特集
危機に負けない地域の条件
Part 3

感染リスクを踏まえた新たな時代への対策事例

調査により明らかになった、コロナ禍でのカスタマーの旅行への意識。春休みに続きGWと、本来であれば多くの観光客を迎え入れていたはずの地域では、この間、どのような取り組みを行っていったのか。新型コロナウイルスに限らず、自然災害とは無縁になれない日本。これまでの教訓からも、今回の経験からも学ぶことは大きい。3密回避の先にある、その対策を共有していこう。

熊本県観光協会連絡会議

の取り組み

阿蘇広域観光連盟、天草宝島観光協会、宇城市観光物産協会、人吉温泉観光協会、平山温泉観光協会

□「第2回 新型コロナウイルス感染症収束後の旅行・観光に関する意識調査」

（全国版・一般消費者向け）実施

調査日／2020年5月31日～6月2日
有効回答数／3041件
調査報告書には東海大学観光ビジネス学科　小林寛子教授（エコツーリズム研究室）による考察付き

□オンライン勉強会の開催

実施した調査結果や、コロナの陰に隠れて見落とされがちな基本情報なども共有。観光協会などの中間支援組織向け4回、事業者向け1回。

白馬姫川温泉 白馬ハイランドホテル（長野県）

の取り組み

□動画「2020年春 ハイランドからあなたへ」を5月10日YouTubeで配信

翌11日にはHPのブログにもアップ。「古くて小さなホテルなので設備以外のところで返せることを大切にしている」とのことで、ピアノやギター演奏や動画編集も全てスタッフが担当し、アットホーム感あふれる内容になっている。

先が見えない状況の中での次に繋がる数々の動き

休業によりできた時間はどのように活用されていたか。一部地域の災害ではなく、世界的規模で、近年経験したことがない状況に置かれることになったコロナ禍。事業者にとって気になるのは、コロナ後の消費者の動向だろう。これに応える形で早い段階での意識調査を実施した団体がある。熊本県内の観光協会有志で作る熊本県観光協会連絡会議では、5月末～6月初めにかけて行った全国の消費者に対しての調査を6月上旬にはリリース。観光ビジネスを専門とする大学教授の考察も入れ、事業者が今後の対策を考える上でのひとつの指針を、スピード感を持って提供した。さらに県内の中間支援組織向けのオンライン勉強会を実施。

熊本地震では、同じ県内でも横の繋がりがほとんどなかったことが反省点としてあり、勉強会を通じて色々な人々の集合知を増やし、未曾有の事態に県全体で良くなっていく動きが必要と感じてのことという。勉強会といっても今さら聞けないと思われる課題から、映える写真の撮り方まで、この機にオンラインに慣れながらアップデートできる満足度の高い機会を提供できたようだ。

〝繋がり〟という点では、施設単位でも、顧客との距離感を保つために個々の取り組みが成された。長野県の白馬ハイランドホテルでは、スタッフによる手作り動画を制作し、5月上旬にYouTubeで配信。多くの観光客が見られなかった今年の春の

共立メンテナンス ドーミーイン

の取り組み

□朝食テイクアウトメニューの開発とオンラインショップDOMINISTOREでの発信

5月20日からドーミーイン神田Premiumでスタート。和食と洋食をバランスよく詰め、保温容器に入れたご飯とお味噌汁に、ドーミーインこだわりのご当地メニューをセット。写真の神田Premiumのご当地メニューは「揚げたて茹でたて天ぷらそば」。手間がかかるため一部店舗で1日限定5食。神田店は7月末で終了。

那智勝浦観光機構（和歌山県）

の取り組み

□オンライン生まぐろツアーの開催

第1回は6月13日（土）、第2回は7月5日（日）に実施。定員は各回30名（2回とも20名募集を途中で30名に増席し、完売）。いずれも夕方から開催し、夕食時に終了するという行き届いた設定。

