

## 地方創生懇談会（令和2年2月20日開催：東海財務局静岡財務事務所）

講師：善井 靖 氏

内閣府 地域活性化伝道師

演題：ポスト2020のDMOの役割とスポーツでの地域の「コト」興し

### 1. 自己紹介

皆さんこんにちは、善井でございます。よろしくお願いいたします。

私は新潟県の佐渡島の生まれで56歳です。東京の大学を卒業し、スタートはラジオの番組作家です。番組を作りイベントを打つ仕事をやっておりましたが、20年前に起業しました。2017年に(一社)観光マーケティング協会を、翌年にナイトタイムエコノミー(株)を設立しました。

(一社)観光マーケティング協会は、地域の「稼ぐ力」を引き出すことを行動指針とし、自治体やDMOなどに財源確保策の提案やマーケティングにかかる事業支援などを行っております。

また、内閣府の事業であります地域活性化伝道師やクールジャパン地域プロデューサーなどで全国を回っております。2010年頃から秋田市などのアドバイザーを長くやっており、秋田県内では4地域の観光再生に関わっております。2年前には、アントラースホームタウンDMOというプロスポーツチームを核としたDMOの立上げをお手伝いさせていただきました。

2017年には、観光庁後援の観光マーケティング実務責任者養成講座を立ち上げ、マーケティングの責任者を育成する活動を行っております。

昨年は、SUP(スタンドアップパドル)のインストラクターの資格を取りました。観光再生をやるうとした際に日本には海があり、湖があり、川がありますので、SUPは非常に適合性があります。静岡でもSUPは非常にエントリーしやすいスポーツだと思います。日本のどこでもできますので、観光再生に向いているということです。



### 2. 各地での連携と私の指針

(一社)全国古民家再生協会という組織がありまして、そこと連携して古民家ツーリズムまちづくりのプロデューサー養成講座を立ち上げました。古民家鑑定士という資格者が全国に600人ほどおります。築200年や300年の古民家でもリノベーションにより耐震基準をクリアできると鑑定士が認定すれば、フラット35が利用できます。その仕組みを使って、古民家を街にマッチさせて観光再生を行おうと、この協会と一緒に活動しております。

各地のアドバイザーをさせていただいておりますが、秋田や山形では総務省地域力創造アドバイザー制度を使っておられます。年間560万円を上限に最大3年間の特別交付税が措置され、外部専門家を招聘できる制度です。過疎地や山間部などの条件不利地域を持っている市町村が使える制度です。

定住自立圏に取り組む市町村におきましては、特別交付税(中心地8,500万円程度、近隣市町村1,500万円)が毎年交付されます。産業振興などにも使えますので、観光ルートの作成、特産品のブランド化、移住・空き家対策などにも利用できます。また、別財源で観光にかかる外部専門家も活用でき、毎年700万円を上限に3

年間措置されます。この制度が利用できる自治体はご検討いただければと思います。一例として、ちちぶ定住自立圏では、この特別交付税をDMO 予算に充当し、あつという間に修学旅行の斡旋プログラムを立ち上げました。

二宮尊徳先生が言われた「**道徳を忘れた経済は罪悪である。経済を忘れた道徳は寝言である。**」を私の指針とし、全国で仕事をさせていただいております。

### 3.アントラズホームタウン DMO

#### (1) 地域資源の整理・勝つ要素の抽出

茨城県南部にあります人口約 28 万人の鹿行地域（行方市、鉾田市、神栖市、潮来市、鹿嶋市）に DMO を立ち上げようと、鹿嶋市が地方創生交付金を使い、16 年 5 月に私を呼んでいただきました。

着任してまず、各市の地域資源を整理し、勝てる要素を抽出することから始めました。各市の観光資源、イベント、農産物や特産品はどのようなものがあるかをそれぞれのマトリックスに落とししていきます。経済効果を生んでいるかどうかを縦軸に、名前が知られているかどうかを横軸に取り、思い当たるものを全てこのマトリックスに落とし込んでいきます。それを年間スケジュールに落とし込み、どの時期がイベントのピークか、特産品の流れはどうなっているか、観光資源はどうか。その中で外貨を獲得する仕組みはあるか、勝てる要素は何かなど、情報を整理する作業を行いました。

