

雑草路上観察ツアーから考える新時代の観光コンテンツ開発

Tourism Program Development in New Era

— Thinking from Weed Observation Tour —

中村学園大学 流通科学部

手 嶋 恵 美

1. はじめに

2020年に世界を震撼させた新型コロナウイルス感染症は世界そして日本の旅行・観光業に大打撃を与えた。ワクチン接種が進んでいる国や地域、世代では少しずつ需要回復の兆しが見えてきたもの、旅行・観光業を取り巻く環境は依然として厳しい。特に、国が地方創生の切り札、成長戦略の柱と位置づけ積極的にプロモーション活動に取り組んできた訪日外国人旅行者は実質ゼロにまで落ち込み、再び多くの外国人旅行者で賑わう日が来るまでには長い道のりを要すると予測される。外国人旅行者による経済効果や地域活性化が見込めない今、国内在住者に向けた旅行需要喚起と消費促進にこれまで以上に期待がかかる。

このような厳しい状況の中、風光明媚な風景や歴史的建造物、ユニークな施設や文化風習、地元産や豪華な食材を使った美味しい料理等を目的に“広く域外から集客する”といった一般的な観光イメージ、従来型のビジネスモデルとは一線を画す新たな旅のスタイルやビジネスモデルが生まれている。その一例として、本研究ではユニークなコンセプトで新市場開拓に挑む「雑草路上観察ツアー」に着目し、新たな時代の観光コンテンツ開発の可能性と課題について分析・考察を行う。

2. 研究の手法と手順

本研究では、「道端の草を見ながら歩く」と

いう単純な行為を「ツアー商品」として企画・販売し、新市場開拓を試みる大ナゴヤツアーズの取り組みについて、実地調査およびヒアリング調査によって丁寧に掘り下げ、さらに各種データをもとにその可能性について分析・考察を行う質的調査の手法を用いる。

3. 雑草路上観察ツアー

3-1. 大ナゴヤツアーズ概要

「大ナゴヤツアーズ」(dai-nagoyatours.jp)は、大ナゴヤツアーズ実行委員会(名古屋市中区)が企画・運営する、名古屋のまちを中心とした東海エリアのまちの魅力を「体験」「学び」「まち歩き」などを通して楽しめる体験プログラムツアーである[1]。その特徴は、①1人でも参加可能(現地集合・現地解散)、②定員20名ほど(少人数制)、③名古屋を中心として車で2時間圏内の東海エリア、④参加費2,000円～(現地払い)、⑤バラエティに富んだガイドさん、⑥1時間～1日の日帰り体験プログラムの6点である。例えば、2021年8月の体験プログラムには、「毎月1日は『あつた朔日参り』!熱田神宮じっくりご参拝ツアー～創祀1900年の熱田神宮、色々な神様へご挨拶、正しい作法など学びながらご参拝～」 「捕って!さばいて!食べる! 猟師によるジビエ体感ツアー【鹿編】～鹿の解体、罠&射撃体験、贅沢な満腹ジビエBBQまで～」 「なごや怪談・奇談まち歩き【中区・金山界限編】～闇の森から金山の裏通りま

で、仄暗さを求めてまち歩き～」 「気分は焙煎士！ 私だけのブレンドコーヒーづくりツアー～名古屋の喫茶店焙煎士と楽しむ、魅惑のコーヒーの世界～」等の幅広いテーマが用意されている。すべてのプログラムで個性豊かな“その道のプロ”がガイド役を務め、専門的かつディープな情報を分かりやすく解説してくれる。所要時間は2、3時間が中心で、訪問先や最寄り駅での現地集合・解散が原則である。参加料金はまち歩きであれば2,000～3,000円程度（資料付き、保険料含）、飲食や造作を伴うものは飲食代や材料費が加算され1万円を超えるものもあるが、2、3時間で3,000～4,000円程度といった手軽なプログラムが中心である。募集は大ナゴヤツアーズ公式HPで随時行われており、参加申込はウェブ上で行う。

3-2. ヒアリング調査

はじめに、運営組織と体験プログラムのコンテンツ開発の仕組みやノウハウ、課題等について詳しく知るためにヒアリング調査¹を行った。大ナゴヤツアーズ実行委員会は、2017年春に立ち上げられた民営組織で、代表の加藤幹泰氏と有給スタッフ2名、有償ボランティアスタッフ10名（2021年2月現在）で運営されており、土日を中心に一か月に20程の体験プログラムを開催している。体験プログラムの訪問先企業や団体、施設等の選定は、事務局が中心となってホームページや雑誌、新聞、テレビ、紹介等を通じて探し、社長や広報窓口へ直接打診する。高い技術や伝統、シェアを誇る企業であっても一般消費者や地元住民からの認知が十分でない企業も多く、自社の商品や取り組みを多くの人たちに知ってもらうチャンスとして多数の地元企業等から積極的な協力を得ることができている。体験プログラムの内容は、「体験」を通じた「学び」と「ファン作り」をコンセプトにガイド役を交えて構成を考えている。次に資金面につい

