

県内観光関連事業におけるコロナ禍の影響と アフターコロナの展望

上席研究員 元木秀章
研究員 沖 凜歩

要 旨

1. 2020年2月に徳島県内で初のコロナ感染者が確認されて以降、もう1年あまりが過ぎたが、コロナ禍による徳島経済への影響は、未だ終息の目途はたっていない。県内の感染状況に加え、全国規模での感染状況にも大きく左右されるためであり、長期間続くことが懸念されている。
2. 本稿では、県内の観光関連事業におけるコロナ禍の影響について、宿泊施設(ビジネスホテル、シティホテル、リゾートホテル、簡易宿所)や観光施設、土産物関連、体験型コンテンツ、〈着地型〉旅行業といった事業者へのヒアリング調査を実施し、売上動向等への直接的な影響やアフターコロナを見据えた今後の事業展開・展望などについてとりまとめ、さらにコロナ後に起こりうる旅行需要の変化や方向性への対応について考察を加えている。
3. 県内観光関連事業へのコロナ禍の影響については、特に宿泊業の影響度合いを最も端的に映し出しているのが延べ宿泊者数の推移である。コロナの影響が顕著にみられ始めた3-12月の10か月間では前年同期比は48.9%減であり、宿泊者数はおよそ半減したことが分かる。
4. 宿泊施設のタイプ別での影響をみると、ビジネスホテルは県外からの出張需要が中心であるが、リモート営業が定着すれば今後の需要は減少する。また各種イベントやコンベンション等の開催も延期や中止が相次いでおり、シティホテルなども苦戦が続く。リゾートホテルにおいても、Go To トラベルキャンペーンの効果は見られたものの、4月、5月のゴールデンウィーク時や夏休みの8月といった書き入れ時に大きく稼働率を落としたため、年単位では大幅減となっている。またインバウンド需要の消失は、そのウエイトが大きい宿泊施設ほど反動が大きく、しかもインバウンドの回復はこの先もまだ見通せない状況にある。
5. 宿泊施設では「とくしま応援割」のような県内需要の喚起策は下支え効果がみられ一定程度有効である。また県内客の地元に対する魅力再発見につながり、マイクロツーリズム推進のきっかけとなったことは大きな成果である。
6. 本稿での観光関連事業者(宿泊業を除く)へのヒアリングをまとめると、コロナ後の入場者数や売上高は年間で概ね前年比50%前後の減少となっており、県内宿泊施設の延べ宿泊者数の前年比(概ね半減)とさほど大きな違いがなく、宿泊者数の増減に観光関連事業の売上等もある程度連動することがわかった。
7. 新型コロナウイルスによる旅行価値観への影響として、旅の安心・安全化や近場化、ワーケーションなどを想定した旅の長期化、旅の若年化や二極化、また個人化や分散化、内包化、旅のアウトドア・体験化などのさまざまな「変化」が指摘されており、観光関連事業者として、また地域として着実に対応していく姿勢が求められる。

はじめに

2020年2月に徳島県内で初のコロナ感染者が確認されて以降、(本稿を執筆している2021年3月時点で)もう1年あまりが過ぎたが、コロナ禍による徳島経済への影響は、未だ終息の目途はたっていない。もちろん徳島県内だけをみると、このところ感染者数は比較的少なく、医療提供体制も安定しているとはいえ、徳島経済への影響となると、県内の感染状況に加え、全国規模での感染状況にも大きく左右される。とりわけ、本稿のテーマである県内の観光関連事業においては、かつてないほどの打撃を受け苦境に陥っており、その深刻な影響は全国的な「人の移動の自粛」が(心理的な意味合いも含め)完全に明けるまで長期間続くことが懸念されている。またインバウンド(訪日外国人旅行者)の来訪についても、入国制限が継続する中で全く先が見通せず、「こうした状況が一体いつまで続くのか」といった不安が広がっている。

本稿では、県内の観光関連事業におけるコロ

ナ禍の影響について、宿泊施設(ビジネスホテル、シティホテル、リゾートホテル、簡易宿所)や観光施設、土産物関連、体験型コンテンツ提供、<着地型>旅行業といった事業者へのヒアリング調査を実施し、売上動向等への直接的な影響やこれまでのコロナ対応の取り組み、またアフターコロナを見据えた今後の事業展開や展望などについてとりまとめ、さらにコロナ後に起こりうる旅行需要の変化や方向性への対応について考察を加えた。

1. 宿泊業へのコロナ禍の影響

(1) コロナ後の延べ宿泊者数推移

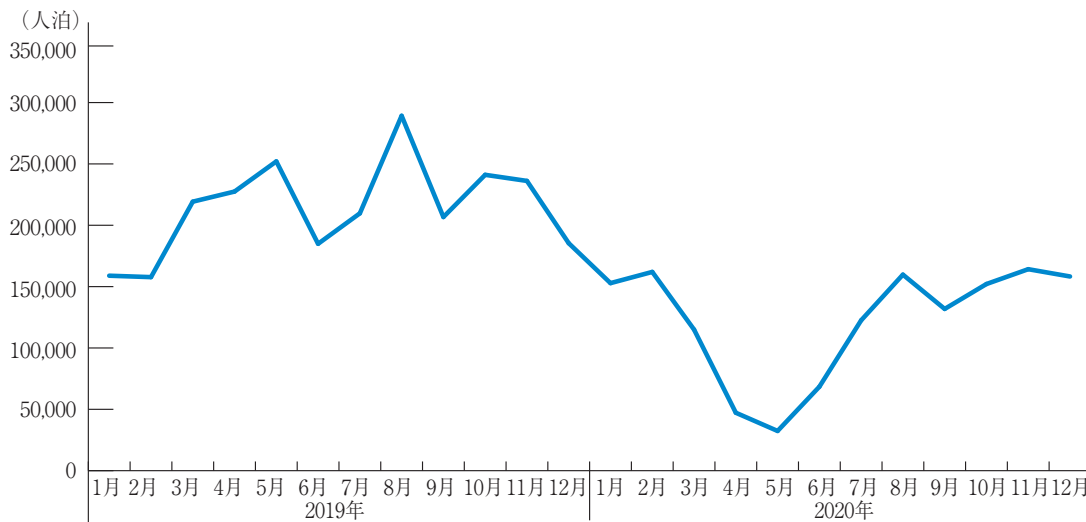
県内観光関連事業へのコロナ禍の影響については、当然ながら全国的な新型コロナウイルス感染拡大の状況や、それに対する国の対策・支援の実施状況と大きく関連している(図表1)。さまざまな業種がある中で、特に宿泊業においては、その影響度合いを最も端的に映し出しているのが延べ宿泊者数の推移である(図表2)。

図表1 新型コロナウイルス感染拡大による観光関連の主なトピックス(2020年4月1日～2021年3月8日)

