

（質問項目）「2020 年問題」に備えよ

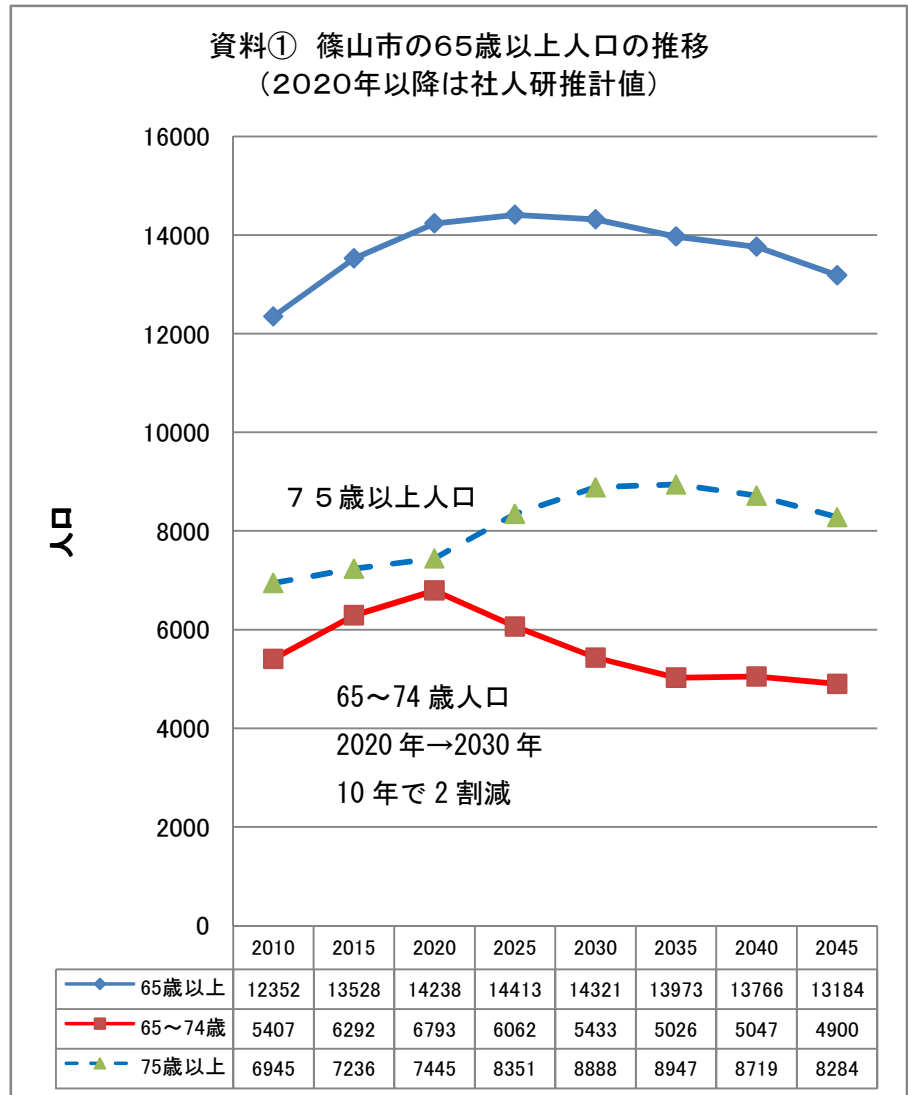
新会派一以・維新を代表して質問します。今回は、篠山市における「2020 年問題」を提起し、その対応を求めます。

（Q1.2020 年問題の認識と対応の意思について）

平成 14 年（2002 年）、マクロ経済学者の松谷明彦氏が問題を指摘して以降、日本の人口減少は将来社会に暗雲をもたらすこととなりました。平成 26 年（2014 年）には、ショッキングな増田レポートが出されました。ご承知の通り全国の自治体の半分において出産可能年齢の女性数が半減し、自治体運営が困難になるとの指摘です。いわゆる「消滅可能性都市」です。そして、これに国は即応し、現在は地方創生が進められているところです。さらに、先月 5 月 4 日には読売新聞が消滅可能性都市の 8 割で人口減少が進んでいるとの社試算のデータを公表し更なる地方創生を促しました。（一以・維新の計算によると、篠山市の人口減少は緩和されました。）

しかし、地方創生は増田レポートの影響で「東京一極集中を是正する地方での仕事づくり」と「出産育児環境の整備」に注目を集めてしまうことになりました。明治大学の小田切徳美氏らのグループが指摘した農村社会の変化への対応については、「小さな拠点づくり」の文言こそ取り上げられましたが、質的な人口減少による社会変化への具体的対応は取り残されたままになっています。

質的な人口問題では、団塊の世代が介護ニーズの高まる 75 歳以上になる「2025 年問題」があります。一以・維新では、国立社会問題・人口問題研究所が昨年度末に発表した将来人口推計をもって、本市における質的な人口変化を確認しました。その結果、資料①（（一社）社会保障・人口問題研究所発表資料よ



