

令和元年度

観光産業建設常任委員会  
行政視察 報告書

令和元年 7月9日（火）～ 7月11日（木）

富 山 県 富 山 市  
岐 阜 県 高 山 市  
愛 知 県 犬 山 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

令和元年12月17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	令和元年9月9日（火） ～ 9月11日（木）	
視 察 目 的	・ ごみの減量化について	富山県 富山市
	・ 観光振興施策について	岐阜県 高山市
	・ 観光振興施策について	愛知県 犬山市
概 要	富山県 富山市	<p>*人口：418,045人 *面積：1,241.77km<sup>2</sup></p> <p>*特徴：富山県のほぼ中央から南東部一帯に広がり、富山湾から3,000m級の立山連峰まで多様な顔を持つ。北陸地方最大の工業都市で、北陸新幹線や伏木富山港、富山空港など陸・海・空の機能が充実している。2006年に日本初の本格的LRTである富山ライトレール、2009年に市内電車環状線開業、2015年に市内電車が新幹線富山駅に乗り入れ開始。富山駅での乗換利便性向上と、公共交通を軸としたコンパクトなまちづくりの実現を目指している。2015年4月に旧富山市と周辺4町2村が合併して、新「富山市」となった。</p>
	岐阜県 高山市	<p>*人口：89,208人 *面積：2,177.61km<sup>2</sup></p> <p>*特徴：岐阜県北部の飛騨地方の中央に位置する。2005年に9町村を合併し、国内で最も広い面積を持つ市となる。かつての城下町や商家町の古い街並みが残り、奥飛騨温泉郷や2つの国立公園など自然資源に恵まれる。2016年には「高山祭の屋台行事」のユネスコ無形文化遺産に登録が決定した。年間460万人以上が訪れる観光都市で、近年は外国人宿泊者数が50万人を超えるなど急増している。</p>
	愛知県 犬山市	<p>*人口：80,483人 *面積：56.92km<sup>2</sup></p> <p>*特徴：愛知県の北西部、名古屋市より北25kmに位置し、木曾川を挟み岐阜県に隣接する。1537年に犬山城が築城され城下町として発展し、現在も日本最古の天守をもつ国宝犬山城と往時の町割が残る。市の西部に市街地が形成され、名古屋市のベッドタウンになっている。木曾川や東部の丘陵地の一帯は飛騨木曾川国定公園に指定され、国の天然記念物であるヒトツバタゴ自生地があるほか、希少生物も生息し、豊かな自然が残っている。</p>

## ◆視察結果（個別票）

個別項目	ごみの減量化について		【富山県富山市】	
	視察先担当課	環境部 環境センター	添付資料	有 ・ <input type="checkbox"/> 無

### I 視察要旨

観光産業建設常任委員会は、所管事務調査事項として「ごみの減量化について」をテーマに設定し、調査研究を行ってきた。

日光市においては、平成30年4月より、指定ごみ袋制による家庭ごみの有料化を導入した。平成30年度の家庭系の燃えるごみの排出量は、有料化前の平成29年度と比べ20.8%減と、ごみ減量化に一定の効果が確認できた。

その一方で、平成30年度の事業系の燃えるごみの排出量は、平成29年度と比べ5.7%増となっており、課題も残している。

そこで、日光市におけるごみの減量化を更に進めるためにはどのような取り組みが有効であるか、富山県富山市にて先進地視察を実施した。

### II 事業の成果・課題

富山市では、第2次富山市一般廃棄物処理基本計画において「脱埋立都市とやま」を基本理念に掲げ、更なる循環型社会の推進を実現すべく、ごみ減量化に取り組んでいる。

#### 1. 富山市のごみ処理の現状

富山市近隣5市町村（富山市・滑川市・立山町・上市町・舟橋村）で構成する富山地区広域圏事務組合がごみ処理行っており、燃やせるごみは富山地区広域圏クリーンセンター（立山町）で、燃やせないごみは富山地区広域圏リサイクルセンター（富山市）で、それぞれ処理している。

