

コロナ禍における マイクロツーリズムに関する研究

—女子大生の視点から—

池田 拓朗

1. はじめに

新型コロナウイルス（COVID-19）（以下、新型コロナ）によるパンデミックの収束は依然見通しが立たず、国内外のさまざまな産業がその煽りを受けている。特に観光業界への影響は大きく、これまで順調にその数を伸ばしていた訪日外国人旅行者数だけでなく、国内観光も低迷が続いている。そこでその打開策として展開されたのが「Go To キャンペーン」であり、2020（令和2）年7月22日から開始された本政策は、新型コロナの感染拡大が続く中で時期尚早と批判の声も多かったものの、一定の旅行需要獲得に成功し、観光地にも少しずつ活気が戻ったこともまた事実である。その後も感染の拡大・縮小を繰り返しながらも、官民間問わず観光に携わる全ての関係者が観光産業を維持すべく、また様々な施策を導入したりするなどしてこの厳しい状況に向き合ってきた。さらにこのコロナ禍で自由な移動は制限されてきたが、その結果人々が観光に求めるものも変化を見せるようになってきている。

そこで本稿では、コロナ禍で従来の観光のあり方が見直されるべき分岐点に差し掛かった現代において、地域の観光資源の再評価を実施するとともに、観光地における賑わいの創出の一助となるべく、女子大生による地域の資源を活かした新たな観光スタイルがどのようなものであったのかを報告すると

ともに、今後の可能性について検討することを目的とする。

2. コロナ禍における観光の変化

そもそも新型コロナが我々の前に姿を現したのは2019年11月のことであった。中国の湖北省武漢市で発生したウイルス型の肺炎が新型コロナであると同定されると、誰も予想ができないスピードで世界にこのウイルスが蔓延し、今もなおその脅威に脅かされる日々が続いている¹。人類に新型コロナの脅威が押し寄せたとき、LCC路線の拡充や大型クルーズの就航、ビザ要件の緩和、そして新興国の所得水準の向上などの多様な要因によって、人々は観光を目的とした移動を世界中で繰り返し続けていた（中井2020）²。しかしながら、新型コロナウイルスの世界的なパンデミックによって、市域・国境を超えた“移動”を前提とする観光分野は、壊滅的な打撃を受けることとなったのである。国連世界観光機関（UNWTO）（以下、UNWTO）の2020年4月27日時点までに収集された調査によれば、調査対象の世界全217のすべてがパンデミックに対応して何らかの渡航制限を導入しており、いずれの国もこの時点までに旅行制限を解除又は緩和していないことが明らかとなっている³。さらに同年9月にUNWTOが発表した調査結果によれば、国際旅行需要は4億4000万人の国際観光客到着数の減少、約4600億米ドルの国際観光からの輸出収入の損失を記録しており、国際観光収入にいたっては2009年に記録されたリーマンショックの影響による世界的な経済・金融危機の約5倍の損失額となっている⁴。

¹ 新型コロナに関しては2020年1月30日、世界保健機関（WHO）が「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態（PHEIC）」を宣言した。その後、世界的な感染拡大の状況などから、同年3月11日には新型コロナウイルス感染症を「パンデミック（pandemic 世界的な大流行）」とみなせると表明した。

² 中井治郎（2020）：『観光は減びない－99.9%減からの復活が京都からはじまる』星海社、pp.26-28

³ UNWTO（2020a）：「全世界で旅行制限が実施され、停止状態が継続する世界の観光」2020年5月11日（参照2023年1月5日）

⁴ UNWTO（2020b）：「2020年前半期の国際観光客到着数は65%減」2020年9月15日（参照2023年1月5日）

たった数か月前まで世界的な観光の話題は「オーバーツーリズム」で持ちきりであった。すなわち、例えばヴェネツィアやバルセロナ、そして京都に代表されるように、当該地域のキャパシティを超えた観光客の増加によって、地域住民の暮らしや観光客の観光体験の質に受け入れがたい悪影響を与えている状況にいかに向き合うべきかが議論されていた(寺坂2020)⁵。それが一転して世界の観光都市から観光客が見られなくなり、急転直下の展開に右往左往する事態へと陥ったのである。