年 月 日	国内の主なトピックス
2020年 4月 7日	東京都など7府県に緊急事態宣言発令
16日	全国に緊急事態宣言発令
5月14日	緊急事態宣言が39県で解除
21日	緊急事態宣言が大阪・兵庫・京都の3府県で解除
25日	緊急事態宣言が全面解除
7月22日	Go To トラベルキャンペーンが開始(東京都除く)
10月 1日	Go To トラベルキャンペーンに東京発着の旅行が追加、地域共通クーポンの取り扱い開始
11月24日	Go To トラベルキャンペーンの補助対象から大阪市・札幌市を目的地とする旅行を除外
12月14日	Go To トラベルキャンペーンの補助対象から東京都・名古屋市を目的地とする旅行を除外
16日	Go To トラベルキャンペーンの補助対象から広島市を目的地とする旅行を除外
28日	Go To トラベルキャンペーン全国一時停止(12/28～1/11)
2021年 1月 7日	東京・千葉・神奈川・埼玉に緊急事態宣言再発令(1/8～2/7)
7日	Go To トラベルキャンペーン全国一時停止延長(～2/7)
13日	大阪・愛知・福岡など7府県に緊急事態宣言再発令(1/14～2/7)
2月 2日	栃木を除く10都府県で緊急事態宣言の延長を決定(栃木は2/7で解除)
2日	Go To トラベルキャンペーン全国一時停止延長(～3/7)
3月 1日	緊急事態宣言が大阪・兵庫・京都・愛知・岐阜・福岡の6府県で先行解除
3月 5日	緊急事態宣言が1都3県(東京・千葉・神奈川・埼玉)で2週間再延長(～3/21)、Go To は当面停止継続

年 月 日	徳島県内の主なトピックス
2020年 6月 8日	「とくしま応援割」(～8/31、県民限定で県内宿泊を5,000円割引、4万人泊分)実施
8月 1日	Go To トラベルキャンペーンタイアップ事業で県内宿泊者に「徳島で得するケン」(5,000円分、4万人分)を提供
12月 1日	「冬のとくしま応援割」(～2021/2/28、2万人泊分)実施、2/1～2/28は「徳島で得するケン」(5,000円分)を提供
2021年 3月 1日	「もっと!とくしま応援割」(～5/31、3万人泊分)実施、あわせて「とくしま周遊クーポン」(5,000円分)を提供

図表2 延べ宿泊者数の推移【徳島県】



資料：観光庁「宿泊旅行統計」

徳島県の延べ宿泊者数は

- ・2020年3月頃から新型コロナの影響が顕著にみられ、3月は前年同月比47.5%減。
- ・緊急事態宣言が出された4月は同79.2%減。
- ・5月は緊急事態宣言が段階的に解除されたものの、県をまたぐ移動が制限されたことで同87.2%減とさらに大きく落ち込んだ。
- ・6月は徳島県や徳島市、鳴門市などが打ち出した県民向けの県内(市内)宿泊施設利用料の助成(「とくしま応援割」など)が功を奏し、県内需要が喚起されたほか、県をまたぐ移動制限が解除されたこともあり、同63.0%減と減少幅はやや縮小した。
- ・7月、8月についても、全国的な出張需要の回復や7/22からのGo Toトラベルキャンペーン<旅行代金割引>の開始(東京都発・着は10/1から対象)、また「とくしま応援割」の効果などにより、同41.6%減、同44.8%減と持ち直した。
- ・さらに9月以降では、9月同36.2%減、10月同36.9%減、11月同30.5%減、12月同14.6%減と推移し、持ち直しの動きが強くみられた。この間は、10/1からのGo Toトラベルキャンペーン<地域共通クーポン>の開始や同キャンペーンへの東京都の組入れなどがあったほか、県内ではお遍路需要(2020年は4年に1度の逆打ち)も動き始めた。また同時期の徳島県はコロナ感

染が比較的落ち着いていたことから、関東や関西、また四国内から安心できる旅行先として選好されたとみられ、その意味で京都府からのほか、これまであまり見られなかった広島県や岡山県、愛媛県などからの修学旅行が次々に来県し、宿泊者数を押し上げたかたちとなった。

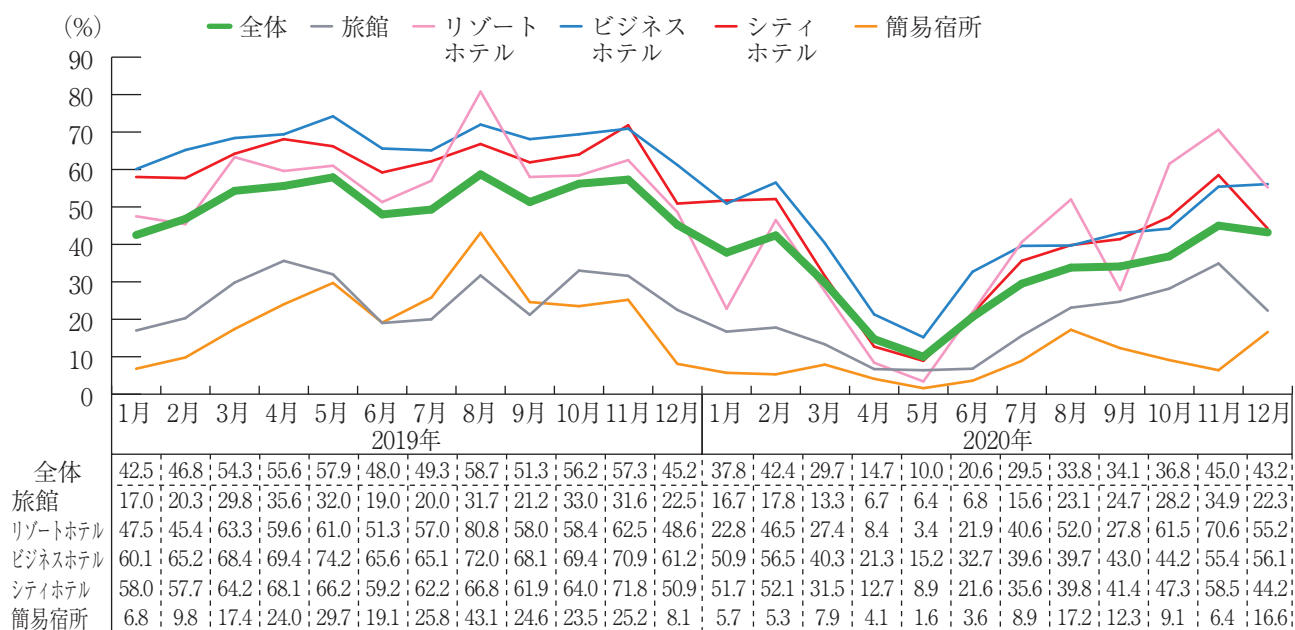
・もともと2021年1月、2月になると、年末年始のGo Toトラベルキャンペーン全国一時停止(その後延長)やコロナ第3波による緊急事態宣言の再発令(11都府県)などにより失速し、減少幅の再拡大が見込まれている。