また、平成14年に富山市が策定したエコタウンプランが国の承認を受け整備した富山市エコタウン（リサイクルに特化した産業団地）では、7企業の施設で廃プラスチック・生ごみ及び剪定枝・難処理繊維及び混合廃プラスチック・木質系廃棄物・使用済み自動車・廃食用油・焼却エネルギーなどのリサイクルを行っている。水銀使用製品（蛍光管など）を資源物として富山市が収集しているのは、このエコタウンの存在によるところである。

なお、富山市では生活系可燃ごみ処理の有料化は実施していないが、富山県内では富山地区広域圏事務組合加盟5市町村以外の10市町では有料化を実施している。

## 2. 富山市のごみ排出量の推移

生活系可燃物の排出量は、平成26年度が8万3,009トンあったが、右肩下がりに推移し、平成30年度は8万175トンと約3.5%減少している。事業系可燃物は平成26年度の4万123トンからほぼ横ばいに推移し、平成30年度は4万243トンとなっている。

資源物は生活系・事業系ともに横ばいで推移し、平成30年度までの5か年度平均で、家庭系5,000トン、事業系1万2,000トンとなっている。

集団回収を含む市民一人あたりの生活系ごみ排出量は、平成26年度が741グラムであったが、右肩下がりに推移し、平成30年度は707グラムとなっている。

## 3. 富山市の特徴的な取り組み

### (1) ごみの減量化・資源化の啓発

ごみの減量化・資源化の取り組みとして特徴的なものに、3R推進スクールが挙げられる。これは、幼少期・少年期からごみの問題に対する関心を高め、家庭や学校生活での実践行動や地域社会への奉仕活動を促すことにより、ごみの減量化・資源化への意識高揚を図る目的で行われており、幼稚園・学校等に出向き、園児・児童に紙芝居やクイズ形式などでわかりやすくごみ減量への普及啓発活動を行っている。平成30年度は小学校や幼稚園合せて82校(園)、4,188人に対し実施した。3Rスクールは実施から10年ほど経過し、今や市内ほぼ全ての小学校で、授業の一環として取り入れられている。

### (2) 資源物ステーションの開設

通常のリサイクル回収とは別に、1月1日～3日を除く土日祝日に市内8カ所の市有施設等に資源物ステーションを開設し、空き缶・空きびん・ペットボトル・プラスチック製容器包装・紙製容器包装・新聞・雑誌(雑紙)・段ボール・衣類・パソコンを含む小型廃家電・水銀使用製品の11品目の回収を行っている。

回収実績として平成30年度の利用件数が15万5,506件、回収量が2,219トンと、市民のニーズが非常に高いことが見てとれる。

しかし、平成31年4月末から令和元年5月初めにあった大型連休の際は、処理業者が休業となってしまったため、初めて日を限定して回収することにしたが、回収外の日には市民が資源物を持ち込んでしまい、敷地が資源物の山になってしまったため苦情が出たということで、今後の大型連休時の対応が課題となっている。

### (3) 生ごみリサイクル事業

市内にあるごみステーションのうち13カ所で、燃やせるごみとは別に生ごみを分別収集。回収した生ごみを富山市エコタウン内の施設でメタン発酵させバイオガスを生成し、バイオマスボイラーの燃料や発電用の電気エネルギーとして再利用し、ごみの減量化・資源化を推進している。

### (4) 可燃ごみ固形燃料化事業

資源集団回収で集められた衣類を富山市エコタウン内の施設に搬入し、固形燃料へのリサイクルを行っている。

### (5) 事業所に対し減量計画書提出を依頼

廃棄物を多量に排出すると想定される事業所に対し、減量計画書の提出を求め、ごみの減量化・資源化の意識啓発を高めるねらい。対象は、①事業用途面積が3,000㎡以上の特定建築物、②店舗面積が1,000㎡を超える大規模小売店舗、③OA用紙等が多量に排出されると思われる金融・証券・保険会社等、④可燃ごみが年間50トン以上排出される事業所としており、その事業所は482を数える。

各事業所から提出された減量計画書の結果（実績）を分析し、その内容を報告するとともに事業所を対象とした研修会を開催し、優良な取り組みの紹介や環境関係に関する講演などをおこなっている。

