

2 0 1 5 N A R A

第6回 東アジア 地方政府会合

The 6th East Asia Local and
Regional Government Congress

報告書

会期 2015年
10月25日(日)～27日(火)



主催：奈良県 後援：日本国総務省、日本国外務省

この事業は、一般財団法人自治体国際化協会の助成事業により実施されています



第6回東アジア地方政府会合報告書

【目次】

| | |
|----------------------------------|-----|
| プログラム | 2 |
| ご挨拶 | 3 |
| 参加地方政府団長リスト | 4 |
| 実務者討議 | |
| テーマ1「観光による地域経済の振興」 | 8 |
| テーマ2「まちづくり、地域づくり」 | 15 |
| テーマ3「農業・農村振興」 | 20 |
| 基調講演 | 24 |
| 首長討議 | |
| テーマ1「観光による地域経済の振興」 | 25 |
| テーマ2「まちづくり、地域づくり」 | 33 |
| テーマ3「農業・農村振興」 | 41 |
| 分科会等報告 | 49 |
| 総会 | 50 |
| 代表記者会見 | 51 |
| 新聞記事 | 57 |
| 資料集 | |
| ◇テーマ1「観光による地域経済の振興」 | |
| [講師スピーチ資料] | |
| 山田 桂一郎 〈JTIC.SWISS代表、政府認定観光カリスマ〉 | 67 |
| [リージョナルレポート] | |
| ・河南省 | 72 |
| ・陝西省 | 74 |
| ・西安市 | 76 |
| ・洛陽市 | 78 |
| ・揚州市 | 80 |
| ・黄山市 | 82 |
| ・ジョグジャカルタ特別州 | 84 |
| ・公州市 | 86 |
| ・扶余郡 | 88 |
| ・フートー省 | 90 |
| ・トゥアティエン・フエ省 | 92 |
| ・青森県 | 94 |
| ・山形県 | 96 |
| ・石川県 | 98 |
| ・福井県 | 100 |
| ・岐阜県 | 102 |

| | |
|-------|-----|
| ・三重県 | 104 |
| ・京都府 | 106 |
| ・和歌山県 | 108 |
| ・鳥取県 | 110 |
| ・香川県 | 112 |
| ・奈良県 | 114 |
| ・太宰府市 | 116 |
| ・天理市 | 118 |
| ・橿原市 | 120 |
| ・御所市 | 122 |

◇テーマ2「まちづくり、地域づくり」

[講師スピーチ資料]

| | |
|--|-----|
| 後藤 健市 〈(株)プロットアジアアンドパシフィック代表取締役会長、 内閣府地域活性化伝道師〉 | 125 |
|--|-----|

[リージョナルレポート]

| | |
|--------|-----|
| ・成都市 | 164 |
| ・潍坊市 | 166 |
| ・マラッカ州 | 168 |
| ・慶尚北道 | 170 |
| ・福島県 | 172 |
| ・新潟県 | 174 |
| ・長野県 | 176 |
| ・島根県 | 178 |
| ・徳島県 | 182 |
| ・高知県 | 184 |
| ・奈良県 | 186 |
| ・多賀城市 | 188 |
| ・荒川区 | 190 |
| ・斑鳩町 | 192 |
| ・明日香村 | 194 |
| ・広陵町 | 196 |
| ・下市町 | 198 |

◇テーマ3「農業・農村振興」

[講師スピーチ資料]

| | |
|--|-----|
| 高木 勇樹 〈NPO法人日本プロ農業総合支援機構理事長、 元農林水産事務次官〉 | 201 |
|--|-----|

[リージョナルレポート]

| | |
|--------|-----|
| ・江蘇省 | 212 |
| ・宿州市 | 214 |
| ・臨沂市 | 216 |
| ・東営市 | 218 |
| ・西ジャワ州 | 220 |
| ・京畿道 | 222 |
| ・忠清南道 | 224 |
| ・瑞山市 | 226 |
| ・富山県 | 228 |
| ・山梨県 | 230 |
| ・静岡県 | 232 |
| ・熊本県 | 234 |
| ・奈良県 | 236 |
| ・新潟市 | 238 |
| ・奈良市 | 240 |

2015

10/25(日)

ホテルグランヴィア大阪

18:00 - 19:30 交流会

2015

10/26(月)

ホテル日航奈良

08:30 - 08:45 オリエンテーション

08:45 - 12:00 実務者討議 (事例発表)

12:00 - 13:00 昼食①

13:00 - 13:20 開会式

13:20 - 13:40 基調講演

13:45 - 14:15 分科会等報告

14:20 - 17:15 首長討議

17:25 - 17:40 総会

17:40 - 18:00 記念撮影

18:15 - 18:45 代表記者会見

19:00 - 21:00 知事招宴

2015

10/27(火)

ホテル日航奈良

08:30 - 12:00 エクスカーション (奈良国立博物館、興福寺)

12:00 - 13:00 昼食②



荒井 正吾 奈良県知事

2010年、平城遷都1300年を契機に設立した東アジア地方政府会合は、今回で第6回を迎える。この会合は、地方政府の代表が地域の実情や課題を報告し合い、相互理解を深めるとともに、共通する課題への真摯な議論を通して、解決の道筋を見出すことを目的として開催している。

本日の全体会合では、「観光による地域経済の振興」、「まちづくり、地域づくり」、「農業・農村振興」の三つのテーマについて、事前に開催した分科会等の報告の後、課題解決に向け議論していただく。ご参

加いただいている各地方政府におかれては、その地域の先進的な取り組みや課題について忌憚なくご発言いただき、行政能力を高めていただくとともに、相互に友好交流を深めていただければと思っている。

なお、全体会合に先立ち、各国・各地方政府が力を合わせてPRを行う試みのひとつとして、一昨日から2日間、地域観光プロモーションイベントを大阪にて開催した。おかげさまで、2日間で約12万人の方が来訪し、大きな賑わいをみせた。ご参加いただいた地方政府の方々に、心より御礼申し上げます。

また、明日はエクスカーションとして、「正倉院展」の見学や、興福寺国宝館拝観の機会を設けている。ぜひ、奈良の秋を満喫していただきたい。「奈良へようこそ!」という言葉をもって、歓迎のご挨拶とさせていただきます。



石原 信雄 一般財団法人地方自治研究機構会長

東アジア地方政府会合には第1回から出席しているが、回を重ねるごとに討議の内容が具体的になっていると感じる。これは大変喜ばしいことである。

今回の会合においては、各地方自治体で最も関心の高い「観光による地域経済の振興」、「まちづくり、地域づくり」、「農業・農村振興」の三つのテーマについて議論される。それぞれの取り組みの紹介や討論を通じ、これからの在り方について一つの方向性が見出されることを

を期待している。

国家同士の関係は、領土や資源等の問題で緊張が高まることもあるが、それを乗り越えていくことが各政府責任者の使命である。この会合のように、地方政府レベルで共通するテーマを議論し、解決策を見出すことは、国と国の関係が良い方向に変わるきっかけを与えるものであり、中央政府にとっても大きな助けとなる。

これまでの東アジア地方政府会合の開催を通じ、国と国、そして、国民と国民の関係が培われ、既に大変大きな成果が上がってきているところである。この会合が成功裏に終わることを祈念している。

People's Republic of China

| Name | Organization |
|-------------------------|--|
| Henan Province | |
| WANG, Jinglin | Deputy Mayor, The People's Government of Luoyang City |
| Shaanxi Province | |
| YANG, Zhongwu | Director General, Shaanxi Provincial Tourism Bureau |
| Chengdu City | |
| LI, Xudong | Head of the Secretariat, Chengdu Municipal Foreign and Overseas Chinese Affairs Office |
| Huangshan City | |
| ZHOU, Yong | Executive Vice Mayor |
| Suzhou City | |
| ZHANG, Jinhai | Deputy General Secretary |
| Dongying City | |
| HAO, Ligang | Researcher, Dongying Municipal Agricultural Bureau |

Republic of Indonesia

| Name | Organization |
|--|--|
| Province of West Java | |
| Mohammad Taufiqbudi Santoso | Head of Bureau, Regional Autonomy and Cooperation Bureau |
| Province of Yogyakarta Special Region | |
| Imam Pratanadi | Head of Division, Marketing Division, Tourism Authority |

Malaysia

| Name | Organization |
|---------------------|---|
| Melaka State | |
| Zaidi Attan | Member of Melaka State Legislative Assembly |

Republic of Korea

| Name | Organization |
|-----------------------------------|---|
| Gyeonggi-do Province | |
| SONG, You Myun | Director General, Agricultural Maritime Administration Bureau |
| Chungcheongnam-do Province | |
| HEO, Seung Woog | Vice Governor |
| Gongju City | |
| MYEONG, Gyu Sik | Deputy Mayor |
| Seosan City | |
| JUN, Soo Il | Director General, Agricultural Technology Center |
| Buyeo County | |
| RHI, Ryong Woo | Mayor |
| Gyeongsangbuk-do Province | |
| WOO, Byung Yoon | Vice Governor |

Socialist Republic of Viet Nam

| Name | Organization |
|-------------------------|---|
| Phu Tho Province | |
| HOANG Cong Thuy | Vice Chairman, The Phu Tho People's Committee |
| Viet Tri City | |
| LE Sy Hong | Vice Chairman, The Viet Tri City People's Committee |

