

岡崎市議会議長 様

支出番号	4
------	---

会派名
代表者名

自民清風会
磯部 亮次

下記のとおり、政務活動を実施したので報告します。

政 務 活 動 報 告 書

令和7年7月11日提出

活動年月日	令和7年7月7日（月）～9日（水）		
氏名	杉浦久直 神谷茂樹 金山直樹		
用務先 及び 内 容	1 7月7日	用務先	全国市町村国際文化研修所（大津市）
		内 容	世界情勢からわがまちの未来をつくる ～トップマネージャーの方のために～
	2 7月8日	用務先	全国市町村国際文化研修所（大津市）
		内 容	世界情勢からわがまちの未来をつくる ～トップマネージャーの方のために～
	3 7月9日	用務先	奈良県 橿原市
		内 容	八木駅南市有地活用事業について
	4 月 日	用務先	
		内 容	
備 考			

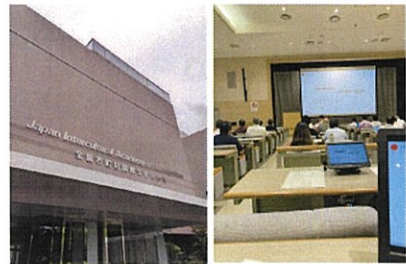
政務活動視察報告書

視察日程	： 7月7日、8日（2日間）
視察内容	： 世界情勢からわがまちの未来をつくる ～トップマネジャーの方のために～
視察者	： 杉浦久直 神谷茂樹 金山直樹

1. 研修概要

2025年7月7日～8日の2日間にわたり、世界情勢の4つのテーマで状況や講師による見立てを講義していただいた

1. 激変する世界情勢と日本の立場
2. インバウンド需要を活用した持続可能な観光地域づくり
3. 日本の食を世界へ～地方創生への道筋～
4. 国際平和文化都市の実現に向けて



2. 研修内容と今後の活用

① 激変する世界情勢と日本の立場

内容要旨：

近々では、トランプ 2.0 とし連邦政府解体、内なる敵、製造業復活を掲げ、自国中心政策が掲げられ、中国・ロシア・中東での関係で、岐路に立つ世界情勢である。経済、安全保障の面から、ロシア・中国・北朝鮮を主としたグループに対し、日本・韓国・フィリピン・オーストラリア・米国との関係をどのように保つのが重要な局面となっている。

今後の活用：

ダイバシティ（多様性）、エクイティ（公正性）、インクルージョン（包括性）の視点で、米中との関係と自立、特に岡崎市は自動車産業に関連する市民の方も多く、影響を想定しながら市民、地元企業への支援や方策を検討していくことが必要と感じられる。日本の普遍的性質をもとにした、観光への取り組みへの反映させていけられる。

② インバウンド需要を活用した持続可能な観光地域づくり

内容要旨：

ツーリズム（1年を超えず、生活環境から離れた場所での人の活動）-UNWTO 定義を基、日本国内の旅行消費額は、2024年 8.1兆円市場（市場全体 34.3兆円）と成長市場となっている。ツーリズム振興として交流人口の増加を狙い、地域内外からの投資呼び込み、雇用効果、農林水産業・伝統産業の振興、観光消費増加により自然・文化財保護、シビックプライドの醸成の効果が見込まれる。

旅行消費には、域内調達率（循環率）を重要となり、パブ・スプーク型とテーマを中心にバリューチェーンの地域で構築が重要となる。

インバウンド需要を含め、成熟市場である国内需要の拡大も図るために、司令塔として DMO を活用するなどの工夫が必要である。

今後の活用：

本市において、①中心街を中心とした歴史観光②中山間地域のオクオカ自然観光③東部地域アウトレットの商業観光の3点を中心に「国内需要、インバウンド需要」の創出を目的に「観光メニュー」や「アトラクションテーマ」の構想作りに繋げていく。

③ 日本の食を世界へ～地方創生への道筋～

内容要旨：

2024年農林水産物・食品の輸出額品目では、果物が輸出 30%欠損している。基幹的産業従事者（生産力、従事者年齢）、世界の状況（コスト、需要）の事実に基づき、①日本の食の価値への気付き②価値を活かす仕組み③価値の創造④農産物、畜産物の提供の4点を中心に

- ・商品のコア、特徴、売り込み・紹介プラン
- ・日本の食の価値と先見性 を考えると海外消費者の成長、多段階モデルの形成が必要である。輸出とインバウンドが循環をさせることで、国内生産↑、海外輸出↑、消費↑に繋げていける。また、サブカルコンテンツ（アニメなど）の連動も図ることが重要と考えられる。

今後の活用：

インバウンド観光客に対して、地域ならではの「地産物」を飲食体験として提供

することで、訪日時の思い出に強く印象付けることができます。こうした体験は、帰国後においても再訪意欲や商品購入につながるなど、リピーターとしての関係性を継続していく仕組みづくりに発展させることが可能です。

④ 国際平和文化都市の実現に向けて

内容要旨：

都市像「国際平和文化都市」を目指し、3つの柱「世界に輝く平和のまち」「国際的に開かれた活力あるまち」「文化が息づき豊かな人間性を育むまち」を基本に広島広域都市圏とし、広島・島根・山口の都市圏構造を図っている。

地域コミュニティの活性化とし、ひろしま LMO を設立し地域自治組織への支援を実施。地域コミュニティの活性化による3つの柱の基本の遂行を目指している。「平和」と「平和文化」の視点で、現実と理想のギャップへ為政者（いせいしゃ）として、リードしていく。平和を希求する唯一無二の「ヒロシマの心」を共有し、世界へ発信していく。また、この発信を中心に平和に施設を巡回するまちづくり、都心回廊、戦争遺産、歴史遺産を維持している。

今後の活用：

広島市は、重視するアイデンティティを核として、何を、どのように、どれだけ行うかを明確にし、街づくりをされていると理解した。本市においても、歴史遺産、自然遺産も数多くあり、その良さの再確認と何を核として、まちを形成していくかを考えていく

