

平成29年10月23日

久留米市議会議長 佐藤 晶二 様

経済常任委員長 原口 和人

委員派遣実施報告書

本委員会は、次のとおり委員派遣を実施しましたので、報告書を提出します。

記

- 1 日 程 平成29年10月4日（水）～6日（金）
- 2 派遣先 北海道富良野市：ふらの版DMO推進事業について
及び内容 北海道江別市：北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区に
ついて
- 3 派遣委員 委員長 原口 和人
副委員長 早田 耕一郎
委 員 山村 太二 市川 廣一 堺 陽一郎
古賀 敏久 別府 好幸 田中 多門
田中 功一
- 4 報告書 視察報告書のとおり
- 5 その他 随行 澁田 佑美

視察報告書

委員会名	経済常任委員会
視察日時	平成 29 年 10 月 5 日（木） 午前 10 時 00 分 ～ 午前 11 時 30 分
視察先・概要	北海道富良野市 人口：約 2 万 3 千人 面積：600.71 k m ²
視察内容	ふらの版DMO推進事業について
選定理由	観光客のニーズ把握や満足度の高い経験の提供を目指す組織である「ふらの版DMO」の設立に向けた具体的な取り組み状況等について、本市におけるDMOの取り組みの参考とするため
調査概要	<p>富良野市議会 経済建設委員会の岡本委員長の挨拶に引き続き、経済部商工観光課の松木主幹より、ふらの版DMO（DMC）推進事業についての説明を聴取し、質疑応答を行った。</p> <div data-bbox="509 887 1142 1245" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">＜視察の様子：富良野市＞</p> <div data-bbox="477 1352 1422 1944" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">＜集合写真：富良野市＞</p>

<p>調査内容</p>	<p>観光客を国内外から呼び込み、その来訪を地域経済の振興につなげるため、ブランディングが広域DMOのミッションである。</p> <p>課題は、経営の視点と、人材・財源・権限とそれらの持続性、リーダーシップとパートナーシップであり、地域づくりのリーダーシップを図る会社であるDMCについて検討する委員会を、ふらの観光協会や市などで平成28年度に立ち上げた。</p> <p>富良野市は、観光が夏に一極集中しており、閑散期は雇用が継続できず、若者が市外へ流出するため、季節格差のない安定した観光産業を育成することが最大の課題である。また、インバウンドが観光産業の底上げとなっているため、外国人観光客の延泊、団体から個人の受け入れへの意識改革と環境整備が急務となっている。そこで平成28年度には国内外で8カ所のDMOのヒアリングを実施し、マーケティングのプロの必要性や顧客データ活用のデジタル化、新旧が混在した町であること、財源の確保等が成功例の共通点であることを調査している。</p> <p>今後のビジョンと役割の明確化、顧客重視のマーケティングなどを目指して取り組みを進めているところである。</p>
<p>主な質問・応答</p>	<p>問：DMO（DMC）では人材・財源・権限が重要ということだが、富良野市はどこまで関与しているのか。</p> <p>答：行政には、今後の方向性を明確化することが求められている。広域DMOは広域市町村の負担金で成り立っているが、富良野市の場合、ふらの観光協会は75%が自主財源である。権限は、役割が明確化しなければ与えられないため、まずは観光客の旅行前から旅行後までの各行程に対する役割分担を明確化している。</p> <p>問：人材育成に関して、現時点で目標の何%達成しているか。</p> <p>答：デジタルマーケティングの世界は日々変動しており、それに対応していくと人材育成は終わりが無い。また、行政は人事異動があるため、観光協会に地域マネージャーの権限を与えて活動してもらっている。常に50%に満たない状態だと思うが、目標レベルは常に示しながら活動している。</p>

	<p>問：人口の変遷はここ10年どうなっているのか。</p> <p>答：減っている。昨年は社会減だけで260人減。観光産業がなければさらに壊滅的で、通年観光の課題解決が重要である。</p> <p>問：簡易宿泊所も検討されているのか。民泊などはどうか。</p> <p>答：簡易宿泊所は、民営であるが検討している。また、高級ホテルや若者向けの安価な宿泊施設など、多様な施設を整備する必要がある。空き家民泊についてはさまざまな課題があるため、まずは既存の施設の稼働率をあげることを目指す。</p>
<p>その他（意見・感想）</p>	<p>本市のDMOの取り組みにあたり、本市の観光における強みと弱みの分析、顧客目線のマーケティングの重要性を強く感じた。また、顧客へのアプローチからフォローまで、それぞれを得意とする部署が担ってバトンタッチするという役割分担の明確化と、顧客データを活用した的確な情報発信等に対応できる人材育成なども鍵となると考える。</p>

