

「日本の地方自治体及びその関係団体の政策や事業を国際戦略ひいては地域振興に生かす可能性を探る—自治体共有のプラットフォームの創設を通じて—」

奈良県立大学理事 木村陽子

(2017 年 5 月 地方財務協会において発表した論文を加筆・要約したものである)

(研究の目的と分析視点)

地方誘客を促進し、旅行観光産業を発展させることは、地域活性化のためにも重要である。とりわけ、外国人の誘客は、グローバル化が進む中、この 10 年以上、地方自治体の国際戦略の一つとなってきた。東北大震災以降、日本人の国内旅行が低迷する一方で、訪日外国人の急増は、これら地方自治体の国際戦略に具体性をもたせ、数は多くはないとはいえ、実を結ぶところもでてきている。

しかしながら、日本全体で見ると、訪日外国人の訪問地は、いわゆるゴールデンルート（東京、富士山、名古屋、京都、大阪を巡るルート）や北海道、福岡、沖縄に集中している。これは、日本人の国内旅行の訪問地とは大きく違う。今後の課題は、いかに各地域・各地方に訪日外国人の訪問地を分散させるかということである。

本稿の目的は、上記の課題を解決するための一助として、第 1 に、外国人の訪問地と国内旅行者の訪問地が異なるのは通常のことなのか、リピーターが増えれば外国人観光客は地方を訪問しはじめるのか、を明らかにすること、第 2 に、地方自治体等の政策や事業等を地域的偏りのない新たな観光資源とし発掘し、研修旅行などにより地域に誘客する可能性を探ることと、第 3 に、日本の地方自治体の政策や事業などの情報を世界に向けて発信し、需要者と共有者をマッチングさせるための地方自治体共有のプラットフォームを創設を提案することである。具体的には、次の手順で分析を行った。

①リピーターが多くなれば、ゴールデンルート以外の地域を、訪日外国人は訪れるようになるのか、

②外国人の訪問地と国内居住者の訪問地の分布が異なるのは通常のことなのか、

③外国人の訪問地と国内居住者の訪問地にあまり違いがない国は、地方に誘客するためにどのようなどのような努力をしてきたのか。

④地域的偏りの少ない魅力的な観光資源として、日本の地方自治体や関連団体、NPO や企業などが行う政策や事業を、海外からの誘客に結び付く観光資源とする可能性はあるのか。しかも、それは単に観光だけではなく、日本の外交方針にもあい、地域の企業の提携先を発掘し、地域経済に貢献するものでありうるか、である。

⑤誘客のために、情報を発信するための自治体共有のプラットフォームの設立を提言するとすれば、どのようなものが考えられるか。

(本稿の構成)

I. ツーリズムと地域振興

I-1 近年の外国人観光客の急激な伸びと旅行観光産業の対 GDP 比の停滞

I-2 訪日外国人はどこに泊まるのか。都道府県分布に着目。日本人宿泊者数とは大きく違う宿泊地。

II. リピーターが多くなれば、ゴールデンルート以外の地域を、訪日外国人は訪れるようになるのか

II-1 日本への訪日回数と訪問地の関係

II-2 日本への第 1 回目の訪問者を獲得している県とは？

III. 国内旅行者と外国人客の訪問地が違う国と変わらない国

III-1 国内旅行者と外国人客の訪問地が違う国 (例) 日本、イギリス

III-2 国内旅行者と外国人客の訪問地が、ほとんど変わらない国 (例) スウェーデン

IV. 地方自治体などが研修旅行・業務視察の誘致に力を入れて来たスウェーデン

IV-1 観光立国をめざすスウェーデン

IV-2 スウェーデンの観光政策関係部署と観光政策、地域開発

IV-3 海外からの研修旅行・業務視察の誘致に力を入れるスウェーデンの自治体一国の外交政策の一環でもある。

IV-4 研修旅行・業務視察の例

V. 日本の地方自治体など策は、海外誘客に有効な地域資源となるのか

V-1 日本の地方自治体の政策、事業は外客誘致の力となるか

V-2 広範囲にわたる日本の地方自治体の政策領域

V-3 海外視察団の受入の現状

V-4 日本の地方自治体の海外展開

VI. 自治体共有の情報発信・マッチングのためのプラットフォームの創設

VI-1 海外の業務視察の誘致 これまでの課題

VI-2 自治体共有のプラットフォームは何をするのか

VI-3 自治体共有のプラットフォームの創設

VII. 結びにかえて

(本文)

I. ツーリズムと地域振興

観光は地方においても幅広い雇用が期待できる唯一の分野である。

EU 地域開発において、観光は主要な柱であり、「rural economy のサービス化」である。

I-1. 近年の外国人観光客の急激な伸びと旅行観光産業の対 GDP 比の停滞

1970 年頃より地域振興の切り札と考えられた。国内旅行ブームもあった。

1970 年「ディスカバリー日本のキャンペーン始まる」

1972 年 出国日本人数 1390 万人 国内観光地の低迷始まる (海外の観光地と競合)

2008 年 観光立国宣言

(1) 近年の訪日外客数の爆発的な伸びで観光業は活況のように見える(表1)。しかしながら、日本人宿泊者数は、東北大震災前水準にもどりつつある状況で低迷しており、宿泊者総数が2013年以降微増したのは、外国人宿泊者数の伸びによる(表2)。2011年から2016年で年率換算して27%の伸び率である。これに対して、日本人宿泊者数の伸び率は同期間に年率換算で0.9%の伸び率である。

(2) 以上を裏付けるように、旅行観光産業の粗付加価値の対GDP比は低迷している。2013年、2015年、2015年には対GDP比2.4%、2017年は対GDP2.5%、2027年には2.7%と予測される(表3)。この数値は、2007～2009年の値より低く、2010年ごろと同水準である。

(WTT Economic Impact 2017)

(3) 訪日外国人の消費額は2015年で3兆4771億円、2016年で3兆7476億円(対前年比11.7%)。(参考：名目GDP 2015年530兆円、2016年537兆円)。2026年には5兆円規模になると推計(訪日外国人は2867万人と推計)されているが、あと数年で達成見込みである。

(4) 2015年訪日外客数のうち商用客の割合は、8.3%、観光客の割合は86%である。観光客の急増、つまり観光客ほどには商用客がふえていないために、相対的に低下した。

表1 訪日外客数 出国日本人数

	訪日外客数 (万人)	伸び率 (%)	出国日本人数 (万人)	伸び率
2010	861	26.8	1664	7.7
2011	622	△27.8	1699	2.1
2012	836	34.4	1849	8.8
2013	1036	24.0	1747	△5.5
2014	1341	29.4	1690	△3.3
2015	1974	47.1	1621	△4.1
2016	2404	21.2	1711	5.6
2017	2869	19.3	1789	4.5

JNTO 調べ(日本政府観光局) ※2017年は速報値

表2 宿泊者数の推移 (単位：万人)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
宿泊者総数	41723	41723	46589	47350	50408	49418
日本人宿泊者数	39882	39092	43240	42868	43846	42330
外国人宿泊者数	1842	2631	3350	4482	6561	7088

注1) 2010年以前の数値は、2011年以降と厳密な意味で継続性を欠く。

観光庁「宿泊旅行統計調査」

表3 旅行・観光産業の経済効果 2013 年

観光消費額	23.6 兆円		
直接効果	国内生産額	22.4 兆円	
	粗付加価値額	11.3 兆円	GDP の 2.4%
	雇用	224 万人	全雇用の 3.5%
	税収（試算）	1.9 兆円	全税収の 2.2%（国税＋地方税 85.3 兆円対）
誘発効果	生産誘発効果	48.8 兆円	国民経済計算における産出額の 5.3%
	粗付加価値誘発効果	24.9 兆円	GDP の 5.2%
	雇用誘発効果	419 万人	全雇用の 6.5%
	税収効果	4.3 兆円	5.1%

観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する研究」2015

I-2. 外国人宿泊客は、どの地域に泊まるのか。都道府県別分布に着目。

外国人宿泊客は増加したが、地域的偏りが大きく、いわゆるゴールデンルートなどの観光地に 8 割が集中する。

（１）日本人宿泊者数の伸び（都道府県別）－震災以降、都道府県別にみても、それほど伸びていない。平成 28 年度の日本人宿泊者数は、平成 23 年度に比べて全国平均で 1.1。震災後から 1 割の伸びにとどまる。最高でも三重県、沖縄県の 1.3。最低は愛媛県、和歌山県などの 0.9。

（２）外国人宿泊者数の急激な伸び率（都道府県別）－震災後 4 倍の伸びである。都道府県別にみると、最低でも 2 倍の伸び率。平成 28 年度の外国人宿泊者数は、平成 23 年度に比べて全国平均で 3.8 倍。伸び率の大きな県は、香川県の 9.8 倍、和歌山県の 8.6 倍等で、小さい県は熊本県 2.1、秋田県、福井県が 2.3 である。

（３）各都道府県における総宿泊客に占める外国人宿泊者の割合－平成 28 年度を平成 23 年度と比べると、もともと高いところは、さらに高まった。ゴールデンルート、北海道、福岡などに集中する。各都道府県における総宿泊客に占める外国人宿泊者の割合の全国平均は、平成 23 年度の 4.4%から平成 28 年度の 14.3%に上昇。伸び率が大きいのは、大阪府 32.6%、東京都 31.6%、沖縄県 20.2%、北海道 20.1%、福岡県 16.6%であり、伸び率が小さいのは福島県 0.8%、福井県 1.4%、島根県 1.7%、山形県 1.7%、である。

（４）外国人宿泊者数の都道府県別分布を見ると、平成 28 年度では、ゴールデンルート、北海道、福岡県、沖縄県など、具体的には、北海道、千葉県、東京都、神奈川県、静岡県、愛知県、京都府、大阪府、福岡県、沖縄県の 10 都道府県）に 8 割が集中する。日本人宿泊者では全体の 5 割程度にとどまるのとは対照的である。

