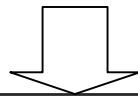


観光による経済（地域商業）活性化のための視点

1. 現状認識と課題（第5回再生検討部会の意見も踏まえて）

- ①人口減少、高齢化による域内（内需）縮小による外需取込みの必要性
- ②ラグビーワールドカップ 2019 本市開催に向けての外国人対応の必要性
- ③観光振興に向けての戦略的ビジョンづくり、人づくり、組織づくりの必要性



本部会における課題設定

『観光消費と域内経済の循環力強化による地域商業活性化』

2. 課題解決に向けた視点

①観光消費額の向上による地域商業活性化への視点

- 地域の飲食店・土産物店等への来客数及び客単価向上に向けた取組み
 - まち歩き等による商業集積地内回遊性の向上
 - 店舗の特色を紹介する飲食マップ等の作成
 - 店主によるきめ細かい接客・商品説明等
- 外国人観光客向けの多言語案内機能の充実
 - ハード面：案内看板、店舗等における対応マニュアルの整備等
 - ソフト面：対応人材の育成、モバイルアプリケーション整備等

【事例】まち歩きイベントにおける地元商店との連携（東大阪観光協会）



まち歩きイベント開催時に地域の店舗の協力を得て、店内にてお店の歴史やこだわり等を紹介しながら参加者へ地元名品の提供や販売を行うことで、観光による地域経済活性化を実施。

②域内循環力強化による地域商業の活性化

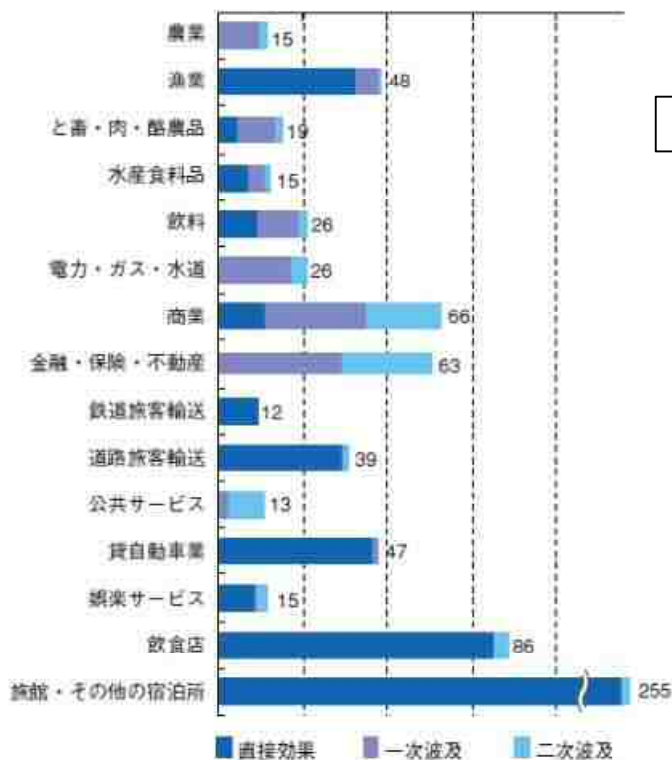
域内循環とは、外需拡大の好影響をより多くの産業にもたらしするための取組みで、観光客が多くの消費を行ってもそれが地域外に漏出してしまえば経済波及は生まれず、地元産の食材使用（地産地消）や、地元産の土産の提供によって観光消費を効率的に地域経済に結び付けるとともに、産業（1次産業～3次産業）間での連関力を高めていくことを目的としている。

【事例】地産地送運動（東大阪観光協会）

東大阪に住む市民や企業が、地元東大阪の商品や製品をお中元やお歳暮の時期に贈り届けることによって地域経済活性化を目指すプロジェクト。オリジナルのカタログを作成し、商品や製品を手にとりいただいた方にファンになっていただく目的で東大阪観光協会（東大阪物産観光まちづくりセンター）が平成21年度より実施している。