てであるが、事業運営にかかる資金のメインはツアー収入で、そこに自治体等から請け負う委託ツアー企画費や加藤氏の講演費がプラスされる。体験プログラムで訪問する企業や団体、施設等から協力金のような資金援助は受けておらず、逆に企業等へガイド費を支払っている。ガイド費は体験プログラムで使用する材料費等で、ガイド費設定金額に事務局費1,500円を加えたものが1名あたりのツアー参加費となる。前述の「雑草路上観察ツアー」であれば、参加費3,000円（資料付、保険料含）のうち、1,500円がガイドへ支払われ、1,500円が事務局に入るという計算になる。助成金や補助金は受け取っていないが、有給スタッフや有償ボランティアの人件費や事務所家賃・交通費等を支出しても黒字運営ができています。行政との連携については広報面での協力程度で、行政と一定の距離感を保つことで、民営組織として“ポップに真面目なことを楽しむ（加藤氏）”という徹底した消費者視点が守られているという。

課題としては、集客力アップとスタッフの確保が挙げられた。現在はインターネットや口コミが主な集客方法となっているが、情報発信のリーチ力向上、初参加から2回目、3回目と繋げていくための工夫、10回以上参加しているヘビーユーザー対応等、長期安定的な運営のためにも集客は永遠の課題である。また、体験プログラムツアーの現場運営を担う有償ボランティアスタッフは20代後半から40代前半の社会人が中心となって形成されているが、本業の仕事や家庭の事情等により活動が難しくなってしまうことも少なくない。志を同じくする有償ボランティアスタッフの募集・研修や、彼らのモチベーション維持・向上にかけるエネルギーも相当なものであろう。

新型コロナウイルス感染症拡大による影響は他の旅行・観光業同様に大きく、2020年4月の

1 2019年6月14日に大ナゴヤツアーズ事務局にて、2020年9月2日、2021年1月4日に電話と電子メールにて代表の加藤幹泰氏にお話を伺った。

緊急事態宣言発出に伴い4月～6月は全ツアーが中止となった。緊急事態宣言解除後は、老舗和菓子店での菓子作り体験や料亭で飲食を楽しみながら歴史や文化を学ぶようなプログラムは中止としたり、内容を一部変更したり、通常より定員を少なくする等の対策を講じながらツアーを実施しているが、度重なる緊急事態宣言の発出は事業経営に大きなダメージを与えている。ツアー中止中は事業収入がゼロとなり、持続化給付金で何とかしのぐ日々が続いた。一方で、新型コロナウイルス感染症拡大が事業スタートから3年を迎えある程度こなれてきた体験プログラムツアーのあり方を見直す機会となり、これまで以上に身近で、身近だからこそ見過ごしがちな魅力を“キャッチーな切り口（加藤氏）”で訴求し、“日常の中での非日常体験”を提供する新たな体験プログラムツアーのコンテンツ開発も積極的に行われた。その一つが次節に述べる「雑草路上観察ツアー」である。

3-3. 実地調査

筆者は現地調査としてコロナ禍の2020年に新規開発された体験プログラムツアーの一つ「雑草の世界から何が見えるのか!? 雑草路上観察ツアー～何種類の雑草が生息するのか!? 都会の真ん中にある“自然”を発見～」に参加した。開催日は2020年9月20日（日）10～12時、参加費用は雑草資料と保険料を含み3,000円であった。参加者は定員20名に対し男性4名、女性7名（うち1名は筆者）の計11名で、父親と小学生の娘親子が1組、他の多くは一人参加のようであった。初参加は1名でリピーターが10名（うち1名は筆者）であった。ガイド役は岐阜県下呂市に拠点を置くNPO法人森のなりわい研究所代表の伊藤栄一氏、アシスタントとして同研究所の今井氏の2名で、世話役として大ナゴヤツアーズ事務局スタッフ2名が同行した。集合場所は名古屋屈指の金融街・オフィス街である名古屋市営地下鉄伏見駅に直結する日土地名古屋ビル1階で、ゴールは一駅隣の地下鉄栄駅

