

<テーマ：都内区市町村・観光協会における観光振興の取組の現状と課題>

I 発表

1. 研究の背景・目的及び実施方法

(牧野)

皆さんこんにちは。公益財団法人日本交通公社の牧野です。そして隣におりるのが吉澤です。今回、この2名で発表会に参加させていただいておりますので、どうかよろしく願いいたします。

私どもの方からは、先ほどご紹介いただきましたとおり、『都内区市町村・観光協会における観光振興の取組の現状と課題』というテーマで報告いたします。時間が限られており、駆け足になってしまうかもしれませんが、どうかご容赦いただければと思います。

まず、『研究の背景、目的及び実施方法』についてお話いたします。背景につきましては、国を挙げて観光振興を行っているなかで、東京都におきましても、地域活性化を図っていくためには、引き続き、国、地方行政、観光産業など、関係者の皆さまが一丸となって観光振興に取り組む必要があります。先ほどの松本専務のごあいさつにもありましたとおり、2020年に東京オリンピック・パラリンピックが開催され、その後を見据えた観光振興策・地域活性化策も考えていかなければなりません。

これを受け、本研究の目的として、将来的な観光振興の在り方を考えるためには、多岐にわたるさまざまな要因が関わってきますので、今回、まずは行政及び観光協会の観光振興への取組における現状と課題から把握することを掲げています。そして、観光振興の具体的な実行プログラムとして、観光プログラム、特に今回は「まち歩き」を中心に、取組の現状と課題を整理したいと考えております。

実施方法ですが、今回、四つの取組を行ってまいります。まずは、都内区市町村及び観光協会を対象とするアンケート調査です。現段階では、色の付いているこの二つのアンケート調査を中心に、取組を進めています。今後は、都内区市町村及び観光協会を対象とするヒアリング調査、さらに全国の先進事例調査も行っていく予定です。

都内区市町村を対象とするアンケート調査の調査方法としましては、都内62の区市町村にアンケート票をお送りいたしまして、観光に対する意識や観光部署の現状、観光協会との関係性、平成30年度の観光政策、観光振興の課題、観光に関する計画策定、観光統計の状況、国や東京都などからの補助の現状、他の区市町村との協力・連携状況、平成33年度(2021年度)以降の観光政策の方向性など、さまざまな項目について聞きました。本日は、これらの項目の中から、特にポイントとなる項目につきまして、発表していきたいと思っております。

次の観光協会を対象とするアンケート調査については、先ほど申し上げましたように、観光プログラムへの取組状況、そのうちまち歩きに関する取組、2021年以降の組織の取組などについて聞いています。こちらの方は、期間が終了しているものの、実はまだ回答を受け付けている状況ですので、今回は、参考程度にいくつかご紹介したいと思います。

そして今後の取組になりますが、先ほど申し上げましたとおり、アンケート調査結果などを基にいたしまして、都内区市町村及び観光協会を対象とするヒアリング調査を行っていく予定です。また、観光プログラムに取り組むうえで、さまざまな課題があると思われるので、課題への対処方法を検討するための参考に資することを目的に、全国の先進事例を対象とするヒアリング調査を行ってまいります。

2. 調査結果（中間報告）

（牧野）

中間報告という形ではありますが、現段階の調査結果につきまして、都内区市町村アンケート調査結果を中心に、ご報告いたします。最初に、集計分析方法ですが、62 区市町村の全体集計に加えまして、クロス集計も行っており、一つ目の軸は地域としています。少し細かいのですが、『23 区』、そして 23 区を二分し、お客さまの多い『23 区多客地域』とそれ以外の『23 区その他』を設定しています。次いで多摩地域におきましても、『多摩北部』『多摩南部』『多摩西部』に分類しています。あとは『島しょ部』となります。

二つ目の軸は、観光政策の位置付けです。『とても重要』『比較的重要』『それほど重要ではない』『その他』に分類しています。三つ目の軸は、観光予算規模です。『1 千万円未満』から『5 億円以上』まで、5 つに分類しています。

それでは、質問項目ごとの分析結果について、ご報告いたします。

一つ目は、観光政策の位置付けです。『とても重要』『比較的重要』『それほど重要ではない』『全く重要ではない』『その他』という選択肢を設定いたしました。ご覧いただければ分かりますように、やはり『重要』という答えが非常に多く、9 割弱の市町村が重要と位置付けています。やはり、観光がそれだけ注目されていると言えます。

これを地域別に見てみますと、23 区多客地域、及び島しょ部においては、『とても重要』という比率が高くなっています。このほか、多摩地域を見ますと、南部及び西部では、『とても重要』もしくは『比較的重要』という位置付けになっています。一方、予算規模別に見ますと、予算規模が大きいところほど『とても重要』という傾向がみられます。

