

平成30年 9 月宮崎県定例県議会

# 観光振興対策特別委員会会議録

平成30年 9 月25日

場 所 第5委員会室

平成30年9月25日（火曜日）

午前10時0分開会

会議に付した案件

○概要説明

総合政策部、商工観光労働部、県土整備部

1. 本県の国際線に係る現状と対策について
2. 本県のクルーズ船に係る受入及び整備状況について
3. 交通機関を活用した外国人観光客の周遊促進の取組について

○参考人意見聴取

持続可能な地域づくりを通じた本県の観光振興について

○協議事項

1. 県外調査について
2. 次回委員会について
3. その他

出席委員（11人）

委員	長	黒木正一
副委員	長	西村賢
委員		星原透
委員		井本英雄
委員		松村悟郎
委員		二見康之
委員		日高陽一
委員		太田清海
委員		満行潤一
委員		重松幸次郎
委員		井上紀代子

欠席委員（なし）

委員外議員（なし）

説明のため出席した者

総合政策部

総合政策部長	日隈俊郎
総合政策部次長 （政策推進担当）	松浦直康
総合政策部次長 （県民生活担当）	鶴田安彦
総合政策課長	重黒木清
総合交通課長	小倉佳彦

商工観光労働部

観光経済交流局長	酒匂重久
観光推進課長	岩本真一
スポーツランド 推進室長	丸山裕太郎

県土整備部

港湾課長	江藤彰泰
空港・ポートセールス 対策監	横山義仁

意見聴取のために出席した参考人

JTIC.SWISS 代表	山田桂一郎
------------------	-------

事務局職員出席者

政策調査課主査	持永展孝
総務課主幹	木佐貫真一

○黒木委員長 本日の委員会の日程についてありますが、お手元に配付の日程（案）をごらんください。

本日は、午前中に総合政策部、商工観光労働部、県土整備部から、本県の国際線やクルーズ船の状況、それから外国人観光客の周遊促進な

どについて説明をいただきます。

また、午後から参考人のJ T I C・S W I S S代表の山田桂一郎氏より、持続可能な地域づくりを通じた本県の観光振興について、意見聴取を行う予定にしております。

その後、委員会の県外調査等について御協議いただきたいと思いますが、このように取り進めてよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○黒木委員長 それでは、そのように決定いたします。

それでは、執行部入室のため暫時休憩いたします。

午前10時1分休憩

---

午前10時2分再開

○黒木委員長 それでは、委員会を再開いたします。

本日は、総合政策部、商工観光労働部及び県土整備部に御出席をいただきました。国際線やクルーズ船の状況、それから外国人観光客の周遊促進などを説明した後、質疑を行いたいというふうに思います。

執行部の皆さんの紹介につきましては、お手元に配付の出席者配席表にかえさせていただきますと存じます。

それでは、概要説明をお願いいたします。

○日隈総合政策部長 おはようございます。総合政策部長の日隈でございます。

本日はどうぞよろしくお願いいたします。委員の皆様には日ごろより観光振興、そして交通対策、大変お世話になっております。この場をお借りして御礼申し上げます。資料のほう、これから座って説明させていただきます。

お手元にお配りしております観光振興対策特

別委員会資料をおめくりいただきまして、目次をごらんください。本日は、初めに、本県の国際線に係る現状と対策について、そして2番目が、本県のクルーズ船に係る受け入れ及び整備状況について、最後に、交通機関を活用した外国人観光客の周遊促進の取り組みについて、この3項目について御説明いたします。

これから詳細につきましては、各担当課長から説明いたしますので、よろしくお願いいたします。

冒頭、私からは以上でございます。

○小倉総合交通課長 総合交通課でございます。委員会資料の1ページをお開きください。本県の国際線に係る現状と対策について御説明をさせていただきます。

まず、現状でございますけれども、宮崎空港発着の国際線につきましては、現在、ソウル線、台北線、香港線の3路線が運航しておりまして、いずれの路線も本県経済の活性化、県民の利便性向上を図る上で重要な交通基盤となっております。

昨年度、平成29年度は、ソウル線につきましてはアジアナ航空が冬期増便、3便から5便となっております。それからL C C イースター航空が12月に就航いたしまして、また台北線が3月に週2便から週3便に増便をしたというところでございます。そういったこともありまして、国際線の利用者数は、昨年度、定期便のみで初めて10万人を突破しまして11万925人となりました。

また、資料にはございませんが、先週金曜日にも発表されましたが、今年度につきましても引き続きアジアナ航空が、ことしの12月から来年の3月まで週5便に増便することが決定いたしましたので、ここで改めて御報告をさせてい

たきます。

続きまして、課題でございます。

まず1点目は、香港線の関係でございますが、平成27年3月に就航して、インバウンド・アウトバウンド双方向で利用促進、それから運航経費などの支援などを行って路線維持に努めてまいりましたが、先方から路線収支の赤字を理由に、10月末の冬ダイヤから運休するということが公表されたところでございます。現在、他の航空会社等に対する誘致活動などを行って、できる限り早期に運航されるよう取り組んでいく必要があると考えております。

また、2つ目でございますが、安定的な運航のためにはインバウンドだけではなく、アウトバウンドの割合をふやしていくという必要があるというふうに考えております。依然として、やはり少ない状況にあるということでございますので、県民に対するさらなる利用促進が必要であると考えております。

下に、平成29年度の日本人の利用割合を書いておりますけれども、ソウル線が13%、台北線が27.5%、香港線が10.8%ということになっております。ソウル線につきましては、やはりいろんな国際情勢等によってですとか、あとはイースター航空、LCCが就航したというところもありまして、若干下がっているというような状況ではございます。

3つ目でございますが、チャーター便の話でございます。訪日需要の旺盛な中国本土ですとか東南アジアからの観光客を取り込むために、新規路線の開拓が必要でございますが、そういったところのチャーター便の誘致に向けて情報収集、セールス活動を今後積極的に行っていく必要があると考えております。

利用状況でございます。表にございますけれ

ども、全路線で今年度に関しましては、70%を超えている状況でございます。特に今年度と昨年度の比較でいきますと、ソウル線がやはりLCCが就航したことによって、利用者数が大幅に伸びているというような状況の中で搭乗率もそんなに下がっていない、逆にふえているというような状況でございます。

また、台北線につきましては、週2便から週3便になって、やはり搭乗率は下がってきているというような状況でございます。利用者数としては、前年度より少し上がっているというような状況でございます。

香港線に関しては、休止が残念ではありますが、順調に伸びてきているというような状況でございます。

現状と課題については以上でございます。

また、2ページのインバウンド対策については、後ほど観光推進課長のほうから説明があるというふうに考えております。

引き続きまして、3ページ、アウトバウンド対策につきまして、平成29年度の主な取り組みでございます。

県民への路線PRや利用促進ということでございまして、イベント等を活用したPRでございます。

ことし1月には台北線の利用促進を図るため、県民向けのイベント、これはみやざき台湾文化祭というものでございましたけれども、JAZZで開催いたしまして2日間で約1万5,000人が来場して、県民向けの台湾PRを行ったところでございます。

それから、3路線に関しましては、PRをするためにラッピングバスを宮崎交通などが協力して運行させたというところでございます。

それから、直行便を利用した県民に対する渡

航支援でございますが、こちら引き続き4種類のメニューがございまして、4人以上で行く場合のグループ交流促進、それからパスポート取得、それから修学旅行等の支援、それからビジネスサポートの支援をさせていただいてございまして、グループ交流では2,000人以上、パスポート取得で言えば1,500人以上の方の支援をさせていただいたところでございます。

それから2つ目、要望活動でございます。直行便を運航している航空会社の本社、現地旅行会社に対して、知事、それから県議会とともに訪問して、要望活動や意見交換を実施させていただいたところでございます。

昨年度に関しましては、知事のトップセールスということで言いますと、チャイナエアラインやアジアナ航空、香港航空、それぞれ各本社に対して1回ずつ訪問させていただいたところでございます。

それから、3つ目でございますが、チャーター便の要望活動は、上海の旅行会社を訪問して、チャーター便を運航するための情報収集やセールスのほうを実施しております。

(2) 平成30年度の新たな取り組みでございますが、台湾への修学旅行プレゼン大会がございまして、本県の高校生に台湾への興味を持ってもらうということと、直行便を活用した修学旅行の増加というのを目的に、高校生みずから修学旅行プランを提案してプレゼン大会を行うということを6月に開催いたしました。

6校13チームが参加しまして、上位2チーム、この2チームというのは佐土原高校と日向高校でございましたけれども、こちらの生徒が提案した各プランをモニターとして体験するために、9月、それから10月に台湾を訪問するということになってございまして、その後も県内の高校

生等に対して、そういった自分たちの経験談を語っていくために、イベント等を通してPRをしていただくという方向で検討しております。

また、財団法人韓国訪問委員会との協約締結ということで、韓国訪問委員会とは、韓国の公共交通機関ですとか、流通企業ですとか、公的機関などで構成される財団法人でございますけれども、韓国におけるいろんなおもてなしですとかインバウンドなどの事業を展開している財団でございまして、そこと宮崎県が、ことし6月に協約を締結したというところでございます。相互交流の拡大ということで、この9月には県内の短大生4名と教授が韓国を訪問して、現地企業の見学、大学との交流活動などを実施しております。

また、3つ目、アンダー29キャンペーンとありますが、本県の若年層がさらなる渡航拡大を図る必要があると考えておりまして、29歳以下の県民を対象としまして、通常はパスポート取得支援は5,000円か、または片道の場合は3,000円でございますけれども、それにプラス1,000円を加算して支援をするということで、より若い層の渡航を図りたいというふうに考えているというところでございます。

アウトバウンド対策としては以上でございます。

説明は以上でございます。

**○岩本観光推進課長** 観光推進課からはインバウンド対策について御説明します。

申しわけございません、資料1ページ戻っていただきまして2ページをお開きいただきたいと思います。

現在、国際定期路線のあります韓国、台湾、香港に対する誘客対策について御説明をしたいと思います。

まず、(1)平成29年度の主な取り組みでございます。

①でございますが、海外旅行会社等へのセールスにつきましては、市町村や観光事業者と連携して、記載のとおりセールス活動を実施したところでございます。

また、②のとおり、現地旅行者やメディア関係者、インフルエンサー等を招請してのプロモーションや旅行会社とタイアップした旅行商品の販売促進等を行いました。

さらに、③の現地で開催されます旅行博や商談会への出展、そしてさらに④のとおりテレビや雑誌などの現地メディアを活用したPRについても実施をしたところでございます。

次に、(2)の平成30年度の新たな取り組みについてでございます。

①の現地プロモーションの実施としまして、韓国ケーブルテレビの日本専門チャンネルを活用したPRや、これは既に実施しましたけれども、台湾の桃園市との交流協定締結を契機としました農業博覧会での観光PR、そして今週29日から香港で開催されますJNTO主催のイベントへの出展。そして台湾や香港の大規模百貨店で開催される物産展での観光PRなどを実施いたします。

また、②については、これは7月に実施済みでございますけれども、香港から体験型の教育旅行を初めて受け入れたところでした。宮崎空港そばから青島までのサイクリングなどを楽しんでもらいましたけれども、大変好評でございました。

また、③にありますように、訪日外国人の受け入れ環境づくりとしまして、ことし8月1日から九州・山口各県の共同運用によります多言語コールセンターを開設して、15言語で24時間

年中無休のサービスを提供しております。

さらに④でございますが、香港事務所や上海事務所のSNSを活用して、本県の観光情報の発信にも取り組んでいるところでございます。

インバウンド対策については以上でございます。

引き続き説明してよろしいでしょうか。(発言する者あり)

濟いませぬ、続きまして、資料の4ページをお開きいただきたいと思ひます。

本県のクルーズ船に係る受け入れ及び整備状況について御説明いたしたいと思ひます。

まず、1の寄港状況でございます。

表をごらんいただきたいんですけども、平成24年には中国クルーズ市場の成長によります配船の増加などに伴ひまして、本県でも外国からの寄港が14回と大幅に増加し、合計20回の寄港実績となりました。

しかしながら、平成25年の欄でございますが、尖閣諸島問題の影響で国外からのクルーズがゼロ回となったところでございます。平成27年に油津港におきまして16万トン級の大型クルーズ船の受け入れ体制が整ひましたことで、平成28年以降、それまで寄港できなかった大型クルーズ船が増加し、平成29年は外国船が30回、国内船が10回、合計40回と過去最高を記録いたしました。

しかしながら、ことしに入りまして、他県の港との競争の結果あるいは海外クルーズ市場の変化などによりまして、航海数が大幅に減少しております。現在のところ平成30年は外国船が9回、国内船が10回、合計19回の寄港見込みとなっております。

次に、2の乗客状況です。これは県内の港に寄港したクルーズ船から港湾管理者に提出され

ます入出港届による人数でございまして、全ての乗客が下船するとは限りませんが、平成29年につきましては、一番下の合計欄にありますとおり、外国船、国内船合わせて合計9万3,669人と、平成26年の約11倍となっております。

また、次のページに参考として記載しておりますが、外国クルーズ船の主な発地、出発地は、上海が約半分を占めております。

次に、3でございしますが、平成29年度の誘致の取り組みでございします。

①にありますように、クルーズ船社や関連旅行会社へのセールスにつきましては、県単独のほか日南市などとの合同セールスも実施しているところです。

また、②のクルーズ船社や旅行会社と関係者を招請し、港や周辺観光地などを視察してもらっております。

また、③にありますように、他県の寄港地であります北九州市や下関市と連携して上海で誘致セミナーを開催したり、国内で開催をされましたクルーズセミナーや県ポートセールス協議会による東京セミナーにおいて、船社など関係先に情報発信をいたしました。

また、④のとおり、海外のクルーズガイドブックへの情報掲載も行ったところです。

次に、6ページをお開きください。

4の各港の受け入れ状況についてであります。

寄港時の受け入れにつきましては、地元市の官民による協議会が主体となって行っているところですが、各港での観光物産展や入出港時の和太鼓演奏あるいは郷土芸能の披露などの歓送迎イベントのほか、それぞれ趣向を凝らした取り組みを行っているところです。

また、乗船客の多くが参加するバスツアーにつきましては、資料の右端にございしますとおり

各港、最寄りの観光地はもとより、ほかの市町村の観光地などにも立ち寄っており、中には観光列車「海幸山幸」を利用したツアーや油津～飫肥間のサイクリングツアーなど新たな取り組みも組み入れて、好評を博したところでございます。

県といたしましては、今後とも地元自治体や関係機関等と連携を密にしながら、クルーズ船の効果的な誘致活動に取り組みますとともに、クルーズ船で本県を訪れた方々が本県を再び訪れたいような観光地の魅力づくりや情報発信等に取り組んでまいりたいと考えております。

観光推進課からの説明は以上でございます。

○江藤港湾課長 港湾課でございます。引き続きまして、資料7ページ、5の港湾の整備について御説明いたします。

クルーズ船の受け入れ方針としましては、県内3つの重要港湾におきまして、航路の幅や水域の広さ、岸壁の水深のほか、船舶が安全に航行、接岸するために必要な条件等が各港により異なるため、それぞれの施設規模に応じて受け入れを行っております。

また、港湾施設の利用につきましては、定期貨物航路等の荷役作業の妨げとならないよう、貨物船との利用調整を図りながら、物流を優先した受け入れを行っているところであります。

それでは、港湾ごとに具体的に御説明いたします。

初めに、細島港でございます。一番上の写真をごらんください。

細島港では赤文字で示しております工業港地区の水深10メートルの1号、2号岸壁でクルーズ船を受け入れております。この岸壁では週2回月曜と木曜ですけれども、RORO船と呼ばれる貨物船が入港し、トラック車種等を乗降さ

せる荷役作業を行っているため、岸壁の利用調整を行った上で受け入れております。

寄港実績のうち最大入港船舶は総トン数約7万5,000トン、全長268メートルのスーパースター・ヴァーゴで、現在出航している客船の中では中型クラス程度の大きさのようになります。

受け入れのための環境整備につきましては、国土交通省の補助事業によりまして、昨年度からトイレ等休憩施設の整備に着手しており、今年度中に完成する予定であります。

また、昨年7月に商業港地区の海の駅ほそしまを核とした施設が、県内初の国土交通省のみなとオアシスに認定されております。

続きまして、宮崎港でございます。真ん中の写真をごらんください。

宮崎港では、こちらにも赤文字で示しておりますが、西地区の水深9メートルの11号岸壁をクルーズ船の寄港に利用しておりまして、これまでの最大入港船舶は総トン数約2万8,000トン、全長193メートルの初代の飛鳥で、その他に同程度の大きさの日本丸と小型クラスのクルーズ船が利用しております。

宮崎港におきましては、市街地や高速道路にも近いことから、ショッピングですとか背後観光地等のアクセス環境の利便性を生かした誘致に取り組んでまいりたいと考えております。

最後に油津港でございます。一番下の写真をごらんください。

油津港では赤文字で示しております東地区の水深10メートルの9号岸壁と水深12メートルの10号岸壁でクルーズ船を受け入れておりまして、これらの岸壁では通常はRORO船ですとかチップ船等が荷役活動を行っているため、クルーズ船は貨物船との日程調整、特に不定期で入港しますチップ船と早い段階から綿密な調整を行っ

た上で受け入れております。

寄港実績としましては、これまでにアジア地域に配船されている中で、最大クラスの総トン数約16万8,000トン、全長348メートルのクァンタム・オブ・ザシーズが寄港しております。

クルーズ船受け入れに向けた整備状況としましては、平成26年から平成27年度の16万トン級対応の整備に続きまして、昨年度は世界最大級約22万トン級クルーズ船の受け入れも可能となる写真一番下の大型クルーズ船の寄港時だけに設置する着脱式の係船柱及び防舷材を1基ずつ整備したところであります。

また、これまで手狭でありましたツアー用観光バスの駐車場につきましても、昨年度から岸壁南側の埠頭用地、写真の一番右側の白い三角形の部分になりますが、約1万平米の舗装工事を進めておりまして、今年度完成する予定であります。

また、今年度からはトイレ等の整備に向け、現在設計を行っている段階であります。さらにことし5月には、細島港に続きましてみなとオアシスに認定されております。

県としましては、今後もより多くのクルーズ船寄港が可能となるよう、既存施設を賢く使った受け入れ環境の整備を行い、30の港湾で広域的に受け入れてまいりたいと考えております。

説明は以上でございます。

**○岩本観光推進課長** それでは、続きまして、資料の8ページをお開きください。

上の枠内でございますように、国の調査では外国人観光客が日本滞在中に欲しい情報としまして、交通手段の情報というのが47.2%と最も高く、二次交通に対するニーズが高いことがうかがえます。ここでは、交通機関を活用した外国人観光客の周遊促進の取り組みの状況について



て御説明したいと思います。

まず、1の外国人向け割引乗車券等についてでございます。

各交通機関では、外国人向けの割引乗車券などを用意しております。

まず、バスでございますが、宮崎交通が販売しておりますVISIT MIYAZAKI BUS PASSがございます。これは訪日外国人旅行者が宮崎交通の全ての路線バスを利用できる1日乗り放題乗車券で、1日1,500円となっております。宮崎空港や宮崎駅など県内各販売所や、海外では韓国、香港、台湾の旅行会社で販売をしております。4言語で対応となっております。平成29年度の販売枚数は前年度の1.5倍になったと伺っております。

次に、宮崎交通を初め九州・山口のバス、船舶事業者加盟の運営委員会で販売しておりますSUNQパスでございます。九州島内及び下関市周辺の高速バスと路線バスのほぼ全線が乗り放題となります。

このパスは、日本人も利用できますけれども、外国人旅行者向けにはさらに安く価格が設定されておりまして、実際の利用者も外国人が約9割を占めております。エリア日数に応じて6,000円から1万4,000円で販売されているところです。

続きまして、JRでございます。乗りおり自由の外国人観光客向けの特別企画乗車券、JR九州レールパスがございます。こちらもエリアや日数に応じて7,000円から1万8,000円で販売されております。JR九州によりまして、平成29年度は約23万枚を販売したとでございます。

また、このほかにJRグループ6社で共同販売しております全国版のジャパン・レール・パ

スというものもございます。

最後にレンタカーでございますが、NEXCO西日本が管理する九州内の高速道路が定額で乗り放題となるKyushu Expressway Passがございます。こちらは外国人旅行者が指定のレンタカー会社のETCカードと普通自動車を利用した場合に対象となりますが、利用日数に応じてこちらも3,500円から1万1,500円の価格帯で販売をされております。こちらも年々利用が増加しているとのことでございます。

次に、2でございます。二次交通情報と観光地情報を組み合わせたプロモーションを実施しております。個人旅行者、すなわちFITの増加に伴いまして、隣県などと連携をして実施または今後実施を予定しているプロモーションについて説明をさせていただきます。

