

文化スポーツ観光常任委員会委員会調査報告書

令和6年8月20日（火）から22日（木）まで、公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）外4か所において、次の事件について調査を実施したところ、その概要は別添のとおりでした。

【調査事件】

- ・ 文化の振興に関する事項について
- ・ スポーツに関する事項について
- ・ 観光に関する事項について

令和7年3月26日

神奈川県議会議長 柳 下 剛 様

文化スポーツ観光常任委員会委員長 市 川 さとし

1 調査の概要

(1) 調査日程

令和6年8月20日（火）から22日（木）まで

(2) 調査箇所

- ア 公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）
（京都府京都市中京区河原町通二条下ル一之船入町384番地ヤサカ河原町ビル8階）
- イ ロームシアター京都（京都府京都市左京区岡崎最勝寺町13）
- ウ 一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都DMO）
（京都府京丹後市大宮町口大野226 京丹後市大宮庁舎内）
- エ 福井県若狭湾サイクリングルート推進室
（福井県敦賀市中央町1丁目7-42 敦賀合同庁舎別館2階）
- オ 福井県観光誘客課及び魅力創造課（福井県福井市大手3丁目17-1）

(3) 出席委員（計11名）

市川さとし委員長、新堀史明副委員長、
小林武史、藤代ゆうや、長田進治、嶋村ただし、野内みつえ、石川裕憲、
亀井たかつぐ、すとう天信、柳瀬吉助の各委員

(4) 随行者

中尾主任主事（議会局議事課）、川瀬主事（議会局議事課）、
内田副主幹（文化スポーツ観光局総務室）

(5) 行程

- 8月20日（火） 新横浜駅～京都駅～公益社団法人京都市観光協会～
ロームシアター京都～京都市内泊
- 8月21日（水） 京都市内～一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社～
福井県若狭湾サイクリングルート推進室～福井市内泊
- 8月22日（木） 福井市内～福井県観光誘客課及び魅力創造課～福井駅～新横浜駅

2 公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）

(1) 調査目的

京都市観光協会では、京都市の観光振興を目的として、インバウンド向けコンテンツの支援事業や、ビッグデータを活用した混雑予測、観光客の分散化といったオーバーツーリズム対策を推進している。

また、2020年には、京都の観光に関わる全ての人たちがお互いを尊重しながら、持続可能な京都観光を一緒に創り上げていくことを目的として、京都市と共に「京都観光行動基準（京都観光モラル）」を策定している。

そこで、京都市観光協会を訪問し、オーバーツーリズム対策等の観光振興に係る

取組を調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

(2) 公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）出席者

事務局長、DMO企画・マーケティング統括官

(3) 事務局長挨拶

(4) 委員長挨拶



(5) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

ア 京都市観光協会の概要について

イ 京都市の観光客数と政策方針の変遷

ウ 観光課題への対策

(ア) 観光の経済効果の可視化

(イ) 質の高い旅行メディアによる取材の優遇

(ロ) 交通改善、需要の分散化

(エ) マナー啓発とモラル普及

(6) 質疑応答

質 疑 清水小学校の跡地にホテルを建てたということだが、もともとどこが所有していたのか。

応 答 市が持っていたものである。

質 疑 観光モラルの普及啓発で、効果のあった取組はどのようなものか。

応 答 効果測定が難しく、可視化していくことが課題。京都観光モラル推進宣言事業者の登録者数は順調に伸びている。

質 疑 繁忙期の臨時手荷物預かりの料金設定はどのようなものか。

応 答 委託先の事業者が設定するので、その時々で変わるが、事前予約 800 円、当日は 1,000 円程度。コインロッカーよりは高くしている。常設している配

送サービスは、1,000 円が相場である。

質 疑 手ぶら観光の効果は。

応 答 臨時手荷物預かりの利用者数の実績は、コロナ前を超えている。

質 疑 コロナ禍の前後で観光客の質や問題意識に変化はあるか。

応 答 質という面では中国人観光客が復活していないというのが大きい。団体だと道を塞いでしまったり、日本文化を知らない人が多かった。復活したときに同じようにならないように準備したい。