二つ目といたしまして、観光の果たす役割について聞きました。こちら、選択肢を選ぶという形式ですが、一番多かったのは、『観光客の消費による地域経済の活性化』で、経済的な要素です。次いで、『地域イメージの向上』『住民の地域への誇りの醸成』となっており、こちらの方は経済面というよりは、生活面など地域的な要素になります。次に多い『地域ブランド』は、経済面と生活面の両方に関わってくると考えられます。なお、スライド中の赤字は経済的な要素、青字は生活的な要素と捉えられます。

これを地域別に見てみますと、多摩では『地域イメージの向上』『住民の地域への誇り』、島しょ部は『地域の製品の販売・流通の拡大』の割合が比較的高く、地域性があらわれています。このほか、23 区多客地域や多摩北部では『他地域との交流・連携』も重視されています。また、観光政策の位置付け別で見ますと、『それほど重要でない』と位置付けている区

市町村は、『地域への定住の促進』の比率が高くなっています。そして観光予算規模別に見てみますと、どちらかといえば予算が少ない区市町村ほど『地域経済の活性化』の比率が高くないという傾向がみられます。

参考までに、観光協会アンケートの中でも、同様の設問を設けております。こちらは、観光プログラムへの取組に関する内容となっています。現状では、半数近くの観光協会が、『観光プログラムの造成販売を行っている』となっています。その一方で、2割の観光協会は、『取り組む予定もない』と回答しており、温度差がみられます。取り組む目的として強く意識しているのは、『地域の魅力の再発見、シビックプライドの醸成』『地域産品の活用を通じた地域経済の貢献』『地域資源の保全』『主要な収入源』などであり、経済的な面と生活的な面の両方がやはり含まれていると言えます。

三つ目は、区市町村の観光関連予算額になります。こちらを見ますと、1,000万円～5,000万円未満の区市町村が最も多く、8割近くの区市町村が1,000万円～5億円に含まれています。参考までに、私どもが全国の主要な観光地を有する市町村を対象に実施しております『主要市町村の観光政策に関するアンケート調査』では、平均が4億9,500万円、ほぼ5億円となっております。

これを地域別に見ますと、23区多客地域では、1億円以上の比率が高くなっています。一方で、多摩北部の予算額は、比較的lowめと思われる。観光政策の位置付け別で見ますと、『重要』と位置付けている区市町村は、予算額が高くなる傾向がみられます。

続いて、予算額の内訳を見てみますと、『観光イベントの開催』『観光関連組織等への支援や人材育成』『情報発信、広報PR』『観光関連施設の建設・整備・管理・運営』という4項目に集中している傾向が見られます。

これを地域別に見ますと、多摩南部では『国際観光の振興（インバウンド）』、島しょ部では『観光資源・景観・環境の保全・保護』の比率がそれぞれ高くなっており、地域特性が表れているように思われます。23区を見てみますと、多客地域では『観光関連組織等への支援や人材育成』『観光関連施設の建設・整備・管理・運営』の比率が高くなっており、23区その他では『情報発信、広報PR』が中心になっていると言えます。観光政策の位置付け別に見てみますと、『重要』と位置付けている区市町村では『情報発信、広報PR』『観光資源・景観・環境の保全や保護』の比率が高く、一方で『それほど重要でない』区市町村では、『観光イベントの開催』『観光関連組織等への支援や人材育成』の比率が高くなる傾向がみられます。

四つ目の項目になります。『平成30年度の観光協会に対する資金拠出額』について、聞いています。こちらを見ますと、ちょうど円グラフの右半分に該当しますが、ほぼ半数が1,000万円未満となっています。一方で、1億円以上を拠出している区市町村もあるということで、差が見られます。

地域別に見てみますと、23区多客地域では、拠出額が高めになっています。一方で、23区その他地域では、拠出額が少ないところも見られます。予算規模別に見ますと、予算規模

が大きな市区町村では拠出額も高めになっているという傾向が見られます。

続いて『観光協会の事業方針・活動に対する区市町村の関与度合い』になります。左側の円グラフが『現状』、右側の円グラフが『今後の関与の在り方』ということになり、ご覧いただければ分かるかと思いますが、ほぼ似たような傾向を示しています。いずれも、『非常に関与している』『関与している』を合わせると7割強になります。現在、そして将来的にも関与していくという傾向がみられます。

これを地域別に見てみますと、現状を示した左側のグラフでは、多摩北部及び多摩南部において積極的な関与が見られます。そして今後を示した右側のグラフでは、その2地域に加え、多摩西部、島しょ部においても積極的に関与する傾向がみられます。