まず、バス・JRでございます。

1つ目は、福岡市、大分県などと合同でのSUNQパスを活用した九州周遊ルートのPR。

それから、南九州3県合同での観光地情報とあわせたJRパス、SUNQパス情報のPR、その他周遊バスや鉄道旅のPRなどを韓国、台湾、香港向けに実施しているところです。

次のページをごらんください。レンタカーでございますが、北九州市、大分県と合同で旅行会社やブロガーを招請するなどして観光PRを実施しておりますほか、南九州3県合同で香港をターゲットにしたレンタカードライブ旅行のPRを昨年に引き続き実施いたします。

この写真の左側は、台湾の駅構内での大型スクリーンによるPRの状況でございます。また右側は、レンタカードライブ旅行のPRのために招請したブロガーによる取材の状況でございます。

最後に、3でございますが、外国人にもわかりやすい情報の提供についてでございます。

まず、バスですけれども、宮崎交通におきまして、まず1つ目は、バス利用方法や観光地を記載しましたVISIT MIYAZAKI BUS PASS、これの4言語でのパンフレットの作成、配布を行っております。

また、車内放送の多言語化や主なバス停のナンバリング、車内で活用される指差し表の作成、そして5つ目にGPSで最寄りのバス停や時刻表を検索できます観光情報アプリDIG JAPANを導入しまして、訪日外国人旅行者の利便性の向上に努めているところでございます。

なお、この①から⑤の導入に当たりましては、県が一部支援を行ったところでございます。

また、次に、JR九州でございますけれども、特急列車の車内放送で英語による案内を行っております。

最後に、レンタカーでございますが、カーナビの多言語化のほか、九州レンタカードライブ振興協議会がドライブマニュアルを4カ国語で作成しております。今年度は日本の交通ルールを説明したマップの作成なども行う予定としております。

以上、外国人の旅行者が、県内を周遊しやすくするための一連の取り組みについて御説明しましたが、個人旅行者が安心して便利に、というレベルにはまだまだ努力が必要な分もございますので、今後とも官民が連携して外国人観光客のなお一層の周遊促進に取り組んでまいりたいと考えております。

観光推進課からは以上でございます。

**○黒木委員長** 執行部の説明が終わりました。委員の皆様で、御意見、質疑等ありましたら、お願いいたします。

**○二見委員** 今の観光推進課の外国人観光客の周遊促進の取り組みについて、ちょっと先に伺いたいですけれども、一つ確認なんですけど、これは外国人だけを対象としたメニューになっているんですか。

**○岩本観光推進課長** 先ほど御説明しました割引乗車券の中でSUNQパスというのがございますが、こちらは日本人も利用できますけれども、その他の割引パスは、これは外国人向けということになっておりますし、あと2のプロモーション、さまざまなプロモーションについても、訪日外国人向けの対策ということで取り組んでいるところでございます。

**○二見委員** わかりました。であれば、例えば、この1に関する外国人向け割引乗車券等について、これは例えば1のバスであれば、1日乗り放題乗車券1,500円の券があるということなんですけれども、これ普通に宮交で出している1,800円の券もあると思うんです。考えると、単純に言えば300円の補助を県がしているのかなというふうに思うわけなんですけど、ほかの事業についても県からの支援というのは、どういう形で今しているのか。もしかしてしていないのかわかりませんが、詳細をちょっと教えていただけないでしょうか。

**○岩本観光推進課長** このVISIT MIYAZAKI BUS PASSについては、宮崎交通さん単独の事業でございます。県の支援等は行っておりません。昨年まで一応1日1,000円ということで販売しておりましたが、ことから1日1,500円と500円値上げをして販売しているところでございます。（「ほかは」と呼ぶ者あり）

大変失礼しました。今のVISIT MIYAZAKI BUS PASSでございますけ

れども、最初にこの割引パスを導入をした際にパンフレット等を作成しましたがけれども、その際には宮崎県のほうが一部支援をしております。その後、自主運営という形で取り組んでおられるところです。

あと、SUNQパスについては特に県の支援等はありませんで、県の支援がございましたのは2のプロモーションですね、これは九州観光推進機構ですとか、あるいは国の支援、補助なんかもいただきながら、南九州3県で負担金を出し合いながら取り組んでいる内容が2のプロモーションの取り組みになります。

あと3につきましても、先ほど申し上げましたようにバスの①から⑤の取り組みにつきましては、導入時に県が一部支援を行ったというところがございます、あと情報提供の分の一番下のレンタカーにつきましては、これは九州7県、これは国も入りまして協議会を設立しまして、その中で費用も負担しながら実施をしているものでございます。

**○二見委員** 1のVISIT MIYAZAKIについてはわかったんですけども、ほかのJRとかレンタカーについては全くタッチしていないということではないですか。

**○岩本観光推進課長** 申しわけございません、割引乗車券等でレンタカーの分でKyushu Expressway Passというのがございますが、これについてはいわゆるPRに関して若干支援をしております。割引の補助はしておりません。（「JRは」と呼ぶ者あり）JRはしておりません。

**○二見委員** ここ辺のPRとか最初の導入のところ支援されたということですけども、今の現段階では県の予算というのはあまりないということなんですかね。

**○岩本観光推進課長** そうですね、県としましてはそれぞれの交通事業者、民間事業者と連携しながら、役割分担をしながら進めていこうという考えでございます、既に独自に宮崎交通さんあるいはJR九州さんあたりも取り組みをされておりますので、県の対応としましてはこういった割引パスのPRを実際に海外からお客さんを誘客する際に積極的にPRをしながら、こういったものがありますよということで情報提供をしているということでございます。

**○二見委員** わかりました。

総合交通課に確認ですけれども、これに関する特別な事業というのは余り聞いたことがなかったんですが、全体的にJR、バスはいろんなところに支援の形があるんでしょうけれども、この外国人向けの支援としては今、総合交通課では何か取り組みというのはあるんですか。

**○小倉総合交通課長** 先ほど来、観光推進課のほうから説明しています、こういう外国人向けの乗車券に関しまして、総合交通課として何か支援をしているということにはございません。

ただ、いろいろと今後こういったものも、特に今、個人客がふえているということで、こういう交通機関に乗っていただくということは、我々にとっても重要だと思っておりますので、いろいろと考えていく必要があるとは考えております。

**○二見委員** わかりました。

**○星原委員** 我々もこの観光振興対策特別委員会なので、ここの最初の1ページに本県の国際線に係る現状と対策とこうあるんで、これはこれでいいんですけども、できればこういう場合は資料として九州各県の資料を出していただいて、比較しながら本県の状況、他県との違いとか、そういったのを見つけながらどういう対

策をとっていかかというのが、まず私は大事じゃないかなと、そういうふうに思ったところです。

それと、ここに平成26年から書いてあるんですけど、大体年度別に利用者数が1ページで書いてあるわけですけども。そうすると目標数というのを掲げていって、前年度と比較してどれぐらいの数にしていこうと、そのためには何をしなくちゃいけないのか、どういう対応をしていなくちゃいけないか、そういう目的をしっかり持って決めていかないと、単純に終わってしまったとき、じゃ何が足りなかったのか、計画に対して実行できなかった、数の面なら人数の面が、なぜそこまで到達しなかったのかとか、そういうのを読みながら、毎年やっているとふえていかないんじゃないかなというふうに思うんですね。

それと、県のそれぞれ各部でいろんな対応を韓国あるいは香港、台湾等ともやられているんですけども、その連携がうまくいっているのかなと。要するにアウトイン、どちらも伸ばしていこうとすれば、やっぱり教育委員会とかそういうところとも連携をとりながら、学校関係の部分で、小学校から大学なら大学まで入れてもいいでしょうけれども、そういう部分でどういことが行われているあるいはどういうところが他県と比較して劣っているかとか、そういうことを細かくやっていかないと、なかなか厳しいんじゃないかなというふうに思うんです。

そのような話し合いとか意見交換とか、そういうのを次年度に向けて計画を立てる場合には、そういういろんな部署が一緒になって、それぞれ各部はこういうことを今やっているんで、これぐらいは伸ばしていけそうだとか、今こういう対応をしているあるいはこういうことで協力してほしいとか、そういうことをやっ

ていかないと。各部ばらばらで自分のところの毎年やっている中身をグレードアップするだけでいいのか、私はそういうことでは伸びないというふうに思うんですね。

だから相手にもよるんですけども、アウトインとも団体、個人、年齢別、いろんな形でどういふうにターゲットを絞っていくか、ことはこういうことでやっていこうとか、毎年そういういろんなことをやりながら調整していかないと、単純にこういう予算、こういう事業にこういうふうに金を出しています、こういうイベントをやりましたという報告では、果たしてアウトインどちらも伸びないと、そういう思いがあるんですが、どうなんでしょうか。

○小倉総合交通課長 今ほど御指摘がありました。

まず九州各県の情報につきましては、済みません、なかなか情報として少ないところではあるかと思いますが、今後はできる限りわかっている情報については掲載していきたいと考えております。

あと、目標に関しましては、確かに全体の空港利用者数の目標としては、例えば今年度で言えば310万人ということで目標はもちろん超えてはいるんですけども、路線別で、ソウル線では幾らだとか台北線では幾らとかそういったものというよりは、どちらかというとなんて単に割って計算して、おおよそのぐらいいいだろうというぐらいで確かに計算はしていたと。頭の中では例えば国際線全体で10万人いけばいいだろうなというところはあったんですけども、なかなか確かにそういう確定した目標というものがなかったというところがありましたので、ちょっと今後そういったところをよくよく検討していかなくちゃいけないなというふうなと

ここで、御指摘は踏まえたいなと思っております。

また、いろいろな各部との連携という意味では、先ほどアウトバウンド対策、3ページのほうでも御説明をさせていただきました。台湾への修学旅行プレゼンテーション大会などというのは、これは教育委員会にも実は審査委員にも入っていただいて、高校生の提案を審査をしていただいたというところもあります。学校関係者とも毎年セミナーなどを開いて修学旅行への促進などを我々のほうもお願いをして、できるだけ若い人たちに興味を持っていただくという機会をつくって行って、そういったところで持っていきたいなというところでこのイベントも開催しています。

実は我々も、ことし4月、5月に空港でアンケートを実施しております、その中のアンケートでは、実は国際線の利用者数というのは、年齢層として50代、60代が多いというアンケート結果が出ておりました。逆に言えば、10代、20代、30代が少ない。これは国の統計でも出ておりました、九州の中でも実は若年層の利用者というのは最下位というような結果が出ております。確かにパスポート取得率も低いという状況であります。

ですので、我々としてもそういったところを踏まえて、アンダー29キャンペーンなどを、適宜こういった若い層への渡航拡大等を図ったり、修学旅行支援などをやって、いろんなデータも一応やってはいるところではありますけれども、御指摘も踏まえまして、各部との連携、いろんな戦略も考えながら、今後とも対応していきたいなと考えております。

**○星原委員** あとパスポートの支援というのも出てきているんですけども、私は宮崎県内の

県民がどれだけパスポートを何%とっているかわかりませんが、できればやはり市町村とも連携して、各市町村何%、目標何%ということで、やっぱり広く県民がそういうパスポートの所持をどれぐらいしていて、どういう形でやっていくかというのは、そういうことをやることによって県や市町村が出している広報なんかでそういう情報を流す。そういうことで意識を啓蒙していくというんですか、パスポートとろうよとか、パスポートを持つことでやっぱり行くという、そういう気持ちにさせていく。

あるいはそれぞれの国と宮崎県との間で、いろんな交流をしているのであれば、情報交流といますか、こういうイベントが韓国では、いつといつといつにこういった大きなイベントがある、台湾ではこういうイベントがある、香港ではこういうイベントがある、逆に宮崎ではこういうイベントがありますよ。そういう情報の乗り入れとか、そういうのをやって、お互いにそれぞれがそれぞれの国々に向かっていろんな意識を持たせる、そういったものもやっぱり一方でやっていかないと、なかなか伸びないんじゃないかなという気がするんです。そういうことについての話し合いとか協議とか、そういったことはされていないんですか。

**○酒匂観光経済交流局長** 国際交流の分野は、私ども商工観光労働部が持っております。お問い合わせのありましたパスポートの取得率でございますけれども、各年の12月末現在の数字になります。直近で言えば平成29年の12月末ですけれども、宮崎県は11.9%で41位という状況でございます。全国の平均が22.9%というところで、全国の平均の半分というところでございます。

議員が御指摘のとおり、国際理解、国際協力

という観点で我々インバウンドですけれども、アウトバウンドという意味でも外国に関心を持っていただくことは大変重要だと思っております。

したがって、商工観光労働部におります外国の国際交流員が、それぞれの学校の総合学習の時間等を利用して自国の紹介でございますとか、授業の中でそれぞれの国の紹介等しております。

また、国際交流協会等と連携しながら国際フェスティバル等開催いたしまして、県民の皆さん、特に若い世代が外国に対して関心、理解を持っていただくような機会の醸成に努めているところでございます。

**○星原委員** あと個人とか団体での観光という部分はある程度来ているかもしれませんが。これからはやっぱり経済交流だと思うんですね。やはり宮崎県も平成25年からだったと思うんですが、東アジア経済交流戦略ですか、あるいは平成28年からグローバル戦略、そういういろんな計画を立てるんですけれども、じゃ、どういう企業が宮崎市の企業と交流するか。宮崎の企業が外国に、あるいは、外国の企業が宮崎にいるんなものを、お互いに、こういう企業があるいはこういうものがないとか、そういうことも探って。

経済の面、台湾は去年から、牛肉とかあるいは焼酎なんかも少し価格が低くなってきたりいろいろしているわけですから、そういうものに向けて一つ一つをどういう形で、宮崎県の経済界の人たちと相手の経済界の人たちとの交流をさせるためには、どういうふうにしていったらいろんな結びつきができるか。ただデパートでイベントやって、年に1回とか2回やられているんですけれども、それはそこに来た客しかい

ないわけで、それはそれで大事なんだろうけれども。

私はやっぱり一つ一ついろんな企業同士の結びつきを、どうやったらつないでいけるかとか、そういったことまでやっぱり県内の商工会議所のメンバーならメンバー、あるいは農業団体なら農業団体の人たちとか、いろいろそういう形で細かく今後はやっていくべきじゃないかなと思うんですが、その辺については県としてはどういう考えを持っているのか。

**○酒匂観光経済交流局長** 経済グローバル化が進む中で、本県が海外と経済交流をさらに深めていくためには、議員がおっしゃるとおり、企業間の取引を含め交流を活発にしていく必要があると思っております。そのためにはやはりお互いがまずは信頼関係を結ぶというのが大変重要であると思ひまして、台湾では新竹県ですとか桃園市等との交流協定等を結びまして、まずは行政同士でしっかりと信頼関係を結び、その上で商工会議所の団体の皆様とか、そういった民間の方々の交流等をさらに重ねていくということで信頼関係が生まれ、さらには経済交流の取引、貿易等の取引にもつながっていき、また人と人との交流等も活発になっていくのではないかと思っております。

商工観光労働部では、さまざまな機会を通じまして、まずはマッチングをする機会の提供ですとか、そういったものに努めておりますけれども、せっかく結びました経済交流協定、連携協定等をしっかり生かしながら、さらに他の地域とも交流等を深めてまいりたいというふうに考えているところでございます。

**○星原委員** 私だけが質問するのもなんですけれども、やはり宮崎県のやり方と九州各県、ほかの県の取り組み姿勢、予算、いろんな規模が

ちょっと違うような気がするんですね。だから、その辺もちゃんと見直しをして、他県に学ぶべきところは学んであるいはそれ以上に本気でそれぞれの分野で交流を深めていこうとすれば、宮崎県独自のいろんな形でまた、新たな政策というかアイデア出したりしてやっていかないとなかなか厳しいんじゃないかなというふうに思いますので、ぜひよろしくをお願いします。

**○井上委員** 濟いませぬ、ちょっと今に関連もするんですけれども、アウトバウンド対策の台湾の修学旅行プレゼンテーション大会というの、これは非常におもしろいと思うんですね、ぜひやっていただきたい。親が負担できる金額というのは、大体どのぐらいだというふうにして想定されているのかということ、とても大事だと思うんですね。やはり若いときに、一度外国に行ってパスポートを持ったという経験があるというのは大変重要なことなので、ぜひこれを新たな形で膨らませてあげてやっていただけたらなというふうに思っています。

親が負担できる金額をどのぐらいの金額だというふうにして想定されているのかというのは、そのあたりは具体的にあるんですか。

**○小倉総合交通課長** 濟いませぬ、質問の趣旨が。

**○井上委員** 例えば、具体的にですけれども、私の孫は西高なんですけど、今度オーストラリアに行くんですね。大体20万ぐらい親が負担をしないとイケない。だから全員は無理なんですよ、その金額だと。それで国内と国外等で分かれて行くわけです。親が外国を選択するところもあれば、国内を選択するところもあるわけです。金額的に台湾だったら今幾らぐらいというのが、オーストラリアよりかは低いのかなというふうには思うんですが、できたらやっぱり

そのあたりも含めて、教育委員会なんかと具体的にいけるところとか。

それと教育旅行なので、教育的な内容が加味されていないとイケないと思うんですね。西高の場合はホームステイになっているわけですよ、向こうに行って、大体2人ぐらいずつでホームステイするというのが内容になっているんですけれども。その中で語学だけではなく何を学んでいくのかということ、本人たちもちゃんとリサーチしながらやっていくんだそうですけれども、まだ、10月でしたかね、行くのは、そうになっているんですけれども。

やっぱりできるだけ教育委員会と一体として、アウトバウンドをきちんと、一度はパスポートをとって、一度は行ったことがあるというのをできるだけつくってあげたいというふうになれば、そのあたりのところをうまく教育委員会と一致させて、親もある程度負担ができる金額だと1回高校生の時代に行くことができる。最近旅行で、個人旅行で行く方も随分多いんですけれども、ただ一つの大きな機会にはなるのではないかなと思って、これ大変注目できる内容ではないかなと。おもしろい取り組みというか、いい取り組みになっているんじゃないかなというふうに思うんですけれども。

**○小倉総合交通課長** 一応我々のほうで実績として、例えば台湾に修学旅行先として訪問されている高校さんですと、1人当たりの経費は大体15万から20万ぐらい、確かに高額な金額です。

我々としては4つのメニューの中の1つとして、修学旅行等支援として1人1万円、場合によっては1万2,000円から4,000円と1人当たり支援をさせていただいておりますので、なるべく経費負担にならないように、パスポート取得についても、もちろん若者ですので、29歳以下

ですので、負担をできるだけ下げるような方向で考えているということで、それで若い人たちに海外に目を向けてもらいたいという方向で施策を打っているところでございます。

委員がおっしゃるとおり、教育委員会との連携をしながら、若い人たちにできるだけ早い段階で海外に目を向けてもらうように、まさにそのために修学旅行のプランを自主的に学生に考えていただいて、それを発表する機会を設けるという場ですので、できるだけこういう機会を今後とも継続してやっていけるように、そして県内幅広にこういった高校に経験していただけるようにしていきたいというふうに考えております。

○井上委員 具体的に言えば、行く先の学校との、教育委員会が交流でもやっているような学校が幾つかふえていけば、そこは物すごく大きな力にはなっていくのではないかなと思うんですね。

私どもが民間で受け入れた韓国の高校というのがあるんですけども、そこだとやっぱり続けて来ていただけるので、それと短期留学みたいなのも受け入れることが可能なので、そういうのを具体的に丁寧にやっていただくと、それは大きな力になっていくのではないかなと思っていますので、これはとても期待できる内容なので、いろんなバージョンがあるんだと思うんですけども、それを丁寧にやっていただくことを期待しておきたいと思います。

それと、もう一つ、おひとりさまお正月のプランです。ひとり暮らしの女の方で、年配の方でお金を持っている方は、どこかに行くんです、お正月。日本にいない海外に行っているんですよ。今回、私はたまたま夫がまだいるので連れていってもらえないんですけども、固まっ

て結構ぜいたくな旅に行かれるんですよ。今回は香港なんですけど、香港に固まって行く。私ちょっと小金持ちの皆さん結構いらっしゃると思うんですよ。だから、その方たちのお金の使い方ですよ、プレゼンの仕方というのをちょっと考えていただくといいのかなと思うんですよ。

今すごく高齢者の方たちの中で元気がいいのは、さんさんクラブみたいなところがありますが、旅行のプレゼンみたいな楽しい時間を持ってもらいたいということを、もうターゲットを絞って、こういうのはどうだろうみたいなのをちょっとやっていただけるといいのかなと、旅行会社さんもやっているんですけども。上手なお金の使い方ですよ。楽しい時間の使い方という感じで、具体性がないと。なかなか名前だけ、アウトバウンドってどういう意味、インバウンドってどういう意味という感じもあるので、できるだけ小金を持っていらっしゃる方をちょっと、何かお金を使っただけ、オレオレ詐欺ばかりじゃなくて、そっちも使っただけのように何かできないのかなと、常々思うんですね。