図1：産業別にみる観光消費の生産波及効果



飲食、商業は、旅館・その他の宿泊所に次いで、観光消費における生産波及効果が高い。

地域内での産業間での連関力を強化し、域内需要を掘り起こし、観光消費を地域の安定的産業振興につなげていく視点が必要。

そのために…

●当事者意識の醸成が必要（各事業者が地域の中でお金をまわす意識づくり）

●地場産品の積極的活用と域内調達率を高めることの重要性

図2：観光消費を基点とするお金の流れ

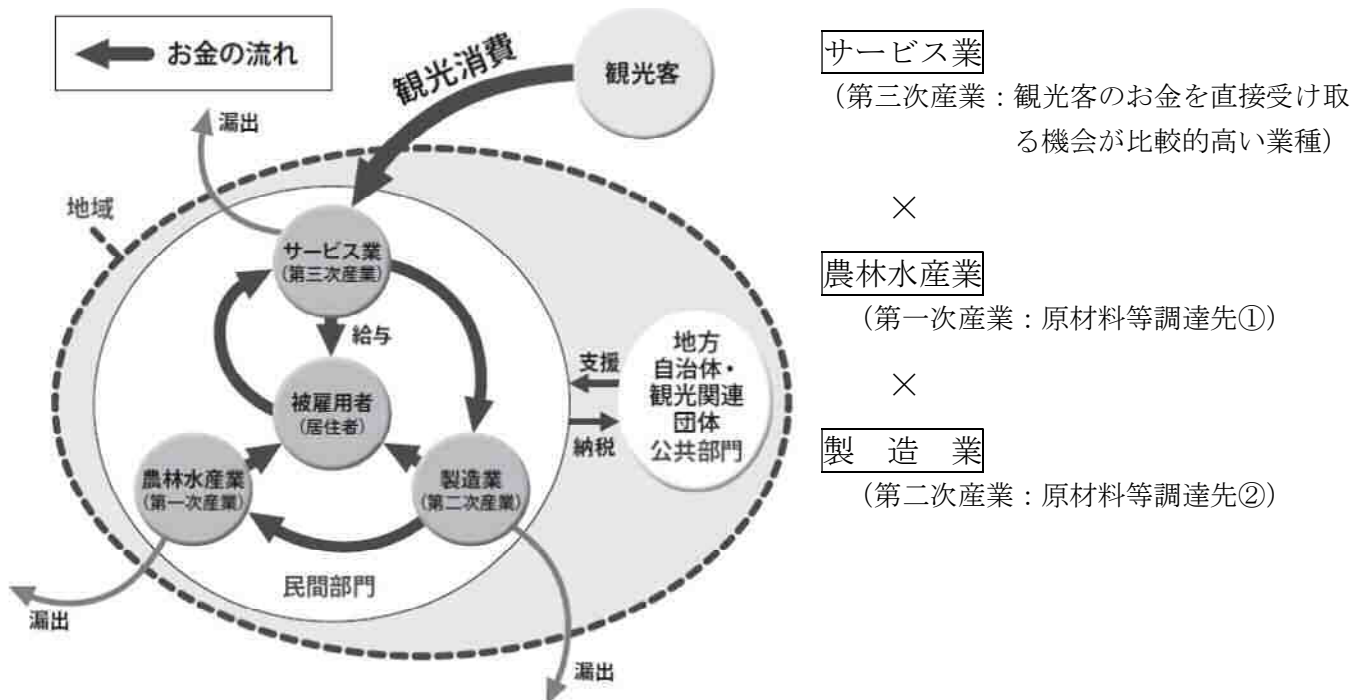
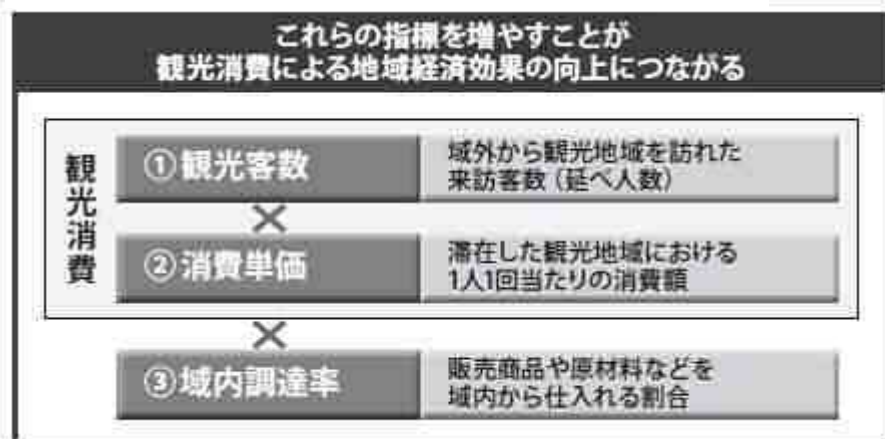


図3：観光消費の経済波及効果を構成する3つの指標



(図2、3 出典：「観光消費を源とする地域経済活性化の道筋を探る」,2015,(公財)日本交通社)