## Ⅲ 視察所見

富山市では富山市エコタウンの整備がごみの減量化・資源化に大きく貢献しており、資源化に関する取り組みが活発であった。大規模な施設整備は莫大な予算も必要なことから実現へのハードルは高いが、他市町との広域による整備運営なども一つの方策として考えられると言えよう。また、幼児・児童に対する3Rスクールの実施や事業所の減量計画書提出など、幅広い年齢層に対するごみ減量化・資源化への意識啓発がなされているなど、見習う点も多かった。

このような事例を参考にし、日光市にあわせた取り組みを行い、第2期日光市一般廃棄物処理基本計画に掲げる、効果的・効率的なごみ処理体制の構築が図られ、循環型社会の実現が現実のものとなる日が到来することを切に願う。

## ◆視察結果（個別票）

個別項目	観光振興施策について				【岐阜県高山市】	
	視察先担当課	商工観光部	観光課	添付資料	無	

### I 視察要旨

高山市の面積は2, 177. 61 km<sup>2</sup>（日光市は1, 449. 83 km<sup>2</sup>）と日本で一番広い市で、大阪府よりも広く東京都とほぼ同じ面積を有しているが、その大半は山林で、実に92. 1%（日光市は87%）となっている。北東には飛騨山脈（北アルプス）、南東には御嶽山、西には白山連峰と日本屈指の山々に囲まれ、また北に富山・金沢、西に白川郷、南に下呂温泉、東に長野・松本・上高地と観光名所のハブとして位置しており、このことが外国人観光客の多さに関係があると考えられる。

市域の広さや観光資源の豊富さなど、日光市と共通点が多い高山市の観光振興施策はどのようなものがあるか、調査研究に現地へ赴いた。

高山市の観光における魅力を構成する要素として、以下の3点が挙げられる。

#### 1. 美しい

歴史的文化資源として、春の日枝神社の山王祭と秋の桜山八幡宮の八幡祭の総称で、日本三大美祭の一つに数えられる高山祭が16世紀後半から続いている。また、古い町並みが中心地に2か所あり、国選定重要伝統的建造物群保存地区等に認定されている。酒蔵が6軒点在し人気のスポットであるが、しかしまだ観光客は少ないのが現状である。

東山寺院群は、伝統的建造物群の東側に位置し、欧米、フランス、スペイン、イタリアの人々がパンフレット片手に多数訪れていることから、寺社巡りのイベントで誘客を狙っている。

自然や温泉資源として、乗鞍スカイライン、飛騨山脈（北アルプス）、新穂高ロープウェイなど、自然を満喫できるスポットが点在している。

乗鞍スカイラインについては環境保全のため、平成14年からマイカーの乗り入れを禁止しているため観光客の減少につながっているが、自然環境を守る観点からやむを得ないことかもしれない。

伝統工芸品・飛騨の家具として、平成28年4月25日、高山市の申請した「飛

驒匠（ひだのたくみ）の技・こころ一木とともに、今に引き継ぐ「1300年一」が日本遺産に認定された。

## 2. 楽しい

四季ごとの資源・多彩なイベントとして、四季を通してキーワードを設定し、それに合った行事やイベントを行っている。

春：桜、花、新緑（ライトアップや桜祭り、水芭蕉、ラベンダーなど）

夏：緑、水（七夕祭り、温泉祭など）

秋：紅葉、味（そばまつり、紅葉のせせらぎ街道ドライブなど）

冬：雪、氷、酒（スキー、雪上ドライブクルージング、酒蔵など）

## 3. 美味しい

食文化として、飛驒牛、朴葉味噌、高山ラーメン、みたらしだんご、漬物ステーキ、地酒などさまざまな美味しいものがある。また、ヨーロッパのガストロノミー（美食）ツーリズムを、高山市では温泉ガストロノミーツーリズムとして考えている。

高山市で開催される朝市は宮川朝市（30店）と陣屋前朝市（20店）の2か所がある。朝7時から12時まで年中無休で開かれていて、輪島の朝市、勝浦の朝市とともに日本三大朝市のひとつともいわれている。

