

## 平成25年度

### 茅野市議会経済建設委員会研修視察報告書

(経済建設委員会 特定事件継続調査報告書)

- 名 称 平成25年度経済建設委員会行政視察研修
- 期 間 平成25年7月8日(月)から7月10日(水)
- 視察場所 福岡県北九州市小倉北区内1番1号(北九州市役所)  
大分県竹田市大字会々1650番地(竹田市役所)  
福岡県糸島市前原西1丁目1-1(糸島市役所)
- 視察項目 1 北九州市観光振興プランについて(北九州市)  
2 温泉の活用と地域づくり 温泉療養保健システムについて(竹田市)  
3 上下水道の民間委託について(糸島市)
- 参加人員 経済建設委員会議員 5名、随員2名 計7名  
委員長 宮坂 武男  
副委員長 山岸 正衛  
委員 北沢 千登勢  
委員 篠原 啓郎  
委員 勅使川原 はすみ  
都市建設部長 帯川 三千雄  
議会事務局員 田中 美和

# 北九州市視察報告書

## 1 視察日時

平成25年7月8日（月） 14時30分から16時00分

## 2 視察場所

福岡県北九州市役所

## 3 視察対応者

産業経済局観光部観光・コンベンション課 観光係長  
北九州市議会事務局政策調査課調査係 主任

## 4 視察内容

北九州市観光振興プランについて

## 5 視察目的

民間企業との連携や観光を基軸とした地域経済の活性化の取り組みを視察し、茅野市の観光事業の活性化に役立つことを研究する。

## 6 視察概要

### (1) 「北九州市観光振興プラン」の概要

#### (1-1) 策定の背景

平成18年に作成したが、すでに観光には力を入れていた。しかしデジタルインダストリー（賑わいを創出する産業）の振興、国の観光立国の動き、観光の多様化など市を取り巻く環境が変化してきた。さらなる地域経済の活性化をめざして「北九州市観光振興プラン」を策定した。

#### (1-2) プラン概要

◆プランは新たな魅力を創出する東アジアの国際観光都市を目指して3つの重点取組みから成る。

- ・北九州市版産業観光の確立
- ・新北九州空港を活用した首都圏、東アジア等からの集客促進
- ・観光産業の育成と百万市民によるおもてなしの充実

◆取組み達成の為に5つの集客戦略と施策を策定する。

#### 1) 観光ビジネス戦略

##### 施策例

- ・産業観光のルート化・ネットワーク化
- ・ナイトライフ（夜型観光）の推進⇒（今回の視察目的の1つである）
- ・様々な形態の宿泊施設の充実

#### 2) ネットワーク戦略

##### 施策例

- ・新北九州空港の活用策

- ・東アジア経済交流推進機構によるアジア諸国との連携
- ・観光インフォメーションセンターの機能拡充

### 3) 観光プロモーション戦略

#### 施策例

- ・広域連携を活用したプロモーション
- ・北九州観光 Web サイトの充実
- ・北九州ブランドの創出

### 4) まちづくり戦略

#### 施策例

- ・ITを活用した外国人観光客へのおもてなし
- ・観光地のユニバーサルデザイン化
- ・人が集まる快適な都市空間の形成

### 5) イベント・コンベンション戦略

#### 施策例

- ・コンベンション開催支援サービスの強化
- ・コンベンション誘致促進策の活用推進
- ・魅力あるイベント、国際会議、国際競技大会の開催

5つの集客戦略は、117施策ある。

◆観光振興推進（5つの戦略、施策）のための体制づくりとしての3施策がある。

- ・民間主体の推進体制づくり（観光協会の組織強化）

◆エリア別事業展開として2つのエリアに分け、20施策がある。

#### 1) 重点エリア

小倉都心エリア、門司港エリア、東田エリアの3つのエリアを今後の観光振興の重点エリアに位置付ける。

#### 2) 魅力アップエリア

皿倉・河内エリア、平尾台エリア、木屋瀬エリア、若松・響灘エリアを魅力アップエリアに位置付け、地域の特性を活かしたエリアならではの事業展開を進める。

総施策数は、140になる。

#### (1-3) 7年間の成果

- ・140施策のうち着手したもの123施策で87.9%、未着手のもの17施策で12.1%。
- ・来年度に向けて改定を考えている。7年間と言う長いスパンではなく短いスパンで考えていく。

(2) 北九州市について（以下はプロジェクター使用にて説明を受けた）

(2-1) 北九州市の位置

- ・東京から 羽田空港⇄北九州空港 約1時間40分
- ・大阪から 新幹線で新大阪⇄小倉 約2時間10分
- ・鹿児島中央から 新幹線で鹿児島中央⇄小倉 約1時間40分

