

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：倉本雅基、小澤光輝、佐々木虎鉄、ILMA NUR MAULIDA、
WIDYA MEDIANTO、川津慎之輔、北川龍之介、椎名優斗、
JELITA OKTAPIDA、杉山智咲、鈴木天渚、常木美桜、
馮斌斌、保本京華、吉野さくら、YOON KHIN KHIN、
RUMANTE DANNARI

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）の終息後をにらみ、御殿場市をフィールドとして現地調査、聴き取り調査、アンケート調査を行い、データの分析・検討を通して、コロナ禍後を見据えた御殿場市の持続的な地域振興・観光振興を目指した提言の取りまとめを試みた。
- (2) 現地調査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が、行政や商工会からの支援により立ち直りが図られていることが分かった。
- (3) 御殿場駅周辺の中心市街地の再活性化が重要な課題であるが、御殿場市商工会が実施したアンケート調査の結果を分析したところ、市民が駅周辺の施設および店舗を利用する頻度は高いとは言えず、様々な要望が出ているにも関わらず、現況で満足しているとする数値が高く出ている。
- (4) 御殿場市は、地域経済の浮揚のため、デジタル地域通貨「富士山Gコイン」の普及に力を入れている。既に市民の半数以上が利用し、一定の経済効果をもたらしているが、利用者にアンケート調査を実施したところ、日常的に利用している割合は少なく、プレミアム頼みの実態も浮き彫りになった。
- (5) 今後に進めていきたい取り組みとして、短期的には中心市街地において「富士山Gコイン」の利用促進策と連動した地域イベントを積極的に開催して地域経済の活性化を図ること、長期的には「富士山Gコイン」の利便性をさらに拡張してプレミアムに依存しない利用の定着策を推進していくこと、中心市街地の現況に満足することなく、市民からの要望のうち緊急度および実現可能性の高いものから実現させていくことを目指し、これらの取り組みを結ぶキーワードとして「地元への愛着」を掲げていくのはどうか、という提言を取りまとめた。

2 研究の目的

コロナ禍は、2023年になってようやく沈静化しつつあり、引き続き感染予防対策を実施しながら本格的な地域振興・観光振興へ向けた取り組みを進めていくことが課題になっている。毛利ゼミでは、令和4年度に御殿場市内へのフィールドワークおよび調査活動を実施し、短期的には御殿場ならではの地域イベントの開催に取り組むこと、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こと、それぞれのエリアの特色を活かした活性化策を進めていくこと、といった方向性を提案した。そして、御殿場市はデジタル地域通貨「富士山Gコイン」の普及と利用促進に力を入れていることから、令和5年度は「富士山Gコイン」の利用実態および利用意識の把握を試み、特に、中心市街地の活性化策との相乗効果を高めていくための基礎データを得ることを目標とした。この目標を達成するため、中心市街地の現地調査、市役所および御殿場市商工会への聴き取り調査、地域イベントへの参加者を対象としたアンケート調査等を実施し、得られたデータの分析・検討を行うこととした。

3 研究の内容

毛利ゼミ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。主に2年生が担当したが、御殿場に近い小山町の出身で、昨年度のフィールドワークに参加した3年生も、サポート役として加わった。

概ね、以下のようなスケジュールで進行した。

- ・ 9月 4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
- ・ 9月～11月 御殿場市の概要に関する学習、デジタル地域通貨「富士山Gコイン」に関する学習
- ・ 11月10日 御殿場市内へのフィールドワークの実施 (図1～図5参照)
- ・ 11月～12月 市役所の協力を得てアンケート調査を実施
- ・ 12月～1月 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

御殿場駅周辺の中心市街地に着目し、活性化するために必要と考えられる事柄について検討する。御殿場プレミアム・アウトレットとの対比を通して、商店街の置かれた現状を再確認する。御殿場デジタル地域通貨「富士山Gコイン」への理解を深め、利用実態および意識を把握するためのアンケート調査を行う。また、御殿場市より「富士山Gコイン」に関するデータを提供してもらい、分析を進める。さらに、御殿場市商工会が行ったアンケート調査の分析も行って、中心市街地への訪問状況や駅周辺施設や店舗の満足度や要望についての確認を行う。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、そして長期的にはコロナ禍の終息後を見据えた持続的振興策への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「富士山Gコイン」の取扱店に対するアンケート調査ならびにインタビュー調査も企図したが、必要な準備および作業量が多く、今年度の実施を断念した。御殿場市からは「富士山Gコイン」の使用状況に関するデータを提供してもらったが、集計・分析作業に手間取り、今回の報告に間に合わせられなかった。この分析は引き続き行うとともに、次年度以降に本格的な調査を実施する予定である。

(3) 実績・成果と課題

ゼミの時間を利用して、御殿場市に関する事前学習を行った上でフィールドワークに臨んだ。当日は雨天となったが、中心市街地および商店街の探索は予定通り実施できた。

駅前の観光案内所、御殿場市役所、御殿場市商工会を訪問し、担当者より現況に関する話を伺った。コロナ禍を脱して観光客が徐々に戻りつつあることや、「富士山Gコイン」の展開状況について、コロナ禍から立ち直るための市内の事業者への支援の状況に関する知見が得られ、事前学習では掴みづらかった全体像を補強することができた。御殿場プレミアム・アウトレットの観光案内所も訪れたが、雨天にも関わらず大勢の人出で賑わっており、駅前の商店街の人通りの少なさと対比が際立ち、学生に強い印象を残した。



