令和５年11月定例会

宮崎再生対策特別委員会会議録

令和５年12月８日

場　所　第５委員会室

令和５年12月８日（金曜日）

午前９時59分開会

会議に付した案件

〇意見聴取

新型コロナウイルス感染症による観光の変化と求められる地域経済循環

〇協議事項

１．提言について

２．次回委員会について

３．その他

出席委員（11人）

委員長	日髙利夫
副委員長	永山敏郎
委員	中野一則
委員	外山衛
委員	二見康之
委員	野﨑幸士
委員	山下寿
委員	山内いっとく
委員	重松幸次郎
委員	脇谷のりこ
委員	齊藤了介

欠席委員（なし）

委員外議員（１人）

議員	岩切達也

意見聴取のために出席した参考人

国立大学法人宮崎大学 地域資源創成学部教授	杉山智行

事務局職員出席者

政策調査課主事	原田智史
政策調査課副主幹	田代篤生

〇日髙委員長　それでは、ただいまから宮崎再生対策特別委員会を開会いたします。

本日の委員会の日程でありますが、お手元に配付の日程案を御覧ください。

本日は、「新型コロナウイルス感染症による観光の変化と求められる地域経済循環」について、国立大学法人宮崎大学地域資源創成学部の杉山智行教授から意見聴取を行います。その後、年度末の報告書の提言内容など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〕

〇日髙委員長　それでは、そのように決定いたします。

暫時休憩いたします。

午前10時２分休憩

午前10時３分再開

〇日髙委員長　それでは、委員会を再開いたします。

本日は、国立大学法人宮崎大学地域資源創成学部、杉山智行教授にお越しいただきました。はじめに、杉山教授の御紹介をさせていただきます。

杉山教授は、令和３年10月より宮崎大学の地域資源創成学部教授に就いており、地域の様々なデータ、ヒアリング調査から地域の可能性や危機を可視化する研究を行ってきています。

主に、観光・産業政策を専門とされていますが、経営学や地域経済など地域に関わる幅広い分野についても研究を行っています。

それでは、一言御挨拶を申し上げます。私は、この特別委員会の委員長をしております東諸県

郡選出の日髙利夫と申します。

杉山教授におかれましては、本日は年末の大変お忙しい中にお越しいただき、誠にありがとうございます。

本日は、「新型コロナウイルス感染症による観光の変化と求められる地域経済循環」について御説明をいただきますとともに、意見交換をさせていただきたいと存じますので、どうぞよろしくお願いを申し上げます。

次に、委員の紹介をいたします。

まず最初に、私の隣が、都城市選出の永山副委員長です。

続きまして、杉山教授から見て左側から、えびの市選出の中野委員でございます。

都城市選出の二見委員でございます。

後ろになります。宮崎市選出の野﨑委員でございます。

児湯郡選出の山下委員でございます。

都城市選出の山内委員でございます。

右側になります。日南市選出の外山委員でございます。

宮崎市選出の重松委員でございます。

宮崎市選出の脇谷委員でございます。

宮崎市選出の齊藤委員でございます。

それでは、早速ですが杉山教授から御説明をお願いしたいと思います。よろしくお願いします。

○杉山教授　「新型コロナウイルス感染症による観光の変化と求められる地域経済循環」というタイトルにしていますが、コロナは何だったのだろうかということを振り返るということが、とても大事だと思っています。

また、それに伴って観光と経済というものが何なのか。そういったものをお示しできればよいと思っています。短い時間ですが、どうかよろしくお願いいいたします。

今日は、６つの観点からお話をさせていただきます。九州の観光の現状やコロナの影響と、コロナ後に求められる地域経済循環について記載しています。

それを踏まえると、大本になるのは宮崎県の産業構造や、今の地域経済を見る視点が大事だと思っています。

では早速、宮崎県の観光入込客動向のグラフを御覧ください。1965年からの長期的な流れをで見ていきますと、2010年から右肩上がりに来ていたのが、2019年に下がり、若干戻ってきているという状況です。

その中でいくと、宮崎県は、県外観光客というのは、平成元年ぐらいから下火になってきています。東九州自動車道が全通した頃には若干増えていますが、そこからまた下がってきており、今は、県内観光客によって支えられているということが見えてきます。これは、県外から呼び寄せる要素はたくさんありますが、それを活かしきれているのかと疑問になるところがあります。今後、コロナが５類に移行したので、新たな統計の結果では回復してくると思いますが、この回復度合いがどうかということを、その後の図表等で見ていただきたいと思います。

３ページ、図２を御覧ください。宿泊旅行統計をもとに、ホテルの中の客室が何％稼働しているかということを示す宿泊稼働率の推移を作成しました。青い線が全国、黒い線が宮崎県を表しています。

コロナ禍において、マイクロツーリズムの推進やジモ・ミヤ・タビ等の効果か、宮崎県は非常に健闘しています。また県外に行く観光客が、県内にとどまったことも非常に大きかったと思います。

ところが、今年入ってから一気に全国は伸びていきましたが、宮崎県は沈下しています。これは県内にとどまっていた人たちが、県外に出ていったということかもしれませんが、明らかに、全国と傾向が変わってきたことを示すものだと思います。

図３、図４を御覧ください。これは業態別の客室稼働率で左側が旅館、右側がリゾートホテルになります。

旅館については、一つの部屋に大人数が泊まることもあるので、ほかのホテルと比べることが難しいですが、リゾートホテルについては、全国との違いが出ています。これは、全国的にインバウンドが戻ってきていることから、影響が大きいものだと思っています。

図５、図６のビジネスホテルとシティホテルの客室稼働率推移を御覧ください。宮崎県において、国内の方の利用が多いビジネスホテルは宮崎市中心部等にたくさんあり、健闘をしているのですが、全国と比べて若干の差があり、やはり影響を受けていることが分かります。

シティホテルについても、宮崎県が大きく下がってきている中で、全国的には上昇局面にあります。

このように、宮崎県においては全国的に宿泊稼働率が上昇している中で、波に乗り切れていないことが御理解いただけるのではないかと思います。

コロナ禍では対策を講じ、県内の方が感染防止を徹底され、県内観光に努めたということもあるのかもしれません。全国のコロナの５類移行後の流れについては、コロナ前の推移に戻ろうとする、プラス方向への動きが強く働いています。

