

南房総地域および千葉県庁観光ヒアリング調査報告

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2014-06-06 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 狩野, 美知子, 大脇, 史恵 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00007817

南房総地域および千葉県庁観光ヒアリング調査報告

狩野美知子・大脇 史恵

はじめに

静岡大学人文社会科学部経済学科の教員からなる観光研究プロジェクト・チームは、今年度は伊豆地域との比較対照先として南房総地域を選び、ヒアリング調査¹を行った。伊豆地域の観光関係者は、「伊豆地域にあって南房総地域にないものは温泉だけである」といっている。ともに周りを海に囲まれて海鮮料理を味わうことができ、花の季節にはお花畑を楽しむことができることからわかるように、首都圏の観光客をマーケットとして捉えたときに、互いに観光地として競合関係にあるといえる。また、最近南房総地域でも温泉の発掘が行われ、まさに同じような観光資源で競争をしている。

今回の調査は、南房総地域に加えて千葉県庁にもお願いをし、下記日程²で行われた。

【鴨川市観光協会および鴨川旅館組合】

日時：2013年9月2日（月）13:00～14:40

応対者：鴨川市観光協会 会長 鈴木 健史氏

事務局長 安田 雅輝氏

鴨川旅館組合

伊丹 一茂氏

【南房総市役所観光プロモーション課および南房総市観光協会】

日時：2013年9月3日（火）10:00～11:50

応対者：南房総市役所商工観光部観光プロモーション課

副主幹 交流拠点グループリーダー

（南房総市道の駅連絡会事務局長） 福原 正和氏

交流拠点グループ 井上 歩氏

南房総市観光協会 会長 仲島 文作氏

【南房総市旅館組合】

日時：2013年9月3日（火）13:30～14:50

応対者：南房総市旅館組合 組合長 鈴木 康幸氏

高尾 剛人氏

渡邊 丈宏氏

¹ 今回のヒアリング調査を含めた2013年度の観光研究プロジェクトに対し、静岡大学人文社会科学部より研究資金の助成を受けた。また、ヒアリング調査にご協力いただいた方々に感謝の意を表す。

² 9月2日・3日の調査には、石橋太郎、狩野美知子、大脇史恵の3名が参加し、9月24日の調査には石橋太郎、狩野美知子の2名が参加した。

【鴨川市役所観光課】

日時：2013年9月24日（火）9:30～11:00

応対者：鴨川市観光課 課長補佐 平川 潔氏

新たな観光づくり係 森 和之氏

【千葉県庁観光企画課および観光誘致促進課】

日時：2013年9月24日（火）13:30～15:00

応対者：千葉県庁観光企画課 主幹 渡部 三喜男氏

観光誘致促進課 班長 池田 一浩氏

班長 鈴木 賢一氏

なお、これまでの調査と同様に、事前に調査項目を送付した。すべての調査対象先に送付したものは以下のとおりであるが、千葉県庁、鴨川市役所、南房総市役所といった行政機関には、以下の調査項目と併せて観光産業の位置づけについても伺った。

- ・ 観光統計関連資料、観光パンフレットなどの収集
- ・ 観光振興についての独自の取り組みや支援策など
- ・ 近隣地域、関連団体との連携の状況（広域観光などについて）
- ・ その他（外国人観光客、交通アクセスの問題、フィルム・コミッション、東日本大震災の影響など）

1. 鴨川市

（1）鴨川市役所観光課

鴨川市での調査は、日程調整の都合により鴨川市観光協会および鴨川旅館組合の調査が先に行われたが、鴨川市の観光の概要をみておくために、市役所での調査内容を先にまとめる。

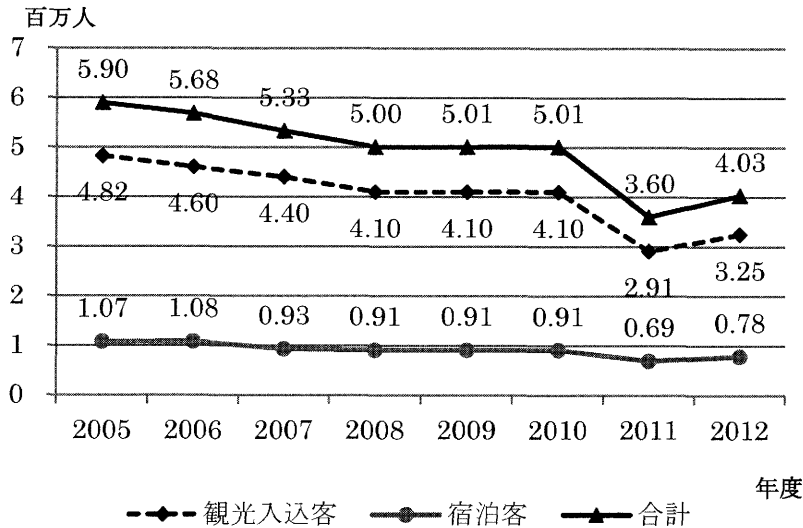
鴨川市は、房総半島の南東部に位置する人口 35,766 人（2010 年国勢調査）の市である。2005 年 2 月に旧鴨川市と旧天津小湊町が合併し、現在の鴨川市となっている。主な観光資源としては、鴨川シーワールド、鯛の浦遊覧船、5 つの海水浴場、マリンレジャーといった海をテーマとするものと、誕生寺、清澄寺といった日蓮聖人ゆかりの地に関連するものなどがあげられる。

図表 1 は、鴨川市の観光入込客数と宿泊客数の推移を表したものである。観光入込客数をみると、2005 年度（590 万人）から 2008 年度（500 万人）まで徐々に減少しているものの、2008 年度から 2010 年度まではほぼ 500 万人で推移している。2011 年度は東日本大震災の影響で 360 万人と減少し、2012 年度は少し回復して 403 万人となっているが、震災前の水準には戻っていない。宿泊客数も同様に、2005 年度（107 万人）から 2008 年度（91 万人）まで徐々に減少しているものの、2008 年度から 2010 年度までは 91 万人で推移している。2011 年度は東日本大震災の影響で 69 万人と減少し、2012 年度は少し回復して 78 万人となっているが、こちらも震災前の水準には戻っていない。

