

建設経済常任委員会
所管事務調査報告書

観光の振興策について

平成31年3月

1 調査事件名

観光の振興策について

2 調査の目的

観光施策を検証し、振興策を提言する。

3 調査結果

【管外行政視察研修】 埼玉県鴻巣市

実施日：平成30年7月12日

調査事項：観光イベントの活用・PR・市のブランド化・フィルムコミッション事業について

(1) 鴻巣市の概要

埼玉県の中央部に位置し、首都圏50km圏内、JR高崎線（湘南新宿ライン、上野東京ライン）という立地条件に恵まれた人口は119,038人（H30年5月1日現在）、面積67.44km²で市面積の半分は農地という田園都市である。

近年は「花卉栽培」が盛んとなり、市の中心的地場産業となっている。

江戸時代は中山道の宿場町として栄えた歴史を持ち、380年有余の伝統を誇る「ひな人形の町」として知られている。

(2) 調査項目について

①観光イベントの活用について

特段の観光資源のない中で、8つの日本一を軸にして日帰り型イベントによる集客に取り組んでいる。「日本一高いひな壇」を活用した鴻巣びっくりひな祭りは、「伝統あるひな人形のまち」を生かした市民ぐるみの取り組みとして44万人の来場者数を数えている。「川幅日本一を活用し」、4尺玉を打ち上げる花火大会が商工会青年部を主体に開催され、「川幅うどん」などユニークな川幅グルメを創作し、飲食、土産物として地元商店の活性化に取り組みられ、日本一長い水道橋見学会も開催されている。「花の出荷量日本一」を生かして春の桜まつり（市内一円）、チューリップ祭り、秋のコスモスフェスティバルに取り組み「このす花まつり」では「出荷量日本一」のポピー畑を生かし、オープンガーデンなどの工夫をし、24万4千人の来場者数を数えている。観光入込客数は平成27年度で155万7千人である。

②観光情報の発信手段と市民に対する取り組み

観光パンフレット（観光このす春夏号、秋冬号を作成）、新聞記者クラブへの情報提供、テレビ（NHKの定点カメラ設置）・広報・HPでの積極的な情報

発信、インスタグラムの活用などに取り組んでいる。転入者に対する取り組みは特に行っていない。

花まつりPRキャンペーン活動として、大宮駅でチラシの配布や、近隣市町のイベントなどへの参加を行っている。

鴻巣市産業観光会館では「伝統のひな人形」を紹介展示し、観光協会が土産物等も販売し観光拠点として活用している。



鴻巣市 伝統のひな人形を展示

③市のブランド化の取り組み

8つの日本一、2つの世界一を創作し、各種のイベントと結合し、特段観光資源のない中でブランド化に努めている。

④市街地の整備と公共交通の確保

市内3駅の駅前ロータリーの花壇整備やハンギングバスケットの設置等によりPRをしている。

市内のバス運行事業者と連携し、バス11台が市内7路線（8ルート）を運行している。

⑤フィルムコミッション事業について

平成29年度は、相談件数を含めると36件あり、実際に撮影まで行われたのは20件、大きな話題となったのはテレビドラマ「陸王」で、陸上競技場などが撮影場所として取り上げられた。課題は、撮影が深夜に及ぶこと。

(3) まとめ

特段の観光資源のない中で、伝統のひな人形、農地での花卉栽培、荒川の川幅などを生かし、首都から50km圏という地の利を生かし市民・事業者と連携した集客数年間155万7千人の「日帰り型イベント」の取り組みは大変参考になった。

【管外行政視察研修】 群馬県高崎市

実施日：平成30年7月13日

調査事項：観光・イベント（観光振興計画）について

(1) 高崎市の概要

高崎市は、人口約37万3千人、面積459.16㎢で、中山道の街道筋として古くから関東と甲信越を結ぶ交通の要衝として発展してきた。

(2) 調査項目について（観光イベントについて）

同市では、「高崎まちなかオープンカフェ（高カフェ）」、「高崎まちなかコミュニティサイクル（高チャリ）」、「高崎まちなか商店リニューアル助成」の3つの事業について研修した。また、高崎駅周辺の中心市街地の魅力を発見し、テーマや物語で関連づけしてルート化することやマップの作成、イベント情報の効果的な発信などによって、高崎駅周辺の来訪者や宿泊者に中心市街地を回遊してもらえるような仕掛けづくりも行っている。

