

神奈川県観光まちづくりを進めるための協働のあり方に関する研究

—観光の推進組織の実態を事例に—

観光 推進組織
まちづくり 神奈川県
協働

正会員 ○ 嶋村 豊一*
正会員 上山 肇 **

1. はじめに

2018年の年間訪日外客数が3,119万2千人(日本政府観光局[JNTO]2019.1推計値発表)となり過去最高の数値となった。日本の成長戦略の柱である観光立国と観光先進国の実現に向けた各種の施策を地方創生の基本方針⁽¹⁾の一つとして全国で展開している。

神奈川県内の観光地では訪日外国人旅行者(以下インバウンドという)の増加により、受入の許容限度を超える観光地域の混雑、住民の生活環境の変化、交通問題など様々なまちづくりの問題点が明らかになってきている。「環境保全と地域振興」「観光地と観光客」などの二項対立ではなく、ともに利益を享受できる観光まちづくりが必要となってきた。観光庁も2018年6月に「持続可能な観光推進本部」を設置⁽²⁾したところである。

本稿では県内自治体の観光まちづくりの協働のあり方と観光の推進組織の実態について、アンケート調査の一部から現状を明らかにするとともに、今後の方策について考察するものである。

2. 神奈川県の観光政策の概要

神奈川県は日本列島のほぼ中央、関東平野の南西部に位置し、北は首都東京都、西は山梨・静岡の両県に隣接、また、東は東京湾、南は相模湾にそれぞれ面している。また、人口約918万人、世帯数411万世帯、面積2,415.81km²で33の市町村(19市13町1村)からなり、政令指定3都市を抱える県である。

2009年10月に神奈川県観光振興条例を制定し、2010年3月に「観光立県かながわの実現」を図るため、地域経済の活性化、観光客数の増加、観光消費額の増加を目的とした神奈川県観光振興計画を策定した。

さらに、2016年3月には観光振興計画第3期を策定、2019年3月には将来の少子高齢社会に備えて「持続可能な観光の実現」をコンセプトに観光振興計画(2019~2021年度の3年間)の改定⁽³⁾を行った。

3. 調査内容

3-1 調査概要

- (1) 調査期間 2018.10.8~2018.11.9
(2) 調査方法 郵送(一部要請により電子メール)

(3) 調査対象 神奈川県内33市町村(観光又は商工担当課) 回答率100%

(4) 調査項目

「観光まちづくりの公私空間における地域協働による推進組織に関する研究」のテーマのもと、①観光基本計画(観光振興計画、観光プランなど)について ②観光の推進組織について ③地域協働について ④広域連携について ⑤観光産業との関連について ⑥観光まちづくりの課題についての各項目について行った。

調査項目の一部は、全国調査と比較するため観光庁が実施した「国内の観光地域づくり体制に関するアンケート調査(2017.5)」を参考・引用した。

3-2 調査結果

(1) 観光振興において強化すべき内容

自治体全体では、「国内プロモーション・PR活動」が27団体(81.8%)、「マーケティング活動」21団体(63.6%)、「地域協働」18団体(54.5%)の順に強化すべき内容としている。

「海外プロモーション・PR活動」は14団体(42.4%)と政令市を除き低い割合で、今後のインバウンド対応が注目される。また、「政令市・市」では「地域協働」とともに「広域連携」が高い割合を示している(表1)。