外国人宿泊者数（延べ数）が多いのは、平成 28 年で東京都は 1806 万人、大阪府は 1001

万人、北海道は 534 万人、京都府は 460 万人、沖縄県は 386 万人、福岡県 267 万人、愛知県は 239 万人であり、他方、少ないのは、福井県は 5.4 万人、島根県は 6 万人、秋田県 6.7 万人、徳島県は 7 万人、高知県は 7.5 万人である。外国人宿泊者が 10 万人以下 9 県、10 万超え 20 万人以下 5 県、30 万人以下 23 県であり、都道府県の半数である。

(5) 地方自治体は MICE 誘致に熱心だが、たとえば、国際会議は、ゴールデンルート、福岡、仙台市に偏り。それ以外の都道府県が誘致しても、開催地は県都がほとんどである。

Ⅱ. リピーターが多くなれば、ゴールデンルート以外の地域を、訪日外国人は訪れるようになるのか

Ⅱ-1 日本への訪問回数と訪問地の関係—「リピーターは有名観光地だけではなく、地方も訪問する。だから、リピーターが多くなれば、地方にも外国人観光客が多く訪問するようになる」とよく言われるが、そうではない。リピーターは、日本訪問の回ごとに、有名観光地間で、訪問地の組み合わせを変える。

2011 年から 2016 までの日本への訪問回数と訪問地の関係を見ると（『訪日外国人の消費動向』）を基にして推計すると、次のことが言える。

(1) 日本訪問第 1 回目の訪問地—有名な観光地である北海道、千葉県、東京都、神奈川県、静岡県、愛知県、京都府、大阪府、福岡県、沖縄県への集中度を見ると、2011 年から 2014 年まで日本訪問第 1 回目の外国人の訪問地は 9 割程度この地域に集中した。2015 年と 2016 年は日本への入国者数の国籍分布とアンケート回答者の国籍分布に乖離があるため、単純に比較できないが、それでも 8 割程度はこの地域に集中した（表 4）。

(2) 上記 10 都道府県への集中度は、日本への訪問回数が多くなっても数パーセント下落するだけである。このことは、たとえば、1 度目の日本訪問では京都府を訪問し、2 度目の日本訪問では、京都府に変えて北海道か沖縄県を訪問するというように、訪問回ごとに有名観光地の間で、組み合わせを変えているということが示唆される（表 4）。

(3) 第 1 回目の日本訪問で訪問するのは東京都が 40% 台と群を抜き、大阪、北海道、京都と続く。大阪の関西圏である。2011 年から 2014 年までを比べると、10 都道府県のいずれにおいても大きな変化がない（表 5）。

したがって、「リピーターが増えれば、外国人観光客が地方を訪れるようになる」とまでは、統計を見る限り言えない。また、リピーターの数も初回訪問者に比べて多くはないので、仮にリピーターが地方を訪問したとしても数は少ないと考えられる。このことは、当該地が定評ある観光地・訪問地となって、第 1 回目の日本訪問で、訪問先に選ばれることが重要であることを示している。

表 4 日本への訪問回数と 10 都道府県（北海道・千葉県・東京都・神奈川県・静岡県・愛知県・京都府・大阪府・福岡県・沖縄県）への集中度（%）

	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
--	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

1 回目	91	88	88	88	90	80	81
2 回目	89	87	87	88	88	79	79
3 回目	89	87	87	88	87	76	78
4 回目	88	86	84	89	86	76	76
5 回目	87	86	87	88	86	76	75
6～9 回目	88	89	86	85	86	76	75
10～19 回目	85	84	84	84	86	75	75
20 回以上	86	85	85	84	83	79	77

『訪日外国人の消費動向』を基に筆者が推計。

※2015 年以降と 2014 年以前の数値の乖離は、2015 年、2016 年の回答者数と入国者数の国籍分布の違いによるものと考えられる。。

※2010 年は、4 月から 12 月までの数値である（以下同）。

表 5 第 1 回目の日本訪問で訪問した都道府県の割合（％）

	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
北海道	5	7	6	7	6	2	2
千葉県	2	4	4	4	4	17	16
東京都	55	48	45	44	47	20	19
神奈川県	3	4	4	4	4	4	4
静岡県	1	1	1	1	1	2	2
愛知県	3	3	3	3	3	3	3
京都府	5	4	4	5	5	12	13
大阪府	11	10	13	12	12	15	17
福岡県	3	5	5	6	5	4	3
沖縄県	2	3	3	4	4	2	2

『訪日外国人の消費動向』を基に筆者が推計。

※2015 年以降と 2014 年以前の数値の乖離は、2015 年、2016 年の回答者数と入国者数の国籍分布の違いによるものと考えられる。

※2010 年は、4 月から 12 月までの数値である。

Ⅱ-2 日本訪問 1 回目の訪日外国人の割合を伸ばした県とは？

有名観光地ではなく、外国人観光客が多くはないものの、日本訪問 1 回目の訪日外国人の割合を伸ばした県として、和歌山県をあげたい。2011 年の日本訪問第 1 回の訪日外国人が和歌山県を訪問する割合は、0.01%であったが、2014 年には 0.21%まで上昇し、2016 年の宿泊者数も 53 万人であった。和歌山県は香港客の誘致等、積極的な外客誘致を行い、訪問者を増やしていることで、良く知られている。

以上より、リピーターに期待するよりは、日本訪問第1回の訪問者に訪問地として選ばれるように、積極的な誘致策が重要である。

Ⅲ. 国内旅行者と外国人客の訪問地が違う国と変わらない国

Ⅲ-1 国内旅行宿泊客と外国人宿泊客の宿泊地が違う国 (例) 日本、イギリス

国内旅行者と外国人客の訪問地が大きく異なるのは、日本やイギリスである。外国人客が特定の地域に集中する程度は、外国人宿泊客や外国人消費額の地域集中度で見ることができる。日本において、日本の国内旅行者とは異なり、外国人宿泊客が特定の集中していることはこれまでみたとおりである。このように、外国人の訪問地が、特定の都市や地域に集中することは、他の国でも見られることである。

たとえば、観光立国であるイギリスにおいても同じ傾向が見られ、外国人旅行者の消費総額のうち、ロンドンが56%、ついでブライトンを含む南東部が10%、スコットランドが7%、リバプールを含む北西部が3%で、これらの有名観光地だけで全体の8割近くをしめる。

滞在日数や予算の制約のもとで、外国人客がその国を代表する有名観光地に集中するのは無理がないことかもしれない。しかし、観光資源という観点から見ると、当該国の国民の国内旅行の訪問地が、外国人客に好まれる訪問地となる可能性は小さくはない。

Ⅲ-2 国内旅行者と外国人客の訪問地にほとんど違いがない国 (例) スウェーデン

外国人とスウェーデン人の宿泊地の県別分布をみると、ほとんど差がない(表6)。県別宿泊地の分布の変動係数を計算すると、表7のようになる。日本において、日本人宿泊者の変動係数は1.41、外国人宿泊者の変動係数は9.11である。これに対し、スウェーデンにおいて、スウェーデン人宿泊者の変動係数は0.96、外国人宿泊者の変動係数は1.45である。

スウェーデンは、今日では総人口以上に外国人が訪問する観光立国であるが、地方に外国人訪問客を誘致するための活動を、地方自治体および各国のスウェーデン大使館、Swedish Instituteなどが連携して行ってきた。とくに、国の外交政策の一環としても、研修ツアーを積極的に受け入れて来た。次章ではそれを見てみよう。

表6 外国人とスウェーデン人の宿泊地の県別分布

県名	人口(人)	県庁所在地	外客県別分布(%)	内容県別分布(%)
クロノベリ県	191,369	ヴェクショー	2.5	1.2
ヴェルムランド県	275,904	カールスタッド	5.3	2.8
ストックホルム県	2,231,439	ストックホルム	29.9	18.8
ノールボッテン県	249,733	ルレオ	4.7	3.5
ヴェストラ・イエータランド県	1,648,682	ヨテボリ	19.4	15.0

ヨンショーピング県	347,837	ヨンショーピング	3.1	2.6
ブレーキング県	156,253	カールスナルーク	1.6	1.6
スコーネ県	1,303,627	マルメ	8.5	9.5
ヴェステルボッテン県	263,378	ウメオ	2.5	2.8
イエムトランド県	127,376	エステルスンド	3.9	5.2
エレブルー県	291,012	エレブルー	1.6	2.2
エステルイエータランド県	445,661	リンシェーピング	2.1	3.2
カルマル県	237,679	カルマル	3.1	5.0
ウプサラ県	354,164	ウプサラ	1.1	2.2
ヴェステルノールランド県	243,897	ヘーノーサンド	1.1	2.3
ダーラナ県	281,028	ファールシ	4.7	9.5
セーデルマンランド県	283,712	ニーショーピング	0.9	2.0
ハッランド県	314,784	ハルムスタッド	2.2	5.3
ヴェストマンランド県	264,276	ヴェステロース	0.6	1.4
ゴットランド県	57,391	ヴィスビュー	0.7	1.8
イエヴレボリ県	281,815	イエーヴレ	0.6	2.0
総計	9,851,017		100.0	100.0

Tourism in Sweden 2015 を基に計算

表7 日本とスウェーデンにおける宿泊地の変動係数の比較

	国内旅行宿泊者	外国人宿泊者
日本	1.41	9.11
スウェーデン	0.96	1.45

Tourism in Sweden 2015 と「宿泊旅行統計調査」2016 年を基に推計

IV. 地方自治体等が、研修旅行・業務視察の誘致に力を入れて来たスウェーデン

IV-1 観光立国をめざすスウェーデン

（地元企業振興とツーリズムの両方に貢献。エネルギーと環境に力を入れている）

地方自治体の政策や事業を活用し、国際交流を促進するばかりか、外交基本方針に沿い自らのプレゼンスを高め、観光事業や地域振興を図る国の筆頭は、筆者の知る限り、スウェーデンであろう。

スウェーデンは、2017 年で人口 1000 万人（1995 年には 880 万人）と日本の 8 % であり、GDP は 4296 億ドル（2015 年、日本 43824 億ドル）、経済成長率は 4.1 % である。福祉国家、環境先進国としても知られるが、観光立国としても努力を続けており、外国人訪問者数の総人口に対する比率は、2000 年に 495 万人でおよそ半数であったが、近年急激に伸び、2014

