

## コロナ後の観光地のコンテキスト転換に関する一考察

～兵庫県豊岡市を事例として～

高橋伸佳

### A Study on Context Change of Tourist Destination in Post-COVID World: A Case Study of Toyooka City, Hyogo Prefecture, Japan

TAKAHASHI Nobuyoshi

#### Abstract

The prolongation of the COVID-19 pandemic has caused an unprecedented crisis in the travel and tourism sectors. Along with the evolution of technology and changes in lifestyle, values that people seek in travel and tourism are changing drastically. As such, it is important to explore new possibilities for tourist destinations in post-COVID world. This study employed the ZTCA design model, a framework for regional value creation, to analyze the potentials of Toyooka City, located in the northern part of Hyogo Prefecture, Japan. The current city design as a tourist destination was examined and, as a result, a possible transformation was identified. Recognizing the city's continuing efforts to nurture the art and sport culture, the study proposed to redefine the concept of tourist destination as "a stage of life" by expanding the context of such culture. By utilizing the context change method, a hypothesis was developed which suggested that this tourist destination could be transformed to "the destination to create life story" where people could conduct their desired activities, enhance their abilities, and exhibit their prowess.

**Key words:** COVID-19, Tourism, ZTCA Design Model, Context Change

(2022年3月1日受付, 2022年6月1日受理, 2022年9月30日発行)

### 1. はじめに

新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の感染拡大の長期化により旅行・観光業界は産業としての長期低迷が続き、倒産や廃業、縮小等の再編が余儀なくされている。実際、コロナ禍で旅行・観光という行為が制限される中、2020年年間値 (確報) の日本人国内延べ旅行者数でみると2億9,341万人とコロナ前となる2019年の50.0%減まで取り扱い実数が落ち込んだ (観光庁, 2021)。直近公表のデータである2021年7-9月期の日本人国内延べ旅行者数

(速報) においても、6,615万人2019年同期比60.9%減、前年同期比23.2%と人流の状況が抜本的に変わらないまま2022年春を迎えている。コロナ禍によって、人々の価値観は一変した。一旦感染拡大が落ち着きつつあった2021年10月時点の調査においても、「ワクチン接種が完了しても、しばらく会食・外出・旅行は控えたい」との考え方が27.9%に達するなど不安や慎重な気持ちが定着していることが確認できる (JTB総合研究所, 2021)。コロナ後は、不安や慎重な気持ちは徐々に改善していくのであろうか。オーバーツーリズムの問題に加

え、過密な旅行・観光の危険性が確認された現在、分散化という観点は不可避となりつつあり、従来のような数量的な発想だけで旅行・観光業界を産業として捉えることが難しくなる可能性があることは否定できない。

一方、テクノロジーの進化とコロナ禍が相まって、多くの物事がオンラインに急速に移行する社会が顕著となってきた。旅行・観光という行為についても、オンラインツアーやバーチャルツアーが急増してきている。従来のテクノロジー系のツアーは旅行・観光を誘発させるためのプロモーションとしての補完的な意味合いに過ぎなかったが、次第に一つの旅行・観光行為となりつつあるのかもしれない。Adroit Market Research (2021) によれば、世界のバーチャルツアーは2021年～2028年までに30.95%成長すると予測されている。こうした観光は、「不必要な温室効果ガスを削減し、高齢者や障がい者の『仮想アクセシビリティ』を強化する」(Lu, Xiao et al., 2022)、「バーチャルツアーにおける観光客のポジティブな感情が支配的」(NingZahn, QuanLi et al., 2022) など肯定的な方向性や研究結果を示す見解がみられるようになってきた。実際のビジネスにおいても、進化の一途を辿っている。実際、Google Arts & Cultureでは世界500以上の美術館やアートギャラリーの様々な閲覧と疑似体験が現地を訪問せずしてできるようになった。今後は、仮想現実(VR)のゴーグルなどを活用して、アバターとして個人が自由に行動できる仮想空間が発展してくる「メタバース」の世界が現実となり、旅行・観光という行為もさらなるバーチャル化が進展してくる可能性も高い。いわば「間接体験」で旅行・観光が完結してしまうという世界である。しなしながら、バーチャル化によって、社会的な分断を生み、引きこもりやメンタルヘルスといった健康問題を拡大させていくという危険もはらんでいる。

間接体験が拡大する中で、旅行・観光が提供する「直接体験」の価値はどのような点が考えられるだろうか。例えば、直接体験では、デジタルな間接体験では体験できない世界に存在する「ゆらぎ」(frequency) という現象を感じる体験が一つ挙げら

