

平成 27 年度

## 茅野市議会経済建設委員会研修視察報告書

(経済建設委員会 特定事件継続調査報告書)

研修期日：平成 27 年 11 月 17 日(火)、18 日(水)、19 日(木)

調査対象：Ⅰ 大分県豊後高田市

『定住支援について』

Ⅱ 熊本県阿蘇市

『観光施策について』

『旅館組合・観光協会と市の連携について』

Ⅲ 鹿児島県鹿児島市

『観光政策について』

『観光統計の活用について』

参加委員： 委員長 樋口 敏之

副委員長 伊藤 勝

委員 丸茂 岳人

委員 両角 秀喜

委員 篠原 啓郎

委員 山岸 正衛

市随行者： 産業経済部長 国枝 俊二

議会事務局主査 田中 美和

## I 調査先 大分県豊後高田市

### 1 調査項目 『定住支援について』

対応者 議会 副議長 成重博文氏  
議会事務局 主幹兼庶務係長 次郎丸浩一氏  
地域活力創造課 統括主幹兼定住促進係長 馬場正年氏

### 2 調査期日 平成27年11月17日（火）午後1時30分～3時30分

### 3 市の概要（平成27年10月末日現在）

人口：23,358人 世帯数：10,575世帯  
行政面積 206.6km<sup>2</sup>

### 4 調査の目的

（株）宝島社『田舎暮らしの本』の「住みたい田舎」ベストランキングにおいて、3年連続ベスト3に入っている豊後高田市には、必ず茅野市において参考となる取組や地域創生の原点、人口増のヒントがあるという確信のもと、100を超える定住支援策について調査を行った。

### 5 調査内容

地域活力創造課統括主幹兼定住促進係長馬場正年氏から定住支援について説明を受けた。

市長の特命のプロジェクト課である地域活力創造課(当市でいえばまちづくり戦略室か)5人が市の存続をかけ、危機感をもって定住政策を行い、独自の施策を次々と打ち出している。主なものは、「住環境整備の推進」「婚活事業の推進」「健康なまちづくりの推進」「子育て支援のさらなる充実」等。



## 概要

### (1) 住環境整備

- ① 定住者向け分譲団地の販売。格安の値段(坪単価3万円～)で販売。

「犬田住宅団地」「城台住宅団地」

- ② 子育て支援住宅

移住者専用として、保育園・小学校・中学校・高校の徒歩圏内に賃貸で販売。

一戸建てと集合住宅の2種類、月48,000円。

「住まいるハウス」「エミール城台」

- ③ 新婚さん応援住宅

県の住宅を借り上げて5年の期間で月4万円の家賃。「ハピネス・ステージ」

- ④ 移住者向け市営住宅

空き家を市が借り上げ、改装し移住入居者を優先に。月4万円。

「虹いろ住宅」等

### (2) 婚活事業の推進

行政が中心になって商工会議所、民間NPO、企業、民間団体に構成する婚活応援体制の構築。(豊後高田市婚活推進協議会 会長：市長、顧問：県議、議長)

縁結びお世話人を設け婚活を推進している。結婚には結び付けることは、お世話人が行い、行政はその後押しをする。成婚の場合、奨励金10万円がお世話人に支給され、新婚さんにも生活応援のため10万円が支給される。成婚の場合の家賃補助やお世話人が見合いをさせたとき、婚活イベントに参加時にも補助を出す。他にも婚活サロンの開催等。

### (3) 子育て支援と教育支援

- ① 市営の無料塾「学びの21世紀塾」

人の力が地域の活力を生むとの考えで教師OBが講師となり取り組んでいる。

- ② 保育料も安い、2人目以降、3歳未満の保育料が無料。第3子以降は3歳以降も無料。

- ③ 出産祝い金 第1子、第2子には5万円、第3子以降には10万円の援助。

### (4) 人口自然減の解消のために健康を取り入れた取組。

各健康づくり教室、健康ウォーク、健康教室等。

## 質 疑

### ■支援策について

問1：御市では、定住促進のため、子育て世代の方が住みやすいまちづくりや、就業支援、住居の斡旋など様々な事業に取り組まれています。どのような事業がより利用されていますか。また、移住の決め手となる施策(取組)はどのようなものでしょうか。