これらの三要素（美しい、楽しい、美味しい）は今回視察したほかの地域でも重要な役割を担っているものとしてとらえることができた。

なお高山市の観光消費額は、日帰り客7,500円、宿泊客3万5,000円である。

## II 事業の成果・課題

高山市では、第八次総合計画の中で「人・自然・文化がおりなす活力とやさしさのあるまち 飛驒高山」という目指すべき都市像を掲げ、平成27年から10年間のまちづくりの指針としている。

### 1. 観光における課題

- ・観光客のニーズや価値観の多様化に対応した「飛驒高山」ブランド力を高め、地域の魅力が伝わる観光地にする必要がある。

- ・人口減少などによる観光地間競争に対応するためにターゲットを明確にし、誘客宣伝を強化する必要がある。

- ・北陸新幹線の開業によるアクセス向上に伴い、滞在型・通年型の観光地としての

魅力向上を図る必要がある。

## 2. 具体的な取り組み

### 1) 観光関連団体等との共同によるターゲットを明確にした誘客宣伝

- ・ J R 駅での観光キャンペーン（3, 0 0 0 万円の予算計上）  
東京、横浜、三ノ宮、天王寺、名古屋等
- ・ J R 東日本との連携  
首都圏駅、びゅうトラベルサービス訪問  
びゅう商品造成「飛驒高山」（4 0 0 万円の予算計上）  
窓口担当者、商品造成担当者などの招聘（北陸新幹線開通後）
- ・ 観光説明会の開催  
北海道、東北、九州での誘致会議
- ・ 羽田空港での観光キャンペーン

### 2) 中部地方インフォメーションプラザ i n 京王新宿 出展

- ・ 飛驒高山コーナー
- ・ 観光パンフレット1 5 種類設置（多言語）など

### 3) 観光展（ツーリズムEXPOジャパン）出展

- ・ 世界最大級の旅の祭典、昨年は9月2 0 日～9月2 3 日の4日間  
前身の旅フェアから延べ2 0 年くらい出展している。来場者数は2 0 7, 3  
5 2 人。情報収集のほか、旅行会社とB t o Bインバウンド商談会「V I  
S I T J A P A N トラベル&M I C E マートに参加できる。

### 4) 滞在型・通年型の観光地づくり

- ・ 四季を通じたイベントの開催。  
主なものは、我楽多市・中橋ライトアップ・手筒花火打ち上げ・平湯大滝  
結氷まつりなど
- ・ 6月の閑散期にウルトラマラソンを開催。  
直接経済効果が1億8, 6 9 2 万円、波及経済効果が3億9, 6 2 8 万円。

### 5) 特色ある観光地づくり

- ・ ロケツーリズム テレビアニメ「氷菓」  
高山市が舞台となったアニメ、応援委員会設立の発起人は、市民である。市  
内の周遊バスをラッピングするなど様々な取り組みをし、経済効果は2 1 億  
円と試算している。
- ・ コンベンション開催支援

平成11年に「飛騨・高山コンベンションビューロー」が商工会議所内に設立され、平成12年から国際会議等に「高山コンベンション開催支援補助金」を交付している。平成24年度からはスポーツ大会、平成28年度からは大学等のゼミ合宿を補助対象に拡大。（短大が市内に1校ある）

- ・観光協会への支援

市町村合併後も高山市内の観光協会は合併されておらず、10か所ある観光協会をとりまとめる連絡協議会組織に対し、入湯税を財源とする総額1億円の補助金を交付している。

### Ⅲ 視察所見

高山市の観光客の傾向は日帰りと宿泊の割合がほぼ同じであるところが大きな特徴であると思う。そしてなんとといっても目に付くのは外国人観光客の多さである。今回、富山から列車に乗って高山市に入ったが、広い面積に対して山林の率が高いなどの特徴が日光市と酷似していることから、まるで足尾地域のわたらせ溪谷鐵道に乗っているような錯覚に陥るほど日光市とイメージが似ていた。しかし、駅を降りた瞬間から高山の強烈なインバウンドの取り組みが容易に想像できるほど、外国人観光客が大勢いて本当に驚いた。市の調査によると、その他を含めて17か国から高山を訪れているそうである。