年で 1052 万人と外国人訪問者数の総人口に対する比率は 1 を超える。観光大国で有名なフランスが 1 を超えるのと同程度であり、訪日外国人の日本の総人口に占める割合は、2016 年で、18.7 と比べると以下に大きいかがわかる。

(1) Tourism in Sweden 2015 によれば、スウェーデンの観光部門の消費額は GDP の 2.7% ほどで過去 2000 年以来推移しているが、うち外国人観光客の占める割合は 27% から 40% に上昇し、対 GDP 比も 0.7% (2000 年) から 1.08% に上昇した。

(2) 旅行消費額総額の伸び—スウェーデン人旅行者については、2009 年のリーマンブラザース破綻の影響、2010 年以降低迷。外国人旅行者は 2000 年以降も順調な伸びをしめす。日本同様に、外国人旅行者に期待するところが大きい (表 8)。

表 8 旅行消費額のスウェーデン人、外国人別伸び率 (%)

	2015 年/2000 年	2015 年/2010 年	2015 年/2011 年
総計	88	21	14
スウェーデン人旅行者	54	7	0
外国人旅行者	177	52	44

(3) 2000 年で外国人観光客は 495 万人から大幅に上昇し、2014 年で 1052 万人。2014 年で世界第 28 位、2013 年で世界第 23 位。(世界観光機関調べ)。国際観光収入は、2015 年で 122 億ドル (日本は 250 億ドル)、世界第 25 位である。

(4) ビジネス目的客が多い—近年観光目的の外国人宿泊者が急増しているにもかかわらず、外国人観光客のうち、ビジネス目的は 21% である。日本の 8% と比べると高い。そのうち、個々のビジネス旅行が 9% (ビジネス目的全体の 43%。以下同)、企業の会合が 6%、(29%)、国際会議が 5% (24%)、その他が 1% (5%) である (表 9)。2000 年以降毎年 4% の伸び。

表 9 外国人宿泊客の主要訪問目的別分布 (%) 2014 年

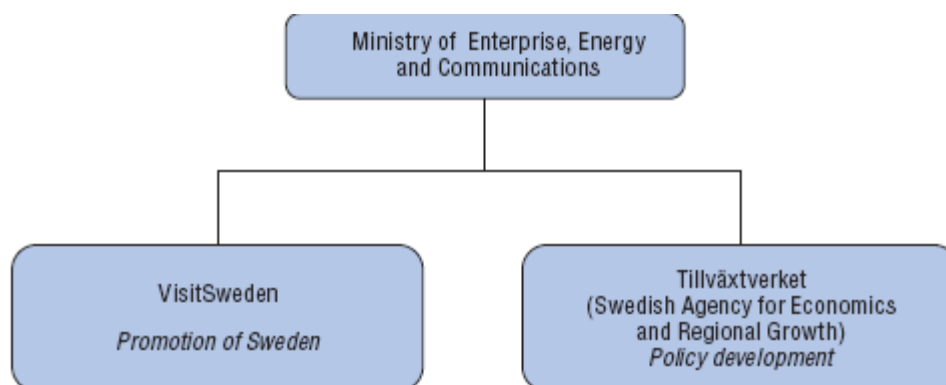
プライベートな旅行	79%
レジャー&休暇旅行	35%
友人&知人訪問	29%
自分の休暇用別荘で過ごす	5%
買物旅行	3%
その他のプライベート旅行	6%
業務旅行	21%
個人の業務旅行	9%

ビジネス会議出席	6%
カンファレンスやコンベンション（国際会議出席）	5%
他の業務旅行	1%

Tourism in Sweden 2014

Swedish Agency for Economic and Regional Growth

IV-2 スウェーデンの観光政策関係部署と観光政策、地域開発



（１）スウェーデンの観光政策は、Ministry of Enterprise, Energy and communications が政策を示し、その下で VisitSwedenAB（一部政府が株式を持つ会社。正式名称は Swedish travel and tourism council）と、Swedish Agency for Economic and Regional Growth がある。VisitSwedenAB はインバウンドを促進し、EU 構造基金に関することを担当する。後者は、ツーリズムのプログラムや統計を担当する。

Ministry of Enterprise, Energy and communications は、運輸、交通、情報のインフラ、地域政策を担当する（地域成長プログラム、EU プログラム）

欧州では、農村地域のリストラクチャーがこの数十年間で実施されてきたが、ツーリズムは地域振興の有効な手段であると考えられている。New Rural Economy と呼ばれる。日本で言う 6 次産業化ができ、起業が容易であり、地方への社会的移動を促進する。

（２）地域開発の国家戦略

「地域の競争力、企業、雇用のための国家戦略 2007－2013」（企業・エネルギー・通信交通省が作成）は以下のとおりである。。

EU 地域構造基金プログラム（国内を 8 つのブロックに分割）

国家構造基金プログラム（国家資金、同じく 8 つのブロック）

指針を提示「イノベーションと再生」「技能の供給と改善された労働力の供給」「アクセスの良さと戦略的な国境協力」

すべてのレーン（国の機関）は地域開発計画を策定しなければならないが、commune の

連合や県に責任を移譲することができる。策定には地域の自由度が大きい。

欧州構造基金と政府の基金を使い、地域に配分する。配分の仕方は、地域格差を縮小するためである。従来は後進地域に手厚かったが、近年は地域間の競争を促進し、EU の方針と整合性を保つため、後進地域の支援をしつつも、成長エンジンとして三大都市圏も支援（表 10）するようになっている。

表 10 地域構造基金プログラムにおけるツーリズム支援（2007－2013）

地域構造基金プログラム 2007－2013	EU 基金（百万 SEK）のうちツ ーリズム支援目的、2007 年 1 月 1 日－2013 年 6 月 30 日	プログラム予 算にしめる割 合（％）
<u>北ノールランド</u> （ノールボッテ県、ヴェステルボッテン県）	216.3	9.6
<u>中央ノールランド</u> （イエムトランド県、ヴェステルノールランド県）	233.7	14.7
<u>中北部スウェーデン</u> （イエヴレボリ県、ダーラナ県、ヴェルムンド県）	0	0
<u>中東部スウェーデン</u> （ウプサラ県、セーデルマンランド県、エレブレー 県、ヴェストマンランド県、エルテルイエーターラ ンド県）	0	0
<u>ストックホルム</u> （ストックホルム県）	11.5	3.5
<u>スモーランド及び島嶼部</u> （カルマル県、クロノベリ県、ヨンショーピング県、 ゴットランド県）	28.2	4.5
<u>西スウェーデン</u> （ヴェストラ・イエーターランド県、ハッランド県）	0	0
<u>南スウェーデン</u> （スコーネ県、ブレーキング県）	23.9	3.7
合計	513.6	6.0

（参考）A. Almstedt, Lundmark L. and O. Pettersson, “Public Spending on Rural Tourism in Sweden”, 2016 24pp

自然をベースにしたツーリズム—とくに、北部。森林とスカンジナビア山脈地帯。農村地帯—南部。（6次産業化宿泊、ショッピング、狩猟、乗馬）。投資資金はEU 構造基金などの公的資金が不可欠である。

IV-3 海外からの研修旅行・業務視察の誘致に力を入れるスウェーデンの自治体一国の外交政策の一環でもある。

(1) スウェーデンには 20 のランスティング (Landsting) (ほぼ医療に特化)、290 のコミューンがある (2007 年より恒久化されたレジオン (スコーネ、ベストラヨールランド、ハランド、ゴットランド))。

(2) スウェーデンは、人口規模で言えば小国であるが、国際社会におけるプレゼンスは高く、それを維持するためにも、外交政策の一環として広報活動に多大な努力を払っている。広報活動の内容は、単に文化、芸術、学術、自然などだけではない。国と地方自治体の政策や事業等、企業活動も、広報活動、情報発信の重要なコンテンツであり、彼らはそれらを資源として活用する、つまり、発信するだけでなく、海外からの誘客、しかも、単なる観光客ではなく、国も地方自治体も企業も、テクニカルビジットと呼ばれる専門性の高い視察ツアーを招致することに熱心である。ひいては、知瑞家をつくることに熱心である。

(3) 在日スウェーデン大使館の HP にも、「福祉、男女平等、教育、子育て支援、環境問題においてその取り組みが注目され、福祉の現場、保育園や学校、観光共生都市『ハンマルビー』などが必要に応じて受け入れをすること、日本からも毎年数多くの人が、それらの事例を学ぶためにスウェーデンを訪問すること、そして、企業視察旅行については旅行代理店等に問い合わせるように、また、スウェーデンの地方自治体が提案する視察旅行に興味をお持ちの方はスウェーデン地方自治体協議会 (SALAR) に問い合わせるようにとあり、訪問先地方自治体を選ぶにあたってのアドバイスやスウェーデンの地方自治体への視察旅行に関する計画調整支援を行います」とある。

(4) スウェーデンには、福祉や教育、保育、廃棄物処理、環境、税制、医薬品、デザイン工学などについて、制度や事業、現場の活動などを学ぶために、留学生だけではなく、各国から多くの見学者が訪れる。彼らを惹きつけるのは、スウェーデンの先進的な制度・政策・事業などだが、スウェーデンには、そもそもそれらを積極的に発信し、関心を惹き、その結果、スウェーデンの現状を学びたいという訪問の動機づけにつなげる巧みな広報戦略、および、専門家などに対する訪問受け入れ体制がある。

見学者は、研究者、学者、看護師、介護士、教師、公務員 (地方自治体や国)、シンクタンク職員、民間企業勤務者などであり、見学の場も、議会、地方自治体、保育所、学校、福祉施設、廃棄物処理等幅が広い。日本で介護保険導入が議論になり始めた頃は、日本からスウェーデンの福祉施設見学者が殺到したが、そのようなツアーを受け入れる体制がある。

視察旅行に参加した者は帰国後、視察について、新聞・テレビ・インターネットなどのメディア、本、雑誌、研究論文、海外出張報告書、ブログ、SNS などに発表することが少なくない。スウェーデンにとっては、訪問者は、彼らの制度や事業を海外に知らしめる広報活動の一端を担ってくれる、大切にすべきパートナーである。

