

コロナ禍でも自宅で旅体験「リモートトリップ」 (島根県隠岐郡海士町・株式会社島ファクトリー)

1. 背景

海士町は、島根半島から北約 60 kmの日本海に浮かぶ隠岐諸島の島前三島のひとつである中ノ島を主島とする町である。平成 27 年に隠岐諸島がユネスコ世界ジオパーク(隠岐ユネスコ世界ジオパーク)に認定され、景勝地の明屋海岸はジオサイトのひとつになっている。

U・I ターンや島留学制度での移住者を積極的に受け入れるなど、持続可能なまちづくりの先進地域としても知られている。

同町で行われている特徴あるリモートトリップは、株式会社「島ファクトリー」(以下、「島ファクトリー」)により行われている。同社は、平成 25 年に観光協会の子会社という形で、島内の宿泊施設のリネンサプライを提供する会社として創業した。現在は、旅行ツアーの企画・造成なども行っており、島の観光業を支える会社に成長している。

今回、同町のリモートトリップをベストプラクティスとして取り上げるのは、離島という特殊な環境にある海士町で実施された取組や、そこから生み出された「リモートトリップ」という新しい旅行の形が、往来がなくても地域の人々と旅行者をつなぐ旅行体験の取組事例として、他地域にも参考になると考えるためである。

2. リモートトリップの成り立ち

本企画は、本当に移動しなければ旅行は成立しないのか、現地に行かない旅行があっても良いのではないか、というアイデアから始まった。「現地に行かない旅行」がまだ世の中でも確立されていないことが、調べてみるとわかってきた。企画を検討していく中で、海士町の魅力となる「人と関われる島」「景色」「美味しいもの」という 3 点を伝えられれば旅行として成立させることができ、また、どこもやっていない試みだからこそ差別化できるのではないかという結論に至った。

コロナ禍においてオンライン旅行は、日本全国、世界中と繋がる商品もあり、観光事業者にもユーザーにも認知される存在になっているが、海士町での取組が始まったころは、旅の形としては懐疑的な見方をされていたようである。

3. リモートトリップの魅力づくり

企画の実施にあたり、以下のような点がキーポイントとして挙げられる。

① 特産品

海士町では、産業振興にも力を入れており、「隠岐牛(牛肉)」や「隠岐の岩ガキ(牡蠣)」や「海士乃塩(塩)」などの地域食材を用いた商品開発といった取組が行われている。

リモートトリップで事前に参加者へ届けられる特産品の海産物や野菜は、それぞれの旬の時期によって異なる。

これまでに、岩牡蠣などの貝開けやサザエのカンカン焼きといったことをプログラムに取り込み、海士町住民のお手本をLIVEで見ながら一緒に準備し、その味を堪能することが出来た。参加者全員で一緒に牡蠣を開けることにより、ただ特産品が届いて食べられるだけでなく、海士町の海の香りを感じ、普段やらない体験を楽しめ、難しい作業をすることで、他の参加者との感情が共有しやすくなり、ただ見ているだけのツアーより、参加している実感がある。自宅に居ながら、海士町での体験を満喫することができるのである。



<海士町の代表的な特産品>

- ・海士町産ブランド岩牡蠣「いわがき春香」:

徹底的に管理されて3年間育てられ、水揚げされたものは1つ1つ磨き上げられて出荷前検査を受けてから出荷される。

- ・さざえ:

海士では当たり前採れるとのことで、リモートトリップでは岩牡蠣の旬でない時期にカンカン焼きで取り上げた。特産品としてはこの「さざえ」を主な具材としたレトルトカレー。年間2万食を売り上げる人気商品だ。



② LIVE

リモートトリップは、船が到着する港から始まる。まずは、ガイド役となるスタッフが迎えてくれる。ここから、ガイド付きで島内のバーチャル観光が始まり、隠岐神社へ参拝しに行ったり、明屋海岸の景色を堪能したりする中で、そこにいる島民に話しかける。当企画においてLIVEを映し出すことを大切にしている。まさに今、海士町で起こっていることを

