

様式第 2 号

視察研修先	北海道富良野市議会	氏名	阿 部 清
視察研修項目	ふらの版 DMO による地域密着型観光の推進について		
<p>今回の視察研修目的地は、人口 21,610 人（2019, 9 月現在）、10,894 世帯の人口減少の富良野市が、富良野に年間 200 万人の観光客が訪れるまちとして有名である。その中で、地元で 120 万人の観光客を呼び込んでいる施策を展開している。</p> <p>外国人観光客と個人旅行者の増加による、観光ニーズの変化に対応した着地型観光の開発と発信による地域観光を推進している。</p> <p>「観光・滞在・食」をキーワードに、インバウンドや長期滞在者を主なターゲットとして誕生したコンシェルジュプラノは、ふらの版 DMO の戦略的活動拠点となるべく、平成 28 年 3 月空き店舗ビルを経済産業省の補助事業を活用し、「インバウンド」「着地型観光」をキーワードとする、富良野の新たな情報発信とおもてなしの戦略的拠点としてコンシェルジュプラノがオープンしている。</p> <p>1 階には観光インフォメーションとガイド機能を主体に、インバウンド向けスペースショップ・プチコンビニ・富良野の食材にこだわった農村レストランを運営している。数多くの地元商品、北海道有名商品が並んでおり、2 階フロアは行政が買取り、市商工観光課・商工会議所・観光協会等のオフィスが入っている。同じ階に「ロータリークラブ」「ライオンズクラブ」「青年会議所」等の各地域ボランティア団体も間借りしている。3 階には、外国人向けのドミトリー形式と個室からなる簡易宿泊施設（3,000 円から宿泊）などを配置し、130 人位の宿泊が出来る施設となっている。地下 1 階地上 3 階の戦略的複合施設である。</p> <p>これらに、ふらのまちづくり株式会社、富良野物産観光公社を加えた 5 社による「観光まちづくり戦略会議」を構成、観光戦略について議論をする観光地域づくり組織である。この財源は、市 50 万円、観光協会 30 万円、会議所 30 万円、まちづくり 15 万円、物産公社 15 万円と各団体の負担金からなっている。</p> <p>事業内容は、満足度調査・マーケティング検討調査・人材づくり（動画作成配信）・フォーラム開催経費などのソフト事業等の取り組みを行っている。</p> <p>コンシェルジュプラノの役割は、マーケティング「お客様の心の中を中心に考える。」として、旅行者の行動の変化に対応するためにきめ細やかな環境やメッセージを顧客の内心に合わせたマーケティングの構築を目指している。</p> <p>今後の課題として、</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) グーグルアナリティクスを活用—WEB サイトでも国別に状況や課題が異なるため、個別の対応が必要になるが、特に、スマートフォンによるインターネット閲覧割合の全国的拡大は大きく最優先して修正は必須である。 2) 富良野エリアの観光のさらなる質的向上を目指すと共に、観光客及び地域住民の多様なニーズに対応した中心市街地と地域経済の活性化を図っていくことである。 <p>オールシーズン滞在型の国際観光地に向け、持続可能な観光地づくりをしていくには、</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 循環型観光・・・リピーターとして何度でも来たくなるまち。市内を回遊しやすい環境を創りながら景観を、100 年後の子孫に今以上にしてお返しするために地域の価値をあげ、 			

満足度と質の向上と通年平準化を目指していくことが必要である。

- 2) 情報発信の改善・・・スマホサイト改善の優先は必須であり、インターネットの動画閲覧を占める割合が2021年には80%まで増加する。動画コンテンツを活用していくことが大切である。
- 3) 中国11億人が利用するデジタルサービスで情報発信し、中国からのアクセス増や、中国語サイト閲覧数増加目的を分析し、来訪につながる情報提供へと改善していくことが必要である。

所見

「おもてなし」を十二分に発揮し、お客様の求めるものにすぐ答えられる環境を作り上げている。観光地に来て、自分が今やりたいものはすぐアプリで検索し、自分のやりたいことを行動していく観光客が多い中、かゆいところに手が届く情報発信は、観光客の安心感と楽しさを倍増させるコンセプトがある。お客様を最適な環境において、一人一人に最適なメッセージを提案することはお客様の心をつかむ事が出来るものと信じる。

