

〈研究ノート〉

新型コロナウイルス蔓延による緊急事態宣言解除後の マイクロツーリズム観光動向調査と考察

—2020年度および21年度上期における鴨川シーワールドでの車籍地調査と比較—

山 本 剛

【要旨】

新型コロナウイルス（COVID-19）蔓延による第1回緊急事態宣言（2020年4月7日～5月25日）を受け、日本国内では49日間の観光行動の完全停止ともいえる期間を経験した。

その後、2020年の夏、ウィズコロナ時代の個人の観光行動再開をとらえるべく、観光地でもあり勤務する大学キャンパスが所在する千葉県鴨川市にて、最も観光客が集まる鴨川シーワールドにて、緊急的に観光動向の調査をはじめた。

本研究は「マイクロツーリズム」と呼ばれる新たな潮流をとらえるために、車籍地調査の手法を用い、2020年と2021年に同様の調査を定点観測で行うことによって、その変化を数値をとらえることを試みた調査研究である。

車籍地から着地（千葉県鴨川市）までの所要時間を計算することにより、所要時間ごとにグループ化し、1年後の変化を観測した結果、「105分以内圏」のグループと「106～120分圏」のグループに差異が認められた。

また都道府県ごとにグループ化した場合、所要時間別にグループ化した場合に対して、着目すべき数値のズレが発生することを確認した。

キーワード：マイクロツーリズム、ウィズコロナ、車籍地調査、ナンバー調査、
日帰り観光客、観光地マーケティング

1. はじめに

2020年4月7日～5月25日の49日間、新型コロナウイルス蔓延により初の「緊急事態宣言」（東京都）の発出と実施を受け、日本の観光業界のすべての動きは止まってしまった。

その後2021年までに、当原稿を執筆している2021年9月18日現在、計4回、のべ260日にもおよぶ「緊急事態宣言」下の日常生活を強いられることとなる。

しかしながら、観光業界の光とも思える光景が徐々に観光地では見られることとなる。それはウィズコロナの時代においても、現場感覚としては2020年10月から12月まで実施され

た「Goto トラベルキャンペーン」を皮切りに、2021 年 1 月の第 2 回緊急事態宣言以降は「緊急事態宣言下」であっても、一部ではあるが感染に気を配りつつ、観光地へ向かう人が見られるようになった、という点である。

「イノベーター理論¹⁾」の 5 つのグループで表現するならば、イノベーター（革新者層）に次ぎ、2 段階目のアーリーアダプター（初期採用層）が動き、日帰りなど比較的障壁が低い観光行動パターンなどにおいては、3 段階目のアーリーマジョリティ（前期追随層）が動きつつあるように予想される。

一方、未だ観光行動に踏み出せない市民も多数存在することも記すべき事実であり、これは生活者としての価値観や、個人が置かれている環境の相違（職業や同居家族など）に大きく依拠するようである。

当然、2021 年 9 月現在、コロナ前のように自由に海外との往来をすることは事実上不可能な状況であり、人々はこの条件下で観光行動を実現するには、居住地から比較的近隣で「マイクロツーリズム」を選択する傾向となった。

では、「マイクロツーリズム」の概念とは何なのであろうか。コロナ前には、あまり耳に馴染みのない言葉であった。提唱した星野佳路社長率いる「星野リゾート」のサイト²⁾によると、「遠方や海外への旅行に対し、3 密を避けながら地元の方が近場で過ごす旅のスタイル。自宅から 1~2 時間程の距離で、安心、安全に過ごしながら地域の魅力を深く知るきっかけになり、地域経済にも貢献します。保養目的で旅館やホテルに行き、温泉や自然散策、料理を楽しむ、活力を取り戻す滞在旅行」と説明されている。

一方、「マイクロツーリズム＝同一都道府県内の旅行」と捉える風潮もあり、この傾向については、筆者としては異論を唱えたい。

この単語が誕生してから比較的わずかな期間で、このように解釈されてしまうことになった大きな理由として、各都道府県が急ピッチで推進してきた自都道府県民向けに行っている各種の県内観光支援策によると推察される。

しかしながら、居住地と訪問地の 2 都市が同一県内であったとしても、他県の都市の方が近いケースなどは多く存在する。筆者が勤務する都市であり、人口約 3 万 3 千人に対し年間の観光客入込数が 285 万 4 千人（平成 28 年度）とされる観光都市である千葉県鴨川市も、東京湾アクアラインの大きな効果として、「同一県内の都市より、他県の都市の方が近いことがある」ケースに該当するのである。

そこで本研究では本来の「マイクロツーリズム」が指す「自宅から 1~2 時間程の距離」という所要時間の違いにより「観光客の動向に差異が出る」と仮説を立て、それを調査すべく車籍地調査（車両ナンバーによる調査）手法を用い、コロナ元年であった 2020 年と翌 2021 年に変化や違いがあったかどうかの検証を目的とするものである。

また車籍地調査の利点として、データを県別集積することもできるため、それぞれ県別としての比較も検証したい。

これらの比較と検証をもとに、今後のウィズコロナ時代、アフターコロナ時代におけるマイクロツーリズムの変遷の予測や、決して望まない未来ではあるが今後同様な事態が起きた際に活用できる素材として記録に残したいと考える。

2. 研究の方法

<具体的な調査方法>

調査実施場所／千葉県鴨川市「鴨川シーワールド」の調査日当日に使用する全ての駐車場
 駐車場の稼働（入庫順・並行稼働など）は、同日の天候や満車状況および交通量から、現場で鴨川シーワールド職員によって判断される。当調査では、カウント漏れを防止するため、当日稼働する可能性を有する最大 10 箇所の点在する駐車場の全てに調査人員を配置して調査を行った。

