

平成30年度

観光産業建設常任委員会
行政視察 報告書

平成30年10月29日（月）～ 10月31日（水）

長野県松本市
長野県長野市
静岡県熱海市



日光市議会

観光産業建設常任委員会行政視察 結果報告書

平成30年12月7日

総務水道 常任委員会	委員長 荒川 礼子	副委員長 齊藤 正三	
	亀井 崇幸	佐藤 和之	福田 道夫
	大島 浩	三好 國章	

◆視察項目

実施年月日	平成30年10月29日（月） ～ 10月31日（水）		
視察目的	・ごみの減量化について		長野県 松本市
	・観光振興施策について		長野県 長野市
	・観光振興施策について		静岡県 熱海市
概要	長野県 松本市	<p>*人口：243,293人 *面積：978.47km²</p> <p>*特徴：長野県の中央部、かつ本州の中央部に位置する。北アルプスと国宝松本城に象徴される県内第2の都市。「健康寿命延伸都市・松本」を将来像として掲げ、健康づくりを核として、経済、産業、観光、教育、環境、都市基盤など様々な分野が連携し、「心と体」の健康づくりと「暮らし」の環境づくりを一体的に進めている。さらに、互いに助け合い、学びあい、安心して暮らせる持続可能なまち、夢と希望にあふれ、住んで良かった、住んでみたいと思えるまちを、主役である市民と行政との協働で創造している。</p>	
	長野県 長野市	<p>*人口：377,598人 *面積：834.81km²</p> <p>*特徴：長野県の北部、千曲川に沿って広がる平野部の四方を、妙高・戸隠連山国立公園に代表される山並みを取り巻く。1400年の歴史を刻む善光寺の門前町として栄えてきた。また、1998年冬季オリンピック・パラリンピック開催地をしても国内外に知られている。市民が真の豊かさや幸せを実感し、いきいきと生活でき、市民や地域の力を原動力にしながら持続可能なまちを目指している。</p>	
	静岡県 熱海市	<p>*人口：37,343人 *面積：61.78km²</p> <p>*特徴：静岡県の最東部、伊豆半島北東部に位置し、伊豆箱根温泉群の中心的存在。温暖な気候、豊富な温泉資源、風光明媚な自然環境を有し古くから湯治場として知られ、政治家や多くの文学者に愛されてきた。首都圏からのアクセスの良さを活かし、「長期滞在型の世界の保養地・熱海」をめざし、熱海ブランドの再構築、広域観光圏の整備などを進め、年間宿泊者数は300万人を超え、まちの賑わいも増しつつあるが、他方で少子高齢化や若年層の転出などの課題がある。</p>	

◆視察結果（個別票）

個別項目	ごみの減量化について			
	【長野県松本市】			
	視察先担当課	環境部環境政策課	添付資料	無

I 視察要旨

日光市では、未来の子供たちが安心して暮らせるための、かけがえのない地球環境を守り、限りある資源を次世代に引き継ぐために、持続可能な循環型社会の形成をより一層推進していくための協議や施策が行われている。

その一環として、平成30年4月より「指定ごみ袋制による家庭ごみ有料化導入」と「事業系ごみ処理手数料の値上げ」がされており、前年同期比で「可燃ごみ」は平均10%減量、「資源ごみ」は平均10%増加となっていることから、ごみの有料化導入における成果は出ていると思われる。

これを受けて、当常任委員会の所管事務調査事項である「ごみの減量化」対策について、力を入れている先進的な自治体を視察することとした。

長野県は、全国でもごみ問題について特に力を入れている自治体であり、「ごみの排出量少なさランキングが3年連続で日本1位」の県である。その中でも国宝松本城や上高地などの観光地を有する松本市は、長野県の中でも観光ごみを含む「事業系のごみ」の割合が高く、日光市と同様の問題を抱えていることから、長野県松本市にて調査及び研究を行った。

1. 食品ロス削減「3010運動」の発祥の地

「まずは30分料理を味わい、最後の10分で残さず食べよう」運動をはじめとして、第1回食品ロス削減全国大会の開催を主催するなど、「もったいない」をキーワードにさまざまな取組みを推進し、特に3R（Reduce/Reuse/Recycle）に対して力を入れている。