(2-2) 北九州市とは

- ・昭和38年（1963年）2月に門司市、小倉市、八幡市、戸畑市、若松市の5市合併により誕生した九州初の100万都市、政令指定都市。
- ・関門海峡を隔てた結節点で、古くから大陸貿易の拠点として、また九州と都との交通の要所として発展してきた。
- ・近代化産業発祥の地として日本初の本格的な近代製鉄所である「官営八幡製鉄所」が北九州市に建設、1901年創業。それ以来鉄鋼、機械、化学など日本の基幹産業が集積して、日本の4大工業地帯として近代化を牽引してきた。
- ・しかし流通ルート変化、エネルギー革命、円高不況、構造不況など、「鉄冷え」と呼ばれる厳しい時代になる。
- ・1980年代後半からさらに製造業が苦戦、街も人も活気を失い危機感がつのる。
- ・昭和63年（1988年）市の活性化策として「観光」への取り組みがスタートする。

(3) これまでの観光の取り組みについて

(3-1) 既存資源の活用

- ・小倉城（400年前建築）、旦過市場（タケノコ、たこ、かき、ふぐ）、文学・歴史（琉球文化）、祭り（小倉陣太鼓）、広大な自然（平尾台は3大カルスト）

(3-2) ハードの充実

- ・門司港レトロ（重要文化財）、いのちのたび博物館、潮風号（細くて短いトロッコ列車）、九州鉄道記念館、松本清張記念館（日本ではここだけ）等のハードを整備した。

(3-3) ソフト開発・PR

- ・産業観光、地域グルメ、着地型観光（街歩き）、フィルムコミッション（早くから取り入れた。撮影で困ったら北九州へ行けと言われている。)

(4) 23年度北九州市観光動態調査について

(4-1) 観光地点の観光客数（市内、市外を合わせて）

- ・宿泊客119万人、日帰り客855万4千人 合計974万4千人
- ・割合では、観光客87.8%、宿泊客12.2%となるが、宿泊客が少ないのが問題である。いかに宿泊客を増やすかが課題とされる。

(4-2) 観光客数、宿泊客数共に大幅な変化はなく同レベルを推移している。常連客かりピーターかは調査してないので不明である。

(5) 「北九州らしさ」や「強み」を活かして

(5-1) 産業観光について

- ・産業観光は昼間の工場見学のことである。昭和40年代から「産業観光」と言う言葉は使われていた。工場見学に協力してもらえる工場等は51団体ある。
- ・個々に何人以上で何曜日に見学出来るかが決められている。
- ・工場見学のパンフレットを作った。見学できる工場を載せてある。年に1度工場の担当者を集めて情報交換、勉強会をしている。パンフレットは市で作っている。
- ・この取組が評価されて、全国産業観光推進協議会が主催する「平成21年度第3回産業観光まちづくり大賞」において北九州市が最高賞である金賞を受賞した。
- ・工場見学は23年度で24万人が参加した。そのうち海外からは1万人が参加した。
- ・産業観光は商工会議所が旅行社とタイアップしてエコ商品も作っている。23年度は37本作った。24年度は58本作った。

(5-2) 工場夜景見学について

- ・市で開発して旅行社にノウハウを提供した。夜の工場見学である。
- ・首都圏で「工場鑑賞」をテーマとしたツアーが人気である。川崎市が早い時期から始めているので参考にした。
- ・平成21年12月定例会で「工場萌え」を楽しむビュースポットを準備し、観光素材として売り込んでどうかとの、議会からの提案があった。
- ・九州では「北九州市」しか出来ない集客策である。北九州市ならではの新たな夜型の観光素材として宿泊が期待出来る。

◆「工場夜景」ビュースポットの発掘、取組の経過

- ・平成21年12月議会からの提案を受け、観光係職員がどこから見たら良いかを、仕事帰りや土日に市内を調査した。昼間は出来ない所以で夜出かけて、市内の工場景観ビュースポットの発掘を行った。レポートを作って全員で検討もした。
- ・平成22年4月から調査結果をもとに、毎年発行している観光パンフレットに、市の観光資源として、またその後の展開の予告編として専用ページを制作し、市民に興味を持ってもらうよう努めた。
- ・平成22年5月から職員だけではなかなか探せない所以、市制日より市民に呼びかけ市民からも募集した。北九州市で工場夜景が見えるポイントは、広範囲で、岸壁など立ち入り禁止区域が多いことから、気軽にスポットを回

