

『埼玉県西部地域まちづくり協議会』（ダイアプラン）を構成する4市（所沢市・飯能市・狭山市・入間市 以下〈ダイア4市〉）では、政策形成研修を実施しています。各市の職員が市域に限定しない広い視野に立ち、自治体行政のあるべき姿について議論や研究を深めることを目的に、平成9年度から継続的に行っています。この論文は平成30年度の研究内容となります。

所沢・飯能・狭山・入間 埼玉県西部地域まちづくり協議会における政策形成研修

平成30年度 研修生（所属は当時のもの）

A班

所沢市 弘田 丞（こども支援課）
飯能市 平沼 哲也（東吾野地区行政センター）
狭山市 粕谷 貴子（みどり公園課）
入間市 長澤 優代（学校教育課）

B班

大角 麻妃（学校教育課）
金子美知加（介護福祉課）
久保田章寛（水道施設課）
小野 貴大（交通防犯課）



研修生とダイア4市の市長とアドバイザーの皆様

1 研修の概要

この研修は平成9年度から毎年ダイア4市の職員が集まり、年度ごとのテーマに沿った政策形成研修を行っています。研修生は、それぞれの市域に限定しない広い視野に立ち、共通の認識を持って自治体行政のあるべき姿について議論や研究を深めています。研修では政策形成講師のほか、人事院公務員研修所、埼玉県西部地域振興センターの協力をいただき進めています。

この研修がきっかけとなり、その後の情報共有や各市事業の連携、協力等、職員同士の強いつながりが形成できる有意義な研修となっています。

2 対象職員

主事・主任級職員8名（各市男女1名ずつ）

3 研修期間

平成30年8月～平成31年3月（全9日間）

平成30年度の政策テーマ

『圏域の資源のブラッシュアップと新たな資源を発掘する政策提言～ダイアを掘り起こせ！圏域の資源で勝負するインバウンド戦略～』

A班

『ダイアフォトコンテスト』

1 はじめに

最近、マスメディア等でインバウンドという言葉を目にする機会が増えています。『インバウンドビジネス入門講座』の著者、村山慶輔氏によれば、インバウンドとは「日本を訪れる外国人を相手に事業を行うこと。レジャー目的の旅行以外にもビジネス出張や国際会議、親戚や友だちを訪問するために訪日する人も含む」と定義されています。このように、インバウンドは観光客だけではなく、日本を訪れる幅広い外国人を対象としていることが分かります。そこで、ダイア4市のインバウンド戦略を検討するにあたり、圏域の観光資源及び外国人の現状について、より広い視点からアプローチしていきます。

2 現状分析

(1) ダイア4市の観光資源

まず、各市の職員に聞いたところ、観光資源として頭に浮かぶのは以下のような場所や行事でした。

- ▶飯能：メツァ、トーベ・ヤンソンあけぼの子どもの森公園、飯能河原、天覧山
- ▶狭山：入間川七夕まつり、入間基地航空祭
- ▶入間：入間万燈まつり、ジョンソントウン、三井アウトレットパーク
- ▶所沢：狭山湖、メットライフドーム、トトロの森
しかし、外国人観光客を多く見かけたという声は無く、外国人に対して観光資源として定着していないように見受けられました。

(2) 訪日外国人の現状

平成29年に日本を訪れた外国人観光客数は約2,869万人¹、東京都を訪れた人数は約1,326万人²、埼玉県を訪れた人数は約29万人³です。

ダイア4市の外国人観光客数かというと、統計が存在しないためその数を把握することはできません。

次に、観光客だけでなく、在留外国人数についても確認すると、平成29年末時点で、全国では2,561,848人、東京都は537,502人、埼玉県は167,245人です。

なお、ダイア4市の平成31年3月1日現在における住民登録のある外国人人口は次のとおりです。

飯能市	狭山市	入間市	所沢市	計
933人	2,616人	2,153人	5,636人	11,338人

【各市の人口統計より】

続いて、外国人観光客の日本における消費傾向と、日本の観光で何を求めているかを確認します。

平成30年版観光白書にある、訪日外国人旅行者数及び旅行消費額の推移をみると、過去5年間の消費額の増加幅は、娯楽サービス費が4.9倍と最も高く、買い物代の4.8倍と続きます。

また、DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（平成29年版）にある、海外旅行経験者を対象としたインターネットによるアンケート