れる(村上, 2004)。このゆらぎの中でも、1/f ゆらぎは身体における心拍等の基本的リズムであり、直接体験によるゆらぎと人間が共振することにより心地よさが生じるというものである。音楽鑑賞でいえば、アナログ機器でのレコード鑑賞とCDや音楽配信といったデジタル機器での鑑賞の差であるとも表現できる。後者には、ノイズはなくゆらぎは存在しない。旅行・観光という直接体験にも、こうした人間の感性に依拠したゆらぎのような魅力が想定される。また、リアルな旅行・観光がもたらす健康増進、保養効果に着目した予防医療としての役割も期待できる(高橋, 2007)。しかし現在はその直接体験がもたらす魅力や効果を発現させる仕組みが失われつつあるのかもしれない。

そこで本稿では、観光地での「直接体験」による価値を地域デザイン学の観点で検討してみたい。具体的には、観光地としての兵庫県豊岡市を題材に地域デザインの理論モデルである「ZTCA デザインモデル」(原田ら, 2014)を用い現状を整理し、コンテキスト転換による新たな観光地デザイン形成の可能性、価値発現についての考察を行うものである。

## 2. 仮説導出のための

### ZTCA デザインモデルの活用

本研究は、「豊岡市コミュニティ・ツーリズム推進事業(以下、本事業)」における予備調査をきっかけとして研究に取り組むことになったものである。後述するが、本研究の題材とする豊岡市は温泉、海、山、河川など自然資源や四季に恵まれているばかりではなく、芸術文化という文化資源にも恵まれているという特色のある観光地である。しかしながら、豊岡市というエリアのみならず、未だに1市5町という歴史的な行政区分という目に見えないエリアの概念と意識が残った結果、エリアが分断され、事業者によるエリア間の事業連携や共創を進めにくい素地があることがわかってきた。

地域に関する研究は、経済学、経営学、都市工学など多様な分野で研究が進められているものの、地域が抱える問題は一つの学問体系だけではなく、多

面的な視点からのアプローチが必要だと指摘されている(庄司,2013)。例えば、経済学では経済地域学や空間経済学、経営学においては地域ブランド論、都市工学ではコミュニティ再生論などが挙げられる。そのほか、人文地理学における「空間と時間」(Harvey, D.1994)、社会学における「場所と空間」(堀川,2010)といった観点で、エリアを超えた「空間」という概念や「時間」という軸で都市や地域が議論されてきた経緯もある。

ただ、観光地という領域に焦点を絞ってしてみると、多様な学問領域において地域デザイン的な視点で議論されているが、その多くは行政区分上の地域を「エリア」という戦略の前提での議論にとどまっている。「ゾーン」という視点に力点を置いた地域研究の学会も殆どない(原田・石川・西田,2021)。一方で、前述したエリアを超越した取り組みを促すことを検討するにあたっては、エリアという範疇にとどまらない理論や概念が必要であると考えたためゾーン起点での地域研究での中心的理論モデルである「ZTCA デザインモデル」を採用して考察することとした。

ZTCA デザインモデルは、ゾーンデザイン(zone design)、トポスデザイン(topos design)、コンステレーションデザイン(constellation design)、アクターズネットワークデザイン(actors network design)のデザイン要素で構成される(図1)。

このモデルにおけるゾーンデザイン(zone design)とは、地域行政の都道府県や市町村等、法律による

区分で検討することに固執せず、行政上の区分を超えて地域の歴史、文化、自然等の背景や意味合いや組合せによって新たな価値を発現できる単位での捉え方が検討できるというものである。

トポスデザイン(topos design)はゾーンに意味のある場所や構築物を主に指す。ただ、有形・無形にはとどまらない。要素としては、地球的環境層、自然的環境層、生物的環境層、文化的環境層、経済的環境層の5層から形成される(図2)。直島や小布施といったアートによって町おこしをした地域は文化的環境層、経済的環境層を地域デザイン中に採り入れて活性化した事例として挙げられている(原田・板倉,2017)。

コンステレーション(constellation design)は星座のように「何らかの意味のあるつながり」を指す。ゾーンにある資源を磨き上げたり、結び付けたりすることで既存の資源から新たな価値を発現させるためにコンテキストとしてのストーリーを創造するというものである。

アクターズネットワーク(actors network design)は、ゾーンにおけるトポスやコンステレーションを駆使して地域の価値を発現する実践者やその組織化にかかわる要素である。このアクターは相互に主体にも客体にもなれる連携要素として存在する関係にあると考えられている。

