

福山市(仮称)地域未来ビジョンアドバイザー会議 第1回 議事要旨

日程	2023年6月1日(木)10:00-12:00
会場	福山市役所 6階 60会議室
出席者 ※敬称略	【委員】村橋(座長), 天野, 牧野, 土肥, 加藤, 下川, 西, 加川 【オブザーバー】樫野, 菅 【福山市】企画財政局長 藤井, 企画政策部長 神原, 企画政策課主幹 野田 企画政策課地方創生担当次長 田村

1 福山市からの説明

- 事務局 ・ (資料2について説明)
- 委員 ・ ゴールの定義がされていない印象。プライオリティをどのようにつけるか。
・ 観光客の想定(ターゲット)が見えにくい。
・ シビックプライドの定義がわからない。
- 事務局 ・ ゴールとしては、最終的に地域が活性化していくこと。
・ ターゲットは、地域活性化協議会の中で考えていただく想定。資源に応じたターゲット等についてアドバイザーからご助言いただきたい。
・ シビックプライドについて、協議会に参加すること自体が醸成につながると良い。地域資源を上手く活用し、市内外さらには海外から魅力を感じてもらうことで醸成していくことを想定。
- 座長 ・ 事業者が参画するのであれば観光消費額がKPIの一つかもしれない。市として全体のゴールを持ちながら、地域ごとの主体性を重視して動きの中で兆しを見つけて展開できると良いだろう。観光消費額を追うものの、文化や伝統をしっかりと継承していくという全体の流れを作っていく、という理解でよいのではないか。
- 委員 ・ 最終的には地域での暮らしの満足度が上がり、福山市に住みたいと思うようになる、というのが重要なのではないか。
・ 福山ブランド認定品の事業者メリットや販売推移などのデータを追えると良い。認定基準についても、福山らしきがあるとよい。
- 事務局 ・ プロジェクトとして立ち上がった先に、福山ブランドとしての認知拡大も想定している。
・ 福山市に来た人が引っ越してくることに繋げることも、大きな出口の1つ。
- 委員 ・ ゴール設定によって取組は変わってくる。どうやって消費をしてもらうかという数字をクリアにするべき。
- 委員 ・ これまで、観光は入込客数と経済効果で測ってきたが、転換期に来ている。
・ 観光客にとっても、その街に住んでいる人が幸せかどうかというのが重要になっている。

高付加価値というものがどのようなものかを議論していく必要がある。

- 座長
- ・ 「経済」と「環境・文化」の両者を成り立たせる観光の活用の仕方を議論していきたい。
- 委員
- ・ 福山市は人口減少が2020年からということなのだが、相対的に日本の中では強い自治体と感じている。関係人口、交流人口についてどう考えているか。
- 事務局
- ・ 観光だけでなく、最も大切にしたいのは地域の方々が豊かに暮らすこと。
 - ・ 駅前の取組については経済的な面も含めて取り組んできた。駅前以外の地域も今ある資源を活用して取り組んでいけないといけない。
 - ・ 切り口の1つが観光だが、スポットをあてるべきは地域の方々がどうしたいか。
- 座長
- ・ 観光はフレームの切り方が難しい。それによって議論がずれることを危惧している。
- 委員
- ・ 福山市だけでこれほどの多様性があることを初めて知った。全域の素材を市として整理しているのが一つの出发点であり、価値であるように思う。
- 委員
- ・ 地域を活性化していくというのは全国津々浦々で行われている。まず企画があって受け入れ態勢をつくり、誘客をして利益を上げていく。そこで生まれていくものが地域の活性化であり産業である、と理解している。
 - ・ 芸能人などが来ても一時的で潮を引くようにいなくなる。京都のようにきちんとやっていくことが重要。
 - ・ プロセスを踏んだ準備が必要。最終的に自走するのは難しい。そのことを肝に銘じて取り組む必要がある。
- 委員
- ・ こんなに資源があったんだという印象を持った。裏返せば目玉となるものがない。観光とするなら見せ方が重要。落とし所は「地域を元気にしたい」というキーワードだと思う。
 - ・ 地域を元気にするという事は経済と切り離せない。需要を喚起するような制度設計を期待。
 - ・ 行政の施設が非常に多いが、どれだけのビジネスや観光客を呼び込んでいるのか。
- 事務局
- ・ 活用いただいているも所もあれば、まだポテンシャルを生かしきれていない所もある。
 - ・ 既存の施設を地域の方に上手く使ってもらうことも大事なので、協議会の議論に組み込みながら進めていきたい。
- オブザーバー
- ・ テーマをある程度絞ってあげた方が協議会の方も考えやすいのではないか。
 - ・ 地域の自己認識と他者認識が重要になる。現在予定されている手挙げ方式では、隠れたよい地域が出てこない可能性がある。
 - ・ 福山ブランドについては、地域のキーパーソンになる方が蓄積されているのではないか。
 - ・ 観光地、地域活動も含めた地域資源になりうるヒントやネタはたくさんあるので、福山ブランドをおさらいして進めるのがよいのではないか。
- 座長
- ・ 福山ブランドについて、せとうちでも同様にブランド認定をしていた。数が増えると陳列スペースが確保でき目立たせるには有利だが、エッジが立たないので、コンテストを併行して開催した。