3. 総括

今回の研修を通じ、世界情勢を踏まえ、現時点での海外とのつながり、今後、想定される変化を基に、活性化、経済効果、価値観を発信していく。

本市としても「環境」「文化」「平和」の視点から取り入れられることも考える必要性もあると感じ、今後の「姿勢・役割・技術的知見」を深めることができました。岡崎市の特性を踏まえながら、これらの学びを政策提案・議会活動・住民との対話に積極的に活かし、地域社会づくりに活かしていきます。

【同行者の所感】

杉浦議員

7日

激変する世界情勢と日本の立場 中西寛氏

京都大学大学院教授中西寛氏は高坂正堯氏の門弟であり、現実主義的な国際政治学者として著名であるが、今回の講義を受け、その幅広い視野とわかりやすい解説により、紛争続発の危機に瀕する世界情勢とその背景についてよりよく理解することができた。トランプ2.0を生み出すアメリカの基本的な思考、中東紛争、ウクライナ戦争、ヨーロッパ情勢、そして何より東アジアにおける中国の影響力と日本のあり方について、深く考えさせられた。世界から魅力的に感じてもらえる日本であることが、安全保障上でも有益であり、情感を重視する日本の価値観の優位性を日本人自身が自覚、理解することが必要との氏の訴えが心に響いた。

インバウンド需要を活用した持続可能な観光地域づくり 矢ヶ崎紀子氏

観光を産業の柱の一つに育成していきたい本市にとり、インバウンドを活用した持続可能な観光地域づくりは、目指すべき目標である。先進事例として田辺市の観光地域づくり法人（DMO）田辺市熊野ツーリズムビューローの取り組みの紹介がされ、調整機能を発揮できる体制をうまく作れた好事例だと思うが、本市でそうした体制を岡崎市観光協会が作れているかといえば、まだそこに至っていないのが実情ではなかろうか。自立して稼ぎながら調整機能を発揮していく状態にしていくためには、経営、事業部門での行政の関わりを極力抑えていく必要があると感じる。また、本市は外国人居住者が1万人を超える状態であり、それらの人たちに岡崎市の良さを発信してもらう取り組みがインバウンドによる持続可能な観光地域づくりとして有効ではないかと感じた。

8日

日本の食を世界へ～地方創生への道筋～ 北川浩伸氏

旅の醍醐味の一つはその土地ならではの食を味わうことであり、本市を訪れてもらう要素としての食の魅力の発信は重要である。合わせて、地域に根付く食文化や、地域で生産される食材に興味を持ってもらうためにも、商品として流通させていくことも重要である。八丁味噌は言うまでもないが、本市に根付く食材、食文化は強い独自性を持ち、地域の誇りであり、高い商品力を持つ。そうした強みを増進していくためには、給食での地域食、地域食材の提供や、地域ブランド化など、意識的な不断の努力が重要である。一方で、アニメや映画などのコンテンツをうまく活用することで食の魅力を発信していくことが有効である。そうしたことをあらためて実感させられた講義であった。

国際平和文化都市の実現に向けて 松井一實氏

広島市長である松井氏の幅広いまちづくりの取り組みを直接伺うことができた。被曝都

市である広島だからこそその平和文化の振興や、公共交通の再編、市街地再生など、様々なまちづくりが進められているが、中でも興味を引いたのが、地域コミュニティの活性化の取り組み「ひろしま LMO」の設立、運営支援である。LMO は小学校区単位で設立される地域の諸活動の調整、支援を行う団体で、行政から地域への補助金を一本化したうえで上乗せする一括交付金という形で交付し、地域がそれぞれの実情に応じた活動を行えるようにしていくものであるとのこと。自治法の改正で条例制定により、指定地域団体として認定しており、全小学校区の半数以上での設立ができたとのことで、少子化、高齢化、また定年延長や働き方の多様化などにより、地域の担い手不足に悩む本市にも良い形で活用ができないか、より深く知りたい、調査に伺いたいと感じさせられた。

