

(様式3)

令和2年3月31日

宮津市議会議長 北仲 篤 様

会派名 蒼風会

代表者名 坂根栄六

## 政務活動費 陳情・研修会参加報告書

1 陳情・研修年月日 令和2年2月4日(火)～2月6日(木)

2 陳情内容(別紙参照)

1. 防災・減災・国土強靱化の強力な推進について
2. 公共交通空白地有償運送の支援について
3. 道の駅に関する要件緩和について
4. 水道事業(旧簡易水道事業との統合後)への財政支援について
5. 下水道施設の改築に係る国庫補助の継続について
6. ICT教育環境整備の更なる支援について
7. 農業用施設における災害復旧の強化について
8. 過疎地域への財政支援・新たな過疎対策法の制定について
9. 地方創生への予算確保・充実支援について
10. 弱者への投票機会の更なる確保について

3 要望先

内閣第二部会	部会長	関 芳弘
	部会長代理	今枝宗一郎、牧島かれん、三原じゅん子
国土交通部会	部会長	小里泰弘
	部会長代理	黄川田仁志、津島淳、宮内秀樹、滝沢求
	副部会長	今枝宗一郎、新谷正義、築和生、神谷昇、鳩山二郎、宗清皇一、金子俊平、国光あやの、本田太郎、阿達雅志、足立敏之
総務部会	部会長	中根一幸
	部会長代理	安藤裕、池田道孝、富樫博之、柘植芳文
	副部会長	鳩山二郎、木村次郎、高木啓、徳茂雅之、三浦靖
文部科学部会	部会長	高階恵美子
	部会長代理	白須賀貴樹、武井俊輔、堂故茂
	副部会長	小林茂樹、古田圭一、高木啓、赤池誠章、石井浩郎

3 研修名 ①省庁レクチャー  
②地方創生 EXPO

- |   |       |   |
|---|-------|---|
| 4 | 研修内容  | ①スポーツツーリズムについて<br>②・地方創生のさらなる飛躍に向けて<br>～第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を中心に～<br>③・外国人観光客が6年で4.5倍！<br>「小さな世界都市」豊岡市のインバウンド戦略とは |
| 5 | 開催場所  | ①衆議院第二議員会館<br>②幕張メッセ  |
| 6 | 実施機関  | ①観光庁・スポーツ庁<br>②③リードエグジビションジャパン(株)   |
| 7 | 参加者氏名 | 坂根栄六・向山禎彦・長本義浩・横川秀哉 以上4名  |
| 8 | 経費    | 188,645 円 (47,161円/1人)  |
| 9 | 添付資料  | 研修会の案内文書 (別添のとおり)   |

## 政務活動費 研修会参加報告書

2月 5日 (水)

### 研修項目 ①スポーツツーリズムについて

#### 1 研修内容

(観光庁)

2019年の訪日外国人旅行者数は3188万人(対前年比2.2%増)で過去最高を記録。その内訳は、中国:959万人、韓国:558万人、台湾:489万人、香港229万人の順にアジアが全体の82.7%を占める。また、欧米豪は400万人となっている。

訪日外国人旅行消費額については、前年比6.5%増の4.8兆円、過去最高となっている。ラグビーワールドカップの効果により消費単価は2015年の爆買い時(16.8万円)を超える過去最高の17万円となった。

『物→コト消費(体験型コンテンツへの参加、舞台鑑賞・スポーツ観戦、美術館・博物館見学、スキー・ゴルフなど)』ということで、どういうところにお金を使っているのか各国の比較(2015年)では、日本では2.5%に対し、アメリカ:12.2%、フランス11.1%となっており、2018年の日本では3.8%に伸びてはいるがまだまだ十分ではない。

リピーターにつなげるための調査においては、次回訪日した時にしたいことの中で、温泉、四季の体感、自然体験ツアー、スキー・スノーボード・ゴルフ・相撲・サッカーなどのニーズが伸びている。