であった。参加者にはガイド手製の雑草資料と植生調査票、ルーペ（要返却）が配布され、ガイドの伊藤氏より都会の真ん中での自然観察に関する心得や楽しみ方についての説明を受けた後、地下鉄1駅分、その距離わずか1kmの小さな旅が始まった。参加者はガイドに先導され、路上にしゃがみこんだり這いつくばったりしながら駅前の植栽や道路沿いに植えられた木々と周辺に自生する雑草を観察していった。普段は目にも留めない道端の雑草に、小さく可憐な花が咲いているのを発見したり、アスファルトの割れ目から力強く生える雑草の逞しさに驚かされたり、蝶々や小さな昆虫との出会いがあったり、と普段の何倍もの時間をかけ、ゆっくりゆっくり歩きながら、小さな発見や喜びを参加者全員で共有する穏やかな時間であった。途中の休憩時には、都会の真ん中でも力強く自生する姿が見られるドクダミの葉っぱを煎じたドリンクがふるまわれた。ドクダミを知らない人にとっては“雑草汁”を口にするというドキドキ体験を皆で楽しみながら、雑草と呼ばれる植物の中から体に良いものを見つけ出し、上手に活かしてきた先人の知恵に改めて感心する機会となった。また、日本や名古屋で通常見ることがない“外来種”から風や鳥によって遠くから運ばれてくる小さな種の冒険を想像したり、気候変動の影響を危惧したり、ビルの間に設けられた公開空地で一息つきながらその役割について考えたり、街路樹の種類と都市計画変遷の関係を教わったり、学びや小ネタがふんだんに詰め込まれたプログラム内容となっていた。平日はオフィス街として賑わう伏見駅エリアも日曜日には人通りがグッと減ることに加え、専門的ながらユーモア溢れるガイドと興味・関心を同じくする参加者が一緒にいるという安心感や解放感も後押しとなり、アスファルトに顔を付けばかりの姿勢でルーペを使って道端の雑草を除き込むといった“非日常体験”も大変愉快なものであった。地下鉄であれば乗車時間わずか2分の

距離を植物調査・研究のプロと一緒に植生調査の真似事をしながら練り歩き、2時間かけて名古屋屈指の繁華街である栄に到着した。体験プログラム終了後は、参加者の多くが地下鉄やバスを利用し“日常”へと帰っていった。

「雑草路上観察ツアー」の第2回目は2020年12月20日（日）に実施され、参加者は定員20名に対し男性7名、女性3名の計10名、充足率は50%²であった。大ナゴヤツアーズの平均充足率60%より下回ったが、草木が乏しく気温が低い冬場に屋外を歩き回るプログラム内容を考慮すれば及第点ではないかと思われる。第3回目は、「矢田川河川敷はビオトープ！雑草路上観察ツアー～擬似草原である河川敷、食べられる野草、河川系生物観察まで～」と視点を郊外へと向けた内容で2021年3月21日（土）に実施された。参加者は、定員20名に対し男性5名、女性8名（うち1名は筆者）、充足率は75%であった。当日は朝から大雨が降り続くあいにくの天候にも関わらず、キャンセルは1名のみで、参加者はカップや長靴を着用し、大きな傘を差しながら「雨の日は水の動態がよく分かる。貴重な体験を楽しみましょう！」と明るく振る舞うガイドに導かれ、雨に濡れながら河川敷で雑草を観察するという“日常の中での非日常体験”

を大いに楽しんだ。今後も春夏秋冬と四季に合わせて観察対象を変えながら年4回程度の開催が予定されている。

4. 分析

実地調査およびヒアリング調査をもとに、「雑草路上観察ツアー」を中心とした大ナゴヤツアーズのビジネスモデルについて、新規性・市場性・収益性・実現性の4点から分析を行った。

4-1. 新規性

大ナゴヤツアーズの最大の特徴は、表1に示すように、参加者の8割が名古屋市や愛知県在住者であり、地元の人がわざわざお金を払って地元の企業や店舗、施設を訪問する体験プログラムに参加し、ディープな情報やユニークな体験を得ることを楽しんでいる点である。「雑草路上観察ツアー」を例に挙げれば、都会の路上に自生する雑草を観察するというユニークなテーマ性と、名古屋屈指のビジネスエリア・商業エリアであり名古屋市や近郊に暮らす人たちにとっては見慣れた通りを、時に這いつくばるようにしながら雑草や樹木を観察して歩くという“日常の中での非日常体験”を提供している点が最大の魅力といえる。植物研究の専門家による専門的かつ軽快なガイドを聞きながら、普

表1：ツアー参加者の内訳

男女比	男性40%、女性60%
年齢層	20代未満3%、20代12%、30代26%、40代26%、50代19%、60代以上14%
リピート率（2回以上参加）	60%
一人参加率	60%
参加者の居住地	名古屋市60%、愛知県（名古屋市以外）20%、岐阜県10%、三重県5%、その他5%
定員の平均充足率	60%（定員はプログラムによって異なるが20名程度）
催行率	95%弱（最少催行5名）