2. 園児への参加型環境教育事業の導入

市民の「環境を大切に思う心」を育てるには、幼児期からの意識付けが必要とことから、「ごみの分別と食べ残し」をテーマに、園児を対象とした環境教育を実施している。資源を大切に作る気持ちから「ごみの分別の徹底」を、食べ物を作った人への感謝の気持ちから「食べ残しの削減」をとおし、ごみの減量化を図っている。

3. 事業系ごみの減量化が課題

いわゆる「観光ごみ」の割合が多く、地域住民や企業への啓発活動だけでは解決できない「事業系ごみの多さ」が課題となっており、これらの減量化が最大の課題となっている。今後は、事業系ごみの組成調査を行い、効果的な取組みを検討していく予定とのこと。

II 事業の成果・課題

松本市では「分別こそが資源化を推進させる」との意識を市民に定着させるために、平成7年12月より「指定ごみ袋制度（有料）」を導入し、可燃ごみ、埋立ごみ、破碎ごみ、容器包装プラスチックの4区分5種類について、指定のごみ袋に入れて出すことになっている。また、雑びん、ペットボトル、蛍光管、乾電池などは専用の容器に入れて出す必要があり、市民からは「分別が細かすぎる」との苦情もあったとのことだが、近年ではこれらの分別も定着したようである。

1. 個別的施策

(1) 不要食器リサイクル事業

市民協働で不要食器を回収し、市民へリユース（無料）、使用できない食器は破碎し原材料としてリサイクルしている。

(2) 食品ロス削減事業

「残さず食べよう3010運動」や「自己責任でお持ち帰り推進運動」に特に力を入れている。

(3) 園児を対象とした参加型環境教育の実施

ごみ問題について幼年期より「参加型で、とにかく楽しく」教育することで、「環境を大切に思う心を育てる」試みを実施している。意外にも園児の保護者に対して意識変化の効果が高いという結果が出ている。

(4) 紙類常設回収場所設置

常設で紙類を出せるのでリサイクル率の向上につながっている。

(5) 小型家電再資源化事業

資源化の推進に役立っている。

(6) 松本キッズ・リユースひろば事業

使わなくなった子供用品をリユースすることで、ごみの減量化にもつながり、子育て世代への経済的な支援にもなっている。また、さまざまな子育て支援イベントを同時開催することにより、子育て世代の精神的な支援にもなっているようである。

現在では、入場を抽選制にするほどの人気が高いイベントになっている。

(7) E C O オフィス松本認定事業

所定の取り組み項目を点数化して「一ツ星から三ツ星」に認定し、ランクに基づいて入札時の総合評価落札方式において加点を受けることができる制度で、入札に参加する企業への影響は大きいと考えられる。

(8) 小学校環境教育事業

家庭において学校の話をする年代への環境教育は、家庭への波及効果が大きく、保護者への意識変化が大きいとの検証結果が出ている。

(9) 残さず食べよう！推進店・事業所認定制度

- ① 飲食店、宿泊施設へは、「量よりも質」のプラチナメニューの提供、小盛りメニューの提供、食べ残しの持ち帰りへの対応を推進している。
- ② 小売店へは、ばら売りや小売販売の実施、売り切りによる食料品廃棄の抑制、フードバンク等への提供を依頼している。
- ③ 消費者へは、「残さず食べよう！3010運動」の徹底を行い、食品ロスの削減を図っている。

上記の施策を、松本市は長野県と連携することによって、長野県と共にごみの減量化を推進している。

Ⅲ 視察所見

1. ごみ処理手数料と減量効果

今回視察した松本市では、ごみ処理手数料（指定ごみ袋）は日光市の約半分の金額であるが、4区分用の指定袋が必要となり、金銭面での市民の負担は当市よりも大きいといえる。さらに、資源ごみの分別も細かく分かれているため、仕分け作業もかなりの負担といえる。