れる定番のバスツアーが必要不可欠である。

- ・平成22年11月からモニターツアーを実施した。2回行った。市民対象のものとか、旅行社、マスコミ対象のもの。市民対象のものは集まるか心配した。結果は60名募集に258名の応募があり、これはやっていけるなど感触を得た。
- ・継続的なバスツアー実施のためには、北九州市が主体で実施しては、経済効果を上げられないので、地元の旅行業者へ引き継いだ。数社集めて入札を行った結果、JTB北九州観光が落札した。
- ・平成23年2月からJTBにより旅行商品として商品化された。
- ・補助金は出していない。市がやったことはノウハウの提供と良いポイント等のコースの設定をした。
- ・工場を間近に見るには洞海湾ごしがよいが、ソーラスフェンス（ソーラス条約により）があり入れない。フェンスの中からは良く見える。公安局と交渉して一般客を中に入れてもらうようにした。鍵を借りて、フェンスの中に入れるようにした。
- ・しかし鍵を扱うのは旅行会社ではなく、市の観光課の職員が開けることを条件にされた。ツアーバスが到着する前に市の職員がフェンスを開けて海に落ちないようにポールをおいて準備をした。1年間続けた。いまはやってない。ポンポン船で海上から見学する。船は非日常的で受けがよい。
- ・季節により日没の時間が変わるので、6時からだと明る過ぎるときもある。その時は、時間調整をする。いまはJTBがすべてやっている。

#### (5-3) 着地型観光について

- ・着地型観光とは到着地側で作ったプランで、北九州側で作ったものである。地元ならではの路地などを紹介し、北九州ならではの体験メニューがある。
- ・体験メニューを紹介するパンフレットを作った。パンフレットは市で作り、体験メニューを主催するのはNPO、地元の旅行会社、観光施設、個人等である。
- ・成果としては、平成22年度で84メニュー、3,400人が参加した。
- ・着地型観光の成功例が「ハトバス」である。

#### (5-4) 環境修学旅行について

- ・北九州工業地帯は、4大工業地帯のひとつとして日本の高度経済成長を支えてきたが、その一方で1960年代に深刻な公害をもたらした。この公害問題を解決するために市民、行政、企業が一体となって取組み三位一体で公害を克服した。
- ・全国でも数少ない「環境モデル都市」・「環境未来都市」に認定された。またアジアで初の「グリーン成長モデル都市」としても選ばれた。
- ・企業が汚水を出さない、煤煙を出さない、いろいろな取り組みをした技術、ノウハウが企業にはある。これらを修学旅行に取り入れて見てもらう。

- ・九州に修学旅行に来ることは多いが、たいがいは長崎である。原爆が落ちたところでの平和学習が主である。しかし地球規模で問題になっている環境問題も北九州で勉強できる。見学するだけでなく体験出来ることも求められている。

◆北九州で学習できる主要な3テーマについて

1) 地球温暖化防止

- ・CO2を出さない、自然エネルギーの活用など、低炭素社会に向けた取り組みを学ぶ。
- ・企業の見学、体験できることは、TOTO小倉第一工場、風力発電、太陽光発電、廃棄物処理場跡地での植樹（体験）、北九州モノレール、エコハウス等

2) 資源循環型社会の推進

- ・ごみをつくらない。出さない。資源として活用するという仕組みを学ぶ。
- ・企業の見学、体験は、北九州エコタウン、九州製紙、プラスチック資源化センター、生ごみコンポスト、産廃から肥料をつくる、風力発電をつくる等。

3) 自然共生社会の推進

- ・動物や植物など様々な命と向き合うことで、人間が自然の一部であることを学ぶ。
- ・企業の見学、体験は、シャボン玉石けん、いのちのたび博物館、到津の森公園、響灘ビオトープ、水環境館、山田緑地、ほたる館、平尾台、等。

◆環境修学旅行のモデルコース

- ・環境ミュージアム（北九州市が工業都市から環境モデル都市へ生まれ変わる変遷を学ぶ。）



- ・北九州エコタウン（ごみを資源とするリサイクルの現場から資源循環を学び、巨大な風力発電を間近に臨み、次世代エネルギーについて学ぶ。）



- ・風力発電キットづくり・廃材アートづくり

（身の回りにある廃材を使い、風力発電や可愛い小物を市内の大学生やアーティストの方から教えてもらいながら作り、再利用を学ぶ。）



- ・市内に宿泊



- ・産廃処分場跡地での植樹体験

（ごみとして廃棄される‘カンガルーの糞’と‘トマトの茎や葉’からつくる肥料づくりを体験し、資源循環を学ぶとともに、どんぐりの木を植樹し、地球温暖化防止を

学ぶ。)



・ スペースワールド

(宇宙をテーマとしたテーマパークでいっぱい遊んで、修学旅行最後の思い出作りをする。)

◆成果について

- ・平成22年度 7校、 645名が参加。宿泊は594名。
- ・平成23年度 13校、2団体で 1,170名が参加。宿泊は877名。
- ・平成24年度 21校、7団体で 1,673名が参加。宿泊は900名。

