

## 政務活動費活動報告（視察）

- (1) 出席者（会派名・個人名）  
彦根市議会 会派 夢みらい  
出席者 矢吹安子、森田 充、小川吉則、戸崎克司
- (2) 実施日： 10/23(月)

### 【 1. 調査の目的】

- (1) 本市における現状  
2025 年度国スポ、障スポに向けての開催準備期間
- (2) 本市における課題  
2025 年度国スポ、障スポに参加する選手、関係者の方々の受け入れ体制  
選手、関係者、観戦者等の宿泊施設が不足している課題

### 【 2. 調査地選定理由】

- (1) 調査項目：スポーツ観光都市熊谷市における官民連携の取組み
- (2) 選定地 1：埼玉県熊谷市『さくらオーバルフォート』

### 【 3. 調査結果】

- (1) 内 容  
2021 年 9 月、ラグビーにフォーカスしてスポーツの様々な楽しみが集約された、国内初の複合施設『さくらオーバルフォート』が誕生しました。  
この施設は、ラグビーワールドカップ 2019 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の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受け建設したものである。
- (2) 考 察  
国内屈指の熊谷ラグビー場に加え管理棟、室内運動場、グラウンド、宿泊棟といった今回新設された施設で、それぞれの事業者が新たな価値の創出を念頭に意欲的な活動を展開することで新たに生まれる、「スポーツをする、観る」「泊まる」「食べる」「買う」「集う」「学ぶ」「創造する」等の魅力的な機能を生かして、このエリアを活気と賑わいにあふれ、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。  
特に、参考となったのが、彦根市における 2025 年国スポ、障スポ開催の課題のひとつが宿泊施設不足である。熊谷スポーツホテルでは、異なる 2 タイプのボックスベットゾーンが合計 137 台あり、学生・社会人の合宿の他、ビジネスマンの方々も利用できるようになっている。

しかも、宿泊費が 3,000 円～4,000 円と安価で、運送会社の大型車運転手や観光バスの運転手も利用されることから、季節問わずに安定して多様性のある利用者が、人気の宿泊施設となっている。大規模なスポーツ大会後も多様性のある宿泊施設は、彦根城世界遺産を目指す観光産業にも有効であり、継続的に利用者を見込めるものと思われる。

## 政務活動費活動報告（視察）

(1) 出席者（会派名・個人名）

夢みらい 小川吉則 森田充 戸崎克司 矢吹安子

(2) 実施日： 令和 5 年 10 月 24 日（火）

### 【1. 調査の目的】

(1) 本市における現状

観光による来訪者数は、新型コロナウイルス感染症の影響で激減し(2020 年度の対前年度比は 58%、90 万人)、飲食や物販など関連する産業も極端な不振に陥った。現在は回復傾向にあるものの、以前のようなインバウンド需要はなく、コロナ前までには戻っていないのが現状である。

(2) 本市における課題

来訪者から彦根の印象を聞くと、一定の充足度はあるものの「彦根に行った」で帰結してしまっており、リピート意識につながっていないという意見が多い。今後における本市の観光戦略の展開においては、彦根でしか味わえない「彦根らしさ」を再構築し、「本物の彦根」を来彦者に体現してもらえるような新たな施策が必要である。2025 国スポ・障スポに向け、待ったなしで課題整理と解決への施策展開が迫られている。

### 【2. 調査地選定理由】

(1) 調査項目

観光振興施策の展開について

(2) 選定地 1： 静岡県熱海市

観光立国である熱海市を視察し、観光施策における苦境の歴史を乗り越えられた経緯とその対策について学習し、本市の参考とするもの。

### 【3. 調査結果】

(1) 内 容

場所 熱海市役所議員会議室

説明者 熱海市観光建設部立見次長

熱海市の市勢概要から

- ・ 人口は約 35 千人で高齢化率が 48.7%であるが、2045 年推計値ではそれぞれ 22 千人と 55.5%である。産業構造は、宿泊業や関連する小売業など観光に特化する業種が重きをなしている。
- ・ 温泉施設が約 300 あり、令和 4 年度決算では一人当たり 150 円の入湯税収入が 3 億 5762 万円であった。入湯税は温泉利用者に課すもので、15 歳以下は免除されているものの市民からも徴収している。
- ・ 別荘等所有税の 5 億 2944 万円は熱海市独自の税であり、総収入の 1 割を入湯税と別荘等所有税で占めている。