松本市のごみ減量効果は、食品ロスの削減運動など、官民一体となつての「ごみの減量化運動」の効果でもある。

このように、指定ごみ袋の金額を下げて「分別こそが資源化を推進させる」をスローガンに、分別の時間と手間をかけて「ごみの資源化と減量化を推進させる政策を進める」のか、北海道や東京などのように、ごみ袋手数料の水準を高くして（40Lで80円）、半ば強制的にごみの減量化を図るのが、今後のごみ問題の課題となる。

日光市では、平成25年9月の「ごみの減量化等検討委員会」設立当時、「ごみ排出量原単位」が栃木県内最多量（最下位）であったということから、ごみの減量化・

資源化や負担の公平性などを目的に、全国の平均的な、ごみ袋 1 リットルあたり 1 円という水準での「家庭ごみの有料化」が導入された。

その結果、ごみ処理有料化開始の平成 30 年 4 月以降、家庭可燃ごみは、前年度同期比較では減少していることから、一定の効果はあるといえるが、ごみ処理手数料の減額については、今後のごみ減量の推移をみて、十分に調査検討をする必要があると思われる。

2. 今後の課題

このようなことから、更なる家庭ごみの減量化として、現在も行われている以下の施策（活動）を「継続すること」が最も重要だと考える。

- (1) ごみ処理方法などの市民への周知と啓発活動
- (2) 不法投棄対策とごみステーションの環境美化対策
- (3) ごみ処理手数料の使途の公開
- (4) ごみ排出量削減への取り組みに対する補助金交付や報奨金制度の拡充
- (5) 小中学生を対象にした次世代への環境教育の実施

3. 事業系ごみについて

日光市では、家庭ごみの有料化に伴って、事業系可燃ごみはそれまでの 3 倍、不燃ごみは 1.5 倍になったが、資源ごみはリサイクルを促進させるため無料になった。今後の可燃ごみ等のごみの総減量化を実現する上で、もっとも重要なのが事業系ごみの減量化にある。

特に、観光が主たる産業の日光市においては事業系ごみに含まれる「観光ごみ」の問題があり、その減量対策が検討課題となる。例えば、

- (1) 観光客が食べ残しをしない（残すほど提供しない）啓発活動
- (2) 観光客が持ち込んだごみの持ち帰り運動（観光地由来のごみは難しい）
- (3) 出来るだけごみ箱を撤去する（ポイ捨ての増加／観光サービスに反する）
- (4) 事業系生ごみを堆肥にする（処理施設建設に高額な費用がかかる）

などが考えられる。実際には観光に「来ていただくお客様」に対して、このような施策を行うのは現実的ではなく、今後十分な検討が必要となる。

◆視察結果（個別票）

個別項目	観光振興施策について			
	【長野県長野市】			
	視察担当課	観光振興課	添付資料	無

I 視察要旨

日光市の観光客入込数は、年間約1,100万人ベースで推移している。宿泊数は330万人前後であり、微減傾向にある。今後入込数も宿泊数も増大させ「稼げる観光」として観光経済の活性化と経済波及額の向上を構築することが課題である。

長野市は、善光寺を中心に当市と同数程度の観光客入込数で推移している。人口減少時代に入り、観光客入込数だけでなく、滞在型観光の推進とリピーター、いわゆる「ながのファン」の獲得を目指している。こうした課題を含め、「長野市観光振興計画」の事業をはじめ、観光客の回遊策などを視察した。

II 事業の成果・課題

1. 長野市観光振興計画の概要

① 計画の目的

人口減少や余暇活動の多様化により、全国的に日本人観光客数は減少傾向にある。そのような中、何度も訪れてくれるリピーター「ながのファン」を増やすことをめざす。

市経済の活性化を実現＝観光は経済活動。訪れてもらうだけではなく、楽しんでもらいながら市経済活性化につなげる事業を実施していく。

地域コミュニティの活性化＝観光客が訪れ、地域の人々と交流することは、ときには地域の希望や生きがいを生み出す。これまで観光客が訪れなかった地域にもスポットをあてて、観光客との交流を生み出す事業を実施していく。