ここであらためて、2020年の年間延べ宿泊者数を前年の2019年と比較してみると、2019年2,568.5千人泊→2020年1,466.4千人泊と1,102.1千人泊も減少しており、この年の減少率は42.9%減となった。しかしこれには、コロナの影響が比較的小さかった2020年1月2月の数字を含んでいるため、コロナの影響が顕著にみられ始めた3-12月の10か月間で算出しなおすと、前年同期比は実に48.9%減となり、およそ半減したことが分かる。

(2) コロナ後の客室稼働率推移

次に宿泊施設タイプ別客室稼働率の推移を見てみると(図表3)、先ほどの延べ宿泊者数の推移と概ねよく似たかたちをしており、2020年

図表3 宿泊施設タイプ別 客室稼働率の推移【徳島県】



注：客室稼働率とは、利用客室数を総客室数で除して算出したものをいう。総客室数とは、客室数に各月の日数を乗じて算出したもの。
 注：旅館—和式の構造及び設備を主とする施設を設け、宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業で、簡易宿所以外のもの。
 ホテル—洋式の構造及び設備を主とする施設を設け、宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業で、簡易宿所以外のもの。
 ・リゾートホテルとは、ホテルのうち行楽地や保養地に建てられた、主に観光客を対象とするもの
 ・ビジネスホテルとは、ホテルのうち主に出張ビジネスマンを対象とするもの。
 ・シティホテルとは、ホテルのうちリゾートホテル、ビジネスホテル以外の都市部に立地するもの。
 ・簡易宿所とは、宿泊する場所を多数の人で共用する構造及び設備を主とする施設を設け、宿泊料を受けて、人を宿泊させる営業のもの（ベッドハウス、山小屋、カプセルホテルなど）。
 注：2019年の数値は確定値、2020年は第2次速報値。
 資料：観光庁「宿泊旅行統計」

5月を底として、6月以降は持ち直しの動きが続いている。とはいえ、宿泊施設全体の動向はどの月においても前年の稼働率を上回るほどの勢いは見られていない。

宿泊施設のタイプ別でみると、6月以降のグラフの波形ではビジネスホテルの戻りが順調のように見受けられるが、前年の稼働率と比較すると、どの月も前年を大きく下回り伸び悩んでいる。このタイプは県外からの出張需要が中心であるが、コロナの影響により対面での来訪を避ける動きがみられており、一部の医療機関や製造業などではオンラインでのいわゆるリモート営業の定着により、今後の出張需要が減少すると懸念されている。

またコロナ禍により、各種イベントやコンベンション等の開催も延期や中止が続いており、シティホテルやビジネスホテルの苦戦が続いている。一方、リゾートホテルはGo To トラベルキャンペーンの効果もあって、10月以降は前

年を上回る稼働率となっているが、4月・5月のゴールデンウィーク時や夏休みの8月といった書き入れ時に大きく稼働率を落としたため、年単位ではやはり苦戦しているとみられる。

(3) 宿泊業へのコロナ禍の影響

宿泊業へのコロナ禍の影響としては、観光需要や出張需要の減少以外にも、コンベンションや各種イベント(コンサートやスポーツ、アニメイベントを含む)等の開催延期・中止による需要消失が挙げられるが、このほかにインバウンド需要の消失も忘れてはならない。コロナ禍によりインバウンド客は入国が停止され、わずか2年前の2019年に大きな盛り上がりを見せたインバウンド需要はあっという間に消失した。

先述の延べ宿泊者数では、2020年は前年比1,102.1千人泊減で減少率は42.9%減(3-12月の10か月では48.9%減)であったが、これを日本人と外国人で分けて示すと、日本人は同989.8

千人泊減で40.6%減(3-12月では46.3%減)に対し、外国人は同112.3千人泊減の84.1%減(同様に3-12月では95.2%減)と著しく減少しており、特にインバウンドのウエイトが大きかった宿泊施設は苦境に立たされている。しかもインバウンドの回復はこの先もまだ見通せない状況にある。

宿泊業あるいは宿泊施設のタイプ別としての全体像はこれまで見たとおりだが、幅広くヒアリングを重ねていくと、以下のような実態が浮かび上がり、また切実な声も聞かれた。

- ・Go To トラベルキャンペーンや「とくしま応援割」などの助成制度は、一部の人気観光地や宿泊施設に予約が集中しがちで、恩恵を受けられない施設にとっては不公平な支援策である。

- ・Go To トラベルキャンペーンなどの宿泊助成による支援策は、宿泊客獲得に直結するため大変ありがたいが、一方でコロナ禍の影響で大きく落ち込んだ分を挽回できるほどではなくやや力不足。結局2020年の1年間で一度も前年を上回った月はない。また、今後こうした宿泊助成がなくなれば、正規料金が割高に感じられ、かえって需要が落ち込むのではないか。

- ・県民が県内に宿泊するマイクロツーリズムの需要も、「とくしま応援割」などの助成が第一弾、第二弾と繰り返し実施されることで効果が一巡し、今では5千円の宿泊補助だけでは新たな県内需要は創出されにくくなっている。

- ・2020年は宿泊者数が大幅に落ち込む中、平均客室単価も前年を下回っており、売上額ベース

に換算すると宿泊者数の減少率以上にマイナスとなり、大変厳しい状況となっている。

- ・大人数での会食や宴会の需要が全くないため、施設内のレストランや飲食部門の稼働が低く不採算で、大変厳しい。

- ・例年宿泊需要がある合宿やセミナー、研修といった利用がなく、売上は大幅減が続いている。

- ・団体旅行を含む国内旅行者の減少を見据え、インバウンド需要に期待して対応に取り組んだが、足もとでインバウンド需要が消失したうえ、先行きの見通しが立たない状況では八方塞がりだ。

- ・(一定の効果があつたとみられる)持続化給付金や補助金、経費削減などの自助努力だけではもはや限界が近づいている。新型コロナに関連した融資も、将来的に返済できる見通しもなく、長期化によって経営環境は厳しさを増すばかり。

- ・(公的な財源にも限りがあるため)各種助成や支援策が打ち切りとなれば、今後いったいどうなるのか不安、など。

(4)ヒアリングによる個別施設の状況

今回は上記のほかにも、別途宿泊施設へのヒアリング調査を実施し、主に以下の3つの内容-

- ①新型コロナウイルスの影響(売上動向や利用者数等の推移)
- ②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略
- ③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について、個別の状況などを伺った(下表を参照)。