五つ目は、『観光振興における課題』です。『観光関連予算の不足』が最も多く、『担当職員の人数不足』『インバウンド推進に向けた対応が不十分』などが上位を占めています。実は、先ほど申しあげました、『主要市町村の観光政策に関するアンケート調査』におきましても、この3項目が課題として認識されています。

これを地域別に見ますと、23区その他地域では『宿泊施設の不足』『観光資源の不足』、多摩北部では『観光統計が不十分』『観光資源の不足』、多摩西部では『観光資源の不足』、島しょ部では『宿泊施設の不足』『交通アクセスが不十分』の比率がそれぞれ高くなっています。この結果からも、地域性がよく表れているという印象がございませう。観光予算規模別で見ますと、予算が少ない区市町村ほど『観光資源の不足』の比率が高くなっており、観光資源が予算のあり方に影響を及ぼしているように思われます。

参考までに、観光協会アンケートにおける『課題』を見てみますと、『観光事業の財源不足』『人員不足』『外国人観光客の受け入れ体制の整備』の指摘が多くみられます。こちらも、先ほどの区市町村アンケートと同じ傾向が表れています。

続いて、それぞれの課題に対する対応策等を見ていきます。まず、『観光関連予算の不足』の解決に必要と思われる対応策ですが、最も多いのが『国や東京都等からの補助金のさらなる獲得』で、他の項目を大幅に上回っています。これを地域別に見てみますと、多摩南部では『民間との連携』を積極的に行っているようですが、おしなべてどの地域も『補助金のさらなる獲得』という傾向が強く表れています。参考までに、観光協会アンケートの『今後増やしていきたい財源』を見てみますと、こちらは『会費収入』『行政からの補助金』『受託事業費』という回答が多くなっています。

次に、『担当職員の人数不足』及び『担当職員の経験不足』の解決に必要と思われる対応策ですが、こちらは『観光協会等との役割分担の明確化』『研修等の活用による専門知識の習得』『観光担当の専門職の設置』と意見が分かれています。地域別に見てみますと、多摩西部及び島しょ部では『観光協会等との役割分担の明確化』、23区その他地域及び多摩北部では『研修等の活用による専門知識の習得』『観光担当の専門職の設置』の比率がそれぞれ高くなっており、地域によって考え方の違いが表れているように思われます。

参考として、観光協会アンケートの結果を見てみます。まずは、対応策の有無についての

質問ですが、『対応策はまだない』との回答が多数を占めています。そのなかで、『対応策がある』『対応策を検討中である』と回答した観光協会に対し、その具体的な内容をお聞きしたところ、『多様な勤務形態』『会員ボランティアの協力』『区市町村との役割分担』『観光協会組織の見直し』『研修等への参加』『待遇改善』といったさまざまな対応策が提示されました。

そして、『インバウンド推進上の具体的な課題』についても伺っています。最も多かった回答は『インターネットによる情報発信』で、上位となった回答はいずれも『多言語化』が関わっています。やはり言語問題は深刻であると捉えられます。地域別に見てみますと、多摩北部では『外国人向けの観光メニュー等の設定』、多摩西部では、『外国語対応可能なスタッフ等の育成』、島しょ部では『災害時の対応、態勢整備』の比率が高くなっており、こちらも地域性が表れているように思われます。

六つ目は、『平成 30 年度の施策や事業の連携先』です。最も多いのは『他の区市町村との連携』で、続いて『東京都、TCVB などの法人・団体』『民間企業や民間団体』『大学や学術機関等』となっています。地域別に見てみますと、23 区と島しょ部では『東京都、TCVB などの法人・団体』の比率が高く、その他の地域では『他の区市町村』の比率が高くなっています。観光政策の位置付け別で見ると、『とても重要』と位置づけている区市町村では、『東京、TCVB などの法人・団体』の比率が高くなっています。

七つ目になります。『平成 30 年度に実施される観光政策の中で、特に重点的に取り組む分野』について、伺っています。最も多いのは『情報発信、広報 PR』で、次いで『観光イベントの開催』となっており、この 2 つの比率が非常に高くなっています。一方で、アンダーラインをつけています『国際観光の振興（インバウンド）』については、先ほどの課題では 3 番目に多い項目でしたが、ここでは 3 割程度の回答にとどまっており、ギャップが浮き彫りになっています。

地域別に見てみますと、地域ごとに重点分野が異なっており、こちらも地域性が表れています。予算規模別に見てみますと、規模の大きな区市町村では『観光関連施設の建設・整備・管理・運営』『インバウンド』の比率も高くなっています。