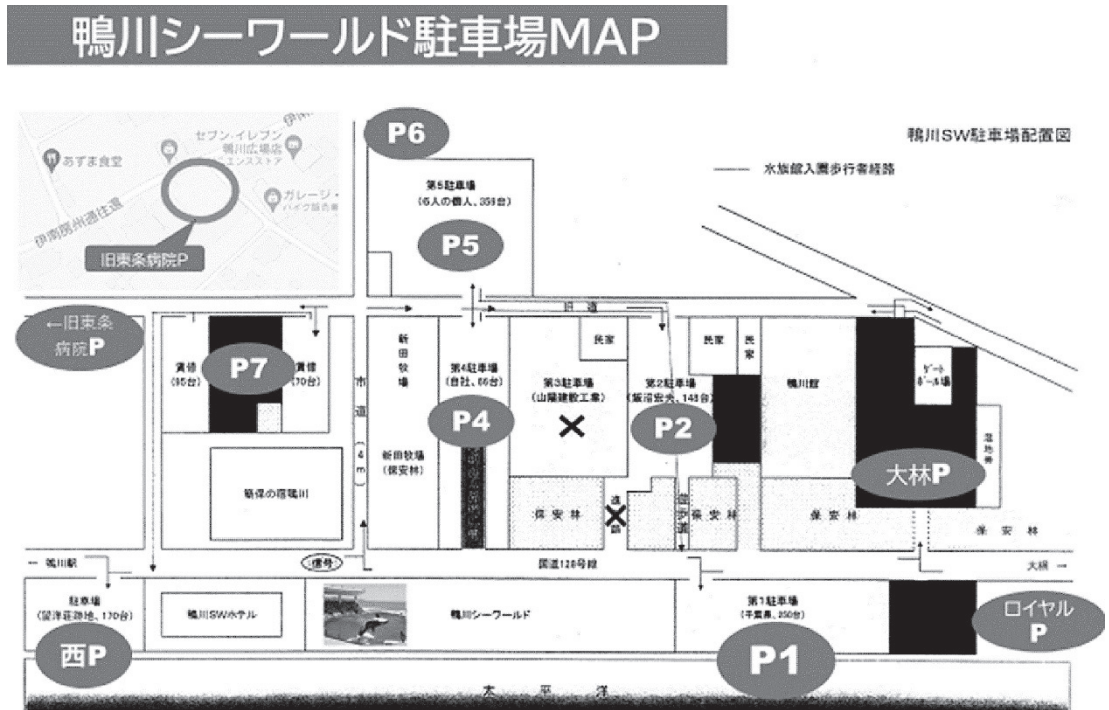


図1 調査員アサインのために作成した「車籍地調査用の鴨川シーワールド駐車場MAP」
 （調査目的として鴨川シーワールド担当者と打合のうえ、筆者作成）

調査実施日／2020年7月11日（土）・7月12日（日）・7月18日（土）※1・7月19日（日）、
 2021年4月29日（木・祝）※2・6月26日（土）・6月27日（日）の計7日間
 （参考）緊急事態宣言（東京都への発令）

1回目の緊急事態宣言（2020年4月7日～5月25日）＝49日

- 2 回目の緊急事態宣言（2021 年 1 月 8 日～3 月 21 日）＝73 日
- 3 回目の緊急事態宣言（2021 年 4 月 25 日～6 月 20 日）＝57 日
- 4 回目の緊急事態宣言（2021 年 7 月 12 日～9 月 30 日※予定）＝81 日

調査時間／2020 年実施分は 9:00～15:00、2021 年実施分は 9:00～14:00

- ※1 2020 年 7 月 18 日（土）は大雨のため、11:00 スタート
- ※2 2021 年 4 月 29 日（木・祝）はオペレーションの都合により、調査手法を変更し 13:50～16:20 にて実施

調査手法／定量調査（カウント調査）

各駐車場入場口に調査員を配置し、車両ナンバー（車籍地）を目視し調査票に記入、集計し合算する方法をとった。

- ※2 2021 年 4 月 29 日（木・祝）のみ、場内の全駐車車両の車両ナンバー（車籍地）を目視し調査票に記入、同時刻より入場車両についても同様の調査を行った。

※調査員は、2020 年・2021 年とも城西国際大学観光学部の 1 年生「フィールドワーク基礎演習c」履修学生。

なお、使用した記入用の調査票は巻末に付している。

3. 調査の結果

<カウントした車両の台数>

以下は、バイク・業務用車両・バスを除いて台数である。

- 2020 年 7 月 11 日（土）959 台 前日予報／雨
- 2020 年 7 月 12 日（日）1,064 台 前日予報／くもり
- 2020 年 7 月 18 日（土）586 台 前日予報／大雨
- 2020 年 7 月 19 日（日）862 台 前日予報／雨
- 2021 年 4 月 29 日（木・祝）424 台 前日予報／雨
- 2021 年 6 月 26 日（土）1,031 台 前日予報／晴
- 2021 年 6 月 27 日（日）891 台 前日予報／雨
- 2020 年調査の 4 日間で 3,471 台、2021 年調査の 3 日間で 2,346 台、合計で 5,817 台

<分析のための車籍地分類方法>

以下が調査分類の際のアプリ検索の統一条件である。

- ①NAVTITIME アプリを使用し検索、関東 1 都 6 県のナンバーの所要時間を計算した。
- ②2021/09/12/AM9:00 鴨川シーワールド着に基準時刻を統一した。

