

地域活性化のための地方観光促進に関する提案 ～鎌倉市を対象として～

史 中超 研究室

1361021 梅村 哲之

1361039 久保 和平

1. 研究の背景・目的

現在、訪日の観光客が増加傾向にあり、日本観光名所を訪れる人口が増加している。その背景にはアジアで増加する中間所得層の存在がある。その人口は、5年間で中国では1億人から3億人に、ASEAN 諸国では4000万人から1億人と3倍近くに激増している。また、上記の国々は2020年には中間所得層が2倍になることが予想されている。それを踏まえて、日本では急速に進む少子高齢化対策とする成長の原動力の一つとして「観光」に対する期待を持っている。日本の観光地の中では浅草などの、日本独自の景観や文化を楽しめる地域がとりわけ人気である。だが、東京の浅草のように連日賑わっている観光地もあれば鎌倉や奈良のように外国人認知度調査では1割にも達しておらず盛況とは言い難い観光地がある。このように、都市部への一極集中とも言える現状があり日本が観光を地方創生の柱としている点も踏まえて地方への観光客の誘致が重要な課題である。

本研究では、鎌倉市と浅草についての比較を行う事で鎌倉市の観光地としての問題点を明らかにし、地方観光促進のために鎌倉市の抱える問題への改善策を提案する。

2. 浅草と鎌倉市の観光地としての比較

本章では、地方観光地である鎌倉市と人気観光地である台東区浅草との比較を行う。

2.1 比較方法

観光地を比較するためには、「商品性」、「利便性」、「アクセス」等の3つの評価要素がよく使われて

いる。商品性とは旅行代理店等の営利価値と、旅行者自身の充足度に対する価値である。次に利便性とは、旅行者の滞在に必要な施設のハードとソフトのことである。ハードとは滞中に必要な施設のことであり、それら施設を提供する人々のサービスや施設が持つ設備がソフトである。3つ目のアクセスとは、一般的な交通アクセスの利便性である。これらの要素について、それぞれ現地調査やデータの分析によって比較した。

2.2 比較の結果

① 商品性について

浅草が、外国人観光客が期待していることを網羅的に備えているのに対して、鎌倉市は項目の上位となる自然景勝地や歴史文化体験のみに偏っている。

② 利便性について

観光案内所の施設数や言語対応についてはどちらもほとんど差が見られなかったが、利便性の最も大きな要素である宿泊施設数が、浅草に対して鎌倉市が極端に少ない。

③ アクセスについて

出発点を東京駅にした時、東京都に位置する浅草に対して鎌倉市のアクセスは目的地までの到着時間では劣るが、乗り換え無しの1路線で行けることなど優れる部分もあるため、アクセスに特に問題はないと思われる。

上記の結果から鎌倉市に訪日観光客を誘致するためには商品性・利便性を改善する必要があると結論付けた。

3. 改善策の提案

本章では、鎌倉市の観光を促進するため、商品性と利便性について改善策を探る。

3.1 地域ブランド化による商品性の改善案

本研究では、鎌倉が伝統文化体験や、自然・景勝地観光に特化した商品性を有していることから、鎌倉市の地域ブランド化を提案する。具体例としては鎌倉市の地域イメージを「首都圏に位置し日本特有の歴史文化体験ができる町」としてブランド化しパンフレット等の紙媒体やHPなどのメディアを用いて積極的なPRを行う。また、行政主導で認証制度を設けるなどして、地域資源(商品サービス)の価値を現在より明確にする。このように地域をブランド化することで、観光地としての「分かりやすさ」が向上し、戦略的な観光マーケティングを容易となる。それにより、図1に示すような持続的な好循環を生み出し、観光客に質の高い商品を提供することが可能になる。

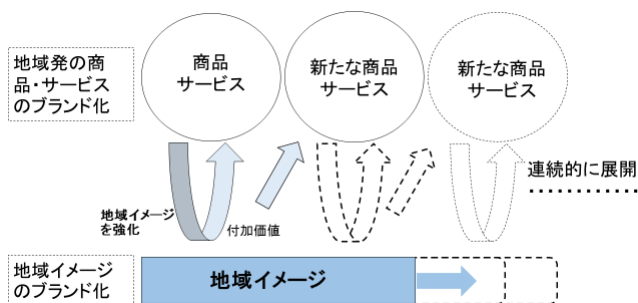


図1 地域ブランドの概念図

(出典：経済産業省知的財産戦略本部資料)

3.2 利便性についての改善案

図2は東京都と神奈川県内の宿泊容量メッシュを示しており、鎌倉市周辺の宿泊施設がきわめて少ないことがわかる。遠方からの国内旅行者や訪日観光客が滞在することが難しいため利便性での問題を示している。本研究ではこの問題を改善するために、空き家の宿泊施設への整備・活用を提案する。近年の日本では、少子高齢化などの要因から空き家が増加し、防犯や安全性の点で社会問題とされている。そこで空き家を宿泊施設として整備することで対象地の利便性を向上させつつ、対

象地の空き家問題も含めて複合的に解決することができる。このような方策は広島県の尾道市で行われた空き家再生ゲストハウス(古屋を格安宿泊施設として管理・運営する)のように空き家問題の解決と利便性の向上による観光促進に成功した例がある。対象地が観光地である点、空き家が多いことなどの類似性から、行政の主導や自治体発足のNPO団体を発足し空き家の再生コストを投資し管理運営することで鎌倉市でも空き家を民泊施設として活用することが可能であり、成功例と同様に観光促進効果が期待できる。

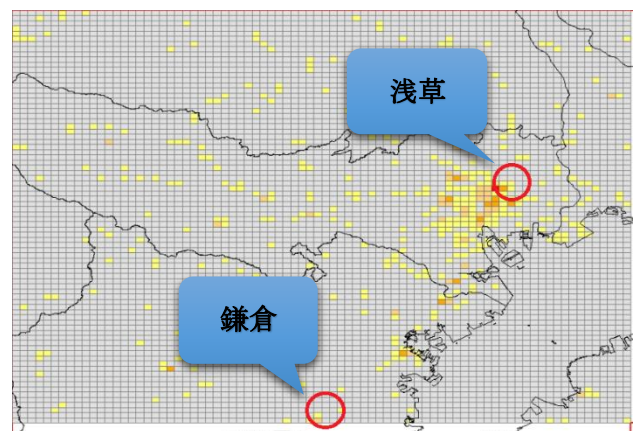


図2 東京都と神奈川県の宿泊容量メッシュ

4. まとめ

本研究では現地調査や人気観光地との比較の結果から、鎌倉市の観光促進のための改善策を提案した。しかしどの改善策であっても行政が主導する必要がある、加えて住民意識とのすり合わせも重要である。鎌倉市は閑静な住宅であり、古き趣を大事にするといった住民意識が強いため、余り観光に対して積極的でない面がある。こういった面が先に述べた行政と住民間での意識の差である。少子高齢化で地域の活力が落ちる事が問題視される昨今、行政と地域で力を合わせる事が重要である。

参考文献

- 1) HJ Kim 김현주 「訪日外来観光客の地方分散のための政策方案」、韓国文化観光研究院、2012
- 2) 国土数値情報
<http://nlftp.mlit.go.jp/ksj/>