Republic of the Philippines

| Name | Organization |
|----------------------------|--------------|
| Quezon City (Guest) | |
| Ma. Josefina G. BELMONTE | Vice Mayor |

Japan

| Name | Organization |
|----------------------------------|---|
| Aomori Prefecture | |
| TONUMA, Yasuhiro | Director, Tourism Planning Division, Tourism and International Affairs Strategy Bureau |
| Yamagata Prefecture | |
| SASAKI, Noriko | Director, International Tourism Section Tourism Promotion Division |
| Fukushima Prefecture | |
| KAGEYAMA, Hiroshi | Office Director, Osaka Office |
| Niigata Prefecture | |
| TAKAHASHI, Hiroki | Director For Chinese Affairs, International Affairs Division, Governor's Policy Bureau |
| Fukui Prefecture | |
| MATSUO, Daisuke | Director, Tourism Promotion Division, Fukui Promotion Department |
| Yamanashi Prefecture | |
| KITTA, Yasushi | Director General, Agriculture Department |
| Nagano Prefecture | |
| KOIWA, Masaki | Director General, Planning and Development Department |
| Shizuoka Prefecture | |
| YOSHIDA, Shigeru | Director of Agriculture, Economic and Industry Department |
| Mie Prefecture | |
| OHIRA, Kazuki | Deputy Director, International Strategy Division, Department of Employment and Economic Affairs |
| Kyoto Prefecture | |
| KAMESAWA, Hirofumi | Director, Tourism Division, Department of Commerce, Labor and Tourism |
| Wakayama Prefecture | |
| KITAYAMA, Toru | Director, Culture and International Affairs Division |
| Tottori Prefecture | |
| YOSHIMURA, Fumihiko | Director General, Tourism and Exchange Bureau |
| Shimane Prefecture | |
| SONOYAMA, Tsukushi | Director General, Approved Specified Nonprofit Corporation Ashibue |
| Tokushima Prefecture | |
| TAKATA, Hiroshi | Director General, Environment and Citizens' Affairs Department |
| Kagawa Prefecture | |
| YASUMATSU, Nobuaki | Director General, Exchange Promotion Department |
| Nara Prefecture | |
| ARAI, Shogo | Governor |
| Arakawa City | |
| UMEHARA, Kazuhiko | Manager, General Affairs and Planning Section |
| Niigata City | |
| KIMURA, Yuichi | Vice Mayor |
| Nara City | |
| NAKAGAWA, Gen | Mayor |
| Tenri City | |
| FUJII, Junichi | Vice Mayor |
| Kashihara City | |
| MORISHITA, Yutaka | Mayor |
| Gose City | |
| HIGASHIGAWA, Yutaka | Mayor |
| Ikaruga Town | |
| KOJO, Toshishige | Mayor |
| Asuka Village | |
| MORIKAWA, Yuichi | Mayor |
| Koryo Town | |
| YAMAMURA, Yoshiyuki | Mayor |
| Nara Prefectural Assembly | |
| INUI, Hiroyuki | Chairman, Special Committee on Tourism Promotion |
| IWATA, Kunio | Chairman, Committee on Construction |



The 6th East Asia Local and
Regional Government Congress

概要



テーマ1「観光による地域経済の振興」

| | |
|---------------|--|
| <p>参加地方政府</p> | <p>中国：河南省、陝西省、安徽省黄山市 インドネシア：ジョグジャカルタ特別州 韓国：忠清南道公州市、忠清南道扶余郡 ベトナム：フーター省、フーター省ベッチ市 日本：青森県、山形県、福井県、京都府、和歌山県、鳥取県、 香川県、奈良県、奈良県天理市、奈良県橿原市、 奈良県御所市</p> |
| <p>講師</p> | <p>山田 桂一郎 JTIC.SWISS代表、政府認定観光カリスマ</p> |

参加地方政府のリージョナルレポートの発表概要



中国・河南省

河南省は、観光を共創するという意識の醸成、合理的・効果的な管理体制、インフラの整備、観光商品のモデルチェンジを課題とし、「中原経済区の観光目的地とハブ集客地の確立」を目標として、次の取り組みを実践している。

- ① 市観光集客センター開設と五統一運営モデル（路線、価格、発券、スケジューリング、決済）の採用
- ② 観光地利用客数、観光バスの運行等のモニタリングシステムの整備
- ③ 四季を通じたツアー、九大ブランド（牡丹、スキー、温泉、歴史文化、エコ、工業・農業、現代都市風景等）の樹立
- ④ 市民への洛陽観光年間パスポートの発行と適用範囲の拡大



中国・陝西省

陝西省は歴史文化の観光資源が豊富だが、都市部と農村部との観光収益の格差が大きい。観光業の新たな経済成長点を見出すという観点から、農村観光の発展に注力している。農村観光のブランド地には、多くの観光客が体験農業や田舎料理を楽しみに訪れる。

取り組みとしては、行政が十全な計画体系の整備と資金援助を行い、重点育成地域を定め、地元の産業を振興した。また、観光コンテンツの充実と質の向上のため、観光・リゾート地、レジャー施設の建設を戦略的に進め、近代サービス業という理念で取り組みを行う。そのために、資源についての認識を深め、財政投入を増やし、ブランドの開発、人材育成、サービスの向上を課題として、取り組みを進めていきたい。



中国・黄山市

黄山市は「安徽省南部国際文化観光モデル区」を目指し、世界一流の観光目的地及び中国優秀伝統文化伝承革新区の整備を促進するため、観光を通じて他分野の経済成長につなげる取り組みや、重大プロジェクトによる牽引力の強化、観光の国際化の促進、国立公園の整備等を推進している。その成果として、国際ブランド観光地の形成、レジャー・リゾートや保養等の観光の新業態の創出、名鎮・名村のブランド景勝地化、国際的ブランド観光ルートの整備について目標を達成した。また、「世界観光目的地管理賞」を受賞し、アジアで唯一、世界持続可能観光協議会に加入した。課題としては、観光商品の単一化や質の向上が挙げられる。



韓国・公州市

公州市は百済の古都である。2015年7月に公山城と宋山里古墳群が世界遺産に登録されると、観光客は4倍以上に増加した。また、百済文化祭には、毎回多くの観光客が来訪している。

観光客数は多いが、宿泊施設が不足している状況にあり、500人を収容できる韓国の伝統的家屋の集客・宿泊施設を設け、誘客を図っている。しかし、住民の所得の増加にはまだ結びついておらず、地域経済への連携が課題になっている。その対策として、市は、古都の保存事業を通して、旧都心に伝統的な家屋を建設する際に資金援助を行っている。さらに、さまざまな安全施設を設け、国際安全都市の公認に向けた準備を行っている。



韓国・扶余郡

扶余郡は百済の首都であり、4点の国宝を含め、250種余りの文化財を有する歴史文化都市である。2015年7月に扶余百済歴史遺跡地の4カ所が世界遺産に登録されると、観光客数は2倍以上に増加した。しかし、宿泊施設がかなり不足しており、国内外からの観光客にとって日帰りメインの観光地となってしまっている。そこで、世界遺産を活用した観光客の誘致（世界遺産登録イベント等）や、差別化された観光インフラの構築による見どころの拡充（水上レジャー、撮影スポットの造成等）、周辺地域（百済文化圏、錦江圏、地域幸福生活圏）との連携によるシナジー効果の創出といったことに戦略的に取り組んでいる。



インドネシア・ジョグジャカルタ特別州

ジョグジャカルタは、自然にも文化的資源にも非常に恵まれた地域であるが、貧困率が全国平均より高いことから、政府は主要な経済発展かつ貧困削減政策として、観光部門を振興することを決定した。現地の観光資源を基にして、その地域の経済を振興することに重点を置いている。2014年までに50を超える観光村落と、観光業をさらに発展させるための支援を行う50の観光意識グループが確立されており、各村落では、実際に村民の所得が改善されている。また、地元の魅力、観光資源などを改善し、村落に特化した形で提供したいと考えている。一方、村落の中でも社会的な対立や矛盾があることや、観光村落の特徴を備えるだけの十分な資源がないところがあること等が課題となっている。



ベトナム・フートー省

フートー省には1374の史跡が残り、ベッチ市には国宝のフン寺と73の重要文化財を有する。また、262の伝統的な祭事が行われ、「ソアン伝統歌謡」と「フン王礼拝」はユネスコ無形文化遺産に登録されている。フートー省にとって、観光は経済の起爆剤であり、近年、観光滞在客数、訪問客数も非常に向上しており、観光による収益が非常に増加している。フートー省では、フン王遺跡を中核的な役割として、それ以外の重点観光区域センターと連携した形で観光を体系的、系統的に開発している。観光の開発、振興に向けて、企業、住民も高い意識をもって参加しており、住民の意識、利益にも非常に配慮した発展、振興を行っている。2015年の観光客数は750万人となり、観光収入は前年の3.5倍となった。



日本・青森県

青森県は、団体旅行から個人・グループ旅行へという旅行形態の変化に対応するため、国内外の方々から選ばれ、観光客の誰もが観光に満足し、観光産業の競争力が高まる青森県を目指し、取り組みを進めている。その中の、「魅力ある観光地域づくりによる地域ブランドの確立」については、①地域のDNA（文化、伝統）を明確化した「あおもりのくらしツーリズム」の推進、②グリーンツーリズム等のニューツーリズムの推進、③青森ねぶた祭、十和田湖等のビッグコンテンツの魅力拡大と新たな旅の提案等の取り組みを行っている。その一方で、受け入れ側の人材が不足しており、自ら稼げるというところまでには至っていないという課題がある。