(6) コンベンション誘致の取り組みについて

- ・小倉駅北口新幹線側、リーガロイヤルホテル小倉、西日本総合展示場、北九州国際会議場付近の15000㎡の一体をコンベンションゾーンとして整備した。
- ・昨年度の主なコンベンション
  - 10月 5～6日 全国商工会議所女性会連合会 参加実績 2,750人
  - 10月 11～14日 日本青年会議所全国会員大会 参加実績 13,500人
  - 10月 20～21日 B-1 グランプリ 参加実績 610,000人
  - 10月 27～28日 茶道裏千家九州大会 参加実績 4,100人
- ・小倉の街が来訪者で賑わった

(7) 海外からの観光客誘致の取り組みについて

- ・日本の北九州市・下関市・福岡市、韓国の釜山市・蔚山市・仁川市、中国の大連市・天津市・烟台市・青島市で、10都市会をつくっている。経済、観光、産業、物流等の部会をつくり、市内の人の流れを元に、観光振興に取り組んでいる。一緒にセールスにも行っている。
- ・国内では北九州、福岡、熊本、鹿児島の新幹線ルートで4都市会を作っている。
- ・北九州、別府、熊本の3市で海外誘致をしている。北九州は温泉がないので、昼間の観光を楽しんでもらい、夜の泊りは別府で。福岡は空港があるので出入口になる。
- ・北九州空港内の(株)スターフライヤーが北九州⇄釜山便を平成24年7月12日から就航している。平成24年7月から平成25年5月までに、利用者数が、約10万人突破している。竹島問題で4割位に落ち込んだが今は6割位に回復している。当初は8割位の乗客があった。新たに、グアムへのチャーター便を今年8月から就航した。
- ・外国人観光客の数が、平成8年は、6万人台になり、平成9年以降は10万

人台になった。その後は10万人台を行き来している。

## 7 茅野市での展開の可能性

北九州市では、観光について、既存資源の活用、ハードの充実、ソフトの開発、PR活動と総合的に取り組んでいます。

「工場夜景」については、議会からの提案を受け、市の観光関係担当職員が、ビュースポットの発掘を行っています。昼間は夜景のビュースポットを探すことができないため、仕事帰りや、夜間、土日を利用し、調査を行ったとのこと。

調査を基にレポートを作り、担当課職員全員で検討をし、市民に興味を持ってもらうため、観光パンフレットにも市の観光資源として掲載しています。

また、隠れたビュースポットを探すために、市政だよりで市民からも募集しています。

今回の視察を通じて、茅野市においても、行政が観光のノウハウを作成し、提供していくことが必要な時期に来ているのではないかと感じました。

また、旅行者がリピーターとなるような取組や、市全体としてのおもてなし、海外からの旅行者に対して、外国語の案内表示、名物・土産品の開発を行うことが必要だと感じました。

北九州市の取組を参考に旅行会社と連携を図り、茅野市の特徴を活かした観光プランを商品化することも、茅野市の観光事業活性化に繋がるのではないかと考えます。

# 竹田市視察報告書

## 1 視察日時

平成25年7月9日（火） 10時00分から12時00分

## 2 視察場所

大分県竹田市役所

## 3 視察対応者

竹田市副市長  
商工観光課長・武田温泉花水月館長・  
滝廉太郎記念館長・野外活動施設所長  
竹田市議会事務局次長兼議事係長  
竹田市議会事務局庶務係長

## 4 視察内容

温泉の活用と地域づくり 温泉療養保健システムについて

## 5 視察目的

システム導入の経過や成果についてお聞きし、茅野市の温泉地の活性化に役立つ提案を考える。

## 6 視察概要

### (1) 竹田市観光振興計画について

#### (1-1) 計画策定の背景と目的

- ・竹田市は平成17年4月に、竹田市、萩町、久住町、直入町の1市3町が合併した。各地域が独自に進めてきた観光振興を一つの共通認識の上で推進する必要性から、平成18年7月に竹田市観光振興計画を策定した。
- ・観光振興における7つの基本戦略をたてた。

#### (1-2) 計画の期間

- ・計画期間として約10年を設定している。来年度に見直しを考えている。「基本的な考え方（ビジョンと基本戦略）、枠組みや仕組みを示した指針」として今後の具体的な事業、施策に移行する前の共通認識を示すこととする。