日本の観光にも目を向けてみることにしよう。日本では2020(令和2)年1月に国内で最初の感染者が確認されると、同年2月にはクルーズ船「ダイヤモンド・プリンセス号」が横浜港に入港し、船内で感染した各地の病院に搬送されていき、新型コロナとの戦いが始まったのである(井上2021)⁶。そこから2020(令和2)年4月7日には東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・大阪府・兵庫県・福岡県の7都府県で緊急事態宣言が発令され、不要不急の外出の自粛が求められる事態となり、その後全国に措置区域が拡大され、私たちは自由な移動を制限せざるを得なくなったのである。2020年という年は、日本にとっても東京オリンピック・パラリンピックの開催と、それに伴う観光産業の活性化に多大な期待が寄せられていた年に他ならなかった。56年ぶりに開催されるこの国際大会への期待は、「2020年の訪日外国人観光客数4,000万人」という強気の目標を掲げていたところからも垣間見える。しかしながら、国内の自由な移動が制限されただけでなく、海外への渡航及び受入が困難になったことで、この目標達成は当然不可能となったのである。具体的には、2019年に3,188万人に達していたインバウンド数が87.1%減の421万人、海外旅行者数も2,008万人から317万人と84.2%減となっている(東2022)⁷。さらに国内旅行者数も宿泊・日帰りと合わせた日本人国内延べ旅

⁵ 寺坂晶子(2020):『オーバーツーリズム—観光に消費されないまちのつくり方—』学芸出版社, pp24-37

⁶ 井上貴裕(2021):「新型コロナ感染後の新たな社会を展望する—医療・病院経営の立場から—」山口幹幸・高見沢実編『Before/With コロナに生きる社会をみつめる』ロギカ書房, pp.47-48

⁷ 東徹(2022):「コロナ禍と日本の観光—課題と展望—」『総合観光研究』第20号, pp11-12

行者数は2億9,177万人と前年比50%減と大幅に減少しており、観光業界全体が苦境に立たされる事態に陥ったことがわかる（堀田2021）⁸。

そこで日本が壊滅的な打撃を受けた観光業への需要喚起のために導入した政策こそ、「Go To キャンペーン」であった。このキャンペーンは新型コロナウイルスの影響を受けた地域における需要喚起と地域の再活性化を目指すことを成果目標とし、旅行者・事業者の感染予防対策を中心に国民の健康や安全を第一としつつ日本国内の人の流れを創り出し、停滞している日本経済の再始動を図ることを目的に導入されたものである。2020（令和2）年7月22日より導入された本政策は、「Go To Travel」「Go To Eat」「Go To Event」「Go To 商店街」から成り、予算額は1兆6,794億円と過去の災害後に導入されたふっこう割と比較しても破格の予算があてられており⁹、そのうち「Go To Travel」に予算総額の約8割にあたる1兆3,500億円があてられていた。その「Go To Travel」は国内旅行を対象に代金の1/2相当分の宿泊割引・クーポン等を付与するもので、一人当たりの上限額は日帰り一人当たり1万円/日、宿泊一人当たり2万円/泊となっていた¹⁰。このキャンペーンの導入を巡っては、感染が収束していない中での導入ということもあり感染拡大の懸念が叫ばれていた時期であったことも重なり、時期尚早との声は根強く存在した。それでも日本がこの政策を導入したのは、日本の観光消費額を見るとその実情が見えてくる。観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、日本人海外旅行（国内分）や訪日外国人旅行者による消費額を含めた2019年の日本国内での観光消費額は27.9兆円とされているが、そのうち日本人国内旅行消費額は21兆9,312億円であった¹¹。すなわち、堀田（2021）¹²

⁸ 堀田祐三子（2021）：「コロナ禍の先に—新しい観光に向けて—」自治体研究社『住民と自治』pp6-7

⁹ 例えば熊本地震後に実施された「九州ふっこう割」では180億円、北海道胆振東部地震後に実施された「北海道ふっこう割」では83億円の予算があてられた。

¹⁰ 観光庁（2020a）：「令和2年度観光庁関係補正予算」（参照2023年1月5日）

¹¹ 観光庁（2020b）：「旅行・観光消費動向調査2019年年間値（確報）」（参照2023年1月5日）なお約27.9兆円の内訳は、日本人国内宿泊旅行17.2兆円（61.4%）、日本人国内日帰り旅行4.8兆円（17.1%）、日本人海外旅行国内分1.2兆円（4.3%）、そして訪日外国人旅行4.8兆円（17.2%）となっている。