③発地（車籍地）は、当該行政の市役所・区役所とした。（例：つくば、土浦など）

④市町村名または区名ではないナンバーについては、該当ナンバーのエリアの陸運局所在地の市役所を発地とした。（相模・湘南など表1にて※印を付したナンバー）

4. 分析の結果

<分類の方法>

表1「車籍地別の着地までの所要時間」をもとに、5種類のグループ「①90分以内」「②105分以内」「③120分以内」「④135分以内」「⑤150分以内」に各車籍地ごとの車両台数を分類し集計した。

事例として、表1より「川崎」は①～⑤グループすべてに該当、同じ神奈川県内である「横浜」は①には該当せず②～⑤グループに該当、「相模」「湘南」は①～③に該当せず④・⑤に該当する、といった分類方法である。

※「川崎」ナンバーは所要時間が「88分」と分類し、「90分圏内」であり「①～⑤の条件すべてに該当する」という見方である。

一方、筆者の仮説である「所要時間」には依拠せず、都道府県ごとに傾向が変化する可能性も検証するため、車籍地の都道府県ごとの分類と集計も実施した。

<分類と集計の結果>

分類と集計をし、表2「所要時間①～⑤グループおよび都道府県別（首都圏1都3県）車両の台数と比率（調査日別）」および表3「所要時間①～⑤グループおよび都道府県別（首都圏1都3県）別 車両全台数に対する比率」（2020年度/2021年度比較）に示す集計結果となった。

表1 車籍地別の着地までの所要時間（リスト）

ナンバー(車籍地)		起点とする場所(発地)	所要時間	所要時間 (分)	① 90分 以内	② 105分 以内	③ 120分 以内	④ 135分 以内	⑤ 150分 以内
つくば	茨城	つくば市役所		2:23	143				○
土浦	茨城	土浦市役所		2:23	143				○
水戸	茨城	水戸市役所		3:00	180				
川崎	神奈川	川崎市役所		1:28	88	○	○	○	○
相模	神奈川	相模原市役所	※	2:12	132			○	○
湘南	神奈川	平塚市役所	※	2:13	133			○	○
横浜	神奈川	横浜市役所		1:36	96		○	○	○
群馬	群馬	伊勢崎市役所	※	3:08	188				
高崎	群馬	高崎市役所		3:17	197				
前橋	群馬	前橋市役所		3:12	192				
大宮	埼玉	さいたま市役所		2:09	129			○	○
春日部	埼玉	春日部市役所		2:19	139				○
川口	埼玉	川口市役所		2:05	125			○	○
川越	埼玉	川越市役所		2:32	152				
熊谷	埼玉	熊谷市役所		2:54	174				
越谷	埼玉	越谷市役所		2:07	127			○	○
所沢	埼玉	所沢市役所		2:24	144				○
市川	千葉	市川市役所		1:40	100		○	○	○
市原	千葉	市原市役所		1:14	74	○	○	○	○
柏	千葉	柏市役所		2:07	127			○	○
袖ヶ浦	千葉	袖ヶ浦市役所		1:03	63	○	○	○	○
千葉	千葉	千葉市役所		1:29	89	○	○	○	○
習志野	千葉	習志野市役所		1:33	93		○	○	○
成田	千葉	成田市役所		1:46	106			○	○
野田	千葉	野田市役所		2:10	130			○	○
船橋	千葉	船橋市役所		1:35	95		○	○	○
松戸	千葉	松戸市役所		1:50	110			○	○
足立	東京	足立区役所		1:52	112			○	○
板橋	東京	板橋区役所		1:50	110			○	○
葛飾	東京	葛飾区役所		1:51	111			○	○
江東	東京	江東区役所		1:38	98		○	○	○
品川	東京	品川区役所		1:33	93		○	○	○
杉並	東京	杉並区役所		1:53	113			○	○
世田谷	東京	世田谷区役所		1:43	103		○	○	○
多摩	東京	国立市役所	※	2:03	123			○	○
練馬	東京	練馬区役所		1:58	118			○	○
八王子	東京	八王子市役所		2:16	136				○
宇都宮	栃木	宇都宮市役所		3:13	193				
とちぎ	栃木	佐野市役所	※	2:43	163				
那須	栃木	那須塩原市役所		3:46	226				

(筆者作成)

