

令和6年度環境経済委員会行政視察報告書

環境経済委員会委員長 石井 茂隆

【視察日程】 令和6年10月28日(月)～10月30日(水)

【視察委員】

委員長 石井 茂隆

副委員長 蛭田 浩文

委員 吉川 英二、岡崎 純子、椛澤 洋平、伊藤 康平
段木 和彦、宇留間 又衛門、三須 和夫

【視察地及び調査事項】

1 神奈川県川崎市(10月28日午前)

(1) 川崎市インバウンドビジネス等推進事業(現地調査)

2 宮崎県宮崎市(10月29日午前、午後)

(1) 宮崎市農業振興に関する取組

※現地調査を予定していたが、令和6年日向灘地震及び台風第10号の影響により座学へ変更

(2) 宮崎市インバウンド誘客戦略

3 宮崎県(10月30日午前)

(1) みやざき観光情報発信強化事業及び外国人個人観光客誘客事業

【視察報告】

1 神奈川県川崎市 (1)川崎市インバウンドビジネス等推進事業について(現地調査)

調査目的	川崎市では、駅周辺において、遊休不動産の利活用を行うことで、特にインバウンドビジネス推進に寄与することを目的に既存ストックを有効活用したまちづくりを行う事業として、平成29年度以降、継続して様々な取組を行ってきた。取組に応じた実績や今後の課題を確認し、本市取組の参考とする。
視察概要	<p>1 調査項目 川崎市インバウンドビジネス等推進事業について(現地調査)</p> <p>2 説明者 ・川崎市まちづくり局拠点整備推進室 担当課長</p> <p>3 主な質疑応答(□:質疑、■:答弁)</p> <p>□ まちの賑わいの創出のためのインバウンドビジネス等の推進に資する事業ということで、補助の対象の条件が多々あり、なかなか厳しいと思われるが応募があった案件の中で採用されたものはどのくらいの割合なのか。</p> <p>■ 現時点での採用率では100%となっている。この理由として採用方法にプロポーザル方式を取っているからである。相談があった事業者と調整を取りながら、我々の方からインバウンド向けの内容に誘導している部分もあるので、いい方向性で動いてくれており、採用率が100%となっている。</p> <p>□ 川崎市は東京23区と横浜市という大都市に挟まれた土地に位置しているが、インバウンドビジネスという面ではやはり、宿泊を前提とした滞在が大きい意味を持つと思われる。そういう意味で簡易宿泊所をリノベーションして外国人に長く滞在してもらおうコンセプトで進めているのか。</p> <p>■ この事業全体の始まりとして外国人専門という形でスタートしたわけではないが、日進町の簡易宿泊所の人たちが非常に協力的であり、マネージメントしているエリアの人たちの賛同により、この様な方向性で進んでいるというのが現状である。</p>



【視察の様子】



【委員からの質問】

コロナ禍では外国人の割合が極端に低くなってしまったが、最近は少しずつ回復してきている。

- 全体の予算額ではどのくらいの規模で進めているのか。
- 年間、3件分の予算を確保して行っている。



【委員からの質問】

- 川崎駅東口に限定しているというのは何か理由があるのか、今後西口方面まで展開して構想はあるのか。
- 現段階では、地域を限定して行っている。今後のイメージとしてはこの地域での成功を元とし、波紋が広がるように周辺の地域に広げていくことを想定している。あまりにも範囲が広すぎると波及効果が得られないのではないかという考えがあり、段階的に行っていく構想である。

- 千葉駅も駅前周辺の再開発を行っているが、都市としてのアイデンティティーをどのように保持していくのかが、一つの課題だと思っている。歴史的な建築物があったとしても再開発の際に取り壊され、ビルに代わるということが見受けられる。新しいものによってまちが生まれ変わるという点はあるものの、同時に歴史的な背景は失われるという側面もある。結果として、20～30年経過すると再開発の対象となるというサイクルがあり、これを繰り返すことは投資先としてどうなのかと思うこともある。既存ストックを活用し、新たなものを取り入れていく視点を取り入れていかないといけないと思われる。



【視察の様子】

川崎市の総合的な整備計画の中で都市アイデンティティーをどのように作り、また踏襲し、インバウンド関係の外国人にどの様にアピールしていくのか、その様な取組があれば確認したい。

- アイデンティティーについて各都市計画や建築物の老朽化とのバランスを取る必要があり、全ての建築物を保持しながら進めることは難しい。東口方面では商店街など昔からの店舗があり、川崎らしさという点では保持されている部分があるが、ナショナルチェーン店の進出から、活気はありつつも、川崎らしさは失われつつあるという現状もある。このような中でのリノベーション事業は多少でも川崎らしさを保持するための一環である。事例の一つとして紹介した、東海道ビルなどは地元の方が経営され、地域のイベントなどにも積極的に参加されている。この

ような地域のキーパーソンと接触を持ち、歩調を合わせ、リノベーションなどの手法を用いて新しくしていくことが重要であると思われる。

また、川崎市のアイデンティティということを表現することは難しいが、少なくとも、まちに活気があり、生き活きとしていくことは必要であると考えている。そのために、地域のキーパーソン及び商店街などとの連携を中心に市役所の独りよがりにならない都市計画を進めていくことが大事だと考えている。



【視察の様子】

□ 基本施策の取組について、9つの分野があるが、これらを優先する背景について確認したい。

■ 川崎特有の背景があるものではなく、国の施策を前提に世の中の動きを反映したマスタープランなどを参考に落とし込んでいる。

□ 千葉市では昔の川鉄時代には労働者の方々に賑わった栄町という場所があるが、現在は閑散としており一時代が終わったように見受けられる。このような地域の活性化に関しても地元の住民の協力がないと進展は難しい。再整備に関し、このような問題に直面することがあると思われるが、似たような問題や解決手法などについてあれば確認したい。

■ 再開発を行うにしても他の手法にしても、権利者を100%計画通りに納得してもらうことはできない。そのため、市が想定する盛り上がるまちづくりはなかなか実現しないという状況はある。都市計画等の手法にて行うしかないため、権利者との長期にわたる顔合わせや新しいプレーヤーをいかに捕まえるかというところは重要視している。

新しいものと古いものを融合する点について、老朽不動産の活用が考えられるが、川崎ブレイブサンダース等の建物もできるためその様なものを活用しながら、新旧の混在という形で進めていくことが今後必要ではないかと考えている。



【視察の様子】

□ 千葉市の主な課題として、ある程度の宿泊施設はあるが、夜に楽しめる場所が

	<p>少ないということで、宿泊をはじめ、千葉に来た人が都内など他の場所に流れて行ってしまうという傾向がある。川崎市の方でこの様な問題に対し特化して行っていることやリノベーションの中で心がけていることがあれば確認したい。</p> <p>■ 本市は経済団体と連携してイベント等を行う機会が比較的多い市であり、直近ではまちの過ごし方について社会実験を行う「DISCOVER KAWASAKI2024」というものや、昼から夜にかけて市政100周年記念のイベントを行うなど一過性のものであるが行っている。また、建築物では川崎駅の付近に新しくできたJRのホテルは外国人に人気がある。なかなかナイトタイムエコノミーの施策というのは継続性が難しい傾向にあるため、取組として特化したものはあげられないが、ハード面での試みと混ぜながら模索している。</p>	
<p>主な 委員所感</p>	<p>○ 川崎市と千葉市は全国の労働者が来て京浜・京葉工業地域を中心にまちを作り発展してきたと思う。本事業は駅周辺の既存の町を活かしたまちづくりであると思った。古い町並みを活かし、市の補助金で改修等を行うとともにリノベーション事業者を募集しているようだ。効果は出ているようなので、外国人旅行者を取り込むために本市も取り入れて良いと思う。</p> <p>○ 古くは宿場町そして工業都市という2つのイメージしかなかったが、チッタギャラリー他を視察の一環として巡り日本映画の発展に寄与してきた歴史や音楽そして、スタンドグラスなどの文化・アートに深くかかわってきた経緯、更には宿場町ならではの文化としてのビール製造に至るまでインバウンドに向けた要素となるには十分すぎるほどの素材を持っており、羽田空港に近接する立地と合わせると、まだ具体化されていないところにも大いなるポテンシャルが伺える街だと思った。観光客集客の観点からすると外国人以上に日本人の心に響く古き良き昭和の残り香を堪能できる点が打ち出しの鍵になるのではないだろうか。本市が俟うべき最たる点は、工場跡地や空き家ビル、空き家の有効活用手法だと思った。</p> <p>○ リノベーションまちづくりの取組で300万円補助費など支援、年間3件、900万円の予算根拠で思ったより少ない取組だった。 東海地域に改修したクラフトビール店はお洒落な作りで、外国人インバウンドに対応しており、一定の効果が確認できた。</p> <p>○ 羽田空港に隣接する好立地の川崎市は特にインバウンド誘致が求められている。</p>	<p>【委員からの質問】</p>

