

# 新型コロナウイルス感染症の市内経済への影響調査及び持続的・地域振興策研究

静岡英和学院大学 人間社会学部 毛利ゼミ

指導教員：准教授 毛利康秀

参加学生：成田 蓮、遠藤平晟、高橋海渡、蔭山恭介、倉本雅基、  
木幡海里、杉山龍平、鈴木 陽、曹 金昊、長尾結菜、  
任 真真、服部佳奈、吉村凌弥、LIU XIN

## 1 要約

- (1) 新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) の流行 (以降「コロナ禍」と表記) が御殿場市に及ぼした影響について、フィールドワーク、聴き取り調査、インタビュー調査、アンケート調査を行って実態の把握を行い、コロナ禍後を見据えた持続的な地域振興・観光振興を目指した提言の取りまとめを試みた。
- (2) フィールドワークおよび聴き取り調査の結果、コロナ禍は御殿場市の地域経済および観光に大きな影響を及ぼしたことが再確認できた。特に商店街は深刻な打撃を受けているが、業種にもよること、イベント開催の意欲が高いこと、御殿場プレミアム・アウトレットは比較的健闘していることが明らかになった。
- (3) 3つの商店街を代表するとキーマン3名にインタビューを行った結果、観光客を意識した取り組みも行っているマイロード商店街、地元向けのサービスに特化した森の腰商栄会、両者の中間に位置する湯沢商店会といったように、商店街による特色の違いが明らかになった。
- (4) 観光客向けにアンケート調査を行ったところ、県外からの訪問、特に東京都からの訪問が多数を占めた。御殿場を初めて訪問した人は23.9%、複数回訪問している人は76.1%となり、コロナ禍以降も複数回訪れる人が多くを占め、御殿場を繰り返し訪問するリピーターの観光客が戻りつつあることが分かった。
- (5) 御殿場で今後期待したい取り組みとして、「観光スポットで利用できる割引クーポンの発行」、「御殿場らしさが楽しめる企画・イベントの開催」、「御殿場ならではの特産品の発売」、「公共交通機関の充実」などが上位に挙がり、商店街においては「御殿場らしさが楽しめるイベント」の開催への意欲が高かった。総合的に検討した結果、短期的には関係各所の連携を深めつつ「御殿場ならではのイベントの開催」に取り組み、長期的には地域のニーズに合わせたサービスを洗練させつつ、「御殿場プレミアム・アウトレット」との相乗効果が得られる観光まちづくりを進めていくのはどうか、という提言を取りまとめた。

## 2 研究の目的

新型コロナウイルス感染症の世界的な流行 (以下、コロナ禍) は、2022年になっても継続している。コロナ禍の長期化は静岡県の地域経済に大きな影響を及ぼしており、特に首都圏に近い御殿場市は深刻な打撃を受けている。

「全国旅行支援」など観光需要の喚起策が推進され、徐々に観光客が増えつつあるとされるが、予断を許さない。

毛利ゼミでは、令和3年度ゼミ学生等地域貢献推進事業で御殿場市からの課題研究に採択され、御殿場市商工振興課および御殿場市商工会、御殿場市観光協会の協力をいただき、関係者への聞き取り調査・店主へのアンケート調査を実施した。その結果、大半の店で売上げが半分以下に落ち込んでいたこと、とりわけ飲食業への影響が大きかったこと、販路の新規開拓は少なく、常連客へのDM発送やフォローアップの徹底といった「守りの姿勢」が重視される傾向が見いだされたこと、今後の経営の見通しについては店主の世代による違いが明らかになったことなど、一定の知見を得ることが出来た。しかし、持続的な地域振興への見通しを確かなものにしていくためには、調査および検討の積み増しが必要であると考えた。そこで、今年度は昨年度の取り組みに積み増しする形で、商店街のキーマンへのインタビュー調査・観光客へのアンケート調査を行って実情の把握を行い、御殿場市の特性に合わせた持続性のある地域振興・観光振興を目指した提言の取りまとめを試みる。

