第１号様式（第３関係）

平成３０年４月９日

調布市議会議長　　田中　久和　様

提出者　調布市議会副議長　　井上　耕志

視察等共通部分報告書

下記のとおり，視察（研修~~・視察研修~~）を実施いたしましたので，視察等個別部分報告書（第２号様式）を添えて報告いたします。

記

１　実施名称（テーマ）

第５６回東京都市議会議員研修会

２　実施期日（期間）

平成３０年２月８日（木）

３　実施場所（~~視察先・~~研修会場）

府中の森芸術劇場どりーむホール

４　実施目的

これからの観光振興と商店街の活性化についての講演

５　参加者の氏名（２６名）

田中　久和	井上　耕志	平野　　充	須山　妙子
二宮　陽子	榊原登志子	丸田　絵美	清水　仁恵
狩野　明彦	鈴木　宗貴	橘　　正俊	内藤美貴子
岸本　直子	宮本　和実	小林　充夫	渡辺進二郎
鮎川　有祐	小林　市之	大河巳渡子	雨宮　幸男
川畑　英樹	広瀬美知子	林　　明裕	伊藤　　学
大須賀浩裕	元木　　勇		

調布市議会
30.4.-9
収第90002号

6　実施結果（視察概要・研修概要）

別紙記載のとおり

7　その他

特になし

8　実施結果に対する所感，意見等

視察等個別部分報告書のとおり

研修概要

演題：「これからの観光振興と商店街の活性化
～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～」

講師：藻谷　浩介　氏
株式会社日本総合研究所　主席研究員
株式会社日本政策投資銀行地域企画部　特任顧問
特定非営利活動法人 ComPus　地域経営支援ネットワーク理事長

外国人観光客が増え続けている。２０１６年の調査によると，日本に来たアメリカ人は米国民２６０人に対し１人だった。中国人は２２０人に１人，韓国人は１０人に１人，台湾人は６人に１人，香港人は５人に１人と，近隣アジア各国からの訪問客が多く，これはリピーターが多いため，今後も増え続ける傾向である。

また，ほとんどの人が東京を訪れているので，ものすごいビジネスチャンスである。にもかかわらず現在起きていることは，東京には飽きて，都会的な街並みよりも自然あふれる田舎的な町へ直行される訪日客が多いことである。東京の都心から３０分電車に乗っていけば，自然あふれる場所があり，都心からでは見ることのできない富士山の景色を見ることができる「東京」もあるのに，訪日客へのアピールが足りないためそれを知る人は少ない。

ラグビーワールドカップ，オリンピック・パラリンピックが控えており，これから日本に来る外国人は，さらに増えることは確実である。これらに向けて，今，東京のホテルが絶対的に足りないため，この機会に民泊を増やすべきである。これは大きなビジネスチャンスにつながる。

しかし，観光客が増えることで地域活性化につながるのか⇒ただ観光をするだけでは，地域活性化にはつながらない。

バブル最盛期の１９９０年から２０１５年までの２５年間で，人口が増えた観光地の上位は長野県軽井沢町（２３％増），沖縄県竹富町（１５％），和歌山県白浜町（１２％），反対に減った観光地の下位

は和歌山県高野町（４９％），奈良県吉野町（４５％），神奈川県箱根町（３９％）である。どこも有名な観光地なのに，はっきりと差が出てしまっている。地元の経済が活性化するような，そこに住む人が増えるような観光事業をしていただきたい。

観光の目標をどこに置いているかで大きく影響してくる。知名度アップ，話題性アップしただけで地域活性化したと勘違いしていると大間違いである。地域活性化の５段階としては，①知名度アップ，話題性アップ（マスコミで紹介されイメージが良くなり，政治家や有力者が喜ぶ）→　結果に無関係な自己満足である　②客数増加（入込客数が増えてイベント屋やコンビニ，輸送機関が儲かる）→　単なる一手段である　③売り上げ増加（滞在時間，宿泊者が増えて，客単価が上がり，地元業者が儲かる）→　ひとつの戦術である　④所得増加（売り上げが原材料費や人件費に回ることで地域内に落ちるため，住民が儲かる）→　戦略である　⑤地域内経済の循環拡大（住民が儲けを貯金せずに地域内で使うことで隅々に儲けが波及する）→　これが目標である　であり，最終目標までたどり着かないと地域活性化とはならない。地域活性化，観光を地域振興に結び付けている全ての事例に共通するキーワードは「地消地産」である。「地産地消」ではない。「地消地産」は地元で消費するものは極力地元産にすることである。たった1%でもいいので，地元のものを使うこと。

北海道ニセコ町の『道の駅』では，使っている食材は原材料の一品に至るまで，全てニセコ町内産のものしか出してはいけないとしている。地元にお金が落ちるよう努力しており，そうしたことにより人口が増えた観光地である。ニセコ町では観光業だけではなく，建設業や農業，林業の雇用も増えているとのこと。

地域活性化になる観光とは，すなわち地域の事業者の売り上げが増える観光でなくてはならないと述べた。

さ視察等個別部分報告書	作成者氏名	田中　久和

1　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

第５６回東京都市議会議員研修会　平成３０年２月８日（木）

於：府中の森芸術劇場　どりーむホール

演題：「これからの観光振興と商店街の活性化」

～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～

講師：藻谷　浩介氏

2　実施結果に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

この度は、藻谷浩介先生を講師としてお招きし、「これからの観光振興と商店街の活性化～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～」と題してご講演をいただいた。この研修会は、東京都市議会議長会の事業計画に基づき、議員の政策能力等を高める目的で、毎年、地方議会や地方自治の課題をテーマとして、開催しているものである。

「イメージ」や「空気」は事実と違い、常に事実を数字で確認しないと間違えてしまうという。外国人観光客においては、リピーターになってもらえば、まだまだ今後増え続けるなど、様々な視点からの話をお伺いした。調布市では、人口は増えているのに、１５～６４歳は減っており、高齢者だけが急増中である。東京都においても、現役世代はもう減少に転じており、こちらも高齢者だけがどんどん増えているのが現状。すなわち、人口増は、イコール高齢者増という現実がある。

地域が活性化するためには、「地域活性化の５段階」が重要とのこと。知名度ＵＰ・話題性ＵＰに始まり、第５ステージの地域内経済循環拡大（住民が儲けを貯金せずに地域内で使うことで隅々に儲けが波及する）にまでに目標を持っていかないと意味がないとされた。

地域と地域企業が今後とも続いていくための道、それは「地消地産」という考え方。「地元で消費するものは極力地元産」にすること。売り上げの中で、地元に残って回る部分を１％でも増やすことが大変重要となる。稼いだお金を都会や外国に戻すことはしない。

大切なことは、こちらの視点よりも客からの視点（客にとっての私は何という視点）。栄える観光地は「行く言い訳」が立つ場所であるとも。お

客様が値段以外の「言い訳」を持って選ぶ地域だけが残る。なぜそこに行き、お金を使うのか、客の目で「言い訳」を考えること。そもそも、工夫のなさを景気に責任転嫁することもおかしい。客のお世辞ではなく、本音を聞き出せるかが勝負とのこと。

目指すは「地域ブランド」構築であり、観光が盛り上がるかどうかは、最後はやはり、「人」の問題。観光を担う人材の３つの条件や観光地の自立と持続の方程式など、貴重なお話を伺うことができた。

来年にはラグビーワールドカップ、再来年には東京オリンピック・パラリンピックがこの多摩地域でも開催される。世界中から注目される大イベントであり、日本はもとより、外国からも多くの方々をお迎えすることとなる。これを多摩地域全体の振興・発展に繋げたいと考える。この研修会で学んだことを、それぞれの地域における観光・商業振興の参考とし、多摩地域を世界の多摩としていければと思う。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

特になし

第2号様式(第3関係)

視察等個別部分報告書	作成者氏名	井上耕志

1　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

第56回東京都市議会議長会議員研修会

これからの観光振興と商店街の活性化

講師　日本政策投資銀行　地域企画部　特任顧問

日本総合研究所　主席研究員　　藻谷　浩介氏

2　実施結果に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

同研修会では冒頭から2019ラグビーワールドカップ、2020オリンピック・パラリンピックの日本開催に向け、外国からのお客さんをお迎えするための準備としてクレジットカードがさらに便利に使用することができるようなインフラ整備について、また飲食店等における受動喫煙防止に向けた取り組みについて講師より熱く語られた。前者に関しては、講師の体験としてタクシー車内において「クレジットカードの使用はできません」という張り紙があった点について言及があり、多くの外国人観光客が日本を訪れる格好の機会を迎えるという状況の中、たくさんのお金を落としていくであろう彼らがもっと簡単に決済ができるようにしていくべきであるという観点について。また、後者に関しては国際的には先進国だけでなく発展途上の国においても飲食店内では完全禁煙になっている現状が紹介され、喫煙者への配慮より煙を吸いたくない客に対する配慮を徹底的に行うべきであるという視点から時間をだいぶ割いての話がなされた。

講演の中では、イメージや空気でさまざまな事象を判断すべきではなく、常に事実を数字で確認しないと間違えが起こると語られた。調布市では2010年から2015年の5年間で人口は5500人増加しているが、その内訳を見てみると8800人が15歳を超えたが、15歳から64歳が差し引き4000人転入し、14300人が65歳を超えているため、生産年齢人口はこの5年間で1500人減少しているということがデータからわかるとのことであった。人口が増加しているということがイコール高齢者が増加しているという現実が非常にわかりやすく紹介さ

