ビッグイヤー」と位置付けられていた2020年

2020年は当初、東京五輪・パラリンピックの開催年として、全国的にインバウンド観光やスポーツ交流の盛り上がり期待されていた。

加えて岐阜県では、関ヶ原合戦420年、NHK大河ドラマ「麒麟がくる」の放映、リトアニアでの「命のビザ」発給で知られる県出身の外交官・杉原千畝の生誕120周年、ビザ発給80周年など、観光推進の絶好のチャンスとなる要素が集中していた。これらを受けて、古田肇知事は2020年を「観光ビッグイヤー」と位置付け、年間を通じて県全域でさまざまな施策が展開されることをアピールしていた^(注3)。

具体的には、大河ドラマの放映開始に合わせて県内3市(岐阜、可児、恵那市)に大河ドラマ館がオープンしたほか、当初は7月に岐阜関ヶ原古戦場記念館(関ヶ原町)の開館が予定されていた(写真1、2)。また、県内の杉原千畝ゆかりの地を訪ね

図表1 新型コロナウイルス感染拡大以降の岐阜県内や全国の観光関連の主な動き(2020年9月1日まで)

	岐阜県や全国の動き	県内観光の主な動き
2020年2月	県内で感染者を初確認(2/26)	訪日外国人を中心に宿泊客の減少が顕在化、県が県内宿泊の割引クーポン発行策を実施
3月2日	県内小中高校の臨時休校始まる	
4日		道三まつり(4/4~5、岐阜市)中止発表
13日	新型コロナウイルス対応の改正特別措置法が成立	
24日	東京五輪・パラリンピックの延期決定	
28日		可児の大河ドラマ館臨時休館
4月3日	知事が県民に2週間の外出自粛を呼びかけ	
4日	県内で初の死者	
7日	政府が7都府県に緊急事態宣言を発令	岐阜、恵那の大河ドラマ2館臨時休館 春の高山祭(4/14~15、高山市)中止発表 大垣まつりやま行事(5/9~10、大垣市)中止発表
10日	県が独自の「非常事態宣言」発令、休校期間を5月6日まで延長	県が、ぎふ木遊館(当初4/28)、岐阜関ヶ原古戦場記念館(当初7/17)の開館延期発表
16日	政府が緊急事態宣言の対象を全国に拡大、岐阜県を特定警戒県に指定、県が外出自粛と休業要請(一律50万円の協力金支給)を発表	
24日	休校期間を5月末まで延長	
5月4日	政府が緊急事態宣言を5月末まで延長	
5日	県が休業要請、外出自粛要請を5月末まで延長	
14日	政府が岐阜県など39県の緊急事態宣言を解除	
20日	夏の甲子園中止発表	
22日		岐阜、可児、恵那の大河ドラマ3館が営業再開 県が岐阜関ヶ原古戦場記念館の秋開館方針を発表
25日	政府が緊急事態宣言をすべて解除	
29日		郡上おどり(7/11~9/5)の延べ31夜、郡上市)中止発表
6月1日	県内小中高校再開	「白川郷合掌造り集落」、約1ヵ月間の閉鎖を解除
15日		長良川鵜飼の観覧船運航が約1ヵ月遅れで開始
16日		秋の高山祭(10/9~10、高山市)中止発表 県が県内在住者向け宿泊割引クーポン発行
19日	国内(都道府県境をまたぐ)移動全面解禁	飛騨あんしんの旅キャンペーン開始
22日	県が新型コロナ対策1,103億円を含む2020年度一般会計補正予算案発表(7/9県議会可決)	
29日		刃物まつり(10月、関市)中止発表
7月1日	2月末から臨時休園の東京ディズニーリゾート、営業再開	県が東海3県在住者向け宿泊割引クーポン発行
8日	「令和2年7月豪雨」で飛騨川など氾濫、県内各地で被害発生	
13日		県が宿泊事業者を対象に新型コロナ対策整備の補助金受付開始
18日		開館延期していたぎふ木遊館、一般利用開始
22日	政府の「Go Toトラベル」事業が東京都発着の旅行を除外して開始	
23日	7月豪雨で一部区間が不通になったJR高山線、全線復旧	
31日	県が独自の「第2波非常事態宣言」発令、8月末まで愛知県への行き来に慎重になることなどを求める岐阜、愛知、三重の3県知事で帰省の必要性の検討などを求める共同メッセージ	
8月7日		
10日	春・夏の甲子園に代わる「甲子園高校野球交流試合」開幕	
12日		岐阜の大河ドラマ館が入館者10万人を突破
14日		野外音楽フェス「中津川 THE SOLAR BUDOKAN」オンライン配信のみの開催を発表
19日		自動車の世界ラリー選手権(WRC)日本大会(11月、岐阜・愛知両県内)中止発表
9月1日	県独自の「第2波非常事態宣言」を解除	