り渡辺作成) のとおり憂慮すべき人口変化を確認しました。65 歳以上人口は今後も増加し、2025 年の 14,413 人をピークに減少に転じます。しかし、その内訳は 2020 年を境に大きく変化します。すなわち、75 歳以上人口は急増し、65～74 歳人口は急減します。2020 年から 10 年という短い期間に 75 歳以上は 7,445 人から 8,888 人と 19%増加し、65～74 歳以下は 6,793 人から 5,433 人と 20%減少すると推計されます。これは篠山が今までに経験したことのない大変化です。特に、65 歳から 74 歳は実質的には現役世代であります。実情では、地域社会を支える中核層で各種地縁団体のリーダーを務めながら、本市の魅力である特産物の生産にあたりながら農村景観の保全に努められています。また、地域経済においては地域商業やサービス業を支えている重要な消費者層でもあります。さらに、各種福祉計画において地域福祉の重要な担い手として期待されている皆さんでもあります。この層の急減は、間違いなく地域活力の低下を招きます。

75 歳以上人口の急増については、各福祉計画で一定の想定がなされていると思いますが、その増加スピードに十分に対応できるのかはさらに留意する必要があります。

会派一以・維新では、国の想定する団塊の世代問題に先んじて深刻になる高齢人口の質的变化により発生するであろう社会問題を「2020 年問題」と定義し、この問題の対策に直ちに取り掛かる必要があると考えます。このため、①65～74 歳人口の急減への備えを進める。②75 歳以上人口の急増への備えを進める。③篠山市制 20 周年をポスト 2020 の備えを明らかにする機会とする。の 3 点に重点的に取り組むこととしました。

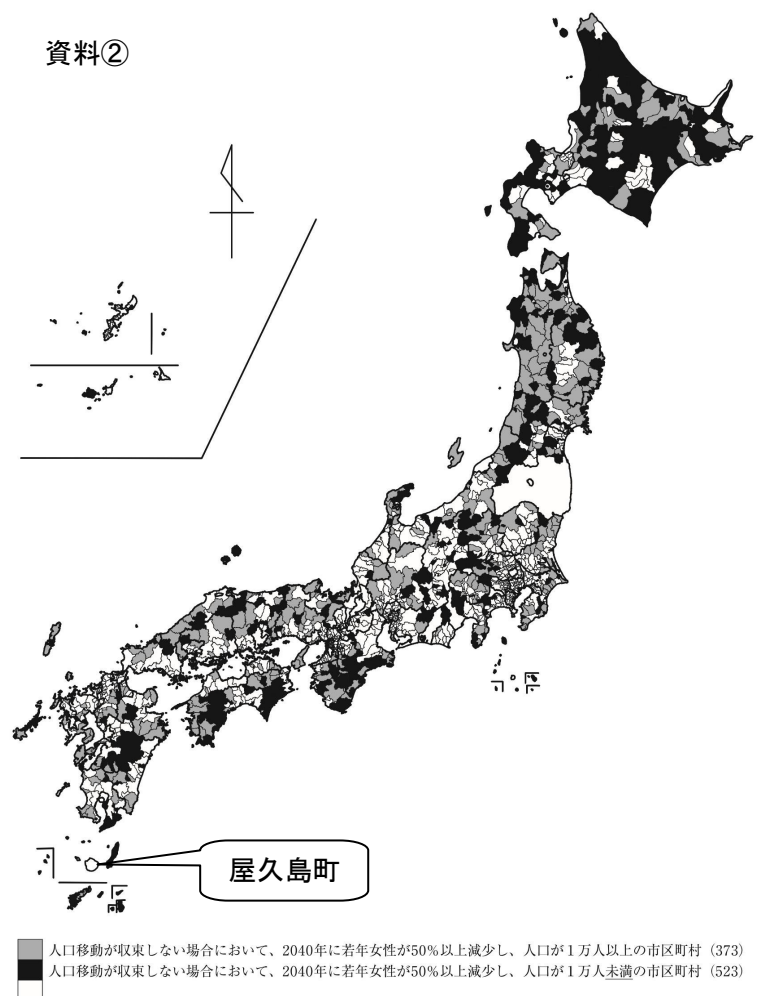
まず、市はこの「2020 年問題」を認識されているのかを確認させていただき、認識されているとすれば対策の必要性をどのように考えられているのか伺います。

(Q2.観光需要増による人口維持策について)

人口変化によるまちの活力低下には定住促進が求められますが、それを継続拡充するにしても効果が発現するには時間を要します。そのため、今回は鹿児島県屋久島町の事例を取り上げさせていただき、観光需要増がもたらす人口維持効果について考えていきたいとおもいます。