#### (1-3) 将来像

- ・「自然・歴史・文化を育む名水名湯田園観光都市」

#### (1-4) 基本的な考え方

- ・地域内外で戦略的に連携を強化する。
- ・地域の個性を磨き、育てる。
- ・市民とともに育て進化する観光振興。

#### (1-5) 計画の目標

- ・平成18年度を100として平成27年度の目標値を設定した。宿泊客数1

04、外国人宿泊客数300、観光入込客数110、九州圏外入込客数110と設定する。

(2) 7つの基本戦略について

(2-1) 戦略1 観光プロモーションの推進～竹田市の存在を広く認知させる～

◆竹田市ブランドの構築・発信

・各地域がお互いを知りあうことからはじめ、次に竹田市として、ブランドを構築し、そして対外的にブランドを発信する。

◆広域（中九州、阿蘇など）連携の共同プロモーション

- ・阿蘇山と連なる山々、高原などの観光資源を広域的に活用する。
- ・行政間の協力・連携、互いの情報発信を推進する。
- ・近隣市町村と協力してプロモーション等による情報発信を行う。
- ・祭りなどのイベントを連携して行う。
- ・6か所の広域圏がある。阿蘇くじゅう地域、阿蘇市竹田市広域観光経済圏、九州なかなか地域ブランド交流シンポジウム、ぐるっとくじゅう、それと博多港と熊本空港が新たに加わった。

(2-2) 戦略2 滞在型観光の促進 ～自然資源を生かした観光交流を広める～

◆滞在型観光への環境整備

- ・久住高原や長湯温泉などの滞在機能を強化する。
- ・市内滞在地をベースにした周遊プランを提案し、滞在型の観光地竹田を確立する。
- ・他の地域を含めた広域滞在周遊プランを開発する。
- ・ターゲット（団塊の世代や特定の興味層など）を絞った滞在プランを開発する。
- ・大きな柱の一つにしている。温泉療養保健システムが入る。
- ・福岡の御客が大分に泊りに来る。泊り（一泊二日）だと22,000円、日帰りだと6,000円。いかに長く滞在してもらうかが、最大の目的になる。

(2-3) 戦略3 ツーリズムの促進 ～自然資源を生かした体験、定住へ～

◆エコツーリズムによる交流、そして定住へ

◆ツーリズムを推進する人材育成を含めた基盤整備

- ・ツーリズム推進を図る「竹田市観光ツーリズム協会」を設立し、仕組みづくりや支援を行う。（2006年4月に設立）3年前に商工観光課が本庁を出てはなみずきという温泉施設に移った。所管する団体を事務局が全部集め、その中の一つがツーリズム協会である。ツーリズム協会と観光課が一体となって事業に取り組んでいる。商工観光課は7名の職員。（1人はツーリズムから、実質職員6名）、商工系2名、観光系2名、庶務1名、課長の7名である。所管団体の事務局も入っているので総勢30名位の事務スタッフが入っている。

- ・人材の掘り起しと育成により、人的資源の確保と活用を図る。
- ・国内外に向けてツーリズム情報を発信する。
- ・ツーリズム資源（歴史、産業、祭りなど）を発掘し、体験メニューの開発を進める。

(2-4) 戦略4 こだわりをもった「食」文化の熟成 ～スローフードを文化へ～

◆「食」を市民が考え見直す機会の整備

◆地産地消の推進

◆「食」の連携の推進

- ・生産者、料理人などが連携して既存の特産品のブランド化を図り、新たな商品や料理の企画、推進する。たけた食まっぷを作った。3～4回改定した。
- ・地域食材や伝承料理を見つめ直し、旬な「食」を掘り起こす。
- ・市内の販売施設間の連携を強化したり、百貨店などに売り込むなど「食」の販路を拡大する。

(2-5) 戦略5 地域内外の交流促進 ～人間同士のいい付き合いを～

◆もてなし（ホスピタリティ）の心とサービス向上

- ・接遇マナー研修会などを行い、ホスピタリティコミュニケーションの研修をサポートする。
- ・市民の方に情報案内などで協力して頂き、観光案内の充実を図る。

◆国際交流の促進

- ・交流都市と市民交流や研修の機会を設け、文化的交流図り、国際感覚のある人材を育成する。ドイツと25年交流している。ドイツとの国際交流を通して温泉療養保険システムが出来た経緯がある。平成16年にドイツのバットクロチンネールと姉妹都市を結んだ。他にも2市と交流している。最近は大滝廉太郎が留学していた都市とも交流している。
- ・案内板、マップの外国語表示で外国人に対応した環境を整備する。
- ・国際交流の実績をブランドとして活かし、福岡、関西・関東圏にPRする。

◆地域内と地域内外の交流機会であるイベント開催

- ・各戦略実現のためのイベントを実施する。3日間で12万人集めた竹田市最大のイベントを行った。
- ・合併を機に、イベント事業の連携や見直しを図る。
- ・市民・事業者と共同してイベントを開催する。
- ・観光資源として地域の祭りの再興をはかる。