川崎駅周辺に隣接する簡易宿泊施設や公園等を活用したリノベーションスクールなど既存の資産を活用したまちづくりを推進していた。

法人事業者又は個人事業者を募集しリノベーションに必要な改修・改装工事に係る経費の一部に補助金(上限 300 万円)を交付していた。

○ 説明によると元々はインバウンドに特化した事業ではなく、川崎駅周辺のリノベーションのまちづくり、振興創出や地域コミュニティの活性化を推進する中で外国人観光客等、新たな来街者の獲得につながればという趣旨ではじめられたとのことだが、工業地域を支えるまちとして発展し、羽田空港に近接する立地など本市としてもインバウンド誘致にあたり大変参考となる部分が多い。また、他部局との連携によるナイトイベントや緑化フェア等様々な実証実験やイベントの開催など、本市と共通する点も多く、是非じっくり意見交換してみたい。

街中の散策ではそれぞれ特徴のある建築や取組について伺い、街中に何名か中心になってリノベーションに協力してくる人がいるとの説明は興味深く参考となった。

○ インバウンドビジネスを行うための事業費の補助は本市も可能。

川崎市のような古い建屋はあるか。千葉駅周辺他市内駅周辺にリノベーションできる建屋があるか。

建屋所有のオーナーとの連携ができるのか。まちづくりを考えて再生するところが本市にあるのか。外国人を呼び込むには魅力ある店や色々な店舗が必要。

○ 今年、市制施行 100 周年を迎え、人口 155 万人を突破し、東京都と横浜市の大都市に挟まれながらも年々発展してきた川崎市を訪問し、「川崎駅周辺リノベーションまちづくりビジョン」～市民それぞれが自分らしいライフスタイルをつくり、手に入れるまち～事業の中でも、「インバウンドビジネス等推進」について、座学と現地視察を実施し、千葉市においても活用が出来る参考事例について調査を行った。
⇒外国人観光客等、新たな来街者の獲得に繋がるまちの賑わい創出や地域コミュニティの活性化に資する改装(リノベーション)事業を実施中。

これは、川崎駅縁辺部において散見される老朽化した建築物や空きビル等の既存ストックを有効活用したまちづくりを推進する為、リノベーションに必要な設計及び改装工事に係る経費の一部に補助金を交付するもの。

予算は 900 万円スタートしたばかりで、2分の1以内とし、300 万円を限度とする設定。補助金交付条件の「改装工事を行うことにより、地域の魅力が発信され、外国人観光客等の来訪者を呼び込むなど、まちの新たな魅力・活力の創出及びインバウンドビジネス等の普及促進を図るものであること」が難しい条件ではないか、と

質問したが、申請の段階から行政と一緒に考えて検討しており、限度額 300 万円3件の 100%採用されているとのこと。

千葉市においては、中央区の千葉駅や蘇我駅周辺が同じようなモデル地区として考えられるが、インバウンドビジネス等の推進という観点と千葉市の特性として、川崎市のリノベーション支援事業とは違う形の事業となるが、美浜区の海浜幕張駅周辺をモデル地区にすることも考えられるかとも思った。

<訪問施設>

・東海道 BEER 川崎宿工場

外国人を意識した和モダンデザインのつくりは、日本人にもうけそうなおしゃれな店舗で、居抜きの狭い敷地をうまく活用していると感じた。

・まるだい

1階は改装工事中の鰻屋、2階は東海道 BEER 川崎工場と同じ経営のガラス工房で、いずれも外観のみ見学。

・チッタギャラリー

コンセプトは異なるが、千葉市においては、千葉市美術館が該当するか。

2 宮崎県宮崎市 (1) 農業振興に関する取組について

※現地調査を予定していたが、令和6年日向灘地震及び台風第10号の影響により座学へ変更

調査目的	<p>宮崎市は、農業産出額において千葉県と同等程度の規模を誇り、農業の継続・発展に資する様々な施策を展開している。新規就農支援、所得向上に関する取組、農業のスマート化を中心とした内容を本市取組の参考とする。</p>
視察概要	<p>1 調査項目 農業振興に関する取組について</p> <p>2 説明者</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宮崎市農政部農政企画課 課長 ・宮崎市農政部農政企画課 課長補佐 ・宮崎市農政部農業振興課 課長 ・宮崎市農政部農業振興課園芸係 課長補佐兼園芸係長 <p>3 主な質疑応答(□:質疑、■:答弁)</p> <p>□ 新規就農について、市内の方が多いか、県内など近隣の方が多いか。就農者の傾向について確認したい。</p> <p>■ ほとんど市内の人になっている。次に県内の近隣に住んでいる人がいる。IターンやJターンなど県外から移住する人は年に1～2人である。</p> <div data-bbox="815 994 1307 1361" data-label="Image"> </div> <p style="text-align: center;">【視察の様子】</p> <p>□ 新規就農者は何を主に栽培しているのか。宮崎はマンゴーがブランド化されているというイメージがあったが、キュウリの生産が盛んということであった。合理的な経営を行う必要がある新規就農者はどのような経営をしていく傾向があるのか確認したい。</p> <p>■ 9割がたキュウリの栽培を行っている。残りの1割はピーマンという内容になっている。理由としては国の支援を受けるための認定新規就農者になるには、5年間で所得がサラリーマンと同等になる必要があり、マンゴー等の場合、収穫できるまでに数年がかかるため、栽培サイクルが早く、所得を確保しやすいキュウリ農家が大半を占めているという状況である。</p> <p>□ 九州への旅行者は福岡空港を中心に、南に移動する傾向があると思われる。</p>

宮崎はシーガイア等の観光地などがあるが、これらの旅行者を対象とした体験型農業について何か事例があるか。

- 体験型農業については現在宮崎市で課題としている分野である。農業、特に施設園芸の場合、朝収穫を行い、午後は管理作業など1日作業を行う必要がある。キュウリなど宮崎の主たる品目はこれらの作業を毎日行う必要があり、観光客を相手にする時間が取れないというのが現状である。しかし、市外の周辺地域では観光農業協会などを立ち上げ、活動を推進している。

今後、農業所得のみでは生計を立てていけないという事態も想定され、高齢化で毎日の作業を行うことができないという場合、今までの技術を活かし副収入が得られる形態を取ることの一つの手段だと考えている。

- 宮崎県内の財政指数で木城町が一番となっていた。主だった産業は不明であったため、農業環境での強みがあるのであれば確認したい。

- 農業関係で大きな強みとなる部分はおそらくない。大きなダムを有しており、発電による収入で財源を賄っていると思われる。

- 茶葉をドイツを中心とする欧米に輸出しているとの話があった。今後の展開としてどの様に拡大していく可能性があるか確認したい。

- 茶葉、特に抹茶が海外で人気を得ている。今後は海外の工場と連携する展開を想定している。具体的には粉茶などの形態で展開することができればと考えている。

また、海外では日本食と合わせて日本茶を飲まれる機会が増えている。宮崎市内では有機での茶葉栽培が盛んとなっており、その点がオーガニックということで人気を博している話を聞いている。



