

目黒哲也 通信

市政について皆様の声を
ぜひお聞かせください!

●発行人 目黒哲也

所属委員会 社会厚生委員会 副委員長 議会広報編集特別委員会
南魚沼地域広域計画協議会 南魚沼市都市計画審議会

●連絡先 目黒哲也後援会事務所

〒949-6612 新潟県南魚沼市東泉田1076-1 TEL 025-773-6253
携帯 090-4011-7563 E-mail kinseikan.tetsuya430623@gmail.com

目黒哲也通信のバックナンバーを希望される方は、メールあるいは電話にてお気軽にご連絡ください



ごあいさつ

皆様には、日頃から市政へのご理解とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。今年も、熱海の土石流や西日本の豪雨災害等の大規模災害が続き、被災された皆様並びにそのご家族の皆様にご心よりお見舞い申し上げます。皆様の安全と被災地の一日も早い復興、被災された皆様の生活が一日も早く平穏に復することを祈り申し上げます。本格的な台風時期を控えて、この地域も今後が心配されます。ご家庭で防災マップを確認いただき、万が一の備えをお願いいたします。

世界がコロナ禍と戦う中での「2020東京オリンピック」が閉幕しました。白熱の展開の数々に、連日多くの感動がテレビから伝わってきました。心を打たれたのはプレーや結果だけではなく、オリンピックに出場した選手一人ひとりの姿の裏にそれぞれの人生ドラマがあり、万感胸に迫るものがあります。全オリンピックに感謝と称賛の拍手をお送りします。これから開会される「2020東京パラリンピック」も楽しみであります。

早いもので平成29年に南魚沼市議会議員に初当選させていただき、来る10月に任期満了を迎えます。引き続き南魚沼市の発展と福祉向上に向けて、粉骨砕身で邁進してまいりますので、よろしくお願い申し上げます。

未来への架け橋

～明るく豊かな安心して
暮らせるまちへ～

「この南魚沼市に生まれてよかった」
全ての市民が心からそう思える
市民の笑顔溢れる、誇りが持てる
「美しき南魚沼」を
創らなければならない!
未来の南魚沼への架け橋となる!

政治信条

天時不如地利、地利不如非人和。
～天の時は地の利に如かず、
地の利は人の和に如かず。～

天 先見性と洞察力

虫に目・鳥に目・魚の目の視点で物事を捉え、時代の先を読む。

地 持続性と創造力

変化に対応し、地域の有形無形の資産を活かし、持続可能な明るい豊かなまちを創る。

人 多様性と人間力

一人ひとりを尊重し、仁義礼智信を大事に優れた人間力を磨く。

プロフィール

生年月日/昭和43年(1968年)6月23日生(53歳)
学 歴/六日町高等学校(昭和62年39回卒)、順天堂大学 体育学部健康学科(平成3年卒)
経 歴/小千谷法人会 六日町地区会長、小千谷法人会 副会長、六日町商工会 副会長
雪国青年会議所 第23代理事長、日本青年会議所 新潟ブロック第41代会長
六日町小学校 PTA会長(2004年～2006年)
南魚沼市PTA連絡協議会 初代会長(2005年～2006年)

6月議会において下記の一般質問を行い、皆様のお声を市政にお届けいたしました。質問と答弁は以下の通りです。(一部抜粋)

右のQRコードをスマートフォンなどで読み取ると、一般質問の録画映像がご覧いただけます。



定例会全日程の録画映像配信を始めました
令和3年6月定例会から、定例会全日程の録画映像をウェブサイトからご覧いただけます。
[南魚沼市議会 録画配信](#) | [検索](#)

一般質問 地域DMO候補法人(一社)南魚沼市観光協会の方向性は

市長答弁 観光業は地域経済に直結し、地域の牽引役である。地域経済全体の活性化を目指す

目黒 何のためにDMOを設立しようとしているのか。

市長 ポストコロナに向け、どう観光交流人口を回復していくかが今後の大きな課題である。今後、観光地経営の視点から観光地としての魅力を高めるためには、観光業のみではなく、農林水産業、商工業、文化・環境など幅広い分野のさまざまな組織が一体となって、マーケティング、マネジメント、そして地域ブランド商品の造成や販売、プロモーションなどを多角的に担う仕組みが必要と考えている。

このDMOの設立は、多角的な視点から関係人口の増加を進めていくことにより、観光産業ばかりでなく、地域経

済全体の活性化を図ることを目的としている。

目黒 明確なコンセプトに基づいた観光地づくりを実現するための戦略をどう描いているのか。

市長 大きなコンセプトとして、雪国観光圏の理念は、不動の観光地イメージとなったということは、歴史的な推移としても評価すべきだと思う。

雪を含めた豊かな自然や観光資源、体験、郷土食、首都圏からのアクセスなどの強みを、国内外の観光や特産品購入客層を5つに分類したターゲットを設定して、そこに対して観光や特産品の販売などの事業とプロモーションを展開する。