出所：大ナゴヤツアーズ

2 2020年12月25日、2021年1月4日に大ナゴヤツアーズ事務局代表加藤幹泰氏へ電子メールにて質疑応答を行い、参加者による事後アンケート調査の結果データを入手した。

段は気に留めることがない雑草にも名前やストーリーがあることや季節や社会環境の変化によって異なる表情を見せる雑草の姿を知り、まち歩きの新たな楽しみ方を教えてもらえる。観光というと、広く域外から人を集め、域内で滞在・消費してもらうという概念が主流の中で、地元の人たちが地元の魅力を再発見するというコンセプトの観光商品は珍しく、その取り組みは注目に値する。

4-2. 市場性

図1は、平成30年（2018年）に名古屋市が札幌市・東京23区・横浜市・名古屋市・京都市・大阪市・神戸市・福岡市に在住する20～64歳で、かつ、各都市の在住年数が5年以上の男女418名を対象に実施した都市ブランドイメージ調査〔2〕の結果を示したものである。名古屋市民の自己評価は「愛着度」（Q 現在お住まいの都市に愛着を感じますか。）、「誇り度」（Q 現在お住いの都市に誇りを感じますか。）、「推奨度」（Q 現在お住いの都市に買い物・遊びなどで訪れることを友人・知人に薦めたいですか。）の3項目すべてにおいて相対的に低いことが確認され

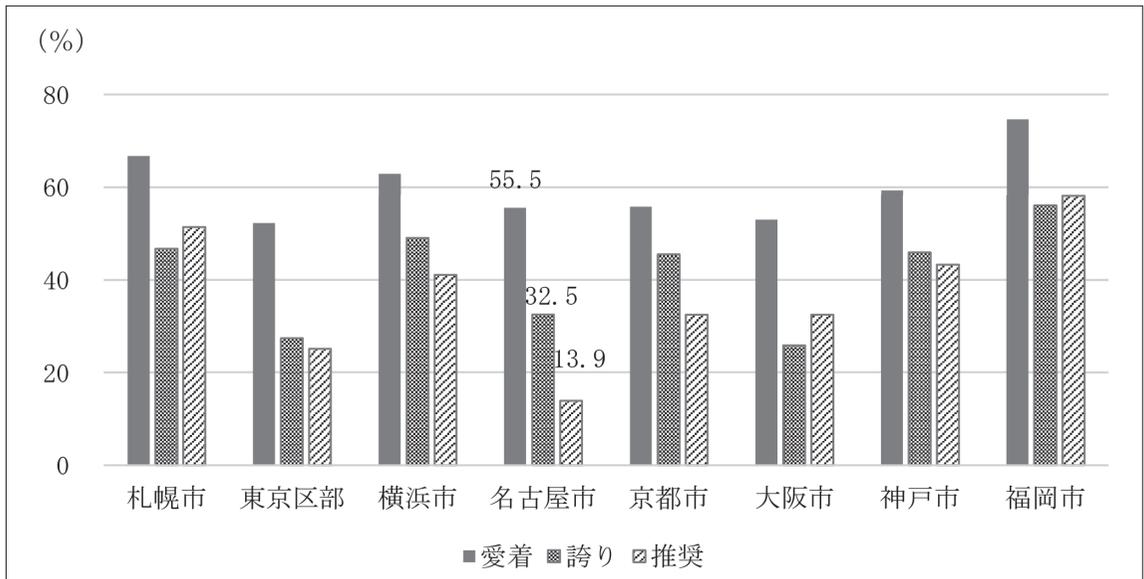
た。

また、図2は同調査で名古屋の魅力資源等（Q 名古屋で買い物や遊ぶことを考えたときに、何に訪れたい・体験したいですか。）について聞いた結果であるが、名古屋市を含む8都市在住者の約3割が「特にない・思いつかない」と回答し、名古屋市在住者に限っても16.3%が「特にない・思いつかない」と回答するという残念な結果となった。

