

コロナ禍を生き延びる知恵 —オンラインが醸す「ゆるいつながり」—

大阪産業経済リサーチ&デザインセンター 主任研究員 山本 敏也

中国・武漢を発生源とする新型コロナウイルス(COVID-19)の感染が世界中に拡大し、私たちの生活様式は大きく変化しました。特に、3密を回避するための方法としてオンラインの技術が幅広く取り入れられ、観光・集客関連分野の事業では既存事業を補完する役割を果たしている例がみられます。オンライン化は、ゆるいつながりを通じてセレンディピティ(偶然の出会い)を提供するとともに、出会った人々の間に共感や信頼を育む触媒としても機能しています。

はじめに

中国・武漢を発生源とする新型コロナウイルス(COVID-19)の世界的感染が、私たちの生活様式を大きく変えました。新型コロナとの共存、つまり「with コロナ」を前提に新しい生活・行動様式が模索される中、いわゆる3密を回避する方法として、オンライン技術が幅広く取り入れられつつあります。とりわけ、観光・集客関連分野では既存事業を補完する役割として導入されるなど、積極的な活用がみられます。こうした既成概念を打破する取り組みは、観光・集客関連分野にとどまらず、さまざまなビジネス再生の有効な手立てになりうると考えられます。

本稿では、上述した産業分野において、オンライン技術を取り入れながら、コロナ禍を生き延びようとするビジネスの事例に言及し、今後、これらの産業が持続的に発展するために必要なマインドセットなどについて検討しました。

オンラインの活用事例

本稿で取り扱うオンラインの導入事例は、地域の自然・風景・農水産物・文化・芸術・芸能・暮らしなどの資源を活用し、観光・集客関連分野の事業を補完する企業に限定しています。さらに、それらを①イベント(展示会・商談会・見本市等)、②旅行・アクティビティ、③宿泊、④物品販売の4区分に分類しました(図1参照)。

①については、これまで世界各地で集客力の高い催事が一年中行われていましたが、2020年のコロナ禍以降は博覧会、セミナー、交流イベントな

どが軒並み中止・延期となりました。大人数を集客できない逆境下でも、実会場からオンライン上の展示に変更し、総額で2.7億ドルものアート作品を展示した「アート・バーゼル香港」の取り組みがあります。プラットフォームの構築により、アーティストの発掘、作品購入、ギャラリー・アーティスト・スポンサーとの交流が可能になった反面、アート鑑賞における臨場感の担保という課題が浮き彫りになりました。

②では、「GO TO トラベルキャンペーン」の追い風が吹いたのもつかの間で、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて同キャンペーンが一時停止となるなど、本格的な需要回復は当分見込めません。エイチ・アイ・エスでは、現地スタッフ・ガイドのカメラの向きを客が自由に変えられる、独自の生配信ツアーを販売しています。一方、Orange社が提供する疑似体験ツアー「おうちソクたび」では、予約サイトに“旅行先”がなく、「荒磯の美食旅気分」「のんべえ秘湯旅気分」などのプランから申し込むと、旅先の特産品と旅のしおりが届くミステリアスな趣向が凝らされています。

③の宿泊では、和歌山県那智勝浦町にあるゲストハウス WhyKumano(ワイクマノ)が2020年4月から開始した「オンライン宿泊」がユニークです。予約日にZoomへログイン、顔合わせをした宿泊客たちに、オーナーが館内を案内した後、オンライン飲み会が始まります。那智勝浦の観光案内のほか、宿泊客自身による住んでいる地域の紹介など、誰もが適度に会話できるようオーナーが宴を進行します。この斬新なサービスは、SNSな