調査の中の、「日本の地方観光地を訪れた際にしたいこと」の結果では、「温泉を楽しむ」、「自然観光地を訪れる」、「郷土料理を食べる」等が上位であります。

以上のことから、近年の外国人観光客の特徴として「**日本でしか体験できないコトに対して、強い関心を持っている**」ことが読み取れます。

では、ダイア4市を訪れた観光客は何を目的にやってきたのでしょうか。また、ダイア4市の定住外国人や留学生は、何をしたいと思っているのでしょうか。残念ながら、そうした問いかけに対する統計資料は存在していません。

(3) アンケート

外国人観光客の需要がどこにあるのかを知るため、各市役所の国際交流関係部署や学校教育関係部署に協力を依頼し、既にダイア4市に居住している外国人及び外国語教育に携わっている人にアンケート調査を実施したところ、62人の方に回答をいただきました。

普段遊びに行く場所についての質問に対して最も多かった回答は、「公園」の23件で、次いで「東京」の11件でした。

次に、友人に勧めたいこと（又は勧めたい場所）の質問に対して最も多かった回答は、「公園」の20件で、次いで「自然」の12件でした。

さらに、好きなところについての質問に対して最も多かった回答は、「自然」の12件で、次いで「公園」と「住みやすさ」の9件でした。

この結果には、先に述べた各市の職員の頭に浮かんだ観光資源や、各市におけるその他の様々な観光資源はあまり登場しませんでした。身の回りの公園や自然などに関心があるという部分については、「日本の地方観光地を訪れた際にしたいこと」の上位の結果とも同様の傾向が見られます。

以上のことから、**外国人向けの観光資源については、実際の需要と一致するように、より正確な把握が必要であると考えます。**

3 課題と目標の設定

外国人向けの政策を考えるには、外国人の視点で考えてみなければ得られる効果は少ないと考えます。外国人が興味関心のあるコンテンツを把握し、効果的なPR戦略を立てることにより、ダイア4市を訪れる外国人の数が増え、そこからの情報収集により、一段階上のPR戦略を立てられるようになります。

【最終的な目標】

外国人が考えるダイア4市の持つ魅力を明確に認識し、それらを「観光資源」として効果的にPRすること。

【課題①】外国人が興味関心のあるコンテンツを把握できていないこと。

【課題②】外国人に伝わるPRができていないこと。

4 政策提言

(1) 概要

以上の課題を解決し目標を達成するために、私たちが提言する政策は**ダイアフォトコンテスト**です。

ダイアフォトコンテストは、ダイア4市に馴染みのある外国人を対象に、ダイア4市内のコンテンツを撮影テーマとするコンテストです。多くの外国人に参加してもらうことで、外国人が興味・関心を持っているコンテンツを把握します。

さらに、写真の撮影だけでなく、SNSによる情報発信・情報収集の力をプラスします。一般的なコンテストの形式は、撮影した写真を現像し、紙ベースで応募するものですが、ダイアフォトコンテストはSNS上に写真を投稿する形式で実施します。

利用するSNSは、画像投稿に適したInstagram(以下、インスタグラム)です。

インスタグラムとは、無料の写真・動画共有アプリで、主にスマートフォン等で利用されています。

利用者数は、平成31年2月時点ではFacebook(フェイスブック)を抜いています。

	国内月間 ユーザー数	ユーザー層	特徴
 インスタ グラム	2,900 万人	10代と20代 で半数以上 を占める	写真メイン 世界観の重要性 ハッシュタグフォロー機能
 フェイス ブック	2,800 万人	20代と30代 が多い	多彩なコンテンツ フォーマルな場 ターゲットの精度高い

(<https://blog.comnico.jp/we-love-social> より抜粋)

広告などで活用している企業も多く、インスタグラムを利用した画像の共有・展開は、既に社会に定着しつつあると言っていいでしょう。

(2) ポイント

インスタグラムの利点は、外国人視点での観光資源の把握や外国人へのPR等を全て一度に実施できるところです。

さらに、インスタグラムを利用することで、ダイアフォトコンテストで得た観光資源の情報や、それらの周知に対する考察を行う基となるデータベースの作成が可能となり、蓄積したデータを次年度以降の政策形成の基盤として利用することができます。

また、既存の観光資源を使用するため、新たに観光名所や名産品を作る必要がなく、費用をかけず手早く取り組むことが可能であることもこの政策の魅力です。

(3) コンテストの詳細

ア コンテストに使用する媒体

インスタグラムを使用します。参加者は、撮影した写真を参加者個人のアカウントで投稿します。

イ 撮影方法

参加者には、ダイア4市を巡る無料観光ツアーに参加していただきます。撮影対象はツアー中に撮影した景色や食べ物、ダイア4市の名産品、自身が経験した内容等に限定します。

