

「茅ヶ崎らしいツーリズムについて」に関する 政策提言

2024（令和6）年12月

茅ヶ崎市議会 都市経済常任委員会

目次

1	はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・	2
2	調査研究の経過・・・・・・・・	3
3	提言・・・・・・・・	14
4	おわりに・・・・・・・・	19

1 はじめに

本提言では、湘南という広域的なブランドが強調される中で、茅ヶ崎市が独自性を打ち出し、「茅ヶ崎らしさ」を活かした地域資源の魅力を最大限に生かした、市民と観光客が共に楽しむことができる持続可能な観光戦略を示すものとして、「茅ヶ崎らしいツーリズムについて」をテーマとした必要な施策について提案するものである。

全国的に地域経済の活性化が求められる中で、観光振興はその重要な施策の一つとして位置づけられている。特に、地域独自の資源を活かして観光地化を進めることが、地方創生の柱となっており、多くの自治体が自らの強みを活かした観光戦略を策定している。観光による地域活性化の動きは、単に来訪者の誘致を目指すだけではなく、地域の文化や価値観を守りながら、住民と来訪者が共生する形で持続可能な地域づくりを進める方向へと進化している。

令和3年度茅ヶ崎市市民アンケートの結果では、「地域資源を生かした観光振興」に対する満足度は、全体で「満足」と「まあ満足」を合わせた割合が26.9%、「やや不満」と「不満」を合わせた割合は18.2%であった。令和元年度と比較すると、満足度は2.6ポイント減少しており、「やや不満」と「不満」の割合は増加している一方で、「地域資源を生かした観光振興」の重要度は、全体で「重要である」と「ある程度重要」を合わせた割合が66.8%で、令和元年度と比較すると、重要度に大きな変化は見られないが茅ヶ崎市民が地域資源を生かした観光振興に対して重要であると受け止めていることが分かる。茅ヶ崎市においても、地域資源を最大限に活用し、市内外からの来訪者を迎え入れるための新たな戦略が求められると考える。

地域資源を生かして経済の活性化へ繋げるために重要なのは、単に外部から観光客を誘致することではなく、「茅ヶ崎らしさ」をいかにして魅力的に来訪の動機に足るものとして発信していくかという点である。観光による地域活性化において、この「茅ヶ崎らしさ」をいかに掘り起こし、内外の来訪者に響く形で発信していくかを主眼におき、以下の提言をまとめることとする。

2 調査研究の経過

(1) 会議等の実績

日 時		会議等	概 要
令和5年	(1) 5月29日	委員間の打合せ	・政策討議に係るスケジュールを共有
	(2) 6月12日	委員間の打合せ	・各委員から提案された大要テーマの案を協議
	(3) 6月26日	委員間の打合せ	・各委員から提案された大要テーマの案を協議
	(3) 6月28日	委員会	・大要テーマを「茅ヶ崎らしいツーリズムについて」に決定
	(4) 7月28日	委員間の打合せ	・視察先及び視察事項の選定
	(5) 8月24日	委員間の打合せ	・視察先及び視察事項の選定
	(6) 9月12日	委員会及び委員間の打ち合わせ	・テーマを「茅ヶ崎らしいツーリズムについて」に決定 ・視察先及び視察事項の選定
	(7) 9月27日	委員間の打合せ	・視察事項を協議
	(8) 10月18日	委員会	・視察先の選定
	(9) 11月13日	行政視察	・青森県八戸市を行政視察
	(10) 11月14日	行政視察	・栃木県宇都宮市を行政視察
	(11) 11月29日	委員間の打合せ	・視察の振り返り
令和6年	(12) 12月20日	委員間の打合せ	・有識者との意見交換会について協議
	(13) 1月24日	委員会	・有識者との意見交換会の実施について協議
	(14) 2月9日	意見交換	・神奈川大学国際日本学部・高井典子教授と意見交換
	(15) 2月15日	委員間の打合せ	・意見交換会の振り返り
	(16) 3月14日	委員間の打合せ	・今後の方向性について協議
	(17) 6月19日	委員間の打合せ	・ヒアリング先について協議
	(18) 6月25日	全員協議会	・政策討議に関する中間報告
	(19) 7月25日	意見交換及び委員間の打合せ	・茅ヶ崎市産業観光課、都市政策課、景観みどり課との意見交換 ・視察先及び視察事項について協議
	(20) 8月23日	委員間の打合せ	・視察先及び視察事項について協議
	(21) 9月9日	委員会及び委員間の打ち合わせ	・視察先の選定及び視察事項の協議