(5) このように、スウェーデンは、スウェーデンに視察に来た人たちが、スウェーデンに

ついて発信し、それがまたスウェーデンに対する好印象を抱かせ、スウェーデンへの新たな訪問者を生み出すという、政府や地方自治体等の広報がうまく循環する仕組みをつくっている。訪問者のうちには、長期にわたりスウェーデンの友人になる人たちもいる。また、見学者は、通常、複数個所を訪問するので、広い意味での観光振興にもなる。

(6) Swedish Institute は、スウェーデンについて広報活動を行うだけでなく、海外からの研究者やアーティスト訪問受け入れなど積極的なプログラムを組むプラットフォームである。また、研究者の訪問先を決定するにあたって、各見学者からスウェディッシュ・インスティテュートに対し質問事項を集めるが、それらを収集・分析し、国の政策等に生かすといわれる。

(7) 上記の活動の一環として、スウェーデンの地方自治体も積極的に視察旅行を受け入れている。スウェーデン外務省で出版されたパンフレット「視察旅行—現在実施中の視察旅行の内容例」においては、視察旅行の内容例として、実に広範囲なものが記されている。それらは、地域暖房、燃焼/バイオエネルギー技術、環境戦略、森林・バイオ燃料・自然保護、低エネルギー住宅、都市の光ファイバーネットワーク、水資源管理、廃棄物処理、下水処理、都市の持続可能な開発教育、持続可能な建築、再生可能エネルギーシステム、温暖化適応の方法としての都市のグリーン化、都市計画、統合、地方政府、政治的協力、共同参画、スウェーデンの学校・教育制度・成人教育、持続可能なライフスタイル、持続可能な保健医療、高齢者介護・障害者介護、ハウジング（保育園・高齢者施設）、高齢者・障害者のための支援ツール、在宅ヘルプサービスである。

このパンフレットには、スウェーデンの地方自治体が提案する視察旅行に興味をお持ちのかたは、訪問先地方自治体を選ぶにあたってのアドバイスとしてスウェーデン地方自治体協議会（SALAR）が、スウェーデン地方自治体への視察旅行に関する計画調整支援としてスウェーデン地方自治体協議会の付属組織（SALA IDA AB）の連絡先、そしてストックホルム等の大都市の直接連絡先が掲載されている。もっとも日本と比べて頻繁に組織替えが行われる関係で、それに応じて組織や窓口も変わる。

(8) このように政策交流の裾野を広くし、業務視察をうけいれることが、民間部門のビジネスチャンスとなっている。民間の旅行会社や個人が、スウェーデンの制度や事業に関心のある人のためのスタディツアーを組み販売する。日本では、たとえば、北欧旅行社などがあり、また、スウェーデン国内において、外国人を対象に、地方議会の見学等、スタディ・ツアーをビジネスとして実施する事業者もいる。また、ストックホルム市は、日本などからの福祉関係などの視察者に対し、説明と資料準備のための料金を徴収していた。

(9) 2009年に、SALA IDA ABはSKL internationalと名称を変え、スウェーデンの地方自治体の分権(decentralization)と自治(self-governance)のシステムを普及するという名目のもとで、海外—東欧、アフリカ、中東、中国などのプロジェクトの支援や研修生の受け入れなどを行っている。SARという、国の国際関係部門の財政支援を受け、連携してソフト普及を戦略的に行っており、成果をホームページで次々発表している。スウェーデンの地

方自治体連合にはスタッフが400人と専門家が多く、SKL internationalには専門のスタッフがいます。姉妹都市交流支援などは引き続き、SKL以外の部門が行っている。

日本とは、国の規模も違い、自治体連合に専門的なスタッフを抱えるなどの組織的な違いもあるが、日本の地方自治体も、個別プロジェクトの支援など、機能的には似通ったことを行っている。日本はそれらを地方自治体全体でまとめ、外交の一環としても海外に見せる努力をそれほどしていない。

IV-4 研修旅行・業務視察の例

スウェーデンの地方自治体が単独で実施している研修旅行や業務視察、および明白な方針と戦略の下、企業などと連携して行う研修旅行や業務視察などを以下にまとめた。環境とエネルギー、廃棄物処理、都市計画に関するものが多いが、医療健康福祉や教育、難民受入、地方分権等に関するものもあり、幅広い。スウェーデンの地方自治体が、総合行政であることを反映している。

(1) 自治体単独でおこなっているもの

・マルメの例 - 維持可能な市、環境、エネルギー、気候（12の項目）

8週間前に予約すること。市町村、機関、そして大学からの専門的な関心を持つ訪問者を受け入れる。コスト（計画や調整の費用）2000SEK。他にも費用が掛かる場合があり、費用リストをおくる。個人の視察は受け付けない。受付できない場合は、マルメを案内する専門家を紹介する。各国語で対応できる人のリストを紹介。宿もレストランも紹介しないが、ウェブには掲載する。

表 11-1 自治体単独の業務視察など

主催者 ツアーの名称	コーディネーター	対象者	業務視察分野	料金
ストックホルム市 業務視察、公用視察 (ベストプラクティスの分かち合い、経験の交換、国際的な関係の構築)	市の Protocol unit	政治家 専門家 主な対象者は、県や市の代表、関連する公的機関	A city for every one(教育、難民受入含む Green City Smart City Growing city	
Stockholm Cleantech		海外からの代表团	バイオエネルギー、廃棄物処理、バイオ燃	1時間当たり2000SEK。

ストックホルム 県のビジネスネ ットワーク 国際的な協力、 コラボ、リサー チセンター、ビ ジネス団体			料、エネルギー備蓄と 効率性、市および企業 の水運営システム、維 持可能な都市開発	
マルメ市 業務視察		市町村、機関、団体、そして 大学。マルメのアプローチ、 経験、成功要因を利用した いという専門的な関心を持 つ。個人受け入れなし	維持可能な都市開発、 移動性、太陽エネルギ ー、コミュニケーション（イントラネット）、 文化生活、政策策定に おける市民との対話、 経済とビジネス、ジェ ンダー、高校と成人教 育、幼稚園と学校、都 市環境、高齢者ケア	SEK2000（VAT 除く） 追加料金有。 業務視察ひ とつにつき。 業務視察受 け入れでき ないときは、 プロのマル メ市ガイド を紹介。
Great Copenhagen （マルメ含む） One-Point Entry for Delegations 基本的には当該 地域に海外から の投資の促進 ビジネス旅行の 要望に応じたビ ジネス旅行のセ ッティング （関係自治体が 設立）		ビジネス界、役所、マスコ ミ、研究所などの職員を対 象とする。	役所、企業などの訪問 希望部署	料金不記載
Greentech Visit in Sweden		政治家、公共部門の政策立 案者と行政官、民間部門の 方針立案者と管理者、ジャ	大学での講義、施設見 学、維持可能な都市開 発、廃棄物処理、ネル	1 日 当 SEK25000 （VAT 含む）

State of Green スコーネ県理事会、スコーネ県議会、エレスンド県市町村の協力 Sustainable Business Hub が運営		ーナリスト、	ギー効率、維持可能なヘルスケア、上水と排水処理、地区暖房 & 冷房	半 日 当 SEK12500
Green Gothenburg (ヨテボリ 市 所有、運営は市の会社である Business Region Goteborg) 目的：環境と維持可能な都市開発のリーダーとして、国内外に認知度を高める。地方の企業の国際的ビジネスの強化、地域への投資誘致。	Business Region Goteborg) Visit programs, seminars and workshops Customer support	特記なし	再生可能エネルギー、次世代の維持可能な公共輸送機関、効率性と電力自動車、革新的な都市開発、スマートシティ、廃棄物管理等35コース（建設、都市計画と開発、輸送、廃棄物処理、エネルギー）	1 グループ SEK6000 (VAT 除く) 3.5 時間（含ガイド、講義、現場訪問、飲み物） 1 ヶ月以内のキャンセル SEK1500 + VAT 1 週間以内 全料金+VAT 受入側の都合キャンセル—全額
Vaxjo Kommun 30%グリーンガスエミッションを削減。		特記なし	メニューは多いが、とくに、環境と気候変動。化石燃料フリー、異常可能な開発、バイオエネルギー製造、バイオガスの製造を伴う下水処理工場、交通機関、高齢者ケア、ジェンダー、輸送機関（3-4 日の研修あり）。	価格については、問い合わせ要。

Uppsala ウプサラ	ウプサラ・ツーリスト・センター 視察旅行の引き受け。2つの旅行社をウェブで紹介（宿、食事、交通機関など込みで視察旅行を手配）	特記なし	環境、インフラ、民主主義、教育、社会福祉	
Karmar Kommun		外国人代表团	義務教育前教育、高齢者、IT、エネルギー、環境分野における市の会社、市の運営や組織。費用はすべて参加者負担。市内の企業や市にとっては外国の企業に事業を披露し、あらたなコンタクトを創造する機会	
Karlstad 市 Varmland 県	Karlstad 市	特記なし	民主主義と組織、維持可能な都市開発、教育、ソーシャルワーク、安全と予防、文化とツーリズム、	
Skelleftea 市 Vaterbotten 県	Skelleftea 市	特記なし	木の家、木の建物（複数階） modern woodbuilding technology	
Skelleftea 市 Vaterbotten 県	Skelleftea Convention Bureau	特記なし	家庭ごみ利用発熱、公共交通機関運転	
North Sweden Cleantech	Vasterbotten 県 (Ornskoldsvik	投資家、会社、起業家、研究者、役人、機関	空気、バイオエコノミー、循環経済、建設、クリーンエネルギー、	

	県も含む) パートナーの地方団体 skelleftea 市、ウメオ市、orunskoldsviks 市、Vasterbotten 県議会 Vasterbotten 県		森林、投資 & 操業開始、生命科学、交通機関、都市計画、廃棄物、上水	
EnviroSewden	NPO, Gothenburg Region, Dalarna Reagion, Umea Region, Vaxjo Region, スコーネ Region、Kaimar, Region、ストックホルム Region (スウェーデン環境研究所の関係)	専門家、政治家、企業人、ジャーナリスト ツアーは、半日から 3 日。	エネルギー効率、都市開発、輸送と燃料、廃棄物をエネルギーに、上水、エコガバナンス	
Jamtland 県	Ostersund Tourist & Confernce Office	特記なし	再生可能エネルギー、バイオエネルギー、グリーンハイウェイ (自転車)、グリーン交通、化石原料フリーエネルギー、バイオガスによる走行、材木チップ、全市の暖房、新交通システム (鉄道の新しい利用法)	