続いて、『平成 33 年度（2021 年度）以降の観光政策の方向性』を見てみますと、こちらも『情報発信、広報 PR』が最も多くなっている一方で、2 番目が『国際観光の振興（インバウンド）』となっています。3 番目は『観光イベントの開催』であり、情報発信とイベントについては引き続き対応していくなかで、インバウンドについても重視する傾向がみられます。

地域別に見てみますと、多摩北部は『観光関連組織等への支援や人材育成』、島しょ部は『観光資源・景観・環境の保全や保護』、23 区多客地域は『国際観光の振興（インバウンド）』、23 区その他地域は『情報発信、広報 PR』の比率がそれぞれ高くなっています。予算規模別に見ると、規模の小さな区市町村では『情報発信、広報 PR』に、大きな区市町村では『国際観光の振興（インバウンド）』にそれぞれ力を入れる傾向が見られます。

参考までに、観光協会アンケートを見てみますと、現状では『観光案内、パンフレット等の作成』『地域イベントや行事等の実施』『観光プログラム、着地型旅行商品の造成・販売』に取り組んでいるところが多く、今後につきましても似通った傾向がみられます。

3. 調査結果から見えてくること

(牧野)

以上、7項目を中心に、アンケート回答内容をご報告いたしました。ここで、調査結果から見えてくることについて、整理したいと思います。

1 点目の観光の位置付けについて、『重要』とする区市町村が多数を占めました。特に、23 区多客地域及び島しょ部において多いという地域性が見られました。そして、重要性和予算は比例関係でした。

2 点目の観光の果たす役割について、こちらは先ほど申し上げましたとおり、経済面に関することと生活面に関することが入り組んでいて、地域によって違いが表れています。

3 点目の観光関連予算について、『観光イベント』『情報発信』『観光関連組織への支援』などが中心であり、なかなか『新しい商品づくり』『魅力づくり』『マーケティング』には対応されていないように思われます。

4 点目の観光協会との関係性について、観光協会への拠出額がそれほど高額でない区市町村が多いように思われます。また、今回は発表していませんが、人員の派遣についても行っていないところが多くなっています。その一方で、観光協会の活動に対しては、現在も、そして将来的にも積極的に関わっていくという傾向が見られます。

5 点目の課題について、『予算不足』、『人員不足』、『インバウンド対応不足』という3項目が、区市町村、観光協会、及び全国の主要観光地を有する市町村において共通に見られます。そして予算への対応策は補助金に頼るという傾向が強く見られ、人員への対応策はさまざまであり、インバウンドの課題は『情報発信』『多言語』に集約されています。

6 点目の連携先について、『他の区市町村』が多いなかで、今後はおそらく、連携先が広がっていくのではないかと思います。

最後、7 点目の重点施策について、現在は『情報発信』『イベント』などが中心となっており、将来的にも同様の傾向がみられます。一方で、将来においては、『国際観光の振興(インバウンド)』も重要視されそうです。

以上、駆け足で大変恐縮ですが、中間報告でした。どうもありがとうございました。

II トークセッション

(田所) 東京観光財団の田所と申します。今、観光事業部の次長ということで紹介をいただきましたけれども、私、兼務で企画調査の担当課長もしております。今日は、どちらかというと、そちらの立場で、こちらのディスカッションを進めるということになっておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

少しデータが多いものですから、駆け足で進めてしまったという面もあると思いますので、少し中を見ながら、質問させていただきたいなということと、あとは、最後に、特に質疑応答の時間を設けておりませんので、その中で、皆さま聞きたいことがあれば、ご質問いただきたいと思いますと思います。取りあえず、今の段階で、何か発表について質問がある方いらっしゃいましたら、挙手いただけますでしょうか。大丈夫ですね。

今回、日本交通公社さんと、こちらの観光協会に関する、観光振興の取組の現状と課題ということで研究をさせていただいております。やはり、中長期的には、これは非常に取り組んでいかないといけないことかなと思っています。最終的には、何か在り方というものを出させていただければいいのかなと思っています。各観光協会及び各自治体によって、そもそも全く違うと思うんですね、何のために観光をやっているのかという部分において。なので、その在り方というのは、姿は多分、一つではなくて、その地域地域によった姿というものを洗い出せればいいのかということ、この研究自体は進めております。

中でも、今、牧野さんの話の中で、少し話がありましたけれども、交通公社さんの方で、いわゆる全国の観光地を対象とした同様のアンケートというのをされていていらっしゃると思うんですね。その全国の、いわゆる有名観光地と、それから、東京の都内の区市町村と同じようなアンケートをした結果、顕著な差が出たものはあるんでしょうか。