【委員からの質問】

- 茶葉の輸出先について、主なものは欧米なのか。アジア圏への輸出はないのか。

- 一般的な茶葉の輸出先は東南アジアとなっている。台湾やシンガポールなど親日の国ではお菓子の原料として茶葉を使用している地域もある。

宮崎市から輸出するという点では欧米、特にアメリカ、ドイツに送られている。

□ 東国原元知事の時はマンゴーを盛んにアピールしていた記憶がある。市内を見てもマンゴーを見受けられなかったうえ、メディアでもマンゴーを見る機会がない。現状はどうなっているか確認したい。

■ 元知事がアピールした際に知名度が非常に上がり、金額と共に生産者も多くなった過去がある。しかし、価格が暴落した時期があり、技術のある一部の生産者以外、元の作物に戻るという流れがあり、現在は少数精鋭の生産体制にて市内でマンゴーを生産している。



【委員からの質問】

□ 新規就農者について、農地の確保は市があっせんするなどの対応をしているのか。また、農業用機械は高額であるため、新規就農は経済面から作物が偏る傾向があるのか。

■ 農地の確保について、各農業委員の紹介を行っている。新規就農の研修を受けながら、地域の農業委員を紹介され、必要な農地があれば農業委員を通じて話をしている。初期投資が高額なのは全国的に問題になっている。国の方で機械導入補助も行っているが、宮崎市では前述の理由のとおりキュウリが栽培されることが多くなっている。

□ 宮崎市の主な獣害はどの様なものか。

■ 宮崎市内の獣害はイノシシやサルが多くなっている。猟友会の協力の下、駆除を行っているが、人手が足りないことが多いので、国の電気柵やフェンスなどの事業を利用している農家が多い。

□ キュウリ農家の初期投資額と平均所得について確認したい。

■ 初期投資については各農家がどの程度のレベルで始めるかによって異なっている。市内で標準的なビニールハウスを建てる場合、10aにつき、1,500万円ほどかかる。新規就農の下限面積が20aでその面積で建てる場合、3,000万円の初期投資が必要となる。



【委員からの質問】

これはかなり高額な投資となるため、県やJAと連携し、中古ハウスでの営農開始を勧めている。現在はほとんどが中古ハウスで始めており、新設で開始する新規就農は10人に1人程度になっている。

平均所得については、最初は借金の返済でほぼ所得は無い。条件をクリアして国の支援を得られれば、年150万円は支給されるため、その様なものを活用

しながら最初の数年間は生活しているという状況になる。

□ 新規就農の中で後継就農という形態が一定数存在する。親子間で継続して農業を行うために何かPR等の事業を行っているか確認したい。

■ 周知は毎年、1月、2月にJAで出している会報に市のチラシを入れるなどの形で、新規就農や農業をしている人全般に受けられる支援をまとめたものを配布している。

農業後継者の事業については、市の認定を受けることが条件となっているため、毎月認定審査会を行い、対象となる方々にはお声がけするなどの対応を取っている。

□ 宮崎市農林水産業振興基本計画について、今回で第13次となり、これまでの変遷はその時々々の時代背景を踏まえたものとなっていると感じた。

この第13次基本計画はどのような点に主眼を置き策定したものなのか確認したい。

■ 平成19年の第10次からの流れを紐解くと、平成の市町村合併によって3町合併し、その後、平成24年に40万人を超えた際にさらに1町加わった。これらの経緯があり、宮崎市の周辺部の方が農業が盛んであるため、段階的に農業地域が増加し、農業の町になったという流れになる。

平成29年度は地方創生により、所得を上げていくという部分がクローズアップされ、その様な形で作成された。今回の第13次は、SDGsの可能性を模索することが主眼となっていった。

施設園芸について、冬場に燃料を使用する環境負荷が高い栽培方法をいつまで続けられるのかという疑問が生じている。しかし、宮崎市の農業の強みという点では冬場のキュウリであることが現状のため、持続可能性を模索し、化石燃料の使用割合を減らしながら、営農していく方向にシフトしていくことが想定される。

露地作もないわけではないが、以前一定の生産額を保っていた葉タバコや大根などの買い手の減少により、収益性の観点で露地作から労働集約型のキュウリの施設作に移ってきた背景がある。

□ 宮崎市での女性の就農の割合はどの程度となっているか。

■ 女性が経営主となっている割合は正確にはデータを持っていないが、かなり低くなっている。就農に関しての研修生という部分では全体の1～2割という割合となっている。そのような方は、夫が会社勤めをしている中、妻が就農研修を受け



【委員からの質問】

先に就農し、夫が定年退職をした際に夫婦で農業を本格的に開始するというパターンがある。

農業は力仕事も多いが、細かな管理等女性の方がうまく行えている部分もあり、女性の力はとても大事だと感じている。今後、この様な分野に力を入れていけたら良いと思っている。

□ スマート農業に関して機器の周知について具体的な活動があれば確認したい。

■ スマート農業の補助事業の実施主体について、宮崎市園芸振興協議会という団体が出ている。ここは宮崎市内の野菜、果樹及び花卉の生産者の組織となっている。ここは年に一回チャレンジ事業として新しい取組を行った事例を組織内で発表する機会があり、公表している。

これは行政主導ではないが、大規模な水田を経営されている方が、民間大手のスマート農業関係会社と連携し、発表会をされている事例もある。また、農協での展示会といった取組も行われている。

□ キュウリの生産が日本一ということで、一年中生産が可能な体制を取っていると思われるが、この様な体制を市主導で広めたのか、農協など民間を中心に広まっていったのか確認したい。

■ 新規就農者の認定農業者としての計画として、宮崎市ではキュウリの生産を勧めている。これは宮崎市と千葉市との大きな違いとして、流通に関する点がある。宮崎で作った作物を主に首都圏や関西圏に出荷しており、長距離輸送が前提となる。千葉市などの近郊都市では、個々の農家がスーパーや市場などに売りに出すなど販路の確保が比較的行きやすくなっている。長距離輸送の場合、個人で行うことはコスト面から難しく、農協などに一度集め、トラックなどでまとめて輸送するという形になっている。このような形態では同一品目を大量に輸送することが主流となる。このような理由から、宮崎ではキュウリを大量生産することが安定した農業経営につながる事となっている。

□ 千葉市などの近郊農業では流行り廃りがあり、大量生産しても数年で同業者が多くなり、価格を保つことが難しい状況もあり、キュウリの大量生産をずっと続けるという体制に違いを感じた。安定した生産体制を確立できることは良いことだと思われるが、スマート農業の面でキュウリの収穫を具体的にどのように行っているか確認したい。キュウリの苗は大きく、キュウリの実る場



【委員からの質問】

所や収穫時期もそれぞれなので、機械で正確に行えるのかイメージがわからない。

- キュウリ栽培のスマート農業機器についてAGRIST株式会社というベンチャー会社が出しているものが注目されているので、一事例として紹介する。今年度から開始した事業で、農家での実装はされていないが、今後広まっていく可能性があるものである。機械導入の前提として施設での溶液栽培のキュウリが対象となる。従来の土耕栽培でのスマート機器については来年度以降実験予定となっている。

溶液栽培では平たい部分を確保できるため、そこにレールを引き、スマート機器を走らせている。2分に2～3本のペースで機械が作物を判別し、収穫を行っているが、まだ100%収穫できる精度ではなく、人間が最後目視をして、切り取り切れなかったものを収穫するという流れになっている。スマート機器の一番の利点は夜通し作業が可能となっており、人間が作業できない時間帯を機械が補うという点となる。また、スマート機器に適した栽培方法もあり、摘心栽培よりもつるおろし栽培の方が樹形がそろっているため、機械の動きに合わせた栽培が可能となっている。

また、スマート農業の利点としてデータ収集が可能という点がある。機械で収穫した場所を全てデータで記録し、例えば病害の発生や分布なども確認できるようになる。大規模な農場では人間ではなんとなくでしか記憶できなかったものをデータ化することによって、予防や対策することが容易となる。

- 農業従事者の確保の中で外国人材の確保や、農福連携が今後の課題としてあげられている。宮崎市でのこれらの課題の進捗について確認したい。

- 現在、来年度以降これらの課題について動き出しをしようと考えている状況である。具体的な事業を行うには下地が整っていないため、まずは研修などを通じて理解を深めることがスタートであると感じている。