高齢者集団ワクチン接種のボランティア活動

目黒 多様な関係者と協同しながら、観光地域づくりの舵取り役となって、観光地づくりを実現するための戦略を策定し、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人を目指すために、**組織体制**はどのように考えているのか。

市長 南魚沼市観光協会が事業運営母体となって、ここに行政、商工会、商工業者、交通事業者や地域住民など、幅広い分野の関係者に参画してもらう。理事会のほか、分野ごとの**専門部会**を立ち上げる。

専門部会は、まずは**ブランディング、プロモーション**を担当する**組織主導型**の専門部会と、**着地型旅行商品や食のブランディング、特産品販売の企画**を担当する**外部主導型**の専門部会を構成する。定期的な会議や打合せを行って、その結果を**理事会と共有しながら目標の設定や事業の展開**を行っていく。

目黒 調査データを基にしたマーケティング戦略の立案やプロモーション、受入環境整備など、その地域が抱える課題を明確にし、地域の観光のハブ機能となる役割を担う存在であるためには**専門的なスキルや人脈が必要**となるが、組織戦略として専門性の維持、向上はどう考えているのか。

市長 私はやはり**外部の力**が大事だと思う。しかし人材を見つけるのは本当に大変なこと。人材なのか、人材をたくさん持っているシンクタンクやコンサルなのか、まだわからない。方法論としては、個人なのか会社なのか、今後の議論でこの3年間の過渡期の中でしっかりさせていく。

さまざまな知見を持って、これでいこうと勇気を持って



坂戸山 草刈りボランティア作業

言える人が真ん中に座ってほしい。そして、我々と気持ちも同じになって歩みを一緒にしていける。こういう状況をつくらなければならないと思う。

目黒 地域が潤う観光振興が地域全体の利益

につながり、地域が自立するための経済活動となる地域の稼ぐ力をどうつくり出し、**財源をどのように確保し**、持続可能な観光地経営を目指していくのか。

市長 肝はここにあると思う。これまでは市が地方創生推進交付金を申請して観光振興を図ってきたが、現在の国の制度では市が交付金を使って観光事業に取り組むことは難しい。DMOを設立することによって、**観光庁の補助金を利用**することが可能になった。それから自立した持続可能な活動に向けた財源確保は、**魅力的な着地型旅行商品の造成**にさらに磨きをかけていく。DMOが主体となったの販売促進、マーケティングが大事になってくる。のべつ幕なしに打っていても駄目だと思う。

まずは**宿泊手配等の手数料増収**から見込んでいかなければならない。そして六日町観光協会から今回移管された**特産品事業の販路拡大による増収**、各観光案内所での**商品販売、レンタル事業収入の増加**、また市からの**指定管理料**などが想定される。

目黒 今後、**入湯税**の在り方はどのように考えているのか。

市長 入湯税の在り方はずっと長く議論されているが、まだ前に出ていない。DMOの設立とやはり機を一にして**再度検討する時期**にきていると思う。合わせて実際に利用した方から税収としてちゃんとバックされて、持続可能な形でまた再投資されていく仕組みとして、**観光税・宿泊税**等も検討していく必要がある。

目黒 収支計画表を見みると、一般管理費が総収入の約60%を占め、実際のプロモーションやマーケティングの予算は約10%となっているが、**果たして事業展開ができるのか。**

市長 申請における組立てで作成している。よって現状から飛躍して作成できない。現在の**観光協会の実態を急に変える**というのはなかなか難しいと思う。

目黒 しかしDMOとなれば、自治体の助成金や補助金、あるいは指定管理料等の収入で回すのではなく、やはり自分たちの力で稼いで自らの組織を運営していくという意

識改革をスタートの段階から持たないと、なかなか現状から脱皮できないと思うが。

市長 将来は**DMOが自ら稼いでいくという体制**となるよう頑張っていかなければならない。観光のいろいろな数字を伸ばし、その数字に基づいて**ブランディング**していかなければならない。

数字が伸びないということは何か間違っているという視点を持たなければならぬし、そしてそれについて**誰かが責任を取るような厳しい姿勢**が大事だと思う。これが果たしてふさわしいものかどうかはやはり大いに議論すべきである。

そして**事務局のしっかりした体制**がなければ、やはりできない。だから**数字のことは常にシビア**に見ながら、それを本当に気にしながらやっていく、そういう組織であってほしいと思う。

目黒 地域への**誇りと愛着を醸成する観光地づくり**とは、どういうものか。

市長 もっとも大事なものは、**市民が地域への愛情と誇りを持つこと**。その上で観光が成り立たなければいけない。他者が潤って、観光地やそこに住む住人が全く恩恵を感じないならば、観光はやる必要はない。なので、私は地域への愛情と誇りを持つことができる、そういう参画というやり方がなければ観光を語るには片手落ちだと思っている。

若い頃からその信念でやってきた。四季折々の南魚沼市の魅力を発信する。ひいては**人口減の問題や若者が帰ってこられる、そういう誇りあるふるさとづくり**に必ず直結する**大きな課題**であると考えている。