【ビジネスホテル・シティホテル】：計4施設(徳島市) ※以下の内容は4施設の共通点などを中心にまとめたもの
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ後は、それぞれの宿泊施設とも年間で売上、稼働率ともに大幅減 ・4月の緊急事態宣言発令により、4月、5月はビジネス・観光需要ともに著しく落ち込んだ ・6月の県の宿泊キャンペーン「とくしま応援割」(第1弾)や7月の「Go To トラベルキャンペーン」の効果で、6月、7月は持ち直し ・8月は徳島市の阿波おどり中止の影響が大きく、売上、稼働率ともに前年比大幅減(特に売上は客室単価のダウンが影響) ・9月以降はGo To トラベルキャンペーンの効果が続き、特に10月~12月初旬は稼働率は順調に回復した ・12月中旬のGo To トラベルキャンペーン全国一時停止の発表により、年末年始を中心にキャンセルが続出し大打撃 ・2021年1月、2月は11都府県に緊急事態宣言が再発令され、引き続きGo To トラベルキャンペーンの全国一時停止が延長されたことから厳しい状況が続いた。12月から始まった県の「冬のとくしま応援割」(第2弾)は第1弾ほどの効果はなかったが、2月になって「徳島で得するケン」(5,000円分)がセットで配布されると、一時的に県民需要が高まった ・この間、コンベンションや音楽・スポーツ・イベント関連需要のほか、冠婚葬祭や宴会需要、またインバウンド需要などがほぼ消失した ・セミナーや商談会等の会場に使用される機会がなくなった半面、リモートでの講演に使用される部屋賃の需要が増えた
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・レストランの休業や時短営業、ビュッフェの中止 ・観光等の営業や商談会などはリモートでの参加が増加

③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・2021年3月～5月に、県の宿泊キャンペーン「もっと！とくしま応援割」(第3弾)と「とくしま周遊クーポン」(5,000円分)がセットで実施される今回の支援策に期待 ・Go To トラベルキャンペーンや県の宿泊キャンペーン終了後の需要の落ち込みを懸念

【リゾートホテル】 : アオアヲナルリゾート (鳴門市)
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊は観光利用が多いため、コロナ禍にて売上は概ね半減以下と大打撃 ・2020年4月22日～5月末は臨時休業。6月から再開したものの、鳴門市や県の宿泊補助による県民需要以外の動きは鈍かった ・7月以降はGo To トラベルキャンペーンや県の「とくしま応援割」で、稼働率は一時前年を上回った ・年末年始はコロナ感染拡大によるGo To トラベル全国一時停止の影響でキャンセル相次ぎ大打撃 ・2021年1月の稼働率は3割程度(例年の半分)まで落ち込む
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・旅行者の「旅行に行きたい」との思いは変わらない一方、意識は「より安心安全を求め、人との接触をいかに減らすか」の方向へと変化してきている。 ・ビュッフェ形式の朝食を、客室にテークアウトできるサービスが喜ばれている ・(朝食会場など)レストランが密にならないように、宿泊予約を調整・コントロールしている ・政府系や民間金融機関の融資制度(実質無利子・無担保)や、国や自治体の補助金など、あらゆる支援策を活用してしのいでいる ・臨時休業時にも従業員の雇用を守り、感染対策マニュアルの作成や対応トレーニングの実践など、コロナ収束後に旅行者を呼び込む準備を怠らない ・コロナウイルス予防として、除菌・抗菌効果のある光触媒コーティングをトイレなどに積極的に投資していく
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルに泊まる目的をつくるのが重要で、体験プログラムを充実させることに取り組んでいる(ウチノ海に浮かぶ筏での釣り&バーベキュー、船釣り、クルージングなどのオプションは、好評を得て人気のプランとなった) ・まちづくり団体との連携や新たなツアー提供を模索(ひょうたん島クルーズ乗船を組み込んだ宿泊プラン<新町川を守る会>、ワインや日本酒を存分に味わうプラン<地元蔵元>、地域を歩いて魅力に触れる体験プログラム<地元ガイドやまちづくり団体>、鳴門市における欧米豪向け滞在型コンテンツ整備事業(四国運輸局)<地元旅行会社や撫養街道まちづくり協議会>など) ・あらためて徳島の魅力や、地域の歴史・文化などの情報を収集し、アフターコロナに提案できるよう備えていく ・ターゲットをファミリー層+シルバー層に広げ、3世代が楽しめる施設に進化させる ・旅行者の満足度向上に向けたカスタマイズ対応を重視し、量より質を志向していく。 ・2021年秋のJRグループ大型観光企画「四国デスティネーションキャンペーン(DC)」や2022年4月からのJTB「日本の旬 四国」キャンペーン、また一つのマイルストーン(節目)である2025年の大阪・関西万博に向けて、地域(鳴門・徳島)を売り込んでいきたい

【簡易宿所】 : Hostel Coliberty (ホステル・コリバティ/徳島市)
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・稼働率はコロナ前と比べ半減。とくしまマラソンやマチアソビなどイベント参加者の需要が中止により消失 ・また開所当初から、想定どおりに利用が多かったインバウンド・ビジネス・お遍路需要も、コロナの影響でほぼ消失 ・コロナ後は在日外国人や大学生など、県内需要(とくしま応援割)や旅慣れた旅行者が中心 ・10～12月には4～5名単位でのテレワーク利用あり
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナの影響で宿泊者が減少したことがきっかけとなり、本来やりたかったことや目的、コンセプトなどについて考える余裕ができた ・Webページのリニューアル(告知内容の変更等→新しいワークスタイルの提案やワーケーションの推進など) ・オンラインでのイベント開催→オンラインで繋がり、コロナ後のリアルなツーリズムに結び付けていく取り組みを実践
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・一般の宿泊施設は「泊める」だけだが、ここでは「ここに泊まって何ができるのか」の情報を提供していく ・食を含めたとくしまの魅力や周辺の観光情報、さまざまな面白いスポットなどを発信 ・宿泊者との距離が近く、深い体験をしてもらえるような施設を目指す(「宿」のコンセプトの理解) ・結果、1泊2日で慌ただしく周遊する旅行者ではなく、2泊3日以上で比較的ゆったり巡る旅行者を迎え入れ、オーナー自らが(旅行者のニーズに沿って)可能な限りアテンドして、また(自分が好きになった)徳島の魅力を紹介し伝えていくことで、徳島ファンを増やす取り組みを実践。例えば、一次産品や加工品の生産者を訪れるツーリズムを提案など(リピーターづくり、関係人口増加に貢献) ・新しい働き方の提案やワーケーションの推進、中長期滞在(フルリモートや移動生活など)の推奨 ・一部共有スペースを改修し、仕切られたワークスペースを確保

2. 観光関連事業へのコロナ禍の影響

(1) 観光関連事業へのコロナ禍の影響

今回、宿泊施設だけでなく、観光関連事業者へも個別にコロナ禍の影響について話を伺った。具体的には後述するが、興味深い点や気づいたことについてあらかじめ列挙しておきたい。

・ここでの観光関連事業の売上は、2020年では年間で概ね前年比50%前後の減少となっており、大きな差異はみられなかった。

・観光関連事業におけるコロナ禍の影響については、その全体を把握できる共通した統計などはなく、それぞれの事業者の売上動向などを丁寧に聞き取っていくこととなるが、その入場者数や売上高の推移については、県内宿泊施設の延べ宿泊者数の推移(前年に比べ概ね半減)とそう大きく違いがない(宿泊者数の増減に観光関連事業の売上もある程度連動する)ことがわかった。宿泊施設もそれ以外の観光関連事業も同じ観光分野に位置し、旅行者という対象が