図1 御殿場駅前の観光案内所を見学した時の様子



図2 御殿場市役所を訪問した時の様子



図3 御殿場市商工会を訪問した時の様子



図4 商店街を探索中の様子



図5 御殿場プレミアム・アウトレットでの様子

フィールドワークから戻った後は事後学習および、アンケート調査の集計と分析を行った。主な分析結果は以下の通りである。

一つは、2023年10月8日、9日に開催された「ごてんばの日」の地域イベントで御殿場市商工会が実施したアンケートのデータ入力・集計・分析を行った。回答数は702あり、性別が記載され男女別に集計可能なデータは684あった（男性255、女性429）。

中心市街地に関する質問項目のうち、利用頻度については表1のようになった。男女別で有意な差が認められる。よく利用する施設に関する表2と併せて検討すると、駅周辺の商店街は飲食店が多い一方、日用品や生鮮食料品を扱う店舗が少なく、生活習慣の違いが利用機会に影響を及ぼしている可能性が考えられる。御殿場駅周辺の施設や店舗の満足度は表3のようになり、男女とも現状に「満足している」とする回答が多くを占める結果になった。アンケートでは自由記述の欄があり、子育て支援などの要望が多数記述されているにも関わらず、現状で良しとしている声も多いのは意外であった。御殿場の魅力で思い浮かぶものについては表4のようになり、御殿場は観光の街というイメージが強く、御殿場プレミアム・アウトレットを筆頭とする商業施設の印象も強くなっている。

もう一つのアンケートは「富士山Gコイン」に関するもので、同コインの利用者を対象とし、11月23日に御殿場駅前で開催された「駅まえ〜る2023Part2」に合わせて実施した。同内容のアンケートは11月から12月にかけて御殿場市役所でも行った。設定数200に対して89回収でき、うち有効回答は85、設定数に対する有効回答率は42.5%であった。

使用頻度については表5のようになり、ほとんど毎日使用している人は3.6%、一週間に1回以上使用している人を合わせても2割に満たなかった。「富士山Gコイン」は御殿場市民の半数以上に普及しているが、アクティブな

表1 御殿場駅周辺施設の利用頻度

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
よく利用する	32	12.5%	27	6.3%	59	8.6%
たまに利用する	88	34.5%	140	32.6%	228	33.3%
ほとんど利用しない	83	32.5%	194	45.2%	277	40.5%
無回答	52	20.4%	68	15.9%	120	17.5%
合計	255	100.0%	429	100.0%	684	100.0%

** P<0.05

表2 御殿場駅周辺でよく利用する施設(複数回答可)

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
飲食店	86	68.3%	100	50.0%	186	57.1%
コンビニ	35	27.8%	75	37.5%	110	33.7%
けやきかん	15	11.9%	32	16.0%	47	14.4%
観光案内所	14	11.1%	21	10.5%	35	10.7%
書店	10	7.9%	23	11.5%	33	10.1%
駅前サービスセンター	5	4.0%	22	11.0%	27	8.3%
カフェ	4	3.2%	16	8.0%	20	6.1%
その他	4	3.2%	18	9.0%	22	6.7%
回答計	173		307		480	

%は回答者数に対する割合

126 =回答者数

200 =回答者数

326 =回答者数

表3 御殿場駅周辺施設・店舗の満足度

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
満足している	113	44.3%	164	38.2%	277	40.5%
満足していない	64	25.1%	135	31.5%	199	29.1%
無回答	78	30.6%	130	30.3%	208	30.4%
合計	255	100.0%	429	100.0%	684	100.0%

ns

表4 御殿場の魅力で思い浮かぶもの(複数回答可)

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
観光施設(富士山・秩父宮公園など)	143	69.4%	272	73.1%	415	71.8%
商業施設(アウトレット・時之栖など)	124	60.2%	247	66.4%	371	64.2%
レジャー施設(樹空の森など)	77	37.4%	130	34.9%	207	35.8%
グルメ(そば、ハムなど)	54	26.2%	134	36.0%	188	32.5%
スポーツ施設(ゴルフ場など)	26	12.6%	43	11.6%	69	11.9%
その他	5	2.4%	8	2.2%	13	2.2%
回答計	429		834		1263	

%は回答者数に対する割合

206 =回答者数

372 =回答者数

578 =回答者数

表5 富士山Gコインの使用頻度

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
ほとんど毎日	2	3.6%	1	3.3%	2	3.6%
一週間に1回以上	10	18.2%	3	10.0%	10	18.2%
一ヶ月に1回以上	16	29.1%	12	40.0%	16	29.1%
一ヶ月に1回未満	10	18.2%	3	10.0%	10	18.2%
ほとんど使っていない	17	30.9%	10	33.3%	17	30.9%
無回答	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%
合計	55	100.0%	30	100.0%	55	100.0%

ns

表6 富士山Gコインを使う理由(複数回答可)