れた。

このようなデータの見方を前提に地域活性化をどのように達成するのかを検討する場合、最終的には知名度や話題性のアップ、客数や売り上げの増加、所得の増加にとどまることなく、地域内の経済循環を拡大させなければ意味がないとのことであった。また、その成功事例として北海道ニセコ町や沖縄県内各地の事例が紹介され、地元で消費する物は極力地元産にし、売上の中で地元に残って回る部分を 1%でも増やす仕組みが重要であると結論付けられた。地元の道の駅で販売している物はすべて地元産であることにこだわり、それ以外のものは販売しないという事例も紹介されたが、そこまで行うことにより、域内の経済循環が拡大するということがわかりやすく認識された。

現在本市においてはワールドカップ、オリンピック・パラリンピックの開催自治体としてさまざまな準備が進められているところであるが、ここで来訪された方々が世界的な大会が終了した後にもまた来たくなるような工夫を持ってお迎えすることが求められる。客目線でまた行きたい自治体となるためにどんな工夫が必要なのか、周遊するだけではなく、滞在して頂けるようなまちづくりのあり方はどのようにしていくべきなのか、あわせてそれらを総合的に考慮した中での地域ブランドを如何に構築していかなければならないのか。世界的な大会の開催まで残りわずかとなっている状況のなか、様々な見地からアフターオリンピックを見据えたまちづくりを行っていく必要性を強く感じることとなった研修会であった。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

文中に記載

第２号様式（第３関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	平野　充

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

第56回東京都市議会議員研修会

「これからの観光振興と商店街の活性化」

～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～

講師：藻谷　浩介　氏
株式会社日本総合研究所　主席研究員
株式会社日本政策投資銀行地域企画部　特任顧問
特定非営利活動法人 ComPus　地域経営支援ネットワーク　理事長

２　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

地域経済の活性化がどのようなルートで地元自治体の財源として戻ってくるのか、その仕組みを詳しく教わることができた。

また、その結果として子どもの数が増えるという興味深い繋がりがあることも分かった。

今日はその基本的知識を教わったので、あとは、知恵を働かせて具体化できるかどうかであると悟った。

鍵を握るのは、やはり首長（市長）であり、手腕が問われることだが、

自分自身でも、調布という地が何に富んでいるのか、調布としては何ができるのかを考えていこうと感じた。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

特になし

第３号様式（第４関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	須山妙子
１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）		
これからの観光振興と商店街の活性化 日本総合研究所主席研究員　藻谷浩介氏		
２　実施結果に対する所感，意見等 （質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）		

明年のラグビーワールドカップ、再来年のオリンピック・パラリンピックの会場を有する市として、何を目標とし、何を準備しておくべきかを考えるうえで、示唆に富んだ研修だった。

町の賑わいは誰しもが求めるものだが、何をもって「にぎわい」とするか。町に大勢の人が訪れていれば何となく賑わっている感じがするものだが、講師はイメージや空気で判断することを戒め、常に事実と数字で確認しなければならないと訴える。

講演内容の様々な調査の数字から見えてきた観光振興についての現状の分析や課題の抽出は具体的でこれまで持てなかった視点を教えてもらった。中でも調布市の国税調査を使っての分析は興味深く、調布市が注目されている市であることを実感した。

北海道のニセコ町を例に挙げた分析で、「地域活性化の５段階」を明らかにしながら、マスコミで取り上げられた知名度のアップや、客数増加では活性化に至らない、売り上げが増加しても他地域から仕入れたものが売れているのではやはり活性化とは言えない。原材料費や人件費によって地域住民が潤い、住民がそれを貯金せず地域内に使うことで初めて地域の活性化が認められるとの考え方は参考になり、調布市でも取り入れていかなければならないと感じた。

第２号様式（第３関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	二宮　陽子

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

2018.2.8　第５６回東京都市議会議員研修会
「これからの観光振興と商店街の活性化について」
藻谷浩介氏
府中の森芸術劇場どりーむホール

２　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

藻谷浩介氏のお話を聞く機会は、今回で２度目となりました。里山資本主義の著者である藻谷氏には以前より関心があり、講演会に伺いたいと思っていたところ、市民プラザあくろす１０周年イベントであくろすホールで講演会が開催され、大変嬉しかったことを思い出しました。当時も沢山のデータを活用し、調布市個別の数字も出されるなど、より具体的にイメージが浮かぶような工夫をされながら聴衆を飽きさせないお話を伺った記憶があります。今回の研修も視点の置き方で、物事が違って見えることがあるということを教えていただきました。

まず導入では、日本における自殺者数の推移を示すグラフを例にされ、「イメージや空気」は「事実」と違うことがあるため、「数字」を使うことで事実をつかむことを提案されていました。一般常識に流されず、自分で見たもの聞いたものを自分のフィルターを通して課題を発見できることは重要な視点であります。そうすることで、多様性がうまれ、押し付けや一般常識が障壁となる少数派＝マイノリティーの考えや生き難さなどの課題発見にもつながります。さらに物事への深い理解や共生社会への視点へとつながっていきます。

また、人口の増減もきちんと世代ごとの推移を読み解き、数字で分析することで、その実態が分かるということを示していただきました。調布市は人口がこれからも増加していきますが、それがどの様に推移していき、どんな将来像を示すのかを読み取っていくことは重要であると感じました。そして、東京、中国、アメリカ等、世界へと目を向け、外国人観光客増はこのまま続くわけではないのだから、これからの観光産業をどういう

視点で考えていくことが必要なのかを考えることが重要です。そして、地域ブランドとして、地元で消費する地産地消の考え方も納得いくものでありました。地元の地域資源を様々な角度から見つけ出してブランド化し、どう活かして多くの方に買ってもらい、消費してもらうかは、そこに大きな価値があるとすれば、互いにウインウインの関係になります。長く滞在してもらい、食事やお茶をしてもらうことなど、顧客満足度調査という数字から考えていくことは有意義であると考えます。

調布には、多岐にわたる多様で豊かな観光資源があると思います。それはすでに分かっていることではありますが、まだまだ活かしきれていないのが現状ではないでしょうか。このままでは、国体が開催された時のように、滞在する時間が少なかった、通過することが多かったという結果にならないためにも、藻谷氏が提案されていた顧客満足度調査等を実施し、外から訪れるかたの目線で、これからの調布の資源を活かす観光振興を考えていくべきと思いました。豊かな水と緑、川が流れ、畑でとれる農作物、深大寺の歴史とともに、映画館や商業施設、文化会館、劇場など、市全体として資源を活かせる可能性がまだまだあること、出来ることがあると思える研修となりました。その為の観光を担う人材として、老若男女、様々な世代、性別が入り、考えていく必要があります。その為には、市民が地域を大切にすることが必須となります。自分だけではなく、地域を巻き込んでいく努力をする、そのためには、行政も議会も市民と一緒に考える場をつくって、調布という豊かな資源を活かしていくことが必要です。常に視点をどこに定めるか、考えていきたいと思いました。

3　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

・顧客満足度調査
・市民参加の資源活用ワークショップ
・庁内連携で、市全体の可能性の洗い出しからの共有
・市議会として調布の資源のこれからの可能性を共有すること

視察等個別部分報告書	作成者氏名	榊原　登志子

1　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

第56回東京都市議会議員研修会

演題「これからの観光振興と商店街の活性化」

～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～

講師　藻谷　浩介氏

株式会社日本総合研究所　主席研究員

株式会社日本政策投資銀行地域企画部　特任顧問

特定非営利活動法人 ComPus　地域経営支援ネットワーク　理事長

2　実施結果に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

○これからの観光振興の活性化と商店街の活性化

講師からは、海外からの観光客が年々、想像以上の数で増加していることを認識し観光振興に力を入れるべきだということだった。では、観光振興を持続、盛況にしていくにはなかなか困難があるなか、どのように持続していくかということになる。また、話題性の一過性で終わることがないようにしなければならないということになる。訪日外国人の様子が報道された言葉で一時期「爆買い」などがあったが映像で理解するも我がまちで増加に関係するということを少しでも感じられているだろうか。また市内で常日頃から訪日観光客に出会えたとしても実感が、出きるだろうか。感じられるよう今後のインバウンドが好機であるから、その体制は万全にしたい。その時期とともに行きたいまちとなるための調布市でありたい。そのために戦略としてあらゆる方向からの視点により、好まれるまちづくりをしなければならない。では日本の特徴や誇るものが何か、アピールの一つは何かと考えてみた時、桜や神社、仏閣などだろうか。調布市も桜の本数も多いが府中市の桜並木は、申し分がない。きっと府中にもたくさんの観光客が訪れているであろう。調布市にも深大寺と桜という素晴らしい絶景がある。この深大寺は昨年（2017年）銅造釈迦如来像(どうぞうしゃかにょらいぞう)が国宝に指定され東日本最古の国宝仏、また都内では唯一寺院伝来の国宝仏となった。このような国宝物や神社及び神舎、釘を使わない伝統的建築物も同様であり興味をもっていただける一つとして考えたい。このような日本以外にないものの余すこと