ここで、これらの震災の影響を熱海市や伊東市と比較³をしておこう。熱海市の場合、2010 年度の

³ 熱海市および伊東市の数値は、静岡県文化・観光部観光・空港振興局観光政策課（2013）参照。

図表 1. 鴨川市の観光入込客数と宿泊客数の推移

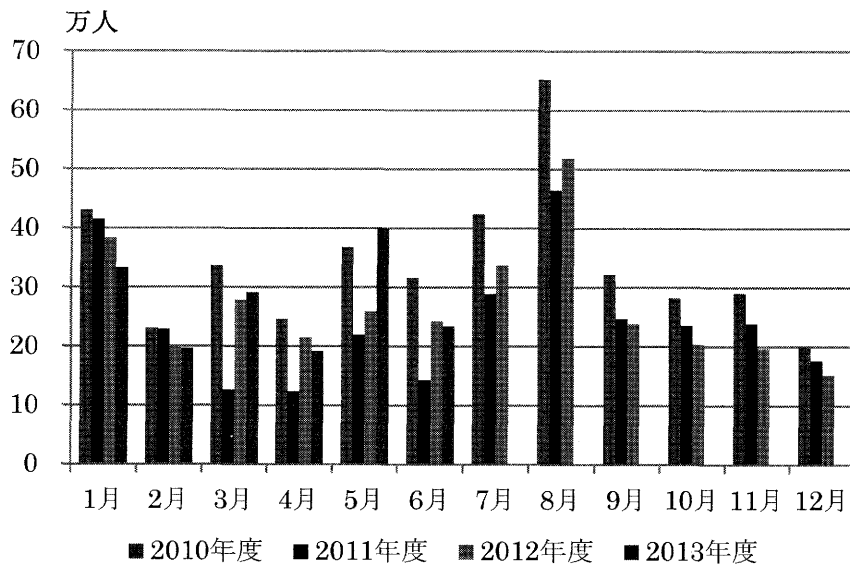


出所：鴨川市観光課資料より筆者作成。

観光交流客数は551万人、2011年度は514万人と減少しているものの、2012年度には547万人とほぼ震災前の水準まで戻っている。宿泊客数は2010年度262万人、2011年度246万人、2012年度269万人と震災前の水準を上回っている。伊東市の場合も、観光交流客数で2010年度1,062万人、2011年度1,035万人、2012年度1,077万人と震災前の水準を上回っており、宿泊客数でも2010年度259万人、2011年度252万人、2012年度261万人と、震災前の水準を上回る値となっている。今回のヒアリング調査において驚かされたのは、この震災の影響が長引く鴨川市の観光の実態であった。

図表2は、2010年度から2013年度上期までの鴨川市の観光入込客数を月別に表したものである。観光客が最も多いのは夏休み期間の8月、次いで初詣と花で早春を楽しむ観光客で賑わう1月である。

図表 2. 鴨川市の月別観光入込客数



出所：鴨川市観光課資料より筆者作成。

鴨川市では、観光客が減少する 6 月には鴨川市フェスタというイベントを開催し、秋にはブランド米（長狭米）、伊勢海老といった味覚フェアで誘客する取り組みを行っている。前述の東日本大震災の影響を 2010 年度と 2012 年度の値で比較してみると 5 月から 8 月の期間の落ち込みが大きいですが、2013 年度の 5 月は大幅に回復をしている。ただし、秋から冬（9 月から 2 月）にかけては、2012 年度が震災の年よりもさらに落ち込んでおり、このあたりが鴨川市の震災の影響の特徴といえるかもしれない。宿泊客数で見ても、ほぼ 1 年を通して震災前の水準に戻っていない。

鴨川市においては、もともと観光を市の重要な産業として位置付け、旧鴨川市と旧天津小湊町の合併を機に、両地域をつなぐ「鴨川市観光振興基本計画—鴨川ホリスティックツーリズム—」（以下、「基本計画」）を 2006 年 3 月に策定した。ホリスティックツーリズムとは総合的な観光という意味の造語で、従来の観光業と全産業が一体となった街づくりを進める中での新しい形の「観光」を目指すものである⁴。ただし、この「基本計画」については、当時の観光関係者たちとともに策定したにも関わらず、今回別途行った鴨川市観光協会でのヒアリング調査において、「行政と民間のベクトルが一緒でない」という不満の声が聞かれた。また、観光を市の重要な産業と捉えているが、これまで鴨川市は「観光に苦勞してこなかった地域」であったため、現在各地で取り組まれている「着地型プログラムを開発する取り組みに関しては後発的な地域であり、滞在型のコンテンツ作り、仕組みづくりが課題である」という声も聞かれた。

鴨川市では、この「基本計画」の施策の一環として、ガイド組織の養成に取り組んでいる。2008 年から 2 年間のプログラムでガイド養成講座を開始し、現在 3 期生が 2 年目の年を迎えている。講座を修了すると認定ガイドとなり、これらのガイドは鴨川ホリスティックツーリズム認定ガイド協会に所属する。現在、この協会加盟ガイド 14 名と業務としてガイドを行うガイドが 3 名おり、日蓮聖人の史跡を中心とした歴史ガイドとして活動している。

観光の仕組みづくりについては、鴨川市観光課と観光協会らが協力して、実行委員会形式の鴨川市観光プラットフォーム推進協議会（以下、「協議会」）を組織し、観光の総合窓口「カモ旅」を運営している。「カモ旅」とは、宿泊施設、体験ツアーのオンライン予約サイトである。この「協議会」では、第 3 種旅行業の資格を取得する予定であり、ゆくゆくはこの予約サイトで得られる 5% の販売手数料を利用して、鴨川市の観光の販売促進活動を行ったり、観光プラットフォームの充実を図ったりしたいと考えている。なお、鴨川市はこの「協議会」に年間 500 万円の補助金を支出しているが、手数料収入が得られるようになれば補助金を打ち切る予定である。

広域観光の取り組みについては、2008 年に館山市・鴨川市・南房総市・鋸南町の 3 市 1 町からなる南房総観光圏が観光庁の事業として認定され、神奈川方面から来訪する観光客を念頭に、東京湾フェリーを利用した観光コースの作成に取り組んだ。観光圏の認定から外れた現在は、館山市を中心に観光サインの統一やパンフレットの合同作成に取り組んでいる。これら南房総地域において、観光入込客が多いのは、臨海学校や教育旅行の誘客、体験メニューづくりに取り組む南房総市である。鴨川市はこれまで団体旅行の観光客が中心であったため、こういったことに特に取り組んでこなかった。また、来訪者の 8~9 割が自家用車の利用となっているが、鉄道やバスでの来訪者の二次交通が不便である

⁴ 「基本計画」には、「従来型の『観光』と新しい形のオルタナティブツーリズムを一体的に捉えた、ホリスティックツーリズムの振興を目指して」とある。鴨川ホリスティックツーリズムの基本理念として、「鴨川の自然、歴史文化、農業、漁業、暮らし、芸能、芸術の資源を活かした『感耕』のできる『暮らし創造型ツーリズム』を発信」、「鴨川市の漁業、農業、サービス産業の多角的経営を発展させる多様なツーリズムを創造」といったことなどが挙げられている。

