

第5回

KPMG 次世代論文コンテスト - 関西の未来

関西圏でのアドベンチャーツーリズム振興  
—持続可能な観光圏として世界に選ばれる関西へ—

一橋大学大学院 経営管理研究科

池永進之佑

## 目次

1. はじめに	1
1. 1 問題意識と本論文の目的	1
1. 2 本論文の構成	2
2. 基本概念の整理	3
2. 1 AT とはなにか	3
2. 2 AT の旅行者のニーズ	3
2. 3 ポストコロナの時代における観光業	4
3. 先行事例 北海道における AT	6
4. 関西圏における AT	7
4. 1 コンテンツ内容	7
4. 2 提案の持続可能性の検討	9
5. おわりに	11
6. 参考資料	12

# 1. はじめに

## 1. 1 問題意識と本論文の目的

2015年の国連サミットで採択されたSDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けて、多くの企業や団体による積極的な取り組みが世界規模で行われている。もちろん、関西圏もその例外ではなく、むしろSDGsの達成に向けたリーダーシップを発揮する立場にあるといえる。例えば、2019年のG20サミットでは、SDGsの意義を再確認し、各国がさらなるSDGsの推進を目指す大阪首脳宣言が採択された。また、2025年に開催される大阪・関西万博ではSDGs達成への貢献を開催目的の一つとしている。

一方で、新型コロナウイルスの流行によってヒトの移動が大きく制限されたことで、特に観光業や飲食業を中心に著しい経済的影響が生じている。下図1は、2011年度以降の近畿の外国人入国者数および全国の訪日外国人旅行者数の推移を示している。2011年から2019年における近畿の外国人入国者数の8年間のCAGR<sup>1</sup>は25.4%となっており、全国の訪日外国人旅行者数の伸び（22.67%）を大きく上回っていた。これは、他の地域に勝るとも及ばない優れた観光資源を関西圏が有していることの表れだといえる。

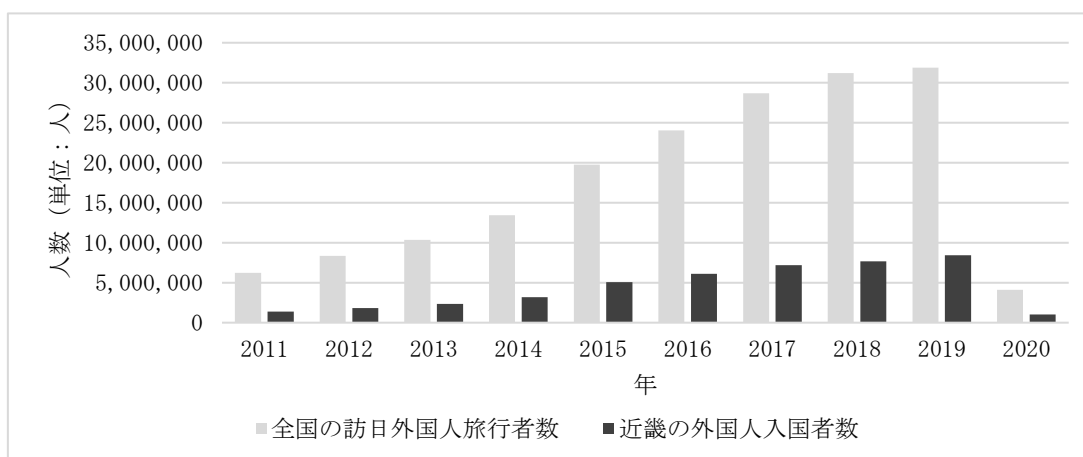


図1. 訪日旅行者数の推移（出典：近畿運輸局の資料より筆者作成）

よって、「世界に選ばれる関西」となるためには、SDGsの達成に貢献する観光圏をポストコロナの時代に関西で実現し、多くの訪日外国人旅行者に訪れてもらうことが必要だと考えられる。UNWTO（世界観光機関）では、観光はSDGsの17の目標すべてに関連する可能性がある<sup>2</sup>ことを確認しており、観光業とSDGsは極めて相性が良い。この観点から、本論文では「関西圏におけるアドベンチャーツーリズムの定着」を目指す提案を行う。こ