表1 観光振興において強化すべき内容 複数回答可 単位：市町村

	回答数(複数回答)				回答数/回答団体数			
	全体	政令市	市	町	全体	政令市	市	町
国内プロモーション・PR活動(誘客)	27	3	14	10	81.8%	100%	87.5%	71.4%
海外プロモーション・PR活動(誘客)	14	3	7	4	42.4%	100%	43.8%	28.6%
マーケティング活動(市場調査、ブランド戦略等)	21	3	8	10	63.6%	100%	50.0%	71.4%
販売(旅行商品や特産品の販売等)	15	1	8	6	45.5%	33.3%	50.0%	42.9%
旅行商品開発	14	2	9	3	42.4%	66.7%	56.3%	21.4%
イベント開催	3	0	2	1	9.1%	0%	12.5%	7.1%
観光サービスの質の維持・管理・向上	15	0	7	8	45.5%	0%	43.8%	57.1%
観光施設の整備・管理	16	1	6	9	48.5%	33.3%	37.5%	64.3%
地域協働(地域の各主体が協働で観光まちづくりを進めること)	18	2	9	7	54.5%	66.7%	56.3%	50.0%
広域連携(複数の観光地や地域が連携を図ること)	17	3	10	4	51.5%	100%	62.5%	28.6%
専門人材の育成(人づくり)	11	1	8	2	33.3%	33.3%	50.0%	14.3%
その他	1	0	1	0	3.0%	0%	6%	0%
分からない	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%

(2) 観光推進組織の設置状況

自治体全体では、「官民が連携・協働した組織が設置されている」が最も多く12団体(36.4%)、「主に民間が中心

となっている組織が設置されている」5 団体(15.2%)、「主に行政が中心となって設置されている」が 2 団体(6.1%)で、合計は 19 団体(57.6%)の設置率となっている。また、「現在は組織が立ち上がっていないが、検討している」5 団体、「今後必要である」8 団体を加えると、全体で約 9 割の団体が「組織の設置が必要である」としている(表 2)。

表 2 観光推進組織の設置状況 単位：市町村

	全体		政令市		市		町村	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
主に行政が中心となって設置されている	2	6.1%	0	0%	1	5.3%	1	7.1%
官民が連携・協働した組織が設置されている	12	36.4%	2	66.7%	5	26.3%	7	50.0%
主に民間が中心となっている組織が設置されている	5	15.2%	0	0%	3	15.8%	2	14.3%
組織は立ち上がっていないが、検討している	5	15.2%	0	0%	4	21.1%	1	7.1%
組織は立ち上がっていないが、今後必要であると考え	6	18.2%	1	33.3%	5	26.3%	1	7.1%
現在もこれからも組織を立ち上げる予定はない	2	6.1%	0	0%	1	5.3%	1	7.1%
分からない	1	3.0%	0	0%	0	0%	1	7.1%
合計	33	100%	3	100%	19	100%	14	100%

一方、「マーケティングやマネジメントの役割・機能をもった新しい仕組みの必要性」の調査では、県内自治体の 19 団体(57.6%)が「地域の特徴や実態にあった仕組みが良い」、9 団体(27.3%)が「新しい仕組みは必要である又はすでにになっている」としている。今後の観光推進組織では地域の特徴と実態を踏まえたマネジメントが課題となっている。

(3) 観光推進組織の民間企業や地域住民との連携

19 団体での観光推進組織の機能・役割・活動に対する民間企業や地域住民の関与・協力レベルを見ると、「非常に高い」・「高い」では、「個別事業の運営・実施(イベント共催等)」7 団体(36.8%)、「国内 PR 活動」6 団体(31.6%)、「販売(旅行商品や特産品の販売等)」6 団体(31.6%)は連携が高いことを示している。推進組織が観光振興の具体的な事業を民間企業等と実施していると考えられる。

また、旅行商品や特産品の販売などの行政主催に適さない分野も担っていると考えられる。その他の多くの項目においては「普通」のレベルが最も多くなっている。「普通」レベルの項目でも、「組織の運営」や「組織への助言・指導」「関係主体間の合意形成」は項目内の 5 割前後を示しており、推進組織と民間企業、地域住民の連携が一定のレベルはあると考えられる。一方、「旅行商品開発」「海外 PR 活動」「危機管理」「生活環境の維持」は、レベル別では、「低い」から「分からない」までの割合が高く、連携が薄いと評価していることが伺える(表 3)。