2 意見交換

(1)地域資源活用の方向性について

事務局 (資料2 地域資源活用の方向性について説明)

- 座長
- ・ 観光の取り組みは全国で実施されており、「体験・交流・学び・周遊」は日本中のキーワードになっているので、肉付けをしていかないと差別化が難しい。
- 委員
- ・ 「備後」というエリアのブランディングの効果や必要性は。
- 事務局
- ・ 連携中枢都市圏構想の中核都市が福山市となっている。備後の特徴は、県境を越えた連携であり、岡山県の井原市・笠岡市も含んでいること。
 - ・ 経済の成長、都市機能の向上、行政サービス向上という3つの柱が国から定められており、それを軸としたビジョンを定め、圏域の発展に向け取り組んでいる。
- 委員
- ・ 自転車や散歩などで連携してもよさそう。
- 事務局
- ・ しまなみ海道を活用したサイクリングについても、連携の取組として実施している。
- 委員
- ・ 県北や出雲までの日本海側へのルートもありうる。
- 委員
- ・ 都心部からの観光客としては、「備後」の括りを意識させる必要があるのかは疑問。「せとうち」がブランドとなっている中で備後というのを浸透させる必要があるか。
 - ・ 旅の流れの中で、福山市に何かのきっかけで来てもらうのが重要。例えば、町並みや散歩が好きな人は、福山に行く前に倉敷美観地区を訪れるだろう。
 - ・ しまなみ海道は世界的に有名である。
 - ・ 先日、世界的にも有名なももクロが福山に来たが、これをきっかけに来てくれた人が定着するのは難しいと思う。ピークをいくつか作れるかという話になるので、どこまで定着するかは切り離して考えるべき。
- 座長
- ・ 東京に行くという時も浅草に行くか、上野動物園に行くかという選択肢になるので、そういった意味では地域で括ってみんなで協力するのも必要だが、地域間で競争させるのも大事かもしれない。
- 委員
- ・ 資料に特徴があるが、これは調査結果という位置付けであり、これを市としてブランドしていきたいというわけではないという理解でよいか。
- 事務局
- ・ これはあくまで調査結果としてという位置付けである。
- 委員
- ・ 連携、周遊、体験・交流・学びをすべて必須にしなくてもよいのではないか。
 - ・ 体験などは全国どこでも取り組んでいる。ものづくりならオープンファクトリーをどこでもやっており、その中で何が異なるのかを差別化を考える必要がある。
 - ・ 例えば、鯖江市のメガネの町としてブランドになったが、観光客はさほど増えていない。やってみた効果が期待していたものと違う結果になる場合もある。
- 座長
- ・ 本来、日本各地で個性があるのになぜか同質化に向かってしまうのが観光の悪い癖。

- オブザーバ
ー
- ・ 広域連携は確率的に難しいケースが多い。カウンターパートを絞って進めた方がよい。
 - ・ 知られていないポテンシャルのある資源として帝釈峡がある。これらのエリアと福山市が連携できるとよいのではないか。
- 座長
- ・ せとうちDMOも7県だったが、すべてをまとめようというより、個別で取り組んで、どこか成功例を作り、それを真似していくというやり方をしていた。
- 委員
- ・ PRの目線で言えば「いろいろあります」が最も厳しい。一つ「押し」が決まらなると散漫になってしまう。「ばらのまち」であれば、ばらですべてブランドを統一するなど。
 - ・ 福山市は企業城下町であり、グリーンテックの企業も集まっている。コンベンション以外のビジネスツーリズム、視察旅行ができるとういのではないか。
- 委員
- ・ 福山市がどう思われたいのか、どう評価されたいのか。観光に踏み込む前に、そこで生活を営む方が大切。
 - ・ いきなり観光となると全てが軽薄になる危険性がある。農業や漁業が継続することを大切にし、市民がどう福山市で生活していけるのかという大きな視点で考えていけるとよい。市全体だと難しいのでまずはエリアを絞り、手法として観光を使っていく。