視察報告書

委員会名	経済常任委員会
視察日時	平成 29 年 10 月 6 日（金） 午前 9 時 30 分 ～ 午前 11 時 00 分
視察先・概要	北海道江別市 人口：約 12 万人 面積：187.38 k m ²
視察内容	北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区について
選定理由	食品製造業の国際競争力を強化することを目的とした北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区（以下フード特区）の取り組みや課題について、本市の食品関連産業の施策の参考とするため
調査概要	<p>江別市議会 宮川副議長の挨拶に引き続き、経済部総合特区推進担当の田巻参事より、北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区についての説明を聴取し、質疑応答を行った。</p>  <p><視察の様子：江別市></p>  <p><集合写真：江別市></p>

<p>調査内容</p>	<p>江別市は平成 24 年 2 月にフード特区計画の認定を受け、平成 29 年からは継続認定をされたところであり、外国人観光客の国内での消費も含め、輸出・輸入代替額目標 2,600 億円を掲げる。</p> <p>ヘルシーD o という北海道独自の認定など機能性食品開発支援や、輸出・海外展開の支援、首都圏へのプロモーションの展開などに取り組んでおり、中でも、食の臨床試験である江別モデルの推進により、研究開発拠点の形成、企業の集積、商品の付加価値向上を目指している。</p> <p>江別モデルは、企業が機能性食品開発を行う際、通常多額の費用がかかる臨床試験を、市民ボランティアにより実施し、市民は自身の健康データ管理を健康カードで行えるという仕組みである。市は、企業・大学・市民への支援や普及啓発を行い、この江別モデルを全道へ展開し、江別産商品の付加価値向上や、食材の魅力発信を行う取り組みを行っている。</p>
<p>主な質問・応答</p>	<p>問：市民ボランティアの延べ人数や、募集方法、健康カードの普及状況は。</p> <p>答：ボランティアは平成 29 年 3 月末で 7,172 名。年間 1,000 人増で推移しているため、目標 1 万人は平成 30 年度には達成予定。募集方法としては、北海道情報大学のHPやフリーペーパーへの掲載、イベント時に登録の呼びかけを行っている。健康カードは平成 29 年 3 月末で 1,406 名、平成 31 年度 3,000 枚目標なので、魅力アップが課題である。</p> <p>問：健康カードの個人情報について、市民の抵抗感はないのか。</p> <p>答：気にされる方は多いが、セキュリティを高め、きちんと説明を行った上で登録いただいているため、今のところ問題はない。</p> <p>問：市民にとってのメリットの方向性（例えば医療費への反映など）をどのように考えているか。</p> <p>答：市民の健康づくりに対する意識の高揚などにより、最終的には医療費削減にもつながると考えるが、まずは、市民自らが健康に対する意識をもつきっかけづくりにしてほしいと考えており、</p>

	<p>企業誘致による地域経済活性化と市民の健康づくりの両方を担うものである。</p> <p>問：首都圏でのプロモーションはアンテナショップで行っているのか。海外展開での成功事例を教えてください。</p> <p>答：首都圏のアンテナショップは北海道どさんこプラザがあり、売り上げは非常に良く、江別の食材・商品も取り扱っている。海外展開は、相談会を経て取り扱いが始まった商品がある。</p> <p>問：海外市場開拓等促進補助金は、対象国を絞っているのか。</p> <p>答：特に対象国を設けてはいない。パンフレット作成費用や、市主催の催事に同行する場合の渡航費は、一部補助している。</p>
<p>その他（意見・感想）</p>	<p>本市の食品関連産業においても、産学官連携だけでなく市民協働による事業展開を行うことにより、より地元食材への興味・関心も深まり、魅力発信の担い手にもなるのではないかと感じた。</p>