7月7日～8日	JIAM 研修
世界情勢からわがまちの未来をつくる ～トップマネージャーの方のために～	報告者：自民清風会 神谷茂樹

【1日目】

①激変する世界情勢と日本の立場

現在の国際情勢は一時的な混乱ではなく、元に戻せない構造変化が進行している局面。

変化の背景は、1980～90年代から続く工業社会→情報社会への転換、冷戦後の西側の楽観と判断ミス、その後の米国主導秩序の揺らぎにある。

2020年のコロナ以降、変化が一気に表面化し、2025年のトランプ政権復活でそれがさらに明確になった。

日本は、米国依存を見直しつつ、国力のバランスを踏まえた現実的外交・安全保障を進める必要がある。

同時に、日本は多角的な国際関係・多国間協調・文化的発信力を活かせる立場にある。

世界情勢の変化：主な転換点

2020年：新型コロナ・パンデミックで、世界の人・物・経済の流れが強制的に止まり、グローバル化の前提が揺らいだ。

2020年：中国が香港統制を事実上強化。

2021年1月：米議会乱入事件。米民主主義の動揺を象徴。

2021年：米国は2001年以降20年関与したアフガニスタンから撤退。

2022年2月：ロシアがウクライナ侵攻。

2023年10月：ハマスの攻撃を契機に、イスラエルが大規模軍事行動。

2024年：中東情勢がさらに拡大。加えて北朝鮮がロシア・ウクライナ戦争に派兵し、東アジアにも影響。

2024年～2025年：主要国で政権交代・政治変動が相次ぎ、G7も1年で大きく顔ぶれが変化。

2025年1月以降：トランプ政権再始動で、各国が米国の出方を見極める状態。

歴史的背景：なぜ今の混乱に至ったか

1980～90年代に、世界は工業社会から情報・金融中心社会へ移行。

この転換にソ連は失敗し、体制崩壊に至った。

一方で米国は転換に成功したが、同時に金融依存・格差拡大・国内分断という弱さも抱えた。

冷戦終結後、西側は自由民主主義・市場経済が唯一の勝者という見方を強めたが、これは過信だった。

中国は、市場経済を導入しつつ政治の自由化は進めないという形で、西側モデルとは異なる発展経路を示した。

日本は1980年代に製造業で成功したが、1990年のバブル崩壊以降、IT・情報社会への適応と従来型強みの両立を十分に描けなかった。

2000年代の大転換

2001年9月11日：米同時多発テロ。米国は「対テロ戦争」に入り、アフガン・イラクへ軍事介入。

ただし、軍事的勝利と望ましい政治秩序の形成は別であり、長期介入は大きな負担となった。

2008 年:リーマン・ショック。米国型金融システムへの信頼が大きく低下。

同じ 2008 年には北京五輪が開催され、中国の自信と存在感が上昇。

この頃から、世界経済は G7 だけでは回らず、G20 や BRICS を含めて考える時代に移行。

BRICS は 2009 年から本格化し、近年さらに拡大。従来の欧米中心秩序の相対化が進んだ。

SNS・情報社会のインパクト

2007 年:iPhone 登場。Android も同時期に普及。

2008 年前後から、スマホ+SNS が政治・社会・メディア構造を変え始めた。

オバマは SNS を本格活用した初の大統領選の象徴的人物。

トランプはその手法をさらに拡張し、既存メディア・既存政治を飛び越えて支持を集める政治を確立。

結果として、新聞・テレビ主導の時代から、SNS が政治動員・世論形成の中核になる時代へ移行した。

2010 年代:西側秩序への正面からの挑戦

2012 年:プーチンが大統領復帰、習近平が中国指導者に。

2014 年:ロシアがクリミアを事実上併合。

中国は南シナ海や「中国製造 2025」などを通じ、先端産業・地政学で対抗姿勢を鮮明化。

2016 年:英国の EU 離脱決定、トランプ当選。

→ 戦後秩序を主導してきた米英自身の内部から否定圧力が出たことが大きな転換点。

その背景には、反グローバリズム、製造業衰退への不満、移民・格差・既成政治不信があった。

2020 年代:分断の加速

コロナでグローバル化が中断され、成長鈍化・供給網不安・インフレ・社会不満が拡大。

欧米は、リーマン後に中国など新興国成長に依存する形で立て直しを図ったが、それも限界化。

結果として、各国で政治的分断・ポピュリズム・反既成政治が強まり、日本でもその影響が見られる。

トランプ復活の意味

2024 年米大統領選でトランプ氏は接戦ながら実質完勝。

いわゆる激戦州 7 州すべてを制し、さらに上院・下院でも共和党が多数。

2016 年当選時は「政治素人」と見られたが、その後 4 年間で党内支配力を強め、2024 年には“トランプ党化”した共和党を背景に再登場。

講師の見立てでは、2016~2028 年の 12 年間は米国史上の一つの転換期=**「トランプ時代」**になる可能性が高い。

トランプ氏の世界観

トランプ氏の世界観は、同心円的に整理すると分かりやすいという説明。

優先順位はおおむね以下の通り:

米国内

北米圏

ユーラシア

グローバル課題

最重視するのは米国内の再編。

→ 連邦政府縮小、税負担軽減、保守的価値観の復権、DEI など多様性政策の巻き戻し。

同時に、製造業復活を掲げ、関税や化石燃料活用を通じて「古き良きアメリカ」を再建しようとしている。

外交では、価値観共有や同盟の理念より、2 国間の取引・損得を重視。

同盟国も「守ってやる対象」ではなく、自分で負担すべき存在として見る傾向が強い。

同盟・国際秩序への影響

従来の米国は「世界の警察官」として、欧州・中東・東アジアへ深く関与してきた。

しかしトランプ氏は、そうした役割を米国の損失・過剰負担とみなしている。

中国もロシアも、日本も欧州も、それぞれ個別に交渉すべき相手という発想が強い。

そのため、価値観外交・同盟ネットワーク・国際協調の優先度が下がる。

グローバル課題への姿勢

トランプ政権は、気候変動・公衆衛生・国際司法・開発援助などのグローバル課題への関与にも消極的。

パリ協定離脱志向、WHO 軽視、国際刑事裁判所への反発などが象徴的。

さらに、米国の国際援助は大幅縮小。

→ 米国は従来、約 400 億ドル(約 6 兆円)規模の支援を行っていたが、USAID の実質的解体で大きく後退。

結果として、感染症対策や人道支援など国際公共財の維持が難しくなる懸念。

地域別の見通し

欧州

ウクライナ戦争は継続。トランプ政権は停戦を口にしても、本気で全面的に関与して止める姿勢ではない。

欧州は、米国への依存を減らし自前の防衛力を高める必要に迫られている。

ただし、2035 年までに GDP 比 5%の防衛負担目標はかなり重く、現実性に疑問。

そもそも 2%目標も未達の国が多く、3%でも少数という厳しい現実。

中東

イスラエルが中東地図を塗り替えるほどの軍事的優位を見せつつあるが、情勢は不安定。

イラン系勢力の弱体化は進んでも、問題が解決したわけではない。

トランプ氏はイスラエル支持だが、中東秩序の面倒を米国が全面的に背負う意思は薄い。

東アジア

日本の周辺は欧州・中東ほどの直接戦争状態ではないが、安定しているとは言えない。

中国・ロシア・北朝鮮の関係は要警戒。

北朝鮮のロシア派兵は、東アジアの安全保障にも影響。

中国も経済減速や政権内部の不安定要因を抱えている可能性がある。

韓国・フィリピンでも政治変動があり、地域全体として不確実性は高い。

一方で、現時点ではインド太平洋の開放性・相互協力は大崩れしていない点が数少ない安

定要素。

日本の課題と役割

日本は、米国に寄りかかり過ぎてきた面を見直す必要がある。

防衛力強化は必要だが、経済力・技術力・財政・人的基盤とのバランスを取るべき。

欧州のように GDP 比 5% のような議論をそのまま当てはめるのは現実的ではない。

日本の強みは、米中以外にも多角的な関係を持っていること。

→ 欧州、インド太平洋、CPTPP など多国間枠組みでの存在感。

世界が分断するほど、日本外交の活動余地はむしろ広がる。

日本は、気候変動、感染症対策などのグローバル課題で多国間協調を支える役割を果たせる。

日本文化に関する講師の見解

講演終盤では、国際政治だけでなく、日本文化の持つ意味にも言及。

現在のインバウンド人気や日本文化評価は、単なる円安だけでなく、日本文化そのものの再評価が背景にあるとの見方。

漫画・アニメ・食文化などは、論理一辺倒ではない、人間の感情・情緒・共感に根ざした価値を世界に示している。

岡本太郎と縄文文化への言及を通じ、講師は、日本文化には近代合理主義だけでは捉えきれない人間性の深層があると説明。

AI・SNS 時代だからこそ、人間の本質や共感、情感をどう社会に位置づけるかが重要であり、日本文化はそこに貢献できる可能性がある。

日本人自身が、自国文化の独自性と普遍性をもっと深く理解すべきだという提起。

質疑での補足ポイント

受講者から、講演最後の「日本文化・文明的役割」の話が特に印象的だったとの質問あり。

これに対し講師は、

日本の漫画・アニメ・食文化は世界的に評価されている

日本文化は、論理と感情、技術と情緒を切り離さずに扱ってきた

現代世界が直面する「人間性」の課題に対し、日本文化は示唆を持つ

日本は外来文明を受け入れつつも独自の形で共存させてきた

と応答。

結論として、日本は自国文化を深く理解し、それを通じて世界に貢献できる立場にあると再確認。

②インバウンド需要を活用した持続可能な観光地域づくり

観光は人数を増やすこと自体が目的ではない。

地域経済、雇用、税収、文化・自然保全、地域への誇り(シビックプライド)につなげて初めて意味がある。

インバウンドは有力な成長市場だが、日本人国内旅行市場の方が依然として大きい。

よって、「日本人国内旅行」+「訪日外国人旅行」+「海外旅行市場との接続」を立体的に見る必要がある。

持続可能な観光地域づくりには、

地域資源の保存と活用、住民理解、需要の平準化、地域内循環、調整機能を持つ組織(DMO)が不可欠。

観光は伸ばし方を間違えると、オーバーツーリズム、住民不満、地域外への利益流出を招く。したがって、戦略・実行・調整・検証をセットで行う必要がある。

観光の定義と基本認識

国連の観光機関の定義では、観光はレジャーだけでなく、業務・ビジネス、親族知人訪問(VFR)なども含む人の移動活動。

旅行目的の整理：

レジャー

業務・ビジネス

その他(友人・知人・親族訪問等)