次に、九州の宿泊動向です。九州の各県を並べたもので、宮崎県は赤色で示しています。これが、九州各県の宿泊稼働率、客室稼働率、全てのホテル業態、旅館業態全部合わせたものになります。

それでいきますと、福岡県は70.4％、熊本県が65.7％、長崎県が58.8％、鹿児島県が53.8％、大分県が52.9％、佐賀県が52.0％、宮崎県が46.1％と宮崎県だけは逆のベクトルに働いてきていることから、九州の中でいくとあまりよろしくない傾向であることが見えてくるのではないかと思います。

業態別に見てみると、旅館においては、2023年の頭から若干落ちてきており36.7％となっています。リゾートホテルになると12.2％で、あまり宿泊されていないことから、ほかの県と大きな差がついてきていることが分かります。

ビジネスホテルになると、差が少ないのですが、熊本県が一番多く、宮崎県が少ない状況です。熊本県については、ＴＳＭＣの影響というのが非常に大きいのだと思います。

シティホテルでは、宮崎県は40.0％という状況にあり、九州各県と比べて、一人負けの状態になってきていることが言えます。

このことから、宿泊する観光が全てではありませんが、全国の九州のトレンドというのを本当に捉えているのかというと、この宿泊旅行統計調査からは、うかがえないということが言えるかと思います。

コロナ禍は県内にとどまる動きがありよかったといえますが、コロナ後の対応ということで考えると、数字として表れておらず、世の中のトレンドはそれだけ変化したということを機敏に捉えないといけないと思います。

次の９ページ目になります。これは調査時期が2022年の１月なので、約２年前の話になりま

すが、コロナの中で何が起こっていたのかということが分かる資料です。

この「新型コロナウイルス感染症による九州内地域観光の変化に関する考察」と書いているものは、経済地理学会で報告させていただいた内容です。

これは九州233市町村の観光主管課に対して、コロナの状況やコロナの中の観光推進、観光政策、観光計画、観光客の動向等を聞き取ったものになります。

この２年置きに行っている調査自体は、私の前職であったみやぎん経済研究所時代からしていた調査を引き継いだものです。2018年、2020年に実施していますが、今回お示しするデータは2022年に調査したものになります。

233自治体の内、112の自治体より回答いただいており、回答していただいた市町村でいくと、市町は多く回答いただけたと思いますが、村はそのものの数が少ないことから、結果的には、多くの回答がいただけたと思っています。

これは2019年度比の観光実績を聞いています。観光主要データの変化を見ると、「-80％以下」が10.4％、「-60％以下-80未満」が26.4％となっており、2019年度と比べると、大きな落ち込みがあったと回答した自治体が約４割近くありました。

リアルで対面できないことや、観光プロモーションを現地に行ってできなくなったことから何をしていいか分からないという声があり、コロナの中だと既存の常識、手法が通用しなくなってきていることから、浮き彫りになった観光の課題について伺いました。

本当の観光力というのは、このような状況の中でも何かできることがあるのではないかと思いながらお聞きしたものでございます。

多く回答があったのは「観光誘客力」で次に「情報発信力」、「観光地域づくり」となっており、コロナ前では、当たり前に対面で行えたものが、全部厳しくなってきたということです。

観光はイベント依存という言葉もありますが、イベントについては、そこまで大きな課題ではなく、これからまだできる余地があることを示していると思います。観光の常識と言われたものが、課題だと言われるような異常事態となっていることから、観光の在り方というのが大きく変化せざるを得なかったということが改めて理解できるものだと思います。

12ページを御覧ください。観光のターゲットは、その後どのように変化するかということを示しています。九州の注力する観光の取組について調査したものが左側に書いてあり、2022年と2018年の比較をしています。

グラフを見てみると、「情報発信、宣伝ＰＲ」は両年ともトップですが若干下がっています。次の「新しい商品づくり、魅力づくり」のほか、「観光関連施設の管理・運営」や「広域連携」などを注力して取り組まれているとのことですが、前回の2018年時からすると軒並み下がっていることが分かります。

また、九州の観光ターゲット変化予測ですが、2020年度は、「県内」や「九州内」、「九州内の隣県」が非常に強くなっています。2022年度以降は、「関東地方」や「海外」が増えてきていることから、観光ターゲットが毎年変化していくという、観光関係者としては、対応が非常に難しい状態にあったということが分かります。

なお、観光客は、何かのきっかけで一気に来なくなることもあります。例えば、2016年の熊本地震の影響の後、高千穂町へ訪れる観光客は一気に減りました。このような事象があった後

の回復の仕方で、どのように取り戻していくかが、とても重要になると思います。

高千穂町の事例を出しましたが、2016年の熊本地震の後、関東、関西地方からの観光客は、減少したままで回復はしていません。これは、高千穂町の観光マスタープランの中に明記されているものでございます。

参考までに、注力する観光の取組について各県、各市町村に伺いました。2022年１月現在では、佐賀県と長崎県が「情報発信、宣伝ＰＲ」に注力しており、宮崎県は「新しい商品づくり、魅力づくり」となっています。これは九州と比べてもプラスに働いており、魅力をつくっていくことは、観光として非常に真っ当な姿だと思います。

また、宮崎県おいては、「観光基盤の整備、観光ルートの開発」にも注力していることから、コロナの中であっても前向きに動いていたということがよく分かります。ただ、全体と比べると、小さく収まっている印象を受け、特徴的なところがあるかというと、それはどうかというところです。

次に、観光振興分野の変化予測について伺っています。

地元に来て体験型をする着地型観光や様々な観光地を巡る広域観光はこれからも伸びていき、景観観光は、コロナの時期とそんなに変わらないということが分かります。さらに、コロナが終わるということでイベントによる集客やアウトドア観光が今後、重要になると分かりました。

図18の着地型観光への取組ですが、2018年と2022年の比較をしたところ、何が大きく伸びているかというと、アウトドアとサイクリングの２つが急上昇していることが分かります。

屋外のメニューということもあり、感染のリスクが少なく、全国的に注目を浴びたことが要因と考えられます。サイクリングだと、電動アシスト付自転車が出てきたことも非常に大きかったと思います。ほかのものに関しては、そこまで変化がないことが分かります。