双方にとって共通の顧客となるため、ある意味当然のことかもしれない。

・観光施設や土産物関連、体験型コンテンツや着地型観光などにとっては、主に県外客がその顧客のため、県民への県内宿泊施設の助成による需要喚起策は効果が限られる。基本的に県外客が来ないと潤わないということである。Go To トラベルキャンペーンで県外客に来てもらい、さらに地域共通クーポンで買い物や体験等に支出を後押しするかたちが効果が大きい(県民による県内での消費金額は、県外客やインバウンド客に比べて少なく、宿泊関連以外への経済効果は小さい)

・宿泊施設には宿泊助成、また飲食店には対象の支援金制度があるが、こうした業種には直接的な支援がなく、厳しい状況に置かれている。

観光関連産業はすそ野が広く、幅広い産業と繋がっているため、宿泊関連だけでなく、観光関連サービスの提供を支える地域事業者への支援が必要である。

(2) ヒアリングによる個別事業者の状況

本調査では観光施設(渦の道)や土産物関連(エスカヒル鳴門、門前一番街、森陶器、市岡製菓)、体験型コンテンツ(HORIZON(ホライゾン/Paddle Sports&Bike))、<着地型>旅行業(一般社団法人ツーリズム徳島)、DMO(一般社団法人イーストとくしま観光推進機構)など、県内の観光関連事業者へのヒアリング調査を実施した。それぞれの個別事業者の状況は以下の通りである。

【観光施設】： 渦の道 ・ 大鳴門橋架橋記念館 (鳴門市)
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・2020年4月～2021年2月の間は、入場者ベースで前年比概ね6割減(2020年は潮回りの良い年だけに残念とのこと) ・影響は2020年2月下旬から始まった(2月中旬までは春節でのインバウンド需要もあった)。国内も含め、団体需要は消失 ・メインの商圏である関西の緊急事態宣言発令は影響大 ・2020年4月～6月まで休館。三密回避のため「2021年初日の出」のイベントは中止
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・サーモカメラ・ビニール・消毒液等の設置。キャッシュレスでの対応を可能にした ・鳴門公園ボランティアガイドについてはスピーカーからの案内に変更 ・修学旅行での利用の際は、2班に分けて渦の道と架橋記念館を交互に見学するなど行程を工夫 ・例年、京都からの小学生の修学旅行は多いが、コロナ禍で広島や岡山からの修学旅行が増えた(徳島の感染状況が比較的落ち着いていたからと思われる) →当施設における全体のパイの中では小さいが、ウィズコロナが続くようであればチャンスはある ・リモートでの営業活動→エージェントに直接アプローチ。対面より、先方の担当者から本音が聞けて良い
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・欧米豪からのインバウンドは東アジアに比べて少ないので、積極的に情報発信を行っていく→英語での施設案内を拡充 ・近隣エリアへのマイクロツーリズム拡大に向けた魅力づくり→いずれは関西に広げていきたい ・施設としての顧客満足度をいかに上げるかが大切。また鳴門エリア全体としての魅力を高める ・エージェントは周辺の情報(地元がおすすめする食事処など)を欲しており、情報を発信していく

【土産物関連】： エスカヒル鳴門 ・ 門前一番街 ・ <ホテルアド・イン鳴門含む> (鳴門市)
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・ホテルアド・イン鳴門と門前一番街を合わせて、売上は前年比おおよそ半減 ・【ホテル】2021年3月は合宿や新入社員研修が実施されず、大変厳しい 【門前一番街】お遍路の団体および観光目的(お遍路関連)の旅行者は大幅減 →本格的にお遍路をする人はシーズンになれば一定数は来ている 2020年5月頃はテレワークやワーケーションの普及により、若い男性が増加 コロナが流行する前から個人旅行向けに切り替えていたため、団体旅行が減ったことによる影響は少ない 地域共通クーポンや徳島で得するケンの効果は大 →これまでは、欲しいが買っていなかった人が多かったのではないかと ・【エスカヒル鳴門】(鳴門公園内)・売上前年比おおよそ半減 地域共通クーポンや徳島で得するケンの効果は大 →1枚1,000円であることから単価が上がった 鳴門公園は例年関西からの旅行者が多いため、ダメージ大きい
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・【ホテル】全ての客室やレストランに窓があり、十分な換気が可能
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツパークに近い立地を生かして、スポーツ合宿などの誘致に力を入れていく ・とくしま応援割やGo To トラベルキャンペーンなどの宿泊キャンペーンがなくなった後への懸念 ・コロナが危機感を共有するきっかけとなり、他業種とも協力を進める動きが広がっている ・個人旅行の増加に伴い、事業者から決まった商品を提供するのではなく、利用者のニーズからサービスが生まれていくと予想 →満足度向上につながる ・鳴門の地域のいいところ、魅力をもっと伝える取り組みが必要→喜んでくれる人を増やす→満足度を上げていく ・今までの成功体験から脱するためのアイデアが必要

【土産物関連】： 森陶器（鳴門市）
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・売上は前年比5割減 ・9～12月はGo Toキャンペーンの効果が大で前年超え ・例年であれば年間約20件の遠征等の利用あり <ul style="list-style-type: none"> →4～6月は全てキャンセル →9～11月はイレギュラーな修学旅行などがあり、最終的には年間約30件の団体利用あり ・秋の窯まつりは会場が東林院ではなく、密を避けて各窯元で実施し、去年より売上増 ・緊急事態宣言発令下では人が来ない ・東京での展示販売展を開催(コレド室町、1/10～2/7)、売上は想定範囲内をやや下回る ・「徳島で得するケン」利用あり
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・ろくろ体験(作陶体験)の可能人数を7人→5人に限定 ・ビニールの設置、フェイスシールドの着用 ・オンラインショップ開設(県の補助金利用)
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・海外での個展などにより、海外に向けての積極的な魅力発信を行っていく (コロナ感染拡大の影響により、開催予定だった台北での親子展は未開催) ・グローバルキャンペーン鳴門コンテンツ造成事業(四国運輸局)など、作陶体験のブラッシュアップ・商品化により、欧米豪をはじめとするインバウンド向けの露出を増やしていく ・コロナの影響による危機感の共有により、同業者との合意形成や結束が進みやすくなる