日本・山形県

多様化した個人ニーズに対応する新たな観光流動の創出、観光消費額の増大、東日本大震災により落ち込んだ外国人観光客の回復が課題となっている。また、2019年までに観光消費額を2100億円とすることを目標とし、①朝・昼・夕・夜の各時間軸での山形の過ごし方を提案して滞在宿泊につなげ、②縁結びをテーマとした出羽名刹三寺参り等、ストーリー性のある地域資源をつなぎ訴求力を高めるプログラムを造成し、③既存の地域資源の新たな魅力を創出して付加価値を向上させ、④台湾やASEAN等を重点市場とした、市場特性に応じたインバウンド誘客の拡大を図るという取り組みを行っている。これにより観光客数は大きく増加したが、外国人観光客の誘客には苦戦している。



日本・福井県

人口減少時代における地域経済の活性化と魅力ある地域づくりのため、観光新戦略を策定した。そのなかでまず、「極める」ことを掲げ、県の力を集中し、福井県立恐竜博物館と一乗谷朝倉氏遺跡の2点に絞って特に売り出す戦略とした。県民が自信を持ってそれらを観光客に勧められるよう、県民の理解を促し、県外にアピールを行っている。また、北陸新幹線の開通により関東からの利便性が向上しており、福井県内まで延伸されれば今後ますます観光客の増加が見込まれる。エリアや観光客ニーズに応じたプロモーション活動や、おもてなし活動、人材の育成を推進しつつ、一度来て飽きられるのではなく、また何度も来たいと思われるよう、観光資源を磨き上げていく。



日本・京都府

京都府の観光入込客数の98%を京都市が占めることから、京都市以外の地域の魅力発信が大きな課題となっている。そこで、「海」「森」「お茶」といった観光資源の特色が浮き立つように地域を北部、中部、南部、乙訓に区分し、誘客に取り組んでいる。また、各地域で核となる人材を養成し、商品や観光ルートの造成が地域でできるような実力をつけていきたい。

なお、関西広域連合の取り組みとして、外国人観光客の旅行形態とマーケティングの多様化に広域的に対応するため、関西全体で毎年テーマを統一し、取り組みを進めている。また、広く長く関西に滞在してもらえよう、広域観光周遊ルートの確立等にも取り組んでいる。



日本・和歌山県

2014年の和歌山県への外国人宿泊数は30万人を突破し、過去最高となった。関西空港に近いロケーションと、高野山、熊野といった世界遺産や温泉等、豊富な観光資源をセールスポイントとして、観光客の増加に向け取り組みを行っている。特に、和歌山県と同じく巡礼道の世界遺産を持つスペインのガリシア州とは姉妹道提携を結び、共同してPR活動を行っている。そのほか、増加する個人の外国人観光客への対応としてWi-Fi環境の整備や免税店の拡大に取り組んでいる。また、アジアに対しては温泉や豊かな海の幸をアピールし、欧米向けには「ロンリープラネット」等の世界的な旅行ガイドブックにより世界遺産について情報発信して認知度の向上に努め、インバウンドの促進につなげていく。



日本・鳥取県

鳥取県は韓国との国際定期航空便のほか、日本・韓国・ロシアを結ぶ環日本海定期貨客船航路を有しており、韓国と太いパイプで結ばれている。従来は定期便航路をメインにインバウンドを進めていたが、これからはより広い地域からより多様な観光客を誘致するため、指針を定めて取り組みを進めている。鳥取県が持つ自然や食やマンガといった魅力ある観光コンテンツを最大限アピールしながら、ターゲティングを行って情報発信を行うとともに、二次交通やWi-Fi環境の整備等、観光施設の利便性向上にも努める。また、誘客の重点市場として設定している韓国、台湾、香港、中国以外に、ロシアや東南アジアまで市場を広げる試みを行っている。



日本・香川県

香川県は日帰りの観光客が多く、滞在型観光の推進が課題の一つである。そのための取り組みとして、「うどん」のほか、瀬戸内国際芸術祭の開催等、「アート」による観光地づくりや人材育成に努めている。そして、瀬戸内地方の7県により瀬戸内ブランド推進連合を設け、広域観光の推進にも取り組んでいる。また、観光コンテンツの磨き上げも課題である。戦略的な情報発信のためには、ターゲティングと、観光以外のものを織り交ぜながら全体としてPRすることが重要だと考えている。顧客満足度の向上という観点からは、Wi-Fiの整備やおもてなしの向上等受け入れ環境の整備が必要であるが、県民全体の意識改革が必要であると感じている。



日本・奈良県

奈良県は観光資源が豊富にある一方、宿泊施設が非常に少ないという弱点がある。そこで、一人当たり観光消費額を重視し、富裕層と知識層をターゲットに、プロモーションを展開している。外国人観光客の旅行消費によって地域が潤い、また外国人観光客が不自由なく安心して滞在を楽しむことができ、リピートにつながる観光地を目指し、情報発信の強化、海外プロモーションの積極的展開、受け入れ環境の整備、おもてなしの充実に取り組んでいる。今年度、外国人来訪者数・外国人宿泊者数は過去最高を更新する見通しだが、その一方で、通過型観光であること、オフ期（冬場）の宿泊が少ないこと、交通の利便性の向上、欧米からの直行便数が少ないことが課題となっている。



日本・天理市

天理市は日本最古の道「山の辺の道」をはじめとした数多くの文化財や歴史遺産があり、自然が豊かなまちである。また、スポーツも盛んに行われている。しかし、その自然や歴史や文化の魅力が個別に発信されており、市全体としての魅力発信につながっていないため、地元の消費に結びついていない。その対策として、お土産や食、天理駅前広場のリニューアル等、地域の魅力を可視化することで住民自身の理解につなげ、観光客の満足につなげるような取り組みを行っている。

また、20代後半から30代前半の人口割合が少ないため、子育て世代、現役世代にターゲットを絞り、それらの世代に選ばれるまちとしての魅力発信に努める。



日本・橿原市

橿原市は大阪、京都、関西空港へのアクセスが良く、藤原宮跡、今井町、橿原神宮といった観光名所があるにもかかわらず、宿泊、周遊につながらず、軽薄短小な日帰り観光が主となっている。観光客を奈良県中南和に呼び込むことを目指し、中南和の近隣14市町村と連携しながら、「奈良県中南和の観光拠点都市」を将来像に掲げて取り組みを行っている。具体的には、プレミアム宿泊プランの活用や周遊観光促進クーポンの発行、駅前ホテルの建設、全国・大都市圏からの誘客に向けた広報、そしてインパウンドの推進として、無料バスツアーや国際交流員による情報発信、釜山からの修学旅行生の受け入れ等の取り組みを行っている。



日本・御所市

御所市の観光客入込数は約35万人と推定されているが、そのうち宿泊を伴う観光客は約3500人と極めて少ない。これは市内に宿泊施設が1カ所しかない上に利便性も低く、観光客の入り込みが春のツツジのシーズンに偏っていること、ビジネス関係の宿泊客が少ないことが要因と考えられる。また、飲食店や土産物店といった観光産業が乏しく、観光客の消費が非常に少ない。その対策として、郵便名柄館、郵便庭園といった新たな観光地の整備や、御所歴史読本、はがきの名文コンクールといった新たな手法を用いた情報発信、御所ラグビーフェスティバル等、スポーツや文化などを通じた交流人口の獲得に取り組んでいる。また、周辺市町村との連携による取り組みができないか、考えているところである。

参加地方政府による意見交換から

○ 公山城等の世界遺産登録後、観光客数が4倍以上に増えたが、宿泊施設や飲食店が十分に機能していないために観光客が周辺地域に流れてしまっている。宿泊施設不足については、市の予算で施設を建設・運営し、対策を講じているが、問題は飲食施設の不足である。今後の観光客数が予測できないために、投資が躊躇されている状況である。インフラの整備不足を反省し、観光客を迎える準備をしていきたい。

(韓国・公州市)

○ 観光客が急激に増えたとき、受け入れ体制がしっかりと整備されていなければ、対応できない問題が起き、お客様の満足度を獲得できなくなり、再訪の可能性は見込めない。

(山田講師)

○ 観光消費額の算出に当たって、観光庁の共通基準を用いているが、的確に、現実的な数値を把握することが非常に難しいと感じている。

(日本・奈良県)

○ 中国の観光局の役割は非常に大きいものがある。日本の観光協会・観光連盟等の組織運営や役割についてどのように定められているのか興味を持っている。

(中国・陝西省)

○ 地域の観光における中核的人材の育成について、地域で研修やワークショップなどを行っているが、観光で稼いでいかななくてはならないという気持ちを醸成することが非常に重要だと思う。今後は地域づくりのための人材育成だけではなく、「観光エージェント」として育成することにも取り組んでいきたい。

(日本・青森県)

○ セミナーや勉強会を開くときに、国内外を問わず、自らの力で稼いでいる人を講師にして、講師本人の実経験から学ぶことが重要だ。また、単に成功例の手法を模倣するのではなく、本質的に何を重視して取り組んできたかということに焦点を当て、地域で稼ぐことを前提に事業化することを模索させる講座を開くとうまくいく。