出所:岐阜県・関係省庁報道発表資料、岐阜新聞・日本経済新聞記事などよりOKB総研にて作成

(*)本表は県や国の主要な新型コロナ・観光関連施策や、県内・国内の大規模集客施設、イベント、祭りなどの動向を中心に作成した。よって、県内・国内のすべての施策やイベントなどを網羅しているものではない。

て人道的な功績を振り返る「人道観光」を軸としたインバウンド誘致や、リトアニアとの交流も進められていた。

このほか、東濃地域で例年開催される地歌舞伎公演が東京五輪・パラリンピックの大会期間前後に予定されていたことなども、インバウンドを中心とした観光客増の好材料と見られていた。

(2) 感染拡大以降の主な動き

続いて、新型コロナの岐阜県観光への影響について、県内や国内の主な動き(2020年9月1日まで)を振り返る(図表1参照)。

新型コロナは2020年1月に中国で感染が拡大した。中国政府が感染拡大防止策の一環で海外への団体旅行を禁止したことから、春節(旧正月)需要を見込んでいた日本各地の観光地では、中国人客の宿泊キャンセルなどの対応に追われた。

岐阜県内でも1月下旬以降、外国人客に人気の高山などを中心に宿泊キャンセルなどの影響が出始めた。県は2月に入って早々に、県内宿泊施設を対象とした宿泊割引クーポン

発行策を実施した。

その後、国内でも感染が拡大し、3月以降は県内各地の春のイベントや祭りの中止発表が相次いだ。4月7日には政府が7都府県に緊急事態宣言を発令し、県内では同日までに大河ドラマ館3館が臨時休館となったほか、春の高山祭(高山市)などの中止が決まった。同10日には県が独自の「非常事態宣言」を発令し、岐阜関ヶ原古戦場記念館の開館延期などが発表された。

政府は4月16日に緊急事態宣言の対象を全国に拡大し、岐阜県は特定警戒県に指定された。緊急事態宣言はゴールデンウィーク明けの5月14日に岐阜県を含む39県、同25日に全都道府県で解除された。県内観光も大河ドラマ館の営業再開(5月22日)、長良川鶺鴒の観覧船運航開始(6月15日)など徐々に誘客体制を取り戻し始めたが、一方で郡上おどり(郡上市)や秋の高山祭(高山市)など、夏から秋の主要イベントの開催が感染拡大防止の観点から見送られることが決まった。

政府は夏休みの旅行需要回復を

見据え、6月19日に都道府県境をまたぐ移動を全面解禁した。しかしながら、7月は梅雨前線の停滞による豪雨(令和2年7月豪雨)によって全国各地で深刻な被害が発生し、県内も飛騨地域の山間部を中心に浸水など大きな被害を受けた。

さらに国内の感染者が再び増加し始めたことから、県は7月31日に「第2波非常事態宣言」を発令することとなった(9月1日に解除)。政府の国内旅行需要喚起策「Go Toトラベル」事業が、実施直前になって東京都発着の旅行を対象から外すなどの混乱も生じた。

(3) 統計から見る

観光需要の消失

ここでは、岐阜県観光への具体的な影響について、宿泊客のデータから概観する。

観光庁の宿泊旅行統計調査によると、県内のホテル・旅館などに宿泊した人(延べ宿泊者数)は2011年以降、主にインバウンドの増加を背景に増加基調が続き、2019年は日本人、外国人合わせて730万4,310人泊を



写真1 オープン当初の「麒麟がくる 岐阜 大河ドラマ館」(2020年1月、筆者撮影)



写真2 開館準備が進む岐阜関ヶ原古戦場記念館(2020年8月、筆者撮影)

記録した。これに対し、2020年は1～6月の半年間の累計で171万4,910人泊と前年の2割強にとどまる(図表2)。

2020年の月別推移を見ると、感染が国内外で拡大した2月から宿泊者数の落ち込みが顕著になった(図表3)。国内では旅行を控える動きが強まり、インバウンドについては感染が拡大している国・地域からの入国を政府が順次禁止したためである。なお、1月は57万7,150人泊と1月単月では過去最高だった。

3月は32万1,260人泊と前年のほぼ半分に落ち込み、東日本大震災が発生した2011年3月の実績(39万2,790人泊)を下回った。4月は10万人泊を割り込み(9万5,950人泊)、5月は前年同月比87.1%減の8万2,590人泊と低迷した。6月は同63.7%減の18万6,560人泊となっている。

2011年の東日本大震災直後も国

内では旅行・レジャーを自粛する動きが見られたが、県内の延べ宿泊者数は5月以降、ほぼ翌年(2012年)並みに回復した。関西などの在住者に対する誘客活動を比較的早く再開できたことなどが要因とされる。一方、今回の新型コロナは全国規模で感染防止策が取られ、観光地側が状況に応じて来訪を控えるよう呼びかけるなどの対応が長期化しつつある。