なくすべてがアピールのしどころだと思う。そして「地産地消」が重要であることを誰もが考察をしている。では「地産地消」により即活性化し好転するならば、苦慮しないのである。しかしその一つの大事な点であるということであるから、考えてみたい。農業という点では生産者が分かり安全・安心で見える化とコミュニティが重なれば活性化すると期待するところである。衣・食・住ということから考えれば食は毎日3回、必ずとはいかないが頻度としては一番多いからこの産業の充実は、大事である。また食の傾向としては、やはりリーズナブルに感じられることも、大事かもしれない。しかし二極化ということもあるので一概に言えないが簡単に購買意欲をわかせる小さい効果も面白いのではないだろうか。そのミクロの商業の一つとして、いわゆるお酒の「立ち飲み屋」という場所や100円均一ショップなど元気な様子であるから、そのような感覚も残しつつ調布市らしさのブランドが欲しい。では、市内のすべての「地産地消」を行っていくことが、できるだろうか。農業から推進し、ほか生産、加工、販売するということを行っていかなければならないが近年では何においても少子超高齢が問題となる。このこともまちづくりの観点からも日本中で対策が、講じられている。まちづくりが土台となるからこのことも重要であるから若い世代の率先した活動を期待したい。しかし平日の日中の時間帯は、当然、生産年齢は都心に集中していることが多く市内でも高齢者を多く見かけ、また街中で活動されている方々に会う。このことから考えていくとまちでまるごと活性化を行うには、すべての年齢混合と行政と民間の隔たりもなくして行う方向が良いと感じている。

そして近年の若年層が起業出きる環境と活躍する事業と空きスペースによる活動の場の提供などをますます拡充し、若い世代の活躍を期待し活気あふれるまちとして結びつけるが必要である。

我がまちにおいては、ダンスやバンドが出きる活動場所として調布市上石原に青少年ステーション「CAPS」が大変、人気だがこのような場所を増やし近隣市などからの若い世代交流、お手伝いを相互に行えるような仲間も増やしていかなければならない。出きることなら、低い年齢の人口流入を期待したいのである。そして魅力ある調布になり観光としてまた日ごろからさまざまな年齢が共に支え合う地域で生産、加工、販売、そして訪日観光客と共に笑

顔あふれる活性化できる我がまち調布となるように整備をすすめたい。資源活用ということからは、調布市もまだまだ、農業を営む方々が多い。今後、空き地になってしまうことになるなら低価格で貸したいということもあるかもしれないから、小さな区画や優しい農園遊びなど盛んに行っていきたいものである。最終的にはそこに住む担い手、まちづくりの担い手の存在が必要であるからこそ日頃からコミュニテイとともにまちの魅力が発展をし、活性化したまちで皆さまのおもてなしを十二分に出きるようにと考える。また日頃からの活性化としては東京都、新宿駅から 15 分という立地であるから目玉ディナーやディナーショーや居酒屋など目玉店舗なども面白いかもしれない。私の私感であるが、ディズニーランドが好きであり安易に真似たことを少し取り入れてみたいと思うことがある。調布市内の資源活用で行えるかといえば難しいのかもしれないが、考えていきたいところである。ひとときを充分に楽しめる調布市としたい。また調布でしか食べることができないという食べ物や、調布の自然を売り出すことや日本食の魅力を存分にいかしたい。また農作業や深大寺での餅つき、除夜の鐘つき、お能や蕎麦打ちなどの歴史的な行事で毎年の慣例観光などをすすめていきたいと安易ながら考えるところである。まずは、ラグビーワールドカップの大成功と東京 2020 大会に向けた安全・安心の取組みと大成功で終了するためにインバウンドに対応する事業を成功させたいところである。取組みを楽しむ側の都合は、身体と心の余裕も必要であるから受けての体制として現在の一般的なことからの判断で申すが勤務の休日が土、日曜日だからという概念から抜け出し毎日の中で集まる市として 24 時間名物の店舗など名物があると良い。企業も働き方を変える取組みもなされプレミアムフライデーや連休増や夏季休暇の分散も余暇を過ごすワークライフバランスでの楽しみ方ができるようになることも期待する。そしてその効果が休暇の集中する夏休みや冬休みという期間以外のまちもにぎわいが少なくなる状況をつくらず通年の賑わいがつくれるために何かを考えたい。「1week 楽しむ街」などウィークリーでバカンスを過ごしてもらうイベントなどは、いかがだろうか。勤勉な日本人は、2～3 日で休暇を終えまた日常に戻ることが多いから 1 週間ぐらいどうだろうか。無理というイメージが強いが、思うところである。

今後の東京 2020 オリンピック、パラリンピックでは、市内の隅々にまで

この大会を意識して地域資源を充分にいかし端的な発想も今だけなら枠を外して実行するのも良いかもしれない。レガシーとして残すこととしてハードな部分ほど活用が試されるが、次世代を担う子どもたちへ大切な心に残るレガシーをつないでいきたい。やはりどのように考えてもマクロの前にミクロであり地域のコミュニティからつくり地域振興の活性化を進めていきたいと考えている。

3　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

・マクロの観光振興の準備として我がまちのコミュニティにより、多くの「地消地産」が出きるような環境整備。

・調布市が若い世代にどのようにうつり、何かの魅力と自分の活躍の場として使いたい、創りたいという希望に沿ってくれるまちとなれることができるか。

視察等個別部分報告書	作成者氏名	丸田　絵美

1　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

東京都市議会議員研修会
「これからの観光振興と商店街の活性化～各地の成功・失敗事例多摩地域が学ぶこと～」

2　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

オリンピック・パラリンピックを目前に、インバウンド対策、環境整備、おもてなし等、ボランティア育成をはじめとしたソフトに関わる構築にまたがることについて、ご自身の経験や分析からお話になられた。

都内は、バリアフリーが進んでいるようにみえて、内実はたとえば今日乗ったタクシーではカード決済ができなかったという経験から、海外では現金に対する信頼の低さから、カード決済が進んでいる。海外からの観光客を増やすとか、国際大会で多くの外国人が集まるということを考えると、飲食店は喫煙ができる店がまだまだ多く、海外では考えられないレベルだということである。禁煙にしたら、客が減少するということが言われながら、タクシーは、禁煙にしたことで乗客の印象も利用客もアップした。今後、リピーターを増やすことを考えると、この点は少なくとも国際感覚同様まで改善していかなくては、競争からは遅れてしまうことと指摘されていた。

日本は殺人が少なく、安全であるということは、評価されている。（自分で自分を殺す＝自殺も、殺人という認識でカウントをしても）世界に誇れることである。

「イメージ」や「空気」は事実と違うということは、認識をしなくてはならないと訴えておられた。常に事実を数字で確認しないと、判断や方向性を間違えることになる。2016年、日本に来た外国人のうち、アメリカ人は国民260人に1人。中国人は国民200人に1人。韓国人は10人に1人。台湾では6人に1人。香港は5人に1人。この数字は驚くべきものであると思う。（日本人の国内旅行の数字はどのくらいなのだろうかという興味は持ったが）この数字を基に、特にアジア圏の人たちが日本に興味を持って、大勢来てくれていることは間違いないことで、一昨年の数字がこれだけとなると、

今後五輪等国際大会によって、さらに増加することは想定しておかなくてはならない。そこで、講師が問題にされているのが、宿泊施設の不足である。観光拠点としての日本を考えていく上では、ホテル・宿泊施設問題をどう考え、どのように滞在時間を長くし、消費を促進してもらうかが重要である。

オリンピック後、開催された地域によって人口が増えた、また減ったという差が出ていることが数字で見て取れる。バブル崩壊によって影響があり明暗を分けているのだが、白馬村は増加、山ノ内町は超減少。共にスキー場として有名だが、（白馬・志賀高原）観光客が多くても住民が増えない。観光収入だけでは活性化していかないという点を指摘されていた。一過性の客数や物品売り上げの数が増えても、それこそ一過性であり、景気状況に大きく左右されてしまう。住民が増え、地域が活性化をすることが重要と考え、「地域経済活性化」地域ブランド化を行い、高齢者も含めて考える必要がある。高齢者は納税をしないが多い、つまり税収が無い上社会保障は必要である。

白馬村は、地元雇用を含め、地元産のものをブランド化してしっかりと売り「地域経済活性化」を進めて税収を上げている。講師は同様に幾つかの自治体の例を挙げて説明をされていた。地域のブランド化。地域経済活性化。住民力の向上。そして、インバウンド対策。地元産のものを、地元でしっかりと販売し、雇用の促進、高齢者も視野に入れた雇用等、あらゆる面からの作戦を立てて、世界に臨むことが肝要である。

3　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

いよいよ来年、再来年に予定されている国際的なスポーツ大会を控え、インバウンド対策を整えていく時期になってきた。海外から人が黙っていてもやってくる問状況になることは間違いない中、観光振興と商業振興については、スピード感をもっと上げて対策していかなくてはならないということと、もう一つ、先生のおっしゃっていた、リピーターの重要性等先々の事まで視野に入れて取り組んでいくべきであろう。

調布市においては、宿泊施設の少なさをこれまでも問題として訴えてきた。駅前再開発で活性化されてきているが、地域ブランドを構築する点に於いても、利便性を高めていく点に於いてもても、併せてホテル誘致にも本腰を入れるべきと再度指摘をする。