業界では、タクシードライバーが最盛期から 25%ほど減少してしまった。車両はあっても人がいない状態。

質 疑 京都観光モラルについて、企業を表彰する以上の実利的な取組はあるか。

応 答 宣言した観光客に認定証を発行し、認定事業者で特典を受けられるようにすることで、意識の高い観光客が、意識の高い店に集まるサイクルをつくりたいと考えている。

質 疑 宿泊税について、定率にするという考えはあるか。

応 答 議論はされているが、業界からはオペレーションの複雑化や、売上げが見えてしまうなどの懸念の声が上がっている。定率制を導入している倶知安町は一棟貸しが多く、京都市は様々な形態があるため難しい。

質 疑 神奈川県も観光需要の分散化に取り組んでいる。京都での分散化の効果を伺いたい。

応 答 「とっておきの京都」に選んだ地域は、もともと訪問率が1%を切るようなところもあるが、アンケートによると倍程度にはなっている。地域の受入れ体制の整備は進んでおり、そこでイベントをやろうとしている事業者も増えてきた。

夏の旅、冬の旅は、50 年前からやっているので定着している。夏だと 10 万人、冬だと 30 万人が動く。

時間帯の分散は、まだ数字が取れていないが、観光ガイドブック等で朝、夜の言葉が増えたと感じる。公的な取組に、メディアも便乗する動きは出ている。

質 疑 京都府とはどのように連携しているのか。

応 答 「とっておきの京都」という取組において、京都市の周辺の地域と連携している。京都府・市で連携してプロモーションを行っており、予算を出し合っていて、エリアをまたいでやっという取り組みをしている。

質 疑 神奈川県箱根町では外国籍の働き手が増えている。おもてなしの面を考えると、地元の方に文化等を説明してほしいというニーズがあると思うが、京都市の働き手の現状と見通し、今後についてどう考えるか。

応 答 担い手に関しては、昨年度から予算がつき始めた。観光業は、給料が低く休みも取りにくいというイメージがあり、若者が定着しないという課題意識がある。まずは観光業の魅力を伝えるためのサイトを作り、観光業に転職した方や経営者側で副業もできるような取組をしているところに取材をし、紹介をしている。また、事業者向けにセミナーや研修の場を提供している。一方で、労働施策は府の施策でもあるので、市としてどこまでやるのかは今後、整理されていくと思う。

質 疑 外国籍の働き手というのは増えているのか。

応 答 数字上は少しずつ増えている。コロナ禍前は留学生と事業者のマッチング等も行っていた。

質 疑 認定通訳ガイドのカリキュラムの受講頻度やガイドのレベル、言語は。

応 答 言語は英語、中国語、フランス語及びスペイン語で、大多数は英語である。カリキュラムは、毎週末に授業を行っている。内容は、国の制度と差別化するために、一般教養や接客、実際に有識者の話を聞いて自分の言葉で伝えられるように、VIPの方にも応対できるようになることを意識してカリキュラムを組んでいる。

質 疑 英検等で表すとどのくらいのレベルか。

応 答 その場で会話したときの気持ちよさを重視しているため、面接で判断している。京都の歴史や文化に関する知識については、認定後に京都検定の上から二つ目の級に合格することが要件となっている。



(9) 調査結果

- 観光によるプラスの影響を市民に伝えるため、リーフレットにより経済効果の可視化を行うとともに、宿泊税を使った公衆トイレや無電柱化等のハード整備、子供たちの伝統文化体験を行う等の取組をしていることを周知しているとのことであった。
- 質の高い海外旅行メディアにターゲットを絞って情報発信を行うことで、質の高い外国人観光客を呼び込むよう取り組んでいるとのことであった。
- 高付加価値商品を造成するため、事業者に対し伴走支援を行うだけでなく、業界の交流イベントを設けることで、コロナ禍で失ってしまった事業者の横のつながりを支えているとのことであった。
- オーバーツーリズム対策として観光客の分散を促進するため、次のような取組を行っているとのことであった。
 - ・ おもてなしコンシェルジュによる案内や、特急観光バスの運行等の情報発信をすることにより、交通改善に取り組んでいる。
 - ・ 「とっておきの京都」として有名観光地以外の観光スポットを巡る場所の分散、閑散期である夏・冬に訪れる時期の分散、朝や夜に観光を楽しむ時間の分散を観光客に発信している。
 - ・ ビッグデータを活用した混雑予想や、ライブカメラの映像を公開している。
- マナー啓発とモラル普及を推進するため、次のような取組を行っているとのことであった。
 - ・ 外国人観光客向けに、3か国語で作成したポスターを掲載している。
 - ・ 手ぶら観光を推進しており、手荷物預かりを行っている施設情報等を掲載したサイトの公開や、繁忙期には駅前に臨時預り所を開設している。
 - ・ 京都市と共に「京都観光モラル」を策定し、事業者に対してもマナー啓発及びモラル普及に取り組むよう呼びかけている。また、登録事業者をウェブサイト等で紹介するほか、優良企業に対して表彰を行っている。
 - ・ 実証事業として、外国人観光客について、京都市認定通訳ガイドが「京都観光モラル」を伝えながら案内する「観光モラルツアー」に取り組んでいる。
 - ・ 京都市認定通訳ガイドの育成に取り組んでいる。