<sup>1</sup> 年平均成長率（Compound annual growth rate）の略で、複数年（今回は8年間）にわたる成長率から1年あたりの成長率を複利で計算した数値をいう。

<sup>2</sup> UNWTO, Tourism for SDGs のページに描かれた“The 2030 Journey”による。

これは、自然や文化、歴史を感じられる持続可能な旅行形態であるアドベンチャーツーリズム（以下、AT とする）を関西圏で企画することで、訪日外国人旅行者の需要を獲得するものである。ポストコロナの時代における観光業の新たな形として、「世界に選ばれる関西」を実現できると考えている。

## 1. 2 本論文の構成

以上の問題意識および目的をもとに、まず第2章ではATおよび訪日外国人旅行者のニーズについて整理する。続く第3章では、北海道でのATを先行事例として検討する。これらの議論をふまえて、第4章では訪日外国人旅行者向けの関西圏におけるATを企画することを目指す。

調査方法に関しては、書籍や論文、統計資料、プレスリリースなどの公開情報および先行事例の分析をもとにした事業提案型のアプローチをとる。当初はフィールドワークも想定していたが、8月の緊急事態宣言の対象範囲の拡大およびその後の感染状況を踏まえて取り止めた。

## 2. 基本概念の整理

### 2.1 ATとはなにか

冒険心のある (Adventurous) 旅行の起源はマルコ・ポーロやジェームス・クックの時代にまで遡る。しかし、専門のガイドとともに文化や自然との交流を楽しむという商業的な AT の出現は比較的最近のことである。ATTA<sup>3</sup>の定義では、「物理的なアクティビティ (Physical activity)」「文化交流 (Cultural exchange)」および「自然との関わり (interaction and engagement with nature)」の3つの要素のうち2つ以上で構成される旅行形態をいう。アドベンチャーという言葉から、クライミングや洞窟探検といった強度の高い (Hard) なアクティビティが連想されがちである。しかし、野鳥観察やスキューバダイビングといった強度の低い (Soft) なアクティビティに加えて、地元住民との交流をはじめとする文化体験も含まれる。また、他と比較すればマス・ツーリズムでない旅行形態だという定義もできる。文化や自然との交流の機会が限られ、1つの目的地に集客することで規模の経済を達成するという旅行形態の対極にあるのが、AT である。

UNWTO は、リピーターを生みやすいこと (Resilient)、高単価の旅行者を魅了できること (Attracts high value customers)、地域経済の支援につながること (Supports local economies) および持続可能な観光に寄与すること (Encourages sustainable practices) の4つを AT の特徴として挙げている。社会的な負の影響を最小化しつつ、地域の利益を最大化するという点ではグリーン・ツーリズムやエコ・ツーリズム、ボランティア・ツーリズムと相互に関連しあう。しかし、それらの旅行形態をすべて包含して旅行者を熱狂させ、地域経済への貢献の程度が大きいという点に AT の新しさがある。

### 2.2 ATの旅行者のニーズ

続いて、ATTA が公開した 2019 年の AT 市場に関する資料を用いて、AT に参加する旅行者の特徴について確認する。

まず、旅行者のデモグラフィクスに着目する。欧米やアフリカでは約半数の旅行者がカップルでの参加であるのに対して、アジアではグループでの参加が約 40% を占める。したがって、旅行者全体でみた男女比率は概ね 1:1 となっているものの、個人旅行者に限定すれば女性の比率が 59% となる。また年齢層としては、29 歳から 60 歳の旅行者が全体の約 80% を占めている。さらに、旅行者の質に着目すると、73% が中間層 (Mid-range) である一方、残りは高所得層 (High-end/Luxury) だという点も特徴的である。

---

<sup>3</sup> Adventure Travel Trade Association の略で、AT 市場の拡大を目指して 1990 年に米国のシアトルで設立された民間団体である。100 か国に 1400 以上の会員を有する。