また、観光サービスの提供において、無料でサービスを行うことを否定はしないが、価値があるものを観光客に無料で提供することを行政が地域住民に対し強制してしまうと、やる気のある住民の意欲を削ぎかねないことには留意する必要がある。そして、ボランティアのサービス提供においては、顧客満足ではなく自己満足が優先となってお客様の満足度につながらない場合もあることにも留意が必要である。

(山田講師)

○ 世界遺産登録による観光客数の増加が一過性に終わらないよう取り組みを進めた。例えば、熊野や高野山の世界遺産たる価値は日本の宗教の精神文化の発祥地であることにありとPRしたことで、そこに価値を見出され、観光客誘致に成功している。また、世界遺産そのものだけでなく、その保全行為も含めて提供している点に特徴がある。観光客だけでなく、CSR活動の一環として参加を希望する企業もあり、複合的な効果をもたらしている。

(日本・和歌山県)

○ 観光資源はその開発と産業の発展だけでなく、消費され尽くしてしまわないよう、保全と開発のバランスを図っていくことは、われわれの永遠の課題になると思われる。

(山田講師)

(講師総括コメント)



ツーリズムとは、つまり外貨の獲得である。地域経済の活性化のためには、地域内で使われるお金の量を増やすだけでなく、お金が地域内のさまざまな事業者の間を加速度的に回ることが必要である。このキャッシュフローと、客単価を上げていく努力なしには、観光による経済の振興はない。観光産業は活性化すればするほど人手が必要になる。これにより雇用が生まれ、定住人口が増加することにより地域経済がさらに活性化する。行政はこの点を押さえ、経済の振興が持続可能な形となるよう政策を打たなければならない。また、現状の観光客の動きや消費動向だけでなく顧客満足度を絶えず把握し、課題解決等、さらなる経営力の向上に努力していく必要がある。最近、地域のファンクラブをつくって顧客のデータベースとし、それを基に顧客に合わせた商品・サービス化に取り組む自治体も増えてきている。

どの地域においても、今後、観光地として成功するかどうかは、地域の総合力が発揮できるかどうかで決まる。地域の将来のあり方や地域全体のブランド化の確立等、その地域の住民の主體的な活動と多様な産業事業者の連携と協働に成否がかかっている。



実務者討議

テーマ2 「まちづくり、地域づくり」



| | |
|--------|--|
| 参加地方政府 | 中国：四川省成都市 マレーシア：マラッカ州 韓国：慶尚北道 日本：福島県、長野県、鳥根県、徳島県、奈良県、東京都荒川区、奈良県斑鳩町、奈良県広陵町 |
| 講師 | 後藤 健市 (株)プロットアジアアンドパシフィック代表取締役会長、内閣府地域活性化伝道師 |

参加地方政府のリージョナルレポートの発表概要



中国・成都市

成都市は人口1400万人の西部最大都市で、新世紀に入ってから経済・社会が急速に発展した。アンバランスな開発が行われた結果、都市の中にスラム化した地域が残され、交通渋滞がひどく、治安も悪い状態となっている。その改善のため、政府は2012年2月から成都市北城再開発事業に着手した。開発に当たっては、一部の人が利益をむさぼるようなことにならないよう利益のバランスを図り、住民の意見をくみ取った上で事業を進めている。「共に建設し、共に享受する」という原則を守り、政府が主導し、住民が主体となって、開発を進めている。また、立ち退き等の交渉においても、市民団体、町内会などが大きな役割を果たしている。



韓国・慶尚北道

慶北の伝統と文化的価値を持つ古民家や韓国家屋などに宿泊する「ハンステイ」（農村の民宿）という事業に取り組んでいる。標準化されたマニュアルによるサービスと施設運営で信頼性を確保し、観光客の誘致及び住民所得の増大を図ることを目的としている。事業内容は、古宅、農家、遺産、文化家屋に似合う統合ブランドのため、ワンストップサービス、事前予約、広報などのシステムを構築し、品質保証システムの導入を通じたブランドの信頼性の向上と競争力の強化に努めている。また、各国の民宿ブランドとの協力及び相互連携により観光客を確保している。各自治体で開催されるフェスティバルごとに、その地方のハンステイを多くの観光客が利用できるように運営する予定である。



マレーシア・マラッカ州

2002年、マラッカ川の美化・再生プロジェクトがスタートした。マラッカ州政府は、マラッカ川を観光アトラクション及び交通渋滞を避けて市街地へ移動するための公共交通手段とすることで観光客を誘致する計画を立て、河川堤防の建設、防潮門の強化、下水処理施設や下水管網、車両や歩行者用の橋等の整備に取り組み、古都の再生、美化が実現できた。その結果、川の近くの地価が高騰した。また、投資家を呼び込むことができ、ホテルなども川の近くに建設されている。現在、美化されたマラッカ川のリパークルーズを楽しめる体験ツアーを行っており、2010年以降、クルーズを体験する観光客が増えている。



日本・福島県

- 東日本大震災からの復興に向けて、次のような取り組みを行っている。
- ①「津波被災地等復興まちづくりプロジェクト」
海岸堤防のかさ上げや防災緑地等の多重防護により、ハード面の総合的な防災力を向上させるとともに、防災意識の高い人づくり・地域づくりに取り組み、ハードとソフトの両面から、防災機能が強化されたまちづくりを目指す。
 - ②「ふくしま・きずなづくりプロジェクト」
復興に向けた地域づくり活動の支援や、避難元と避難者とのきずなの維持、復興へ向けた情報の発信を行う。
 - ③「ふくしまの観光交流プロジェクト」
風評の払拭を図るため、国内外への正確な情報を発信し、地域の観光資源を磨き、県外との交流拡大、人口の回復を目指す。



日本・長野県

- 住民自身が地域づくりに関わる機運づくりとして、次のような取り組みを行っている。
- ①「地域に飛び出せ！信州元気づくり実践塾」
現場でのフィールドワークを通じて課題解決の手法を学ぶ研修を実施。
 - ②「地域発 元気づくり支援金」
地域の元気を生み出す発展性のある事業に対して、市町村や公共的団体が支援金を交付。
 - ③「集落“再熟”実施モデル地区支援事業」
地域の存続に向け、市町村と住民が一体となった実践的な取り組みに対し支援を行う。
 - ④「人口定着・確かな暮らし実現」戦略モデル助成金
全国各地の公共的団体、民間企業等から、発想豊かな提案を募集し、提案者と共に関連事業を実施することで、人口定着と確かな暮らしの実現を目指す。



日本・島根県

八雲町のNPO法人あしぶえは、国内最小の公立劇場「しいの実シアター」の指定管理者として、演劇公演の制作と上演等のほか、八雲国際演劇祭の企画・運営事業を実施し、行政、地域住民とともに演劇によるまちづくりを行っている。八雲国際演劇祭の実施に当たっては、予算や交通、宿泊施設等の国際的催事開催の絶対条件をひとつずつクリアしながら、最大の壁であった演劇祭を運営する住民ボランティアの育成に時間をかけてきた。そして、住民と行政と劇団との三者で十分な対話を重ねて共通意識を持ち、事後の振り返りに時間をかけて改善を重ねるといった指針により活動している。今後、世界から多くの人々がやってくるまちに育てていきたいと思っている。



日本・徳島県

徳島県は2007年と2012年の2回にわたって国民文化祭を開催し、その成果として、那賀町の北川農村舞台では人形浄瑠璃が復活上演され、その他にもジャズやクラシック音楽のステージにも使われるなど、農村舞台の復活が地域のにぎわいの創出に寄与した。
また、市町村でも文化を活用した取り組みが広がり、神山町の「アーティスト・イン・レジデンス」が地域の交流行事として定着しつつあるほか、上勝町では講演会や音楽祭等を開催し、地域住民、アーティスト、観客の交流の場を提供している。アートイベントの実施に当たっては、行政が側面的に、地域の自主性を損なわない形でサポートしていくことが大事ではないかと思う。



日本・奈良県

奈良県には、町家が建ち並ぶ歴史的な町並みが各地に存在している。県では、こうした資産をまちづくり上の重要な地域資源と捉えて、民間のまちづくり団体と協力し、空き家となった町家に現代アート作品を展示するイベント「はならあと」を実施している。古いものと新しいものの組み合わせによって古い町屋の魅力を際立たせるとともに、若者をはじめとする多くの来訪者を呼び込む取り組みで、その成果として来場者の中から会場になった町家への入居希望者が現れて借家や店舗となるなどの利活用事例が多く生まれた。また、地域内外のさまざまな交流の促進によって、町並み保存や町家の利活用に向けた住民の意識の変革につながるなど、地元のまちづくりへも良い刺激が生じていると考えている。



日本・荒川区

- 荒川区は都内23区の中でも、平均寿命、健康寿命が比較的短いため、生涯健康都市の実現を目指し、以下の取り組みを行っている。
- ① 健康づくりの取り組みとして、区内の飲食店で安くて・おいしくて・ヘルシーな食事を提供するため、大学と協力して「あらかわ満点メニュー」を開発し、その利用を通じて、食生活改善意識の向上を図る。また、肥満の予防や解消に取り組みながら、仲間とともに健康的な生活を身に着けることを目指すプログラムである「NO！メタボチャレンジャー」を実施している。
 - ② 介護予防として、転倒予防体操「荒川ころばん体操」を普及させるとともに、自主活動を行う「ころばん体操リーダー」の育成も行っている。
 - ③ 医療費の削減のため、例えば糖尿病の予防対象者を抽出し、指導を行って重症化を防ぐ取り組みのほか、ジェネリック医薬品の普及促進を図っている。



