

経済観光委員会

日程 (令和6年)	7月23日～7月25日(3日間)
調査都市	長崎市 福岡市 兵庫県
視察参加者	委員長 副委員長 委員 森山由美子 水上美華 よこやま峰子 伴良隆 小須田大拓 かんの太一 好井七海 田中啓介 荒井勇雄
	随行書記 大島翔太 金野美香
調査項目	1 観光振興について 2 スタートアップ支援事業について 3 ユニバーサルツーリズムについて

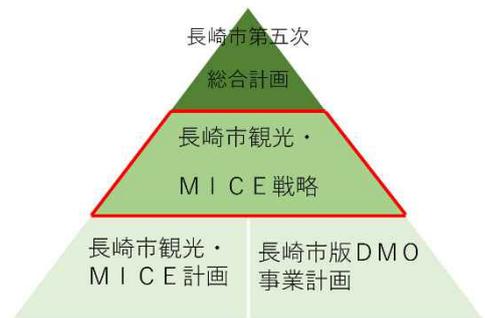
長 崎 市

【観光振興について】

1 長崎市観光・MICE戦略について

(1) 位置づけ

市の最上位計画である「長崎市第五次総合計画」をベースに、観光行政における基本計画として「長崎市観光・MICE戦略」が位置づけられる。さらにその下位計画として「長崎市観光・MICE計画」、「長崎市版DMO事業計画」を位置付けている。



(2) 期間

2021年度～2025年度（5年間）

(3) 策定の趣旨と意義

コロナ禍や人口減少等による社会情勢の変化に加え、訪問客のニーズの多様化といった観光行政における課題に対応していくため、従来の戦略及び計画を統合し、さらにMICEによる振興を図ることを目的として新たに戦略を策定した。



森山 由美子 委員長

(4) 観光MICE振興ビジョン

長崎市の将来像として、次の4つのビジョンを掲げている。

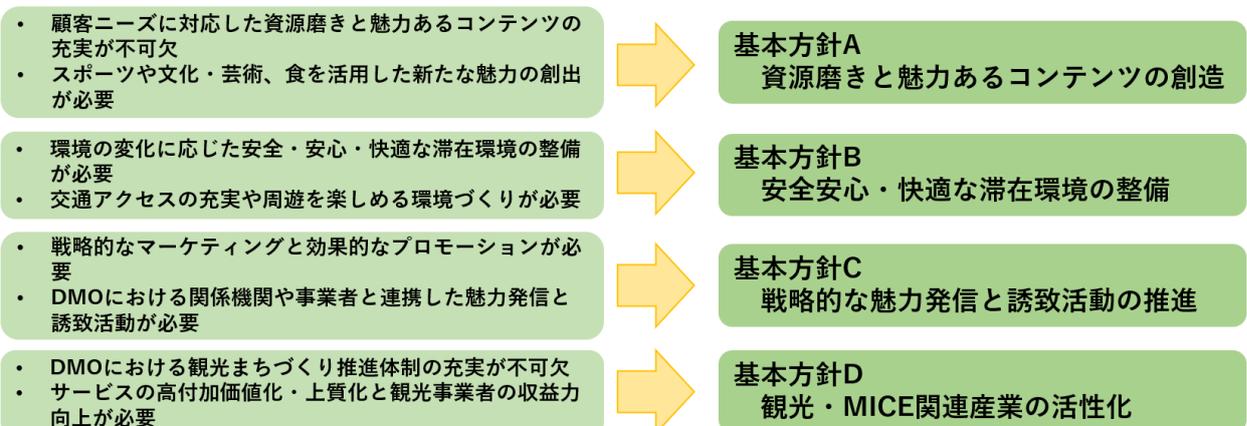
- ① 訪問客がまた来たい・もっと過ごしたいと思うまち
- ② 事業者が交流で潤い、成長するまち
- ③ 市民が誇りを持ち、住み続けたいと思うまち
- ④ 危機管理に強いまち



水上 美華 副委員長

(5) 課題及び基本方針

長崎市の観光行政における課題を踏まえた4つの基本方針を策定している。



(6) 宿泊税の活用

長崎市においては、国内外の人々の来訪及び交流を促進するとともに、観光の振興を図る施策に要する費用に充てることを目的として、令和5年4月1日から宿泊税を導入している。

