

平成27年12月17日

宗像市議会

議長 吉田 益美 様

建設産業常任委員会

委員長 小島 輝枝

所管事務調査（行政視察）報告書

本委員会は、下記のとおり行政視察しましたので、宗像市議会会議規則第110条の規定により報告します。

記

1 期 日

平成27年11月10日～11月12日（3日間）

2 視察地及び調査事項

- (1) 三重県志摩市（11月10日）
 - ・観光施策について
- (2) 三重県伊勢市（11月11日）
 - ・観光施策について
- (3) 三重県鳥羽市（11月12日）
 - ・アサリの養殖について

3 調査内容

概要は以下のとおり。資料は議会事務局に保管。

◆ 三重県志摩市（人口5万3千人、面積179.63km² [H27.6.1現在]）

【市の概要】

平成16年10月に志摩郡浜島町・大王町・志摩町・阿児町・磯部町の5町が合併して誕生。県の東南部に位置し、全域が伊勢志摩国立公園に含まれる。古くから海の幸を都に献上する「御食つ国」として知られており、温暖な気候や地の利を生かした水産業・農業や観光業を中心に発展。

平成27年度一般会計予算：255億8,587万円

【調査事項】

[観光施策について]

1 観光推進体制、連携体制の構築

- (1) 地域総合力による官・民・市民が一体となった観光推進体制の構築
 - ・オール志摩観光推進ネットワークの確立
- (2) 広域連携による誘客
 - ① インバウンド、関東・関西マーケットなどを対象に戦略的に展開
 - ② 連携体制の継続、連携強化、新規連携によるPR・誘致活動

2 観光協会の強化

- (1) 観光協会の資源の集中と選択、将来ビジョンの明示、本部-支部間の運営ルールの統一、徹底
- (2) 観光協会の事業実施、事業会社化の検討
協会主導による事業推進（着地型旅行事業、人材派遣、営業代行など）

3 インバウンド観光の取り組み

- (1) 受け入れ施設との連携について
 - ① 市内受け入れ施設の拡充
 - ・インバウンド受け入れの提案、勉強会の開催（主に宿泊・観光・飲食施設が対象）
 - ② ゲスト受け入れフォロー
 - ・大型団体、インセンティブツアー、視察旅行などのフォローが必要なゲストのアテンド
 - ③ 定期情報発信

- ・観光事業者（主に会員）へのインバウンド情報発信
- (2) 商品造成について
 - ① 志摩魅力プラン
 - ・志摩市の観光、宿泊を目的にした新プランの開発（団体旅行・個人旅行）※食、体験、自然、民泊、ゴルフ、観光がキーワード
 - ② 広域連携の周遊観光プラン
 - ・三重県だけではなく、他エリアと組み合わせたコースの造成
※南紀周遊、関西周遊、伊勢湾周遊、ゴールドルートなど
- (3) 誘客営業について
 - ① 現地旅行社への企画提案
 - ・アジアを中心とした現地有力AGT（エージェント）への継続的なセールス
 - ② 国内LO（ランドオペレーター）への企画提案
 - ・首都圏、関西圏、中部圏を中心としたLOへの継続的なセールス
 - ③ 市内事業者との同行セールス
 - ・事業者セールスのフォロー、AGTによる効果的な誘客を図る
 - ④ 各エリア、団体との連携
 - ・三重県外客をはじめとした各エリア団体との連携
 - ⑤ 商談会・意見交換会等への参加
 - ・セールス及び情報収集の効率化
 - ⑥ ファムトリップ等の受け入れ
 - ・AGT、メディア関係者、ブロガー等による地域魅力の発信、誘客
- (4) 情報発信について
 - ① 外国人向けのホームページの制作
 - ・外国語版ホームページの新設、中国語、ハングル、英語での案内
 - ② 国内外への情報発信
 - ・地域の魅力、ニュース、プランなどの情報発信
- (5) その他
 - ① 市内関係機関との連携
 - ・スポーツコミッション、里海ツーリズム、特産品開発等との連携
 - ② 国内誘客の強化
 - ・協会事業との連動、商品造成、営業活動、空室情報発信など