経済産業省と内閣官房(まち・ひと・しごと創生本部事務局)による官民ビッグデータ提供サイト「地域経済分析システム(RESAS:リーサス)」では、新型コロナの地域経済への影響をタイムリーに提供する特設ページ(V-RESAS)を設けている。V-RESASが提供している「予約代表者の居住地」別の宿泊者数の推移(前年同月比)を見ると、県内客、県外客(外国人を含む)とも2020年5月が宿泊者数の落ち込みの

「底」になっている(図表4)。

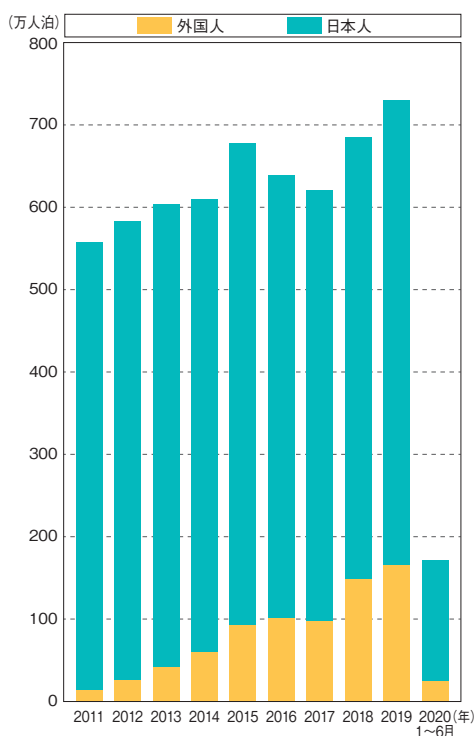
6月以降は持ち直しの動きが見られ、7月は県内客が前年同月比33%増となった。ただ県外客の分までは補えず、全体では同59%減と前年の半数の水準に届かなかった。「Go To Travel」事業をはじめとする国や地方自治体などの需要喚起策効果と、感染再拡大による需要の再縮小とが相殺され、回復の動きは現時点では緩慢だと言える。外国人については8月末時点で観光目的の入国再開は未定であり、インバウンド需要の回復は見通せない状況となっている。

3 ウィズコロナ時代の需要を探る

(1) 岐阜県の観光客の特徴

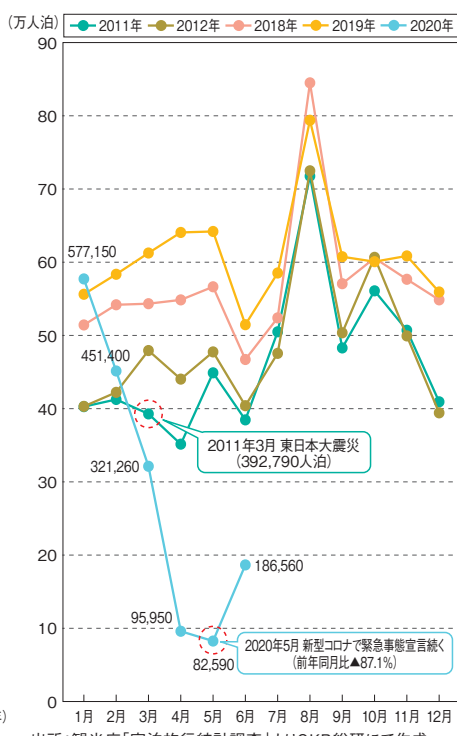
8月時点で新型コロナの感染拡大は収束しておらず、国内ではコロナ

図表2 岐阜県の延べ宿泊者数の年別推移



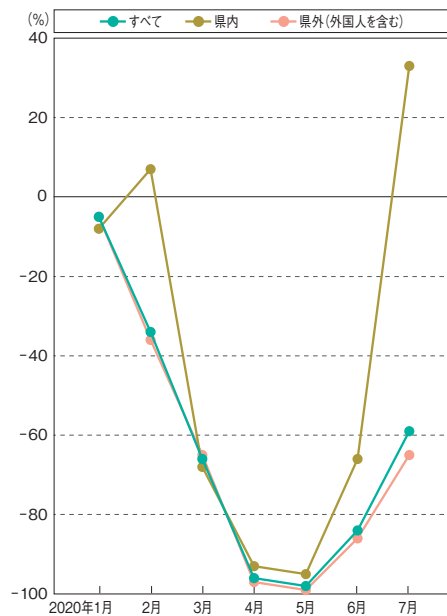
出所:観光庁「宿泊旅行統計調査」よりOKB総研にて作成
(*)2020年1～6月は速報値。

図表3 岐阜県の延べ宿泊者数の月別推移比較



出所:観光庁「宿泊旅行統計調査」よりOKB総研にて作成
(*)延べ宿泊者数は外国人を含む。グラフ内には2020年1～6月の各月延べ宿泊者数のみ数値表示(速報値)。

図表4 予約代表者の居住地別の宿泊者数推移(2020年1月1日～7月31日、前年同月比、岐阜県全体)