この4つの要素によって地域デザインが構成され、要素間の連携によって新たな価値を見出していくモデルとして地域デザイン学会の中心的理論モ

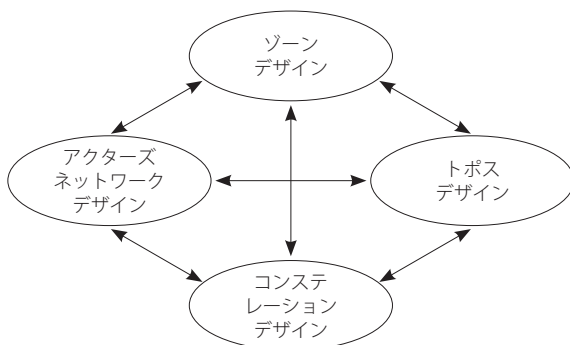


図1 ZTCA デザインモデルにおける4要素間の連携概念

出所:原田(2014)

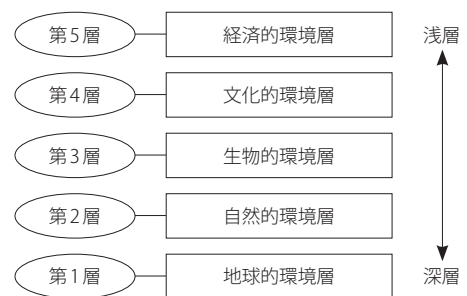


図2 トポスに見られる5層の環境層

出所:原田・宮本(2016)

デルとして活用されている。

### 3. ZTCA デザインモデルを通じて外観する 豊岡市の観光デザインの現在

#### 3-1 豊岡観光のゾーンデザイン

豊岡市の観光においては、1市5町（豊岡市、城崎町、竹野町、日高町、出石町、但東町）が合併して出来た経緯もあり、観光協会はもとよりエリア毎での発想によって個別の取組みがなされてきた。これを象徴する事例として、事業者が抱く「連携」のイメージがあると考えられる。実際、筆者が担当する「豊岡市コミュニティ・ツーリズム推進事業」（2021～）のワークショップにおいて、市内事業者からは、地域での「連携」という概念は負の意味を指すものとして捉えられてきた経緯があるとの説明を複数受けてきた。歴史的な行政区分だけでなく、観光事業においては「顧客が他のエリアにとられる」という考え方が根付いているとの指摘もある。

しかしながら、近年では豊岡観光イノベーションの「ふらっとリトリート Toyooka」では、「人混から離れ、疲れたカラダとココロを思いっきりリラックスできる旅（＝リトリート）」という定義のもと、エリア横断型のモデルコースが構築されている。両者の共通点としては、エリア毎での取組みを超え、点から線での観光のゾーンデザインが展開されているといえよう。また、豊岡演劇祭2021（Toyooka Theater Festival）では、「大小の劇場で上演するだけでなく、神社の境内に設けられた木造の農村舞台、明治時代に開館した芝居小屋をはじめ、広場、公園、河川敷、空き店舗など、土地の魅力を再発見するような会場の発掘」に力点が置かれ、豊岡市の各エリアが横断して会場とされたほか、養父市、香美町までエリアが拡大させるという発想も採り入れられた。

#### 3-2 豊岡市観光のトポスデザイン

豊岡市における観光の公式サイトを概観すると、観光行動に基づいた「見る」「体験する」「自然にふれる」「温泉で癒す」「食べる」「買う」というカテゴリー分類となっている。海、山、温泉という幅広い

要素を満たす自然資源、文化・芸術、食、ショッピングに至るまで、多種多様な場や構築物、資源が存在することが確認・選択できる設計となっている（表1）。

豊岡ツーリズム協議会の「ディスカバー豊岡」では、「兵庫県北部に位置し、コウノトリが舞う自然美あふれる地。全国に誇る名湯で体を癒し、ブランド品をふんだんに味わうグルメで心を満たし、情緒あふれる城下町をめぐり、雄大な自然の中でスポーツを満喫。そんな、最高級で贅沢な観光が手軽にできるまちです。」と定義し、エリアの中で様々な魅力が体験できることを想起させる観光デザインが採用されている。