一つ目の「高カフェ」は、開放感あるロケーションで中心市街地を訪れる人々を迎え入れる舞台装置として、また新たな回遊性と賑わいを創出するのが目的で、平成25年4月に13店舗（現在18店舗）からスタートした。

事業の運営主体は、高カフェ推進協議会（商工会議所）を運営主体として事業を実施し、都市再生特別措置法の改正に基づき、道路占用許可の特例制度を活用している。

出店料は、各店舗2万円（道路占用料・使用料、印刷物、ホームページ等）で、オープンカフェに必要なテーブル・イス、照明設備、植栽等は各店舗で用意することになっている。営業時間は、午前8時から午後10時までで、毎年4月から11月まで楽しむことができる。

二つ目の「高チャリ」は、まちなかに複数の自転車貸出拠点（サイクルポート）を設置し、利用者がどこでも貸出（100円投入）・返却（100円返却）でき、無料で利用できる新たな交通手段である。高崎駅から市役所・中央図書館などを囲んだ中心市街地エリアに16箇所のサイクルポートが設置されている。またサイクルポートの管理は、エリア内にインフォメーションセンターを設置（7名体制）し、自転車の回収や補充を行っている。



高チャリ サイクルポート

平成25年4月からスタートした「高チャリ」は、利用登録は不要で午前9時から午後10時まで利用可能で、現在150台が稼働している。

三つ目の「高崎まちなか商店リニューアル助成」は、商工業の活性化を目的に、商売を営んでいる人や、営もうとしている人が「店舗等の改装」や「店舗等で使用する備品の購入」を行うことに対して、その費用の2分の1を補助している。

ただし、市内業者の発注に限るとしている。(20万円以上の工事で2分の1を助成、上限100万円)

同制度のきっかけは、平成24年に市内業者6200社のうち300社を対象に中小業者の聞き取り調査を実施、その結果、約20%から助成金があれば店舗を改修したいとの回答があり、平成25年度から実施された。

実績として、平成25年度～29年度の予算額単年度平均で約3億5千万円、申込件数400～500件である。

また平成30年度からは、1店舗あたり2回まで申請できるようになった。(ただし一年度あたり1回限り)その結果、4月から受付を開始後、4月27日で予算総額3億円に達したため受付終了となった。担当者のかたも大変驚かされていた。

4 提言

今後の観光振興に向け下記の点を提言します。

- ①観光資源の発掘や創作に努力すると同時に、市内外や外国にどのように情報発信するのが重要である。可能な媒体を駆使され情報発信に努めることが必要である。
- ②観光振興を推進するために、市を中心に体制づくりを行う必要がある。
- ③一休寺や観光施設への道案内板等を分かりやすいものに整備をする。
- ④沿道サービスなどに市がバックアップ体制をとってはどうか。
- ⑤一休寺など観光施設来場者が利用する駐車場整備を官民が協力し、その駐車場料など観光収入を得るようにしてはどうか。

5 総括

観光の振興策について、建設経済常任委員会では、埼玉県鴻巣市と群馬県高崎市を訪問し行政管外研修をおこなった。

観光資源が特にないという点で鴻巣市とは類似点がある。その中で「日本一高いひな人形壇」として、44万人の来場者数を数えており、様々な名物の土産物を創作している。

群馬県高崎市においては、「高崎まちなかオープンカフェ」や「高崎まちなかコミュニティサイクル」など、来訪者や宿泊者が回遊しやすいように工夫をしている。

両市ともに共通しているのは、市民ぐるみで町の観光づくりをしており市がそれをバックアップしていた。また、観光パンフレットやマスコミへの情報提供や、ホームページを充実させ、情報発信に努力していた。

京田辺市においては、まだまだ観光資源の発掘や、市民ぐるみでの観光振興への取り組みが必要だと考える。情報発信なども重要な課題である。まずもっ

て市や観光協会が中心となり、各種団体や市民の協力を得ながらより一層の体制作りを行う必要がある。

6 調査の経過

(1) 委員会の開催日

平成30年4月16日

協議会 調査事項の協議

平成30年6月19日

委員会 委員間討議

平成30年9月13日

委員会 担当部局への事務調査、委員間討議

平成30年12月17日

委員会 委員間討議

(2) 派遣

平成30年7月12日

埼玉県鴻巣市に調査のため委員6名派遣

平成30年7月13日

群馬県高崎市に調査のため委員6名派遣