スポーツと観光の連携においては、観るスポーツ(プロ野球・Jリーグ・ラグビー・大相撲など)、するスポーツ(マラソン・サイクリング・スキーなど)、支えるスポーツ(プロリーグ運営・国体・インターハイ・合宿誘致、五輪など)と大別し、各地域のスポーツ資源と観光に結び付けスポーツツーリズムとすることで交流人口を拡大し地域活性化につなげていける。特に合宿はリピーターを増やせる。

文化庁・スポーツ庁・観光庁が連携し、スポーツ文化ツーリズムアワードの取組みをしている。成功事例としては、日光のトレイルランニングと剣道体験ツアー。日光の世界遺産や国立公園を活かし、歴と文化・大自然を満喫できるマウンテンランニング大会を開催。補助金に頼らず、完全自主運営をしている。また、剣道体験ツアーにおいては、剣道体験だけでなく剣道具の製作工房の見学や剣道レストランでの和食体験をしている。

スポーツツーリズム振興への補助など支援については、組織への支援(DMO)、計画づくり、調査、滞在コンテンツの充実、広域周遊観光促進への環境整備、プロモーションに事業費の1/2の補助がある。

昨年より国際観光旅客税を活用した国費100%の取組みで海の京都DMO+近畿運輸局で事業を実施している。外国人からお金を落としてくれる商品づくりとして、外国人まち歩きシステムのパッケージ支援、Wi-Fi、洋式トイレ、公共交通・移動、多言語化、キャッシュレスの手ぶら観光に取り組んでいる。

(スポーツ庁)

第2期スポーツ基本計画を国で定めている。

- ・ポイント1：スポーツの価値を具現化し発信し、スポーツの枠を超えて異分野と積極的に連携・協働すること。

～スポーツが変える。未来を創る。Enjoy Sports , Enjoy Life～

「人生」が変わる！「社会」を変える！「世界」とつながる！「未来」を創る！

- ・ポイント2：数値を含む成果指標を第1期計画に比べ大幅に増加（8→20項目へ）  
例：スポーツ実施率：40%→65%、総合型地域スポーツクラブの中間支援組織の整備を47都道府県になど
- ・ポイント3：障害者スポーツの振興やスポーツの成長産業化など、スポーツ庁創設後の重点施策を盛り込む。  
例：スポーツ市場規模の拡大5.5兆円→15兆円、スポーツツーリズムの関連消費額2204億円→3800億円

組織の在り方については、これまでスポーツ庁は青少年の教育の要素が強かったが、現在は30名ほどが他省庁から集まり組織化され異分野で連携できる体制をとっている。

スポーツの関連産業は裾野が広く日本は伸びしろがあるので、地域活性化に向けてスポーツ×医療、スポーツ×観光、スポーツ×○○のスポーツツーリズムを仕掛けていきたい。

例：愛媛県今治：川口チェアマンがサッカーで地域と一体となった取組みをしている。

静岡県三島市：米国のバレーボール代表合宿を誘致。

北海道釧路市：アイスホッケーを核に「長期滞在型のスポーツのまち」を目指しかカナダ・バーナビー市チームとの国際交流や国内大学の合宿誘致を展開している。

さいたま市：スポーツコミッションの活動として、スポーツ大会を誘致し、ツール・ド・フランスさいたまクリテリウムを共催で開催。約30.9億円（2017）と関連イベントで経済効果を生んでいる。

北海道網走市：日本一の芝と呼ばれるほどの天然芝グラウンドを整備し、ラグビーのスポーツ合宿を誘致。約6.4億円の経済効果（H29）。

地域ならではの特色を掛け合わせ、目線を変えると様々な企画ができる。

例：群馬県みなかみ町：利根川源流の環境を活かしラフティングやトレッキングをしている。

富山県南砺市利賀村：人口1000人の村で森林・廃スキー場・廃道・古道などの資源を活用しTOGA 天空トレイルを開催。観光名所があるわけではなく、村ならではのアットホームな大会でおもてなしで、うなぎのぼりで参加者が伸びている。