(2-6) 戦略6 交通・情報インフラ整備 ～観光を支える基盤づくり～

◆広域交通ネットワークの構築

- ・阿蘇くじゅう地域の幹線道路となる国道57号、国道442号など広域道路網の整備を推進する。よかるバスが2年前から走り出した。竹田市が誘致し花水月に事務所がある。会員制のバスで福岡と竹田市を2時間50分で1日

2往復している。福岡は最大マーケットである。竹田市は一泊二日、二泊三日出来るベストポジション。

九州新幹線が開通し、熊本駅周辺はレンタカー会社が出来たがレンタカーの車は阿蘇谷で終わってUターンしてしまう。阿蘇が観光振興を一番推進していて、2,000万人の観光客をプールしている。この観光客を出来るだけ引っ張ってくるために阿蘇と提携している。

- ・各地域の連携を高めるため地域内道路網を整備する。
- ・観光周遊バスの運行など公共交通の充実をはかる。
- ・安心安全な歩行空間の形成を図る。
- ・リアルタイムな道路情報の提供を推進する。

◆分かりやすく無駄のない観光案内の整備

- ・統一されたデザインで分かりやすい案内サインにする。
- ・案内板や案内図により観光案内情報を充実させる。

◆観光情報の効率的な発信

- ・情報拠点を整備し、情報のネットワーク化を図る。
- ・インターネットを使った積極的な情報発信を行う。
- ・ゲートウェイ機能をもった情報拠点を整備する。

(2-7) 戦略7 景観形成と保存 ～街並み・自然風景を守り、育てる～

◆美しい自然環境を守るためのルールづくりと啓発活動

◆美しい街並みを保存・形成するためのルールづくり

- ・景観形成のガイドライン策定をすすめる。
- ・建築物の修景だけでなく、道路や河川を含めた総合的な景観形成に取り組む。
- ・自然環境保全のためにルールをつくります。

(3) 観光振興の推進体制

- ・推進体制1 竹田研究所を観光振興の推進組織に入れ、観光振興の推進組織としての役割を担うこととする。
- ・推進体制2 行政主導から市民団体・NPOが主体となる。行政は支援へ、竹田研究所はノウハウ提供・育成をおこなう。
- ・推進体制3 ツーリズム推進を図り、観光振興の中心的な役割を果たす「竹田市観光ツーリズム協会」を設立。行政は支援を、サポーター（市民）は協力をする。

(4) 温泉療養保健システムについて ～笑食歩温 竹田式湯治～

- ・温泉療養保健システムとは対象宿泊施設に3泊以上泊まれば1泊につき500円を補助します。ただし14泊を限度とする。対象立寄入浴施設を利用すれば1回につき200円を補助します。ただし1泊につき2回までを限度とする。単純なものである。

#### (4-1) パンフレットを作ってPR

##### 元気になる黄金の法則

##### 歩いて、温泉浴して、食べて、笑う、4つの効果。

2～3泊の「ちょっと湯治」を年2～5回程度行うことは、温泉効果を予防医学に利用する上で最適と考えられています。

##### ◆「温泉浴」の効果

- ・低体温は自立神経の乱れを引き起こします。温泉浴により体温が上昇することで、白血球の数と機能を適正値に戻し、免疫力を高めます。
- ・温泉の化学成分は主に皮膚を通して吸収されます。これらの成分は皮膚のすぐ下にある結合組織に入り込み、細胞を活性化させます。

##### ◆「歩く」の効果

- ・適度な運動をとおして体温の上昇を促し、温泉浴と同じ免疫力を高めます。
- ・竹田市の大自然や歴史的情緒を感じながらのウォーキングは、転地作用ともいわれる精神的な癒し効果をもたらします。

##### ◆「食べる」の効果

- ・バランス良く腹八分目。出来れば和食中心、地産の食事を心がけることが、長生きの秘訣だといわれています。
- ・竹田市の大自然が育む良質な食材が、健やかな体をつくります。

##### ◆「笑う」の効果

- ・旅の仲間や地元住民との触れ合いをとおして心を解放することで、自然と笑顔が生まれます。
- ・笑いは白血球の機能を良くし、免疫力を高めるといわれています。心と体の健康には笑いが欠かせないのです。

##### ◆表紙の入浴している女性は担当の職員がモデルになっている。隣の女性はお母さんである。久住高原ホテルで撮った。モデル代を節約した。

- ・パンフレットに出てくる人物は職員だったり、職員のお母さんであったり子供であったり、プロのモデルは使っていない。
- ・保健適用の宿泊温泉リスト。31の宿泊施設を載せた。
- ・保健適用の立寄入浴施設リスト。19の入浴施設を載せた。
- ・スペシャル特典施設リスト。32の飲食店を載せた。温泉パスポートを提示すれば食事代等が割引される。(100円とか50円とかわずかではあるが)この分野はまだまだ増えそうである。