表2 所要時間①～⑤グループおよび都道府県別（首都圏1都3県）車両の台数と比率（調査日別）

調査期間	2020/07/11(土)					2020/07/12(日)					2020/07/18(土)					2020/07/19(日)					
	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率
2020/07/11(土)	所要時間	959	31.5%	所要時間	1064	30.2%	所要時間	586	24.2%	所要時間	862	28.0%	所要時間	862	32.5%	所要時間	862	28.0%	所要時間	862	32.5%
2020/07/12(日)	所要時間	302	31.5%	所要時間	321	30.2%	所要時間	142	24.2%	所要時間	280	32.5%	所要時間	280	32.5%	所要時間	280	32.5%	所要時間	280	32.5%
2020/07/18(土)	所要時間	509	53.1%	所要時間	581	54.6%	所要時間	290	49.5%	所要時間	486	56.4%	所要時間	486	56.4%	所要時間	486	56.4%	所要時間	486	56.4%
2020/07/19(日)	所要時間	631	65.8%	所要時間	709	66.6%	所要時間	354	60.4%	所要時間	579	67.2%	所要時間	579	67.2%	所要時間	579	67.2%	所要時間	579	67.2%
合計	所要時間	786	82.0%	所要時間	874	82.1%	所要時間	466	79.5%	所要時間	715	82.9%	所要時間	715	82.9%	所要時間	715	82.9%	所要時間	715	82.9%
①	所要時間	861	89.8%	所要時間	946	88.9%	所要時間	519	88.6%	所要時間	784	91.0%	所要時間	784	91.0%	所要時間	784	91.0%	所要時間	784	91.0%
②	所要時間	910	94.8%	所要時間	999	93.8%	所要時間	567	96.7%	所要時間	824	95.5%	所要時間	824	95.5%	所要時間	824	95.5%	所要時間	824	95.5%
③	所要時間	453	47.2%	所要時間	514	48.3%	所要時間	247	42.1%	所要時間	433	52.5%	所要時間	433	52.5%	所要時間	433	52.5%	所要時間	433	52.5%
④	所要時間	192	20.0%	所要時間	205	19.2%	所要時間	116	19.8%	所要時間	148	17.1%	所要時間	148	17.1%	所要時間	148	17.1%	所要時間	148	17.1%
⑤	所要時間	112	11.6%	所要時間	119	11.1%	所要時間	90	15.3%	所要時間	92	10.6%	所要時間	92	10.6%	所要時間	92	10.6%	所要時間	92	10.6%
その他	所要時間	84	8.7%	所要時間	113	10.6%	所要時間	79	13.4%	所要時間	92	10.6%	所要時間	92	10.6%	所要時間	92	10.6%	所要時間	92	10.6%
合計	所要時間	49	5.1%	所要時間	65	6.1%	所要時間	19	3.2%	所要時間	38	4.4%	所要時間	38	4.4%	所要時間	38	4.4%	所要時間	38	4.4%
合計	所要時間	959	31.5%	所要時間	1064	30.2%	所要時間	586	24.2%	所要時間	862	28.0%	所要時間	862	32.5%	所要時間	862	28.0%	所要時間	862	32.5%

調査期間	2021/04/29(木・祝)					2021/06/26(土)					2021/06/27(日)							
	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率	所要時間	台数	比率
2021/04/29(木・祝)	所要時間	424	23.3%	所要時間	1031	35.1%	所要時間	891	26.8%	所要時間	891	26.8%	所要時間	891	26.8%	所要時間	891	26.8%
2021/06/26(土)	所要時間	99	44.1%	所要時間	577	56.0%	所要時間	239	49.0%	所要時間	437	49.0%	所要時間	437	49.0%	所要時間	437	49.0%
2021/06/27(日)	所要時間	251	59.2%	所要時間	704	68.3%	所要時間	559	62.7%	所要時間	559	62.7%	所要時間	559	62.7%	所要時間	559	62.7%
合計	所要時間	314	74.1%	所要時間	875	84.9%	所要時間	712	79.9%	所要時間	712	79.9%	所要時間	712	79.9%	所要時間	712	79.9%
①	所要時間	366	86.3%	所要時間	942	91.4%	所要時間	792	88.9%	所要時間	792	88.9%	所要時間	792	88.9%	所要時間	792	88.9%
②	所要時間	392	92.4%	所要時間	997	96.7%	所要時間	841	94.3%	所要時間	841	94.3%	所要時間	841	94.3%	所要時間	841	94.3%
③	所要時間	168	39.6%	所要時間	529	51.3%	所要時間	384	43.1%	所要時間	384	43.1%	所要時間	384	43.1%	所要時間	384	43.1%
④	所要時間	105	24.7%	所要時間	181	17.5%	所要時間	208	23.3%	所要時間	208	23.3%	所要時間	208	23.3%	所要時間	208	23.3%
⑤	所要時間	42	9.9%	所要時間	124	12.0%	所要時間	99	11.1%	所要時間	99	11.1%	所要時間	99	11.1%	所要時間	99	11.1%
その他	所要時間	54	12.7%	所要時間	108	10.4%	所要時間	88	9.8%	所要時間	88	9.8%	所要時間	88	9.8%	所要時間	88	9.8%
合計	所要時間	32	7.5%	所要時間	34	3.3%	所要時間	50	5.6%	所要時間	50	5.6%	所要時間	50	5.6%	所要時間	50	5.6%
合計	所要時間	424	23.3%	所要時間	1031	35.1%	所要時間	891	26.8%	所要時間	891	26.8%	所要時間	891	26.8%	所要時間	891	26.8%

(各日の調査カウンタ集計表をもとに筆者作成)

表3 所要時間①～⑤グループおよび都道府県別（首都圏1都3県）別
車両全台数に対する比率（2020年度/2021年度比較）

		A	B	差異(B-A)
		2020年度 調査実施4日間平均 比率	2021年度 調査実施3日間平均 比率	
①	90分以内	29.6%	28.4%	-1.2%
②	105分以内	53.4%	49.7%	-3.7%
③	120分以内	65.0%	63.4%	-1.6%
④	135分以内	81.6%	79.6%	-2.0%
⑤	150分以内	89.6%	88.9%	-0.7%
①	90分以内圏	29.6%	28.4%	-1.2%
②－①	91～105分圏	23.8%	21.3%	-2.5%
③－②	106～120分圏	11.6%	13.7%	2.1%
④－③	121～135分圏	16.6%	16.2%	-0.4%
⑤－④	136～150分圏	7.9%	9.2%	1.3%
	参考(県別)			
	関東1都6県	95.28%	94.51%	-0.8%
	うち千葉県内	47.56%	44.68%	-2.9%
	うち東京都内	19.06%	21.89%	2.8%
	うち神奈川県内	12.22%	11.01%	-1.2%
	うち埼玉県内	10.88%	11.03%	0.1%
	首都圏1都3県合計	89.73%	88.61%	-1.1%
	その他の地域 合計	4.72%	5.49%	0.8%