外国人観光客の傾向を伺ったところ、外国の方々には高山市の古い町並みや北アルプスなどを目的に来るとのことであったが、その他にも高山市には四方に行き来ができるハブ的要素があることが重要なポイントだと感じた。

高山市には今回説明をいただいた観光課とは別に海外戦略部という部署があり、5年前は外国人観光客の宿泊者数が約25万人だったのが5年で約50万人に増えたことは、高山市の魅力もさることながら、四方八方にある近隣の都市の観光素材の力をうまく取り込んで宿泊につなげているのではないかと感じられた。もちろん高山の古い町並みは素晴らしいものであった。

## ◆視察結果（個別票）

個別項目	観光振興施策について			【愛知県犬山市】
	視察先担当課	経済環境部観光交流課	添付資料	無

### I 視察趣旨

日光市の観光の強みは、「二社一寺」を中心とした世界遺産、雄大な自然や温泉などの豊富な観光資源、高速道路や2つの鉄道路線で東京から2時間圏内という、立地的な条件が良いことにある。

そのことから、かつては修学旅行などの多くの団体客を中心に「宿泊を伴う観光」に支えられていたが、近年では「日帰り」での個人客や外国人旅行者が中心となる観光形態に変化している。

また、鎌倉や箱根、軽井沢など東京近郊の競合相手の増加や、効果的なマーケティング不足により、低迷している入込客数を、日光市の持つ「好立地と豊富な観光資源」をさらに活性化し、東北や東京からの周遊ルートに組み込ませながら、いかに「宿泊を伴う観光」へと変化させていくのが今後の課題である。

これを受けて、当常任委員会の所管事務調査事項である「稼げる観光」対策について、力を入れている先進的な自治体として、愛知県犬山市の調査及研究を行った。

犬山市は、名古屋市からの立地、人口規模、国宝犬山城を中心とした江戸時代のままの中心市街地の配置、鉄道路線、モンキーパークや明治村などのテーマパークの内容まで、極めて日光市の観光条件と類似しているが、日光市と異なる大きな点は、平成15年に実施を始めた「街並み再生事業」により、劇的に観光客が増加しているということにある。

また、劇的に観光客が増加したことによる「さまざまな問題」も、日光市と同様の問題を抱えていることから当委員会の視察候補地となった。

#### 1. 「稼げる観光」とは何か？

元地方創生大臣の講演の中で、観光で成功している自治体には「4つの要素」と「2つの条件」があると解説していた。

- ① 美味しいメシと美味しい酒があること
- ② 歴史と文化があること

③ 春夏秋冬の四季がはっきりしていること

④ 便利な交通手段があること

また、

①「いつでも どこでも だれにでも」ではなく、

②「いまだけ ここだけ あなただけ」のサービスがあること。

これらの要素や条件をもとに、犬山市の視察結果から、日光市の観光振興施策を検討していく。

## II 事業の成果・課題

現在、多くの観光客であふれかえっている、犬山観光の中心である犬山城城下町のメインストリートである本町通りは、犬山駅東口に開業した大型ショッピングセンターの影響により、平成元年頃はシャッター通りと化していた。

そのような寂れた街並みを、どのようにして江戸情緒豊かな城下町へと再生し、観光客を増加させるようなプロジェクトを地域一体の努力により立ち上げるなど、人気の観光地へと変貌させていった犬山観光の現状と課題をまとめた。