(22)	9月27日	委員間の打合せ	・視察事項を協議
(21)	10月28日	行政視察	・兵庫県豊岡市を行政視察
(21)	10月29日	行政視察	・愛知県半田市を行政視察
(22)	11月28日	意見交換	・視察の振り返り
(23)	11月29日	委員間の打合せ	・政策提言の骨子案の協議
(24)	12月4日	委員間の打合せ	・政策提言の素案の協議
(25)	12月10日	委員会	・政策提言書に関する協議
(26)	12月16日	全員協議会	・政策提言書の確認

(2) 視察等の概要

ア 青森県八戸市への行政視察における調査研究事項

八戸市の「八戸ポータルミュージアム（はっち）」の取組を視察先として選定した理由は、地域資源の発信、市民活動の支援、観光振興を含む複合的な活動が行われていることから、「はっち」の運営方法とその成果は、茅ヶ崎市の観光振興の発展において貴重なヒントとなると考えたためである。

(7) 八戸ポータルミュージアム「はっち」の事業概要

・「はっち」は、八戸市中心市街地の活性化を目的に設立された文化観光交流施設で、地域住民と観光客が交流できる場を提供している。施設は、鉄筋コンクリート5階建て、総費用約40億円をかけて開設され、様々な市民活動や文化イベントが実施されている。具体的には、ものづくりスタジオや市民活動を支えるスペースを提供するほか、アートイベントや地域資源の再発見を促進するプログラムも開催されている。また、市内の観光スポットに誘導するポータルとして機能しており、観光と地域文化の振興に大きく寄与している。

(イ) 成果と課題

・開館以来、施設は一定の成功を収め、入館者数はコロナ前の年間82万人を記録するなど、地域の賑わい創出に貢献している。また、民間の開発やアートプログラムの実施が地域経済にも好影響を与えており、中心市街地の再活性化が進んでいる。しかし、施設運営においては市の直営管理を続けており、指定管理者施設として民間委託や効率化のための新たな運営スキームの検討が求められている。特に、コロナ禍による来館者の減少からの回復には、アートイベント等を通じたインバウンド需要の取り込みが重要である。

(ウ) 茅ヶ崎市との比較と展開可能性

・茅ヶ崎市は、市街地の衰退現象は見られていないが、観光資源や文化資源が市内に散在しているため、それらを一元的に発信する施設や仕組みが必要だと考える。「はっち」のような市民協働型の施設は、茅ヶ崎市における観光振興や地域の魅力発信に役立つと考えられる。例えば、茅ヶ崎市役所1階のコミュニティスペースや道の駅「湘南ちがさき」などの施設に「はっち」の成功要素を取り入れることで、「茅ヶ崎らしいツーリズム」を実現するためのハブとして活用する可能性があるのではないか。

行政視察を通じて、八戸市の「はっち」の取組は、地域資源の発信や市民活動、観光振興において多くの示唆を与えており、茅ヶ崎市の観光戦略においても参考となる要素が多くあった。茅ヶ崎市でも、市民と協働した施設運営や、地域資源を効果的に発信する仕組みの構築が進めば、持続可能な観光振興の発展が期待できると考える。

イ 栃木県宇都宮市への行政視察における調査研究事項

宇都宮市の「道の駅うつのみや ろまんちっく村」を視察先として選定した理由は、道の駅を核とした観光施策と地域活性化、そして運営の実態を学ぶことが重要であると考え、宇都宮市がどのように地域資源を活用し、道の駅を観光・地域活性化の拠点として運営しているか、また運営を委託したファーマーズフォレスト社の取組について直接学ぶ必要があると考えたためである。

(ア) 宇都宮市の観光振興と「道の駅うつのみや ろまんちっく村」の概要

・宇都宮市の観光資源としては、餃子やジャズ、石の里大谷等があり、観光コンベンション協会を中心に観光振興が進められている。地域経済の活性化や再来訪促進、移住定住を目指してオール宇都宮で取り組んでおり、観光イベントやプロスポーツ、地域資源の発信を積極的に行っている。

・「道の駅うつのみや ろまんちっく村」は、もともとは農林公園構想からスタートし、1996年に開設され、2008年からファーマーズフォレスト社に運営が委託され、2012年には道の駅として登録された。施設は広大な敷地（約46ヘクタール）を誇り、農産物直売所やフードコート等があり、地域の6次産業化拠点としても機能している。年間来場者数は約140万人で、障がい者雇用や地域イベントの継承等、地域と密接に連携