もっとフィットできるというか、ヒットできるというか、そういうのをちょっとやっていただくと。やっぱり行かなきゃ来ていただけないので。行かなきゃ来ていただけない。そこをしっかりと路線を守るにも行かなきゃというのは絶対あるので、行くというそれが一番のやっぱり交流でもあり信頼関係でもあると思うので、そこをちょっと丁寧にやっていただくといいのかなというふうに思うんですけども。

もっとターゲットを絞り込んだやつとか、具体的にやっていただくといいかなというふうに非常に期待しています。アウトバウンドは、そ



ういう意味で言えば、いろいろな意味でこれは経済に大きな力になるので、ぜひ頑張っていたきたいなというふうに思っています。

続けて、クルーズ船のことでちょっといいですか。クルーズ船も、これは非常に期待できて、うちはもう今度宮崎カーフェリーがどんなふうにして動くのかなというのが非常に私にとってみれば期待なんです。

ちょっとお聞きしたいのは、油津港はやはりそこに集中するわけですよ。集中というか集まってきた港に来ていただけるんですよ、クルーズ船に寄港していただけるんです。その後のおもてなしです。それがどう具体的に、そしてまた駐車場の問題とかいろいろありましたけれども、そのメニューの多さをどうしていくのか、整理の仕方を、おりにいただいた方をどうおもてなしできるのかというのが、ちょっと本当にもっと丁寧な取り組みがないと、なかなかこれ寄港しなくなったりされるともったいないので、ほかのところ行かれちゃ困るので、ここ丁寧にやっていただきたいと思うんですが、どうですか。特に油津港は集中しているところもあるので、ぜひ丁寧にやっていただきたいんです。

**○岩本観光推進課長** クルーズ船でみえられたお客さんへのおもてなしということですが、先ほど資料のほうでも御説明させていただきましたけれども、地元の民間企業あるいは公的団体含めて組織しています協議会を中心に、いろんな受け入れの取り組みをしております。

その中で特徴的なものとしまして、例えば通訳ボランティアを配置したりとか、あるいは高校生が実際にクルーズで来られたお客さんを舩肥の町なんかを案内したりとかいう形で、できるだけ地域の人と触れ合えるような機会を数多く持ったりとか、あるいはさらにそういう機会

をふやすということで、体験型のメニューも取り入れておまして、先ほど御説明しましたけれども、油津～舩肥間のサイクリングツアーというのを、ことしの4月に初めて実施をしたところですよ。雨の中でしたけれども、いろんな地域の人との触れ合い等もあって、非常に好評だったというふうに伺っております。

おっしゃられるように、クルーズ船でおみえになられる方は宿泊を伴いません。ですから半日ぐらい、この港周辺に滞在して、また出ていくということですので、この短い時間の間でありますけれども、観光地、特に人との触れ合いというようなものをしっかりとやっていくことで次のまた機会に、リピーターにつなげていきたいというふうに考えているところでございます。

**○井上委員** 寄港時間を短くされると困るわけよ。寄港時間を長くしていただける、できるだけ長く。そして消費額をふやしていただかないといけないのね、経済活動がうまくそれとマッチしないといけないわけですよ。だから、そこをどういうふうに具体的にやれるのかというのを、もっと日南市とも連携をしながらやっていただきたい。

そして、バスをイオンまで動かしているだけで済むのかという問題が、いろいろあると思うんですよ。だから、ちょっとやっぱりできるだけ多くの経済活動を熱心にやっていただかないといけないんで、それだけ集まっておりただくわけだから、そこを含めてもう少し丁寧な対応というのを、具体性のある対応というのを取り組んでいただくといいなと思っております。

**○満行委員** イン・アウト対策なんですけれども、このきょうの資料の2ページには、国際定期路線のある3路線誘客対策と書いていますけ

れども、パスポートを持っている人は大体その年には行っている人も多んじゃないかなという思いもありますし、そういう視点から見てもやはり、新規就航路線を開拓するには重要だと思います。とりわけ、中国本土の路線というのは魅力的なのかなと思うんです。この3路線以外の海外旅行会社等へのセールスの実施状況はどうなんでしょうか。

**○小倉総合交通課長** 現在3路線以外で申し上げますと、3ページの真ん中（1）の③にありますとおり、昨年度末に中国、上海の旅行会社等に訪問して、まずはチャーター便ということですので、その情報収集、セールスを実施したというところであります。

その状況を申し上げますと、やはり上海空港自体がなかなか混雑空港で発着枠の空きがなくて簡単には飛べないということもございますし、それと、まずは鹿児島に中国便が飛んでいますので、そこからの誘客をしっかりとやるべきだというような御意見などもありました。まずは認知度を高めないといけないというようなお話があつて、今後も引き続きセールスなどを実施して、認知度を高めていく必要があるかなと思います。

それ以外の地域でありますと、例えば最近の誘客実績でありますと、東南アジアの対ベトナム、インドネシア、シンガポールなどが考えられるところではありますが、今後こういったところに対するチャーター便の誘致などは、昨今LCCなど、いろんな国際線などいろんな空港に飛んできているところもございますので、誘致を実施していくチャンスがあるのかなと考えておりますので、今後検討していく必要があるかなと考えております。

**○満行委員** 中国本土だけでもLCCは相当と

まっていますよね。上海だったらスプリングエアラインがあるし、そういう意味では上海は2つ空港があるので、それでもなかなか厳しいんじゃないかな。東南アジアもLCCは相当ありますので、ぜひ絞った営業活動も大事かな。佐賀空港に春秋は飛んでいるわけで、非常にそういう意味では狙い目じゃないのかな。ぜひLCCを狙って取り組みしていただきたいなと思っています。

もう一つは、アウトバウンドが関係あるんですけど、ハブ空港としての利用というか、我々が出ていくときには関西空港、成田、東南アジアと福岡というのがあるんですけど、しかしせっかくインチョンや上海に飛んでいるわけですよね。飛んでいるその空港経由で、それをハブとして、そこから出ていくという、そういう商品開発というのを進めてほしい。我々利用する側からすると、せっかく東南アジアに飛ぼうと、中国に飛ぼうとしているのに、わざわざまた関西や成田行くよりは、今ある路線を有効に活用する。そういう商品の開発というのをぜひ進めてほしいと思うんですけど、いかがなものでしょうか。

**○小倉総合交通課長** 委員がおっしゃるように、例えば仁川、台北、香港というような、世界的にも大変なハブで、日本で言えば羽田や成田に匹敵するような大変大きな空港でございます。全世界の空港に飛んでいる直行便などもございますので、我々としても確かに関西や福岡などありますけれども、いろんな県内でのPRの場でも、そういったところから仁川、台北などからでも行けるといようなアピールはしているところでもあります。確かに制度的にはそういった支援ですとか、商品などへの支援がないというところではありますので、今後そう

いったことも確かに既存路線の維持という意味で大変重要なことですので、検討していく必要はあるかなとは考えております。

**○満行委員** もう一つは、ここにも書いてあるんですけども、宮崎空港の搭乗口に設置してあるデジタルサイネージで路線をPR、もっともっとPRができるんじゃないのかなという思いもあるんですよ。300万人乗降客がいて、なおかつその人たちは非常に飛行機に近い位置にいる人たちなので、その人たちを狙って、やっぱりばんばんPRをすべきじゃないのかな。

全然話は違うんですけども、スーパーに行くのと、欲しくもないのに一番底にPRのチラシが入っています。空港に行って、どっかでチラシみたいなのをわたすというか、それぐらい一方的にやるとか、何かやってもらえば、県民にもっと海外にも近くなるのかなという気がしているんですよ。デジタルサイネージも1カ所非常に迫力ありますけれども、中にも置いていただければ、どうせ30分や1時間ぐらいみんな出れないわけで、1回入ってしまうと、非常に効果があると思うんですよ。チラシとかこういうデジタルの戦略で、やっぱりもっともっと宮崎県の皆さん、海外意識しましょうというPRができないもんかなと思っています。お金はそんなにかからんで取り組みできるんじゃないかと思うんですけども、いかがでしょうか。

**○小倉総合交通課長** 確かにデジタルサイネージのように1カ所でPRもやってございますけれども、例えばまつり宮崎などのイベントですとかイオンなどでの各季節ごとにやっておりますイベントなどでも、おっしゃるようなビラ配りですとか、チラシを相当な枚数を刷って配っているというようなことは実施しております。

そういったことを定期的にやるということでは

あれば、多少予算的な部分も考えなきゃいけないところもあるとは思いますが、できるだけ幅広く、非常に近くに空港があるという利便性というのは、なかなか全国的にもないところでもありますし、アウトバウンドという意味では、ぜひ県民に使っていただきたいという気持ちは我々は持っておりますので、広くいろんな機会を使ってPRをしてまいりたいというふうに考えております。

**○満行委員** 私としては、空港利用者にやっぱりもっともっとアプローチすべきかなという思いがありますので、質問させていただきました。

以上です。

**○日隈総合政策部長** 濟いませぬ、少しお話しさせていただきます。

まず、航空路線の誘致の関係で、今満行委員からもお話もありましたけれども、北京、上海、中国本土、実はなかなか外交問題も含めて、中国本土から日本との路線というのはちょっと思ったより厳しい状況がございます。

また、アジア諸国を見ると、中国人の海外旅行が非常に多かったんですけども、今ちょっと下がってきて、今一番は韓国ですね。JNTOの資料を見ても、韓国人の海外旅行の旺盛さは尋常じゃありません。

ただ、課題でもちょっと省略はしておりますが、宮崎と韓国の関係で言うと、やはり向こうの方は寒いので宮崎に来る。これで冬の便が増便になったというアジアナの報告もありましたけれども、この後、イースター航空も増便の計画を今検討されているんです。冬場は多いんですが、やっぱり4月から夏にかけて7月までが非常に飛行機のほうも少ないし、宿泊客も少ないと。ここがネックで、ホテルの建設もなかなか容易に進まない、要するにホテルで言うと稼

働率の問題があるというようなどころもあるので、そこのところを何とかしていかなくてはいけないのかなというふうに思います。まず、課題をちょっと申し上げておきたいと思います。

そうして、飛行機の関係でいくと、やっと300万人を乗降客数突破して310万人に上げました。今年度は多分330万人まではいくと思うんですが、350万人、史上最高の数字というのは、なかなか容易ではないのかなと正直思っております。それはなぜか、340万人が乗っていたころに何があったかと言うと、実はシーガイアがあったんですね。やっぱり通年で遊べるコンテンツというか、一つ大きいのがあったという時代がありました。それがなくなるといのが一つ大きいのかなというふうに思います。宮崎もう一つ目玉があると違うのかな。

さりとして、我々は黙ってこのままというわけにはいきませんので、やはりどう宿泊を1泊でも伸ばしていくかということと、先ほど井上委員からありましたように、消費額をどう伸ばしていくかという課題があるかと思えます。

中国系の観光客は一つお金を使っていないのは、ペイの支払いですね。中国人はカードを使いません、ペイで払っています。これをもっともっと普及して、気軽にお金を使えるような、お客さんの層からすると、そうお金持ちでもないところもありますので、やはり簡単にお金を使ってもらえるような環境と、行った先でやっぱりいい商品、買えるような商品、特に宮崎県産品を何かうまく買ってもらえないかなということを含めて、消費額を伸ばしていく必要があるのかなというふうに思います。

もう一つ、星原委員からありました経済交流の関係で申し上げますと、確かに台湾と宮崎牛も輸出できるようになって交流してきたんですが、

いざ向こうと取引するということになると、例えば今宮崎銀行はお1人駐在で、今度2人目かわられたんですけども、取引すると向こうは値切るというか値段を下げるということもありますが、要は資金をどう確実に回収していくかと言うと、ここ銀行さんの世界で信用調査もやられて、確実にお支払いいただけるという体制が整って、ロットを相手に提供していく。お金をちゃんと回収するということが、これがしっかりできるかどうかというようなどころ。

香港で言うと、香港のこの商慣習というのは極めてレベルが高くて、宮崎のものがいいとなったら買います。買うけれども、どれだけ値切るかということをやられるものですから、これは我々の宮崎牛にしても、キャビアにしても、そう値切って出す商品じゃないんです。

そこら辺も含めて、金融も含めて、うまくそこのところをやっているかといけないというのは、ちょっとやはり宮崎の経済の力がそこるところはないのかな、厳しいのかなということも含めて課題としてあります。

ですから、これからについては冒頭申し上げたとおり、外交の問題も敏感に感じながら、人の流れも感じながら、そして経済の関係、いずれも情報収集しながら、九州各県と一緒にやるんですが、できたら一歩先に情報をとれるようなことも含めて、敏感に臨機応変に対応していけないと、なかなかこのアジア諸国、一筋縄ではいきません。そんな感じですけど私もここ2年させていただいてますけれども、その中でできる限りいい方向に進めていけたらなと思いますので、いろんな情報ございましたら、また教えていただくとありがたいなと思います。

済いません、失礼しました。

○井上委員 J N T Oの活用ですよ、これは徹

底的にやっていただきたいと思うんですね。私は4月にイタリアに行きましたときに、イタリアのJNTOの機関のスタッフは全て女性の方でした。宮崎県はどういう県なのかということをお紹介したときに、宮崎の紹介は鶴戸神宮でした。宮崎は鶴戸神宮が紹介のパンフの中に載っていたんですが、そのときに宮崎のことちょっとお話しして、五ヶ瀬のスキー場の話をしたらもう、すっごく驚いておられて「南国でスキーですか」みたいな話まで出たところです。

JNTOというのは、非常に細々に、行った先の国々で丁寧な活動をしておられます。ですから、このJNTOをどううまく活用するかということは、宮崎ってこんなところですよ、いいところですよというのをどう活用していくのかというのは、皆さんの力じゃないのかなと思うので、この機関を徹底的に使いまわっていただくというふうなふうにイタリアに行って、本当つくづく思いました。

ですから、ぜひ国の機関でもあるので、これは情報をどんどん送ったり、丁寧な仲よくなるというか、そういう関係をつくり上げながら、ここを利用していただけたらというふうに思っています。済いません。

**○星原委員** 今、部長がいろいろ言った点はそれで理解するんですけども、やはりこれから国際交流ちゅうかそれぞれの国との人間関係つくっていくのには、やっぱりその相手の人たちとどれだけ信頼関係を持った、懐に飛び込んでいって信頼関係を保つ、そういうところから今度はまた紹介を受けていく、そういう形でやらないと、表面上のつき合いしている分にあくまでも相手も表面上なんですよね。やはりある部分は相手の懐の中に行き、逆にこういうことで困っているんで、こういうことに何とか力貸

してくれとか、こういうことはできないとか、いろんな問題を投げかけていって、やっぱりやっていく。

通常は何にもしていなくても、今この携帯なんかでやると、簡単にスタンプでポンと押して相手とやりとりするだけでも、常に連絡をお互いにできるわけなんですよね。ですから、それぞれの分野の人、教育関係だったら学校の校長先生とか、向こうの校長先生との交流、あるいは子供同士でもそういうことを利用しながら、ちょっとした挨拶ぐらいでぽんとやりとりをするとか、いろんなことを少しずつでもそういう流れをしっかりとつくっていかないと、先ほど言ったようにデパートで、じゃ物産展やった。それだけではなかなかつながりがないと私は思います。

これから本格的にやっていくなら、韓国でもそうですし、台湾でも中国でもどこでもいいんですけれども、香港でも、やっぱりそういう中に入った担当者の方がどれだけ人間関係をつくって帰ってこれるか、別に行かなくてもやりとりができる方法はいろいろ今あるわけですよね。そういうものを駆使しながら、どうやるかということを考えていかないと、行ったときに名刺交換して、ただ帰るだけだったらそれだけの、向こうもそういう関係でしか見ませんから。やっぱりこの、あるいはこの人たちと、あるいはこの会社ととか決めたときには、そこどうやって深く入っていけるか、どういう方法をとったらいいかとか、そういうことをやっていかないと、なかなかそう簡単にいかない。

台湾で例にとっても桃園市なんて220万ぐらいの人口ですから、宮崎県の倍ぐらいの人口、台中市なんて280万ぐらいの人口です。鹿児島県と宮崎県を合わせたぐらいの人口なんですよね。

単純にただ台湾と言っても、市とか県とかそういうところあたりの人口比から言っても、じゃ、それぐらいの違いがあるところとつき合おうとするわけですから。そうなるとやっぱりそれなりのつき合い方しないと、じゃ、宮崎県でも延岡から都城まであるわけですから、市町村があるのと一緒に、やっぱりそのある程度目的を絞って、そういう中に入っていきんで、いろんな人がそれぞれ違うところとそういう連携というか、交流ができるようにやっていく形をやっていかなないと、本格的な国際交流とかあるいはいろんな形での人間関係というのは出てこないと思うんで。

だから、どこまで行政が入っていくかとなると、行政は行政同士のつながり、民間は民間同士の、我々議会は議会同士のつながり、そういったものをうまくかみ合わせてやっていくことが大事じゃないかなというふうに思いますね。

**○井本委員** この前、一般質問をして、それで岩切章太郎さんの本を2冊ほど読ませてもらった。岩切章太郎さんという人はともかく、美に対する関心が非常に強い方だなという印象を受けましたね。ともかく全てのものを1枚の絵に仕立て上げるという。だから堀切峠なんかも、あそこの植えるのも何を植えようとか、やっぱりソテツが一番いいちゅうようなことで植えたとか、こどものくになんかをよく考えてみると庭園にしてあるんです、あれね、何か結構有名な人がデザインして庭園にしたとか、そういうふうに。彼は「人工の美、自然の美、人情の美」と、こういうような言い方していますけれども、とにかく美というものに対して非常に関心が強い。

恐らくこの宮崎県は見るものがほとんどない。名所旧跡というのはほかのところに比べたら、

この宮崎には国宝なんてないんだから。ほかのところには国宝ちゅうのがあるんだけど、この宮崎には重要文化財ちゅうのはあるけれども国宝がないというね。本当にそういう見るもんがないところを見せようというのは、やっぱり確かに自然の美、人工の美、そして人情の美、この美というものは、今でも私は通用すると思うんですけどね。

そういうことからすると、やっぱり岩切章太郎さんだったからね、ああいう強引なこと、強引といたら強引だけれども、自分のやりたいことやれたのかもしれないという感じがするんだ。やっぱりそういう宮崎の特徴をつかまえて観光を呼び込むちゅうのはですよ、そういう一番上に立つ人が、やっぱりそういう美的感覚をしっかりと持ってリードしていくということが、どうも宮崎の場合、特に大切じゃないのかなと私なんか本読んで、そう思ったんですね。

そういう意味で、DMOか何かはこれをつくるとなっているから、例えばの話ですよ、どっかの有名な芸術家なんかを連れてきて頭に据えて、そういう施設をやってもらおうと。そんなことをしてみたら、もう一回宮崎の美を。

えびの高原なんかもね、今行くと、そんな美しくいいと思わないんだよね。あのころはやっぱり美しかった。何で美しかったのかと言うと、本当きめ細かいところで気を遣っているんですよ、彼がね。そういうものが失われてしまったんじゃないのかなと。青島にしても、こどものくになんかにしても。そういうきめ細かい美しさというのが失われてしまったのが一つ観光宮崎が衰退した原因かもしれないというふうに。そういう一つ、一番上に立つ人の美的な感覚がある人を据えたらどうかなというのを一つ。

それから議会で質問したんだけど、言わ

れるようにおもてなしですね。彼はとにかく自分とこの宮崎交通の採算は二の次だと言っているんですよ。とにかく皆さんに喜んでもらう、楽しんでもらう、それが財産。

だから皆さん方、ここで経済がどうのこうの言うの先に立つと、私はお客さん逆に来んと思う。それははっきりおもてなしの逆の考え方だと思うんですよ。もちろんそういう腹の底には、もちろん計算はあるかもしれないけれども、それを先に出してしまうと、それはおもてなしと全く逆だと思うんですよ。

岡山の人たちがわざわざ、何で観光で宮崎に人が行くのかと言って、わざわざ岡山県庁の人が宮崎県に来て見たら、見るものはほとんど、これは岡山と余り変わらんと、むしろ岡山のほうがいいと。しかし旅館に入って接してもらったとき、観光バスに乗ったときのガイドさんの接し方、そのとき向こうが言ったのは「なるほど、サービスもまた観光資源なんだ」と、こういう言い方をしとるわけでね、これはもうおもてなしですよ。

観光宮崎になったとき、前はこの2つはかみ合っていたんじゃないかなという気がする。昔とは違うと言われればそれまでだけれども、あんまり他の観光地と変わらんのじゃないかなと私は思うから、そういう観点からも一度模索してみたらいかがかなと、答えは要りませんけれども。