続いて、旅行者の情報入手および予約手段に着目する。最も効果的なプロモーション手段としては口コミが挙げられており、電子メールやツアー事業者の連携、SNS の利用と続く。また、61%の旅行者は個人で直接予約をしており、この傾向は特に欧米において顕著である。一方、AT にあまりなじみがないと考えられるアジアやアフリカの旅行者は旅行代理店を経由した予約も多い。加えて、約半数のツアー事業者において、クレジットカード決済が利用できたり、オンライン上で予約を完結させられたりできる。

さらに、旅行者の行動や動機にも焦点を当てる。1つのツアーの平均日数は8.8日で、1日当たり1人341米ドルを支出している。最も現地支出が多いのは北米地域であり、1日当たり1人447米ドルにも達する。また需要という点では、近年特に高まっている(Hot trending)なものとして、自分自身で旅程を組み立てられること、環境や持続可能性への配慮あるいは電動自転車による旅が挙げられている。他にも、LGBT や女性のエンパワーメントといったジェンダーの平等あるいは食事に注目するツアーも比較的関心を集めて(Warm trending)いる。この背景には新しい経験や通常の観光客が訪れないような場所への到達、地元住民のような旅がしたいという旅行者の強い動機がある。加えて、AT を通じた困難への挑戦それ自体が持つステータスへの憧れやデジタル・デトックス<sup>4</sup>を期待する旅行者も存在する。人気の高いアクティビティには、ハイキングやサイクリング、野生生物の観察、文化体験など強度の低いものが主流になりつつある。

### 2.3 ポストコロナの時代における観光業

本章の最後では、これからのポストコロナ時代の観光地提案を行う上で考慮すべきニーズとして、観光業における感染症対策およびSDGs について簡単に整理する。

まず、2021年6月に公表された令和3年版観光白書の中では、観光トレンドの変化として近隣地域内での観光や個人旅行の割合の増加が挙げられている。また、滞在型観光や分散型旅行、オンラインツアーが定着した。また、清潔さやウイルス対策全般への期待が高いことから、外国人観光客の訪日意向の高さもうかがえる。一方、観光地に対してはこのような需要の変化を踏まえた観光コンテンツの創出やIT化、DXの導入、感染拡大防止策の徹底を求めている。

また、旅行者向けのマナーや観光地向けのガイドラインも様々な機関によって策定されてきた。例えば、日本旅行業協会(JATA)は「新しい旅のエチケット」として、交通、飲食、宿泊および観光施設における感染リスクの低い旅行マナーを提案している。国際的なガイドラインとしては、世界観光機関(UNWTO)が観光業の各部門に対して国公表したのものがある。この中では、「安全でシームレスな旅行(Safe and seamless travel)」

---

<sup>4</sup> 一定期間デジタルデバイスと距離を置き、自然との繋がりを感じることでストレスを軽減し、身体を活性化させる取り組みのこと。

が対面での観光を再開する方法だとして、予約から出発、滞在地での旅行スタイルについて言及されている。

表 1. 安全でシームレスな旅行（出典：Global Guideline, P7 より筆者作成）

段階	求められること
01. 検索・予約	渡航に必要な条件や滞在地での感染時の対応に関する情報の提供 ソーシャル・ディスタンス、国内公共交通機関での非接触決済 事前のオンラインチェックイン、非接触での出入国手続き 接触確認アプリのインストール、非接触決済やチェックイン 電子チケットやオンライン予約、SMS による事前の情報提供
02. 出発	
03. 旅の途中	
04. 滞在地	

加えて、2030 年に向けて持続的な開発目標（SDGs）の達成を目指す取り組みが様々な分野で行われている。図 2 には 17 の国際目標が示されており、先述の通り観光業はこれらすべての目標に関連している。

