岡谷市議会　産業建設委員会　行政視察報告書

【総体事項】

１．視察日程：令和６年７月２４日(水)～２６日(金)

２．調査事項　(視察先)

（１）フモット地域交流エリア（山梨県南アルプス市）

（２）サイクルツーリズム推進プラン（神奈川県相模原市）

（３）ロケツーリズム事業（神奈川県綾瀬市）

（４）地域資源の活用による観光産業（神奈川県小田原市）

３．視察参加者委員

委 員 長	渡　辺　太　郎
副委員長	藤　森　　弘
委　　員	中　島　秀　明
委　　員	笠　原　征三郎
委　　員	酒　井　和　彦
委　　員	丸　山　善　行

【視察地報告】

１．調査事項

フモット地域交流エリア（山梨県南アルプス市）

人口：約７万１千人　面積：２６４．１４ｋ㎡

（視察事項）

南アルプスIC南側に隣接する旧完熟農園跡地（１２ha）の再開発事業として南アルプスIC新産業拠点整備事業である「fumotto(フモット)南アルプス」の地域交流エリアが令和６年６月３０日に開業した。２０２５年にはコストコ南アルプス倉庫店がオープンする予定。

開発の基本コンセプトは、市の玄関口に相応しい「人々が集い、地域とつながる集客交流拠点」を創出するとしている。市の総合政策部南アルプスIC新産業拠点整備室が担当し、２０１６年に複数の専門委員会を設置し、土地利用の検討を開始し、２０１８年に開発方針を決定、用地交渉を開始、２０１９年に地権者の同意、サウンディング調査、土地利用方針、企業支援条例・募集案内の策定、２０２１年に公募手続きを開始した。

今後の観光施策について、コストコの開業により南アルプスIC周辺を中心に交流人口が確実に増加する。それに伴い交通網のインフラ整備や周辺地域の開発等多くの課題が予想される。また、リニア開業により駅の予定地からは、新山梨環状道路を経由し１０分圏内に位置するなど、交通の利便性向上により南アルプス市が注目されることが予想され、多くの民間企業による事業提案等も増えていて、民間事業者の提案等にも柔軟に対応し新たな観光資源の創出にも積極的に取り組む。

・ターゲット層の調査・検討では、中部横断自動車道を中心に連結している中央自動車道や東名自動車道を活用した２時間以内の商圏を対象とした観光PRの展開（諏訪地域約２０万人、佐久地域約２０万人、静岡市約６８万人、沼津地域約２０万人）。

・課題は、販売会を通じた情報発信に時期（春～秋）が限定的で冬の観光が弱い、市内周遊を促すための宿泊施設等が少ない、二次交通の脆弱性。

２．視察日時　令和６年７月２４日（水）　１０：００～１２：００

３．参加者所感

・大型商業エリアに㈱ヒカレヤマナシとコストコホールセールジャパン㈱を誘致し、２０２２年に結んだ立地協定の内容は「地域産の取り扱い、地元及び障害者雇用の推進、地元経済団体及び地域との交流、災害発生時における避難所確保や物資提供、その他地域振興」であり興味深い内容である。㈱ヒカレヤマナシは、㈱南アルプスを中心に県内企業２３社が参入しており、地元企業の活性化という取り組みは参考になった。

・地域の＜自然資源＞を最大限に活かした山岳観光振興が軌道に乗っており、観光産業振興における自然との共生・共創の重要性を改めて認識する機会となった。

・合併に際して、完熟農園を第三セクターで開業したが、事業的に継続できなかった跡地を再開発した経緯は、何処の自治体でもありそうな話であったが、今回、その跡地を完全に民間に移行したことは、これまで自治体主体で行なってきた事業の将来に向けた再構築という点において大変に参考になった。

・メインとなる商業施設であるコストコはまだ開店していなかったが、平日の昼間でも施設はにぎわっていたり、駐車場には県外ナンバーの自動車も何割か見られて、おおむね良いスタートを切っている施設であると感じた。

・好機、好立地を活かすことがとにかく重要な部分であると感じると共に、OMOやオムニチャンネル等多様な販売形態をとるなど、マーケティングにも工夫がされており経営の部分においても先進的な手法を取り入れ持続可能な施設となるよう工夫がされており大変参考となった。また、広域連携の可能性や宿泊施設への課題、冬場の活用等共通する課題があったものの、思うような回答がなく、共通する課題として難しさが改めて分かった。

【視察地報告】

１．調査事項

サイクルツーリズム推進プラン（神奈川県相模原市）

人口：約７２万人　面積：３２８．９１ｋ㎡

（視察事項）

【サイクルツーリズム推進プラン】

相模原市サイクルツーリズム推進プランは、観光振興計画や自転車活用推進計画の他、オリンピックレガシー創出のための基本方針に位置付けられたサイクルツーリズムの推進を図るため、令和４年１１月に策定された。