こうした分析で分かったことは、鹿行地域で一番外貨を稼いでいるのが、神栖市のスポーツ合宿だということでした。神栖市には年間およそ 30 万人が民宿を利用して合宿に来ておりました。平均単価 6,000 円として 18 億円を稼いでいることとなります。2 番目はカシマスタジアムです。当時観客動員 38 万人で 15 億円。3 番目は、なめがたファーマーズヴィレッジとい

う農家レストランで 12 億円。4 番目は、180 万人の参拝客があります鹿島神宮の 5 億円です。このことから、この地域は圧倒的にスポーツ合宿で稼いでいることが分かりました。

次に、神栖市のスポーツ合宿地・波崎地区の特徴を抽出しました。合宿の競合エリアを見た場合、菅平のラグビーが有名ですが、冬はクローズです。一方、波崎地区は年間を通して温暖です。また、サッカーコート为民間の経営者が 8 面とか 10 面持っており、全体で 80 面ぐらいのコートがあります。そして 12 月には 240 チームがこのエリアに集まり、裏天皇杯をやっていたんです。240 チーム×選手 14~15 人×3~4 日滞在することになりますので、多額のお金がこの地域に落ちていることが分かりました。

民宿の皆さんが頑張っておりまして、民宿業組合長に会いに行きましたところ、「いやぁ善井さん、コートが足りないんだよ」と。それでサッカーコートを増やそうと地元金融機関に相談しても、設備のローンが残っていると中々話が進まないとのことでした。波崎地区の合宿は受け入れのキャパシティがピークになっていましたので、合宿を鹿行地区全体に面としていくことが必要でした。

#### (2) マーケティング戦略

波崎地区はサッカー合宿ではブランドですが、全国区では無名で、私も知りませんでした。なぜか。マーケティングの戦略がないからです。民宿の皆さんが一所懸命知恵を絞っており、素晴らしいと思うんですが、マーケティングの戦略がなく、行き当たりばったりでやっていたことが課題でした。

そこで、サッカーのマーケットがどうなっているかを検証しました。レジャー白書 2016 によりますと、サッカーをプレーしたり観戦する人は、男子の 10~20 代で 167 万人、女子で 19 万人、合計 186 万人にのぼり、その人たちがサッ

カー合宿のターゲットとなります。

(株)リクルートがリピーターの旅行先選定理由を調査していますが、リピーターが旅行先を決定した理由として、「なじみがあった」が圧倒的な理由でした。観光行政はこのことを見落としています。なじみづくりをしないといけないんです。そこに行ったらまたあのおばちゃんに会いたい、あの道の駅っておもしろかったなあとか。まずやらないといけないのは、なじみづくりです。

### (3) テーマはスポーツツーリズム

具体的には、波崎地区の活動を点から面にしよう。ターゲット 186 万人がなじみになる仕掛けづくりをして、10 年後になじみを求めて帰ってきてもらおう。そして、アントラズとの連携を強化することを実施策としました。

サッカー合宿で民宿に泊まった中高生や大学生が地域の方たちと農産物を収穫したり、アントラズの選手と触れ合ったりしながら、レガッタやカヌー、サイクリング、トレッキングをする。そして DMO が集客と送客を担うことを軸にし、テーマをスポーツツーリズムとしました。

DMO については、鹿行地区の 5 市、集客力のある地元企業、鹿島アトラズを中心メンバーとし、地元のホテルや民宿などの事業者にも入っていただきました。事業を進めていくには、サッカーコートなどの設備投資も必要となりますので、地元金融機関にもお声掛けしました。結果として参加しておりませんが、地元金融機関を絶対巻き込まないとだめだと思えます。

### (4) 周辺産業へ波及：ムスリム対応合宿

本日は DMO の方も参加されていますが、実質財源を確保することは大変で、きちんと儲ける仕組みが必要なのです。調べてみますと、観光庁は「明日の日本を支える観光ビジョン」の中で、海外からの訪日教育旅行を活性化させるた