表1 豊岡市の観光資源のカテゴリーとメニュー

| カテゴリー  | メニュー                                |
|--------|-------------------------------------|
| 見る     | ホール・文化芸術施設                          |
|        | 博物館・美術館など                           |
|        | 文化財                                 |
| 体験する   | スポーツ・レジャー                           |
|        | 工芸・料理・農業など                          |
| 自然にふれる | 山を楽しむ                               |
|        | 海を楽しむ                               |
|        | 川を楽しむ                               |
| 温泉で癒す  | 城崎温泉外湯めぐり                           |
|        | 豊岡温泉外湯めぐり                           |
| 食べる    | 但馬牛                                 |
|        | かに料理                                |
|        | 津居山かに                               |
|        | 活きイカ料理                              |
|        | 床瀬のそば                               |
|        | やまめ料理                               |
|        | 麦めしとろろ                              |
|        | ニジマス料理                              |
|        | 出石皿そば                               |
|        | 赤花そば                                |
|        | たまごかけご飯                             |
| 買う     | コウノトリ本舗                             |
|        | じばさんTAJIMA                          |
|        | ToyookaKabanArtisanAvenue           |
|        | フィッシャーマンズビレッジ                       |
|        | 道の駅「神鍋高原」                           |
|        | 東京・有楽町 豊岡市アンテナショップ<br>「コウノトリの恵み 豊岡」 |

出所：豊岡市

3-3 豊岡観光の歴史からみる  
コンステレーションデザイン

1市5町の歴史を俯瞰してみると、個性が異なる歴史と観光の発展経緯が存在している(表2)。

現在の豊岡市は「小さな世界都市ーLocal & Global cityー」を標榜している。そのビジョン推進の一貫として観光施策である「豊岡市大交流ビジョン」を掲げている。その大交流ビジョンにおいては「観光に関わる主体を豊岡市民、豊岡市を訪れる多様な訪問者、豊岡市の幅広い産業とし、観光の核となるものを豊岡の「モノ」や「食」の消費から、「豊岡のローカル」への憧れや共感へと大きく捉え直すとい

うコンテキスト転換が実行され現在に至っている。

3-4 豊岡観光のアクターズネットワークデザイン

豊岡市の大交流ビジョンにおいては、市民と多様な訪問者、広義の観光産業が「豊岡のローカル」を核として相互に作用することで、様々な交流、ポジティブな反応が生み出されるとの戦略が描かれている。加えて、大交流モデルの新たなステークホルダーとして芸術文化観光専門職大学も位置づけられている。

表2 観光に係る発展の歴史例

|      |  |
|------|--|
| 豊岡   | 城下町、商工業、人とモノの集積地としての経済的基盤。   |
| 城崎温泉 | 温泉医学を大成した香川修徳が城崎温泉の新湯を日本一の湯と推奨したことにより、温泉の名声が高まり大衆客が多く来湯。   |
| 竹野   | 江戸から明治にかけて、大阪と北海道の間を往来した北前舟の寄港地として繁栄。各集落は竹野川に沿って散在。海の幸、山の幸に恵まれていた。   |
| 神鍋高原 | 国民体育大会冬季スキー競技会が神鍋高原で開催され、西日本屈指のスキー場として知られるようになり、スポーツレクリエーションのメッカになった。                                      |
| 出石   | 「古事記」「日本書紀」にも出石の地名が登場。江戸中期のお国替えにより藩主・松平忠周と信州上田藩・仙石政明が入れ替わった際、信州そばの職人により伝えられた蕎麦が「出石そば」として発展し観光の有力コンテンツとなった。 |
| 但東   | 農業の集積地であることを活かし、都市と農村の交流に生き残りをかけてきた。グリーンツーリズムの草分け的存在。農村歌舞伎の分野でも知られる。                                       |

出所:豊岡市資料に基づき筆者加筆・修正

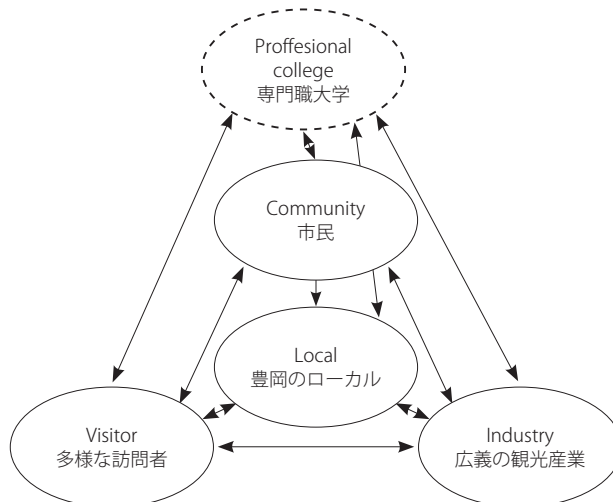


図3 新たな観光の捉え方と新たなステークホルダー

出所:豊岡市

#### 4. コンテキスト転換による考察

前述してきたように、コロナ禍となり交流が制限される中で人々の価値観が変容しつつある現在、コロナ後の旅行・観光は行為自体が特別なものとなってくる可能性がある。合わせて、デジタル化に伴う間接体験のサービスが拡大する中、どのような観光地が求められるようになっていくのだろうか。コロナ後の旅行・観光の姿はまだ見えていない状況である。豊岡市での直接体験が生きる観光地のデザインにはどのようなものがあるのだろうか。