□ツアー参加者によるFacebookでのコミュニティを作り、那智勝浦の様々な情報を発信

白馬の風景やスタッフの元気な様子を収め、安心感とともに、収束後には訪れたいという気持ちを抱かせる作りになっている。また、この安心感という点では各施設が3密回避の方針をしっかりと打ち出していたが、一歩踏み込んで食事提供方法へのこだわりを発信した施設もある。全国85店舗を展開する共立メンテナンスのホテル、ドーミーインでは朝食の提供方法をバイキング形式から変更。さらに部屋で食べたいという要望に応え、一部の店舗でテイクアウトメニューを用意。多品種を詰め合わせるだけに留まらない、適温にこだわったテイクアウトのメニューを模索しながら開発する様子を自社サイトで伝えた。休業やサービス内容の縮小など、否応なく足並みが揃う形になったコロナ禍であるが、情報発信の内容で施設の持つ個性や温度の伝わり方は異なってくるものだ。

動けない人々の心を動かすオンラインの新たな試みも

外出も自粛される中でECの利用が急増。動けない状況の中で、オンライン観光やオンライン宿泊体験も登場した。継続的な運営という面では課題も残るが、自宅にいながらできる旅気分の体験は、コロナ後の消費者行動にも少なからず影響を及ぼすのではないか。そうした中で、よりリアルな感動を体験出来るオンライン観光が話題を呼んだ。

生まぐろの水揚げ量日本一を誇る勝浦漁港の地元、那智勝浦観光機構による「オンライン生まぐろツアー」は、ツアー前日に参加者の自宅へ生まぐろのブロックと旅のしおり等が送られてくる。当日はテーブルにパソコン、その前にまな板や包丁などをセットして、ツアーの開始を待つ。生まぐろの基本的な知識、味わうための特産の醤油や塩などについて楽しく学んだ後に、プロにおいしい生まぐろの切り方を伝授してもらうという趣向だ。離れていても感じる那智勝浦やツアー参加者たちとの空気感。購入した特産品を自宅で食べるだけでは味わえない、凝った仕掛けのツアーになった。

ただ、目的はこのツアーでの収益ではなく、アフターコロナでの来町促進。災害などの非常時は様子を見がちになり、派手な動きは控える傾向になる。非常時に思いつくことは、遅かれ早かれ他の事業者や自治体もやがては思いつくこと。いい物を発信するのであれば誤解を恐れず「一番に始める」ことが大切との姿勢で、数々のメディアに紹介され、7月には2回目を開催することになった。

訪れる人がいないことで動かない商品が出てくる。それをただ売るだけではなくストーリーを付ければモノに価値がプラスされる。そしてストーリーに共感すれば、モノが消費されたあとでもファンとなり地域との繋がりができる。非常時であっても一貫したコンセプトでブレずに臨んだが故の成功事例と言えるだろう。

感染リスクを踏まえた
新たな時代への対策事例

困った時には助け合い

地域の中で人材をシェア 連携プレーが生み出すものとは

同じエリアにいても、意外と少ない他業種とのつながり。コロナ禍という特殊な状況の中で、人材をシェアするということから始まった関係が、地域の新しい動きを生み出している。感染の収束が前提となるが、戦略に繋がる事例を紹介していこう。

休業中の旅館従業員が人手不足の観光農園でさくらんぼを収穫

DMC天童温泉（山形県）

地域の人気コンテンツを従業員が体験するきっかけに

天童市は山形県有数のさくらんぼの産地。県内最大級の観光農園である王将果樹園では、新型コロナウイルス感染拡大防止のために例年5月下旬から始まるさくらんぼ狩りを今年はすべて中止とした。時期が来れば収穫をする必要があるが、元々は観光客向けのため生産量も多く人手が足りない。相談を受けたDMC天童温泉では、休業中の地元の旅館に話を持ちかけた。長い自宅待機という時間の中で、仕事感の鈍りやストレス解消にもなる上に、副業として収入にもなる。連携は順調に進み、収穫は終了。しかしただの人材シェアに終わらない副産物も生まれた。「さくらんぼ狩りは地域の人気コンテンツですが、旅館も繁忙期なので実際に体験したことがない従業員も多い。宿の夕食時にお客様から質問され、こちらに問い合わせが入ることが度々ありました」（DMC天童温泉旅行事業課リーダー　鈴木誠人さん。以下同）。思わぬ休業によりさくらんぼ狩りを体験。その知識を本業に活かせる副業となった。