日本・斑鳩町

- 斑鳩町には年間約80万人の観光客が訪れているが、そのほとんどが法隆寺を中心とした拠点通過型観光である。散策・回遊・着地型観光への転換を目指すため、官民が連携して、次のような「歴史まちづくり・観光まちづくり」に取り組んでいる。
- ① 歴史的な街並みに調和した建物の修景整備や道路美装化。「特別用途地区」の指定により、飲食店や宿泊施設の立地を促進。
 - ② 講話や写経等の体験プログラム等を盛り込んだ「おとなの修学旅行」と題した観光ツアーを実施。
 - ③ 斑鳩町を流れる竜田川が名前の由来となった「竜田揚げ」をソウルフードにするための積極的なPR活動。



日本・広陵町

広陵町は、古くからの市民と新住民が混在したまちである。少子高齢化等により生活環境が大きく変化する中、複雑化したニーズや地域課題に対応し、活動を支援するための人材育成に取り組んでいる。各自治会に地域担当職員を配置し、その地域の課題の把握や行政情報の提供、課題解決への協力・支援等を行う。そのなかでコミュニティカルテを地域とともにとりまとめ、地域活性プランの作成を行うことを目指す。また、町民との対話を通じて職員の育成を図る。一方で、地域の住民と対話をする職員が地域になかなか入りたがらないという課題もある。長く続けることにより、行政と住民の間の溝をなくしていきたいと考えている。

(講師総括コメント)



規模も立場も違う各地方政府からさまざまな課題が出されたが、そこに共通しているのは、地域住民が本当にハッピーな気持ちで、地域の活性化やまちづくりに取り組む状況をつくらなければいけないということである。

キーワードは、「本物」。いかに「本物」をつくってそれを伝えていくかが重要である。ローカルな価値として見たときには当たり前すぎるものでも、グローバルな価値があることに私たち自身が気付かなければいけない。そのためには、外からの視点や知恵を得ることが必要であり、世界が地域対地域でつながっていくことが非常に重要である。各地域を行き来し、交流を積み重ねることで、課題を共有し、直接アドバイスし合うことができる。そして、今まで地域の中で競い合ったり交流したりしていたものが、今度は国を越えても同じテーマで共有できるだろう。

「まちづくり、地域づくり」をテーマにして課題解決していくために一番重要なのは人である。ぜひ今後も人のつながりをうまく展開していただきたい。

参加地方政府による意見交換から

- イベントを運営する際の財源面の課題については、ファンドレイジングが日本でも盛んになりつつあるので、情報を交換し合って行ければと思う。
(日本・島根県)
- 再開発を行う際、丁寧に住民と合意形成をしながら少しずつ進めていくということは、今後のまちづくりに絶対に大きな収穫になると思う。また、色彩や歴史、文化を随所に交えながら再開発を行えば、さらに住民との一体感が生まれるのではないか。
(日本・徳島県)
- 都市の全体機能を高めるための整備は、全体を平等に、同じ権利で整備しようとするとうまくいかない。各部分の機能を変え、役割を分散させるような仕組みを作り、政府側だけでなく住民側もそれに納得しながら都市をつくれれば、世界の都市づくりのモデルになるだろう。
(後藤講師)
- 外国人観光客の受け入れにおいて重要なのは、各国の文化の独創性を尊重することだと思う。それが地域の住民が自らの生活と異なる文化を理解する教育につながるのではないか。
(韓国・慶尚北道)
- 人を迎えるとき、「ようこそ、来てくれてうれしい」という心からの気持ちを自然に表していくことが一番大事だ。地域の人々が地域の資源に誇りを持てば、それがおもてなしの心につながっていくと思う。
(日本・島根県)
- 地域の魅力を発信するためのキーワードは、一つは有名なものに頼ることなく、それ以外の地域資源を発掘していくということ、もう一つは、地域の本物を情報発信していくということであり、この二つがそろえば、必ず本物を求める観光客が海外から訪れると考えている。
(日本・徳島県)
- 中国では、徐々に高齢化が進んできている。それに対し政府は、老人ホームを建設しており、また、多くの民間資本が介護市場に参入している。政府としては、政策でサポートをして次のステップに備えるという立場を取っている。
(中国・成都市)





テーマ3 「農業・農村振興」



| | |
|--------|---|
| 参加地方政府 | 中国：安徽省宿州市、山東省東営市 インドネシア：西ジャワ州 韓国：京畿道、忠清南道、忠清南道瑞山市 日本：山梨県、静岡県、奈良県 |
| 講師 | 高木 勇樹 NPO法人日本プロ農業総合支援機構理事長、 元農林水産事務次官 |

参加地方政府のリージョナルレポートの発表概要



中国・宿州市

新型農業経営システムと現代農業産業システムの構築を加速させ、強い農業都市への飛躍を実現させるために、次の取り組みを行っている。

- ① 食糧、牧畜、果物・野菜、林業を重点的に発展させる。
- ② 農業の産業化を加速させる。レジャー農業やエコ農業の発展に力を入れる。
- ③ 農業インフラ建設を強化し、農業の機械化の進展を図る。
- ④ 現代農業モデル拠点とモデル団地を建設する。
- ⑤ 家庭農場、農民合作社、農業企業の三大経営体を育成・発展させる。
- ⑥ 農村の土地制度改革・金融改革を推進し、農業技術の刷新に努める。

その結果、生産高は着実に伸び、産業化の進展水準は全省でトップクラスとなった。一方、農業のさらなるインフラ整備、先導企業の育成、農村における金融イノベーションが課題である。



中国・東営市

当市の農業は発展途上にあり、産業化、組織化はあまり進んでおらず、農民が自ら市場に参入する能力も不十分である。そこで、都市と農村の統一的な発展計画に基づいたモデル地区を複数立ち上げ、都市部と農村部の所得格差の縮小、社会保障の一元化、公共財の均等化、生活環境の調和が取れた発展を目指した取り組みを行っている。

その結果、モデル地区である近代的農業園区（農業パーク）は急速に発展し、合作社、家庭農場、農業企業といった新しい経営主体も増え、都市・農村の格差は縮小している。これからは教育水準の向上、雇用機会の確保、水利施設の整備、配送システムの確立が課題となっている。



韓国・京畿道

農村の高齢化問題を解決し、農業の付加価値を創出するため、兼業農家が増加する傾向を積極活用し、農村資源を複合商業化するとともに、新しい農業人口の流入をサポートすることが重要課題となっている。所得や雇用の拡大効果が大きい分野を選定して戦略的な投資を行い、ソフト面への投資やインフラ整備など、地域のサポート機能を充実させ、農漁村企業に対して成長段階別にサポート体系を構築し、地域R&D（研究開発）や食品システムを体系的に育成して国家食品システムなどと連携を強化するという取り組みを行っている。一方で、主体間のコミュニケーション形成や、加工食品の処理技術、専門的なマーケティングにおいて、追加的な行政サポートが必要だと感じている。



韓国・忠清南道

農業従事者の育成のため、帰農・帰村に心血を注いでいる。その支援のために、帰村センターを通じた若者と先導的農家とのマッチングや、定着するための基盤整備の支援、そして、子供たちの農村定着のため、企業、学校の誘致も併せて行っている。また、人材育成を最も重要視しており、「人材の地産地消」を目指し、農村指導者の育成に重点を置いている。人材育成には時間がかかるが、有機的な体制をつくって、ゆっくりと段階的に政策を実行している。農家、帰農・帰村の世帯数が増えただけでなく、効率性やむらづくりの全体的なムード、農業従事者の認識などが徐々に変わってきており、少しずつ成果が出始めている。



韓国・瑞山市

地域農産物のブランド化により安定した販路を確保するため、農業特産物名品化戦略を進めている。重点的な施策として、農業特産物分野の瑞山名人育成プログラムや、品質認証マーク「ソサントゥーレ」の運営、地域知識財産の創出と事業化、農産物の輸出活性化、食品製造大企業と連携した加工商品の開発、祝祭等農家の所得に直結する行事の充実化や外食産業ブランド化による消費促進、テレビ、ラジオ、新聞等多角的な広報活動による認知度向上、という取り組みを、長期的、積極的に推進している。アクティブにダイナミックに行っている施策を土台に、「暮らしが豊かな農畜水産都市」という目標に向かって最善を尽くしている。



インドネシア・西ジャワ州

西ジャワ州はインドネシア最大の食糧供給地であり、家庭・工業・農業の原水資源であるチタルム川は、土壌保全や地盤傾斜への配慮を欠いた土地利用や、土地用途の変化、化学肥料や農薬の使い過ぎなどによって、浸食や堆積、水質汚濁が深刻化している。河川環境の改善のため、地域とともに水質汚濁の抑制を行い、生物多様性や森林、耕作地の保護、利害関係者の合意に基づいた規則の構築を進めている。なお、農業廃棄物による水質汚濁の抑制のため、有機農薬を開発して殺虫剤による汚染を減らし、家畜ふん尿の堆肥化、囲い地の活用や薬草の開発などを展開している。一方で、これらのプログラムは、全ての利害関係者の支援が必要で、農村政府、社会の参加に関し改善が必要である。