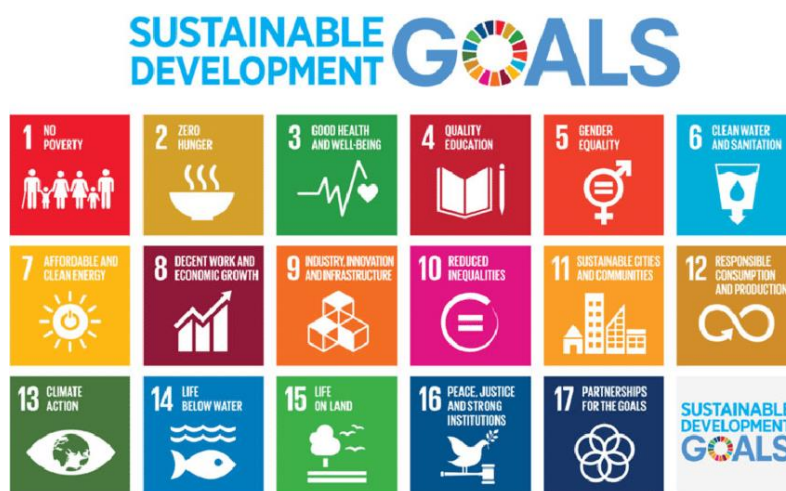


図 2. SDGs が掲げる 17 の国際目標（出典：UNEP の HP）

もともと、観光業では 2000 年代前半には持続可能な観光業の発展（Sustainable Tourism Development）が提起されていた。UNWTO と国際連合環境計画（UNEP）が 2005 年に公表したガイドラインでは、環境資源の適切な利用や観光地の社会文化の尊重、すべての利害関係者の長期的な利益の創出が必要だとされている。しかし、近年ではオーバーツーリズムをはじめとする観光公害が世界中で問題となっていた。新型コロナウイルスの感染拡大による需要の落ち込みにより一時的な改善に至っているが、決して問題が解決されたわけではない。SDGs の理念に沿った、持続可能で多様性と包摂性のある観光業の発展が今後はより強く求められえるといえる。

### 3. 先行事例 北海道における AT

本章では、日本国内の中でも特に AT が盛んな北海道における取り組みについて整理する。欧米各国とも本州とも異なる野性的でアウトドア向けの自然が残りながら、1年中アクセス可能でインフラが整備されている北海道は、世界でも有数の AT の目的地という見方ができる<sup>5</sup>。それゆえに、AT を通じた外国人観光客の受入・誘致を目指す北海道アドベンチャートラベル協議会（以下、HATA）が北海道運輸局を中心として 2017 年 6 月に設立された。今年の 9 月には、ATTA が主催する国際サミットがアジア・オセアニア地域で初となる北海道での開催も決定<sup>6</sup>している。会期前後には体験ツアーも企画されており、世界からも関心を集めている地域といえる。

図 3 は北海道における主要な AT コンテンツを図示したものである。北海道の全域にわたって、強度の低いものから高いものまで、様々なアクティビティが提供されていることがわかる。



図 3. 北海道における主な AT コンテンツ（出典：北海道運輸局資料，p17）

また、アイヌ文化やニシン漁、開拓使体感、酒造見学など、北海道の歴史や文化に触れるツアーも数多く提供されている。これらは、1日で行われる単独のツアーとして催行さ

<sup>5</sup> 2016. 11. 14 VISIT JAPAN HOKKAIDO セミナー Mark Brazil 博士の講演より

<sup>6</sup> 2021 年 5 月 6 日にパーチャルでの開催が発表された



れるほか、複数日程にわたって催行される登山やサイクリングなどのツアーの一部として組み込まれている。例えば、表2はモデルプランの一例である。

表2. 大雪圏域におけるモデルプラン（出典：北海道運輸局資料，p18）

1日目		
朝	合流 クラフト 宿泊 夕食	ガイドと合流し、ツアーの導入となるお話と街歩きツアー 帆布バッグづくり 星野リゾートOMO 7 さんろく街はしご酒
昼		
夜		
2日目		
朝	移動 つり サイクリング 宿泊・夕食	雪解け水の恵みを生かした養殖魚「オシヨロコマ」釣り 田んぼの間を行くサイクリング 旭岳温泉
昼		
夜		
3日目		
朝	トレッキング 昼食 街歩き 宿泊・夕食	田んぼから見た山々へ実際に登る 移住者の地元猟師の鹿肉ランチ 大雪山の恵みに寄り添ったお店を散策 旭岳温泉
昼		
夜		
4日目		
朝	移動 農業体験	雪解け水を使った稲作を営む地元の農園夫妻と過ごす

