



全国都市問題会議 報告内容

清水 慎一 氏 (立教大学観光学部兼任教授、観光地域づくりプラットフォーム推進機構会長)  
テーマ:「これからの観光」

観光は来訪者の数ではなく地域に貢献できることが目的(B級グルメやゆるキャラではダメ)

\*これからの観光は「地域らしさを五感で楽しむ」ことを演出する

外国人の目的=日本食を食べる(日本らしいものを求める) 確かに買い物は大事だが最初だけ

徳島県 祖谷(いや)のかずら橋 ... 外国人にとっては祖谷が日本の原風景...「千年のかくれんぼ秘境・奥祖谷ツアー」ホテルがないから古民家、食事は民宿、一泊2万円...でも年に3000件の宿泊...地元のお年寄りが生きいきと活躍する場が作れた(地域振興)

観光をした後は飲んだり食べたり買い物をしたい。まちなかの周遊ポイントは商店街...絶対に再生が必要、車も排除すれば更によし

観光を手段として街を住みやすくする(課題は交通・買物・コミュニティー)

報 お年寄りの課題は観光客の不満 だから「住んでよし訪れてよし」の取り組みを

<日本版DMOのすすめ>

告 観光地域作りは自治体ではなくすべての業種や団体(ガイド・NPO)による連携が必要

だから観光地域づくりプラットホーム(横断的に集まる場)が必要! 街全体を豊かにしよう! バラバラに活動していたのではダメ、情報発信もひとつに(予約もすべてできるポータルサイト)

内

お客様との窓口はひとつに(それぞれが勝手にパンフレットを作らない)...一本化が必要

容 山田桂一郎(長野県観光戦略アドバイザー)

観光カリスマ百選「日経ビジネス 次代を創るひと100選」

演題「世界で選ばれ続ける地域とは」

地域振興・活性化の問題・課題 = 全て、エゴと利害関係(本音)

中心市街地はシャッター開けないまま死んでいく...商店主は今困っていないから=最大の課題

農業も同じ 将来のことを真剣に考えようとしていない

地方創生 = 稼ぐ力を引き出すこと = 自立と持続(補助金は使って終わりではダメ)

いよいよ国も地方の面倒を見れなくなった...自分で自立してくれよ!

企業誘致...本当に雇用につながるのか? やはり稼ぐ力をつけなければダメ

「地産地消」ではなく「地消地産」...観光はあそこに行ってあれ食べたい

お金の波及効果を考える...地域内で循環する仕組みを作る...陸の孤島のイメージ

お金の循環の仕組みは地域が考える(入り込み客数だけで一喜一憂してはいけない)

観光関連雇用が増加することで他産業の就業者数に好影響を与える  
定住人口一人減少(年間消費額 124 万円) 外国人旅行者を 10 人増やすことで穴埋めができる

国内よりも海外からの旅行者がいい訳=遠くから来る人ほど買う気満々...遠くから呼べ!

徳島県の上勝町は町おこしができたのか?

ビジネスとしては成功したが、人口は減る一方...お爺ちゃんお婆ちゃんは地元にお金を落とさない...地産外消となってしまったから、誰もまちの将来のことを考えていない

スイスと日本 どちらが有利・不利?

スイスは国際競争力・観光競争力世界一...スイスの強さは「質」の重視(付加価値) ブランド化 世界が注目 ...質を向上させ続ける評価システムがある

おもてなし=何度も来てお金を落とす仕組みを作る手段(スイスの強み)

報 「勝ち残る」ではなく「価値残る」...理念と戦略が必要(すぐに戦術に走らない)

・ビジョン=地域の将来構想

・テーマ=地域の主題、狙い

告 ・コンセプト=地域の概念、観念 ...これらがお客様へのメッセージとなる

車を入れない...不便だけど、だからリピーターが増える

内 「当地を選ぶ理由は何か」...旅は異文化体験(非日常)

欧米人は日光浴が好き...元気になるから(日本人と違う点)...上田は日照時間が長い

容 自分の土地・文化を誇る=地元の人が認めなければ魅力はない(観光客にあそこはいいよと言っているか?)