日本・山梨県

農業が地域の情報を発信し続け、グローバル化の進展や地球温暖化の進行などのさまざまな環境変化に対応しつつ、地域経済をけん引し、地方創生に寄与していくために、「地域の魅力の原動力となる農業」の実現を目指す。そのために、まず、高品質化、販路開拓によってもうかる農業を展開する。海外でのプロモーションや常設販売拠点の設置の他、やまなし6次産業化サポートセンターを設置し、新商品開発や市場ニーズに対応した果樹の品種開発などを支援している。もう一つは、活気に満ちた農山村の創造を目指し、就農定着支援の充実、企業の農業参入促進を図るほか、担い手のニーズに合った基盤整備を進めている。その結果、新規担い手が増加し、県産果実の輸出額も年々増えている。



日本・静岡県

茶の生産量と生産額日本一の維持、そして茶の産業、文化、学術研究など全ての分野における中心地「茶の都」づくりを目指した取り組みを実施している。具体的には、①香り高いお茶などの商品開発や販路拡大の支援、②「世界お茶まつり」などによる海外への情報発信、③世界農業遺産の「茶草場農法」や茶園景観などを生かした地域活性化や観光振興、④生産の低コスト・省力化、⑤茶の健康機能や効用の研究とその成果の情報発信、⑥県民が茶に親しむための「茶の都しずおか憲章」の制定、という取り組みである。

それにより、新品種の生産や紅茶やウーロン茶等の新商品開発に取り組む生産者が増え、緑茶の輸出量も伸びている。一方で、茶園面積や生産量は減少が続いている。



日本・奈良県

奈良県の農家は、経営面積が小さく、高齢化が進んでいる。また、耕作放棄地率が高い状況にある。全国的にも低い当県の農業産出額を向上させるため、ブランド品質認証制度の構築や、縦型事業協同組合の育成と消費直結型6次産業化の推進、水田を畑地化し、水稲栽培から収益性の高い野菜や畜産への転換、という取り組みを重点的に行っている。

また、県主導で首都圏への農作物販売とプロモーションを行うことにより、大和野菜について一定の認知度と評価を得たが、県内では野菜栽培の取り組みは依然少ない。さらに、農地を必要とする農家の担い手がいる一方で、耕作放棄率が高いことも生産額向上の阻害要因となっている。

米国全土やヨーロッパにも海外輸出の努力をしている。

しかし一方で、もし韓国がTPPに加入することになれば、最重要品目であるコメについてもFTAよりも強力な輸入開放が求められるので、韓国の農民は非常に不安を抱いている。

(韓国・瑞山市)

- 韓米FTAは、有利なものも不利なものもある。コメは牛肉と共に非常に敏感な品目なので、交渉を通じてよい形で解決していきたい。地域によって有利不利が違うので、国家的な利益をまず考慮しなければならない。(韓国・京畿道)

- 果樹等の関税が撤廃されると、価格の低下が懸念される。売り上げが減り、気力にも影響するので、長期的にどのように対応していくかが課題である。

(日本・山梨県)

- FTAやTPPなどの国際協定は、国益にかなうかどうか重要である。ただ、センシティブな品目もあることは事実である。いずれにせよ、農業は地域に根ざしたものであり、各国の農産物の強み、弱みをグローバル化が進む中でどう対応するか、ヒントになるところがあるだろう。

(高木講師)

- 関税の影響で、茶を韓国にあまり輸出できない状況だが、韓国は日本茶に関心が高い。関税が低くなれば、韓国は輸出先として有望なので、国に働き掛けていきたい。一方で、茶の輸出に関しては、国により残留農薬などの制限基準が厳しく、需要に対して基準をクリアする製品の生産が追いついていない。対策として、生産段階から防除基準ごとに輸出相手を明確にした体制を構築している。

(日本・静岡県)

(講師総括コメント)



農業そのものが国にとって非常に大事な資源であり、その経営資源である農地をどのように有効活用するかが重要である。また、産業としての農業政策と、地域政策・環境政策とのバランスが重要である。

農業を産業として見た場合、経営という視点が必要であり、その資源で一番の核は人である。農業で生活ができることが分かって初めて人が入ってくる。また、作ったものが売れるようにするには、需要に基づいて生産する必要がある。そのための工夫の一つが6次産業化である。その母体として、農業法人等、新規就農者の受け皿も必要である。

農村を守るには、農業経営者だけでなくさまざまな人が農村に住み、地域政策と産業政策が一体的に展開されることが必要である。また、最も大切なのは、現場の実態を数値としても把握し、それに沿った政策が打ち出されることである。そして、現場実態の情報を地域の人々に開示し、意識を共有することが重要である。

農業も産業であるので、最終的には、農業を担う人が自己責任を負い、リスクを取って対応することが原則である。そのとき、地域ごとの事情に鑑み、国や地方政府と経営体の役割分担を明確に分けることが重要であろう。

参加地方政府による意見交換から

- 各地域はそれぞれ異なる歴史や土地条件を持っているが、農業は地域に根ざす産業であり、各地で最適な形を求めてさまざまな工夫・努力をしている。ただ、共通して言えるのは、需要をきちんとつかんで生産加工することの重要性である。その点ではまだまだ発展段階にある。

(高木講師)

- 内需には限界があるため、国内市場よりも海外市場に注力していきたい。農村の発展は所得増に寄与するので、

「中国人観光客から見た奈良、中国人観光客を奈良へ誘致する好機」



戴 斌

中国旅遊研究院院長

2014年、中国人の海外旅行者数は約1億700万人、消費額は1650億ドルに上り、そのうち日本を訪れた中国人旅行者は約241万人、1人当たりの消費額は12万7000円と、訪日外国人旅行者の中では最も高く、最大の伸び率を達成した。また、今年の桜の開花時期には過去最高の35万人が訪日する等、アウトバウンドにより世界の観光や経済成長に貢献する一方で、文化的素養を高める機会にもなっている。中国人の海外旅行の急速な拡大の背景には、アウトバウンドの増進、国民の所得拡大、渡航先国のビザ緩和等が大きく関わっており、観光に対する政府の認識や成長戦略、政策設計も鍵となっている。中国のアウトバウンドは初歩段階にあり、少なくとも今後10年にわたって高い成長が続くと見込んでいる。旅行は、中国の都市住民と中産階級にとって欠かせない存在となり、また、中国人にとって海外に行くことは、将来国内旅行と同じように便利になる。今は団体ツアーが多いが、自由に旅行を楽しむ個人旅行も増加している。観光客は、より自由でより質の高い観光を期待しており、現地の特徴のある生活を体験したいと思っている。渡航先の政府や業界、そして社会には、そのニーズをくみとり、中国語案内の充実、決済サービスの拡大等、観光インフラや公共サービスの整備・改善を、日中の観光業界、特に旅行会社と協力し、また、個人客向けインターネットメディアやホテルや温泉、民宿、学術機構等とも協力、交流しながら、進めていきたい。

そして、東アジアの地方政府間においても、観光について定期的な交流の仕組みを作っていたいただきたい。そのために、中国の海外旅行者の満足度調査レポートを各国の地域と定期的に交換したり、「中国歓迎」プロジェクトについての情報交換、日本を含めた専門研究機関と戦略的提携を結び、定期的にシンポジウムを開催したりできればと思っている。

また、日本、韓国、マレーシア等27の国と地域にわたって、中国人のアウトバウンドの目的地を調査した結果、日本はずっとトップにいる。日本は場所的にも近く、心も通いやすい。そして、奈良は中国にとっておなじみの都市であり、歴史があるだけでなく、近代的な都市でもあり、日本と海外の観光客のふるさとでもある。そうした日本や奈良のイメージを、テレビやメディア、ブログやSNSなどで、特に若者に向けて、もっとPRしていただきたい。ぜひ、奈良の方に中国にも来ていただき、直接PRいただければと思う。

日本の地方政府及び民間には、中国にさらに良いおもてなしを示していただき、より良い中国人観光客が日本と奈良を訪れることを望んでいる。中央政府と地方政府が共同して、特にビザや輸出入政策の面でさらに中国の観光客に便宜を与えていただきたい。また、関税や物流の面にも配慮いただきたい。日中両国の経済、文化、政治、外交など、各分野での交流促進は極めて利点が多く、百利あって一害なしである。国民同士が相互理解と交流を深めることは、国家間のさまざまな問題の解決につながるという共通認識が醸成されていくことを期待している。

今回のテーマである観光による地域経済の振興という視点からは、特に重要な2つのポイントを指摘したい。

参加地方政府

中国：河南省、陝西省、安徽省黄山市
インドネシア：ジョグジャカルタ特別州
韓国：忠清南道公州市、忠清南道扶余郡
ベトナム：フートー省、フートー省ベッチ市
日本：鳥取県、香川県、奈良県、奈良県橿原市、奈良県御所市

講師

山田 桂一郎 JTIC.SWISS代表、政府認定観光カリスマ
戴 斌 中国旅遊研究院院長

講師スピーチ



山田 桂一郎 JTIC.SWISS代表、政府認定観光カリスマ

観光振興における重要なポイントとして、5つのことを指摘したい。

1つ目は、過去の取り組みの検証をどの程度行ってきたかということである。行政は総括無しで新たな計画を立案して進める傾向にあるが、これまでの観光政策の失敗あるいは成功の理由を検証することなく取り組んでも、新たな失敗を生むだけであるし、長所を伸ばすこともできない。