##### 4-1 ゾーンデザインとしての観点

国内の人口減少と高齢化に拍車がかかってきている現在、産業としての日本人の旅行・観光だけみると観光地の競争はさらに激化していくことが予想される。コロナ後の価値観の変化とテクノロジーの進化に伴う間接体験の拡大などもあり、やはり旅行・観光が従来と比して特別なものになる可能性もある。このため、従来型の観光目的だけの需要で産業を成り立たせるのには限界がある。

半面、マーケティング発想で顧客ニーズだけを追求すると、ステレオタイプの観光地のデザインになってしまう可能性がある。これからの観光地としての地域の強みをつくっていくためには、行政区域やエリアを超えた新たなゾーンの定義や共通価値が必要なのではないだろうか。

近年、芸術で人々の幸福を高める「アート思考」や未来を考える「SF思考」といった手法を用い、発想の根本から商品・サービスを見直す事例が増え

てきている。資本主義の根本にある規模の拡大や効率性、利益の追求の限界に対する動きでもある。

そこで、本稿で活用しているZTCAデザインモデルの「ゾーン」という概念で豊岡市の観光を改めて検討できないものかと考えた。観光地としてのゾーンデザインでみると、従来の豊岡市の観光はエコシステム的なエリアの連携というよりも、様々な観光資源を背景に多様な訪問者が多様な目的で訪問・滞在するコンテンツ単位のニーズに基づく個別デザインが基本となっている。

もっとも、個別の取組みを検証してみると、エコシステムな動きもでてきている。例えば、前述したテーマ追求型観光モデルとなる「ふらっとリトリート」では、「人混から離れ、疲れたカラダとココロを思いっきりリラックスできる旅(=リトリート)」という目的に、エリアを超えた共通のデザインが描かれている。「豊岡演劇祭」においても「土地の魅力を再発見」というコンセプトによって、エリアという概念を超越している。また、「豊岡市コミュニティ・ツーリズム推進事業」(2021～)では、観光の概念を超え、ヘルスケアの概念を取り込んだ新しいツーリズムビジネスの創発に挑戦している。本事業では、滞在の長期化、リピーターを促すことが一つの意図となっている。つまり連携のデザインは、コロナ禍もあって、次世代を予測しながら生まれ変わってきている途上にあるのかもしれない。しかしながら、テーマ性をもった観光もイベントも観光全体を包含するデザインにはなりにくく、観光地全体のエコシステムに影響を及ぼすということにはつながらないのかもしれない。については、豊岡市全体

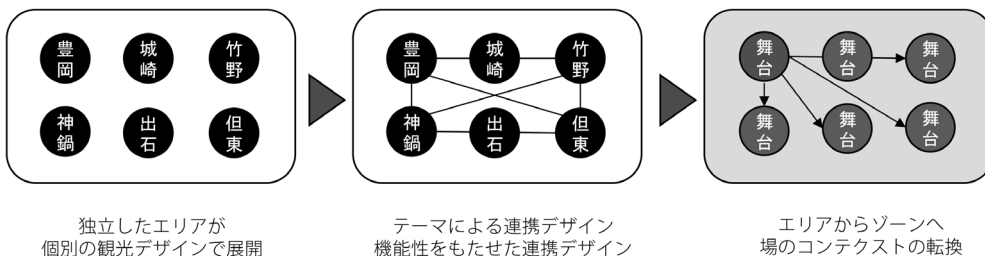


図4 ゾーンデザイン展開 (連携デザインから舞台へ)

出所:筆者作成

をゾーンとして一体化した視点で考えてみることにする。

保養・遊覧・体験の場というのは、これまでの基本的な観光デザインのゾーンである。翻って、前述してきたように、豊岡市が培ってきた小説「城の崎にて」の志賀直哉に代表される文筆・創作活動としての場、近畿最古の芝居小屋である「出石永楽館」、但東地区の「農村歌舞伎」の歴史があり、現在では「城崎アートセンター」や「豊岡演劇祭」などの創作・表現活動の場、様々な意味で創作活動や表現する場としての歴史が存在する。この観光地としての必然性に裏打ちされた蓄積、ブランドは、拡張概念として豊岡市観光全体のゾーンデザインに活かすことができるのではないかと考えた。