出所:V-RESASよりOKB総研にて作成
(*)元データは「観光予約プラットフォーム」。旅行会社店頭、予約サイト、外国語予約サイトなどから匿名加工された宿泊者データ(1億3000万泊以上:2019年5月現在)を収集(提供元は非公開)し、予約代表者の居住地ごとの宿泊開始日ベースの宿泊者数を月ごとに合計した上で、宿泊開始日ベースの前年同月比を算出している。

禍の長期化を見据えたウィズコロナ（新型コロナとの共生・共存）という言葉が出てきた。これは、ウイルスの危険があることを前提とした「新しい生活様式」のもとで経済戦略を展開するという意味で使われている。

そこで、ウィズコロナ時代の岐阜県観光の需要を探るため、岐阜県を訪れる観光客のこれまでの特徴について整理する。

岐阜県が毎年集計している、宿泊客と日帰り客を合わせた「観光入込客統計調査」^(注4)の平成30年(2018年)結果によると、観光入込客(実人数)の居住地別割合は県内が32.1%、県内を除く東海地方(静岡・愛知・三重県)が44.7%で、県内および近隣の県から訪れる観光客が全体の4分の3を占める(図表5①)。

また、日帰り・宿泊別割合は、日帰り客が全体の87.3%(約4,018万人)と圧倒的に多く、宿泊客は12.7%(約584万人)となっている(図表5②)。東海地方から日帰りで訪れる客が多くを占める状況は、県内の観光客数の集計が現在の調査方式になった2011年以降、継続している傾向である。

観光消費額の面から見ると、全体では日帰り客(約1,377億円)、宿泊客(約1,444億円)で大きな差はない(図表5③)。しかしながら観光客1人当たりの消費額に換算すると、日帰り客が県全体の平均で3,428円に対し、宿泊客は日帰り客の7倍以上の同2万4,723円となる(図表5④)。宿泊費用に加えて滞在時間が長くなることで食事、各種体験、土産物購入など

