



平成28年「町村議会議員特別セミナー」研修報告書

1	日時	平成28年10月6日(木)～平成28年10月7日(金)
2	研修地	滋賀県大津市唐崎 全国市町村国際文化研修所
3	研修内容	(場 所) (1) 住民自治と観光戦略 JIAMホール (2) 町村エリアにおける今後の観光の役割と可能性について JIAMホール (3) 地域創生 成功の方程式はあるのか JIAMホール
4	研修結果 又は概要	<p>(1) 住民自治と観光戦略</p> <p>講師 ニセコ町長 片山健也氏</p> <p>北海道 ニセコ町</p> <p>人口 4962人 (うち外国人住民182人)</p> <p>世帯 2054世帯</p> <p>基幹産業 観光・農業</p> <p>観光客数 159万人(うち外国人延宿泊数14.8万人)</p> <p>面積 197.13平方キロ</p> <p>高齢化率 25% 北海道屈指の豪雪地帯</p> <p>「相互扶助」の精神 有島武郎</p> <p>人口の特徴……20代は就職等で転出、30代は転入が多い</p> <p>訪日外国人観光客入込状況</p> <p>平成15年 1位 香港34569人 2位 中国29643人、3位 台湾22035人 4位 オーストラリア20031人 5位 韓国15341人 6位 シンガポール13085人</p> <p>ニセコ観光園入込状況</p> <p>1位 オーストラリア 2位 香港 3位 シンガポール 4位中国 5位 台湾 6位 アメリカ 7位 タイ 韓国、イギリスと続く</p> <p>会議は原則全て公開</p> <p>情報公開を支える文書管理システム</p> <p>① 文書は全て町民からの預かりもの ② 文書の私物化を排除 ③ 文書は30秒で取り出し(コスト削減) ④ 机の中は詳細なルールあり</p> <p>まちづくり町民講座(平成8年から)</p> <p>気楽な参加も大切</p> <p>◎ 町民への説明責任 ◎ 職員意識の改革 ◎ まちづくりトーク ◎まちづくり懇談会 ◎ 子ども議会 ◎ こどもまちづくり委員会</p>

<p>4 研修結果 又は概要</p>	<p>ニセコ町の基本的な考え方 現在のニセコ地域の経済(観光・農業) (一) 豊かな自然環境が基盤⇒今ある自然環境が崩壊すれば産業基盤が失われ</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 景観保全・開発規制 ② 資源・環境保全 ③ 地域内エネルギー循環政策 <p>(二) 住むことが誇りに思えるまち</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 住民自らがチャレンジする農業 ② 観光協会の株式会社化 <p>ニセコ町の目標 (一) 情報共有と住民参加(まちづくり基本条例) (二) 持続可能な地域社会の構築(資源循環型社会の構築) (三) 地域ブランド化による国際環境リゾートとしての地位確立</p> <p>国際標準環境都市ニセコ</p>
<p>4 研修結果 又は概要</p>	<p>(2) 町村エリアにおける今後の観光の役割と可能性について 講師 じゃらんリサーチセンター センター長 沢 登 次 彦</p> <p>訪日外国人市場は「成長市場」</p> <p>1 旅行に行かない原因とインサイト</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 旅行に行きたい という興味喚起ができていない。(暮らしの中での旅行の優先順位が下がっている) ② お金の問題 (特に35～49歳の子育て世代の女性) ③ 時間の問題(特に30代から50代にかけての働き盛りの男性) <p>加えてシニア層に関しては④ペットや家族の介護でという問題が発生、株価影響しやすい世代</p> <p>2 宿泊旅行の目的</p> <p>1位 地元の美味しいもの 2位 温泉や露店風呂 3位 宿でのんびり</p> <p>3 一人旅が増える原因とインサイト</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 複数人で旅行することへの抵抗感(男性に多い) 「面倒くさい」 「一人の方が楽」 ② 同行者の条件にあてはまる人がいない(女性に多い) 「恋人がいない」 「結婚していない」 「子供がいない」 ③ 一人旅に対する興味ね関心の上昇(若年層に多い) 「好きなように旅が出来る」 「面白そう」 <p>政策立案機能 SNSの普及も後押ししている可能性あり</p>

4	研修結果 又は概要	<p>4 今後の地域の成長の土台は「稼ぐ観光」 そのために</p> <p>①価値の創造 地域自らが商品開発マーケティング ②需要の創造 地域価値と消費者を結ぶマーケティング最大化の支援 ③消費の創造 地域を訪れた人が消費したくなる地域の販路作り</p> <p>5 DMOが行う「マーケティング」とは</p> <p>①現状の顧客の把握 ②今後の伸びしろ(ターゲット属性、ニーズのある地域コンテンツを把握) ③地域ファン(来訪者)をリピーター化するための顧客データベースを作る</p> <p>6 「DMO組織」が目指すのは</p> <p>観光を軸とした持続可能な地域経営の確立をつくることであると思う 世の中が変わっても、地域が元気であり続け今以上に輝くために。</p>
4	研修結果 又は概要	<p>(3) 地域創生 成功の方程式はあるか</p> <p>講師 東京農業大学 生物産業学部 教授 木村俊昭氏</p> <p>小さな村のなにもないという苦悩</p> <p>一分間まちプレゼンテーション</p> <p>キーワードは</p> <p>行政の3無い主義とは</p> <p>法令がない、 予算が無い、 前例が無い、</p> <p>機会創出はだれがするのか……公聴会の創出</p> <p>自ら知り、気づき、そこから行動へ</p> <p>まざ広聴し、幅広く意見を聴く、人は自ら知り気付かないと行動に移さない</p> <p>本気・情熱・行動</p> <p>まちの現状、最大の課題は何か</p> <p>産業、歴史、文化を掘り起こし……磨きをかけ世界発信するまちづくり</p> <p>未来を担う子供達が愛着心をもつように 育む人づくり</p> <p>見える文化、できる文化、仕組みを育む</p> <p>①情報共有 ②役割分担 ③出番創出 ④事業分析構想 ⑤事業構築 ⑥事業結</p> <p>住民はどんなライフスタイルを構築・実現したいのか</p> <p>常に広聴・広聴・広聴・傾聴と対話 広聴重視、実学、現場重視の視点</p> <p>五感 見る 聞く 嗅ぐ 触る 味わう</p> <p>六育 知育 木育 遊育 職育 食育 健育</p> <p>地域を変える力とは何か</p> <p>①全員が発言 ②批判しない ③シンプル ④リラックス ⑤よく聞く</p> <p>まちづくりの基本</p> <p>全体最適、価値共創、住民満足、費用対効果、循環型社会重視の思考</p>

研修結

地場産業振興・事業構想のポイント

何を生業に暮らしている村 地場に関連する起業 関連産業の創発、企業誘引
地産地消から地産外商 互産互消から外産外商

まちが動く、まちが変わるには

3年が1サイクル 木村の方程式

3 か月 現状と課題の把握

3か月 課題解決策、先取り策(構想)

6か月 実践、検証、構想

6か月 実践、検証

(☆ 3年で2回実践しよう)

目的・目標・スケジュール・政策

予算・主体・メンバーの選定(パートナーブレイン)

事例研究(成功)と失敗)

元気な地域は何が違うか 集落の地域ビジネスが起きるわけ

広がり輪ができるポイントは何か

行動のまちへの提言 つなぐ人は

定住できる村の条件を考えよう

笑顔、感動と感謝の村づくり

賛同者 2割、拒否者 1割、眺めるもの 7割