(参考) Kiruna in Swedish Lapland Technical visit を実施。	Kiruna 市 Norrbotten 県 キルナ市も左記 の会員	特記なし	宇宙工学、宝石学、ア イスホテルなどのツ ーリズムなど、	
(参考) Association of Swedish Environmental Technology Industries	メンバー Green Business Region	Galveborg 県 Dalarnas 県		
	・ Business Region Gotenborg	ヨテボリ市他 13 コミューン の共同設置		
	Cleantech Oster Gotland	Oster Gotland 県		
	Cleantech Uppsala	ウプサラ市		
	Mid Sweden Cleantech Hub	Vasternorrland 県 7 つのコ ミューン		
	North Sweden Cleantech Hub	Vasterbotten 県		
	Stockholm Cleantech	Stockholm 地域振興会社 (市所有) も会員 1 時間当たり 2000SEK (VAT 除く)	バイオエネルギー、バ イオ燃料、廃棄物管 理、エネルギー備蓄と 効率、上水&工業用水 管理、 維持可能な都市開発	
	Sustainable Business Hub	スコーネ県		
IUC Sustainable	企業のネットワ ーク Kalmar 県の 3 つのコミュニティ が会員			

(2) グループを組み、企業などと連携しておこなうもの。

地方自治体の業務視察旅行受入一国の地域戦略の 1 つ（ツーリズム、地域プロモーション、国際的な関係の構築）に沿ったものである。ここで紹介する環境とエネルギー産業を推進する Cleantech 関係自治体は、前述の 8 つの地域に対応する。

- ・業務視察に関係するプラットフォーム（ワンストップサービス）は多様である。個別の自治体のものから、特定の産業に特化したものまである。

- ・ステイホルダーは、地方自治体、公的企業、民間企業、社会的企業、NPO、大学、ツアー会社等

- ・目的 - スウェーデン地方自治体の経験の分かち合い、普及、国際関係の構築、国際的な認知度の向上。

- ・民間部門にビジネスチャンスを与える。

- ・地域企業の振興－とくに環境・エネルギー産業に力をいれ、地域の関係企業を業務視察に来た海外代表団に紹介する機会とする。

- ・専門領域になると、視察料金は低くはない。

- ・ツーリズムの振興－業務視察をデイスティネーション・ツアーに組み入れる努力（宿泊、レストラン、ツーリズムビューローと連携する）

- ・民間部門民間の旅行会社や個人が、スウェーデンの制度や事業に関心のある人のためのスタディツアーを組み販売する。日本では、たとえば、北欧旅行社などがあり、また、スウェーデン国内において、外国人を対象に、地方議会の見学等、スタディツアーをビジネスとして実施する事業者もいる（表 8-1、表 8-2）。

- ・ツーリズムにおいても地域の自律性が高い。

（事例）Greentech Visit (CTV)

業務視察、行政視察の窓口。運営は、Sustainable Business Hub（スコーネ地方の官民学の地域振興のプラットフォーム）

主な財政負担－スコーネ県議会、デンマークの Oresund エネルギー社（コペンハーゲン市の特補助を含む）、スコーネ県理事会。

パートナー（スコーネ県、Helsingborg 市、Kristianstad 市、Lomma 市、ルンド市、マルメ市、（デンマークの State of Green）

企業のうち、地方自治体 - Helsingborg 市、マルメ市、県理事会、ルンド市、staffanstorps 市、スコーネ県）

地域的特徴－マルメ、ルンド、Helsingborg は維持可能都市国内トップ 10 に入る。

マルメはトップ 5 に国内入る。

表 11-2 Cleantech Visit の訪問先

テーマ	訪問先	所在地	開発者
-----	-----	-----	-----

			運営者
帯水層 病院の冷暖房	病院	Kristianstad 市（人口 3 万人） スコーネ県	スコーネ県 Malmberg 会社
C2C 製品などでできた ショールーム	Cefur (R&Dcenter)	Ronneby 市（人口 2.9 万人） Blekinge 県	Ronneby 市
気候変動を意識したヘル スケア	マルメ大学病 院等 マルメ市	マルメ市（人口 32 万人）スコ ーネ県	スコーネ県ヘルス ケア部 マルメ市
国内で最もエネルギー 効率が良い建物（帯水 層利用）	スコーネ県本 庁	スコーネ県（人口 130 万人）	
エネルギー効率の良い 病院	病院（県立病 院）	Kristianstad 市（人口 3 万人） スコーネ県	シュナイダー会社 （スコーネ県に提 案）
Filborna 廃棄物から エネルギーへ、コジェ ネ（発熱発電）工場	工場	Helsingborg 市（人口 13.8 万人） スコーネ県（人口 130 万人）	Oresundskraft （Helsingborg 市の 所有企業）
病院における化石燃料 フリー発熱	病院	スコーネ県（人口 130 万人）	Lund Energi スコーネ県
海水の熱を取り出す発 熱	住宅	Karlskrona 市（人口 6.5 万人） Blekinge 県	Karlskronahem （市所有の住宅企 業）
水素燃料ステーション	水素燃料ステ ーション	マルメ市（人口 32 万人）スコ ーネ県	スコーネ県 マルメ市
熱ポンプやソーラーパ ネルの革新的な利用ー 空気	住宅	Karlskrona 市（人口 6.5 万人） Blekinge 県	Karlskronahem （市所有の住宅企 業）
医師、看護師の エネルギー効率的利用 の関与	病院	マルメ市（人口 32 万人）スコ ーネ県	
マルメ空港 ソーラーパネル等を利用した環境にやさしい 空港	マルメ空港	マルメ市（人口 32 万人）スコ ーネ県	Swedavia
国内有数の廃棄物処理 場（97%リサイクル）	リサイクルパ ーク	Kristianstad 市（人口 3 万人） スコーネ県	Stena リサイクル （市所有企業）

病院廃棄物の減少。最高 300%減少	中央病院	Kristianstad 市市（人口 3 万人） スコーネ県	Kristianstad 市
バイオ技術による排水処理施設	Sjolunda 排水処理施設（55 万人対象）	マルメ市（人口 32 万人） スコーネ県	マルメ市
環境に配慮した維持可能な住宅	Lomma 港の再開発	Lomma 市（2.3 万人）、スコーネ県	Lomma 市
国内有数の廃棄物の資源化工場	Sysav, Sysav Industries AB	マルメ市（人口 32 万人） スコーネ県	Sysav, Sysav Industries AB （14 自治体（70 万人の人口）所有企業）
宅地再開発—明日のエコシテイ	マルメ市の西港	マルメ市（人口 32 万人） スコーネ県	マルメ市
世界最高級の研究とイノベーション環境	ルンド市（研究施設群と環境配慮都市）	ルンド市（11.7 万人）、スコーネ県	ルンド市
国内初のグリーン化によるネットゼロエネルギーを達成した建物	オフィスビル（スコーネ支庁が入居）	Helsingborg 市（13.8 万人）、スコーネ県	Helsingborg 市
廃棄物管理（分別等）	マルメ市のモデル地区	マルメ市（人口 32 万人） スコーネ県	マルメ市 Sysav,

表 11-3 業務研修先

テーマ	訪問先	所在地	開発者 運営者
バイオガス	Karpalund 国内最大級のバイオガス工場	Kristianstad 市（8.3 万人）、スコーネ県	Karpalund （市所有）
バイオ技術による排水処理	Oresundsverket 工場	Helsingborg 市 （13.8 万人）、スコーネ県	NSVA（スコーネ県内複数市所有企業）
宅地再開発—明日のエコシテイ	マルメ市の西港	マルメ市（人口 32 万人） スコーネ県	マルメ市
維持可能な都市開発の初期ピロセス	マルメ市西港地域の再開発 Lomma 港地域の都市開発	マルメ市（人口 32 万人） スコーネ県、ロモ市（2.3 万人） スコーネ県	マルメ市、ロモ市（受け入れ自治体）、（都市再開発にかかわった様々な主体と意見交換）

グリーン住宅 (環境にやさしい) 住宅	マルメ市のモデル地区 Augustenborg (同地区の廃棄物分別処理の見学)、マルメ市西港 地域の再開発	マルメ市 (人口 32 万人) ス コーネ県	マルメ市
最新の区暖房技 術	Filborna 廃棄物からエ ネルギーへ、コジェネ(発 熱発電) 工場	Helsingborg 市 (13.8 万人) スコーネ県	Oresundskraft (Helsingborg 市 の所有企業)
木片や間伐材を 使った区暖房		Sjoberg 市 (1.9 万人)、スコー ネ県	Rindi thermal power station
国内有数の廃棄 物の資源化工場	Sysav, Sysav Industries AB	マルメ市 (人口 32 万人) ス コーネ県	Sysav, Sysav Industries AB、(14 自治体 (70 万人の人口) 所有企業)
病院廃棄物の減 少。最高 300% 減少	中央病院	Kristianstad 市 (8.3 万人)、 スコーネ県	Kristianstad 市
世界最高級の研 究とイノベーション 環境	ルンド市 (研究施設群と 環境配慮都市)	ルンド市 (11.7 万人) スコ ーネ県	ルンド市
国内有数の廃棄 物処理場 (97% リサイクル)	リサイクルパーク	Kristianstad 市 (8.3 万人)、 スコーネ県	Stena リサイクル (市所有企 業)
国内有数の廃棄 物の資源化工場	Sysav, Sysav Industries AB	マルメ市 (人口 32 万人) ス コーネ県	Sysav, Sysav Industries AB、(14 自治体 (70 万人の人口) 所有企業)
廃棄物処理の実 際	マルメ市のモデル地区 Augustenborg (同地区の廃棄物分別処 理の見学)	マルメ市 (人口 32 万人) ス コーネ県	VA Syd (マルメを含む複数の 自治体所有の組織、上水、排水、 廃棄物処理)