ウ 実施期間

通年(4月～翌年3月)で実施し、頻度は月1回

とします。

エ 事務局

各市の観光関係部署とし、幹事市は1年ごとに持ち回りとしています。

また、事務局の公式アカウントを作成し、ツアーごとに参加者をフォローするとともに、ツアー中の案内人も務めます。

オ 審査方法

参加者個人のアカウントの投稿についての「いいね！」の数を競います。投稿の際は、イベント用に指定されたハッシュタグを付け、コンテスト結果の集計が行いやすいようにします。ハッシュタグはツアーごと（1か月単位）に設定し、「いいね！」数のカウントも投稿してから1か月間の数とします。月ごとの集計は、参加者別及び場所別とします。

カ 従来のフォトコンテストとの違い

自由に写真を撮ってもらい応募してもらうのではなく、ツアー形式である点です。参加者の行動範囲や撮影対象を限定し、イベントに関係のない写真を流用されるリスクを減らすと同時に、外国人にダイア4市の観光資源に足を運んでもらうきっかけ作りとなります。

また、案内人がサポートすることで、被写体（商店や施設など）や近隣住民に対するトラブルを未然に防ぐ事もできると考えます。

(4) 事業プロモーションの方針

実施にあたり重要な課題となるのは、コンテストそのものの周知です。参加者数は1回のツアーで最低10人程度（年間で延べ120人）を初年度の目標とします。参加者獲得に向けての周知方法は、以下のとおりです。

ア インスタグラムを利用した周知

事務局の公式アカウントから写真を投稿・イベント周知を行います。参加者は、日本語が得意ではないことが考えられ、また、外国人が使用しているスマートフォンでは、日本語のハッシュタグやユーザー名では検索不可能な場合があるため、様々な外

国語で表記・周知することで、より多くの外国人の目に留まるようにします。

イ その他の周知方法

- (ア) 今回のアンケートに協力してもらった外国人や、その家族・友人に直接声掛けする
- (イ) 大学に依頼して留学生に声掛けする
- (ウ) 各市の外国人担当部署に協力を依頼する
- (エ) ダイア4市の地元メディア（FM茶笛など）を利用し、ラジオで取り上げてもらう等の方法を考えています。

ウ 通年・毎月開催により情報を拡散する

一度きりの開催ではなく、開催回数を重ねることで、フォトコンテストの存在を外国人の間に浸透させていきます。

(5) 参加特典

参加者のインセンティブを高めるために、賞品を提供します。

ア 表彰

ひと月ごとに集計した「いいね！」数が一番多かった投稿を優秀作品として表彰し、各市の名産品や企業の商品等、ダイア4市ならではの賞品を提供します。

(賞品例)

- 銘菓詰め合わせ
- 茶摘み・茶もみ体験
- 狭山茶+急須+飲み方マニュアル（外国語で表記）セット
- 各種テーマパークのチケット
- 季節の野菜セット
- 地酒飲み比べセット
- 西川材（飯能市名産の木材）製品
- など

イ カレンダー作成

優秀作品を集めて、翌年のカレンダーを作成します。このカレンダーは、撮影者の許可を得て一般販売し、売上金は次年度のツアーの予算として使用します。一般の方々へも、ダイア4市の1年間の魅力が一目で分かるものとして配布する等の活用法も考えられます。

ウ ダイア観光大使

年間を通して最も多く「いいね！」数を獲得した人を、ダイア観光大使に任命します。ここで言う観光大使とは、このイベント独自の任命とします。任期は、任命されてから1年間とし、任期中はダイア4市のPR活動に協力してもらいます。

PR活動の内容は以下のとおりとします。

- (ア) カレンダー記載の場所などを含む、外国人に人気のある場所等を訪れて、現地をレポートする。
- (イ) 次年度のダイアフォトコンテストのPR
レポートの様子は、写真や動画で記録し、観光大使本人に自身のSNSで投稿してもらい、YouTubeの事務局公式アカウントを作成し公開します。

5 期待する効果

(1) 外国人視点の観光資源の発見

外国人の視点で、いいなと思うものや、「いいね！」が多く獲得できそうだと思う写真を撮影してもらうため、撮影された写真や、どんな写真に「いいね！」が多いかを分析することで、外国人が何に興味を持っているのかが分かり、私たち日本人では気が付かなかった新たな魅力が発見できるとともに、今後の外国人向けの観光PRの方向性を決める手掛かりとして活用できます。