している。また、「大谷アンダーグラウンドツアー」等の着地型観光プログラムが人気で、地域課題解決を通じた地域再生の事例も豊富である。

(イ) ファーマーズフォレスト社の運営と地域活性化の取組

・ファーマーズフォレスト社は、地域資源を活用した6次産業化の推進や地域特産品のプロデュースに取り組んでおり、麦やホップの栽培からビール製造までを手掛けるほか、リンゴをジュースに加工する等、新たな商品を生み出している。また、体験型ツアーや生産者のストーリーを伝える活動を通じて、地域農家と連携し、地元生産者のリピート率向上を図っている。地域の特産物や農産物を利用した観光プログラムや体験型ツアーが特徴で、例えば、「大谷アンダーグラウンドツアー」は非常に人気が高い。このような活動が地域資源の再発見や地域課題の解決に貢献しており、観光客の「ファン化」を狙っている。

(ウ) 茅ヶ崎市との比較と展開可能性

・宇都宮市の「道の駅うつのみや ろまんちっく村」は広大な敷地（約46ヘクタール）を有し、郊外に位置していますが、茅ヶ崎市の道の駅「湘南ちがさき」は交通の要所に位置しており、規模や立地条件が大きく異なる。茅ヶ崎市では過度な混雑を避け、地域住民と観光客のバランスを取ることが重要となる。地域住民との調和の観点として、茅ヶ崎市は、道の駅の設立が近隣住民に与える影響についても慎重に検討する必要がある。渋滞や混雑による住民の不満を避けるため、地域住民との連携や配慮が欠かせないとする。また、観光客に過度に依存する「オーバーツーリズム」を防ぐためには、来訪者数の調整や適切な施設設計が求められる。

・宇都宮市では、道の駅を活用して300軒の契約農家と連携し、販路を拡大しています。茅ヶ崎市でもJAや朝市、直売所が既に盛んなため、道の駅を利用する農家との協力関係を築くことが重要である。農家との協力を強化し、道の駅を販路の一つとして位置づけることが求められる。

・広域連携と観光情報発信の観点としては、宇都宮市は観光地への立ち寄り点として道の駅を活用し、広域連携を意識している。茅ヶ崎市も同様に、湘南エリアの観光地（藤沢や鎌倉、箱根等）と連携し、観光情報の発信を行うことで、茅ヶ崎市を単なる「通過点」ではなく「目的地」として観光客を引きつけることができるのではないかと考える。

行政視察を通じて、宇都宮市の「道の駅うつのみや ろまんちっく村」の運営や地域活性化の取組は、茅ヶ崎市が今後、直面する課題等に対して大変参考となった。規模の異なる施設運営においても、地域住民との調和を大切にしつつ、地域資源の有効活用や農家との協力を進めることで、茅ヶ崎らしい道の駅の運営が可能になると考えられる。また、広域連携による観光振興の可能性も大いにあり、茅ヶ崎市が湘南エリアの観光のハブとして機能することが重要なのではと考える。

ウ 有識者との意見交換会における調査研究事項

令和6年2月9日に神奈川大学国際日本学部・高井典子教授をお招きして、茅ヶ崎市の様々な地域資源を活かしたツーリズムについて意見交換会を行った。

(ア) ツーリズムの定義と影響

- ・旅行と観光とツーリズムの違い：旅行は地理的・物理的な移動を指し、観光はその中で楽しむことを目的とした行動である。観光とツーリズムに大きな概念の違いはないが、観光はレジャー等、休日の遊びといった印象があるが、ツーリズムはジャンルにより教育や学習、産業振興等、様々な側面を持ち、近年はエコツーリズムやアドベンチャーツーリズム等が注目されている。つまり、多種多様な目的によって人々が動く事象をまとめてツーリズムと表現することもできる。
- ・観光の功罪：観光業は経済的な効果があり、地域住民のアイデンティティを強化する一方で、環境破壊や過度の商業化といったネガティブな影響もある。
- ・地域における観光の影響：観光が地域のアイデンティティやシビックプライド（地域への誇り）を醸成する一方、地域の住民と観光客の間にギャップが生じることもある。

(イ) 茅ヶ崎が目指す観光戦略とは

- ・内需主導：茅ヶ崎市は、市民にもっと地元で過ごしてもらい、その結果として観光外需を拡大する方向が重要ではないか。観光の軸を地元市民の楽しみやライフスタイルへシフトすることがポイントではないか。
- ・「異日常」の体験：茅ヶ崎の観光は「非日常」ではなく、「異日常」、つまり他者の生活の中に触れる経験を提供することが大切である。例え