（各日の調査カウント集計表をもとに筆者作成）

(1) 2020年度（調査日4日間平均）と2021年度（調査日3日間平均）の差異

本研究では本来の「マイクロツーリズム」が指す「自宅から1～2時間程の距離」という所要時間の違いにより「観光客動向に差異が出る」と仮説を立て、2020年の第1回緊急事態宣言明けと、2021年の第2回および第3回の緊急事態宣言後で、差異が発見できるかどうかを研究の目的としている。

また各都道府県が急ピッチで推進してきた自都道府県民向けの各種の県内観光支援策等によると思われる「マイクロツーリズム＝同一都道府県内の旅行」と捉える風潮も考慮し、「所要時間」「都道府県」の差異も明らかにして参りたい。

表3「所要時間①～⑤グループおよび都道府県別（首都圏1都3県）別所要時間①～⑤グループおよび都道府県別（首都圏1都3県）別 車両全台数に対する比率」（2020年度/2021年度比較）は、車籍地を所要時間ごとに分類し集計したものである。

第一の発見は、「②所要時間105分以内」層が、全台数比率で最も差異の大きい3.7%の減少を示した点である。この数字は「台数減」ではなく、全来場車数に対する比率であり、すなわち相対的に「③－②106～120分圏」のエリアおよび「⑤－④136～150分圏」のエリアからの来客層のシェアが増加したことを意味する。

第二の発見は、さらに細かく分類を進めると、「②－①91～105分圏内」の減少が2.5%と最も大きい減少幅となり、一方隣接する「③－②106～120分圏内」が反対に2.1%の上昇を示した点である。その差は、全台数シェア率で4.6%の差があったということになる。

つまり所要時間が「わずか15分差」のエリア間でも、わずか1年後の観光地選択等の観光行動の変化に差異が見られた可能性を示唆している。

なお、シェアが増加した「③－②106～120分圏内」に分類された車籍地（ナンバーは）、以下表4の通りであった。「成田」「松戸」は着地と同一県内の千葉県内であるのに対し、「板橋」「葛飾」「足立」「杉並」「練馬」は隣接行政となる東京都内である。

一方、シェアが減少した「②－①91～105分圏内」は、「習志野」「船橋」「市川」は千葉県内、「品川」「江東」「世田谷」は東京都、「横浜」は神奈川県である。

表3下部の県別分類の数値だけを判断基準とすると、「千葉県内からの来客シェアは減り、東京都内からの来客シェアは増えた」という結論を導いてしまうが、所要時間で分類していった結果から導ける結論は「千葉県内でも106～120分圏内からの来客シェアは増えた」「東京都内でも91～105分圏内からの来客シェアは減少した」と、異なる結論となる可能性を示すことができた。

表4 「③-②106~120分圏内」に分類された車籍地(ナンバー)

※比較検証するために、前後のカテゴリとなる「②-①91~105分圏内」および「④-③121~135分圏内」も含めて作成した。

分類	ナンバー(車籍地)	起点とする場所(発地)	所要時間	所要時間 (分数)	①	②	③	④	⑤
					90分 以内	105分 以内	120分 以内	135分 以内	150分 以内
②-①	習志野 千葉	習志野市役所	1:33	93		○	○	○	○
	品川 東京	品川区役所	1:33	93		○	○	○	○
	船橋 千葉	船橋市役所	1:35	95		○	○	○	○
	横浜 神奈川	横浜市役所	1:36	96		○	○	○	○
	江東 東京	江東区役所	1:38	98		○	○	○	○
	市川 千葉	市川市役所	1:40	100		○	○	○	○
	世田谷 東京	世田谷区役所	1:43	103		○	○	○	○
③-②	成田 千葉	成田市役所	1:46	106			○	○	○
	松戸 千葉	松戸市役所	1:50	110			○	○	○
	板橋 東京	板橋区役所	1:50	110			○	○	○
	葛飾 東京	葛飾区役所	1:51	111			○	○	○
	足立 東京	足立区役所	1:52	112			○	○	○
	杉並 東京	杉並区役所	1:53	113			○	○	○
	練馬 東京	練馬区役所	1:58	118			○	○	○
④-③	多摩 東京	国上市役所	※	2:03	123				○
	川口 埼玉	川口市役所		2:05	125				○
	越谷 埼玉	越谷市役所		2:07	127				○
	柏 千葉	柏市役所		2:07	127				○
	大宮 埼玉	さいたま市役所		2:09	129				○
	野田 千葉	野田市役所		2:10	130				○
	相模 神奈川	相模原市役所	※	2:12	132				○
	湘南 神奈川	平塚市役所	※	2:13	133				○

(筆者作成)

(2) 手法検証を目的とした、同分類手法と集計による「天候(前日予報)」ごと差異の確認

この「差異を検証する手法」の検証として、調査日の合計7日間のうち悪天候である日と天候に恵まれた日があったことから、特に地元観光関係者や飲食店の間で長年の現場感覚として囁かれている「天候に恵まれると、近距離の観光客比率が増える」「前日に雨予報が出ると、近距離の客足が減少する」という現場の経験則が、果たしてデータでも確認できるか当研究の副産物的分析として行ってみた。

所要時間別の調査と同様に、表1・表2を使い「近距離」を行政区画(都道府県)ではなく所要時間で定義したうえで、(1)では表3にあたる「所要時間①~⑤グループおよび都道府県別(首都圏1都3県)別車両全台数に対する比率(前日の天候予報別比較)」を表5として作成した。