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
プレミアムがあるから	31	56.4%	17	56.7%	48	56.5%
普段利用する店で使えるから	16	29.1%	12	40.0%	28	32.9%
特典やプレゼント等があるから	9	16.4%	4	13.3%	13	15.3%
便利に使えるから	8	14.5%	6	20.0%	14	16.5%
何となく使っている	8	14.5%	1	3.3%	9	10.6%
御殿場が好きだから	2	3.6%	1	3.3%	3	3.5%
地域経済に貢献できるから	2	3.6%	5	16.7%	7	8.2%
その他	1	1.8%	2	6.7%	3	3.5%
回答計	77		48		125	

%は回答者数に対する割合

55 =回答者数

30 =回答者数

85 =回答者数

ユーザーはまだ多いとは言えない。使用する理由は表6のようになり、購入金額以上に使えるプレミアムに魅力を感じている人が過半数を占めている。そのプレミアムがなくなった場合の意向については表7のようになり、変わらず使い続ける人は1割に届かず、プレミアム頼みとなっている実態が浮き彫りになった。アンケートでは街への愛着についても質問しており、表9の結果に基づき「強く持っている」「まあまあ持っている」を「御殿場に愛着あり」グループとし、残りを「愛着なし」グループとして再集計したところ、表8のようになった。愛着度の高いグループは変わらず使い続ける人数は多かったが、全体的な傾向としては、両グループとも「富士山Gコイン」から遠ざかってしまう可能性を示唆している。プレミアム以外での利便性を確立し、デジタル地域通貨としての価値を確固たるものにするためには多くの課題があることが明らかになった。

表7 プレミアムがなくなっても富士山Gコインを使い続けるか(男女別)

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
引き続き使い続けると思う	7	12.7%	1	3.3%	8	9.4%
使う頻度が減ると思う	21	38.2%	14	46.7%	35	41.2%
使わなくなると思う	14	25.5%	9	30.0%	23	27.1%
分からない	10	18.2%	6	20.0%	16	18.8%
その他	2	3.6%	0	0.0%	2	2.4%
無回答	1	1.8%	0	0.0%	1	1.2%
合計	55	100.0%	30	100.0%	85	100.0%

表8 プレミアムがなくなっても富士山Gコインを使い続けるか(御殿場への愛着の有無)

	御殿場に愛着あり		愛着なし		合計	
	人	%	人	%	人	%
引き続き使い続けると思う	6	11.5%	2	6.1%	8	9.4%
使う頻度が減ると思う	22	42.3%	13	39.4%	35	41.2%
使わなくなると思う	13	25.0%	10	30.3%	23	27.1%
分からない	9	17.3%	7	21.2%	16	18.8%
その他	1	1.9%	1	3.0%	2	2.4%
無回答	1	1.9%	0	0.0%	1	1.2%
合計	52	100.0%	33	100.0%	85	100.0%

表9 御殿場の街に愛着を持っているか

	男性		女性		合計	
	人	%	人	%	人	%
強く持っている	7	12.7%	4	13.3%	11	12.9%
まあまあ持っている	27	49.1%	14	46.7%	41	48.2%
普通	16	29.1%	10	33.3%	26	30.6%
あまり持っていない	3	5.5%	2	6.7%	5	5.9%
全く持っていない	2	3.6%	0	0.0%	2	2.4%
分からない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	55	100.0%	30	100.0%	85	100.0%

(4) 今後の改善点や対策

御殿場市から提供を受けた「富士山Gコイン」の利用状況に関するデータの分析は、集計の途上で学期末となってしまう、持ち越しとなった。同コインの取扱店に対する調査も含め、次年度以降の課題にしたい。

5 地域への提言

コロナ禍は大きな影響を及ぼしたが、全体として何とか持ちこたえ、再活性化への取り組みが進められている。その中でも「富士山Gコイン」は地域経済浮揚のための有力な切り札の一つとして期待されるが、まだ立ち上がり期の普及を優先させたプレミアム頼みという一面が見受けられる。加盟店のさらなる増加など、プレミアム以外での利便性の確立をはかり、持続的・安定的な利用の定着へ向けた取り組みが課題になる。

今後に進めていきたい取り組みとして、短期的には中心市街地において「富士山Gコイン」の利用促進策と連動した地域イベントを積極的に開催し、地域経済の活性化を図ること、長期的には「富士山Gコイン」の利便性をさらに拡張してプレミアムに依存しない利用の定着策を推進していくこと、中心市街地の現況に満足することなく、市民からの要望のうち緊急度および実現可能性の高いものから実現させていくことを目指し、これらの取り組みを結ぶキーワードとして「地元への愛着」を掲げていくのはどうか、という提言を取りまとめたい。

「地元愛」が地域活性化への原動力となって、好循環へ波及していく流れを作っていきたいところである。

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、御殿場市観光協会の皆様に大変お世話になりました。ここに感謝の意を申し上げます。