(2) 共感・信頼

コンテストへの参加も、観光大使の活動も外国人にしてもらうことから、外国人が、外国人の視点で情報を発信するため、日本人が発信するよりも共感が得られると考えます。

また、実際にダイア4市に住んでいる人間が、自分自身で感じたことを発信することで、より信用度の高い情報として受け入れられるでしょう。

(3) 世界中へ発信可能

コンテストをインスタグラム上で実施すること、また、ダイア観光大使のPR活動をインターネット上で実施することにより、参加した外国人のフォロ

ワー以外の人たちにもPRすることが可能です。

(4) 運営方法のブラッシュアップ

開催回数が多くなるほど外国人の需要はどこにあるのかが見えてきます。蓄積したデータをもとに、ツアーで回る場所を見直し、行ってみたい場所・体験したいことを参加者に直接聞くことで、コンテスト自体のブラッシュアップが可能です。

(5) 地域経済の活性化

撮影対象の一部に、地場産品や商店・飲食店等を盛り込むことにより、写真を見た方の興味や購買意欲の喚起につながります。

6 まとめ～ダイア4市で実施する意義～

他の自治体や企業でも、すでにフォトコンテストを行っているところがありますが、一市のみ又は一企画のみに限定すると、コンテンツに偏りが出る可能性がある、定期的な開催が難しい、参加人数の確保も難しくなる等の問題点が散見されています。苦勞して企画・実行し、参加者が写真を撮りSNSに投稿するのに、その行動を一市の中で留めることはもったいないと考えます。参加者の移動範囲をダイア4市に広げる事によって、ダイア4市の持つ、それぞれの魅力をフォトコンテストの撮影対象として共有する事ができ、「ダイア4市」という形で存在感をアピールすることができます。

また、それぞれの自治体に住む外国人に、他市の資源を見てもらう良い機会にもなり、外国人同士の交流の場として発展していく可能性もあり得ます。

以上のことから、ダイア4市で一丸となって実施する意義が大いにあると考えられます。

インバウンド政策という言葉が言われ出した当初は、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けての一政策としての側面が強くありました。

しかし、平成31年4月に改正出入国管理法が施行されたことに伴い、今後は観光客だけでなく労働力としての国内外国人が増加していくことが予想されます。政府は、今後5年間で最大34万人以上の外

国人労働者を受け入れるとの試算を発表しています。そのため、インバウンド政策という言葉の持つ意味も拡大していき、外国人対応の施策は、今後、長期に渡って各自治体がしっかりと対処しなければならない重要なテーマとなりました。

私たちが提言するダイアフォトコンテストが、観光・留学・定住に関わらず、すべての外国人に目を向けた政策形成のための第一歩として、自治体と外国人の距離を縮め、「外国人が何を求めているのかを正しく把握できる」ダイア4市の基盤を形作る政策となることを期待します。

脚注

- 1 日本政府観光局「年別訪日外客数、出国日本人数の推移」より
- 2 日本政府観光局「年別訪日外客数」に観光庁「訪日外国人消費動向調査」内の「都道府県別訪問率」を乗じて算出
- 3 上記と同様の方法で算出
出典：法務省入国管理局「主要都道府県別、在留資格別在留外国人数」

参考文献

- ◎村山慶輔（2018）『インバウンドビジネス入門講座第3版』翔泳社
- ◎法務省入国管理局『主要都道府県別在留資格別在留外国人数』
- ◎日本政府観光局『年別訪日外客数、出国日本人数の推移』
- ◎日本政府観光局『年別訪日外客数』
- ◎観光庁『訪日外国人消費動向調査』
- ◎観光庁『平成30年版観光白書』
- ◎『DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（平成29年版）』（株）日本政策投資銀行・（公財）日本交通公社

B班

『Diamond area for living ～外国人が住みやすいダイア4市を目指して～』

1 はじめに

近年、訪日外国人旅行者の増加に合わせて、「インバウンド」という用語が広く使われています。ビジネスとしての意味では、訪日外国人旅行者をターゲットとした市場や事業全般を指す用語のことであり、日本経済の成長が見込まれる新しい市場として注目されています。国連世界観光機関（UNWTO）による世界のインバウンドビジネスに関する統計では、世界の国際観光客到着数（一泊以上の訪問客）は、2014年から2015年にかけて5,200万人増加（前年比4.6%増加）しており、特にアジア太平洋地域は前年比5.6%と高い増加率を示しています。日本においても、訪日外国人旅行者は2017年には2,800万人を超えています。伴って、政府は平成27年度に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、東京オリンピック効果を含めて、2020年の訪日外国人数について、年間4,000万人を政策目標に据えております。