(吉澤) 日本交通公社の吉澤と申します。よろしくお願いいたします。ただいまの質問に対しては、私の方からお話ししたいと思います。今、質問にありました調査といたしますのは、私どもが年に1回発行しております、この『旅行年報』という中に、一部組み込まれているものでございます。全国の都道府県、また、観光地を有する主要な市町村に対して、観光施策の現状と課題といったものをお伺いするアンケートを実施いたしております。この中に、今回、東京観光財団様との共同研究と若干、比較できるような質問項目といったものが入っております。例えば、16ページに『予算額の内訳』といった項目があったかと。

こちらの項目ですが、今回の区市町村に対するアンケート結果でいきますと、『観光イベントの開催』、それから、一つ飛んで、『情報発信、広報PR』、この辺が非常に高い割合を示しています。一方で、少し下がります、中段からちょっと下、Gの『既存商品の磨き上げ』、『新しい商品づくり』、『魅力づくり』、この項目が非常に、回答の割合としては低位となっております。一方で、先ほど紹介いたしました、私どものこちらに組み込まれておりますアンケート調査の、主要な市町村を対象としたアンケートの中では、ほぼ類似の項目として見

ていきますと、『新しい商品づくり』、『魅力づくり』、こういった項目が、非常に重点項目として挙がってきているといったところが、まず一つ差異としては挙がってこようかと思っております。

(田所) ありがとうございます。ここの部分、都内の自治体さんでは、やや全国の観光地に比べて低いということでしたが、有名な観光地であろうとなかろうと、やはり、観光が重要、あるいは、観光を何らかの形で推進していくということであれば、やはり、ここはもう少し力を入れた方がいいんじゃないかと思っていらっしゃいますか。

(吉澤) 今のご質問に対しましては、有名な観光地であっても、これまでの既存の観光資源にばかり頼ってもいられませんし、それ自体を磨き上げていくということは、やはり大切です。あるいは、これだけ消費者の意識が多様化してくる中で、さまざまなものが、観光として活用できる、潜在的な可能性を持ってきております。その意味では、今著名な観光地であっても、この『新しい商品づくり』、『魅力づくり』、これは絶え間なく行っていく必要があるだろうと思っております。

ただ、今回の共同研究のアンケート調査の結果を見ますと、(5)の『観光振興における課題』では、区市町村の自治体の方々も、これを認識していないわけではないんだなということはありません。要は、課題として、『観光資源の不足』が必ずしも上位ではないですけども、一定の割合を示しています。やはり、観光資源が不足しているから開発していこうといった、そういった意識というのは、少なからずあるんだろうなというふうには感じておるところです。

(田所) そうですね。では、スライドの最初の方から少しずつ、質問していきたいなと思います。(2)の『観光の果たす役割』の中の、クロス集計した中で、『観光客の消費による地域経済の活性化』、これ、普通にツーリズムといえば、目指すところというのは、ここにはあると思うんです。ここが思った以上に高いなと思ったんですけども、その割には、商品開発が進んでいないという話ですよ、そうすると。

(牧野) そうですね。観光が非常に注目されている昨今、やはり地域活性化や経済効果に対する認識は、皆さま非常に高くお持ちになっていると思います。ただし、その思いはあるけれども、なかなか実現につながっていかない。やり方が分からないということもあるのかもしれませんが、そのような傾向がこのアンケート調査結果からはっきりと見て取れると思います。

(田所) いわゆる観光消費額という部分だとは思いますが、これからそこは調べていくんだと思うんですけども、多分、全国の有名観光地さんは、それぞれわれわれの観

光消費額はこれぐらいですということを出されているとは思いますが、都内の自治体に関しては、どんな感じなのでしょう。つまり、活性化だよということは、ある程度の数値発表をしていると思うんですが、今のアンケートでは、そこまではまだ見えないということでしょうか。

(牧野) そうですね。今回のアンケートでは、その具体的な内容までは踏み込んでいませんが、私どもが実施しております全国版のアンケート調査の場合、対象となる市町村は宿泊施設を持っているところが多いので、経済効果が見えやすく、観光の役割が注目されやすいです。これに対し、都内の場合、先ほど宿泊施設不足という課題も出ていましたが、一部の区市町村を除き、経済効果の具体的な額を算出しにくいように思います。

(田所) 東京近郊だと、川越もそうですけれども、いわゆる日帰り観光のデスティネーションというのもあったりするじゃないですか。そういう中で、日帰り観光の経済効果の算出方法というのは、あるんですか。

(牧野) 一定のルールに従って算出するモデルはありますので、出せることは出せると思います。ただ、日帰り観光地の難しい点は、観光客数を把握しづらいということです。宿泊観光地の場合、宿泊施設を通じて宿泊者数を捉えることができるのですが、日帰り観光地の場合、例えば海外からのツアー観光客がバスで来て、観光スポットを少し歩いてそのまま帰っていくというケースもあります。この場合、観光客数をカウントするのはかなり難しいので、消費単価や経済効果の推計などが困難になります。