これらの調査結果からは、裏を返せば、「誇りを感じる事ができ、人に推奨したくなるような名古屋の魅力資源」に対する潜在ニーズの大きさを読み取ることができる。

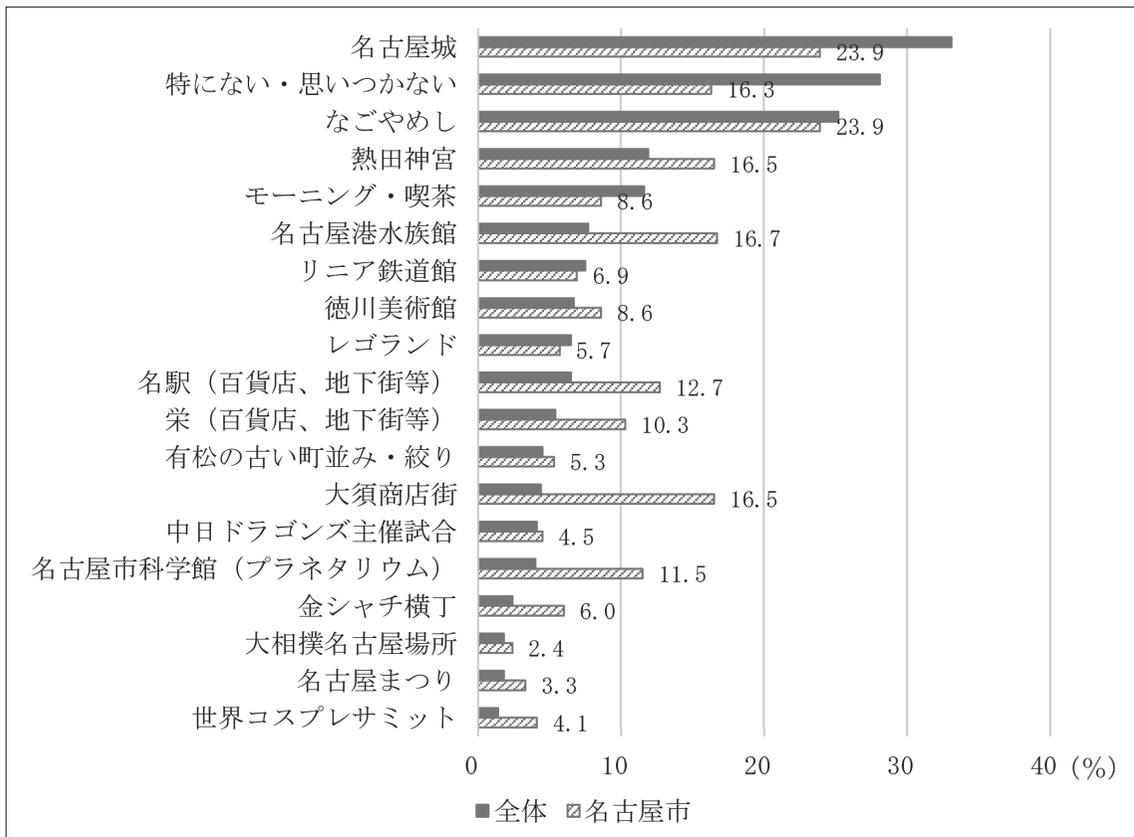
自宅から1～2時間程度の近場で過ごす旅のスタイル「マイクロツーリズム」に対するニーズの高まりも追い風となるだろう。JTB総合研究所の調査によると、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う外出自粛要請や渡航制限が解除になったらやりたいこととして「国内旅行に行く」と回答した人が40.9%と最も多く、予定・検討している国内旅行の旅行先は居住地と同じ地方とする比率が高かった。同研究所では、「国

図1：名古屋市民のシビックプライド（愛着・誇り・推奨）



出所：名古屋市観光文化交流局

図2：名古屋の魅力資源等



出所：名古屋市観光文化交流局

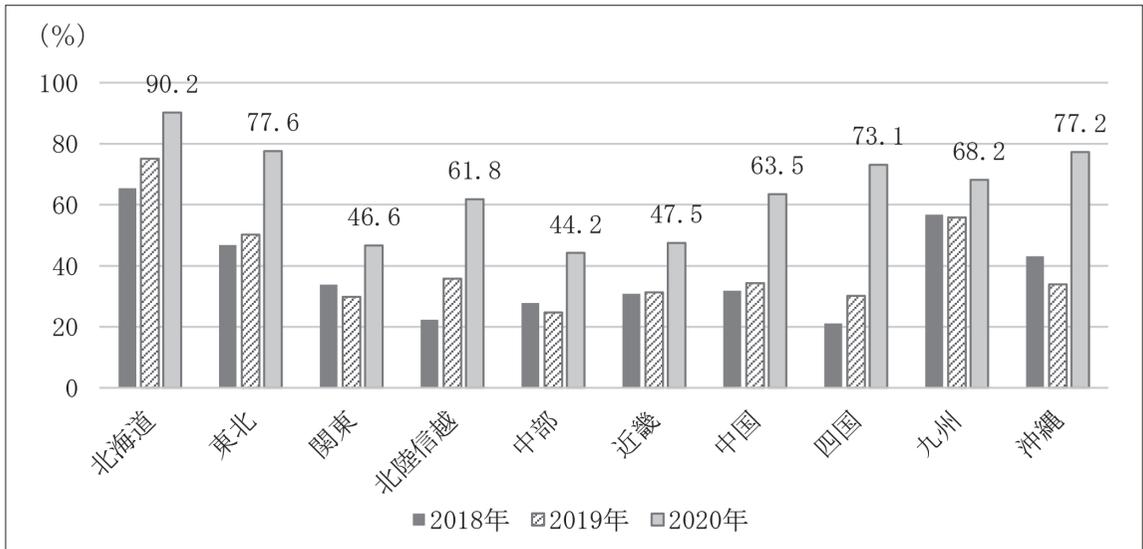
内旅行は身近な居住圏内からの動きを予想」「旅行・観光の回復は国内旅行からで、地元の人が地元の魅力を再発見、再評価し、SNSなどで発信も期待できる良い機会となる」と分析している [3]。実際に、図3に示す観光庁の旅行・観光消費動向調査（2020年7～9月期）[4]を見ると、宿泊旅行の目的地が旅行者の居住地と同じ地方ブロック圏内である割合は、前年同期に比べて大幅に上昇したことが分かる。感染リスクや受け入れ側の心情等を考慮し、まずは移動距離や移動時間が短い近場の旅行「マイクロツーリズム」から、という状況が見て取れる。

