

市町村職員自主研究グループ支援事業

デジタルさるこ西諸

～西諸におけるデジタル技術を活用した
新しい観光スタイルの創出～

西諸合同調査研究チーム

小林市、えびの市、高原町職員グループ

研究テーマ：デジタルさるこ西諸

1. 【グループの概要】

西諸地域の3市町（小林市、えびの市、高原町）に所属する6名の行政職員で自主研究グループを結成した。全国的に新型コロナウイルス感染症の影響が深刻化している中、厳しい状況に置かれている西諸地域の観光産業に着目し、デジタルを活用した政策について調査・研究を行った。

2. 【西諸地域の観光の特徴】

宮崎県の南西部に位置する西諸地域は、天孫降臨の舞台とされる高千穂峰を有する霧島連山や九州山地の麓にあり、壮大な自然や山から生まれる恵み、神話伝承を観光資源として、地域で様々な体験を提供する着地型観光を進めてきた。近年では、観光DMOや観光協会を中心としたアウトドアに着目したプログラムや拠点の整備、宮崎牛などの豊富な農産物を押し出したふるさと納税やECサイト等の構築、時代や技術・消費行動に即したプロモーションの創出にも取り組んでいる。

3. 【研究の目的、ねらい】

西諸地域では、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光入込客数が前年（2019年）に比べて減少したことにより、観光消費額が約50億円減少した。（前年比17.4%減）

一方、感染症の影響は全国的なデジタル化の加速を及ぼし、オンラインショッピングや動画配信サービスなどの利用が伸張しているなど、消費者行動が大きく変化している。

こうした背景から、コロナ禍で衰退した観光産業を活性化するために、急速に拡大しているデジタルを活用した観光政策を立案し、西諸地域がにぎわいを取り戻す事を目的とした。

