
緊急提言

Withコロナ
Afterコロナ
のもたらす生活変化と観光フィールド
へのマーケティング的視点

令和2年5月

株式会社ランス 代表取締役
株式会社CSL コンテンツストラテジー研究所 CEO
市岡 正朗

新型コロナウイルス 流行に伴う 生活者の行動変化 13のポイント

生活に経済に稀有な影響を与えている新型コロナウイルスが及ぼした生活者への行動変化を13のポイントから読み解き、新たなツーリズムのヒントを探ります。

今後の需要回復の見通しについて、海外旅行より国内旅行の回復が早いと思われていますが、それでも大部分の専門家は2021年までかかると見立てています。しかし、今準備すべきこととは。コロナとともに観光経済活動を生き抜くためには。さらに、アフターコロナで変化するマーケットをキャッチアップする戦略とは何か、を考えていきます。

- 1 食と食生活に及ぼした影響と変化
- 2 健康意識への高まりと生活環境
- 3 働き方・住み方の多様化 リモートワーク&ライフ
- 4 新しい娯楽・エンターテインメントの世界
- 5 教育・研修・啓蒙のオンライン化
- 6 旅行スタイルの変化
- 7 公共交通より自動車
- 8 過密地域へのリスク意識
- 9 近場への旅 ふるさとの発見
- 10 シニア層のIT化
- 11 一次産業への注目 再編と活性化
- 12 ペットマーケットの拡大
- 13 キャッシュレス化の拡大

1 食と食生活に及ぼした影響と変化

長期にわたる自宅生活は食生活のあり方に大きな変化を与えるとともに、時短・休業を余儀なくされた飲食業（レストラン・料亭・居酒屋等）や宿泊業（ホテル・旅館等）などにも大きな変化をもたらしている。

| | | |
|---------------|--------------|-------------------|
| 【成長領域】 | ● 物流・流通 | ● 素材とキッチン道具へのこだわり |
| ● デリバリー | ● セルフクッキング | ● レシピ開発 |
| ● テイクアウト | ● アウトドアクッキング | ● お菓子づくり |
| ● 通信販売 | | |

2 健康意識への高まりと生活環境

感染症への恐怖が衛生対策への意識を向上させ、健康意識の高まりと生活環境の快適化を飛躍的に高めた。リラックス商品や健康サプリメントの需要拡大、自宅の整理整頓などで「断捨離」も活発化するなど、生活スタイルの変化も見逃せない。また、健康の観点からアウトドア、キャンプ、サイクリングなどに注目が集まる。

| | |
|---------------------------|-------------------------|
| 【成長領域】 | ● 健康サプリメント&ヘルスケア |
| ● 除菌・殺菌等家電用品、サービス | ● インドアスポーツ体験 |
| ● リラックス商品の拡大&リラクゼーションサービス | ● アウトドア、キャンプ、サイクリングへの注目 |

3 働き方・住み方の多様化 リモートワーク&ライフ

リモートワーク（テレワーク）が余儀なく実行されたことで働き方に劇的な変化が起き、さらに不景気による解雇・組織再編により、ワーケーションなど多様な働き方が生まれると予測される。さらにシェア型ライフスタイルの普及も相まって多拠点居住などにも注目が集まる。単にIターン、Uターンにとどまらない新しい移住スタイルライフが追求されると思われる。

| | |
|----------------|----------------|
| 【成長領域】 | ● コワーキング |
| ● 創造的な働き方のシステム | ● 多拠点居住 |
| ● 多様な就業支援 | ● MaaS（移動サービス） |
| ● ワケーション | |



4 新しい娯楽・エンターテインメントの世界

自粛生活で必要になったものは、何より暇つぶしであった。オンラインの生中継イベントが音楽のみならず、将棋の世界にまで拡がりを見せている。ゲームの人気も急上昇し、ソニーPS4、マイクロソフトXBOXなどのゲーム機が注目され、ソフトも続々とリリース。自宅での大画面TVの人気にも拍車がかかり、映像で“旅”を楽しむクラウド旅行に人気が集まっている。各国の観光局等がコロナ後を目指し一斉に観光地の映像コンテンツの充実を図っていることに注目したい。

| | |
|---------------|-----------------------|
| 【成長領域】 | ● オンラインイベント、生中継 |
| ● ゲーム、eスポーツ | ● 動画配信/制作技術 |
| ● ドローン | ● クラウド旅行（パブリックビューイング） |
| ● 次世代ディスプレイ | |



5 教育・研修・啓蒙のオンライン化

オンライン・非接触で他者と接点を持つZOOMなど新しいコミュニケーションツールの利用は、多くの大学の授業で行われ始めている。このシステムは単に学校に留まらず、各種研修・セミナーに応用され新しい教育・研修ビジネス及びPRツールとして活用されていく。

| | |
|---------------|---------------------------------|
| 【成長領域】 | ● 地域と時間を問わない教育、研修、職業訓練 |
| ● 先端技術へのアクセス | ● オンラインセールス（ショールーム等からのオンライン生中継） |
| ● 自宅学習ツールの充実 | |



6 旅行スタイルの変化

4 項でも述べたように、世界各地で進められているVR化がさらに加速し、自宅でいつもクラウド旅行が楽しめる時代となった。その体験が次のリアルなあこがれの旅先となる様相を見せ始めている。また団体旅行から大きく個人旅行、カップル旅行、ファミリー旅行へ大きく舵が切られていく。さらに、次項以降で述べるドライブ、グリーンゾーンへの旅、近場の旅が注目される。