【委員からの質問】

外国人材については、大きな農業生産法人を中心に技能実習生の形では当たり前のように進んでおり、かなり浸透している。今後、特定技能という進んだ内容となった時に住居を確保するなど必要な部分を県と共に検討しており、その一つとして、市営住宅の改修などを進めている。

農福連携については、まだまだこれからの分野となっており、障害者を雇用している事例は数か所存在するが、市が積極的に雇用を進めていることは今までにない状況である。この理由として、農業の現場は過酷であり、肉体的にも負担

が大きいため、農業以外の分野の方がより特性を活かせるのではないかという意見もあり、求人を出しても他分野に応募することの方が多いためあげられる。障害者ではないが、引きこもりを対象に園芸セラピーということで外に出て作業をしてもらおうということは現在考えている。雇用という面ではハードルが高いため、有償ボランティアという形も候補の一つとして話が出ている。

□ 有機農業について、同一規格の作物を生産することは難しいと思われる。生産体制の確立や、規格外となってしまった作物の廃棄以外の方法など、安定した所得を得るための取組について確認したい。

■ 有機栽培に関して所得を確保できるということが重要であると思っている。話のとおり、慣行栽培と比較し、生産リスクが高いという側面がある。市側での指導として、販路を確保することも大事だが、安定した生産量と規格に育てるための技術を養うことに重きを置いている。生産量が伴わなければ、収入の限界が見えてしまうため、まずは有機農業でも慣行農業に近い生産量を確保できる技術について研修等を通じてしっかり伝えることを重要視している。

現在、肥料や農薬などの価格が高騰しており、効率的な生産体制が確立できれば、有機農業の方が安くできるという形を理想としている。特別な支援などではなく、純粋に有機栽培の方が儲かるという状態に持っていくことが今後の目標である。

□ 千葉市では少数であるが農業技師が採用されていて、技術指導という形で携わっている。有機農業の話にもあったとおり、技術を伝えていくことは農業経営において非常に重要な点であり、宮崎市でも推進していると思われる。宮崎市での農業技師に関する採用状況や活動内容について確認したい。

■ 現在、宮崎市において農業技師での採用はいない。このような人材は宮崎県で普及センターや試験場があり、農業専門職がいて技術指導を行っている。住み分けとしては、具体的な技術指導は県やJAに任せている。

市として行っているものとして、スペシャリスト育成制度という制度を人事課で持っており、農林水産、税、福祉、水道という分野には手上げをして認められた場合、その分野に固定し、人事を行うという制度がある。農林水産の分野では現在3人の職員がこの制度を利用し、スペシャリストとして働いている。

□ 定着支援アドバイザーという制度があるがこれは具体的にどのような活動を行っているのか。

■ 新規認定農業者となった場合、巡回指導を行うことが行政の義務となっている。この巡回指導に同行してもらうほか、地区割を行い、各地区の農業者に対

し、自主的であるが農業指導を行うということをしている。

□ スマート農業で紹介されたAGRIST株式会社は国内の会社であるのか。まだ商業ベースとして成り立っていないと思うが、何か支援はされているのか。

■ この会社は農業ベンチャーであり、日本の会社である。取組に関し、農水省など国関係でも注目しており、支援が行われている。



【委員長からの質問】

□ 千葉市では一昔前と違い、農協を介さないで出荷等を行い、農協をあてにしない経営が見受けられる。宮崎県では都城市の農協が非常に強いという話を聞いたこともあるが、宮崎市での農協の立ち位置はどの様になっているのか。

■ 一番大きな相談先としては農協であることは間違いない。生産者としては農協系統と系統外は8:2ほどになっている。宮崎市では中央卸売市場があるため、直接市場に出荷することが可能であり、宮崎県内で見ると比較的系統外出荷が多い地域と言える。

□ 近郊都市では資材の購入や出荷に至るまで農協を介さないで独自に行うことがあるが、宮崎市はどうなっているか。

■ 宮崎市ではこの様な点では農協の影響力は非常に大きいものである。県外の会社の資材を購入したり、県外に独自に出荷する事例を知らない。農協の手数を差し引いても、安定的かつ実績があるため、農協を利用する人がほとんどであると思われる。

□ 非常に多岐に渡りきめ細やかな補助事業が実施されているが、これらの事業はどこから声が出ているのか。個人からの意見を反映するのは難しいと思われるので、何か団体を通じているかなど確認したい。

■ 補助事業に関する意見として、まず何か紙などの形で提出されるものではない。市内に存在する、宮崎市園芸振興協議会や宮崎市畜産振興連合会など、系統、系統外に関わらず、組織している団体を対象に意見を集約し、必要な事業を展開していることとなる。

□ 新規就農者について認定された場合、3年間は所得が保証されているが、これ以降も継続して営農されているのか。離農した場合の理由についても確認したい。

	<p>■ スパンを5～6年という区切りで見ると新規就農者の95%以上が継続している。離農者の理由としては、病気や親の介護など家庭の事業でやむなく離農しているという状況である。資金繰りが困難となったという理由はほぼない。</p> <p>□ 新規就農者の営農の規模について、どの程度の農地面積で、施設であれば何棟ほどハウスを建てて、何人ほどで従事しているか確認したい。</p> <p>■ おおよその場合であるが、家族経営で従事している。経営面積としては20aに一棟のハウスを建てて行っている。</p> <p>□ 農業では連作障害が良く聞かれるが、キュウリはこのような問題は発生しないのか。</p> <p>■ 収穫後に土壌の消毒などの作業はあるが、適切な作業を行えば、キュウリは連続して栽培が可能となっている。</p> <p>□ 肥料が高騰している状況であるが、鶏糞や牛糞など他業種との連携は行われているか。</p> <p>■ 農家ではなく、肥料メーカーではあるが鶏糞や牛糞などを連携し、作られた肥料を園芸協会などに提供するという試みは実施されている。</p>
<p>主な 委員所感</p>	<p>○ 第13次宮崎市農林水産業振興基本計画では4つの分野「農業」「林業」「水産業」「市場」、基本目標と基本施策を定めるとともに、KPIを設定し取組を進めてきた。結果、農業では生産農業所得は増加、林業では植林率の伸び悩みなど次への課題となっている。</p> <p>外国人や福祉分野との連携による労働者、輸出をはじめとする販路の確保など農業経営に取り組んでいくこと。新規就農はキュウリを中心に行っている。20aの耕作面積では、3,000万円かかるため、中古のハウスで営農を進めている。</p> <p>スマート農業の実証実験をAGRIST株式会社ではキュウリの収穫ロボットにて行っている。</p> <p>農業技師などの専門職は宮崎市にはいない。県が中心となって指導を行っている。農業施設に関する課題にそれほど違いはないことが理解できた。</p> <p>地域性を活かした農業施策を行っていくことが大切。</p> <p>○ 農業は後継者を育て、所得向上をしなくてはならないと思われる。そのためには、新規就農者を増やしつつ、定着率を高く保持し、補助金にて生産基盤の強化を図ることが大切である。</p> <p>また、農産物の品質向上や生産量の増加や生産コストの削減、スマート化に伴</p>



【副委員長からの質問】

う生産環境の向上や規模拡大を図るため補助金を助成することも同時に進めるべき項目である。

農業は経営安定のために機械導入など、必ず投資が必要となるため補助金を多く出せる環境整備は必要であると思われる。

千葉市でもブランド化推進のための補助金はもっと必要であり、農業振興には多くの支援が必要であると考え。宮崎市のハウス栽培でのスマート農業の事例を学んだが、本市でもヘリコプターやドローンでの農薬の散布などスマート化を推進しており、今後はこの分野もなくてはならないものとなると思われる。

○ 農林水産省が拠出する新規就農者への3年間生活保障が年150万円は、心もとない額だと感じる。月12.5万円、機械導入費は一部助成ではある程度の貯蓄を持って臨まなければ成功するより前に潰れてしまうように思える。

とは言え、この中で9割以上が(初心者がスタートしやすい)キュウリ栽培からはじめ、内95%は3年後も続けるという定着率には驚いた。また、新規就農は年数人程度のターンを除けばもともと市民がほとんどという現実には他市にもおよそ当てはまら思われた。馴染みがない土地での新規就農のハードルの高さからだろう。