資料②(出典:一般社団法人北海道東北地域経済総合政策所 NETT No.86 p7、屋久島町の表示は渡辺加筆)) は先の増田レポートの消滅可能性都市を日本地

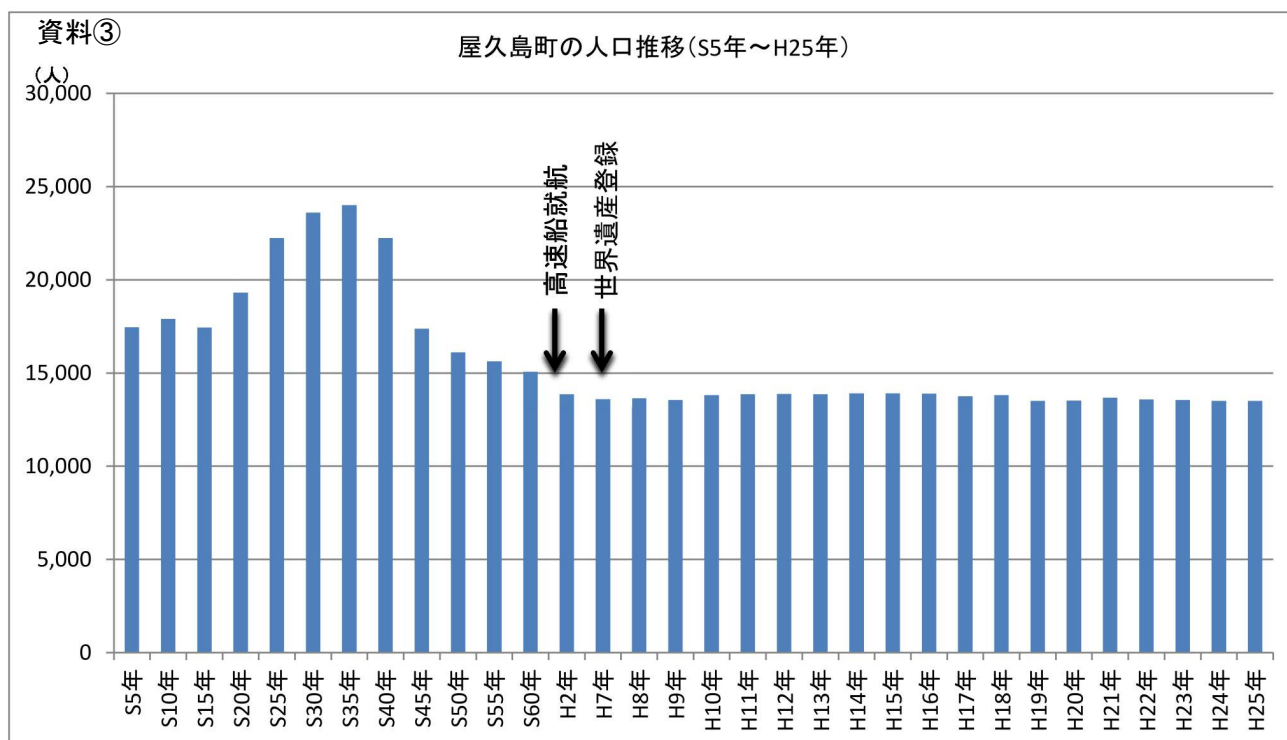
図1 2040年に20～39歳の女性が50%以上縮小する市区町村(消滅可能性都市)



資料：一般社団法人北海道総合研究調査会 (HIT) 作成

図上に表示したものです。地方都市の殆どに消滅可能性都市を示す色がついているのが分かります。特に離島は厳しい状況であることが見て取れます。ところが、屋久島町は色がつかず白のままです。

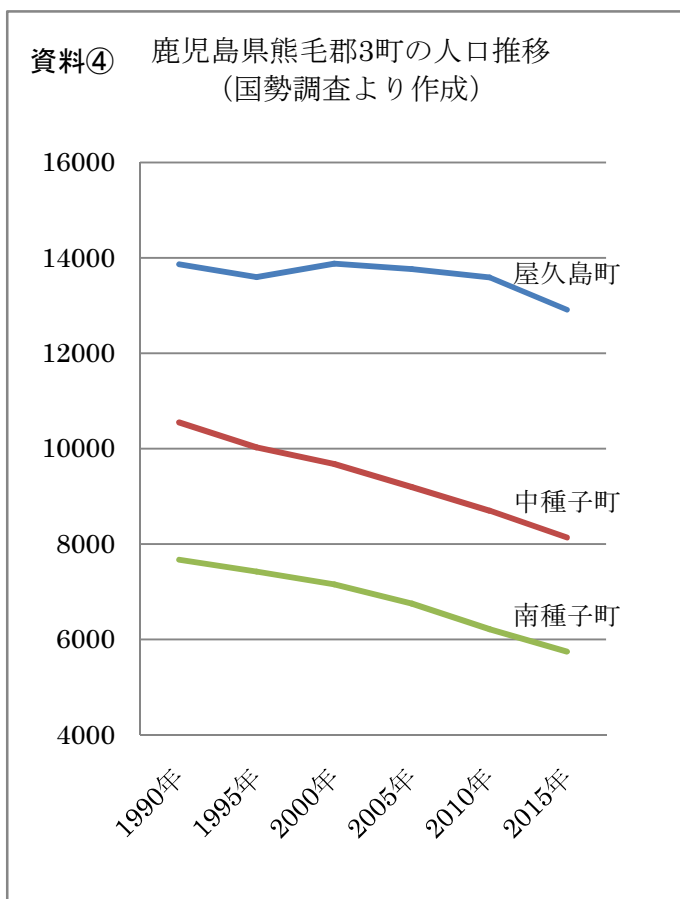
次に、資料③（出典：第1回屋久島山岳部利用のあり方検討会 会議資料より）をご覧ください。