飛騨高山の小さな町：美ら星レンタサイクルでガイドツアーを付けている。おたまじやくしを見せるだけで喜び、米作りも教えている。豪華なものでなくてもニーズはある。

これらスポーツ×地域資源といったスポーツコミッションの拡大を図るために、立上げ支援をしている。2017年1月現在56団体。2021年度末までに170団体目標。（2019年10月段階で118団体設立）。京都府では京丹波町のみ。

また、3年前に各大手企業とスポーツ庁が官民連携協議会を開催し、スポーツツーリズムの需要拡大戦略をまとめた。（WEBサイトで公開中）

スポーツツーリズム需要拡大戦略では、以下 10 の施策をあげている。

- ①マーケティングデータや優良事例等の地方公共団体・事業者への提供による地域の意識啓発
- ②支援事業の実施による地域の新たな取組みの促進
- ③スポーツアクティビティ拠点の国内外への発信による認知度向上
- ④スポーツツーリズム応援企業等のネットワーク化・マッチングの促進
- ⑤地域スポーツコミッションの増加と強化
- ⑥スポーツ・レジャー系団体等のツーリズム意識啓発によるコンテンツ創出
- ⑦日本のスポーツツーリズムの魅力を発信する映像の制作・発信
- ⑧省庁間連携による総合的な日本の魅力発信
- ⑨官民が一体となったデジタルプロモーション等の実施
- ⑩参加者自らが「誘う」、「発信する」仕組みづくり

これらを進めるにあたっての日本のスポーツツーリズムの潜在力については、日本のスキー場数は 547 と世界一であり、ジャパニーズパウダースノーと呼ばれ人気が高い。ゴルフ場の数も世界 3 位の 2383。日本の沿岸の魚類は世界 4 位の約 4000 種類、海岸線の距離は 29751km と世界 6 位、世界で最も降雪量の多い都市は 1 位青森・2 位札幌・3 位富山となっていることなど様々にありその潜在力は高い。

また、武道ツーリズムでは、1 位武道 2 位大相撲が日本で見たいスポーツでの上位を占めている。

新規の重点テーマにおいては、世界に誇る自然を活かしたアウトドアツーリズムと世界に関心が高い日本発祥の武道ツーリズムを重点テーマとし、例としては徳島県三好市ではラフティング、ウェイクボードの世界選手権大会を開催するなどウォータースポーツのまちをブランディングし外国人宿泊数を増やしている。

また山形県村山市においては、居合道の聖地として体験プログラムを実施したり、沖縄県では空手振興課が空手発祥の地をブランディングし武道ツーリズムを実施している。これは武道を日本発祥として、禅の奥深さ等外国人にリスペクトされており、インバウンドのキラーコンテンツとなっている。

支援制度について、令和 2 年度は 6545 万 6 千円の予算があり、スポーツによるまちづくり・地域活性化活動支援事業として、地域スポーツコミッションが行う長期継続的な人的交流を図るスポーツ合宿・キャンプの誘致、通期・通年のスポーツアクティビティ創出の活動に対する支援に加え、東京 2020 オリパラ大会を契機に、常設で通年型の取組みを行う地域スポーツコミッションへ発展させるための支援を新たに行うこととしている。

また、第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略では、スポーツ健康づくりが新たに加わった為、地方創生推進交付金が使えるようになった。例として、内閣府のホストタウンの受け入れに施設のハード整備には新改築の 1/2 補助がある。

## 2 研修の成果・課題

(坂根)

スポーツツーリズムという点においては、当市では京都府主催の TANTAN ロングライドと宮津市主催のツーデーウォーク、民間レベルだと大学のゼミや部活動の合宿が該当するように思う。今回のレクチャーにおいて先進事例のラフティングや武道といったス

スポーツ×地域資源であるスポーツコミッションの拡大という点からいうとまだまだ宮津市の自然・歴史・文化をもっと実用的に活かしていけば可能性はあると感じる。特に海の資源は有効的に思う。例えば、海の遊園地（海上アスレチックパーク）においても担当者からは何らかの対応は可能で、チャレンジングなものは支援しやすいといった回答があったことから財政的な支援やアドバイスもあり、あとは実施主体をどうするかということがあるが、スポーツの官民連携協議会（企業とのコラボ）の活用など事業の組み立て方によっては十分実現可能だと思う。あとは地域の理解と協力と行政のやる気次第。また、武道ツーリズムにおいては、由良神社で子供剣道大会をかつて実施していたように日本の風土・雰囲気を感じながら剣道体験や弓道体験ができるようにインバウンドの体験メニューの中で考えていくのも一つかもしれないと思う。（協会の協力があれば）