右側のグラフになりますが、各県別に見ると大分県と宮崎県はアウトドアとサイクリングに注力されていることが分かります。また、宮崎県は農作業・収穫体験と農家民泊は強いのですが、ほかのメニューはあまり取り組んでいません。ただ宮崎県としての特徴をしっかり出しているということが一つプラスだと思っています。

九州各県の着地型観光への取組効果ということで図20を御覧ください。着地型観光をやると何がよかったのかということを2018年と2022年で比較しています。「地域活性化につながった」というのが若干下がっていますが、最も高い結果となっています。次の「観光地の知名度向上につながった」が、非常に伸びています。そのほかの項目は下がっていますが、「観光リピーターが増えた」は、大きく下がっており、毎年来て体験をしたいというものではないのかもしれません。

各県の動きを見てみますと、「地域活性化につながった」は、ほとんどの自治体につながってきていることが分かります。

宮崎県においては、「観光客数が増えた」と「観光消費額が増えた」に効果が見られた実感があるとのことですが、やはり、本来は「観光リピーターが増えた」といったところにつながらないといけないところが、まだ不足している部分になるかと思います。

着地型観光の課題についてですが、「人材育成が困難」が最も高く、これは地域のリーダーが中心となってやっているということを考えると、

例えば、その人のアイデアなど人的依存で進めているものが多いのかもしれません。

後継者が育たないといった人材育成のほかにも「情報発信が難しい」とか、あと「受入れ側の負担が大きい」といったところが課題としてあげられますが、「儲からない・収益が厳しい」という点では若干下がっています。

宮崎県の場合だと、「人材育成が困難」という回答が低いので、人材育成に手間をかけているということだと思います。宮崎県では、着地型観光の課題としては「受入側の負担が大きい」との認識です。熊本県や佐賀県は、「儲からない・収益が厳しい」という認識であり、各県の課題の認識に大きな差が出ています。

観光地経営に重要と考えられる視点についてになります。ここが少し問題があるのかなと思っているのですが、「滞在のための仕組みをつくる」は、2018年も2022年も高い問題であり、重要な視点となることが分かります。

次に、九州全体ですと「観光地としてのブランドを形成する」というのが続いています。

ところが、こちらの図25を見ていただきますと、「滞在のための仕組みをつくる」はどの県も高くなっています。各県の差はどこに出ているのかと言いますと、「観光地としてのブランドを形成する」で出ており、宮崎県は、ブランド形成力が強くないことが分かります。

ブランドとは何だろうと考えると、有名になることとか、高価なものと言われることもありますが、ブランド構築というのは好感のことであり、これを重視すべきだと思います。しかし、この部分があまり理解されていないのかと考えられます。

これを捉えて観光・地域ブランディングの取組について伺いました。九州全体の中では、「ブランド戦略策定済み」は、調査する毎に微増していました。

しかしながら、各県別の状況を見ると、2022年１月現在で、ブランド戦略に熱心に取り組んでいるのは大分県です。宮崎県は一番低い結果となっており、「策定の予定は無い」も非常に多い回答となっています。このことが、他県との差につながっているのではないかと考えられます。

観光ブランド構築に重要と考えられるものの認識として、図28を見ていただきますと、九州全体の中では「地域資源の発掘・磨き上げ」や「情報発信」、「地元関係者との連携」、「マーケットリサーチ」などが上位にあります。「好感の醸成」の項目は、今回のアンケートで初めて入れたものなので、前年と比較はできませんが、あまり強くないといえます。

九州各県別を御覧いただくと、ブランド構築に重要だと考えられるものに関して、大体同じような考えでありながら、認識に差がついていることが分かります。この部分については、ブランドをどのように重要視しているのか、ブランドに対する認識がどのように違うのかということを示しているのではないかと思っています。

今、九州の中でいくと、宮崎県は、インバウンドの方々はそこまで多くないと思っており、外国人に合うようなブランド力のバージョンアップといったことが課題のひとつになるかと思っています。

観光地域活性化に対する認識、図30になります。九州全体でいきますと、観光で言われる地域活性化とは、「知名度の向上」のほか「地元産物・物産が伸びた」といった認識で多く回答があります。

一方で、歴史や文化資源の活用が減ってきて

いるという矛盾するものがあり、地域文化の磨き上げといったものも減ってきていることから、既存資源ではないものを活用しているところが増えているのかもしれません。

各県別になりますが、宮崎県は「知名度が向上」や「地元産物・物産の販売が伸びた」との回答は当然に上がっていますが、「歴史・文化資源の利用が進んだ」、「地域文化の発掘・磨き上げが進んだ」といったものに関しては弱くなっています。地域ブランドについては、他県が認識している回答が多くある中で、宮崎県は非常に低い結果となっています。

これらが観光の奥深さにつながっていると思います。歴史・文化の活用についても、歴史に興味があるインバウンドの方やシニアの方の観光が非常に多いと思いますが、そのようなところを訴求できていない可能性があるのではないかと考えられます。

地域活性化の定義に対する認識についてですが、図32にありますとおり、九州全体では、コロナの中で経済を回していかないといけないということで、「経済の活性化」と認識している回答が年々高まっています。次に「地域社会全体の活動の活発化」ということでした。

各県別を見ますと、宮崎県は「経済の活性化」というのは他県とも同じように高い認識があり、あとの項目に大きく幅がありません。観光・商工関係の部署に回答いただいているため、回答の範囲にばらつきがあるのかもしれませんが、経済に集中して認識しているということが分かります。

次に23ページを御覧ください。

コロナ後に求める地域経済循環ということで、産業連関表というものがあり、これを分析していくことが、とても重要です。

コロナ前のものですが、2015年の産業連関表が一番最新のものとなっています。しかし、産業構造というのはそんなに大きく変化するものでもないと考えられ、ある程度県内の様相を示していると思います。

県外との取引関係を示す貿易収支みたいなものですが、これを見ると宮崎県の県外との取引関係を示す交易収支は4,877億円となっています。今は多少改善しているかもしれませんが、新しい産業連関表ができるまでは何とも言えません。この時点では、毎年この金額が県外へ出ていくということは県内に留まるお金が少ないといえます。農林水産業や観光産業といった、外貨獲得産業はありますが、地元のものを外に売ることは、競争の中で難しいのが実情だと思います。