地域の「らしさ」を商品とする=売るための工夫(マーケティング・商品にしなければ買えない)

まちを PR しても効果なし 自然は自然、文化は文化で絞った売り込みが必要

お客様を細分化して、狙いをつけることが大事(お客様側の視点で考える)

ファンクラブを作って顧客データベース化・ポイント制...一生の顧客へ

ふるさと納税者へのアプローチ

「ドリルを買いたい人はドリルが欲しいのではなく、穴を開けたいのだ!」

世界中から注目されているのは健康長寿...長野県はこれを商品化せよ

健康長寿のリンゴとして売れば世界中から買いに来る

市場の拡大...高いピラミッドを作る=高い商品を用意する...質の向上・利益率の向上・イメージの向上=ブランド化へ 富裕層が関心

普通の人だってスイートルームには泊まれないけどスイートルームのあるようなシティホテルに泊まってみたい(ビジネスホテルだけではダメ)

境港市は水木ロードで観光客は倍増。しかし、商店街の売り上げは下がる一方。地元で買い物をさせる仕組みが足りていない。その土地のものを売れ！自分が旅行に行ったこと考えれば、何をすべきかがわかる

## 2日目 <パネルディスカッション>

2050年 ...一人世帯が全体の4割、うち半数が高齢者

地方では人口減少、都市では高齢者の増加...危機的状況

人口規模の低下と人口密度の低下...割高の行政サービス、空き家の増加(住環境の整備)

報

今治市...しまなみ街道をサイクリングの聖地へ 台湾と協定 イベントで7000人来訪

告

真庭市...バイオマスタウン バイオマス発電(民間主導、行政は支援) 個人が軽トラで木材を持ってきて、お金に換えて帰る。バイオマスによる商品開発、バイオマスによる生ごみ処理、バイオマスタワー(地域の特産品も開発)

内

木を使った大型建造物の建設(CLT)...地域資源の有効活用 日本に広まれば木材価格の上昇  
地域の所得の増加 輸につなげ更に拡大へ 目的=地域の自信と誇りを取り戻す!

容

両備グループの地域交通の再生(和歌山)

補助金で生き残るしかないのが現状 欧州では交通は公が受け持つ事業

なぜヨーロッパは公共交通が残っているのか? 公設公営だから

日本でも公設民営(世界の常識)ができないか? 廃止寸前の鉄道を譲り受けて改革 ...人件費の圧縮で運営が可能に、更に乗降客も増える(労働組合が高コスト運営の根源だった)

これからは民間事業者だけでなく国や行政も関わって地域づくりの一環として考えていく

公設民営または公設公営で民間委託の方法

地方創生に必要なこと

自分たちですべての住民サービスが提供できるサイズへ(1700もの自治体は不要・補助金に頼らない地域経営) 交付税は自由に使えるようにする(そこで人は育つ) 高付加価値の産業を作る

高齢者を活用する

官民の連携に対する考え方は大きく違う

国民の連携...誰かが始めて共感した人が協力を始める

官民の連携...まずスローガンを掲げ、関係者を一堂に集めてから協力を始める

行政は、えこひいきはNGと考えている...すべて均等な支援としては効果無し！  
求められる連携とはいい活動をしている民を徹底してサポートすること  
\*8割の利益を出す民間をえこひいきしなさい！

官がやるとなぜ上手くいかないのか？

観光レンタサイクル...駅前で自転車を貸すとタクシー会社が苦戦...反対されて潰される

だから 協議会と銘打って皆を集めて進めるやり方は前に進まない

駅前に場所を作れないか?...他の課が絡むと話が前に進まない

富山市の観光レンタサイクルは成功例...各課が連携して問題解決

報  
告  
内  
容