



良きライバル意識が地域を磨く ～愛着と誇りを生み出す「観光エリアマネジメント」という考え方

帝京大学 経済学部 観光経営学科 大下ゼミ

前回の北区の観光まちづくりの続編をレポートしようと考えていましたが、北区観光の数々の魅力が生み出されている原点を考えているうちに大事なことに気づきました。今回は、そこを掘り下げてレポートしたいと思います。

■「王子」vs「赤羽」(北区)・「蒲田」vs「大森」(大田区)

「北区」は全体としての強い地域イメージはないものの、王子は文化的なイメージ、赤羽は賑わい、そして田端は鉄道と、北区を構成している地区ごとのイメージはかなり鮮明で、それぞれのファンが数多くいます。

おっ!! まっちゃん～93号(2016年1月)のレポートで先輩方が大田区を取材しましたが大田区も同様。文化の大森と賑わいの蒲田のライバル意識が今も残っていると聞きました。さらに、蒲田の周辺の羽田(漁村から空港へ)や池上(本門寺と梅園)、馬込(文土村)、六郷(多摩川土手)等の各地区にもそれぞれの個性が豊かなため、逆にオール大田区となると、強いイメージづくりにつながっていないとのこと。北区と同様の悩みを感じました。

このライバル意識があることは、地域の統一イメージづくりにはおいては一見マイナスの力が働いているように思われるものの、観光まちづくりを進める原動力になっているものと取材して感じました。



王子の飛鳥山公園には渋沢栄一の史料館があります。深谷の記念館と同様に、等身大のパネルが来場者を迎えてくれています。

■観光エリアマネジメントとは・・・

大田区では、2018年度に『大田区観光振興プラン2019-2023』が検討され、大下先生が委員長を務められました。同プランでは、区全体として取り組む観光とは別に、異なる特性を持っている地区がこれまで取り組んできた地区単位での観光資源を活用し、適切な観光振興策を考案・実施していく「観光エリアマネジメント手法」を新しく導入することで、観光の取組みの一貫性と継続性・持続性を維持できると示しています。

地域の中には少なからずライバル意識はあります。それを巧く引き出すことで、新たな観光資源の掘り起こしや磨きかけにつなげ、その取組みを通じて地域に対する愛着と誇りを高めようとする「観光エリアマネジメント」の考え方は、先進的な取り組みであり、今後、多くの地域の手本となるのではないかと思います。



赤羽の人気店では昼でも長蛇の列が・・・、これだけ並ばれていると、つい並んでみたくなるものです。

■住民参加⇒市民協働⇒市民自治への展開

人口が伸びなくなる時代は、これまで造ってきたインフラや施設を使い勝手のよいようにリニューアルして使う時代であると、授業やゼミで散々聞かされました(もちろん試験にも出ました)。新しく道路や公園をつくる時、また新しい観光・集客プログラムを考える時も、地域の住民の意向や考えを取り入れる「住民参加」の手法が採られてきました。

そして現在は、観光分野においては、「住民参加」からその先の「市民協働」へと向かってきています。観光まちづくりの最前線は、「市民協働」を通じて地区単位で観光資源を管理・活用し観光・集客の商品づくりにつなげていく時代に向かっているのではないのでしょうか。観光を通じて地区に収益をもたらす新しい商品づくりへの取組みこそが、観光エリアマネジメントに求められる関係者の姿勢であり、「市民協働」から「住民自治」へとつながる一歩先の地域のあり方を示しているのです。観光まちづくりに関わる主体がそれぞれの想いの花を咲かせる「令和」の時代の幕開けです。



王子は都電が走っています。新しい形式の都電は、懐かしさと斬新さの両方を感じることができうる大切な観光資源でもあります。

担当(高林風馬・大澤亮介(大下ゼミOB・現在(一社)東京北区観光協会)