今日の地域デザイン学の視点はコンテンツという発想ではなく、コンテンツに文脈を付加したコンテキストである。豊岡市の観光の事例を観察していった結果、「何かを創造」という共通する価値を見出すことができ、地域がつながり、事業者がつながり、結果として観光地に訪問する多様な訪問者、それぞれがエリアを超えて必要なゾーンを形成していくという仮説を持つようになった。

具体的には、様々な訪問客の自己実現や表現・創作の「舞台」の観光地として位置付けると、これまでと異なる観光地のデザインを検討できるのかもしれない。観光地を「舞台」と位置付けることで、物見遊山や一次的な体験とは異なる意味合いが広がり、ゾーン概念が異なる色彩を放つことも期待できるのではないか。舞台というのは芸術文化を指す狭義な意味にはとどまらない。晴れの舞台を目指して取り組

み、繰り返していくという行為は健康科学の概念ともつながる。目標感を持ち、活動を継続していくという行為はQOLの向上にもつながり、観光行為を用いた健康増進活動にもつながるためである。

#### 4-2 コンステレーションデザインとしての観点

「舞台」を取り巻くアートマーケティングの世界では、「アーティスティック・エクスペリエンス」という概念がある。志村(2014)によれば、アーティスティック・エクスペリエンスには諸説あったものの、芸術文化による①「聴衆(個人)の内面的体験、すなわち内面に生じる様々な動き」、②「聴衆(個人)の作品や演奏家に対する特定の関わりや結びつき感」、③「聴衆(集団)としての経験、すなわち他の聴衆との経験の共有」をもたらす重要性を説いている。つまり、「アーティスティック・エクスペリエンス」の視点を通じてコンテキストを再構築することで、地域や様々な訪問客との新たな関係性や観光地としての意味が見出せるのではないかと考える。これは狭義な意味でのアートだけではなく、様々な経験や体験の場としての「舞台」を意味する。その結果、様々なステークホルダーは主体にも客体にもなりうる場となり共創が起きる。加えて、「舞台」として定義することでアーティストがその土地に滞在して、異なる文化環境で作品を制作する「アーティスト・イン・レジデンス」、スポーツでは「アスリート・イン・レジデンス」といったように、交流も含めて滞在しながら磨き上げ、表現していくという新たな滞在の文脈も生まれてくると考えられる。

また、新たな観光、働き方としてテレワークの概

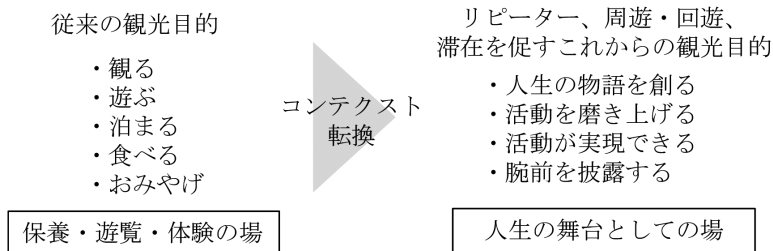


図5 従来(従来)の観光目的とこれからの観光目的

出所:筆者作成

念として位置付けられる「ワーケーション」についても、「新たな働き舞台」として捉えられるのかもしれない。日本国内にあるワーケーションの推進地（ワーケーション自治体協議会：1道23県183市町村加盟、2022.05現在）の多くは、通信環境やコ・ワーキングスペース等の環境を整備し、働きながら観光を楽しむことができる体制を構築しつつある。ワーケーションは国際的な視点でみると、「デジタルノマド Digital Nomads」と称される新しい働き手を生むライフスタイルとなりつつあり、各国で専用のデジタルノマド用のビザが発給されるなど進化してきている。さらに、国策としてデジタルノマドの受入れを推進しているポルトガルでは、異業種交流会などのデジタルノマドコミュニティが生まれている。

社会課題解決としての誰もが参加・活躍できる「舞台」も求められている。少子高齢化、核家族化、情報化社会の進展によって地域コミュニティの崩壊が進む中、幼児、児童、生徒の社会体験、自然体験、生活体験の不足が指摘されてきた。人間関係の希薄化も様々な社会問題を生んでいる。こうした中で、「自分自身の存在に対する認識として、自己の身体的特徴や能力や性格などについて肯定的に考えたり、感じたりする感情」である自己肯定感や、「ありのままの自分を受け入れ、ありのままの自分を大切にす気持ち」といった自尊感情の低さが問題視されてきて久しい。中央教育審議会答申「青少年の奉仕活動・体験活動の推進方針について」（2002）にみられるように、「様々な体験活動を通じて、他人に共感すること、自分が大切な存在であること、社会の一員であることを実感し、思いやりのある心や規範意識をはぐくむことができる。」などと指摘し、自己肯定感や自尊感情の向上に資する要素が奉仕活動・体験活動にあるとされてきた。竹野や神鍋高原、但東などにおける自然体験はもちろん、職業体験やボランティア活動までの舞台を提供できる場は豊岡市には豊富に存在する。舞台として捉え直すことで顧客と豊岡市の新たな関係性が生まれるのではないかと。こうした要素を整理すると、以下のようなコンテキスト転換が検討できる（図5）。

