

政務活動費活動報告（視察）

- (1) 出席者（会派名・個人名）
公明党彦根市議団 上杉 正敏・中野 正剛
- (2) 実施日：
令和5年10月23日

【1. 調査の目的】

- (1) 本市における現状
令和7年に開催される国スポ・障スポ後の陸上競技場やプロシードアリーナの有効活用が期待されている。
- (2) 本市における課題
上記のスポーツ施設をどのように有効活用して彦根市の活性化に貢献していくか様々な角度から検討していく必要がある。
特にプロシードアリーナは市の財政に負担をかけないで市民に活用してもらう施設にしていく必要がある。

【2. 調査地選定理由】

- (1) 調査項目
大きな大会が終了した後の施設の利用方法を調査する。
- (2) 選定地1：
さくらオーバルフォート

【3. 調査結果】

- (1) 内 容
さくらオーバルフォートはラグビーワールドカップ2019年の会場となった熊谷ラグビー場に隣接したエリアに、埼玉県ラグビーフットボール協会が、公園の利便性向上やスポーツ振興等に資することを目的に公園の一部に施設の設置及びエリア全体の管理を行うことの許可を埼玉県からうけ建設したもの。
国内屈指の熊谷ラグビー場に加え管理棟、屋内運動場、グラウンド、宿泊棟といった設備を備えて、公費34億9千万円をかけて建設され、世界に発信できるラグビーパークとなることを目指している。（図1参照）
これは埼玉県の施設である熊谷ラグビー場のRWC2019後の活用とRWC2019の開催都市として、RWC2019後のラグビータウン熊谷の推進と埼玉県ラグビーフットボール協会と群馬県太田市に拠点を構えていたパナソニックワイルドナイツがプロ化を目指して事業化できる施設を探していた思惑が一致したものである。



図1： 「熊谷スポーツ文化公園全体図」と「さくらオーバルフォート」

宿泊棟「PARK WING」は客室、レストラン、研修や宴会などに使える会場、浴室を備えていた。宿泊料金はボックスベッド（3,000円）からプレミアム室（20,000円）程度まで揃えており、小中学校の合宿から社会人の本格的な合宿に対応できるようになっており、グラウンドを見ながらテラスバーベキューもできるようになっていた。また、会場は見学した時には同窓会の宴会場として使用されていた。

管理棟は埼玉パナソニックワイルドナイツのクラブハウスとなっており、トレーニング室、ロッカールーム、ミーティングルーム、浴室、食堂などが整備されていた。

また、管理棟の奥には684㎡の人工芝の室内運動場があり、高さも最大8mあり、ラインアウトの練習も可能となっていた。

(2) 考 察

これは埼玉県と熊谷市そして民間のパナソニックの思惑が一致してできた施設で、彦根市民の感覚ではすごいなと思うしかなかった。

宿泊棟はラグビーだけでなく、学生たちの合宿施設として、市民のレストランとして、また、大型の駐車場もあることから、トラック運転手の休憩場所としても利用されて平日の利用にもつながっているとのことだった。

管理棟・室内運動場は埼玉パナソニックワイルドナイツのクラブハウスとして本格的なプロ選手が使用する施設となっていた。

熊谷ラグビー場は 24,000 人収容のラグビー場で以前は 20,000 人程度の観客があったが、コロナの影響で大きく減少し、最近再び回復してきている。

話を聞いていると、やはり首都圏に近いという地の利があるからここまで思い切った設備投資ができるのだと思う。ラグビー場の収益は現在、赤字で県が補助を出していた。

彦根市でも国スポ・障スポ後のプロシードアリーナをどう活用していくかは大きな課題となると思われる。

新しい中部図書館もでき、まさに彦根市の文化とスポーツの新拠点になる施設となっていくことは間違いない、これをどう発展させてあらゆる用途で使われる施設にして、赤字を出さないプロシードアリーナに育て上げることが、今後の彦根市発展にもつながると思うので、今までの県や市のスポーツ施設の常識を破ったような使用例があれば今後も積極的に視察に行ってみ識を深めたい。