あとは行政各部署の横断的な組織編制（チーム作り）が行動に移しやすく必要であることがわかった。

#### （向山）

- ①スポーツの考え方が「心身の健康創りを基本とする教育的体育」から「レジャー、観光、ビジネスの視点を取り入れたスポーツ」に変化した。
- ②旧来の文部省（文部科学省）の一部署から「スポーツ庁」に独立し、国土交通省観光庁も「スポーツツーリズム」において観光資源としてとらえる。
- ③国家は「オリンピック」の例を言うまでもなくビジネス機会ととらえており、地域においても、自然や歴史などの資源を活用したビジネス活用を考える時代に突入した。
- ④国による「補助金」も取り入れた地域独自の「スポーツビジネス」を導入すべきと考える。
- ⑤宮津市においても教育委員会の「体育」から市長部局の「スポーツ」に変えることが先決であると感じる。
- ⑥2021年度は組織変更に踏み込む要望をしたい。

#### （長本）

観光庁での研修に於いて、宮津市では市民体躯館、青少年海洋センターマリリンピアでの大学等のスポーツ合宿を受け入れているが、スポーツツーリズムとして、宮津の自然を活用したアクティビティセンターの取り組むマリーンスポーツのメニューを増やし、新たに里山を利用したトレイルラン等自然とふれあえるメニューの開発により、スポーツと観光の連携により交流人口の拡大、宿泊客の増加につなげ地域の活性化への取り組みが必要と考える。

#### （横川）

##### ・現状分析

インバウンドは確実に増え続け、その内の80%以上がアジアからのお客様である。また、スポーツやレジャー等体験型観光の需要は今後もおおいに膨らむ要素がある。しかしながら国際観光客の消費支出割合で「コト消費」について比較すると、日本は極端にその割合が低いことが解った。

## ・成果報告

つまり日本を訪れる観光客は「物」や「食」にはお金を遣っていることになる。言い換えれば「物」や「食」にしか遣っていない。というよりは「コト」にお金を遣いたくても遣えないのが日本か。つまりその欲求に応じるだけのコンテンツが不足していると思われる。

宮津市の場合強みとしてはやはり「海」であろう。「スポーツ」＋「食」＋「海」というパッケージングを創造する必要がある。

2月 6日（木）

## 研修項目 ②・地方創生のさらなる飛躍に向けて

～第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を中心に～

### 1 研修内容

#### ・地方創生のさらなる飛躍に向けて

～第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を中心に～

内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局

地方創生総括官補 多田健一郎氏

H26 末第1期の5年間を取り組んできたが、人口減少や東京一極集中に対するミッションを次のステージへと第2期を策定し昨年末閣議決定がされた。

○第1期の振り返りでは、地域経済では若者就業率、訪日外国人・インバウンド、農林水産物の食品輸出額等産業が右肩上がりとなり成果が出ているが、東京一極集中については東京圏への転入超過が進んでいる。出生率・出生数においては1970年代2.08が1.42（86万4千人）まで下がっており、年平均20万人以上が減少し、高齢化率においては28%となって、地方圏が先に進行している。

東京圏への転入超過においては15～19歳が2万6千人くらいで横ばいになっており、仕事を求めて東京に来ている。男女別の傾向は、景気が良い時には男性も多いが、一貫して女性が多い。なぜかというと同じ業種でもやりがい・事務・情報通信・娯楽・レジャー・文化・芸術に触れる機会が東京圏に多いということで、地方で女性が活躍できるものが重要となる。