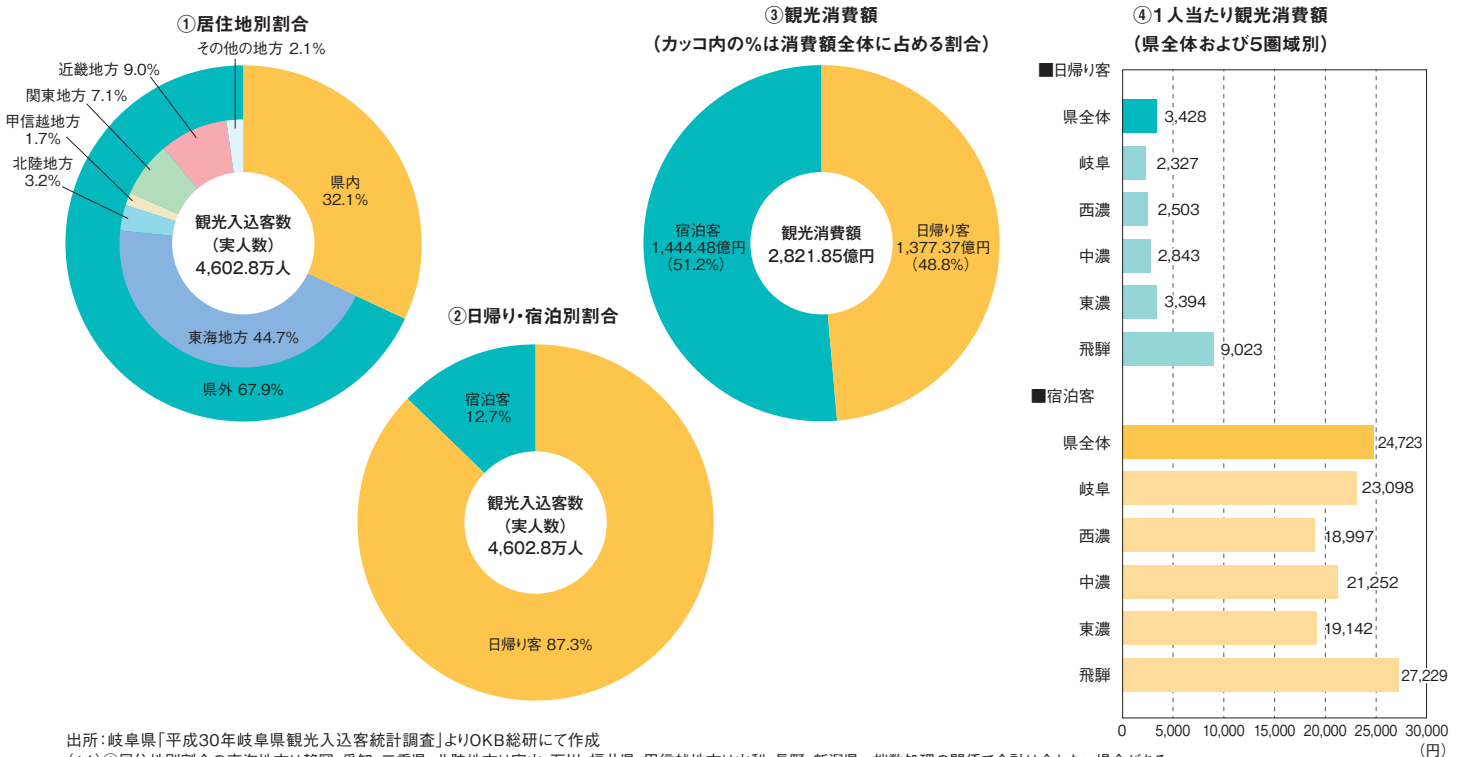
の回数や費用が増えるためである。

1人当たり消費額を圏域別に見ると、飛騨圏域(高山市、飛騨市、下呂市、白川村)が日帰り客、宿泊客ともに最も多い。観光地としての知名度が高く、外国人客や国内でも遠方からの客の来訪が多いことが影響しているとみられる。遠方からの来訪者は、日常生活空間からより離れた場所を訪れているからこそ、異なる文化を体験したいという意欲が旺盛になるのだろうと想像できる。

(2) 県民需要の開拓可能性

前述の観光入込客統計調査からは、これまでも県内の観光地を訪れる客の3人に1人は県内居住者＝「県民」であったことが見て取れる。新型コロナの流行が完全には収束

図表5 岐阜県の観光入込客の状況(2018年)



出所：岐阜県「平成30年岐阜県観光入込客統計調査」よりOKB総研にて作成

(※1) ①居住地別割合の東海地方は静岡・愛知・三重県、北陸地方は富山・石川・福井県、甲信越地方は山梨・長野・新潟県。端数処理の関係で合計は合わない場合がある。

(※2) ④1人当たり観光消費額の各圏域の構成市町村は以下のとおり。

- 岐阜圏域：岐阜市、羽島市、各務原市、山県市、瑞穂市、本巣市、岐南町、笠松町、北方町
- 西濃圏域：大垣市、海津市、養老町、垂井町、関ヶ原町、神戸町、輪之内町、安八町、揖斐川町、大野町、池田町
- 中濃圏域：関市、美濃市、美濃加茂市、可児市、郡上市、坂祝町、富加町、川辺町、七宗町、八百津町、白川町、東白川村、御嵩町
- 東濃圏域：多治見市、中津川市、瑞浪市、恵那市、土岐市
- 飛騨圏域：高山市、飛騨市、下呂市、白川村

図表6 都道府県別延べ宿泊者数における県内居住者・外国人の状況(2019年確定値)