使途としては、①サービス向上・消費拡大、②情報提供、③受入環境整備、④資源磨き、⑤緊急時の対応等を「5つの柱」とし、その多くがDMO関連予算として計上されている。

長 崎 市

2 長崎市版DMOの取り組みについて

(1) 長崎市とDMOの基本的な役割

長崎市においては、DMOとの役割分担を明確にし、市は観光まちづくりに関する指針等の政策立案を行い、ハード面の基盤整備を行う役割を担うこととしている。一方、DMOにおいては、市の指針等で示された目標を達成するための観光まちづくりにおける具体的な方策を企画・実践していくマーケティング・マネジメントの役割を担っている。

長崎市

観光まちづくりの政策立案と基盤整備

1. 『観光・MICE戦略』策定・検証
2. 地域資源（ハード）を活かした魅力づくり
3. ストレスフリーの環境整備・支援
4. DMO活動支援

DMO

観光まちづくりのマーケティング・マネジメント

1. 『長崎市DMO事業計画』策定・検証
2. 地域資源（ソフト）を活かした魅力づくりと消費拡大
3. ワンストップ誘致プロモーション・受入
4. 域内マネジメント

(2) マーケティングの基本方針

長崎市版DMOにおける重要な役割である『マーケティング』については、選ばれるための『ブランディング』、選ばれ続け、稼ぐ力を引き出す『仕組みづくり』を基本的な考え方とし、さらに『長崎市観光まちづくりネットワーク』を活用した訪問客の獲得や周遊促進・消費拡大を行うことを目的としている。

- 選ばれるための『ブランディング』

長崎市が誇る「歴史・文化」を中心に、「食」、「海」、「平和」などによる普遍的な価値を象徴するブランディングを行う。

- 選ばれ続け、稼ぐ力を引き出す『仕組みづくり』

長崎市の観光・MICEブランドを体現するコンテンツを創造し、訪問客に届け、来訪を促し、満足度の高い旅やMICEを提供し続けるマーケティング・サイクルを構築する。

- 『長崎市観光まちづくりネットワーク』

DMOによる『マーケティング』を行っていく上で欠かせない存在となっているのが「長崎市観光まちづくりネットワーク」である。DMOと事業者、事業者同士が連携し、商品・サービスの魅力づくりやビジネスチャンスの創出を行うことで、持続的な観光地のブランド向上と変化する市場ニーズへの対応など、「持続可能な観光まちづくり」の実現を目指すことを目的としている。

参加メンバーは、観光産業に関係する事業者のみならず、多種多様な業種の法人や個人であり、それらの事業者が中心となり「共感・連携・共創」による取組を実施。DMOは事務局として、収集データの紹介、アドバイザー派遣、セミナーやワークショップの主催等を行っている。

発足して間もないことから、まずはメンバーを増やす取組を行っており、令和5年度は196名のメンバーが登録している。

令和6年度の取組としては、セミナー等の開催回数を増やし、メンバー間の交流を促進することで、情報発信強化や積極的なデータの活用等の機会を創出することとしている。



よこやま 峰子 委員

長 崎 市

(3) 包括的マーケティングリサーチ

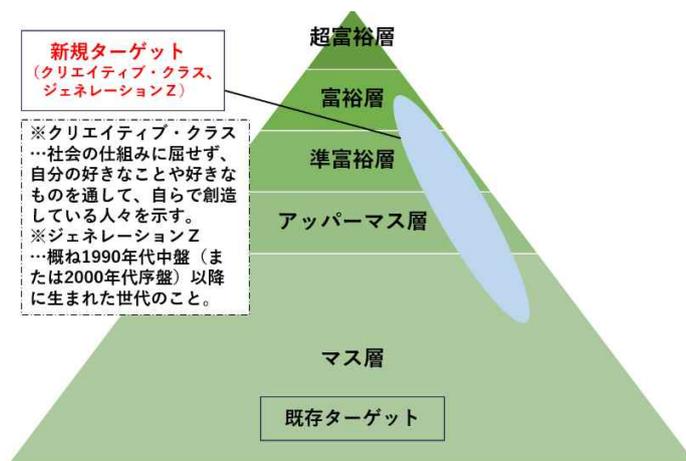
DMOにおけるマーケティングリサーチとして、国内・海外訪問客向けの「観光動向調査」、MICE開催主催者・参加者向けの「主催者調査」、観光関連事業者向けの「受入水準調査」、市民向けの「市民アンケート」等を包括的にやっている。