答)：平成26年度の実績としては、空き家バンク事業を利用して移住した方が42世帯106人、ハッピーマイホーム新築推進応援奨励事業が7世帯17人、子育て世帯いらっしやい引っ越し応援事業で18世帯56人、その他の事業と合わせて117世帯247人となっている。

問2：婚活・結婚応援体制についてご教示ください。

答)：婚活については、市職員の関与はないが、豊後高田市婚活推進協議会で進めている。個人情報への取扱いは難しいが、婚活を成功させるためには、身上書をご提出いただいた方が良いことは利用者に伝えている。若い方への働きかけとしては、お節介と思われても積極的に声掛けをしている。昨年までは、イベントが多かったが、今年はプライバシーに配慮しながら引き合わせしている。

問3：定住促進のための支援策は、定住・移住希望者の要望を調査し、施策とされたのでしょうか。

答)：定住支援策は、必要と考えられるものを市が提案し施策とした。

### ■就業等について

問1：移住された方の就業先はどのような職業でしょうか。御市は、昭和の町など魅力的な観光地がありますが、観光関連施設等に就業される方も多いのでしょうか。また、就業先の産業ごとの割合や、移住された方の所得についてご教示ください。

答)：市民が豊後高田市内で就業している割合は、半数程度と感じている。職種としては、公務員が多い。就職先は近隣の中津市にダイハツの工場などがあり、それらの工業団地への就職や、土木関係の仕事に従事される方が多い。また、豊後高田市では、ソバの産地化、白ネギの特産化に努めている

ので、農業に携わる方もいると思う。就農支援も行っている。所得については把握していない。

問2：御市に移住し、近隣の市町村の企業へ就業される方の割合はどのくらいでしょうか。

答)：統計は取っていないが、半数程度と感じる。

問3：一般的に大都市の方が物価や賃金の水準が高いと感じますが、御市の物価は他市町村と比べどのような水準でしょうか。また、近隣の市や県と比べ賃金はどのような水準にありますか。

答)：大分市に比べれば低いと感じるが、近隣の市町村と比べると大差ないと感じている。

#### ■定住促進団地について

問1：定住促進団地の販売にあたり、民間の事業者との軋轢はありましたか。

答)：企業誘致に取り組んできたが、なかなか企業誘致が進まなかった。城台は元ミカン山であったが、企業誘致ができず塩漬けの状態であった。企業が進出しなければ住む人もいないだろうということで、事業者による宅地造成は行われなかった。当時、豊後高田市は、宇佐市に比べて土地の価格や賃貸料が高かったため、民間が分譲地を造成しないのなら、市が安い分譲地をつくるしかないと考え造成したので、民間の事業者から苦情はなかった。契約は不動産会社が行っている。市は、土地のやり取りのみではなく、政策的にフォローし、土地・建物の流動化を図る。

#### ■その他

問1：移住者の移住前の居住地についてご教示ください。(近隣の市町村からの転入でしょうか。または、遠隔地からの転入でしょうか。)

答)：大分県内の中津市、宇佐市、大分市からの移住が多い。

問2：新たに移住された方と長く居住されている方との間に感情面での問題等がありますか。

答)：田舎の習慣については、移住前にお話ししている。市を挙げて移住には飲

迎という雰囲気であるので、トラブルは少ない。

問3：田舎暮らし体験についてご教示ください。

答)：観光まちづくり会社が管理運営を行っている。宿泊場所ヴィラフロレスタは市所有の建物。建物の利用は、夏休みや休日が多く、平日は少ないので、その時期に安価に田舎暮らしを体験していただく。

## 6 茅野市での展開の可能性

時あたかも地域創生の言葉に踊らされている感があるが、豊後高田市は特命の地域活力創造課がすべて主導し、人口減対策(定住施策)を行っている。地域創生の掛け声に乗り、全国の取り組みは「金太郎あめ」になりがちだが、豊後高田市は特に教育と子育て支援に独自性を持って行っている。