期間は1年未満、かつ通常の生活圏を離れることが条件。

日本では「観光」という言葉が曖昧に使われがちだが、実務上は目的別・市場別に分けて戦略を立てることが重要。

日本の旅行市場の現状

日本国内の旅行消費額は、2024年で約34.3兆円規模との説明。

その中でも、日本人の国内宿泊旅行市場が最大級で、約24兆円規模という位置づけ。

一方、訪日外国人旅行消費額は約8兆円規模で、急成長しているが、まだ国内市場全体では一部。

つまり、ニュースではインバウンドが目立つが、実際には日本人国内旅行市場の方がなお大きく、安定・成熟市場である。

日本人国内旅行の課題

2024年の日本人国内旅行人数は約5.4億人。

ただし2019年の約5.9億人には戻っていない。

宿泊費高騰などにより、旅行単価は上昇している一方で、旅行実施人数は回復し切っていない。

宿泊を伴う旅行の実施率は2024年で57.1%。

逆に言えば、約4割強は1年間に一度も宿泊旅行をしていない計算。

旅行市場は今後、

「旅行に行ける人」と「行けない人」の二極化が進む可能性がある。

日本人旅行は、お盆、年末年始、GW等の休日集中型。

有給休暇取得の低さもあり、時期が偏りやすい。

世界のインバウンド市場

世界全体の国際観光客数は、

2019年 約14.6億人

2024年 約14.56億人

まで回復し、2025年にはコロナ前超えの見込みとの説明。

目的地としては依然として欧州が最大だが、アジア太平洋の比重が上昇。

国別受入では、フランス、スペイン、アメリカなどが上位。

日本は上位10~15位圏のイメージで説明。

観光収入では、アメリカが圧倒的に大きい。

理由は、短期留学・長期滞在・高単価の訪問者が多いため。

日本のインバウンド市場の特徴

日本の訪日客数は、2000 年代前半は年 400～500 万人規模。

2013 年に 1,000 万人を突破して以降、増加ペースが加速。

講師の見立てでは、1,000 万人突破を境に、日本は「認知獲得段階」から「目的地として選ばれる段階」へ移行した。

現在は「日本は良い国です」と知ってもらう段階を超え、どんな客層に来てもらうかを考える段階に入っている。

主要市場は、韓国、中国、台湾、香港、米国が中心。

観光の原則として、近い国から先に増える。

ただし近隣国依存は政治・外交関係で変動しやすいため、欧米など遠距離市場も組み合わせたポートフォリオが必要。

インバウンド消費の意味

訪日外国人消費は、地域にしながら外貨を稼げる＝輸出に近い効果を持つ。

地域から持ち出せない自然・文化・景観・食を活用し、現地消費として外貨を獲得できるのが観光の強み。

講演では、訪日消費は品目別輸出に換算すると上位産業に匹敵する規模として説明。

自動車には及ばないが、主要輸出品目に並ぶ存在感があるという整理。

外国人旅行者の行動特性

訪日客の多くは、

日本食を食べる

買い物をする

繁華街や街歩きを楽しむ

自然や四季を楽しむ

温泉に入りたい という行動傾向。

初回訪問者は食・買い物・都市観光が中心。

リピーターになると、自然、温泉、地方体験、季節感へ関心が広がる。

現在の訪日客はなお三大都市圏集中で、全国隅々まで分散できていないわけではない。

したがって地方にはまだ伸びしろが大きい。

日本人客とインバウンド客の時期ずれ

日本人旅行のピークは、8 月、3 月、GW 等に偏りやすい。

一方、インバウンドは、春・秋・7 月前後など、日本人ピークとずれる傾向がある。

例として、中国は大学受験後の時期に家族旅行が動きやすいなど、国ごとに休暇カレンダーが異なる。

したがって、地域経営上は、

日本人客と外国人客を組み合わせることで稼働平準化しやすい。

観光を地域づくりに使う意味

観光交流人口の増加で期待される効果は、講師整理では主に以下の 5 点：

地域経済の活性化

雇用創出

農林水産業など地場産業の活性化

税収確保と保全財源の確保

地域への誇り・愛着(シビックプライド)の醸成

特に、観光で得た収益を文化財修復、自然保全、景観維持に回せる仕組みを作るべきと強調。

観光で本当に見るべき 4 つの指標

講師は、地域で観光を評価する際、単に人数だけでなく次の掛け算で考えるべきと整理。

- ① 来てほしい客層が来ているか
 - ② 1 人当たり消費額はいくらか
 - ③ 落ちたお金が地域内でどれだけ循環しているか
 - ④ 偏った時期でなく、年間を通じて来ているか
- この 4 点が揃って、初めて地域にとって意味のある観光になる。

地域内循環の考え方

旅行者が来ても、トイレだけ使って通過では地域は潤わない。

地域経済に効かせるには、

地元資源を使う宿

地元食材を使う飲食

地元工芸・文化を見せる場

地元の雇用 を組み合わせ、地域でお金が回る構造を作る必要がある。

講師はその例として、

高い宿泊施設を核(ハブ)にして、地域の食・工芸・体験事業者がつながる「ハブ&スポーク型」を紹介。

もう一つの方向として、

「歩く旅」などテーマを核に、地域に不足していた新サービスを生み出す方法も提示。

新しい観光サービスの発想

例として、長距離の歩く旅を受け入れる場合には、

荷物配送

弁当提供

途中離脱時の送迎

装備レンタル

多言語案内 など、従来地域になかったサービスが必要になる。

こうした不足機能を埋めることで、新しい地域ビジネスや高齢者雇用まで生み出せる。

観光は、既存の事業を増やすだけでなく、新たな地域サービス市場をつくる可能性がある。

事例 | 熊野古道・熊野ツーリズムビューロー

基本情報

紀伊山地の霊場と参詣道は、2004 年に世界文化遺産登録。

その機会を「500 年に一度のチャンス」と捉え、地域は熊野ツーリズムビューローを立ち上げた。

国の登録 DMO(観光地域づくり法人)的な役割を担い、地域の観光経営組織として機能。

戦略の特徴

団体バスツアー型から、

個人旅行・長期滞在・高付加価値・歩く旅へ転換。

目標は観光客数だけでなく、

旅行者満足と地域住民の笑顔の両立。

人数重視ではなく、少人数でも滞在・消費・満足度の高い客層を狙う。

具体策

カナダ人スタッフを中核人材として採用(JET プログラム経験者系統の人材)。

熊野古道の案内標識を、木製・英語併記・統一デザインで整備。

3 年間で延べ 60 回の受入研修を実施。

バス会社 4 社と調整し、同時発車ではなく 15 分ずつ時差発車する仕組みへ改善。

地域飲食店のメニュー整備、多言語ガイドブック作成。

サンティアゴ巡礼(スペイン)との連携で世界に訴求。

両方を歩いた人に証明書を出す制度があり、2025 年時点で累計約 5.1 万人規模との紹介趣旨。

旅行会社機能の整備

着地型旅行会社「Kumano Travel」を設立し、

宿の予約

荷物配送

ルート相談

装備案内

緊急時対応 をワンストップ化。

地域に足りなかったサービスを、観光客目線で補完。

経済効果

地元契約事業者は 260 社超に拡大。

2012 年売上 約 4,500 万円 → 2019 年 約 5 億円へ成長。

DMO 職員の給与改善にもつながったとの紹介。

地域全体に「歩く旅」を核としたお金の流れが広がった。

コロナ時の打撃と対応

売上の約 88%が外国人依存だったため、コロナで大打撃。

それでも、

地元金融機関から借入

国内市場向けの商品改革

契約事業者との関係維持

古道保全のためのクラウドファンディング で乗り切った。

目標 250 万円規模のクラファンに挑戦し、高額寄付枠も用意。

コロナ後も契約事業者は約 256 社規模を維持。

現在は、

エリア内周遊の拡大

古民家宿の整備

企業研修商品の開発 などへ展開中。

DMO に関する講師の整理

DMO は、調査だけして終わる組織では意味がない。

本来必要なのは、

戦略づくり

地域内調整

事業実行

成果検証 を担う司令塔機能。

船頭が多すぎて、観光協会・まちづくり会社・行政がバラバラに動くと非効率。

地域の中で、どこに実行権限を持たせるかを明確にし、

行政・議会が「ここを中心にやる」と支えることが大事。

オーバーツーリズムへの考え方

オーバーツーリズムは、起きてからでは対症療法になりやすい。

したがって、まだ深刻化していない地域ほど、未然防止策を先に講じるべき。

対策の柱：

迷惑行為を明確化して管理

観光客と住民の動線分離

人数制限(有料化・予約制・上限設定)