また、関東エリア・関西エリアに次ぐ人口ボリュームの大きさに加え、愛知を中心に東海エリア内での人口移動が大きい [5] という特徴

も地域に根差した大ナゴヤツアーズの取り組みにプラスに働くと考えられる。進学や就職、結婚等を機に東海エリア内で転居することで比較的近距离内で“第二のふるさと”ができ、現在の居住地に限らず広く東海エリアに関心を持つきっかけが考えられる。特に15～29歳での人口移動が最も多いことから、「縁あって暮らすことになった地域のことを知りたい、楽しみたい」という潜在ニーズを持つ若年層への積極的なアプローチが期待される。

さらに、「一人参加」ニーズも注目すべきポイントである。未婚化・非婚化に加え、離婚率の上昇や配偶者の死別による高齢単身者の増加など、日本は「ソロ社会化」（荒川2017）に向けて進行している [6]。厚生労働省の調査に

図3：居住地と同じブロック圏内を主目的地とする宿泊旅行の割合（7～9月期）の比較

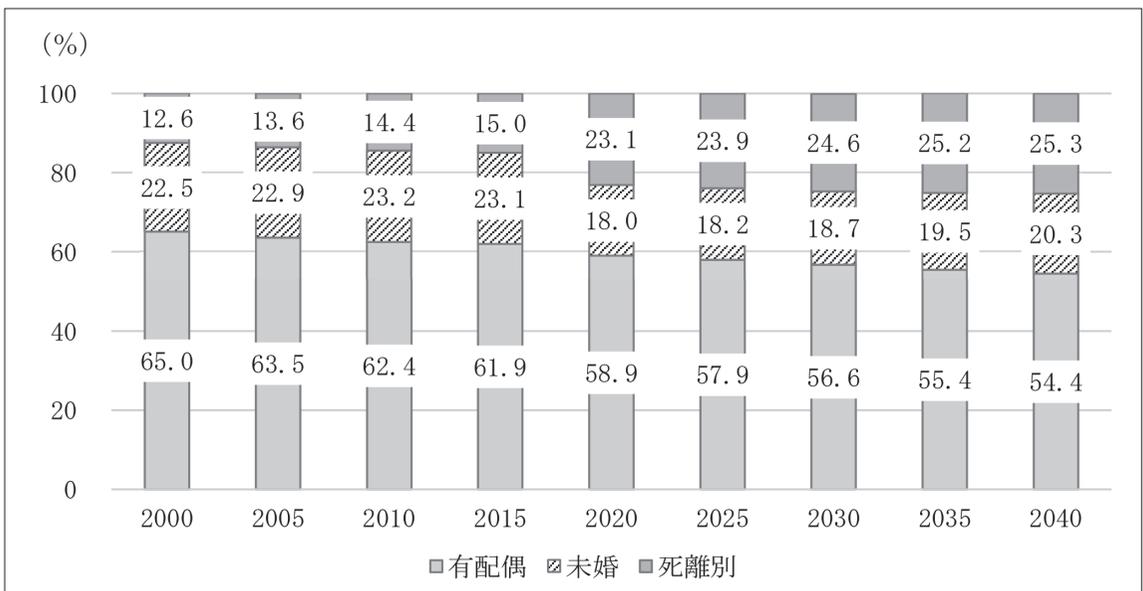


出所：観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成

よると、2018年時点で日本の世帯の27.7%は単独世帯であり、その割合は年々増加している。一方で、いわゆる「標準世帯」といわれる夫婦と未婚の子のみの世帯は29.1%で、その割合は