例えば教育では行政が教育の底上げを担っており、「学びの21世紀塾」の影響が学力は県下8年連続トップクラス、全国3位に相当する。

定住支援は今まで以上に更にきめ細かく踏み込んで対応している。地域活力創造課が昨年より更にバージョンアップしている感があった。

財政の関係は使える補助金は全て使う考えのもと、過疎地域自立促進のための地方債(過疎対策事業債)と合併特例債を上手に利用している。

また豊後高田市をもっと知ってもらおう取組も積極的に展開していた。(テレビ等のメディアの対応や情報発信等)移住・定住の動画は移住された人に依頼し、かなり安価で作成している。

豊後高田市から学ぶ点は多い。豊後高田市はありとあらゆる方面から諸施策を打っている。説明にひしひしとその情熱が伝わってきた。

市長命令ではあるが、豊後高田市を知ってもらい、住んでもらいたいという単純な理由からにも関わらず、行政がそこまでするのかの施策には驚きを覚える。茅野市での展開の鍵は行政や私たちを含め本当に危機感があるかにかかっていると感じる。地域創生の取り組みも、国からの押し付けだとどうしても横並びになってしまうきらいがある。私たち議員も単なる提案でなく本物の施策の提言を行う必要がある。

## II 調査先 熊本県阿蘇市

- 1 調査項目 『観光施策について』  
『旅館組合・観光協会と市の連携について』

対応者

議会事務局 事務局長 石寄 寛二氏  
阿蘇市役所 観光課 課長 市原 巧氏  
阿蘇市役所 観光課 観光振興係長 石田 靖之氏  
阿蘇市観光協会 事務局長 松永 辰博氏

- 2 調査期日 平成27年11月18日（水）午前10時～正午

- 3 市の概要 （平成27年10月末日現在）  
人口： 27,653人                      世帯数：11,355世帯  
行政面積 206.24km<sup>2</sup>

### 4 調査の目的

世界に誇る「阿蘇山」や、阿蘇五岳を中心とした雄大な自然景観、のびやかな田園風景など、特色ある資源と九州の東西・南北の交通ポイントという広域ポジションを活かした観光振興を進めている。茅野市の観光4エリアに取り入れられる課題を探る。

### 5 調査内容

観光振興係長石田靖之氏より阿蘇市の観光についての説明を受けた。



## 概要

### 1 緑息づく火の神の里 阿蘇市の概要

- ・阿蘇五岳を中心とする世界最大級のカルデラや広大な草原を有し平坦地の阿蘇谷と傾斜地の阿蘇外輪地域で形成されている。
- ・年平均気温が13℃で、年間降水量約3,000ミリと、冷涼で多雨な地域である。平坦地では稲作を中心とした農業が盛ん。山間地では高冷地野菜の生産に取り組んでいる。
- ・観光客数が群を抜いて多く、平成24年には1,600万人を超えている。

### 2 阿蘇市観光客数の推移

- ・平成22年、23年と増加を続けたが、平成24年に九州北部豪雨災害による阿蘇山域の土砂災害で客数は減少に転じた。平成25年には増加したが、平成26年に阿蘇山中岳の噴火により少し減少した。平成26年度の日帰り客数約462万8千人、宿泊客数約73万5千人であった。
- ・阿蘇駅観光案内所の利用者数をみると、平成24年度から日本人観光客は減少しているが、逆に外国人観光客は増加してきた。平成26年度外国人利用客は12,366人、国内利用者数は7,830人であった。

### 3 世界ブランド「世界グローバルジオパーク」に認定された。

- ・ジオパークとは、貴重な地質や文化など、中岳を中心とした美しい景観も兼ね備えた地域であり、地球のダイナミックな活動を感じることができる、大地の公園である。
- ・平成26年9月に世界ジオパークネットワークへの加盟が認定された。
- ・ジオパークではそれぞれ30カ所の見所を「ジオサイト」として阿蘇火山全体にストーリー性をもたせ、阿蘇ジオガイドが阿蘇の魅力を紹介している。

### 4 火の国阿蘇の恵みのブランド「然」～阿蘇の「振興と観光」の市民ブランド～

- ・今までの阿蘇の観光としては、自然を楽しむ、景観を楽しむ、阿蘇の山を見学するといった観る観光が中心であった。
- ・阿蘇の自然の中で物を作り出す人、生産している人、活躍している人にスポットを当てた取組を行っている。阿蘇の人の魅力を発信していく。
- ・豊かな大地、美しい水、そうした自然の富を背景とした人々の暮らしの姿そのものが、阿蘇の財産であり誇りである。という考えに立ったメッセージ。それが「然」である。