低コストの露地栽培と高コストの施設作の二つの栽培があるが、環境を考えると高負荷となる後者の手法に前者の手法からシフトする最近の傾向は果たして消費者にとってメリットがあるかが疑問。

欧州(特に独)への日本茶需要の喚起に成功したようでアジアでは菓子製造などに茶葉が用いられるブームも生じているとのこと。(有機JIS認定を受けたもののみ輸出可能となるそう)品質保持には苦を伴うと思われるが、この取組には更に強化・拡大に期待したい。

○ 川崎市と同様、今年、市制施行100周年を迎えた宮崎市を訪問し、南国都市の農業振興に関する取組みについて、「第13次宮崎市農林水産業振興基本計画」持続可能な宮崎市農林水産業の未来図、の座学を実施し、千葉市においても活用が出来る参考事例について調査を行った。

⇒宮崎市農林水産業振興計画は、原則5年に1度、計画の検証と見直しにより、現在第13次(令和4年度～令和8年度)の計画に沿って実施中。農業・林業・水産業・市場の各4分野において、SDGsに沿った基本目標・基本施策を設定し、その実現に向けたKPI指標を設定しており、PDCAサイクルがしやすい基本計画だと感じた。

新規就農者数は、毎年100名超えで推移しており、多い順に、法人就農・後継就農・新規参入となっている状況。新規就農者確保・育成支援事業(2,465千円)、新規就農者定着支援事業(13,409千円)、次世代担い手ハウス整備支援

事業(37,000 千円)、地域を担う農業後継者支援事業(18,000 千円)と、様々な支援事業を実施しており、市外、県外からの新規就農者も歓迎しているが、ほとんどが宮崎市内在住とのこと。

施設園芸が非常に盛んであり、マンゴー農家が多いと思っていたが、キュウリの栽培が日本一であり、大量出荷が可能なキュウリとピーマンが主要農作物であることは意外だった。また、宮崎市独自の制度として、JAファーム宮崎中央での研修や、ベテラン農家によるアドバイザー制度、中古ハウスの導入補助と、研修から就農開始までソフト・ハード両面での支援を行っていることがわかった。千葉市農政センターにおいても、同じようなことが実施出来ないかどうか、検討していきたいと思う。

所得向上については、みやざきの園芸産地強化支援事業(10,000 千円)、農産園芸用資機材導入支援事業(75,650 千円)、チャレンジ！施設園芸資機材導入支援事業(2,000 千円)、大規模稲作経営体支援事業(2,000 千円)、スマート畜産促進畜舎整備支援事業(8,000 千円)を実施しており、ブランド化や販路拡大についても、宮崎市産農林水産物活用商品認定事業(4,000 千円)、みやざきの輸出力強化支援事業(2,000 千円)、食産業・農業の革新と発展事業(10,000 千円)、特産農産物魅力創出支援事業(1,100 千円)、宮崎ファン拡大推進事業(9,800 千円)、茶組織強化対策支援事業(1,000 千円)を実施している。これらの支援事業も、千葉市の支援事業と比較検証し、活用出来るかどうか検討していきたいと思う。

農業のスマート化として、キュウリ収穫ロボットを動画で確認。今後のロボット導入モデル構築事業について注視していきたいと思った。

○ 令和5年で新規就農者 115 名、そのうち法人が 68 件、後継就農者 34 名となっている。新規就農者への機械購入支援など手厚いフォローアップがあり効果が出ている。

中古ハウスのリユース促進事業として中古ハウスの補修事業の支援がある。独自支援、ベテラン農家によるアドバイザー制度など、ソフト面、ハード面の支援を行っている点は本市でも進めていく必要があると感じる。

ピーマンやキュウリの自動ロボットなどの取組を進めているなどスマート農業による合理化も今後重要となると感じた。

○ 今期にて第 13 次の農林水産業振興基本計画であり、5年おきに策定しており、次回の更新は令和8年を目途としている。分野としては農業・林業・水産業・市場の4項目としている。

農業分野に絞り視察を行ったが、宮崎市では切り干し大根が名産となっている

が、キュウリのハウス栽培が日本一であるとのこと。

農業機械の 1/3 以内の補助率にて支援を行っており、スマート農業分野でもキュウリの水耕栽培などで効果を発揮している事例が見られた。今後、キュウリの生産が日本一をどこまで続けるのが本支援が成功したかどうかの指標となると思われる。

○ 広範囲にわたり取り組んでおり様々な施策が行われている。補助金についてもきめ細かく行われており農業者、農業生産法人の関心・要望が多いと思われた。

○ 第 13 次宮崎市農林水産業振興基本計画について、現状と背景を伺い、SDGsや持続可能な農林水産業に主眼を置いており、基本目標それぞれ大変わかりやすく、細部にわたり気が配られていると感じた。

ブランド化や販路拡大については、本市の施策と繋がる場所もあり、参考にできる部分もあるのではないかと感じた。

また、輸出の取組では現在、お茶を主力としており海外プロモーションを行っているとのこと、とても参考となった。

スマート化については徐々に進められていると感じたが、農政センターとの関わり等もあり、本市の方が進んでいると感じた。

有害鳥獣対策については猿の被害が多いとのこと、こちらも今後の参考となると感じた。

○ 行政がどこまで支援できるか。新規就農者や農家との連携だけでなくJAや第3民間事業者との連携が必要である。

特産品が全国トップを占めるキュウリが宮崎市の特徴である。本市でも同様に特産品を生産できるようにする必要があると思われる。

特産品を生産できた場合、テレビやSNSでの宣伝展開を行う必要もあり多々行うべき施策はある。

2 宮崎市 (2)宮崎市インバウンド誘客戦略について

調査目的	<p>宮崎市では、令和6年より、訪日外国人旅行者の増加と観光消費額の拡大を目的として、効率的かつ効果的に誘客施策を展開するための指針として選定した宮崎市インバウンド誘客戦略を本市取組の参考とする。</p>
視察概要	<p>1 調査項目 宮崎市インバウンド誘客戦略について</p> <p>2 説明者 ・宮崎市観光商工部 観光戦略課 課長補佐 ・宮崎市観光商工部 観光戦略課 誘客戦略係 係長</p> <p>3 主な質疑応答(□:質疑、■:答弁)</p> <p>□ 海外からのコンベンションはどの程度回復しているのか。</p> <p>■ 宮崎市内では主なコンベンション会場は3か所でありそれらの稼働率を考えると観光分野と比較し、かなり回復している状況であるが、海外からのコンベンションという点では著しくない。去年、G7など大規模なものがあったが、継続的な開催ということとはできていない。</p> <p>□ 観光客の誘客について、大きなお金を落としてくれる富裕層狙いなのか、バックパッカーのような安価な宿を利用するが、母数が比較的多い層を狙うのか、具体的な戦略があれば確認したい。</p> <p>■ 本当に狙いたい層としては富裕層であるが、宮崎市内でこの層に対応できる宿泊施設がかなり限られているというのが現状である。全国的に観光業界では人材不足と言われているが、宮崎市でも同様であり、宿泊費の高騰などの影響が出ている。富裕層の場合、このような問題とは関係なく宿泊は可能であり、今後、シェアトンと同等水準の宿泊施設の誘致を行うことが目標である。</p> <p>□ 海外クルーズ船誘致の可能性の模索があったが、現在宮崎港でも様々なクルーズ船が来て観光していると思われる。これはどの様なものを対象としているのか確認したい。</p>



【視察の様子】



【委員からの質問】

■ 県内には油津港と日向港と宮崎港の3つの港があるが、海外クルーズ船の大きさや幅などの面で油津港では実績があるが、宮崎港では海の深さなどをもう一度調査を行わないと受け入れられない状況となっている。もし調査の結果、海外クルーズ船を受け入れられる状況であればセールスをかけていくという想定である。

□ 道の駅フェニックスという観光地があるが、これは元々宮崎交通がやっていたものを市が買い上げたと思われる。現在、これは市の直営でやっているのか、それとも業務委託で行っているのか。