年々減少している [7]。図4は、配偶関係別人口推移（20歳以上）と将来推計をまとめたものであるが、未婚と死離別の割合が年々増加し、2040年ごろには成年の有配偶率が約半数にまで

図4：配偶関係別人口推移（20歳以上）と将来推計



出所：国立社会保障・人口問題研究所、人口統計資料集（結婚・離婚・配偶関係別人口）を参照し筆者作成

低下するであろうと予測されている [8]。

また、共働き世帯の増加や定年後も働き続ける人の増加、習い事やお受験による子どもの多忙化も統計上には表れない「一時的なソロ化 (temporary-solo)」を生み出す要因となっている。世帯構造の変化に伴い、配偶者や子どもの興味・関心に配慮しながら一緒に楽しむといったスタイルから、個人の興味・関心や都合に合わせてより自由に選択できるスタイルへと余暇の過ごし方も変わりつつある。大ナゴヤツアーズによる調査³でも「大ナゴヤツアーズの好きなところ」として60%が「ひとりでも参加しやすいこと」と回答している。ここで注意したいのは、単独世帯の増加や家族の有無に関わらず一人で過ごす「ソロ時間」が増加することは、必ずしも“誰にも頼らず、縛られず、自分ひとりで自由気ままに過ごす”一匹狼的な生活を好む人が増えるということではないということである。人との繋がり、共感や依存を求める感情は誰にでも存在する。多くの人がスマートフォン等の情報端末を所有し、いつでもどこでも情報発信や情報検索ができる現在は、それらの感情を共有し、ゆるやかに繋がることのできる対象を家族という枠組みの外で見つけることも容易になっている。「雑草路上観察ツアー」のようなニッチなテーマであっても、あるいはニッチなテーマだからこそ、「ひとりで参加してみたら、同じような興味・関心を持つ人たちが集まっており、発見や感動、楽しさを共有することができた」という喜びは計り知れない。「超ソロ社会化」は避けては通れない現実である。家族や友人と日にちを調整し、グルメや景色や買い物やアクティビティ等各人がそれなりに楽しめ、少しずつ譲り合うような家族旅行・グループ旅行・団体旅行のようなものは今後徐々に縮小していくに違いない。独身、単独世帯という寂しいイメージがあるかもしれない

が、自分自身のために時間も金も自由に使える人が増えることは旅行・観光業にとってプラスである。旅のテーマを明確にし、興味・関心と同じくする人たちが一人でも気兼ねなく参加でき、喜びや楽しさを共有しつつ“ゆるやかに繋がる”ことのできる場や方法を提供することが重要になるだろう。

4-3. 収益性

既述のように、プログラム参加費のうち1,500円/人が事務局の収入となる。現地集合・解散が原則のため、大型バス等移動手段の手配は不要で、配布資料の印刷代や保険料等を差し引いた多くが事務局の手元に残る。専門ガイドの多くは企業や団体に所属し、ガイドを生業としているのでなく、ツアー運営の多くは有償ボランティアによって支えられているため、人件費やコストを抑えた安定的な運営ができています。

4-4. 実現性

名古屋市を中心とした東海エリアは、歴史や文化、産業、食など観光プログラムのコンテンツとして知的好奇心をくすぐるテーマに事欠かない。伝統的な文化・産業に加え、世界レベルの企業や大学等の研究機関も多数あり、専門知識や高度な技術、それらを育んできた熱意や地道な取り組み、その先にある夢や未来について広く地域の人々と共有するために協力を惜しまない企業や団体、ガイドの資質を持った人材も見つけやすいだろう。また、公共交通が充実しており、名古屋市内や近郊へ電車や地下鉄、バスを利用して移動がしやすい点も重要なポイントである。

さらに、ツアーの募集から参加申し込みまでを全てインターネットのみで行うことで、柔軟かつ機敏な募集手続きが可能となっている。総務省の調査によれば、令和2年(2020年)8月末時点でスマートフォンの世帯保有割合は86.8%、個人保有割合は69.3%(6~12歳の

3 大ナゴヤツアーズ事務局調べ(調査期間:2021年1月22日~1月31日、調査方法:会員向けメーリングリストにて質問配布・回収、回答者数:261名)

42.5%、13～19歳の83.9%、20代の91.7%、30代の92.1%、40代の89.9%、50代の85.9%、60代の67.4%、70代の38.3%、80歳以上の11.0%）であり、その割合は全ての年代で年々増加している〔9〕。インターネットを介した参加申し込み方法が負担や障害となるよりは、むしろ気が向いた時に24時間いつでも申し込みが可能という手軽さが魅力といえる。主催者にとってもツアー催行の直前まで参加者を募ることが可能で、定員充足率向上につながっている。