4 伊勢志摩サミット開催に向けての観光集客の取り組み

- (1) 外国人観光客おもてなし推進事業補助金
 - 伊勢志摩サミット・東京オリンピックなどを契機とし、市内への外国人観光客の誘致促進を図るため、多言語化整備やWi-Fi整備をはじめとした外国人観光客の受け入れ環境整備・誘客活動にかかる費用の一部を負担（期間：平成27年9月～平成28年3月、上限額：20万円）
- (2) 伊勢志摩サミット市民会議の設立
 - ① 開催地に相応しい環境の整備
 - ② 観光地「志摩」の世界への発信
 - ③ サミット開催を契機とした志摩づくり
 - ④ 伊勢志摩サミット、三重県民会議との連携

5 志摩市地域ブランド戦略の取り組み

志摩市の優れた地域資源を志摩市地域ブランドとして認定するために必要な事項を定める。

- (1) 志摩ブランド認定事業
 - ① 平成13年度 三重ブランド認定制度
 - ② 志摩市の特産物「的矢かき」「あわび」「伊勢えび」「真珠」
 - ③ 平成15年度「ひじき」
 - ④ 平成19年度「あおりふぐ」
- (2) 志摩市商工会の商品開発
 - ① 平成20年度「あおさ醤油」
 - ② 平成21年度「伊勢志摩真珠クリーム」
 - ③ 平成22年度「きんこ焼酎」
 - ④ 平成23年度「志摩いつきさば」

【所感】

- ・専属のインバウンド担当者が主導して意思決定できることから、本気度を感じ、今後有効な施策が打てるであろう。決定権を持ち、コーディネートができる専属の責任者が本市に最も必要である。
- ・インバウンド観光に力を入れているのに、FIT（個人手配の海外旅行）をターゲットにしているのに、グループビジネスのみを狙っていることについては疑問を感じた。伊勢と志摩が協力するのであれば、もう少し

違う形でアプローチができるのではないかと思う。

- ・入り組んだ海岸線と深い山の景色は素晴らしく、これが観光資源としての自然だと感じた。本市が自然豊かとは言い難くなった。
- ・志摩市地域ブランド認定事業は、生産者と加工、流通、観光業者が連携し、「志摩らしさ」を中心に審査項目を明確にし、魅力ある商品開発に力が注がれていた。本市も新たな商品開発や6次産業化に努力しているところだが、いかに宗像らしい魅力を出していくかが課題だと感じた。
- ・「里海創生」、「御食つ国・食/海女」、「テーマパーク」、「スポーツ」、「癒し・温泉」の5つの志摩の魅力、特徴を明確にしている。観光振興計画で官・民・市民が一体となった推進組織を構築し、市、観光協会、スポーツコミッション、商工会、旅館、ホテル、観光事業者、市民の役割を明確にし、観光施策に対する責任の所在を明確にしている。
- ・観光対象をインバウンドで韓国・中国・台湾の関西圏の訪問者に着目し、観光施策の目的、目標、それに対する緻密で志摩市独自の具体的な計画が立案されている。観光に対して互いが競合するのではなく、互いの特徴を引き出し連携ができていく。市が他県、他市との広域連携、民間の手法を積極的に活用できていることが宿泊客数増加、市民力を引き出すことにつながり良い効果を生み出していると考えられる。
- ・観光施策の基盤が整い、志摩ブランドと言える食品開発も進んでいる。伊勢志摩サミットが開催されることは地方再生の最大のチャンスとなる。こうした大きな行事開催前に観光施策の基盤が整うことの大切さを十分に感じた。本市も2年後に大きな行事を控えており、その前に本市の特色を最大限に引き出す環境の整備は急務であると感じた。
- ・インバウンド事業を進める上において、観光協会に専属の職員を配置し、具体的な戦略を練りながら展開している。
- ・スポーツ観光については、一般社団法人志摩スポーツコミッションが中心となり、ビーチサッカーやトライアスロン大会などの事業を実施している。大会運営においても民泊を取り入れ、地元業者に弁当を依頼するなどし、単に大会誘致を進めるのではなく、地元で還元できる仕組みをつくるのが大切であると再認識できた。
- ・インバウンド観光については、行政サイドで取り組む課題だとは思いますが、民間ベースで取り組む課題ではないか。
- ・スポーツ観光については、恵まれた景観と道路環境を生かしたサイクリングイベントが行われていることに魅力を感じる。しかし、イベン

