

変化しつづける温泉観光地熱海」観光施策推進事業について

1、市政概要

熱海は昭和 12 年に市政が施行され、市域面積 61.70km²、人口 32,757 人〔令和 7 年 12 月末現在〕世帯数 20,751 世帯で第 3 次産業が主な産業で全体の 8 割以上の都市です。

2、目的

地域資源をどのように活用し、町の発展につなげられているのかを説明してもらい当市に使えるかを調査しました。

3、調査内容

温泉を核とした「リゾート型観光都市への変化」

観光と市民生活の調和（重点テーマ）

変化に強い観光地経営モデルの確立

行政の取り組み

- ・熱海を訪れるすべての旅行者にまた訪れたいと感じさせる。
- ・通年実施の花火大会、地元認定品事業、ガイドブックの作成。観光場所(起雲閣、MDA 美術館、来宮神社等)へのリピーター-長期滞在者を増やす事で観光産業への収益を増やして町を活性化させる。

4、質疑応答

Q、どのようにして観光と市民生活の調和に取り組んでいるのか

A、次のような事をそれぞれ(市民間等)対応する。

- ・熱海の観光産業の収益性と付加価値を高め、持続的に稼ぐ力へ観光産業を転換し、観光の恩恵と負荷のバランスを図る。
- ・熱海らしい温泉資源、景観、文化資産を守り新たな価値を創出し世代に継承する。
- ・災害、市場変動など多様な危機に柔軟かつ迅速に対応する。
- ・民間主等による取り組み。

5、所感

熱海は誰もが温泉町と思っている。国民の多くが想像しているものが資源であると思っているものを活用して発展できるのであれば苦労はしなくてすむと思った。

土浦は資源はたくさんあるが誰もがこれが土浦の資源ですと同じ物(資源)を言うことがないと思う。

そこが土浦の弱点であると気付されたがこれぞと思う全国花火はあるが一過性のものに過ぎず沢山の来訪者を国内外から多く集めなければ活性化は無いと思った。

浜松ウェルネスプロジェクト事業について

1. 市政概要

浜松市は平成 19 年 4 月 1 日に全国で 16 番目に政令指定都市になり、人口 777、637 人、世帯数 360、133 世帯で面積は 1558 km² で全国の市町村で 2 番目の面積で 3 つの行政区からなっている都市である。そして楽器の街としても知られており、世界的な本田技研工業、スズキ、ヤマハのオートバイの創業地としても知られている都市である。

2、目的

浜松市が行っているプロジェクトは健康増進を目的に行っており、社会保障制度の持続可能性を高め財政負担の軽減ができる為、土浦市も取り組むことが出来そうか視察を行った。

3、内容

市民の病気を未然に予防し、健康で幸せに暮らすことができる「予防健康都市」の実現

4、質疑応答

Q. 市民や地域企業に向けて具体的にどのようなプロジェクトを行っているのか

A. 市民に対する「疾病・介護予防」、地域企業に対する「ウェルネス・ヘルスケアビジネス支援事業」

浜松ウェルネス推進協議会

地域推進組織として、医療機関、大学、商工会議所を始めとした関係団体、金融機関、地域企業と共に市民の健康増進や地域企業の健康経営の推進、民間企業のヘルスケアサービスの創出等に取り組む。

浜松ウェルネス・ラボ

地域内外の企業や地域の医療機関・大学と共に、市民の「疾病・介護予防」や「健康づくり」に寄与する官民連携社会実現等を実施しデータやエビデンス等を取得、蓄積

5、所感

事業を実施することで企業の進出を促すことが出来ることは、一般規模の市町村では中々出来ないことで、人口が多いからビッグデータを活用した製品開発につながることは素晴らしいと思いました。

地域ブランドの開発とふるさと納税の利用促進について

1、概要

菊川市は、静岡県中央に位置し人口 46,669 人 世帯数 19,279 世帯 面積 94,19km² で産業別就業人口も第三次産業が 48%第二次産業が 41%という状況にある都市である。