図1 オンラインを介した補完的事業の一例

オンライン上の形態	商品・サービス、イベント名(企業・団体・地域)	提供内容
展示会/商談会	アート・パーゼル香港(MCHグループ)	実会場からオンラインの展示に変更。オンライン・ビューイング・ルームでは、10日間で282のギャラリー参加と23万人以上の訪問者を記録。総出品数は約4千点、作品総額約2.7億ドルに及んだ
	JAPAN EXPO MALAYSIA 2020 (G-Yu Creativeほか)	日本のアーティストを毎年、マレーシアに招聘して開催されるイベントをバーチャル形式に変更。旅行、日本製品、アニメ、アート&ファッション、食と文化、エンターテインメント&スポーツ等のコンテンツをYouTubeやFacebook上で配信
旅行/アクティビティ	オンライン体験ツアー(エイチ・アイ・エス)	Zoom等を介して現地スタッフやガイドが生配信で現地情報を伝える5か国周遊ツアーや、インド人日本語ガイドによるオールドデリーのスパイスマーケット案内など、2020年10月現在で600を超える国内外の疑似体験コースを提供
	airbnb オンライン体験(airbnb)	Zoomを用いたフランス焼き菓子づくりや、スリランカでサファリ体験など、世界各地の料理や暮らしなどをオンラインで体験できる
	おうちソクたび(Orange社)	訪問先の産品を箱詰めて販売。旅のしおりと現地からのライブ配信で、旅行気分を楽しめる。訪問地ではなくテーマごと(例:お遍路ランチ旅気分、荒磯の美食旅気分)に商品を販売
宿泊	おうちでTry on Trips (JAL、嶺島ファクトリー)	羽田-隠岐便を仮想体験する「デジタルフライト」で移動中の高揚感を演出、リモートトリップでは現地スタッフが島根県海士町の自然や魅力、暮らしについて語り、事前に届いた地元産品の食べ方を学ぶ。島のファンを増やし、訪問のきっかけづくりにつなげる
	WhyKumano (和歌山県那智勝浦町)	4月上旬からオンライン開始。チェックイン後、オーナーが施設内を案内、宿泊客を交えて乾杯・交流。オーナーが那智勝浦を紹介。翌朝、オーナーからのメッセージ、宿と熊野の日常を紹介する動画へのリンクが届いてチェックアウト。毎晩6人ほどの予約枠がほぼ満床の状態
物品販売	玉村屋 (福井県南越前町)	5月15日からウェブ会議システム「Zoom」を使ったオンライン宿泊を開始。ネットでの書き込みや参加者のロコミなどで徐々に増え、最近は一回5人の定員がほぼ埋まる状況
	WakeAi(ワケアイ)	困難な状況に直面し、商品が売れず在庫を大量に抱えてしまった生産者、飲食店、卸売業者、小売業者、製造業者などの事業者が、「訳あり商品」として出品・販売できる通販モール。普段あまり接点のない食材や名品などと巡り会える場や、消費者が事業者を応援する「つながり」の場を提供する
	日本ふっこうプロジェクト/復袋(楽天市場、Yahoo!ショッピング等)	新型コロナウイルスの蔓延で、イベントの中止や観光地向け商品の注文キャンセル等が発生し、行き場を失った地域の特産品・土産品の販路を確保するため、これらを詰め合わせて「復袋」として販売。楽天市場の出店仲間がSNS等で拡散したことや、ヤマト運輸の協力もあり、消費者による事業者支援の輪が広がる

(資料) 各種資料、プレスリリース資料より著者作成。

どの口コミや各種メディアでの紹介が弾みとなり、連日定員(6~7名)に達しただけでなく、全国各地に同様の仕組みが普及する嚆矢となりました。

④では、社会貢献型の通販モールのWakeAi(ワケアイ)の取り組みが挙げられます。コロナ禍に伴う小・中学校の休校、飲食店の休業、輸出の停滞などのあおりを受け、農水産物を大量の在庫として抱えている生産者・製造業者・卸売業者・小売業者・飲食店は少なくありません。WakeAiでは、在庫食材を「訳あり商品」として出品・販売し、フードロスの削減はもとより、消費者が事業者を応援する「つながり」づくりにも挑んでいます。また、楽天市場など大手インターネット通販でも、イベントの中止や観光地向け商品の注文キャンセルで生じた在庫を販売する「日本ふっこうプロジェクト」など、事業者支援の輪が広がっています。

事例分析から分かったこと

未知なるウイルスの感染拡大を引き金に、人とのつながりが一時的に途切れ、様々な「困りごと」

が明らかになりました。一方で、手間やコストをかけずに利用できるオンライン技術は、物理的な隔たりを解消するとともに、双方向の予期せぬコミュニケーションをもたらし、潜在的な需要の発掘や共感による課題解決への新たなアイデア創出の手助けとなりえます。要するに、オンライン化は思いがけないセレンディピティ(偶然の出会い)を提供するだけでなく、出会った人々の間に共感や信頼を育む重要な触媒としても機能します。

本稿で分析した事例を踏まえて総括すると、①人柄・人間性が垣間見える、②近隣よりも遠く適度な距離感がある、③寛容な空間・風土を醸成できるオンライン化によって「弱い紐帯」を形成できれば、創造性に溢れ、新しい価値観やアイデアを有する集合体として、厳しい環境下を生き延びられると考えられます。

コロナ禍で疲弊した地域経済の立て直しに向けて、地域の望ましい将来像を具現化する際に、オンライン技術を含むICTが今後一層、強い味方となるはずで。我々の使命は、覚悟を持って苦境を生き延びるための知恵を絞り続けることです。

『産開研論集』は、当センターのホームページから閲覧できます(下記URL)。なお、本論集に掲載された論文の内容については、執筆者の責任によります。<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/jisyuronbun.html>