

平成29年10月27日

福島町議会議長 溝部幸基様

福島町議会議員 溝部幸基 印

研修成果報告書

福島町議会議員の研修に関する条例第7条の規定により、次のとおり成果を報告します。

記

- 1 研修日時 平成29年10月17日(火)
- 2 研修先 北斗市(総合文化センター「かなで〜る」)
- 3 研修目的 渡島管内市町議会議員研修会
「道南の交通体系とJR北海道問題」
北海道教育大学札幌校准教授(交通政策課)
武田泉氏

「今、求められる政策〜人口減少時代を乗り越える」
時事通信社編集委員
小林伸年氏

4 成果(考察)

① 「道南の交通体系とJR北海道問題」

武田 泉北海道教育大学札幌校准教授 (交通政策課)

地方鉄道の政策に造詣が深く、改善運動を提起する「全国鉄道利用者会議」発足の中心的な役割を果たし、地方鉄道存続支援活動に取組み、同新幹線特急料金公聴会の公述人として、料金の高さから反対を表明している。

この種の話題は、公共投資の大きな流れの中で、経過や投資効果などの詳細な説明を知ることなく進行してしまうのが常である。

公述人としての国土交通省鉄道局とのやりとり、道新幹線への思い、並行在来線等JR北海道問題、地域交通観光戦略(バス・道路等)、地元の取組、国交省への要望等々、従来、あまり提示されない、住民視点での論旨展開であり、興味深く聞くことができた。

ただ、少し話術が単調で、資料を朗読するだけの感がし、内容を吟味しなければ、論旨が伝わらなかったのではとっております。

② 「今、求められる政策～人口減少時代を乗り越える」

小林伸年時事通信社編集委員

◎選ばれる自治体を目指して

○誰に選ばれるのか？

① 住民 → 「住み続けたい町」

② 町外 → 「遊びに行きたい町」 → 「ゆくゆくは移住したい町」

③ 企業 → 「営業所・工場を置いてもらいたい町」

・仕掛けて → 結果を出す (仕掛けなければ結果が出ない)

・インスタ映え 女性誌 → 素人のSNS発信

○企業本店移転の状況・要因 (都道府県別実態からの分析)

・東京、大阪、愛知が減少傾向。埼玉、神奈川、千葉、兵庫、奈良が増加傾向。

・静岡は、±0 (1500～2000社) だが、移転による経済効果が大きい。

・地価、交通インフラ等から大消費地の近郊へ移転 (倉庫が立地要件)

・製造業については、更に地価安地へ移転。

・国際収支——海外からの投資 (230万社) が増えている。(海外への投資は130万社)

○取組むべきこと (課題、対策)

① 特産物の発掘、販売 → 経済活性化 (今あるものに価値を)

・食品(農林水産)の輸出額が増加している。(北海道はホタテが人気)

・基本ベースが低いが、2014年で6117億円の実績。

・アジア70% (中国、香港、台湾。東南アジアは少子化傾向、中間所得層が増加し、美味しい物を食べる傾向が強くなっている。)

・東南アジアでのコールドチェーン(冷凍・冷蔵低温物流網)強化が進んでいる。

ヤマト運輸 → シンガポールへ翌日配送、ニチレイ → タイで保冷库温度管理システム搭載トラック配送、ベトナムに超低温装備の倉庫、カンボジアに保冷エリア整備している。

・メキシコ、ナイジェリアは、人口増傾向で食品輸出が伸びてきている。

・平成25年12月、知的でヘルシーな「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録され、世界中から関心が高まってきている。2020年の東京オリンピック開催に向けて更に需要の拡大が予想される。

・日本食レストランの海外進出の現状は、アジアを中心に増加傾向にあり、今後、

ロシア、オーストラリア(すし屋がデートコースになっている)への大幅な進出が予想されている。

・特産品への地元愛が強すぎて、受入れられないケースもあり、相手のニーズに合わせて調整する等、マーケティングをしっかりとすることが大事だ。

・農産物の成功事例として、長野県川上村の「レタス」が紹介された。標高1000mの高地では、稲作は難しく、レタスに特化し取組んできた。現状は、家族中心の経営体制、半年間強の出荷で平均2000~3000万円(コスト50%)の生産高。