地域・時間帯の分散化

宿泊税・入域料・駐車場課金などの議論は重要だが、

宿泊客だけが負担し、日帰り客が負担しないのは不公平ではないかという論点も必ず出る。

税や料金は、何のために取り、どこに使うかを整理して設計すべき。

質疑での重要論点

1. 「DMO が調査だけで終わっている」問題

質問者から、プレーヤーが多く、同じことをして補助金を使い切るだけに見えるという問題提起。

講師回答：

初期の DMO にはその傾向が確かにあった

しかし本来の DMO は物を動かす実行組織

行政・議会が中心組織を支えることが重要

2. 宿泊税・駐車場税などの課金

講師回答：

絶対に諦めず検討すべき

ただし、宿泊客だけ負担し、日帰り客が負担しない不公平も議論になる

目的税として、何のために使うのかを明確にする必要

3. 旅行者利便と住民生活の両立

質問者から、観光客と住民の両立をどう考えるかという問い。

講師回答：

最も重要な論点

旅行者数は把握しやすいが、住民ニーズの把握が難しい
だからこそ、住民の声を把握し、優先順位を付け、時間をかけて合意形成することが必要
四国遍路など先行事例を見ながら、2 番手・3 番手として学ぶ戦略も有効

【2 日目】

③日本の食を世界へ～地方創生への道筋～

(1)日本食品の輸出は伸びているが、目標達成には更なる取組が必要

日本産農林水産物・食品の輸出額は、この 10 年余りで大きく伸長している。

講演では、足元の輸出額は約 1.5 兆円規模まで拡大している一方、政府目標として

2025 年:2 兆円

2030 年:5 兆円

が掲げられており、達成には一層の工夫が必要とされた。

単に「良いものを作れば売れる」のではなく、海外市場に合わせた戦略的な売り方が必要との指摘があった。

(2)輸出拡大には「品目単独」ではなく「日本の食文化全体」の訴求が必要

海外では、日本食への関心は高いものの、個別商品だけでは魅力が十分伝わらない場合がある。

そのため、寿司・刺身などの代表例に加え、郷土料理、発酵食品、加工食品、果物などを含め、日本の食文化全体の厚みや多様性を伝えることが重要である。

フランスなど海外の先行事例では、国全体で長年にわたり食文化の刷り込みを行ってきたことが紹介され、日本も同様に継続的・戦略的な発信が必要であるとの話があった。

(3)「プロダクトアウト」ではなく「マーケットイン」の視点が不可欠

海外展開では、「日本で一番おいしいから売れる」という発想だけでは通用しない。

国や地域によって、

味の好み

見た目やサイズ感

価格受容性

保存性・物流条件

現地の食習慣

が異なるため、相手市場に合わせた商品設計・見せ方が必要である。

特に生鮮品は輸送中のロスや品質低下もあり、現地ニーズに応じて加工・規格変更・販売方法の見直しも求められる。

(4)価格の見方を変える必要がある

講演では、海外では日本食が日本国内よりも高価格で受け入れられている事例が紹介された。

例えば、おにぎり、ラーメン、果物なども、海外では十分な付加価値商品として成立している。

そのため、国内価格感覚だけで判断せず、海外市場では価値を適切に伝えれば高く売れる可能性があるという視点が重要である。

(5)中国依存からの脱却と販路の多角化が必要

講演では、中国による輸入規制等を契機に、販路の分散・多角化の重要性が改めて認識され

たと説明された。

一國依存はリスクが大きく、米国、東南アジア、欧州なども含めて、複数市場を視野に入れた輸出戦略が必要である。

(6)一次産業の高齢化・担い手不足は大きな構造課題

講演では、一次産業従事者の高齢化が進み、平均年齢が 68.7 歳との紹介があった。

輸出を伸ばす前提として、そもそも地域で生産が持続できるのか、加工や流通を担う人材を確保できるのかという問題がある。

よって、輸出振興は単独施策ではなく、生産・加工・流通・販売・観光を一体で考える地域戦略として進める必要がある。

(7)インバウンドは輸出拡大の入口になる

訪日外国人の多くが、日本で期待するものとして「日本食」を挙げることが紹介された。

日本滞在中に食べて気に入った商品や食文化が、帰国後の購買や越境需要につながる可能性が高い。

そのため、輸出とインバウンドは別事業ではなく連動して捉えるべきであり、地域での食体験づくりが重要とされた。

(8)「外国人は一括りではない」ー パルソナ設定の必要性

外国人観光客・消費者といっても、

初めて日本食に触れる人

寿司や刺身に抵抗がある人

滞在時間が短い人

リピーター

健康志向の人

など、属性は大きく異なる。

したがって、受け手を一括りにせず、誰に・何を・どう伝えるかを具体的に設定することが重要である。

(9)食だけでなく、アニメ・映画・ゲーム等との掛け算が有効

日本食の発信は、食単体よりも、アニメ・漫画・映画・観光・地域文化などと組み合わせた方が訴求力が高まるとの話があった。

「見て食べたくなる」「物語があるから行ってみたくなる」という動線づくりが重要であり、地域資源の掛け算が地方創生の鍵になる。

政務調査報告書

報告者：金山直樹

委員会・会派名	自民清風会：杉浦久直 神谷茂樹 金山直樹		
視察日時	令和7年7月9日（水）	視察地	奈良県橿原市
視察先・概要	奈良県 橿原市 人口118,178人 世帯数56,175世帯 面接39.56km ²		
視察内容	八木駅南市有地活用事業について（市役所分庁舎と複合施設）		
選定理由	奈良県のほぼ中央に位置し、鉄道網もJRと近鉄が縦横に横断、13の駅があり、国道も24号、165号、169号と道路網も発達しており、大阪から40分、京都から1時間、関西国際空港から1時間、名古屋から2時間の立地である。奈良県第2の都市として、賑わいと魅力向上のため、駅前市有地を庁舎と複合施設としてPFIを活用し整備。岡崎市も特色を示す取り組みの参考とすべく選定した		