このグラフは、屋久島町の人口推移を表したものです。人口は昭和35年以降減少が続いていました。しかし、平成元年の高速船就航や平成5年の世界遺産登録がターニングポイントとなり、それ以降は1万3千人台後半で横ばいになっています。

屋久島町が属する鹿児島県熊毛郡内の3町の人口推移を比較しても（資料④：国勢調査データより渡辺作成）屋久島町の人口変動が小さいことがわかります。（1990年人口を100とした場合の2015年人口は南種子町75、中種子町77、屋久島町93）

あらためて、屋久島町の概要について説明します。屋久島町は、平成19年10月1日に鹿児島県の上屋久町と屋久町が合併して誕生した町です。九州本土の南方約60km、鹿児島市から135kmの海上にあり、屋久島と口永良部島の2島から成っています。総面積540km²の9割以上の面積を占める屋久島は周囲132kmの



円形の島で九州最高峰の宮之浦岳（1,936m）を筆頭に、標高 1,000m以上 の山が多くあり、多くを山岳部分で占められていることから、洋上アルプスと呼ばれています。

明治以降に国有林開発が行われ、林業が盛んになりましたが、昭和 30 年代後半以降の高度敬愛成長、林業不振により過疎化が進みました。しかし、平成に入って町は大きく変化することになります。平成元年には、鹿児島市との間に高速船が就航しアクセス時間がフェリーの 4 時間から 2 時間に短縮されました。また、平成 5 年（1993 年）には、樹齢数千年の屋久杉をはじめとする特殊な森林植生や、亜熱帯から冷温帯に及ぶ植生の垂直分布など、屋久島の貴重な自然環境・自然資源が世界的な評価を受け、日本で最初の世界自然遺産に登録されました。

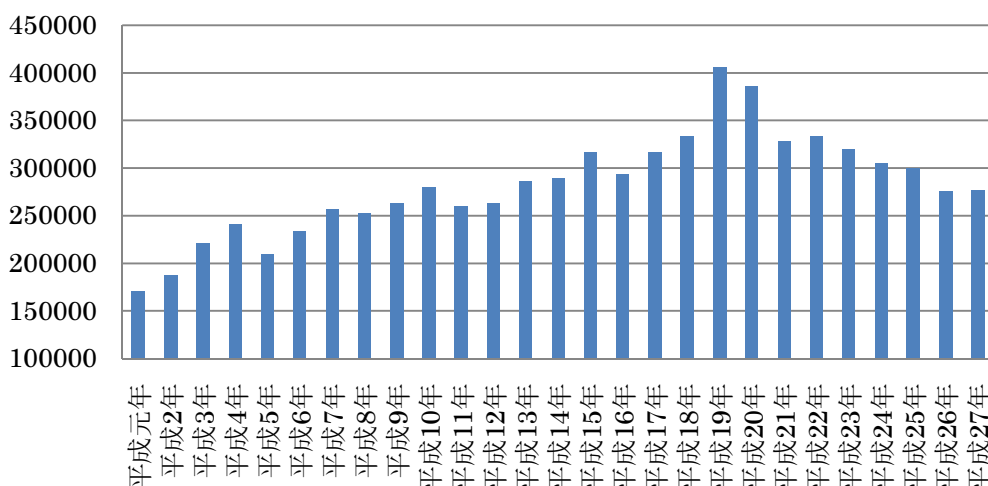
これらの影響により、昭和後半まで 11～12 万人台であった年間入込

客数は平成元年に 17 万人台に急増、さらに平成 15 年には 30 万人を超えました。（資料⑤、第 1 回屋久島山岳部利用のあり方検討会 会議資料より渡辺作成）

次は、産業別就業人口の推移です。（資料⑥、第 1 回屋久島山岳部利用のあり方検討会 会議資料より渡辺作成）平成 3 年度と比較した平成 23 年度の就業人口は、第一次産業と第二次産業で減少したものの第三次産業で大きく増加し全体の就業人口を維持しています。この第三次産業の増加要因は、宿泊、飲食、ガイド等観光に関する就業者増が大きく影響しているそうで