本市においても、ぐるなびや様々な形で情報発信しているが、特に感じるのは「ふるさと納税」の素晴らしさである。流通米がこれだけ多くのふるさと納税者に返礼品として、認められている自治体は少ないものと感じている。情報発信の大切さと、どれだけきめ細やかな情報を提供できるかが問われる時代になっている。世界各国に情報発信できる環境にあるし、情報収集も大きな観光資源の源になる事を学んだ研修でした。

様式第2号

視察研修先	北海道富良野市議会	氏名	阿部 清
視察研修項目	民間を主軸にした官民協働による複合的中心市街地活性化事業について		
<p>富良野市は、北海道のほぼ中央にあり、ドラマ「北の国から」の放映の影響により多くの観光客が訪れ200万人を超える。周辺地域を含め北海道を代表する観光地となっており、1市6町村で「富良野・美瑛観光圏」を形成している。6月から9月までは、ふらののラベンダーとして環境省から「かおり風景100選」「十勝岳山麗に広がる田園風景」として、自然が織りなす日本の風景100選に選ばれ、市町村の魅力ランキング調査ではトップ10にランクインされている人口21,610人のまちである。</p> <p>平成19年北海道社会事業協会富良野病院移転に伴い、空き地や未利用地が大量発生し、商店街の衰退による店舗の減少、賑わいの喪失や街中住居人口の減少がおこり、中心市街地の魅力の喪失が懸念された。まちの顔であるべき中心市街地が元気にならなければ未来が開けないとの思いから、行政の役割はコンパクトなまちづくりを行っていくというブレの無い政策展開中心市街地活性化基本計画をつくっている。行政主導の活性化でなく、まちづくりの一環として取り組むには行政主導でなく、民間の投資を後押しできる仕組みづくりと多様な都市活動を持続可能とするためのまちづくりをするための事業としている。</p> <p>青年会議所のメンバーも、病院移転による商店街の衰退を懸念していた。倉本聡が制作した北の国からのドラマが富良野の魅力を引き出してくれている「今なら何かできる」と信じ、観光客誘致に精力的に動いていた。富良野という素材があり、メディアが大きな力でその魅力をアピールしてくれたようだ。</p> <p>青年会議所のメンバーは、滅びゆく商店街が再生のテーマだから、通過型の施設ではなく、観光客も高齢者も若い人も、みんなが歩いてショッピングが楽しめるような街にしたいとの思いが大きかったようだ。</p> <p>当時は、250万人の観光客が押し寄せているにも関わらず、市街地に足を運ぶ観光客は7万人程度であった。</p> <p>青年会議所は、平成18年中心市街地の活性化の道を探すため跡地利用計画協議会を立ち上げ、行政も民間のウエイトを重視し連携して取り組んでいった。</p> <p>まちづくり会社（株）を中心市街地活性化事業の推進母体に</p> <ul style="list-style-type: none"> ○まちづくりを継続するためには、事業推進母体が収益を上げることが必須である。 ○公的性格を有するまちづくり会社が、国の補助金や制度資金の受け皿となり、事業主体となってまちづくりを推進していく。 ○まちづくり会社は複合施設のオーナーとなり、働きの収入や売り上げマージン収入などで収益を上げながら、中心市街地の活性化事業に再投資を行い、開発事業を行政と協働により継続的にしていく。 ○平成15年10月設立 <ul style="list-style-type: none"> 資本金1,035万円（19権利者）（市出資額100万円） 平成19年増資 <ul style="list-style-type: none"> 資本金8,350万円（59権利者）（市出資額100万円） 			

○市には増資を求めず、商工会議所役員で経営責任を持つ体制づくりをする。

中心市街地活性化基本計画事業概要

○フラノマルシェ整備計画・・・移転した病院跡地を活用し、富良野食材や加工食品（乳製品）の販売・飲食等の店舗・フリーマーケット等イベント等の多目的広場を整備、国道沿いの玄関口・拠点としての機能