中止となったさくらんぼ狩りを自宅で感じられるEC商品

収穫したさくらんぼは王将果樹園ほか、DMC天童温泉のサイトでも販売。ここで独自の仕掛けを取り入れることでDMCらしい商品に仕立てた。さくらんぼとともに同封するお礼状の中の二次元コードを読み込むと、流れるのは今年の初夏の収穫風景。叶わなかったさくらんぼ狩りを、気分だけでも堪能しながら食べて欲しいとの趣向だ。さらに天童温泉で使える割引券も同封。「まったく同じものを販売するのなら直販で購入した方がいい。この商品には、DMCとして天童温泉へ来て欲しいという気持ちを込めています。サイトからは、こういう取り組みに共感して下さる方も購入されていると思います」。ただこの支援だけではまだ局地的。旅館が稼働しなければ料理の提供がなく、地元農作物の消費量は落ち込んでしまう。そこで天童の農業を支えながら温泉に人を呼ぶという、広い面での仕掛けも打ち出した。

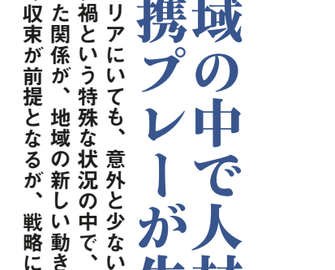
DMC天童温泉
の取り組み

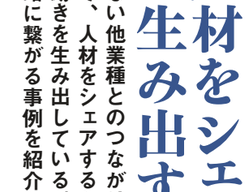
- □さくらんぼ収穫の人材シェア（王将果樹園×天童温泉）の連携とDMC商品としてのEC販売
- □「天童温泉泊まって農援キャンペーン」販売
- □着地型商品の大量造成

さくらんぼがきっかけとなった連携。「秋口には本業の旅館が忙しくなってもらわないと困りますが、空き時間に収穫を手伝うなど、フレキシブルな働き方もこれからできそうです」

農業を応援し、着地型商品を増発。宿泊客を呼び込む数々の動きへ

7月からスタートした「天童温泉泊まって農援キャンペーン」は天童市、JAてんどう、天童温泉が一体となって進めている、宿泊で農業を応援してもらう企画。天童温泉に宿泊すれば1人に付き5000円相当の好きな農作物が付いてくる。選んだ品物は旬の時期に自宅に届けられるというものだ（プランは先着10





00名に11月末まで販売）。「そうは言ってもやがては応援疲れも出てくると思うので、8月末からは半年間で計100本を目標に着地型ツアーを実施します」。これまでも山形ならではのツアーは行ってきている。「でもぽつりぽつりと出してもインパクトはない。コロナ禍においてはライバルは全国。どこまで山形県に集客できるか。山形だからこその体験やツアーをたくさん用意して勝負します」。

地元のプロスポーツチームが無料で届けてくれる「源泉デリバリー」

栃木県旅館ホテル若旦那の会×栃木県内7つのプロスポーツチーム

スポーツの持つ力で、元気も一緒に届ける企画に

栃木県旅館ホテル若旦那の会で、県内のプロスポーツチームと連携し、何かの形で貢献できないかという話が出たのが2月中旬。国内の新型コロナウイルス感染者数は日を追うごとに増加しつつあったが、早期終息を狙っての学校休校要請などはまだこれからという時期だ。「東日本大震災の時の様子から、アートやスポーツの力が復興ののろしになるものだという意識がみんなの中にありました」（山水閣社長　片岡孝夫さん。以下同）。実は栃木県内にプロスポーツチームが7つもあることを、片岡さんはこの時に知ったという。

若旦那の会単独でも3月19日から県内22の施設で、500円で日帰り入浴ができる企画を実施。「不安の中で過ごしているので温泉で心も体もあったまってほしい」との思いから始まり好評を得たが、緊急事態宣言により休止となる。再開の目途が立たない状況の中であったが、貢献したいというこの思いを活かすべく、考えついたのが「源泉デリバリー」。「地元も中央のメディアも連日、元気のないニュースが多かったので、プロスポーツチームが元気も届ける企画にしました」。玄関先に湧いているため対応しやすい湯守田中屋の源泉を、那須ブラーゼンが配達するところからスタート。他のチームにも声がけをし、5月21日からは県全体に広げていった。