② 計画の期間

平成29年度から33年度までの5年間とする。最終年度の平成33年度に善光寺御開帳が開催されるため、その際に成果が開花するよう事業を実施する。

③ 計画に関わる主体と役割・機能

◆観光関連事業者

経済活動の主役として観光客が楽しめ満足度が向上するモノやサービスを開発、提供する。

◆地域・市民

地域づくりの主体として自分たちの暮らす地域に関心を持ち、おもてなしの心を持って観光客を迎え入れる。

◆市・ながの観光コンベンションビューロー・各観光協会

各関係者間と連携を図るとともに、積極的に活動する観光関連事業者や地域の取り組みに対して支援する。

④ 計画の構成

「基本戦略」：政策体系

・計画期間中に取組む基本的な事業を目的に取りまとめる。市、ながの観光コンベンションビューローが中心となり、関係団体と連携して事業を実施。

「重点戦略」：アクションプラン

・複数の関係者が協力し、一体となって重点的に取り組むプロジェクト。・「善光寺界限」「戸隠」「松代」「中山間地」を重点地域と位置づける。観光関連事業者や地域が主体となり事業を実施。

「ながの観光コンベンションビューロー」は、長野市の産業、自然、文化、歴史や長野冬季オリンピックの財産を活用し、コンベンション（イベント、各種大会、見本市等）の企画、誘致、支援など観光の振興を図り、市の産業経済の活性化や文化の向上を目的としている。基本財産の内訳は、市5,200万円50.5%、民間4,760万円46.2%、他3.3%である。協賛会員は、507会員。事務局職員は、31名（事務局長1、総務部5、コンベンション部4、観光部21）である。

主な事業は、

- (1) コンベンションの誘致及び支援に関する事業
- (2) コンベンション及び観光の企画及び提言に関する事業
- (3) コンベンション及び観光の情報の収集及び提供に関する事業
- (4) 観光の宣伝その他の観光客の誘客に関する事業
- (5) フィルムコミッションに関する事業
- (6) お客様に対する「おもてなしの心」の普及・啓発に関する事業
- (7) 観光案内施設等の運営
- (8) 旅行業法に基づく旅行業に関する事業
- (9) その他前条の目的を達成するため必要な事業

⑤ 計画の進捗管理

全体目標値及び政策ごとに指標を設定し、進捗及び事業の実施方法等の管理を行えるようにしている。全体目標値は、本計画の総合的な成果を評価するものであり、指標は政策の達成度を図るものである。

⑥ 計画の目標

計画の目標値（基準値：1, 256億円、平成27年の御開帳）

観光による地域への経済波及効果額10%増となる1, 381億円（平成33年度）

⑦ 目標達成の方針

（1）観光客が楽しめるコンテンツの開発

1. 善光寺界限、戸隠、松代を重点地域とする
2. 観光客の満足度を高めリピーターを確保
3. インバウンドの推進

（2）受入体制の充実

1. 観光事業者や観光関連団体との連携強化
2. おもてなしの向上

（3）本市の強みを活かすための方針

1. 広域連携の推進とハブ機能の強化
2. 特色あるコンベンションの誘致促進

2. 観光の現状と課題

① 長野市の観光の状況

1) 観光入込客数

平成25年度までは1, 000万人を上回ったが、翌年は落ち込んでいる。平成27年度は、善光寺御開帳が開催されたため1, 700万人となったが、長期的にみるとやや減少傾向にある。

2) 市内観光消費額

観光消費額は、経済波及効果の算出のため、市独自に対面による調査を行う。平成27年は10月から11月に実施し、回答数は328件。

善光寺御開帳の年は増加し平成27年度は、目標値490億円を上回る725億円となるが、平成22年度から26年度は410億円前後となり目標に達していない。

3) 市内宿泊者数

平成24年度から200万人を維持しているが、目標値220万人は、善光寺御開帳（平成27年度は335万人）以外では達成していない。

② 各種調査結果の特徴

1) 日本人旅行者の周遊状況

市内外の周遊状況は、「善光寺～善光寺の門前町～松本市～軽井沢町」のルートが多い。次いで、「善光寺～戸隠～小布施町」となる。

2) 外国人観光客の周遊状況

外国人は、広域に及んでいる。善光寺来訪者は、湯田中温泉や松本市への移動が見られる。

③ 課題

観光事業者からは、地元や市内の情報が不足しているため、紹介ができないことが多い。また、事業者同士の連携が弱く、周遊を促進できていない。魅力的な「食」が少なく、強化が必要である。「食」の弱さから、観光が地域経済の活性化に寄与していない。地域でお金が循環する仕組みづくりが求められている。