○第2期では、首都直下型地震が新たに加わり、若者が希望をもっていけるまちづくり、東京一極集中の是正への取組み、地方への移住・定着の促進に加えて、地域が関わって広げていく人をつくる関係人口の創出拡大、企業版ふるさと納税の拡充（お金だけでなくプロジェクトに企業が加わる）、多様な人材の活躍を推進、society5.0、SDGs、稼働できる環境、結婚・出産の希望を叶えるという項目が入る。

主な具体的な取組みとして、地域経済を支える中小企業への設備・IT・販路拡大への投資、人手不足・働き方改革・女性活躍を中核企業3688社が地域未来牽引企業として従事。また、地方への移住定住促進として、移住して就業に最大100万円、起業に300万円、地方にいたままで起業される方に200万円の補助を創設する。

○関係人口の創出・拡大においては、長野の事例で山村留学によるファンづくり。山林保

全にもなり、自分が役に立っている活躍の場づくり、仲の良い仲間が増えるファンづくりを手掛けている。そういった中間支援組織を広げて活性化させる。その支援をしていく。また、プロフェッショナル人材として副業・兼業をつなげていく。地域おこし協力隊を5500人1000団体を令和2年度では8000人を目標とし、60%を定着させる。

沖ノ島の例では、高校の地域留学。2年生を対象に都会の高校生が沖ノ島に通っている。高校の魅力化のためのコンソーシアム・地域の魅力を感じてもらおう取組みを広げる。

○企業版ふるさと納税においては、返礼品はないが、自治体のプロジェクトに参入してもらい取組を進め、現行の2倍の税控除と手続きの簡素化を図る。

また、society5.0では、5Gの早期整備、デジタル人材の育成に地方創生推進交付金を活用し、スマート農林水産業、遠隔操作などの取組を進める。また、スーパーシティやSDGsの取組みも始まる。

○結婚・出産・子育て支援では、昨年10月から保育の無償化、仕事の両立の取組を始めている。

○特定地域づくり事業の推進として、1つの業だけでは所得にならないので、協同組合をつくり一人で多業ができる仕組みをつくるために、推進法では1/2の補助を創設している。

○メッセージとして、2020年は地方創生の新たな幕開けである。地方にこそチャンスがある。

## 2 研修の成果・課題

(坂根)

第1期まち・ひと・しごと創生総合戦略で東京一極集中の是正が東京圏への転入超過を見て成果としてできていないことを国は認めており、その反省に立ってその理由も分析された上で対策として第2期においては関係人口の創出に力を入れることや高校を活用した取組みなどにシフトすることを考えていることがわかった。

しかし、その課題解決の方法としてはあまり期待できる内容ではないと感じた。おそらく首都直下型地震といった大きな天災等が起きるか、地方への強力な財政支援強化と首都圏の企業や大学を地方へ強制的に移転でもしない限り東京一極集中の是正は不可能であると思う。

ただ、地域未来牽引企業として中核企業3688社があるとのことなのでその企業にどのようにアプローチし企業版ふるさと納税なり地域で一緒に取り組める事業をどのように構築できるのかが当市にとっては鍵になるのではないだろうか。

(向山)

現在取り組んでいる(まち・ひと・しごと創生)がよく理解できました。

長期ビジョン・総合戦略・基本方針の作成に向けて何が重要かを学ぶことができ、有意義な研修でした。

(長本)

東京一極集中により地方においては、若者の都市部への流出、少子高齢化による人口減に歯止めをかける為、各地方では移住定住の取組みが行われる中、耕作放棄地を活用した地域おこし協力隊の受け入れでの新たな産業の創設、又既存の地元中小企業、観光業への支援行い地域産業の活性化への取組み、また、若者へどのようにして地域の魅

力を発信し、流出人口の減少、U I J ターンの増加により地域活性化につながる取り組みをしていくのかと考える。

(横川)

・現状分析

第1期まち・ひと・しごと創生総合戦略によって若者の就業率のUP、インバウンドの増加、農林水産物の生産増など一定の成果が出たことは評価に値する。しかしながら東京一極集中はまったく止まっていないのが現状である。東京の転入超過は増加の一途をたどり、地方はただただ人口減少、少子高齢化が顕著になるばかりである。原因は簡単で要は東京には仕事があるからである。逆を言えば仕事があればわざわざ地価の高い東京へいく必要性は薄れるかもしれない。