### 1. 観光の現状について

さまざまな数値が増加傾向にある。

#### (1) 国宝犬山城の登閣者数

平成15年の年間20万人から、平成30年の年間61万人へ増加。

#### (2) 城下町を歩く人の数

ある店舗前のある期間の週末において、平成27年の3千人から、平成30年の6千人へ増加。

#### (3) 城下町の店舗数

犬山キャンペーンの参加店舗が、平成19年の39店舗から、平成30年の154店舗へ増加

#### (4) 公共駐車場の利用台数

平成17年の6万3千台から、平成30年の16万6千台へ増加。

### 2. 観光資源について

#### (1) 国宝犬山城

日本最古の木造天守閣で、国宝指定されている現存天守は4城しかない。

特別会計に2億6千万円の「犬山城費会計」がある。

## (2) 犬山祭

1635年から続く、ユネスコ無形文化遺産に登録された歴史あるお祭り。

## (3) 木曾川うかい

約1300年前に起源を有する鶺鴒の鶺匠は、全て犬山市職員である。

特別会計に約7千万円の「木曾川うかい事業費会計」がある。

## (4) 歴史文化資源：世界かんがい施設遺産認定のため池「入鹿池」、「石上祭」

## (5) 観光資源：野外民族博物館「リトルワールド」、博物館「明治村」

「日本モンキーパーク」「日本モンキーセンター」

### 3. 観光施策について

犬山市が観光で成功した原点は、当時の市長と地域の力によるものである。

#### (1) 都市計画道路の見直し

犬山市は、シャッター通りと化した中心市街地を再び活性化するために、道路を拡張して新しい人と車の流れをつくり、城下町風の商業施設を中心にした街づくりを推進する官民一体の組織を平成6年に設立した。しかし、それによって、「歴史的な建造物が消えてしまうことを危惧」した反対派の組織も発足し、平成7年の市長選挙において、争点の一つに取り上げられ、拡張反対派の市長が誕生した。

しかし、すでに国が認定し着手段階まで進んでいた都市計画道路であったため、拡張の見直しに対して国や県の反対はすさまじく、争いは長期に及んだが、平成13年に計画はついに変更された。

#### (2) 空き店舗の活用

都市計画道路の見直しにより、古い街並みを生かした城下町再生への取り組みが始まった。平成15年に、中心市街地活性化法に基づいたTMOとして、犬山市と地元企業が出資をした「犬山まちづくり株式会社」が設立された。

この会社は、主に2つの事業を行った。

##### ① 空き家・空き店舗の活用

犬山まちづくり会社は、滋賀県の長浜市の街づくり再生事業を参考にしながら、城下町の風情を意識した改装を行い、サブリース方式によりテナントに貸して、初期投資を長期間で回収するというビジネスモデルにより、物件の所有者の安心と信頼を得た。

この結果、民間でも街並みを活かした不動産開発が進み、中心市街地が江戸情緒豊かな城下町へと再生していった。

## ② さまざまなイベントの開催

「ビールまつり」「ドイツワインまつり」などのお祭りをまちづくり会社で開催していたが、平成22年からは、一般市民が街づくりに参加できる「犬山城下町まちづくり協会」を設立し、運営を移管し、新しく「カルフォルニアワインまつり」を開催するなど、地域の一般市民が協力してお祭りを盛り上げている。

## (3) 名物グルメの開発

犬山市の郷土料理として、昔から豆腐の田楽が親しまれていたが、豆腐の田楽だけではインパクトに欠けるということで、新しい名物グルメの開発が必要不可欠だった。そこで「串に刺さっていれば何でもOK」というルールを作り、今では伝統的なものから奇抜なものまで誕生し、50種類程度の「串グルメ」が販売されている。

## (4) 名鉄とのキャンペーン

まちづくりの会社が城下町を整備する一方で、名古屋鉄道、JTBなどの旅行会社出身者が運営する犬山市観光協会と犬山市が三位一体となり、平成19年から「犬山キャンペーン」を展開した。このキャンペーンは、地元の人々を巻き込み、様々な企画やイベントを考え「街歩き」を通して犬山の楽しみを提案している。

## (5) 歴史ブーム

平成17年頃の「歴女」、平成19年の「彦根城築城400周年とゆるキャラのひこにゃん」、平成21年の「名古屋開府400周年」などのブームに乗った。

## (6) SNSの活用

前述のように、まちづくり会社の活動や犬山キャンペーンなど、地域が一体となったまちづくりの努力が実り、城下町に賑わいが戻ってきたが、この数年の観光客の伸び率が特に増加している。

これは、串グルメや神社の絵馬など「カワイイ」が話題になり、まずこれらの写真がインスタグラムやツイッターなどに投稿され、それを目当てに来た観光客がまた新しい写真をこれらのSNSに投稿し、それが話題となってテレビ局が取材に来るのでさらに話題になる、という好循環を生み出していると思われる。