ば、農家民泊やワーケーション等が挙げられる。

(ウ) 観光資源と課題

- ・茅ヶ崎市の強み：最大の魅力は「ビーチコミュニティ」、つまり海辺のライフスタイルを楽しむ文化ではないか。無農薬野菜を使ったコミュニティ活動や、南の海と北の緑を守る取組も重要な資源である。
- ・観光の課題：観光客によるごみ投棄や住民の求めるベッタタウンならではの静けさとのバランスや交通インフラ等の不足、観光地の過度な商業化が課題として挙げられた。

(エ) 地域の観光資源の開発と維持

- ・まちづくりと観光：地域のアイデンティティと観光をどのように融合させるかが重要である。例として歴史や文化を生かした観光資源を開発することが挙げられた。
- ・観光資源の「商品化」：市民や専門家が協力して地域資源を発掘し、それを観光資源として活用する取組が必要ではないか。例えば、「ちがさき丸ごと博物館」のような形で地域資源を整理し、観光ルートを作ることが考えられる。

(オ) 観光客と地元住民の関係

- ・WIN-WINの関係：観光振興の成功には、観光客と地元住民が相互に理解し合い、共に価値を創出する関係を築くことが重要である。観光客は地域の文化や歴史を学び、地域の住民も観光客を温かく迎え入れることが求められる。

(カ) インフラと交通

- ・交通の改善：茅ヶ崎市は交通インフラ面で、北部と南部の交通網に課題があり、自転車の貸し出し等、観光地間を移動しやすくするための改善が必要である。また、既存の観光地や施設を活用しつつ、インフラ整備を進めることが求められる。

(キ) 広域連携と観光資源の活用

- ・広域観光圏の形成：茅ヶ崎一都市の枠にとどまらず、周辺の地域（湘南エリアや県域全体）と連携して観光を推進することが必要である。観光客をより多く引き寄せることに繋がり、地域経済に貢献することが期待される。

(ク) 観光業の課題と持続可能性

- ・環境保全と観光業のバランス：観光振興を進める上で、環境保全や地域の価値を守ることが非常に重要である。観光客が来ることで地域が過剰に商業化されることなく、自然環境や文化が保たれるように工夫が必要である。

(ケ) 観光戦略の実行と市民参加

- ・市民の積極的な関与：観光戦略の推進には、市民が積極的に関わり、地域を運営していく主体的な姿勢が重要である。観光振興をただの消費者の立場からでなく、共に育てるという意識が求められる。

意見交換を通じて、茅ヶ崎市の観光振興は単なる観光地化や観光客を増やすための経済活動ではなく、地域住民の生活や文化、環境を守りながら、持続可能な形で発展させる必要があることを認識した。

エ 兵庫県豊岡市への行政視察における調査研究事項

豊岡市を視察先として選定した理由は、市民、地域、事業者が連携して持続可能な観光振興や地域振興を推進する取組が進んでいるためである。特に「豊岡ローカル」というキーワードを軸にした地域の観光振興施策が注目されており、このアプローチは、茅ヶ崎市が目指す地域資源を活用した観光振興の発展に参考になると考えた。

(ア) 豊岡市の観光資源と観光政策

- ・豊岡市は、人口約7万7,000人、東京都23区とほぼ同じ面積を有し、山、温泉、海、雪といった多様な自然資源を有している。有名な観光地としては、城崎温泉があり、観光の中心地となっている。観光政策は、国内外からの観光客を誘致するため、観光資源を生かした地域振興活動に力を入れている。観光振興の基本方針は、「ローカル&グローバル」を掲げ、地域の魅力を磨き上げ、世界に評価される小さな世界都市を目指しています。特に、外国人観光客の誘致に注力しており、国内外の観光客に対する情報発信やプロモーション活動に力を入れている。

(イ) インバウンド施策の取組

- ・豊岡市では、2011年から外国人観光客の増加が顕著となり、特にオース

トラリアやヨーロッパ、アメリカからの訪問者が増加している。2019年には、外国人観光客の延べ宿泊者数は約6万3,000人泊に達したが、コロナ禍によって一時的に減少している。その後、2022年10月に渡航制限が解除され、外国人観光客数は再び回復傾向にある。特に、アメリカからの観光客数が顕著に増加しており、これに伴い観光消費額も増加している。