○ネーブル・タウン整備・・・商店とその周辺を市街地再開発事業により一体的に開発し、スーパー銭湯・高齢者住宅・クリニック・店舗・事務所・住宅等を整備することにより、商店街の再生を推進

○まちなか住居促進・・・空き地を利用した集合住宅等建設推進のため、商店街、不動産会社、金融機関で構成する「まちなか住居推進会議」を設置し、情報交換、窓口相談を実施している。

フラノ・マルシェ

施設目的・・・中心市街地に観光客の取り込み拠点を作り来街者を増やし、「まちなか観光」の情報機能を充実させ、商店街と連携をはかりながら街中回遊を促進し歩行者数の増加を目指し、中心市街地全体の活性化につなげることを目的としている。

入場者及び売り上げの推移

2010年度（平成22年） 55万5千人・・・4億9千2百万円

2014年度 85万1千人・・・5億9千万円

2015年度（平成27年） 118万1千人・・・7億3千3百万円

2018年度 120万5千人・・・7億2千4百万円（9／6いぶり東部地震）

建設投資効果・・・3億7千万円 → 5億9千万円 → 1.59倍

消費効果・・・5億円 → 9億5千万円（H21 8ヶ月分）

雇用効果・・・マルシェ及び関連企業 → 98人（独）中小企業基盤整備機構H23

所見

富良野市は、昭和の終わり頃の連続ドラマで20年間続いた「北の国から」の映像が平成の14年頃には、富良野の観光客は250万人を超える勢いでした。現在においても年間200万人の観光客が訪れています。そのうち中心市街地のフラノ・マルシェには120万人の観光客が訪れていました。私たちが、市の職員に案内された日は平日にもかかわらず、多くの観光客の方が買い物をして賑わってた。

寒河江市でも、チェリーランドの道の駅に多くの観光客が来ており、似たような印象を受けたが、大きく違う所は、前文で説明したが、観光客も、高齢者も若者も、みんなが歩いてまちなかでショッピングが楽しめるようなまちづくりも必要かと感じた。

様式第2号

視察研修先	北海道上川郡美瑛町議会	氏名	阿 部 清
視察研修項目	廃校を活かした取り組みについて		
<p>美瑛町は、1982年フランスで始まった「日本で最も美しい村連合」に加盟し、美しい花と遠くの山並みが絵になる素敵な観光スポットの多いまちであり、街並みがよく整備された人口10,370人の町である。</p> <p>昭和46年に廃校になった旧千代田小学校は、昭和62年7月に風景写真家故前田真三氏の写真のギャラリーとして開館・CMにも取り上げられ観光客が訪れるようになっている。俳優の榎木孝明氏の絵を100点ほど展示や他の絵も展示されている体験交流館・ほかに農産加工交流施設・レストラン運営事業・食品加工事業者へ売却・地元産木材を加工する製造工場（森と農の美田学舎）無償提供などの12校が、指定管理や売却したもの直営などで運営している。残り3校のうち1校は美瑛町東京事務所を介し、ヤフー株式会社と基本合意しており、あと残り2校を募集している状況である。</p> <p>平成17年度に地域再生法が施行され、自治体の裁量による多種多様な用途での活用が出来るようになり、民間事業者による運営が増えてきた。地域コミュニティの中核としての役割を担う貴重な公共的財産として、たくさんの思い出のつまった校舎を有効に活用して欲しいと願っている。</p> <p>今回は、北瑛小麦の丘体験交流施設での視察研修である。同じ敷地に体験研修施設と体育館、研修生の宿泊室があり、地域住民交流室や公民館的役割も果たしている。その一角にレストラン「ビブレ」がある。「安全で美味しい食づくり」をテーマに改築した施設である。農業・食・観光をテーマとした小麦を中心に地元食材を使った料理の提供により、都市と農村との交流、地元農産物の販路拡大や観光客の増加を目指している。パンは、石窯パン工房でパンを製造しており、パン工房において体験パン作りも行っている。</p> <p>所見</p> <p>本市は、人口減少の状況にあるがまだ美瑛町のような環境にはないが、市立田代小学校が平成25年3月廃校になった。平成26年に第2期田代地区地域づくり計画を定め、「10年後も、20年後も田代のままであり続けよう。」と地域づくりに取り組んできた。平成30年に地域の協力の元、コミュニティビジネスの拠点として学びの里 TASSHO 体験型宿泊施設としてオープンした。ビブレは「美瑛町北瑛小麦の丘体験交流施設」の一角にある。研修の前に昼食を食べた。平日の1時頃であったが多くのお客さんで賑わっていた。このオーナーは料理雑誌では有名な人物で本店は札幌にあり、北海道の過疎化が進んでいる別のまちにも店舗を抱えて繁盛しているとのこと。周りには交流施設の他ポツンと農家の家が見える所である。見渡す限りの丘の畑しか見えない場所であるが、多くの人が食事をしていて、田代地区民の活躍を応援したい。</p>			