ため、駅前の観光案内所で電動アシスト自転車のレンタルを行っている。

フィルム・コミッションについては、観光課では担当せず、経済振興の取組みの中で商工課が担当している。外国人誘客については、英語、中国語、韓国語のパンフレットを作成し、韓国中心に取り組んできたがあまり成果が出ず、現在はタイ、マレーシアに取り組もうという話もある。

新しい取組みとしては、農家民泊がある。現在7軒の農家が旅館営業と飲食店営業の許可をとり、体験メニューをセットにした宿泊を受け付けている。ただし、各農家の宿泊定員が10名前後であるため、大規模な教育旅行は受け入れられない。この農家民泊の申し込みは、今年8月に200件、9月100件（24日までの申し込み）となっている。千葉県内、横浜市内の学校や台湾、フィジーからの申し込みがある。

（2）鴨川市観光協会および鴨川旅館組合

鴨川市を訪れる観光客の7～8割が首都圏からの来訪である。団体客は東北地方、東海地方から来訪する。小規模旅館の宿泊客は、千葉県北部を中心に、東京都、神奈川県、埼玉県、茨城県から来ている。震災後は団体客を乗せたバスが来なくなり、大規模旅館ほどダメージが大きく、小規模旅館ほどダメージが小さかった。

観光庁の報道発表資料（2012年6月29日）⁵によれば、千葉県の震災直後の2011年4月期、5月期の延べ宿泊者数の前年比は、▲59.1%、▲37.8%と全国一の落ち込みとなっている。もちろん、交通網の遮断、計画停電の影響、ディズニーランドの閉鎖といった様々な要因が考えられる。特に、鴨川市を含む外房地域は放射性物質の風評被害があり、その後も海洋汚染のため、旅行業者が房総地域への送客を避けていたという事情もあった。じゃらん、楽天トラベルのインターネット・サイトでも下落率がほぼ最上位に位置し、震災前の宿泊客数と比較すると、震災直後で▲30～40%、2012年が▲20～30%、2013年が▲10%程度の状況である。実際、鴨川市内の宿泊施設でも、2013年6月に震災前の状況に戻った宿泊施設もあるが、宿泊施設全体としては、やはり▲10%といった状況である。

観光協会では、観光協会の協会長が2013年4月に就任されたということもあり、現在取り組んでいる課題を中心にヒアリング調査が行われ、課題として以下の3点が挙げられた。第1に、観光協会を取り巻く環境の整備である。これまで、行政（鴨川市役所）と民間（観光協会）の足並みがそろわず、バラバラに活動してきた⁶が、2013年3月の市長選挙で、観光に関して行政と民間が同じベクトルで活動できる人が市長となった。これにより、財政面で豊かな行政と智慧を持つ民間が一体となって観光に取り組む環境が整ってきた。

第2は、鴨川市の観光のコンセプト⁷作りである。現在、観光協会が中心となり、鴨川の観光のコンセプトは何か、将来のイメージを決定して事業を進められるように観光のコンセプト作りを鴨川市に提案している。第3は、財政面の強化である。現在、観光協会は市からの補助金と協会の会費で運営されており、収益を生み出す事業を行っていない。これを改善し、収益事業に携わって安定的な収

⁵ 観光庁ホームページ「宿泊旅行統計調査」

(<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/shukuhakutoukei.html>, 2014年2月12日閲覧) 参照。

⁶ 前項で述べたように、2006年3月に策定された「鴨川市観光振興基本計画－鴨川ホリスティックツーリズム－」（10年計画）は、当時の観光関係者ととも行政が策定したにも関わらず、年月が経つ間に連携に齟齬が出てきたようである。

⁷ 「ある宿泊施設が2011年に実施したインターネット・アンケートによれば、鴨川といえば、鴨川シーワールドのイメージしかなかった。これは、鴨川市としてのコンセプトがないと考えられる。」という発言がヒアリング調査時に聞かれた。

入を得る必要がある。このための仕組みが、前述の「カモ旅」である。8月19日に立ち上げた宿泊予約サイトでのインターネット販売は9月2日時点で200名の予約実績がある。

鴨川市の観光資源としては、フラワーセンター、南房総花街道⁸、誕生寺（日蓮聖人誕生の地）、大山千枚田⁹などがあるが、現在、観光案内所で案内できるのは施設の紹介のみである。これらの観光資源を組み合わせ、商品化を図りたいと考えている。ただし、鴨川市の場合、二次交通をどうするかといった問題がある。旅館組合では、自前のマイクロバスを使った湯めぐりを行った。JR ディスティネーションキャンペーン¹⁰の時には二次交通を付けたが、参加者が少なかった。これは、企画を作るのに手いっぱい、宣伝の時間や予算が足りなかったという反省点があがっていた。

観光客のピークは海浜リゾートで賑わう夏である。次いで花の季節の2月ごろであり、ゴールデンウィークを除くと、4～6月はオフシーズンとなっている。10月、11月には団体客が訪れるが、養老溪谷（大多喜町）の紅葉に客をとられている。

旅館組合では、現在、地場産品の洗い出しと商品化に取り組んでいる。入浴剤、お米、お花畑、鴨川七里（枝豆の一種）、アジサイといったものの商品化である。菜の花畑を中心に宣伝を行い、12～3月中旬には花摘みの宿泊客を呼び込んでいる。菜の花畑で栽培された菜の花米を旅館で提供するといった試みもなされている。また、鴨川七里を復活させてオーナー制度を導入し、収穫時の秋には旅館組合で枝豆狩りも実施している。宿泊客のメインは海を求める滞在客だが、海をメインとした商品が作れていないことが課題である。新しい試みとして、亀田総合病院¹¹（1000ベッド）の人間ドック受診のための宿泊客に、旅館組合のチラシ配布を開始した。なお、外国人はインターネットで予約を行う個人客が中心で、東京在住の外国人と思われる。

2. 南房総市

（1）南房総市商工観光部観光プロモーション課および南房総市観光協会

①観光産業の位置づけ（産業構成、雇用など）

8年前（2005年度）に市町村合併があり、7つの町村¹²が一つになって南房総市が誕生した。商工観光に関して、合併以前には各町村に2～3人程度の担当者がいたのだが、合併を経て4年前からは南房総市商工観光部という今の形の組織がこれを担うようになった。南房総市商工観光部には、商工観光課と観光プロモーション課がある。商工観光課は海水浴、イベント、商工を担当し、観光プロモーション課はプロモーションを中心に担当するとともに「道の駅」を所管している¹³。

⁸ 日本風景街道の1つ。2013年10月25日現在、日本風景街道には全国で131ルートが登録されている。

⁹ 日本の棚田百選の1つ。

¹⁰ 2007年2月1日～4月30日に行われた。鴨川では、「春の花と伊八の神社仏閣めぐり」を企画した。これは、「波を彫らせたなら日本一」といわれた武志伊八郎信由が残した神社仏閣の装飾彫刻を見て回るものであった。