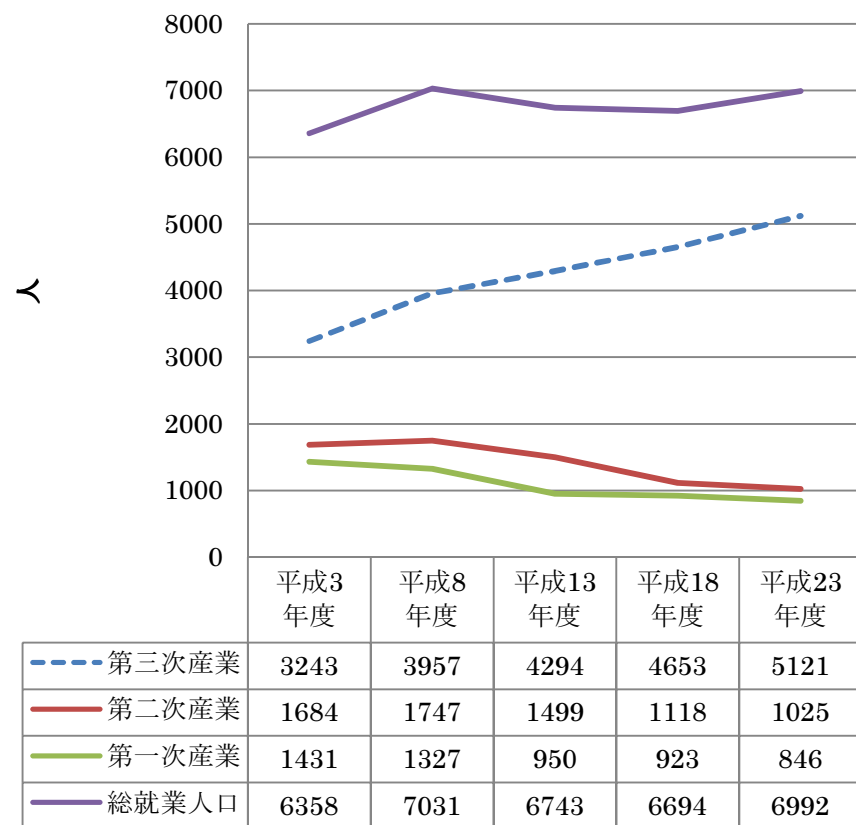
資料⑤

屋久島への入込客数の推移（人）



資料⑥

屋久島町の産業別就業人口の推移

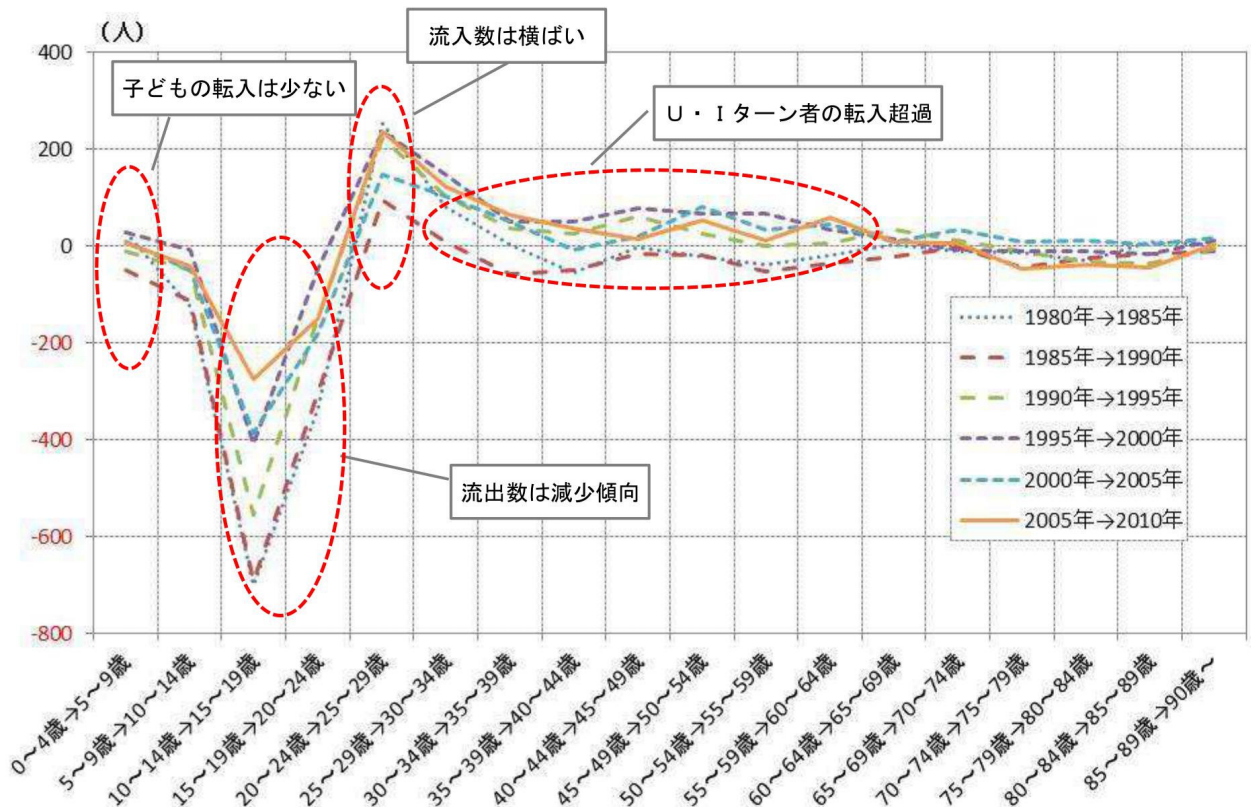


す。

さらに、屋久島町の社会動態を確認します。別添資料⑦は、屋久島町の人口ビジョンからの引用です。屋久島町の社会動態は、就学や就職時期に転出超過になりますが、高等教育卒業・就職時期に転入超過になります。また、30～40 歳代では U・I ターン者により転入超過となり、全体として転入・転出は均衡がとれています。

資料⑦

図表 I-2-1 年齢階級別人口移動の推移（総数）



これらのことから、平成に入って屋久島町の産業構造が観光業へシフトしたことでまちの活力が維持されているといえます。

市長に伺います。屋久島町の観光業への産業シフトが、町の産業を支え人口低下を抑止している例から、観光需要の増加は人口維持につながると考えられますが、市長の見解を伺います。