2つ目は、日本のDMO（デスティネーション・マネジメント・オーガナイゼーション）の取り組みの中にマーケティングがないことである。民間企業でいえば、顧客のニーズに応えたサービス・商品化をすることで値段が付いたものとして購入していただくための活動だ。すなわちマーケティングそのものが企業の存在意義である。一方、特に日本の観光協会がDMOとして行っていることは、宣伝・広報だけであり、マーケティングそのものではない。マーケティングを担うところがなければ、サービス・商品化を図ることはできず、顧客や市場との信用、信頼関係を続けるためのしくみもないのでブランド構築もできない。

3つ目は、旅先として明確に選ばれる理由、目的がどこにあるかということである。歴史ある場所や美しい景勝地等の観光素材があるというだけでなく、それを生かしたサービス・商品化したものが旅行目的にならなければならない。物見遊山の通過型観光から時間とお金を消費する滞在型観光に進めない原因もそこにある。単なるコンテンツ提供でなく、その地域でなければならない必然性を備えたプロダクトを考えていただきたい。

4つ目は、地域の将来像（目指すべき姿）が不明確なことである。特に観光地としての経営理念として、将来像以外にも、市場へ提供する価値、社会的使命の3つを上位の概念として確立しなければならない。その将来像の理想と現実のギャップを埋めるために長期的な視点で活動全体の方向付けと目的を達成するために何をすべきかが戦略であり、その明確な戦略があるからこそ、戦術としての手段が決まってくる。そういう意味では、目標指標としては入り込み客数ではなく消費額や波及額を重視することが重要だ。

5つ目は、地域内の経済を活性化するための政策、施策がほとんどないことである。地域経済の振興には地域内で使われるお金の量がまずは重要であるが、それだけではなく、地域内でキャッシュフローを加速させるための仕組みがなければ景気は良くならない。

今回のテーマである観光による地域経済の振興という視点からは、特に重要な2つのポイントを指摘したい。

まず、地域内外の連携という視点である。地域内連携の基本は、多様な産業事業者間の商取引による新しいサービスと商品化と共にキャッシュフローの加速化である。また、地域外との連携においては、自治体間に共通したテーマとストーリーが必要であり、コンセプトをしっかりと設定することで同じ価値を広域でもお客様に提供していくことを明確にする必要がある。そして、地域外からの投資や技術、労働力も重要であるが、開発収入目当ての利益の上げ方と利用収入の継続的な向上にも留意する必要がある。

次に、地域経済の活性化において、実際に経済活動を担い収益事業として利益をあげるという意味では、主体は民間事業者（住民）である。そして行政の役割は、利害関係の調整や異なる産業間連携の動機づけをすることと予算化であり、民間事業者が稼げるような連携を進められるような段取りと調整することが重要である。その中でも、地域全体を網羅するプロフェッショナルな人材の育成は、行政が中心的な役割を担う部分である。

また、最終的な目的達成するための政策、施策を推進する上で、①KGI（Key Goal Indicator：重要目標達成指標）＝達成すべき目標と②KSF（Key Success Factors：重要成功要因）＝目標を達成するために重点的に何をすべきかという行動の要素の整理、③KPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）＝KSFを達成するために実現する指標を設定した上で、PDCAサイクルを絶えず回しながら進めなくてはならない。

首長討議参加者の方々



中国・河南省
WANG, Jinglin
洛陽市副市長



インドネシア・
ジョグジャカルタ特別州
Imam Pratanadi
観光局マーケティング課 課長



中国・陝西省
YANG, Zhongwu
旅遊局（観光局）局長



韓国・公州市
MYEONG, Gyu Sik
副市長



中国・黄山市
ZHOU, Yong
常務副市長



韓国・扶余郡
RHI, Ryong Woo
郡守



ベトナム・フートー省
HOANG Cong Thuy
副省長



日本・奈良県
福井 義尚
観光局 局長



ベトナム・ベッチ市
LE Sy Hong
副市長



日本・橿原市
杉田 幸司
総合政策部 部長



日本・鳥取県
吉村 文宏
観光交流局 局長



日本・御所市
東川 裕
市長



日本・香川県
安松 延朗
交流推進部 部長



日本・奈良県議会
乾 浩之
観光振興対策特別委員会 委員長

参加地方政府による意見交換の内容

1. 観光消費額の向上への取り組み (1) 通過型観光から滞在型観光へ

① 「時間消費」のために

- 河南省洛陽市は、近年、古都ならではの文化的資源、生態資源、景観資源、産業資源を生かして観光産業に注力してきたが、多くの課題も抱えている。例えば、受け入れた観光客数が多いのに対して1人当たり消費額

および滞在日数が少ないことが課題であり、観光商品・サービスの質の向上、消費額の増加を目指して取り組んでいる。

(中国・河南省)

- 消費額の増大には、滞在時間の延長、観光商品の開発、商業とホテルの連携、美食の四つが重要だと考えている。陝西省では、夜に華清池をライトアップすることで、観光客を宿泊させ、消費額を伸ばしている。観光商品に関しては、賞を多く取るといったことよりも、生活に密着した商品に魅力があると考えている。また、ホテルが商業と密接に連携すると、滞在している間に買い物をすることにつながるため、日本の事例を参考にしたい。火鍋などのグルメも観光産業の促進に寄与すると考えている。

(中国・陝西省)

- 米子空港発着の国際便や境港に就航するフェリーによって、韓国人観光客が誘致されている。韓国人観光客はスポーツ体験が好きなので、大山の登山コースやダウンヒルサイクリング、キャンプといった体験型プログラムを提供し、滞在時間の延長と宿泊に結び付けている。

(日本・鳥取県)

- 継続的に顧客を確保する施策として、観光客や外国人が参加するサイバー市民制度というものを運営しており、現在約30万人のサイバー市民がいる。その方々が公州市を訪れたり観光PRをしていただいたりした際に、宿泊費用や特産物の割引などのインセンティブを与えている。さらに、教育旅行にも力を入れている。体験観光では学生や子どもの参加が重要で、子どもが参加すると、その両親や祖父母も来ることになる。子どもの頃に良い思い出がつけられると、大人になったとき自分の子どもを連れて再訪してくれる。こうした連続的な良い循環が効果を生むと考えている。

(韓国・公州市)

②宿泊施設不足の解決策

- 宿泊施設の不足に対応するため、古都のイメージに合う朝鮮時代の伝統的家屋の特徴を持つ宿泊村を建設し、1日当たり500人に対応できるようにした。そこでは、農村でのファームステイが活発に行われており、農村地域と併せて近隣都市の観光地も訪れるという波及効果を狙っている。また、ユネスコの登録以降増えている観光客に対応するため、中堅以上の規模のコンドミニウムを建設する計画を立てている。

(韓国・公州市)

- 現状としては、ロッテホテル(約320室)、二つの大型ユースホステル(約500室)があるが、客室数が不足しているため、大型ホテルの誘致にも取り組んでいる。また、ゲストハウスや農村体験のできる民泊が活用されているほか、テンプルステイも準備しているところである。

(韓国・扶余郡)

- 奈良県では観光客数が増加する一方で、宿泊数が少ないために、観光消費額が減少しているが、今がチャンスだと思っている。奈良県内の市町村は規模が非常に小さいので、個別に取り組むのではなく、奈良県全体で一つのカテゴリーとして独特の観光をつくり、宿泊のバリエーションを幅広く設けるための戦略を推進していただきたい。

(日本・御所市)

③新しいコンテンツづくり

- インバウンド振興には、他の都道府県にはない切り口が必要だと考え、鳥取県ではアニメ・マンガを活用した誘客を進めている。特に「名探偵コナン」「ゲゲゲの鬼太郎」の記念館は世界でも、鳥取県に来なければ見られないものであり、海外からも多くの個人客や少人数の団体客等が訪れている。

(日本・鳥取県)

- 香川県の自然資産としては、瀬戸内海がある。そこに点在する島と島の間を船で行くというような他では味わえない体験が、観光客に受けている。この瀬戸内海と現代アートを融合させた取り組みとして、3年に一度「瀬戸内国際芸術祭」を開催している。また、観光客の滞在時間の延長を図った参加体験型のコンテンツとして、香川県のソウルフードである「さぬきうどん」を作るところから体験し、それを食べるという体験プログラムを設け、人気を博している。

(日本・香川県)

- 近隣地域と共同でスポーツ合宿の誘致を図っている。2019年のラグビーワールドカップと2020年の東京オリンピックに向けて、外国人選手の合宿なども誘致し、いかにお金を落としてもらうかということをこれから考えていこうとしている。

(日本・御所市)

- 旅は異文化体験であるという観点から、香川県の「さぬきうどん」手打ち体験のように、その地域の生活様式を商品化するというのも一つの手法だ。また、スポーツやアクティビティも生活文化である。これにより誘客を図る際は、地域住民自身がそれを楽しみ、ライフスタイル化しているかが重要となる。

(山田講師)

(2)観光商品の開発について

- ベッチ市は観光客のニーズを踏まえた観光商品の開発・販売、観光客の長期滞在に向けた手法について検討している。

(ベトナム・ベッチ市)

- 観光商品のプランニングはターゲットの選定から始まる。持っている観光資源をこちらの都合で提供するのではなく、顧客の視点から考え、市場側が望んでいるものをサービス・商品化することが重要である。また、市場を拡大するには、ピラミッドの頂点に位置するトップエンド層に対して、もっとサービスや商品の客単価を引き上げる必要がある。そうすれば、シャワー効果により裾野まで市場が広がることで、大きな市場が形成されていく。その中で階層化したあらゆるカテゴリーにおいて、それぞれにあった商品化を推進する。市場ピラミッドの頂点が上がることで市場全体の格が上がると共に市場拡大することで地域経済が活性化していく。