¹¹ 鴨川市にある日本最大規模（大学病院を除く）の私立総合病院。

¹² 富浦町、富山町、三芳村、白浜町、千倉町、丸山町、和田町から成る安房7町村による合併によって、2006年3月20日に南房総市が誕生した。（出所：「南房総市ホームページ：歴史」
<http://www.city.minamiboso.chiba.jp/0000001221.html>、2013年12月1日閲覧）

¹³ 南房総市商工観光部による資料『南房総市の観光』（2012.10版）の4ページからは、次のようなことが窺える。

商工観光課は、①商工業の活性化と新産業の育成【a 戦略的企業誘致／b 商業の活性化（プレミアム付商

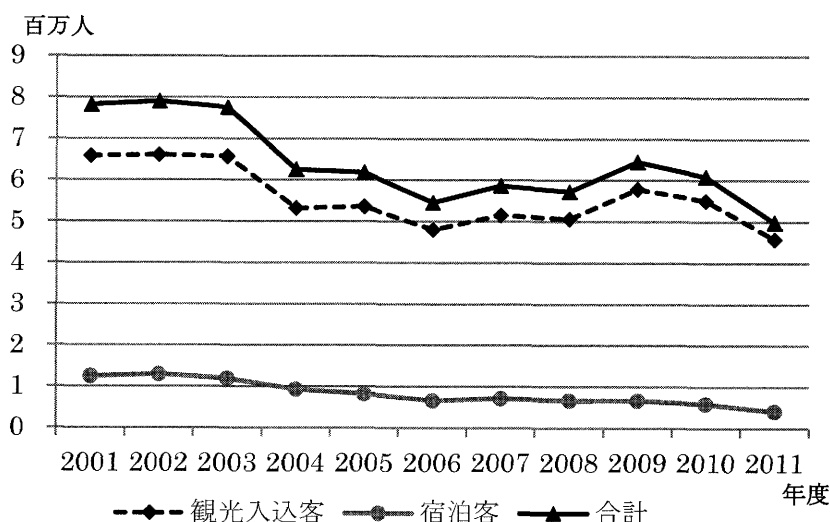
できるだけ観光に力を入れて、それによって他産業（たとえば建設業等）にも好循環があることを期待している¹⁴。南房総市総合計画（2008年～2018年）によると、将来像として「地域づくりの根幹である『ひと』が、それぞれの『ゆめ』を大切に育み、『みらい』を構築していくため、人・自然・産業・歴史などをひとつに合わせ、『魅力の郷 南房総』を創ろうと願う。」ことが示されており、そのための重点プロジェクトとして「観光都市・環境都市の実現」が挙げられている¹⁵。南房総市では観光をこのように位置づけている。

南房総市の産業構成に関する正確なデータはないそうだが、第3次産業従事者が多く、中でも観光関係の産業への従事者が多いという。

②観光振興についての独自の取り組みや支援策など

宿泊施設数は昭和50年代がピークだった。宿泊客および日帰り客の客数が落ちており、2010年度

図表3. 南房総市の観光入込客数と宿泊客数の推移



出所：南房総市観光課資料より筆者作成。

品券) / c 中小企業の経営基盤強化・安定化支援(資金の利子補給、新たな設備投資支援)、②観光資源を活かしたまちづくり【d 魅力ある海岸利用の推進(海水浴場設、キャンプ場) / e 協同による公園・緑地の管理(観光施設美化ボランティア)】を担当する。

観光プロモーション課は、③観光交流拠点施設等の機能強化【f 観光交流拠点施設等の機能強化(道の駅施設の再編) / g 魅力ある海岸利用の推進(ビーチスポーツ(サーフィン)、エコハイキング)】、④観光資源を活かしたまちづくり【h 観光商品開発 / i 観光プロモーション(『花』と『食』) / j 観光受入体制の整備とホスピタリティの向上(体験プログラムの拡充、花の景観づくり) / k 都市と農漁村との交流(中間支援組織・機能の強化)】を担当する。

①は商工会と連携しながら、②および③の g は観光協会と連携しながら、そして③の f と④は指定管理および直営管理する道の駅と連携しながら、それぞれ推進している。これが南房総市の観光推進体制である。

¹⁴ 南房総市市長の石井裕氏は市長2期目の抱負として、南房総市ホームページを通じて2010年5月13日付で「協働のまちづくり・農商工連携の観光振興・地産地消の推進・子どもたちの学力向上などを引き続き重点に取り組みます」と述べている。

(出所：<http://www.city.minamiboso.chiba.jp/0000001708.html> (2013年12月1日閲覧)。)

¹⁵ 南房総市商工観光部資料『南房総市の観光』3ページより。

以前の水準にまで戻したいというのが今の最大の目標であるという¹⁶。南房総市では観光振興のために、以下のようなさまざまな取り組みを展開している。

・株式会社ちば南房総¹⁷

南房総市内の「道の駅」運営会社（第三セクター）である、株式会社とみうら、株式会社鄙の里、株式会社丸山町振興公社の3社が、2012年10月1日に合併した。この合併による社名変更で、株式会社とみうらが株式会社ちば南房総となった。これは、道の駅の管理・運営、特産品の加工、販売、卸、観光農園、着地型旅行商品販売を主たる業務とする組織であり、2013年1月3日現在の正社員は17名である。

株式会社ちば南房総は第3種旅行業の免許を取得しており、株式会社ちば南房総が窓口となりその営業部門と企画部門（南房総市観光プロモーション課が担当）の両方が関わり合いながら、さまざまな観光商品を作っている。たとえばJR東日本とともに「びゅう商品」を企画することもある。そしてJRの企画会議には、南房総市担当者も第三セクター担当者も立ち会うことがある。

株式会社ちば南房総の前身である株式会社とみうらは元々富浦エリアを拠点としていたため、この地域に関する強みは有している。他方、富浦エリア以外の部分については、各地域がそれぞれ有している特色を活かせるように行政がフォローすることで、それぞれの地域にあったものを活かせるようにしている。

・道の駅

旧安房7町村が合併して南房総市になる前から、それぞれの町村が道の駅を持っていたために、南房総市内には計8か所¹⁸に道の駅がある。これは全国的にも高山と並んで数が多い。これに加えて農業の産直所も30か所ほどある。

産直所は地元民による利用も多く、道の駅についても地域の人も利用せよとアピールしている。こうして、たとえば「道の駅富楽里とみやま」では、休祝日は観光客の利用が多いものの、平日の利用は7~8割が地元民によるものであり15時には野菜が売り切れるほどとなっている。