(田所) あとは、宿泊がある場合の観光消費額と、それから、宿泊がない場合の観光消費額というのは、多分、歴然の差が出てくると思うんです。その中で、そういったこともあるので、26ページの(5)の表を見ると、観光振興における課題、いくつか挙げていただいている、もちろん、『予算がない』、それから、『人が足りない』、『インバウンド対応が不十分』という部分が、三大要素にはなっているんですが、その次のページに行くと、より細かく出ていて、『宿泊施設の不足』というの、案外高いですね。宿泊施設があれば、もっと観光消費額が上がるのにといい思いが、やはりこのアンケートから見えてくるということでしょうか。

(牧野) 前段として、受け入れるための宿泊施設がないと、お客さんが来てどうすることもできません。宿泊による観光消費を求めるならば、宿泊施設の設置は不可欠です。

ただしその場合、宿泊客のボリューム及びそれに基づく適正な収容量を把握する必要があります。それがどこまで認識されているのかは分かりません。単に“宿泊が足りない”と思っ込んでいる自治体があるかもしれません。

(田所) なぜこれに少し着目したのかと申しますと、島しょ部はちょっと別の問題だと思うんですけども、東京全体で見ると、宿泊施設は、もはや決して足りないとは言えない状態ですよ、多分。

民間の総研さんのそういうデータでも出ていますし、毎年4,000から5,000室以上、ここ数年増えていますよね。あと、民泊などもあるので、全体としては、東京全体で見ると、決して宿泊施設は不足してないと思うんです。なので、そういう意味では、宿泊施設があればというのは、一つの無い物ねだりに近いものになってしまうんじゃないかなと。結局、全体として宿泊が多ければ、ある特定地域に宿泊施設を作っても、より便利な方に泊まってしまうということもありますよね。

(牧野) はい。データを見ますと、例えば、23区その他地域において『宿泊施設の不足』の比率が高くなっていますが、実際にツアー造成に関わっていらっしゃる方のお話を聞きますと、本当は都内、ここで言う23区多客地域に泊まりたいけれど満杯で取れないから、少し距離が離れる郊外の宿を手配するしかないというような状況が、特にインバウンドで起きているとのこと。そう考えますと、都心部ではなくその周辺部に泊まるという需要があるのに、それに応えられる宿泊施設がないという現状が数字に反映されている可能性があります。ですが、トータルで捉えますと、田所次長がおっしゃったように、収容力はある程度確保されていると思いますので、そこにはバランスの問題があるように思います。

(田所) そうですよ。マクロで見ると、ミクロで見るとでは違うと思いますし、東京全体で見たときの、やはり、その自治体のポジショニングというのがどうなのかという分析も必要になってくるのかなと思います。

そうなるのと、最後に、44、45ページで今回のアンケート調査のまとめということで書いていただいて、これから、ここにフォーカスしてヒアリングと先進事例の調査をしていただくと、思うんですけども、2番の部分ですよ。経済面での地域活性化というのが、やはり最大だよと言っている。だけど、どれだけの経済効果があるかということ、きちんと把握できてない面もあるかもしれないし、その最大化に関して、まだまだ悩んでいるところがあるかもしれないです。

一方で、最大化を目指したときに、やはり、宿泊がないということで、限定的になってしまうということも、やはりありますよね。

(牧野) そうですね。やはり、宿泊は観光の原点であると言っても過言ではないと思いますので、その影響はあると思います。

(田所) ですよ。あとは、結局、観光地は選ばれる立場じゃないですか。選ぶ方は、あ

る意味、無数に選択肢があるわけですよね。その中で、自分たちの持っているコンテンツが、勝てるのか勝てないのか、あるいは、磨き上げることができるのかという部分については、やはり今後突き詰めていく必要があるということですよね。

(牧野) そうですね。自分たちの地域がどのような位置付けになっているのか、客観的に把握することは重要です。例えば、うちに来ているのはこういうタイプのお客さんだから、お客さんに合うタイプの宿泊施設を増やさなければならない、ということになります。やみくもに宿泊施設を作るようでは、需給のアンバランスにつながりかねません。

(吉澤) 今の一連のやりとりについて、私も若干お話しさせていただければと思いますが、区市町村と申し上げましても、やはり、観光の位置付けといったものは変わってくるんだろうなと思っております。そういう中で、地域にあって経済効果をより求めるのであれば、宿泊施設があった方が、いったんお金が落ちるその幅が大きくなりますので、回答数が増加してくるというのはあるんだろうなと思います。