2、目的

地域ブランドの開発とふるさと納税額の増額を諮るためにいろいろと取り組んでいるため本市としても参考に出来る物があるか視察した。

3、内容

寄附件数および寄附金額の前年比増の要因

4、質疑応答

Q. 返礼品の選定や PR について工夫されたことはなにか。

A. 返礼品に菊川市をイメージする人気返礼品がないため、人気返礼品の開発により返礼品の在庫数の大ロット化などを計った。(農産品ではなく加工品等製造できるもの)

菊川市の認知度が低いため、プロモーション施策を実施し効果的な RPP 広告の実施や事業者と連携してイベントでの周知活動を実施し認知どアップを計った。

各ポータルサイトの内容を一目で理解できるように縮小された画像に修正することや追加し、返礼品の画像改修などを実施することで返礼品のページを改修した。

5. 所感

これと言って知名度が高い町でないため、一生懸命に努力してふるさと納税の増額を計ろうと思っているが貴市の有名なお茶による食品開発を行い、静岡茶の中の菊川茶を売り込むことで菊川市のイメージ向上に繋がるような気がした。

2026年(令和8年)1月27日(火)

静岡県熱海市

「変化しつづける温泉観光地熱海」の観光施策推進事業について

1. 熱海市の歴史は、まず大正14年、国鉄熱海線が開通し、東京からの直通列車が運行して旅館別荘数が急増。昭和初期から中期、昭和9年丹那トンネル(延長7.8km)開通。国鉄東海道本線が御殿場経由から熱海経由となり、名古屋・大阪方面から旅行客増。特に新婚旅行・団体旅行を中心に、有数の観光地となった。

そして昭和39年、東海道新幹線開業。観光客が大幅に増加。ホテル・旅館の新改装が進み、高層建築が増える。

昭和後期～平成初期、バブル期到来。リゾートマンションの建設ラッシュ(昭和60年～平成)後、バブル崩壊と旅行形態の変化(団体旅行が減って個人少人数旅行)により観光客が減少。旅館・ホテルの休廃業が相次ぎ、放置されて廃墟となった建物が問題となる。

2. 人口は32,757人(令和7年12月末)で、約50年間一貫として減少。

産業別就業人口は、令和2年第1次産業就業人口251人と農林水産従事者が極端に少ないが、第3次産業は13,794人 就業者の8割以上がサービス業に従事。

3. 観光基本計画の策定(平成19年12月)

「長期滞在型の世界の保養地」を中心とした熱海観光の原点である「温泉」にもう一度光をあて、市民・観光客にとって満足度の高い、開かれた保養地づくりを目指すため、4つの柱を決めて施策を推進してきた。

- ① 温泉中心主義—— 湯治場「熱海」の復権
- ② もう一度行きたくなる街—— 満足度アップのづくり
- ③ 歩いて楽しい温泉保養地—— 経済効果の各業界への拡大
- ④ 全員参加のまちおこし—— 総合的な観光事業の実施

この4つの柱の目標は、宿泊客数330万人(外国人10万人) 連泊率7% 経済波及効果1,000億円。

更に2021年(令和3年5月)の新たな観光基本計画では、「変化しつづける温泉観光地熱海」を基本理念として、「首都圏顧客支持率ナンバーワン温泉観光地熱海」を目指すこととした。

そのための施策としての

- ① 新・熱海ブランドの構築
- ② 魅力ある観光地域づくりの推進
- ③ 観光地経営の仕組みづくり

など、大変内容のある具体策が実施されて、現在の熱海新時代の基礎作りがよく認識できます。

民主導のまちづくりは、①観光協会 ②旅館組合 ③商工会議所 ④まちづくり団体

熱海市観光経済課は、観光推進室・メディアプロモーション戦略室、産業振興室、農林水産室がそれぞれ主要事業を担当して、観光基本計画の具体的施策の推進を図っていた。

それ以外にもロケ支援、メディアプロモーション事業など、聞けば聞く程スケール規模が違うという感覚で、「土浦市の観光計画に参考になるのは、やはり観光に対する位置付けを、しっかりと示さなければならぬと感じる」

土浦市は滞在型観光ではなく、通過型観光なので、経済効果は難しいことは以前から言われている。観光経済課の所管予算は令和6年決算額で農林水産費 235,760 千円、観光商工費 718,679 千円とのことで、予算も実施している各種事業に即応した予算となっていました。

A 熱海市シティプロモーション基本指針（H25年3月策定）

B ロケ支援、メディアプロモーション

C 地域おこし協力隊の導入による町おこし事業

D 熱海市 チャレンジ応援センター

（熱海市と熱海商工会議所との連携でH24年度スタート）

など、多くの課題別目標を持った事業計画についても説明を受けましたが、190ページにも及ぶ熱海市の観光施策は、土浦市とは比べる部分が少なく、とにかく「スゴイナァー！」でした。