南房総市の道の駅への取り組みの歴史は古い。1993年に全国で道の駅がスタートしたのだが、「道の駅とみうら・枇杷倶楽部」は全国で最初に認定された道の駅（全国で第1期登録）のひとつである。

¹⁶ 2001年度以降の南房総市への観光入込客と宿泊客について、図表1から次のようなことが窺える。2003年度までは、観光入込客は650万人強、宿泊客は120万人前後、そして両者の合計は780万人前後で推移していた。しかし2004年度に客数が急降下し、宿泊客は600万人を割り、観光入込客は100万人を割った。それ以降は客数の増減は一進一退の様相で、合計も600万人前後という推移であった。2009年度には観光入込客の増加が寄与して合計数がいったん上向いたものの、その後2010年度そして2011年度には再び、全ての客数が逡減している。

¹⁷ 株式会社ちば南房総の資本金および資本準備金は全額、南房総市が出資している。役員としては2013年（平成25年）1月4日現在、代表取締役社長として南房総市長が、代表取締役副社長として富浦地区代表・安房農業協同組合理事が、取締役としては、南房総市観光協会会長、観光カリスマ、三芳地区代表、南房総市商工観光部長、南房総市観光プロモーション課長、南房総市観光プロモーション課グループ長、株式会社ちば南房総統括部長、丸山地区代表・株式会社ちば南房総営業販売部長が、名を連ねている。

（出所：株式会社ちば南房総資料『枇杷倶楽部 プロジェクト』より。）

¹⁸ 以下の計8か所である。「道の駅富楽里とみやま」はハイウェイオアシスであるとともに特産品販路の拠点、「道の駅とみうら枇杷倶楽部」は集客システム拠点（商品開発力&ランドオペレーション）、「道の駅おおつの里花倶楽部」は花の流通拠点、「道の駅三芳村鄙の里」は三芳地域の観光拠点、「道の駅白浜野島崎」は白浜地域の観光拠点、「道の駅ちくろ潮風王国」は特産品販路の拠点・外房地域の集客支援拠点、「道の駅ローズマリー公園」は丸山地域の観光拠点、「道の駅和田浦 WA・O!」は和田地区の観光拠点として、それぞれ位置づけられている。（出所：南房総市商工観光部資料『南房総市の観光』（2012.10版）、16ページより。）

・道の駅とみうら「枇杷倶楽部」¹⁹

特産の「枇杷（びわ）」と、たくさんの出会いのある「倶楽部」となる願いを込めて命名されたこの施設は、1993年11月27日に開設された。これはもともと、旧富浦町（現南房総市）と株式会社とみうら（現株式会社ちば南房総）の両者が関与する複合的な組織体によって運営されていた。産業・文化の振興・ITを担当する公共部門と、販売・卸・ツアー誘致・加工・農場に関わる営業部門からなる組織によって運営されており、オープン当初は、公共部門を富浦町枇杷倶楽部課が、営業部門を株式会社とみうらが、それぞれ担っていた。現在は、公共部門を南房総市観光商工部プロモーション課が担当し、株式会社とみうらから名を改めた株式会社ちば南房総が営業部門を担当している。また、オープン当初は富浦町長が、現在は南房総市長が、この組織の代表取締役社長である²⁰。

まずは特産の「房州びわ」を活かすための取り組みからスタートし、この取り組みを通じて他の取り組みを展開する上でも必要となるノウハウを蓄積していった。以下で詳述するが、オリジナル商品と体験の両面展開を行っている。

a. 特産品「房州びわ」を活かしたオリジナル商品の展開

枇杷が特産とはいえ、その実を目にできるのは、実際は5～6月のみである。このため、今まではほとんど廃棄処分されていた出荷規格外の房州びわによる加工品を作ることを通して、観光客には1年中枇杷を感じてもらえるようにする取り組みを進めた。こうして地場産の枇杷を原料としてオリジナル商品を開発するとともに、そのブランド化を進めている。現在では40アイテムを超えるオリジナル商品を展開している。

オリジナル商品は差別化につながることから集客において効果を発揮するとともに、これは当地域の多様な主体が連携することによって実現する取り組みであることから、地域の生産者および製造業者をはじめとする商工事業者に対する経済効果にもつながっている。

そして道の駅とみうら「枇杷倶楽部」は、観光商品化するさいにその関与が必要となる出先のつなぎ役の役割を果たしているのである。枇杷倶楽部の構成員には様々な母体からの出身者がいることより、この強みが活かされているのだといえる。

b. 「一括受発注システム」の構築

道の駅とみうら「枇杷倶楽部」の担う出先のつなぎ役という役割は、「一括受発注システム」と名付けた集客交流モデルの構築にもつながっている。一括受発注システムとは、地域資源を活かそうと生産者や商工事業者と連携を図りながら、農業体験（びわ狩り、苺狩り、花摘み等）や歴史、景観と食事を組み合わせ、束ねて一括で観光会社に販売することである。これは、世界遺産や特級の観光資源がなくても、近隣の市町村も含めた小さな観光資源を束ねることで団体客を誘客しようとする試みであり、実際に日帰りの観光バス誘致に成功しているという。

このため、団体を受け入れられるような商品づくりに取り組んでいる。体験には農業の協力が必要であり、食事については大きな食事処がないため、地元の民宿による協力が必要となる。初めは客が求めるものが何であるのか手探りであったし、生産者側もたとえば人を農地に入れたくない／入れることができないなどの抵抗があったかもしれない。中でも「花」については一番苦勞したという。花摘み客の靴の裏によって雑菌が持ち込まれたり、服に擦れて葉が痛んだりといった問題が発生したため、一般の農園での花摘み体験実施は諦め、直営の農園のみでの実施とすることにした。このような

¹⁹ 本項の内容は、ヒアリング内容に加え、資料『南房総市の『道の駅』』（2013.7改定版）に基づき補筆した。

²⁰ 株式会社ちば南房総資料『枇杷倶楽部 プロジェクト』より。

試行錯誤を通じて、行政側にもやがて商品化するアイデアやノウハウの蓄積ができた。

このシステムのため道の駅とみうら「枇杷倶楽部」と各主体との間では、次のようなやり取りがなされている。観光会社との間では、企画提案、送客・料金精算、クレーム処理が行われている。観光客に体験プログラムや食事や観光などの商品を提供する主体との間では、計画の立案、送客の配分、クレーム処理、料金の支払いが行われている。

一括受発注システムによる送客の手数料は、枇杷倶楽部が3%、旅行会社が10%となっている。道の駅とみうら「枇杷倶楽部」としてはこの商品での採算は合っていないが、来訪者による物品購入によってコストとの帳尻を合わせているという。