(ウ) 観光客の属性と誘客戦略

- ・国外からの観光客の主な国別の特徴は、コロナ禍前と比べて、台湾が依然として主要な市場を占めているが、近年ではアメリカ市場の成長が顕著である。特にアメリカの観光客は、コロナ前と比べてほぼ倍増している。一方、中国からの訪問者は、依然として回復していない状況である。
- ・国内では、近畿圏からの観光客が大部分を占めており、特に兵庫県内、次いで大阪府、京都府からの来訪者が多い。東京からの訪問者は比較的少ないものの、新しい市場開拓として、東京からの誘致にも注力している。

(エ) 観光施策を支える体制

- ・観光振興の推進体制として、2016年に設立された豊岡観光イノベーションが重要な役割を果たしている。当団体は、観光政策の実行を担い、インバウンドのプロモーション活動を中心に国内の体験プログラムの販売や観光資源の開発を行っている。さらに、観光協会や市民団体、観光事業者との連携を強化し、観光政策の実効性を高めている。

(オ) 観光資源のユニークな活用

- ・豊岡市の観光地、特に城崎温泉の特徴は、温泉地全体が一つの大きな旅館のような形態をとり、外湯巡り等で観光客を迎え入れている点である。外湯巡りの文化は、1925年の北但馬地震後に復興のシンボルとして始まり、地元住民の「共存共栄」の精神が根付いている。このような温泉文化を体験できる点が、外国人観光客にとって大きな魅力となっている。
- ・温泉街の町並みは木造三階建ての建物で統一されており、景観の保全にも力を入れている。温泉街全体の町並みが美しく整備され、「まち全体が一軒の旅館」というコンセプトのもとで観光資源を最大限に活用している。

(カ) 観光客誘致のためのプロモーション活動

- ・豊岡市は、特に欧米やオーストラリアをターゲットとしたインバウンド施策を強化している。これらの国々は、個人旅行が主流であり、インターネットでの予約が一般的である。このため、「Visit Kinosaki」という英

語・フランス語・ドイツ語・中国語の多言語対応のウェブサイトを立ち上げ、外国人観光客向けの宿泊予約サービスを提供している。

・さらに、豊岡市は体験プログラムの提供にも力を入れており、特に地元の特産物を生かした体験型観光を推進している。例えば、浴衣レンタルやサイクリングツアー等を通じて、外国人観光客に対して日本の文化を深く体験してもらうことを目指している。

行政視察を通じて、豊岡市の観光施策は、地域の自然資源と文化を最大限に生かし、「ローカルの魅力を磨き上げ、グローバルに発信する」という方針が明確に示されていた。特に、城崎温泉を中心とした観光振興が、地域経済の活性化と観光客の誘致に寄与していた。「豊岡観光イノベーション」を中心とした観光振興に関わる体制が非常に充実しており、市民や観光事業者との連携を通じて、地域全体で観光を推進している点は、本市が、湘南エリアで独自の観光施策を推進していくために重要な仕組みであると感じた。

オ 愛知県半田市への行政視察における調査研究事項

半田市を視察先として選定した理由は、第3次半田市産業・観光振興計画におけるガストロノミーツーリズムの取組にて、地域資源を最大限に活用し、観光と地域経済の活性化を目指しており、特に、半田市が発酵・醸造文化を軸に観光施策を展開していることは、茅ヶ崎市における地域資源の活用の手法を検討する上で参考になると考えたためである。

(7) 観光動向の分析

・観光入込客数、施設別分析：国内外の来訪者数や年齢構成の分析、主要観光施設（半田赤レンガ建物、新美南吉記念館等）での外国人来訪者数等のデータが収集され、観光の傾向を把握している。

・観光動向の詳細な分析に向けて、主にスマートフォンの位置情報を使い、観光客の動態を「チャート」として把握できるビックデータの活用を県主導で令和6年度より本格運用を始めている。市の負担金は5万円で、加須市等の他自治体と共同で運用している。例えば、観光施設を指定し、特定の期間に訪れた人数や来訪者のランキングを調査でき、来場者がどの地域から訪れたかや、観光ルート（前後の訪問地）も分析可能である。従来のアナログな方法でのアンケート調査に頼らず、リアルタイムで効率的に観光動向を把握できるため、今後の観光施策に役立てることが期待されている。

(イ) 移動手段としてのインフラ整備

- ・既存の交通網：名古屋鉄道やＪＲ東海の鉄道網、知多バス等が運行されているが、路線バスの減少に対応するため、ＡＩデマンドバスの実証実験等、新たな移動手段の導入が進められている。
- ・レンタサイクル：観光スポット間の回遊性向上のために、レンタサイクルの拡充が計画されている。