予約受付もボリタンク購入もチームが負担し、配送

ところで源泉は温泉施設を営業していればデリバリーをできるものではない。新たに許可が必要なため、保健所へは協賛する各宿が自費で申請。またデリバリーに使うポリタンクはチームがこれも自費で購入。1家庭に運ぶのは140～200リットル。50度前後を保てるように保温シートをかけ、時間も考えて配達を行った。そしてこの予約を受け付けるのもチームが担当。「選手たちにとっては、レースや試合がない中でモチベーションを担保でき、何より自分たちの元気な顔を見てもらいながら、日頃活動している地域に恩返しをできたことが良かったですね」。※リーグは開幕しているが、まだまだ満席にできる状況ではない。この後も形を変えての連携を考えていくとのこと。「今回のデリバリーを通して、ファンがプロチームを誇らしく思ってくれるといいと思っています」。

選手がこの期間、人との接触を減らす規約になっているチームからはフロント等も参加しての活動となった

栃木県内プロスポーツチームによる源泉デリバリー概要

配達／各チームの選手及びスタッフが各チームの車で配達。汲上～配達のオペレーションは各チームで検討
対象／栃木県民
応募方法／各チームで電話、メール、HP等で受付
期間／5月21日～31日までの期間中で、各チームが任意で日程・日数を決定して行う
料金／無料
備考／ポリタンクは20Lのものを使用
感染防止／徹底した感染防止策
□マスク着用の徹底 □手袋の着用 □タンクの除菌 □受け渡し時のソーシャルディスタンス
温泉／デリバリーする温泉は那須温泉、板室温泉、塩原温泉、鬼怒川温泉

ポリタンクは玄関で渡し、各家庭で浴槽に入れる。選手たちが空き容器を持ち帰るなど、ルールを厳密に設定した上で運営。「届いた方からお手紙をいただいたり、SNSで喜びを拡散して下さった方もいました」

※2020年7月時点

感染リスクを
踏まえた
新たな時代への
対策事例

ウィズコロナで
活用が
広がるか？

キャッシュレス化とワーケーションの今後

飲食店のテイクアウトに代表されるように、コロナ禍では日常生活やサービスの中で、事業者と利用者の双方にとってメリットのあるニュースタンダードが登場し、定着しつつある。お互いが現金に触れることなく会計できる「キャッシュレス」や新しい宿泊スタイル「ワーケーション」はどうか。観光と掛けあわせて新たなニーズを生み出す動きとなるだろうか。

スマホ決済の電子地域通貨「さるぼぼコイン」を観光へ応用
飛騨・高山観光コンベンション協会（岐阜県）

キャッシュレスが浸透しにくい地域で普及中の、キャッシュレス決済

消費税増税による5％のポイント還元をきっかけに、広く浸透した感のあるスマートフォンによるキャッシュレス決済。そのシステムを地域通貨としていち早く導入したのが岐阜県の飛騨信用組合開発による高山市・飛騨市・白川村限定の「さるぼぼコイン」。2017年にスタート。地域内で広く普及し、キャッシュレスが浸透しづらいと言われる地方エリアながら加盟店は約1300軒、ユーザーは約1万3000人（2020年6月時点）。キャッシュレス対応＝さるぼぼコインだけという加盟店もあるようだが、一般的な店舗やタクシーのみならず、農家の無人販売や朝市の支払いにも対応。累計流通額は20億円を超えるまでになっている。事業者側にとっては二次元コードを設置するのみで初期費用がゼロ。導入しやすかったことが地域に馴染んだ大きな理由だろう。4月下旬から5月上旬にかけては、コロナ対策のためのテイクアウトとデリバリー利用で10％のポイント還元キャンペーンを実施。これまではテイクアウトや出前はあまり活発でなかったエリアだが、おおいに盛り上がりを見せたという。元々は地域のお金を地域内で循環させるために生まれたさるぼぼコインなだけに、ユーザー間で送金できるなど便利な面も多いが、観光客にとってはチャージ方法や有効期限など、使い始めるきっかけがつかみにくいのも事実。しかしウィズコロナ対策の観光消費拡大キャンペーン「飛騨高山＆奥飛騨スマホでお得旅」をきっかけに、観光へも活用することになった。