4-5. 考察

これまでの分析から「雑草路上観察ツアー」のような新たな視点での観光コンテンツが受け入れられ、新市場を開拓する要因として考えられるのは、

- ①地域住民が地域に対する愛着を持ちつつ同時に大都市や観光地に対してやや引け目を感じており、地域の魅力発掘を渴望する状況にあること
 - ②伝統的な文化・産業に加え、専門性の高い企業や大学等の研究機関があり、歴史や文化、産業、食など観光プログラムのコンテンツとして知的好奇心をくすぐるテーマを提供できること
 - ③ある程度の人口があり人口の流動性が高く、さらに公共交通が充実していること
- の3点が特に重要であると考えられる。そこに、マイクロツーリズムやソロ社会化といった社会的ニーズとスマートフォンの普及やオンライン予約システムといった技術革新が加わることで市場を押し広げていくのである。

5. おわりに

「雑草路上観察ツアー」の事例が示唆するのは、遠方への旅行がしばらく居住地域や近郊での楽しみを人々が求めている今こそ、地域に根ざした観光コンテンツ開発の好機ではないかということである。いわゆる観光地ではないが、企業や大学が集積し、進学や就職、転勤等で人

の流動性が高い地方都市こそ、チャンスは大きいと筆者は考える。身近なモノやコトを深く面白く掘り下げる視点と興味・関心を同じくする人たちがゆるやかに集まることができる場や方法を提供することで、新たなビジネスの可能性が開ける。新型コロナウイルスという未曾有の災害は、急増する訪日外国人旅行者に依存しつつあった日本の旅行・観光業の歪みを露呈させ大混乱に陥れた一方で、国内旅行の需要喚起とりわけ地域の観光資源の再発見と人口構造の変化や消費者ニーズの変化に対応した観光コンテンツ開発に早急かつ大胆に取り組むことの重要性を再認識する機会を与えてくれた。地域の魅力を再発見できる「体験」を通じた「学び」と「ファン作り」をコンセプトに新たな観光の形を模索し続けてきた大ナゴヤツアーズの取り組みは、新しい時代の旅行・観光のあり方のヒントとなるだろう。また、高齢化や少子化、そして「ソロ社会化」という日本が世界に先駆けて直面している課題の中で旅行・観光業の進むべき方向性を考える上でも大いに参考になるだろう。長引く自粛生活の中でも、私たち消費者は新たな楽しみを探し続けるし、歯を食いしばって挑戦する企業や地域を応援したいという気持ちを胸に抱いている。日本の旅行・観光業がこの厳しい状況をパラダイム・シフトのチャンスと捉え、地域と共に成長する新たな施策を提供してくれることに期待したい。

附記

本論文は、商品開発・管理学会第35回全国大会（2021年3月）にて口頭発表した「雑草路上観察ツアーから考えるコロナ禍における観光コンテンツ開発の可能性」をもとに加筆したものである。

謝辞

本研究は、大ナゴヤツアーズ事務局代表加藤幹泰氏とスタッフの皆さまの多大なるご協力に

よって実現しました。この場をお借りして感謝申し上げます。

引用文献

- [1] 「大ナゴヤツアーズ」公式HP、<https://dai-nagoyatours.jp/>（閲覧日：2021年7月30日）
- [2] 「都市ブランドイメージ調査結果」、平成30年（2018年）9月、名古屋市観光文化交流局、<https://www.city.nagoya.jp/kankobunkakoryu/cmsfiles/contents/0000084/84816/image.pdf>（閲覧日：2021年7月30日）
- [3] 「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化および旅行再開に向けての意識調査（2020）」、株式会社JTB総合研究所、2020年12月、<https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2020/05/covid19-tourism.pdf>（閲覧日：2021年7月30日）
- [4] 「旅行・観光消費動向調査」、観光庁HP、<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/shouhidoukou.html>（閲覧日：2021年7月30日）
- [5] 「愛知県の人口（年報）」、愛知県HP、<https://www.pref.aichi.jp/soshiki/toukei/0000077332.html>（閲覧日：2021年7月30日）
- [6] 荒川和久、『超ソロ社会「独身大国・日本」の衝撃』（2017年）、PHP新書
- [7] 「厚生統計要覧（令和元年度）第1編人口・世帯 第3章世帯」、厚生労働省、https://www.mhlw.go.jp/toukei/youran/indexyk_1_3.html（閲覧日：2021年7月30日）
- [8] 「人口統計資料集」、国立社会保障・人口問題研究所、<http://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/Popular/Popular2021.asp?chap=0>（閲覧日：2021年7月30日）
- [9] 「令和2年 通信利用動向調査」、総務省、https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/210618_1.pdf（閲覧日：2021年7月30日）