¹² 前掲書、pp6-8

も指摘しているが、国の観光政策はインバウンド推進に注力し、地方自治体も人口減少に伴い地域経済の存続を観光に託して外国人観光客の誘客に力を入れてきたわけであるが、それでも日本の観光消費額の上では17.2%に過ぎず、そのほとんどが国内観光による消費なのである。先述した通り導入のタイミングの是非はあったものの、「Go To キャンペーン」の導入はそうした背景もあったためであり、まずは国内観光の需要を整備していくことが日本の観光の観光の活路として見いだされ、最優先課題として捉えられたのである。

ただし、この国内観光の整備にあたってはコロナ禍前の観光活用のあり方に戻すということでは十分とは言い難い。なぜならば、観光立国を掲げてこれまで日本は国の需要産業として観光を推進してきたわけだが、もちろんそれによって多くの恩恵を受けたことも事実である。しかし、その反面、例えばオーバーツーリズムの問題に代表されるような観光による負のインパクトが生じていたこともまた事実である。カー・清野(2019)が指摘しているが、これまで日本は何万人の観光客が来訪したというような観光客の「量(quantity)」に注目しがちで、観光誘客のための施策をいかに実施するかに焦点が当てられていたが、その結果としてもたらされたのがオーバーツーリズム等の弊害であって、現在はコロナ禍でこの問題が顕在化していないだけで根本的な解決には至っていないのだ。したがって現代に求められるのは観光の「質(quality)」をいかに高めるかであり、地域の実情に応じた適切な観光のあり方を考え、地域の多様な関係者を巻き込みながらバランスをとって観光を進めていくことが、「持続可能な観光(sustainable tourism)」の実現には必要不可欠である¹³。

自由な移動が制限されたこの数年のなかで、これまでの観光政策・産業はいかに諸刃であったのかを我々は目の当たりにした。特にそれは今回のコロ

なお、堀田はGo To Travelには苦境の観光産業を一時的に支援する側面を持っている一方、「観光を育てる」「観光をより良いものにする」という観点は含まれておらず、休止の判断や導入のタイミングの是非、高価格サービス提供者と利用者による恩恵が偏るなど多くの問題点を指摘している。

¹³ アレックス・カー・清野由美(2019):『観光亡国論』中央公論新社, pp167-177

ナ禍で経験したことでより顕在化し、観光の負の側面が浮き彫りになったといってもいいだろう。そこから鑑みても、コロナ禍の今こそが、まさに今後の観光のあり方を見直す重要な分岐点であるといっても過言ではない。そうした苦しい状況のなかでも、なんとか観光を維持するために新しい観光のあり方もでてきている。その1つが「マイクロツーリズム」である。このマイクロツーリズムとは何か、そしてその考え方から着想を得たコロナ禍の女子大生による新たな観光のあり方とは何かを次章では概観していきたい。

3. 女子大生が提案するコロナ禍の新たな観光

ウィズ・コロナに向けて、厳しく出口の見えない状況のなかでもこの苦境のなかで新たな観光のあり方を模索する動きもみられている。例えば観光地やリゾート地でテレワークを活用し、働きながら休暇をとる「ワーケーション」や、ICT技術を活用して実在する観光目的地へ仮想的に到達して観光経験を得る「バーチャルツーリズム」「オンラインツーリズム」、環境に配慮した「サイクルツーリズム」などがそれに当たる¹⁴。その新たな観光の1つとして登場したのが「マイクロツーリズム」である。マイクロツーリズムは星野リゾート代表星野佳路氏が提唱した概念であり、自宅からおよそ1時間から2時間圏内の地元や近隣への短距離観光のことである。三密を避けながら地元の方が近場で過ごす旅のスタイルで、安心、安全に過ごしながら地域資源の掘り起こし、地元地域のまだ知らなかった魅力を再発見、地域の人々との交流などに貢献することを目指した観光のあり方である¹⁵。ともするとこれまでの観光は遠方から来てもらうこと、遠方に出かけることばかりに目が行きがち傾向が少なからず見られたが、自分たちの身近なところにも魅力は数多く存在するからこそ、自由な移動ができない今、地域の人たちに

