Shin-Nichijo: The Paradigm Shift of Post-Pandemic Strategy for Tourism （1）-Can DMOs change regional areas with Tourism Marketing?- （3）

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2021-03-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: OTOMO, Nobuhide メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24517/00061466

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.

ポスト・パンデミックを生き抜く！ シン日常の観光戦略（逆張りから深堀りへ）(1) ―― 観光マーケティングは地域に何を与えるか？(3) ――

Shin-Nichijo: The Paradigm Shift of Post-Pandemic Strategy for Tourism (1)
-Can DMOs change regional areas with Tourism Marketing?- (3)

大 友 信 秀

5. 非日常からシン日常へ

(1) パンデミックによる社会変化

①移動・行動制限

新型コロナ・ウイルスのパンデミック（以下、現パンデミックという。）により、全世界で、感染防止のためのロックダウンを含む人の移動制限・行動制限が行われた。我が国も、緊急事態宣言により、県をまたぐ移動の自粛要請、屋外施設を含むイベント開催に関する人数制限、カラオケやスポーツジム、接待を伴う飲食店の自粛要請がなされた。

これにより、街中から人混みが消え、スーパーやドラッグストアへの日用品の買い出しに行く以外には外にできるだけ出ないという状況が一時日常化した。

②事業・産業への影響

移動制限・行動制限により、観光や娯楽のための外出が自粛されるようになり、宿泊事業者、飲食事業者、そして、それらに商品を納品していたB to B事業者が営業できなくなるという影響を受けた。

③経済状況

現パンデミックによる経済への影響の特徴は、人の移動は止まったが、物とカネの動きは人の移動が関わらない限り影響を受けなかったことにある。

各国政府及び中央銀行は、経済への影響をできるだけ大きくしないため、カネを動かすことを決断し、各種補助金と、金融緩和政策の継続により、経済を下支えした。

このため、企業によっては、上場来の最高値を更新するというような状態も出現し[1]、経済に対するダメージがないかのような市場状況（少なくとも金融市場においては）を作り出した。

(2) 激変した社会への対応

①過去の経験から学べるのか

パンデミック（世界規模の感染症の拡大）は、これまでも人類史に大きな影響を与え、それ以前の世界を大きく変える働きをしてきた。

人が移動することで、感染症を拡大させるという事態は、コロンブスが天然痘をアメリカ大陸に持ち込んで以来、何度も繰り返されてきた。

たとえば、現在のパンデミックに最も近い時期に日本が経験したパンデミックであるスペイン風邪（新型インフルエンザ）の場合、現在と同じように、3回にわたる流行が起こり、人の密集を避けることや、ワクチン、うがい、マスクによる感染予防が必要なことが認識され、また、社会にもこれらの知識が浸透したことがわかる[2]。

これらの経験からは、伝染病の感染が落ち着くには、ワクチンが開発されるか、社会全体が集団免疫を獲得するか、それらと同時に生じることもある、

1　たとえば、東京ディズニーランドを運営するオリエンタルランドは、令和2年11月10日、ほぼ1年前に記録した株式分割を考慮した上場来高値を更新した。

2　当時の対応については、内務省衛生局がまとめた『流行性感冒』（大正10年）が詳しい。同書は、平成20年に平凡社によって翻刻されている。

ウィルスの弱毒化を待つしかないということになる。それまでは、できるだけ感染を広げないよう対策をとるしか、できることはない。

②元に戻るのか？

新型コロナウイルス感染症の拡大を予測した研究は、2022年まで、長期または断続的な社会的距離政策が必要になる可能性を指摘している[3]。あと１年以上、現在のように、他者との距離や人の密集度を気にしながら生活をしていった後、ワクチンの使用や集団免疫の獲得により、パンデミックのおそれがなくなったとしても、人々の行動がすぐにパンデミック以前に戻ることは考えにくい。

③ポスト・パンデミックへの対応

したがって、今後しばらくは、人の移動・行動が制限される可能性が残り、事業経営の観点からは、この状態にいち早く対応することが求められる。

この点で、県外への移動が制限され、これまでの観光需要が消滅したタイミングで、いち早く、マイクロツーリズムを提唱し、対応力を示した星野リゾーツの星野代表の見識には目を見張るものがある。しかし、マイクロツーリズムは、行動範囲が縮小した日常に対応する非日常を提案することには成功したが、現在の縮小した日常が続く限り、パンデミック以前の規模に戻すことはできず、そのままでは持久戦であることに変わりはない。

(3)「日常」というものの変化

①ニューノーマル（新常態）とは何か？

大きな景気後退の後に採用され、それ以後継続しているゼロ金利政策のよ

3　国立研究開発法人科学技術振興機構研究開発戦略センター「新型コロナウイルス感染症に関する世界の注目すべき研究開発動向」（7月30日 第3版：https://www.jst.go.jp/crds/covid-19/pdf/crds20200915-1.pdf）11頁参照。

うに、それ以前とは大きく異なる金融政策が常態化することを示す金融用語として、リーマンショック時から使用されるようになったのが、ニューノーマルという言葉であり、我が国では、新常態と訳されたりする。現在では、現パンデミックによる消費者の行動変化を想定・予想する場合に使用されるように、一般用語としても使用されるようになった。

ただし、現パンデミックにより変化した社会に使用されるニューノーマルが何かということについては、その言葉が直接答えを示すわけではなく、個々に、変化した状態を特定する必要が生じる。

②日常が一定しない

ニューノーマルというのは、それまでのノーマル＝日常が変わったことを意味するが、感染状況により行動制限のレベルが変わるため、パンデミック禍では、その変わった日常が一定しておらず、常に変化することになる。そして、このような行動制限は、自身では決められないものであり、行動の自由（行動範囲の確保）という点から日常を定めようとしても、これは不可能ということになる。