これら公益社団法人京都市観光協会（DMO KYOTO）における取組は、本県のオーバーツーリズム対策等の観光振興施策に係る今後の委員会審査をする上で、参考となった。

3 ロームシアター京都

(1) 調査目的

ロームシアター京都は、民間活力の導入によって再整備された京都市所有の劇場で、バレエやオペラといった総合舞台芸術の上演も可能なメインホール（約 2,000 席）を有しており、舞台芸術の創造・発信の場となっている。

また、ローム株式会社が、50年間という長期にわたるネーミングライツを取得している。

そこで、ロームシアター京都を訪問し、公立の文化施設における再整備までの取組や、民間活力の導入方法等を調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

(2) 調査先出席者

ア ロームシアター京都出席者

副館長、管理課長

イ 京都市出席者

文化芸術課 京都市文化力活用創生担当課長、企画管理係長、担当係長

(3) 副館長挨拶

(4) 委員長挨拶

(5) メインホール視察



(6) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

ア 再整備の概要について

(ア) 再整備に至るまでの経緯

(イ) 基本計画策定に至るまでの経緯や取組

(ロ) 再整備に当たって京都市が目指したコンセプト

(エ) ローム株式会社とのネーミングライツ契約について

イ 施設の現状について

(ア) 主催事業・賑わいスペース事業について

(イ) 施設管理・運営について

(7) 質疑応答

質 疑 閉館していた間、イベントの分散化の工夫はしていたか。

応 答 クラシック専用のホールである京都コンサートホールや、オペラを中心とした滋賀県のびわ湖ホール等を利用していたと認識している。

質 疑 ネーミングライツの金額はどのように設定したのか。

応 答 当時想定していた費用が 80～90 億円であり、それに基づいてローム株式会社と話をした。

質 疑 ローム株式会社の創業者の方が、もともと音楽家志望だったとホームページで見た。この金額を出すというのは、企業として相当応援するというメッセージを感じるが、思い入れがあったのか。

応 答 以前から京都市の音楽芸術文化に寄与していただいております、まず、ローム株式会社にお話をさせていただいた。

質 疑 三つのホールの座席配分のコンセプトはどのようなものか。

応 答 メインホールについては、旧京都会館の 2,000 席を維持した。サウスホールは、機能や快適さを向上させたため、900 席から 700 席にした。京都市文化会館が 500 席程度のため、差別化を図った。ノースホールは 200 席だが、主目的がリハーサル室のため、空間規模から座席数が決まった。

質 疑 音響について工夫したところはあるか。

応 答 大きな舞台装置を使うオペラ公演もできるように内空を拡げた。クラシック中心の京都コンサートホールはオープンステージであるのに対し、ロームシアター京都は多目的に使用できるよう可動式の音響反射板を設置した。

質 疑 賑わいスペースに年間 170 万人の方が訪れるとのことだが、催しが無い日でも訪れるのか、そういったデータは取っているのか。

応 答 稼働率がほぼ 8 割であり、ほとんど毎日催しがあるため、催しの有無によるデータはない。感覚的には常時にぎわっている。周辺の施設に訪れた人も利用しており、岡崎地域全体の集客にも影響を受けている。