インバウンドビジネスと観光事業は密接に関連しており、インバウンドビジネスの成功により、地域経済の活性化と地域ブランドの向上が見込まれ、各地の基礎自治体が主体となって、企画を行うケースが見受けられます。

本提言は、在住外国人の暮らし易さの向上に向けた取組に注目しました。「Diamond area for living～外国人が住みやすいダイア4市を目指して～」をテーマに、B班が考えるインバウンド戦略を提案します。

2 現状と課題

【現状～ダイア4市の在住外国人の統計より～】

図1では、ダイア4市の各市の人口について、平成25年度を基準として平成29年度にかけての増減比

を比較しており、所沢市は平成29年度までの5年間で0.3%微増する一方で、飯能市、狭山市、入間市の人口は5年間で減少し続けています。

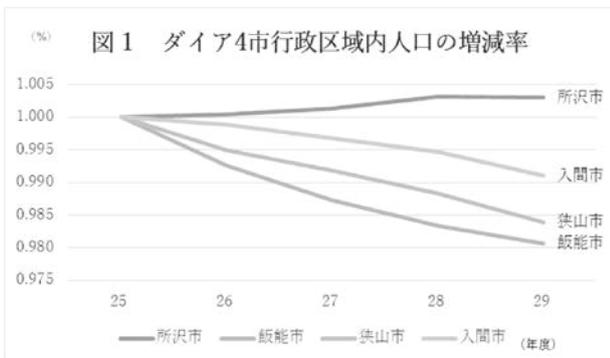
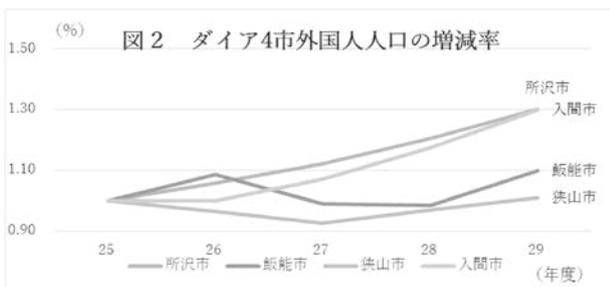


図2では、ダイア4市の在住外国人人口について、平成25年度を基準として、平成29年度にかけての増減比を比較しています。



ダイア4市の在住外国人は増加しており、今後も継続すると予測されます。

【課題～在住外国人の増加について～】

在住外国人の増加に伴い、彼らへの日本語の学習支援、コミュニケーションの不足や異文化への対応に伴う従来の地域コミュニティとのあつれきなど、新たな問題が生じる可能性があります。政府は、在住外国人への相談体制等の充実を基礎自治体に求める方針であり、今後は、在住外国人が地域社会で生活し易い環境を整え、地域住民と協働でコミュニティを築く取組の重要性が増すと考えられます。

【B班のインバウンド戦略について】

「圏域に在住する外国人にとって住みやすい街づくりを目指す」ことを目標と定め、本戦略では、基礎自治体の役割を担いつつ、広域行政としてどのような取組が可能かという点に注目しています。彼ら

にダイア4市の魅力や文化を体験してもらうことで、外国人が住みやすくなじみやすい街というブランドを育て、定住人口の増加を通して税収の増加や地域経済の発展を目指すというものです。

近年、地域独自の文化に参加する体験型の観光に対して大きな注目が集まっています。ダイア4市には、伝統的な祭りやものづくりなど様々なイベントが存在します。この観光資源に外国人がアクセスしやすい環境を整えることで、圏域の潜在的な観光資源を引き出すことができます。

定住する外国人が地域の文化を体験し、海外に対して地域の魅力を発信したくなる環境を整えることで、ますます外国人が集まり定住者が増えることも、持続的なインバウンド戦略の一つと考えます。

3 政策目標

(1) アンケート調査から分かること

ダイア4市に在住している外国人を対象にアンケート調査を行い、ダイア4市に住んでいる理由を調査した結果、住む場所を決める際、親戚や知人が既に住んでいるという理由を挙げた方が62人中24人を占めました。このことは、異国の地で住む場所を決める際、親戚や知人が近くに住んでいることは暮らしやすさの指標であり、また、安心した生活を送るために重要な条件であると考えられます。

