

コロナ禍における観光地住民と観光客の受け入れ

鎌田裕美
KAMATA, Hiromi

一橋大学大学院経営管理研究科准教授

1—はじめに

新型コロナの蔓延により、国際的な人流はほぼストップされた。日本では、訪日外国人観光客の集客を積極的に取り組んできたこともあり、新型コロナの観光への影響は大きい。そのため、Go Toトラベルキャンペーンをはじめ、国内旅行の促進のための政策が実施された。宿泊旅行者数は2020年5月に2019年同月比で-82.6%まで落ち込んだが、Go To トラベルキャンペーン期間中には宿泊旅行者数が増加し、-20%から-25%まで回復した（宿泊旅行統計調査）。こうした促進策により、観光地の地域経済は徐々に持ち直したと言えるだろう。一方で、観光地の住民はジレンマを抱えているのではないだろうか。地域経済のためには観光客を受け入れるべきではあるが、同時に観光客が来ることにより感染確率が高まり、医療崩壊を招く可能性もある。こうした住民の不安に対し、地方自治体やDMO（Destination Marketing/ Management Organization）が適切なコミュニケーションをとり、住民の不安を緩和し、理解を得る必要がある。

観光地の住民に対し、コロナ禍およびコロナ後の観光客の受入をどのように説明して進めればいだろうか。観光地の住民を対象に、Emotional Solidarity（感情的連帯）理論を用いて、コロナ禍の住民の知覚リスク、観光客との感情的連帯感、観光振興のサポートの関係を示し、どのように住民とコミュニケーションをとるかを考察したのが今回紹介する論文¹⁾である。

2—コロナ禍での観光地の住民

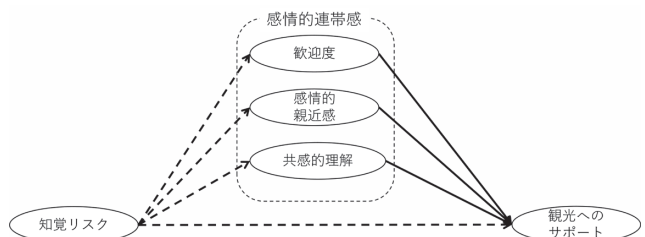
コロナ禍で、観光地の住民が観光客をコロナの感染リスクの原因と見なす場合、物理的にも精神的にも距離をとることになる。物理的には、ソーシャル・ディスタンスのように、他者との距離をとり、交流を必要最低限にする。精神的な距離では、感染への恐怖から観光客に対して偏見をもつようになる。実際に、新型コロナが蔓延しはじめたとき、アジア人観光客はヨーロッパなどの観光地で非難され、攻撃されることもあった。

Emotional Solidarityは、観光研究においては、観光客と住民の関係性について互いに共感し、連帯感を持つ可能性を示している。また、歓迎度、感情的親近感、共感的理解の3次元

に渡る10項目を含む感情的連帯尺度（ESS）も開発されている。これまでの研究から、住民側では、居住期間が長く、地域への愛着が高いほど観光客との感情的連帯を示し、地域における観光のプラスの影響と将来の可能性について評価する傾向がある。観光客側は、その観光地への愛着が強く、また観光地の近隣に住む人ほど、観光地の住民に対して感情的連帯を示すことがわかっており、住民との社会的距離を縮め、観光地を再訪し他者に推薦する意図を持つ。ただし、これまでの感情的連帯の研究は平常時のときのみであり、安全や健康上のリスクを伴う状況において、感情的な連帯がどのように変化するかは不明である。さらに、新型コロナの感染リスクがある場合、おそらく感情的連帯ではなく、感情的不協和が観察されるだろう。

観光客が感染リスクの原因とみなされる場合でも、住民が観光客に対して感情的連帯感を持つかどうか、また、その感情が観光へのサポートにつながるかについて、調査した。具体的には、住民の視点から、「観光による感染リスクの知覚」が「観光客に対する感情的連帯感」、「観光へのサポート」にどのように影響するか、また、コロナ禍で、「感情的連帯感」が「観光へのサポート」にどのように影響するかを分析している（図—1）。調査対象は、韓国の済州島の住民である。済州島は韓国で最も人気のある観光地のひとつであり、住民も観光産業の持続と新型コロナの感染抑制のどちらを選ぶかというジレンマに直面している。国内観光客を受け入れることは、住民の地域経済を救うことになるかもしれないが、離島である済州島が避けようとしている集団感染の引き金にもなりかねない。こうしたジレンマは、他の観光地でも同様に見られるだろう。

分析の結果は、図—1のとおりである。まず、「知覚リスク」について、済州島の住民は、来訪観光客を新型コロナの感染確



注：図中の矢印は、実線はプラス、点線はマイナスを表す
 出典：Joo et al. (2021) Figure1 Conceptual frameworkに推定結果に基づき矢印の実線と点線を表記