質 疑 地下にあるノースホールは、災害時のシェルター的な役割も考えて設計されているのか。

応 答 避難所に指定されていないため、そういった計画はない。若干の備蓄はあるので、もしものときは活用することも考えられる。

質 疑 計画の段階では、概算工事費は 89 億円と試算していたとのことだが、実際はどの程度かかったのか。

応 答 最終的には約 110 億円の費用がかかった。地下を掘った際に、自然由来の汚染土壌が出た関係等で追加費用がかかった。生かせるものは生かすということで、価値ある建物の維持と、新しい建物のバランスを探りながらやった。

質 疑 年間の維持管理費、収支はどのようなものか。

応 答 令和 5 年度については収支差額ゼロとなっている。

質 疑 説明の中で、京都市に納付したとのことであったが、どのくらい納付したのか。

応 答 200 万円強である。令和 5 年度に料金改定を実施したため、本来であれば増収分を指定管理料から控除するが、指定管理期間途中だったため、控除ではなく納付という形にした。

質 疑 神奈川県に対し、なにかアドバイスを頂きたい。

応 答 京都会館の再整備では、にぎわいを創出するというのが一つの大きなコンセプトとなっている。公演のない日でも多くの方に来てもらえる、多くの方に開かれたホールということが目指すところである。

質 疑 賛助会員の寄附について、神奈川県では寄附の少なさが課題だと感じている。ロームシアター京都の規模で見ると寄附が少ないように思うが、どのような認識を持っているか。

応 答 寄附が年々減少していることは課題だと認識している。寄附制度と並行して、寄附ではなく協賛という扱いになるが、何らかの特典がつけられるような制度を立ち上げられないか検討を進めている。特典があることをアピールして、新たな協賛企業を増やしていきたい。

質 疑 特典とはどのようなものをイメージしているのか。

応 答 例えば、自主事業に招待することや、チケットの割引等を検討している。

質 疑 再整備に当たり、DB方式とPFI方式で比較をし、DB方式が選ばれている。これは、ネーミングライツが大きな理由だと思うが、もしネーミングライツがなかったらどうか。

応 答 仮定の話になってしまうので難しいが、当時の判断としては、設計、建設と運営を分けることに優位性を感じたということだと思う。

質 疑 ネーミングライツの金額というのは、相手先の厚意によるものも大きいと思うが、相場観というものがあれば教えてほしい。

応 答 当時と比べて、ネーミングライツ制度が浸透してきており、やり方も変わっているため、相場観というのは難しいが、決して安くはない金額だという認識は持っている。



(8) 調査結果

- ロームシアター京都は、府内唯一の2,000席を有するホールという文化の殿堂としての役割だけでなく、岡崎地域活性化の中心となる施設として再整備が行われたとのことであった。
- 建物の改修に当たっては、市民の理解を得るために丁寧な説明を行い、建物価値を継承するために慎重に工事を行ったとのことであった。ホール機能については、近隣施設との差別化を図り、音響や舞台内高さ等、大型の舞台装置を使用する公演も可能となるようにしたとのことであった。
- 民間活力の導入に当たっては、ネーミングライツだけでなく、レストラン、カフェ等による多様な手法を検討したとのことであった。また、レストランやカフェ等は、指定管理者による賑わいスペース事業に位置づけられ、市民の憩いの場として、年間を通して広く利用されているとのことであった。

これらロームシアター京都における再整備までの取組や、民間活力の導入方法に関する取組は、本県の文化施設の再整備について今後の委員会審査をする上で、参考となった。

4 一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都DMO）

(1) 調査目的

海の京都DMOでは、京都府北部地域7市町と連携して、観光資源の発掘や周遊の促進を図っている。

また、海の京都観光DX推進協議会（代表事業者：海の京都DMO）が推進する「海の京都データ交換所プロジェクト」は、観光庁の観光DX推進プロジェクト令

和5年度実証事業にも採択されており、デジタルマップやふるさと納税を利用した地域通貨「海の京都コイン」の活用により、観光客の消費額向上につなげている。

そこで、海の京都DMOを訪問し、観光DXの取組を調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

(2) 一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社（通称：海の京都DMO）出席者
総合企画局長、次長兼地域づくり・サービス等事業部長