¹⁴ 鈴木克義（2021）：「With コロナ時代のツーリズム～マイクロ／バーチャルツーリズムの台頭と After コロナへの取り組み～」『常葉大学外国語学部紀要』第37号，pp23-33

¹⁵ 星野リゾート，“星野リゾートの「マイクロツーリズム」ご近所旅行のススメ”（参照2022年12月30日）

とって魅力のある滞在が何かを提供するための資源の掘り起こし、そして地域の魅力の磨き上げを行うことが、結果的には地域内外の交流を生み出すとともに、新たな魅力の創出につながるのである¹⁶。中井(2020)も指摘しているが、マイクロツーリズムをはじめこのコロナ禍で地元・近隣住民をターゲットにしたプラン等が打ち出されることは、「より強い観光業」を醸成していくために地元の協力が必要不可欠であり、観光が地域社会にとって「なくてはならないもの」になるために欠かせない視点とし、観光と地元住民の新たな関係性を築く糸口となる可能性を秘めているのである¹⁷。

観光は単に他所の土地に旅行に出かけることだけではなく、実際に地域とそこで生活を営む人たちとの触れ合いのなかで生まれる何かを感じ、認め合うことがその魅力である。そこで、マイクロツーリズムの考え方を土台とし、本稿では地域の魅力を女子大生目線で再発見・発信し、新たな観光、地域づくりのきっかけとなることを目指し、「ニューロカリズム(New-Local-Tourism)」と題したコロナ禍の観光のあり方を模索した。このニューロカリズムは地元や地元愛を指す「local」と、女子大生の独自目線をイメージした「ism」、福岡女学院大学人文学部現代文化学科に所属する筆者のゼミ生が普段大学で学ぶ観光「tourism」の3点を合わせた造語である¹⁸。この活動のコンセプトしているのは、情報に溢れスマホをはじめとする電子機器1つあれば現地に行かずともその地の情報がある程度得られる現代社会において、単に観光地の情報を伝えることを意図しているのではなく、「現地でしか体験できない何か」を実際に現地に赴くことで発見し、それを“自分たちの言

¹⁶ 星野リゾート、「星野リゾートが提案する「マイクロツーリズム」～地域の魅力を再発見し、安心安全な旅 With コロナ期の旅の提案～」(参照2022年12月30日)

なお、星野リゾートはマイクロツーリズムの特徴として、① With コロナ期の旅行ニーズ＝小さな旅行、②感染拡大防止と地域経済を両立する観光、③地域から学び「地域再発見」を提供、④地域文化の作り手とネットワークを強め、運営力を高める、4点挙げている。

¹⁷ 前掲書、pp181-182

¹⁸ 『社会学辞典』によれば、Localismとは地域主義、すなわち、自然環境と人間との係わりを重視するための生態学的性質を帯び、既存の地方公共団体や国家の枠に捉われず、自然破壊につながらないような政治的・文化的・軍事的諸研究、または新しい地域計画の策定を目指すものである。本稿では、女子大生が実際に訪れた地域の魅力を女子大生目線で再発見・発信するコロナ禍の新たな観光のあり方として捉えている。

葉で伝える”ことにある。そのため自分たちが現地の人たちとの触れ合いや、実際に現地のなかで見つけた新たな発見を様々な媒体で表現することを実践してきた。そこで次節ではこれまで2年間取り組んできたニューロカリズムの活動を紹介していきたい。

3-1 2020年度の取り組み

2020年度は筆者のゼミに所属する4年生17名、3年生19名が共同でこの活動に取り組んだ¹⁹。初年度となる取り組みでは、地域に長年根付き、Go Toキャンペーンにおいても、また福岡市も独自にその活性化に力を入れていた「商店街」を軸としたマイクロツーリズムモデルコースの策定を模索することとした。その対象としたのは近隣の観光施設も豊富で、商店街の賑わいのみならず認知度も高く利用者も多い福岡市早良区に所在する西新エリアの商店街を取り上げた²⁰。6チームに分かれ、それぞれのテーマ設定のもと、必ず西新エリアの商店街が旅前・旅中で軸となるコース設定を行い、店舗への取材交渉や実際の取材、写真撮影、デザインに至るまでその全てを学生が企画・立案し、それらをパンフレットにまとめた。