ただ、一方で、経済効果を求めるといっても、宿泊施設をやみくもに増やせばいいかという、多分そうではないんだろうと思います。それは、例えば、中央区ですかね、銀座界限ですと、簡易な宿泊施設の出店規制などもしているかと思うんですね。結局あれは、街の品格を保つという意味で、やはり、別の側面から抑制、コントロールするというのも、観光客が来る場所であっても、しかるべきだろうと。ですので、宿泊施設の必要性といったものは、今後、論じる必要が、その地域地域であるだろうなと思っています。

宿泊施設がない所は、やはり別の手段を考えなくてはいいませんが、今回、サブテーマ的に取り上げている観光プログラム、こういったところから、人が介在することによって、何かしら経済効果を生めないかということをお考えしております。

(田所) そうですね。今回のアンケートの中でも、意外とフォーカスされているなと思ったんですけども、ここの②の部分で、経済面での地域活性化と並行して、生活面での地域活性化という部分も、割と比較的高い数値で出ていたかなと。ただ、まだぼんやりしているのかなと思うんですけども、観光が経済面で役に立たないよとなったときに、その地域にとって、観光が、役に立たないものなのかということ、決してそうではないなということ、ぼんやりと皆さんそう思っているんだなとアンケートを見て感じたんですが、いかがですか。

(牧野) おっしゃるとおりだと思います。現状では、なかなか経済活性化につながっていないということは、少なからずあると思います。ただし、先ほど吉澤から観光プログラムの話がありましたが、何らかの対応策はあると思っています。それが観光客向けなのか、あるいは住民向けなのかということも含めて、何らかのプログラムのものは考えられるの

ではないかと思います。

(田所) そうですね。そういう意味では、外の人に対して、その地域の良さを見ていただく、あるいは、住民の人に、地域の良さを気が付いていただくという、どちらにしても、観光プログラムというのが重要ということですね。

(牧野) そうですね。そう思います。

(田所) そうということですね。あと、一般的にツーリズムというと、最初から申しているとおり、経済による地域活性化という面が強いのと思うんですけども、最近、私もこの仕事をしていて思うのは、決して経済のためだけじゃないなというふうに、強く思いつつあるんですね。例えば、今年、東京都と東京観光財団で、『ぶらっ Tokyo』、地域の街歩きを集めて、実際やりましたけれども、その中で、私も参加させていただいたりして思ったのは、やはり、街歩きは面白いですし、そこにストーリーがあると。見るべきものも結構たくさんあるし、やはり東京は、もちろん江戸からですけども、実は縄文遺跡もあるし、それこそ、弥生時代の弥生は、東京の地名から来ていますし、ある意味、面白いものがたくさんあるんですね。

だけど、その面白いものが、すなわちお金を生むかということ、そうでもないかもしれない。だけど、この面白いものの良さを分かってもらうというのは、いろんな意味で有益なのかなと思ったんですけど、どうでしょう。

(牧野) まち歩きをツアーの一種と捉えますと、ツアー参加費が経済的な効果に結びつくことになりまして、一方で、案内役のガイドさんはおそらく地元の方が務めることになると思いますので、ガイドを行うことで地元の誇りを感じ、それが最終的に地域活性化につながっていくことになりまして。つまり、経済面と生活面の双方に影響を与えます。

その際に問題となりますのが、先ほど田所次長もおっしゃっていましたが、地元によいものがあるという認識を抱いているかどうかということです。皆さんもご承知だと思われませんが、日常的に見ているものは当たり前のことなので、それが価値のあるものだということになかなか気付きにくいということが問題なのです。そうすると、誰がそれに気付かせるのかということになります。本当は地元の人が気付けばいいのですが、意外とそれを気付かせるのは、外からの人、すなわち観光客になるケースが多いのです。特に最近では、外国人観光客が日本人が行かないような所へ行って“これは素晴らしい”と感じ、SNS 等で発信し、そこに別の観光客が訪れるという現象が起きています。その前に、まずは自分たちが地域のお宝に気づき、その価値をしっかりと把握することが重要です。そこに付加価値を付けることができれば、経済的な効果が見込めるようになります。

(田所)　そうですね。多分、これからの地域にとって、観光の果たす役割は、経済面での地域活性化なのか、それとも、生活面での地域活性化なのか、どちらかなのかということクリアにしていかないと、多分、いろいろな意味で持たなくなってくるのかなと思うんですが、どうでしょうか。

(牧野)　そうですね。なかなかクリアにしづらい面もあるかと思いますが、方向性としては、うちは経済面を重視していく、あるいは、うちは住民の満足度を高めることを重視し、例えば生涯学習という形で進めていくということもあると思いますので、そこは地域の考え方に委ねられることになると思います。