(3) 総合企画局長挨拶

(4) 委員長挨拶

(5) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

ア 海の京都エリアの特色と海の京都DMOの概要

イ 地域事業者の付加価値創出等に向けた事業について

(ア) 海の京都コイン事業

(イ) インバウンド事業

(ウ) 旅行商品の造成・販売事業

(エ) 事業者向けサービス開発事業

ウ 海の京都ブランドの醸成・発信に向けた事業

エ 持続可能な地域づくりについて

(6) 質疑応答

質 疑 海の京都エリアの中には海に面していない市町もあるが、各市町は、どういったメリットがあって参加しているのか。

応 答 もともと、京都府北部地域連携都市圏形成推進協議会として水平型の連携をしているエリアとなっている。その流れで、観光部門を海の京都DMOがやっている。森の京都エリアと二重に参加していただいている地域もあるので、我々としても少しでもメリットを感じてもらえるよう、海の京都コインなどに取り組んでいる。

質 疑 大阪・関西万博との連携をどういったチャンスとして捉えているのか。

応 答 万博の来客見込みのうち、約1割が外国人ということで、インバウンドの方にメリットがあるとみている。何割かを海の京都エリアに持ってこられないかということで、交通事業者も含めて、会議をしながら少しでも誘客を図れるように取り組んでいる。京都は宿泊の拠点になると考えられるので、日帰りでも来てもらえるよう模索している。

質 疑 空の移動ということで、ヘリコプターのお話があったが、増便する計画は

あるのか。

応 答 モデル的に取り組んでおり、実証しながら誘客を図る取組をしていきたい。

質 疑 本日、京都市内から移動してきたが、2時間半程度を要した。移動が難しいと思うが、どのような人の流れになるのか。

応 答 国内のお客さんは目的地を目がけて来られるので、周遊は厳しい面がある。インバウンドのお客さんは、高所得者の方はタクシーを使う。公共交通機関を使う方も広範囲で移動することが多いので、大阪・関西万博でも誘客したいと思っている。

質 疑 海の京都コインの寄附額で大阪府が多かったが、大阪府も自家用車が多いのか。

応 答 自家用車が多いと思う。寄附が多いのは府民性もあるのではないかと。

質 疑 観光DX事業に取り組む際、整備費用というのはどのくらいかかったのか。

応 答 6,000万円の事業費のうち、システム整備だけで言うと数百万円となっている。

質 疑 婚活イベントを行ったとのことであったが、参加者は地元の方だったのか。また、どのような工夫がカップル成立につながったのか。

応 答 京都府の事業であるが、定員より多い募集があったと聞いている。出会いの機会が少ない中で、同じ体験・経験を積むことが成立のきっかけになったのではないかと思う。

質 疑 自主財源をどのように確保しているか。

応 答 自主財源はインバウンド事業と海の京都コイン事業の二つとなっている。インバウンド事業は、令和5年は約1,600万円の収益があり、令和6年は4,000万円となる見込みである。そのうちの20%が自主財源となる。海の京都コイン事業は、寄附額の8%が自主財源である。それだけでは職員を雇えないので、どこまで広域に係る事業をやっていくのが課題となっている。

質 疑 職員について、今後も市町からの出向か、将来的にはDMO独自でやっていくのか、どちらがよいと考えるか。

応 答 職員の在り方については、議論が始まったところである。公共の職員を出向させることで一定のレベルを維持できる反面、自主的な職員に変えていく

ことも重要と考えている。まだ結論は出ていない。

質 疑 京都府との連携の在り方、役割分担はどのようなものか。

応 答 毎月1回、会議を開いて情報共有をすることで、取組が重複しないようにしている。

質 疑 説明にあったe-bikeというのはどのような取組か。

応 答 民間企業の取組になるが、アップダウンがあるので、ロードバイクではなく、e-bikeで2日間くらいかけて100km走ってもらおうというものである。

質 疑 海の京都DMOに参画しなかった地域はあるのか。

応 答 ない。順番に声をかけたので、タイムラグはあった。

質 疑 観光協会を統合してDMOをつくるという中で、大変なところはあったか。

応 答 地域本部の側面とそれぞれの観光協会の側面があり、観光協会の予算や人事には口を出さないこととしている。独自性を担保しながら連携する部分ということDMOの予算でやっている。