## 5 着地型観光商品「阿蘇カルデラツアー」

- ・阿蘇にしかない季節ごとの絶景や、地元の人しか知らない穴場や、ちょっとした体験ができる。
- ・阿蘇カルデラツアー
  - ① 乙姫スターライトトレッキング（通年）  
美しい夜空を眺め、馬に乗って引手なしで草原を散策するツアー。
  - ② ジオガイドと行く阿蘇火口ウォーキング（通年）  
阿蘇五岳周辺を専門のジオガイドと一緒にトレッキング。
  - ③ 雲海涅槃像ツアー（10月から11月）  
お釈迦様が寝ているような姿から「涅槃像（ねはんぞう）」と呼ばれる美しい「阿蘇五岳」を早朝から眺めるツアー。

## 6 阿蘇草原保全活動センター

- ・今年オープンした草原環境を学習する全国でも珍しい施設である。
- ・学校教育や修学旅行も受け入れ可能。
- ・草原トレッキング草原を守るプログラム体験。
- ・多目的会議室を完備、企業研修の受け入れ可能。
- ・春先の農作業、阿蘇の野焼きをする農家の減少。野焼きボランティアの実技指導を行っている。

## 7 中岳火口の現状

- ・現在レベル3になり2Km圏内は立ち入り禁止、「中岳火口」については火口見学できない。（平成27年11月24日にレベル2に引き下げられた。）
- ・周辺地域からは、現在も火山活動が続く「中岳火口」を見ることができる。
- ・阿蘇火山博物館、草千里ヶ浜周辺は噴火活動前と同じ状況で見学できる。

## 8 観光情勢・ニーズ

- ・見るだけの観光から体験する観光に変ってきている。
- ・旅行先でしか体験できないものを求めている。
- ・団体旅行から個人旅行に変ってきている。
- ・インターネット、スマートフォンを使い、自分で情報を集めることができる。
- ・自宅にいながら旅行計画が立てられる。
- ・計画の8～9割は出発地で決定する。
- ・現地に着いてから調べながら旅行する。

## 9 課題

- ・阿蘇地域を益々活気のある地域にしていかなければならない。
- ・観光客への交通手段の充実を図っていく。
- ・阿蘇の素材を活用した「オンリーワン」な体験の開発。
- ・出発地への情報発信。
- ・海外観光客の「おもてなし」の向上。

## 10 質疑

問1：旅館組合や観光協会の方が宿泊客を増やす取り組みをされている記事が「とーりまかし」2012年3月号に掲載されていますが、現在の状況についてご教示ください。

答)：外国人のお客様にも夜の町に出させていただこうと、飲食店と協力して、英語のメニュー、お勧めの一品、おおよその料金が分かるパンフレットを渡している。多くの店ではカード決済も出来るようにした。またグーグルマップと連動して宿から店までをマップで案内する。2020年までにはすべての店でカード決済が出来るよう取り組んでいる。

問2：旅館組合の女将さん方が力を入れて取り組まれている活動はありますか。

答)：旅館組合加盟が21件あり、その内で女将の会を結成して活動している。平成23年に「2泊3日できれいに痩せる」という滞在型の旅行商品をつくった。まだまだ人気は少ないが、滞在型旅行を進めていく。

問3：観光振興にあたり、中心となる方はどのような立場の方でしょうか。(市が主導されているのでしょうか。または、観光協会等の方でしょうか。)

答)：観光課と観光協会が連携して、共同でおこなっている。

問4：旅館組合、観光協会等へ対して、補助制度はありますか。

答)：補助金は出している。今年度は、観光組合に対しては900万円、温泉組合・旅館組合に対して1,450万円を入湯税から出している。

問5：阿蘇市は、阿蘇くじゅう観光圏の主たる滞在促進地区の阿蘇牧内温泉を有し、観光圏の中心でもあります。市と観光圏はどのように連携されていますか。

答)：阿蘇くじゅう観光圏の事業は、「阿蘇地域振興デザインセンター」が主体となって行っており、阿蘇市も職員を派遣している。

「阿蘇地域振興デザインセンター」は、平成2年に阿蘇地域の自然環境を守りつつ、観光開発と地域づくりを行う主体として、熊本県と阿蘇郡12ヵ町村(後の阿蘇市含む)の出資によって「阿蘇環境デザインセンター」として設立された。平成10年に「地域振興デザインセンター」に変更した。基金は3

