

観光分野における長野県の広域連携に関する考察

正会員 ○中村幸子*
正会員 上山肇**観光まちづくり 観光圏 広域連携
地方自治体 長野県

1. はじめに

2008年に制定された「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」(観光圏整備法)や、2017年に策定された「観光ビジョン実現プログラム2017」などからわかるように、日本政府は地方都市における広域観光整備を進めている(図1)。

地域経済の安定・維持のため、様々な行政サービスにおいて近隣自治体間で補い合う広域連携は、近年注目を集めている。そのなかでも、観光者を誘致するための広域観光整備する必要がある。観光は上述した政府の施策からみても地方都市への経済効果が期待されており、広域連携が最も必要な分野といえる。

しかし、2009～2010年度における観光圏の宿泊客数は減少しており必ずしも成果が得られていないのが現状(高澤、2012)といわれている。また、観光圏は都道府県をまたいでまたは市町村をまたいで設定していることも多いため、観光圏の新たな取り組みや市町村単位での細かな連携で現状を打破することが求められている。

本稿は、市町村の観光政策における広域連携の実態と課題を把握するとともに、今後の広域連携のあり方について探ることを目的としている。

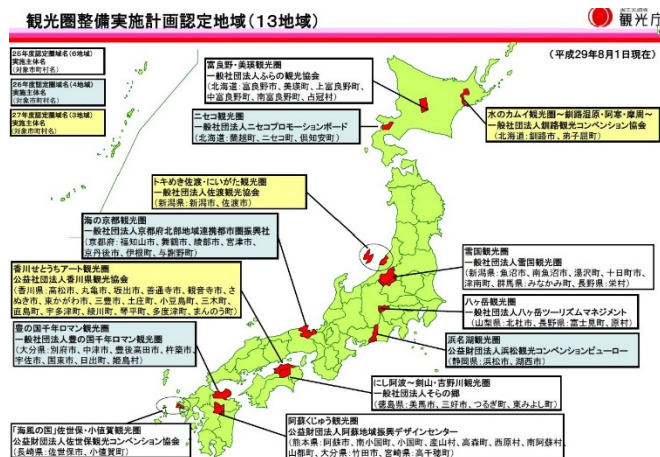


図1 観光圏整備実施計画認定地域(2017/8/1現在)

出典:観光庁*1

2. 本稿の位置づけ

観光圏において、観光まちづくり^{注1}の整備や、旅行商品^{注2}の企画開発などを行っている実施主体は、観光協会

や日本版DMOがあげられる。観光協会とは、多くは都道府県や市町村ごとに設置されている任意団体で、主な財源は国や地方自治体からの補助金である。日本版DMOとは、地域と協同して観光地域づくりを行う法人で、行政や商工業者など多様な関係者で構成されている(図1)。

実施主体には、地方自治体の観光部局(観光を担当する部署。観光課や商工振興課など)が重要な位置を占める。つまり、地域を把握している観光部局が考える広域連携の課題を明らかにすることにより、今後日本における観光の広域連携の推進の一助になると考える。

3. 調査対象である長野県の市町村の概要

観光だけではなく様々な行政サービスを複数の地方自治体が連携して対応する組織に「広域連合」がある。広域連合は日本に116(2017年)あり、広域連携手段のなかでも総合的かつ計画的に広域行政ができる特別地方公共団体である。長野県には広域連合が10あり、県内の市町村がいずれかに所属する、広域連携が進んでいる市町村といえる。特に長野県の市町村は、観光事業を広域連携して進めていることがわかっている(中村・上山、2017)。

本稿では上記の認識のもと、長野県の市町村に注目した。長野県の市町村は、日本の多くの市町村が抱える広域観光の課題について重要な示唆を与えると考える。

4. 分析

4-1 方法

分析対象は長野県の全市町村(77市町村)の観光部局である(どの課が観光担当なのか全市町村に電話して確認済)。観光政策について自己評価する記入もあるため、先入観がないようにアンケート用紙を配布した。

調査期間は2017年7月～12月で、70市町村(91%)から回答を得た。調査項目は①貴自治体の観光事業、②貴自治体が所属する広域連合、③近隣市町村と協力する広域観光の課題、④観光において今後広域連携したい市町村、などである。分析には統計解析ソフトIBM SPSS Statistics 23を使用した。

4-2 結果

各市町村の観光部局の過半数以上が、地域の観光情報

発信のため単独もしくは近隣市町村と、地場野菜の販売（マルシェ）や祭りなど観光イベントを実施していることがわかった。また、施策をとおして他市町村と協力して観光客を誘致したいのと同時に、観光客の誘致をとおして地域経済の活性化を期待しているとの回答が多く得られた。

さらに、調査時期に「信州デスティネーションキャンペーン（DC）」（JR6 社が全国の地元観光関係者や自治体と協力し、該当地域を旅行先として PR する国内最大級の観光キャンペーン。長野県は 2017 年 7 月～9 月に対象となっていた）が行われていたことから、同キャンペーンに期待を寄せているとの回答もあった。

