

## 1 調査事件

環境行政の充実及び地域産業の活性化について

## 2 調査概要

### (1) 伊勢市（人口 122,580人）

ア 観光施策への新型コロナウイルス感染症の影響について

伊勢市は、伊勢神宮の内宮、外宮や、内宮前のおはらい町、おかげ横丁、外宮前のせんぐう館、外宮参道、二見輿玉神社、賓日館、水族館、テーマパーク、河崎、朝熊山などを主な観光地としており、20年に一度の式年遷宮に合わせたまちづくりを行っている。

観光客数は、新型コロナウイルス感染症の影響を受け大幅に減少しており、観光客数を測る上で参考としている伊勢神宮への参拝者数は、令和2年に令和元年比約99%の減となっている。

コロナ禍前に行っていた観光誘客や振興の取組としては、伊勢市へ訪れる外国人が、東アジアなどよりも欧米などからが多いという特徴があるため、海外向けの取組として、それらの国へターゲットを定めた働きかけを行っており、海外目線で伊勢の情報発信を行うため、米国からソーシャルメディア・クリエイターを招聘し、伊勢の文化や歴史等の魅力を映像化し、制作した映像をYouTubeやクリエイターのSNS等を通じ発信していた。また、国内からの誘客については、関東圏からの誘客及びリピーター化を図り、公共交通機関の利用を促進するため、JR東海とのタイアップにより、市内の周遊促進を図る旅行商品を造成し、JR東海の主要駅や新幹線で同市を訴求するポスターやデジタルサイネージを展開する取組などを行っていた。

コロナ禍における取組としては、コロナ禍において売上が減少した地域製品の販路拡大のため、（公社）伊勢市観光協会と共同運営しているホームページ内にショッピングサイトを開設した。また、市内飲食業・宿泊業企業の経済支援策として、同協会との協働事業であるクラウドファンディングを活用したプレミアム付き利用券（食・宿みらいチケット）を発行し、9,218件、総額7,651万円の支援があった。さらに、文化や芸術などの様々な分野のプロのクリエイターを招聘し、市内宿泊施設における6泊～13泊の宿泊に対して5万円を限度に補助を行い、創作活動に取り組む機会を提供するクリエイターズ・ワーケーション促進事業を行った。この事業では、クリエイター同士がつながり情報発信を行ったことで、取組自体が評価され、大きな宣伝効果があった。

そのほか、市内への観光客はリピーター客が多いという特徴があるため、コロナ禍で実際に訪問ができなくても、オンラインによるツアーを行うことでリピーターの気持ちが離れてしまわないような工夫を行っている。

アフターコロナを見据えた観光誘客や振興に係る今後の課題としては、様々な場所に実際に出向いてのPRがしにくい状況であるため、SNSなどを含めたデジタルを活用した情報発信を行うことで、より本質を伝えられるように努めることなどが挙げられる。

#### イ 観光施設のリアルタイム混雑状況配信について

**伊勢市**は例年1月の観光客が多いという特徴があるが、令和2年10月頃まではGoToキャンペーンの影響で観光客が多い状況であり、その状況が続けば新型コロナウイルス感染症の感染拡大につながる危惧があると考えられたため、令和3年1月に分散して伊勢を訪れてもらうための各種対策が講じられている。

1つ目に、「らくらく伊勢もうで」として、駐車場の混雑状況などの配信を行い、車、公共交通機関の混雑緩和を図った。次に、「空きです、伊勢♪」として、主要観光地にカメラを設置し、得られた画像データをAIで解析し、リアルタイムな人の混雑状況と週間予測をWEB配信した。そのほか、「平日伊勢参り」として、駐車券や記念品のプレゼントなど、平日観光をおすすめするキャンペーンを同年3月まで実施した。

今後の課題としては、これらのリアルタイム混雑状況の配信サイトの閲覧数が、例年観光客で混雑する1月は多いものの、普段は一定数の閲覧のみであることから、認知度を高める必要があることが挙げられる。

#### ウ 伊勢バリアフリー観光について

**伊勢市**では、障害者の方が、「行けるところ」から「行きたいところ」へ変えるため、「おもてなしヘルパー」を養成し、移動に不安がある障害者の方がいつでも内宮御正殿で参拝ができるようにサポートする仕組みを構築し、平成29年2月からサービスを開始している。また、車いすの貸出しや観光地の多目的トイレの面積拡張など、バリアフリー観光の取組を進めている。

そのほか、身体状況によりバリアとなる場所や項目が異なることを前提に、「伊勢バリアフリー・マイマップ」というウェブサイト平成26年度に構築・運営しており、毎年4,000件前後のアクセスがある。