サイクルツーリズムを推進する目的は、サイクリストが生み出す効果として、経済効果（サイクリストによる地域での消費活動の創出）と賑わいによる地域活性化（経済効果、交流人口の増加）、都市プレゼンスの向上として、シティプロモーション（地域のブランド化、サイクリストによる発信）とシビックプライドの醸成（地域に対する外部からの高評価の獲得）としている。

サイクルツーリズムを実施するための事業環境分析は、令和４年度に、首都圏在住サイクリストへ WEB アンケート、相模原市を走行するサイクリストへ、現地アンケートを実施し、事業環境分析をしている。

相模原市が目指すべきポジションとして、ロードバイクで走ることを目的にしている人にとって身近なエリア（スポーツとしての視点）、走力を向上したい人の練習の場（体力強化）、日帰りを前提とした施策展開（コース、環境整備等）、年１回よりも月１～２回走ってもらえるエリア。そして、サイクルツーリズム１回当たりの消費額も３，０００円×１８回(月１．５回)／年＝５４，０００円、その他のエリア３．７万円×１回／年＝３７，０００円と明確にしている。

その他に、ターゲットの抽出（戦略ターゲット、コアターゲット）、成果指標の設定など施策の方向性を示し、令和５年度から令和７年度の３年間に５つの事業を行い、令和８年度に事業の再検討を行うとしている。→

１コース開発・発信事業　２サイクルステーション整備事業　３立ち寄りスポット魅力創出事業　４サイクルツーリズム発信事業　５サイクリスト誘客イベント事業

＊サイクルステーション整備事業とは、本来の施設設置目的に沿った利用の有無に関わらず、サイクリストが走行途中で車両整備、トイレ、水分補給などの支援を原則無償で受けることのできる施設等（補助率１０／１０、上限額６万円）

＊立ち寄りスポット魅力創出事業とは、サイクリングにおける目的地となり得る施設、食事や水分補給などのために気軽に立ち寄ることができるサイクリストのための休憩施設又はそれに準じる施設（補助率３／４、上限額１５万円）
年間予算は、サイクルツーリズムが７００万円とツアーオブジャパンが９００万円の計１，６００万円。サイクルツーリズムサイクルツーリズム推進事業補助金制度の、サイクルサポートステーション整備事業と立ち寄りスポット創出事業は大変参考になった。

２．視察日時　　令和６年７月２４日（火）　１３：１０～１５：１０

３．参加者所感

・サイクルツーリズムはそれまでのスタイルとは違う、新しい旅行体験を提供してくれる。訪れる旅行者だけではなく、迎え入れる地元の地域にも多大な効果をもたらしてくれる。岡谷市を含む２市１町の諏訪湖サイクリングロードが令和６年４月に開通した。今後、地域の活性化を図るには、スワレイクサイドオアシスの整備・充実や公民連携による積極的な取組み、そして岡谷市サイクルツーリズム推進プランの検討・策定が必要。
・サイクリストのレベルやニーズに応じた多様なコース設定が魅力にあふれており、サイクリストが生み出す経済効果や地域の賑わいを創出する施策の工夫は「素晴らしい」の一言。
・サイクリングの活用でまちの活性化と振興という目標に向けて行政の組織が密に連携して取組んでいる事が大変に印象深かった。また、ゴールを明確して計画を具体的且つ詳細に策定していることと、その評価基準をゴールに即して明確に設定していることに納得した。
・計画策定にはマーケンティグ手法を活用していたが、ターゲットの設定等の本質な部分やビジョン等に係ることは庁内で策定しており、庁内に専門的な知識を持った人を適所に配置して事業に取組んでいることに感銘を受けた。岡谷市にも適材適所の必要性を痛感した。
・相模原市という東京のベッドタウン的な要素のあるところでは、市民のまちに対する愛着や誇りといった事を醸成していくことが重要で、その為の『Civic Pride』事業が非常に印象深かった。まちの発展には、先ずは市民がまちに誇りを持って好きになって貰うことが必要で、それに向けてまちの魅力の再発見が重要であることを再認識した。

・サイクルツーリズムを進める中で、事業環境分析や市場選定といったマーケティング視点を用いることが基本的な部分と理解しつつ、「シティプロモーション」や「シビックプライド」といった、民間・利用者・市民と連携を図る中で更なる魅力の向上等様々な相互作用を作ることが重要であるといった内容は、今まで自分の中にない発想だったので、大変参考となった。また、サイクルツーリズム事業を推進する中で補助金にも力を入れており、サイクルサポートステーション事業・立ち寄りスポット創出事業等により地域全体で機運の醸成を図っていた。