0億円。(15億円を12ヵ町村が出資、残りの15億円を県が出資)必要経費は基金の運用で賄っている。デザインセンターの事業の一つとして、「阿蘇くじゅう観光圏」の事業を行っている。

問6：阿蘇市から阿蘇くじゅう観光圏への負担金はありますか。

答)：負担金はなし。

## 6 茅野市での展開の可能性

美しい夜空を眺め、馬に乗って引手なしで草原を散策するツアー、阿蘇五岳周辺を専門のジオガイドと一緒にトレッキング、お釈迦様が寝ているような姿から「涅槃像(ねはんぞう)」と呼ばれる美しい「阿蘇五岳」を早朝から眺めるツアーなどの、泊まらないと体験できない、着地型の観光商品の開発に力を入れている。これらの客数はまだ少ないようであるが、認知度が高まればこれから伸びてくると考えられる。

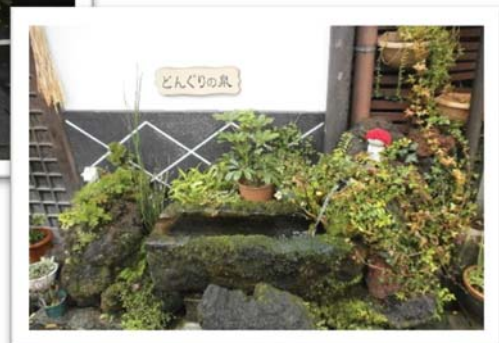
旅館組合は、3種の旅行業を取得し、自ら誘客している。やはり必死になって取り組んでいることが感じ取れる。

観光情勢は、見るだけの観光から体験する観光に変わり、観光客は、旅行先でしか体験できないものを求めている。また団体旅行から個人旅行に変わってきている。

その地域の特色をいかに出して周知していくか、また既にある魅力をいかに向上させるかを考えることが誘客率の向上につながると考えられる。



店舗の前には、工夫を凝らした「水基(湧水)」があり、水基巡りも人気を集めている。



阿蘇一の宮門前町商店街と「水基(湧水)」

商店街の方が自発的にまちづくりを進めている。

### Ⅲ 調査先 鹿児島県鹿児島市

**1 調査項目** 観光政策及び観光統計の活用について  
対応者 鹿児島市議会 副議長三反園輝夫氏  
鹿児島市議会事務局 政務調査課 主任 中尾進也氏  
鹿児島市 経済局観光交流部  
観光プロモーション課主幹（戦略係長） 満吉 通氏

**2 調査期日** 平成27年11月19日（木）午前9時30分～11時00分

**3 市の概要**（平成27年10月1日現在）  
人口：605,614人 世帯数：274,523世帯  
行政面積 547.57km<sup>2</sup>

#### 4 調査の目的

鹿児島市は全国的に名の知れた一大観光地であり、茅野市に比べ観光戦略や、状況分析は先進的なものが多々あり、これらの詳細を確認し、茅野市の観光戦略に取り入れる。インバウンドの取組、スポーツ合宿、修学旅行の誘致においても積極的であり、規模は違うものの、取り組み方等で参考となるものを学ぶ。また広域という観点では、霧島、指宿、南九州市と連携した観光プロモーションを行っており、今後諏訪広域での観光PRを行っていくうえで参考にしたいと考えている。

#### 5 調査内容

観光プロモーション課主幹（戦略係長）満吉通氏より、鹿児島市の概要、新幹線を軸とした観光プロモーションの説明を受け、事前に提出した質問に対して回答を得た。



## 概要

### 1 鹿児島市の紹介

- ① 鹿児島市の歴史は14世紀島津氏が鎌倉より同地に入り、薩摩・大隅・日向の三国を統治した700年の歴史を持つ島津氏の城下町として発展する。
- ② 観光戦略の基本に、歴史を重視しており、加えて温暖な気候が生み出す自然の恵み、食を観光戦略の目玉としてアピールしている。  
鹿児島オリジナルの魅力の向上として、明治の産業革命遺産を使った、感動・体験・回遊できる街づくりを進めている。