今後の課題としては、視覚障害者向けのサポートとして、カメラ、マイク、スマートフォンを組み合わせることによる遠隔での買い物支援を試行していることから、その実現に取り組んでいくほか、おもてなしヘルパーの参拝サポートをコロナ禍により中止した部分があるため、個々のスキルを落とさないよう取り組んでいくこととしている。

## (2) 金沢市（人口 459,549人）

### ア 金沢駅における観光施策について

金沢市は、400年以上大規模な災害や戦禍にあつておらず、現在も藩政期の街並みが残る城下町であり、金沢城を中心に半径2キロメートル圏内に主要な観光資源がコンパクトに集中している。保存と開発の調和をまちづくりの方針としており、土地利用については、伝統環境保存区域として保存する区域と、近代的景観創出区域として開発する区域を定め、古いものと新しいものとが機能分担しながら調和するように図られている。

また、景観まちづくり関連条例が数多く定められているが、特に、こまちなみ保存条例は、歴史的風情を残す町並みを「古」、ちょっとした小さい町並みを「小」とし、日常生活に根差した金沢らしい町並みの保存を目指す条例である。なお、金沢駅のおもてなしドームは、伝統を継承していく歴史的都市でありながらも、新しいものも取り入れて進化する金沢らしさを取り入れた世界的にも評価の高い駅であり、まちのシンボルになっている。

さらに、北陸新幹線の長野－金沢間が平成27年3月に開業したことにより、東京－金沢間は従来の在来線特急と比較し約1時間30分短縮されている。利用者は、開業1年目に、開業前の在来線特急利用者の約3倍、金沢地域の観光入込客数については、平成27年度から令和元年度まで年に1,000万人超となり、宿泊客数についても平成28年度から令和元年度まで年に300万人超となっている。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大後の令和2年度は、観光入込数が年に約500万人、宿泊客数が年に約200万人となり、コロナ禍前と比較し大幅減となっている。ちなみに、日本政策投資銀行により、北陸新幹線金沢開業による観光活性化が石川県内に及ぼす経済波及効果は、678億円と推計されている。

観光政策としては、市民生活と調和した観光まちづくりや、新しい観光スタイルへの対応といった観光が求められる動きを掌握した上で、市民と旅行者が共感を深め、「ほんもの」を未来へと紡いでいくまちを戦略テーマに、金沢市持続可能な観光振興推進計画2021を定め、①市民と旅行者

の相互理解促進、②魅力あるコンテンツの磨き上げ、③快適に観光できる環境の充実、④観光マネジメント体制の強化、⑤国内外からの誘客促進に向けた情報収集と発信の5つの基本戦略を基に観光施策を進めている。

①市民と旅行者の相互理解促進としては、観光地を周遊する取組として、市民が楽しめるマイクロツーリズムの推進を行い、地元住民向けに金沢の魅力が詰まった日帰りツアーや体験を集めた「金沢再発見モニターツアー」を開催し、地元観光への興味・関心を持つ機会を創出している。また、観光マナーパンフレット「金沢流まちあるき」を作成し、金沢を観光する上でのたしなみや文化的な作法を発信し、旅の質を向上させ、観光客の満足度と市民の幸福度を高め、市民生活と観光の調和を図っている。

②魅力あるコンテンツの磨き上げとしては、金沢の新しい魅力を創り出すため、金沢に来なければ体験できない「コト」を商品として磨き上げ、「かなざわ自由時間」という体験プラン、現地ツアー、イベント等の「コト」商品をPRする専門ウェブサイトで取り扱っている。

③快適に観光できる環境の充実としては、金沢市観光調査2020により、旅行中の観光情報の取得方法の約80%がインターネット（モバイル）との回答であったことを踏まえ、金沢市観光デジタルマップを作成し、紙マップに載せることができなかつた多くの情報を載せることができるようになってきている。また、金沢Ma a Sコンソーシアムのプロジェクトの第一弾として、バスの金沢市内1日フリー乗車券のアプリ化による利便性向上を図っている。

④観光マネジメント体制の強化としては、金沢DMOの組織強化により、観光による地域経済の活性化を図っているほか、観光マネジメント専門人材の育成や、観光事業者の連携強化を行っている。

⑤国内外からの誘客促進に向けた情報収集と発信としては、金沢の文化を嗜好するターゲットに向けたプロモーションを推進している。海外誘客については、金沢市の伝えたい魅力と客のニーズが合致するのが欧米豪地域であることから、重要市場と考えプロモーションを推進している。

新型コロナウイルス感染症感染拡大により、旅行需要が大きく減少し、国内旅行についても県をまたぐ旅行の自粛や意欲が低下しており、またインバウンド需要の回復時期も見通しが立たない状況であるが、今後も様々なキャンペーンの実施など工夫を凝らし、市内への宿泊を促していくこととしている。