表5 所要時間①～⑤グループおよび都道府県別（首都圏1都3県）別
車両全台数に対する比率（前日の天候予報別比較）

		C	D	差異(D-C)
		雨予報	晴orくもり 予報	
		該当日5日間平均 比率	該当日2日間平均 比率	
①	90分以内	28.8%	32.6%	3.9%
②	105分以内	52.0%	55.3%	3.3%
③	120分以内	64.0%	67.5%	3.4%
④	135分以内	81.1%	83.5%	2.4%
⑤	150分以内	89.5%	90.1%	0.6%
①	90分以内圏	28.8%	32.6%	3.9%
②－①	91～105分圏	23.2%	22.6%	-0.6%
③－②	106～120分圏	12.0%	12.2%	0.1%
④－③	121～135分圏	17.1%	16.0%	-1.0%
⑤－④	136～150分圏	8.5%	6.6%	-1.8%
	参考(県別)			
	関東1都6県	95.41%	95.30%	-0.1%
	うち千葉県内	46.26%	49.81%	3.5%
	うち東京都内	20.08%	18.41%	-1.7%
	うち神奈川県内	12.21%	11.61%	-0.6%
	うち埼玉県内	10.70%	10.55%	-0.1%
	首都圏1都3県合計	89.24%	90.37%	1.1%
	その他の地域 合計	4.59%	4.70%	0.1%

（各日の調査カウント集計表をもとに筆者作成）

「天候に恵まれると、近距離の観光客比率が増える」という地元観光関係者の経験則は、この手法をあてはめて分析してみると「①90分以内圏内」の最も近距離の観光者の（全台数に対するシェア+3.9%）の比較的大きいシェア比の増加は証明できたが、「②-①91~105分圏内」「③-②106~120分圏内」については前日雨予報でも晴曇り予報でもほぼ変化しない横這い（差異1%以内）、「④-③121~135分圏内」「⑤-④136~150分圏内」においては前日雨予報の場合はシェア比率が上がる「逆転現象」が起きていることがわかった。

つまり天候に左右される（前日の気象予報に左右される）観光者層は、「①90分以内圏内」の観光者層のみであるという結果となった。

なお表2中に記載した通り、2020年7月11日（土）は前日雨予報に対して当日の現地天気は「くもり時々雨」、2020年7月12日（日）は前日くもり予報に対して当日の現地天気は「晴」、2020年7月19日（日）は前日雨予報に対して当日の現地天気は「くもり」、2021年6月27日（日）は前日雨予報に対して当日の現地天気は「くもり」であったことも補足しておきたい。

当研究において「①90分以内圏内」に該当するナンバーとは、以下表6が示す通り、鴨川市も属する「袖ヶ浦」に加え、千葉県内では「市原」「千葉」、そして神奈川県「川崎」が含まれる。一方、同じ千葉県内であっても「習志野」「船橋」「市川」は他属性「②-①91~105分圏内」となる。

これを県別（▲3.5%）で判定すると「千葉県内の観光者は、前日雨予報だと鴨川シーワールドに来ない」という解釈になってしまうが、広い千葉県内においては居住エリア（所要時間層）によって行動パターンが異なる可能性があることが、所要時間別の分析を並行したことによって示すことができた。

また以上により「天候に恵まれると、近距離の観光客比率が増える」という地元観光関係者の経験則を、この手法では明らかにすることができたと言える。

よって当手法での、本研究の主題であるマイクロツーリズムの経年変化に関する分析においても、有効性を示すものと考えられる。

表6 「①90分以内圏内」に分類された車籍地（ナンバー）

※比較検証するために、近接カテゴリとなる「②-①91~105分圏内」も含めて作成した。

分類	ナンバー(車籍地)	起点とする場所(発地)	所要時間	所要時間 (分数)	①	②	③	④	⑤
					90分 以内	105分 以内	120分 以内	135分 以内	150分 以内
①	袖ヶ浦 千葉	袖ヶ浦市役所	1:03	63	○	○	○	○	○
	市原 千葉	市原市役所	1:14	74	○	○	○	○	○
	川崎 神奈川	川崎市役所	1:28	88	○	○	○	○	○
	千葉 千葉	千葉市役所	1:29	89	○	○	○	○	○
②-①	習志野 千葉	習志野市役所	1:33	93		○	○	○	○
	品川 東京	品川区役所	1:33	93		○	○	○	○
	船橋 千葉	船橋市役所	1:35	95		○	○	○	○
	横浜 神奈川	横浜市役所	1:36	96		○	○	○	○
	江東 東京	江東区役所	1:38	98		○	○	○	○
	市川 千葉	市川市役所	1:40	100		○	○	○	○
	世田谷 東京	世田谷区役所	1:43	103		○	○	○	○

(筆者作成)

5. 考察

当研究の調査は2020年から2021年にかけて7日間に及んだが、来場したマイカーの合計台数は、調査した7日間合計台数5,871台、1日あたりの平均台数は831台であった。

1日あたりの最小台数は、第3回緊急事態宣言下であり且つ雨天であった2021年4月29日（木・祝）の424台、最大台数は最も市民が厳格にステイホームを実行した第1回緊急事態宣言の解除から48日後の晴天日となった2020年7月12日（日）の1,064台であった。

第4章の分析による差異は感覚的にはだいぶ小さく感じてしまうが、1日あたりの具体的な台数に当てはめると3%換算で12.7台~31.9台となり、目的地がテーマパークであることから最低2名は乗車しており、かつファミリー層が多くを占めると推測し、3名乗車で換算すると1日あたり38名~96名の差異となるのである。

つまり「3%の差異」とは、観光地の飲食店などのオペレーションや売上、収益に影響を及ぼしうる数値である可能性は大きいと考えられる。

よって、「次の+3%をどう創出するか」「▲3%の減少リスクをどう回避するか」を議論する価値は十分あると考えられ、その議論の6W2H³の「Where（どこで/PRおよび販売チャネルや販売場所）」「Whom（PRおよび販売するターゲット層）」は避けて通れないポイントになると考えられる。