・事業推進途中でまだ評価できる段階ではないとのことだが、平日にもサイクリストが市内を走行している様子が観測されるとのことで、順調に効果は上がっているとみられる。地元のチームの存在や職員とプロのサイクリストとのつながりがあったことでコース設定が進んだ面もあり、人脈などのチャンスを的確に生かしていると感じた。また、サイクルツーリズム推進に限ったことではないが、シビックプライド(CP)向上を掲げる自治体の中でもCPに関する冊子を作って取り組んでいるところは珍しいのではないかとも感じた。

【視察地報告】

１．調査事項

「ロケツーリズム事業」（神奈川県綾瀬市）

人口：約８万人　面積：２２．１４ｋ㎡

（視察事項）

【ロケツーリズム事業】

ロケツーリズムとは、現状の建物や自然、グルメなどを生かすローコストのプロジェクトで、行政はもちろん、地元住民、撮影スタッフ、作品ファンの３者がメリットを享受できる取り組みである。

ロケツーリズムに取り組む背景・経緯は、少子高齢化による経済の縮小に対応するため、交流人口を増やし、域内消費を増やす必要がある。いわゆる観光地ではないまちとてどのように交流人口を増やしていくのか。何もない綾瀬市、何もないということは、言いかえればイメージ自体がないので、どんな撮影にも使える、どこにでもありそうな風景、都心からのアクセスの良さが綾瀬のストロングポイントである。そして、ロケで地域活性化しようという取り組みがスタートした。

ロケ誘致の段階から制作と交渉を行い、プロモーションなどの準備を行っていく組織として「綾瀬ロケーションサービス」がある。中心に綾瀬市の商業観光課とあやせ市ブタッコリ～ロケ隊（名称は特産品のブタとブロッコリーのゆるキャラで、ロケ部会とグルメ部会がある）が連携し、市長を会長とする「綾瀬ロケーションサービス推進協議会」がある。

期待される効果は、綾瀬市の知名度向上、交流人口の増加による経済の活性化、シビックプライドの醸成。

綾瀬市の平成２６年度～令和５年度までの１０年間の撮影実績は、問い合わせ件数２，３８１作品、決定作品数１７２作品、決定率７．２％、撮影日数２７５日。ロケ弁や施設利用料等に係る経済効果は、令和５年度７００万円、１０年間累計４，５００万円であるが、観光客増加に伴う地域への経済効果等の計測は難しい。田んぼや畑、工場地帯、住宅地などのありふれた風景が映像作品に取り上げられるにつれて市民も自分たちの住む地域の価値・魅力を再発見し、シビックプライドの醸成が図られている。

２．視察日時　令和６年７月２５日（水）　９：４０～１２：３０

３．参加者所感

・ロケ誘致による地域の活性化の取り組みにより、綾瀬市の職員曰く「何もないまちがロケの聖地に」という言葉が印象に残った。市の実情を把握・分析し目標を明確にしてロケツーリズム事業について取り組んでいることが大変参考になった。また、毎年発行している「綾瀬ロケ地 MAP」も素晴らしいと感じた。

・岡谷市は「ゴジラ－1.0」のロケや「怪物」のロケ地として大きな話題となったが、誘致したのは「諏訪圏フィルムコミッション」でである。平成１５年から、諏訪市観光課で始めた諏訪フィルムコミッションとしてスタートし、平成１８年４月から、広域６市町村をカバーする諏訪地方観光連盟を母体の非営利団体。岡谷市にある多くの歴史や文化をロケ地として活用することはまちの活性化に繋がる重要な視点だと考える。諏訪圏フィルムコミッションへの支援と連携強化について、魅力ある岡谷市の発見と PR のために積極的に検討するべき。

・市の知名度を上げてブランド力を強化する導火線として有名タレントや著名な映像作品を弾力的に活用する手法には見習うべき点が多いと感じた。

・歴史的には軍都して成り立ってきた経緯から交通的なアクセスも不便で、また、観光的な資源が少ない中で、それらを逆手に取ってまちに活性化に向けたロケーション誘致とロケツーリズムの発想とこれまでの取組における苦労には敬意を表したいと思うと共に、岡谷市には様々な地域資源があり、また、近隣も含めて狭いエリアに観光資源も多く、これまで地域資源を上手く活用できていない状況には歯痒い思いも感じた。

・地域資源が一般的に乏しいと思われる所でも、まちの地域資源を最大限に活用して、交流人口の増加によるまちの活性化や振興に繋げて行こうとする心意気や姿勢には、今の岡谷市に欠けているものを強く感じた。