## 3 研究の内容

毛利ゼミナールの中から御殿場を主に担当する研究班を編成して、現地へのフィールドワークならびにインタビュー調査およびアンケート調査等の活動を行った。概ね、以下のようなスケジュールで進行した。

- ・ 9月 9日 御殿場市を訪問、御殿場市役所、御殿場市商工会、御殿場市観光協会の担当者に挨拶
- ・ 10～11月 御殿場市に関する学習、インタビュー調査およびアンケート調査の設計
- ・ 11月11日 御殿場市内へのフィールドワークの実施  
(図1～図3参照)
- ・ 12月 9日 商店会キーマンへのインタビュー調査を実施  
(図4～図6参照)
- ・ 12～1月 観光客向けアンケートの実施
- ・ 12～1月 インタビュー結果の検討、アンケートの集計・分析、提言の取りまとめ

## 4 研究の成果

### (1) 当初の計画

御殿場駅周辺に位置する3つの商店街に着目し、それぞれの商店街のキーマンへのインタビュー調査を行い、商店街の特色、コロナ禍の影響、観光客への対応について違いを明らかにしていく。また、御殿場を訪れた観光客へのアンケート調査を行い、どこから来たか、コロナ禍前後の訪問回数、どの観光スポットを回るのか、御殿場に期待する事柄等について質問し、観光客の動向およびニーズを把握する。これらのデータを総合的に分析・検討することによって、まず短期的課題への対応、そして長期的には新型コロナウイルスの流行の終息後も見据えた課題の抽出および取り組みへの検討を行う。

### (2) 実際の内容 (B:一部修正)

当初の予定では観光客に対するインタビュー調査も企図したが、依然としてコロナ禍の影響が残っていて実施に困難が予想されたこと、アンケート調査の準備に手間取ったことにより、今年度の実施を断念した。御殿場市観光協会の協力は引き続き得られているので、引き続き調査活動をしてデータを収集していく予定である。

### (3) 実績・成果と課題

感染リスクを低減させるためにフィールドワークの回数は最小限に抑え、影響が軽微な時期を選んで実施した。

フィールドワークは商店街の巡検を中心に行って景況感の把握を行うとともに、市役所および商工会での担当者への聴き取りを行った。その結果、飲食業への影響が特に大きく、国・県・市の支援を受けながら経営努力が続けられていることがあらためて確認できた。「御殿場プレミアム・アウトレット」については、コロナ禍の影響が比較的軽微であった。聴き取り調査では、若手経営者を中心に「御殿場らしさが楽しめるイベント」の開催意欲の高い傾向が見られた。

商店街のキーマンへのインタビュー調査は、12月9日に行った。御殿場市商工会で経営指導に携わる担当者からの推



図1～図3 御殿場市内のフィールドワーク



図4～図6 商店街キーマンへのインタビュー調査

薦によって、マイロード商店会、湯沢商店会、森の腰商栄会から1名ずつのキーマンの協力を得た。インタビュー結果の概要は以下の通りである。

マイロード商店会は、御殿場駅の近くに立地している。同商店会役員のK氏によると、コロナ禍で厳しい店舗が多いが、予約などの感染対策や近隣へのカメラの設置による防犯対策などが行われていること、観光客を商店街に呼び込む観光振興策として、富士山の景観撮影を目的とした観光や、トレッキングツアーの開催、それらを行うツアーの開催や、富士山と撮る七五三などのPR活動を進めていることが語られた。

湯沢商店街は、駅の北西側に位置している。会長のS氏によると、コロナ禍によってホテルや旅館、飲食店などの業種がダメージを受けたことにより、ガスなどの関連商品を扱う商店も大きな影響を受けたこと、しかし腐葉土など園芸関連の業種はダメージが少なかったこと、SNSなどのインターネットを用いた宣伝を行っていないため、顧客層としては高齢者の方や農家の方が多いこと、地元の住人向けにはコロナ禍の対策として宅配に力を入れていることが語られた。観光振興策としては、駅から比較的近いこと外国人観光客も見られること、御殿場市がロードレースでオリンピックのコースとして選ばれたことから、自転車の形をした花入れを近隣の店舗に配り、景観の向上を図るなどの活動を行っていることが語られた。