【土産物関連】： 市岡製菓（徳島市、松茂町）
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・お土産の買い方に変化がみられ、出張や観光旅行の減少に伴い、お土産としての需要減 ・自家消費は減っていないが、土産としての購入が減っている(周りに内緒で旅行しているとみられる) <ul style="list-style-type: none"> →数が多い詰め合わせが売れない →お土産をばらまく文化がどの程度戻ってくるか懸念 ・団体バスは秋に何本かあったが、それ以降はない ・地域共通クーポンや徳島で得するケンの効果大 <ul style="list-style-type: none"> →Go To 効果で10月、11月は売上前年比9割の水準まで回復 →得するケンが応援割利用者配布された2月初旬の間はてきめん反応あり
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・4～5月にかけて1か月半程度、自社店舗休業 ・体温測定モニターやアクリル板などは県の助成金を用いて導入 ・菓子工業組合の4社共同で「お彼岸ギフト」の販売 → 横のつながり ・通販は売上増 → 食料品をオンラインで購入することに対して抵抗がなくなった ・リモートで商談ができるようになり、都市部との地理的格差がなくなった <ul style="list-style-type: none"> →海外での商談会や海外出張がリモート対応になり人件費・交通費などが削減(ガルフード(ドバイ)やベトナム子会社への出張等)
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・実社会の出張は確実に減るため、数が多い詰め合わせは売れなくなる → 個数を減らして付加価値を上げるなどの工夫が必要 ・自家消費需要に対応できる洋菓子の開発・販売強化 ・銀行による原材料店などのビジネスマッチングを希望 → 銀行を介することで信頼感上がる ・消費行動や商習慣が変化し、今後の取り組みについての正解が見えない中、やってみる勇気と決断が重要

【体験型コンテンツ】： HORIZON（ホライゾン＜Paddle Sports&Bike＞・鳴門市）
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等について)
<ul style="list-style-type: none"> ・利用人数は年間約3割程度の減少(4月～6月は開店休業状態) ・この間、常連客は減ったが、7月以降にGo To 効果で新規顧客が増加 <ul style="list-style-type: none"> 8月以降は「徳島で得するケン」、10月以降は地域共通クーポンを利用して体験 →関東からの人が多い：車で移動(車中泊)しながらの四国周遊やワーケーション(四国のコロナ感染が少なかったためとみられる) ・結果的に7月、8月、9月の夏場のシーズンで、顧客が減らなかったことが大きい ・10月、11月には例年にない修学旅行の体験が5校あった ・県内や近場からの需要が増加 → 例年は四国内の顧客は1割以下だが、今年は四国内は2割程度に増加
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・密にならないように1コース1グループに絞って対応 ・新たなコース開拓や川下りの下見など、次に向けた商品づくりに注力
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・アクティビティ好きの個人に向けた新しい分野の商品づくり <ul style="list-style-type: none"> →新分野となる川下り体験に向け、一人乗りボート(空気で膨らますバックラフト)を購入 ・体験型コンテンツなどにも利用できるクーポンは年間を通じて発行してほしい

【着地型旅行業】： 一般社団法人 ツーリズム徳島（徳島市）
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・着地型旅行商品取扱は、件数、人数ともに大幅減(件数は前年比半減、人数は2/3程度に) ・案内所業務(徳島市観光ステーション/アミコB1F) <ul style="list-style-type: none"> →県外客を中心に大幅減、インバウンド客はゼロで推移 →地元客も大幅減(そごう閉店の影響なのか、コロナの影響なのかは不明) →対面を避け電話での問い合わせが増加(窓口同様、詳細まで聞かれることが多い) ○徳島市産業支援交流センター業務(アミコ1F) <ul style="list-style-type: none"> →そごう閉店後は客数が4割程度になった印象 ○(指定管理等の収入のウエイトが大きいもの)減収減益 <ul style="list-style-type: none"> →旅行商品販売不振で売上減少。一方で、旅行博等の開催中止のため参加費等(移動・宿泊費含)の支出も減少

②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・7月の宿泊付きマイクロツーリズムが好評(徳島市の地元 de 宿泊応援キャンペーン(4,000円)や県の応援割(5,000円)とのコラボ) ・ガイドのモチベーション維持のためにも商品数は維持 →ガイドのなかには、家族から県外客の対応に反対され活動できない人もいる ・るりこんバスを8/12～16、10/31～11/3、11/21～23に運行 →秋の鳴門コースが好調 ・例年開催している徳島大学前期試験日(2/25)の保護者向け街歩きは中止
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・旅行関連事業者の事業意欲がつかどうかかわからない ・屋外での体験型が増えてくるのではないかと予想 →サンセットクルーズやレンタサイクル、サイクルツアーなどを再開していきたい

【DMO】：一般社団法人 イーストとくしま観光推進機構 (徳島市)
①新型コロナウイルスの影響について(売上動向や利用者数等)
<ul style="list-style-type: none"> ・会員の減少 ・次年度に向けても更なる会員の減少が懸念される
②コロナ対応・コロナ対策の取り組みや戦略について
<ul style="list-style-type: none"> ・行政施策等と連携した、人の移動範囲に併せた事業者支援施策(マイクロツーリズムに対応した広告費支援事業、GoTo キャンペーン等に対応した Web 対策セミナー、プロモーション、商品造成セールス等) ・観光事業者との協業による観光コンテンツの磨き上げ及び造成支援(鳴門地区、クラフト&フードツーリズム、トレイル開発、ナイトタイムコンテンツ等で約47コンテンツ造成)
③アフターコロナ(あるいはウィズコロナ)を見据えた今後の事業展開や展望について
<ul style="list-style-type: none"> ・行政施策等と連携した人の移動範囲に併せた事業者支援施策(マイクロツーリズムに対応した広告費支援事業、GoTo キャンペーン等に対応した Web 対策セミナー、プロモーション、商品造成セールス等) ・コロナ禍による旅行に対する価値観の変化に対応した新たなコンテンツの磨き上げ&造成支援 →自然・アウトドア志向：フラッグシップコンテンツ(トレイル・ウォーターウエイ) →新たな旅行スタイルに対応した体験コンテンツの造成：ナイトタイムコンテンツ、フードアンドクラフトコンテンツ ・関西 EXPO 等が開催される 2025 年をマイルストーンに定め、広域関西圏での徳島東部エリアのプレゼンスの向上を図る(藍・和紙・和三盆などオーセンティックな体験が多くあるエリアというイメージ) ・空飛ぶタクシーなど、新たなモビリティの普及などを見据えた宿泊施設の誘致や観光コンテンツの造成なども並行して実施

3. コロナ後に起こりうる旅行需要の変化や方向性への対応

(1) 宿泊業への支援

宿泊施設においては、先でみてきたように Go To トラベルキャンペーンや「とくしま応援割」のような需要喚起策は下支え効果がみられ、一定程度有効とみられるが、ただしその効果の程度はあいまいである。コロナの影響が顕著となった 2020 年 3 月以降においては、徳島県全体では月別延べ宿泊者数が前年同月を上回ったことはなく(図表 4)、Go To トラベルキャンペーンや「とくしま応援割」などの効果は限定的とみるべきだろう。