感じることができる。

コロナ禍において、オンラインイベントというものは、劇的なスピードで世の中に広がった。旅行業界も例外ではない。同じような体験の繰り返しでは、参加者を満足させることは難しい。基本的には、ありのままを体験してもらう。収録動画や写りの良い写真をつなぎ合わせるだけであれば、無料のコンテンツで見ること出来てしまう。LIVE だから五感が刺激され、現地に行かなくても海士町の旅を満喫できるのだ。

③ 海士町住民との関わり

当企画は、海士町の住民がいなければ成り立たない企画だ。リモートトリップが追い求めたものは、参加者が海士町在住の知り合いに疑問や質問を気軽な気持ちで聞いている、その場にいる住民と暮らしているように話ができる、という日常の風景そのものである。

すれ違う島民と交わす挨拶でも、中継先にたまたま居合わせた島民との会話でも、温かさを感じることができる。

リモートトリップの中のグループセッションでは旅に登場した島民が各グループに入り、参加者たちと交流する。テーマの設定はせず、旅の最中には聞けなかったような質問からプライベートな質問まで、観光に関わらない事も気軽に話すことができる。島民たちは、それらに快く答えてくれたり、逆に参加者へ質問することもある。そこに、旅行者と住民という立ち位置ではなく、友人や知り合いとの日常会話のような盛り上がりが生まれる。

「繋がりを作ってもらう」「島の魅力は人」という方針は企画当初からあり、リモートトリップの1回目から島民の方にはゲスト出演してもらっている。また、島ファクトリーのスタッフも「島民」として、ゲストがいない場合でもしっかりと参加者と繋がりを作ること、実際の旅行の際には再会できる「島民」として、リモートトリップを運営している、ということだった。

海士町の日常を島民との繋がりを通して体験することで、リモートトリップとしての満足度が上がり、また、実際に行く際にも、島民との繋がりがあること、より身近な関係を感じてもらい、海士町の魅力を高めることにもなると考える。

4. リモートトリップの発展

緊急事態宣言の2日前の令和2年4月5日に第1回目のリモートトリップが参加者約20名で実施された。

それから1年が経とうとしているが、3月末までに12回のリモートトリップが実施された（非公開も含めると21回も実施されている）。将来の観光客の掘り起こしに繋がる島ファクトリーの取組は、島民を巻き込んで回を重ねるなかで発展してきた。初期は、ライブ中継中のスタッフが島民の方から声を掛けて貰うことでゲリラ出演してもらっていた。次第に、伝統的な踊りの名手である宿の女将さんのように、島の伝統や文化を伝える特徴を持

つ方々の協力を得たり、島ファクトリーのように、U・Iターンで海士町に来られておもしろい取組をしている方に出演してもらいながら、徐々にこれまでとは違うことをやっているということが認知されてきた。

また、島民に配布される「広報海士」に掲載されたことで、島民の方からも興味を持って貰えるようになった、とのことだった。

これまでの公開された12回は、新型コロナウイルス感染拡大以前とは異なる取組として、島民の協力を得ながら始め、毎回少しずつ内容を変えながら、もともと関係性のある地域や海士町と同じような環境の島、そして企業同士の共通する取組も実施してきた。



「宮城県気仙沼」との取組（第4回・令和2年5月実施）

●きっかけ

もともと「町おこし」をキーワードにお互いの町の良いところや施策を学びあい、発展しているという関係性があり、U・Iターン移住者が活躍しているという共通点や海士町に居た方が気仙沼で活躍をされているというつながりもあった。

●概要

日本海に浮かぶ離島で半農半漁を生業としており、人口の1割ほどをIターンが占める新たな挑戦をしている海士町と太平洋に接して日本全国から漁船が集まる漁業の町・気仙沼の両方を一度に体験できるリモートトリップとして実施した。震災ボランティアをきっかけに移住した者やUターン者が増え、教育・産業・観光などのさまざまなまちづくり活動が盛んなそれぞれの町の美味しいものと素敵な景色を味わうことができる。

「日本航空株式会社（以下、「JAL」）」との取組（第9回・令和2年7月実施）

●きっかけ

JALは、新しい付加価値やビジネスを創出するトライアル事業として、デジタルフライトを用いて自宅から楽しめるコンテンツの提供を模索していた。

隠岐諸島へ直接乗り入れはしていないが、マリポートホテル海士が国内線ファーストクラスの機内食の監修をしたつながりがあり、島ファクトリーのリモートトリップが五感を刺激する臨場感あふれる新しい旅の形と一致するということで生まれた。