#### 4. 観光の課題について

##### (1) 住民と観光との共存

- ① 観光車両の交通渋滞が発生し、地元住民の生活に支障を来している。  
新しい駐車場の整備や民間の空きスペースを駐車場として活用する必要がある。
- ② ごみのポイ捨てなどにより、環境が悪化している。
- ③ 観光客による住居への立ち入りが発生している。  
警備員を配置する場合もあるが、予算的に困難である。

##### (2) 「観光」の多面化・多様化

犬山を訪問する観光客は、名古屋から近いこともあり「日帰り」の観光客が多いことから、一部地域に集中する傾向にあるため、体験型観光コンテンツを作るなど、他の観光資源に裾野を広げる取組みを行っている。

##### (3) 「観光」を「産業」に

市内全域で観光に対する魅力を高め、観光産業に関わる人を増やし、「観光」を「産業」として育てることが必要である。そのためには、行政だけでなく、市民や事業者など、さまざまな人や団体と連携していく必要がある。

犬山市は、「稼ぐ観光」を目的に、「観光の基幹産業化」を目指している。

### Ⅲ 視察所見

犬山市が抱えているさまざまな観光問題は、日光市の状況と同様の問題である。

以下では、日光市の課題を考える。

#### 1. 地域住民と観光との共存

##### (1) 渋滞問題について

二社一寺周辺に集中する渋滞の原因は、満車時にほぼ「行き止まりとなる」駐車場の存在が、神橋周辺の深刻な渋滞を引き起こしている。その渋滞の問題を解決することが、日光の観光再生につながり、車の利便性を上回るような公共交通の創設がそのカギとなると考える。

- ① 霧降周辺や清滝周辺からのパークアンドライド・ウォークを案内する

犬山市は犬山城に向かう導線を、一方向から多方向へと分散させることにより、車と人の流れを変える工夫をしている。日光市も二社一寺周辺駐車場が満車時に、現在試験的に行われている霧降方面の迂回だけでなく、清滝方面への車の流れを作ることを考えるのも良いと思う。このことにより、観光客

の流れが二方向となり、商店の活性化につながると考える。

## ② 日光駅から二社一寺までを歩かせるような街並みを創る

犬山市や伊勢市のように、最初は街の一部からでも良いので、空き家や空き店舗を利用し、「昭和」や「江戸」の街並みを再現した飲食店や土産物横丁を再現し、観光客を歩かせるような工夫を考える。

## (2) 観光ごみの問題

観光立国は経済再生のカギであるが、お金を落とさない「ゼロドルツーリズム」や「過剰な観光客は公害であるオーバーツーリズム」は、税収に見合わない公共投資を招き、観光亡国となる可能性さえある。

当然、宿泊者を含む観光入込客数が増加すれば、観光客が排出する事業系のごみは増加する。そこで、日帰りを含む観光客にも経費の一部を負担してもらうような、新たな財源の確保を検討する余地があると考えます。

## 2. 「観光」の多面化・多様化

日光市も世界遺産に頼らない、量から質への転換など、他の観光資源に裾野を広げる取組みを行う必要がある。

### (1) 食による日光ブランドの育成

よく「日光の夜は早い」と耳にするが、中心市街地に、夜まで営業している飲食店の少なさと、ご当地グルメの無さが、宿泊客を宇都宮や東京に奪われているという致命的な原因となっている。これは、犬山市でも同様の問題を抱えていて、「いかに観光客を夜まで滞在させるか」が大きなカギとなる。

日光でも地元の食材を使用した、「日光グルメ」の開発は急務であり、夜まで営業している飲食店街が、日光各地に創設されてくると「泊食分離」が促され、宿泊業や飲食業者などの関連業者の活性化につながると考える。

### (2) 日光市観光協会の根本的な改革

昨年からは常任委員会が視察してきた観光で成功している市では、必ずと言っていいほど、観光協会に大手旅行会社出身の職員が5名以上在籍している。広大な面積と多様な観光資源を有する日光市を一元的に管理し、統一的にPRするには、観光のプロである職員集団が必要であると考えます。

いま、日光市は根本的な観光施策の見直しの岐路に来ていると感じる。