一方で、県内のお金が外に出ていかないようにすることが必要だと思います。例えば、県内産のものをお土産として使っていただくとか、県内のお菓子メーカーにお土産をつくってもらうなど、観光に帰するものはたくさんあると思います。あと地元資本のホテルや旅館といったものが存続できることが大事だと思っています。

地産地消を推進することが重要であるとともに、「消」の字を「商」とした、地元のものを地元で売るという考え方も必要となります。売れるかどうか分からないものを地元で消費することはなかなか難しいと思いますが、地元のものを地元で商う地域商社のようなところが地元に幾つもあり、お互いに商品を取引し、調達するということが大事なのではないかと思っています。

先ほどの、4,877億円を考えると、これ１％取り戻すと約48億円になります。例えば、全部はできないとしても、365日のうちの１％、４日間

だけ宮崎産のものを食べる、使うということができれば、経済の中のＧＤＰの支出側でいくと６割ぐらいは戻ってくると考えられます。このような考え方も、今の時代に必要となるのではないかと思っています。

地産地消ではなく、地元のものを外に売っていく地産外商の考え方の力もつけていく必要があると思います。宮崎県は農産品など非常に優秀だと思いますが、それ以外の農産品を加工して県外に出していくといった部分でポテンシャルはあるが、まだまだ実力を発揮できていないのではないかと思っています。

次に、産業連関表になります。県内総生産額が約６兆9000億ありますが、これは、宮崎県のＧＤＰとは違うことを御理解いただきたいと思います。それを支えるのに県内の事業所同士が取引する金額の合計を示したのものが３兆330億円になります。

宮崎県は、県内事業所が約６兆9,000億円生産するために、県内事業所同士で約３兆円の取引活動をして、約１兆8,000億円の移輸出し、約２兆3,000億円の移輸入が行われている経済をしていることが分かります。

県外から調達している移輸入部分を少し減らして、県内での生産活動を増やしていき、県外に出荷等する移輸出の力になれば経済は変わっていくと思います。

県内企業の取引や生産活動した結果が、給与や事業所の利益となり、県内総生産に含まれてきますので、これを踏まえると、県内の取引を活発化するには、なるべく県外から買わないことが大事になります。一切買わないということはできないですが、地元産を使っていくといった取組が経済循環の一つの考えとして必要だと思います。

このように所得や税収にも関わってくるため、経済構造少しでも把握することが大事かと思っています。

考え方としては難しいことではなく、地産地「商」を推進していくということ――地元の産業育成、観光においては、お土産といった観光の資するものが、地元の原材料で生産されていくということです。

宮崎県は、お菓子、お土産品メーカーが少ないため、そのような産業を育てていくことが大事になってくると思っています。

次に、図34は、宮崎県の移輸入額、移輸出額を産業別に示したグラフ、図35は、移輸出額から移輸入額を引いた県際収支額を示したグラフになります。収支を見ていくと、農林水産業はプラスとなっており、良い結果となっていることが分かりますが、食品は、大きな移輸出額を出しているものの、同じくらいの移輸入額が生じているためプラスの部分が少ししかありません。飲料も大きなプラスとなっていますが、これは焼酎製造業のたまものだと思います。プラスチックや電子部品等のプラス部分が若干あるものの、あとは、マイナスが多い結果となってきており、地元に残るお金を増やすためにも、プラス幅を大きくしたり、マイナスをなくしていくなどの収支を改善していくことが、今求められているところだと思います。

コロナの中で、宮崎県は、内部循環をしてきましたが、今どうなのかというと、人々は外に出ていくようになり、自由に外から買うことができるようになりました。そのため、もしかしたらマイナス幅が進んだ可能性もあるかもしれないと思っています。

図36の産業連関表を見ていくと、外に出荷する移輸出の割合を横軸、外から買ってくる移輸

入の割合を縦軸で示しています。石油・石炭製品といった、県内で生産することができず、県外から買ってくるものについては、左上の移輸入依存型産業に分類されます。

右上の県際交流型産業においては、県外の取引先からの移輸入品を加工して再び移輸出する産業になりますが、製造業の誘致企業などが多く、雇用確保に効果があります。

左下の県内自給型産業は、県内で完結できる内需型産業であり、サービス業が多くなっています。

最後に、外貨獲得産業に分類されるものが、右下の移輸出型産業であり、県内で生産されたものなどを県外に販売する産業です。宮崎県でここにあるのは、林業と漁業、宿泊業のみで外貨獲得産業が非常に少なく、県内自給型産業の農業や県際交流型産業の食品の産業が移輸出型産業に分類されるようになると、宮崎県の外貨獲得は変わってくる思います。

今の時代の地域経済を見る視点ということで、私のほうで、岡山大学の中村良平先生の理論を使いながら考えているものです。

地方の悩みというのは、限られた予算で有効な地域振興策をするというのが大事ですが、どの産業がどこに出荷したといったことが載っている統計はほとんどありません。

そのため、先ほどお見せした産業連関表を使うのがとても大事で、市町村ベースでつくっていくことが重要かと思っています。

現在、県内であれば、宮崎市が中心市街地産業連関表というのをつくっていますし、ほかにも、串間市や小林市、西米良村等で過去につくったものがあります。

このようなデータを活用し、市町村がどのように内部経済循環を進めていき、県全体で考えるというよりも、市町村がどうなっていくのかを知る必要があると思います。

また、人材が不足しており、県、国に依存する市町村については、人材の派遣等をしてもらうことは難しくなってきています。専門家がいない中で、政策分析、政策評価ができていなかったため、地域政策の多くが空振りであったのではないかと思います。

今確認すべき点として、一つ目が、まちの基幹産業は、域外からお金を稼いでいるか。県外から買った材料を加工して県外に出すのであれば、少ない利益となるだけです。

二つ目に、生産要素は、地域で必要十分に調達できているか。生産要素というのは、生産するための資源のことで、地元から調達できているのか確認が必要だと思います。

三つ目に、生産活動からの付加価値は地域に落ちているかということで、企業の利益や人件費等として地元に落ちているのか。

四つ目が、消費需要は域内で賄われているか。県民のニーズを把握し、県内の産業が対応できているのか。

最後に、貯蓄マネーは、再投資として地域に還元しているかといったところが、経済を見るポイントになってきます。

地域経済の実態ですが、様々な振興策等を行うと消費が活発になりますが、地域経済に還元されていないのではないかと考えられます。

例えば、お土産売り場で商品の裏側を見ていただくと、地元産であるものは少なかったりします。聞いた話ですが、お土産品の９割近くは地元産ではなく、それを宮崎県の代表するお土産としていることはどうなのかと思いました。そのため、観光消費額の中のお土産というのは、芳しくないのが実情で、使われたお金の行き先