森の腰商栄会は、駅の南西側に位置している。事務局のO氏によると、コロナ禍以前から厳しい状況だった商店街はコロナ禍によってより厳しい状態となり、経営難や後継者の問題によって廃業する店舗が多くなり、これまでのバランスが崩れてしまったことが語られた。対策として、やる気のある店主が中心となって取り組みを進めていること、具体的には商品の宅配や顧客の送迎、店舗限定のポイントサービスなど、地元の住人向けのサービスを充実させていることが語られた。観光振興策については、駅から距離があるために普段は観光客がほとんど来ないこと、地域の祭りなどで観光客が一時的に増えても集客にはつながらなかったこと、そのため、観光客向けよりは地元の住人向けのサービスへの特化を指向していることなどが語られた。インタビューの結果による商店街の特色をまとめると、表1のようになった。

表1 キーマンへのインタビュー調査による商店街の特色

商店街	マイロード商店街	湯沢商店会	森の腰商栄会
キーマン	役員 K氏	会長 S氏	事務局 O氏
商店街の立地	御殿場駅富士山口(駅の西側)すぐに立地	御殿場駅から北西方向に徒歩5分程度のエリアに立地	御殿場駅から南西方向に徒歩10分程度のエリアに立地
商店街の特色	駅前位置しており、飲食店が多い。飲食店は夜の方が繁盛している。女性向けの店が少ない。高校生のたまり場になるような場所もない。	衣料品店や和服店が多く、工事系の店も多い。青果店・生鮮食料品を取り扱う店が少ない、喫茶店も少ない。休憩出来る場所がない。	まちづくり会社や協同組合が連携して活動している。高齢者向けの宅配・送迎サービスの充実など、地域に密着した展開を心がけている。
商店街の利用者	地元の方が中心だが、観光客も来ている。自衛隊の関係者も多く来ていたが、コロナ禍の影響でほとんど来なくなった。	地元の方が中心。車の利用が多いが駐車場が少ない。車を止められる場所を確保したいところ。観光客は少ない。	地元の高齢者が中心。駐車場は一応確保されており、車での買い物が多い。駅から遠いので観光客は殆ど来ない。
コロナ禍の影響	大きな影響を受けた。経営の厳しい店舗が多い。飲食店など、支援が厚かった業種は何とか持ちこたえた。	大きな影響を受けたが、少しずつ盛り返してきている。地元の住人や農家のクチコミで来街者が確保できている。	影響は甚大で、廃業する店舗が多く出て、これまでのバランスが崩れてしまった。やる気のある個店は健闘している。
商店街のあり方	市営駐車場の屋上から富士山がよく見渡せるので、富士山を望む景色の良さをアピールしたい。富士山を活かしたまちづくりが必要。イベントを積極的に開催し、情報発信にも力を入れて、観光客を増やしていきたい。	過去にイベント行ったが、あまり効果がなかった。地元の住人や農家の方へのサービスを充実させつつ、オリンピックのレガシーを活用し、サイクリングに力を入れたまちづくりを進めて、観光客も呼び込みたい。	商店街全体を盛り上げるというより、やる気のある個店を中心に頑張っていけば良い。商店街の組織にこだわる必要はないのではないか。宅配や顧客送迎など、地元の住人向けのサービスの特化で生き残りを図りたい。

観光客向けのアンケートは、御殿場市観光協会の協力を得て御殿場駅前の観光案内所および御殿場プレミアム・アウトレット内の観光案内所で、2022年12月から2023年1月にかけて実施した。回収の目標設定数は200とし、最終的に175通が回収され、無有効回答数163を得た。設定数に対する有効回答率は81.5%となった。集計結果の概要を以下に記す。