※春～秋の設定、3泊4日で150,000円

北海道におけるATではそれぞれのコンテンツに求められる基準が明確化されており、AT全体の質の向上が図られている。この基準の中には、ATTAが提唱する体験価値である「ユニークな体験」「自己変革」「健康」「挑戦」および「低負荷」という5つはもちろん、旅行者への情報提供や応急処置、多言語での案内も含まれている。さらに、一貫したテーマやストーリーの下で、その地域の専門家であるガイドによりコンテンツが組み立てられていることがATの質を決める最重要事項である。したがって、基準にはストーリー性やアクティビティが生む付加価値の統合といった項目も定められている。

現状では、ツアーを設計する地域コーディネーターの不足や地域でのガイドの育成といった点に課題が残る。前者は各自治体やDMOがその中心を担いつつある。また、後者は従来からあった道内のアウトドア資格にATの要素を追加することで、より専門的なガイドを全域で育成しようといく取り組みも見られている。

## 4. 関西圏におけるAT

### 4.1 コンテンツ内容

ここまで確認してきたとおり、ATは「アクティビティ」「文化」および「自然」の2つ以上の要素を含む観光形態であり、その強度は様々である。また、一貫したテーマやストーリーの下での体験価値の提供が質の向上に必要不可欠といえる。これらを満たしたコンテンツを一から作ることが最も望ましいが、地域によってはすでにその一部を整備・活

用しようという動きがみられる。その一つの例が「日本遺産<sup>7</sup>」である。そのままATのコンテンツとするためには課題も多いが、戦略的に活用している地域はあまり多くない。よって、ATの要素を組み込めばさらに多くの観光需要を創出できるといえる。よって、本論文では日本遺産の文化財群を核としたコンテンツをもとにしたモデルプランを考える。関西圏で認定された日本遺産は下図4のとおりである。

