

## 平成 26-28 年における観光振興への取り組み強化アピール

# 514 商工会議所の「観光立地域」活動による「観光立国」の実現に向け ～商工会議所観光ネットワーク（CCI 観光 NET）の構築を目指して～

平成 26 年 6 月 19 日  
日本商工会議所

日本の再生のためには、地域の活性化が不可欠であり、その実現には地域経済の好循環を生み出すことが必要である。地域外の需要の取り込みや交流人口の拡大によって、消費・生産両面での活動を促し、雇用の創出にもつながる観光振興は、その有効な方策である。

政府は昨年 6 月、日本再興戦略において、観光による地域の自律的発展の推進という方針を打ち出した。さらに、オリンピック・パラリンピックの東京開催を念頭に、2020 年までに訪日外国人旅行者を 2,000 万人にするという目標を掲げている。観光に取り組もうという機運が高まりつつある今こそ、官民が連携して、多様な事業者や住民などの参加による総合的な観光振興に取り組む必要がある。

観光振興は、関連する事業者の裾野が広く、景観、史跡や生産物、生産施設などの地域に現存する資源の活用により、比較的少ない投資で地域に大きな経済効果をもたらすとともに、個性的で魅力ある地域づくりを促進することもできる。

今後 3 年間、下記の基本的な考えに基づき、514 全ての商工会議所が連携して観光振興に積極的に取り組み、中小企業の再生と地域経済の活性化を図ることを目指す。

## 記

### 1. 基本的な考え方

#### －「観光立地域」の実現により地域活性化を推進しよう－

観光振興を図ることは、交流人口の拡大とそれに伴う文化の創成、地域社会の活性化につながる。さらに、全事業所の約 4 分の 1 を占める観光産業をはじめ地域の様々な産業活動を活発化させ、経済面からも地域活性化を促進する。

まちづくりと一体となった「観光立地域」の実現は、まさに商工会議所の取り組みが求められる分野である。商工会議所は、地域内においては住民、事業者、行政との間の、そして広域においては地域間の連携の要としての、さらに、多様な業種を結びつけ地域に新しいビジネスを創出するための仲介役としての役割を担うことができる。

全国 514 商工会議所が観光振興に取り組み、「商工会議所観光ネットワーク」（CCI 観光 NET）を構築し、観光立地域を全国で推進することが急務である。

### 2. 観光振興への取り組みの 3 つの重点

#### (1) 地域の特徴（個性・魅力）を再発見し磨き上げて観光資源化する

観光資源（候補）のない地域はない。自然、歴史、産業、人など地域に根付くあらゆるモノやコトが観光資源になり得る。地域経済界が中心となってこれらの資源を発掘しストーリー性を持たせ、地域の人々が誇りをもって示せるものに磨き上げ、情報発信していくことは、地域の個性・魅力の向上と一体性の強化につながり、「着地型観光」<sup>(注)</sup> 推進の第一歩となる。

(注) 着地型観光：観光客を送り出す側ではなく、受け入れる側が企画・形成・情報発信する観光。

## (2) 多様なニーズに対応した魅力ある付加価値の高い観光を展開する

観光資源を誰に、どのように観せるのか、という明確な対象・目的の設定と、観光客のニーズに対応した観光の充実が必要である。「見る」のみならず「学ぶ」「体験する」が一体となった観光を推進することで、産業観光や街道観光、都市観光等のテーマ別観光をはじめ新しい観光の開発・展開を図り、観光資源の再評価等により観光を深化・充実させていくことが重要である。

## (3) 地域間連携、官民連携等による広域観光を展開する

複数地域間の連携・協働により、観光地としての魅力向上や観光客の受け入れ体制の整備・強化を図り、広範囲からの誘客と周回性の向上を実現する必要がある。

また、官民協働の広域連携により、新しい観光ルートの開発、観光トライアングル<sup>(注)</sup>の構築等、個々の地域の魅力を結び付けて拡充・強化し、広域観光圏を造成することで長期滞在型観光を促進することが可能となる。

(注) 観光トライアングル：相互に概ね2～3時間以内の移動距離内の3地点が連携し、新しい観光圏を形成すること。

## 3. 推進体制の整備

514 商工会議所が連携し、「CCI 観光 NET」を構築し観光振興の取り組みを推進する必要がある。取り組みのフォローアップ、情報の共有・発信等のため、以下の推進体制の整備を目指す。

- 商工会議所に「観光委員会」や「観光部会」等を設け、観光推進の中核とする（小都市商工会議所においても可能な限り設置する）。また、必ず各商工会議所事務局に観光担当を置く。
- 都道府県の単位で各商工会議所間の定期的な観光にかかわる情報交換・意見交換を行うとともに、連携による広域観光振興を推進する。
- 「日商観光（専門）委員会」－「各地商工会議所観光委員会等」－「各地商工会議所観光担当」のネットワークを構築し、情報交換・発信を進めるとともに、地域における取り組みの推進・フォローアップを行う。