（Q3.日本遺産効果はでているのか）

屋久島町は世界遺産登録を上手につかって町の活力を維持しています。では、日本遺産 2 つを手にした篠山市では十分な日本遺産効果が出つつあるのでしょうか。制度創設以降 3 年が経過し、日本遺産は少しずつ社会的地位を得始めています。そのため、旅行雑誌やテレビで取り上げられることも増えてきました。しかし、特集企画の目玉に篠山が選ばれている状況にはありません。

このためか、2017 全国ブランド調査で新しく追加された世界遺産・日本遺産を通じてまちを知る「情報接触コンテンツ調査」では、篠山市は全国平均以下となっています。（資料⑧：主な第 1 年目日本遺産登録都市の情報接触度（世界遺産・日本遺産）：地域ブランド調査 2017 より渡辺作成）

これまでの市民参画型の日本遺産事業は、市民の誇りづくりに繋がっていますので評価すべきですが、

観光インセンティブ効果の面ではもう少しテクニカルな「伝え方」「見せ方」を検討すべき時期に来ていると考えます。

日本遺産効果を高めるには、専門家（コンサル）の知見や技術を活用したほうが良いと考えます。

（Q4.新しい観光のニーズを意識すべき） 追加資料依頼中

次に、観光客が篠山に期待しているものの動向を見るために篠山市の観光動態調査を確認します。

（資料⑨：篠山市の観光客数の推移）

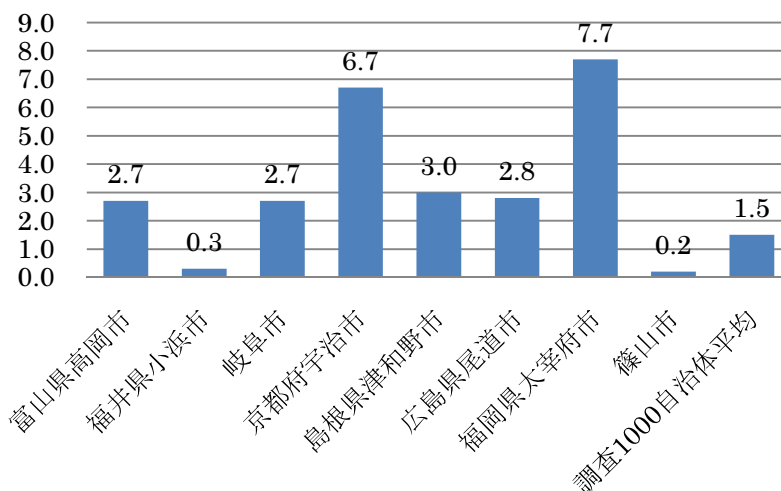
	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
まつり	413	350	306	332	375
温泉	269	259	222	162	167
施設見学	255	282	298	327	310
ゴルフ	272	258	266	268	259
その他	596	591	580	550	662
グリーン・ツーリズム	551	504	550	640	572
エコ・ツーリズム	30	27	26	29	25
産業博物館	55	45	58	37	32
年間観光客数	2,441	2,316	2,306	2,345	2,402

資料⑨のとおり近年の観光客数はグリーン・ツーリズムとその他の数字が強含みで推移しているように見えますが、全体として 230～240 万人で推移しており増加傾向はみられず、市内で観光客を多く見かけるようになったとの実感とは異なっています。また、内訳では。そこで、城下町地区の駐車場と市観光協会の案内所案内人数の推移を確認すると（資料⑩⑪：市並びに観光協会データより渡辺作成）、駐車台数は平成 22 年から 25 年の 5 年間で約 7%の伸びがみられ、観光案内所案内者数も城下町、JR 篠山口と（資料⑩ 城下町地区の市営駐車場駐車台数の推移）

駐車台数・年度	平成 22 年	平成 23 年	平成 24 年	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年
三の丸（普通車）	35,489	42,139	39,505	34,962	34,771	36,950
三の丸（大型車）	1,736	2,178	1,858	2,465	3,030	2,274
その他市営駐車場	365,002	364,978	370,752	375,784	387,800	390,892
計	402,227	409,295	409,295	413,211	425,601	430,116
H22 対比	100.0%	101.8%	101.8%	102.7%	105.8%	106.9%

も平成 29 年の数字は平成 25 年比で〇〇%、〇〇%増加しています。この状況を見ると、現在の観光統計調査は、篠山市に訪れる観光客を十分に捕捉できていないのではないかと考えられます。

資料⑧ 地域ブランド調査2017 情報接触コンテンツ
（情報接触度：世界遺産・日本遺産）



(資料⑪ 観光案内所案内人数の推移：人)

	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年
大正ロマン館前案内所					
JR 篠山口案内所					

そこで、現在の観光客数がどのように計算されているのか確認します。資料⑫は、観光客数のもととなる、イベントや施設の一覧です。

(資料⑫)

篠山市における目的別観光客数の調査地点

平成 28 年度
(千人)