### 2 九州新幹線全線開業に向けて

- ① 平成23年3月九州新幹線が全線開業し、それまで鹿児島中央～博多まで3時間40分だったものが、1時間17分に短縮された。これに伴い鹿児島中央駅周辺の整備を進め、観光客にやさしいハード整備を行っている。
- ② 観光名所として具体的には、歴史ロード“維新ふるさとの道”、溶岩なぎさ公園足湯、湯平展望所、積水展望広場、平川動物公園、かごしま水族館、鹿児島市観光農業公園等の整備/リニューアルを実施。
- ③ 公共交通機関の整備  
市内を走る公共バス（カゴシマシティビュー、サクラジマアイランドビュー、観光電車）等に約64億円、よりみちクルーズ（桜島フェリー）等船舶に46億円の補助を行っている。
- ④ 民間業者との取組  
鹿児島中央駅周辺及び天文館に、ホテル、商業施設、観光施設、映画館等の開発事業を実施している。

### 3 九州新幹線全線開業の効果

- ① 観光客数は開業以降増加傾向にあり、平成26年度は前年比0.9%増の336万6千人となり過去最高、内訳：県外客数256万4千人、県内客数80万2千人となった。
- ② 外国人観光客数  
前年比30.9%増の12万6,312人で過去最高の人数。

国別内訳：台湾 26.7%、香港 17%、韓国 13.5%、中国 12.6%  
となり、この4か国で全体の約40%占めている。

③ 九州新幹線全線開業による経済効果

鹿児島県の経済効果 463億円

鹿児島市の観光消費額 772億円（平成15年）→996億円（平成25年）となり29%増加している。

4 九州新幹線全線開業後の取組

① 観光未来戦略の策定・推進

基本コンセプト：観光交流都市“かごしま”出会いと発見・感動あふれる

数値目標：観光客数1,050万人

宿泊観光者数350万人

外国人観光客数16万人

基本戦略1：鹿児島オリジナル魅力の向上

～感動・体験・回遊できるまちづくり～の実施

○各種の観光事業展開

○季節ごとの新たな観光イベントの創出

○明治維新150年カウントダウン事業等

基本戦略2：鹿児島ならではの情報の発信

～効果的な情報戦略の展開～

○特産品のトップセールス

○各種広告媒体を使った観光宣伝

○季節ごとの地域情報を県外の旅行代理店/マスコミに発信

○コンベンション・スポーツキャンプ・修学旅行等の実施

基本戦略3：おもてなし先進都市「鹿児島」づくり

～観光客に「優しい「受け入れ体制づくり」～

○もっと知ろうよ観光鹿児島講師派遣事業

（官民一体となった「おもてなし」の向上を図るための観光関係  
の研修会に講師を派遣。）

○かごしまボランティアガイドの育成

○バリアフリーの推進

○市電軌道敷の緑化事業 全長8.9km、芝生面積3万5千km<sup>2</sup>

○観光案内所等の充実

基本戦略4：南九州及びアジアのゲートウェイ「鹿児島」づくり

～ハブ機能を異化した集客拡大～

○ウェルカムキュート運営事業

外国人観光客用の各種公共施設、乗り物の共通券や割引券の販売

○東アジア等観光客誘致宣伝事業

東アジアを中心とした観光プロモーションの実施

○九州縦軸4市観光連携事業(福岡市・熊本市・北九州市との連携)

○大型クルーズ船の誘致・受入

○アジア太平洋都市観光振興機構(TPO)への加盟

○海外直行便の就航について

ソウル線週3便/上海線週2便/台北線週4便/香港線週2便

○外国人観光客への対応

WI-FI整備、免税店の拡大、体験メニューの作成、外国語表記へ  
助成等

## 5 今後の課題等

① 組織強化(推進体制の充実・構築)

鹿児島県・県内市町村・民間企業他との連携/体制づくり

② 第3期観光未来戦略の策定

時代の潮流を見極めた今後の新たな戦略の策定

③ 外国人受入体制のさらなる充実

外国語表記、WI-FI整備、免税カウンター、トイレ改修、クルーズ船対応

④ 鹿児島オリジナル観光素材の活用

⑤ 情報発信力の強化

国内におけるリピーター獲得/海外における認知度の向上

## 6 質問

### ■観光政策について

問1：観光振興関係の予算は、予算全体のうち、どのくらいの割合でしょうか。

答)：平成27年度は、当初予算で2,419億円のうち観光費は

19億9,289万円(0.8%)