③日常と非日常の関係の変化

観光は、逆張りが神髄である。ふだん田舎に住む人にとっては都会が観光地になり、ふだん都会に住んでいる人にとっては田舎が観光地になる。ふだん寒いところに住んでいる人にとっては暑いところが、暑いところに住んでいる人にとっては寒いところが観光地になる。どんな条件も、それと真逆にある対象を特定（発見）すれば、顧客にすることができる。

しかし、現状では、移動の自由により、観光客となりうる対象を特定しても、その対象に現地まで来てもらうことを実現できない可能性が高くなった。そのため、観光客となり得る対象をこれまでよりも広げる必要が生じ、完全に真逆にある対象ではない場合でも取り込む必要が大きくなった。

外部から観察できる環境が真逆でなくとも、好奇心や関心として内部にある部分に真逆の要素があれば、対象になり得る。そのためにも、単なる逆張りの発想ではなく、観光地（観光商品）を深堀りして（あるいは、深堀りさせるしかけをほどこして）、対象の関心を引き出すことが求められる。

(4) 非日常による予想の限界

①構造変化した「日常」と「非日常」

日常が一定しないことと、行動制限のため日常の対局である非日常を提供できるとは限らない現状では、単なる外見的な逆張りに留まらない深堀りを実現するための、新しい仕掛け、ないしは考え方が必要になる。

②超「日常」の理解・把握

観光需要が縮小した市場で、競合を出し抜くための逆張りではなく、業界の構造を全体で変えるためのアイディアの共有が必要とされる。このための新しい「思考の枠組み」の創出が求められる。この新しい「日常」に対置する概念である超「日常」を示す枠組みとして「シン日常」を以下に提案する。

(5) ポスト・パンデミックを生き抜くシン日常の観光戦略

①シン日常の意味

非日常を超える日常の対置概念を導き出すために、新常態になっていることを示す「新＝シン」、深堀りをすることを示す「深＝シン」を中心にシンという言葉で具体的イメージを掴む方法を「シン日常」と名付ける。

②シン日常から見える非「日常」を超えた先（10種のシンの活用）[4]

1）新「日常」

新という漢字は、「斤」（おの）を意味する部分と「亲」という木を刃物で切り倒すことを意味する部分で構成されており、木を切り倒すことを強調し、それが転じて、木の切り株の生々しい様を意味する、新しいという意味になった。

シン日常のアプローチとしては、観光客に対して、これまでにない全く新しいものであるという点も含む鮮度の高いものを示すことができるかという点から地域資源を観察することになる。

2）深「日常」

深という漢字は、「水」と「罙」の部分から構成される。「罙」は、「探」の原字で、「穴」+「又」+「火」から成っており、穴に火を入れて探すような、深い位置のことを意味する。

シン日常のアプローチとしては、簡単には気づけない、一段深い考察を必要とする情報や見方を提案できる地域資源の活用法を探すことになる。

3）心・芯「日常」

心も芯もどちらも中央の部分を意味する。ものの根本、本性、本心等を意味することから、シン日常のアプローチとして、地域資源を地域資源たらしめている本質的価値を探求・把握することにつながる。

4）信・真「日常」

信や真は、まこと、口から出る、ありのままというような意味を有する。シン日常のアプローチとして、観光客に本物を飾ることなく、ありのまま伝

4　漢字の成り立ち、意味については、小川環樹ほか編『角川新字源改訂新版』（2017、角川書店）参照。

えるということの重要性に注意することに活かすことができる。

5）伸「日常」

伸は、「人」と「申」で構成される。「申」は、稲妻が伸びる様を表している。地域での体験や地域資源の利用がそれだけで終わらず、それ以外の様々な経験に波及するかどうか、という点からアプローチすることが可能になる。

6）清「日常」

清は、水と、青で構成される。水が澄んでいる状態を示し、そのことから清いという意味を示す。パンデミックにより、感染防止に気を遣う観光客に対して、清潔さを物質的にも精神的にも与えられるかどうか、という点から観光地を観察することが可能になる。

7）親「日常」

親は、見と「亲」という木を刃物で切り倒すことを意味する部分で構成されており、木を刃物で切り倒す場面を見るほどに近いことを示し、対人・対物の関係が近いことを意味する。関係性の近さは、距離の近さを意味するわけではなく、場合によっては、直接現地を訪れることができない観光客に自分との関係性を示すことで、地域資源ないし地域の価値を提案できるかどうか、という点からアプローチすることが可能になる。

8）進「日常」

進は、辶（走るを意味する）と隹（とりを意味する）から構成されており、そこから進むという意味を示すこととなった。また、進化、進展のように良くなるという意味も有している。

現パンデミックの状況から、環境が良くなるということを感じさせてくれる時間を提案できるか、という点からアプローチすることが可能になる。

9）慎「日常」

慎は、心と真で構成されており、控えめでつつましいこと、思慮深いことを意味する。目立たないところにも気を配り、その価値を丁寧に伝えるというアプローチに活かすことができる。

10）神「日常」

神は、示（示すという意味）と、申（いなびかり）で構成され、空中をただよう神を意味し、そこから、人間わざを超えたはたらきの意を表すようになった。古くから、人々は、人の力ではどうしようもないことに対して、神に祈り、救いを求めてきた。パンデミック禍において、できないことはできないと良い意味であきらめ、長い時間で少しずつ良くなるという期待を持ちながら、目に入るもの、手に触れるものすべてに感謝することができるような時間を提案できるかという視点から、アプローチすることに活用できる。

（未完）