熱海市の観光の歴史から

- ・ 天与の温泉と海山の景観美から江戸時代に「熱海ブランド」が確立し、憧れの地として人気を博するようになり、明治期からは幾多の文豪たちが訪れる地となった。

- ・その後、首都圏から気軽に来れる温泉保養地として発展してきたが、昭和末期から陰りが見え始め、バブル期以降はリゾートマンションの建設ラッシュとなった。
- ・熱海はおじさんたちの慰安旅行というイメージが定着しており、家族連れや若者たちから敬遠される中、職場単位の慰安旅行もニーズが激減したこともあって、市税収入は年々減り続け、財政バランスの不均衡により財政再建団体への危惧が顕著になった。

#### 熱海市の観光再建施策から

- ・平成 18 年 12 月 5 日に市長は財政危機宣言を表明し、観光施策の見直しと新たな戦略に取り組むこととした。
- ・熱海市は観光以外に際立った産業がなく、観光業が衰退したら熱海の発展はないことを市長以下再認識し、市役所が一丸となって取り組むこととした。
- ・令和 3 年 6 月に観光振興条例の制定と同時に観光基本計画が策定され、長期滞在型の世界の保養地、変化し続ける温泉観光地及び「首都圏」顧客支持率ナンバーワン温泉観光地を三つの柱として各施策に取り組むこととなった。
- ・現在は、一人一泊 200 円を課す宿泊税条例も検討されている。

#### 観光経済課山田久貴氏の取組から

- ・山田氏は熱海市観光の独自施策を担当したキーパーソンである。
- ・山田氏の人件費以外のコストは一切かけず、予算ゼロ担当者一人ですべての案件に対応し、政策サイトの構築に至った。
- ・熱海の地域ブランドの発掘と商品化の構築に成功し、観光客が増加に転じる起因となった。
- ・山田氏の後継者として、地域協力隊 2 名の職員が新たに採用された。

#### 熱海市の展望から

- ・熱海に真のリゾートランドを建設し、日本版ハリウッドにしたい。
- ・バラエティー番組のロケ地としての需要が多いことから、さらに発展して街中でロケが行われていることが当たり前になるようなまちにしたい。
- ・日本を代表する観光保養地としての地位を確立し、流行や景気に左右されないようにしたいと話された。

## (2) 考察

熱海市は観光に特化されたまちであり、首都圏に近いこともあって知名度も高く、それゆえに時代の流れや社会風潮によって市の財政が直接左右されるという危険性を持った都市である。熱海観光が危機を迎える時代があったが、今はまさにそれを乗り越えようとしており、担当者の意気込む姿勢が感じられた。ターゲット層を若い女性に置き、花、食、スイーツを前面に打ち出したことによって、女性客の増加を獲得した。また、イベントの開催にも敏感で、花火大会の開催で 5 千人の宿泊者を見込めることがわかると、開催の回数を年に 18 回にまで増やしている。

一方、本市においては、観光による依存度が熱海市ほどでなく、コロナ禍による観光の低迷も彦根市全体の財政を揺るがすほどには至らなかった背景がある。しかし、観光産業は本市の基幹産業の一つであり、今後においても最も力を注がなくてはならない産業でも

ある。熱海市が取り組まれている「ターゲット層を若者や女性に置いたおしゃれ感のあるまちづくり」、「流行や一過性の人気に左右されない地域ブランドの確立」、「日本版ハリウッドやロケ地としてのさらなる活用」などは本市においても大いに参考になり、今後の施策展開において同様のキーワードになってくることが想定される。また、議員間や職員間だけではなく、市民を巻き込んだ話し合いの場は、熱海市の事例を見ても明らかなように非常に重要であると感じた。今回の視察を通して、観光施策についてさらに真剣に取り組む必要があることを痛感した。

記録 矢吹

以上