これらの調査により得られた結果の分析に基づき、プロモーションを行うターゲット選定や新たな観光コンテンツづくりに活用している。

また、収集したマーケティングデータは、前述の「長崎市観光まちづくりネットワーク」を通してレポートとしてメンバーに還元され、セミナーやフィールドワークにおいて活用方法等をレクチャーしている。

(4) 新規ターゲットの設定

長崎市DMOでは、これまでの誘客ターゲットの中心であった「マス層」も意識しながら、より戦略的で投資効果の高い施策を展開するため、「富裕層&クリエイティブ・クラス、ジェネレーションZ」を新規ターゲットと位置づけ、DMO事業の4本柱である『国内』、『インバウンド』、『MICE』、『修学旅行』のそれぞれにおいてターゲットに応じたきめ細やかなプロモーションを行うこととしている。



<委員からの主な質問と回答>

Q： 観光行政における近隣の自治体との連携についてどのように考えているか。

A： 来年度に大阪・関西万博を控えており、多くのインバウンドの来訪が予想される。これに伴い、「西のゴールデンルート」という組織が設立され、西日本・九州地域が一体となって誘客を図るために、それぞれの魅力の発信・プロモーションに取り組むこととしている。また、西九州新幹線開業に伴い、停車駅である諫早市、嬉野市、大村市等と沿線自治体としての連携、「シュガーロード」と呼ばれる長崎から北九州・小倉まで、砂糖を使った銘菓を持つ自治体の連絡協議会による連携がある。シュガーロードは日本遺産にも認定されており、こういった歴史や文化を活かした連携を行っているが、それを今後どのように継続的なツーリズムに繋げていくかについては課題と考えている。

Q： DMOの組織運営には民間の知識を取り入れているのか、行政中心で行っているのか。

A： 基本的に人材は民間が主体であり、行政は入っていない。一部、市からの出向職員がいるものの、ほとんど民間中心である。広告代理店や旅行会社出身の方、有名企業の第一線で活躍していた方など様々な業種が集まっている。こういった豊富な人材がいることにより、マーケティングなどの行政ではなかなかできない専門的な分野の事業を行っていると考えている。

Q： 長崎市では、年間どの程度MICEを開催しているのか。

A： 令和5年度の開催実績は2,012件。利用者数は662,135人。令和6年度も同様の人数を推計している。長崎市では、経済効果が高く、長崎大学等の協力も得られやすい学会の誘致に力を入れている。

福岡市

【スタートアップ支援の取組について】

1 福岡市におけるスタートアップ支援事業の概要

(1) 経緯

福岡市は、他の都市に比べ大企業本社の立地が少なく、支店が多い「支店経済都市」である。また、政令市で唯一、一級河川がないといった地理的条件もあり、工業系の大企業が立地していない。そのため、景気が悪くなると市内から企業が撤退してしまう傾向があった。

そのような中、既存の企業に頼らずに安定的な税収を確保しなければならないという観点から着目したのがスタートアップの支援である。

福岡市では、まだ「スタートアップ」という言葉が社会的に認知されていなかった2012年からスタートアップ支援の取組を開始。支援に当たっては、「行政が上から行うのではなく、起業家と同じ目線で行っていく」ことをモットーとしている。



伴 良隆 委員

(2) これまでの取組と成果

2012年

スタートアップ都市ふくおか宣言

当時初当選した高島市長がアメリカ・シアトルに出張。大学が多いこと、自然が豊かであること、コンパクトな街で交通の利便性が高いこと等福岡市と似ている環境にありながら、様々な世界的な大企業が立地していることにインスピレーションを受け、福岡市でのスタートアップ支援に乗り出した。

2013年

「スタートアップ都市推進協議会」の設立

スタートアップ支援に対し先進的に取り組む自治体が、地域の個性を生かしたロールモデルとなり、経済関係団体と連携し、日本全体をチャレンジが評価される国に変えていくことを目指し設立。