今後の取り組みも、変化する温泉観光地を実現するためには、他地域と差別化を図るため安定的な観光目的財源を確保していくことが必要となって、観光財源に関する検討部会を設けDMOの設立、宿泊税の導入などについて検討が進められていました。

観光政策に係る財源は、政策経費は年間約10億円を想定し、このうち宿泊税で約7億円、その他約3、5億円を一般財源を当てる。宿泊税は目的税であるため自由に用途は決められない。宿泊税の用途は、条例で観光振興施策に限定することを明らかにして、執行状況は公開。

従来の入湯税は法定目的税、宿泊税は法定外目的税。このことについての議論も進行中だとのことでした。

いずれにしても熱海市は温泉訪問地、滞在型宿泊地としての全国有数の街。土浦市も滞在型になるためには、観光の見所を再発見、宿泊所の新設など検討していかなければと思う。

熱海市役所の観光建設部長 立見修司さんは、観光事業を専門に永年働いているとのことでした。

竹内 裕

令和8年1月28日(水)

静岡県浜松市

「浜松ウェルネスプロジェクト事業について」

浜松市は静岡県西部に位置し人口 約 80 万人、面積が全国第 2 位の広大な 面積を持つ政令指定都市です。ヤマハ、カワイ、ローランドなどの楽器メーカーやスズキの本社があり、「音楽のまち」「楽器のまち」です。うなぎの養殖で有名な浜名湖があります。東京、大阪の間にあり、新幹線で約 90 分とアクセス最高です。

今回の視察の浜松ウェルネスプロジェクト事業の背景には、このような浜松市の強みがあります。

1. 健康寿命日本一「大都市別の健康寿命」で、女性は 4 期連続 第 1 位。男性は 4 期 第 1。これは 70 歳現役都市宣言になっている。
2. 産業力で発展は、日本一の起業家応援都市宣言になっている。
3. 産学官の連携力

2023 年 4 月市役所内に、「浜松市ウェルネス推進事業本部」を新設し、ウェルネスプロジェクト推進のため専門部署として体制を整えた。

そもそも ウェルネスシティとは「予防 健康都市」の実現を目指すとなって、官民連携の取り組み。健康 × 産業 = 本市の 持続的発展が目標となっている。

庁内推進体制は、4 部 9 課で構成され、さまざまな関係課が総合的に連携し合う内容で、土浦市も参考にできる体制内容かと思う。

※ 健康寿命日本一 女性 (2010 年 2013 年 2016 年 2019 年)
男性 (2010 年 2013 年 2016 年 2022 年)
厚生労働科学研究による大都市別 調査

市民の健康増進(健康寿命の延伸)

地域企業の健康経営の推進

ヘルスケア産業の創出は、地域内外の関係者の英知を結集する官民連携

Wプラットフォームがあります。

この中で 浜松ウェルネス推進協議会と浜松ウェルネス・ラボ という 具体的に事業を推進する組織があります。

1. 浜松ウェルネス推進協議会は地域推進組織として、医療機関、大学、商工会議所などの参加で、参画企業・団体数は 255 社 (2026 年 1 月 14 日時点) 企業が 236 社団体 19 社というように、市民の健康増進や地域企業の健康経営の推進などを行っている。
2. 浜松ウェルネス・ラボは地域内外で企業や地域の医療機関・大学とともに 官民連携社会実証事業等を実施し、データやエビデンス等を取得応援

市民の健康増進・健康寿命の延伸に関わる具体的な取り組みは

1. 「はままつ健康クラブ」を令和4年10月から管理運用しています。登録者数は24,771人（2026年1月14日時点）
2. 「はままつ健幸クラブ」を活用した健康増進啓発事業。
この事業は大規模商業施設等を会場とした健康イベント事業です。この事業は土浦市も参考になると思います。
3. 健康ビッグデータ評価分析事業は、人間ドック等10年間のデータを用いて、市民の健康状態を明らかにして、健康づくりの基礎データとする事業ですが、これは素晴らしい。

官民・民民連携により、市民の健康に寄与する取り組みは大きく分けると

- ① 市民の健康増進（健康寿命の延伸）
- ② 地域企業の健康の経営の促進
- ③ ヘルスケア産業の創出
- ④ 地域や官民連携体制の強化
- ⑤ 官民連携社会実証事業への参加・協力
- ⑥ 浜松ウェルネスプロジェクトの