トを生かして地元にお金が落ちる仕組みが工夫されていないように感じた。全体的に観光事業に対して事業評価がなされていないと思った。恵まれた観光資源や志摩がもつポテンシャルが十分生かされていないと感じた。

- ・観光施策については、風光明媚な自然や海の幸等の観光素材が豊富だからこそかもしれないが、観光施策にかなりの力を注いでいるのが伝わった。職員体制、近隣自治体との連携体制等参考となる事例が多くあった。来年5月に開催される伊勢志摩サミットの準備状況を伺い知り、本市も2年後の世界遺産登録のための準備等を早急に行う必要があると思われ知らされた。

◆ 三重県伊勢市（人口13万人、面積208.35km² [H27.6.1現在]）

【市の概要】

県中部に位置し、古くから伊勢神宮の鳥居前町として発展。伊勢志摩国立公園の玄関口にあたり、歴史・文化遺産や美しい自然に恵まれ、年間800万人を超える人が神宮参拝に訪れる。平成17年11月に伊勢市・二見町・小俣町・御園村が合併し、新「伊勢市」が誕生。平成25年の神宮式年遷宮を一つの大きな節目とし、少子化を「笑子化」へ、高齢化を「幸齢化」へと変え、笑顔とやさしさのあふれる「笑子・幸齢化」のまちを目指している。

平成27年度一般会計予算：507億4,149万円

【調査事項】

〔観光施策について〕

1 観光振興基本計画の基本方針

- (1) 新たな地域資源の発掘・開発・磨き上げ
- (2) 負をなくす受け入れ基盤・環境の整備
- (3) 立場を越えた地域連携の推進
- (4) ターゲット別PR戦略と検証可能な取り組み
- (5) 「競争と協働」視点での広域連携の推進
- (6) 市民地域愛の醸成

2 基本方針に沿って実施する各種事業の目標

- (1) 入込客数の減少を抑制する
- (2) 来訪者数を経済効果につなげる
- (3) 来訪者に満足を感じていただきリピーターにつなげる

3 観光振興基本計画に基づく組織体制

(1) 観光振興課（魅力ある観光地づくりを行う）

- ① 実態調査、統計分析、計画策定
- ② 観光地づくり、おもてなし、観光教育
- ③ 観光施設管理
- ④ 受け入れ体制整備
- ⑤ 交通アクセス、二次交通
- ⑥ 各種誘客イベントの実施（市内）

⑦ 観光協会関連事業

(2) 観光誘客課（情報発信と誘客を行う）

- ① 伊勢観光情報の発信
- ② 観光誘客事業の実施
- ③ スポーツ誘客事業の実施
- ④ マスコミタイアップ事業
- ⑤ 各種誘客イベントの実施（市外）
- ⑥ 観光協会関連事業

4 スポーツ誘客推進事業の取り組み

- (1) 伊勢フットボールヴィレッジを活用した誘客・大会誘致
- (2) 集客性を意識したスポーツイベントの開催（集大会補助）
- (3) 施設概要

① 倉田山公園野球場

- ・昭和38年度完成（平成24年～25年度全面改築工事）
- ・総事業費11億1千万円
（国庫補助4億2千万円、合併特例債6億2千万円、一般財源7千万円）
- ・観客席10,122席（メイン3,400席、内外野6,722席）
- ・グラウンド（内外野全面人工芝：両翼97.5m/センター122m）
- ・スコアボード（フルカラーLED）・ナイター照明4基

- ・年間のランニングコスト3,090万円
- ・使用料収入572万円、広告料収入94万円

② 伊勢フットボールヴィレッジ

- ・天然芝Eピッチ（68m×105m）平成16年度完成
- ・人工芝C/Dピッチ（68m×105m×2面）平成19年度完成
- ・人工芝A/Bピッチ（68m×105m×2面）平成24年度完成
- ・総事業費14億8千万円（株式会社赤福が13億円を負担）
- ・観客席（Aピッチ）900席
- ・年間のランニングコスト2,909万円
- ・使用料収入2,857万円、広告料収入300万円