#### (4-2) 温泉療養保健パスポート

- ・職員と2人で毎晩協議しながら作った。前例がなかったので手さぐり状態で作ってきた。
- ・パスポートの発行には申請が必要で、2つの条件を満たす方を対象に発行。

- 1) 温泉付き宿泊施設に滞在する方。(竹田市内の保健対象の宿泊施設にのべ3泊以上宿泊のこと)
  - 2) 温泉のない宿泊施設に滞在する方。(竹田市内の保健対象の宿泊施設にのべ3泊以上宿泊のこと。保健対象の立寄入浴施設を宿泊日数の半数以上利用すること。)
- ・パスポートの提示で食事、体験イベント等、様々な施設でスペシャル特典が得られる。
  - ・宿泊施設、立寄入浴施設でスタンプを押してもらう。

(5) 温泉療養保健制度2年目の実績

- ・観光庁の補助金200万円をもらいモニターツアーを行って、2年間の実証実験を平成23年、平成24年と行った結果である。

	平成23年度	平成24年度
発行部数	783冊	912冊
申請者数	543人	628人
宿泊総数/平均	2,877泊/5.2泊	3,470泊/5.5泊
立寄入浴総数/平均	1,208回/2.2回	1,176回/1.9回
給付金額/平均	1,680,100円/3,094円	1,961,300円/3,128円

- ・平成24年度男女比 男性54% 女性46%
- ・平成24年度年齢別構成 10代が一番多い。夏場の合宿で久住高原に団体でくる。60代、70代、50代が続いて多い。3泊となるとリタイヤ組でないと宿泊余裕がない。健康をテーマにしているので関心がある。40代、30代、20代は忙しく健康にあまり興味がない世代。

(6) 温泉療養保健システムの名前について

- ・今「温泉療養保健制度」と言っているが、観光分野としてはもう少し明るい名前が良かったかと思うときもある。サブで竹田式湯治としているが、楽しい雰囲気をかもしだしたシステムの構築を図っていく。

(7) 平成25年度 温泉療養保健システムの事業フロー

(7-1) テーマ

- ・日本一の国民保養温泉地を目指すために、保健給付のシステムの運用と共に、ウェルネス志向の体験プログラムなどを整備し「竹田市でリフレッシュできる仕組み」を確立、誘客につなげる。
- ・2年間の実証実験をふまえて今年3年目になるので本格稼働をさせる。

(7-2) 事業フロー

・「日本一の国民保養温泉地を目指す竹田市」という大きなタイトル

・ 2つの柱

- 1) 温泉療養保健システムの運用（保健給付） ⇒引き続き運用
- 2) 竹田式湯治 リフレッシュできる仕組み ⇒不足している

(7-3) 重要課題

・ ウェルネス志向に敏感で、情報発信・情報交換力が高い「福岡都市圏で働く現役世代の女性」がターゲット。彼女たちがリピートしやすい仕組みづくりを通して、宿泊施設や温泉施設が温泉療養保健システムと竹田式湯治を活用して誘客につなげる。

**取組み1** エビデンス調査（竹田市と日本健康開発財団が共同で温泉の効果の調査をする。すでに6月から始めている。）



**取組み2** コンテンツの磨き上げと整理（市民ツアーで市民の方にも温泉療養ツアーの体験をしていただくということで、2月から実施している。）



**取組み3** プロモーション（温泉療養保健制度と体験をセットにした商品を福岡都市圏エージェント「Yokaro、アヴァンティ、楽天」にWEB等で情報発信をしてもらう。）



**取組み4** 竹田式湯治シンポジウム（仮称）の開催（福岡市にて働く女性をターゲットにしたシンポジウム兼旅行商品説明会を9月に行う。主催は竹田市、ツーリズム協会、アヴァンティ）



**取組み5** 日本一の国民保養温泉地的博覧会（仮称）の開催（体験プログラムを集中的に開催する博覧会モニターステイと連動したコンテンツの紹介）



**取組み6** 竹田式湯治モニターステイ（9月のシンポジウム参加者を中心に、博覧会で実施しているコンテンツを活用して自己完結できるモニターステイの実施）



**取組み7** アンケート回収、内容検証（全体的な振り返りと、商品化プランの修正）

## 7 茅野市での展開の可能性

この温泉療養保健システムは、市長の意思により始まり、職員が手探りでシステムを作り、地域の温泉関係者を説得し、実績を上げているものです。

年に2回から5回程度、2、3泊の湯治を行うことは、温泉効果を予防医学に利用する上で最適と考えられており、竹田市が取組は、湯治を軸に、まちなか散策、食べ歩きなどができるように考えられており、まちおこしを成功させていると感じました。