2014年

「国家戦略特区」の指定

「福岡市グローバル創業・雇用創出特区」の指定により、スタートアップを振興するに当たり大きな妨げとなっていた既存の法律や規制を緩和し、福岡市を「世界一ビジネスのしやすい環境」にすべく、特区としての様々な取組を実施。

「スタートアップカフェ」の開設

スタートアップ支援の具体的な取組として開始。カフェ開設以前は、創業に関する相談窓口が市役所にある中小企業経営相談窓口しかなく、学生や社会人の相談が困難であったことから、土日・夜間も対応可能とし、相談者と同じ目線で対応するためカフェという形態に。

2016年

「スタートアップビザ」の開始

国家戦略特区に指定されたことにより、福岡市で特例的に認められた制度であり、日本で創業を行いたい外国人に必要な「経営・管理ビザ」の認定要件を、福岡市で創業活動を行う場合に緩和するもの。

ネットワークの構築

福岡市で創業した企業の海外展開を支援するため、海外12ヵ国・地域、16か所の創業支援施設とネットワークを構築。マーケット情報の相互提供や創業者に対する事業所・居住先のサポート等を実施。

福岡市

2017年

「Fukuoka Growth Next」の開設

福岡市内に4か所あった創業支援施設を集約。1か所に集約することで、投資家が福岡市内のスタートアップ企業を一挙に探すことができ、効率的な投資へつなげることを目的とした。開設場所は、旧大名小学校跡地を利用。

2023年

「エンジニアビザ」制度の開始

福岡市はIT企業が多く立地しているが、近年の世界的なエンジニア不足を受け、「エンジニアフレンドリーシティ福岡」の取組を実施している。令和5年より「エンジニアビザ」制度を開始し、当制度による外国人ITエンジニアの早期入国が可能となり、市内IT企業のプロジェクト早期着手による更なるイノベーションの促進が期待される。

スタートアップ支援を開始した2012年から12年あまりで、福岡市は全国に先駆けて様々な取組を実施してきた。

その結果として、創業相談件数、累計資金調達件数は着実に増加してきており、令和6年度からは、IPO（新規株式公開）を目指すスタートアップを支援する取組も開始している。

創業相談件数

2012年度：294件



約14倍超

2022年度：4,117件

累計資金調達額

2012年度：約2億円



2023年度：約1,610億円

首都圏とは違い投資家が集中していないにもかかわらず、資金調達が急増。

(3) 福岡市の都市特性を活かしたスタートアップ企業の例

①自然（山）・・・「YAMAP」

福岡市の豊かな自然のひとつとして「山」がある。そのような特性を活かし生まれた「YAMAP」は、携帯電話が圏外であってもGPS機能を利用した位置情報サービスを提供する。

②自然（海）・・・「ベンナーズ」

福岡市近郊には、玄界灘をはじめとした豊富な漁場があり、水産物の水揚げ量も多い。「ベンナーズ」は「日本の食と漁業を守る」をビジョンに、未利用魚を積極的に活用した商品開発を行っている。

③女性の活躍・・・「ONGRIT」

福岡市は、サービス業従事者が多いことから、男性より女性の人口割合が多い特徴がある。従来、インフラ設備点検は経験豊富な職員が行うものであったが、「ONGRIT」が提供するテクノロジーを活用することで点検作業の効率化が図られるだけでなく、障がいのある方や女性での作業も実現している。

④子育て・・・「Oxxx」

福岡市では、人口千人あたりの出生数が大都市のうちでも多いことから子育て施策に注力している。「Oxxx」では、子どもの食事のうち、離乳食については市販されているものの、幼児期の食事はあまり販売されていないことに対する課題を感じ、幼児食の冷凍宅配サービスを提供している。



小須田 大拓委員



かのん 太一委員

福岡市

(4) 今後の取組

福岡市では、今後のスタートアップ支援の取組として、「高さ」と「ソーシャルスタートアップ」を掲げている。

これまでの支援においては、スタートアップ企業に対し、IPOやユニコーン企業を目指してもらおうような「成長」を促してきたが、今後は、「成長」を促していくことはもちろんのこと、「高さ」としてさらに質の高いスタートアップ支援を行っていくことを目標としている。2024年5月の「Fukuoka Growth Next」リニューアルオープンに当たっては、運営事業者として新たに東京の人材マッチング企業に参画してもらい、急成長を目指すスタートアップの支援を強化している。