第２号様式（第３関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	清水　仁恵

1　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

第 56 回　東京都市議会議員研修会

2　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

「これからの観光振興と商店街の活性化」
～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～について

藻谷浩介氏から主にこれからの多摩地域の観光振興について各地の成功・失敗事例を交えながらの話を伺った。藻谷氏は「観光立国の正体」という書籍を共著されており、私も過去に読んだことがあるため藻谷氏が講演されるとのことで興味を引かれていた。

藻谷氏は所沢にお住まいとのことであり、多摩地区の住人ではなさそうである。研修会の会場は府中の森芸術劇場であったため、武蔵野線から京王線に乗り換え藻谷氏は会場入りされようとしていたが、足を負傷されていたことから乗り換えすることをやめ、西武線で国分寺まで行き、国分寺から会場までタクシーでお越しになったそうである。そこで先ず藻谷氏が話されたのは、乗車したタクシーの運賃支払にクレジットカードが利用できなかったことと、日本語でのみ「クレジットカードは使えません」と車内に表記されていたことであった。講演の冒頭では、観光振興という観点からタクシー運賃の決済にクレジットカードが利用できず、そのことが日本語のみでしか表記が無いことについてインバウンド客が増加している現状があるにもかかわらず、対応する側の意識が変わっていないということを指摘された。また、何故タクシー事業者にクレジットカード決済が導入されないかについては、手数料が高すぎることを挙げられ、クレジットカード会社が儲けている或いは役人の天下り先となっているのではないかと疑問を持たれているとのことであった。

調布市にも三善交通という小規模タクシー事業者があるが、国分寺のタクシー事業者同様クレジットカード決済システムは未導入である。確かに藻谷氏が話された通り、年間 2000 万人を超えるイン

バウンド客に対応するためにはタクシー事業者がクレジットカード決済を導入することも必要とされる。しかし、電鉄系などの大手タクシー事業者などと異なり、小規模事業者は財政面において厳しいことからクレジットカードが導入できないと聞き及んでおり、その背景には乗務員の高齢化が進み、従事する者の歪な年齢構成や労働日数の減少などの課題を抱えているという現状がある。単に高額な手数料だけが理由となってタクシー事業者がクレジットカード決済を導入しないとか、インバウンド客に対応できていないと指摘するだけではなく、地域公共交通の一翼を担っているタクシー事業者が観光振興にも大きく役割を果たして行くための課題に注目し、どの様な策を施せば解決に向かうのかを相対的に考える必要があるのではないだろうか。どの様な策を打てば全てのタクシー事業者がクレジットカード決済を導入でき、インバウンド客への対応につながり多摩の観光が振興するかを藻谷氏からお聞きできなかったことは非常に残念である。

調布市が市内小規模タクシー事業者へ直接的にクレジットカード決済導入支援をすることは難しいが、インバウンド客や来街者が円滑かつ快適に移動できる様、2020 オリパラに向けた取組を連携することや、今後工事が進展していく調布駅前ロータリーや市内道路路線などについて意見交換を図るなど、タクシー事業者とも協働した調布の観光振興を要望していきたい。

日本各地の観光振興の失敗事例・成功事例について、藻谷氏は観光地人口増減を基にしたランキングを提示された。人口増上位５位は①軽井沢②竹富町③白浜町④ニセコ町⑤白馬村であり、人口減は①高野町②吉野町③箱根町④山ノ内町⑤みなかみ町とのことであった。人口増の４位であるニセコ町は、近年オーストラリアをはじめとしたオセアニアや近隣アジア諸国からの訪日客が長期滞在しスキーを楽しんでいるということは私も聞き及んでおり、ニセコ町では雇用拡大が図られ、若年層がニセコ町や近隣自治体へ流入していることや、リゾートマンションをはじめとした宅地を求める外国人の

増加が影響し地価も上昇していると聞く。藻谷氏はニセコ町に位置する道の駅の画像をお示しになり、どの様な工夫をもって道の駅の集客や売上増につながっているかをお話しになった。ニセコ町の道の駅で取り扱う商品は全てニセコ町でプロダクトされたものであると説明があったが、「たこ焼き」が販売されている画像が提示されたため、ニセコ町は海に面していないはずなのに「たこ焼き」がどの様に商品化されるのか甚だ疑問であったが、地域が今後持続していくための道筋は「地消地産（地元で消費するものは極力地元産に）」であると藻谷氏が提唱される様に、人口増となっている地方の観光地では様々な工夫が凝らされているようである。また、インフラ整備だけに頼ることのない地域活性化について、①知名度アップ話題性アップ⇒②客数増⇒③売上増⇒④所得増⇒⑤地域間の経済循環拡大、以上の５段階を踏めば税収増・雇用増に繋がるとの見解であった。地域の売上をいかに地域に１％でも還元するかを考える必要があり、地域で稼いだお金を都会や外国へと持ち出されてはならないと藻谷氏は強調されていたが、都会から地方へと持ち出されるふるさと納税による観光振興についてはどの様にお考えかご見解が聞けなかったことが残念である。

多摩地域の観光振興策についてのご見解が聞けるものと大きく期待していたが、地方寄りの振興策となる様なお話が多くがっかりした。最後に、藻谷氏は人口減少社会と言われる中、世間では一極集中といわれ人口増加を遂げる東京がひとり勝ちかであるような言われ方をされているが、７５歳以上の高齢者人口増に過ぎないと話された。高齢者増加の問題は何も東京だけの問題ではない。だからどうしろと！？多摩地区の観光振興から見る高齢者問題の解決策についてなど前向きなご見解もなく、あまり収穫のない研修であったどころか多くの疑問が湧いた研修であった。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

全て文中に記載。

第２号様式(第３関係)

視察等個別部分報告書	作成者氏名	狩野明彦

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

第 56 回東京都市議会議員研修会　（２月８日）

演題　「これからの観光振興と商店街の活性化」

講師　株式会社日本総合研究所　主席研究員

株式会社日本政策投資銀行　地域企画部　特任顧問

藻谷　浩介　氏

２　実施結果に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

人気の観光地でも、地域にお金が落なければその地域は衰退するという事（地消地産）、実際にその地域の住民が潤わなければ人もモノも動かず、地域経済循環を活性化させることとならない。また、お客目線で顧客の満足度を重視する点も当然だと考える。重要なのは一つ一つの事業並びに商品のお客様にとっての価値がどこにあるかであり、それらの集大成としての地域ブランドの構築が最重要課題である。

だが、Ｂ級グルメやゆるキャラ、イベント企画による集客やボランティアガイドに対して全面否定をしていたのはどうかと思っている。

実際に成功しているところもあり、やり方やその地域ごとの特性もあると思う。同時に上から目線のような言い方にも疑問を感じたが、総じて参考になる内容だった。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

○今後の課題として

形だけの観光振興は地元に何ももたらさないことがわかったので、地元に確実にお金が落ちている地域活性化の先進地域を自分のお金で見に行くべきだと考える。

第２号様式(第３関係)

視察等個別部分報告書	作成者氏名	鈴　木　宗　貴

１　視察（研修）の実施名称（テーマ）

第５６回東京都市議会議員研修会
「これからの観光振興と商店街の活性化」

２　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

２０１９，２０２０年の会場地となる本市のインバウンド対応に伴う観光振興及び商店街活性化において、非常に意義ある研修であった。

冒頭の飲食店における全面禁煙及び、クレジットカードの利用拡大については、本市においても商工会等と連携し、早急に推進する必要性を感じた。

また、後段の地消地産についても、地域の産業振興を図る上では、非常に重要な取り組みであり、本市においても特色ある個人店舗を増加させていくことにより、地域に外からのお金が落ち、それを地域内で出来るだけ消費できる環境を整えていくための、支援策を講じる必要がある。特に、本市は、調布飛行場で島嶼と繋がる利点があり、これを拡大支援していくことの重要性を感じた。過去、オリンピックの会場地となった自治体のその後の成否から、今後も増加していくインバウンド対応と、地消地産の推進の重要性を強くする研修であった。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

自治体によるクレジットカード及び電子マネー決済端末の導入支援

第２号様式（第３関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	橘　正俊

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

「これからの観光振興と商店街の活性化」

２　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

今回の研修は来年ラグビーW杯や２０２０東京オリンピック・パラリンピックが開催され、多くの外国人が来る本市にとって非常に貴重な内容であったと実感しました。

「訪日客の国別内訳は」「外国人観光客は増えるのか」「日本旅行好きな国はどこか」「人口が増えた観光地と減った観光地は」等々を、数字で事実把握する事の大切さを教えて頂きました。同じ長野県観光地でも軽井沢町と白馬村は人口が増えているが、山ノ内町は減っている。同じ北海道でもニセコ町は増えているが、小樽市は減っている。何故なのか？大変興味ある資料でした。キーワードは⇒「地消地産」＝地元で消費するものは極力地元産に⇒こっちの視点よりも客からの視点が大事⇒観光客が値段が高くても買う理由は何か⇒周遊コースは無用　滞在場所を作れ⇒宣伝をやめて顧客満足度調査を

先日観光部署の職員が言っていた。「友好都市である木島平村の日本酒を調布で力を入れて販売したい」と。木島平村で作ったお酒を調布で販売してどこが潤うのだろうか？市内で販売している鬼太郎商品の全てが島根県や境港市の業者が製造したもの。調布で販売した売上はどこに行っているのだろうか。調布でないことは確かである。人口が増えている観光地とは正反対の事をやっているのが現状である。地消地産で地元にお金が落ち、市内経済が巡回出来る仕組みにする必要がある事を学んだ研修会でした。そして日本の経済を云々言う前に、地域で出来る経済活性化、商店街活性化がある事を認識しました。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