初めて御殿場を訪れた人は約4分の1 (23.9%、39人) で、残りの約4分の3 (76.1%、124人) は複数回訪れているリピーターであった。コロナ禍以降初めて訪問した人は約3分の1 (34.4%、56人) であり、逆に言えばコロナ禍後も複数回訪れている人が多く、観光客が戻りつつある傾向が裏付けられた。御殿場の今後で期待したいことを質問したところ表2のようになり、観光スポットで利用できる割引クーポンの発行、御殿場らしさが楽しめる企画・イベント等の開催、御殿場ならではの特産品の発売が上位を占め、御殿場ならではの商品や料理を割安で求めるニーズが高いことが判明した。御殿場のイメージについて質問したところ表3のようになり、プレミアム・アウトレットがある街が最も多く、富士山への入口の街が続いた。御殿場は、プレミアム・アウトレットがある街としてのイメージが確立していると言え、観光客に向けては、富士山のイメージも加えた振興策を進めることで「御殿場らしさ」を打ち出していけるのではないかと考えられる。

#### (4) 今後の改善点や対策

コロナ禍の影響が残る中で調査活動を続けたが、観光客向けのアンケートの準備に手間取ったため、観光客向けのインタビュー調査は見送らざるを得なかった。今後の課題にしたい。

## 5 地域への提言

コロナ禍は地元の商店街にも大きな影響を及ぼし、厳しい状況も続いているが、全体として何とか持ちこたえていることが分かった。「御殿場プレミアム・アウトレット」とも共存出来ており、御殿場の特色をなしていると言える。地元の商店街は、駅前で観光客を呼び込みたいところ、地元住人へのサービスに特化したところ、その中間を模索するところと、商店街による特色の違いが浮き彫りになった。よって、それぞれのエリアの特色を活かしたまちづくりが有効であると考えられる。具体的な振興策として、短期的には御殿場ならではのイベントの開催に取り組み、長期的には地域のニーズに合わせたサービスを洗練させつつ、「御殿場プレミアム・アウトレット」との相乗効果が得られる観光まちづくりを進めていく方向性が考えられる。また、駅前のエリアを中心に「御殿場らしさ」を意識した景観の形成（ファサード整備）も検討課題になりうる。短期的・長期的な両側面についての取り組みを進めることによって、持続的な発展へつなげていくことが期待される。

## 6 地域からの評価

研究成果の取りまとめが1月末までかかったため、2月時点では集計結果の速報を順次フィードバックしている状況で、地域からの評価をいただくのはまだこれからという段階である。御殿場出身の学生も含まれ、学生の関心は全般的に高いので、引き続き御殿場をフィールドとした取り組みを続けていきたいと考えている。

### 謝辞

この研究を進めるにあたり、ふじのくに地域・大学コンソーシアム、御殿場市商工振興課および御殿場市商工会、商店会の役員の皆様、御殿場市観光協会ならびに観光客の皆様にご多大のお世話になりました。ここに感謝の意を申し上げます。

表2 御殿場の今後で期待したいこと(複数回答可)

	人	%
観光スポットで利用できる割引クーポンなど	64	41.6%
御殿場らしさが楽しめる企画・イベント等	54	35.1%
御殿場ならではの特産品の発売	53	34.4%
公共交通機関の充実(電車の本数増など)	49	31.8%
御殿場プレミアム・アウトレットの再拡張	43	27.9%
御殿場ならではの料理の提供	42	27.3%
無料駐車場の充実	22	14.3%
新たな娯楽施設・商業施設等の誘致	20	13.0%
道路の充実(道路の拡幅など)	15	9.7%
その他	5	3.2%
回答計	367	
回答者数=	154	

%は1つ以上回答した回答者数に対するもの

表3 御殿場のイメージ(10件以上の回答があったもの、複数回答)

	人	%
プレミアム・アウトレットがある街	122	76.3%
富士山への入口の街	104	65.0%
自衛隊が身近な街	49	30.6%
自然が豊かな街	36	22.5%
観光の街	27	16.9%
暮らしやすそう	21	13.1%
人情が豊かな街	16	10.0%
農産物のおいしい街	16	10.0%
遊べる所が少ない	15	9.4%
商業の街	12	7.5%
畜産物のおいしい街	12	7.5%
何かと便利そう	10	6.3%
ぜひ住んで見たい街	10	6.3%
その他(9件以下の回答の合計)	61	38.1%
回答計	511	
回答者数=	160	

%は1つ以上回答した回答者数に対するもの