・“小さな成功体験の積み重ね”が“大きな成功に繋がる”という意識は、どんな事にも共通して言えることで、論じるよりも、先ずは、目の前にある小さなことから始めてみる必要性を痛感した。「明確な将来ビジョンを持って、目の前の小さなことの積み重ね」という姿勢を岡谷市においても誰もが持つことが必要なのではないかと思う。

・相模原市に続き「シビックプライド」というフレーズを耳にし、岡谷市では全く効かない言葉に少々の新鮮さと残念な思いも重なった。岡谷市民が自らのまちを好きになってもらうためには、シビックプライドの醸成が必要であり、

地域社会を持続可能なものにするための重要な要素であり、地域への愛着や住民同士の連帯感を強めるための大きな鍵となるのではないか。

・「視点を変えることによって見えてくる、地域にある全てのものが観光資源になり得る」の言葉が印象的で、実は地域資源は豊富でうまく生かせていないだけ。岡谷市の魅力を発信するための「シティプロモーション」が必要であり、ビジョンを明確にした継続的な取り組みが必要。

【視察地報告】

１．調査事項

地域資源の活用による観光産業（神奈川県小田原市）

人口：約１８万６千人　　面積：１１３．６０ｋ㎡

（視察事項）

「小田原市歴史的風致維持向上計画」（平成２３年６月８日に国から認定）について研鑽。

「歴史的風致維持向上計画」は、地域の歴史な風情や情緒を保ち向上させるための計画。市町村が策定し、文部科学大臣、農林水産大臣、国土交通大臣が認定し、建物の保存や修復、耐震化、景観の整備、地域の伝統文化の振興等国からの支援を受けることができる。目的は、地域の歴史的な建造物や景観を保護し、次世代に継承する。

「小田原市歴史的風致維持向上計画」は令和３年度から令和１２年度までの計画であり、１小田原旧城下町と祭礼に見る歴史的風致　２旧千度小路周辺と早川の水産業に見る歴史的風致　３板橋と南町の別邸文化に由来する営みにみる歴史的風致　４早川周辺の木工業に見る歴史的風致　５曽我の梅栽培に見る歴史的風致　６箱根外輪山東麓の柑橘栽培に見る歴史的風致　７栢山（かやま）と報徳仕法の継承にみる歴史的風致　がある。

１歴史的風致の核となる建造物の保存活用に関する事業は、小田原宿なりわい交流館整備活用事業と旧松本剛吉別邸整備活用事業。２歴史的風致の残る街なみの環境整備に関する事業として、重点区域における街なみ環境の向上。３歴史・伝統を反映した人々の活動に関する事業は、職人育成等推進事業と伝統行事・民俗芸能等保存継承事業がある。

２．視察日時　　令和６年６月２６日（木）　９：５０～１２：００

３．参加者所感

・小田原市は、箱根観光の拠点として、小田原城やかまぼこ等古くからの歴史や文化を活用した地域活性化の取り組みが行われていると感じた。

・歴史的風致維持向上計画については、岡谷市も旧庁舎をはじめとする歴史的建造物や文化、産業遺産群など貴重な地域資源が多数。国からの支援を活用出き

る歴史的風致維持向上計画の策定について、岡谷市においても検討が必要ではないかと感じた。

・江戸時代は「宿場町」として栄え、明治時代は政財界人や文化人の「別荘居住地」として愛された歴史・文化遺産に加え、かまぼこを始めとした海産物の練り物や干物が特産品として人気があり、さまざまな“顔”を持つ都市だと感じた。

・小田原城の城下町であることや昔からの歴史文化を観光のコアとしたまちづくりを推進しているところ等、松本市に近いイメージを持ったが、都心のベッドタウン的な面も強いことから、まちづくりの方向性が実際にはどうなのか気になった。

・観光に向けた地域資源が豊富のために、それを効果的に発信していく取組が主体となっており、今回、視察した他の自治体に較べて、少ない地域資源を最大限に活かしていくようなチャレンジ的な雰囲気はあまり感じられなかった。

・小田原城をはじめとした歴史的建造物群（地域資源）を最大限に利用し周遊性・回遊性のあるまちづくりを進めており、利便性を高めるための交通手段の確保や観光アプリ「小田原さんぽ」使った観光情報の提供やモデルコースの提供、地場産業の体験を通じ楽しめる工夫がされ、岡谷市でも取り入れられる要素が随所に見られ、大変良い参考となった。

・「小田原・街かど博物館ファンクラブ」なるものも存在し、会員となることで様々な特典やサービスを受けることができ、地域住民をはじめとした観光客、リピーターの増加を促す狙いがあると考えられる。地域住民のみならず、来てもらった観光客がまちを知り、好きになってもらう仕組みづくりは大変面白く思えた。