問2：今後の観光客数や消費額の目標はどのくらいでしょうか。

答)：平成28年で入込観光客数1,050万人(平成26年：949万8千人)、宿泊観光客数で350万人(平成26年：336万6千人)、外国人宿泊観光客数で16万人(平成26年：12万6千人)消費額の目標は特に定めていない。

問3：スポーツ合宿や修学旅行等の誘致にあたり、市としてどのような取組をされていますか。

答)：体育館・温泉施設の整備を行い、プロスポーツ(野球・サッカー・ラグビー)の受入れ、誘致を行っている。修学旅行は新幹線沿線都市や首都圏等へ誘致活動を行っている。

問4：観光協会、宿泊施設、飲食店などや、公共交通機関とどのように連携されていますか。

答)：観光協会とは一緒に国内外にプロモーションに赴き、また、情報共有等で連携している。宿泊施設や飲食店などの民間企業は、観光PR活動を行い、市からは外国語表記やWi-Fi整備等で助成を行うなどの取組をしている。

問5：県内や九州地方としては、どのように連携されていますか。また、情報共有はどのようにされているのでしょうか。

答)：鹿児島県とは常に情報交換している。広域で霧島・指宿・南九州市の4市で連携してプロモーションを行っている。情報共有は、日常的に電話・メール等で連絡を取り合い、必要に応じて面会しての意見交換・情報交換を行っている。

#### ■観光統計の活用について

問1：観光統計は市単独で作成されていますか。鹿児島県としての観光統計もありますか、作成にあたり連携はされていますか。

答)：現在は市単独で作成している。国・鹿児島県と推計値の算出方法が異なり、来年から国・鹿児島県に合わせ、基準を同じにする予定である。



問2：観光統計を作成されたのは、いつからでしょうか。また、どのように活用されていますか。

答)：昭和40年から入込観光客数の記録が残っている。

問3：観光客数については、どのように統計を取られていますか。

答)：入込観光客数については、交通機関（鉄道・バス・自家用車・船舶）別に集計を取っている。また、宿泊観光客数については、ホテル・旅館等の宿泊客数を集計したもの。

問4：観光統計の活用範囲は、年々拡大して（変わって）いるのでしょうか。

答)：特に変わっていない。

#### ■その他

問1：観光事業に関連して、移住促進の取組はされていますか。

答)：移住促進に関しては現在特別な取組はしていない。

## 6 茅野市での展開の可能性

市の規模、観光客数等大きさに圧倒的なものはあるが、観光戦略、課題、地域の魅力の生かし方など、方向性は同じであると感じた。

身の丈に合った施策を行う事だが、明確なコンセプトをもって実施する事と、地域の人々がどれだけ地元を愛するかという気持ちにかかっているのではないかと感じる。行政としては、バランスの取れた資源配分が重要であり、一部の施策に過度な投資をして、一時的に盛り上げても長続きはしないであろう。今回、観光及び移住促進をメインに視察を行ったが、これらの施策をどこまで重要視するべきかを、全体最適の視点で、行政規模、市の予算、投資金額の費用対効果を出来る限り見極め実施していく事が重要であると感じた。

今後の茅野市においては、観光客へのおもてなし対応と共に、市民が住みやすい街づくりをコンセプトに施策を実行していく事と、インナープロモーションのような、市民にもっと茅野市を良い所を知ってもらうための取組が重要であると感じている。鹿児島市から最も学ぶべきところは、地域の魅力を積極的にアピールする姿勢(誇りを持つ)であると感じた。そのためには行政主導での積極的な、広告活動も重要と思

うが、市民一人一人がまずは茅野市の良さを再認識する事が重要であると思う。鹿児島市は長い歴史と明治維新の立役者という事もあり、地域住民が地域に誇りを持っており、それが観光客を受け入れる姿勢に繋がっているように感じる。茅野市には鹿児島市のような派手なものはないが、歴史、自然環境、風土等素晴らしい財産があるので、それを再認識する事が大変重要であると感じた。