お店に置いてある二次元コードを読み取り、金額をお店の人に確認してもらい決済。あどけない子どもの声による「あんと！」（飛騨弁で、ありがとう）という決済音がかわいい

さるぼぼコインとは

- ○飛騨信用組合が開発した、岐阜県高山市・飛騨市・白川村限定の、スマホアプリを利用した電子地域通貨
- ○加盟店は高山市・飛騨市・白川村に本社を置く事業者のみ
- ○チャージ方法は専用のチャージ機、飛騨信用組合の各窓口、全国のセブン銀行ATM、預金口座の4種類
- ○チャージ時に金額の1％のさるぼぼポイントを付与（セブン銀行ATMを除く）
- ○利用限度額（チャージ上限額）は飛騨信用組合の口座と紐付けされている場合は200万円、それ以外は10万円
- ○さるぼぼコイン、さるぼぼポイントの有効期限はそれぞれ、最終利用日および付与から1年後の月末
- ○ユーザー間での送金が可能（所定の条件あり）

地域限定通貨を観光客にも使いやすく

「『Go To Travelキャンペーン』はほぼ全国一斉に行われるので、エリアとしてのアイデアを出さないと埋もれてしまい、競争に勝つことができない。地域を活性化させ、かつ、観光用にキャンペーンを行った際も精算業務が繁雑にならない仕組みを作るために、さるぼぼコインを活用することを考えたのです」（飛騨・高山観光コンベンション協会会長　堀泰則さん。以下同）。「飛騨高山＆奥飛騨スマホでお得旅」第1弾は岐阜県民限定で7月1日～9月30日まで、第2弾は全国民向けでGo To Travelキャンペーンに合わせて開始（12月20日まで）。宿泊金額に応じて最大8000円分のポイントをさるぼぼコインでプレゼントする企画だ。対象の宿泊プランをじゃらんnetで予約すると、チェックイン時に名刺大のカードを渡される。そこにはさるぼぼコインのアプリと、キャンペーンでプレゼントされるさるぼぼポイントの2種類の二次元コード。その場でアプリをダウンロードし、ポイントの獲得もできるため、観光客にとっては使い始めるいいきっかけとなる。そしてポイントが使えるのは宿泊代金以外のため、宿泊をきっかけに地域を潤す流れとなっている。「このカードにより、1本で支払いと資金還流ができます。またキャンペーンごとに絵柄を変えればいいので事業者にもわかりやすく、費用も印刷費だけといたってシンプルで運用がしやすい。BIGデータも取ることができるので、今後の施策を考える上で大変役立つ仕組みとなりました」。

地域限定の通貨はまだまだ珍しい存在。しかしキャッシュレスが浸透しづらい地方エリアでも普及し、観光への応用が始まっている。キャッシュレスの利点が再確認された今、地域を活性化させる1つの手段として、注目していきたい。

「飛騨高山＆奥飛騨スマホでお得旅」で配られるカード。この裏側に2種類の二次元コードが印刷されている

東京から好アクセスの人気温泉地でワーケーションを県として推進する動きも
「箱根リゾートワークプロジェクト」（神奈川県）

テレワークを活用し、リゾート地などで余暇を楽しみながら仕事を行う新しい働き方として、ここ数年注目されてきている「ワーケーション」。コロナ禍の現在は都心部のホテルでも様々なプランを取り揃えるなど、在宅以外での快適なリモートワーク空間が、まさに場所を問わずに増加中だ。

そのような中で神奈川県では、箱根DMOと連携し、ワーケーションの取り組みを後押しする「箱根リゾートワークプロジェクト」を推進。県の観光ウェブサイトの特設ページでのワーケーションに取り組む施設特集に続き、9月からは「じゃらんnet」でも大々的に展開していくこととなった。「新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、人気観光地である箱根もこれまでとは違う過ごし方を提案する必要が出てきました。箱根は都心からのアクセスもよく、四季折々の自然に加えてリゾートとしての要素も揃っており、ワーケーションに適した環境。ウィズコロナ時代の新しい働き方に対応した、ワーケーションに取り組む宿泊施設を県として後押ししていきます」（神奈川県国際観光課長　三浦昌弘さん）。取り組みの概要は以下の通り。

○対象期間は9月1日宿泊分～2021年3月15日宿泊分まで。

○じゃらんnetが箱根リゾートワークの特集ページを作り、宿泊施設にテレワーク対応のプラン造成を依頼。

○利用者、宿泊施設、法人企業にアンケートを取り、現場の声を聞きながら今後の政策に反映。

原則テレワークという会社も出てきているが、ワーケーション推進には企業の理解が不可欠。箱根の持つ温泉リゾートの特性を活かし、通常の旅行よりもゆっくり滞在して仕事に取り組めるよう、周知を図りながら進めていくことになるという。