質 疑 説明では、観光協会の予算は自治体からの補助金、DMOの予算は自治体からの負担金とのことであったが、観光協会は、DMOに入ることによって、プラスアルファの予算を獲得できるのか。

応 答 連携して行う事業は、その分、予算がつくというものはある。

質 疑 観光協会の補助金が減らされることはないのか。

応 答 観光協会のほうで、事業が重複しないように査定は行われていると思う。



(7) 調査結果

○ 海の京都DMOが行っている、ふるさと納税で電子ギフトとして返礼される「海

の京都コイン事業」は、観光消費額を増加させるだけでなく、寄附者のデータを収集することで、マーケティング基盤の強化につながれるとのことであった。

- 観光庁の実証事業に採択された「海の京都データ交換所プロジェクト」では、海の京都コインのモデル店舗づくりとして、次のような取組を行ったとのことであった。
 - ・ 加盟店に対し、決済額の10%を上乗せするインセンティブを設定した。
 - ・ モデル店舗の選定に当たっては、高額寄附が期待できる宿泊施設を中心に選定を行った。
 - ・ 海の京都コインの利用者は、ふるさと納税を行った後24時間以内に決済することが多いことから、加盟店のホームページ上のバナー掲載や、店舗でのパンフレット配布、ポスター掲載等ですぐに使用できることを周知した。
- 「海の京都データ交換所プロジェクト」の取組として、収集した情報を可視化してステークホルダーに公開する取組を行ったとのことであった。さらに、各市町でDMOサロンを開催して意見交換を行い、施策に反映させることを目指したとのことであった。

これら海の京都DMOにおける取組は、本県の観光DXに係る今後の委員会審査をする上で、参考となった。

5 福井県若狭湾サイクリングルート推進室

(1) 調査目的

福井県では、JR敦賀駅からJR若狭高浜駅を結ぶ約126kmのサイクリングルートを設定し、サイクルツーリズムを推進している。

また、若狭湾サイクリングルート推進協議会を設立し、走行環境や受入環境の整備等に取り組んでおり、国が指定するナショナルサイクルルートの指定を目指している。

そこで、福井県を訪問し、関係市町や団体等と連携したサイクルツーリズムの推進を調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

(2) 福井県交流文化部観光誘客課若狭湾サイクリングルート推進室出席者

交流文化部副部長ほか

(3) サイクリングルート及びJR美浜駅構内レンタサイクル施設（一般社団法人若狭美浜観光協会）視察



(4) 質疑応答

質 疑 レンタサイクルを利用する外国人観光客の国別、地域別で多いところは。

応 答 外国人観光客は最近増えてきた。香港や台湾、オーストラリアなど。観光協会にフランス人の職員がいるため、そのつながりでフランス人も来る。まだ傾向が出るほどの来訪者数ではない。

質 疑 日本人・外国人を問わず、利用者からどのような声が上がっているか。

応 答 三方五湖は名勝として文化庁の指定を受けており、看板を立てることができないため、分かりにくいという声がある。有料になるが、希望者にはガイドをつけることを検討している。

(5) 交流文化部副部長挨拶

(6) 委員長挨拶



(7) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

○若狭湾サイクリングルートの取組について

ア 福井県の概要

イ 若狭湾サイクリングルートについて

- ウ 推進体制について
- エ 若狭湾サイクリングルート of 取組について
- オ 他県との連携について

(8) 質疑応答

質 疑 県全体にルートを広げていくという構想はあるか。

応 答 福井県だけでなく、北陸3県でつなげられないかという話もあるが、市町や県境にはルートが繋がらないところがある。まずはナショナルサイクルルート※の指定を目指していく。

