

観光振興対策特別委員会行政視察報告

観光振興対策特別委員会では、宇都宮市と四日市市を行政視察しました。
概要は以下のとおりです。

(実施期間)	令和6年7月10日～令和6年7月12日
(実施都市)	宇都宮市、四日市市
(視察内容)	宇都宮市：宇都宮市観光振興プランについて 四日市市：工場夜景を活かした観光振興について

〔宇都宮市〕

宇都宮市では、宇都宮市観光振興プランについて説明を受けた。

宇都宮市は、栃木県のほぼ中央に位置し、東京から約100 km。南北に東北本線、東北自動車道、国道4号、東西に北関東自動車道が市内を貫いている。平成8年に中核市に、平成19年に上河内町や河内町と合併し、人口が北関東最大の50万人となった。

観光振興体制については、行政、宇都宮観光推進委員会、宇都宮観光コンベンション協会、観光事業者などが一体となって交流人口や関係人口を増やし、ひいては再来訪や移住定住、地域経済の活性化につながるよう、オール宇都宮で取り組んでいる。

宇都宮市の現状としては、観光入込客数・宿泊数が2019年水準で約86%の12,706千人まで回復し、宿泊数は、統計開始以降過去最高の1,850千人を記録した。外国人宿泊数は、2019年水準で約92%の69千人まで回復した。特に、中国、台湾、韓国を中心にアジア圏が多い。観光消費額は物価高の影響もあり、観光客の消費単価が上がり過去最高の1,029億円を記録した。また、依然として首都圏からの「餃子」での来訪と「日光や那須等他地域も含めた来訪」が高い傾向を示している。自動車での来訪が多いが、公共交通での来訪も増加した。多くの人はSNSなどのメディアで情報収集をしているが、最近はテレビの割合も増加しているため、1か所しか訪問しない人は約3割の一方、5か所以上訪問した人は約4割の結果が出ており、周遊のポテンシャルを再確認できた。

プランに基づく各種取組については、ライトライン開業と連携した市内観光の賑わい創出及び周遊促進やタレントを活用したプロモーション、アジア圏に向けたSNSを活用したプロモーションなど様々な取組を行っている。

委員からは、ライトラインの停留所を観光できるような場所として今後展開していく予定はあるかなどについて質問が出た。



視察の様子

〔四日市市〕

四日市市では、工場夜景を活かした観光振興について説明を受けた。

四日市市は、人口は約 30 万人で、面積は 206.4 キロ平方メートルである。地名の由来は室町時代に 4 のつく日に定期市が開かれたことから四日市と呼ばれた。港町から産業都市として発展しており、製油所や化学工場等が多数あることから昔から産業の恩恵を受け続けている。

四日市市の現状は、宿泊動向が平日（火～木曜日）の稼働が高く（平均：84.1%）、土曜日は周辺観光にて稼働が上がる一方、月・金・日曜日の稼働は落ちる。また出張客、ビジネス客、周辺観光での利用が 8 割近くある。産業については、全国で工業製品出荷額が第 10 位であり、主要な産業は電子部品・デバイス回路、化学である。そのため、観光より産業ウェイトが非常に高い都市である。そのため、向かう方向としては歴史・文化的に価値ある工場、機械などの文化財、製品を通じて、ものづくりの心に触れることを目的とした夜型の産業観光を目指している。

四日市コンビナートの夜景クルーズについては、目的として四日市では昭和 30 年代後半から「四日市公害」が発生し、多くの方が苦しんだことで、現在のクリーンな四日市の姿を実際に「来て、見て、感じて」頂くことで四日市のイメージアップを図るシティプロモーション活動として実施している。組織は、運行開始当初は、四日市観光協会産業観光PR部会内の 4 社の市内旅行事業者が主体となり企画し、四日市市、四日市商工会議所、四日市港管理組合等の行政機関、コンビナート企業各社、市内企業にも後援、協力をいただきながら開始して、2013 年度からは民間事業者（第一観光）が実施している。実績としては、2010 年度から開始して、多い年では乗船者が 5,000 人以上の年もあった。2020 年はコロナ禍のため、運行休止日が多くなり乗船者大幅減となったが、以降は回復傾向にある。年齢別割合では、6 割以上が 10 代～40 代であり、女性客が多い。また、県外からの客が多く、三重県内・四日市市外からは各 2 割の誘客に留まっている。

今後の課題、展望としては、大きな括りでは石油化学コンビナートは持続可能な運営への転換や新技術の導入が必要不可欠であり、形を変えながら環境への配慮を強化し、効率的な運営を目指すことが必要になってくることから、市内にある石油化学の事業所については事業規模縮小や撤退等の不安が残る。また、夜景クルーズ事業については、引き続き民間事業者に頑張ってもらいたいと考えている。現状は参画事業者が少ないので他事業者にも積極的に事業参加頂けるよう取り組んでいく。今後も工場夜景観賞という文化が全国に浸透するよう工場夜景都市とともにPR強化をしていき、コラボ企画等にも数多くチャレンジすることで「工場夜景のカテゴリー強化」を継続して実施をしていく。

委員からは、市は予算を投入していないが、市の役割をどのように捉えているか、採算面で民間事業者が事業の実施が困難になる場合を想定しているのかなどについて質問が出た。



視察の様子