4. 【活動内容】

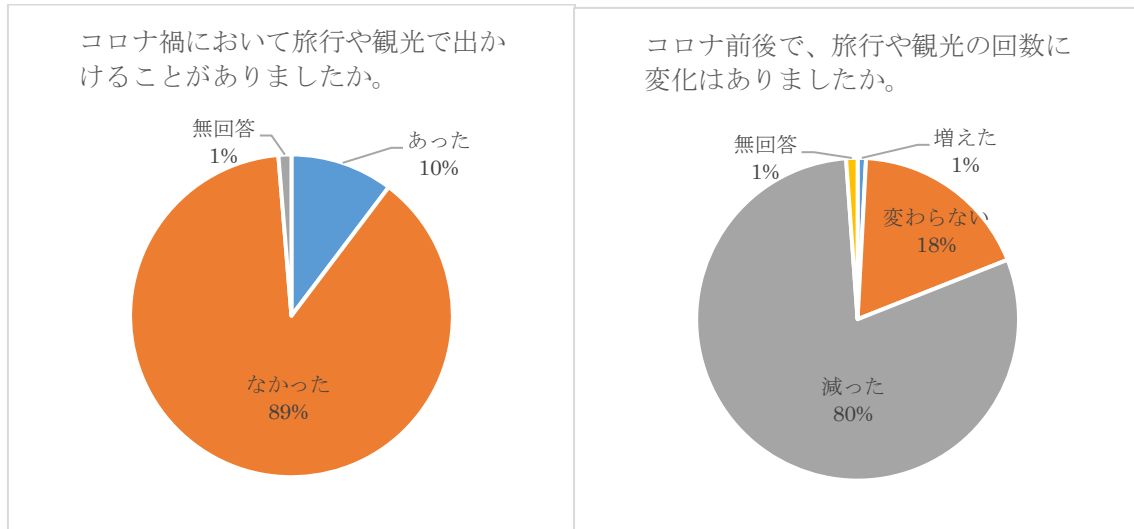
（1）住民に対するアンケート調査

コロナ禍における観光動向や生活様態、デジタルの活用状況について、西諸地域の住民を対象にアンケート調査を実施した。

回答者数：1,311人

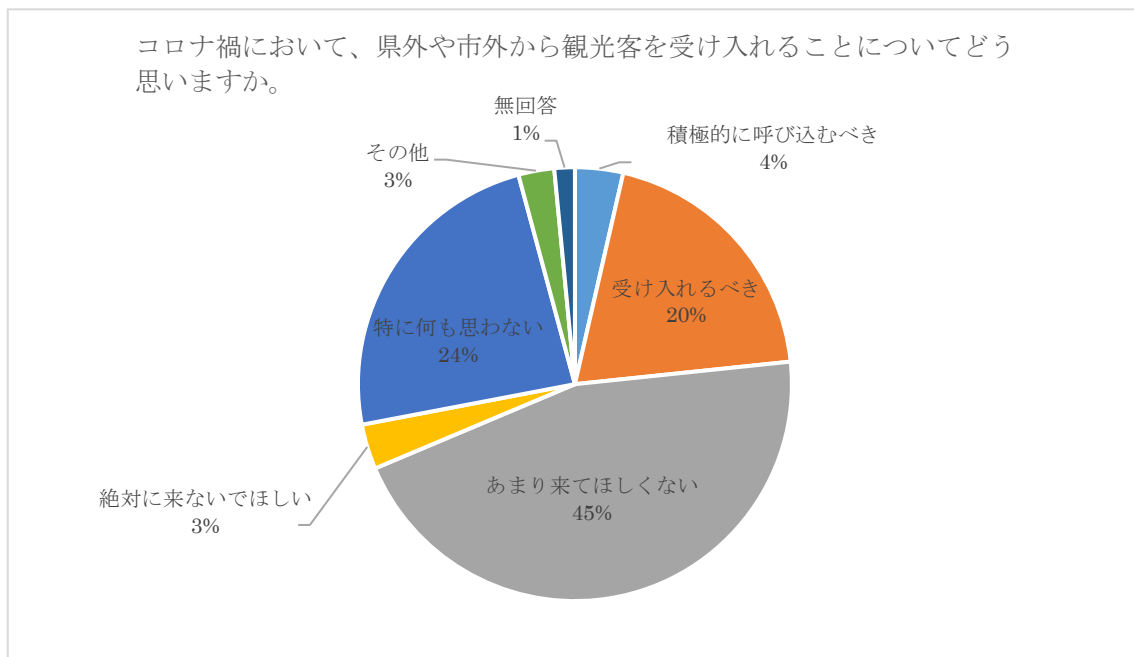
実施時期：令和3年10月～12月

・新型コロナウイルス感染症拡大による観光への影響



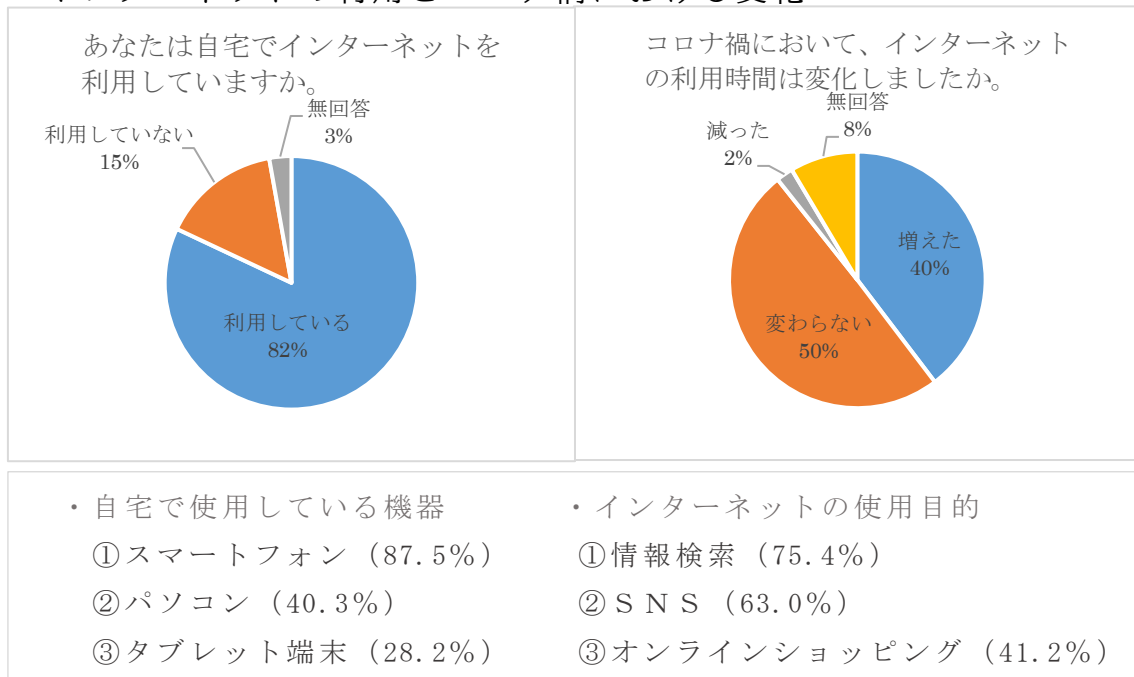
コロナ禍において、旅行や観光の機会がなかったとする回答が9割近くに上った。コロナ前後で、旅行や観光の頻度が減ったとする回答が8割程となった。コロナによる観光客の大幅な減少は世界的に発生していることであり、西諸地域においてもその動向と合致している。

・県外や市外からの観光客の受け入れについて



観光客の受け入れについては、約半数の回答が否定的意見となった。アンケート調査を実施した令和3年10月～12月は国内の感染状況が小康状態を保っていた時期であったが、感染リスクを心配する声が多く上がった。「その他」の回答についても、感染症対策の徹底を条件に受け入れを行うべきとする意見が大半を占めた。

・インターネットの利用とコロナ禍における変化



西諸地域の住民のインターネット利用率は82%であった。ただし60歳以上の高齢者の利用率は38%と低い値になった。また、コロナ禍にインターネットの利用時間が増えたと回答した人は4割にも上った。