(2)地域活性化協議会について

- 事務局 (資料2 地域活性化協議会について説明)
- 座長
- ・ 地域の主体性、自主性を引き出していきたいということでこのプランになっている。
- 委員
- ・ 自走を期待している中で、協議会で取り組むのと自分で取り組むのと何が異なるのかがわからない。クラウドファンディングのサポートだけではなく、国の補助金申請や地銀融資のサポートがないと難しいのではないか。
- 事務局
- ・ 補助金に依存した事業にならないようにしつつ、支援を検討していきたい。
- 委員
- ・ 広報サポートは、市HPやSNSだけでは発信力として弱いため、外部メディアでの掲載支援や市長会見での紹介等があるとよい。
- 委員
- ・ エリアごとというのは地域を限るのか。
 - ・ 自走というのはどのようなイメージか。実証事業をするのか。
- 事務局
- ・ 参加しやすいよう各エリアの説明会を実施。参加者は地域を限定しない。
 - ・ 自走については経済的な自立が必要になるため、単発のイベントではなく取り組めるような施策を協議会で考えていく。
- 委員
- ・ サンプルを出してあげるとよいのではないか。例えば、乗り物縛りの旅など。枠組みのつくり方のサンプルがあると考えやすい。
- 事務局
- ・ イメージしやすいよう例を示していきたい。
- 座長
- ・ 成功への期待値が持てるとよい。メディアの協力も必要。
- 委員
- ・ インナーブランディングにもお金をかけて取り組んでいけると良い。

- ・ 域内消費が増えるように域内でのサプライチェーンの構築が可能か等についても探っていけると良い。
- 委員
- ・ 事業計画を綿密に作っていくためのフォーマットがあると良い。
 - ・ 対象についても近隣の方なのか、関西の方なのか、海外の方なのか、対象をセグメントしてマーケティングしていかなければならない。
- 委員
- ・ テンプレートがないと何を目標として、何を設定しないといけないかがわかりにくい。
 - ・ 持続可能な観光ガイドラインに向けた現状把握のためのツールを整備している。こうしたツールなども活用して現状把握をしていくことが望ましい。
- 委員
- ・ 一般市民の方が対象なので、あまりハードルを上げると難しいのではないかと。最初は「あなたの推しを全国に」くらいでよいのではないかと。
- 委員
- ・ 協議会はどの程度立ち上げるのか。
- 事務局
- ・ 決めてはいないが、そこまで多くではなく、まずは1つ2つ立ち上げていき、その様子を見ながら進めていきたい。
- オブザーバー
- ・ 外部から見た福山の強みと地域の方がこうありたい福山の姿に乖離があると感じる。どこまですり合わせするのか、あるいはどちらかに振るのか、を考えないといけない。
 - ・ 福山市民は謙虚な印象だが、地元愛の強さは出していくべき。外から来た方に魅力を伝えられる、「福山市民みんながセールスパーソン」となるように取り組んで欲しい。
 - ・ 福山市は平日だと出張者が多くてビジネスホテルがなかなか取れない。それだけビジネスパーソンが来ているということ。これから新しく来ていただくのも重要だが、すでに来ている人たちにアプローチするのがよいのではないかと。プレジャーができるように長期滞在型の仕組みができるとおもしろいのではないかと。
 - ・ さまざまな主体を巻き込むのが理想である一方、最初の1年を過ぎると継続しない。各主体が何を目標しているのか、最大公約数を丁寧にコーディネートする存在が必要。
- オブザーバー
- ・ 提案として、協議会が立ち上がったなら、委員が顧問などとして参加していただくと良いのではないかと。
- 座長
- ・ 全体としてのビジョンが必要であること、一方で地域に落とし込むときにはスコープを落とし込まないといけないということが議論された。
 - ・ まだまだ課題は多い。なにより人探しをしていく必要がある。
- 事務局
- ・ 座長とも相談させていただき、まとめていきたい。
- 座長
- ・ 「地域活性化協議会」という名称が堅苦しいのではないかと、というのがある。
- 事務局
- ・ 名称については、地域のみなさんに決めていただくのがよいのではないかと。もし名称のアイデアがあればいただきたい。

以上