## 5. おわりに

本稿では、観光地としての豊岡市のゾーンデザインとコンステレーションデザインのコンテキスト転換により、新しい豊岡市の観光デザインの可能性の検討を試みたものである。これまで蓄積してきた歴史や文化は多様であることから、統一的なデザインを描くことは難しい。ただ、エリア間での競争ではなく、地域で生まれた資源をあらゆる意味で共有する目的や仕組みを創ることで、結果的に連携を生み、新しい価値を発現するサイクルが生まれるのではないかと仮説が検討できた。それぞれの人生の「舞台」を創り、「活動を磨き上げ」、「活動が実現できる」、「腕前を披露する」といった人生の物語を創る場にするという発想で、観光デザインを見直していくというものである。自由に創造的な活動に取り組み創作・披露したり、スポーツを極めたりすることで訪問客の人生を輝かせたり、さらには顕在化する様々な社会課題を解決する場となり、観光地を超えた新たな場となる可能性も期待できるのかもしれない。これらは、トポスデザイン、アクターズネットワークデザインとも相互に関係していることから、持続可能な発展につながっていくサイクルを創出できるのではないとも考えられる（図6）。これらはアートなどの芸術文化活動だけには限らない。例えば、神鍋高原のスキー場は大正時代からスキー文化を創出してきた歴史がある。筆者が奥神鍋スキー場に訪問した際、ファミリースキーヤーがスキーを楽しむ中で、本格的な技術を有する上級スキーヤーが集結して練習し、技術を披露しているという光景を目にした。そこには関西初の国体のスキー会場となった本格的なスキー場であった歴史の流れが根付いていた。高いレベルのスキーヤーが集まり、切磋琢磨しながら披露し、より高みを目指していく姿は、本稿で検討した活動を磨き上げ自己実現を達成し舞台で披露するというデザインと重なる。また、こうしたスポーツを通じた自己実現は健康増進活動にもつながり、新たな滞在の概念が生まれる。本稿で用いたエリアからゾーンへという発想を用いて考察していくと、既にゾーンと



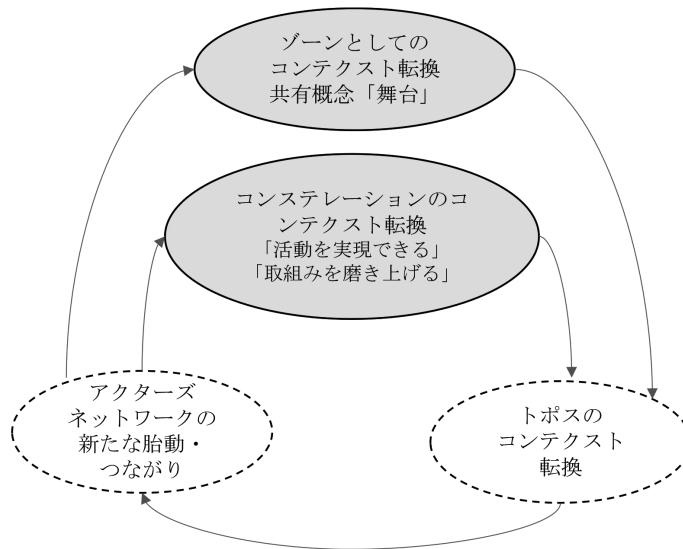


図6 コンテキスト転換による新たな価値発現サイクル

出所:筆者作成

しての豊岡市を超越している。この点、現在の但馬エリアを共創する観光地ゾーンとして再定義する議論に発展していくということが期待できる可能性が示唆されたといえるのかもしれない。

なお、本稿は「豊岡市コミュニティ・ツーリズム推進事業」の方向性を検討するための考察に過ぎない。加えて、ZTCAデザインモデルは、進化・深化中の理論モデルであるため本考察には限界がある。実際、ZTCAデザインモデルは地域側のプロデューサー起点でのモデルであるため、顧客起点での検討は抜け落ちることになる。この点は、「コンステレーションを捉えた地域デザインモデルの進化方向」(原田・石川・諸上, 2022)などで議論され始めている現状である。