・南房総市観光プロモーション課による営業

JTB、はとバス、クラブツーリズムなど、あらゆる相手（旅行業者）を対象として営業に出ている。団体客がほしいということがその理由のひとつである。

そして、旅行業者が作るパンフレットに当地が掲載されているか否かがプロモーションを左右する大きな要因であると認識していることも、理由のひとつである。パンフレットは旅行業者がコストを負担して作るものである。旅行客が旅行を企画するさいに、コースの参考として旅行業者作成のパンフレットを活用するならば、そこに掲載されていれば当地も行き先の候補に挙がるチャンスを得ることができる。このため、パンフレットに掲載されるようアピールをするのである。

なお、以下の話も聞いたので、補足としてここに記す。

東京湾アクアラインの開通後には5,000台のバスを誘致することができたが、その時がピークで現在は減少している。JR 東日本のびゅう商品による客は、来るまでは個人旅行という側面が強いが、来訪後は団体客に準じた扱いができるという特徴を備えている。他方、道の駅の客は近年、団体客から個人客へとシフトしつつある。

③南房総市観光協会について

南房総市観光協会と南房総市の間で、役割を分けて取り組みを行っているわけではないという。観光協会の自己資金で実施しているのは花火のみで、それ以外はほとんど市からの助成金を受けての取り組みである。

「南房総観光連盟」によって、1（1）でも触れたように広域観光にも取り組んでいる。南房総観光連盟は、南房総市、館山市、鴨川市、鋸南町といった3市1町と、観光協会から成り、南房総市商工観光部観光プロモーション課が事務局を担当している。これらの広域地域間の相補効果を狙って、プロモーション等で連携を深めようとしている。それというのも、これら3市1町の間には行政としての区分はあっても、観光客はこれらを“南房総”と総括りに認識しているからである。上記の3市1町はそれぞれ、内房ないし外房に位置づけられる。内房の良さや外房の良さを活かしつつ、客の目線に立って、これらをどう結び付けるかが大切である。このため3市1町で情報の共有化を進めて、“いいもの”を皆で共有し、さらには良いと思われる周辺の観光資源も結び付けて有効活用して、何らかの形で生きる道を探していけないといけないと考えている。

なお南房総市が誕生した8年前（2005年度）にはこのような考え方をしていなかったが、徐々に“いいもの”に焦点を当てる今のような考え方になってきた。すなわち、全てに対して平等ではなく、「やる気」に対して平等であるべき、という考え方である。「やる気」に対して、というのは「投資効果のあるところ」に対して、という意味である。たとえば「枇杷」も美味しいものだけに焦点を当てるのであり、全部ではない。こうして地域の中での競争意識をうまく作ろうとしている。

④その他

a. フィルム・コミッション

南房総市にフィルム・コミッションはないが、南房総市役所の担当者がそれに相当するような役割を果たしている。南房総市からの売り込みはしていないにも関わらず、南房総市は映画やドラマ等の撮影地として多く活用されている。たとえば2012年の撮影実績は46件あり、これは千葉県内4位の件数である。ロケ地に決まった理由としては、イメージに合ったからということが圧倒的に多い。

南房総市役所には、撮影場所として使っていていいところのさばきやノウハウが蓄積されている。撮影者側の間にも、南房総市は面倒見がいいという情報が流れている様子であるということだった。

最近でいえば、「サマーヌード」というドラマでも撮影場所を提供している。このドラマの「ロケ地巡り」を目的とする観光客の来訪も見られる。自然、景観、歴史といった観光資源について、今まであまり観光商品として活用していなかったが、これからはこれらの観光資源をできるだけ活用するような取り組みを進めていこうと考えている。

b. 交通アクセス

自家用車を利用しての来訪者が多く、恐らく7割以上がそうであると考えられる。ひとつには東京から内房は1時間30分で来てしまう近さであること、こちらに来てからの二次交通を考えると車がないと不便であること、が理由として考えられる。

このため、たとえば海水浴客は日帰り客が多いということだった。

客層としては家族連れがターゲットというものの、広く捉えており絞り込んでいるわけではないということだった。家族連れをターゲットとするのは、交通アクセスに関する実態と関係しているのかもしれない。

c. 近年の関心

市長は今、「スポーツ・コミュニケーション」に興味を持っているという。7町村が合併して南房総市になったわけであるが、元々それぞれの自治体で体育館を有しており、このため南房総市には体育館が複数存在する。これらを有効活用したいという考えである。使う人の年齢は低い方をターゲットと考えている。たとえば岩井地区では宿泊できる体育館を持っていることから、これを活かして若い人向けの活用ができないかと思っている。

また今、「森林セラピー」の可能性に着目し、そのコースづくりについて検討している。この取り組みは、ストレスの溜まっている若いOL向けと想定している。たとえば現在は長野や群馬方面に森林セラピーに行っている人たちがいる。そちらの方面については冬は雪で閉ざされ森林セラピーができないが、南房総市ではそのような心配はない。こうした長野や群馬に行っていた人たちの獲得も狙っている。

お金があまりない若い人たち向けに、キャンプ場のさらなる活用も考えているということだった。

(2) 南房総市旅館組合

①組合としての活動の現状

元々、南房総市全体としての旅館組合はなかった。千倉町旅館組合や白浜町旅館組合という地区レベルでの旅館組合はあったものの、内房の方には旅館組合はなかった。

今から3年ほど前に、有志3人（南房総市旅館組合組合長の鈴木氏はこの中の一人）で南房総市全体としての旅館組合を立ち上げようということになった。ただし、千倉町旅館組合は新しく立ち上げたこの旅館組合に加わず、今も何軒かの旅館が千倉町旅館組合に残ったままである。ゆえに正確に

は、南房総「市」旅館組合でなく、南房総旅館組合ということになる。南房総市旅館組合には、千倉・白浜エリア、岩井・富浦エリア、和田・丸山エリアといった各地区から計 20 軒が加盟している。当組合の財源については、補助金は受けておらず、独自財源によって運営している。

なお南房総市にある観光関係の組合として旅館組合以外については、民宿組合、観光協会、温泉組合がある。観光協会は指導的な立場でイベント等を実施する、取りまとめ的存在である。温泉組合は旅館組合とは双子のような存在であるが、旅館の中には温泉のないところもあるので、旅館組合と温泉組合に分かれている。なお温泉組合は入湯税を基に、市の補助金ももらって運営している。

②交通アクセスと客の特徴について

90%以上の方が車で来訪する。東京からの高速バスを利用する客も多い。

昔の白浜は大型旅館が多く、団体旅行も多かった。しかし今では、団体客を対象とした大型旅館の多くが駄目になっており、大型旅館で地元資本によって運営されているところはない。白浜にもチェーン店（たとえば伊東園など）が入っている。