善光寺、戸隠というブランド力を持った観光地があるが、それ以外の観光地が弱い状況である。今後は、市内各地の観光資源を育てていく必要がある。

3. 観光客の回遊策について

観光客に地元食材を使った料理やそばの魅力などを発信し、滞在・周遊時間の延長と観光PRに努め、賑わいある街づくりをめざす。広域周遊観光の促進に向け、周辺自治体との連携による情報発信をすすめる。山岳観光やウィンタースポーツなどテーマに基づいた広域周遊観光コンテンツの開発やプロモーションを実施する。

(1) ターゲットに向けた効果的な情報発信

- ① ながのグルメガイド
- ② 善光寺表参道まちあるき
- ③ おもてなし夕食クーポン
- ④ 善光寺表参道食べ歩きチケット
- ⑤ おいでなして長野
- ⑥ 長野ウエルカムマップ
- ⑦ 長野市そば歳時記
- ⑧ わくわくチケット付き広域マップ

(2) 市内滞在時間の延長のための善光寺界限、戸隠、松代を起点とした周遊コンテンツの開発

- ① 善光寺界限＝信州リアル七福神（ラーメン、そば、甘味・カフェ、発酵食、酒、居酒屋、パン）を地元7人が七福神に扮して紹介＝滞在時間1時間20分を2時間10分へ
- ② 戸隠＝戸隠神社早朝お掃除体験&正式参拝＝滞在時間2時間40分を3時間40分へ
- ③ 松代＝リアル寛永通宝でつくる信州真田六文銭「ロクモンGO！」市内の協賛施設で宿泊・買い物をし「信州真田六文銭」を完成させる販売促進事業＝満足度の向上、43.1%を53.0%へ

4. 長野デザインウイーク 善光寺表参道イルミネーション

年末の善光寺境内で、光と音のインスタレーションを実施する。LEDによる装飾や光の投影、オブジェ等を設置し幻想的な世界を表現する。予算は6,000万円であり、職員のやりたい事を出し合い、実行委員会を組織して実現する事業である。

Ⅲ 視察所見

各地域の観光振興団体と「ながの観光コンベンションビューロー」が連携し、観光客誘致事業を実施している。コンベンションビューローの職員31名の中には、大手旅行会社のJTBや日本旅行を退職した経験ある人材が配置されていた。旅行業の資格を持つ社員が、各観光協会と連携して魅力ある企画を展開している。

平成27年3月の北陸新幹線金沢延伸による交通環境の変化によって、長野市が首都圏からの観光客の通過点とならないようにするために、官民ともに知恵を出している観光施策を学習できた視察であった。

◆視察結果（個別票）

個別項目	観光施策について			
	【静岡県熱海市】			
	視察先担当課	観光経済課	添付資料	無

I 視察要旨

熱海市の観光は近年におけるV字回復といわれる経済の回復にみられるような非常に起伏に富んだ歴史を刻んできたといえる。

明治・大正期にはすでに保養地として別荘建設が進み、さらに内務省が温泉療養施設を開設するなど、その独自性は古くから展開されていた。現在の熱海市役所が立つ場所は時の皇太子殿下の熱海御用邸が建てられていた。また、尾崎紅葉の「金色夜叉」の舞台としても有名で、いたる所に貫一、お宮のスポットが点在している。大正14年には旧国鉄熱海線が開通し、東京からの直通列車が運行開始し、観光客、別荘の利用者が急増した。