また、社会や地域の課題解決をビジネスと両立しながら取り組む「ソーシャルスタートアップ」については、起業数が増加している一方で社会課題解決と収益性の両立が難しく、資金繰りが難航しやすいといった課題があった。こうしたスタートアップを社会全体で支えていくための仕組みとして、令和6年度よりふるさと納税を活用した「ソーシャルスタートアップ」支援事業を開始。本制度では、対象企業を10社選定。寄付者がふるさと納税の使い道としていずれかの対象企業を指定し納税、対象企業は寄付額に応じた補助金が福岡市から交付される。交付された補助金は、経営基盤強化等の取組に使われる。

2 Fukuoka Growth Nextの運営について

説明聴取ののち、施設内の視察を行った。



<委員からの主な質問と回答>

- Q： スタートアップ支援に当たり、大学との連携はどのように行っているのか。
- A： 主に九州大学との連携を行っている。本年4月、九州大学において研究内容のビジネス化を支援する組織である「九大OPI（オープンイノベーションプラットフォーム）株式会社」が設立され、産官学連携の一環としてFukuoka Growth Next、市役所と連携を行っている。
- Q： スタートアップ支援に当たり、成功している点、課題と感じている点はあるか。
- A： Fukuoka Growth Nextの運営については、福岡市が一部出資しているものの、複数の民間企業で構成される運営委員会が主体となり運営している。成功している点として、行政が支援できる限界のある課題について、民間事業者のノウハウを活用しながら臨機応変な対応ができていると考えている。課題としては、スタートアップカフェ等の取組により福岡市が起業しやすい街であるといった認識が醸成されているものの、大きく成長する企業がまだ出てきていない点である。今後は、成長が見込める企業に対して集中的に支援し、上場する企業を生んでいきたいと考えている。

兵庫県

【ユニバーサルツーリズムについて】

1 ユニバーサルツーリズム推進条例について

(1) 条例制定に至る背景と条例制定以前の状況

兵庫県の観光・福祉行政において、以下のような背景と状況にあったことから、ユニバーサルツーリズム推進条例の制定への機運が高まっていった。

< 条例制定に至る背景 >

1. 社会潮流

- 人口の減少・偏在化、少子高齢化の進行
- SDGsでは、「誰一人取り残さない」包摂性を掲げており、観光分野においても重要な視点

2. ユニバーサル社会づくりに向けた社会的要請

- 障害者差別解消法の改正に伴い、2024年4月から民間事業者に対しても障がい者への合理的配慮の提供が義務化

3. 観光面でのニーズの高まり

- 大阪・関西万博（2025年）、ワールドマスターズゲームズ2027関西（2027年）など、国内外からの誘客機会を見据え、多様な来訪者の受入に備えることが必要

< 条例制定以前の状況 >

○高齢者・障害者等の多くが、障害等を理由に旅行を諦めている。

- 令和4年に行った利用者へのアンケートにおいて、障害等を理由に旅行を諦めた障害者は41.7%、要介護・要支援の高齢者は34.6%、特別支援学校にお子さんが通う保護者が51.3%
- アンケート結果から、誰もが旅行を楽しめる環境整備が必要と読み取れる。

○ユニバーサルツーリズムに対する宿泊施設の姿勢は、中立姿勢が積極姿勢を上回っている。

- 令和3年に行った宿泊施設へのアンケートにおいて、ユニバーサルツーリズムに対する積極姿勢は30.4%、中立姿勢は44.8%
- アンケート結果から、宿泊施設におけるユニバーサルツーリズムに対する機運醸成が必要と読み取れる。

(2) ユニバーサルツーリズム条例の概要

上記の背景と状況を踏まえ、全国初の条例として、ユニバーサルツーリズム条例を制定。条例の中では、基本理念、責務・役割、取組内容を規定。

条例名：高齢者、障害者等が円滑に旅行することができる環境の整備に関する条例（通称：ユニバーサルツーリズム推進条例）

施行日：令和5年4月1日

条例の目的：ユニバーサルツーリズム推進に関する理解促進・機運醸成
県の積極姿勢の見える化（全国に先駆けて条例化）
取組を未来につなげていくための拠り所（施策等の信頼性・実効性・継続性を担保）