20 年前ならば、海があるだけで人が集まった。しかし現在は、オンシーズンとオフシーズンがかつてとは逆になってきている。今では 10 月終わりから 5 月までがオンシーズンとなっているが、これは「花の房総」というイメージによる。雪が降らず、花があるため、近年では例年 2 月頃の客数が一番多くなっている。このようにオンシーズンは自然のものによって集客ができています。オフシーズンの谷をいかに埋めるかに工夫が必要となっている。

③行政に望むこと

旅館組合長による表現であるが「“伊豆は高級の革靴でも行けるが、房総にはビーチサンダルで行ける”というイメージ」だということ。つまり、伊豆には高級旅館があるが、房総は民宿が多いのでビーチサンダルでも行けるイメージとのこと。このため、房総に対するイメージアップが必要ではないか、せめて運動靴を履くくらいのレベルにイメージアップしたいということだった。

観光協会としての取り組みには日帰り客の誘致も含まれており、またむしろ、日帰り客の誘致のための取り組みの方が実際多いという。つまり、宿泊につながる企画が多いということである。ゆえに、旅館組合としては、来訪者を何としても宿泊に結び付けたいので、独自の取り組みが必要とされているのが現状である。

1 日のうちに地元へ落とす金額で考えると、地元客はスーパーでの買い物に 2,000 円を使うが、宿泊客は 20,000 円ものお金を地元へ落とす存在であると考えている。日帰り客はその地域にどれだけのお金を落としていくのであろうか。むしろ日帰り客は、来訪して、現地で可能な限りのパンフレットを集めて、その日の帰りにはもはや不要となったパンフレットを道の駅で捨てて帰るという行動を取る人が多い。こうしてパンフレットがゴミとなり、しかもゴミが大量に出ることになる。このような認識を語ることで示唆的に問題意識を提示していた。

④組合として力を入れていること、および今後の課題

旅館組合としては来訪者を宿泊に結び付けるべく、夜のイベントや早朝のイベントを考え実施することに取り組んでいる。統計はとっていないものの、こうした取り組みが実を結んでおり、さらにはリピーターも増えてきているということだった。

具体的にはたとえば次のようなイベントを継続して行っており（いずれも開催場所は白浜フラワーパーク）、好評を得ているという。これらは南房総での興味あるイベントの 1 位と 2 位とされているものである。

第1に、温泉組合との共催で「南房総 蛭ファンタジア」を6月頃に開催している²¹。これは「海ホテル」と「里ホテル」(源氏ホテル)という二つのホテルを一緒に見る機会を提供するイベントである。この時期にイベントを開催するのはオフシーズンの誘客を狙ってのことであり、好評を博して年々客が増えている。元々の趣旨としては子供にホテルと触れあってほしいという思いがあり、記憶に残れば大きくなってさらに自身の子どもを連れてきてくれるだろうという考えもあった。なお、このイベントを宿泊につなげるために、開催時間を20時から21時の間とするという工夫を凝らしている。これはこのイベントを見るためには宿泊が必要となる時間設定である。しかも、宿で夕食とお酒をゆっくり楽しんでもらってから出てきてもらうという想定で、開催する時間帯を設定しているのである。客層としては、ファミリー層やカップルの集客につながっている。大型旅館の中にはこのイベントを団体の集客につなげているところもある。

第2に、「房州海老まつり」というイベントにも力を入れている。1日100名限定で10月に数回実施しており²²、10年以上続けていてメディアでも紹介されており、当地の一つの目玉イベントともなっている。伊勢海老の漁獲高日本一が実は南房総であり、「房州海老」と呼ばれるこの海老は日本一早い解禁日を誇る。これを活かしてのイベントである。自分で釣って、直火で焼いて食べる、また房州海老の味噌汁も味わってもらう、という楽しさを提供している。南房総市旅館組合宿泊者には割引料金が設定されている。

なお上記のようなイベントの他にも、旅館組合としては宣伝に協力するなどのバックアップをするという関わりで、個人によって開催されているイチジク狩りなどのイベントもある。

南房総市が東京都内で実施した南房総のイメージに関する調査によると、最近では実は「花」よりも、「体験」や「イベント」の方が集客源となっている、ということが明らかになっている。こうしたことから、旅館組合としてもイベントには今後ともに力を入れていくことが重要であると考えられる。

イベントの今後であるが、新しいイベントを増やすことにはお金がかかるので、今やっているイベントのバージョンアップや定着を図ることに当面は力を入れていきたいという。手を広げるよりも、各日にお客を呼べるイベントの充実を図ることに力を入れていきたい。

⑤その他

集客するために何をやってもいいというわけではない、と考えている。旅館は旅館、ホテルはホテルとしての特徴があるはずである。宿泊する側の心構えとしてもそれぞれにおけるマナーやルールがあるはずであるが、今ではそれが崩れてきている。受け入れ側の対応も、必要に応じて考えるべきでないか。それが房総のイメージとして定着するのであり、イメージは宣伝で作るものではないという。

南房総の一般論ではないと前置きされた上であるが、目指す宿はオンリー・ワンの宿ということだった。海以外何も無いここでやっていくためには、オンリー・ワン、ここに行きたいという宿にならないと生き残れないということだった。

東日本大震災の影響を受けて落ち込んだ客足の回復については、3万円台の価格帯の宿泊客は戻っているが、1万3千円台位の価格帯の客が戻っていないということだった。

²¹ 2013年のケースでは、5月17日から6月23日の毎週金・土・日曜日という期間で開催された。

²² 10月の各日曜日限定開催とされ、2013年のケースでは、10月6日、13日、20日、27日の、各日午前10時から先着100名限定で開催された(雨天中止の場合あり)。

3. 千葉県庁

千葉県は、成田空港とディズニーランドという誘客に関わる大きな施設を有する県である。開通当初は通行料が4000円と高く利用率が悪かったアクアラインも、社会実験により現在800円の通行料となっており、交通量がかなり増加している。このアクアラインを利用して木更津にあるアウトレットに訪れる人も増えている。この千葉県は、県知事が2002年2月に「観光立県」宣言を行い、2008年3月には「千葉県観光立県の推進に関する条例」を制定し、同年10月「観光立県ちば推進基本計画」(5カ年計画)を策定していることからわかるように、観光に力を入れている県である。この基本計画は2012年度に終了していることから、現在は新たな観光基本計画を千葉県総合計画と併せて策定するために、「ちばの観光掘り起し隊地域ブロック会議²³」を開催している。2011年には観光を担当する部署を観光企画課と観光誘致促進課の2つに分け、誘致専門官も配置して観光誘致に力を入れている。千葉県商工労働部観光企画課(2012)によれば、2011年度の観光入込客数133,353千人、宿泊客数12,529千人となっている²⁴。これらの観光客の半分以上が県内からの来訪で、東京都・神奈川県・埼玉県が合わせて34%となっている。