(2) 研究の方向性

調査の結果、現地への旅行控えに比例して、西諸地域外からの観光客の受け入れに対する強い抵抗感が生じていることが分かった。

また、多くの人々がSNSやオンラインショッピングを利用して情報収集等を行っており、インターネットの利用が進んでいることが分かった。

これらのことから、西諸地域を訪れることができない観光客に対して、デジタルを活用した観光の疑似体験を提供する取り組みに焦点を当てて研究を行うことにした。

(3) 聞き取り調査

デジタルを活用した観光の疑似体験について調査するため、先進団体への聞き取りを行った。

① (株) テレビ宮崎

Orange (株)、宮崎交通 (株) と3社でオンラインツアーを行っている。自宅に届く特産品とゲストと一緒に交流しながら旅行気分

が味わえる人気のツアーとなっている。

参加費用： 10,000 円	PR方法： プレスリリース、UMKや ゲストのSNS、地上波での 広告等	プラットフォーム： 「L I V E P A R K」
実施までの期間： 2 か月程度（継続企画の場合は、1 か月半程度） 企画後のツアー販売期間が2 週間程度		
問題点や改善点： 参加料が高いとの声もあるが、下げ過ぎるとゲストのブッキング が困難になるため、その点のバランスが非常に難しい。		
今後の事業展開： アフターコロナを見据え、参加者が現地に行きたくなるような仕 掛けづくりをしていきたい。具体的には、ゲストに関わる現地スポッ トの設置（ゲストのサイン等）、参加者ならではの特典（ゲストのス テッカー等のグッズ）などを考えている。		