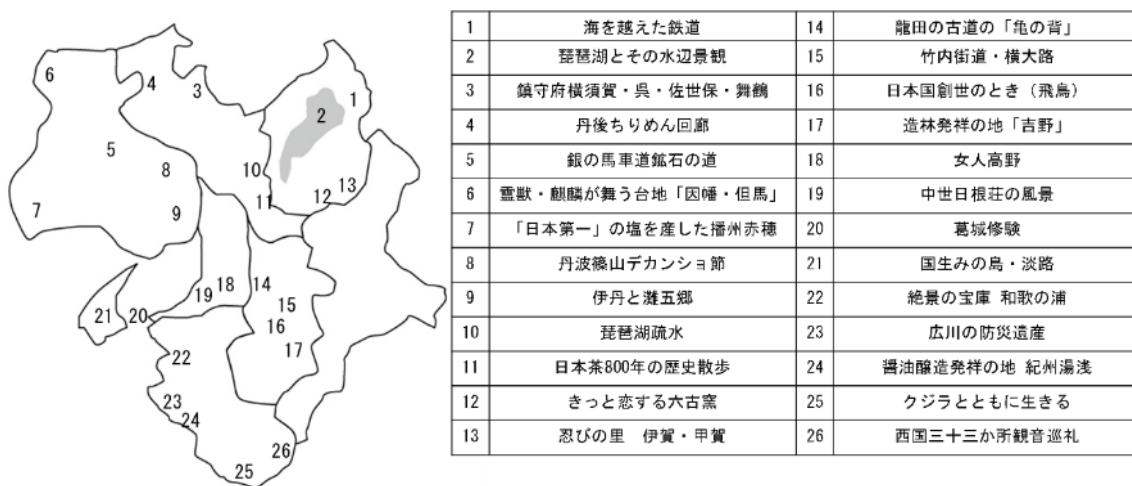


図4. 関西圏における日本遺産（出典：関西広域連合ポータルサイトより筆者作成）

モデルプランとして、本論文では2（琵琶湖とその水辺景観）を取り上げる。琵琶湖を取り囲む11市にまたがる日本遺産であり、信仰や食文化をはじめとする高度な「水文化」の歴史の集積をストーリーとしている。琵琶湖という自然が育む文化や、その地域でのアクティビティは、まさにATの構成要素そのものといえる。また、SDGsの観点からも6（安全な水とトイレを世界中に）、11（住み続けられるまちづくりを）および14（海の豊かさを守ろう）との密接な関わりがある。図5のモデルプランでは、3泊4日で琵琶湖の周囲4つのエリアを回る旅程となっている。淡水湖中で漁業が行われる日本唯一の島である沖島からツアーが始まり、カヤックやトレッキングなどの自然のアクティビティを経験するとともに、住生活や食生活といった文化も体験できる。また、琵琶湖岸は自転車専用道路が整備されているため、観光客のニーズに応じて自転車でエリア間を移動することも可能である。さらに、大津からは図4の10（琵琶湖疎水）のエリアとも接続しているほか、「水」つながりでは9（伊丹・灘五郷）や11（山城地域での日本茶）とも関連が深く、ツアーコンテンツの充実を図ることもできる。

<sup>7</sup> 地域の歴史的魅力や特色を通じて日本の文化・伝統を語るストーリーとして、文化庁が認定したものである。104件の登録遺産のうち26件が関西2府4県に所在する。

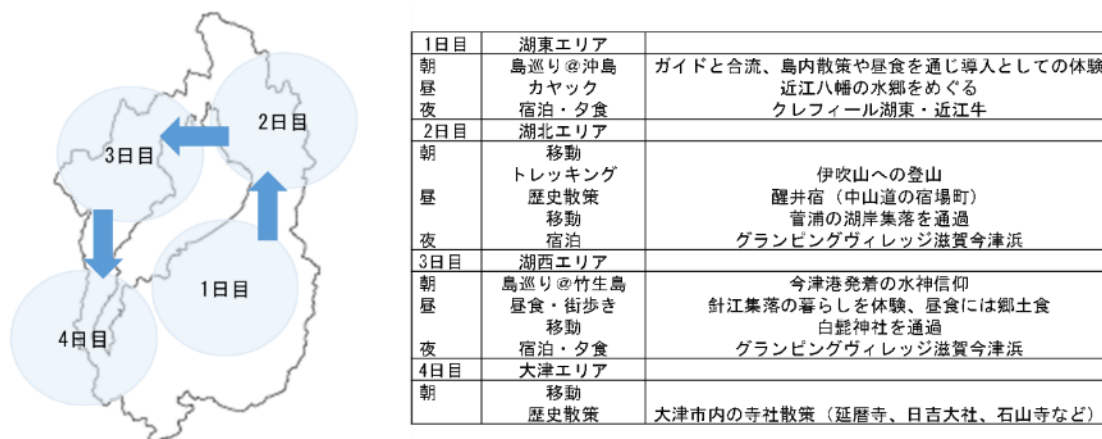


図 5. モデルプラン（出典：申請資料の情報をもとに筆者作成）

#### 4. 2 提案の持続可能性の検討

前節では琵琶湖周辺を例とするモデルプランを取り上げた。最後に実際の実現可能性や事業としての持続可能性、課題について検討する。

実現可能性としては決して低くはないと考えている。その理由として、すでに各自治体で取り組みが進められている日本遺産をベースとした旅程の場合、ストーリーという一貫性は十分に担保されていることがある。また、日本遺産に登録されている地域では国からの交付金が得られるほか、複数の地域が連携して行うという観点からも元手となる資金は十分確保できる。加えて、ATに参加する旅行者の平均滞在日数が9日弱、1日当たり消費支出が341米ドルという点を考慮すると、3泊4日のツアーでは15万円（1ドル=110円として計算）としても十分な競争力を持つことになる。このように資金面での持続可能性はもちろん、ツアー参加者を一定人数に限定することで、環境資源や観光地の社会文化という観点での持続可能性も保証できる。参加できる人数を少数に抑えることは、旅行者一人ひとりへの関わり方も密になることが期待でき、結果としてATの質の向上にもつながると考えられる。