震災の影響は、海岸沿いの地域の観光客はまだ回復していないが、県全体としては震災前の状態にほぼ戻っている。海岸沿いは津波の被害と放射性物質の風評被害²⁵から、震災前と比較して海水浴客が半減している。潮干狩りの観光客の被害も大きい。

2013年に首都圏中央連絡自動車道(以下圏央道)が開通して自動車での来訪が増えたが、交通の便が良くなったため日帰り客が増えている。東京湾アクアラインと圏央道を活用した観光振興に取り組んでいるが、勝浦市や鴨川市からは、この圏央道につながる道路の整備を求める声があがっている。

観光振興のための取組みとしては、受入れ体制の強化、情報発信の強化、国際観光の強化という3点に力を入れている。

受入れ体制の強化の取組みでは、観光トイレの整備、宿泊滞在型の観光の促進、サイクルツーリズムの推進に取り組んでいる。以前に観光客に対するインターネット・アンケートを行ったところ、千葉県のよくないところとしてトイレがあげられた。2009年に就任した森田知事の観光地再訪のためにはきれいなトイレが重要であるとの考えから、公衆トイレの改修経費に対する助成にかなりの予算枠²⁶を設けている。千葉県は、日本一標高差の低い県であることから、毎年10月に「ツール・ド・ちば」²⁷を開催し、これにも力を入れている。これはスピード競技ではなく、房総半島の景色を楽しみながらサイクリングすることを目的とした大会である。また、各観光協会、各市町村の行政に携わる人、観光施設の人、一般企業の人たちを対象に観光リーダーの養成にも力を入れている。すでに4~5年実施しているが、養成講座を修了した人のその後の活動をフォローできていないことが課題となっている。

²³ 東葛飾、ベイエリア、北総、九十九里、南房総、かずさ・臨海の6ブロックから成る。

²⁴ 静岡県文化・観光部観光・空港振興局観光政策課(2013)によれば、静岡県の2011年度観光交流客数(千葉県の観光客入込客数と同じ意味)129,660,931人、宿泊客数16,841,873人となっており、観光入込客数では千葉県のほうが多いが、宿泊客数では静岡県のほうが多くなっている。

²⁵ 農産物は放射性物質の基準値を上回って出荷制限が行われた時期もあったが、海水浴のための基準値はクリアしていた。

²⁶ 観光トイレ美化を中心とした施設整備事業のための予算は1億4千万円。

²⁷ 2006年から開催され、1日~3日の全6コースが設定されている。コース上の道の駅にサイクルステーションが設けられ、自転車の修理が可能となっている。

国際観光の強化の取組みでは、東アジアと東南アジアを中心とした地域に知事が出向いてトップセールスを行っている。成田空港を単なる通過点にしないために、成田空港周辺の観光地を案内している。千葉県にどのような観光資源があるのか知られていないため、具体的に観光資源や施設を紹介する必要がある。現在、中国や台湾からの来客が多く、韓国からは少ない。タイを中心とした東南アジアも増加の傾向にある。また、海外から大学生を招待し、SNS や facebook といったソーシャルメディアを使って情報発信をしてもらおう事業を計画している。2013 年 9 月に台湾から 10 人の学生を招いて実施したが、2014 年 2 月にはタイからも学生を招く予定である。

千葉県内に観光専門の大学が 10 校近くあることから、今年度の新規事業として、大学生による観光客増加に向けたアイデアコンテスト²⁸を実施する。このコンテストを通じて大学との連携の道も模索したいと考えている。

フィルム・コミッションの取組みは、2002 年に千葉県フィルム・コミッション（以下、FC）が立ち上げられたのが最初で、その後、市町村単位の FC が立ち上げられ、現在 6 団体が活動している。千葉県 FC の事務局としての仕事は、ちば国際コンベンション・ビューローに委託している。東京都から近いということから実績数そのものは多くあるが、最近はメディア側の予算が削減されていることから、FC を通さず直接ホテル等の施設に交渉されることが多くなってきた。

終わりに

今回は、伊豆地域の比較対照先として南房総地域を選んだわけだが、いわゆる「観光地化された伊豆」、鴨川シーワールドを除くと「自然のままの房総」というのが正直な感想であった。そのあたりが「伊豆は革靴で、房総にはビーチサンダルでというイメージ」という言葉に表現されていると考えられる。このことを伊豆地域の立場から考えるならば、南房総地域に対しては、観光地として「より洗練化」することが競争優位となりえるかもしれない。

この地域の東日本大震災の影響が長引いている実態には驚かされたが、鴨川市では震災以前は特に誘客に力を入れなくてもそれなりに観光客が来ていたのか、伊豆地域より危機感がないように思われた。

房総半島は伊豆半島と比較すると、アクアラインを利用することにより首都圏からの交通の便がよ²⁹く、気軽に訪問できるという点が、伊豆地域に優っていた。ただし、現地での二次交通がなく、特に内房から外房まで広がる南房総市ではその不便さを痛感した。半島観光につきものであるこの二次交通の確保は、いずれの地域においても重要な問題であろう。

南房総市では、行政と一体となった道の駅とみうら「枇杷倶楽部」に関するヒアリング調査も計画したが、残念ながら日程が合わず、市役所の方からのみのヒアリング調査となった。ここの活動は全国でも注目を集め、視察の申し込みが年間 100 件ほどあるということであったが、お話を伺ったところ、どこにも真似ができないものだということを感じた。なぜなら、行政がかなり主体的に運営に関わっており、そこには「行政だからすべてに公平に」という発想より、「とにかくやる気のある点（ところ）を支援する。支援する点を増やしていけば、いずれは面になる」という発想が感じられたから

²⁸ 「学生ちばたびコンテスト」。

²⁹ 東京駅から南房総市の各地域を経由して安房白浜を往復する高速バス（JR バス関東「なのはな号」）が 1 日 18 便、東京駅から鴨川市を往復する高速バス（日東交通および京成バス「アクシー号」）が 1 日 20 便。

である。

千葉県庁のヒアリング調査で印象的であったのは、トイレの改修に多額の補助金を出す制度であった。きれいなトイレだけでなく、バリアフリートイレや授乳やおむつ交換のできる多目的室を含めたトイレへの改修は、観光客の再訪を促すだけでなく、様々な客層の観光客を呼び寄せるためにも必要不可欠なものであろう。

参考文献

株式会社ちば南房総（2013）『枇杷倶楽部 プロジェクト』

鴨川市企画政策課（2013）『鴨川市の産業等に関する概況について』

南房総市（2013）『南房総市の「道の駅」』

南房総市商工観光部（2012）『南房総市の観光』

静岡県文化・観光部観光・空港振興局観光政策課（2013）『平成 24 年度静岡県観光交流の動向』