V. 日本の地方自治体などの政策や事業等は、海外誘客に有効な地域資源となるか

先進的な政策や事業を発信することは、地方自治体のプレゼンスを高め、好印象を与えるという効果がある。都市間競争の時代においては、投資先としても旅行先としても、地方自治体の総合的な魅力を高めるにしくはない。地方自治体の税制や環境、文化、福祉・子育て等みずからの先進的な施策をアピールすることは、都市のイメージづくりに大きく貢献する。また、海外から地域、ひいては日本への訪問者を増やすことは地域に住む人々と交流

する人口が増えることであり、大きな意味で、日本の外交力につながる。観光立国の、魅力を高める重要な手段であると考えられる。というのは、地域は総合力で勝負するからである。

V-1 日本の地方自治体等の政策や事業の海外からみた価値

日本の地方自治体がしていることは、そもそも国際的にみればどのような特徴があり、価値があるのだろうか。

(1) 日本の地方自治体 - 総合行政 - どういう小さな市町村でも同じような事業を実施する。

(2) 課題先進国 - 短期間に多くの課題に直面、対応してきた。とくに、防災、環境、水管理（上下水、排水等）、廃棄物処理、義務教育、乳児健診を含む公衆衛生・医療、高齢者福祉、道路港湾などの維持管理、農業の振興（品種改良を含む）、町おこしなどにおいてである。

資源に恵まれない日本が、明治以降、とくに第2次世界大戦以降、課題先進国といわれるほどの課題を乗り越え経済成長を果たして来た。おまけに、自然災害にも見舞われ、それを乗り越えて来た。海外の地方自治体などが、日本の地方自治体から学びたいのはこのような経験、事業、政策であり、それは、日本でいう先進事例だけではない。通常のルーティンワークになっているものも含む。日本の自治体が先進的な政策・事業と考える者と、海外の自治体が学びたい先進的な政策・事業は必ずしも一致しない。この点は留意が必要である。

(3) 地方自治体の先進事例の情報は、以前は総務省過疎地対策、表彰、地域活性化センターなどの事例に限られ、数が少なかったが、とくに近年、政府関係だけでも、いろいろな省庁が事例集を発行。そこで取り上げられる市町村や都道府県に地域偏りが見られない。つまり、これらは地域的偏りの小さい観光資源になりうる。

主に、総合行政にそった分野別分類が行われおり、たとえば、たとえば、先進政策センターは、行財政改革、防災・危機管理、環境、健康・福祉、農林水産、商工・労働、教育・文化、地域振興・まちづくり、人口減少対策、その他の分野別に先進事例を収集し、毎年大賞を選んでいる。国土交通省・観光庁の観光地域づくり事例集は、行政分野別のグッドプラクティスと観光とを関連付けて選考する。

V-2 広範囲にわたる日本の地方自治体の政策領域

ここで簡単に、政策領域を分類してみよう。日本の地方自治体の行政分野は、普通会計（目的別）でみると、歳入面では徴税、料金賦課・徴収があり、歳出面では、教育費、土木費（都市計画、道路橋梁、河川海岸、住宅、港湾等）、民生費、衛生費（清掃）、商工費、農林水産業費などに分類できる。また公営事業会計では、水道、病院経営、介護保険や国民健康保険の運営などがある。これらを基に、業務視察とできるだけ対応できるように政策領域を考えると、次のようになる。お互いに重なり合うものもある。実に広範囲である。

① 災害（自然災害＋人災）への対応－防災・減災システムの構築、災害復旧、治山治水、

雨水貯水などの災害に強いまちづくりなど

- ② 環境戦略（公害対策＋水資源管理）－車の排ガス規制、水質汚染の規制、廃棄物処理、浄化槽、下水処理、植林等）
- ③ 再生可能エネルギーシステム－バイオエネルギー、太陽光、風力など
- ④ 都市計画－公共交通、景観の保全、持続可能な都市の再生、コンパクトシティ、地域興しなど
- ⑤ 教育－義務教育、高等学校、中高一貫教育、公立大学、成人教育、幼保一元化、給食など
- ⑥ 医療－公衆衛生、救急医療、高度医療、母子保健、国民健康保険、公立病院の経営、乳児検診、健康診断、国民皆保険など
- ⑦ 福祉－高齢者介護、障害者介護、保育園、介護保険、児童福祉、安全・安心の提供・社会的排除（貧困対策を含む）をなくすまちづくりなど
- ⑧ 就労－就労支援（貧困世帯、障害者、女性など）
- ⑨ インフラの整備－道路、港湾、地方空港など
- ⑩ 上水道の整備
- ⑪ 産業の振興（農林水産業の支援、中小企業の支援、観光振興）
- ⑫ 高齢社会の医療・福祉・介護
- ⑬ 人口減少の歯止め、新たな社会への対応（子育てに対する支援、保育所等）
- ⑭ まちづくり（芸術・文化財の保護・美術館・博物館の運営、歴史的景観の保護、バス、地下鉄などを含む公共交通機関の整備、アート）
- ⑮ 国際化－多文化共生、海外からの誘客、輸出振興、国際的水準の高等教育など
- ⑯ 犯罪撲滅・防犯
- ⑰ 事務処理、IT 化
- ⑱ 事業評価、情報公開
- ⑲ 地方自治制度－選挙、議会、民主主義、規制・条例、地方分権など
- ⑳ 地方財政制度－税、徴税、歳出

実施主体は市町村、民間団体、社会福祉協議会、NPO など、である。

V-3 海外の視察団の受入の現状

・日本の地方自治体は、スウェーデンのような、国際視察に特化した一般公開型の受入体制を、ほとんど組んでいない。

（１）政策交流、業務視察の現状

- ・日本の地方自治体が海外からの業務視察や研修生を受け入れるのは、姉妹都市や JICA、自治体国際化協会などを含む当該地方自治体のネットワークを通じてである。
- ・業務視察が活発な水ビジネスであっても、自治体が業務視察を海外に向けて広報し、応募してきたグループを受け入れているわけではない。

・自治体国際化協会では毎年7つの海外事務所のうち、2つの海外事務所が当該国の地方自治体関係者などを募り、日本の地方自治体への業務視察（Study Visit）を実施する。業務視察先は、クレアのネットワークのなかから、テーマにあった自治体に依頼する。

（参考）外務省地方連携推進室－「海外のお客様を迎えるために」都道府県別国内視察スポット。都道府県・政令市からの提供によるものであり、全部で809ヶ所。地域の重要な文化、歴史、名所旧跡、記念館、観光施設、産業館などである。単なる紹介である。

（2）地方自治体の外国人に特化した視察受入、一般公開型の国際視察の受入事例 数は少ない

・福岡市は世界で住みやすい都市 TOP25 2014年 第10位

・（公財）福岡アジア都市研究所（URC）－2009年、福岡市と共同で国際的かつオープンな視察・研修の受け入れを実施。北九州市のように、ビジネス展開をめざしたものではない。主幹－福岡市総務企画局国際部国際課、事業運営－福岡アジア都市研究所（URC）

・目的－様々な都市問題を抱えている海外に福岡市の都市づくりを紹介すること。

5つの分野について、「国際視察・研修プログラム」がある（表10）。

研修受入窓口は電話、ファックス、メール対応。最近の国際視察受入先－韓国、タイ、JICA（表12）。嘱託職員がいる。

（参考）費用負担－視察・研修会場への移動、通訳などは申請者が負担。自ら手配すること。

受入実績 2009年10月から2012年7月1653人

高齢者福祉の視察・研修 2010年385名、2011年175人（天野宏欣による）

表12 福岡アジア都市研究所の国際視察・研修メニュー（2017、5月12日現在）

1. 都市デザインに配慮した都市づくり	視察	シーサイドももち地区、セントラルパーク、アイランドシティ
	研修	都市景観行政、緑化政策、アイランドシティ整備事業
2. 高齢者がすみやすい都市づくり	視察	高齢者福祉施設、福岡市市民福祉プラザ
	研修	高齢者福祉施策、社会保障・介護保険制度
3. 水資源を大切に する都市づくり	視察	水管理センター、浄水場、再生水施設
	研修	節水型都市づくり、下水再生利用
4. 環境に優しいごみ処理技術を活かした都市づくり	視察	西部埋立場、クリーンパーク・臨海（ごみ焼却処理）
	研修	廃棄物埋立技術「福岡方式」
5. 安全・安心の都市づくり	視察	福岡市災害救急指令センター、福岡市民防災センター
	研修	消火・レスキュー技術、救急技術、予防技術

表13 ブログより見た最近の受入実績

年月日	テーマ	訪問団国籍
2016. 9. 28～29	気候変動への適応「福岡市における節水型都市づくり」	JICA 視察団（11 ケ国、14 名）
2016. 9. 28	福祉施設の見学－高齢化対応	韓国のソウル市にある樊洞（ボンドン）5 団地総合社会福祉館研修団（12 名）
2015. 11. 27	循環型社会を目指す水素ステーション	韓国の前釜山国際交流財団事務総長、東義大学電気工学科教授、中学教諭の 3 名
2015. 10. 7～8	気候変動への適応コース「節水型都市づくり」	JICA 筑波 18 名
2015. 7. 22	交通混雑緩和のための福岡市の官民連携のパーク＆ライド	タイ運輸省輸送交通政策企画事務局の職員 10 名と交通コンサルタント 5 名
2015. 6. 22～26	福岡市の景観、まちづくり	香港高等科技教育学院（THEi）の景観建築専門の学生 14 名

（参考）北九州市の試み

北九州市は主に JICA の研修受入自治体。有償研修受入を試みているが、いまだ実現していない（2017 年 5 月現在）。

IGES 北九州アーバンセンター（前田利蔵氏）による試算

年間 20 件あれば事業ベースにのることができるか？

研修価格（5 日間、参加人数 10 人以下）

- ・講義、視察（謝金等）：5 万円×10 コマ＝50 万円
- ・アテンド、通訳等：3 万円×10 コマ＝30 万円
- ・雑費（車両費、会場費、資料代等）：20 万円
- ・管理費（事前調査、事後 Q&A 対応等）：20 万円