② 宮崎県観光推進課

宮崎県が観光プロモーション事業の一環として作成している旅ガイド、「デトックストリップ宮崎」の3つのエリア（青島、高千穂、日南）の観光地をリアルタイムで巡るツアーとなっている。

参加費用： 1,000 円～2,000 円	PR方法： 委託先の自社サイト	プラットフォーム： ノットワールド
実施までの期間： 準備期間に2～3 ヶ月、事業実施期間は4 ヶ月間に各エリアのツ アーを複数回行う		
問題点や改善点： 関東圏での知名度の低い観光地（青島のツアー）では集客に苦戦し た。PRタイムスでプレスリリースし、集客を図った。 オンラインツアーの業界が黎明期の中で、自治体が低価格で実施 することに厳しい意見もあった。		
今後の事業展開： 昨年度は財源があったため開催したが、今年度以降は未だ計画を していない。ただ、デトックストリップ宮崎の旅ガイドに追加エリア があった場合等には、開催する可能性はある。		

聞き取りの結果、オンラインツアーをきっかけに現地を訪れる観光客がいたことが分かり、現地への旅行意欲を高めるツールとしての可能性を感じた。収束後の観光客の呼び込みの手段として取り組んでいく価値があると思われる。

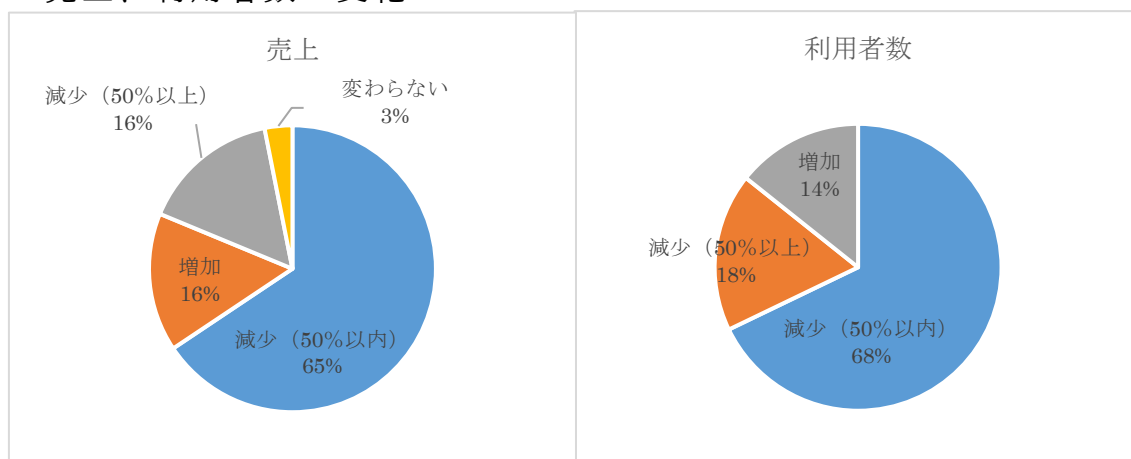
（４）観光関連事業者に対するアンケート調査

聞き取り調査と並行して、西諸地域の観光関連業者に対して、コロナによる影響やデジタルの活用状況についてアンケート調査を実施した。

回答者数：33業者

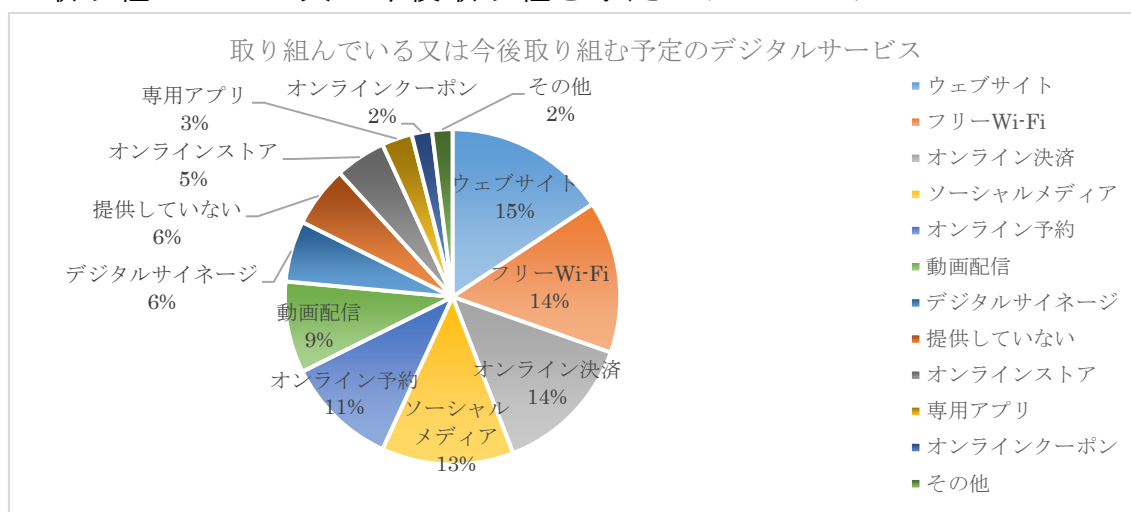
実施時期：令和３年１１月～１２月

・売上、利用者数の変化



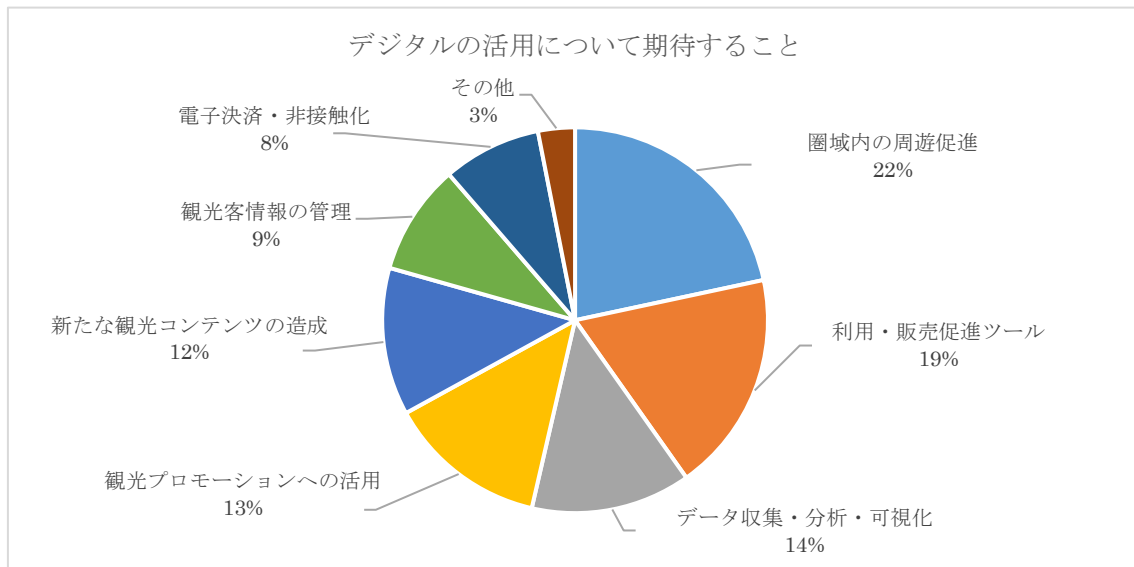
コロナ前と比較して「減少した」という回答が 80%を超えており、コロナによる移動自粛で県外客が減少したことが主な要因と考えられる。

