

「ツーリズムを取り巻く環境変化と予測されるメガトレンド」

平林知高氏

EY ストラテジー・アンド・コンサルティング パートナー

コロナ禍は世の中にさまざまな影響を及ぼし、ツーリズムを取り巻く環境も大きく変化したと思われます。実際に旅行者の価値観や意識の変化を示す各種調査結果も発表され注目を集めています。5月例会では世界4大コンサルファームで活躍する平林知高さんが、旅行者、観光関連事業者、観光地について、それぞれの変化のポイントや相互関係性の変化について、さらにはコロナ禍を機に始まったメガトレンドの方向性について、詳しく解説してくださいました。

ツーリズムの概念自体が変わる

コロナ禍はツーリズムを大きく変えました。パンデミック前から始まっていた変化のスピードを加速させるとともに新たな変化を引き起こし、その影響はツーリズムを取り巻く環境全体に及んでいます。

まずツーリズムの概念自体が大きく変化。これまでツーリズムは、域外の需要を取り込み域内消費につなげるのがメインであり、地域の外から人々に移動して来てもらうことが大前提でした。しかしパンデミックにより人の移動が止まりビジネスの前提が崩壊。域外のツーリストや潜在ツーリストに対して移動を伴わない観光コンテンツを販売するなど、デジタル技術を駆使した課題解決が必要になりました。

課題解決策として注目なのがメタバースです。メタバースならバーチャル空間に過去の歴史的景観や建造物を再現し、過去



と現在のいいところ取りによる理想の空間を構築し、地域の新たな魅力としてアピールできます。また現実世界をバーチャル空間にコピーして、遠隔地に居ながらにして地域を疑似的に訪問、体験、購入することもメタバースの特徴です。注意すべき点はメタバース世界を作るのがゴールで

はないこと。バーチャル空間を活用しどうマネタイズしていくかまで考えなければコストの浪費に終わります。マネタイズに関して有望なのが NFT (非代替性トークン) です。たとえばメタバース空間で「絶景を観賞する権利を 5 万円で販売」といった、これまで価値として定義できなかった内容を定義できるようになれば、デジタル空間でのマネタイズを進められます。

さらにバーチャル空間での疑似体験が身体性、あるいは時間や距離の制約条件を排除できる点や、2 次元上の SNS 等より深いコミュニケーションがメタバースでは可能になり、地域とツーリストの関係性が深化することも期待されます。

ツーリストの価値基準も一変

ツーリストの価値基準も変化しました。これまでは安さや利便性を重視して観光を選択するのが一般的でしたが、コロナ禍後は対価を支払ってでも安全面や衛生面で安心できる環境を重視する流れが見て取れます。また少々値段が上がったとしても、よりサステナブルな観光を重視する傾向も出てきました。

サステナブルな観光については一般的に日本は意識が低いとされます。ブックイング・ドットコム of 昨年の調査によれば「パンデミックがきっかけで、将来、よりサステナブルな旅行を考えている」旅行者の割合は世界平均の 61% に対し日本は 42% でした。これまでは日本同様にサステナブル意識が比較的低かったアジア各国は大きく変化し、ベトナム 88%、タイ 78%、香港 76%、台湾 68% とサステナブル意識が

芽生えています。最大市場のアジアの意識変化に日本が遅れを取るようでは、アジアの旅行者のデスティネーションの選択肢から外れる懸念もあります。

変る観光地と来訪者のパワーバランス

観光地は観光客誘致を優先してきた結果、相対的に弱い立場であり続けてきました。過度な価格競争に走り利益が低下しオーバーツーリズムまで招く事態に陥ったのが、コロナ禍前の一部観光地の実態でした。しかし現在は人手不足が深刻化する中でツーリズム産業の働き手の待遇を上げても事業が成立するだけの利益確保が必要になりました。それによりツーリズムの高付加価値化が課題とされ、観光地では量から質への転換が叫ばれ、旅行者の消費単価を上げる政策が各地域のトレンドになりました。

しかし関係者の声は決して一様ではありません。このトレンドが地域経済を危うくするとして観光関連事業者が声を上げるケースも少なからずあります。世界的に見ても事情は同じです。イタリアの南チロル地方では地域財政へのしわ寄せを削減し環境保護にも配慮する目的で、観光客数が 2019 年レベルを上回らないよう制限する政策を打ち出しています。

一方で入域税を 65 米ドルから 200 米ドルに引き上げたブータンでは、この大幅値上げによって観光地間競争で負けてしまうのではないかと懸念の声が上がっています。国立公園の入場料を 25 倍に引き上げたインドネシアでも観光団体や関連事業者が反発。ストライキに発展し方針変更

を余儀なくされました。米国のヨセミテ国立公園ではコロナ渦中に導入した観光客数制限を、観光依存度が高い地元経済に配慮して今年に解除しました。短期間に集中するピーク時の需要が1年間のビジネスを支えるような観光地では、量から質への転換は簡単ではありません。

問題の本質は量か質かの選択ではなくバランスです。オーバーツーリズムなどのコンフリクトを生じさせないために各観光地は最適なポートフォリオを形成し経済と維持と成長を目指すべきです。まさにデスティネーション・マネジメント力が問われる局面と言えるでしょう。

予想される7つのメガトレンドとは

ツーリズムの方向性について7つのメガトレンドが予想されます。第1に仕事や生活の場と旅行目的地が明確に分かれていたこれまでに対し、テレワークやワーケーションの普及で境界が曖昧化していくこと。自宅以外に長期滞在し仕事も観光もするライフスタイルが広がり「ツーリズムの日常化」が進むでしょう。第2に、非日常が観光の対象だったこれまでと異なり、旅行者が旅先で出会う人々の生活文化や日常の姿が興味の対象となるようになること。いわば「日常のツーリズム化」です。

第3は、旅行者とツーリズム事業者との関係性の変化です。両者の関係は基本的に1度きりの一方的なサービス提供でしたが、今後はより密で持続的な関係性が育まれるようになると思われます。第4は、事業者同士の関係について。かつては自社収益の最大化が最優先で事業者間の連携意識

は希薄でしたが、事業者が連携し地域単位の誘客の必要性がクローズアップされた結果、連携意識は高まりつつあります。

第5は、旅行者や事業者と観光地との関係性の変化で、これまでは旅行者や事業者と地域との関係は限定的でしたが、今後は観光地域内で形成される双方向関係が重視されるようになることです。第6は、観光地が旅行者の短期的便益を優先しすぎたことがオーバーツーリズムなどのひずみを生んだ反省を踏まえた変化で、地域・住民と旅行者の便益の両立を図り持続可能な観光地作りの方向に進むことです。

そして第7がツーリズムに期待される役割の変化です。ツーリズムは人口減少社会の日本における地域活性化の経済的役割を担うだけでなく、社会的な役割も増大すると思います。ツーリズムは人の触れ合いが前提であり、異なるバックグラウンドを持つ人間同士のコミュニケーションを促し違いを受け入れる機会を創出します。違いを受け入れる経験はコンフリクトを避けるために役立ちますし、違いを受け入れる意識の醸成はタイバーシティが不可欠なビジネス的観点からも重要度を増しています。ツーリズムの役割はますます重要になると考えてよいでしょう。

<Profile>

ひらばやし・ともたか●政府系金融機関、大手コンサルティングファームを経て現職。DX等の第一人者として自治体・観光関連事業者等との連携によるデータ利活用プラットフォームサービスを主導。観光庁「観光DX推進のあり方に関する検討委員会」や「JNTO認定外国人観光案内所の機能強化方策検討会」の委員も務める。