・成果報告

まずは東京の一極集中を止めることにつくる。一つは「地方への移住・定住の促進」であり、もう一つは「地方とのつながりの強化」である。前者については宮津市も従来から取り組んでいるが、移住してくれる人に対してどれだけ魅力的な提案ができるか。金銭的なものも大切だが、それ以上にもっと根本的な戦略を練る必要があるのではないか。また後者については「関係人口の創出・拡大」という観点から企業版のふるさと納税やネーミングライツ等いかに宮津市と関わりを持っていただけるか。どうすれば繋がるかをきちんと考えなければならない。また企業誘致の観点からはランニングコストの高い都会よりも自然溢れる地方でいかに自分らしく働くか、何に生きがいを感じるか、という部分を磨き上げる必要がある。いずれにせよトップの考え方を前面に打ち出し、強烈なリーダーシップを発揮しなければ何も進まない。

## 研修項目 ③・外国人観光客が6年で45倍！

### 「小さな世界都市」豊岡市のインバウンド戦略とは

#### 1 研修内容

・外国人観光客が6年で45倍！

#### 「小さな世界都市」豊岡市のインバウンド戦略とは

豊岡市長 中貝宗治氏

#### 豊岡の挑戦 ~Local&Global~

戦略上の位置づけとして人口8万人、羽田から伊丹空港まで約2.5時間。

地方創生は人口減少対策であり、地域活性化ではない。2040年目標を62000人の30%減と設定。量的緩和と質的転換を図る為に人口構造が問題であり、高校卒業時9割が地元を離れる。10代が失われ4割しか戻ってこない状況がある。大学がないということ。世界を見たいと思うのも当然であり、戻ってこない6割の理由は、「豊岡で暮らす価値」が若者に選ばれていない。特に女性にある。

圧倒的な違う次元の価値を創らないといけないということから「小さな世界都市」「人口規模は小さくても世界の人々から尊敬され尊重されるまち」を目指す。地域固有が世界に輝くチャンスであり、小さな町でも直接世界と結びつくことが可能である。その為に世界に通用するローカルを創ることにした。

(エンジン)

①環境都市「豊岡エコバレー」の創造。無農薬・低農薬の田んぼに再生し、こうのとりを復活。現在ではコメを輸出している。

②永楽館の芝居小屋で役者になりきる。

城崎国際アートセンターを整備し、アートインレジデンスを平田オリザ氏に手掛けてもらう。世界からアーティストが続々来ている。80 団体 23 か国。

兵庫県に依頼し 1 学年 80 人の 4 年制大学として国際観光芸術専門職大学（仮称）を設立する。商工会館を活動拠点とし、平田オリザ氏にローカル&グローバルコミュニケーション教育を行ってもらう。また、ふるさと教育として保育・小学校・中学校で英語学習をし、遊びから学びへつなげるために小中の全校で演劇の授業（小6中1）を実施する。相手を理解する、理解を深める教育、コミュニケーション能力の基礎を養う。アートを通じて深さを持った世界に突き抜ける「演劇のまち」をつくる。

③インバウンドの推進

はじめ城崎に洋風を提案したが地元はダメ和風だと断られた。1970 年人口 6000 人の所に暴力団員 120 人いたが、1971 年排除した。1995 年浴衣の似合うまちにし、契約入浴料制度を導入。宿泊者から大人 210 円、子ども 105 円を徴収、旅館が財産区に支払う形を取り、自由に外湯を利用できるようにした。外湯は 7 箇所。2018 年には城崎人口 3500 人のところに宿泊者 63 万人となった。2007 年ロンリープラネットに温泉街ベストとしてミシュランに掲載される。2011 年外国人宿泊数 1118 人が 2019 年には 50783 人までになった。これは日本をみたい、日本の文化をみたい、日本のローカルをみたいというところがポイント。