八木駅南市有地活用事業について

（１）取り組みに至った経緯と状況

- ・橿原市の主要駅である、近鉄大和八木駅の南に元々、ため池であった市が所有する土地があった。昭和62年から平成19年をかけ、駅前広場、八木駅前通りを総事業費150億円をかけ、都市計画道路も含め整備を行った。整備後に、敷地面積3,795m²の商業地域、地区計画高さ45m条件付きの土地活用が求められた。
- ・今回の事業成就までに、3回の検討を行っている。
- 1回目は、平成12年にPFI事業化検討を行い、地下駐車場を中心とした温浴・クリニック・保育・住居施設の検討を行ったが、組合との不調より頓挫。
- 2回目は、平成20年に市民・来街者が憩えるオープンスペース、ホテル100室以上を備えた施設要件として、検討を開始。平成23年度の運営開始に向けて事業プロポーザル、事業予定者の決定・基本協定の締結に向けて進めていた。リーマンショックの影響とまた、最終提案事業者の信用面より不調となる。
- 3回目は、平成24年より再度、八木駅南市有地活用事業化検討業務として、導入施設の機能および規模の検討、事業スキームの検討開始した。2回目の検討で、八木駅から市役所周辺まで連続的な街並みとしての景観創出のため、高度地区31mであったが、条件付きで「近鉄八木駅南地区地区計画」により45mまで高さを緩和した。
- ・3回目の検討でPFI事業として、八木駅南市有地活用の事業化に着手することとなった

【分庁舎にて】

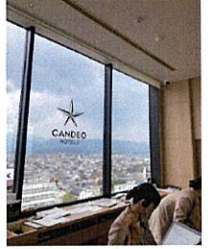


【ご挨拶】



【取り組み説明】



(2) 八木駅南市有地活用の事業化の内容 ・ 7つの重点機能をもとに (①総合窓口を有した業績機能②観光振興の起爆剤としての宿泊機能③まちの賑わいを創出する商業機能④宿泊機能と一体化したコンベンション機能⑤高さを活用した展望機能⑥市民、来街者がくつろぎ交流する場の機能⑦駐車機能) 事業を検討 ・ 事業スキームについて、PFI事業のBTO方式を選択して対応。橿原市市有地活用検討委員会を立上げ、平成25年から26年にかけて、学識経験者および副市長、市内部関係部長10名により構成し、施設の機能と規模、事業手法、観光施策、実施方針、要求水準書、特定事業の選定、募集要項、応募者資格・審査方法、提案者の選定を実施 ・ 平成25年から26年の中で、活用事業アドバイザリー契約を締結。対話型市場調査を行い、ゼネコン8社、ホテル事業者4社と調整。市が建設所有し、事業者が賃借し独立採算で運営する形で決定。 ・ 橿原市市有地活用検討委員会からの提言からPFI事業として適切であるを判断を得る ・ 同じくして、市庁舎建設事業等に関する特別委員会（市議会）を平成25年～27年で開催し、橿原市市有地活用検討委員会での検討事項と踏まえ検討を実施。債務負担行為の議決に致る。 ・ 平成26年に特定事業とし、PFI法に基づくBTOほうしきにて、平成50年3月末までの事業期間として、決定。PSC従来方式では、8,591百万だが、PFI-LCCでは、7,395百万とVFM1,196百万14%と価値判断を評価した ・ 最終的に決定しあ優先交渉権者では、VFMがPSC従来方式8,698百万に対し、PFI-LCC6,106百万とVFM2,598百万29.8%の効果を算定 ・ PFI八木駅南市有地活用株式会社がSPC（特別目的会社）となり、契約実施 平成27年～50年	【周辺施設にて】  
---	---

(3) 今後の取り組み ・ 過去2回の頓挫を受け、地域住民、行政、議会、民間事業者と多くの対話を重ねる中で合意形成を進め、現在に至っている。 ・ まちの賑わいを創出するスペースの有効活用、市の管理場所による利用制限や、庁舎移動に伴い、旧建屋後の有効活用が今後の課題。 ・ ホテルやコンベンションは、稼働開始時より高い稼働率を維持出来ており、奈良医大を中心とする医療関係者や自動車部品サプライヤ企業の出張利用などで高い稼働率となっている。継続していく事が課題。	
--	---

【金山所感】 ・大和八木駅は30000名/日の乗降客数ではあるが、ハブ駅として機能しており、近隣の医大への医療関係者の宿泊、カンファレンスでの活用を中心に、観光客の利用をうまく取り込んでいると感じた。 ・駅周辺には、今井町という戦国時代からの町並みを残した「重要伝統的建造物群保存地区」もあり、歴史と伝統、新しい物の融合。古くから暮らすからの思いも踏まえながら、うまく対話し進めたことで、現在は近隣の方からの評判も高い施設となっていると感じます。 ・PFI事業として、BTO方式を選択においても、市有地活用委員会と市庁舎建設事業等に関する特別委員会（市議会）との連携も取り進めてきたことが成功の要因であるのではないかと感じる。 ・PFI事業ではなくとも、このまちの為に、なにを、だれに、どのように、どのような姿に、どれだけの成果効果を目指していくのかを関係者としてしっかりと対話することが重要だと理解できました。 ・特に歴史深い町であるからこと、初めの検討より14年の歳月を得て、取組みができ、良い成果を生み出しているのではないかと感じます。	
【同行者の所感】 杉浦議員： 八木市駅南市有地活用事業は、PFI事業により庁舎とホテルの複合施設を整備したもので、太陽の城跡地でのホテル誘致、コンベンション施設整備を目指す本市にも参考になるのではないかと思います、視察に伺った。前日に到着し橿原市内を歩き、市民の方にも直接ホテルへの想いを伺うこともでき、そのホテルに宿泊し、翌日担当者からの説明と施設見学を行った。橿原市のこの事業も、一直線に進んでいった事業でなく、曲折を経て開業に至っている。 橿原市も歴史資産を活かしたまちづくり、「日本国はじまりの地橿原」として観光に力を入れたまちづくりを行っている。そうした中で、宿泊施設もPFI事業の対象として市が所有し、事業者は設計、建築したのち、そこを賃借して維持管理、運営を行うBTO方式での整備運営となっており、行政機能の一部が同居しているとはいえ、市の負担は大きいように感じる。しかし広域観光の拠点として駅前に活性化をもたらし、生で聞いた市民の声としても評価されている施設であると感じた。 本市も止まってしまった太陽の城跡地活用に向け、しっかりと民間事業者の意見を聞く機会を設けて、市場の動向や、課題について共有し、次のステップへと進んでいただきたい。またその際には、市民としてもシビックプライドにつながるような施設整備が望まれる。岡崎市がどこまで踏み込んだ形になるかは、今後の検討となるが、現状に至った経緯を踏まえ、拙速とならず、時宜を得た整備となるよう、しっかり注視していきたい。その視点を得るために参考となる視察であった。	