様式第 2 号

視察研修先	北海道千歳市議会	氏名	阿 部 清
視察研修項目	千歳市防災学習交流施設「そなえーる」について		
<p>石狩平野の南端に位置し、北海道では比較的雪の少ない地域であり、札幌まで電車は30分ほどで到着し、新千歳空港は15分で行ける町でもある。東部は丘陵地帯で畑作や酪農などの農業が盛んである。中央部は、市街地、工業地帯、空港、防衛施設、農地などに活用され、西部には周囲40kmのカルデラ湖支笏湖が位置しており、周囲には、ホテルや温泉宿が点在、インバウンドを含む多くの観光客で賑わっている。</p> <p>千歳市は、自衛隊基地が市街地の三方を取り囲むようにあり、北東に陸上自衛隊、南東に航空自衛隊、南西に北千歳駐屯地が位置しており、延長10kmの公道は北海道大演習場とつながっている。装軌車両が頻繁に通行するため、沿線住民から騒音、振動による被害が寄せられていた。課題解決のための1つに防災対策の推進や自主防災組織の充実などから、住民要望の防災学習交流施設の整備が決定した。平成17年補助事業として採択され、平成22年にオープンしている。総事業費は21億円で防衛省管轄国庫補助75%、残り25%を起債75%・市費25%に振り分けている。</p> <p>市民の防災意識を高めるため、市総合防災訓練や町会、自主防災組織等による消火、救出等の防災訓練、救急救命率向上の講習会、市民を対象とした防災関連講座、防災イベント等の事業を展開している。利用状況は、平成25年度47,484人・平成27年度42,027人・平成29年度41,892人、開設から10年目を迎え今年5月で40万人を突破している。</p> <p>市民や市内の小中学生には、災害から自分の身を守る自助や共助、公助などについて防災学習や災害模擬体験を通して防災を学び、関心を高め市民・その他の団体も含め意識付けをしている。</p> <p>今後の課題として</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 展示・体験施設の利用だけでなく、防災学習や防災訓練に多くの参加をいただき、連携して各種防災事業に取り組む施設運営を工夫していきたい。 2) ハード面では開設から10年を迎えることから、展示物や体験設備の更新を考えているが、予算の確保が課題となっている。 <p>所見</p> <p>開館10時にもかかわらず、9時30分からの視察研修に対応していただき感謝です。研修後、地震体験コーナーでの震度7の体験では、阪神淡路大震災や新潟県中越沖地震、東日本大震災、熊本地震の模擬体験をした。東日本の揺れを改めて地震の強さを実感した。特に、直下型の地震の揺れは激しく、すぐに揺れが大きくなりしがみついているのが精一杯でした。また、コンセント火災の実演や煙幕の中、自分でドアを探し、出口を探す訓練も初めての体験であった。良い体験になった。実際に起こり得る体験は一度経験するとそのすごさがわかる。寒河江市でも毎年防災訓練を行っており、子どもから高齢者まで様々な体験型訓練があればと思いつきながら体験してきた。</p>			