

東京都大田区における観光の実態と今後の展開に関する考察

正会員 ○ 三木 日出男*
正会員 上山 肇 **観光政策 観光まちづくり 観光資源
地域活性化 地域連携 大田区

1. はじめに

わが国では 2007 年に施行された観光立国推進基本法により「観光は日本の重要な政策の柱」という国の明確な方針が示され、各地域で行政や企業、市民といった立場の関係者が「観光まちづくり」の形成に向けて取り組みを推進している。地域の価値を高め、交流人口の増加により、明るく豊かな将来へ繋げていくという理念は、行政のみならず、最近では訪日外国人の急増に伴い市民レベルでも見識されるようになってきた。

しかしながら、地域特性を生かした公私空間資源を発掘し、それらの資源を有機的に結び付けながら観光まちづくりを推進する難しさが課題となっている。地域社会の関係者がどのように連携すれば交流人口が増加できる地域が形成されるか試行錯誤する地域も多い。

本稿では、大田区における観光政策と観光推進現場の実情を明らかにし、今後の観光まちづくりの課題について探ることを目的としている。そのために大田区の文献から来訪者の動向と観光政策の取り組みを調べ、地域連携を図りながら観光まちづくりの推進支援を担っている大田観光協会へのヒアリング調査を行った。

2. 大田区への来訪者の現状

2.1 宿泊客の動向

大田区の実施調査によると、大田区における宿泊者数は外国人の増加とともに拡大しているが、東京都の水準を下回っていることがわかる(表 1)。

表 1 大田区宿泊者数と外国人比率 (単位: 千人/%)

	2012年	2017年	増加率
大田区延べ宿泊人数	1,174	1,516	129.1%
大田区延べ外国人宿泊人数	75	317	422.7%
大田区外国人比率	6.4%	20.9%	
東京都外国人比率	—	32.1%	

(平成 29 年度大田区観光統計・マーケティング調査から筆者作成)

2.2 大田区での実施内容

大田区は羽田空港を有し、都心と神奈川県の間接地に位置する交通の結節点でもあることから、来訪者の目的は純粋な観光目的よりも「交通の乗継」や「ショッピング」、「飲食」といった都市機能を利用することを目的に訪問する傾向が強い(表 2)。

表 2 来訪者の目的 (複数回答) (単位: %)

目的 \ 来訪者居住地	大田区内	大田区外	海外
乗継地	5.5%	69.3%	87.7%
ショッピング	34.6%	36.9%	33.6%
飲食	33.2%	50.6%	51.0%
景勝地観光	9.0%	3.5%	3.2%
	(n=668)	(n=2,122)	(n=563)

(平成 29 年度大田区観光統計・マーケティング調査から筆者作成)

3. 大田区の観光振興計画の経緯と今後の計画

3.1 2009 年～2018 年の取り組み

大田区では、観光振興のための計画として 2009 年に「大田区観光振興プラン」(10 年計画)を策定し、主に以下の取り組みを行ってきた。

①大田区観光推進連絡会の設置: 区内の宿泊や飲食、鉄道、航空、その他観光関連業者及び団体が連携して、持続的かつ効果的な観光振興を推進することを目的に 2015 年に連絡会が設置された。

②来訪者受け入れのための環境整備: 主に下記の 4 つの環境が整備された。

・観光案内のサインの整備 ・大田区ウェルカムショップ 61 店舗登録^{注1)} ・大田まちかど観光案内所 381 ヲ所登録^{注2)} ・大田区観光情報センターの設置^{注3)} (写真 1, 2)



写真 1 (左) 大田区観光情報センター外部 (筆者撮影)

写真 2 (右) 同センター内部 (筆者撮影)

③ドラマや映画の舞台としての露出とその活用: ドラマや映画での数多くのロケを受け入れ、区内地域の魅力の発信を行った。代表的な作品として「下町ロケット」(TBS)、「梅ちゃん先生」(NHK)、映画「シン・ゴジラ」がある。

④まち歩きプログラムの充実と産業特性を活かした観光魅力の創出: 区内地域資源を活用したまち歩きプログラ

ムの企画やボランティアガイドの育成やものづくり産業の集積地ならではの工場見学やものづくり体験などの観光資源の活用推進を行った。

⑤**特区民泊の展開**：2016年1月から「大田区における国家戦略特別区外国人滞在施設経営事業（特区民泊）」^{注4}を開始している。地域に溶け込む宿泊施設の特性を活かして、近隣の商店街や銭湯へ誘客するなど地域社会にとって重要なインフラとなるべく機能を拡充している。