まず商店街の歴史や個々のスポットやコンテンツの整理、他地域で実施されてきた商店街活性化の事例等の比較研究とともに、コロナ禍の観光の現状等を分析し、今回のモデルコースづくりでポイントとすべき点を整理していった。それらを踏まえて各チームでテーマを設定し、「カップル」「自然+体験」「ファミリー」「レンタサイクル」「ドライブ」「女子旅」の6つが挙げられた。そのテーマをもとに、チームごとに分担して現地取材に赴き、取材内容それぞれオンライン上で共有してパンフレットのデザインに落とし込む作業を実施していった。作成したコースの内容は以下に示す通りである。

¹⁹ この年は新型コロナの影響もあり大学の授業は全て遠隔（オンライン）での実施のなかでの活動を余儀なくされた。

²⁰ 西新エリアには「オレンジ通り商店街」「西新中央商店街」「中西商店街」「高取商店街」「藤崎商店街」という5つの商店街が福岡市営地下鉄の西新駅から藤崎駅までの約1.5km東西に隣接している。

- ①カップルで楽しむ 西新商店街～食べ歩き編～
- ②芸術と文化と自然を五感で感じる 風の街、鳥の街、高取の体験型ツアー
- ③グルメとアクティビティを家族で満喫 歩いてめぐる福岡西エリア
- ④いっぱい食べても0 kcal? レンタサイクルと地下鉄パーク&ライド
- ⑤福岡の街と自然を味わう 大濠～糸島ドライブコース
- ⑥商店街を抜けて海辺を目指す インスタ映え女子旅プラン

完成したパンフレットは、取材を快諾頂いた店舗や施設、福岡市内の主要施設に配布し、設置をお願いした²¹。またこの活動はRKB毎日放送「発掘ゼミ!」をはじめ、各種のメディアで取り上げられた。



写真1 2020年発行『ニューロカリズム』パンフレット

3-2 2021年度の取り組み

2021年度は筆者のゼミに所属する4年生19名、3年生23名がこの取り組みだ。2年目となるこの年は、両学年ともテーマを「学び」とし、主にファミリー層をターゲットに旅を通じてそこでしか体験できない何かを感じてもらいた

²¹ なお福岡女学院大学 HP 内で作成したパンフレットは公開されている。
https://www.fukujo.ac.jp/university/burger_editor/burger_editor/dl/418__bmV3bG9jYWx0b3VyaXNt.pdf

めのモデルコースづくりに取り組んだ。それは地元の魅力を体感するなかで、単に「楽しみ」だけでなく何かそこに「新しい発見」があったということが、地域の観光資源の再発見につながるだけでなく、ひいてはその地の「ファン」造成に繋がるのではないかと考えたためである。また、初年度の活動においては、取材を通して自分たちが楽しいと感じたコンテンツをパンフレット内のデザインやテキストには反映してきたものの、ニューロカリズムの重要なコンセプトである「自分たち（女子大生）らしさ」という点においては、十分とは言えないところが存在した。そこでテレビドラマの宣伝や企業のブランドの立ち上げ、また行政の観光PRなど多岐にわたるデザインを手掛けるアートディレクターの監修を受け、より多くの人の「共感」を得るための発信の方法を学び²²、それらを踏まえて昨年同様パンフレットづくりに取り組むこととした。

4年生は本学が包括連携協定を結ぶ鳥栖市教育委員会の依頼を受け、



写真2 アートディレクターの指導を受ける学生
(2021年11月18日 筆者撮影)

²² 実際には、多様な雑誌から自身が気になるページにどのような工夫がされているかを言語化して共有したり、「自分の好きなモノ・コト」を通して人に語る方法や共通項を見つけていくレクチャーを受けた。

5チームに分かれ佐賀県鳥栖市を舞台に鳥栖及び福岡に在住のファミリー層をターゲットに鳥栖市を基軸とした近隣の市町村の観光資源を結びつけたマイクロツーリズムモデルコースの作成に取り組んだ。実際に鳥栖市を訪問して、教育委員会関係者から鳥栖市の紹介及び意見交換会を実施するとともに、関連史跡の見学などを実施し、実際に現地で学んだことを反映させながら各チームでテーマを設定し、テーマに沿ったコンテンツの選定を行って現地調査に赴き、昨年同様取材した内容をパンフレットに落とし込む作業に取り組んだ。4年ゼミの学生が立案したテーマは以下に示す通りである。