基本理念

目指すべき姿

行きたいところに旅行できる環境の整備

- 高齢者・障がい者等が希望する目的地・交通手段・施設・体験活動を自由に選択できる
- 高齢者・障がい者等が家族や友人と一緒に安全で快適な旅行を楽しむことができる

取組の方向性

- 受入体制の充実
- 情報等を得られる機会の確保
- 機運醸成

責務・役割

県の責務

- ◆ユニバーサルツーリズムの推進に関する基本的かつ総合的な施策を策定・実施
- ◆市町・観光関連事業者等と連携し効果的に実施

県民の役割

- ◆基本理念についての理解
- ◆県・市町が実施する施策に協力

観光関連事業者の役割

- ◆基本理念についての理解
- ◆受入体制の充実
- ◆県・市町が実施する施策に協力

市町の役割

- ◆地域の特性を生かした施策の策定・実施
- ◆県が実施する施策に協力

支援団体等の役割

- ◆基本理念についての理解
- ◆高齢者・障害者等への適切な支援
- ◆県・市町が実施する施策に協力

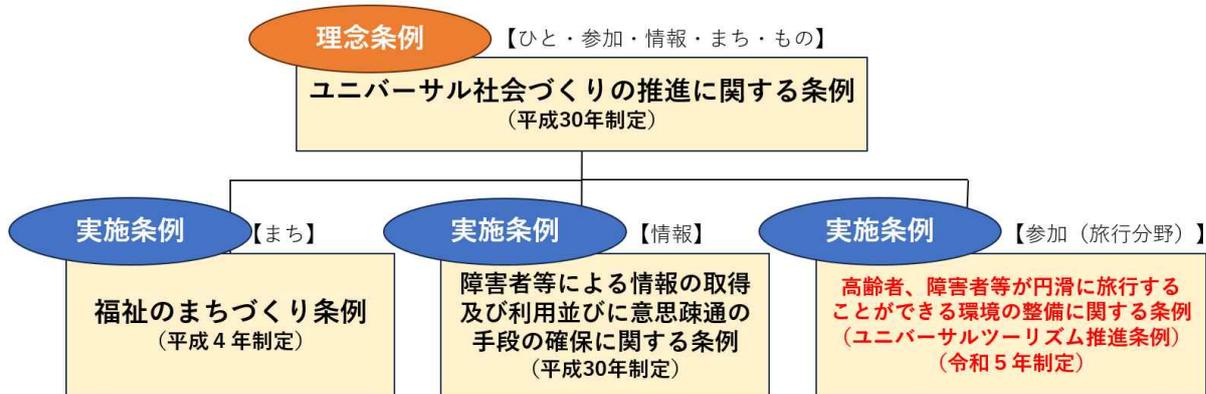
取組内容

- 観光関連事業者・支援団体等の連携
- 観光関連事業者に対する支援
- 観光関連事業者の登録
- 人材の育成
- 相談員の育成
- 普及啓発
- 情報提供
- 財政上の措置
- 推進体制の整備

兵庫県

(3) 条例の位置づけ

兵庫県では、本条例の制定以前からユニバーサル社会づくり・福祉のまちづくりに注力した条例体系を整備しており、今回の「ユニバーサルツーリズム推進条例」は体系の中において旅行分野の実施条例に位置づけられる。



2 受入体制の整備について

(1) 令和6年度の取組

条例施行後2年目となる令和6年度は、3つの項目に分けて取組を実施。

① 観光関連事業者の機運醸成

◎合理的配慮アドバイザーの派遣

- 障害者差別解消法の施行を受け、合理的配慮アドバイザーを観光関連事業者へ無料で派遣。
- アドバイザー派遣制度を設けているのは、兵庫県が全国で唯一。

◎ユニバーサルツーリズム推進トップセミナー

- ユニバーサルツーリズムへの参入を促すため、観光関連事業者の経営管理層を対象に、ユニバーサルツーリズムの意義やマーケットの将来性、取組事例等を紹介するセミナーを開催。