表1 アンケート調査の概要

対象者	ダイア4市に在住・在勤の外国人
回答人数	62人
質問項目	基本情報、滞在期間、住んでいる理由、食の好み、困っていること等 12項目
国籍	25国・地域
平均年齢	40.1歳
家族構成	家族の人数の平均 2.9人 その他、友人等と同居

(2) 友人・知人との交流が大切

公益財団法人人権教育啓発推進センター（法務省委託調査研究事業）の「外国人住民調査報告書」（平成29年6月）で生活に必要な情報の入手方法につい

て調査したところ、最も回答の多かった「テレビ、インターネット、新聞等のメディア」(2,480人)に次いで、「日本人の友人・知人」を挙げた方が2,403人と2番目に多く、「同じ国(地域)出身の友人・知人」を挙げた方が1,912人と3番目に多いことが分かりました。

日本人や同じ国の友人・知人から得た情報を頼りに生活している方が多く、日頃から地域住民や同じ国の友人・知人と交流し顔の見える関係をつくることで、より生活が豊かになり住んでいる街に対する満足感も高まると考えられます。

(3) 地域の外国人と交流する機会が少ない日本人

日本労働組合総連合会が実施した「外国人労働者の受入れに関する意識調査2018」において、自分が暮らしている地域に外国人住民が生活していると答えた人(518人)を対象に、地域に暮らしている外国人住民と関わる機会があるか調査したところ、「ある」と答えた方は32.4%、「ない」と答えた方は67.6%であり、近くに外国人が住んでいても交流する機会が少ないことが分かりました。

(4) 交流が少ないことによる問題

地域で暮らしている外国人と交流する機会が少なく、文化や習慣の違いを知る機会がないことから、外国人に対する偏見が生まれやすく、外国人の考えを理解し寄り添った支援をすることが難しい環境であると考えられます。

また、外国人も地域の習慣が分からないことによるトラブルなど、地域へ溶け込むことができず日頃の生活に難しさを抱えていると考えられます。

(5) 外国人受け入れに対して肯定的

2018年10月に日本経済新聞社が実施した外国人受入れに対する世論調査の結果、人手不足の分野での外国人労働者の受入れ拡大について「賛成」と答えた方が54%、「反対」と答えた方が37%と半数以上の方が受入れ拡大に対して肯定的でした。また、外国人労働者の日本での永住に関して質問したところ、「賛成」と答えた方が54%、「反対」と答えた方

が34%と半数以上の方が永住に対して賛成していることが分かりました。

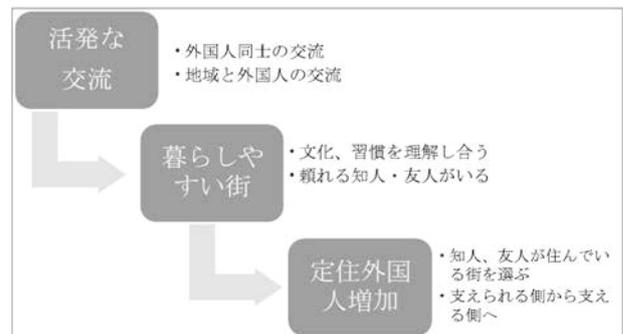
(6) 目標設定・理想像

「外国人にとって暮らしやすい街をつくり定住外国人を増やす」

ア 外国人同士の交流がある暮らしやすい街

イ 外国人と地域住民の交流がある暮らしやすい街

ウ 文化や生活習慣の違いを理解しお互い暮らしやすい街



(7) 定住人口が増えるメリット

外国人にとって暮らしやすい街をつくり定住外国人が増えることで、労働力不足の解消、地域の経済活動の活性化、空き家への移住、人口増加、住民税の増加等の多くのメリットが考えられます。

また、人手不足に悩む事業所は外国人労働者を雇用する面で有利となり事業活動の活性化が期待できます。

(8) ダイア4市で取り組む意義

ア 企業や大学と連携し広域的な取組を行うことができる

イ 少数派の国籍の外国人も地域が広がることでコミュニティが形成しやすくなる

ウ ダイア4市で交流活動を行うことで、近隣市に興味をもち交流人口が増える

4 政策目標

ダイア4市の定住外国人がより住みやすく、文化的に充実した生活を送るための手段として、「Diamond area for living」を提案いたします。日本の「四季」と、ダイア4市それぞれの行事や特徴を

重ね、春・夏・秋・冬に4市の魅力を体験してもらうプランです。

春は所沢市の航空発祥記念公園でお花見、夏は飯能市の飯能河原でバーベキュー、秋は狭山市でさやま大茶会、冬は入間市の桜山で初日の出の集いに参加します。これらの行事の他に、特別行事として多国籍の料理教室を開催することや、ホームパーティーのようなイベントを開催することで、ダイア4市の魅力だけでなく、「多国籍」「多文化」の理解、交流をすることもできます。