年間観光客数			2,402
目的別観光客			
自然鑑賞	—		—
寺社参拝	—		—
まつり	デカンショまつり、丹波篠山味まつり、にしきシャクナゲまつり、丹波篠山さくらまつり、大告示と茶まつり、城東味まつり、たんなん味覚まつり、丹波焼陶器まつり、ABC マラソン、まちなみアートフェスティバル、ササヤマールシェ		376
温泉	草山温泉・観音湯、ぬくもりの郷		167
公園・遊園地	—		—
施設見学	大書院、歴史美術館、青山歴史村、安間家資料館、陶の郷、チルドレンズ・ミュージアム		310
登山・キャンプ	—		—
スケート	—		—
ゴルフ	市内 7 ゴルフ場		259
釣り	—		—
観光農園	—		—
その他	大正ロマン館、ささやま荘、新たんば荘、ユニットピアささやま、丹波菓子の里、玉水ゆり園		662
新規施設観光客			
コンベンション	—		—
グリーン・ツーリズム	特産館ささやま、丹波旬の市（南部店含む）、味土里館、黒豆の館、丹波猪村、丹波並木道中央公園		572
エコ・ツーリズム	ささやまの森公園、丹波篠山溪谷の森公園		25
産業博物館	市内酒造場博物館 1 か所		32

近年は過去に実施していた「登山・キャンプ」「観光農園」の地点調査が割愛されています。調査では主要施設は網羅されているものの、ニーズが高いとされているまち歩きや篠山の田園空間の中での自然体験や食体験などの入込動向は今の調査方法では十分に確認できないのではないのでしょうか。

このことより、現在の観光統計方法を改善するか、別のヒアリングなどの手法により、新しい観光ニーズの動向を正しく把握する必要があるのではないのでしょうか。

(Q5.ブランド・マネジメントの必要性について)

次に観光客（交流人口）の行動の動機付け（インセンティブ）に重要な「ブランド」について考えてみます。過去には「ブランドはマーケティングツール」とか「ブランドはPRでつくられる」と認識されていた時期もありましたが、21世紀以降は、ブランドは資産であるとの考え方が一般的になっています。

1990年代初め、経済学者デービッド・A・アーカーは、ブランド・エクイティ（ブランドの資産）を提唱し、それを「同種の製品であっても、そのブランド名が付いていることによって生じる価値の差」と定義しその考えを定着させました。そして、現在ではブランドの中に蓄積されている資産的価値を維持・強化・活用することがブランド・マネジメントと捉えられています。

さらにアーカーは、ブランド・エクイティは5つの要素で構成されるとしました。資料⑬（D.B.アーカーの5要素を参考に渡辺作成）をご覧ください。5つの要素とは、①ブランド・ロイヤリティ②認知度③知覚品質④ブランド想起⑤所有権のある資産です。これらの5要素は互いに影響し合いながらブランドの資産価値を形づくりします。

地域ブランド振興でもこの5要素が重要視されており、このような科学的ブランド・マネジメントの視点なしに市民の共有資産を守り活かすことはできないでしょう。また、ブランド・マネジメントは交流人口対策やふるさと納税獲得に取り組む自治体にも必須となってきたように考えます。

(資料⑬)

ブランド・エクイティの5要素

(ブランド資産価値の構成要素)

ブランド・ロイヤリティ	認知度	知覚品質	ブランド想起	所有権のある資産
ブランドに対する忠誠度	ブランド名の認知度	ブランドに対して知覚する品質	消費者がブランドに対して連想するイメージ	特許・商標・流通チャネルなどブランド保護度
高まると反復購入につながる	認知が高まれば同カテゴリーの商品の中から選択してもらえる可能性が高まる	このブランドの商品は美味しい(知覚)と感じていれば購買につながる	(例) 丹波篠山は古民家の前の畑で黒豆をつくっている農夫を連想させる	所有権が高まれば競争相手にロイヤリティを奪われるのを防げる

では、自治体においてブランド資産が形成される一例を先の屋久島町を用いて紹介いたします。(別添資料⑭⑮⑯：地域ブランド調査データ等を用いて渡辺作成)

先にも説明いたしましたが、屋久島町は 2007 年に鹿児島県熊毛郡の上屋久町と屋久町が合併して生まれた町です。「屋久島ブランド」は合併前から 2 町の資源、例えば縄文杉や島に生息する固有種、千尋の滝などを包括する傘ブランドでした。そして、2 町は合併自治体名として傘ブランドの「屋久島」を採用しました。

このことは、ブランド・マネジメント論から見ると、先のブランド・エクイティの 5 番目の「所有権のある資産」要素を高める、いいかえると屋久島町が「屋久島ブランド」を保護し、所有権を強めブランド資産価値を高めたことになります。

結果は、最後のグラフ、ブランド力調査結果のとおり、まちの「認知度」「魅力度」が高まることになりました。このように、ブランド・マネジメントは実証できる方法で行うべきでしょう。

市長に伺います。本市でも科学的にブランド・マネジメントを進める必要があるのではないのでしょうか。

(Q6. 行政は市名問題の徹底説明をもって早期に変更条例提案を)

