

本会議一般質問にて激論65分。
コロナ後に求められる
政策転換とは？



群馬県議会リベラル群馬

後藤かつみ

今、県政が熱い。

コロナ、知事VS議会：
かつてない緊張感

真に 是々非々 かつ 未来志向。
リベラル群馬 政策提言。



2020年 第3回定例会報告

発行 リベラル群馬 後藤かつみ事務所
住所 高崎市八幡町 800-24
TEL&FAX 027-343-1393
e-mail ccrqgoto@af.wakwak.com

<http://www.ccrqgoto.com/>
<http://www.eaglesgoto.com/>
(スマートフォン用)

コロナ後の行政、産業は どう変わるべき？



行政

あらゆる事業を「ゼロ」から
見直さなければならぬ

新型コロナ発生により、イベント系を中心に
多くの事業が中止となるとともに、事業のあり
方を根本から問い直す貴重な機会となってい
ます。

後藤は、一般質問において、今年中止となっ
た「県民マラソン」を例として例外ではないと、あえ
て大胆な提言をしました。

その心は、たとえ当然のように長年継続して
いる事業でも、

- そもそも県が行う目的は？
 - 県予算を注ぎ込む意義があるのか？
 - 他の方法で代替はできないのか？
- といった視点から事業根本を見直す絶好の機
会ということでした。

「県民マラソン」を例にとれば、今や全国にマ
ラソン大会は2500あると言われるています。
その中で群馬県のヒト・モノ・カネを使ってい
る意義は何なのか？

という視点に立てば、単に「参加者が多ければ
成功」ではダメで、「地域活性化」に繋がっている
か？「競技力向上」に繋がっているか？「など、
政策的な尺度も加えるべき」という議論になり
ます。

財政の制約の中でも「コロナ後の新たな政
策を打ち出さなければならぬ」今こそ、触れる
ことすら「タブー」となっている事業も例外な
く意義を問い直す必要に迫られています。

コロナの衝撃が、
前例踏襲体質を改める
いいキッカケとなる訳
ですね。



ふむふむ

産業

観光政策の転換

プロモーションから
コンテンツづくりへ

インターネットの普及した現代、観光情報を
SNS等で誰でも発信できるようになり、消費者
も雑誌等の一方的な情報よりもネット上の「ロ
コミ」情報を重視する時代になりました。

また、旅行ニーズも名所巡りツアーのよう
な物見遊山型ではなく、個人のスタイルに合った
体験型を志向する傾向にあります。

結果、行政が広告宣伝費をかける「プロモ
ーション型」の観光政策が効果を上げなくなる一
方で、魅力的な観光コンテンツを生み出すこと
ができれば、体験者の口コミが広がり、持続的
に宣伝してくれるのです。

後藤は一般質問において、群馬の観光コンテ
ンツとして「ぐっすりぐんま」を提案。

温泉や食材を単に宣伝するのでなく、「睡眠」
に関心の高い都会人をターゲットに「癒やし」
の観光コンテンツとして商品化する(図)こと
で、顧客が持続的に訪れかつ地域にお金が落
ちる仕組みを作る。この政策転換の流れがコロ
ナ後に加速していくと確信します。



ありふれた観光素材が、
「睡眠」に悩む人々に鋭く刺さる
観光商品に生まれ変わるね！