■図—1 概念モデル

率を高め、自分たちの屋外での活動に支障をきたすリスクの原因と考えていた。そして、この住民の「知覚リスク」は「観光へのサポート」にマイナスの影響を与えることがわかった。また、「知覚リスク」は、「観光客に対する感情的連帯感」である歓迎度、感情的親近感、共感的理解の3次元すべてにマイナスの影響を与えた。観光客が新型コロナの感染リスクの原因だと知覚した住民は、社会的距離を置いたり、マスクを着用したりする傾向が強く、交流の減少と感情的不協和の拡大になったと考えられる。新型コロナが蔓延しはじめたときにアジア人観光客が受けた攻撃のように、民族的・文化的な差異が少ない国内観光においても感情的不協和が起こる可能性がある。一方で、「観光客に対する感情的連帯感」は、「観光へのサポート」との間に正の相関があった。平常時ではこれらに正の関係が見られることが示されてきたが、コロナ禍のような不安定な状況でも同様に見られることが明らかになった。さらに、「観光客に対する感情的連帯感」は、「知覚リスク」と「観光へのサポート」の関係を部分的に緩和することも示された。

3—観光地の住民とのコミュニケーション

当該論文の著者らは、分析結果に基づき、次のように実務的なインプリケーションを提示している。具体的には、観光客が感染リスクの原因であるという住民の知覚リスクを減らすことと、観光客に対する感情的連帯感を促進することである。

住民の知覚リスクを減らすために、まず、観光地の自治体やDMOは、陽性と確認された人の数や、それらの人々が観光地にいる間にどこを訪れたかについて、包み隠さずにすべての情報を提供することである。知覚リスクは、誰が感染しているかわからないという不安から生じるため、感染情報を提供することで知覚リスクを減らす。また、観光客数を制限し、住民と観光客のエリアを分けることも考えられる。エリアを分けることにより、観光客の観光体験の質や観光客に対する住民の感情的連帯感は損なわれるかもしれないが、住民が感じるリスクは減らせるだろう。さらに、観光地は観光客に課税し、税収を観光客だけでなく住民にとっても安全な環境づくりに投資することも考えられる。このような観光客の財政的貢献は、住民の「観光へのサポート」を高めるか、少なくとも拒否の度合いを弱めることができるだろう。

知覚リスクを減らすことができない場合、自治体やDMOは、感情的連帯感を促進することを検討すべきである。ソーシャル・ディスタンスやマスクの着用は交流を妨げるため、感情的連帯に悪影響を及ぼす可能性が高い。そのため、一般的に提案されている交流の促進、たとえばイベントでの観光客と住民の直接的な交流などは不可能である。その代わりに、自治体やDMOは、観光客はリスクではなく、観光事業の存続に貢献することを説明する。肯定的な観光客の体験談やレビューをオン

ラインで共有することも、感情的連帯感を促す効果的な方法になるだろう。

4—おわりに

当該論文では、知覚リスクは観光へのサポート、感情的連帯感に負の影響を与えることを示し、感情的不協和が生じていることを明らかにしている。同時に、感情的連帯感と観光へのサポートには正の相関があることも明らかにした。つまり、住民は、観光客の来訪によりコロナの感染リスクを感じながらも、本質的に観光をサポートする姿勢を持っている。

現在、新型コロナの感染拡大防止のため、多くの国で他国からの入国制限をしている。そのような状況で、国内旅行が盛んになり、観光地の経済が支えられていると言える。しかしながら、観光地の住民は、地域経済への観光の貢献を理解しながらも、観光客との接触等により感染の恐怖を感じるというジレンマを抱えている。そうした住民の不安に対して説明もせず、観光促進を優先してしまうと、住民は観光地（自治体やDMO）への信頼を無くす可能性もある。そして、最終的に、観光へのサポートに消極的あるいは観光振興を否定することも考えられる。これは、コロナ禍での観光に限らない。コロナ前に世界的に問題となったオーバーツーリズムも同じである。大勢の観光客が一気に観光地を訪れ、交通混雑、騒音・ゴミ、不動産価格や物価の上昇などの問題を引き起こし、観光地の住民の日常生活に負の影響を及ぼした。一部の観光地では、観光客の排斥運動も起こった。観光地は、観光客にとっては非日常空間であるが、住民にとっては日常空間であり、同じ空間をシェアしなければならない。重要なことは、住民の日常が観光客によって「脅かされる」ことや、そのような認識を住民が持たないようにすることである。

移動は制限されているものの、観光需要そのものはなくなったわけではない。コロナが収束するなど移動の制限が緩和されれば、さまざまな観光地で国内外の観光客が急増する可能性は十分に考えられる。そのときに、観光地の住民に、観光客を受け入れ、観光のサポートをしてもらうためには、コロナ禍での自治体やDMOのコミュニケーションが鍵となるだろう。本稿の執筆現在、Go Toトラベルキャンペーンの再開が検討されている。自治体やDMOは、Go Toトラベルキャンペーンによる観光客の集客を考えるばかりでなく、観光客はリスクではないことをいかに住民に理解してもらうかが重要ではないだろうか。

参考文献

- 1) Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C-K., & Woosnam, K. M. (2021). "Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic", *Journal of Destination Marketing & Management*, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100553>.