5 インバウンド観光の取り組み

- (1) 「ISE」の知名度を上げる
- (2) アジア圏からの誘客（広域との連携により実施）
- (3) ゴールデンルートからの誘導強化
- (4) 多言語化補助金を拡充、ホームページの利用

【所感】

- ・広域で観光事業に取り組む伊勢志摩観光コンベンション機構への参画により、お互いの観光資源を有効活用することで、より多くの集客を可能にしていた。また、産業観光部の観光部署を「観光振興課」と「観光誘客課」に分けることで、業務の整理ができていると感じた。
- ・スポーツ観光のターゲットを大学生におくと費用対効果が低いのではないかと思ったが、株式会社赤福の意向と若い世代のリピーターを目的とする戦略であることがわかり納得した。
- ・本市のスポーツ観光のネックは宿泊である。グローバルアーリーナの平日の宿泊稼働率を上げていくこと。また、旅館の安価な均一料金での受け入れも課題だと感じる。今後は、世界遺産登録に向けて観光客増を見込み、受け入れ態勢を整える必要がある。
- ・観光ボランティアを利用することで、地元の人々の考えや感性、伊勢神宮に対する思いなどを理解することができる。観光客が直接コミュニケーションをとるガイドさんの印象はそのまま、まちの印象となる。本市の宗像ガイドの育成は重要である。

- ・スポーツ施設（伊勢フットボールヴィレッジ、倉田山公園野球場）は、大学生の合宿での活用が多いとのことであった。スポーツ施設活用のための広報活動も広範囲であり、それによって施設の十分な活用につながることを実感した。また、地元の宿泊場所、企業との連携によって経済効果を増す役割を果たしており、スポーツ施設が市の発展に寄与していた。スポーツ施設の健全な運営は、大きな大会だけにとらわれず、スポーツ施設の活用対象が誰かを的確に判断し、市だけではなく広域、地域、地元企業などと連携できる仕組みをつくるのが大切であると感じた。
- ・観光担当を観光振興課、観光誘客課に分け重点化を図っていた。式年遷宮など古くからお伊勢参りに頼った観光だけではなく、スポーツ観光、インバウンド観光にも力を入れている。
- ・オール人工芝の倉田山公園野球場の充実した施設には圧倒されたが、市単独の運営には負担があると感じた。地元の大学の利用による年間300日の稼働には驚いた。
- ・伊勢神宮に頼るのではなく、様々な観光ターゲットを模索している姿勢から、本市も現状に満足することなく、具体的な戦略を官民一体で取り組む必要性を強く感じた。
- ・市営の野球場とサッカー場を視察したが、サッカー場は事業費の大半を赤福の寄附で建設されており参考になる部分が少なかった。ソフト面では、大会、合宿などに対する補助金制度は検討してみる価値はあるかもしれない。プロ野球の公式試合が開催できる野球場については、利用状況から見て現実的に市単独では厳しいと感じた。
- ・観光施策を考えた場合、観光資源としての伊勢神宮の大きさを改めて感じた。門前町の形成などを何らかの形で考えていくべきだと感じた。

◆ 三重県鳥羽市（人口2万人、面積108.03km² [H27.6.1現在]）

【市の概要】

志摩半島の北半分を市域として、東は伊勢湾に臨む。伊勢志摩国立公園地域にあり、4つの有人離島やリアス式海岸の景観とともに、年間を通じて温暖な気候風土に恵まれる。国際観光文化都市として、毎年多くの人が訪れている。高齢化の進展や産業の低迷など市を取り巻く環境は厳しいが、平成23年より新たな総合計画をスタートさせ、子育て支援や定住促進による活力あるまちづくりや豊かな資源を生かした産業振興などに重点的に取り組んでいる。

平成27年度一般会計予算：101億840万円

【調査事項】

[アサリの養殖について]