3.2 今後の計画

「新大田区観光振興プラン(素案)平成30年」では、大田区の観光資源は必ずしも誘客力のある資源ばかりではないとしつつも「観光エリアマネジメント」の手法^{注5}を新たに導入し観光入込客数3,340万人(2017年)から4,500万人(2022年)の達成指標を掲げている。

4. 大田区における観光まちづくりの取り組み

4.1 大田観光協会の活動

大田観光協会は区内の観光資源を活かした観光まちづくりを推進支援する一般社団法人であり、大田区行政と区内の企業や学校、協会・団体、商店街、神社・仏閣・文化史跡など約140の組織と連携を取りながら、以下の目的を掲げ、活動を行っている(図1)。

- ①まちの魅力を演出する事業
- ②観光資源の調査研究、情報の収集・提供及び振興に関わる事業
- ③産業振興に関する事業
- ④国際文化交流の推進
- ⑤まちの特性を活かした新しい観光資源の開発・創出
- ⑥その他法人の目的を達成するために必要な事業

また同協会では区内の観光資源の案内役となるボランティアガイドの募集育成を実施しており、受講したガイドは自主的に運営する大田・品川まちめぐりガイド協会に属し、現在では約50名の登録者数となっている。

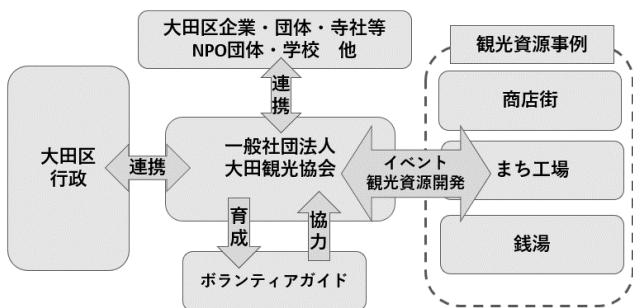


図1 大田観光協会活動関連図
(大田観光協会のヒアリングから筆者作成)

4.2 大田観光協会のヒアリングから

大田観光協会にヒアリングを行った結果、協会ではま

ちづくりに想いをもちた人をどのように集め、どのような仕組みを作るべきか課題を抱えていることがわかった。

特に観光まちづくりを実行する担い手が少なく、中でも若者が現場に来ない現状がある。例えば池上本門寺で開催される大森鳶組合の「はしごのり」は伝統を継承するイベントであるが現場では高齢のボランティアがこの催しをサポートしているのが現状である。

5. まとめ

大田区の観光資源は公園や寺社、多摩川、繁華街、羽田空港、歴史ゆかりの地などに大別されるが、来訪頻度の高い資源は繁華街などの機能的な資源に集中していることが分かった。

新大田区観光振興プランには「集散往来による地域活力の向上」という記載がある。多くの人に長く滞在してもらうことで経済波及効果の向上を目指すというものであるが、大田区の観光資源の特徴を一体的に仕組む必要がある。

例えば、商店街を単一の資源としての活用するのではなく、既存のウェルカムショップ、まちかど案内所、民泊、銭湯などの機能や周辺の観光資源と商店街が一体化した観光広域を形成することにより地域の魅力が増し、人が集まる観光地になることが考えられる。

そのためには、まちづくりに関わる地域の関係者が積極的に参加し建設的な取り組みができるような人的資源確保・育成の取り組みも同時に重要な政策になるだろう。

今後の課題として、本稿では言及できなかったが観光者の大田区へのまなざしについて明らかにすることが挙げられる。

【注】

- 注1) 外国人旅行者等にサービス提供を実施する店舗・施設のこと。
- 注2) まちの観光案内所として、来訪者に観光案内を実施したり、パンフレットやマップを提供したりする店舗・施設のこと。
- 注3) 着物等日本文化体験ができる施設を有した観光案内所のこと。
- 注4) 民泊は個人が自宅を有償で宿泊場所を提供することであるが、特区民泊は年間宿泊日数に上限がなく運営できる民泊のこと。
- 注5) 区が支援しながらもエリア毎に区民をはじめとする地域関係者が主体となった観光振興。

【参考・引用文献】

- (1) 大田区：(仮称)新大田区観光振興プラン(素案), 2018. 12
- (2) 大田区：観光統計・マーケティング調査報告書, 2018. 3
- (3) 大田区：観光振興プラン, 2009. 3
- (4) 大田区：商店街調査報告書, 2015. 3
- (5) 一般社団法人大田観光協会：ホームページ <https://www.o-2.jp>

* 玉川大学 観光学部 観光学科 准教授

**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)

* Tamagawa University Department of Tourism and Hospitality, Assoc Prof.

**Hosei Graduate school of Regional Policy Design, Prof., Dr. Eng., Ph.D.