



観光まちづくり **最前線**

No.6

地域を歩くレポート

観光まちづくりのススメ～

鍵を握る観光協会のこれから…

～墨田観光協会と大田観光協会の取材を通して

帝京大学 経済学部 観光経営学科 大下ゼミ

謹賀新年。有名な神社・仏閣のある地域の観光協会は、正月気分も返上で観光客への様々なサービスを提供されているのでは…。今回は、観光の担い手となって地域を日夜盛り上げている「観光協会」についてレポートします。

■観光協会の事業実態と課題

私たちが旅行に行こうと思いついた時に、大変役立つ情報は観光協会ホームページにあります。「行ってみていい!!」と思う地域、「まっ、いいか」と思う地域…最初に出会うホームページ情報の印象が鍵を握っている時があります。

全国の観光協会を対象とした調査によると、7割～8割の組織が、観光イベントに取り組んでいます。次いで、広域観光連携、ガイド等の人材育成研修、教育旅行誘致等。そして今後は、グローバルな視点でのMICE誘致や海外セールス等への展開も模索中とのことです。国内に留まらず幅広く観光プロモーション展開を図る考えのようです。その実現のために必要な人材ベスト3は、地域全体の観光を経営するリーダー、ガイド・インストラクター(通訳含む)、旅行業にかかわる専門家です。しかし人材確保や育成には消極的な組織が多いのが現状です。それは、「予算不足」「会費・補助金への依存体質」「人材不足」「ノウハウ不足」の4点の課題によるものです。観光協会のご苦労は少なくないようです。

■新しい取り組みを進めている東京都特別区の観光協会

商工会議所などが中心となり、新しい観光を推進することを目指している「商工業連携型」の観光協会があります。地域の商店街・工場などの伝統・技術を観光に結び付けている、(一社)墨田区観光協会と(一社)大田観光協会の活動を取材してきました。

最近ではスカイツリーが有名な墨田区ですが、明治時代の殖産興業政策による軽工業発祥の地でもあります。鐘ヶ淵紡績(後のカネボウ)、花王、朝日麦酒(後のアサヒビール)、精工舎(後のセイコー)などの大工場の立地とともに中小零細規模の繊維、化学などの雑貨工業や機械・金属、出版・印刷などの工業が発展し、一大工業集積を形成するに至ります。同じく商工業連携型の大田区は、4000もの工場があり、都内で最も多く工場が存在する「モノづくり」の町として世界的に有名です。

これらの地域では、それぞれ地元の方と協力し、すみだ3M活動やおたオープンファクトリーという「モノづくりの街」を全面的にアピールしたイベントを開催しています。普段は見ることのできないモノづくりの現場を体験・見学し町工場を知ってもらおうという旨のイベントです。

商工業連携型とは異なり、観光を通して地域間交流・国際交流を進めようとする「観光まちづくり推進型」の事例として中野観光協会を紹介します。中野区では「サブカルチャー」の集積地であることを生かした観光スポットづくりを展開中です。特に中野ブロードウェイは、国外からの観光客も集まる観光スポットとなりつつあります。サブカルチャーとは、主流文化に反する個人・グループの文化というものです。社会的マジョリティの文化・価値観から逸脱した「下位集団」のことであり、メディア文化以外の価値観、行動様式、話し言葉など、本来の「文化」に近い意味で「サブカルチャー」と称されています。また、まちづくりを推進していくうえで、「まちなかのバル」もあります。中野駅周辺の商店街が開催する食べ歩き・飲み歩きイベントです。チケットを購入し、それと引き換えに様々な飲食物を食べ歩く、地元密着主義で行われています。

最後に、観光事業や観光まちづくりを進めていくには、その中心的役割を期待される観光協会の力だけでは限界があることを理解しておく必要があります。市民との協働、子供や若者も参画しやすい環境づくりを整えることが、これからの観光協会に求められてくるのではないのでしょうか。今後、よりクリエイティブで満足感を与える「地域の個性的で斬新な価値」が、観光協会の編集力、市民の新しい発想との調和の中で生み出されることに期待しています。

(©宮崎・金箱・水野・中川・津島)

【参考資料】(社)日本観光協会(平成23年3月)「地域観光協会等の実態と課題に関する調査報告書」



「ご当地キャラクターフェスティバル in すみだ 2014」に大下ゼミがボランティアとして参加。炎天下の中みんな頑張りました。いろんなゆるキャラや各都道府県の名産品など見ることができて楽しかったです。



大田観光協会では独自に着地型のまち歩きプログラムを開発し実践しています。写真は、NHK朝の連ドラの「梅ちゃん先生(ドラマの舞台は大田区蒲田)」にちなんだツアーの一場面。