●概要

JALが旅の魅了の1つでもある移動時間を仮想体験できるデジタルフライトでご案内し、参加者には事前にJALの機内アイテムが届けられて併せて楽しむことができる。島ファクトリーは、リモートトリップで現地の島民との交流や事前送付する特産品を提供し、参加者はこれら楽しむことができる。

「香川県本島」との取り組み（第11回・令和3年2月実施）

●きっかけ

本島の担当者と島ファクトリーの担当者にもともとつながりがあり、交通手段が船という同じような環境にあり、漁業が盛んで街並みが魅力になるという共通点もあった。

●概要

共通点でもある交通手段の船が港に着くところから始まり、海士町では、町の散策と特産品の貝開けを島民からレクチャーする。本島に移動した後は、潜水漁を営む漁師さんによる貝開けと下処理のレクチャーと歴史的な街並み散策があり、お互いの島の魅力を楽しむことができる。

緊急事態宣言の解除後に人の往来が緩和されたことで、リモートトリップへの参加は減っていたが、JALとの取組がメディアに多数取り上げられたことへの反響は大きかった。

5. リモートトリップのこれから

海士町の行うリモートトリップへの関心は高いものの、単体で収益化していくことは難しいとのことだった。

以前のような旅行がいつ戻るのか見えない状況だが、リモートトリップから来島までを紐づけることを目標に、リモートトリップの取組を続けていきたいということだった。海士町の魅力を伝え、旅行ができるようになった時に旅行先として海士町に会いに来てもらい、リモートトリップで出会った人、場所、食などを案内する「島のコンシェルジュ」のような存在にしていきたいということだった。

東京都内への応用可能性について伺ったところ、同様の取組をする場所としては、島が良いということだった。なぜなら、島は中継地点にならず、目的地になる場所だからである。ただし、旅行者から旅の候補地にあげられる特徴を出すことが前提である。本州など、広範囲に候補地がある場合、その場所が他の場所との組み合わせで中継地点になり、目的地としての存在ではなくなる可能性がある。島のように、他の候補地の中継地点とならない場所の方が、企画として成立させやすいという。また、リモートトリップで実施する内容や設定を細かく決めすぎずにLIVE感を出すことで、親しみのあるものになるということだ。

<おわりに>

リモートトリップは、旅行は現地に行くものという従来の概念を覆し、このわずか1年で新しい手段として確立された。

旅行に行くことができないという特別な時期だからと考えられるが、新型コロナウイルス感染症が収束した後も、有効な旅行の手段になるのではないだろうか。

移動に不安がある方にとっては、この体験方法によって、自宅で旅を楽しむことができる。

旅行先と旅行者の距離が近くなり、新しい旅行の選び方になっていくのかもしれない。例えば、島ファクトリーの取組のように、旅行前に旅行先の人との関係を築き、実際の旅行ではより魅力的な体験をすることで、旅行後には旅行前の関係や満足感をより膨らますことができる。こうした取組により、旅行先が、単なる旅行先という位置づけから、より身近な存在になっていくのではないだろうか。

JALと島ファクトリーの共同企画でも見られた輸送機関と旅行目的地を組み合わせた取組は、今後も広がっていくと思われる。また、開発が進む最新テクノロジーが旅行にも導入されることで、自宅にいながら旅行ができる手段というのは、今後、増えていくと思われる。こうした時代の流れにいち早く適応していくことが、旅行事業者にも旅行地にも求められてくるのではないだろうか。

【取材協力先】 株式会社 島ファクトリー 篠原 絢子 様

【取材日時】 令和3年2月16日

【関連リンク】 株式会社 島ファクトリー ホームページ

<https://shima-factory.themedia.jp/>

日本航空株式会社

<https://ontrip.jal.co.jp/>

<https://ontrip.jal.co.jp/jalstyle/17397996>

<https://japan.jal.co.jp/>

(地域振興部事業課 小林)