またこうした観光施設への支援策は、人気の地域や特定の施設への偏りが指摘され、一部に不公平との声もある中で、宿泊施設の種類や規模、地域性など、その利用状況や効果等を検証する機会が必要である。そうした結果を受けて P D C A を回すことで、限られた財源の有効活用と最大限の効果が得られることを期待したい。

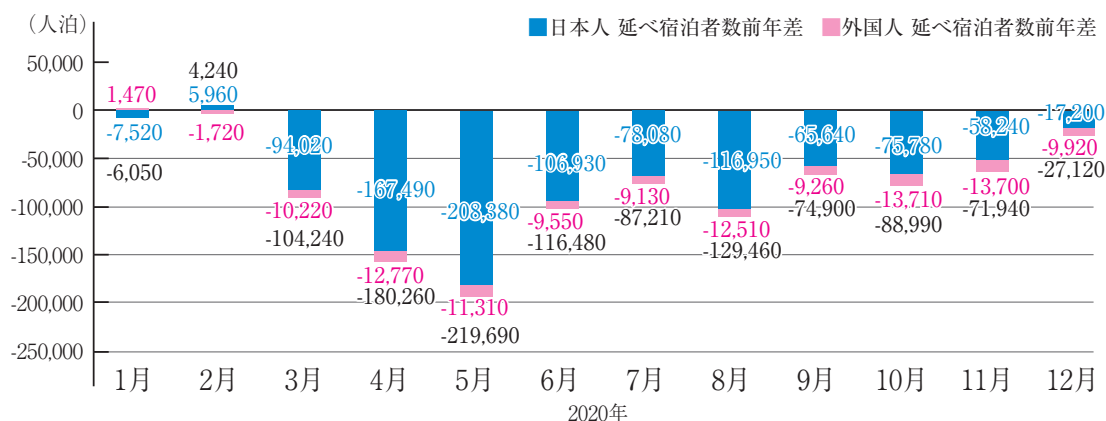
支援が行き届いていないとされる宿泊事業

者への対応については、コロナの感染状況を睨みながらとなるが、これまで実施してきたスポーツ大会や音楽・文化的イベント、コンベンション等の早期再開への働きかけが必要であろう(比較的安全とされる地域からの集客：四国大会、四国フェスティバル、四国会議など)。また今回、例年にはみられなかった地域からの修学旅行が下支えになったことから、あらためてその動向を把握・検証し、次年度以降もその目的地に徳島県が選ばれるよう、修学旅行など教育旅行の積極的な誘致活動が切望される。

ところで、県内需要の喚起策であった「とくしま応援割」(徳島県)や「地元 de 宿泊応援キャンペーン」(徳島市)などは、県内客の地元に対する魅力再発見につながり、マイクロツーリズム推進のきっかけとなったことは大きな成果と言える。反面こうした地元の県内客は、県外客やインバウンド客に比べ消費金額が少なく、宿泊関連以外には経済効果が小さいことが課題である。

こうしたことの対応策としては、現在対象者を県民限定としている「とくしま応援割」につ

図表 4 延べ宿泊者数の前年差推移 【徳島県】



資料：観光庁「宿泊旅行統計」

いて、今後は四国や近畿在住など近隣県・近隣ブロックへと対象を拡大してはどうか。また、近隣県と連携し、2県宿泊券(徳島県内ともう1県の宿泊)を双方で取り組んではどうだろうか。あるいは「ふるさと納税制度」の返礼品に、体験型観光ツアーや宿泊クーポンをつけて、観光関連産業を支援する取り組みなども検討に値しよう(寄付をしてくれた人との交流や関係人口の拡大に寄与するため一石二鳥である)。いずれにしても、コロナ感染の状況を睨みながらの、県外客を中心とする新規需要の有効な喚起策が必要である。

ここで2020年の全国および徳島県の企業倒産をみると、その件数や負債総額は前年を下回り、いずれも低水準で推移している。これは、コロナ禍の影響を受けた企業への各種支援策や公的な制度融資などの効果によって企業倒産の抑制に繋がり、比較的落ち着いているように見受けられるものの、長引くコロナ禍での市場縮小は避けられず、今後予断を許さない状況は続くものと思われる。

一般に業績不振に陥ると、倒産を避けるために資産超過のうちに廃業を決断するケースが増えてくる。装置産業の宿泊業においては、このコロナ禍で業績が戻るには相当の時間を要するため、地域を巻き込んだ集客策と同時に、事業継続や事業転換に向けた弾力的な支援も必要である。

宿泊業の事業継続に関しては、団体から個

人・少人数仕様／和風から洋風仕様／魅力的な滞在施設(高付加価値化、ワーケーション設備など)への整備・リノベーション・リフォームに対する助成の増強も検討に値しよう。また地域ならではの食材を使ったメニュー開発・食事提供や、周辺コンテンツ提供事業者と連携するといった、滞在型商品の造成・磨き上げ・販売を後押しするソフト面での支援も有効である。こうした取り組みは、地域内の結びつきや事業者同士の連携強化にも繋がっていく。

図表5に、県内旅館・ホテル、簡易宿所の直近3年分の廃業数推移を示した。こうした宿泊施設に関しては、趨勢的に減少傾向が続いているため、2020年の廃業数がコロナ禍の影響を受けて増えたかどうかまでは、1軒1軒精査しなければ必ずしも言えないが(2018年のコロナ禍以前にもほぼ同程度が廃業している)、県西部や県南部での廃業数が目立っており、気になるところである。

こうした県内の旅館・ホテルのほか、民宿やゲストハウスといった簡易宿所、また民泊などの宿泊施設が廃業というかたちで失われることは、多様な受け皿が失われ不足することを意味し、国内市場だけでなく、インバウンド市場回復後の貴重な成長の機会を逃すことが懸念される。廃業などに至る場合でも、そうなる前に地域としてスムーズな事業承継(M&A等)を検討できる仕組みを構築し、スピード感をもって丁寧に対応することができれば、地域の

図表 5 県内旅館・ホテル、簡易宿所の廃業数推移

(市町村名)	2018年	2019年	2020年	2021年
徳島市	3		2 (1)	
鳴門市		1 (1)	1 (1)	
小松島市	3 (1)		1	
阿南市	4	1		
吉野川市		1	1	
阿波市	2 (2)			
美馬市	2		5 (1)	
三好市	1 (1)	1	3 (1)	1 (1)
上勝町	1			
那賀町	1		1	
牟岐町	1 (1)		2 (1)	
美波町	2 (1)		5 (1)	
海陽町			1	
つるぎ町			2	
東みよし町	1			
合計	21 (6)	4 (1)	24 (6)	1 (1)