○日高委員 済いません、ちょっと一つだけ確認させていただきたいんですけど。今からまたいろんなところに定期便をふやすという話があるんですけど、僕が一番心配しているのが香港線なんです。香港線の誘致活動を今行って、これから運航に当たるまでどれぐらいの期間がかかるものなのかなという質問なんですけ

れども、お願いします。

○小倉総合交通課長 一言で申し上げますと、相手がいる話ですので、何とも言いがたいというのが実態かなと思います。我々としては、香港に拠点を置く航空会社に対して誘致というか、会社を訪問させていただいて、現にいろいろと話し合いをさせていただいている状況ではありまして、今のところ何か進展があるということではもちろんございませんけれども、もちろん10月ダイヤが終わってすぐにとということでもございませんし、今後いつからということは今ところ確約はできておりません。今後の交渉次第というような状況でございます。

○日高委員 77%で伸びている中で、本当に悔しいな。そしてまた県もそうですけれども、いろんな業種の方々が香港に出向して力を注いできた方がたくさんいらっしゃる中で、この便がなくなるというのは本当に大きな問題だなと思っておりますので、一日でも早くスタートしていただきたいなと思っております。

また、先ほどの話なんですけれども、満行委員もおっしゃるとおり、情報力がないと本当にいけないなと思ってたんですけど、例えば今スポーツでも本当に交流がある中で、例えばスポーツでのアウトバウンド、例えば青太に出ましたという方々に、例えば香港、台湾のスポーツの情報をどんどん入れてあげるとか、本当にターゲットをちょっと入れて、もちろんイオンだったり、お祭りで発信するのもいいのかもしれないけれども、情報を求めている人たちのところに、必要な情報をぽんと持っていくことによって、どんどん流れができるんじゃないかなと思っております。

あとは例えば、社員旅行にも既に行っていられる方の方に持っていくとか。あと僕は

地元消防団なんですけれども、消防団の方で香港にいらっしゃった方がいらっしゃって、香港の情報をどんどん発信する方です。消防団は今大分変わってきましたけれども、年に1回、2年に1回旅行に行きますよという、既に旅行に行くパターンが決まっているところに、そういう情報をぼんと置くことによっていかれるんじゃないかなと思うんですよね。香港の情報が、僕の地元の消防団に流れて、じゃ、香港に行こうよ、と結構盛り上がっていたんですけれども、そのときにこの情報が入って行けなくなっちゃって、便がなくなっちゃうよという話、本当に非常に残念に思っているところでありますので、ぜひ情報発信していただきたいと思えます。

一方、宮崎人というのは、一步踏み出すのがなかなか厳しいのかなと思うんですけれども、僕がちょっとアメリカの仕事をしたときに、70歳代中ごろのおじいちゃん、おばあちゃんが冥土の土産にアメリカに来たんですよという話をされて、ああ、そうなんです、よかったですと帰りに話したんです。冥土の土産のつもりで最後の海外旅行なんですよ、と言ったんですけれども、その一步を踏み出したことによって、その方々、それを目標に毎年来るようになったんですね。一步踏み出すと、違うのかなと。違う世界でなかなか一步踏み出せないかもしれないですけれども、そこを一步踏み出すことによって、その踏み出す方法をたくさん発信してあげたらいいんじゃないかなと思います。

**○二見委員** 一つ確認なんですけれども、この台湾修学旅行の採用された2つというのは、どんなプランで行かれるんですか。

**○小倉総合交通課長** プランの内容について、ちょっと手元に資料がありません。少々お待ち

ください。

**○二見委員** もう一つ。これはまた別個なんですけれども、先日八代だったかな視察に行ったときに、クルーズ関係の話を伺ったんですね。そのときに僕の理解では、あそこの港湾の整備をするのに、相手クルーズ会社と協定なりを結んで、インフラ整備に対する向こうからの支援をもらう。そのかわり、ここの港湾の利用のいわゆる枠を優先的に幾つか向こうに与えるとかいう、そういう協定を結んでいるところが全国の中でも幾つかあったように記憶しているんですが、こういう取り組みというのは宮崎のほうでは全く考えていないのか、国からのそういう流れがあってやっているのか、ちょっとそこ辺わかっていれば教えていただきたいなと思うんですけれども。

**○横山空港・ポートセールス対策監** ただいま委員のほうから御質問ございました国際旅客船拠点形成港湾というものになるかと思えます。委員の皆様方が御視察されました八代港、制度が国のほうでできましたのが平成29年の7月になるんですけれども、このときに6つの港がその指定になっております。

今、委員のほうの御紹介にもございましたように、正確には港湾を管理する港湾管理者と、それからその港を利用する船社、クルーズの会社が、優先的にある岸壁を使わせてもらえる、そのかわりにそのクルーズの会社は、自分たちで民間の資金で、いわゆるクルーズのターミナルをつくるという、それがセットになって、そういう話がまとまっている港が平成29年7月に6つ決まっております。その翌年度に実は鹿児島にもありまして、現在7つなんですけれども、そういう船会社様のほうが場所をつくるという、施設をつくるというのと、管理者側



が岸壁を整備するというのがセットということでの申請という、そういう制度が最近できているということでございます。

宮崎県のほうでは、まず優先的に使っていただくためには、それだけ岸壁に余裕がないと残念ながら使えません。よく油津の話、先ほど出ておりましたけれども、油津港でクルーズが入っておりました岸壁というのは、現在RORO船が週に2回、それからチップ船、製紙会社さんの、これが不定期で入っておりまして、そういった岸壁を使っている貨物船がございますので、そちらとの利用調整を行って、あいているときにクルーズ船を入れて、最大で28回という記録は達成しております。

そうなると普段はシャーシーが置いてあったり、いわゆるチップの荷役作業といったものとかも普段やっておりますので、そういったものもクルーズが入るときには、それに備えて調整などをする必要がありますので、おのずと限界がございます。ですから、優先的にいつでもというわけにはございませんので、なかなか現在国が示している枠組みの中では、残念ながら今現在のところでは難しいというところはございます。

一方、細島のほうも、いわゆる大きな木材の加工会社さんが誘致になられた後、実はもう場所もないぐらい今貨物が順調でございまして、そういう面もあって現段階では、そういったターミナルをつくる用地であるとか、あるいは優先して使っていただく岸壁がないというところがありまして、残念ながらこの制度は、現時点では宮崎では難しいのかなと考えております。

以上でございます。

**○小倉総合交通課長** 先ほどの二見委員からの台湾のプレゼンテーション大会のプランの内容

でございます。

まず、1校目は佐土原高校でして、これはもう既にプランを実施して台湾に行っている内容でございますけれども、主な内容としましては、台中市が訪問先のメインでして、現地のこれは工業高校でございますトンシンチクヨウ学校、こういったところでの高校同士の学校交流、こういったことを中心にして、今後の高校交流の継続ということも見据えながら、現地で交流させていただいたと。

それ以外にも、あと県内での例えば訪問を促すためにも、SNSでの発信ですとか、写真などを撮って県内で発信できるように、現地でインスタ映えですとか、そういったものを意識しながら写真を撮って、こちらでアピールできるような活動をしていたというふうに伺っております。

あともう1校、日向高校ですけれども、これは10月、これから行くんですけれども、こちらと同じように桃園市の高校のほうに訪問をして、今後の高校同士での交流を実施するというですとか、あと現地の宮崎県人会のほうも訪問して、県人会の現地の活動ですとか、そういったものを勉強しに訪問されるというふうに聞いております。

**○二見委員** 済いません、ありがとうございました。クルーズ船の今課題のほうについてはよくわかったんですけれども、これだけちょっと今後のクルーズ船の寄港数とかの見通しの厳しさとかを考えると、今の宮崎県のこの課題、大きな壁なんじゃないかなと思うんですけれども、ここに対する県の方針というものは今何かないんですか。もう今聞いたようになるのか。課題があるというふうなものであれば、やっぱりそこですね。

○横山空港・ポートセールス対策監 課題ということになりますとちょっと、先日ごらんになられた八代港というのを、例にさせていただきますと、八代港が位置している場所と、比較しやすい例えば油津港を比較させていただきますと、これは太平洋側と反対側ということで、海の波の状態というのが、まず基本的に違う。それが港を取り囲んでいる地形、これはもう全く違いまして、いわゆる水域、船が回ってくる水域の広さも違いますし、あと陸上、岸壁があって背後地のヤードの広さも実はかなり面積は違っておりまして、八代港さんのほうは幸いにしてというか、岸壁の整備が済んだ時代の後に、このようなクルーズの需要が来る時代が到来したときに、たまたまごらんになられているから、私なんかよりも詳しいと思うんですが、岸壁の裏側のほうにもすごい広大な埠頭の用地があったかと思えます。

その用地ももともとは、物流のためにできたものだと思いますが、いろんな利用調整というか岸壁を、背後の利用を移設する、利用を再整理することが可能であったことがありまして、新たにそれにプラス岸壁も。もともと護岸と言いまして岸壁に似ていますけれども、岸壁じゃない部分があってそこを岸壁にしたりということで、地形上の要件が全くあちらのほうが有利な面があったかと思えます。

宮崎の場合、仮に油津のほうでクルーズ船を今度見込んでということになりますと、例えば別なところをまた埋め立てて岸壁をつくるということになりますと、そういう土地のいわゆる地形上のいろんなものがございますので、もしつくろうとすれば、かなり膨大な費用がかかるというのが大きな課題であろうかと思えますので。

現時点では、先ほど申しましたような岸壁の調整を地元企業の皆様方の協力を得て最大限やって、週のうち例えば油津ですと3日、約1年のうち半分ぐらいはあけられておりますので、その辺はもっともっといろんな地元の方々と一緒にPRということできさせていきたいなと思っております。

以上でございます。

○黒木委員長 よろしいですか。ほかにありませんでしょうか。

○星原委員 なければ、時間あるんで、もうちょっとだけと思うんですが。

一つはですよ、やはり本格的に各国と交流をしていこうとするんなら、県内にいろんな交流協会を立ち上げさせたり、あるいは26市町村でそういう姉妹都市を結んだり、学校関係だとそういう姉妹校を少しずつでもふやしていく方法を考えたり。あるいは先ほど言った情報交流をするんだったら、マスコミの皆さんもいらっしゃるんですが、お互いにそれぞれの紙面を何カ月に1回でも広報でそれぞれの国の情報をお互いに乗り入れたりとか。

あと宮崎県はスポーツランドでいろんな施設をいっぱい持っているわけですから、国内でもそうですし、海外からでもやっぱり1年中いろんな施設を使って、その地域と交流する。そういうことを少しずつやっていけば、その広がり輪が広がっていくと私は思います。

ですから、やっぱり何らかのそういうことを少しずついろんな知恵を出して、どうやったら、アウトインの交流ができるのかということになると、やっぱりお互いに行ったり来たりしなくちゃいけないわけですから、そういったものを少しずつ考えながら取り組むべきじゃないかなと常々思っているんですが、なかなかそういう

のも難しい面もあると思うんですけれど。

ただ、スポーツで、野球とかサッカーとかバレーとかそういう関係だといろいろな休みを利用して1年中使えるとか、あるいは合唱団、歌を歌う人たちが結構交流しているんですけれども、県内でも、そういう芽を広げていくとか。そういうことにやっぱり地道に取り組んだほうが、その交流人口というか、そういうものが私はふえていくような気がするんです。

やっぱり何かそうやって教育委員会あたりとも連携をとりながら、そういう面にまで力を入れたほうがいい。何とか事業を3年なら3年やって、また新たな事業に入っていく。果たしてそれが継続されていくかなという気がするものですから、やっぱり何かもうちょっと一歩踏み込んでいろいろ考えてみたらと思うんですが、どうですか。

**○酒匂観光経済交流局長** 本県と海外の交流促進、大変重要なテーマであると私どもも思っております。台湾では例えばきっかけづくりということで、こちら側のソフトボール協会が台湾のソフトボール協会と交流がしたいということでマッチングをしまして、その後、交流が続いている団体が例えば門川でありましたり、宮崎市でありましたり続いております。行政を取り巻くさまざまな機会を提供していくことが我々として非常に大事だなと思っておりますし、スポーツランドというのはそういった意味で一つのキーワードであろうと思っております。

特に来年ラグビーワールドカップ、再来年には東京オリ・パラと、大変スポーツに対する関心も高まりますし、本県ではイングランド等、あるいはドイツの合宿キャンプ等もございますので、県民の皆さんの関心も非常に高まってくんではないかと思っております。

我々県庁だけではできませんので、教育委員会あるいは市町村等ともいろんな形で連携を図りながら、この機会を捉えまして、県民の皆さんの国際理解等の促進に努めていきまして、最終的には国際交流が活発であるような取り組みを進めてまいりたいと考えております。

**○星原委員** やはり見る観光というのは、1回行くと何年も期間をあけないと来ないわけで、やっぱり体験型の観光に結びつけていくと、毎年でもあるいは1年置きでもお互いに交流ができる。

それで、都城の場合だとパークゴルフ場が高崎と山田にあるんで。あれがやっぱり来た人たちに半日ぐらい遊んでもらって、そういう交流で地元の人と大会でお互いにまじって一緒にやるとか何か考えられないかなと思っておりますし、宮崎も青島にもありますし、あるいはほかのところにもパークゴルフ場がある。運動靴ぐらいの簡単な軽装でできるわけですから、旅行しているような感じでね。そういうものをうまく取り入れていくと、地域の中における交流もできるんじゃないかな。だから、そういったことも旅行会社あたりに話をして、旅行会社あたりとうまくコースの中の1カ所に半日ぐらいそういうのを入れていくとか、何かやっぱりやれるんじゃないかなという気がするんですよ。

これからはやっぱりそういうことも、一つずつでもやってみて喜ばれるのか、どうなのか。そういったことも計画したらどうかなと思うんですが、どうですか。

**○酒匂観光経済交流局長** 今、星原委員のほうから大変我々として参考になる御提案をいただいたと思っております。我々さまざまな提案を旅行会社等にしておりますけれども、地域の方と交流いただくというのは大変魅力的な要素では

ないかと思えます。早速パークゴルフ等々の話につきましても、またそれぞれ台湾とか香港とかの旅行会社等にも提案なりをしてみたいと思えますし、また市町村等ともそういった着地型観光のあるいは体験型のメニュー等がないか、そういったさまざまな視点からも掘り起こし等に取り組んでいきたいと思えます。ありがとうございます。

○黒木委員長 それでは、これで終わりたいと思えますが、よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○黒木委員長 執行部の皆様、どうもありがとうございました。

午後の参考人招致は午後1時半からとなります。

暫時休憩いたします。

午前11時45分休憩

---

午後1時31分再開

○黒木委員長 それでは、委員会を再開いたします。

今日は当委員会にJTIC・SWISS、代表の山田桂一郎様にお越しいただきました。

初めに、山田様の御紹介をさせていただきます。スイスでの日本人向けのインフォメーション活動や現地発ツアーの手配やガイド、通訳等を行うJTIC・SWISSの代表であるとともに、政府認定の観光カリスマでございまして、世界各地における滞在プログラム・ツアーの実施、マーケティング経験を生かし、地域振興をテーマに全国各地で御講演されております。

今申し上げました観光カリスマに加え、これまで総務省地域力創造アドバイザーや内閣官房地域活性化伝道師、静岡、三重、長野、沖縄、青森、佐賀など各県の地域振興や観光振興に係

る委員やアドバイザーを数多く務められております。

また、本県においても、観光推進課が観光人材育成を目的に実施しております観光みやぎき創生塾の主任教授を務めていただいております。

今日は本当に御多忙の中、御出席をいただきまして、まことにありがとうございます。今日は前に書いてありますとおり、「選ばれ続ける地域とは～宮崎県の将来のために地域経営の視点で考え行動する～」と題しましてお話を伺うこととなっております。時間が限られておりますので、早速、よろしく願いいたします。

○山田代表 皆様方、まだお話しする前に拍手いただいております、まだ中身わかりませんのでね。せっかく観光という楽しいお話ですので、リラックスして聞いていただいて、余りメモもとっていただく必要ないかなと思えます。私の使った資料、実はパワーポイントの資料3,000枚以上あって、きょう皆さん向けに1,000枚ちょっと絞ってきたんですけれども、それでもちょっと全部お話しできないので、反応によって中身を変えていきますから。それでも最低百数十枚ぐらいには絞ったつもりなんですけれども。

きょうの観光のお話なんです、最終的には、宮崎県全体の経営のお話につながります。前半、相当事実といいますかファクトのお話が多くて、後半、マーケティングだと思ってください。特に県のあり方、県の地域経営ということですので、本当はいろんな方々に御参加いただきましたかったです。特に県職員の方、きょうは商工、観光の方が中心で、企画の方もお一人だけいらっしゃるんですが、なぜか財政が来ていないですね。実は一番財政に聞いてほしいんですけれども、今からでも間に合うのであれば、議員さんたちから来いと言ってもらったほうが、

特に後半ですね。

先ほど御紹介あったとおり、私、スイスに住みながら、毎月、多いときは1カ月に2往復半ぐらいのペースで日本に帰っています。しかも、交通費、運賃は誰も出してくれませんが自腹で帰っています。

今回も北海道から沖縄、八重山、石垣まで、大きな町ですと台東区みたいな東京23区のような大きな町もありますし、小さいところだと、これまで過去一番小さいお手伝いした地域が鳥取県智頭町板井原集落、人口3人というところもありました。

私の場合、公営ではありませんのでさまざまなチャンネルで、観光だけでなく農林水産業、あとは中心市街地活性化、いろんな立場で呼ばれます。どうしても、もともとがスイスの観光局の人間ですので、観光を軸にしたところと呼ばれることが多いんですけども、おかげさまで先ほど御紹介あったとおり地域活性のほう、もしくはクールジャパンのように日本のものを外に売るということも含めていろんなお手伝いをしています。

きょうもいろんな事業化の事例の御紹介をさせていただきたいんですが、余り事例の御紹介をしても、しょせんスイスだろうとか、それは何かほかの国、地域の話じゃないかと思われても仕方がないんですけども、このあたりはスイスに関しては、皆さんぜひ一度スイスにいらしてください。これが一番です。現地でお話をします。

ほかの地域の事例もあるんですけども、多分、皆様方もあちこちに視察に行かれると思うんですよね。視察に行っても結構なんですけども、何をその地域でやっているか、やっていないかというよりは、それをどうやってき

ているのかという話と、なぜやったのかが大事なので、きょうもその一番大事ななぜのところを中心にお話ししたいと思います。

私も相当いろんな地方議会、国会も含めてこういう形で勉強会をさせていただいてまして、相変わらず経産省、国交省、観光庁も含めて、あと総務省とかも勉強会も職員向けにやりますし、先週は長崎ですね。その前は鹿児島県の観光委員会のほうでお話ししてきたんですけども。

大体、議会の方々もさまざまで、観光と教育に関しては、あんまり勉強していなくても、視察に行くと質問できちゃうんで。ましてやさっき言ったように何が大事かみたいのところしか気がついていないと、あの町を見てきたらあんなことをやっていたんだけれども、うちの県ではやらないのかぐらいの質問しかしないんですよ。じゃなくて、さっき言ったように、なぜそれをやっていたのかという裏側の話と、なぜというところをきょう押さえていただきたいので、かなり、前半くどいです。

お話ししたとおり、ちょっと簡単に自己紹介、もう始まっているんですけども。ちなみに肩書がなぜ多いかというと、大体、日本人、肩書が多いと怪しいと言われるんですが、さっき言ったように、どの入り口から入っても、最終的には地域経営に結びつかないと、結局、観光だけでも地域おこしできないんですよ。もちろん農業だけでも無理だし、中心市街地だけでも無理じゃないですか。全体でやらないきゃいけないという話だからこうなりました。

なので、最近、地方創生時代になってからは、結構、金融機関とのお手伝いも多いんですけども、もともと金融機関という部分では、ここにコンパスというNPOがありまして、皆さん、

藻谷浩介って御存じですかね。彼は私の同級生、盟友でして、彼が理事長をやっているNPOなので、先生方との名刺交換をするときはこのコンパスなんですけど、彼がいた銀行ですよ、もともと政府系金融機関。最終的にはお金の話とか人材育成の話になってくるんですが、あと大学でも教えています。肩書が多い中でもっとたくさんあるんですが、一番怪しいのが、にっぽん炊き込みごはん協会というのがあって、ぜひ後でウェブ見てください。

別に手前みその話なんですけど、私を評価していただくのは、私のやってきた成果、結果で追認するような肩書もいいんですが、日経ビジネスで選ばれたときに、山田がやっていること、この次代を創る100人。このときは、観光関係は私と星野リゾートの社長だけでした。