(田所)　そうですね。

(吉澤)　観光を、経済面の方に位置付けるのか、生活面で位置付けるのかについてですが、この両者は、恐らく、非常に近接しているんだと思うんですね。ただ、いったんは、どちらを目指すのかということを決めてスタートした方がいいとは思っているんです。例えば、うちは生活面での地域活性化を狙うんだと。それが、地域の方の誇りの醸成だったり、イメージの向上だったりします。長らく人気の観光地、例えば、由布院温泉なんかもそうですが、いわゆる旧来の観光資源でいうと、それほど魅力的なものは多くはないんですね。

　　けども、由布院に住んでいる中谷健太郎さん、溝口薫平さん、またその他の方々も、すごく自分の地域が好きで、誇りを持っていらっしゃる。あの人に会いたいから由布院に行ってみよう、結果的にお客さんがいらっしゃるというケースもあります。そんな好循環が、中長期的には生まれてくるといいのかなあとというふうに思いながら、今回の結果を見ておるところです。

(田所)　そうなんです。目立つ所はどこか。一本に決めるわけじゃなくて、そこに、枝は当然、付いてくると思うんですね。ただ、そこをクリアにすることで、多分、そこに対するステークホルダーが誰なのかというのが、多分はっきりするし、また、そのステークホルダーからのサポートを、得やすくなるのかなという気がするんです。例えば、生活面ということであれば、サポートしてもらえるのは、住民かもしれないし、あるいは、地元の密着している企業かもしれないし、そういった部分からサポートを得て、この活動を継続していくということも、可能になっていくのかなと思います。

　　あとは、先ほど牧野さんから、生涯学習という言葉も出ましたけれども、生涯学習も長い歴史があると思うんですけれども、いろいろと資料を見ると、すごい曲がり角になっていますよね、正直なところ。彼らは彼ら、教育委員会の方で進めているものですが、今すごく曲がり角、難しい局面に来ていると思うんですけれども、そこでの観光面におけるマーキングというのはできると思います。あとは、都内の自治体ではそれほどでもないかもしれ

ませんけれども、周辺自治体を中心に、シビックプライドとか、シビックパワーとか、そういった部分にフォーカスをして、地域の活性化を図ろうという動きが、すごく出ていますけれども、先ほどからも話をしており、多分、観光はそことの親和性がすごくあると思うんです。なので、そういう方向性にかじを切った方がいい自治体も、絶対あるとは思いますが。

(牧野) そうですね。観光と言えば、一度観光地へ訪れて、帰ってくるとそれで終わりというイメージがあるように思われますが、実は観光をきっかけに、その地域に興味を持ち、リピーターという形で再び訪れるという人もいれば、そこが気に入って移り住むという人もいます。観光は、そのような効果も生み出します。そうなるためにはもちろん、地域に相応の魅力があるということが前提となりますが、このような形での地域活性化というものもあると思います。これもシビックプライドにつながると思います。

(田所) そうですよ。あと、最後のページの⑦になりますけれども、これも先ほどから話している部分とつながってきますけれども、重点施策としては、情報発信や広報PRが多いというふうに来ていて、多分、予算もここに割かれている部分が、結構あるのかなと思うんですね。でも、どちらかというと、やはり、それよりは観光プログラム、そういうコンテンツ開発の方に、重点を向けた方がいいということですよ。

(牧野) そう思います。情報発信は多くの自治体が行っているものの、言葉が悪いかもしれませんが、横並びの印象を強く受けます。すなわち、よそがやっているからうちもやらなければいけないという不安感のようなものが感じられます。その結果、距離的にとても近い所で、ほぼ同じような内容の情報発信を行っているケースも見られます。また、同じ区市町村のなかで、市役所、観光協会、それ以外の組織が同じような情報発信を行っているところもあります。この点は、改善が必要なのではないかと思います。

(田所) 国の方でも、なんか最近、同様の議論が出ているようですけれども、デジタルな時代になってくると、正直、情報発信は強いものほど、どんどん強くなるという傾向があるじゃないですか。なので、どちらかというと、そういう意味においては、自治体は最低限の情報発信にとどめて、それ以上、情報発信したい場合は強いものに乗っかるという方が、本当はいろんな意味で効率もいいし、費用の軽減にもなるし、いいんじゃないかなと思うんですよ。それで、その余力で、他のことをやる方がいいのかなと思います。

(牧野) そうですね。情報発信における役割分担は必要だと思います。現状ではその効果を計るのは難しいかもしれませんが、将来的には考えていかなければならないと思います。

(田所) そうですよ。時間になりましたので、まだこの研究自体は、最初の方にも申し

ましたとおり、4段階目の二つがまだ終わったばかりですので、また全部が終わった段階で、皆さまにご報告できるようになればいいかなと思っております。今日はどうもありがとうございました。