

第2回 周南市まち・ひと・しごと創生戦略会議（第4部会）会議録

日 時 平成27年8月31日（月） 13時30分から

場 所 周南市役所3F 防災会議室

出席者 ・委員 4名

原田 康宏、河村 啓太郎、河田 正樹、横道 秀彦

・担当課・事務局職員 6名

上野 貴史、綿野 博之、神杉 朋史、貞弘 和毅、中村 成孝、中村 貴子

会 議 議 事 録

1 開 会

（委員・職員の自己紹介）

2 グループワーク

（1）総合戦略掲載施策・事業及び重要業績評価指標の検討

【基本方向1】

（1）徳山駅周辺整備事業の推進

（2）魅力ある中心市街地の再生・充実

- 空き店舗のシャッターを開けることだけが目的ではなく、やる気のある店主に集まってもらうことが重要。駅周辺整備に対してビジネスチャンスを感じてくれる人をどれだけ集められるか。
- ロードサイドではなく、小規模で商売を始めたい人や社会的課題を解決するような小さい事務所を持ちたい人を駅周辺に集積させたい。一社での雇用は5人でも、200社集まれば1000人になる。そんな動きが作れないか考えている。
- みなみ銀座の「和光ビル」をリノベーションし、やる気のある人が安価に出店できるのももちろん、古くて規模の大きい1棟のビルでも、賃料を抑えれば改修して事業にしたいという人がいることを示したい。古いビルを1棟丸ごと借りて、改修するビジネスモデルが全国的に中心市街地で動いている。そのロールモデルを作りたい。なぜこういう事をするかは、開けやすいシャッターは埋まってしまった。残っているのは古いとか間口が大きすぎるもの。そういった課題への実験的な取組み。
- 問題は、まちづくり会社は動いているが、それを見て手を挙げる人があまり見えない。店を出したい人は年間50から60人は来られている。そういった人がリーダーシップをとり、事業を大きくする、企業として成長してほしいが、そういう絵が描けていない。

- 市外からの出店相談もある。
- 手を挙げる人任せにならないか。こんなお店が欲しい、若い人を呼ぶようなお店を、というのは手を挙げる人がいないと難しい。狙っていくことは出来ないか。
- 物販店が少ない。飲食店が中心になっており、ウインドーショッピングが出来ない、そうすると滞在時間が短くなり、まちにお金が落ちない。物販店に対する補助金額を増額する取り組みをしている。少しずつ効果は出ていると思う。
- 出店に対する補助などの制度のPRはどのようにしているか。
- 制度の周知については、協議会でパンフレットを作成した。出店したい方向けのパンフレットも作成し、不動産会社や銀行に配付を依頼し、制度に興味を持った方には出店窓口を紹介してもらうようお願いもしている。
- 商店街にどんな業種を呼び込みたいと考えているか。
- イニシャルコストへの補助はあるが、独り立ちしていくまでの継続した指導や相談の体制はあるのか。
- 中心市街地の活性化は何か一つだけの取り組みでは無理。あれもこれも取り組みながら、まちの状況を見て、随時考えながら取り組む必要がある。
- 現在空き店舗が最も少ないのがPH通り。若い方が、雰囲気が良いからという理由で出店したがる。現在、銀南街東西のアーケードを撤去しており、居心地の良い通りにすることでお店を入れることを目指している。
- 状態の良い空き店舗は埋まってきており、新たに物件を開発する必要が生じている。オーナーを口説いてビル1棟借りるような取り組みが必要となってきた。あの手この手で取り組みながら活性化を進める必要がある。
- 歩行者通行量は、近鉄松下撤退後もある程度維持しており、これまでの取組みに一定の効果は出ていると考えている。ただ、市民目線を見た時に「この街は良いよね」とまでにはなっていない。
- 現在の流れは、自分が出店して人を集めるのではなく、人が集まっているところに出店して儲けたい、歩行者通行量の少ない所には出店しないという経営方針がほとんど。まずは、出店してみたいと言われるようなエリアにする必要がある。
- 「(3) ②商業活性化対策事業」として市内共通商品券発行とあるが、街なかの消費につながっているかどうか実績が分かるものはあるか。結局、他市の資本である郊外の大手スーパー等に流れている気がする。もっとお客さんを回す仕組みにお金を使った方が良いのではないか。
- 「(2) ②フェリーターミナル再編事業」は中心市街地の活性化というより、交流人口増加への効果が大きい気がする。交流人口の増加にはフェリーターミナルは欠かせないと考えている。「基本方向2」でも良い気がする。
「フェリーターミナル」の建て替えだけを考えるのではなく、交流人口の増加と一体的に考える方が自然なのではないか。交流人口を増やすためには港が大事。核となる