に地域自治体は興味を持っていないのではないかと考えられます。

また、公共工事をしたのに、まちの経済に恩恵があるのかというと、資材等を県外から買っているのかもしれません。

イベントは、コロナの中でできなかったこともあり、今は様々な観光・地域イベントが増えてきていますが、そのような露天等に販売されているものは地元調達されていることが必要で、あまり販売されていないのが実情です。

スポーツキャンプで地域は本当に潤っているのかということで、地域経済波及の観点を持ち、例えば、ファンが好きそうなイベントをしていただくなどして地元を巻き込んでいくと、地域が潤うエコシステムが構築されるので、その動きが出てくればよいと思っています。

次に、誘致企業が地元に富を還元しているのだろうかということで、どこから部品等を調達しているのかということを見ていただく必要があると思います。

最後に、移住・定住について、注力されていると思いますが、住んでいただくことだけが目的化しているのではないかと思います。住んでいただいて、どのような産業に従事していただくのかというのがとても大事になると思いますので、このようなことをチェックしていただくことが大事だと思っています。

29ページを御覧ください。得られた所得は地域内で循環しているかということですが、域外の大型量販店やインターネットで消費となりますと、これは、通販会社本社の収入となるため、他県の企業所得となります。

宮崎市の中心市街地を見ると、コンビニエンスストアが多いですが、他県ではこれほどではないと思っており、これも問題かと思っています。

次に、所得の空間移動――子供が県外に流出していくことで、仕送りされるところもあるかと思います。仮に、年60万の仕送りされているところが1,000人いた場合、６億円のお金が県外に移動していると考えることができます。

まとめになりますが、コロナ後の宮崎県の観光については、全国、他県との差が広がりつつあり、差が小さいうちに対策を講じていく必要があります。方向性自体は悪くないのですが、ブランディングについては、もともと情報発信が下手と言われており、宮崎県の弱いところかと思います。

経済については、県外から買ってくる移輸入額が非常に多く、自給率を変化させることで、プラス効果が大きくなります。１％改善するだけでも大きな数字になるということは御理解いただいたと思います。各産業施策に取り組む上で、交易収支の改善は優先すべき事項であり、経済循環を意識した経済活動の展開にあるといえます。

今は、穴の開いたバケツのようにお金が県外に出ていることに気づかされたかと言えますので、地元企業や地元の方々に対する調達率の改善を図る事業を展開することが大事かと思います。

このように、マクロな視点から経済構造を変えていく産業政策に取り組むことが、県内に循環するお金を増やすことができて重要だと考えます。このように様々な分野で事業等を進めていただければと思います。

駆け足でございましたが、これで終わらせていただきます。どうもありがとうございました

○日髙委員長　貴重な数字等も細かに提示していただきましてありがとうございます。それで

は、ここからは、御説明いただきました内容についての質疑や意見交換を行わせていただきたいと存じます。委員の皆様からお聞きしたいことがありましたらお願いいたします。

○二見委員　今日はありがとうございました。様々なデータを拝見して、各県の状況、九州管内でこれだけ差が出るのかと非常に興味を持ったところです。政策的な話を聞く前に、先ほどのデータについて確認したいことがあるのですが、ホテルの稼働率というのは、部屋数に対する稼働率ということでよかったですか。

○杉山教授　そのとおりです。客室稼働率になります。

○二見委員　人手不足の関係で、ここ一年ぐらい業界の人たちとお話しすると、例えば、客室が100あったとしても、今は80、70の客室しか稼働することができないと伺います。

　その中で、もともとの箱に対して、宿泊数が減ってくると、かなり厳しい状況になると思うのですが、ほかの県のデータを見ると稼働率が高いということが分かります。つまり、マンパワーが宮崎県は弱いのかなと感じたのですが、もしそのことについて、分かることがあれば教えてください。

　また、宮崎県はリゾートホテルがかなり落ち込んでいました。宮崎県のリゾートホテルといえば、シーガイアかと思うのですが、ほかにもリゾートホテルとしてくくられているものが県内にあって、この数字となっているのかが分からないので教えてください。

○杉山教授　ありがとうございます。マンパワーについては、御指摘のとおりでございまして、地元の宿泊関係者の方々の話を聞きますと、やはり非常に過酷な状況であると聞いています。コロナの中で人が辞められたり、転職されたりといったところで波に乗り切れないという部分はあると思います。無人、セルフ化といった投資ができるかということについても厳しいと思います。

　むしろ、地元のもともとあるホテルについては、今からどのような方向に向かうのかの攻め際にあると思います。そこについては、考えていかないといけないとしか言いようがないところで、岐路に立っていると思います。

　また、リゾートホテルについては、御指摘のあったホテルもですが、ゴルフ場付きのホテルなども入ってくると思います。

○二見委員　25ページの収支関係になりますが、商業という項目が結構県外に出ていっております。商業が県外に流れている理由というのは、宮崎県でつくられていない物を県外から調達して売っているということなのか、イメージが分からなかったので教えていただければと思います。

○杉山教授　例えば、この辺りで売っている洋服のほとんどは地元産ではないと思います。スーパーでも、地元産のものは、生鮮野菜など一部買えると思いますが、加工食品のほとんどは地元産ではありません。

　このように、我々の生活は外でつくったものを消費するという外産地消になっています。これが、地元のものを消費に耐えられるだけの生産ができるかどうかというところも含めて厳しい状況にあるかもしれませんので、このような部分から改善させていくことが必要なのかもしれません。

○二見委員　ありがとうございます。宮崎県でつくられている生産物が県外で加工されて、また、県内で消費されているということとイメージしました。

○杉山教授　なお、宮崎県のカットフルーツをあるところで買ったときに、宮崎産カットフルーツと記載されていましたが、加工は福岡県でされていました。これが現実かと思っています。