4. おわりに

神奈川県は、東京圏の観光地としてインバウンドの増加も踏まえ、観光立県としての観光振興を進めている。調査

表 3 観光推進組織の民間企業や地域住民との連携

複数回答可 単位：市町村

観光推進組織の機能・役割・活動に民間企業や地域住民の関与・協力のレベル	非常に高い・高い		普通		低い・非常に低い		関与・協力は		分からない	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
対象団体19団体										
国内PR活動(誘客)	6	31.6%	8	42.1%	3	15.8%	0	0%	2	10.5%
海外PR活動(誘客)	3	15.8%	4	21.1%	4	21.1%	3	15.8%	5	26.3%
マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)	3	15.8%	7	36.8%	6	31.6%	0	0%	3	15.8%
販売(旅行商品や特産品の販売等)	6	31.6%	4	21.1%	6	31.6%	1	5.3%	2	10.5%
旅行商品開発	2	10.5%	3	15.8%	8	42.1%	2	10.5%	4	21.1%
資金調達(出資、補助金の交付等を受ける)	4	21.1%	6	31.6%	4	21.1%	1	5.3%	4	21.1%
事業計画の立案	3	15.8%	6	31.6%	5	26.3%	2	10.5%	3	15.8%
計画や事業実施状況のチェック	4	21.1%	6	31.6%	3	15.8%	1	5.3%	5	26.3%
観光サービスの質の維持・管理・向上	3	15.8%	8	42.1%	3	15.8%	1	5.3%	4	21.1%
観光施設の整備・管理	3	15.8%	8	42.1%	2	10.5%	3	15.8%	3	15.8%
危機管理(観光視点での災害等への備え、危機管理計画の策定など)	1	5.3%	6	31.6%	4	21.1%	2	10.5%	6	31.6%
生活環境の維持(道路渋滞や電車・バスなどの交通問題、観光ごみ、安全安心など)	2	10.5%	7	36.8%	4	21.1%	1	5.3%	5	26.3%
関係主体(住民・観光関連企業等)間の合意形成(環境保全と観光振興の両立、公私空間の活用など)	2	10.5%	9	47.4%	3	15.8%	1	5.3%	4	21.1%
個別事業の運営・実施(イベント共催等)	7	36.8%	7	36.8%	1	5.3%	0	0%	4	21.1%
新たな観光産業の創造	3	15.8%	7	36.8%	4	21.1%	1	5.3%	4	21.1%
組織の運営(課題の共有と解決に向けた連携、参加等)	5	26.3%	10	52.6%	1	5.3%	0	0%	3	15.8%
組織への助言・指導	3	15.8%	11	57.9%	1	5.3%	0	0%	4	21.1%

結果から県内自治体の現状は、①今後の観光振興においても、観光客の誘致方策が高い割合を示している(3-1-(1))。②推進組織の設置やマーケティングやマネジメントの役割・機能をもった仕組みの必要性は、各自治体も認識をしている(3-2-(2))。③既存の推進組織においても民間企業や地域住民との連携では、観光地の振興策の連携が中心となっている。「危機管理」や「生活環境の維持」など、観光まちづくりとして「持続可能な観光」の要素である安全・安心や環境保全等との連携は、一部の自治体に止まっていることがわかる(3-2-(3))。これらから、県内自治体は、「観光地づくり」が中心となっていると考えられる。

今日の観光地は、「オーバーツーリズム」や「観光地の文化変容」などによる多くの問題が拡大する傾向にある。

国の施策の推進(外部要因)により、公私空間が観光空間に組み込まれる構図から、地域ビジョンの合意形成を進めるための各主体による日頃からの「協働」によるまちづくりは重要である。持続可能な観光まちづくりに向け、地域振興と生活環境や地域資源のあり方について、実質的な議論ができる「場」の設定は、東京圏の神奈川県内の各自治体では必要であると考えられる。

【参考・引用文献】

- (1) まち・ひと・しごと創生基本方針 2018 (2018.6 閣議決定)
- (2) 観光庁 H P 「持続可能な観光推進本部」 2019.2.21 閲覧
- (3) 神奈川県 H P 「神奈川県観光振興計画」 2019.3.5 閲覧
- (4) 「地域主導型観光から見た日本の観光政策の変遷と推進組織の課題」 海津ゆりえ 2017.12 日本観光研究学会 全国大会学術論文集

*法政大学大学院 政策創造研究科 大学院生 修士課程

**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

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