ここに日本スイス化計画と書いてあるんですけども、私、この計画は一度も自分で名乗ったことはありません。ただ、私がやっていることを見ると、日本をスイスのようにしようと見えるんですが、これだけでもお話60分かかります。

最終的には何かというと、スイスは全く資源がないんですよ。海もないし、確かにアルプスの山々はきれいなんですけれども、観光で見に来るんですが、山から何も撮れないですよ。岩と氷と雪ですから、山菜もキノコもないんですよ。土地が痩せているから、逆に放牧農家しかいないんです。地下資源がないのは日本と一緒にです。でも、えらく稼ぎますよね。後でデータをお見せしますが、1人当たりのGDPは日本の倍ですから。しかも、私が住むツェルマット、きょうツェルマットのお話だけでも本当は60分以上なんですけど、人口5,700人の農業と観光地で稼いで自立しているんですよ。だっ

て、そもそもスイスは連邦国家ですから、交付金、補助金がないんで。

5,700人の村が自分たちの自前の予算を獲得してストックもして、もちろん、それ以上にお金が余るので州政府に上納するんですよ。ある意味、綾町が農業と観光で稼ぎまくって、お金がまだ余計にいっぱいできちゃったんで宮崎県庁にあげますよというお金なんですけれども。5,700人ですから、綾町よりも小さいですよ。

ちなみに2017年度、私が住むツェルマットは、州政府に日本円でばっかり40億円を上納したんですよ。スイスみたいに資源がないところでそんなんでできるんだったら、日本だともっとうまくやったら、もっと稼げるでしょうという話なんです。もちろん行政の制度、仕組みからすると、3割自治という言葉があるとおり、国に依存しないと成り立たんような形になっていますから、残念ながら、仕方がないところがあるんです。ただ、民間が稼ぐ分には全然いいじゃないですか。ましてや稼いだあげく、私がここを評価されたとき何を評価されたかということ、社人研、国の予測よりも人口をふやしているんですよ。もちろん税金を使ったりとか使わなかったりとか、いろんな経済活動ありますけれども、最終的には税収を上げるような形にしますし、それだけじゃなくて、国の予測よりは、人口といっても全体の高齢者をふやすんじゃないんで生産年齢人口をふやしていますから、そのデータもあります。

なぜそんなことができるのか。スイスもそうですよね。移民を受け入れなきゃいけないぐらい、今労働力不足ですけども、なぜそんなことができるのかという、ここが多分、観光で一番肝心なところなんです。

きょうはお手元に「やさしい経済学」、去年、私が日経新聞で連載していた記事をちょっと特別に印刷してありますので、これ後でお読みください。きょう、全てのお話ができないので、私の話を聞いていただいた後に読んでいただくと、ちょっと腑に落ちるかなと。あと下の図書館にもありましたが、「観光立国の正体」、藻谷と書いた本、もしよろしければお読みいただいて、この本で紹介した山田拓の美ら地球に今度視察に行かれると伺っています。ぜひ読んでから本当に行ってあげてください。できればあわせて読んでください。

ここの事例を読むと、空港なくたって、新幹線なくたって、高速道路がなくたって、外国人が一番遊びに来ますよ。しかも、一番評価が高いという事例なので、とても参考になると思います。

あと、本当はスマホ、タブレットを持っている方は、ニュースピックスというところに私が毎日、ニュースコメントをしていますので、これを無料ダウンロードしていただければいいんですけれども。

きょういただいたテーマ「観光振興による持続可能な地域づくり」というのを事務局からいただきました。そもそも地域づくりなので、最低限、経済的基盤は確立しないとだめですよ。私も環境問題のことをやるんですけれども、何にしても金かかるんで。ましてや雇用だの、人口増などといっても、その人たちが稼がずに、公的資金といいますか税金ばかり使っている意味がないんで。皆さん、御存じのとおり、住民1人ふえると、そこに行政サービスで最低でも45万から65万がかかるんで、いろんな予算を足すとですね。やっぱりそれなりに頑張ってくれなきゃ困るよねと。そこに外貨獲得という

観光ですよ。これ何でやらなきゃいけないかって、もう皆さん御存じのとおり、人口がどんどん減って行って地域内で使われる金が減っているんだから、その分外貨を獲得しろという話なんです。そのためにいろいろと知名度とか客をふやすとか、売上利益という話なんですけれども。でも、もう皆さん御存じのとおり、これ最終目的じゃないですよ。一般の方向けにこのお話をしたときに、最終目的って何だと思えますかと、時間があるときは聞くんですが、きょうは時間がないので。大体、まともな答えは上がってこないんですよ。だから、チコちゃんに叱ってもらうんです、最近、私のかわりに。

大事なのは、持続可能な地域づくりですから、最終目的としてはこれですよ。宮崎県ないし宮崎県内の市町村の自立と持続ですよ。そのために最低限やらなきゃいけないのが、きょうのお話の中心がこれです。域内経済循環です。一人でも多く観光客を呼べという方はたくさんいますし、確かに一人でも多く結果的には来てほしいんですが、誰も金使わなかったら意味ないでしょうという話なんです。使わずに日帰り観光なんて、高速道路が福岡あたりから下手に延びてきて人がやってきても、途中で飯食われて、途中のコンビニ弁当を買われてごみだけ置いていかれるとか、トイレは最低限使いますから、現地で、その処理コストは皆さんの負担なので意味ないよねって。そんな観光だったらやんなくてもいいでしょう。

せめて金落とせという話なんです。でも、皆さんどうですかね。落ちた金が外に出ていっても意味ないですよ。要は1次消費額だけ上げて意味がないんですよ。だから、旅館、ホテルさんなんかでもそうですし、飲食店でもそうです。どんなに売り上げが上がっても、食材

を全部市外、県外から買って、従業員もみんな市外、町外から雇っていたら経済効果はそこまでのなので。たとえ1泊2食1万円で売って、その原価が20%、30%なのかわかりませんがそれを100としたら、せめて半分は地元の卸から買えよ、問屋から買えよという話です。その問屋、卸がせめてもう半分でいいから地元で米や肉や魚を買ってくれば、100が50足す25で半々でも175になるわけですよ。100のままでもいいですか、175にしたらいいですか。これが回れば回るほど地域内の景気がよくなって税収が上がるわけですよ。違いますか。

1円でも多く使っていただいて、そのお金が外になるべく漏れないようにして、中で加速度的に回らないと域内の景気がよくなりませんし、税収がそもそも上がってこない。

スイスがうまいのはここです。落とさせて、なるべく外に出さないんですよ。ただし、日本もスイスもそうです。石油も天然ガスも買わなきゃいけないものがあって、宮崎県だって東京、名古屋、大阪から買わなきゃいけないものもあるんだけど、でもスイス以上に資源があるんだから、絶対にスイスの田舎の私が住むような観光地よりも回せるものがあるんだから、もうちょっと何とかなるんじゃないですかという話なんです。じゃあ、何のためにやるのって。もちろんそれは、皆さんの地域の住民、事業者の将来のためですから、一人でも多くやってくださいという話になるんです。これをやらないと人口増にもならないので。

結局、企業誘致、私も否定していませんけど、企業誘致やってもらっても結構なんですけれども、あんまり雇用者をふやさないですよ。しかも、生産性の高い雇用者にならないんです。観光もそうなんですけど、生産性を上げなきゃい

けないんですけれども。

私がアドバイザーをやっています富山県にYKKというすばらしい企業があって、1年ちょっと前に1,280億円使ってすばらしい工場をつくったんですが、ほとんどロボットと最近のはやりのAIが頑張るんで、200人ぐらいしか人を雇わないです。

私の生まれ故郷の三重県が、昔、亀山市にシャープという企業の液晶工場を引っ張ってきたんですけれども、県費何十億も使った割には、初年度の新雇用が40人ぐらいしかいなかったです。住民がふえないということは市税がふえないんで、市町村単位からいうと、税収が上がってこない。しかも、その人たちが金を稼ぐだけじゃなくて使わなきゃいけないのに、稼ぐほうも使うほうもいなくなっているんだから、それは余計外貨獲得が必要なんじゃないですか。

どんな政策、施策でも結構なんですけれども、まずは住民、やっぱり県民の幸せと宮崎県の社会的なもしくは精神的な豊かさにつながるかつながらないかということとは別問題にしないでほしいんですよ。どうしても県ぐらいになってくると、農業は農業、漁業は漁業、観光は観光となってしまうんで、最終的にはここを目指していますよというデザインとか計画になっていなきゃいけないのに、どうしてもこの辺がうまくつじつまが合わない。いつの間にか、それはただの農業。下手すると農業政策なのに農協政策に陥っているときもありますし。観光政策も同じですよ。誰のためなのかということを知りやすくしなきゃ。

あともう一つ、非常にここ大事なところなんです。新しいことをやっていただいても結構なんですけど、過去の事業総括をしてからです。私が行政とかかかると、必ず事業総括をやっても



らうんですけれども、できれば過去10年、最低でも5年、少なく見ても3年は見てもらわないと。

何でかという、さっきのように縦割りになっている、県庁内、これ国もそうなんです、同じようなことをやるんですよね。県と市も同じようなことをするので、ダブリが多くて無駄が多いんですよ。人口減少社会ということは、労力も少なくなって、県職員だって、市町村の役場の職員だってふやせられないんで、新しいことをやったって、予算つけたって、物理的にできないですよ。だったら、過去やって成果が出ていない、やっても意味がないということを含めて3つぐらいやめないと、今は新しいこと1個できないです。特に地方ほどそうです。住民とか事業主にやってもらおうと思っても、消防団だと地元の役職を幾つか背負っていて、これ以上できませんという話になるんで、どっかで整理つけてあげなきゃいけないですよ。

ちなみに、きょうもDMOの話をする時間が余りないんですけれども、私が担当しています宮城県の仙台を中心とした7市町村のDMOの事業総括、各市町村がやっている観光関連の施策事業と県庁がやっている施策事業を事業総括して比べて、もちろん無駄がないかとやったら、何と3年間で100以上も無駄がありました。ダブっているんですよ。だから、同じような地図とか、同じようなパンフレットが山のようにできていて、その紙代だけでも無駄じゃないですかということがあるんですよ。どっか1つがやりゃいいじゃないという話なんです。

あと日本の抱えている問題はたくさんあります。特にきょうはこの人口ということにフォーチャーしたいんですけれども、世界的にいうと気候変動。これは、最近、日本でも台風21号、

北海道地震、皆さんも熊本地震の影響がありましたけれども、非常に多くて、私なんか国際会議が多いので、どっちかという日本は人口減少、世界的にいうと人口が今激増してしまっていて、水と食料と燃料が足りないよという話なんです、でも、どうしても日本はこれですよ。

今のところビジョンじゃないんですが、何かやりましょうというときに、オリ・パラ以降のことが余り目指すものもなく、どうやったらいいんでしょうかと。

ただ、観光客は世界の流れを見ても激増していくので、インバウンドがきょうは成長産業なのは間違いないんですけれども、それを宮崎県はどうやって取り組みますかという話です。

ただ、そのときに、皆さんこれ御説明するまでもなく、SDGs。今、日本も政府がこれの未来選定都市とあって選んでいますけれども、やっぱりちゃんと目標指標を立てていただきたい。

観光でいうと、ヨーロッパなんかはEU中心に指標を持ってマネジメントしています。なぜかという、場所によっては人が来ないところもあるんですけれども、人が来過ぎて困っているところがたくさんありますよね。多分、宮崎県もシーズンと場所によっては、人がたくさん来過ぎて大変というイベントとかお祭りもあると思うんですけれども、そういうときの与えるマイナスのインパクトが大きいので、なので、国もことしになってから、これは私が取りまとめに加わった、持続可能な観光政策のあり方に関する調査研究、皆さん、これだけはメモしてください。国土交通政策研究146号、これだけ覚えてください。国土交通省が持っている唯一のシンクタンクです。そこがまとめた146番目の調査研究レポートで、これの画期的なのは、国交

省の調査研究レポートって、国目線、国交省の結構上から目線、業界目線で書いているのを、初めて地域住民目線で書いている。今、特に外国人がふえているところで困ったことがたくさん起きていますので、オーバーツーリズムで、それを一応レポートにしましたというので、146号だけ覚えておいていただければ結構です。これ御参考にしてください。

人口減少社会は皆さんに御説明するまでもなく、お話ししたとおり日本中で減っているのです。さあ大変だという話なんですけれども。ただ減っているといっても、皆さんどうですか。これ皆さんでいうと、日本の40万人以上都市。ですから宮崎市も入ります。2010年から2015年の40万人以上都市の生産年齢人口の転出入の率を見ると、何か東京特別区や福岡や大阪や川崎、川口、埼玉とか仙台、名古屋とか何か都会にとられていて、ほかのところは大きな町といっても、逆に言うと転出が多いんじゃないかという話になるんです。これだけ見ると、実は最下位が長崎市で、ワースト6に宮崎市があるんですよ。何かこれだけ見ると、やっぱり都市のほうがいいんじゃないかという話になるんですけれども。でも、皆さんこれで結構だまされます。だって、日本中、実は都道府県単位で見ても、青いのが64歳以下、65歳から74歳が黄色、オレンジ、赤っぽいところは75歳以上。どうですか、皆さん、都道府県単位で見ると、64歳以下がふえているところはないんです。日本中で減っていますから。しかも、都会ほど、昔、団塊の世代という人たちを集めたので、都会のほうが——東京、神奈川、愛知、大阪、兵庫——要は大きな都市がある県のほうが、今、高齢化が進んでいますから。宮崎も含めて地方は、今めっちゃくちゃお年寄りが多いんですけれども、65歳以上のピー

クはあと二、三年で来ます。どこの市町村もお葬式の数はずいぶんふえます。でも、その分社会保障費を払わなくて済むので、子育て支援とか違うことにお金を使えるようになるんですが、東京、大阪、名古屋、福岡、北海道は札幌、広島もそうです。大都市はこれからめっちゃくちゃ社会保障費が要るんですよ。

そういう部分では、観光をうまく使う。特に生産性の高い雇用で人を下げどめるということは可能なので、相当かなり真剣にやっていただいてもいいと思います。

東京には仕事があるからというんですが、それは多様な職種という部分では、若い人たちが喜ぶようなものがたくさんあるんですけれども、でも、若い人も含めて地方に人がいなくなったので吸い切れないんですよ。さっき言ったように、吸ったとしても足りないんですよ、東京ですら。千葉県も足りないです。

皆さん、つい最近までは京成電鉄、先月からはJR山手線内でもディズニーリゾートオリエンタルランドのキャスト募集のCMが始まっているって知っていますか。足りないんです。なぜかという、団塊の世代、昨年度退職した人が1,000万人、一方で学校を卒業して社会人になったのが590万人しかいないので、日本中労働力足りないわけですよ。ましてやオリエンタルランドさんって私からいわせれば、世界一の若者やりがい搾取企業なので、正社員にしない。だから労務問題も起きるし、人が足りないから、山手線の中でも宣伝広告を出したって人は集まらないんですよ。余り人を大事にしませんから。準社員となる前のアルバイト、パートですから。

見てのとおり完全失業率、2015年を見ると東京3.6で、皆さん宮崎県は2.9しかないんですよ。都市部のほうが全体的には失業率が高い。地方

のほうが実はいいんですよ。全くまして、実は地方が貧しいかどうかというと、皆さんどうですかね。宮崎県と東京だと、どっちのほうがいろんな保護を受けている方が多いと思いますか。特に生活保護を受けている方は、東京と宮崎どっちのほうが多いんですか。（発言する者あり）そうですね。全国平均が1.7%。これ皆さん、この間長崎で聞いたら、きょうは時間がないのであえて聞かなかったんですけども、日本中で生活保護を持っている人たちってどれぐらいいると思いますかといったら、議員の先生たち、20%、30%ってみんな手を挙げたんですよ。本来は1.7%です。東京23区だともっと高く2.4%。都市部のほうがなぜ高いか。稼ぐことと金使うことしかできないからです。

昔は、50年前は、65歳でほとんどの人が死んでいたもので、その当時の制度をいまだにやっていますから、要は年金も何もかも足りないですよ、社会保障費、医療介護も含めて。さらに足りなくなって、昔ほど周りも助けてくれないので、都会ほど周りが助けてくれないので、たとえストックがあったとしても、あつという間に貯蓄がすぐ底をつきて生活保護をもらうようになってしまうのは都会だけなんですよ。宮崎県、いいですよ。御近所と仲がいいと絶対飢えることないんで、それだけ豊かなんですけれども。そういう意味では、宮崎県も生活保護をもらっている人たちは1.4%ぐらいしかないんです。都会よりはるかに少ない。全国平均よりも少ないんです。

皆さんお疲れなのか、本当はクイズにして目を覚ましたいところだったんですけども。

これは国がよく出しているデータで皆さんも御存じだと思います。1人当たり年間消費額124万円で、皆様の御地元の足元を見ると、年間100

人単位、1,000人単位で人がいなくなっているところあるでしょう。そうすると、消費額が1,200万円どころか、平気で1億円単位、10億円単位で減っているような市町村が日本中にあるんです。その分、外国人の1回あたりの観光消費額だと最近、10万円じゃなくて7万円とか8万円とかとされています。宿泊だと26人、日帰りだと83人呼んでこないとだめだという話なんです。ただ、これ国の試算なので、利益率は出ていません。なぜインバウンドが大事か、インバウンドがたくさん金使うのはなぜかという、観光客の消費は極めて簡単な行動をします。遠くから来れば来るほど使う気満々です。

でも、皆さん、九州の方と観光の話をする、一番大きな町の福岡からどうしても目が離せなくて福岡から呼べ呼べというんです。でも、福岡から呼んでも、どうせ日帰り客しかふえないんで、消費額少ないんですよ。たくさん集めなきゃいけないんです。どっちのほうが経営コストがかからずに、どっちが効率がいいですか。なるべく遠くから呼ぶことですよ。だから、インバウンドってとってもいいんだ。本当はもうちょっと深く解説したいんですけども、覚えてください。

観光関連以外のところも総力で稼ぐということをやらないと、地域の経済はつくれる。じゃあどうすればいいんですか、どうすれば活性化するかって、簡単です。さっき言ったとおりキャッシュフローをどうやって加速させるか。これだけです。これは先ほどお話をしましたので、次に行きます。

大事なものは、キャッシュフローを加速させる、おつき合いを多くするということが、地域内のあらゆる産業事業者の取引がふえるということですから、廃業、倒産がないということなんで

すよ。しかも、地元の地域に根差した事業者が廃業、倒産しないということは、決裁権限がなくなるということ、社長がそこにいるということですから。これ下手に大きな町とつながると、そしてこの状況で地元の企業がどんどんつぶれていくと、決裁権限は都会にとられるんですよね。そうすると、決裁が東京、福岡でいいという話になると、営業マンすら宮崎に来なくなるという話になるので。そうするといろんな人たち、いろんな産業の事業者に残ってもらわなきゃいけない。ということは、物とお金の取引をふやさなきゃいけないということですから。だから、キャッシュフローが大事ですよね。

この話が北海道の人ほどよくわからない場合があって、なぜかという、農業、漁業だけで個人事業主で1,000万とか3,000万稼ぐ人がいて、観光なんかやっても意味がないよね、という人が多いからなんです。観光で幾ら稼げるんだ。でも、観光じゃないと外貨を使っただけで、金を回すことができないんですよ。

ちなみに破綻してしまった夕張市ってありますけれども、夕張メロン農家さんって、相変わらず昔から今も農業としては物すごい元気なんです。1,000人ぐらいの農家食えているんです。ただ、ほかのことなんかどうでもいいと言っているうちに、周りから物を買う商店がなくなり、診療所がなくなり、29校あった小学校が1校になって、9校あった中学校が1校しかなくなって、もう生活できなくなっているんですよ。社会の構築という部分では、まさにダイバーシティ、多様性が大事ですから、いろんな商売を残させるためにもやらなきゃいけない。

ましてや、これ私がかかわってきたちょっと古いデータなんですけど、就業者をどこで維持し

ているのか。伸ばすもしくは下げどめる。八重山、石垣、竹富、与那国島、由布院の盆地なり高山市、今度皆さんが行かれる飛騨市の隣です。ここがすごいのが、商業就業者が減らないか、ほぼ横ばい。なぜかという、地元のサービス業とおつき合っているからです。さらにそれが農林漁業につながると、下げどめたり、横ばいで済む。高山とか飛騨のように町並み景観で売ると、大工の数がふえるという話になる。こういうふうにしてお金が隅々回る。

特にこの3つに共通しているのは、空港が関係なくて、高速道路、自動車道も最近まで関係なくて、新幹線はまず関係ないというところなんです。こことここは自動車道がつい最近延伸してきたんですが、だからといって福岡に物を買に行かずに、由布院盆地内の米とか野菜とか食べ、牛肉はここだというし、それは飛騨も一緒ですよ。飛騨の場合は、米を使ったお酒まで出す。飛騨牛だけじゃないよという地元のものを使っていますから。