今回の市名検討が始まってから随分と時間が経過しました。一以・維新としてはこの議論の長期化は 2020 年問題への対応を遅らせると危惧しています。議会とし

資料⑭

屋久島町におけるブランド資産形成①

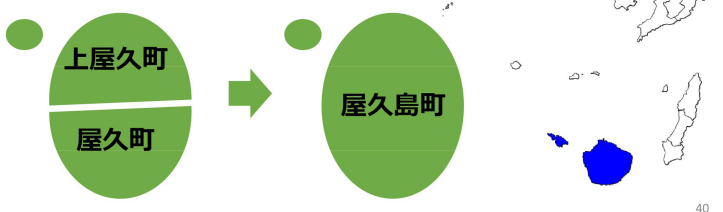
1993年

屋久島世界遺産登録

「屋久島」は世界的ブランドに

2007年10月

島を構成してた2町が合併

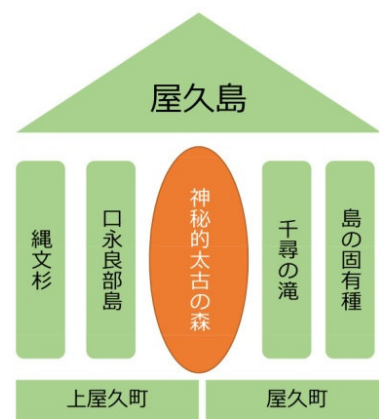


資料⑮

屋久島町におけるブランド資産形成②

合併前の2町は縄文杉や千尋の滝、多くの固有種などの地域資源を有していた。

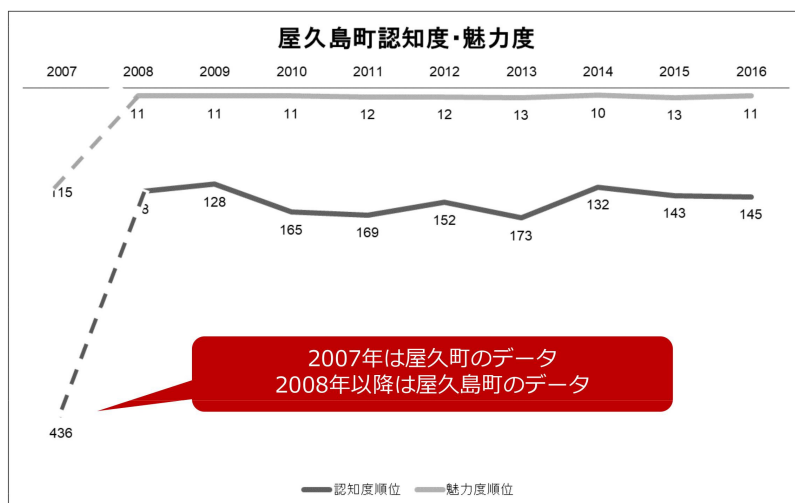
合併にあたって選んだ町名「屋久島」はそれら地域資源の傘ブランドであった。



合併前の地域ブランド構図

資料⑯

屋久島町におけるブランド資産形成③



ブランドの所有権を強めてブランド価値向上

ては、6月をもってこの調査に区切りをつける予定で動いています。

行政も議会も市民の命と財産を守る責務を負っています。いたずらに議論を長引かせてはいけません。

市長は、市民説明が終われば市名変更条例の議会上程判断をされるべきではないでしょうか。

(Q7.市制 20 周年事業をこれからのまちづくりの起点とせよ)

最後に、2020 年問題に備えるにあたり最も大切なこととお話します。

残念ながら、2020 年問題は現実のこととして起こってくるでしょう。特に、地域を支える 65 歳から 74 歳の層の急減は、「なんか今まで通りの地域運営ができない。」「組織が維持できない。」「草刈ばかりで本来の農作業ができない。」「人のことをかまってもらえない。」「お得意さんが減って急に売り上げが減った。」「人が少なくなってラインを止めなくてはならない。」などの症状として現われてきます。

しかし、孫子の兵法を思い出してください。「敵を知り、己を知れば、百戦殆うからず」です。「百戦殆うからず」は言い過ぎですが、この問題を理解し、自分たちの手持ちの資源は何があるのか、武器として何が使えるのかを正しく認識して対処すれば、重篤化を防ぐことができます。

2020 年問題は大きな課題です。(市名変更の可否は市長や議会が後世の評価を受ければよい問題ですが、) 2020 年問題に適切に対処しなければ今に生きるものは後世に断罪されます。行政のみで対応できないこの問題には市民が一体とならなくてはなりません。

来年、5 月には新元号が発表され新しい時代が始まります。本市にとっては、市制 20 周年の節目になります。長年の懸案課題であった財政健全化についても収支バランスがとれるようになります。己の強みを活かした景観刷新事業や民間のホテル事業なども目に見えるようになります。この契機を活かし、市民一体となり、交流人口の増大により、人口減少による経済縮小を抑制しながらは地域活力を維持する。次に、市内横断的に地域の組織の見直し、行政等事務委託の見直し等を行いながら 2020 年問題後の住民自治、団体自治の姿を描いていく作業に着手すべきではないかと考えます。

今年度、市制 20 周年事業準備の予算が組みこまれましたが、今回の提案の趣旨を組み入れていただきこれからのまちづくりの起点となる 20 周年事業を期待したいと思います。

市長の見解を伺いこの場での質問とします。