（3）日本人、外国人を問わない視察旅行のオープンな受入

海士町、神山町、和歌山県田辺市の秋津野ガルテン、田辺熊野ツーリストビューロー、北広島市等。

V-4 日本の地方自治体の海外展開

（1）2010 年 4 月 6 日 内閣府の成長戦略策定「パッケージ型インフラ海外展開推進」パッケージ型インフラ海外展開推進実務担当者会議開催。経産省資料作成「インフラ関連産業の海外展開のための総合戦略（案）～システムで稼ぐ」。分野は、「1. 水、 2. 石炭火力発電・石炭ガス化プラント、3. 送配電、4. 原子力、5. 鉄道、6. リサイクル、 7. 宇宙産業、 8. スマートグリッド・スマートコミュニティ、 9. 再生可能エネルギー（太陽光・太陽熱・地熱・風力）、10. 情報通信、 11. 都市開発・工業団地」とされた。「産業構造ビジョン 2010」の

戦略産業分野のひとつとなった。

この中で「優先して取り組む事業分野」は南アジア、中東・北アフリカ（とりわけ、中国、サウジアラビア、インド）を市場とした「伝統的な上下水道分野」と「再利用水、海水淡水化、工業用水・工業下水」の2つの分野であるとして、地方公共団体と民間企業の協力形態を打ち出している。さらに「我が国企業が長期的かつ安定的に海外の水事業を展開していくためには、その基盤となる健全な国内市場の整備が必要である。必要かつ可能な範囲での民間活力の導入に向けた取組みを関係官庁と連携して推進していく」

・同時に、金融支援の強化―国際協力銀行（JBIC）による先進国向け投資金融の拡大。日本貿易保険（NEXI）による事業リスク填補範囲拡大。JICAの海外投融資再開に向けた制度整備（リスク審査を含む）、JETRO、NEDOの機能活用。年金基金・機関投資家によるインフラファンドの設立・投資支援。

各国の計画策定段階からの協力と戦略的マッチング、トップ外交の推進、オールジャパンの体制構築しようとしている。

安倍内閣もインフラ輸出に関して成長戦略に盛り込んだ。2013年1月に成長戦略策定に向けて「日本経済再生本部」（本部長・安部首相）会議は検討項目の一つに「資源確保・インフラ輸出戦略の推進」を盛り込んだ。

（2）地方自治体が主体となった国際協力

国際協力の分野は多岐にわたるが、JICAやクレアなどの機関を通して、あるいは地方自治体単独で行う場合がある。分野別では、農業、防災、水道、環境、保健・医療の件数が多い。主催する自治体は、必ずしも、都道府県や政令市だけではなく、裾野が広い。水ビジネスなどは、国際協力を国際展開の第一歩とし、まずは国際協力から関係を築き、調査を開始する。大手企業や地元企業と連携する。近年は、NPO、企業、社会的企業を活用した国際協力に移行期である。

（3）海外へのビジネス展開

海外ビジネス展開にのりだしているのは、東京都+政令市が中心である。これらも海外協力事業を足掛かりとしたものである。水ビジネスが中心だが、東京メトロなども国際ビジネス展開を志向している。国際ビジネス展開においては、自治体が直接民間と連携する場合と、自治体子会社が民間と連携する場合の2つがある。いずれも、コンソーシアムを組み、大手企業や地元企業と連携する。

（参考）

・JICA円借款の主な受注企業について―（2015年度本体契約・金額10億円以上）104件のうち、受注した日本企業は37社、日本の地方自治体関係企業はゼロ、（2015年度コンサルタント契約・金額1億円以上）46件のうち、受注した日本企業は50社、その地方自治体関係は北九州市の上下水道局のみ。

・海外市場の日本企業占有率は、2013年度で上水0.1%、下水0.01%、海水淡水化4.6%、産業用水・排水0.6%（経産省資料）。

(課題等)

- ・国際ビジネス—上流(企画設計)から下流(運営)までできる力を持つ自治体は限られる。
- ・日本の企業も汎用性の高い技術のところでは勝負しない(日本の自治体の水ビジネス関連装置も、オーバースペックと指摘される)。
- ・大規模な水ビジネスのサプライヤーとして育っていない。
- ・自治体がりスクをとって海外事業に参画することは容易ではない。
- ・資金調達の問題
- ・法律上の整理—法律上、そもそも地方自治体の海外事業展開が想定されていない。

(参考)平成22年3月「地方自治体水道事業の海外展開検討チーム」が設置され、平成22年5月末に「中間とりまとめ」を公表。地方自治体が海外への技術援助にとどまらず、水道事業の運営そのものに携わることをどう整理するか。2つのスキームをまとめた。

①水道事業体と民間が第三セクターをつくり、他の民間会社とのコンソーシアムを結成する。水道事業体は、第三セクターへの出融資のほか、人材派遣を行う。

②水道事業体と民間がコンソーシアムを結成し、水道事業体は技術的支援にとどめる。官民連携でのコンソーシアム結成

自治体職員の第三セクターへの派遣

その第三セクターの主たる業務が公益寄与業務と認められる場合は、派遣法(公益法人等への一般職の地方公務員の派遣等に関する法律)の対象とする(3年以内の退職派遣として元の職場に復職できる)と整理。

官民連携でのコンソーシアム結成

「本来事業と密接な関係にある場合」または「本来事業にかかる資産、知識及び技能を有効活用する場合」で、本来事業に支障を及ぼさず、十分な採算性を有するのであれば、地方公営企業法上の附帯事業として実施可能とされた。

VI. 自治体共有の情報発信・マッチングのためのプラットフォームの創設

VI-1 海外の業務視察客の誘致 これまでの課題

プラットフォームは、中間支援組織として、地域観光や街づくりなどにおいて役割がますます大きくなっている。特に、ポータルサイトの重要性は論をまたない。

個別にオープン型の研修受け入れを行っている地方自治体はこれからますますその活動実績を積むことが期待される。その一方で、日本の地方自治体を見学したいが、どこがふさわしいかを紹介してもらいたいという海外からの問い合わせに答えるには、人的ネットワークを介して探さざるをえないというのが現状であり、その範囲も当然限られたものにならざるを得ない。つまり、地方自治体などの多様な政策と事業を海外に紹介し、見学を行いたいものと受け入れる地方自治体とをマッチングさせるワンストップ・サービスがなかった。これまで、地方自治体などが海外の研修旅行や業務視察を受け入れるうえでの課題は次のようなものであった。

(1) これまでで見る限り、海外に地域の魅力を発信する上で、ほとんど手つかずといえる領域が、地方自治体および関係団体などの政策や事業である。これまで述べたような、政策や事業を海外に発信する重要性や、それがもたらす経済的な効果等に着目している地方自治体はまだまだ少ないと言える。

(2) 海士町や神山町、福岡市等のように、個別に海外からの業務視察を受けて入れているところがあるが、一般開放型の国際視察は、ほとんどの日本の地方自治体にとり新たな分野である。

(3) この数年急速に変化しているが、日本の地方自治体は、少数の自治体を除き、なんとしても地域企業を海外に売り出したいというアグレッシブさに欠けるきらいがあった。この面で、北九州市はフロントランナーである。北九州市などのように、戦略的に地域の先進事業を海外に紹介し、誘客を図り、地域を活性化するという視点が、少数の例外を除き多くの地方自治体では必ずしも強くなかった。しかしながら、北欧の例でも見られるように、経済のグローバル化の中で業務視察の誘致は、地域経済の活性化のための 1 つの手法である。

(4) 全地方自治体が合意する自治体外交の方針、海外戦略が明確でない。

(5) 国際業務視察対応に費やす時間や労力をいかに捻出するのか、と言う問題がある。マルメ市では、通常業務の時間をさいて職員が対応している。また、業務視察対応の専門スタッフがいるところもある。Cleantech は専従者がいる。

(6) 地域企業の持つ最新技術の掌握、育成、コラボへの関心がこれまでたかまっていなかった。

(7) 北欧の事例をみても、業務視察の需要は小さくはない。課題先進国としての施策や事業をアピールするなど、需要の掘り起こしも重要である。これまでそのような広報はほとんど行われていない。

自治体共有プラットフォームで発信する政策や事業は、日本国内で先進的な政策とされるものだけではなく、通常の業務として根付いている政策や事業である。したがって、多くの地方自治体や関係団体のものが発信対象となる。地方自治体の政策や事業は、個々の地方自治体や地域ごとにまとめても、それほど多くのメニューを提供できるわけではなく、発信の負担も大きい。しかし、地方自治体共有のプラットフォームを作り上げることにより、全国の地方自治体や関係団体についての情報を集めることで、サービスの需要者にとって、魅力的な政策や事業のメニューをつくりあげることができる。それにより、需要者と供給者のマッチングの可能性が高まる。

VI-2 自治体共有のプラットフォームは何をするのか ー情報を発信する 6 つの領域

(領域 1) 地方自治体や関係団体などの政策や事業である。地域の NPO 等の活動も含まれる。この分野は発信だけにはとどまらず、従来行われている政策交流の活発にし、また、海

外からの視察旅行・業務視察までを受け入れることができるように体制を整え、地域の観光協会等中間支援組織と連携を図る。政策交流を希望する日本の地方自治体等と海外の地方自治体等との裾野を広げ、ワンストップ・サービスで政策交流の受け入れ側と訪問側のマッチングが容易になるようにする。

つまり、従来型の企画立案者の視点から学ぶ政策交流だけではなく、専門家などが業務執行の実態を学ぶ業務視察（視察旅行）までを含むものである。したがって、海外からの訪問者も、地方自治体やその関係者だけではなく、福祉施設職員や教員、NPO、企業などと従来よりも裾野が広く、また、地方自治体本体が、海外からの訪問者すべてを受け入れるのではなく、施設を運営する事業者など受け入れ側の多様化も同時に進める。

そして、海外の地方自治体関係者や研究者、実務者等の当該地域への訪問を、着地型観光とつなげることにより、観光の振興だけではなく、海外の企業と地域の中小企業との連携を模索する機会となる可能性がある。将来的には、福祉の現場や教育現場の見学などの政策交流を、着地型観光における地域メニューの一つに組み入れることにより、地域の魅力が増す。海外のスタディツアーを誘致することは、観光客よりも客単価が高いビジネス目的の誘客につながる。また、見学科を取ることも考えられる。