・取り組んでいる又は今後取り組む予定のデジタルサービス



デジタルサービスを導入している事業者は2割未満となっており、サービスの取り組み状況について事業者間で較差が生じていることが分かった。提供していない理由としては、「コストがかかる」、「知識がない」といった回答が大半を占めた。

・ デジタルの活用について期待すること



デジタルの活用方法に、「圏域内の周遊促進」、「利用や販売促進のためのツール」、「観光プロモーションへの活用」を望む声が多いことが分かった。西諸地域のデジタル化は進んでいないが、観光産業に対するデジタル化への期待が高いことが分かった。

5. 【研究の成果、効果】

政策提案にあたり、聞き取りを行ったオンラインツアーの導入効果や課題の対応策について、以下のとおり検証を行った。

オンラインツアー導入の効果

① コロナ禍への対応

… コロナにより従来オフラインで行われていたプロモーションが通用しなくなった現状に対応できる。

② 旅行に要するハードルの解消

… ネット環境があれば、遠方の方や年配の方などのさまざまな事情を抱えた方でも参加できるため、マーケティングの幅を広げることが可能となる。

③ 動画によるプロモーション

… 多くの情報を提供できることや音と映像をセットにするこ

とで、印象に強く残り、観光客の記憶に定着しやすい。PRツールとして繰り返し何度も使用することができる。

オンラインツアー導入の課題

①実施団体の選定

… オンラインツアー導入や魅力あるツアー内容を実施するための知識や経験、人材を有する事業者が限られている。

②導入・運営に要する費用

… オンラインツアーは客単価が低く、新たな収入源とすることが難しい。コロナ禍で大きく収入が減少しているなかで、導入するための財源や運営費用をどのように捻出するか検討しなければならない。

③経済効果への波及

… 着地型観光を進めてきた西諸地域では、宿泊施設や観光施設といった既存の観光事業者だけでなく、地域産品の製造業や小売店・飲食店等の事業者とともに、観光関連の取組を行っていることから、地域経済に広く波及することを念頭に置かなければならない。

6.【結論】

当初は「オンラインツアー」が有効な手段として研究を進めてきたが、検証の内容からオンラインツアーを実施するための事業者側のリソースが不足しており、今の段階で実施することは難しいという結論に至った。

そこで、本研究で得た調査結果から、政策内容を以下のとおり改めた。



住民アンケートの結果から、観光客の動向が小康状態にあり、観光地に出向くことができない、インターネットの活用方法としてSNSとインターネットショッピングの利用が顕著だったこと、事業者アンケートの結果から、地域の周遊促進や利用・販売促進のためのツールのニーズが高い。このことから、アフターコロナに向けた、旅行者を呼び込むための仕組みづくりとして、「地域観光コンシェルジュサイト（デジタルさるこ）の構築」を政策として提案する。

期待される効果

①観光案内の強化

…一つのサイトに観光関連の情報を集約することで、きめ細かい観光案内を行い、西諸地域が推進している着地型観光につなげることができる。

②情報発信の強化

…サイト上でSNSや動画配信などの多様な情報発信手段と連動したプロモーションを行うことで、西諸地域の魅力を強力に発信することができる。

③地域産品の販促強化

…ふるさと納税やECサイトと連動して地域産品の情報発信を行うことで、旅行中の購買意欲の向上を図り、観光消費額の増加につなげる。

想定される課題

①実施体制の構築

…コンシェルジュと事業者の連携を行うための仕組みづくり。

②人材育成

…旅行者を満足させる観光案内や情報発信を行うための情報や知識を持つ人材の確保又は育成。

7.【まとめ】

今回の研究では、普段の業務と全く違う分野で、手探りな状態で進めてきたが、様々な人の知見や協力を得て、西諸地域が抱える課題への気づきや視野を広げることができた。

コロナ禍で厳しい状況に置かれている中で、新たな政策に取り組むことは喫緊の課題であり、今後、西諸地域の観光産業がにぎわいを取り戻すためには、デジタルの利活用が不可欠であると考える。