## 4. 具体的な取り組みの方策

### (1) 地域が目指す観光振興の目標を共有し実施体制づくりに取り組もう

#### ① 明確なビジョンの策定と共有

「観光立地域」の実現に向けて、まず、地域がどういった観光振興を目指すのか、そのためにどのような地域資源を活用するのかなどを明確にしたビジョンを策定し、それを地域全体で共有することが重要である。

また、ビジョンに基づき計画を策定する際には、具体的なスケジュールと数値目標を設定することが必要である。

**【参考事例：〔 〕内は実施商工会議所名、（ ）内は所在都道府県名、以下同じ】**

- ・まちづくりビジョンの策定〔前橋（群馬県）〕
- ・まち全体を劇場に見立てた「弘前感交劇場」の提唱〔弘前（青森県）〕

#### ② 地域が一丸となって取り組むための体制の構築

個々の事業者や団体等が行っている観光振興の取り組みを、自治体や観光協会等の関係機関をはじめ、事業者、マスコミ、NPO、住民等の参画を得た地域全体で

の取り組みとするため、商工会議所が仲介役になるなど一定の役割を担うことが必要である。さらに、観光分野におけるPPP（官民連携：パブリック・プライベート・パートナーシップ）や産業のクラスター化等、何らかの仕組みをつくり推進することで、人材面、資金面の課題から単独組織では困難な事業にも着手することが可能になる。

#### 【参考事例】

- ・幅広い分野のメンバーを集め地域活性化委員会を発足〔御坊（和歌山県）〕
- ・行政・事業者・NPO・住民を巻き込んだ着地型イベントの開催〔延岡（宮崎県）〕

### ③取り組みを促進するための人材の協力・活用

地域のリーダー（商工会議所会頭、商店街組合の理事長等）を中心に観光振興への取り組みを進めることは、関係者の協力が得やすく、地域が一丸となった取り組みを推進しやすくする。

資源の発掘、磨き上げや、関係者の連携構築などを一人で行うことのできる人材を確保することは困難であるが、複数の中核的人材の発掘、外部専門家の招聘等によって、継続的な事業を構築、推進することは可能である。

また、産学連携等による将来の地域の観光振興・観光産業を担う人材の発掘や取り込み・育成、現場の観光産業関係者等の人材の養成を目的とした教育研修の実施など、計画的な取り組みを促進することが必要である。

#### 【参考事例】

- ・キーパーソンを先導役とする地域の結束強化〔佐原（千葉県）〕
- ・検定事業による地域の観光を担う次世代の育成〔松山（愛媛県）〕
- ・現場のおもてなし力向上を目指した事業の実施〔札幌（北海道）〕

### (2) 地域の特徴を活かした観光の創造を目指し地域資源を磨き上げよう

インバウンドの重要性は高まりつつあるが、国内の旅行消費額の約9割は国内居住者によるものであり、国内旅行の需要拡大が、地域の観光振興には不可欠である。

観光資源の発掘、磨き上げにあたっては、伝統、文化、歴史、産業、食、日常生活など地域に根付く全てのモノやコトを様々な視点で見直すことが極めて重要である。専門家、若者、女性等の視点によって、地域の人々にとって身近にあるモノや当たり前のコトが、域外の人にとっては目新しいコト、魅力的なモノであることを発見することができる。それらを地域の人々が誇りに思える資源に磨き上げ、由来などのストーリーを加え、分かりやすくPRすることにより、高付加価値化・ブランド化していく必要がある。

#### 【参考事例】

- ・「昭和の町づくり」で商店街を再生〔豊後高田（大分県）〕
- ・専門家の声を取り入れ新たな海鮮丼を開発〔日南（宮崎県）〕

### (3) 観せる対象の明確化と持続的な取り組みでリピーターを獲得しよう

呼び込みたい対象が明確でないことから、集客につながらないことがある。地域の「どのような観光資源」を、「誰」に、「どのように」観せ、それをいかに持続的な取り組みにしていかが重要である。

また、持続的な取り組みに発展させていくためには、新規顧客だけでなく、リピーター層の獲得が必要である。観光客が何を求めて訪れ、何に感動したのかを把握し、

次回の来訪の動機づけや新たな観光客の誘致につなげていくことが求められる。さらに、地域の人々が観光客とともに、地域の素晴らしさ（光）を共有し、一層磨き上げていくことは、「訪れて良し、住んで良し」の地域づくりにもつながる。

#### 【参考事例】

- ・ターゲットを絞った誘客で参加者数のアップに成功〔奄美大島（鹿児島県）〕
- ・恒例イベントに新たな楽しみをプラスしリピーターを獲得〔諏訪（長野県）〕

### （４）広域連携で広範囲からの誘客と周回性の向上を図ろう

#### ①商工会議所間の連携による広域的取り組みの促進

単独の地域による観光振興は、人的・資金的な制約等から持続的な取り組みが困難な場合がある。また、観光客の関心の対象地域が行政区域と一致しているとも限らない。

商工会議所がコーディネーターの機能を果たし、近隣都市のみならず共通の文化、産業等を有する地域との連携を構築することが重要である。

連携にあたっては、「工場夜景見学」「ロケ地周遊」といった共通のテーマや、「〇〇ゆかりの街道」（街道観光）などのストーリーを設定し、一体性のある観光をPRすることで、より高い集客効果を生むことが期待できる。