地消地産＝調布市内で作っているものを市内で販売し調布にお金が落とす！実態調査と意識改革をすべき課題である。

視察等個別部分報告書	作成者氏名	内藤　美貴子

1　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

これからの観光振興と商店街の活性化

2　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

講師：藻谷　浩介氏

まず、イメージや空気は事実と違うとし、事例として日本での殺人事件の認知件数は減少していること、外国人観光客は増え続けていることなどを挙げられて、常に事実を数字で確認していくことが重要である事が理解できた。又、人口が増えた観光地と減少した観光地をみると、多くの観光客が訪れている温泉街が人口減少している現状には驚かされた。

講師からは、人がたくさん集まるというだけではなく、実際に地域にお金を落としていただけないと活性化には繋がらない。

1%でも「地産地消」を大切にしていくこと。冷静に町の活性化を分析していく必要があると述べられました。

例えば、北海道のニセコは、決して利便性が言い訳ではないが、人口増になっているが、その理由は、ニセコは原材料に至るまで全て地元の物を使っているので、１００％地元に落ちるようになっているとのこと。木材もニセコ産しか使わないので、建設業や農業も増えているとのことで「地産地消」へのこだわりが大きく人口増に影響していくことを学ばせていただきました。

また、ある一流ホテルが倒産したという事例から、観光客が求めているのは値段が安いことではなく、高くてもその土地の名産や地産地消を使った「おもてなし」が鍵であることを学ばせていただきました。

調布市においては、現段階では人口が微増しているが、現役世代が減少し、高齢者が増え続けている現状をみると、「地消地産」を中心とした新たな産業振興への取り組みが重要であると認識することができました。

3　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

第３号様式（第４関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	岸本　直子

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

東京都市議会議員研修会

演題「これからの観光振興と商店街の活性化」

～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～

講師　藻谷　浩介氏

株式会社　日本総合研究所主席研究員

株式会社　日本政策投資銀行地域企画部　特任顧問

特定非営利活動法人　Compus

地域経営支援ネットワーク　理事長

２　実施結果に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

講師自身が経験した話をもとに、日本のタクシーの現実について講義。日本のカード手数料は世界水準と比べても高いことから、クレジットカードでの支払いが普及しきれていないとの指摘。近年のインバウンド政策やラグビーワールドカップやオリンピックパラリンピックなどの情勢を見れば、日本はまだまだ遅れているということか…と痛感。

講師は、日本での殺人事件の認知件数について触れ、多くの参加者ひいては多くの国民が抱いている「国内で起こった殺人件数は多い」というイメージと実態は違う、常に事実を数字で確認しないと判断を間違えるという指摘をしながら、日本の観光施策について話を移していった。

訪日の外国人が今後も増えていく事、諸外国のどれだけの人が来日しているかなどに触れながら、国内の「人口が増えた観光地と減った観光地」、つまり人口増減率の特徴について指摘。なかでも北海道のニセコ町ではバブル最盛期から現在との比較で人口が増えている地域となるが、町内にある道の駅では、原材料から商品になった者すべての物販は、ニセコ産のものにこだわって販売を行っている事などが紹介された。

ニセコにあるプリンスホテルは、経営困難なために外国資本が経営するようになったが、そこでもすべて北海道産のものをお客様に提供するようにしていることで、来客も増え運営がうまくいっているということも紹介していた。
外国や国内の他県から北海道に来た来訪者は、北海道ならではのものを欲している、大阪で食べるタコ焼きは、小麦粉はだいたい国外のもの、それでは地域経済のためにならないとも述べていた。そこまで徹底しないとならないのだなと痛感。
調布の人口動態にも触れ、調布市の総人口は 2010 年と 2015 年を比較しても総じて 5500 人増えたが、15 歳～64 歳の現役世代は減っているとのこと。東京全体では+35 万 6 千人だが、やはり現役世代は減少傾向にあるとのことだった。ほか中国やアメリカ、シンガポールでの人口動態にも触れ、日本の高齢化についても考察を述べていた。
　地域経済の活性化には五つの課題があるとして、①知名度や話題性アップ②客数の増加③売り上げの増加④所得の増加⑤地域内の経済循環拡大を述べ、⑤まで来ないと地域経済の活性化の意味がないとのことだった。
「自己満足」といえる知名度や話題性のアップではなく、また、Ｂ級グルメにみられるような「一手段」でもなく、さらに、滞在時間増などから来る客単価を増やす「一戦術」だけなく、売り上げが原材料や人件費にまわるような「一戦略」だけでなく、住んでいる住民が利益を貯蓄せずに地域内で使うことで隅々に利益が波及してこそ、地域経済が活性化するのだとのべた。
「地域と地域の企業が今後も続けていくための道」＝『地消地産』が活性化の基本とすべきというのは、示唆に富んだ話だと思った。
栄える観光地は「行く言い訳」が立つところというのもうなずける。こちら側の視点ではなく、客側から見た視点を重視して諸事業を行うことは重要だと思った。
現在どこでも、モノを安くしても売れない状況が続いていると思うが、やはりお客様が値段以外の「言い訳」、つまり価値を見出して選

んでくれる「地域」になることは産業振興や観光産業にとって大事な視点であるというのも深くうなずけた。

東京都の事業で「元気出せ商店街事業」があり、調布市内のいくつかの商店街も利用しているが、地元でお話を伺うとイベントなどをやると短期的に人が増え賑わいを感じるがその時だけだ…、という話をよく聞く。

市内事業者や市民があたりまえと感じている事に来訪客にとっての魅力や不思議＝知りたい事につながり、そこに付加価値を見出してもらい、一過性の事業をきっかけにその後もリピートしてくれるような視点が必要なのではないかと考えさせられた。

講師が述べていたように、めざすべきは「地域ブランドの構築」である。お客様から見た商品価値の付加、その地域ならではの理由をつけて、来訪のお客様に価値を見出し、魅力に引き寄せられる努力が必要とも思った。

講師が述べていたような、自分だけでなく地域全体を巻き込んでブランド力を身に着けていく努力が、観光事業でも産業政策にとっても必要であり、来訪者の視点になって調布の魅力をプッシュできるような視点、具体的な事業の提案ができるようにならなければならないと痛感した講義であった。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

消費者でもある国民の生活が景気回復とはまだ程遠い中で、どの地域に行っても消費が上向きにならない情勢が現存する。その中でどうやって地域の観光や産業政策を活性化するのかは、大きな課題だ。

今後も、各地のとりくみや成功事例、工夫した事例の紹介などとともにヒントになるような産業政策の研修を充実するべきと考えた。

第２号様式(第３関係)

チャレンジ調布２１視察報告書	作成者氏名	宮本和実

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

第５６回東京都市議会議長会議員研修会
「これからの観光振興と商店街の活性化」について

今回の研修会は、講師に日本総合研究所の藻谷浩介氏をお招きし講演が行われました。
前段の内容は、ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックというビッグイベントを控えた中で、東京都（日本）の受け入れに対する意識の低さなど、喫煙対策やタクシーのクレジットカード利用などを例に話されました。
本題の内容については、地産地消が大原則であり、出来れば材料も全て地元産であれば地元の中でお金が回るという話でありました。観光で訪れた人は、値段が高くても地元の物を求めて来ているという事を認識することが大切であり、コストを考えすぎて材料は外国産を使用していては経済が地元で循環していかないという事を強く主張されていました。その成功例に北海道のニセコ町や沖縄県内の実例が紹介されました。
また、各データの数字には惑わせられないようにしっかりと内情や実態の把握が大切であるという話もされました。例えば、人口数が増加しているデータだけを見て喜ぶのではなく、総数は増えても高齢者人口が増え生産年齢人口は減少している場合もあり、地域を発展、活性化させる施策を考える上では非常に大切になってくるとの事でありました。
我が市を考えてみた時、商店街や地域の活性化を考えた時にやはり対象とする年代を正確に捉える事は重要であると思います。また講師は地産地消ではなく地消地産と呼んでおりましたが、我が市においてもその考え方は大切であると思います。材料なども市内産を中心に考え、次に多摩産を考え次に国産を考えるような発想が大切であり、コスト重視になる事が逆に発展に繋がらない事もあるのではと思いまし

た。
調布市の場合は、前述の３大会の開催地になるという事もあり、外国人を迎える体制もしっかりと整備しなければなりません。世界の常識を踏まえながら、また調布市そして東京都、日本国の特色を生かした観光振興を考えていきたいと思います。その中で地元の商業活性化も図っていきたいと思います。講演内容を生かしていきたいと思います。

第２号様式(第３関係)

視察等個別部分報告書	作成者氏名	小林　充夫

１　視察（~~研修~~・視察研修）の実施名称（テーマ）

第５６回東京都市議会議員研修会(これからの観光振興と商店街の活性化)各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと

２　実施結果に対する所感，意見等定年退職
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

一言で言うならば、各自治体で生産しているものをその自治体の中で加工商品化し、消費して頂く事が一番振興策になるとの事でした。地域活性化の5段階という事でお話がありました。ごく当然の考えであるが、地域の活性化をしていく為には、地方の人口減少化が大変大きな関わりが出てきていると思う。海外からの旅行者や就労者による人口増加という事も含め活性化させる為には、とにかくその地域に来てもらわなければ何も始まらない。講師の発言の様にどの自治体も特色を出し競い合う事は大事なことであるが特産品や、名所旧跡がある所と無い所では戦術が違ってくる。戦略や目標を高い位置におき取り組む事により、活性化する事は非常に嬉しいことであるが、何れにしても個人の発想の転換と、努力が求められるものである。

二つ目として地域と地域企業が今後とも続いていくための道として、地消地産との事ですが、ベットタウン化している調布市にとっては、難しい問題であります。講師の説明では、一次産業のものを取り上げ紹介しておりました。私は学校給食を最大限地元産を使う事で消費が上がり、農家も潤い市民税もアップにつながる。少し高い買い物であっても、地域の活性化につながり、税金で返して頂けるとなれば、好循環に繋がるものと思う。自治体としても、農業にこだわることなく商業工業に関しても積極的に取り組むことを期待したい。これからの市の対応として、市の職員をはじめ関係団体に勤める多くの職員が市内に定住して頂くことから取り組んで頂きたいと思う。また、新規採用は市内に住んでいる人又はこれから市内定住する人を対象にポイントを付加し採用基準を見直す事も必要である。

視察等個別部分報告書	作成者氏名	渡辺　進二郎

1　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

研修日　：平成３０年２月８日
講師　　：藻谷浩介
研修内容：第５６回東京都市議会議員研修会
①「これからの観光振興と商店街の活性化」
②「各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと」

2　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

①②テレビでおなじみの講師の方であったので，自然と興味関心があった研修内容だった。

講師の方にもいろいろな方がいるが，藻谷氏は冒頭から上から目線の話し方であると感じた。他の議員も同様の感想を持っていたようだ。ただ，話の内容は，私も共感できる部分もあり考え方が近いと感じた。

印象深いのは，講師の話の中で，私たちが普段使う「地産地消」を「地消地産」といっていたが，地域経済活性化を考えるときに，あえて言い回しを変えているのだと思った。その理由は，消費者のニーズがあっての経済であるという，消費者からの目線を大事にしているのかと考えたが，真意はわからず残念だった。話し方で感じた上から目線と，言い回しを変えた消費者第一目線が交錯していて面白いと感じた。

昨今，全国的にシャッター商店街が増加しているなか，北海道のニセコ町では本当に景気が良いとのこと。その１つに道の駅での販売品は，全てニセコ町で取れたもの，作ったもので，それ以外の販売は行わないとのこと。それは，沖縄県や各地でも同様の方法で活性化を図っているとの話だった。調布市に当てはめて考えると，人口の違いもあり一概には比較できないが，税金の使い方，特に市発注事業は，市内の事業者に全て出すことが正しいと改めて感じた。地元で稼いだお金を外に出さない（市外）ことは当然で，市内で循環することが大事であるとの話。国内・海外を問わず，市内で消費することで市の経済が活性化するということを痛感した研修だった。

第２号様式（第３関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	鮎川　有祐

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

東京都市議会議員研修会

テーマ：「これからの観光振興と商店街の活性化」

～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～

講師：藻谷　浩介　氏

２　実施結果に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

世界でも例を見ないスピードで少子高齢化が進んでいる我が国において、人口減少、地方創生が大きな課題となっている。それぞれの自治体が努力をして魅力を創出していかなければならない時代となっている。

講演では地域を活性化するために「地域活性化の５段階」が重要であるとのこと。まず知名度を上げ、その知名度をPRし、地域内の経済活性化を図っていくというもの。また、地消地産の取り組みとして、消費者のニーズにあったものを生産者が供給し、市内経済の活性化を図る取り組みも重要とのこと。

更に、そうした取り組みをインバウンド対応にもつなげていく必要である。調布市は２０１９ラグビーワールドカップ、２０２０オリンピック・パラリンピックの競技開催地として、調布ブランドの製品を作り出していくことも重要だが、調布市のまちの魅力自体を向上させていかなければならないと感じた。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

第２号様式(第３関係)

視察等個別部分報告書	作成者氏名	小林市之

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

これからの観光振興と商店街の活性化

～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～

講師　藻谷浩介氏（（株）日本総合研究所主席研究員）

２　実施結果に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

講師の藻谷氏は、事実に反する「イメージ」がいかに世間に根を張っているかという点に重きを置いて講義をされ、事実を数字で確認していかないと間違えた政策判断につながっていくことを教えてくださったと感じた。

海外からの訪日客は、日本の都会の観光地よりも地方に目を向け始めているが、東京には必ず来ているので多摩地域はビジネスチャンスである。海外に比べて治安や利便性が一番優れている日本に今後もリピーター含めて多く来ることは間違いない。それをいかにビジネスチャンスにしていくかは各地の取り組み如何にかかっている。バブル最盛期から現在まで、人口が増えた観光地と減った観光地を数字で比較した中で、特に、ニセコの道の駅の取り組みには大変に参考になった。食材がすべてニセコ町内のもので、１００％地元にお金が落ちるような仕組みとなっている。高い金額でも地元産を出すことが売り上げに繋がり、地元に金が落ち、建設、農業等にも雇用が増え、人口も増えている。そこに焦点を当てないと、観光客が増えても人口減少が顕著な観光地が多いことが数字を見ることで分かった。イメージ先行ではなく確かな数字が大事と感じた。

東京の一極集中も高齢者人口の増との講師の指摘通り、本市の人口推移を５年前と比較すると、総数では８７８２人の増加だが、６５歳以上が４２８７人の増加で、半数近くが高齢者であった。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

市内産の野菜等を各店舗に売り込む努力と、野菜以外でも地元産の商品を発掘し売り込み、結果としての税収増に繋げる研究を。

第２号様式(第３関係)

視察等個別部分報告書	作成者氏名	大河巳渡子

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

演題「これからの観光振興と商店街の活性化」～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～

講師　日本総合研究所　藻谷　浩介氏

２　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

・　**日本の常識と世界の常識の乖離について**

今回の議員研修は、最初から衝撃的だった。それは、「世界の常識」と認識されている事が、日本人に意識されていない下記の２点を掲げ説明され、今私達が取組んでいる「おもてなし」という極めて日本的な視点だけでは、訪れた多くの外国人にとっては、不便極まりない状況で、ゲストを迎えるような結果になりますよという警告からスタートしたからだ。

○当日乗車したタクシー内に表示されていた日本語のみの案内でカード決済できない（手数料が高い日本）

○飲食店での受動喫煙は「人が食べている時に、タバコを吸うな」という世界常識を満たさない国だと表明することになる。

上記の問題だが、カード決済は国に対して意見書を挙げるという手だては可能かもしれないが基礎自治体として取組ことは難しい。しかし、多言語表示については、まちを訪れた人が迷うことなく移動ができる工夫をして、わがまちが駅前開発途上であることを考えると、様々な表示板に対して多言語対応へ来訪者の視点でどうか、今一度、訪れる人々の視点に立って検証する必要があると痛感した。

又、日本を訪れた人にとって食事は欠かせない。飲食店の禁煙は世界の常識だが、日本では国会、地方議会も含め、未だその域に達していない。この事を考慮すれば、まず飲食店の禁煙が世界常識であることの啓蒙と、禁煙店を推奨するマップ作成といった努力をして、今後は禁煙店へ移行することが有利という世論も含め、住民の

合意形成を取っていくしかないと感じた。健康・命の視点からすれば店内禁煙は当然だが、我が国の基準は命より、経済優先という情けない現状を世界に示すのが、今回のオリンピックだという事実を、国や関係団体はどう認識されているのか聴いてみたい。この問題について、国の方針に厳しく迫っていた東京都が、今後どのような条例や具体策を講じるのか注目したい。また有効な政策であれば、市としてもオール東京という視点で取組むように議会としても後押しするよう努力すると同時に、受動喫煙に対する取組こそ、世界標準に近づく努力を重ねていきたい。

・「イメージ」や「空気」は事実と違う、常に事実を数字で確認しないと間違えるという問題提起について

会場で日本での殺人事件の認知件数、また自殺者の推移について講師の問いかけから、数値が下がっている情報を会場全体で共有していった。そこから本題である 2016 年の訪日客 2400 万人の国別内訳が示された。米国人が 260 人に 1 人は納得したが、人口比からしても中国人が 220 人に 1 人、直近では 187 人に 1 人、韓国人は 10 人に 1 人には驚いた。またオーストラリアは 54 人に 1 人だという。まだまだ沢山の国の事例を示したが、この事実をもっと国民全体で共有すべきだと感じた。最近、近隣国に対する蔑視、或いは敵視する報道や情報があまりに多い。その事が資源を持たない観光立国を目指す日本にとって何を意味するのか、再考すべきだ。地理上からも隣国を変更することはできない。隣人への敬意を欠いては信頼関係は構築できない。歴史的な経緯からしても互いを尊重する気持ちを欠いては、この話は成り立たないように思う。

いずれにしても訪れた外国人は殆どが東京に来ている。今も訪れる人が年々増加している中で、オリンピックを迎える。

観光振興は、地域活性化につながり、人口増につながるようにするためにはどうしたら良いかと話された際に、5 段階のとらえ方があると説明された。それは以下のような図式だ。