ちなみに八重山諸島がすごいのは、ここは米軍基地問題も関係ありません。つい最近、自衛隊問題が出てきましたけれども。東京から築地から魚を買うこともできない。空港が新しくなったといっても滑走路が短いので、旅行会社が団体ツアーもつukらない。観光客は島好きという人たちがいて滞在するんですが、数は多くないのに、長期滞在で延べ宿泊が長いんで。ということは、地元のものを飲んで食べて食ってとやると、観光サービスがいいのは、そういう人たちがふえればふえるほど待たないで人が必要なんで、そうすると食堂でも宿でも体験ガイドでも人をふやさなきゃいけないので、そうすると住むところが必要になって、そこにちゃんと住宅供給ができて、道路整備、上下水道整備、

電気だってとなると隅々までお金が回るので、ちょうどこの10年間は中国、韓国よりも経済成長率が高かったんです。米軍基地は関係ない、高速交通も関係ない。

でも、皆さんどうですか。八重山諸島でできることだったら、宮崎県はもっとできますよね。だって、絶対魚はこっちのほうがうまいですから。牛肉も石垣牛に負けていませんから。私、沖縄に行って毎回言うんですが、毎回行って一番がっかりするのは、魚好きなのに刺し盛り頼むと半分熱帯魚なんですよ。宮崎県だったら、熱帯魚が出てくるなんてことは絶対あり得ないですよ。もっとパフォーマンス、うまくできませんかという話です。

あと困るのは、これは済みません、日本全体の話になっちゃうんですけども、皆さん知っていましたか。日本人って労働者の質がめちゃくちゃ高いんですよ。これ下がっていくんですよ、赤い線。その割には賃金低いんですよ。賃金をふやそうとしていない。所得アップになっていない。皆さん知っていましたか、最低賃金からすると、韓国よりも日本って下なんですよ。これで国の政策がうまくいっているって私は信じられないんです。ユニット・レーバー・コストが、世界で唯一上がっていないのが日本です。日本のマスコミが一切取り上げない。ILOからも指摘されているんですよ。企業がすごくもうかっているのに、賃金を上げないということに対して。

生産性は落ちています。1人当たりのGDPはスイスが8万ドルなのに、日本は4万ドル切っています。私、この状況が許せないんですよ。あり得ないんで。資源がない国のほうがうまくいって。そんな大きな重工業もないですよ、スイスの場合、製薬とか精密機械があったとし

ても。

大事なものは、きょう、ここです。スーパーマーケットまで出します。観光で活性化させるのに5段階必要で、知名度、話題性、客数、売上所得、地域内経済循環、最後の地域内経済循環を目指してくださいということで、2段階目の話題性までで終わっているところが物すごく多いんですよ。特に知名度・話題性アップというのは、何かわけわからない政治家と有力者だけが喜ぶんですよ。トップセールスだといって大したもの売ってこないのにみたいな話も、地元のマスコミしか取り上げてねえじゃんみたいな話になる。客数がふえてもお話のように、テキ屋商売やコンビニだけがもうかっても仕方がないでしょう。

先々週の鹿児島県の観光会議に出ていて12人委員がいて、座長が、県が頑張ってるクルーズ船を誘致してくれてありがたい。数がめちゃくちゃふえた。港のそばにあるコンビニエンスストアから物が棚からなくなっています。そのものがなくなったって、その金は皆東京なんですよ。テキ屋商売と一緒にございませんかという話がわからないんですよ。地元スーパーみたいにちゃんと売り上げを上げて地元の納入業者や雇用、税金を納めるところに頑張りましょうと。これ出しておきますね。

皆さん、関ヶ原、岐阜県、2年に1回、ほっといても大河ドラマに出るのに、活性化したって聞いたことないですよ。去年、映画までありました。地元でちょっとしたイベントもやっていますけれども、活性化しません。津軽海峡冬景色、去年の紅白のトリの歌でした。みんな知っているけれど、東北新幹線の今別の駅、冬は誰も乗りおりしないんですよ。知っているだけじゃ行かない。皆さんだって、小中学校から

いろんな国や地域名知っていても、行かないところには行かない。

私、最近、アフリカの仕事がふえてブルキナファソに行くんですけども、皆さん、ブルキナファソと聞いたって行きたくないでしょう。何があるのかわからないですよ。よくアフリカの人が大きな水がめのつぼを頭に乘せて歩いている風景がある。あれブルキナファソですけども、あのつぼをつくりにいきませんかといったって誰も行かないんです。

困ったのはこれですよ。わけわからないイベントをやり過ぎです、お祭りとか。実証効果もとれていないのにやる。何のためですかと聞くんですけども、だめな町ほどB級グルメと単発イベントとゆるキャラをやりまくるんですよ。やるなとは言いません。ゆるキャラをやるんだったら、子供たちにちゃんとターゲットを絞ったほうがいいし、B級をやるんだったらA級からやって、A、B、C、D、E、Fと階層化したほうが多様なお客様の受け入れができるし、イベントはオフシーズンとか今やっていることの後押しをしてください。

あと、ここ、300万人来る小樽。でも、宿泊は近いから全部札幌市。小樽ガラス、原材料は全部海外。高野山は世界遺産なのに、まさにそうですよね。だって、宿坊しかないんだから。でも、宿坊に泊まるだけありがたいですよ。買っているものは皆大阪から。箱根なんかはかわいそうで、どんなに旅館頑張っても、ふえている市民は小田原市民なんです。麓に住んで仕事に上がっているだけ。熱海に関しては経営者すら東京に住んでいる。毎日、花火大会やっても、新幹線どころか在来線で東京に帰れるんで。今ちょっと頑張っていて地元事業者のニュースにはなっていますが、人口増まではいかない。

ここ2つ御紹介したいんですけども、猿払村はホタテでもうかっているんですが、皆さん、上勝町って御存じですか。葉っぱビジネス、あれコミュニティビジネスとしては大成功なんです。めちゃくちゃうまくいって、私、横石社長と大の仲良しなんですけれども。でも、次に行かないですよ。だって、上勝町って葉っぱビジネスは地産外商ですから、町の中のキャッシュフローは関係ないんです。そうじゃないですか。外で物を売っているから。

一番困るのは、1,000万も稼いでいるじいちゃん、ばあちゃんたちが地元で物を買わないことなんです。徳島市のショッピングセンターイオンに行っていますから。孫の服を買うときには、橋かかって近いから神戸に行っちゃう。葉っぱ御殿建てるときには、地元の木を使って家を建てましょうと、もくさんという会社があるのにそこを無視して、ハウジングセンターからツーバイフォーの洋風建築を建てるでしょう。そうすると里山景観が乱れるので観光客が嫌になって帰るわけですよ。

一番困るのが、後で皆さんインターネットで見ただけであればいいんですが、1,900人しかいなかった町が、この5年間で1,500人切りそうです。地域振興になっていませんよね。でも、雇用はふやしているんですけども、といっても、その雇用も大してふえていないし、大体、後継者がいないんですよ。ゼロじゃないんですけども。何でかという人間関係が悪いからです。引き金を引いたのはNTTドコモ。ドコモがタブレットを配ったばかりに、ファクスでやっていたらほかの人の数字を見なくて済んだのに、タブレットを持った瞬間にほかの人の数字が見えるから、いがみ合いが起こるんですよ。だから、農業というのは、農繁期、繁忙期

にお手伝いしないとうまく回らないのに、お手伝いし合わないから、私、毎年山と畑に専門家を連れていっていますけれども、荒れ放題ですから。人間関係の悪いところには、Uターンは絶対に帰ってこないんで、Iターンも来ないということになる。本当はこっちの話したいんですけども。

あと大事なところですよ、北海道ニセコ、倶知安。めちゃくちゃ経済も上がっています。ただし、これは全部オーストラリア人と中国資本で、オペレーター事業者もオーストラリア人で客もオーストラリア人なんです。日本人が余りかかわっていない。でも、経済は回します。なぜか。だって、OGがOGを呼んできたから、OGビーフを出せないんですよ。北海道の食材を出さないと、客が怒るから。だから、地元の経済は回すんですけども主導権は持っていません。要は決裁権限が外に逃げているんで。しかも、マスタープランの中に投資、外資に対する規制が全くないんでやられ放題なんです。だから、水源も含めてみんな買われていますよね。経済はいいんだけど、主導権を持っていないというところがつらい。

お話ししたとおり、目的は宮崎県民の幸せとか、この地域社会の豊かさ、人を減らさないということが目的なんですけれども、そのためには目標として経済循環が絶対必要で、そのためには所得をふやすというのは戦略で、売り上げを上げるというのはただの戦術なんで。ましてや客をふやすとか知名度アップというのは、手段か自己満足しかならないので。地域内経済循環を目指さない限りは、観光振興をやっても意味がありません。だから、たくさん欲しいとか観光消費額が上がったじゃなくて、それをどうやってして漏れないように回すかというところ

まで行き着かないことには、政策という部分では意味がないという話です。

そのためには何をするかというと、地産地消じゃなくて、地消地産です。地元で消費する、地元で買ってもらうものは地元産ですよと、使うのが、極力1%に。それで決裁権限を取り戻してくださいという話です。

長崎の財界の人たちが、先週行ったら、新幹線だけ来れば経済活性化するってばかみたいなことを言うので、県庁が駅前に引っ越しただけで県庁と駅前の間の店がほとんどつぶれているということにも目をつぶっていますし、何もしないままつながったら福岡にみんな吸われるというのは、鹿児島県を見ていればわかるでしょうって。だって、新幹線を一番欲しがった鹿児島市商工会議所の会員がいまだに激減中ですよ。遠いから市役所、営業所を置いてくれてあったのが、近くなったらみんな福岡に集約されて当たり前じゃないですか。観光客だって特に外国人インバウンドはJRパスを持っているんで、毎日ホテル変えたくないですよ。ずっとシティホテル、ビジネスホテルでも福岡にいて、桜島だって熊本城だって何だって、阿蘇山だって日帰りで行けちゃうんだから。だから、東日本の大震災の後、たった5カ月でその前の年と同じだけ宿泊事業者が倒産、廃業したんですが、どこが一番つぶれたかって、東北じゃなくて九州ですからね。引き金を引いたのは、震災ではなくて新幹線ですから。運ぶJRさんと旅行会社はもうかるんですけども、地元の事業者は誰ももうからない。日帰り客がふえるだけです。

もう一つ、地産地消にはもう一個意味があって、わざわざ宮崎県に来て食べたい、買いたい、体験したいというぐらいのものを地元でつくら

ないと意味がないという話です。日本中、世界中、お客様から同じだと思われたら、近いほうと安いほうでいいんで、わざわざ宮崎に来る必要がないので、それだけのものをつくってくださいという意味も含めて地消地産です。

実は地消地産どころか地産外商というのを御旗に掲げている変な県があって、それ高知県なんです。私からすると、何のためにやっているんですかという話なんです。

政策で、これイの一番、今の知事も議会も、地産外商だって言っているんです。でも、言っていることは全部が間違いじゃないです。今、高知県民がどんどん減っているんで、地域内の消費者が少なくなったら、販路拡大で外に売りたい。外の人に買ってもらって、ブランディングだってわかるんですけれども、でも地域の経済の立て直しをまず考えて、同じカツオでも一番おいしいカツオは高知県に来てくれ。一番おいしいピーマンは、こっちに来ないと食えないんだってやらなきゃいけないのに、命がけでつくって、命がけで魚を水揚げしてきて、しかも命がけで1円でも安く外に売ろうとするから、つい最近まで、沖縄県とほぼ県民所得は一緒でしたよね。だって、加工しようとも思わないし、加工したものを手間暇かけて食べに来てもらおう、買ってもらおうともしないんですから。だから、漁の効果なんてほとんどないじゃないですか。なので、公社までつくった。県内循環を考えていない。これじゃ、活性化しませんよ。

実際、高知県がよくあるかといったら、どうですか皆さん。最近の都道府県別幸福度ランキングは、昔と違って、健康・文化以外にも、2年前から経済的指標、特に世帯所得とか雇用の数値を入れ込んだら、とうとう高知県最下位なんです。ちなみに宮崎県は、残念ながら34

位。観光でもっと頑張らなきゃいけない奈良県が35位で、鹿児島36位です。私は宮崎県はここではおかしいなと思っているんですよ。1位でもおかしくないぐらいじゃないですか。雪国の住みにくいというところだけ差し引いたとしてもですよ。でも、今のところ、どんどん下位に寄ってきちゃっているんですよ。なぜかといったら、おいしい宮崎牛と一番おいしいマンゴーを外で買ってもらおうとするからですよ。一番いいものはこっちに来い。だって、ヨーロッパがうまいのはそうじゃないですか。スイス、フランス、ドイツ、イタリアとかのブランド品の服、靴、バック、時計にしても、世界中に支店を持っていて買ってと言っているんですが、限定品とか要は一番いいものは本店に来ないと買えないよね。一番付加価値が高いのは、輸送費すらかかっていない。客が要は勝手に来るわけですから。それをもっと宮崎県でやってくださいという話なんです。大事なのは、市場経済に振り回されないことです。

アメリカファーストみたいな話じゃなくて、私は宮崎ファーストがあってもいいと思うんですよ。だって、ここの経済をまずは立て直すことからスタートしなきゃいけないんですから。アメリカみたいに伸びているところを欲かいてもっと伸ばせという話じゃないんで。

スイスは何でうまくいっているかというのと、これですよ。物ないんですよ。乳製品、チーズとかヨーグルトとかちよっとなかなかとれないワインとか、生ハム、干し肉とか。でも、手間暇かけています。時計だって、宝飾品だって。でも、それは全部自国に来て買ってこれという話。100%は日本もスイスも宮崎県も無理なんです。1%でも多くブロック経済を組むということはできるはずなんです。そうしないと、



最終的に所得と人口下げどめができないんです。

GDPのお話は割愛します。皆さん御存じのとおり、日本がどれだけ稼いだか、付加価値額の足し算なんで。GRPはもちろんこれから宮崎県とか、都道府県単位でより皆さんには注意して見ていただかなくてはならない実はポイントなんですけれどもちなみに、世界のベスト50の1位は東京で、日本のベスト50の中には、残念ながら宮崎県内の市町村は入っていないんです。

皆さんどうですか、GRP、要は1次・2次・3次産業のそれぞれの製造業とか金融業とかサービス業とか卸・小売業とか農林水産業が、どれだけ毎年稼いだかの足し算じゃないですか。じゃあ、京都のこの3つの中でどこが一番うまく稼いでいますかという話です。京都市、日本三景天橋立の宮津市、南丹市美山、美山は写真だけ見ると白川郷・五箇山、世界遺産のようにも見えますけれども、京都でもえらい田舎なんですよ。京都駅からJRバスで3時間ぐらいかかるんです。でも、カヤぶき屋根で、結構、最近、外国人が来始めて、地元の米とか鹿肉を配っていて意外とうまく行ってエコツーリズムなんかやっているんです。

ちなみに京都市はすごいですよ。日本人どころか外国人が一番行きたい街。消費額が1兆円、入り込み客数が5,300万人、外国人も300万人泊まっています。

あえて聞くんですが、皆さん、この3つの中でどこが一番地域振興的にはうまくいっているでしょうかという話です。もちろん細かい数字を見ると、京都市がすごい伸びているものもあれば、京都市が落ちているものもあります。宮津もいい悪いもそれぞれあるんですが、トータルで見てどれが一番いいか。京都が1、宮津が

2、南丹市が3としたらどうですか。せいの一で手を挙げていただきたいんですが。眠気防止のためにちょっと運動してもらおうかなと思っているんですけども、せいの一で挙げていただけますか。山田が言っているから逆張りでこれという手もあると思うんですけども、行きます。せいの一、どうぞ、1、2、3。先生方、当てたりしませんからどうぞ、1、2、3。ありがとうございます。

全体からいうと、ちょっと数字が細かいんで下に大きく出します。一番最新データの10年間で、全産業総生産額をふやしたのは実は南丹市だけで、京都市は何とマイナス507億円って皆さん知っていましたか。京都市、サービス業では1,000億円以上稼いでいるんです。でも、差し引き500億円、半分マイナスなんです。不思議だと思いませんか。サービス業はふえているので雇用も生んでいるんですが。でも、後でデータを見せますけれども、雇用は生んでいるのに直近の5年間で京都市の生産年齢人口は5%減っています。なぜかという、京都に住まないで、大阪、奈良、滋賀から通われているんですよ。だから市税ふえていないんです。

ちなみにここが弱いんです。京都市の卸・小売、1,570億円もマイナス。農林水産業もマイナスです。京都市って、少なからず京野菜とかつくっているんですけども、地元が地元の農林水産業者を取り扱わないので、特に農業は。逆に言うと京都というブランドをもって外に売りにいって地産外商しちゃっているんです。京都の人って、物の仕入れはほとんど大阪ですね。ここも中身、卸と小売を分けると、小売はお金が落ちる入り口なんでまだいいんですけども、卸が全然だめです。

京都市民って、もともと過去、お公家さんが

多いんで、自分たちで経済つくらずに搾取しまくるといふそういう精神構造なのかもしれませんけれども、皆さんが京都に行ってにしんそばを食っても、にしんは北海道から北前船で昔運んできました。宇治茶の宇治は隣の町なんですよ。自分たちでやる気ないのという話です。製造業も頑張っているんですが、製造業もマイナスで、京セラ、日本電産、任天堂、ワコー、頑張っているでも限界が来ています。仕方ないですよ。機械が働くだけで人は減っていますから。生産額自体はそんなに落ちていないんですけども、経済自体は落ちていきますから、住む人が減っているんで。

ちなみに彼らが、お茶屋さんとか料亭は一見さんお断りって、俺たちが守ってやっているんだから観光客関係ねえよという顔をすればするほど観光客が入れなくなっているんで、余計お金落ちないですよ。全然だめにしています。

高級ホテルや高級マンションばかり建てているので、不動産だけやたら伸びていて、それも市民をふやすことには寄与できていないので意味がない。それだったら、細々とエコツーリズムをやりながら、地元の米と鹿肉でもいいからジビエで食ってくれと言っている南丹市のほうがよっぽどうまくいっているわけですよ。

だから、京都市がインバウンドも含めて観光でうまくいっているというのは表面的な話で、1枚めくったら全然だめで、観光振興の話からしたら京都市はだめな事例なんです。さっきの上勝町と一緒に。表面的なところではマスコミも褒め、いいよって皆さんが言いますが、中身は全然なんで。一番困るのは、さっきの国の調査にも京都市は出てくるんですが、観光公害で市民の感情は悪化中です。お話をしました。住民が幸せになれない、経済活性化す

ら起こせないんだったら、京都市の観光政策は間違っているということですよ。

ちなみに外国人がすごく来ているんですが、満足をしていないで帰るといふ客が5人に1人、20%もいるんですよ、京都市。御存じでしたか。もうちょっと真面目にやってくださいという話なんです。

さて、この表、横軸が2010年から2015年の生産年齢人口の増減、縦軸が65歳以上の増減で見てのとおり、済みません、ごちゃごちゃしています。東海道、東北、九州、上越北陸新幹線の駅とそれ以外の駅と頑張っている町、頑張り切れない町、落ちている町って分けたんですけども、さっき言ったとおり、熱海にはすごい勢いで生産年齢人口の部分がなくなっています。世界遺産の吉野もそうです。先ほど言った上勝町も人が減っていて全然活性化していません。箱根もそう、関ヶ原もそう、小樽もそう。だめチームです。

でも、私が今も八重山も含めて行っている竹富町とか、もしくは人口600人しかいないんですけども、子供が物すごくふえている桜枝岐村というところとか、これ尾瀬の福島側の入り口ですよ。ちなみに表の上に行けば行くほど、平均値よりも上だと、ほとんど社会保障で破綻するぐらいの勢いでお年寄りはこの5年でふえちゃった。実は福岡、仙台とか横浜とか東京も含めて多いですよ、名古屋とか。お話ししたとおり、昔、労働力を集めてきたところなんで。ちなみに宮崎市もその仲間に入っちゃったんです。高齢者、要は宮崎県内から集め過ぎたということですよ。

これを頑張るのは地消地産じゃないと民意動けないんで、どの町も。宮崎県のデータも持ってきました。実は宮崎県の直近の10年は、生産

額自体は増加して106%なんです。皆さん、拍手ですよ。すごいですよ。だって、日本全体ではこのGDPは300兆円にすると安倍内閣は言っているわけですから、それに県全体は寄与しているんです。ただ、農林水産業もふえているのに、卸・小売と宿泊、飲食につながっていないので、こっちは279億円マイナスで93%、140億円マイナスで88%で落ちているんですよ。ちなみに住民が減っているんで、金融と保険なんかさらに悪くなっています。これ、どう考えても、住民が減っているからです。全体的には、特に製造業とか物すごく頑張ってくれているので上げたんですけども、せっかくふえている農林水産業を外に力かけずに中に落とさない限りは、県の景気と税収は絶対上がってこないです。