長野のブランドイメージが高く、価格競争の中、東京の成城石井をはじめ、中部、関西方面に安定して供給されている。

② 観光振興 → 流動人口の増加で活気づく。

・政府のインバウンド目標数は、2020年で4000万人となっているが、2016年の現状は、2404万人で、その消費額は37476億円となっており、鉄鋼部品、自動車部品の輸出額に匹敵する大きな額となっている。

・国際空港到着数も増加傾向で、2015年の実績は、11.8億人となっており、欧州51.4%、アジア太平洋23.4%、アメリカ州16.1%となっている。

・観光交流人口の経済効果 (2014年)

定住人口1人(年間消費額125万円)

=

外国人旅行者9人(1人当たり151,000円)

or

国内旅行者(宿泊)27人分(1人1回47,000円)

or

国内旅行者(日帰り)84人(1人1回15,000円)

・インバウンドの傾向

東京、名古屋、大阪 → 全国展開 見る → 体験型 爆買 → 爆食
ゴールドルート → 新幹線乗車が目的化している

オーストラリア人の人気 ニセコ・白馬(長野) → 新幹線移動(車内でコーヒークップが倒れないことに感動している。)

・京都市の観光方針

ブームに踊らされない。(京都に来るインバウンドは爆買いしていなかった)

良いホテル、美味しい食事、お土産はほどほどに → リピーターを育てる

日本人の国内旅行者を重視 → 外貨が増えないから政府は力を入れない

旅行会社の60%は、国内旅行。

③ 地域アイデンティティ → 「…町出身です」と言えるように。

・経年劣化(50年以上)対策を要する社会インフラの状況。(2030年代にピーク)計画的な長寿命化、自治体間の統廃合などの対策が必要。

・道路のラウンドアバウト化等、若者を大切にする政策の実行。

・自殺者数は減少傾向にあるが、10歳から44歳までの男性死亡要因1位、女性は15歳から29歳まで1位、30歳から54歳まで2位の状況で深刻な課題だ

○何を強み(売り)にするか? 何もないことを逆さにとって!

・大分県豊後高田市の事例(人口23,000人:)観光客40万人(九州・関西方面)

町のお宝さがしをアピールし、魅力とした → 昔のお宝を見えるところに並べるさびれた感じを → 昭和のレトロ感を演出(店舗改修に市の助成:300万限度)

農家の倉庫を改修 → おもちゃの博物館

都会からの通勤族に地元の魅力を聞く(属性によってニーズが異なる)

20万に減少した際には、福岡市でアンケート調査・キャンペーンを展開

・地域アイデンティティとして、マイナス面をアピールし新たな展開を…!

① 鳥取県:スタバが無いが、砂場はある!

② 熊谷市：熱いぞ！熊谷（視覚効果：暑さ全国一）

③ 四万十市：人口が少ないからできるエピソード → 高校生が自習する駅
電車2時間に1本 → 待ち時間を快適に・高校生にとって何が喜ばれるか？
川西建築デザイナー → 駅舎を改装(檜造り)

*新宿駅舎建設の発想：何十万人に一人でもモラルの低い者がいる → その
対策を前提に駅舎をつくっている → 無味乾燥的な施設になっている

この種の講演・研修・実践報告等を聞く機会は、数多くある。その都度、なる程と感心し、納得することも多いのだが、その成果を有効に活用し切れてきたのかと自問すると、頭を抱える思いである。幾分かは、活動に活かしてきているとは思っているのだが、明確に説明する術も知らない。

過疎少子高齢化が進行する状況下での活動成果の求償は、難解な課題であり続けると思うが、右往左往しながらも、初心を忘れず専心する思いを新たにする機会としたい。