② 観光地の受入体制の充実

◎ユニバーサルツーリズムおもてなし研修

- 県内の観光産業の現場で働く従業員・スタッフを対象に、高齢者・障害者等を迎え入れる際の接客・ホスピタリティを学ぶ研修を開催。

◎ユニバーサルツーリズム推進連絡会の開催

- NPO等のユニバーサルツーリズム拠点を中心となり、関係事業者で構成する連絡会を開催し、課題の共有・解決策の検討等を行うことで、ネットワーク強化を図る。
- 「ひょうごユニバーサルツーリズム推進連絡会」では、課題の共有・解決策の検討を行う各地域の連絡会と地域同士の連携を行う全県会議を設けている。

◎ユニバーサルツーリズムコンシェルジュの育成

- 芸術文化観光専門職大学との連携のもと、高齢者・障害者等からの相談に対応するなどユニバーサルツーリズムの普及促進を担う人材を育成。
- 座学・ワークショップを通じて必要なノウハウ等を実践的に取得するプログラムを実施。

◎「ひょうごユニバーサルなお宿」宣言・登録制度

- ユニバーサルツーリズムの推進に積極的に取り組むことを宣言した宿泊施設に対し、ユニバーサルツーリズムの推進に必要な経費を支援。
- さらに宣言施設のうち、県が定める基準を満たす宿泊施設を登録。
- 宣言施設・登録施設については、取組内容を県公式観光サイト等で発信し、「見える化」を行う。

◎ひょうごユニバーサルな観光地づくりモデル事業【R6年度からの新規事業】

- 高齢者・障害者等による回遊性を高める「面」での取組を推進するため、地域を挙げてユニバーサルツーリズムに積極的に取り組む観光地を「ひょうごユニバーサルな観光地」として指定し、地域ぐるみの取組をモデル的に支援。
- 主な支援メニューとして、各施設のバリアフリー化補助やアドバイザー派遣等を行うこととしている。

兵庫県

③ 情報発信・PR

◎ユニバーサルツーリズムモニターツアー

- 具体的なツアーを通してユニバーサルツーリズムをPRするとともに、商品造成に向けた課題抽出を行うため、障害種別ごとにモニターツアーを実施。

◎県公式観光サイト「HYOGO!ナビ」での情報発信

- 県公式サイト内に特設ページ「ひょうごのユニバーサルツーリズム」を開設し、情報を一元的に発信。
- ユニバーサルなお宿情報についても発信し、各施設のチェックリストのチェック結果等を掲載。



好井 七海委員



田中 啓介委員



荒井 勇雄委員

<委員からの主な質問と回答>

- Q : モニターツアーについて、障がいのある方や高齢者のほかに、ご家族や福祉施設等の方が同行しているのか。また、受入を行う宿泊施設や観光協会に介助者を常駐させる考えはあるか。
- A : 本条例では、障がいのある方や高齢者といった当事者だけが旅行を楽しむのではなく、介助している方も一緒に楽しめることを目的としている。したがって、ツアーには県内の福祉施設等に従事している方を同行させている。受入側の体制整備については、介助者を常駐させていないが、「ユニバーサルツーリズム推進連絡会」に福祉事業者も参画してもらい、普段からネットワークづくりをすることで、宿泊施設と相互に相談できる環境を構築している。
- Q : ユニバーサルツーリズム推進連絡会の中には旅行会社も入っているが、県と旅行会社が連携した取組は何か行っているか。
- A : 旅行商品として売り出すに当たっての旅行会社との連携は現時点では行っていない。今後、モニターツアーの成果をPRすることで、旅行会社とも連携して取り組んで行きたいと考えている。
- Q : 条例の制定に当たり、検討会メンバーには身体・視覚・聴覚障がい団体の方は参加しているが、精神障がいの方の意見についてはどのように反映しているのか。
- A : 精神障がいの方については、検討会メンバーには参加していただけていないが、県庁の障害福祉部局を通して意見交換を行いながら進めてきており、意見は反映できていると考えている。
- Q : 利用者のアンケート結果の中から条例制定に生かした意見はあるか。
- A : 特別支援学校に通うお子さんの保護者の方から、知的障がいを持つお子さんを旅行に連れて行った際に、慣れない環境で大きい声を出してしまったことがあり、他の一般客の方から心無いことを言われた経験があったとの意見を踏まえ、条例の中において「県民の役割」を設け、県民も条例の基本理念について理解し、協力していく体制が必要であることを明記した。