■ 指定管理にて行っている。近年は大型バスが利用することも多く、観光面では熊本方面からの観光客を多く獲得しているが、施設の老朽化もあり、指定管理者と協議しながら今後の運営を模索していく。

□ 道の駅で地元の野菜の販売なども行っていると思われる。地のものはインバウンドの観光客も購入されると思うが、地元JAと調整したうえで売り出すこととしたのか。

■ 道の駅に出荷している農産物は、完全に地元の農家が自ら出荷している物であり、JAを介しているものではない。



【委員からの質問】

□ PR動画について、どれほどの金額でどれほどの視聴回数を出しているのか。また、その効果について確認したい。

■ 青島に関してはYouTubeでの再生回数はまだ8,000回程度となっているが、基本的にイベントなどに動画を持ち込み見てもらうという形を取っている。また、ショートバージョンでは94万回の回数を出している。SNSに出すものは長いものはあまり好まれないので再生回数ということではショートバージョンが多い傾向にある。

中には再生回数180万回を超えているものもある。金額についてはトータルで400万円。内容は青島編、西橋編の2つを日本語と英語と中国語をそれぞれショートとロングの12種類を制作した。また、細かなものでは字幕が入っていないものもある。

□ 千葉市ではなかなか観光面で押し出せるグルメがない状況である。宮崎牛や地鶏など昔から有名なものだけではなく、辛麺など新しく行政側でも押し出していく中で民間との協働はどの様に行われているのか確認したい。また、スポーツな

どの面でもサーフィン大会など、宮崎ならではの方法で集めているのかなどを確認したい。

- グルメの打ち出し方について、現在の例を挙げると宮崎餃子というものがある。これは、浜松と宇都宮に続き、宮崎もランクインし、この3者で毎年競っている。この経緯として、餃子に関するランキングで宮崎が3位に位置していることを偶然知りえ、頑張れば全国1位になれるのではと音頭を取られる人がいて、この動きが続いている。宮崎の餃子の魅力について調査、アピールし、県内外を問わず宮崎餃子の認知度が高くなっている。

この様なチャンスはどこかにあるもので、それを観光資源として活用し、事業者と連携することが大事だと思われる。

サーフィンについては、宮崎のアウトドアスポーツという点でアピールしている。木崎浜という世界有数のサーフィンスポットがあるため、全日本の大会のみならず、世界大会を開催した実績もある。市のみならず、県でもサーフィン協会が協力を誘客の活動を進めている。また、ゴルフも非常に盛んで空港で大きな荷物を持っている方はサーフィンかゴルフを目的にしている人が多い印象がある。

- インバウンドでビジネス目的ではなく、観光での来客という点では韓国からの観光客が一番多いという認識で大丈夫か。

- そのとおりであり、韓国の観光客の目的の9割がたがゴルフとなっている。

- 観光での来客ということだと家族で来られる層も一定数いると思う。ゴルフは男女共に行うものではあるが、女性に特化した美意識に関する観光などその様なものはあるのか。

- 県主導で行っている観光でデトックストリップというものがある。これは、癒しを中心に宮崎でできることをまとめ、女性を中心にPRしている。

- 以前、知り合いからの話で横須賀から大分までフェリーを使い、オートバイを輸送し、九州を旅したことが非常に良かったとの話があった。大きな荷物を持って移動する際に海路は非常に有効であり、海を見ながら旅行するということも魅力の一つであると思われる。例えば、千葉港と宮崎港など関東と九州の移動先を作るなど自治体間の連携をもっと進めていくことが互いにとって潤いをもたらす結果になる可能性があると思われる。この様に、地域間連携にてインバウンドを進めていく取組があれば確認したい。



【委員からの質問】

	<p>■ 広域的な取組としては、ある程度の距離がある観光地には多くの観光客がきているという話を聞くがまだ実現できていない。現在、日南市など比較的近郊都市と宮崎市にはない魅力を出し、長所を生かした連携事業を模索している。</p> <p>また、宮崎市では先月からバイククラブフォーラムというものを実施し、全国から宮崎でのツーリングキャンペーンを打ち出している。県内で約30か所ポイントを設定し、景品を贈呈すると同時に県内の魅力を感じてもらうことを目的としている。</p> <p>□ 寺社仏閣や海など、観光資源が多くあると思われるが、外国人観光客のマナーの面で問題となった事例などはあるか。</p> <p>■ インバウンド客の問題はあまり聞いていない。コロナ禍以前では中国人観光客によって青島が荒れたという話を聞いたことがある。</p>
<p>主な 委員所感</p>	<p>○ 九州7県全てに空港があることが関東と異なる部分である。</p> <p>今日は空路についてメインに伺ったが、陸路による集客も大事なポイントのように感じる。</p> <p>千葉は成田空港からの集客、羽田から千葉に集客するために幕張新都心を含む3都心への戦略的集客にも力を入れる必要があるのではないかと思う。</p> <p>宮崎市のPVなど分かりやすくて我が街の良いところをしっかりとアピールできていて良い。都市間連携の重要かと考える。</p> <p>○ 観光圏での本市と似た状況であり、外国人観光客をターゲットに呼び込んで観光地として効果を出したいとの意向があった。</p> <p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりインバウンド以降、大幅に緩和され外国人観光客が増加したことが分かった。台湾、香港、韓国が大口であるが、本市のターゲット層も同様であることから、多言語、多文化に対応した施設のPR等が必要であり宮崎市の施策は参考となった。</p> <p>広域連携や県との調整も進んでいることから、本市も県内外を対象とした誘客戦略の策定が必要であると感じた。</p> <p>○ G7サミットの様な特需を除けば、千葉市とは異なり平常時のインバウンドの内訳はほぼ観光客で構成されているというのは察しが付く、自然環境において南国の魅力を存分に有する土地で宮崎牛や地鶏など美食要素も多く、サーフィン・ゴルフなどのスポーツレジャーでも来訪モチベーションを強く生み出せているにもかかわらず、コロナ禍前の航空発着便数と比べ 1/4 のままというが、令和4年と令和5年の</p>



【委員からの質問】

比較では宿泊客(外国人)が6.5倍となっていることからして、急速な回復が進む途中と楽観認識してよいと思われた。

県が既に訪日客向け(特に女性客向け)にキャッチとして「デトックス」を打ち出しているとのことだが、PRにはよりコストをかけて良いと思われる。2つの動画作成で、国の補助金含め400万円の少ない予算でまかなったとのことだが、千葉市の場合を思うとインバウンドの収益目標達成までは、発信コンテンツ作成と大手広告代理店クラスの発信媒体活用(CM打ち)に各々、1,000万円単位で依頼する規模で行うべきと感じた。

○ 外国人の興味度が高い食べ物をフックとし、グルメ×観光資源の組み合わせ、PRしていく取組は重要と感じた。

青島観光支援の多言語化、宿泊施設の自動翻訳機導入補助を行っており、多言語化、多文化受入も参考となった。

海・山・川や地産地消のPRも強化しており外国人が回遊しやすい環境を整備していることも重要と感じた。SUP、ゴルフのアクティビティ連携と強化していく取組が参考となった。

○ 観光入込客数は令和5年はコロナ以前に回復する。宿泊客数はコロナ以前までに戻っている。観光消費数はコロナ以前の2倍となる。毎年2月はプロ野球のキャンプで突出している。宮崎空港はインバウンドの国際便航空便数は以前の1/4の状況。

韓国、香港、台湾、中国の順であり、インバウンドの状況は九州地方の中で7位、全国第35位。

訪日外国人観光者の増加と観光消費数の拡大を目的として「インバウンド誘客戦略」を策定。

現状の分析、アプローチ、プロモーション方法を明確にする戦略。

民間との連携・市役所内他部局との連携、多言語化。翻訳機械の補助、県外・県内等の広域連携(西のゴールデンルート大阪以西)などの施策を行っている。

○ 宮崎市の観光統計、宮崎市及び宮崎県内のインバウンドの現状を分析したうえで宮崎市インバウンド誘客戦略は大変良く練られていると感じた。

インバウンド誘客戦略については、昨年度策定されたもので、コロナ後の新たなニーズをとらえて、より効率的かつ効果的な誘客を行う戦略で、ターゲットプロモーション・アプローチ等大変参考になった。