#### 【参考事例】

- ・広域で工場夜景の魅力をPR〔室蘭（北海道）、川崎（神奈川県）、四日市（三重県）、徳山、新南陽（山口県）、北九州（福岡県）〕
- ・商工会議所が連携して歴史的街道「萩往還」を再生〔山口、防府、萩（山口県）〕
- ・九州と京阪神で観光関連の情報交換会や協力事業を実施〔京都（京都府）、大阪（大阪府）、神戸（兵庫県）、福岡、北九州（福岡県）、佐賀、鳥栖（佐賀県）、長崎（長崎県）、熊本（熊本県）、別府、大分（大分県）、宮崎（宮崎県）、鹿児島（鹿児島県）の13商工会議所〕

#### ②連携を促進する「観光トライアングル」の形成

ゴールデンルート（東京－大阪間）に見られるような2地点間での観光ルートを、3地点にした「観光トライアングル」の形成によって、新たな観光の展開が期待できる。3つの地域をつなげることにより、滞在時間の延長を図るとともに、各地域間での観光客の送客による来訪者の拡大が期待できる。商工会議所が、行政区域の垣根を越えて連携を推進することで、新たな観光ルートの開発が可能となる。

#### 【参考事例】

- ・道央3地域で広域ビジョンを策定〔苫小牧、千歳、恵庭（北海道）〕
- ・空港を起点にした周遊コースを外国人にPR〔天津（滋賀県）、京都（京都府）、大阪（大阪府）、神戸（兵庫県）、奈良（奈良県）、和歌山（和歌山県）〕

## 5. 3年間で目指すべき取り組みの到達イメージ

今後3年間で、全国の商工会議所が目指す観光振興の取り組みイメージは、以下のとおり。

### （１）第1段階〔概ね26年度まで（体制づくり）〕

#### －514 商工会議所全てで観光に取り組む－

514 商工会議所が、地域内の伝統、文化、歴史、産業、食、日常生活など、地域に根付く全てのモノやコトを、地域固有の「光」（個性）として発掘し、磨き上げる体制

づくりを進める。また、体制の整った地域は、まちづくりと一体となった「観光立地域」の実現を目指し、観光トライアングルの構築や地域資源の磨き上げに取り組むなど、具体的なアクションを起こす。

**【具体的な事業活動】**

- ①商工会議所内に観光委員会や観光部会等を設置（推進体制の確立）
- ②行政や観光協会、関係機関等とともに観光振興のビジョンを策定し共有
- ③商工会議所が仲介役となり、行政や観光協会等の関係機関をはじめ事業者、マスコミ、NPO、住民等の参画を得た協議会などの体制を構築
- ④「観光立地域」に向けた取り組みを推進する人材の発掘・活用
- ⑤様々な視点による地域資源の見直し、発掘
- ⑥連携を促進する「観光トライアングル」構築に向けた取り組みの開始  
————— など

**(2) 第2段階【概ね27年度まで（観光の深化）】**

**—地域ブランド化への進化を図る—**

全国商工会議所観光振興大会や観光振興担当者研修会、各地域の観光推進会議などを通じて、514 商工会議所の観光振興に関する情報共有を図り、取り組みの深化、高付加価値化の参考として活用する。そのうえで、各地において他地域にはない観光の創造を目指し、地域資源の磨き上げと魅力ある商品化、ブランド化等を図る。さらに、顧客のターゲットを明確にし、地域のイメージ（ブランド）を育むとともに、リピーターを増やすための具体的な取り組みを実施する。

**【具体的な事業活動】**

- ①地域一体となった観光資源の磨き上げ、誇りとしての域外への売り出し、PR
- ②地域の観光のコンセプトや観せる対象（ターゲット、顧客）の明確化による戦略的な事業展開
- ③地域のファン、リピーター層を増やしていくための仕掛けづくり
- ④地域のブランドイメージの創造  
————— など

**(3) 第3段階【概ね28年度まで（長期滞在型観光とインバウンドの促進）】**

**—観光振興をまちづくり、地域づくりにつなげる—**

商工会議所同士の地域を越えた広域連携により、広範囲かつ周回性をもった観光振興の推進を図り、地域づくりにつなげる。加えて、外国人旅行者の受け入れ体制の整備や誘致活動を強化することで、一層のインバウンドの促進を図る。

**【具体的な事業活動】**

- ①地域連携による広範囲からの誘客の実現と地域間の周回性の向上
- ②MICEの推進など行政と事業者等が連携したシティセールス、地場産業の振興、それらによるまちづくり、地域づくりの推進  
————— など

以上