※ナショナルサイクルルート制度：自転車活用推進法に基づき、令和元年9月に国土交通省自転車活用推進本部において創設されたサイクルツーリズム推進のための制度。

質 疑 子供向けのレンタサイクルの整備状況はどのようになっているか。

応 答 スポーツバイクは調整が難しいため、現状は、いわゆるママチャリを調整して乗ってもらう形になる。

質 疑 宿泊施設や飲食施設といった観光事業者との連携はどのようにしているのか。

応 答 サイクリングマップに二次元コードを載せてサイクリストに優しい宿をPRしている。また、サイクリストに優しい宿に改修するための補助制度を設けている。

質 疑 旅行事業者との連携はどうか。

応 答 ガイドを育成しながらツアーの造成を進めているほか、他県の事業者を招聘したり、地元事業者にPRを行ったりしている。



(9) 調査結果

- 若狭湾サイクリングルート推進室では、サイクルツーリズムを推進するため、受入れ環境整備として次のような取組を行っているとのことであった。

- ・ サイクリングルートのある市町で「自転車を楽しむ会」を開催し、車社会でも自転車を楽しんでもらえるよう取り組んでいる。
 - ・ サイクリングガイドの養成講座や、外国人モニターツアーの実施をしている。
 - ・ 「サイクリストに優しい宿」の整備を進めている。
- 認知度向上のため、近隣県と連携して次のような取組を行っているとのことであった。
- ・ 福井県、石川県及び富山県で、3県の観光スポット205か所を対象とした「自転車で巡る！北陸3県デジタルスタンプラリー2024」を実施している。
 - ・ 滋賀県の琵琶湖から福井県の三方五湖を巡るサイクリングプレスツアーを、自転車専門誌や地元新聞社等を対象に実施している。

これら若狭湾サイクリングルート推進室における取組は、本県のサイクルツーリズムの推進に係る今後の委員会審査をする上で、参考となった。

6 福井県観光誘客課及び魅力創造課

(1) 調査目的

福井県では、恐竜という観光資源を生かした誘客に取り組んでおり、北陸新幹線福井・敦賀開業に合わせて、駅周辺に様々な展示物（恐竜コンテンツ）を設置するなど、恐竜を活用したにぎわいの創出を図っている。

また、拠点となる鉄道駅と主要観光地を結ぶ二次交通を拡充するため、JR西日本と協定を結び、XR（クロスリアリティ）を活用した観光周遊型バス「いこっさ！福井号」の運行を開始する等、観光ルートの魅力創出にも取り組んでいる。

そこで、福井県を訪問し、観光資源の磨き上げや周遊促進に係る取組を調査することにより、今後の委員会審査の参考に資するものとする。

(2) 福井県観光誘客課等出席者

議会局長、観光誘客課長、魅力創造課恐竜戦略室長ほか

(3) 福井県議会議会局長挨拶

(4) 委員長挨拶



(5) 概要説明

次の内容等について、説明があった。

ア 福井県の観光動向について

イ 北陸新幹線効果の最大化・持続化について

ウ 恐竜による観光振興の取組について

(ア) 恐竜博物館

(イ) 恐竜エンタメ交通・ホテル

(ウ) 福井駅周辺恐竜エリア拡大プロジェクト

(エ) 恐竜王国福井全国PR

(オ) 恐竜ビジネス

(6) 質疑応答

質 疑 恐竜博物館内のレストランの運営形態やコンセプトについて伺いたい。

応 答 委託で運営している。コンセプトについては、できる限り福井県にちなんだものを作ってもらいたいという願いはしている。人気があるので、現在は予約制にしている。

質 疑 周辺に飲食店等はないのか。

応 答 勝山市ジオターミナルやキッチンカーがあるが、足りていない状況。我々としては勝山市内で飲食をしてもらいたい。

質 疑 福井駅前のモニュメント等、恐竜コンテンツへの県民の反応はいかがか。

応 答 歴史のまちでもあるので、恐竜ではなく、歴史をとという声もあった。しかし、発掘調査や恐竜博物館の開館という経緯もあり、少しずつ話を進めていった。北陸新幹線金沢開業の際に、福井市と協議して駅前にモニュメントを置いた際、当初は再開発を理由に撤去となったが、反響が大きかったことから引き続き置かせてもらえることになった。

質 疑 敦賀から先の新幹線延伸について、福井県として今後の要望はあるか。

応 答 福井県としては、まずは大阪までということで、その先の要望はない。石川県は米原ルートを推しているが、福井県やJR、国としては小浜ルートを推していて、そちらに向けて努力している。