観光に来た方に長期滞在してもらい、健康的に楽しみ、笑顔になっていただく取組は、茅野市においても参考に来るのではないかと考えます。

# 糸島市視察報告書

## 1 視察日時

平成25年7月10日（水）9時30分から11時30分

## 2 視察場所

福岡県糸島市役所

## 3 視察対応者

糸島市上下水道部業務課長

糸島市上下水道部業務課課長補佐兼業務係長

糸島市議会副議長

糸島市議会事務局局長

糸島市議会事務局議事課職員

## 4 視察内容

上下水道の民間委託について

## 5 視察目的

糸島市の上下水道部窓口業務の包括委託後の運営状況を視察し、茅野市の上下水道業務の中で、採用できる点があるか検証する。

## 6 視察概要

### (1) 委託に至った経過

- ・平成22年1月1日に、前原市と二又町、志摩町が合併して糸島市となる。第一次糸島市行政改革大綱及び糸島市行財政健全化計画を平成23年4月に施行する。
- ・基本方針：成果重視の事業展開
- ・基本施策：市役所の仕事の見直し
- ・取組項目：民間委託、民営化の推進の中で上下水道部の3課（業務課、水道課、下水道課）の市民窓口業務の民間委託を計画した。
- ・達成目標：平成21年度正職員数38人を平成24年度で31人にする。
- ・効果見込額：21,753千円

### (2) 委託期間

- ・最長5年間契約とした。
- ・理由 1) 単年契約では受託業者が安定的な業務を行えないことから委託効果を十分に発揮させるため。  
2) 委託先の長期固定を避ける観点から。

### (3) 委託内容（業務内容については省略）

- ・業務課で行っていた9業務
- ・水道課で行っていた5業務
- ・下水道課で行っていた8業務

(4) 委託先選定方法

- ・仕様書によるプロポーザル方式で企画提案を募り、水道事業及び下水道事業経営審議会会長、副会長及び上下水道部職員で構成する「上下水道窓口等関連業務委託審査委員会」で内容を審査の上決定した。
- ・プロポーザルに参加出来る者は10項目の条件を全て満たしていることが求められる。(10項目の詳細は省略)

(5) 評価の着眼点

- ・18項目の評価項目を設け、業務に対する理解度、説明能力、意欲、業務提案書の適格性、表現力、独創性、実施手順の妥当性、提案内容の根拠、解析力等を基準に評価した。1項目から17項目までに各20点配点し、18項目に60点配点で合計400点満点とした。

(6) 応募者

- ・3社の応募があり、(株)エヌジーエス・イーアンドエム福岡事務所に決定した。
- ・合計点333.7点で決定。(B社は305.7点、C社は330.1点)

(7) 委託金額

- ・5年間総額337,144,500円(消費税含む)  
(月ごとの分割払い 5,619,075円×60月)

(8) 委託までの経過

平成22年	8月5日	庁議提案・承認
平成22年	8月20日	議長、副議長、建設産業常任委員長説明
平成22年	8月23日	
平成22年	8月23日	記者会見
平成22年	9月議会	補正予算、債務負担行為提案・承認
平成22年	10月7日	公募プロポーザル実施説明書決定・公開(HP)
平成22年	10月22日	公募プロポーザル参加資格の認定、結果通知(3社)
平成22年	11月13日	公募プロポーザル実施(プレゼンテーション)
平成22年	11月15日	最終業務受託候補者の決定及び結果通知

平成 22 年	12 月 24 日	委託契約締結
平成 23 年	2 月	事務引き継ぎ開始
平成 23 年	4 月 1 日	委託開始、上下水道サービスセンター開所

(9) 市民への周知

- ・市広報及び HP にて周知

(10) 委託の効果

- ・参考見積では、年間経費を 7,067 万円と試算しており、5 年間で 4,800 万円程度の削減が可能となる。
- ・委託に伴い上下水道会計の損益の向上はもちろんであるが、増加する使用者に安定したサービスを提供できる。
- ・雇用の創出に繋がる。

(11) 課題

- ・委託は、直接的には市民サービスの安定的な供給と経費の削減が目的である。
- ・顧客である市民窓口を一元化し外部委託するために、市民と直接接する機会が減少し、上下水道部職員の知識レベル・市民対応能力が下がることが懸念される。
- ・委託後の職員の育成には気を配る必要がある。
- ・委託後の目的である民間の専門性の高いノウハウの導入と新規雇用の創出とは、相反する面が存在するため、委託会社社員の研修体制の充実が求められる。

## 7 茅野市での展開の可能性

市民窓口を一元化し外部委託することは、職員が市民と直接接する機会が減少するため、職員の知識レベル・市民対応能力が低下することが懸念されます。

このことから、現時点で、茅野市において外部委託をすることは無理があり、より良い市民サービスを目指す中では、職員の知識や、市民対応能力の向上に力を入れることが望ましいと感じました。