6. まとめ（結論）

今回の研究を通じて判明したことは、より細かいエリアに細分化したデータの重要性和都道府県くくりのデータで判別するリスクである。

それは仮に鴨川市内の観光施設が、今後に向けた神奈川県内在住者に向けた販促戦略を考えることになった際に、この調査研究結果は「川崎」「横浜」「相模」「湘南」エリアの違いによって観光行動が大きく変わる可能性を示唆しているからである。

また 2020 年度から 2021 年度に全来場車に対してのシェアが「②105 分圏内」の層が▲3.7%を示し、かつ「③－②106～120 分圏内」の層が+2.1%と反対の傾向を示した点は、マイクロツーリズムにおける近距離層（第 1 層）から中距離層（第 2 層）へ、マイクロツーリズムの観光客層の中でも複数の層が存在し、その層が徐々に変遷している可能性を示していると考えた。

よって今後、緊急事態宣言が解除された後、あるいは市民感情の中で新型コロナによる観光行動に対する危機意識が薄らいだ際に、超近距離層（第 1 層）「②105 分以内圏内」客層へはリピーター想定のアプローチ、中距離層（第 2 層）「③－②106～120 分圏内」の層へは「▲3%」を回避するための策やアイデアが必要になると考えられる。

「マイクロツーリズム」の現在の概念は、「遠方や海外への旅行に対し、3 密を避けながら地元の方が近場で過ごす旅のスタイル。自宅から 1～2 時間程の距離で、安心、安全に過ごしながら地域の魅力を深く知るきっかけになり…」となっているが、この単語自体の概念も今後変遷していくと考えられる。

首都圏をひとつのエリアと考えることは通勤・通学などの日々の交流人口や文化を考慮すると自然な考え方であり、エリアによってマイクロツーリズムが描く円の大きさが変わることや、その大きさの設定の方法も議論されることになると推測する。

今回の調査研究では千葉県鴨川市を着地として進めたが、具体的には千葉県北部の「柏」や「野田」、埼玉県南部の「川口」や「大宮」、東京都西部の「多摩」などの「121～150 分程度」のエリアも日帰り可能圏内であることから、当調査研究結果を踏まえた上で「マイクロツーリズム」に該当すると考える。

この「マイクロツーリズム」という単語が示す概念は、観光関係者として回避を希望するが、万が一再度の蔓延防止策が必要となった際に、各種学校が実施する遠足や修学旅行のデスティネーション決定に大きく影響する可能性があり、この 2 年間で違和感を感じた「隣県への移動自粛」「都道府県単位での行動範囲の提示への疑問」の解決の一助にもなると考える。

7. むすび

今回の研究調査に際して調査場所をご提供くださった鴨川シーワールドの皆様にご心から御礼申し上げます。また調査に携わった城西国際大学観光学部の学生にも心から感謝したい。

当研究は行政や特定企業などからの依頼や補助金・支援などを頂かず、「マーケットイン⁴」の視点で進めることを最重要視した。

理由としては、今後「ウィズコロナ時代の観光」が再構築されていく（していく）にあたり、徐々に再開されていくと思われる中長距離の国内観光の客層と、同時に一定層が継続するであろうマイクロツーリズムの客層を、個々の行政や企業の壁を越えた協力体制の下で両眺みしていく必要性が容易に想像できたからである。

例えばコロナ対策として観光施設が一時的に導入してきた完全予約制は、マイクロツーリズムに対して、どのように作用・影響するのか？コロナ前は団体客への対応策として主に機能してきた完全予約制度を個人客に応用する場合、どのような機会損失と販売促進を考えるべきなのか？完全予約の対応が非現実的である観光施設や飲食店は、人員計画や仕入計画にどう反映していくべきなのか？繁忙期や混雑時間帯などが変化することにより、道路や公共交通などの生活者に関わる部分の行政マネジメントの対応方法など、これから浮かび上がりそうな問題が多々予想される。

数々の計画や投資判断となっていたコロナ前の戦略やマーケティングの効力が失われてしまったことは大変残念ではあるが、新たにどのようにマイクロツーリズム客層とその他客層を両立し、新たによりよい戦略やマーケティングを基に、新たな観光客の受入体制を実現していくべきかを考えていくことが必然であり、まもなく喫緊の課題となることを意味している。

いずれにしても今後訪れる「未経験の市場」に対して、ただ「座して待つ」のではなく、観光地あるいは観光施設側が意図的かつ戦略的に練る「観光地マーケティング」の一助となれば幸いである。

本研究における限界と課題としては、調査日程がマンパワーなどの現実問題により限定的にならざるを得なかったこと、車籍地調査の弱点として車両購入後に転居しているケースなど発地と一致しないケースが少数考えられることなどである。

また公共交通機関を使って移動した観光客のケースが漏れてしまうデメリットもある。

ビッグデータを駆使した RESAS⁵（地域経済分析システム）を用いる研究手法も考えられたが、民間シンクタンクなどへのアウトソースが可能であることに加え、土地勘があるマイクロツーリズム観光者は検索をしない（RESAS データの基になっていない）可能性があると考えたことから、今回は車籍地調査という、よりアナログな手法を現場で行うことにこだわり、発見をしながら調査を進めることを優先した。今後、RESAS を絡めた同様の研究も進めていくべきであると筆者は考える。