（領域２）地方自治体やその関係団体などが提供する特定の事業である。たとえば、地方自治体の特定の事業として、公立大学や公立美術館、医療ツーリズム、フィルムコミッションなどについて発信することにより、公立大学の留学生や短期セミナーの参加者、公立美術館への海外からの来訪者の増加、医療ツーリズム、ヘルスツーリズム等の参加者の増加など、当然、着地型観光にも寄与すると考えられる。これは、プラットフォームのポータルサイトにリンクをはるだけでかなりすむ話である。

このことは、訪日外国人の増加やビジネスチャンスの増加につながる可能性がある。プラットフォームの役割は、需要を喚起し、海外からの問い合わせなどに対し、（当分の間）、事業の主権者につなぐ役割を果たす。

（領域３）地方自治体の海外に対する技術支援の成果である。換言すれば、プロジェクト支援の成果である。技術交流を行っている団体には、個々に実績をホームページなどで簡単に発信しているところもある。しかし、これでは海外への発信力は強くはない。日本の地方自治体として技術交流の方針をできるだけ明確に打ち出し、技術交流の実績をジャンルごとに、日本の自治体の実績として、まとめて海外に発信する。このことにより、次に掲げる領域である都市インフラ事業等への参画など、ビジネスチャンスにつながることもある。

日本の地方自治体や関係団体の政策と事業の実績をもとに、日本の地方自治体が諸外国の課題解決のプロジェクトに、協力することは、当事者間の友好関係を築くだけではなく、自治体外交に寄与する。これには、現地に赴き指導する、あるいは日本に研修員を招き、技術指導をすることが含まれる。この資金については、国のたとえば、ODAの基金、JICAの基金によるのか、自治体国際化協会の資金か否かを問わない。青年海外協力隊への地方公務員の派遣なども含まれる。

（領域４）海外の大規模災害に対する日本の地方自治体の支援活動である。

海外における大規模災害への支援事業は、災害外交という言葉があるほどに重要である。それをプラットフォームでまとめて情報発信することは、日本の地方自治体の国際協力の認知度を高めることになる。

（領域５）日本の地方自治体のインフラ事業の海外展開の実績である。まとめて、海外に発信することで、ビジネスの広報活動の一環とする。公共事業の実績をもとに、ゼネコンや機械メーカーなどが海外で受注実績があるが、水道事業、ごみ焼却施設、地下鉄経営など運用事業として地方自治体あるいはその関係会社（特別会社を含めて）がコンソーシアムを組み、海外展開をめざしている。横浜市、北九州市。国と東京都が株式をもつ東京メトロも地下鉄、公営バス事業。

（領域６）地方自治体で開催される国際会議や国際イベント等である。開催地、開催場所などの情報を提供する。

VI-3 自治体共有のプラットフォーム創設の効果

（１）マッチングが容易になる。

（２）スタディツアーに参加した海外の地方自治体職員、関係団体職員、研究者などとネットワークを築くことができ、政策や事業をより洗練されたものとする機会を得、また、地域のファンや友人を得ることができる。

（３）政策交流を促進する自治体共有のプラットフォームをつくり、需要者の裾野を広げるためには、地方自治体やその関係団体が、研究者や専門家、事業主体など、経済交流において、さまざまな役割を分担する主体とネットワークを築くことになるが、このネットワークが政策や事業を洗練させ、ひいては、やまちづくりを活性化させることにもつながる。

（４）自治体共有のプラットフォームができることにより、より多くの海外からの見学者を受け入れ、自らの政策を説明するという点で試行錯誤する機会が多くなろう。そのことにより、地方自治体の職員など、受け入れ側の職員の能力や意識をさらに高めることができる。

（５）海外の地方自治体などの日本の地方自治体や当該地域に対するニーズなどについて情報収集や解析を行い、産業づくり、自治体外交などに生かすことができる。

VI-4 情報発信・マッチングのための自治体共有のプラットフォームの創設

地方自治体やその関係団体の政策、施策、事業を発信するための地方自治体共有のプラットフォームの構築（新たな中間支援組織の立ち上げ—オンラインとオフライン）

（１）目的

- ・地方自治体やその関係団体の政策、施策、事業を発信し、活用し、その経験を海外の他の地域とわかちあう。
- ・世界の地域を豊かに。国際親善と世界平和に貢献。
- ・日本の地方自治体と海外の地域との信頼関係の構築、

- ・日本の地方自治体のグローバル社会におけるプレゼンスの向上
- ・地域のツーリズムや中小企業の振興を図る。

(2) 目標

日本の地方自治体の国際的な活動の広報とサービスのワンストップ化

ー日本の地方自治体の海外広報のプラットフォーム。つまり、このプラットフォームを訪れば、日本の地方自治体の対外活動もわかる。

- ①国際視察のワンストップ・サービス。マッチングが容易になる。
- ②公立大学への留学案内、地方自治体が主催する医療ツーリズム、フィルム・コミッションなど、留学生募集など地方自治体の事業の利用者となることを勧めることができる。
- ③地方自治体の海外協力状況、技術支援の聖化を発信。ー協力企業も同時発信。
- ④地方自治体の海外大規模災害の救援活動実績を発信ー災害外交の一助を担う。
- ⑤地方自治体の海外ビジネス展開の現状の発信
- ⑥地域で行われる国際学会、国際的イベントについて、情報を発信し、参加を促す。

(3) 地方自治体共有のプラットフォームは、他のプラットフォームに比べ、すべての地方自治体とネットワークがあるという点で比較優位がある。地方自治体は地域の実情に精通し、一般視察のワンストップ・サービスが容易となる。

自治体共有のプラットフォームをつくることにより、多くのステイクホルダーが出会い、新たな価値を創造する場になる。自治体やNPOが個別にもつネットワークよりも、出会いの場が多い。

(4) 地方自治体共有のプラットフォームのネットワーク

自治体のネットワーク、地域にある観光プラットフォーム、地域の中小企業プラットフォーム、地域のNPOなど事業者である。

・特定のテーマのもとに、特定の分野においては、スウェーデンのグリーンテックのように、個別の地方自治体が国際視察受け入れの広報をするのではなく、まとめて行う。地域ごとでそれをまとめる場合は、それをネットワークに組み入れる。

①誰とネットワークを組むのかー政策、事業、関係

(1 次的)

○地方自治体（自治体本体、地方公営企業、公益事業、三セク、社会福祉協議会、地方団体運営各種施設ー教育、福祉、）

○日本各地で事業の一般公開視察を行うNPO、社会的企業、民間企業（すでに、一般公開型を日本語で実施。英語で実施しているところも含む）

○学者、技術者、専門家

○公立大学、国際会議場、国際的イベント会場等

(2 次的)

○素材や技術の提供者である企業、農業法人、社会的企業等

(3 次的)

- 観光プラットフォーム、観光事業者、ホテル、レストラン、
- 交通機関、
- 通訳・ガイド
- ジャーナリスト、ブロガー
- 中小企業プラットフォーム等

(4 次的)

- 国の各省、政府機関等

(その他) 業務視察の対象とする政策や事業

通常の政策や事業は、前述の領域ごとに分類されている。先進的な事例として挙げられている事業は、必要に応じて、領域ごとに組み替える。

海外の人が魅力を感じるように、テーマごとに事業を組み合わせる。スウェーデンの業務視察の前述の例示。

海外ビジネス展開については、環境、水ビジネスだけではなく、防災、農業、医療、介護などの可能性がある。

- ・この中間組織の運営には、地方自治体関係者だけではなく、大学・研究所関係者、旅行業者、経済界、アミューズメント施設関係者などが参加する。
- ・運営資金は、業務視察料金の一部＋全自治体からの拠出金
- ・地域への波及効果があるように設計する。

VII. 結びに変えて

本稿では、訪日外国人の訪問地を、いわゆるゴールデンルート（東京、富士山、名古屋、京都、大阪を巡るルート）や北海道、福岡県、沖縄県以外の各地域・各地方に訪日外国人の訪問地を分散させるかということについて分析を行った。

第1に、リピーターが増えれても外国人観光客は、訪問回ごとに有名観光地の組み合わせを変えるだけで、なかなか地方を訪問するまでには至らないこと、リピーターを待つのではなく、第1回目の日本訪問地の中に、定評ある観光地して入る必要があること、第2に、外国人の訪問地と国内旅行者の訪問地が異なるのは必ずしも通常のことではなく、また、外国人の訪問地と国内旅行者の訪問地にあまり違いがない国は地方に外国人を誘客するための努力をおこなってきたこと、例としてあげたスウェーデンは、地方自治体などの政策や事業を過去数十年も地方誘客の観光資源として利用してきたこと、第3に、課題先進国であり、総合行政を行う日本の地方自治体等の政策や事業は、国際的にも魅力的で地域的偏りのない新たな観光資源となりうることを示した。第4に、日本の地方自治体の政策や事業などの情報を世界に向けて発信し、需要者と共有者をマッチングさせるための地方自治体共有のプラットフォームの創設案を提示した。そこにおいて、日本の地方自治体の国際協力や国際貢献、国際ビジネス展開も発信する。それらにより、日本の地方を訪問する外国人がふえ

るだけではなく、日本の地方自治体の国際的プレゼンスをたかめ、外交にも貢献するもの
を考える。

参考文献

1. 石黒照敏『国際化と地域経済』古今書院 1997 年
2. 平野敦士カール、アンドレイ・ハギワ 『プラットフォーム戦略』東洋経済新報社
2010 年
3. 尾原和啓『ザ・プラットフォーム IT 企業はなぜ世界を変えるのか?』NHK 出版新書
2015 年
4. 下村恭民・辻一人・稲田十一・深川由起子『国際協力 その新しい潮流 第3版』有
斐閣選書 2016 年
5. 観光庁『宿泊旅行統計調査』各年
6. 観光庁『訪日外国人の消費動向』各年
7. 観光庁『旅行・観光産業の経済効果に関する研究』2015 年
8. Tourism in Sweden 各年
9. WWTC Economic Impact 各年
10. A Almstet, Lundmark L. and O. Pettersson, “Public Spending on Rural Tourism
in Sweden” 2016