外国人観光客の割合は、①台湾 1 万 5 千人②中国 1 万人③香港 6700 人、タイ、アメリカと続く。（東アジア 54.6%、東南アジア 13.1%、欧州 14.9%、北米 10.3%、豪 3.6%）欧米豪を閑散期対策としてアプローチしていく。

これらインバウンドを推進するために民間から公募で副市長を起用した。京セラ部長で 1371 倍率の中、選ばれた。そして 2012 年 11 月に楽天トラベルに人材派遣の打診をし、2013 年 4 月環境経済部大交流推進課を創設。CIR（国際交流員）を採用し、副市長と楽天トラベル等でチームを作り、豊岡観光イノベーションとして地域の稼ぐ力を引き出すことに注力した。その為に徹底したWEB戦略・メディア戦略・WEB広告を実施し、『visit 城崎』にアクセスしてもらえるように取り組んだ。CIR が海外 REP、BtoB マーケティングをして売り込み海外メディア 17 か国 93 社に『visit 城崎』を載せた。

豊岡観光イノベーションの予算は人件費含め 8000 万円。無電柱化、夢花火（月~金・毎日 10 分の花火を打ち上げ）、ライトアップ（初期コスト：行政、ランニング：地元）、浴衣レンタル、城崎分署をアート展にするなど、突き抜けた「豊岡で暮らす価値」を創造している。これらの取組みで若者に帰ってこい！とのまちづくりをしている。

## 2 研修の成果・課題

(坂根)

地方創生において、なぜ豊岡市のセンスがいいのか、発展してきている理由がわかった。中貝市長が若者の人材流出という人口減少の課題の本質を理解しているからこそ、その処方箋をどのようにアプローチしていけばいいのかを描き、実践されてきている。

環境問題からアートインレジデンス・演劇・教育と豊岡で暮らす価値づくりのまちづくりストーリー・事業構想づくりがリーダーとしての役目である。

また、インバウンド戦略においても人事とチーム作り・海外へのアプローチの手法は参考になった。

(向山)

①疲弊する地方都市の生き残りには「中心となる考え方」を全市が貫くこと、その実行には市長の気概が大切であること、民間企業の考え方や活力、エネルギーを行政に注入すること、これを学んだ。

②宮津市もこの考え方を速やかに導入し、全市民(観光業界、農業、商業、一般市民)が同じベクトルで進むようにしなければならないと思った。

③宮津市にその素養があるのか、が大切だが、豊岡市の進め方を何う限り充分素養はあると感じた。

④例えば「海」「歴史」「天橋立」などは通用する。

⑤課題は「誰が」リーダーとなるか、だけだと思う。

(長本)

外国人観光客の増加に繋がる取り組みとして、地域の自然・文化・歴史を活用したここでしか体験出来ない様な観光プログラム・メニューの開発、インフラ整備、観光案内、キャッシュレスの充実、食に関してハラルフードの提供等、また、SNS・WEBの活用により地域の魅力発信が重要と考える。

(横川)

・現状分析

豊岡市の驚くべき戦略。豊岡とて少子高齢化、人口減少は止められるはずもない。しかしながら「それを緩和させることはできる」との考え方から総合的な戦略を組み立てる。圧倒的に突き抜けた「豊岡で暮らす価値」の創造は、人口規模は小さくても世界の人々から尊敬され尊重されるまちでありたいとの指針のもと綿密に組み立てられた。

・成果報告

いかに宮津市のシティプロモーションがお粗末であるかが解った。豊岡の戦略の柱は「環境都市豊岡エコバレー構想」「深さを持った演劇のまち」「インバウンドの促進」の3つである。宮津の戦略の柱は何なのか？また戦術はどこまで練られたのか。昔は観光コンテンツとしての優劣でいえばおそらく宮津市のほうが圧倒的に上位にあったのではないか。努力する者と努力しない者との差が知らぬ間に縮まり、知らぬ間に追い抜かれ、あっという間に大差をつけられている。まずはトップが危機感を肝に命じよ。そしてとにかくスピードをもってやらなければ意味がない。