7月9日(水)	奈良県橿原市
【視察】 八木駅南市有地活用事業について	報告者: 自民清風会 神谷茂樹

本事業は、近鉄大和八木駅南側の市有地において、老朽化した市庁舎機能の一部移転を含む複合施設を整備したものである。官民連携(PPP/PFI)の手法を取り入れ、賑わい創出と効率的な行政サービスの提供を目指して実施された。

①基本情報

事業名称: 八木駅南市有地活用事業
 施設愛称: ミグランス(Migrans)
 所在地: 奈良県橿原市内膳町1丁目1番60号
 事業手法: PFI法に基づくBTO(Build-Transfer-Operate)方式
 ※施設を建設し、所有権を市に移転した後、事業者が維持管理・運営を行う方式。

②施設構成

本施設は、地上10階建ての複合施設として整備されている。

③行政機能

市役所分庁舎(窓口サービスセンター、会議室)、コンベンションルーム
 観光・交流機能 観光振興支援室、屋内交流スペース、屋上庭園
 民間収益施設 カンデオホテルズ奈良橿原(ホテル)、レストラン、銀行、駐車場等
 事業者・期間

代表企業: 株式会社大林組
 構成企業: 株式会社東急コミュニティー、ほか協力企業
 事業期間: 設計・建設期間: 約2年間、維持管理・運営期間: 約20年間

④特定事業の選定とVFM評価

橿原市では、本事業をPFI法に基づく特定事業として選定するにあたり、VFMの定量的評価を実施した。従来型公共事業(PSC)と比較して、PFI手法を採用した。

⑤事業者選定プロセス

1. 実施方針の公表:
民間の参入意欲を喚起するため、早期にリスク分担や事業スキームを提示。
2. 特定事業の選定:
VFM評価に基づきPFI事業として決定。
3. 公募・提案審査:
総合評価一般競争入札方式を採用。
価格だけでなく、施設計画や維持管理・運営の質の提案を重視。

4.選定結果:

大林組グループが、価格点および提案内容(特にホテルの誘致や観光振興への貢献策)において高評価を獲得し、最優秀提案者に選定された。

⑥契約形態

橿原市と特別目的会社(SPC)との間で事業契約を締結。SPC は施設の設計、建設、工事監理を行い、竣工後に施設の所有権を市に移転する。その後、SPC は指定管理者として公共部分の維持管理・運営業務を行うとともに、民間収益施設の運営(ホテル等への賃貸含む)を担う。

⑦リスク分担

設計・建設リスク

原則として事業者(SPC)負担。ただし、不可抗力や市側の事由による変更等は市が負担。

維持管理リスク

性能発注方式により、要求水準を満たさない場合は対価の減額等のペナルティ。

需要リスク

民間収益施設(ホテル等)の収益リスクは事業者が負う。行政部分の利用変動リスクは原則として市が負うが、光熱水費等の変動リスクについては一定のルールに基づき分担。

※橿原市においても、本事業の構想段階および実施段階において、他自治体の PFI 先行事例への視察を行っている。特に、複合施設における動線計画や、民間施設と公共施設の管理区分の明確化、賑わい創出の仕掛けづくりについて参考にしたとのことである。

⑧PFI 手法による財政負担の平準化

初期投資を民間資金で賄い、長期にわたるサービス購入料として平準化して支払うことで、単年度の財政負担を抑制できる点が確認できた。特に、ホテル等の民間収益施設を組み込むことで、土地の高度利用と収益還元が図られている点は特筆すべきである。

・民間ノウハウ活用による市民サービス向上

ホテルの併設により、市外からの来訪者が増加し、駅前の活性化に寄与している。

展望ロビーや交流スペースのデザイン性が高く、市民の憩いの場として機能している。民間ならではの空間演出が光る。

維持管理が一元化されているため、施設全体の状態が良好に保たれている。

【所感】

本市においても、公共施設の老朽化対策や再編が課題となっている。単なる建て替えではなく、民間活力を導入した複合化や、駅前等の立地特性を活かした収益施設の併設は、財政健全化とサービス向上の両立において有効な選択肢となり得る。特に、事業者の選定において「地域への波及効果」を重視した評価基準の設定が重要であると感じた。

ミグランスの事例は成功モデルの一つであるが、適用にあたっては以下の点に留意する必要がある。

1. 立地条件の精査： 橿原市の場合は「大和八木駅前」という好立地があったためホテル誘致が成功した。本市で実施する場合、対象地の市場性を慎重に見極める必要がある。
2. リスク分担の明確化： 長期契約となるため、インフレリスクや災害リスク等の分担について、契約段階で詳細に詰めておく必要がある。
3. 市民合意の形成： 市庁舎の一部移転や複合化に対しては、丁寧な市民説明と合意形成プロセスが不可欠である。

今後は、本視察で得た知見を活かし、岡崎市における公共施設マネジメント計画の推進や、個別事業の構想策定において、PFI手法の導入可能性を積極的に提言していきたい。