	a 延べ宿泊者数 (人泊)*1	順位	宿泊者居住地別							
			県内(自都道府県内)*2			外国人*3				
			b 延べ宿泊者数 (人泊)	延べ宿泊 者数順位	県内比率 (b/a)	県内比率 順位	c 延べ宿泊者数 (人泊)	延べ宿泊 者数順位	外国人比率 (c/a)	外国人比率 順位
全国	595,921,480		111,382,750		18.7%		115,656,350		19.4%	
北海道	36,983,420	3	13,173,610	2	35.6%	1	8,805,160	4	23.8%	4
青森県	4,605,770	35	1,068,760	28	23.2%	10	356,550	31	7.7%	28
岩手県	6,276,670	28	1,819,100	18	29.0%	2	343,970	33	5.5%	31
宮城県	10,934,100	15	2,842,620	13	26.0%	4	563,040	23	5.1%	33
秋田県	3,653,930	41	844,890	33	23.1%	11	139,400	42	3.8%	39
山形県	5,571,860	30	1,511,350	21	27.1%	3	234,050	36	4.2%	37
福島県	12,657,410	13	3,162,230	11	25.0%	9	214,690	40	1.7%	47
茨城県	6,299,850	27	1,401,680	25	22.2%	14	217,410	38	3.5%	41
栃木県	9,559,870	17	1,723,780	19	18.0%	27	354,830	32	3.7%	40
群馬県	8,648,440	20	1,417,860	23	16.4%	30	292,490	35	3.4%	42
埼玉県	5,436,560	31	1,179,520	27	21.7%	16	219,520	37	4.0%	38
千葉県	29,229,120	6	4,066,830	7	13.9%	38	4,798,250	6	16.4%	12
東京都	78,981,720	1	14,576,410	1	18.5%	24	29,350,650	1	37.2%	3
神奈川県	23,883,890	7	6,084,310	3	25.5%	7	3,248,700	9	13.6%	14
新潟県	10,930,410	16	2,812,120	14	25.7%	5	480,490	26	4.4%	36
富山県	3,807,890	39	753,850	36	19.8%	20	357,830	30	9.4%	24
石川県	9,200,650	18	1,430,660	22	15.5%	33	984,720	17	10.7%	19
福井県	4,144,090	38	660,730	40	15.9%	32	97,730	46	2.4%	46
山梨県	9,072,350	19	782,360	35	8.6%	46	2,054,960	11	22.7%	7
長野県	18,052,570	11	2,880,680	12	16.0%	31	1,577,570	13	8.7%	25
岐阜県	7,304,310	25	1,064,170	30	14.6%	35	1,660,330	12	22.7%	6
静岡県	23,429,440	8	4,280,410	6	18.3%	25	2,493,790	10	10.6%	20
愛知県	19,337,740	10	4,858,040	5	25.1%	8	3,633,500	8	18.8%	10
三重県	8,599,890	21	1,318,060	26	15.3%	34	388,950	28	4.5%	35
滋賀県	5,016,150	33	718,490	39	14.3%	37	423,890	27	8.5%	27
京都府	30,749,560	5	2,345,640	16	7.6%	47	12,025,050	3	39.1%	1
大阪府	47,427,510	2	5,862,520	4	12.4%	41	17,926,170	2	37.8%	2
兵庫県	14,417,170	12	3,275,220	10	22.7%	12	1,366,850	14	9.5%	23
奈良県	2,726,320	46	277,700	47	10.2%	45	535,290	24	19.6%	9
和歌山県	5,324,320	32	544,770	43	10.2%	44	658,480	22	12.4%	16
鳥取県	2,887,920	44	525,930	44	18.2%	26	184,600	41	6.4%	30
島根県	3,641,650	42	732,190	38	20.1%	18	104,090	45	2.9%	44
岡山県	5,660,680	29	1,017,090	31	18.0%	28	486,600	25	8.6%	26
広島県	11,630,710	14	2,360,910	15	20.3%	17	1,322,280	15	11.4%	18
山口県	3,761,960	40	833,150	34	22.1%	15	104,360	44	2.8%	45
徳島県	2,568,550	47	288,870	46	11.2%	42	133,560	43	5.2%	32
香川県	4,659,250	34	604,770	41	13.0%	40	771,730	20	16.6%	11
愛媛県	4,385,520	36	741,860	37	16.9%	29	216,270	39	4.9%	34
高知県	2,903,110	43	550,060	42	18.9%	23	95,360	47	3.3%	43
福岡県	20,420,380	9	3,988,180	8	19.5%	21	4,261,960	7	20.9%	8
佐賀県	2,801,730	45	403,870	45	14.4%	36	359,240	29	12.8%	15
長崎県	7,248,850	26	1,410,800	24	19.5%	22	753,310	21	10.4%	21
熊本県	7,633,470	24	1,533,830	20	20.1%	19	934,990	18	12.2%	17
大分県	7,902,700	23	1,064,580	29	13.5%	39	1,206,780	16	15.3%	13
宮崎県	4,320,060	37	974,170	32	22.5%	13	326,260	34	7.6%	29
鹿児島県	8,366,340	22	2,149,170	17	25.7%	6	839,900	19	10.0%	22
沖縄県	32,865,670	4	3,464,940	9	10.5%	43	7,750,760	5	23.6%	5

■県内比率の上位10道県

順位	道県名	比率
1位	北海道	35.6%
2位	岩手県	29.0%
3位	山形県	27.1%
4位	宮城県	26.0%
5位	新潟県	25.7%
6位	鹿児島県	25.7%
7位	神奈川県	25.5%
8位	愛知県	25.1%
9位	福島県	25.0%
10位	青森県	23.2%
⋮	⋮	⋮
35位	岐阜県	14.6%
(全国平均)		18.7%

■外国人比率の上位10都道府県

順位	都道府県名	比率
1位	京都府	39.1%
2位	大阪府	37.8%
3位	東京都	37.2%
4位	北海道	23.8%
5位	沖縄県	23.6%
6位	岐阜県	22.7%
7位	山梨県	22.7%
8位	福岡県	20.9%
9位	奈良県	19.6%
10位	愛知県	18.8%
(全国平均)		19.4%

出所:観光庁「宿泊旅行統計調査」よりOKB総研にて作成

(*)1)居住地不詳を含む。(*)2)宿泊者の住所が当該宿泊施設と同じ都道府県内にある区分。(*)3)外国人(日本国内に住所を有しないもの)の宿泊者。ただし、日本国内の住所の有無による回答が困難な施設は、日本国籍を有しないものを外国人宿泊者として回答している。

せず、他県や海外からの誘客が従来どおりにできないようなウィズコロナの状況下で、県民需要をさらに開拓できる可能性はあるだろうか。

一つの判断材料として、観光庁の宿泊旅行統計調査から「各都道府県民が、自分が住んでいる都道府県内の宿泊施設に泊まった旅行(県内宿泊旅行)」の実績について見てみたい。同調査の都道府県別延べ宿泊者数データ(2019年確定値)を用いて、宿泊施設と同じ都道府県内に住所がある宿泊者(以下、県内居住者)の延べ人数と割合(県内比率)、および外国人の延べ人数と割合(外国人比率)を算出した(図表6)。