皆さんにお見せしたいのはこれです、地域経済循環分析。県職員の方も含めてこれ見たことありますか。この調査の予算を出したのは環境省です。なぜかという、エネルギーの売買も入れているので。ただ、この地域経済循環分析というのは、どうですか。企画財政の方はこれ見えていますか。はっきり言って県職員でこれ見ていなかったらうそですからね。これ細かく説明するだけで90分ぐらいかかるんですけども、皆さんのところは全て環境省のデータからすると、収支を見ると全部で3兆4,700億円ぐらいの総生産額があって、そのうちの4,000億円ぐらいのそのうちの半分の2,120億円はエネルギーで払っているんですよ、外に。これ日本中が同じ傾向なんです。でも、この3兆4,000億円の中身の中でこれ見てのとおり、やっぱり売り上げの大きさからすると、公共事業とか建設業で食っているなというのはよくわかるんですよ。一番左側です。あとゴム、林業、農業も意外と得

意なんですけれども、この得意なところが生かされていない。所得もそうです。公共事業、建設業がやっぱり粗利は稼いでいる。これ時間があつたら全部御説明するんですが。

大事なのはここです。川上・川中・川下、1次・2次・3次産業で赤い線と黒い線が取引額の太さを示しているんですが、県内を見ると、農業と食料品にはつながっているんですけども、食料品から卸にも行っているんですが、卸から外へ出ちゃっています。中は回っていません。特に農林水産業がもっと地元の小売・卸対個人サービスが娯楽、宿、飲食店ですから、ここにもっと直接、対事業者サービスを含めてつながっていないとだめです。

ちなみに3兆4,700億のうちの取扱高が0.2%以下だと、ここに線であらわれてこないんです。皆さんの感覚からすると、宮崎の牛肉も鶏肉もマンゴーも1割、2割ぐらいは県内で流通しているというふうに思っていませんでしたか。ちなみに生産額の0.2%以下というのが事実です。足りないんですよ。

どんどん時間がなくなってきた、私も焦ってきましたけれども。例えばさっき言ったニセコ町でいうと、もちろん農業とか林業が売り上げが高く、対個人サービスもそれなりに頑張っていて何でそんなことが起きているかという、ニセコ町の地域経済循環分析を見てください。農業からちゃんと上に真っすぐたくさん矢印が伸びているんですよ。全然違いますよね。もちろん県と町村という大きさの違いはあったとしても、お金のキャッシュフローのでき方は同じことなので。

いいですか、皆さんのところは6次産業化だと言いながら、全総生産額のうち流通しているのは0.2%以下ですから、1割もないのが事実

ですから。ほかの地域で頑張っているところはある。さっきのように5段階の一番上にありますよ。これが例えば綾町だけで見ましようというのと、これも本当は細かく見たいんですけども。農業から食料品には辛うじてつながっているんですけども、まだ若干、卸対個人サービスが弱いんですが、でも、先ほどの県全体に比べればまだ線があるんですよ。町だけで見ると、まだ綾町は頑張っていますという感じです。

時間がない中で、せっかくですから宮崎市も行きましようか。宮崎市も農業とか頑張っているんですけども、対個人サービスも売り上げも高いし。でも、見てのとおりやっぱり取り扱いは食料品に行っているだけで、地元の卸・小売対個人、対事業者サービスには、線がないということは0.2%以下だということなんです。

何かのきっかけ、政策・施策・事業というきっかけで経済活性化させなきゃいけないわけですよ。ということは、きょう話したようにキャッシュフローを生まなきゃいけないんですよ。そのためにどうするんですかという話を、後半残り30分でやります。

ちなみに結構大事な皆さんの政策的にいうと、国も都道府県も市町村もそうですけれども、最近、目標指標をKPIと言うじゃないですか。これすごく大事なものは、中身の数字も大事なんですけども、そもそも順番も大事ですよ。マーケティング用語ではKPI——キーパフォーマンスインディケーター——よりも、これをつくるんだったらKSF——キーサクセスファクター——という優先順位をつけろというんですけれども、例えば国の観光政策でいえば、外国人旅行者数、外国人の消費額、外国人の延べ宿泊、外国人のリピーター数、日本人の旅行消費額って、皆さんこの順番でいいと思いますか。

KSF、これおかしいですよ。本来、こうですよ。だって、日本人の消費のほうが多いんだから。外国人の消費、宿泊リピーター数ならばわかります。

ちなみに私がヨーロッパ諸国、シンガポールとかいろんな国の政策のお手伝いをしていて、日本の政策目標指標の数字の何が一番つらいかって、因数分解できないんですよ。なぜかという、観光の場合は、一番上に観光客入り込み数とか持ってきちゃうんで。本来は、経済政策の場合は売り上げじゃないですか。だから、観光消費額ぐらい持ってこなきゃいけないですよ。売り上げというのは、単価掛ける数なんで、どうやって例えばリピーターをふやしながらか単価上げるのとか、もっといろんな飲食店をふやしましょう、数の話とかということになってくるんですけども、もしくは観光施設にもっと入れましようとか。でも、宮崎県も含めて、ほとんどが入り込み数が一番上位に来ていると、それ以上因数分解できないです。5カ年計画だと、何となく5%ぐらいふやせという変な指標になるので、そんなの達成してもしなくても経済活性化は起きないんですよ。しかも、国はなかなか経済活性化のところまでは市町村、都道府県単位では言えないんで、本当はもっと大事な数字あるんですけども。こっち大事ですよ。域内調達率を上げて経済波及効果を高める。就業者数とか賃金とかに反映するという数字が本来は必要です。

ちなみに、今、三重県を中心に県の総合計画、総合戦略も含めて、どんどんここに置きかえています。まず、ちゃんとKPIじゃなくてKGI、ゴールの数字をちゃんとして因数分解できるようにしよう。ちゃんと実証しようというふうの流れが来ています。これは国も一緒です。

ちなみにどこにも観光客入り込み数と言っていないんです。あんなのふえても減っても関係ないんです。たくさん来たって金使わんやったら意味ないし、そこでカウントしていても全く意味がないんです。せめてとるんだったら、そういう施設でちゃんと毎日カウントしてくれればいいんですけれども。だったらレクリエーション数としてとれるんですが。

ちなみに今まだ改定中なんですけれども、現在の三重県の観光推進基本計画、この観光推進基本計画でも何がすごかって、やっぱりちゃんと消費額を目標の最初に位置づけて、産業としてはっきりしていきましょうというのをうたっていることと、K P Iの順番も消費額が一番上なんですよね。同じ入り込みとるんだったら、いろんなポイントを何となくはかるんじゃなくて、ちゃんと施設に入った数で見ましょう、ちゃんとカウントできるところでカウントしろという話。

大事なのはここです。お客様の満足度とリピート移行率は100%。これ鹿児島県だと60%ぐらいの設定しているんですよ。行政ですから、達成できない数字を置きたくないというのはわかるんですが。ただ、民間事業者はお客様の満足度は100%欲しい。しかも、リピートしたいというのも同じく、帰ってきたいって100%に近づけないと意味がないんです。だったら襟を正して、行政の指標こそ達成できるかできないかは抜きにして、真っ当な数字を置かなきゃいけないでしょうという話なんです。要は事業者、住民、県民が見て、納得できる数字じゃないとおかしい、達成できないんだけど。ディズニーリゾートですら98%超えたことないんですが。でも100%を目指しましょうと、頑張らないと、ある意味、経営能力落ちますよという話なんです。

とりあえず現状認識をしっかり環境分析してください。さっきの事業総括だけじゃないんですね。今進行中のことも含めてわかりますかという話。

製造業でいうイノベーションは、技術革新なんですけれども、観光サービスの場合は、稼ぎ方、もうけ方を変えるというのがイノベーションなので。だって、過去どんなに県費投入していろんなイベントやキャンプを持ってきても、今以上の経済活性化になるんですか、という話なんです。

これは、皆さんが今度行かれる飛騨市の隣の高山市。インバウンドではすごく有名なんですけど、高山市に今まで使った総予算に見合うだけの経済活性化が起きていますかと、この間聞いたんです。私、J I A Mというところと自治大学校で教えているので、わざわざ部長に来てもらって、2代前の部長のときに私が今の政策のお話をしてやってもらっているんです。実は全く見合わないどころか、ちゃんと数字がとれていないので実証できないと言いました。今後の世の中で国民、県民はそんなにばかじゃないんで、ちゃんと出ただけのことをやっていますよというふうにするには、やり方を変えるしかないですよ。マーケティングです。

私、経済産業省とか総務省、観光庁とかでマーケティング講座を2カ月に1回必ずやっているんですが、特に企業から出向や研修に来ている結構頭のいい民間事業者でも、マーケティングは勘違いしている人たちが物すごく多いです。マーケティングって何て聞いて一番多い返答が、宣伝、広告、P R、次が調査研究。どっちもマーケティングの一部なんですけど、マーケティングが一番肝心なのはここですよ。企業、組織が行う活動のうちお客様が本当に欲しいという

商品、サービスをつくって、その情報を届け、ここが宣伝、広告、PRですよ。お客様がその商品を効果的に最終的には買えるようにする活動の全てがマーケティングなんです。

だから、プロダクトアウトじゃなくてマーケットインじゃなきゃだめだという話があるわけじゃないですか。どんなにいいものをつくっても、客が欲しいと言わない限りは買ってくれない。どうしても世の中、いいものだけつくれば、オンリーワン、ナンバーワンになったら買ってもらえるってわけわかんないこと言うんですけれども。世の中、オンリーワン、ナンバーワンで売れないものいっぱいありますからね。

これをやりましようとなったときに、企業だと、それはそのものが存在意義になってくるんですが。済みません、宮崎県の観光って誰がマーケティングしているんですか。もしくは県内の市町村はどこがマーケティングしているんでしょうか。何か日本中だめな市町村の観光協会ほど、なぜか役場の職員がみんな派遣されて、ただのイベント屋とか花火大会の金集め屋とかになっちゃっていて、マーケティングなんか全然やってない。

日本の観光協会、観光連盟だけが、世界中から見て全く別の動きをするんですよ。違ったことをやっているんです。本来はマーケティングやるんですよ。しかも面で売っていかなきゃいけない。これできますか、やれますか。

済みません、マーケティングの専門用語を出しましたけれど、これ全部忘れてください。どうでもいい話なんです。

ちなみに大事なことだけ話をすると、これ物すごく大事です。CLTV——カスタマーライフタイムバリュー——民間事業者はみんなこれ狙っていますから。1回来れば、1回買えば、

死ぬまでうちとつき合ってねというのが商売人の基本なんです。そのためにはお客様と関係構築しなきゃいけませんよねという話があるんです。この2個は大事です。

ちなみにここの中に地域振興活性化でもよく出てくるキーワードで、ここにSWOT分析、S、W、O、Tとあるんですよ。強み、弱み、機会、脅威って何って。皆さん、SWOT分析とかやったことないですか。よくコンサルとか専門家がやりますよね。これ有識者とか専門家を呼んでSWOT分析をすぐやらせるような人間は、絶対信用しないでください。これこの間、自治大学校で言ってめちゃくちゃうけたんですけども。何でって聞いたら、山田さんの講義の前の方がいきなりSWOT分析やらせました。各都道府県の強さ、弱み、SWOTをやれって言われて。

これ何が大きかって、前提なんですよ。だって、お客様が違ったらSWOT変わるんで。わかりますか。うちの自然がと言っている、自然が嫌いな人に自然が強みと言えない。ツエルマツト、めちゃくちゃスイスの僻地で車も乗り入れさせていない、チューリッヒ、ジュネーブから4時間かかるところ、これ日帰り観光客が前提だと弱みなんです。静かな環境でのんびりゆったりリゾート暮らししたい人にとっては有利、強みなんです。だから、相手によるんですけれども。ちょっと覚えておいてください。すぐにSWOTやらせるコンサルは信用ならない。

もちろん、きょう本当は高度経済学の話がたくさんしたいんですけども、ここもちょっと抜かして。ここですね、皆さん、一番ぼっとしてもらっちゃ困るところは。客がふえていようが減っていようが、どんなイベントでかき集め

ようが何しようが、誰が来ているかわからないんですよ。

皆さん、マーケティングの本をちょっとでも読んだことある方、ドラッカーでも何でもいいです。マネジメントの本で一番最初に何て書いてあります。顧客が誰かですよ。なのに、今どこの都道府県、市町村単位も、誰が来ているかがあんまりよくわからない。何となく野球ファンが来ているとか、ゴルフを見に来ているのはわかるんですけども、その人がどんな人でどこから来ているかまでは追究していないので、わからないに等しいですよ。

本当はこういうふうになんと自分たちの場所から見てお客様は誰かとか、競合、コンペティターがいるのかとあって、こういうことをやらなきゃいけないんですけども、この辺もちゃんと、特にお客様の価値と自分たちの売りたい商品の価値と合わせなきゃいけないよねって。済みません、この辺全部割愛します。また読んでください。

CLTVが一番大事だっていう話をしました。そのためには関係構築が大事だって話もしました。なぜかという、マーケティングが進化する中で、さっき言った顧客は誰かといった話になったときに、今もう昔のように、マスでも集団でもなく、集団でもなく個人ということになってくると、昔、皆さん、マーケティングってSTP——セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング——とってSTが難しいですよ。よく観光庁もこれからはインバウンドはアジア団体じゃなくて、欧米、オセアニアの個人客だとか、宮崎県内の市町村が観光なんかやっていたけれども、日本人の人たちにちょっとでも国内旅行に来てほしいといっても、全部成熟した社会の人なので、個人化と多様化になっ

ているのが前提ですからセグメントできないんですよ。逆に言うと、セグメントすると全部個人です。じゃあ、個人だからこそ、今、ITツール、データが必要なんですよ。例えばコンビニエンスストアはPontaカードとかnanacoとかいろいろあるじゃないですか。航空会社はマイレージシステムってやっています。百貨店も百貨カードってつくっています。囲い込んでいるわけですよ。顧客データベースの中でお客様の行動履歴とか消費履歴を読んでやっています。特にコンビニエンスストアのPOSデータでその店の品ぞろえが変わるわけじゃないですか。売れ筋をどんどん仕入れとかなきゃいけないんで。要は仕入れロスしちゃいけないわけですから。

これ観光でできますかね。顧客を維持するため。顧客データベースって何かというと、売り先確保しているということですよ。これ観光でできますかという話です。ちょっとここも割愛します。

ちなみにビッグデータ、経済産業省のRESEARCHとかGPS調査の結果とか、SNSのデータとか、私自身も使うんですが、これだけやっていると見誤って間違った手をとってしまいます。なぜかという、しよせん、漁船に積んでいる魚群探知機ですから、過去から現在のトレンドしかわからないので。今大事なのはお客様とつながることなので。確かに調査かけると、ばさっと網かけると確かにわかるんですよ。でも、とって終わっちゃうんですよ。

これをマーケティング、顧客データベース化をやるときに、今、市町村単位でいうとこういうのがあるんですね、気仙沼市。これ私が復興支援でこの3年ぐらいおつき合いしているんですが、顧客データベースを町のファンクラブに

置きかえたわけです。すごいのは、観光客だけじゃなくて、市民も復興支援者も東京にいる地元出身者もみんながこのファンクラブに入ってください。クルーシップですから乗組員証です。コンセプト、いいですよ。海と生きる気仙沼だから、気仙沼丸にみんなが乗り込めって、これがポイントカードになっています。ちなみにコストはめちゃくちゃ安いです。なぜかというと、ただのプラスチックカードの裏に磁気ストライプとQRコードしか入れていません。ICチップすら入っていません。クレジットカード機能もないです。

ただ、これ今1万5,000人超えてきたんですけども、去年までが51、ことし75ぐらいの市内の事業者、ホテル、商店とか旅館、道の駅とかで、お客様が使うとDMOの組織に全部データが来て、コンビニエンスストアと同じです。町全体が行動履歴と消費履歴がわかるということです。

ちなみにこのお店でさっきのファンクラブになった人のデータは、この店の人は全部見れます。要は連絡先から何から全部わかるので、自分のお店の経営努力として、今週末はこんなイベントをやりましょとか、この週末は観光客の方にはこんな特典をつけますよといったことができます。でも、ほかの人がとったデータは見れないです。全体のデータを見れるのはここだけです。ただし、ここは、属性は見れますけれども個人名の特定はできないんです。うまく分けてあるんですよ。

ちなみに、これ、今1万5,000人超えたと言っていましたけれども、たくさんとればとるほどいいですが、全部とる必要はないです。セブンイレブンとかローソンとかファミリーマートでも皆さんよくカード出してくださいますよというじゃ

ないですか。あの出している人って、大体全体の2割ぐらいなんです。百貨店でも3割ぐらいです。カード持っていない人が多いんですけども。でも、2割とただけで、あれだけ品ぞろえがロスなくできるというのがすごいという話なんです。

ちなみにカードの話をする、すぐにスマホのアプリの話になるんですけども、アプリはまだちょっと早いです。なぜかというと、日本の場合は特に65歳以上がほとんどまだガラケーになっていて、ガラケーはアプリ入れられるんですが、入れようとしませんし、あとインバウンドでも困るのは、外国人はほかの国のアプリを入れないという。しかも観光情報はウェブでとれるので、アプリを入れる必要ないですよ。重くなっちゃうので。あとアプリのランニングコスト、要は皆さんすぐバージョンアップするでしょう。あのバージョンアップに何百万というお金がかかるんですよ。こういうシステムに乗せてしまうと、その維持管理にお金だけが続かないんですよ。なので、今、私は最先端の企業から、ICTとかIoTからバージョンダウンの相談をすごく受けています。あと5年すれば変わりますけれども。

ここがすごいのは、独立してやっていますから、例えば楽天とかTポイントとかに丸投げしないんですよ。皆さんが視察に行かれる飛騨市は、残念ながら、ファンクラブをつくったのに楽天に全部丸投げしたので、情報をとられ放題で、たまにお金ちょっとくれるんですけども微々たるもので、何かやるたびにえらいコストかかっちゃうんです。これ自分たちでやっていますから、何が一番いいって、皆さん、ポイントって2年たつと失効しますよね。あのお金がどこに行くか知っていますか。年間6,000億円



から8,000億円と言われているんです。しかも、毎年48%から49%消えているんですけれども。あれは発行元に戻るんです。気仙沼市の場合、どこに戻るかというと、気仙沼に金額が全部戻ってくるんです。ただし、全部利益にしないで、一部復興支援に使わせてくださいとお願いをしているので、ファンクラブの人は使っても経済活性化に寄与できる。ポイントは地域通貨と一緒にですから。しかも、なくしても町のために役に立つとって喜んで失効してくれるんです。ちなみにこのまま売上げが上がっていくと、気仙沼は人件費、補助金なしで賄えるぐらいになります。独立していますから、どことも組まないアマゾンと、組むことができないオークション以外のほとんどのECサイトと提携しているので。何がいかって、皆さんがもし気仙沼に行くときは、ここから買う航空券、JAL、ANAとか、仙台空港からのニッポンレンタカーとかオリックス、日産、トヨタレンタカーとか、もしくはじゃらんとか楽天でホテルとりましたとか、ふだんの買い物をディノスとか楽天でしましたというポイントがダブルでつくんです。使えるのは気仙沼だけです。

あといいのは、市民カードになっていますから、この4月からはこのカードがそのまま図書館カードになって、美術館カードになって、今度それが市営駐車場カードになって、病院では健診を受けると健診ポイントまでプレゼントされて、要はそれで健康の見える化をしたいんですよ、社会保障費を抑えたいんで。体育館とか市民プールを使うときにもポイントを差上げますというふうになっていますから、市民も使っています。でも、そのおかげで今、こうやってたくさんの事業者がふえて、一件も脱落しないで会員がふえ、売上げももちろん上がって

います。これは事実です。こういうふうに住んでいるところで男女別、あとは年齢別とって全部属性が、利用金額も含めてわかっているんです。

ここの場合、見てください。宿泊データ、平成27年、28年、29年で赤いところが多いです。これ復興関連なんですよ。皆さん御存じのように、2年前に5年間の事業が全部切れて、今工事関係者がどんどん引き上げていますから、一番泊まってくれていた人たちががんがんで減っているので、マクロでいうとすごい勢いで消費減っているんです。飲食店も飲み屋も含めて。だからこそリテンションきかせてつながっておかないと、今のこの人たちが帰っていてもいいけれども、たまには家族連れて遊びに来てもらおうとか、東京にいてもECサイトで気仙沼のものを買ってもらうななきゃいけないので、売り先確保としてつながるとかなきゃいけないよねという話になっているわけですよ。