今後も、より「観光マーケティング」要素と「マーケットイン」視点を持ち合わせ、かつ現場感のある調査と研究に取り組んで参りたい。

【謝辞】

文末となりましたが今回の調査に際し、調査場所の提供・ご協力を頂きました皆様とご担当者様、および調査協力頂いた皆様に心から感謝申し上げます。

鴨川シーワールド様

城西国際大学観光学部 「フィールドワーク基礎演習 c」履修学生の皆様

【注】

- ¹ 1962年に米・スタンフォード大学の社会学者、エベレット・M・ロジャース教授 (Everett M. Rogers) が提唱したイノベーション普及に関する理論で、商品購入の態度を新商品購入の早い順に五つに分類した理論。新しい商品やサービスがどのように市場に普及していくのかを分析した理論で、市場に普及するためには、全体の 16%にあたる、新しいものを受け入れやすい人たちに浸透することがカギだとしています。
- ² <https://www.hoshinoresorts.com/sp/microtourism/>
「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」より (2021年9月6日閲覧)
- ³ マーケティング戦略における 6W2H とは、「When/いつ」「Where/どこで」「Who/誰が」「Whom/誰に」「What/何を」「Why/なぜ」「How/どのように」「How much/いくらで」を 4P 分析 (Product、Price、Place、Promotion) の視点からターゲット市場を分析するという考え方で、6W2H では、「Who」を自社の関係者、「Whom」をターゲットや競合の関係者に分けて分析する手法。
- ⁴ マーケットインとは、企業が商品を開発するときに顧客のニーズを優先し、顧客目線で商品を企画・開発すること。顧客へのアンケートやリサーチなどでニーズをもとに商品づくりを行う。対義語として、企業が商品開発をする際に作り手の考えをもとに行なっていく、「プロダクトアウト」がある。
- ⁵ 内閣官房のまち・ひと・しごと創生本部が運用している産業構造や人口動態、人の流れなどに関する官民のいわゆるビッグデータを集約し、可視化を試みるシステムである。地域経済分析システムという表現も用いられる。観光分野においては、目的地分析や From-to 分析 (宿泊者) などの機能の活用が可能である。なお目的地分析で使われているデータは、株式会社ナビタイムジャパンの「経路検索条件データ」が基になっており、同社の検索システムで検索された観光施設や集客スポットを基に集計されている。

【巻末】

現場調査に使用した「調査記入表」

20210425(日)		車輦ナンバー調査票		字籍番号/TW20 - 氏名/						
<測定時気象 晴れ・くも 雨・雪 気温(℃)		測定地 ↓	測定日時 年 月 日 () AM/PM : ~ AM/PM :	共同測定者氏名						
	都道府県	市町村	自動車	数字集計	業務用 自動車	数字集計	バイク	数字集計	バス (乗車/バスなど) ※SW乗り/バス	数字集計
あ	あいち	足立	東京							
	いちばし	板橋	東京							
	いちかわ	市川	千葉							
	いちほろ	市原	千葉							
	うつのみや	宇都宮	栃木							
か	おおみや	大宮	埼玉							
	かしわ	柏	千葉							
	かすかへ	春日部	埼玉							
	かつしか	葛飾	東京							
	かわくち	川口	埼玉							
	かわごえ	川越	埼玉							
	かわさき	川崎	神奈川県							
	くまがや	熊谷	埼玉							
	ぐんま	群馬	群馬							
	こうとう	江東	東京							
さ	こしがや	越谷	埼玉							
	さかみ	相模	神奈川県							
	しながわ	品川	東京							
	しょうなん	湘南	神奈川県							
	すぎなみ	杉並	東京							
た	せたがや	世田谷	東京							
	そでがうら	袖ヶ浦	千葉							
	たかき	高崎	群馬							
	たま	多摩	東京							
	ちば	千葉	千葉							
	つくば	つくば	茨城							
	つちうら	土浦	茨城							
	とちぎ	所沢	埼玉							
	とちぎ	とちぎ	栃木							
	な	なす	那須	栃木						
なしのの		習志野	千葉							
なりた		成田	千葉							
ねりま		練馬	東京							
のた		野田	千葉							
は	はちおうし	八王子	東京							
	ひなばし	船橋	千葉							
ま	まえはし	前橋	群馬							
	まつと	松戸	千葉							
や	みやと	水戸	茨城							
	よこはま	横浜	神奈川県							
他	(記入例)									
	大阪	正	5							
合計										

Survey and Consideration of ‘Microtourism’
Trends after the Lifting of the State of Emergency
Due to the Spread of the COVID-19:
Comparison with Vehicle Registration Survey at Kamogawa SeaWorld
in the first half of FY2020 and the first half of FY2021

Tsuyoshi Yamamoto

Abstract

Following the first declaration of a state of emergency (April 7 to May 25, 2020) due to the spread of the new coronavirus (COVID-19), we experienced a period of 49 days in Japan that could be considered a complete suspension of tourism activities.

After that, in the summer of 2020, in order to capture the resumption of individual tourism behavior during the With Corona period, I began an emergency survey of tourism trends at Kamogawa Sea World, the most popular tourist destination in Kamogawa City, Chiba Prefecture, where the university campus where I work is located.

This research is an attempt to capture the new trend called "micro tourism" by conducting the same survey at fixed points in 2020 and 2021 using the method of vehicle registration area survey.

As a result of observing the changes after one year, it was found that there were differences between the "within 105 minutes" group and the "106-120 minutes" group.

As a result, it was found that there was a difference between the "within 105 minutes" group and the "106-120 minutes" group. It was also confirmed that there was an unacceptable discrepancy in the numerical values when grouped by prefecture compared to when grouped by travel time.

Key words: Microtourism, With Corona, Vehicle Registry Survey, Number Survey, Day Tourists,
Sight-seeing area Marketing