(ウ) 先導プロジェクト

- ・半田運河蔵のまちエリア：観光地としての魅力向上を目指し、イベントやまち歩きの充実、景観形成を推進している。特に、発酵ツーリズム東海や「はんだ山車まつり」等が注目されている。

(エ) 食文化を活用したガストロノミーツーリズム

- ・発酵食文化：半田の醸造調味料や地場産品を使用したグルメ体験が推進されている。特に、「知多牛」や「尾州早すし」等、地域の食材や歴史的な料理を観光商品として展開している。
- ・インバウンド誘客：発酵食文化は外国人観光客に対して強い魅力を持つため、特に欧米豪の富裕層をターゲットにした誘客施策が進められている。

(オ) 観光振興の連携体制

- ・企業や市民団体との連携：観光協会、商工会議所、地元事業者（酒蔵や飲食店）と協力し、地域の観光資源を生かした商品造成やプロモーションが行われている。また、ボランティアガイドや観光人材の育成も進められている。

(カ) 景観保全策・規制

- ・景観保全：歴史的な街並みや文化財の保全が重要な施策となっており、「半田市ふるさと景観条例」に基づく景観形成が推進されている。発酵文化を背景にした地域づくりが進んでおり、特に半田運河周辺や亀崎地区が注力されている。

行政視察を通じて、半田市では、地域資源を活かした多角的な施策が展開されており、特にガストロノミーツーリズムや地域の食産業や歴史的・文化的資源の活用に関心をもち、力を入れている。また、市民の観光ニーズを踏まえたまちづくり

や移動手段の整備が合わせて進められており、今後さらに魅力的な観光地へと発展していくことが期待されていた。茅ヶ崎市においても、観光客・来訪者の詳細な分析を行うことでよりの確にニーズに合わせた観光施策を展開することができることから、継続的なビックデータの収集と活用が必要だと感じた。

3 提言

■ 「茅ヶ崎らしいツーリズム＝内需拡大型ツーリズム」

これまでの有識者との意見交換や行政視察における調査研究の結果、「茅ヶ崎らしさ」を活かした観光戦略とは、単に観光客を迎える「訪問型観光による外需拡大」ではなく、市民が積極的に関わり、自らの地域経済を支える「市民自身が地域資源を活用した内需拡大」を図る必要があると考える。

茅ヶ崎市には「観光名所」や「有名な観光施設」があるわけではないが、茅ヶ崎ならではの「ライフスタイル」「自然環境」、そして親しみやすさ等の「コミュニティの魅力」等、他の自治体にはない独自の価値をもっている。

「茅ヶ崎が大好き!」という市民も多く、茅ヶ崎は、仕事とプライベートの「ONとOFF」を切り替える事ができる街という声もある。このような茅ヶ崎の魅力を再発見し、市民自らが地域資源を「活用」し、地域内での消費や交流を促進することを軸にしたツーリズムを実現するために、次の視点を取り入れた施策等の検討を求める。

■ 具体的な検討事項

(1) **GPSデータ等のビックデータを活用した市民の動向調査**

内需拡大を目指すためには、市民がどのような場所に訪れているか、どのような行動を取っているかを正確に把握することが重要である。例えば、神奈川県が実施している「神奈川県観光客実態調査」では、主に観光客を対象に、国内外の観光客の本県への来訪実態を把握するために、特定の観光地等で観光客に対して対面アンケートが行われている。湘南エリアは、令和4年度が「鶴岡八幡宮」「銭洗弁財天」「江の島」「湘南ベルマーレひらつかビーチパーク」「大磯城山公園」、令和5年度が「鶴岡八幡宮」「江の島」「寒川神社」が調査対象となり、いずれの年度も茅ヶ崎市は選ばれていません。

これに対して、茅ヶ崎市としては観光客に焦点を当てるのではなく、市民自身の動向に注目し、データ化して活用することが地域経済の活性化、持続可能な発展に繋がると考える。

(7) **市民の動向データの収集と分析**

市民の訪問先や行動パターンを把握するために、GPSデータやスマートフォンアプリ等を活用して、長期的なデータ収集を行う。データ収集は結果が現れるまでに数年かかることからを早期に始めることが重要である。収集したデータを他の地域等と比較して仮説を立てることで、数値の解釈や活用方法が明確になると考える。