め、訪日修学旅行を地方へ誘致するプロモーションを集中的に展開するとしていました。

そこに可能性があると考えまして、ムスリムの方たちに対応できる合宿施設を作ろうと戦略を立てました。なぜムスリムなのか。調べてみますと、ムスリム圏では毎年 5~7%の経済成長率を記録しており、日本に修学旅行に行かせられる環境の家庭が増えています。また、東南アジアでは非常にサッカーが盛んで、人気のスポーツです。インドネシアではサッカー人口が日本の倍近くあり、プロチーム一部二部合わせて 72 チームあります。その下にはユースがありますので、プロを目指すたくさんの子供たちがいることが分かりました。

そうした時に、鹿島アントラズがクラブワールドカップで準優勝し、その翌日にはムスリム圏のサッカーチームからアントラズのホームタウンでユースを合宿させたいとのオファーが入りました。地域にムスリム対応のできる合宿施設がなかったので、大手旅行会社に問い合わせましたが、そうした施設は揃っていないとのこと。これはチャンスということで、日本初のムスリム合宿施設を作りました。

地方創生推進交付金を活用し、ハラル対応の専門家を招いた勉強会や、民宿 3 施設限定であります。専門家を民宿に派遣し、ハラル対応の調理道具はこうしましょう、醤油はこっちに変えてなど指導も受けてもらいました。こうして、この地域では 500 人規模の民宿 3 施設がハラル対応ができますが、まだ足りません。まだまだニーズがあると思っています。

### (5) 周辺産業へ波及：グランピング

合宿に来る選手の観戦者たちが泊まれる場所がなかったので、アントラズスタジアムでグランピングを行いました。サッカーコートに 60 のテントを張り、1 テントに親子 4 人で 6 万円としましたが一週間で売り切れました。ここは

Jリーグのマーケットの強さです。

わが国のスポーツ市場において、スポーツツーリズムなどにより周辺産業は5兆円規模に拡大するとの試算があります。DMOの事業を進めていく中で、ムスリム対応やグランピングなどの事業にも発展してきており、周辺産業が伸びていくことを実感しております。

#### (6) 財源確保：新電力販促

財源を確保するために取り組んでいる新電力販促についてご紹介します。この地域の事業者の方などに新電力への契約切替えを提案し、契約変更していただくと、利用者の使用量の1%がDMOに財源として入る仕組みです。今年は500万円ほどですが、来年は1,000万円を見込んでいます。切替え後は継続的に財源として入ってきますので、DMOの取組みにご賛同いただける方に切替えをいただいております。

### 4. 地域での「コト」興し

#### (1) SUPでいわきの「海を復興」

2年ほど前から関わっておりますが、いわき市において、SDGs×SUP×グランピングを掛け合わせて地域再生をやるよう取り組んでおります。いわきではヨットハーバーにあった何百艘ものヨットが震災で全て流されてしまい、現在はゼロだそうです。また、漁業は風評被害で水揚げが停滞し、漁師たちは海の仕事が出来ず陸に上がったままだそうです。やはりしんどいと思います。「海の復興」なくしていわきの復興はありませんので、そのことを軸にSDGs未来都市としての申請準備を進めています。

その手立てとして、いわきでSUPの基地を作ろうとしています。なぜいわきでSUPなのか。SUPはハワイが発祥でして、いわきにはハワイアンセンターがあります。訴求するストーリーを徹底的に掘り下げることで、新たにいわきを訪れてくれる層を獲得したい。具体策として、

SUPとグランピングを連携させ、高価格帯のロングステイができるグランピングの施設を作ろうとしています。

その発展形として、車椅子SUPをやりたいと考えています。日本では車椅子SUPを実施している団体は非常に少なく、沖縄と大阪で数例実績があるだけですが、ハワイでは普通にプログラムとして体験できます。私の妹が難病になり、晩年は車椅子だったんですが、車椅子の方や障がいのある方にとってマリンスポーツが一番縁遠いんです。海岸まで行けないんです。海外のような車椅子SUPが体験できるように、いわきの事業の中でぜひ実現させたいと思っています。

#### (2) 多様な財源確保スキームを活用

事業を進めるにあたって、財源確保や資金調達の具体的な方法を調べることも重要です。

MINTO機構(一財)民間都市開発推進機構)という組織があり、「まちづくりファンド」を組成して民間のまちづくり事業を支援する仕組みがあります。冒頭にご紹介した(一社)全国古民家再生協会もこの仕組みを使っていますが、街づくり事業者が3分の1、地域金融機関とMINTO機構がそれぞれ3分の1出資して、まちづくりファンドを組成します。