民間等との連携については本市の「千葉あそび」とつながる点があり、イメージがわかりやすかった。また、庁内他部局との連携についても可能性が広がると感じた。

西のゴールデンルートは良い考えだと思う。プロモーション動画はもう少し良くなる点もあった。

○ 訪日外国人旅行者数の増加と観光消費額の拡大を目的とし、ターゲットとする国・地域を選定し、それらに対して効率的かつ効果的に誘客施策を展開するための指針となる「インバウンド誘客戦略」を策定。

優先すべき国・地域ごとに行うニーズ調査の結果に基づき、短期的ビジョン(令和5年度～7年度)及び中長期的ビジョン(令和8年度以降)を策定することで課題や解決策を明らかにする。重点アプローチ:台湾・香港、継続アプローチ:韓国・中国、新規アプローチ:欧米等・東南アジア。

今後の誘客を視野に、通訳が不要なコミュニケーションのための整備や民間事業者・地域住民の意見を取り入れたコンテンツの造成、優先すべき国・地域に対するモデルコースを策定。

⇒民間旅行会社に勤務していた経験から、宮崎市の強みは、やはり「フェニックス・シーガイア・リゾート」を有していることにあると思う。

ホテルは、「シェラトン・グランデ・オーシャンリゾート」、ゴルフ施設は、毎年、ダンロップフェニックストーナメントが開催される名門コース:トム・ワトソンゴルフコースを有する「フェニックスカントリークラブ」、コンベンション会場は、国際会議場機能を有し、2000年の主要国首脳会議(九州・沖縄サミット)の外相会合が開催された「シーガイアコンベンションセンター」である。コロナ禍明けのMICE需要及びゴルフを目的とした滞在型富裕層へのアプローチ展開が今後のポイントになると思う。また、観光や体験を目的とした新規顧客及びリピーター化へ向けた取組みについては、外国船クルーズの寄港や新たなコンテンツの開発と共に、宮崎県内市町村や鹿児島県、熊本県との広域連携によるモデルコース設定、また、関西圏と連携した温泉・歴史文化・美食・自然等の魅力を味わう西のゴールデンルートによる広域周遊ルート形成によるアピール展開が今後、重要になってくると思う。

千葉市においても同様に、幕張メッセ等の既存コンテンツのブラッシュアップや千葉港の活用や体験型観光等、新規コンテンツの開発を図り、近隣市や成田空港を有する成田市、茨城県等との広域連携によるモデルコース設定によるインバウンド誘客を図ることが出来るのではないかと考えた。

○ 観光資源(本市:人工海浜、加曽利貝塚他)をどのように認識してもらうか。食(グルメ)、観光施設等がないと本市に宿泊をしない。本市を通過するだけになってしまう。

民間事業者との連携(体験ができる施設を整備)

市内(横の連携)の目標を一本化して協力する必要も考えること

	近隣市町村との連携も取り組む必要がある。
--	----------------------

3 宮崎県 (1)みやざき観光情報発信強化事業及び外国人個人観光客誘客事業について

<p>調査目的</p>	<p>宮崎県観光の魅力を県公式観光サイトやSNS等を活用して効果的に発信するとともに、東京都の新宿にある宮崎のアンテナショップ新宿、KONNEにおける観光相談体制の強化を図ることを目的としたみやざき観光情報発信強化事業と、海外向けSNSでの情報発信やデジタルプロモーションの強化及び国際線を活用した誘客対策や他県空港から九州に入る観光客を宮崎県周遊につなげる二次交通対策等を実施し、外国人個人観光客の誘客促進を図る事業を本市取組の参考とする。</p>
<p>視察概要</p>	<p>1 調査項目 みやざき観光情報発信強化事業及び外国人個人観光客誘客事業について</p> <p>2 説明者 <ul style="list-style-type: none"> ・宮崎県商工観光労働部 観光経済交流局 観光推進課 課長補佐 ・宮崎県商工観光労働部 観光経済交流局 観光推進課 主幹 ・宮崎県商工観光労働部 観光経済交流局 観光推進課 副主幹 </p> <p>3 主な質疑応答(□:質疑、■:答弁)</p> <p>□ 観光ニーズの多様化について、個人客の割合が増えそれに伴いニーズが多様化しているとの話があった。スポーツ以外に健康増進や教養を深めるといった項目が九州及び全国平均の倍近い数字になっているが、これらの項目について具体的にどのような内容か。</p> <p>■ 調査はじゃらんが行ったものなので、詳細については把握していないが、教養を深めるとことは宮崎市における古事記や日本書紀における神話の内容などがあげられる。健康増進の中にはスポーツも含まれると思われる。</p> <p>□ 宮崎県で国内外を問わずMICE誘致に関する助成事業があれば確認したい。</p> <p>■ 一般観光より経済効果が高いことから宮崎県でもMICEの推進に取り組んでいる。宮崎県観光協会を通じてMICEの主催団体に対し、規模に応じた開催の補助を行っている。例えば、延べ宿泊者数が100人以上250人までなら上限30万円での補助を出し、誘致をする際のセールスポイントとして主催者にアピールしている。</p>



【視察の様子】

□ 観光サイトの見せ方について、更新する前の段階で、既存のコンテンツと新たなコンテンツはどのような点に気を付けているのか。また、新たなコンテンツの掘り起こし方などがあれば確認したい。

■ ライターへの委託事業として、サイトの更新などを任せているが、市町村の観光協会や県職員の個人的なアンテナなどを頼りに新たなコンテンツを発掘し、ライターのアドバイスを踏まえ、見せ方を検討している。



【委員からの質問】

□ スポーツに関する点で、特にキャンプ等について競合地となるのは沖縄県であると思われる。沖縄と比較し、宮崎に来てもらうために行っているアピールポイントを確認したい。

■ 県のみでの事業では十分ではないため、各市町村にノウハウを共有し、環境整備を進めることを重要視している。例えば、プロサッカーでは天然芝のグラウンドを県だけでなく、市でも同水準のものを作ってもらい、管理するための経営方法を共有するなどを行っている。また、キャンプは受け入れることとなるので、そのためのノウハウは比較的多く持っていると思われる。これをうまく共有し、沖縄との差別化にしたい。さらに、沖縄とは気候が異なるため、時期をずらし適したスポーツを重ねないように誘致することも円滑な受け入れには大事であると考えている。

□ インバウンドの関係で九州Maasの二次交通デジタルチケットというものを作成したとあった。単なる割引だけでなく、決済まで行う内容で、二次交通であるため多くの交通業者と調整をしないと実現しないものと思われる。これは実現までの準備期間はどの程度を要したものなのか。

■ この取組に関しては九州の知事会と経済会がまとめた九州地域戦略会議というものがあり、官民一体となって行った規模の大きなプロジェクトである。元となるアプリもヨタ系の my route というものをベースとし、九州の主要な交通業者が協力する体制を整えた。宮崎県としてはこのような事前の下地があったうえで、熊本から宮崎へ至る二次交通を実施する試みをしている。

□ キャンプを行うプロスポーツチーム及びプロチームのある地域とキャンプ受入側との相互理解の促進方法について確認したい。現在はSNS等にて個人の端末から世界へ情報が発信できる環境があり、多くの人に情報発信してもらうこともインバウンドの増進につながると思われる。どこの自治体も経済発展や地元事業者の支援などは行っているが、それ以上を求めた場合、自治体間の連携が重要になってく

る。宮崎がキャンプの受け入れを行う場合、どの様にプロチームにアピールし交流につなげるようにしていくのか、また、自治体間でのアピールとして何か取組があれば確認したい。



【委員からの質問】

- 九州の人間からすると観光の観点では東京近辺は関東圏という枠組みでしか見ていないのが現状である。しかし、プロスポーツチームのみならず、アマチュアスポーツでは吹奏楽などでも合宿に宮崎は利用されている実績があり、地元のチーム等との交流が発生している。相互交流という点では関東にも県人会があるため、そこを窓口で千葉と宮崎での交流が図れると思われる。

