

(様式6-3)

研修等 報告書

令和 5 年 10 月 3 / 日

三田市議会議長 様

私は、研修等報告書を下記のとおり提出します。

会 派 名	盟政会	代表者	福田 秀章
		議員名	
参加者氏名	福田秀章 今北義明 森本政直 幸田安司 小杉崇浩		
講演会等研修名	アフターコロナの議員目線		
研修事項	1.『地方に人を呼び込め』これからの観光戦略 2.『地方に人を呼び込め』驚きの人口増加策		
日 時	令和5年7月13日(木)～7月14日(金)		
場 所	リファレンス駅東ビル(福岡市博多区博多駅東1丁目16-14)		
所 見	別紙に記載		
添付資料	当日配布資料		

6 添付書類(講演会内容のパンフレット等)

交付対象議員は会派名、議員名を記入してください。(代表者名、参加者氏名は不要)

研修報告書

【要約】

1. 『地方に人を呼び込め』 これからの観光戦略

観光政策とは、安心・安全、危機管理、「人の育成」も含めたあらゆる分野を横断する総合政策として、異分野の人やものが相互に融合・連携して取り組むものであり、都市政策の総和である。

観光立国であるフランスのパリはリピーター率90%以上で、何十年にもわたり、外国人観光客数は世界一である。観光政策の歴史は古く、1910年に全国観光局を設置、1920年に観光案内所を設置している。戦前から観光立国をめざしており、当時すでに観光目的地第一位となっていた。

2018年には、新観光政策ディスティネーション2020を策定し、受け入れ態勢の強化を図るとともに、シンボルマークを策定し、観光商品を近代化させてきた。

人々はなぜ言葉も通じない、物価も高い、空港から遠いパリに向かうのか？人の志向はそれぞれで、「お洒落なパリ」「あのブランドの本店のあるパリ」「モナリザのあるパリ」「恋人の街ぱり」「あの映画の舞台パリ」と、様々であるが、「あの〇〇」と希求する思い入れの強さ、つまり「憧れ」がある。

「憧れ」には、コストや困難を全て超える強さがあり、「憧れ」をブランディングすることが重要である。

中東のドバイは決して恵まれた環境ではなかったが、世界一にこだわることで観光開発に成功した。例) 世界最大の人工島 パームジュメイラ、世界最高総の建築物 ブルジュ・ハリファ、世界最大規模の噴水ショー ドバイファウンテン、世界最大規模のショッピングモール ドバイ・モール等。

何もないから、人工的に何らかの観光資源をつくる必要があった。それなら、世界的に注目される建造物を作ろうという発想になった。また、賞金額世界一の競馬レースや賞金額世界一のマラソン大会等のイベントで世界から注目を集めた。

京都の観光戦略について。京都の観光政策は歴史が古く、明治5年の第一回京都博覧会、明治28年の平安線と1100年事業、昭和2年に京都駅に観光案内所、昭和5年に京都市に観光課設置、昭和13年に「旅館サービス読本」発行。近年は、「量」の確保を目標とする政策から「質」の確保へ、さらに感動のその先を目指して「世界があこがれる観光都市へ」と変化してきた。

その背景には、外国人観光客の急増等による深刻な市民生活への影響があった。それは、①違法民泊の増加、②マナー問題、③混雑の悪化の3つである。そして、違法民泊への対策として、民泊への厳しいルールを策定し、良質な宿泊施設の拡充を図った。

アフターコロナの時代は、高齢者向けビジネスとインバウンドは絶対的成長産業である。地元にとって儲かる観光戦略をつくれるかどうか問われる。そのために重要な視点は、①インバウンド対策、②富裕層対策、③ムスリム対策、④MICE、⑤マンガツーリズム、⑥オーバーツーリズムの6点である。

2. 『地方に人を呼び込め』 驚きの人口増加策

アフターコロナは議員にとってかつてない活躍のチャンスである。コロナ対策において市民の政治への関心が高まっており、自治体の弱さも露呈したことから、議員に対する期待が高まっている。これからは、将来を予測する力、スピード感が地方議員には大切となる。

人口減少に負けない定住人口増加戦略を考えるうえで、まずは東京一極集中問題がある。と今日への対抗軸を作らなければ、地方に人口は増えない。企業の地方移転の機運が高まっている現在、若者の仕事を地方に作り出すことがカギとなる。そして、人口増加戦略としては、①企業誘致、②子育て支援、③ブランディング、④教育が考えられる。

まず、①企業誘致で重要なのは大学を基軸にした企業集積である。今後進行する深刻な人不足のため、人材供給基地となる大学は大きな武器となる。日向市では日本電産が本社機能を移転しただけで

なく、京都先端科学大学を設置し、人材育成を実施している。また、大学がない地域でも、奨学金支援による地方定着戦略も有効である。奨学金を活用した若者の地方定着促進に係る特別交付税措置もあり、実施している自治体は増加している。

②の子育て支援は、明石市の子育て世帯誘致戦略が参考となる。明石市では、ベッドタウンとしての地域特性を生かした人口誘致戦略として子育て支援を行っている。元市長の泉さんは、「金はジャブジャブ、すぐ作れる」、「駅前に億ション作れと野村不動産にお願いしたわけ」「うちは、産業支援も大学政策も全部捨てる」、「周辺と比較して勝つ」、「要はやる気」と言っており、どの自治体でもその地域の特性に合ったやり方で実現できる。

③ブランディングの好事例では、流山市のシティプロモーションがある。流山市は、2003年に基礎自治体として初めて「マーケティング室」を設置し、シティセールス専任の職員を民間から公募する等、先駆的な取り組みを実施してきた。「都心から一番近い森のまち」「母になるなら、流山市。」といった都市特性を生かしたシティプロモーションが成功している。

④の教育による人口増加戦略としては、学力の高さと所得は相関関係にあるというデータがあり、教育環境整備は大いに人を呼び込むツールとなる。

【所見】

人口対策が喫緊の課題である三田市にとって、参考となる話ばかりでした。観光戦略としては、既存の大型の観光地がない地域でも成功している例を紹介していただき、そのための方策も提示していただきました。特に、①インバウンド対策、②富裕層対策、③ムスリム対策、④MICE、⑤マンガツーリズム、⑥オーバーツーリズムの6つに関しては、三田市としても重視していくことが求められていると感じました。人口増加策としても、三田市の都市特性を考えると、今回の研修で教えていただいた①企業誘致、②子育て支援、③ブランディング、④教育の4点については大いに参考になると感じました。今回学んだことを今後の市政生かしてまいりたいと思います。