知名度アップ→客数増加→売上増加→所得増加→地域内経済循環拡大自己満足→単なる一手段→一つの戦術→戦略→これ即ち目標である。

上記の法則に現在調布市で取組んでいる事例を当てはめてみると、まず調布市を知ってもらうためのゆるキャラなどの広報活動について、テレビに取り上げられた事などの報告があるが、これは知名度アップという第１段階でしかない。トリエ調布がオープンしてからまちを訪れる人が目に見えて増えてきているが、その乗降客を地域活性化に繋げていくのかが問われている。今回の話を整理してみると、例えばＢ級グルメや、様々なイベントを計画し実行しているが、これの経済効果は、講師によると？とされている。また、ボランティアガイドのおもてなしで地域資源をアピールというのもプロとして訓練を欠いたものは客離れを起こしかねないという結論になっている。リピーターしたくなる案内をするには、単に地元をよく知ったガイドというだけではない魅力ある戦略のひとつに育成していくための仕込みが必要ではないかという意味と受け取ったが、ここは再検討したい。

地域活性化に繋がる観光とは、滞在時間が長く、食事の回数も増え、繰り返し訪れる「なじみ客」になってもらえる観光だという定義付けだった。では、そのためにはどうしたら良いのだろうか。地元の人間からすると当たり前がありがたいとすれば、それは何か。地域ブランドを作っていく事だとすれば、調布市のブランドは自然に囲まれた中で国宝の仏像と壮大な植物園がある深大寺地域であり、武者小路実篤が愛した自然に囲まれ、文化を感じる仙川の二つが地域ブランドになるのではないだろうか。もうひとつ挙げれば多摩川に連なる自然環境に触れる散策コースと言えるのかもしれない。いずれも都心からごく近い場所で文化・自然に触れられる数少ないスポットだ。ここで学んだ地域ブランドの構築という点からは、深大寺の魅力は水と緑が挙げられる。小京都的な佇まいではあるが、武蔵野の地にある寺町であることをもう少し掘り下げて行っても良いのではないか。ケヤキといった在来種を意識した屋敷林を

生かしたい。客からみた商品価値は何かを再検証して、付近の売店にある品物も、地産地消で揃え、もっとメイドイン調布の開発をすること。深大寺ミュージアムの構想も、もう少し具現化しながら、お寺まで歩いていけるコースの途中に古民家を移築して、地元で作った工芸品、ジャム等の食品の開発もし、こういった品を手にしたり、味わったりできる場も駅からお寺までに何件か配置。散策する並木も在来種を配置し、ベンチを置く。田んぼや畑といった田園風景と直売所も売りになるはずだ。都心、あるいは海外から見えた人にとっては田園風景が連なる先に、古里行き着くほっとできる場所になり、何より歩いてゆっくり回ることで、昼食はそこでしか食べられない手打ちの蕎麦屋さんで、夕食は駅近くの地元産の野菜をふんだんに使った料理や多摩産の豚肉或いは川魚を食することができる店など、リピートしたくなる風景と食のある地域づくりに繋がっていく。いずれにしろ深大寺地域全体を、訪れた誰もが尊重され、誠心誠意もてなす心を持って対応できるよう進めていくリーダーづくりが一番の難問だが、思いを語り賛同者を増やす中からリーダーが生まれと考え、ここでは未来図を提案しておく。

今回の研修会で学んだ結論として、市内に残されている自然をどう生かすかが地域活性化の鍵と認識した。私は都市農業にもっと力を入れ、調布らしさを強化すべきとの持論がある。議会で農業振興計画策定も提案しているが、調布市はこの地域財産を開発しようとする意欲が足りない。地域ブランドとして確立し、調布市民の食の自給率を上げるくらいの勢いで取組んで欲しい。今後は、加工品も含め、調布市民の生活はもちろんの事、調布を訪れた人にもこの地で採れた野菜の味わいが、また訪れたい場所に繋がり、地域循環型経済へと広がっていく取組を提案していきたい。そのための人材育成も欠かせない。このことが一過性のイベント対応ではなく、暮らし続けられる地域活性化の一助になるのではと考える。今回の講師は調布市議会の提案だ。この議会としての学びの集約を調布市の観光振興に是非生かすように、併せて求めたい。

第３号様式（第４関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	雨宮　幸男

1　視察（研修・~~視察研修~~）の実施名称（テーマ）

2018年2月8日実施

＜ これからの観光振興と商店街の活性化 ＞

講師

（株）日本総合研究所主席研究員・（株）日本政策投資銀行地域企画部特任顧問　　藻谷浩介　氏

2　実施結果に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

調布市においては2019年のラグビーワールドカップ、2020年のオリンピック・パラリンピックを控えているだけに、正に時宜にかなったテーマだったといえる。

観光で訪日する外国人が年々増加していることについては、テレビなどの報道で日常的に見聞してはいるが、講師の話を聞いてその来訪人数の多さには改めて驚かされた。例えば韓国人は10人に1人が観光のために日本に来ていて、この数字は東京の人が関西に行っているよりも多いと言うのだから驚きである。

講師の話は人口が増えた観光地と減った観光地へと移っていったが、その話の中で調布市の人口動態に触れた部分には意外な感もし、驚きでもあった。全国的には人口減少が現実の問題として深刻化している中で、調布では微増とはいえ人口が毎年増え続けていると認識していたからである。講師によると、2010年から2015年の5年間で総人口は居住外国人を含んで、5500人増えているのは事実であるが、問題はその年齢構成にあると言う。調布ではこの5年間に8800人が15歳を超えたが、現役世代（15～64歳）が差引4000人転出し、14300人が65歳を超えた結果、トータルで1500人の減少だと言うのである。

第２号様式（第３関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	川畑英樹

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

平成29年度　第５６回東京都市議会議長会議員研修会
「これからの観光振興と商店会の活性化」について
㈱日本総合研究所主席研究員
㈱日本政策投資銀行地域企画部特任顧問　　藻谷浩介氏

２　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

研修会は、講師に日本総合研究所主席研究員の藻谷浩介氏を招いて行われた。

初めに、ラグビーワールドカップを2019年にオリンピック・パラリンピックを2020年の日本開催あたっての、海外からの観光客を迎える準備不足・意識の低さについて話があった。例に、講師本人が体験しタクシー乗車時に車内に注意事項として貼ってあった、クレジットカードが使用できない旨の張り紙について語られた。現金を持ち歩かない　時代になり外国人観光客を（もてなし）するにあたっては、クレジット決済は、必要不可欠であることを語られ、意識不足を指摘された。また、受動喫煙について先進主要国だけでなく発展途上国においても、飲食店内において全面禁煙になっているのがあたりまえで、世界的に日本は逆行していると指摘があった。

「イメージ」や「空気」は事実とは違う。事実は数字で確認しないと間違う、何となくでは間違えてしまう。人口増加と云っても、どの年代層が増加したのかによって随分と見方が違ってくる、高齢者人口が増えていても生産人口年齢が減少している場合などがある、その逆もある、数字だけ見ると一概に増えているからと云っても、本質が見えてこないと指摘された。

客観的に、地域活性化をどう進めるかは、的確に年代層に応じたニーズ・話題性を要点良く取り上げ、地域に応じて取り込んでいく事が重要である。例に、北海道のニセコ町や沖縄県内の取り組みが成功事例紹介された。地元で消費するものは極力地元で生産し、地元で消

費する、地消地産が大原則で、それ以外のものは極力販売しない、結果地元で消費循環が起きお金が回る、地域活性化につながる事になると話された。

わが調布市においては、世界的イベントを控え、多摩地区の玄関口として、しっかりと準備を進めることはもちろん、イベント終了後もにおいても、地域循環型の地元をブランド化として残るような取り組みを作り上げて行かなければならない。そのためには、シッカリとした仕組みを作っていくことが必要である。先に挙げた客観的なデータの分析を、様々な見方で総合的に判断すべきであると感じた。

3　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）
全て文中に記載。

第２号様式（第３関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	広瀬美知子

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

平成 29 年度東京都市議会議員研修会
「これからの観光振興と商店街の活性化
～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと」

２　実施結果に対する所感，意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

＜事実はイメージと違う。訪日外国人数＞

・講師は、「常に事実を数字で確認しないと、事実を見誤る」として様々な例を示しながら話された。

・その 1 例が訪日外国人についてである。訪日外国人 2,400 万人（2016 年）の国別内訳グラフを見た時には、私も想定される傾向だと思い特に気にも留めなかった。しかし、「その国の国民の何人に 1 人が訪日しているのか」という視点でその数を見てみると、まったくそれまでのイメージが変わってしまった。

・昨年の訪日者数は、実に米国民の 260 人に 1 人、カナダ国民の 130 人に 1 人、オーストラリア国民の 54 人に 1 人、韓国国民にいたっては 10 人に 1 人だそうだ。香港の 3,9 人に 1 人という数字は、日本人が東京ディズニーランドに行く割合より高いとのことである。世界中から、信じられない数の外国人が訪日している現実に改めて驚いた。

＜有名観光地を持つ自治体での、観光客増と人口減＞

・訪日外国人数は、2017 年には更に 500 万人増えたそうだ。ラグビーワールドカップやオリパラ前後は、深刻な宿泊施設不足となり、民宿等、投資のチャンスも拡がるだろう。しかし、その後は訪日観光客は減るだろうか？否、年 7～8 回、飲食しに訪日するリピーターの増加等、安全・便利な日本への観光客は、オリパラ後も増加が続くだろう。