- 東京都の新宿にある宮崎のアンテナショップ、新宿 KONNE の観光相談について、コロナ前の水準には届かないものの相談件数は回復しているとの話があった。これがどの様な効果を発揮しているのか確認したい。また、航空会社との連携について経緯の詳細についても確認したい。

- 新宿 KONNE の具体的な相談業務について、宮崎の観光地の紹介や、この様なルートになったらどの程度時間がかかるかなどの相談が多い。9月にひなたフェスという大きなアイドルフェスがあったが、その前にも新宿 KONNE にフェス以外の観光情報について相談が多々あったとの話を聞いている。そのため、来県いただいた際の満足度や観光の質の向上に寄与していると考えている。

航空会社とのプロモーションの経緯について、アジアナ航空とは平成13年頃からコロナ禍を除き、20年以上就航してもらっている。また、アジアナ航空のグループでは地方空港の路線を LCC 路線に渡している経過があったが、宮崎空港は現在も就航してもらっており、宮崎県との関係は長く続いている状態である。この路線の利用者の多くは韓国からのお客となり、冬場は主にゴルフ目的のインバウンド中心の内容となっている。冬は週7便、夏は週3便となっており、航空会社からは夏の利用者の確保が今後の課題であり、売り込みが必要と言われている。この様な経緯があり、夏場の需要確保対策としてプロモーションを出している。



【委員からの質問】

- 海外OTAと連携したデジタルプロモーションの予算額と効果について、どの様に検証し評価したのか確認したい。

- この様なプロモーションは誰をどのように使うかというのは非常に難しいと感じてい

	<p>る。例えば、シンガポールのインフルエンサーについては、1市場当たり750万円の規模で予算措置をした。これについても直営ではできないので、民間のノウハウを利用し、プロポーザルの形で選定した。シンガポールのインフルエンサーも事業者側からの提案にて行ったが、この人は日本人で妻がシンガポールの人であるため、シンガポールにいるが日本の情報発信もよくされている人である。効果について、再生回数は28万回となっており、内容はまだ一般には知られていない、例えば B 級グルメなどローカルな内容を長めの動画にて作成し、一定の再生数を得られたと思っている。他にもこのユーチューバーのファンが動画と同じ行程を旅行してきたという動画をコメント付きであげた事例もあり、認知度の向上や誘客につながっていると感じた。</p>
<p>主な 委員所感</p>	<div data-bbox="1050 293 1302 577" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="1075 589 1278 618">【委員からの質問】</p> <p>○ 千葉市もSNS情報発信として観光客誘致している。宮崎県では外国観光として会社にも発信して効果を上げているようだった。やはり観光は情報発信が重要であると思われる。観光はニーズによって様々な形態が必要であると感じるが、千葉市もクルーズ船の誘致をして観光情報発信しても良いと思う。</p> <p>○ 宮崎県観光振興計画(令和5年度～令和8年度):県総合計画長期ビジョンを具現化するための観光に関する分野別計画。神話のふるさと宮崎観光おもてなし推進条例に基づく計画であり、本県の観光振興のため、関係団体が一体となって取り組む指針となる。</p> <p>⇒改善事業:みやざき観光発信強化事業(観光推進課2,900万円:宮崎再生基金、一般財源)。</p> <p>5つの事業内容の中でも、①県公式観光サイトの運営保守管理:令和5年度リニューアルの県公式観光サイトの運営保守における具体的なリニューアル策として、サイト名の変更、サイト内の回遊性を向上させるメニュー・導線の配置、一目で魅力が伝わるデザインに変更、検索エンジンでヒットしやすい内容に更新、ニーズが高い情報をリアルタイムで発信、法人向け情報を整理し分かりやすく掲載については、非常に研究をされた上で発信強化に繋げており、千葉市においても取り組みが出来るのではないかと考えた。また、②県公式サイトの内容充実:ライター等活用による観光地や食などの観光素材のデジタルコンテンツ整備、についても同様に千葉市においても取り組みが出来るのではないかと考えた。</p> <p>改善事業:外国人個人観光客誘客事業(観光推進課2億1,000万円:国費、宮崎再生基金、一般財源)。</p> <p>5つの事業内容の中でも、海外クルーズ船の受入対策:ラグジュアリー船の新たな</p>

誘致に向けた広域観光ツアープログラムの造成等に係る経費の支援については、同じ港を有する千葉市としても興味がある事業内容だと思った。外国船寄港のための抜本的な港の整備については、時間と経費がかかるが、海と隣接している市の特性として、千葉県とも連携し、未来に向けた新しい千葉港の活用は、観光経済に大いに貢献出来る事業になると思った。民間旅行会社に勤務していた経験から、千葉市の港湾地区については、横浜市や神戸市、海外の港湾都市を参考に、根本的な整備によって、魅力ある港湾都市千葉市として新しく生まれ変われる可能性があると思った。

○（以前、数年前まで稼ぎ頭だったユーチューバーのラファエル氏もその名前を名乗るのはユーロ圏による過去の植民地政策からクリスチャン人口は世界にまだ多く最も検索されやすいからだと言っていたが）検索エンジンで上位に出やすくしたのが一番効果があると思われ、より検索されやすいワードを狙うインバウンド対象国ごとに調査選定して、宮崎の名とドッキングするかサブタイトルに挿入すればよいと思った。勿論千葉県・千葉市においても同様。

国内向けサイトの基盤をそのまま海外向けサイトにも適用、連動するようにしたのは正解であり、基本。又中国語圏ターゲットを大陸と香港・台湾とに分け、後者に国内向け同様の作り込み発信を行うのは良い手。

正直スポーツ関連で一層稼ぐのは、現状既に県イメージがそう確立しているので、難しいのでは？

40代の働く女性向けにデトックス旅を謳っているとのことだが、センスが微妙。ワードにパンチがないと感じた。女性の美への執着を少しでも理解しているなら、例えば千葉市なら、その地を旅すれば心をリフレッシュして確実に綺麗になって帰られるイメージを、旅先選定する際の女性たちに焼き付けるキャッチが必須だろう。

移り気な外国人富裕層（＝投資家？）よりはまず九州以外のエリアからの国内客をリポートさせることに尽力したほうが（日本人旅行者の義理堅さからして）サステナブルではなからうか。

TSMCがらみで来日する外国人＝ビジネスリッパーは恐らく日程もタイトで目的以外を周遊する可能性が高くはないと思われ、ならば鹿児島空港からの二次交通アクセスや3つの港へのクルーズ船乗り入れからの集客にその分予算を振ったらどうかと感じる。

○ 本県の魅力を県公式観光サイトやSNSを活用して効果的に発信するとともに新宿KONNEにおける観光相談体制強化を図り、多角的に観光情報の体制を整えていた。

○ 観光に積極的に取り組んでいる様子がうかがえた。県を挙げて課題としてとらえていることが良く分かった。県職員も幅広く勉強している様子がうかがえ、目標を持ち、積極的に取り組んでいた。

○ かつては新婚旅行などで多くの観光客を呼び込んでいたが、現在コロナ前の水準には戻らず観光客のうち宿泊が3割で日帰りが7割の通過観光が多く、外国人の宿泊が九州7県で最も少ない現状等から滞在型の推進レポート率の向上、インバウンド誘致、スポーツランドみやぎの取組強化等の課題を挙げての取組、分析は大変参考になった。

観光情報発信強化事業においては、見やすいように変更された部分やリニューアルされた多言語サイト等、観光相談体制強化など、工夫が感じられた。成果もあったようなので注視したい。

○ 観光ニーズの多様化に向け何が求められているのか整理が必要である。経済団体や観光協会などの連携は重要であり、民間事業者も含めて自治体とセットになって県外や県内、海外から来てもらうアピールが必要。

SNS等で発信する観光コンテンツを事業者、観光協会からアドバイスをもらえるように職員はアンテナを高くして情報を集めることが必要。

観光振興計画をしっかりと立案し、自治体、経済団体、観光協会などが目的を一本化し、その中で何ができるかそれぞれが取組を進めることが重要であり、自治体はまとめ役として取り組む必要がある。