- ① については、市民の運動習慣のきっかけとなるご当地けんこう体操「はままつ健康たいそう」を開発、作成。浜松市リハビリテーション病院のコラボスポーツクラブが、イオンモール浜松にて健康運動の教室に採用。その他にも「栄養花まる弁当」の開発・販売、野菜摂取増加の取り組みなど広範囲に実行している。

特に私がこの施策は土浦市でも取り入れられたらいいなと思うのは、

- ② の企業の健康経営の促進です。

従業員50名以下の健康維持増進を促す。健康経営に取り組む市内に本社・支店等を置く中小企業などに対し、事業費の1/2以内、上限50万円の補助金を交付、2025年（令和7年）度は、15～16件、その他にも健康経営に取り組んでいない中小企業を訪問し、健康経営アドバイザーが普及啓発を行う。

また健康経営優良法人に対する優遇措置などを含め、多種多様な地域企業の健康経営に取り組んでいるため、従業員は皆さん健康だとのことでした。

このことは土浦市も参考にしたらと思っています。

これだけ豊富な事業を浜松市民に広報するためには、どのような手段を用いるのかですが、本事業本部で保有している「はままつ健康クラブ」プッシュ通知機能「浜松ウェルネス推進協議会 参画企業・団体宛てのメールマガジン」が中心で、あとは「広報紙」「浜松ホームページ」などを通して、情報発信しているとのこと。

説明してくれた担当職員さんに感謝をして視察は終わりました

竹内 裕

令和8年1月29日(木)

静岡県菊川市

「地域ブランドの開発とふるさと納税の利用促進について」

菊川市は静岡県のほぼ中央に位置し、市の中央を一級河川菊川が流れ、気候は温暖で「深蒸し菊川茶」でも知られる茶産地である。人口は48,300人(令和3年1月)です。

今回の視察目的は、ふるさと納税がどのように活用されているかです。

寄付金額が令和元年度284,035,005円、そして直近の令和6年度が95,383,822円と寄付金額が大幅に減額している。このことについて主な理由は？と質問したが、納得がいくような答弁ではなかった。

次に人気返礼品については、令和7年4月～12月の統計を見せてもらいました。

①菊川カントリークラブプレー割引券 ②高級アローマメロン ③ホロンゴルフ倶楽部プレー割引券など、10点説明していただきました。

菊川市の認知度が低いこともあり、寄付者からのレビューが少ない、PR広告に予算もかけられないため、支援事業委託事業者であるゴルフ場のプレー券が人気があるそうです。

例えば2万円以下の返礼品開発をしているが、同程度の岡山県赤磐市は2万円以下の返礼品が254品あるのに対し、菊川市は134品で、市場の需要を満たしていないとのこと。当面は134品を200品に増やし、満点ハンバーグとかアローマメロンなど、生産数も多く大量に選択された場合でも対応できることから、返礼品の在庫数を増やし、個人の配送が可能な業者との調整を図るとのことでした。

聞いている範囲ではかなり厳しいかなーと感じました。

次に地域ブランド認定事業ですが、これは土浦市でもどこの自治体でも、何をブランド化すればいいかは大変重要なことです。

菊川市は第16条で構成される実施要領で、商工会役員等で組織する「菊川地域ブランド認定委員会」が認定審査するとのこと。

このことについては、商工会以外の関連団体や高齢者・若者など幅広い認定委員会にならないのか提案してきました、土浦市もこの認定委員会の構成については見直しを図るべきと思っています。

応募対象商品は一般消費者が購入できるものは当然ですが、一番大事な菊川市の地域資源を活かした地場産商品であること。一時期他の自治体では地場産以外の商品を返礼品にあて、総務省から厳しくその対応を改めるよう注意され、その後全ての返礼品に関しては地場産になった。これはいいことだと私は思っています。

最後にふるさと納税の活用は7つの項目があり、寄付者がその中から1つを選ぶということになっています。土浦市も市のリーディングプロジェクトの4つの目的課題の対策に使用していません。企業版ふるさと納税については、所管が違うということで全然把握していませんでした。本来ならば一括して対応することが必要だと思いましたが、この点は私の意見を言わせてもらいました。

いずれにしても菊川市は、またお伺いしたいと思うような自然あふれる良い所でした。