(山田講師)

- 良い製品を多くの人が消費するためには二つのポイントがある。一つはストーリー性のあるブランディング、もう一つは生産過程の可視化である。工芸品は日用品とは異なり、生産コスト、魅力そして必要性に応じて値段が決められるため、ストーリーと感情を融合させて、古いものを活性化させて新しい生活とつなげ、信頼されるような商品を作ることである。

(戴斌院長)

(3) オフシーズン対策

- 奈良県では冬季の観光客数が少ないことを受けて、2016年1月29日から「大立山まつり」を開催し、観光客を呼び込もうとしている。
(日本・奈良県議会)
- オフシーズンの冬季はスキー場や温泉に注力することで克服した。また、文化にシーズンは関係ないので、冬は民族文化のイベントを毎年開催している。
(中国・陝西省)
- 観光のオフシーズンに新規顧客を呼び込むことは難しい。一方で、オフシーズンには労力も時間もかけられるので、オフシーズンだからこそできる、ハイシーズンとは異なる価値を、ハードリピーターに提供することを考えることが重要である。
(山田講師)

2. 自然・環境の保護と観光のための活用

- 日本において国立公園は観光のためのキラーコンテンツだが、その管理には観光のための活用と自然保護という、相反する命題があり、そのバランスを取る取り組みがなされている。例えば、吉野熊野国立公園とその中にある世界遺産である紀伊山地の霊場・参詣道のように、その活用と保全が競合する場合もある。観光と環境を調和させながら開発を進めていくことが観光地の課題であると思う。
(日本・奈良県)
- 地域の自然公園の環境を保護することは当然であるし、また、観光資源として利用することは、地域経済の発展にとって有利であると思う。一方で、国立公園や世界自然遺産に指定されれば、生態系保護と地域経済との整合性をいかに取っていくかが課題になる。中央政府から支援を受けて環境と文化を保護すると同時に、可能な限り観光利用に開いていく必要がある。
(中国・黄山市)
- 国立公園については、革新的な、コピーできないものでなければならないということと、人為的に破壊するともう存在しないという概念と範囲を明確に定める必要があると思う。また、保護を主として考え、中国の国慶節等休日制度や習慣に合わせた観光客の分散や、革新的な観光地と一般的な観光地の区別が必要であると考えられる。
(中国・陝西省)
- 地域保全と経済振興のバランスを図るには、ルールづくりと、その適切な運用がなければならない。自立かつ持続可能な形での保全には資金が必要であり、その資金メカニズムを支える為にも経済活動が必要である。日本では環境保全と経済活動・地域振興の促進に当たり、エコツーリズム推進法が制定されている。また、国立公園に限らず、地域の環境利用に関してはゾーニングが必要である。
(山田講師)

3. 地域住民の意識向上

- 奈良県は客室数と宿泊数が日本一少ない。県内の文化観光資源を最大限に生かし、なんとか地域を元気にしようという意識を、これまでなかなか持てなかったことが一つの原因としてあると思う。また、1300年に及ぶ歴史文化遺産や景観を守るため、例えば建物の建設時に地下に遺跡がないか発掘調査をしなければならないといったさまざまな規制が、民間の投資の足かせになっていると考えられる。奈良県全体という視点に立って、民間事業者と共に、宿泊施設誘致やそれぞれの事業者の稼働率向上等に取り組むことが大事ではないかと思う。地元の意識改革が先決と考えており、行政としてもできることは率先して実践していきたい。
(日本・奈良県)
- 毎年11月に観光客に江戸時代の古民家等を開放して見ていただくイベントである霜月祭を開催しているが、そこで、古いだけのものだと思っていた古民家が海外からの観光客に高い評価を得たことで、地域住民の、自分の家や町に対する誇りが醸成され、次に来られた方にもしっかりとおもてなしをするという小さな良い循環ができあがった。突き詰めると、子どもの頃から地域の素晴らしさを伝え、意識に植え込んで続けていくことが重要であると思う。
(日本・御所市)
- 将来に向けた長期的事業を行うとき、その地域の将来を担う子供たちと一緒に活動することがとても大切であり、そうすることで地域がまとまるきっかけになる。子供たちにも、地域に住み続けたいという気持ちの基本となるアイデンティティーの確立も見込まれ、将来の地域人材の養成にもつながる。
(山田講師)



総 括



山田 桂一郎 JTIC.SWISS代表、政府認定観光カリスマ

観光による地域経済の振興に当たって地方政府が果たすべき役割として、明確なビジョンをもつこととそれに伴う計画の立案と実施がある。日本の場合、例えば市町村の基本計画と、県の基本計画、また、地方創生の人口ビジョン・総合戦略との整合性をどう取っていくかが今後の課題となる。地域間連携をする場合は、各自治体間で方向性の擦り合わせを絶えず行い、一つの計画の下に同じ方向で推進していることを、住民や事業者に示さなければならない。

また、地方経済の活性化という点では、民間事業者が垣根を越えて集まり議論する場が必要であり、そのような場を設定して議論を促していくことも、地方行政が担える大きな役割の一つと言える。

観光は外貨獲得の手段だ。人口減少により地域内で消費されるお金が少なくなり、景気は落ち込む。また、生産年齢人口の減少に伴って労働力が不足すれば、人材は給料等条件のよいところに流れてしまう。観光は地域で支えるものであるため、地域に住み支えてくれる人材の育成を今から考えていかななくてはならない。また、人口減少に伴う構造の変化により市場も劇的に変化していることも考えながら、今、力があるうちに客単価の向上を図っておけば、将来の可能性は非常に大きくなる。世の中の変化に対応するために、クリエイティブな地域の人材を育成し、また、地域の素材を生かしたサービス・商品の提供に努め、より観光客の満足を得られるよう、絶えず進歩していくことが重要な課題となる。

市場が成熟すればするほど、観光は団体客から個人客にシフトする。個人化すれば、それだけ多様な選ばれる理由と目的が求められるようになる。世界中から個人客を自分の地域で集団化させることにより、市場を活性化して拡大させるということを狙わなければならない。ターゲットを絞った上で多様な階層化に合わせた商品化を行うことが必要である。また、新しいサービス・商品の開発時は、「今だけ」「ここだけ」「あなただけ」の三つの要件を満たすことが絶対に必要である。

また、今日は実際にリアルな形で顔と顔を合わせて議論することでお互いから学ぶことの大切さを実感した。今後、このように顔を突き合わせて議論できる場が東アジア各地で増えていくことを期待している。



首長討議

テーマ2 「まちづくり、地域づくり」

| | |
|---------------|---|
| <p>参加地方政府</p> | <p>中 国：四川省成都市 マレーシア：マラッカ州 韓 国：慶尚北道 日 本：福島県、長野県、島根県、徳島県、奈良県、東京都荒川区、奈良県斑鳩町、奈良県明日香村、奈良県広陵町</p> |
| <p>講 師</p> | <p>後藤 健市 (株)プロットアジアアンドパシフィック代表取締役会長、内閣府地域活性化伝道師</p> |

講師スピーチ



後藤 健市 (株)プロットアジアアンドパシフィック代表取締役会長、内閣府地域活性化伝道師

まちづくり活動における最大の課題は、真面目過ぎて面白くなくなっているということだ。面白いことと楽しいことに人はお金と時間を使う。したがって、今やるべきことは、官民が一体となり、前例にこだわることなく、面白くて楽しい「ハレの場づくり」に挑戦することである。

21世紀の地域活性化のキーワードは、「グローバル・バリュー」と「グローバル・エッジ」だ。これからは、人がローカルとローカルでつながり、海外が非常に身近にあるということを地域の住民が意識してまちづくりを始める必要がある、そのためにも、世界各地に信頼できる仲間をつくるのが重要である。また、「グローバル・バリュー」を生み出すために必要なものは、地域のモノ、場所、そして人のおもてなしの複合であり、それは世界に誇れる魅力であって、どの地域にもあるものである。その魅力を認識し活かすために必要なのは、素直な心を持った人と自己責任の下で行動できる人であり、この二つがあれば地域は確実に変わることができる。

そして、地域がその魅力を見つけるためのキーワードは、「場所のコンプレックス」、「場所の匂」、「場所文化」の三つである。

「場所のコンプレックス」とは、その地域が持つ劣等感のことで、場所コンプレックスとの対峙が地域を成長させる。つまり、自分の地域と他の地域との差を住民が素直に受け入れることができれば、その差は劣等感ではなく個性になる。都市と田舎は対立構造ではなく、役割が違うだけであって、その違いを生かして補完し合うことが重要である。

「場所の匂」とは、季節や天候の移り変わりの中で地域がつくる特別な表情（景観）であり、ある一時期だけでもすてきなことがあれば、場所のコンプレックスが解消され、もっと地域の個性を発揮することができる。

「場所文化」について、場所とは私たちが暮らしている土地であり、自然である。文化とは人であり、人が持つ知恵である。その二つの融合から「場所文化」が生まれ、育ち、住民のプライドが生まれる。文化は古くなること、少ないことで価値が上昇するが、それは地域住民の生活の中であって、使わなくなると消滅するため、文化となっていく途中過程のものにも未来を見据えながら、使い続け、維持をしていかなければならない。