ちなみに総生産額も宮城県は7年間しかとっていないんですが、気仙沼も見ているとすごい勢いで落ちて、1次と2次は結構復活は早かったです。特に農林水産業でも水産業の町ですけども、冷凍・冷蔵庫と加工場が戻れば、水揚げ漁港なので、あっという間に数字戻りますけれども、3次産業が全然復活してこない。要はどこが一番雇用を確保しているとか押さえているかなので、これを復活させなきゃいけないよね、という話になったわけですよ。

これ見てください、おもしろいんですけれども。赤いところが4月から翌年の3月の春までのお客様の入り込み数なんですけれども、青いところが売上げなんです。皆さんどうですか。最初スタートした4月、5月、6月がなかなか数字が比例しないんですけれども、普通、

お客様がふえるとやっぱり売り上げはふえますよね。でも、12月、お客様が少ないのに売り上げ高いんですよ。これ調べたからわかったんです。何かというと、お歳暮事業です。市民も観光客も来ると、お歳暮の発注していくんですよ。なので、ことしは春からお中元の手を打つわけですよ。町全体の売り上げが上がるという話です。だから、打ち手がわかるんですよ。しかも、行動履歴と消費履歴ですから、関係なさそうなところも関係があるということに気がつくんですよ。

例えば俳優の渡辺謙さんがつくったコーヒーショップとか、アンカーコーヒーとかっているんなコーヒーショップがあるんですけども、今までうちはこんな客しか来ないよと言っていたら、意外と週末を中心に仙台ぐらいから女の子がカフェめぐりでスイーツを楽しんでいる。今度はカフェだけでキャンペーン打てるというのがあります。

あともっとおもしろかったのは、先週、さんま祭りを目黒でやっていたんですが、今までそういうキャンペーンとかお祭りとか外に出て行って、チラシまくでも実証効果が全くとれなかったんですけども、今はファンクラブを一人でも多く獲得してもらっているように働きかけてもらっていますから。そうすると、そういう人たちが本当に来たか買ったかってわかりますよね。ちなみにウェブ申し込みもできるので、来ない人たちが最初の1年間20%以上いたんですよ。でも、つながっているんで、ここを掘り起こしできますよね。今まではつながっていないので、来ているか来ていないかも含めて全く関係なかった人たち、イベントとか何か来た人たちに対して。

この夏はすごかったのは、市長の手書きの招

待状をつけて、まだ来ていない人たちにパンフレットでDMを打ったんです。掘り起こしができたということです。今まで打てなかった手が直接打てるということと、正確に数字がとれ始めたので、町全体の年間売上目標を立てることができるようになった。去年よりもどれぐらいお互いの取引、連携をふやしながら売り上げを立てていくと、町全体の経済の活性化と税収アップ、雇用アップになるかというところが見えるようになったわけですよ。

ちなみにお祭りもそうです。産業まつりって、地元民しか来ていないからなと言っていたら、調べたら約4割、結構、仙台あたりから来ている人たちがいる。もっと仙台に向けて、イベントの中身をもっと変えて周知徹底したら、もっと売上金額が上げられるよねということがわかりました。

あとすごいのが、これやればやるだけ、お客様のほうが文句言っているときもあります。今一番多い文句は、もっとカードを使えるところをふやせという。そうですよね。

あと、年に8回、高校生がヒアリング調査もやっているんですよ。気仙沼って高校生はアルバイト禁止なんですけど、学校長がヒアリング調査、アンケート調査だけはやってもいいよと言っているんで、すごい真面目に高校生はやってくれるんです。幾つか条件つけていますけれども。特にお客様が楽しんでいるときは邪魔するなど、並んでいるときとか時間があるときにしか声をかけるなど言ったりとか、そういう細かいことも言うんですけども。それで調べると、やっぱり顧客データベース以外のこともわかってきます。これ大事ですよ。顧客データベース持っていてヒアリング調査のギャップが出たところというのは、新規顧客開拓したいところなんです。

しかも、そこにビッグデータも見ていますから、国のデータとか。そうすると顧客データベース、アンケート・ヒアリング調査、ビッグデータを見ているので、要はマーケティングの数字が物すごく正確に出るんです。もう近似値とは言えないぐらい正確に出ています。これを気仙沼ではうまくやっていますという話です。

ただ、皆さん、とってもいい話があって、皆さんのところにもあるんですよ。はっきり言います。全都道府県で県単位でファンクラブを持っているのは宮崎県だけなんです。しかも、ポイントカードに既になっているんです。ちなみに議員の皆さん、お持ちでしょうか。県職員の皆さん、お持ちでしょうか。持っていなかったら、これ非県民といいますか、これも宮崎県の最終兵器ですよ、はっきり言って。これやるかやらないかで、この後、全然変わってきます。いいですか。ハード整備はどれだけ豪華に大きくできますが、データの収集、蓄積、活用は、先行逃げ切りなんです。だから、グーグルもツイッターもフェイスブックもデータを集めるんです。インスタグラムというほかの敵が出てくると、データとられたくないから、フェイスブック買い取っちゃうんですよ。これをうまくやったら、私だったらそうですね、隣の鹿児島県にも営業に行きますけれどね。西郷どんカードつくってやるよとか、霧島カードつくってやるよとかとって、データを全部宮崎県で拾いますけれどね。そのときは熊本だ、大分だってちょっとずつ広げればいいんですよ。

アメリカでも一番、知の集積、情報の集積はシリコンバレーで、ニューヨークでもロサンゼルスでもないんです。シリコンバレーが人がふえて一番活性化するわけですよ。

宮崎県がそういう意味では、知と情報の集積

になることはこれから可能です。ほかがやっていないので。ただし、戦略的にやらないと。でも、済みません、これを第三者から見ていると、観光推進課の人はすごい一生懸命やっているのに、ほかの課の人たちが全くこれに反応していない。特に財政課が。これやらなかったら、県は死にますよという話なんですよ、経済的に。こんないい手だてを持っているのに、これに予算つけないとか、これに力をかけないという親分と議会だったら、私はどうかなって、こらと思います。これ真剣な話ですよ。だって、あるんだから、あるものを使えという話なんです。ましてや県職員が入ってないといったら信じられませんね。私、総務省でマイナンバーカードのお手伝いもしているんですが、総務省のマイナンバーカードの担当者、カード持っていないんですよ。これも非国民ですけれどもね。

いいですか。今、県北からどんどん来ています。県単位でやりますから当たり前ですけども、やっぱり公的施設が多いですよ。要は歴史資料館とか美術館系とか道の駅。でも、そのほうがいいと思います。先に公的施設、有料施設でデータをとった後に、民間の事業者にこんなにデータが集まって、こんなお客さんが動きしていてこんな消費傾向があるけれども、これ活用しないのかと言わないと。

済みません、こうはいつでも、本当に申しわけない言い方なんです。宮崎県の事業者の方、意外と依存体質で口あけて待っている方が多くて、しかもその口に補助金合わせろというし、その補助金を自分たちで使えばいいのに、大体イベント屋とか広告代理店に丸投げして自分たちで使わないんで。だったら、二、三年でもいいから、公的施設でちゃんとデータをそろえてから一緒にやれと言わないと、うまくいかない

です。お願いですから、もうちょっと県民と県の経済のことを考えた施策を打たないと、さっき言った、お金出しても誰が喜んでいるかわかんない宣伝広告費に使われても嫌なんで。

私、羽田空港で全日空を使うたびに、赤い肉でできた富士山を見るたびに気持ちがすごくすきむんですよね。あれこそ電通にだまされたい証拠ですよ。あれ誰が喜んでいるんですかね。生産者が一番怒っていますよね。自分たちが丹精込めて育て上げた牛の肉が5年連続1位になっているのに、何で世界一の富士山の形に化けているんだよって。あれ誰も気がつかないんです。見た人は見た人でばかにするだけなんで、本当にああいうことはやめてほしいんですけれども。

ほかの町もやっています。由布院もやっとファンクラブを立ち上げたんですが、由布院は昔、イオンカードに徹底的にやられたんですよ。なのであえて自分たちでやるという話になっています。栃木県とか三重県みたいに、ただのパスポートのスタンプラリーは客は喜ぶんですけれども、そのデータはデジタルじゃなくてアナログで、どんなに集めても、三重県なんて52万人も集めているのに何一つ使えないんですよ。そもそも日本は個人情報保護法が厳しくて、特定多数で囲い込んで双方向やりとりができるのはファンクラブが一番ですから。ほかにもやっています。

きょう話したかったのはこれです。どこからスタートしても結構です。リピーター、客単価をふやすのも、会員制度からやるのも、販売促進を効率アップするのも、顧客動向分析、ロイヤリティ、どこからスタートしてもそうなんです。最終的には囲い込んでお客様の満足度を上げながらこれを回すしかない。

済みません、どんどん時間が来ていますけれども、人材育成です。私が富山県の人材育成にたずさわって8年、9年目になります。これはすごくよくて、皆さん、テレビ・マスコミでは、情報番組などで新幹線効果は石川県の金沢にあるって言っていますけれども、皆さん御存じでしたか。今、実体経済の上昇率は富山県のほうが上です。テレビ、電波に出ているのは石川の金沢ですけれども。だって、9年も前から人材育成やってる。単年度の補助事業で新しいイベントだ、グルメじゃなくて、それをつくり続ける人たちをまず育てないとだめだ。でも、これを結構、ロールモデルにして宮崎県もやっているわけですよ。

ただ、富山県と違うのは、富山県は農業とかの1次産業の人材育成や、起業カレッジとかいろんなコースを縦割りで人材育成やっている中で、3年前からマネジメントのところだけを一緒に講座にして、実は私が担当しています。頭の中が共通化、共通言語ができて、集まることによってすぐに連携しようという話もどんどん出てきて、卒業生はどんどんメンターになっていくので活性化していくんですよ。なので、私は、観光みやざき創生塾もあしたから2泊3日で日向市でやりますけれども、もっともってこれが横にも展開していけないかな。横展開というのは市町村だけじゃなくて、いろんな産業を展開していかないとやっぱりだめかなと思っています。

せっかくこれだけ脚光を浴びている。ただ、皆さんにちょっと一言言いたいのは、これ新しいアイデアを出してくれというのもあるんですが、アイデアコンテストではなくて、今抱えている問題を解決する、課題にチャレンジすることが大前提なので、すごい斬新なことを

求めているわけじゃないんですよ。まず、足元を見てやりましょうという講座なので、そこだけはちょっと御理解いただきたいです。

ただ、つらいなと思ったのは、どんなに現場とか担当者を鍛えても、上司が理解しないとこれは進まないんですよ。県内のある銀行の地方創生部の女性がすごくいいアイデアを出してきたんですけども、上司がなかなか理解してくれないのでやれないという愚痴をこぼしていました。これ行政でもそうですよね。さっきの仙台・松島のDMOでもせっかくいいアイデアをつくっても、市町村単位でつくっても、県職員が理解できない。担当者は理解しても、課長補佐、課長、部長、局長が理解できないとその都度とまって、中身が変わっちゃいますから。宮城県の場合、A案がB、C、D、E、Fまで変わっちゃったので、半年もかけて、最終的には知事に全部持っていってもらって、知事判断してくださいといったらA案を選んじゃったんで、この半年の時間と労力はどこに行ったんだ。責任とるのかという話ですよ。特に上に行けば行くほど退職間際の方が多くて、退職間際になったら余計なことを持ってくるなって思いっきりブレーキを踏む方が多いんで、中には俺が責任とってやるからやれよという人たちも多いんですけども、どっちかというと圧倒的にブレーキを踏む方が多いんで。そういう方に限って、退職のときの御挨拶で、私は役所に入って務め上げて何十年たちました。何もなく大過なくという挨拶をしてくれるんで、余計むかつきますよね。ちゃんとやれよという話だよ。

済みません、ちょっと言い方が悪くて、本当はもうちょっと仕組みとか体制の話をしたかったんですけど時間が来ましたので、もし余裕がありましたら質疑も含めてお受けしたいと思いま

す。

ということで皆様、御清聴いただきましてありがとうございました。

○黒木委員 ありがとうございます。時間も限られておりますが、委員の皆様から何かお聞きしたいことがあれば、お願いいたします。

○二見委員 きょうはありがとうございました。ファンクラブカードの作り方とか、恐らくきょう来ている議員は、そういうのをつくるのは自分のことで得意なんだと思います。自分の地域の顧客をしっかりと把握して、あとグループ、その分野のやり方とかですね。それを今度の政治の現場のほうでどう地域経済をつなげていくかというところが大きな課題で、ある意味では専門分野になるのかなと思うので、これからいろいろとまた研究していきたいと思います。

一つだけお聞きしたいのは、要するに地消部分ですね。食料分野とかから次の食品とかいろんなところの分野へのコネクトをつくっていくというところなんですけれども、どう見ても今の宮崎の経済の中で外商のほうをずっと今、力を入れてやっているわけなんですけど、この地消の部分と外商、両立できるうまいやり方とか何かあれば教えていただきたいなと思います。

○山田代表 ありがとうございます。最終的には両輪なんです。バランスとるんですけども、どっちからスタートさせるかというのと、中からスタートしないと外がついてきません。なぜかというのと、地域で愛されている、地域で支持されている、地域でおいしいと言われているものじゃないと外で売れないからなんです。しかも、食べにも買いにも来ないです。

わかりやすい例が、香川県の讃岐うどんですよ。みんなが食いまくってうまいと言っているから食べに来るという話と一緒に、まずは地

域が支持して地域の経済を考えていくと、おのずと外で売れます。そのときにブランディングとしては、そうはいつでも一番いいものは、お話をしたとおりに、こっちに来ないと買えないよねとか、体験できないよねとかいう話にできるかどうかです。だって、どんなに外で売っても、外の企業がこっちのものを買って外に持っていかれても、宮崎の経済にはほとんど関係がないんで。それよりも宮崎県の企業がこっちでつくったものを買ってください、食べてください、余裕があったら外に持ち出すでないと、最終的には両輪が回らないです。これはヨーロッパのブランド品を見ていると全てそうです。だから、まずは中から。ですから、高知県のように外からやると最下位に落ちるので、まずは中を意識していただきたい。

先ほどの会員証も、私、ひなたカードを進化してもいいかなと思っています。特に県外客はたくさん来れば来るほど、航空会社のマイレージみたいにランクを上げてあげるとか、カードの色を変えてあげるとか。ましてや例えば4回来たら次が5回目、9回来たら今度10回目ってわかるじゃないですか。だったら、今度はこんな特典を用意しています。あなたは10回来たから、ロイヤルゲストに認定しますといたら、その人の10回目の旅は宮崎以外にはないので。

今度は市町村もそうですよね。例えば宮崎市カードとか日向市カードとか日南市カードとかというのをつくってもいいかもしれません。ただし、宮崎県の共通ロゴがどこか1カ所に入っていればいい。もっと頑張る事業者がいたら、自分のホテルカードとか自分の旅館カード、要はデザインだけ変えてあげるとは幾らでもできるので。ただ、共通ロゴは入れてくださいという話です。データベースだけ1カ所に集まっ

ておけばオーケーだと思います。

申込書は手元がないのでしたっけ。今、ひなたカードの申込書があるそうですので、皆さん、これを受け取っていただいて、まだの方は御参加いただければと思います。

○井本委員 本当にきょうはありがとうございました。勉強になりました。

今、トランプ氏がとにかく囲い込みちゅうか、自分ところだけというのをやっておるもんでから、あれなんかを見ると、自由貿易主義というのは、いわゆるリカードが言った比較優位論、ああいうふうに分野の専門分野に徹したほうが貿易額は実際はいいんだと、そして不得意なところは手放せと、こういうことですよ。

それと全くこれとは関係ないのかなとも思ったりするんだけど、自分たちの得意分野である、宮崎であれば林業なんかでも林業の素材生産だけは一生懸命やっておるんだけど、実際理屈からいえば、本当は素材を加工してもっとやったほうが、もっと付加価値は高まるんじゃないのかという、言われるところとあるんですけども。その辺のことは私もいまいよく自分自身が整理がついていないもんですからね。

○山田代表 ありがとうございます。一応、大学で経済と経営とマーケティングを教えているほうとしては、あと90分掛ける14回いただくと、この辺詳しくお話ができるんですが。そうはいつでも、これまで経済にしても何にしても、アメリカのまねしていいことなかったでしょうという話なんです。どっちかというとヨーロッパの国のほうがしたたかにやっていますよねという話なんです。

特に対日貿易からしても、燃料とかを日本が買わされている中東とかインドネシア、オース

トラリアはずっと赤字なんです、日本がある意味、金を払わされ続けているのは、そういう燃料産油国だけじゃなくて、実はヨーロッパでいうとフランス、イタリア、スイスなんですよ。ここはずっと貿易赤字なんです。買わされているものって、1次・2次・3次産業全部ですよ。だって、ワインからチーズ、オリーブオイル、パスタ、生ハム、2次製品はブランド品の服、靴、バックから宝飾品から、車なんかフェラーリ買わされて、金融、観光ですよ。だから、うまくやっているところは、全産業的にうまくつなげて外にも売っているけれども、さっきのように一番おいしい付加価値が高いところは、うちに来て金使ってくれという話なんです。だからバランスがとれるわけです。こっちに来る分に関しては、宮崎ファーストでいいんじゃないですかという話。全ての農協とか漁協も含めて、みんなでこっちでがちがちに6次産業化といっても、県内の市場が小さいので、高知県と一緒に中では消費し切れませんから外にも売らなければ、手間暇かけて、一番付加価値高いものに関しては県内でお金使ってねと。外からお金持ってこない限りは自立や持続の姿には全く近づかなくなるし、かつ、産業的に人が減っていく。要は生産性高い雇用も確保できなくなるので、そちらを優先してくださいというお話です。アメリカ対中国の話とは似て非なりません、ここに関しては。どっちかというところ、ヨーロッパのいいところを見てもらったほうがいいですよ。

**○黒木委員長** 本日は、本当に貴重な御意見をありがとうございました。また、あしたはみやぎ観光創生塾ということで、宮崎県の人材育成、それから観光の振興に御指導いただきますようお願いいたします。きょうは本当にあり

がとうございました。

委員の皆様、ちょっと委員協議をしたいと思いますので、あとちょっとだけお残りいただきます。

暫時休憩いたします。

午後3時8分休憩

---

午後3時9分再開

**○黒木委員長** 委員会を再開いたします。

まずは、協議事項（1）県外調査についてです。10月17日から10月19日に実施予定の県外調査ですが、資料1、2、3、持っておられるでしょうか。

前回の委員会におきまして、県外調査先についても正副委員長に御一任いただきましたので、ごらんのような日程案を作成しました。

まず、10月17日ですけれども、金沢市にあります金沢ライトアップバス実行委員会を訪問する予定です。その後、金沢市の重要伝統的建造物群保存地区であるひがし茶屋街を訪問して、地元のボランティアガイド「まいどさん」の出演とその取り組みについて調査する予定です。

それから、翌日10月18日は、岐阜県飛騨市にあります株式会社美ら地球というところ、先ほどの講師のお話にもありましたけれども、山田拓さんという人がやっております。本当、田舎にインバウンド客がたくさん来ている地域でその取り組みを勉強します。そしてその後、午後はサイクリングをして現地を調査する予定でしたけれども、余りにも人気があって、それがとれないということでありましたので、午前中にお話だけ聞くということになります。

その後、福井県に移動しますけれども、道中、パーキングエリア・サービスエリアで休憩を兼ねて、2カ所現地見学を行う予定にしております。

す。その後、福井市にあります福井県立陸上競技場を訪問する予定にしております。9.98スタジアムということで、これは桐生選手が9秒98でここで走ったということにつけられたということですが、以上のような行程で考えておりますのでよろしくお願いいたします。

ちょっと休憩します。

午後3時11分休憩

---

午後3時11分再開

○黒木委員長 委員会を再開します。

そのようにさせていただきます。

それでは、調査日が迫っておることから、調査先との調整もある程度進めさせていただきたいと思っておりますので、できればこの案で御了承いただきたいというふうに思います。よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○黒木委員長 それでは、そのように決定いたします。

ほかの若干の変更は、正副委員長に御一任をいただきますようお願いいたします。

次に、次回委員会についてであります。11月2日金曜日に開催を予定しております。執行部への説明資料要求について、何か御意見、御要望はありませんでしょうか。

暫時休憩します。

午後3時12分休憩

---

午後3時13分再開

○黒木委員長 それでは、委員会を再開いたします。

それでは、そのようにさせていただきます。

最後に、協議事項（3）のその他で何かありませんでしょうか。

暫時休憩します。

午後3時13分休憩

---

午後3時14分再開

○黒木委員長 委員会を再開いたします。

今回の委員会は、11月2日金曜日午前10時からを予定しておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、以上で本日の委員会を閉会いたします。どうもお疲れさまでした。

午後3時15分閉会