次年度以降は、事業を通じて仮説となる具体的な手法論を導きだし、実証実験等を通じて科学的に妥当性を評価して社会実装という構想の実現を目指して活動していきたい。

#### 謝辞

本研究の遂行にあたり、豊岡市環境経済部の谷口雄彦部参事兼大交流課長(当時)、川角洋祐課長補佐ほか同市大交流課の方々、豊岡ツーリズム協議会の高宮浩之会長

はじめ同市事業者の方々に観光事業の在り方について有益なご助言をいただきました。また、本学・芸術文化観光専門職大学においては、平田オリザ学長、藤野一夫副学長、川目俊哉副学長、地域協働課・長谷川裕也主査(当時)より、温かいご指導ご鞭撻を賜りました。また、本学ステューデント・アシスタントの伊藤千菜さん、津留もな実さん、尾美朱夏さん、日本ヘルスツーリズム振興機構の西崎徹事務局長、金森千絵エグゼクティブアナリスト、伊藤里歩リサーチアシスタントにも研究のご協力をいただきました。ここに感謝の意を表します。なお、本稿は、地域リサーチ&イノベーションセンター「豊岡市コミュニティ・ツーリズム推進事業」での研究やディスカッションから示唆を得て研究を遂行したものです。この場を借りて深く御礼申し上げます。

#### 文献

- Adroit Market Research (2021) "Virtual Tour Market by Product Type (cloud based, web based), Device Type (head mounted, gesture tracking), Application (real estate professionals, tourism industries, marketing professionals), and Region (North America, Europe, Asia Pacific, Middle East and Africa, and South America), Global Forecast 2018 to 2028" Summary
- David Harvey (1994) "The Social Construction of Space and Time: A Relational Theory" *Geographical Review of Japan* Vol.67 (Ser.B), No.2, p.126-135
- 庄司真人 (2013) 「地域キャラクターにおける地域デザイン的分析 A Review on Local Characters from Zone Design」*地域デザイン学会誌『地域デザイン』* 第1号, p.125-

142

- 原田保 (2014) 「地域デザイン理論のコンテキスト転換—ZTCA デザインモデルの提言—」地域デザイン学会誌『地域デザイン』第4号, p.11-27
- 原田保・宮本文宏 (2016) 「場の論理から捉えたトポスの展開—新体制によるつながりの場とエコシステムの創造」地域デザイン学会誌『地域デザイン』第8号, p.9-36
- 原田保・石川和夫・諸上茂光 (2022) 「コンステレーションを捉えた地域デザインモデルの進化方向—空間(「固定」vs.「流動」)と起点(「主体」vs「客体」)によるコンステレーションデザインの諸相」地域デザイン学会誌『地域デザイン』第19号, p.11-50
- 堀川三郎 (2010) 「時間と空間の社会学—都市空間の保存運動は何を意味するのか」社会学評論60巻 (2009-2010) 4号, p.517-534
- Lu,Xiao et al. (2022) “The potential of virtual tourism in the recovery of tourism industry during the COVID-19 pandemic” Current Issues in Tourism, Volume 25, p.441-457
- 村上博文 (2004) 「直接体験と間接体験の違い：ゆらぎを感じる〈からだ〉の形成に注目して」日本教育学会大会研究発表要項63 (0), p.224-225
- NingZhang,QuanLi et al.(2022) “Would you enjoy virtual travel? The characteristics and causes of virtual tourists’ sentiment under the influence of the COVID-19 pandemic” Tourism Management Volume 88, p.1-13
- 志村聖子 (2014) 「舞台芸術における制作者側と聴衆のコミュニケーションに関する研究」九州大学学術情報リポジトリ, p.1-99
- 高橋正明 (2006) 「グリーンツーリズムによるまちづくり—兵庫県旧但東町の場合—」大手前大学人文科学部論集, p.77-88
- 高橋伸佳 (2007) 「ヘルスツーリズムの歴史と現代社会で求められている機能」日本渡航医学会誌 Vol. 1/No. 1, p.1-5
- 豊岡市 (2012) 「豊岡市歩いて暮らすまちづくり構想—健康施策から健康まちづくり施策へ—」 p.1-22

#### 付記

- 観光庁「旅行・観光消費動向調査」<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shouhidoukou.html#cp1> (2022年2月9日閲覧)
- JTB総合研究所「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査 (2021年10月実施) ~緊急事態宣言全面解除直後の気持ちと7月調査からの変化~」<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2021/10/covid19-tourism-202110/> (2022年2月9日閲覧)
- Google Arts & Culture <https://artsandculture.google.com/> (2022年2月9日閲覧)