質 疑 外国人観光客の宿泊取込みとして、伝統芸能等を活かした夜間観光コンテンツを造成するとのことだが、どこでどのような伝統芸能を行っているのか。また、県の補助はあるのか。

応 答 6月補正予算で決まったため、事業者の選定が終わったところである。浜町に「日々」という、伝統芸能を鑑賞しながら食事ができる施設があるので、そこを利用して取り組む。どう広がっていくのかを見ながら、今後について検討していきたい。

質 疑 観光地のさらなる発展について、県がどこまで踏み込んでやっているのか、市町村や観光協会とどのような連携を取っているのか。

応 答 市と県が1対1というイメージでやっている。点でしかない観光地を、面で整備するスケールアップ事業を考えており、手を挙げた市町に宿泊施設や事業者を巻き込んだまちづくりの事業計画を提出してもらい、補助している。濃淡があるところもあるので、積極的に声かけをして、まちづくりを進めるよう働きかけている。

質 疑 ホテルの誘致等、市町でできないところは、県が主導してやっているのか。

応 答 スーパーバイザーと共に場所を選定して、スーパーバイザーや県職員が売り込みや仲介をしている。実際に土地を買うとなると、市町に入ってもらふこととなる。

質 疑 恐竜博物館は人気があり、事業収益が多いのではないかと思う。リニューアルということで採算性が高いのではないか。

応 答 リニューアルして1年たっていないのでお答えできないが、社会教育施設なので、もうけることはできない。国立科学博物館に合わせて、入館料を1,000円とした。維持管理費や研究費で赤字ではあるが、七、八割は賄えていると思う。リニューアル前の平成30年度では、管理費や事業費が6億3,000万円に対して、観覧料収入が5億4,000万円と、九割ほどであった。現在も割合的には同じくらいになると想定をしている。



(7) 副委員長挨拶

(8) 調査結果

- 福井県では、観光資源の磨き上げや周遊を推進するため、次のような取組を行っているとのことであった。
 - ・ 外国人観光客の宿泊需要を取り込むため、伝統芸能を生かした夜間観光コンテンツの造成を進めている。
 - ・ エリアごとの特色に合わせて整備を進めており、北陸新幹線の終着駅となった

敦賀金ヶ崎エリアは、民間活力を導入して宿泊施設の整備等を行っている。東尋坊エリアは、観光地が点在しているため、周遊性を向上させ滞在時間を増やすために、エリア一体で整備を進めている。

- 旅の目的となるような魅力的な宿泊施設を整備するため、県と市町村が補助をしており、スーパーバイザーにアドバイスをもらいながら、様々な宿泊施設の改修を進めているとのことであった。また、補助を希望する事業者が増加しており、令和6年度は支援件数を拡大しているとのことであった。
- 福井県の人気コンテンツである恐竜による観光振興に係る取組等は、次のとおりとのことであった。
 - ・ 恐竜博物館のリニューアルオープンにより、1年間で過去最高の入館者数となっており、オーバーツーリズム対策として、パークアンドバスライドを実施した。
 - ・ 移動時間も楽しんでもらう取組として、恐竜バスを運行した。なお、当該事業は、県の委託事業であったが、好評であったため、自主事業として継続している。
 - ・ 福井県、福井市及び福井商工会議所の3者による「県都にぎわい創生協議会」において、福井駅周辺のにぎわいづくりとして恐竜コンテンツの整備を決定した。福井県は、この決定により、モニュメントやデジタル技術を活用したARディスプレイ等を整備した。あわせて、デジタルスタンプラリーによる周遊促進も行っている。
 - ・ 大手百貨店及びマスコミと連携した展覧会の実施やク、レヨンしんちゃんとのタイアップ、大阪・関西万博における関西パビリオンへの出展等により、全国に「恐竜王国福井」をPRし、誘客につなげている。
 - ・ 福井県キャラクター「ジュラチック」の民間企業による商品開発は、63社437アイテムまで増加したほか、企業が店舗に恐竜モニュメントを設置するなど、民間企業にも「恐竜王国福井」が広まっている。

これら福井県における取組は、本県の観光資源の磨き上げや周遊促進といった取組に係る今後の委員会審査をする上で、参考となった。