(イ) 市民の動向に基づいたターゲティング広告とプロモーション

市民の行動データに基づき、内需拡大に繋がるターゲティング広告やプロモーション活動を行う。市民がよく訪れるエリアや施設に関する情報をSNSやWeb広告を通じて発信し、市民が再訪したくなるようなプロモーションを実施することで、その地域の魅力や特典情報を市民に伝えるとともに、地域内での消費につなげる。また、特定の地域資源に基づくプロモーションを行い、地元特産品の割引クーポン等を提供することで、消費行動を促進する。

GPSデータ等の活用やターゲティング広告を通じて、市民が地域の魅力を再発見し、それを地域経済に繋げることができる。データを分析し、それに基づき戦略を実行することで、持続可能な観光・地域振興につながるのではないかと考える。データ分析を専門的に行っている人材等を活用し、データ分析した内容を戦略に落とし込むことが地域経済の活性化と内需拡大につながると考える。

(2) 市民による地域資源の魅力再発見とその発信

市民が地域資源を再発見し、積極的に活用できる仕組みを作ることが、地域経済の活性化に繋がると考える。

(7) 地域資源ガイド「(仮称)Re-discover Chigasaki(再発見！茅ヶ崎)」の作成と共有

現在、観光客向けには「ちがさき観光マップ」等が作成され、茅ヶ崎の観光地や名所が紹介されているが、これらは主に市外からの来訪者向けの施策であり、市民自身が自らの地域資源を再発見し、地域経済の活性化に貢献するためには、別のアプローチが必要だと考える。

茅ヶ崎市民は自分が住んでいる地域の魅力をある程度理解しているものの、他の地域の魅力についてはあまり知らないという現状がある。このため、市民の視点で「私だけが知っている茅ヶ崎の地域資源の魅力」を掘り起こし、それを行政主導でWEBサイトやガイドブックにまとめることで、広く市民へ発信して共有することが必要ではないかと考える。来訪者をターゲットにするのではなく、市民自身が自分たちの地域資源を再認識し、楽しむことが目的である。この「(仮称) Re-discover Chigasaki (再発見！茅ヶ崎)」は、市民が知らない地域の魅力や隠れた名所、地元の伝統行事や手作りの

工芸品等、日常生活の中で気づきにくい「宝物」を発掘し、それを「宝箱」として市民に届けるイメージである。すでに社会教育や市史研究の分野で進められている成果や活発な市民活動も生かして、地域の祭りや地元の特産品、地元アーティストが手がけた作品等、観光地ではないけれど地域資源として価値のある情報を集め、発信することが求められる。

このガイドやWEBサイトを通じて、市民は茅ヶ崎らしい魅力に気づき、その魅力を他の市民と共有することができると考える。これにより、市民の地域への愛着が深まり、地域経済の循環が生まれることが期待される。また、地域資源に関する新たな発見は、来訪者にとっても魅力的な情報となり、観光施策と連動して外部からの来訪（外需拡大）を促進するきっかけにもなると考える。

(イ) 市民参加型の地域資源活用促進～Choice! CHIGASAKIにおける「コト」の充実～

市民が自分の目線で地域資源を発見し、地域経済に貢献できる仕組み作りが必要である。市民自身が積極的に地域の魅力を再発見し、その魅力をまずは観光客ではなく、広く市民に伝えることが地域経済の活性化、内需拡大につながると考える。

「Choice! CHIGASAKI」は茅ヶ崎の独自資源（自然、文化、歴史、ライフスタイル）を活用し、市民参加型の体験型観光プログラムを通じて地域経済を活性化するブランドであり、このコンセプトを基盤に、地域資源を再発見し、それを最大限に活用することを目指す。現在、「Choice! CHIGASAKI」の体験項目として以下の4つが認定されている。

- ① SUPフィッシング体験スクール
- ② オリジナルサンダル手彫り体験
- ③ 茅ヶ崎パン祭り
- ④ 茅ヶ崎海辺の朝市

現在の認定項目に加え、市民がガイドとなり、地域の自然や歴史、食文化、農産物を活かした体験型ツアーを提供し、市民が地域資源の魅力を観光客へ伝え、地域資源の価値を深く知ってもらえるのではないかな。

市民が積極的に参加するためのプラットフォームを提供し、地域資源の活用方法を共に考え、実行するサポート体制を整えることが必要である。この取組により、市民の誇りと地域経済の循環が促進され、茅ヶ崎の魅力が広がるのではないかな。市民と観光客が共に学び、楽しむことで、地域の絆が深まることが期待される。市民主導の地域資源発見と「Choice! CHIGASAKI」を活用する