○外山委員　今日はありがとうございます。観光が厳しい状況にあるということが分かりました。県はコロナ前の８割まで戻ったと言いますが、認識が甘いと思っています。

私が感じているのが、新幹線で、福岡県、熊本県、鹿児島県のラインにはなかなか勝てないかもしれませんけれども、宮崎県が勝つためには何をどのようにしたらいいのかと考える必要があると思います。非常に難しいとは思うのですが、これが大きな課題だと考えています。

特にリゾートホテルは二見委員も言われたとおり、宮崎県にはほとんどないので、客室稼働率の結果は12.2なのではと思っています。

○杉山教授　リゾートホテルは、国の基準で決められたとおりとなります。そして、私が危機的に思っていることは、宮崎県を横並びで見て、どの位置にあるのかを把握することです。例えば、福岡県で太宰府天満宮からバスに乗ったら、ほとんどが外国人で、県外の観光地では活況に沸いており、観光の様態で変わったということを様々な方が感じられていることと思います。

そのため、宮崎県が全国のどのポジションにあり、どの立ち位置で何を考えないといけないのかということを見直していくことが大事だと思います。そこは厳しいものだと思いますが、現実を見ていくことが必要だと思います。

○外山委員　私は、九州で、大分県、福岡県、熊本県、鹿児島県ありますが、宮崎県は九州に置いていかれるのではないかと危惧しています。

○杉山教授　本当にそのとおりだと思います。流れの中に乗っていくということと、二見委員からも御指摘がありました、マンパワーという問題があり、現実を捉えないといけないということは間違いないと思います。ありがとうございました。

○山内委員　25ページで商業や石油・石炭製品がマイナスですが、先ほどの説明の中で、農業を外貨獲得産業にしていくとの話があったかと思います。海外では、農業を主にしている国というのは貧しい国が多いイメージがあります。これは、国内の県・自治体レベルですが、農業を外貨獲得産業の主としており、潤っている自治体というのは、都道府県であるのでしょうか。

○杉山教授　代表格は北海道になります。

ただ、北海道は何が違うのかというと、農産品が加工業につながっており、お土産品として観光業につながっています。つまり、６次化が道全体で行われているわけです。

宮崎県の場合は、１次産品を出荷していくということが強いと。原材料がその場にあって、加工できる環境というのは全国でいけば、宮崎県、鹿児島県、高知県、北海道ぐらいしか持っていないのでないかと思います。ポテンシャルとしては持っているわけで、例えば、国際基準に合ったもので海外にも出荷することで外貨を獲得するなどできるわけです。

今のやり方というのは、６次産業化できていません。加工につなげることは大事で、第１次産業だけで豊かな国もあると思いますが、それに加工等がくっつくことでもっと豊かになると思います。現状のままであれば、宮崎県は１次産業だけを頼りにしていかなければいけないということになると思いますので、そういう意味では、御指摘いただいたことは非常に真っ当なことだと思います。

○山内委員　宮崎県としては、まだ２次産業等

が足りないという認識でよろしいですか。

○杉山教授　はい。農家自身で加工するということもですが、大規模な県内の農業・畜産業が地元の製造業に対して加工をお願いし、それをサービス業が売っていくというようにつなげていくことが必要だと思います。

○齊藤委員　御説明ありがとうございました。杉山教授が観光を切り口に様々な分析されていて、自分自身が分かっていなかったところが明快になったので、勉強になりました。

　交易収支で4,877億円のマイナスということは、これを基軸に変えていくことが宮崎経済全体のプラスになると思いました。一つ分からなかったことが、アンケート等の各県分析の中に、スポーツのキーワードがなかったことです。宮崎県はスポーツを切り口とした観光誘客にも取り組んでいると思いますが、スポーツによる経済額というのは出ているのでしょうか。

○杉山教授　スポーツによる経済波及効果や広報効果については、県で出していますけど、残念ながら、私のほうでは出していません。ただ、近年になり、スポーツは観光の一つの手段として有効なものになってきたと思っていますので、今後捉えていく必要があると思いました。今度の2024年の実質なアンケートから捉えていく予定にしています。

　全国的に２月の一番冷え込む時期に、宮崎県は観光客がこれだけ来るというのはスポーツの効果だと思います。

　ただ、それをどのように生かすのかというと、一過性のもので終わらせている可能性が非常に高いと思われます。スポーツの環境がこれだけ整っていて、これをどのように観光につなげるかが数字化されていないことはもったいないことだと思います。今後の検証が必要だと思います。

○齊藤委員　着地型観光への取組で、宮崎県は神話が有名ですが、スピリチュアル体験のグラフが思ったより高くありませんでした。つまり、経済的な効果は大きくないのでしょうか。

○杉山教授　何か体験型のコンテンツができるかもしれませんが、スピリチュアルと名づけただけで別物になっているのかもしれません。

神話で高千穂の神楽を見に行ったときの熱気などは、見た人しか分からないものであって、その後に、飲食店が閉まっているなど、消費する場所がないということもあります。

　スピリチュアルになると、消費の部分が神社のおさい銭や、巡る交通だけとなってしまう可能性があり、これがお金を生むのかというと、あまり生まないのではないかという気がしています。

○中野委員　今日の説明の中で、宿泊や客室稼働率等のデータを出されて、実態が分かったような気がいたします。その中で、客室稼働率を含め、すべてにおいて宮崎県の数字が悪いということですが、宮崎県はスポーツランド構想ということで、ハードな面も含めて投資してきています。観光では、宿泊などと連動して効果が出るというのがスポーツランドと理解しているのですが、その効果が、例えば１月から２月になれば、県内のホテルはほとんど空いていなくて、価格も高くなっているということがあります。そのことと、客室稼働率が九州県下として低いことについて、どのような捉え方をされているのかをお尋ねしたいと思います。

○杉山教授　ありがとうございます。確かに２月のキャンプシーズン、11月のゴルフマンスのあたりというのは非常に活況で、修学旅行も高めに設定できる強気の面があると思います。

しかし、ほかの月はどうかというと、６月や12月などは厳しい状況にあり、時期の平準化というのがなされていないのではないかという気がしています。

年間通してスポーツキャンプが行われているわけではないところが弱い部分かと思っています。例えば、プロスポーツ選手、実業団の方々が練習した施設を見るツアーがあったりとか、来ない時期にファンが集まるような取組をされることで変わってくるかと思います。

これは、確かに難しいことだとは思いますが、平準化はしていかないと、その一時期のために従業員を雇用するというのは難しく、観光産業が安定しないことになるのではないかということを危惧しています。