県内居住者の宿泊は、延べ人数ベースでは宿泊者数全体が多い都道府県が上位になる傾向が見られる。一方、比率ベースでは東北各県などが上位に入っている。

宿泊者数全体が多い場合も、京都府や沖縄県などは県内比率が目立って低い(京都府47位、沖縄県43位)。これは外国人比率の高さ(京都府1位、沖縄県5位)が影響しているためである。ただし北海道は、県内比率が35.6%と高く全国1位であると同時に、外国人比率も同4位(23.8%)にランクインしている。

岐阜県は、県内居住者の宿泊は延べ人数ベースで全国30位(106万4,170人泊)、比率ベースで同35位(14.6%)と決して高くない。

岐阜県の場合は、近年外国人の宿泊者数が伸びてきた経緯があり(図表2参照)、延べ人数(166万330人泊)、比率(22.7%)とも県内居住者を上回る。外国人比率は全国6位に

ランクインしており、インバウンドの誘客戦略が奏功してきたことがうかがえる。

しかしながら、コロナ禍でインバウンド需要が失われている中では、県内居住者のさらなる取り込みが不可欠だと言える。仮に、県内比率の全国平均(18.7%)が県民の潜在的な県内宿泊需要だと考えると、岐阜県の潜在的な需要は2019年ベースで約136万人泊(730万4,310人泊×0.187)となる。実績は約106万人泊であるから、少なくとも約30万人泊分の潜在的な需要が取り込めていなかったと考えると、県民の県内旅行意欲を高める必要性やその効果はありそうだ。

ウィズコロナの状況下は、これまで県外へ旅行していた県民を県内旅行へ振り向ける機会でもあり、県民需要のさらなる開拓は可能だと言えよう。

4 ウィズコロナ時代の県内マイクロツーリズム戦略

前述のとおり、岐阜県は従来から近場観光や「安近短」の旅先として選ばれてきた。観光入込客のデータでもその状況が読み取れる。一方で、

県民需要の開拓可能性は十分にありと考えられる。

ウィズコロナ時代を踏まえて、観光業界などでは、今夏や今秋以降の国内観光の傾向について以下のようなキーワードが指摘されている。

- 食事提供などの際の感染防止対策やソーシャルディスタンス(社会的距離)が取られている「安心・安全」な施設を利用する。施設側も対策をアピールする
- 県境をまたぐ移動などを避け、できる限り「近場」を旅行する。旅行会社なども顧客の居住地から近い地域から提案する
- 屋内での感染を避け、屋外観光や自然散策、キャンプ、グランピング(手ぶらで楽しめる豪華なキャンプ)など「野外」を楽しむ
- 多人数の団体ではなく、家族や少人数のグループ、個人など「小単位(単独、単身)」で旅行する

こうした傾向を前提としつつ、県民需要のさらなる開拓を視野に入れた岐阜県の当面のマイクロツーリズム戦略を考える際に求められる視点を、

従来の「安近短」と対比させて提案したい(図表7)。

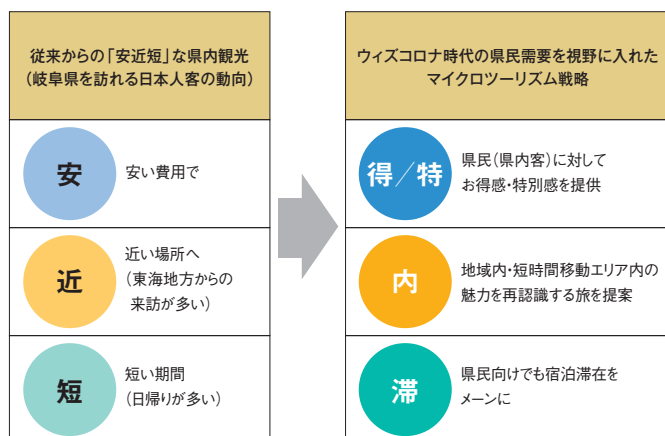
- ① 安い費用を指す「安」から、県民(県内客)に対してお得感または特別感を提供する「得/特」へ
- ② 近い場所を指す「近」から、自分が住む地域内や、短時間で移動できるエリア内の魅力を再認識する旅を促す「内」へ
- ③ 短い期間(日帰りなど)を指す「短」から、県民向けでも宿泊滞在をメインとした「滞」へ

①は県民の県内旅行意欲を高める視点からの提案である。

目下は政府の「Go Toトラベル」事業をはじめ、自治体などが県民や近隣県などの在住者限定で宿泊代金を割引して「お得感」を感じてもらおう施策を中心に需要喚起を行っている。しかしながら、ウィズコロナ時代が長引くこうした施策を繰り返すことは予算確保などが難しくなる。