一方、実現に向けては課題も多い。先行する北海道の事例とも類似するものとして、関西圏全域にわたってツアーを設計するコーディネーターや各地域のガイド人材が大きく不足していることがある。特に、日本遺産の認定およびその後の取り組みに関しても、地域ごとに関与の程度は様々である。地域固有のストーリー性を持つがゆえに、訪日外国人観光客に伝えるには単なる翻訳や体験だけでは不十分だといえる。加えて、大阪のような大都市あるいは京都、奈良といった歴史的な観光地のイメージが先行しているため、ATに対して十分な認知度を得られない可能性も指摘できる。前者については、関西広域連合を軸とした事業者・人材育成やATの質の評価に向けた取り組みが必要だといえる。また、後者についても、特に訪日回数の多い欧米豪の外国人観光客に対するプロモーションが効

果的だと考えられる。他にも、感染症対策として安全かつシームレスな旅行の実現も必要不可欠といえる。オンライン上での予約・決済はもちろんのこと、旅行者が所有する電子機器の活用や緊急時の対応マニュアルの整備も欠かせない。

## 5. おわりに

本論文では、「世界に選ばれる関西」を実現するためにAT（アドベンチャーツーリズム）の定着を目指す提案を行った。現在、日本国内では北海道がATの目的地として世界的にも評価されつつある。しかし、自然や文化の多様性はもちろんアクセスやインフラといった観点でも北海道に勝るとも劣らない目的地になりうる可能性を有している。加えて、新型コロナウイルスの世界的な拡大により観光業に求められるニーズが変化し、持続可能な観光がより一層求められるようになった。この点においても、ATの観光需要は今後高まっていくことが予想される。さらに、関西圏の訪日外国人観光客需要はこれまで東アジアを中心とする国々に支えられてきた。ATの目的地として選ばれるようになれば、欧米豪からの需要を取り込むことができるという点で、経済的な側面からも正の影響が大きいといえる。様々な地域間の連携とそれぞれの地域内での魅力発掘というマクロとミクロの両方の取り組みが求められるため、実現が用意でないことは確かである。しかし、「世界に選ばれる関西」となるためには、地域間、地域内それぞれでの協調が必要不可欠になることは言うまでもない。ATの実現というビジョンのもとに関西が一つになることこそ、本提案が目指す関西の未来である。

## 6. 参考資料

ATTA. (2013). *ATTA Values Statement*.

ATTA. (2020年12月8日). 2020 Adventure Travel Trends Snapshot Report.

UNEP. (2021). *Sustainable Development Goals*. Retrieved from <https://www.unep.org/>

UNWTO. (2014). *Global Report on Adventure Tourism*.

UNWTO. (2020, 5 28). *Global Guideline to Restart Tourism*.

UNWTO. (2021). *Tourism for SDGs*. Retrieved from <https://tourism4sdgs.org/>

WTO&UNEP. (2005). Making Tourism More Sustainable.

万博について. (2021). 参照先: 2025年日本国際博覧会協会事務局:

<https://www.expo2025.or.jp/overview/purpose/>

北海道運輸局. (2021年1月26日). アドベンチャートラベルの推進について.

国土交通省. (2021年6月7日). 観光白書.

外務省. (2021年8月). 基礎資料: SDGsの概要及び達成に向けた日本の取組.

日本アドベンチャーツーリズム協議会. (2021). アドベンチャーツーリズムとは. 参照先:

<https://atjapan.org/adventure-tourism>

経済産業省 北海道経済産業局. (2018年5月22日). 日本初、アドベンチャーツーリズムマ

ーケティング戦略策定!

関西広域連合. (2021). 関西の日本遺産. 参照先: <http://kansai-japan-heritage.com/>