先ほどの齊藤委員の話もありましたが、スポーツだけの数字を出していくことが大事だと思います。スポーツキャンプの効果というのを出すときに、ＣＭ換算効果と経済波及効果を含めて出しています。ＣＭ換算効果は、１分間流れたら幾らぐらいといったものになるので、現実的にお金が動くものではないと思います。

そのため、ハード整備をされて、様々な体制を整えることは、すごく熱心にされたと思いますが、その後の検証はどうなのかというところで少し疑問が残るところだと思っています。

○中野委員　ありがとうございました。いわゆる平準化を求めないといけないということですが、月ごとにすれば、非常に高い数字になってくるわけですね。平準化に至っていないということは、その他の月は非常に苦しい状況だと思います。そのあたりの対策や提案されるようなことがあれば教えていただきたいと思います。

○杉山教授　実は県内にスポーツ選手が来る理由は、環境もですがアスリート食がすばらしいという点もあります。運動機能を高めたり、体を絞ったりするアスリート食があるのかもしれませんが、これをどのようにいかすかは、一つありようだと思います。

例えば、「全日本スケートの方々の食事を取ってみたくないですか」とか、「プロ野球チームが食べたものを食べてみたくないですか」とすることで、ファンは食べてみたいと思うかもしれません。ほかにも、練習メニューを模擬体験したいという人はいっぱいいるのではないかと思います。

以前、ラグビー日本代表のフィジカルトレーナーだった方にヒアリングしたことがあります。聞いているだけで面白くて、できるかどうかは別問題として自分もやってみたいと思いました。ほかにも、宮崎に来るプロ野球選手の栄養士と話をしたことがありますが、「宮崎県は何で選ばれるのですか」と聞くと、「それはシェフの方が優秀で選手のことを分かっているからです」とのことでした。

実は、このスポーツキャンプというのが食のキャンプでもあると言われる方もいたぐらいなのです。これは観光資源なのではないでしょうか。我々が把握していないところに、実はファンの心をそそるようなトリビアなどというのは、たくさんあると思います。今のは食だけですがこのような、オフシーズンに向けての観光資源はほかにもあると思います。

プロ野球選手の中には、例えば、ズボンを右足からはくいたりと、験を担がれる方が多いと聞きました。宮崎県でそのようなルーティンとしてされていることがあったら、それも名物になったりするかもしれません。宿泊だけに専念するのではなく、スポーツ関係者の方と連携して、ファンがそそるものがあるのかを集めてい

ただくことで、観光資源を創造するということにつながるのではないかと思っています。

○永山副委員長　地域振興策を進めるにあたって、人材が不足しているということでしたが、これまでも、市職員や県職員がそれぞれ考えて対応してきたと思いますし、外部のコンサル等を活用する自治体もあります。私は、外部のコンサルにいいイメージがなく、中心市街地の活性化、商店街の活性化という形でお呼びして仕事していただくのですが、効果が長く続かないと感じています。

実際に、どのようにして適切な人材を見つけて雇用や契約をすればいいのか教えてください。

○杉山教授　ありがとうございます。人材というのは本当に悩みの種だと思います。人材を育てるということをしているのかというと、様々な分野でしているのだろうと思います。

例を挙げますと、串間市の産業連関表を５年前につくりました。それを基に、約120人の職員が研修を受けて、全員が経済波及効果の計算ができるみたいです。

経済波及効果が伴った商工業や農業といったものは、すべて波及効果を事業評価のときにしないといけません。それで、経済効果の感覚が育ってきます。

このようにしていくことで、時間はかかりますが、地元で養成していくことが一番地元のことを分かったやり方で適切なのではないかと思います。知見を入れていくことも、地元出身の方というのが一つだと思います。

また、外部コンサルの方が多くなってきており、これはどこかで見たなという提案をされることはすごく多いと思っています。外部のコンサルを使うことが悪いとは思いませんが、疑っていただくことも今は重要だと思います。

産業人材は育っているのですが、政策的、経済的な目、マクロ的な目を持っている方というのは少なく、育てていくためには、自力で行っていくのも一つかと思っています。ほかには、私どもみたいな地元の高等教育機関を利用していただくのも一つかと思っています。

○齊藤委員　橘通り周辺に、新しくビジネスホテルが建設されてきています。さきほどの杉山教授の説明のとおり、宮崎県に元々あった支店や営業所が宿泊業から撤退していって、県外資本が宿泊ニーズをカバーしているような状況なのでしょうか。

○杉山教授　一つは、土地の有効利用としているのがほとんどだと思います。しかし、県外資本となりますので、基本的に地代や固定資産税は地元に落ちますが、そのような経費以外は本店に出ることとなります。そのため、地元はあまり儲からないということが一つあります。

また、県外から来る出張者からすれば、宮崎県は泊まらないといけない場所である可能性はあると思います。そういったところをターゲットにしているのは否めないだろうと思います。

需要がある一方で、新しいホテルが建つことで、地元の古いホテルは、当然ながらに、その影響を受けるわけです。これは、民間の競争の世界なので仕方がないともいえますが、それでも、いかがなものなのかということが私の正直な感想です。

地元の土地活用という話に引かれて、気がつけば、県外資本だらけになっていき、橘通りの宿泊費のほとんどを県外に吸われていくことは、穴の開いたバケツに水を注ぐようなものだと思います。競争の部分になるので仕方ないですが、問題かと思っています。例えば九州から人が来る、集客する施設といったものができたとして、

その効果をニシタチに落としていただくといった工夫で取り返していくしかないのかと感じています。

○齊藤委員　先ほど、串間市の例を教えていただきましたが、県内のシンクタンクと県を含めた自治体との様々な経済に関する意見交換、情報交換というのはされているのでしょうか。

○杉山教授　コロナで相当分断してしまったとしか言いようがないと思います。コロナの前は、意見交換をしていましたが、今は分かりません。

　ただ、私の研究室では、県内の、六、七の自治体と意見交換や協議をすることは多いです。あと、学生を連れて行き意見交換をしているところもあります。なので、コロナによって分断されたことで、どこに何を相談していいのか分からない時代になったことが影響しているのかと思います。

○中野委員　資料には、客室稼働率が４つに分かれて書いてありますが、旅館やリゾートホテル、シティホテル、ビジネス、それぞれの示す割合はどのような状況なのでしょうか。