注：2021年は2月1日までの調査
 注：図表内の（ ）は簡易宿所の廃業数を表している
 資料：徳島県「旅館業法に基づく営業許可台帳」（2021年2月1日時点）

雇用を守ることに繋がり、接客等に熟練した貴重な労働力の流出を防ぐことになろう。

(2) 観光関連事業への支援

クーポン類は観光関連事業(観光施設や土産物関連(伝統産業含む)、アクティビティなどの体験型コンテンツ、着地型ツアーなど)にも幅広く恩恵が及んで有効であることが、個別ヒアリングで分かった。Go To トラベルキャンペーンでの「地域共通クーポン」や、Go To トラベルで来県する県外客に向け地域独自で追加提供する「徳島で得するケン」がそれに相当する。また県民向けにも、この3月から実施する「とくしま応援割」(第3弾)に、さらに5千円分プラスした「とくしま周遊クーポン」を提供することとなっており、クーポンに後押しされての県内需要の掘り起こしも期待される。

これまであまり支援が行き届いていないエリアあるいは業種・施設などに関しては、こういったクーポンの特典を地域や業種・施設に限定して増強することも一案である。こうしたクーポンの効果によって観光関連サービスを

提供する地域事業者の倒産や失業などを回避し、観光地域としての供給側のダメージを回復させる視点が重要である。

またこうしたクーポンの利用状況や効果等を検証し、PDCAを回すことでさらなる効果に繋げていくことは先程の宿泊施設のケースと同様である。なお各種キャンペーンやクーポン終了時の反動減への対応として、出口戦略は常に検討しておく必要がある。

(3) コロナ後に起こりうる旅行需要の変化や方向性への対応

足もとのコロナ禍によって、旅行者の嗜好の変化は誘発されるものの、コロナ後には「旅行に行きたい」という需要そのものは減らないとの見方がある。一方では、もはや「コロナ前の水準」には戻らないのではないかといった見方もされている。

いずれにしても、感染リスク低減のため、人との接触機会を減らすことやソーシャルディスタンスを保つことなど、生活様式の大きな変容が求められている中で、徳島県の観光業界もニューノーマルへの対応が急務である。

来県する旅行者の数はともかく、その旅行者の中身は今後大きく変わっていくことは確実である。コロナ禍の影響により団体旅行の減少や個人旅行の少人数化、WEBでの会議・セミナー・営業などによる出張需要の減少、シニア旅行者の減少やインバウンド回復の遅れ(今後1~2年程の相当な時間がかかるとの見方もある)などが指摘されており、将来を見据え、来るべき時に備えるためにも、「新たな日常・新しい生活様式・新たな旅のスタイル」への対応を図りながら、宿泊業や観光関連事業といった観光インフラを地域として支え、維持することが求められる。

図表6には新型コロナウイルスによる旅行価値観への影響として、旅の安心・安全化や近場化、ワーケーション・ブレッジャーなどを想定した旅の長期化(※ブレッジャー：業務での

出張先で滞在を延長するなどして、業務の後にレジャーも楽しむこと。出張休暇。business（仕事）とleisure（余暇）を合成した語でブリージャーとも）、旅の若年化や二極化、また旅の個人化や分散化、旅の内包化、旅のアウトドア・体験化などの「変化」が指摘されており、観光関連事業者として、また地域としても着実に対応していく姿勢が求められる。

先に、個別事業者のそうした取り組みは見てきたとおりだが、アオアヲナルトリゾートやHostel Colibertyなどの今後の事業展開は頼もしい。アオアヲナルトリゾートでは、コロナ予防を含めた旅の安心安全への取り組み強化や旅の多角化に対応するとともに、地域のコンテンツ整備など、地域に呼び込む(地域を売り込む)取り組みにも積極的に参画している。またHostel Colibertyは、コロナをきっかけとして宿のコンセプトを見直し、本来やりたかった事業を実践し始めた。宿のコンセプトに共感した旅行者を迎え入れ、深い体験の提供・共有を通じた徳島のファンをつくり、リピーターや関係人口の増加に繋げていく取り組みは今後注目される。また新しい働き方の提案やワーケー

ションの推進も、今後の旅行価値観の変化に相応した事業展開であり、期待される。

このほか、先に挙げた観光関連事業においても、それぞれがアフターコロナを見据えた事業に取り組んでおり、それぞれ個々の事業者における今後の展開に注目していきたい。

さらに本稿で取り上げた観光関連事業以外では、製造業としての本家松浦酒造場の観光への取り組みも注目される。農業や製造業といった産業の垣根を超えて、周辺地域を巻き込みながら、アフターコロナのインバウンド市場に向けた酒蔵ツーリズムの推進事業を展開しようとしており、大いに期待される。

具体的には、国内における酒蔵やブルワリー等を巡って楽しむことのできる周遊・滞在型観光「酒蔵ツーリズム」の推進事業を採択し、蔵元と地域の観光資源が連携した滞在型ツーリズムの構築(酒の寺子屋<蔵見学やお酒の造り方、試飲等>、福寿醤油見学、大谷焼作陶、藍染体験、東林院<おつとめ体験>、一番札所<お遍路体験>、食体験、コウノトリ・ビオトープ見学等)に取り組んでいる。ツーリズム名称は「米作り・酒造りと郷の風土、まるごと体験し

図表6 【仮説】新型コロナウイルスによる旅行価値観への影響



資料：じゃらんリサーチセンター「とーりまかし」61号（2020年9月）より一部筆者編集

て学ぶ鳴門テロワール」。テロワールとは、本来はワインの味わいの決め手になる、ぶどう畑のある土地の性質のことをいい、一般には、その土地(地域)の土壌、地勢、気候、人的要因などにより総合的に形成される耕作環境に関するあらゆる特性のことを意味しており、まさに周辺地域の特性を生かしたコンテンツ造成である。

なお現在、徳島経済研究所においても、鳴門市エリアを対象として、地域の観光まちづくり団体や民間事業者、行政、DMOと連携して、欧米豪に向けたコンテンツ造成・整備に取り組んでいる(「徳島東部圏域における欧米豪向け滞在型コンテンツ整備事業」(四国運輸局))。地域の民間事業者が連携して、地域の新たな魅力を創出する取り組みであり、アフターコロナに向けての今しかできない「種蒔き」を実践している。

〈参考文献〉

・じゃらんリサーチセンター「とーりまかし」61号 2020年9月

おわりに

観光関連事業におけるコロナの深刻な影響はもう1年以上続いている。しかも、足もとでは今でも様々な社会活動が制限されている中、加えて、先のこともなかなか見通せない状況下では、もはや体力勝負の様相が強まってきていることも否めない。

ただ希望的観測ながらも、まさに「止まない雨はない」というフレーズのとおり、この状況が好転する、来るべきアフターコロナのリバウンド市場に向けて乗り遅れることがないように、個々の観光関連事業者として、次のステージへの準備を怠らないことが肝要である。

また、「国内の旅行者は今、徳島に行きたいけれども自粛を余儀なくされている」、「外国人の旅行者は今、日本に来られないだけで、未来の訪日を楽しみにしている」、そうした潜在的なファンのためにも、地域として、お客さまを安心安全に迎え入れる揺るぎない受入態勢の整備と、これからの旅行価値観の変化に対応し、満足度をさらに高めるための絶え間ない努力が求められる。