租税授業
(市内小学校10校・児童数383名)

めぐりの国

キーワード⑬
地域DMO
登録法人の理想

DMOとは、Destination Management Organization、あるいは、Domestic brands Management Organizationの略である。

まさに「地域の稼ぐ力」を引き出すと共に、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定すると共に、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人であると国で示されている。

南魚沼市は令和3年3月31日に、(一社)南魚沼市観光協会を地域DMO候補法人とし、観光庁に認可された。今後、登録法人認可に向けて組織や要件等を整えている。

令和3年3月31日現在、全国で地域DMOとして登録された法人数は96団体、新潟県内では新発田市観光協会、糸魚川市観光協会、妙高ツーリズムマネジメント、佐渡観光交流機構の4法人である。また認可された地域DMO候補法人は全国で71法人、新潟県内では当市の南魚沼市観光協会と、湯沢町観光協会の2法人である。

1. マーケティングとブランディングの必要性

DMOには、観光を手段と捉えて「地域が潤う」観光振興が地域全体の利益につながり、地域が自立するための経済活動となることが求められていると考える。よって、単なる観光地としての発展ではなく、地域が豊かに暮らすためにどうあるべきかという根本的な問題にまで掘り下げてアプローチを行う必要がある。そのためには、マーケティングとブランディングは非常に大事になってくる。DMOは、調査データを基にしたマーケティング戦略の立案やプロモーション、受入環境整備など、その地域が抱える課題を明確にし、地域の観光のハブ機能となる役割を担う存在である。

マーケティング活動で重要なことは「選択と集中」といわれている。ターゲットとする顧客に「刺さる」「響く」といった鋭いもの、尖ったものを目指していかなければ、数多くある観光地の中で埋没してしまう。まずは、これまでの観光協会の在り方を整理する必要があると思う。

2. 専門的なスキルや人脈の必要性

マーケティングやブランディングを展開するためには、ヒトとおカネが必要になってくる。DMOと名前を変えても観光協会からの転身であることから、結局これまでと同じ路線が強化されやすくなる懸念がある。専門家不在の旧来型の観光行政・観光協会の仕組みを変えるために、専門企業とのタイアップや専門家を組織に招くなど、官民連携の新たな仕組みづくりこそDMO成功への重要な条件であると思う。

3. 持続可能な財源確保の必要性

自治体からの助成金に頼るのではなく、稼いだ収益で組織を自ら運営していくという一般的な企業活動にシフトしようとする動きがDMOである。そのためには入湯税の在り方や、観光税・宿泊税等の検討が必要になってくる。

(1) デジタル地域通貨

デジタル地域通貨を導入することで、手数料収入とすることが考えられる。またデジタル地域通貨はマーケティングデータとして活用もできるし、さらに、図書館ID・病院の検診ポイント・ボランティアポイント付与など、さまざまな機能を実装することで住民サービスの向上にも繋げられる。

(2) アクティビティセンター

アクティビティセンターを設置し、自転車・カヤック・SUP・キャンプ・グランピング等々のアクティビティをワンストップの窓口とすることで収益につなげられる。そればかりでなく、観光客の利便性を考えれば近隣市町とも連携し、広く深くつなげていくことが大事である。多くのプログラムの情報や二次交通の手配等、ワンストップとなるセンターは必要であると思う。



魚野川カヤック下り体験

DMOに変わっても、これまでの観光協会のように、不足財源は行政や民間事業者頼みといった本末転倒な話になってしまう。公金や補助金目当てではDMOとしての存在価値がない。今後はDMOの活躍が当市にとって、とても重要なカギとなると考える。単に観光を外貨獲得の手段とするだけでなく、地域内経済循環を活性化させ、景気と税収・所得・雇用を増やすことで、人口の下げ止めまでを狙っていける可能性をもっているのがDMOである。そのためには観光というスポットのテーマではなく、市民一人ひとりの生きがい、心身の健康、良好な人間関係、やりがいのある仕事、快適な住環境、十分な教育、レクリエーション活動、レジャーなどのさまざまなクオリティ・オブ・ライフ (quality of life, QOL) の観点まで広げて、地域内の産業全体の活性化を考える視点でDMOの活動を考えていく必要があると思う。その視点からすれば、南魚沼市文化振興公社と観光協会が合併したDMOという考えもできる。

いずれにしても、予算や規模的に狭域なDMOになりそうなかで、どうやって収益化していくのが最大の課題である。「ナパパレー」は、ワイナリー集積地として世界的に有名になるために、農業政策でも優れた減税策を講じてブランディングを推進し、その上でワイナリーリゾート事業へと進んだ経緯がある。つまり制度や財政以前として、DMOが事業競争力を持つような地域づくりを戦略的に長年行ってきたからこそ今日の繁栄があり、誇りと愛着を醸成できたものと思う。

このように長期的視点に立って考える全体の利益は、地域連携において欠かすことのできない視座であることは間違いなさそうだ。過去の延長線上から未来を創造しても何も変わらないと思う。