・多くの観光客が訪れることを、地元経済の活性化に繋げる努力が

必要だ。観光地としてマスコミに紹介されて有名になり客が増えたからといって本当の利益に繋がっているのか。イベント関係者だけが儲かったり、ゴミが増えただけ、利益は地域外に流れてしまっていることが以外に多い。こうした自治体は、観光客が増加しているのに、地元の人口が減っている。地域内経済が不安点・縮小している。

＜地消地産と地域の活性化＞

・客数に一喜一憂するのではなく、売り上げを増やすことが重要。客を細分化して、利益や経済効果が出る相手を絞り込む。周遊より、滞在場所を作る。高マージン（高単価ないし低コスト、高リピート率、良い情報源）で売上げを増加させる。目指すは、地域ブランドの構築。観光地としての明確なポジショニング。そこにしかないもの、そこに行かないといけない理由。何度も行きたくなる理由が大切。そして誠心誠意もてなす心が、信用・評判を呼ぶ。そうした努力の積み重ねが重要だ。

・その売上げが原材料や人件費に回って地域内に落ち、地元住民が儲からなくてはならない。また、その儲けが貯め込まれたり地域外で使われては意味がない。地域内で使われることによってこそ、地域内経済が循環拡大し地域の活性化に繋がるのである。

・北海道のニセコ町は、原材料のすべて、人材を地元で賄い、「地消地産」（地産地消とは区別された）で地域の活性化に成功している数少ない自治体である。今では、農業・林業・建設業も増えた。仕事が安定する中で子どもの数も増えているという。

＜客は何を求めているのか＞

・今は低単価大量販売の時代ではない。人口減少で客数が減る時代に、安さを売り物にする観光地に儲けはない。なぜそこに行き、お金を使うのか。正に客の目線で考える必要がある。講師は、宣伝より、顧客満足度調査をと話されていた。客が何を求めている

のか、客と自分はイコールではないとはっきい自覚することが大切であると話されていた。

・確かに、私たちが旅行者となって高い交通費を払って外国に行った場合、そこで他国からの輸入品を味わおうとはしないだろう。その土地でないと味わえないものを、少々金額が高くても欲すると思う。何に価値を見出すのか、人それぞれに違いはあると思うが、これからの時代は特に個性・本物志向が更に強まると思う。

＜超少子高齢社会と地域の活性化＞

・東京は人口が増加し、1 人勝ちしているとのイメージがある。講師は、この点についても「常に事実を数字で確認しないと、事実を見誤る」１例として話された。

・人口増加の内容を年齢別に見てみると、1 人勝ちどころではなく、増えたのは高齢者のみという現実が見えてくる。
昨年増加した 36 万人の 5 分の 3（23 万人）は、75 歳以上の高齢者。残りの増加は 65 歳から 75 才の高齢者なのである。（5 年間で現役世代は 8 万人減）

・64 歳以下の人口が減少していないのは沖縄だけ。高度経済成長期に人口が増えたすべての自治体は、その人たちが 90 歳を超えて亡くなるまで高齢者が増え続ける。これは、日本のほとんどの自治体に共通する現象である。

・そうした中、北海道ニセコ町では、現状が続くと 40 年で子どもが倍増するという。これからの超少子高齢社会の希望とも言える地元の素材・人材を活かした地域活性化の取り組みはすばらしい。ぜひ、訪れてお話を聞いてみたいと思った。

・講師から、「東京でも例え 1%でも５%でも地元産を活かす努力を」との提起があった。調布市でも、これまで以上にこうした取り組みを拡大していく必要がある。

第２号様式(第３関係)

視察等個別部分報告書	作成者氏名	林　明裕

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

調布市議会議員研修報告

２　研修内容

○「これからの観光振興と商店街の活性化
～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと～」

藻谷　浩介　氏

東京都市議会議長会主催の第５６回市議会議員研修会、冒頭、会場に向かう際に乗ったタクシーがカード決済できないこと、たばこ臭かったことを緒に、オリンピック、パラリンピックを迎えようとしている時に、予想される世界からの観光客に対応ができないこういった環境への批判と早急な対策を取る必要性について次のように述べた。外国人観光客の多くが利用するであろうカード決済への準備は必須。たばこの受動喫煙への対応が国際社会の中で遅れすぎている。政府の法案も甘い。飲食店は禁煙が常識であるのに中途半端である等。激変緩和的な法案となりつつあることが許せないようだが、つい最近までの我が国の実情を振り返れば大きな前進ではないだろうか。政治に携わるものとしては言われることは充分理解するところだが理想論を語るように聞こえた。また、主題の観光振興と商店街の活性化について印象的な話は「地産地消」にあらず、地域と地域の企業が今後とも続いていくための道は「地消地産」であるという話であった。これは地元で消費するものは極力地元産にするということであり、売り上げの中で地元に残って回る部分を１％でもでも増やすことが大切であり、稼いだお金を都会や外国に戻すのはやめようという考え方にはうなずけた。地域内の経済循環を高めることが重要ということはこれまでもコミュニティビジネス等でも語ることが多かったが、より狭義かつ域内商圏を追求した考え方を示す施策としてわかりやすい解説だった。

（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

研修を通じ、幅広い知識を吸収することで議員力をより向上させることで、市民福祉の更なる増進に資するよう努めていきたい。

第２号様式（第３関係）

視察報告書	作成者氏名	伊藤　　学

東京都市議会議員研修会

演題「これからの観光振興と商店街の活性化」

～各地方の成功・失敗事例からの多摩地域が学ぶこと～

講師　藻谷浩介氏

２　講演に対する所感，意見等

（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

我が国は世界の中でも安心安全な国として世界で認められている。経済状況においても治安の維持が関係しているが、高齢化している現状ではそれぞれが地域活性化に向けて努力はて行くことが重要である。外国人の観光客はまだまだ増えるのか、2016 年に日本に来た外国人はアメリカ人が 260 人に一人だった。中国人は 220 人に一人、韓国人は 10 人に一人、台湾人は 5 人に一人であり、台湾の人も香港の人もまだ増加すると予想できる。そんな中で日本人の人口はどうであろうか、人口が増えた観光地と減った観光地とで二分化している、若年層が減り高齢者が増えている状況が進んでいる状況の中において、政策次第ではこうしたことに歯止めをかけることが重要と考える。また地域観光の重要な視点は地消地産である、地元で消費するものは極力地元産にする。売り上げの中で地元に残って回る部分を 1 パーセントでも増やすこと。稼いだお金は都会や外国に戻すのをやめること。目指すは地域ブランドの構築である。同時に街づくりも重要な視点と捉える。わが調布市にとっても本格的に街づくりを進めて商店街や経済的な発展を行政、議会で責任をもって進めていくことが重要である。

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

第２号様式(第３関係)

視察等個別部分報告書	作成者氏名	大須賀浩裕

1　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）
演題；「これからの観光振興と商店街の活性化～各地の成功・失敗事例から多摩地域が学ぶこと」 講師：日本綜合研究所 主席研究員藻谷浩介氏
2　実施結果に対する所感，意見等 （質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）
「日本での殺人事件の認知件数の暦年比較」や「日本を訪ねる外国人の国別比較」などの実例を通しての「『イメージ』や『空気』は事実と異なる」との指摘には興味を持った。 また、人口が増えた観光地と減った観光地の比較からの指摘は調布でも参考になりそうな気がする。 しかし、講演後、藻谷氏から「詳細講演録の公表はＮＧ」との連絡があったとのこと。藻谷氏は講演で政府や政党を批判していた。講演内容の公開を拒むということは、ご自分の言葉に責任を持たないことを意味しないだろうか。このような講師は市議会議員研修会にはふさわしくないと考える。
3　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

第２様式（第３関係）

視察等個別部分報告書	作成者氏名	元木　勇

１　視察（研修・視察研修）の実施名称（テーマ）

第 56 回東京都市議会議員研修会「平成 30 年 2 月 8 日」（木）府中の森芸術劇場　　演題「これからの観光振興と商店街の活性化」

２　実施結果に対する所感、意見等
（質疑・意見交換した内容，今後の市政に生かすべき点等）

地域活性化としては
皆に名前が知られている！駐車場が埋まり来店者が多い！客数ではなくて売上が多い！
きちんと黒字が出ている！納入者を支え雇用増・税収増！

地域と地域企業が今後とも続いていくための道
それは「地消地産」＝地元で消費するものは極力地元産に
売上の中で地元に残って回る部分を１％でも増やす
稼いだお金を都会や外国に戻すのはやめよう！

地域を活性化する観光とは？
地域活性化になる観光＝地域の事業者の売り上げが増える観光
滞在時間が長く、食事回数、泊数が増える観光
繰り返し訪れて「なじみ客」になってもらえる観光

観光地の自立と持続して
1　観光地として明確なポジショニングがある
2　（食以外の）時間消費メニューが年々増える
3　すべてにおいて地産地消が進んでいく
4　景観が年々まともになっていく
5　口コミ客、直販、リピーターが年々増える
6　やる気のない事業者が淘汰されていく

３　その他（今後の課題・調査研究すべきテーマ等）

大変　有意義な研修でした。