【目的・参加方法】 ダイア4市の定住外国人30人を募集し、参加者には季節ごとに行事に参加してもらうことで、今まで知ることのなかった魅力を感じてもらいます。また、参加者同士の交流を深め、人間関係の構築、情報交換等を行うことで、日本でより生活しやすくなることを目的としています。

参加方法としては、登録を事前にしてもらい、各市の行事が行われる1か月前に招待状を送付します。

【コミュニティの形成】 このプランでは各市の自治会長・町内会長にお声掛けし、参加をお願いします。地元に住み、地元をよく知る方々に参加してもらうことで、それぞれの住む地域のコミュニティへの参

加を外国人に促し、つながりを深めてもらおうとするものであり、日本人が外国人を理解する、「相互理解」へとつなげていきます。

【募集の手段】 積極的に定住外国人へ参加を呼び掛けます。定住外国人が多く働く企業にアプローチをかけることや、日本語教室（所沢市役所で行われている日本語教室など）へ直接出向くことなども行います。実際に職員が外国人と会い、恐怖心を払拭し明るく参加を促すことで、心をつかもうとするものです。

【実施期間】 三年間の実施とし、一年目は試行期間、二年目で本格施行、三年目で事業のまとめを行います。

【予算・参加費】 参加費は昼食代等を自己負担とし、それ以外は発生しないようにします。

【先輩外国人としての活躍を目指す】 一年間の交流の中で、人とのつながりを感じ、同じ境遇の人を助けたいと思う外国人が現れることが考えられます。そのような思いを活かし、自治体だけでなく市民である在住外国人が自分たちで街づくりをしていく仕組み作りを目指し、「先輩外国人」登録制度を発足します。

登録者は、ボランティアとして本プランの交流の中で感じたことや学んだことを、後から暮らす外国人へ伝え、支援する存在となってもらいます。一年の交流に留まらず、長い人間関係の構築を想定し、外国人の自助力も促進していく仕組みを目指します。

【各市の特徴】 スタート地点である所沢市では、「春」を感じる行事として、航空発祥記念公園でのお花見を体験してもらいます。「桜」は日本を代表する景観のひとつであり、お花見は交流を深めるのに最適な行事であるといえます。

次に、「夏」は飯能市の飯能河原でバーベキュー体験を行います。「食事」は文化交流、会話をする上で最適なツールです。日本や他の国の文化の違いを知ることができ、バーベキューのように共同作業を行うことで、親睦を深めることができるでしょう。

3か所目である狭山市では、狭山稲荷山公園にて「秋」のさやま大茶会を体験します。ダイア4市の観光資源、特徴として欠かすことのできない「狭山茶」を、茶会を通じて学び、体験することは、定住外国人にとって日本での文化的生活の資質向上になることが期待できます。

最後に、「冬」の入間市では、新年初日の出の集いに参加してもらいます。この行事は、1月1日に入間市の桜山展望台にて、初日の出を見るものです。無料で甘酒が振る舞われるなどのサービスもあり、日本の正月を体験する良い機会となります。

5 得られる効果

本プランは、現在、市内に在住している外国人にダイア4市の魅力を再発見してもらうなど、外国人によりダイア4市への住みやすさを感じてもらうことに加え、外国人労働者受入れ拡大に向けた改正出入国管理法が成立し、多くの外国人が今後日本に入学してくることが明白であることから、今後日本に入学してくる外国人にもダイア4市は魅力的だ、ぜひ住みたいと思わせる施策となる可能性があります。

【人口増】 ダイア4市が外国人にとって住みやすく魅力のある場所であれば、定住を希望する外国人が増え、住民税の増加が期待できます。

【地域経済への影響】 ダイア4市に多くの外国人が住むことで、地域の特産や商業地、観光地にもダイアの魅力を感じて地域経済が潤う効果が期待できます。

【労働力】 ダイア4市は住みやすい場所であるという魅力を感じた外国人が近隣での就労を希望すれば、地域の労働力の増加が期待できます。

【観光地として】 地域の外国人が参加しやすいイベント・街づくりを、ダイア4市が推進していることが地域内外に浸透することで、ダイア4市を訪れる外国人が増える可能性があります。