写真3 鳥栖市現地調査
(2021年7月19日 筆者撮影)

- ① Education & Culture ～親子で楽しめるドライブ旅 in 鳥栖～
- ② enjoy with “family” ～家族で楽しめるドライブコース～
- ③ Go! 健康×学びの旅
- ④ One day off tour 癒し×家族×フォトジェニック
- ⑤ 観光×健康 ～旅をきっかけに健康になる・意識できる旅～

一方、3年ゼミは6チームに分かれ、福岡在住のファミリー層をターゲットに福岡の「自然資源」の活用をテーマに、福岡各地のまだ知られていない魅力を伝えるマイクロツーリズムモデルコースの作成に取り組んだ。統一のテーマのもと取材エリアをそれぞれ選定し、「うきは市」「六本松」「筑豊」「宗像・福津」「博多・太宰府」「糸島」の6つのエリアのコンテンツを整理し、実際に現地調査に赴いて現地の方々へのインタビュー取材や、自ら現地での体験に触れるなど、まだ知らない福岡の魅力とともに観光の奥深さを実感しながらパンフレットづくりに必要な情報収集に努めてきた。3年ゼミの学生が立案したテーマは以下に示す通りである。

- ①うきはでママと癒しの女子旅
- ②ロップンマツに来た！！
- ③子どもから大人まで筑豊の魅力再発見ツアー
- ④宗像・福津でリフレッシュ旅
- ⑤パワースポットもアートもスイーツも 定番&新名所を巡る旅
- ⑥親子3世代女子旅 in ITOSHIMA

完成したパンフレットは、取材を快諾頂いた店舗や施設、福岡市内の主要施設に配布し、設置をお願いした²³。取材先では「完成度が高い」「喜んで設置させて頂きたい」などの好意的な意見が聞かれ、この活動に対して高く評価する感想が多数寄せられた。また活動に参加した学生からは、この活動を通して、「女子大生が自ら発信していくことで、自分達に近い年齢層の方はもちろん、子供からご年配の方まで幅広く観光の魅力を知ってもらい、そ

²³ なお福岡女学院大学 HP 内で作成したパンフレットは公開されている。

https://www.fukujo.ac.jp/university/burger_editor/burger_editor/dl/602_44CO44OLA40I44O844Ot44Kr44Oq44K644Og77yN5a2m44Gz44Gu5peF57eolGluIOmzpeaglu_8jeOAjw-D-.pdf

https://www.fukujo.ac.jp/university/burger_editor/burger_editor/dl/643_44CO44OL44O144O844Ot44Kr44Oq44K544KZ44Og77yN5a2m44Gy44KZ44Gu5peF57eolGluIOemj_Wyoe_8jeOAjw-D-.pdf

コロナ禍におけるマイクロツーリズムに関する研究
—女子大生の視点から— (池田)

の地に活気が溢れていく」という感想や、「そこでしか体験できない何かに重きを置いているので、地域の方々と深く触れ合うことができ、地域活性化にも役立つ」とこの活動の可能性を実感していた。



写真4 2021年発行『ニューロカリズム』パンフレット
4年 上段, 3年 下段

4. おわりに

本稿では、新型コロナによって変化した観光のあり方に言及しながら、コロナ禍の新たな観光の1つとして登場した「マイクロツーリズム」を土台に、女子大生による地域の資源を活かしたコロナ禍の新たな観光のあり方として提案した「ニューロカリズム」の取り組みがどのようなものであったのかを報告してきた。このコロナ禍を経て浮き彫りになったのは、新井（2022）も指摘しているが、従来の観光振興からの転換の必要性であり、量的な拡大を図る観光振興策は現実的ではなく、持続可能でない点である²⁴。そこで森尾・元嶋（2021）は、新型コロナの感染拡大以降、「関係人口」と呼ばれる地域への理解を示す訪問者に注目が集まっていく傾向を指摘している²⁵。関係人口とは、移住した「定住人口」でもなく、観光にきた「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指し、田中（2021）は「交流人口と定住人口の間であり、定住人口と交流人口のどちらにも当てはまらない地域に関わってくれる人口」と定義している²⁶。すなわち、関係人口は当該地域の愛着や情熱、何かしらの想いというような関係を持つ、いわゆる「ファン」のような存在であると考えられる。これからの観光は単に観光客を増やすのではなく、いかにこのような「地域のファン」を増やしていくことができるかが重要である。このファンの醸成の1つのあり方として、「現地でしか体験できない何か」を実際に現地に赴くことで発見し、それを“自分たちの言葉で伝える”ことを企図する「ニューロカリズム」は可能性を秘めていると思われる。そのためには、「女子大生らしさ」とは何かの検証が必要であり、それらの情報に対していかに「共感」を引き出し続けるかについて検討していくことが求められてくるが、この点は今後の課題としたい。