いわきでもそのファンドを活用して、SUPとグランピング施設を立ち上げる計画です。加えて、地元自治体には用地提供や観光プロモーションなどと連携いただき、地域おこし協力隊の採用をお願いします。採用された地域おこし協力隊の方をSUPインストラクターとして教育し、グランピングのスタッフにも活用して、将来はいわきに定住してもらおうという計画です。

2020年4月から企業型ふるさと納税の制度が変わります。100万円寄付すると法人関係税において最大90万円が軽減されますが、いわきのスキームの中でも検討しております。

ご参考までに、POファイナンスについてご

紹介します。群馬県富岡市のアドバイザーもやっておりますが、一年間の報酬は年度末が終わった4月に支払われます。年間を通して交通費や諸々の経費が掛かりますが、自治体からの報酬支払はどうしてもそうなってしまいます。そのことを解決する手段として、売掛債権の確定前に電子記録債権化するPOファイナンスというスキームがあります。富岡市のケースではこのスキームを使って、契約段階の5月末日に報酬支払を受けることで、早期資金化が図られました。建設業やシステム開発など請負型の業界の早期資金化を何とかしようと思われた仕組みです。

富岡市の例でもう一つ。ふるさと納税のオペレーションを今秋に立ち上げるDMOで行い、その手数料を財源にするスキームです。ふるさと納税の返礼を丸ごと外部委託している自治体がありますが、東京の会社などに手数料として最大15%取られています。マッチングのところさえ間違えなければ、返礼品の調達や発送を地元の観光協会やDMOがやることで15%のうち8%ぐらいは地元に残ります。結構な財源になりますので、ふるさと納税を地域バリューで活用することもぜひご検討してください。

### (3) ユニバーサルツーリズム

最後に、横浜で進めております夜のバリアフリーについてお話しします。ナイトタイムエコノミーとユニバーサルツーリズムを2軸とした取組みです。ユニバーサルツーリズムは、市場規模3兆9千億円、国内旅行市場の4割以上を占めると言われています。国内の旅行市場は2010年をピークに緩やかに下降しています。一方で、乳幼児を連れた方、障がいを持たれている方、車椅子の方、ご高齢の方などの割合は人口の36%、3人に1人がユニバーサルツーリズムのターゲットということです。世界ではユニバーサルツーリズムをマーケットにした活動が盛んで、先発のヨーロッパでは最大19兆円のマ

ーケットが動いています。

ユニバーサルツーリズムの参加者の特徴。ここがポイントです。一つ目、自分たちのニーズにあった観光施設を見つけると常連客になりやすい。二つ目、平均よりも長い休暇を取る。三つ目、ヘルパーや家族・友人との旅行が多い。四つ目、人混みを避けるため閑散期を選ぶ傾向が高い。閑散期を選ぶ傾向が高いことは、観光再生の側からすると大変ありがたいお客様です。

もう一つ衝撃的なデータです。日本の旅行会社2,138社(日本旅行業協会会員)のうち、バリアフリー旅行や障がいを持たれた方の旅行を提供する専門窓口があるのは20社。全体の1%です。そして、DMO法人ではゼロなんです。うちの奥さんは足が悪いんだけど、そちらではどういった旅ができますかと問合せても、よくわかりませんという答えが返ってくるのでは、観光地域づくりを推進するわが国の観光行政において、そもそもダメだと感じておりました。障害者差別解消法や東京パラリンピックを追い風に、ユニバーサルツーリズムは大きな成長が見込まれます。国内の旅行市場においては、最後の砦だと思っています。

横浜において、障がい者も健常者もなく、バリアなく楽しめる街のブランド化を進め、長期滞在とリピートしやすいユニバーサルツーリズムの参加者層を早めに取り組んでいこうというのが事業方針です。そして、車椅子の方が車椅子の旅行者を有償でガイドできる仕組みを作ろうと思っています。1万円でも2万円でもしっかりとお金を取って、ニーズに合ったものを提供する仕組みを作り、障がいを持たれた方の雇用機会の拡大に繋がっていきたいと思っています。

最終的には、この横浜モデルを他の地域にも持っていき、観光と福祉の間の壁を融和させて新しい市場を作っていきたいと思っています。

ご清聴、ありがとうございました。