そこで、宿泊施設や観光施設が宿泊単価や利用単価を大きく下げることなく、サービス面などで県民(県内客)に「特別感」を味わってもらうよ

図表7 ウィズコロナ時代の県内観光戦略のイメージ



出所: OKB総研にて作成



写真3 岐阜県山県市内を流れる武儀川で川遊びを楽しむ市内の子供限定ツアーの様子(2020年8月、筆者撮影)

うな工夫が有効になってくるだろう。具体的には、県内客に対する食事の一品サービスや手土産・グッズの進呈、体験型プログラムの提供などが考えられる。

②は、近場の旅先として従来から選ばれてきた岐阜県の魅力を、マイクロツーリズムの推進を通じて県民に再発見・再認識してもらう視点からの提案である。

観光は本来、地域のさまざまな資源を生かす産業であり、持続可能な地域づくりにつながる。よって、県内でもコロナ禍をきっかけに、観光と地域住民の共生を再構築するような取り組みは有意義である。自市町村内や県内在住の幅広い年齢層を対象に、地元の観光資源を気軽に体験してもらう機会や、地域の文化により深く触れてもらうツアーを開催することなどが有効だと思われる(写真3)。

③は、①と②の内容も踏まえた上で、県内の観光関連産業を持続可能にしていく視点からの提案である。

これまで見てきたとおり、観光消費額は宿泊客の方が日帰り客よりも多い。県民による県内旅行であっても、日帰りで終わらせず、宿泊を織り込んだ滞在型のツアーやプログラムを提供することで、少しでも収益性の確保を図っていくべきである。

出発地から目的地までの移動時間が短くて済む旅の場合、旅行者が宿泊施設にチェックイン・チェックアウトしてからの時間に余裕が生まれることが想定される。

そうなると、宿発着の2時間～半日程度の周辺観光プログラムがこれまで以上に有効な戦略となりうる。

「3密(密閉空間、密集場所、密接場面)」を避けるために鉄道・バスではなくマイカーやレンタカーで移動する旅行者には、運転の負担も伴う。宿発着の送迎車などで周辺地域を案内すれば、酒蔵巡り、早朝トレッキング、星空観察といった特色あるプログラムを、運転を気にせずに楽しむてもらえるだろう。

県内の市町村や観光関連団体・事業者・NPOなどは、地域の観光プログラムを改めて磨き上げるチャンスと言える。温泉地など宿泊施設が集中する地域と、その周辺に点在する観光地や自然体験エリアがこの機会に連携を強めれば、県内の周遊滞在型観光の一層の推進が期待できる。

県内客による新たな発見や意見は、観光プログラムに積極的に反映していくことが望まれる。そうすれば、コロナ禍の収束に伴い観光需要が回復していく際に、県外客や外国人客に対して、これまで以上に岐阜県の魅力を的確に伝える観光プログラムとして活用できるだろう。

5 おわりに

昨今は新型コロナウイルスの感染拡大によって、遠くへ旅することや、遠方からの客を迎え入れることが、ともするとマイナスのイメージに捉えられがちである。しかし、「違う文化を体験しに行く」ことが旅の基本であり、醍醐味であることは変わらない。

したがって、マイクロツーリズムの推進は、人々が再び違う文化を自由

に体験しに出かけられる段階に戻るまでの間に、小さな旅を通じて「自らの地域の文化や魅力をいま一度理解し合う段階」だと位置づけたい。

今後の観光は、感染症対策の実施がスタンダード(標準)となり、旅行者の意識は大きく変わる。これは遠方客やインバウンドを再び迎え入れる際にもポイントとなる。日本よりも新型コロナウイルスの流行が深刻だったり、厳しい外出規制を経験したりした国・地域からの客は、日本のおもてなしに対しても新たな対応を求めることが予想されるからである。

岐阜県は観光を基幹産業にするという目標を掲げている。中長期的な視点で県内観光を守り、育てていくためにも、当面は県民にふるさとの良さや愛着を再認識してもらい、県民を挙げて地域経済を回していくような観光戦略が期待される。

(注1)日本経済新聞では2020年5月28日付朝刊「迫真 コロナと闘う3 星野リゾート」の記事中、「車で1時間程度で移動する近場の旅行『マイクロツーリズム』」と紹介している。同年6月2日付朝刊の星野佳路氏のインタビューでは、観光需要の回復の第1段階として「マイクロツーリズム」の開拓を提唱している。

(注2)HISウェブサイトより「安近短で人気のアジアへ お手軽ビジネスクラス」など参照。
<https://www.his-j.com/tyo/business/tour/topic/asia/>(2020年8月20日閲覧)。

(注3)岐阜新聞2020年1月1日付「観光の岐阜内外へ発信」(古田肇知事新春インタビュー)など参照。

(注4)岐阜県観光入込客統計調査は、観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」(2017年3月改定)に基づき実施している。

(2020.9.8)

OKB総研 調査部 中村 絢子