【成長領域】

- 映像プロモーション（クラウド旅行）
- 映像技術、配信
- 付加価値の高い個人旅行
- 少人数旅行ニーズに応える商品開発
- 専門ガイド／セルフガイドシステム（イヤホン＋アプリ）
- タクシー＆レンタカーシステム



7 公共交通より自動車

感染による公共交通機関での移動への不安、また、マスクをしないで移動できること、さらに近場への旅、あるいはクリーンなグリーンゾーンへの旅といった観点から自家用車が見直され、ドライブ旅行が Withコロナ、Afterコロナの切り札となった。さらに個人、カップル、ファミリー対象の安全・安心のガイドドライバーによる付加価値の高いサービスも期待されている。

【成長領域】

- ドライブ旅行（カー用品）
- 付加価値レンタカー
- ガイドタクシー
- カーナビ＆カーナビアプリ
- カーシェア
- ロードサイドホテル
- 道の駅
- ワークーション
- キャンピングカー、オートキャンプ場



8 過密地域へのリスク意識

大都市の密集地域での感染リスクの高さは、リモートワークの加速とあいまって都市に居住するインセンティブに陰りを見せている。3 のリモートワーク＆ライフの促進とともに、これからは感染に弱く医療体制も脆弱なエリア（レッドゾーン）、感染に強く医療体制の整ったエリア（グリーンゾーン）が旅先として意識されると考えられている。その意味から、これからの旅のインフラ創りは、今までとは一味も二味も違うことを意識しなければならない。

【成長領域】

- 地域医療体制
- 安全・安心のネットワーク
- アウトドア、キャンプ、サイクリング、ドライブ旅行
- クリーンなサービスとシステム
- 地方の優位性情報の発信



9 近場への旅 ふるさとの発見

ウイルスに対する懸念や、自粛で身についた新しい生活スタイルによって、少なくとも短期的には近場旅行から徐々に旅の解禁が始まると予測されている。アメリカのニューズメディアによれば、旅行の再開時期は制限解除後4～6ヶ月が28%、次いで1～3ヶ月が27%。1年以上と答えたのは18%にのぼった。旅行再開では車による100マイル（約160km）以内の国内旅行が41%、100マイル以上が26%である。従って近場、ふるさとでの観光資源の再発見や再評価、及び近場での観光促進イベントが最初のステップでのテーマとなる。

【成長領域】

- ふるさと再発見・再評価ツール&情報提供
- Withコロナ、Afterコロナのイベント
- ドライブ旅行
- アウトドア、キャンプ、サイクリング
- 施設の貸切使用



10 シニア層のIT化

GWは帰省しないで「オンライン帰省」がテーマとなり、田舎に住む両親もビデオ通話などを行うこととなった。さらに、コロナ感染の情報収集では「インターネットのニュース」が60歳～74歳で84.6%、75歳以上で78%にも達していたと、60歳以上のアクティブシニアのコミュニティサイト「趣味人倶楽部」の調査で報告されている。同調査ではTVが93.3%で、新聞が44%という結果で、今やシニア層のインターネット利用は新聞をはるかに凌駕しTVに迫る勢いである。このシニア層のインターネットの利用は「無料動画を見る」「アプリでコミュニケーションする」などオンライン行動も拡大を見せている。今までのシニアマーケットの戦略を見直すタイミングとなった。

【成長領域】

- クラウド旅行と動画プロモーション
- シニア対象のオンライン予約
- シニア向けAfterコロナの新しい旅行スタイルの提案
- インターネットで旅のセミナー



11 一次産業への注目 再編と活性化

世界的な鎖国化の中で、日本においては食糧危機への不安もささやかれ始めている。すでに菓子材料としての小麦粉の欠品などが報告されている。こうした状況の中で自給自足を目指す動き、農地オーナー制度、就農と移住などが注目されている。さらに外国人労働者の一次産業への就労など、一次産業の活性化とあいまって様々なフェーズで再編成が起きようとしている。

【成長領域】

- 農地オーナー制度
- 農泊、農業体験、週末農業
- 就農と移住
- 外国人労働者の就農・就業



12 ペットマーケットの拡大

2020年のペット関連の総市場は1兆5978億円と予測され、年々300億円近くの拡大が見込まれている。そこにこのコロナ禍がさらに大きな影響を与えたとされている。コロナの収束しつつある中国ではペットフード並びに掃除脱臭系商品が数倍の伸びを見せたといわれる。また、ペットとの関係が自粛でさらに高まった。近場旅行にペットを連れて出かけたいというニーズにどう応えていくのかが今まで以上に問われる時代となった。

【成長領域】

- ペット旅行（ドライブ、キャンプ）
- ドッグランとドッグホテル
- ペットフード&サプリメント&ペット関連グッズの開発
- 熱帯魚（メダカ等）飼育



13 キャッシュレス化の拡大

非接触型のショッピングスタイルは、キャッシュレス化のさらなる拡大を後押しした。これは単にショッピングの現場での手段としてのキャッシュレスのみを意味せず、ライフスタイル全体に大きく影響を与えていく。スマホ決済においてはQRコード、バーコードを活用する決済サービスなど様々な手段がとられるだけでなく、レコメンド機能を始め多彩な誘客管理サービスが始まろうとしている。

【成長領域】

- スマホアプリによる多面的顧客管理サービス
- 通販システムの拡大
- キャッシュレスによるライブイベントサービス