○杉山教授　これについては、特定される可能性があるからということで観光庁が公表していません。宿泊者数を割れば何となく分かってくると思いますが、どれくらいの割合を示すのかというデータは今のところない状態です。

○中野委員　例えば、さっきビジネスホテルが橘通りに建てられてきているという話で、宮崎市の場合は、ホテルがたくさんありましたが、これらは４つの分類の内どこに該当するのですか。

○杉山教授　例えば、宮崎観光ホテルはシティホテルになると思います。閉館したホテル神田橋は、当時リゾート地であったことから、温泉があれば、リゾートホテルになったかと思います。用途によって国が位置づけており、回答しているのだと思いますが、その内容を自治体ごとに公表していないのが実情だと思います。

○中野委員　私は、宮崎市の旅館街が撤退されたことで、観光宮崎県、観光宮崎市の宿泊が、このような数字として表れている状況が寂しいなと思いました。

○二見委員　県外資本と地元資本ということで話を伺います。最近、鹿児島の観光ホテルに泊まったときに、街に出て銀行の方に話を聞きましたが、天文館の辺りの街のにぎわいが駅のほうに動いているとのことでした。地元企業が建物等を造り始めたとのことで、地域経済はどのようになっていくのだろうかとの話もされていたのですが、商文化として、商売の在り方というものが、宮崎県と違うなと感じました。九州各県、それぞれの考え方だと思うのですが、宮崎県は人が良すぎるという部分があるのかもしれません。そこで、杉山教授から見られたときにどのように感じているのかと、ほかのところ似たような文化があれば教えていただきたいと思います。

○杉山教授　ありがとうございます。私も銀行時代に鹿児島県に５年間住んでいた頃がありましたので、内情もよく知っているのですが、確かに、鹿児島県はセブンイレブンができるまでものすごく時間がかかったりと、外からをなかなか受け入れない文化というのがあったかと思います。昔からそうなのかもしれませんが、一方で、競争が起こりにくいので、気がつけば、ほかの県より劣っていくということになりかねないリスクを持っていると思います。

　しかし、経済循環の話をすると、県内からお金が出にくいというのは事実で、それが鹿児島県を強くしていったのではないかと思います。

今、県外資本が出てきたということを考えると、遅ればせながら資金の流出というのは行われ始めるのかなと感じています。

九州各県に外国人を呼び寄せるために、大型リゾートホテルや５つ星、４つ星のホテルができたとか、すごいホテルが隣接しているということは事実だと思います。そういったのを見ていると、人を寄せる力があり、ものすごく焦るのですが、そのホテル単体で見ると、企業や海外にお金が流出していくのは間違いありません。

一方で、それがシンボリックになり地元の観光が活況になるのであれば、１か所ぐらいあってもいいかもしれないという考え方もあります。

そこは、バランスの問題になってくるのかと思っています。鹿児島県の話もそうですが、地元にリーダーとなるところがあって、地元にお金が落ちる仕組みになっているのであればいいのではないかと思います。

ただ、そこまでに至ることができて、連携を図ることができるのかというとどうかなと思っています。連携を図るために誰かが入っていかないといけない――それが企業なのか行政なのか分かりませんが、入って行く必要があるのが実情だと思います。

宮崎県は、ほかのホテルが建ってくるので、地元の頑張っている老舗ホテルは残っていますが、少数派に転じているような感じがしています。

このことを、危機として感じることが大事だと思います。

○日高委員長　ありがとうございました。それでは、ほかにないようですので、これで終わりたいと思います。私から一言お礼を申し上げたいと思います。

先生におかれましては、大変お忙しい中に時間をつくっていただきまして、本当にありがとうございます。また、貴重なデータ、御意見もいただき、ありがとうございます。

私たち委員会も、今回のデータ、資料等を基に、しっかりとまた勉強していき、委員会活動に十分反映させてまいりたいと存じます。

宮崎再生対策特別委員会ということで、一日も早く再生が可能になりますように、先生におかれましても、今後とも、どうぞいろんな形で御指導をいただきますようにお願いを申し上げますとともに、ますますの御活躍を御祈念を申し上げまして、大変簡単ではございますがお礼の言葉に代えさせていただきたいと思います。

本日は誠にありがとうございました。

それでは、ここで暫時休憩いたします。

午前11時28分休憩

午前11時30分再開

○日高委員長　それでは、委員会を再開いたします。

まずは、協議事項（１）提言についてであります。

本日まで６回の委員会と県内・県外調査を行ってまいりました。これからは、年度末の報告書に向けて、県当局に対する提言を整理していかなければなりません。

これまでの当委員会の活動につきましては、お配りしていますＡ３の資料に、大体の概要はまとめてあります。提言につながるような委員の皆様の御発言や意見交換先の発言などをまとめておりますので、報告書に盛り込む提言につきまして、今ここで何か御意見等があればお伺いをしたいと思いますが、いかがでしょうか

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○日高委員長　ないようですので、次回の委員

会で御意見を出していただきまして、報告書の内容をご検討いただきたいと思います。皆様持ち帰っていただき、目を通していただきたいと思います。

なお、次回の委員会では、ある程度、正副委員長のほうで報告書の骨子案という形で取りまとめて提案をしたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、年度末の報告書についてはこのように検討を進めていくということでよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

〇日髙委員長　ありがとうございます。それでは、そのようにさせていただきたいと思います。

次に、協議事項の（２）、次回の委員会についてであります。

次回の委員会につきましては､年明けの１月19日、金曜日に開催を予定しています。

次回の委員会では、報告書に向けた検討を行います。これに加えて御希望があれば、執行部から説明を受けることもできますが、次回の委員会の内容につきまして、何か特別な御意見等はございませんか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

〇日髙委員長　それでは、ないようですので、次回の委員会の内容につきましては、正副委員長に御一任をいただきたいと存じますが、よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

〇日髙委員長　それでは、そのような形で準備をさせていただきたいと思います。

最後に、協議事項（３）その他で、委員の皆様から何かございますか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

〇日髙委員長　それでは、次回の委員会は、来年１月19日、金曜日を予定しておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、以上をもちまして、本日の委員会を閉会いたします。

午前11時33分閉会

署　名

宮崎再生対策特別委員会委員長　　日髙　利夫