ことで、持続可能な観光振興と地域経済の活性化が実現するのではと考える。

(3) シェアサイクル事業の地域活性化と内需拡大に向けたさらなる推進

シェアサイクル事業は、観光地の周遊を促進するだけでなく、市民の日常的な移動手段としても有効であり、地域経済の活性化に貢献する可能性を多く持っている。地域間のアクセス改善や公共交通機関の補完的な役割を果たすシェアサイクルの利用促進には、観光振興とともに市民の生活利便性向上を目指した取組が求められている。今後は、観光客と市民が共に利用できる環境を整え、地域の活性化を図るためのさらなる施策が必要となると考える。

(7) ステーションの増設と利用者データに基づくサービスの最適化

現在、来訪者が観光で利用しやすいように、東海道線や相模線の駅周辺の観光スポット、公共施設、コンビニエンスストア等、33か所に220台のラックが設置されている。さらに利用促進を図るためには単にステーションを増設するだけでなく、市民が日常で利用しやすくするため、住宅街等へのステーション配置を検討することが必要だと考える。

シェアサイクル事業は観光利用を主とするため、土日等に稼働率が高く、平日の稼働率が低くなる傾向がある。茅ヶ崎市は利用者数が増加傾向であるが、土曜日及び日曜日の利用が多く、近隣市町と比較すると、平日に対する土日の利用率が高く、日常利用に比べて観光等の利用が多い傾向にある。

この課題を解消するためには、市民が日常的に利用できる仕組みを整備することが必要ではないか。例えば、通勤や買い物等の生活圏内での利用を促進することにより、平日の稼働率を引き上げ、安定した事業運営が可能となるのではないか。さらに、シェアサイクルの利用状況データを活用し、ピーク時の混雑緩和や利用者動向に応じた自転車台数の調整を行うことで、効率的なサービス提供が可能となり、利用者が便利に自転車を利用できる環境が整うと考える。

(4) シェアサイクル利用区域内のインフラ整備

シェアサイクルの利用促進には、単に自転車を提供するだけでなく、利用者が快適に過ごせるインフラを整備することが重要になる。具体的には、シェアサイクルの利用区域内に、観光客や市民が利用できるカフェや有料の休息スポット等の施設を整備することが有効ではないか。これらの施設は、

利用者が休憩を取りながら自転車を利用し続けることができる場所として機能し、シェアサイクルの利便性向上に寄与する。また、観光スポットや主要なサイクリングルートに沿ったエリアにこうした施設を配置することで、訪れる人々がより長時間滞在し、周辺の商業施設や観光地への訪問を促すことができる。

さらに、休憩スポットを提供することで、シェアサイクルの利用が観光地への移動だけでなく、地域の散策や観光地間を移動する際の便利な手段となることが期待できるため、シェアサイクルの利便性だけでなく、地元経済、内需拡大への効果も期待できると考える。

4 おわりに

本提言では、茅ヶ崎市の観光振興において、「茅ヶ崎らしいツーリズム」を「内需拡大型ツーリズム」として位置づけ、市民が主体となり地域資源を活用して地域経済を活性化させる施策等を提案した。このアプローチは、「観光地化＝外需拡大」を目指すのではなく、茅ヶ崎らしい魅力を最大限に発揮し、地域住民の参加によって内需を拡大していくことに重きを置いている。外部からの観光客や来訪者が訪れたくなるまちづくりは、市民が地域の魅力を再発見し、それを地域内で共有し、楽しむことで自然と実現されるのではないかな。

厳しい財政状況が続く中で、大きな予算をかけて外部の観光客を誘致する「観光地化」を進めるのではなく、地域資源を最大限に活用し、市民が主体となる「内需拡大」に向けた方向性が重要であると考えている。市民が地域の魅力を自ら発見し、それを地域内で楽しみながら活用することで、持続可能で循環型の経済が育まれ、その結果として外部からの観光客や来訪者が引き寄せられることになるのではないかな。このような地域内からの活性化こそが、長期的に見て茅ヶ崎の魅力をより強固にすることにつながるのではと考える。

「内需拡大型ツーリズム」の実現は、市民の誇りを育て、地域社会の絆を強化し、持続可能な観光振興を推進する礎となるのではないかな。そして、内需の拡大を通じて自然に外部からの関心が高まり、来訪者を迎えるまちづくりが進んでいくことを期待している。

本提言が、茅ヶ崎市の観光戦略の新たな道しるべとなり、地域経済の活性化と持続可能な発展に貢献することを心より願い、結びとする。