一方、各市町村が考える課題としては、観光者数が地域別に差がある（広域連携を組む構成市町村間と比較して）、地域住民の観光客受け入れ理解の低さ、事業者の営利活動とのすみ分けが難しい、地域情報を発信する予算不足 等が挙げられた。

4-3 考察

長野県の市町村は、単独もしくは近隣市町村とイベント開催や観光客誘致を行っており、観光客の満足度を高めるのと同時に地域経済を活性化して地域住民の満足度を高める、つまり観光資源を活用して持続的な都市をつくる「観光まちづくり」を進めている長野県の市町村が多いということが考察された。

信州 DC は 2017 年夏の天候不順もあって、延べ宿泊者数が目標人数に届かなかったという²。観光客はどうしても天候などによって行動が強く影響されることから、悪天候でも楽しめる観光まちづくりが求められる。

一方、観光者数が地域別に差がある、地域住民の観光客受け入れ理解の低さが課題であるとの回答からは、近隣市町村への交通インフラ整備など観光客の流れをつくと同時に、地域住民が観光事業に参加する連携も必要と思われる。

また、事業者の営利活動とのすみ分けが難しい、予算不足との課題からは、民間資金活用の仕組みや、民間事業者も近隣市町村と広域連携して営利活動を進めてもらう工夫が求められる。

例えば、ある民間の飲食店では近隣市町村の特産物をメニューに明記している（写真 1）。これをもう少し進めて、特産物が作られる市町村の場所や観光情報も組み込むことも考えられる。こういったことを取り入れるには、ひとつの手段として、地域住民が観光政策に参加する協働などが考えられる。

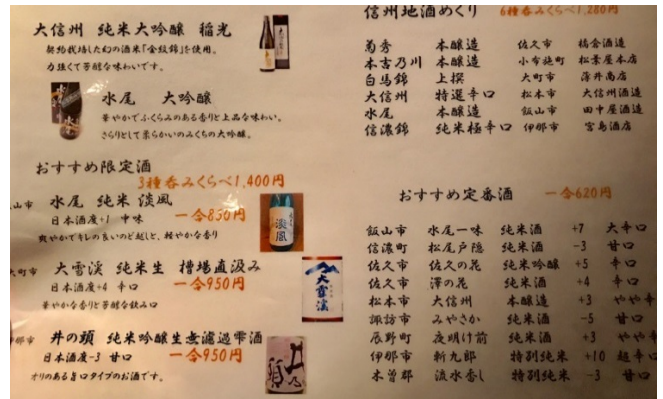


写真 1 民間の飲食店にて、長野県内の市町村の特産物(清酒)が記されているメニュー例 出典：筆者撮影³

5. まとめ

5-1 結論

多くの各市町村の観光部局が観光事業によって地域経済の活性化の期待をしているが、これはすべて地域住民が持続的に生活できる「観光まちづくり」につながっている。そのために、他市町村と広域連携して観光客誘致やイベント開催を行っていることがわかった。

各市町村から挙げられた課題として、①観光者数が地域別に差があること ②地域住民の観光客受け入れ理解の低さと認識していること 等があることがわかった。今後は近隣市町村の観光地にも観光客の流れをつくと同時に、地域住民との連携も必要と思われる。

5-2 今後の課題

本稿では言及できなかったが、住民側は観光事業に参加する機会はあるのか、または参加したいと思っているのかを明らかにすることが今後の課題である。

【注】

- 注 1 観光資源を劣化させることなく、将来にわたって住民の満足・来訪者の満足を維持するまちづくりをすること。
 注 2 旅行会社などが販売する、移動手段や宿泊施設の手配などセットにして提供するパッケージツアーなどのこと。

【参考文献】

- 1) 高澤由美 (2012) 「国境を越える広域観光地域のマネジメント手法の特徴と課題: Alpine Pearls の経験から」、都市計画論文集 47(3), pp.409-414.
- 2) 中村幸子・上山肇 (2017) 「広域連合の現状に関する考察 -長野県を事例として-」、日本建築学会大会学術講演梗概集 (中国) 2017 年 8 月, pp.267-268.

【出典】

- *1 観光庁 HP「観光圏の整備について」（2018/4/1 閲覧）
 *2 産経新聞「宿泊者数、信州 DC 目標達成困難 8月の天候不順響く」（2017/11/3 閲覧）
 *3 炭間屋だいだらぼっち（長野市）（2017/6/15 撮影）

*法政大学大学院 政策創造研究科 大学院生, 修士(政策学)
 **法政大学大学院 政策創造研究科 教授, 博士(工学), 博士(政策学)

* Graduate Student, Hosei Graduate School of Regional Policy Design., Master of Policy, Planning, and Development.
 ** Hosei Graduate School of Regional Policy Design, Prof., Dr. Eng., Ph.D.