【日本文化への親しみ】 狭山茶の魅力を体験しても

らうなど、多くの日本文化、ダイア4市の文化に触れてもらい、親しみを持っていただきます。

【日本語と外国語の習得】 前述のアンケートの結果では、日本語をもっと勉強したい、上手になりたいという声が多く、本プランに参加し交流を図ることで、日本語の習得も併せてできると考えます。

また、外国語に興味のあるダイア4市の住民も外国人を相手に外国語を使うことで外国語の習得が期待できます。

【日本人の意義】 日本人と関わりを持ちたいという外国人は多いですが、日本人は外国人を見るとどうしてもかまえてしまいがちです。多くの外国人が日本に来ることが予想されるなか、外国人とダイア4市住民のコミュニティをいち早く形成しなくてはならず、ダイア4市住民の外国人に対する意識を変えるということでも本プランの効果が見込めます。

【コミュニティの形成】 本プランが外国人にとって地域活動へ参加する足掛かりとなり、日本人と外国人、外国人同士でのコミュニティが形成されることを期待します。

また、本プランに参加してくれた外国人が、新たな在住外国人に日本の暮らしについて教えるリーダーのような存在となることが期待できます。

6 起こりうるリスク

【税】 外国人労働者が失業した際には、日本語ができないと再就職が困難となり税金滞納が起こる可能性があります。

【保険・医療】 健康保険への未加入から、高額な医療費の未払い問題が発生する可能性があります。

【教育】 金銭的な問題で教育が受けられない外国人の子供が発生する可能性があります。

【婚姻】 国際結婚が増加し、日本語や日本文化のわからない子供が増加する可能性があります。

【ゴミ問題】 ゴミの分別をしないことで、地域住民とトラブルとなる可能性があります。

【防災防犯】 日本の防災制度や日本語が分からない

ことで、災害時に必要な支援が受けられない可能性があります。

在住外国人が増加することに伴うリスクに対応策を用意せず、流れに任せたままでは大きな問題が起こることは明白です。よって早い段階から日本人と外国人が接点を持ち、信頼のおける関係性を築くことが重要です。

さらに日本の習慣や文化、生活する上で守らなければならないルールを段階的に外国人に提供していくことが必要です。

今後、増加する在住外国人とどう向き合い、彼らをどう受け入れるかは私達日本人次第なのです。

7 まとめ

今回の政策提言を通じて、ダイア4市に在住する外国人がどこから来て、なぜダイア4市に住み、ダイア4市にどのような魅力を感じているかを知ることができ、政策を考える中では、ダイア4市の魅力はやはり生活しやすいことであると感じました。

また、ダイア4市に住む外国人も我々と同じように、ダイア4市は住みやすい場所だと感じていることがわかりました。

Diamond area for living のポイントはまず、ダイア4市に在住している外国人をターゲットにダイア4市の四季の行事と多国籍の料理教室を開催し、徐々にダイア4市住民や外国人同士での交流を深めていただき、将来的には様々な地域活動にも参加することで、ダイア4市が外国人にとって住みやすい場所だと感じていただくことです。このことが浸透するようになれば、多くの外国人がダイア4市に住むようになり、人口増や住民税の増加、地域経済への好影響なども期待できます。

この提言が刻一刻と変化する日本に住む外国人と日本との関係性の中、ダイア4市に住む外国人と日本人の交流のきっかけとなる施策、日本に暮らす外

国人が増加傾向にある中、外国人同士の円滑なコミュニティ形成のモデル施策となることを期待します。

また、多くの外国人がダイアに在住した際に、リスクよりも在住外国人が増え、ダイアが活性化されたなどの多くのメリットをダイアに呼び込むための施策、たくさんのダイア4市住民と外国人を巻き込んだ施策となることを期待します。

参考文献

- ◎矢ヶ崎紀子 (2017) 『インバウンド観光入門 - 世界が訪れたくなる日本をつくるための政策・ビジネス・地域の取組み』 晃洋書房
- ◎村山慶舗 (2018) 『インバウンドビジネス入門講座第3版』 翔泳社
- ◎西日本新聞社 (2017) 『新 移民時代 - 外国人労働者と共に生きる社会へ』 明石書店
- ◎寺田知太 (2017) 『誰が日本の労働力を支えるのか?』 東洋経済新報社
- ◎芹沢健介 (2018) 『コンビニ外国人』 新潮新書
- ◎ (2019.2.16 2.17 2.18朝刊) 『外国人活用 全国自治体調査』 読売新聞
- ◎首相官邸ホームページ
<https://www.kantei.go.jp/>
- ◎所沢市、飯能市、狭山市、入間市ホームページ 統計資料