パークウイング玄関と食堂から見たグラウンド



クラブハウスと更衣室



熊谷ラグビー場

政務活動費活動報告（視察）

(1) 出席者（会派名・個人名） 公明党彦根市議団（上杉正敏・中野正剛）

【1. 調査の目的】

- (1) 本市における現状 彦根城を中心とした観光戦略
- (2) 本市における課題 世界遺産登録に頼らない観光戦略

【2. 調査地選定理由】

- (1) 調査項目 熱海観光の現状について
- (2) 選定地：静岡県熱海市
説明者：熱海市役所 観光建設部次長 立見 修司氏

【3. 調査結果】

(1) 内 容

熱海市は古くは江戸幕府初代将軍の徳川家康が熱海を湯治で訪れ以来現代に至るまで温泉のまちとして栄えてきました。明治・大正時代に入ってから、政財界や皇室そして文豪もこの温泉のまちを訪れるようになりました。また、一般庶民においても昭和に入って国鉄が通るようになりそれに合わせて熱海駅ができたことにより身近に来れるようになりました。

高度成長期においては、関東をはじめ全国からも新婚旅行や会社の慰安旅行などで大変な賑あいでありました。ピーク時では500万人の宿泊者がありましたが、バブルが弾けコロナ禍においては、150万人まで落ち込んだそうです。熱海市は元々面積も小さく平野部が少ない所で人口も昭和40年の5万4千人がピークでした。現在は3万4千人で令和27年推計では2万1千人になる見込みです。産業と言っても観光業が中心で約8割の方が観光関連事業に従事しているとの事です。

熱海市の財政を見ますと市税が税収の4割を占め地方交付税は1割未満であります。市税の中でも固定資産税が5割を占め全国でも唯一徴収されている「別荘等所有税」も6%入っています。また、別荘を所有されている者からも入湯税を徴収しているのが特徴であります。現在の宿泊者数はコロナ禍前の約8割まで回復してきたそうです。コロナ禍での経済損失は1000億とも言われています。

これからの熱海市における観光産業をこれまで以上に発展させる為、色々な角度で取り組まれています。その一つに熱海市観光基本計画を2007年に策定され長期滞在型の世界の保養地を目指して来られました。2021年には変化しつつける温泉観光地熱海をコンセプトに将来のリピーター層に想起される新・熱海ブランドの構築や市内回遊性の向上と伊豆箱根エリアにおける観光ハブ拠点化による新たな来遊客の創出を目指しておられます。

冒頭でも述べましたように熱海市は高速道路や新幹線の停車駅として利用されてきましたでしたが、全国的に高速道路の整備や新幹線の延伸で熱海市にいられていた顧客がそちらの温泉地に流出しているのが現状です。そこで熱海市では、温泉地の売りだけにとどまらずロケの支援やメディアプロモーションにも力を入れておられます。市の職員が自ら AD（アシスタント・ディレクター）になりメディアを生かして頑張っておられます。2013年には熱海市シティプロモーション基本指針を策定し、観光ブランド・プロモーションに力を注いで来られました。その一つに旅行会社の JTB とタイアップがありまして、熱海の四季ごとにコンテンツを深め誰に何を進めるかを示す手法も取り組まれて来ました。これらは「意外と熱海」プロジェクトとして観光に関する各種団体や企業と連携を取りながら首都圏を中心とした多様な観光客の誘客に取り組んでおられます。また、民間主導の取り組みにも力を入れておられます。リノベーションスクール熱海の創設や ATAMI2030 会議を設けて将来の熱海観光を見据えています。

最後になりましたが、熱海市では熱海型 OMO 及び観光目的税（宿泊税）への導入を目指しておられます。宿泊税については、令和4年11月に行財政審議会へ宿泊税諮問をしているところです。

(2) 考察

冒頭でも述べましたように、熱海市は古くから温泉地として栄えてきたまちでありました。面積も大きくなく人口も彦根市の3分の1以下です。観光業が主である為観光人口が減れば市の財政にも大きく影響してきます。今回の視察を通じて一番強く感じたのは、市の職員をはじめ観光に関連する業界が、必死になって色々なことに取り組んでおられることでした。従来の熱海市は、交通の利便性や温泉地であることに甘んじておられていたと思います。全国的に交通の利便性がよくなれば当然そちらに客も奪われてしまうのです。そこで、熱海市では、観光に関連する企業や団体と連携を取り民間型主導の観光誘致に力を入れて来られたことが、現在の熱海市観光にあると感じました。

彦根市でも映画やテレビ等の撮影誘致を図ったりひこにゃんを生かしての観光誘致を進めていますが、やはり彦根城に頼っているところが本音であると思います。熱海市のように彦根市においても湖東・湖北圏域や滋賀県域を巻き込んで将来の彦根観光を目指してほしいと強く感じました。その為にも我々議会人も行政や各種団体と風通しの良い環境で彦根観光の将来の展望を見つけていきたいものです。