1 アサリの養殖に至った経緯

- (1) 鳥羽市浦村はカキの産地であるが大量に排出されるカキ殻に困っていた
- (2) 乾燥させたカキ殻を粉砕して有機石灰肥料として農地に散布した
- (3) 農業用肥料だけでなく海で使用出来るようカキ殻粉末を開発した
- (4) アサリの増殖に適用できるか試験開始した
- (5) アサリの稚貝＝種苗を集めるところから、アサリを大きく育て収穫するまでを運用開始した

2 アサリの天然種苗と垂下養殖のメカニズム

- (1) カキ殻粉末（ケアシエル）と砂利を網袋に詰めて干潟に設置する
- (2) アサリの浮遊幼生が網袋の中に入って着底し、小さい稚貝は網袋の中に潜り込む
- (3) アサリは網袋の中で食害生物に食べられることなく安全に成長する
- (4) 4カ月程度でアサリの稚貝（約2cm）収穫が可能になる
- (5) 網袋で自然採苗したアサリ種貝として垂下養殖を開始
- (6) コンテナにカキ殻粉末（ケアシエル）と砂利を入れ、カキ養殖用筏からつり下げる
- (7) 1年後には4cmを超えるアサリが収穫できる

3 今後の課題

- (1) 垂下養殖用の高品質二枚貝種苗の安定確保手法の開発
- (2) 効率的な養殖技術の開発及びシステムの改善

【所 感】

- 青年漁業者のこれからの漁業は、経営、企業の発想を持つ必要があるという言葉が印象に残った。その言葉を努力と熱意で実践したことには感銘を受けた。アサリは砂地を掘って採取するものという発想を変え、網袋にケアシエルと砂利を入れ、そこにアサリの稚貝を定着させる。また、筏を利用した垂下養殖では、稚貝の栄養となるプランクトンが多い海層を選択していた。アサリの養殖が成功したのは、熱意や発想だけではなく、経営に結びつけるための研究を重ねた結果である。
- 色々な偶然が重なりこの養殖の形になったと聞いたが、長年の試行錯誤があったのだと思う。関係者それぞれが自立して努力し、協力するという形が最も機能すると思う。
- カキ殻粉末と海中マグネシウムからできているケアシエルは、地域環境にも配慮された安心・安全な「国産アサリ」の養殖を可能にしている。安全な国産アサリとしてブランド化を進めていくことで、地域経済の活性化につながることも期待されるので、将来の漁業に大きな可能性があると感じた。「海は畑」と生き生きと話す若い事業家漁師の活躍に期待したい。
- 漁福（漁業と福祉）という考え方のもとに、カキの稚貝を繁殖させるためのホタテ貝の殻をロープでつなぐ仕事を生み出し、障がい者就労支援をしていることも興味深い。漁業の繁栄、市民の協働、循環型社会の構築という点で好事例であり、本市だけでなく漁業に取り入れることができれば、漁業の発展に寄与できると感じる。
- アサリの減少は全国的な問題であり、種苗の確保が一番の課題である。これまで不要なものであったカキ殻の再利用は、自然の力を利用した理にかなったものであった。本市では、かぐや方式によるアサリの養殖に実験的に取り組んでいるが稚貝の確保が大きな問題であった。今回の方法は本市でも試みる価値は大いにあると感じた。
- アサリの天然採苗がどんなものか全く想像がつかなかったが、実際の現場はシンプルで自然の資源を上手に使う仕組みに感動さえ覚えた。天然

採苗は本市でもやれると思った。こらからの漁業は育てる仕組みをつくっていかないと持続しないと語った、アサリ研究会代表の浅尾氏の言葉が印象的だった。漁業資源や漁獲物に付加価値を付けて販売していくことに工夫している様子がわかった。

- アサリ研究会代表の浅尾氏の体験談の中で印象に残る言葉が、「若者が暮らせる浜に戻りたい」「日本中の浜を元気にしたい」であった。全国各地の水産事業関係者の視察を受け入れ、成功例、失敗例を全て公表し、結果、日本の海が豊かになればと、輝く目で熱く語る彼の話に感銘を受けた。水産業の振興はもちろんのことであるが、それに関わる人材の育成も必要であると感じた。