²⁴ 新井直樹（2022）：「アフターコロナの持続可能な観光振興策—コロナ収束後の持続可能な地域観光振興策のあり方を中心に—」『研究季報』第33巻（1），pp66-71

²⁵ 森尾真之・元嶋菜美香（2021）：「観光満足度調査から考える持続的な観光地経営指標について—2019年度平戸観光協会満足度調査—」『長崎国際大学論叢』第21巻，pp95-97

²⁶ 田中輝美（2021）：「関係人口の社会学—人口減少時代の地域再生—」大阪大学出版会，pp73

コロナ禍におけるマイクロツーリズムに関する研究
—女子大生の視点から— (池田)

参考文献

- 東徹 (2022) : 「コロナ禍と日本の観光～課題と展望～」『総合観光研究』第20号
- 新井直樹 (2022) : 「アフターコロナの持続可能な観光振興策—コロナ収束後の持続可能な地域観光振興策のあり方を中心に—」『研究季報』第33巻 (1)
- アレックス・カー・清野由美 (2019) : 『観光亡国論』中央公論新社
- 井上貴裕 (2021) : 「新型コロナウイルス感染後の新たな社会を展望する—医療・病院経営の立場から—」山口幹幸・高見沢実編『Before/With コロナに生きる社会をみつめる』ロギカ書房, pp.47-48
- 観光庁 (2020a) : 「令和2年度観光庁関係補正予算」観光庁 (参照2023年1月5日)
<https://www.mlit.go.jp/common/001339606.pdf>
- 観光庁 (2020b) : 「旅行・観光消費動向調査2019年年間値 (確報)」(参照2023年1月5日)
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001342441.pdf>
- 鈴木克義 (2021) : 「With コロナ時代のツーリズム～マイクロ／バーチャルツーリズムの台頭と After コロナへの取り組み～」『常葉大学外国語学部紀要』第37号, pp.23-33
- 田中輝美 (2021) : 「関係人口の社会学—人口減少時代の地域再生—」大阪大学出版会, pp.73
- 寺坂晶子 (2020) : 『オーバーツーリズム—観光に消費されないまちのつくり方—』学芸出版社, pp.24-37
- 中井治郎 (2020) : 『観光は減びない—99.9%減からの復活が京都からはじまる』星海社
- 星野リゾート, “星野リゾートの「マイクロツーリズム」ご近所旅行のススメ” (参照2022年12月30日)
<https://www.hoshinoresorts.com/sp/microtourism/>,
- 星野リゾート, “星野リゾートが提案する「マイクロツーリズム」～地域の魅力を再発見し、安心安全な旅 With コロナ期の旅の提案～” (参照2022年12月30日)
<https://www.hoshinoresorts.com/information/release/2020/05/90190.html>
- 堀田祐三子 (2021) : 「コロナ禍の先に—新しい観光に向けて—」自治体研究社『住民と自治』
- 見田宗介・栗原彬・田中義久 (1994) : 『社会学辞典』弘文堂, pp.599
- 森尾真之・元嶋菜美香 (2021) : 「観光満足度調査から考える持続的な観光地経営指標について—2019年度平戸観光協会満足度調査—」『長崎国際大学論叢』第21巻, pp.95-97
- UNWTO (2020a) : 「全世界で旅行制限が実施され、停止状態が継続する世界の観光」2020年5月11日 (参照2023年1月5日)
<https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2020/05/46dd2013dcb46eefc613541b4c40bf2.pdf>
- UNWTO (2020b) : 「2020年前半期の国際観光客到着数は65%減」2020年9月15日 (参照

2023年1月5日)

https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2020/10/20201015_final.pdf