昭和に入り、丹那トンネルが開通し、東海道本線が御殿場経由から熱海経由となると、関西地方とのつながりが強まり、新婚旅行・団体旅行のメッカになっていった。さらに、東海道新幹線の開業に伴い、熱海の近代化が進んだ。

バブル期の到来でリゾートマンション建設ラッシュが進み、約230ものリゾートマンションが立ち並んだ。しかし、バブル崩壊と旅行形態の変化により観光客が減少し、旅館・ホテルの廃業、放置されて廃墟となった建物が景観上、防犯上の問題となっている。

II 事業の成果・課題

① 稼げる観光の取り組み

観光施策について、熱海市と日光市とを比べると、その特徴に大きな違いがある。

まず1点目は民間旅行エージェントへの働きかけによって官民一体の観光戦略につながっていること。（コンテンツ、プロモーション、DMO推進など）

2点目は温泉地としてのコンセプトがしっかりしていること。心と体を回復させる現代の湯治場「熱海」と題して長期滞在型の世界の保養地を目指している。徹底した温泉場としての取り組み自体が観光資源になっているといっても過言ではない。

3点目は民間主導のまちづくりの取り組み。観光協会が取り組む各種イベント、旅館組合が取り組む通年実施の花火の打ち上げ、アロハフェスティバル、商工会議所が取り組む熱海ブランド認定事業などの他、市のマリンスパを利用した、熱海養生法など、

様々な取り組みが展開されている。泊食分離の旅行スタイルの提案もしており、まちなかの飲食店の活性化にもつなげている。

街の景観づくりにおいては、古くは海岸の埋め立てによる人工のビーチを展開するリゾート計画、早咲きの梅やあたま桜、ジャカラランダの遊歩道など年間を通して花に満ち溢れた道沿いの景観も特徴である。

観光プロモーションとしてはコンセプトを「意外と熱海」を採用し

- ・意外と知らなかったけど、こんなところあるんだ。
- ・意外とうまかったなあ、あの店の料理。
- ・意外といい見晴らしだったよね。
- ・意外と早く来れるんだよね。
- ・意外と面白い店もあるじゃん。
- ・意外と遊べるんだよね。

そんな熱海の魅力を再確認していただくことで、「やっぱりいいよね、熱海」につながっていく取り組みをしている。

② 事業の成果

民間旅行エージェントに情報の発信や、ターゲットの絞り込みを展開してもらうことによる旅行業界の活性化が、熱海の観光に良い影響を与えている。

温泉地としてのコンセプトワークの徹底により、リピーターの74.7%が、2年以内にリピートするお客様につなげていて、なおかつ熱海観光から自宅に直行する人が、70.1%で熱海と自宅を往復する割合が異常に高いことは特筆すべきことである。

観光コンセプトもプロモーション活動につなげており、ロケ地の誘致活動、夜の街の賑わいづくりや、「あたま通信」など、官民が一緒に取り組むこと（市、観光協会、商工会議所、旅館組合、飲食店組合など）は珍しいのではないかと。

③ 課題

課題としては高齢化率の高さ（46.3%）があげられる。人口は昭和50年の54万人をピークに約50年間一貫して減少しているにもかかわらず、若年層の転出を上回る人数の高齢層の転入がある。若年層の移住定住対策が必要である。

また、外国人宿泊客が、近隣観光地の箱根町では11.1%であることと比べ、熱海市は1.1%と10ポイントの開きがあり、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けての誘致活動が必要になっている。

Ⅲ 視察所見

熱海市の観光は「意外と熱海」というプロモーションコンセプトにそった、素朴な熱海をお客様に提供する事に徹していることが大きな特徴ではないか。海から山沿いにかけて、熱海の象徴的な高低差の激しい景観から湧き出るイメージは、やはりリゾート感覚につながっていると思う。

日光市もこのようなしっかりとしたコンセプトワークを取り入れて、二社一寺によるアドバンテージに頼るのではなく、圧倒的なイメージ戦略から観光につなげていくことをすべきではないかと感じる。熱海のリゾート感覚に対し、「避暑地と歴史」が混在した日光市において、滞在型の観光地を展開していくための素材は、あちらこちらに散らばっていると思う。