施設だと思うので、もっと夢をもって活用したい。

- 港は、外から来た人への目玉になると思う。今回が港を生かすラストチャンスになりそうな気がする。
- 外から来た人は、駅から見える工場の夜景を見て驚く。それを活用しない手はないのではないか。きちんと整備されれば、非常に良い観光施設になりそう。
- 中にいる人(市民)が良さに気付いていない。
- 第3部会の中で、新たな創業に対する支援だけではなく、今ある、良いお店を存続するために、後継者のいないお店に対して商売をしたい人をマッチングさせるような取り組みについて話が出た。そうした取り組みはないか。
- 周南の中心市街地を「創業」とか「雇用創出」について先進地というか、ブランドとして発信したいという思いがある。山口県は女性の創業が多いことで注目されており、県も力を入れていくようだ。そういう事が発信したい。
- 東京でIT関連の仕事をしている人が支社を作りたいという話もある。Uターンとは違うが、そういうニーズもある。
- ビルリノベーションについて、やり方はいろいろあるが全国的に取組みが進んでいる。不動産の流動化に取り組む必要がある。
- 商店街は商店だけである必要はない。オフィスがあると圧倒的に通行量が増える。回る人を増やす取組みが必要。商売をされる方は、一つのところにとどまるのではなく、儲かるところに出ていく。そういう意味でも、オフィスが商店街に来ることは悪くないと思う。
- 東京などにいる地元出身者に宣伝すると効果があるのでは。県の東京事務所等を活用するなど、何かを通じて発信しては。
- 2階以上で空いている物件はかなりある。オフィスなどにもってこい。商業だけでは食い合ってしまうので、付帯的な条件を良くしていくのは戦略的な取組みではないか。

【基本方向2】

(1) 観光交流の促進

(2) コンベンションシティの推進

(3) 魅力ある動物園の推進

- KPIの年間観光客数について、H26はH25と比べて25万人増加している。押し上げた原因は。
- 温泉施設の利用者は年々少しずつ増加している。ただし、市内からの利用か、市外からの利用かまでは捕捉できていない。
- 来客者が市内か市外、県外かの数字は把握できないのか。それが無いとどのくらい効果があるのか、伸びしろがあるのか分からない。
- インバウンドについて、どのくらいポテンシャルがあると感じているか。

- 文化、歴史を切り口に、「湯野の天狗伝説」など、エキゾチックな魅力を打ち出すのも面白いのでは。
- 初めて日本に来る外国人は東京や関西、北海道などに行くようだが、訪日回数が増えるにつれ、地方に足を延ばし、地方にある日本文化を体験したいというニーズがあるようだ。
- 台湾からの観光客のうち1割、約20万人が福岡空港を利用している。その方々をいきなり周南市ではなく、世界文化遺産に登録された北九州、萩、宮島、原爆ドーム等に行つたついでに立ち寄ってもらえるように取り組むのが良いのではないかと考えている。
- 留学生には家族がいるので、家族が来た時にどこに行っているのかが把握できたら良いのかも。周南市あたりでは観光していない。山口市、岩国市あたりに行っているようだ。
- 旅行者の行動半径が広がっているので、一部、周南市を楽しんでもらうのが良いと考えている。例えば、昼間は萩や下関を観光し、夜、ナイトクルーズを楽しんでもらうとか。
- 県内で一番観光客が多いのはどこか。下関か。
- 広域観光を考えた時には、下松、光よりは山口、防府と手を組んだ方が良いかもしれない。
- 工場夜景は下松・光や山口にはない。夜は周南市とすれば、お互いのメリットになるかも。
- 世界的に交流人口が増えているのではないか。フランスが年間8000万人、日本が2000万人で世界の37位くらいだそうだが、上位とはかなり数字の開きがあり、日本にもまだ呼べるポテンシャルはあるが生かしていないようだ。
- 国はインバウンドをかなり意識している。
- 工場夜景は一時期ブームになったが、ニッチな層。
観光が広域化する中で、周辺市と魅力のあるコンテンツを、テーマを決めてつなぐなどして、ニッチではない層の人に来てもらう取り組みに、緩やかにシフトしていくことが必要だと考えている。
- 夜景ツアーは頭打ちのように言われるが、コンベンション協会では旅行業法の資格のある職員を雇用してツアーに力を入れようとしている。可能性があるならやってみようという方に持っていないと。夜景でなくても良いが、港にポテンシャルがあるのは事実だと思うので、何とかするように考えないといけないのではないか。
- 「工場夜景と港湾資源を活用した取組み」を一文加えるだけでも違うのではないか。
- 港でくくる考え方と、夜でくくる考え方がある。
- 食について追及することも重要なのでは。温泉だけではなく、食を加えるともっと可能性があるかも。

(その他)

- 全体を通して「具体的な施策」と「具体的な取組み」がマッチしていない気がする。
- 具体的な施策の中の特出しの事業が、具体的取組みにあるイメージか。
- 基本方向などに「工場夜景」など必要なキーワードを今から追加するなどの工夫は可能。
- 観光なので、読んで楽しそうなものにしたい。言葉が固い。

(2) 数値目標について

- 数値目標の設定が難しい。「観光」と「中心市街地の活性化」という方面から、「賑わいの創出」を目標にしている。お金でにぎわいの創出が図れないかと考えているが、毎年統計を取るのには難しい。いいアイデアがあったら教えてほしい。
- K P Iにある「歩行者通行量」と「観光客数」の2つを目標にしてはだめなのか。数値を足したりして無理やり数字を出すと、数字の意味が分からなくなる。

3 閉会

(次回開催案内)