

## 産業観光企業委員会行政調査報告から

### 【相模原市】

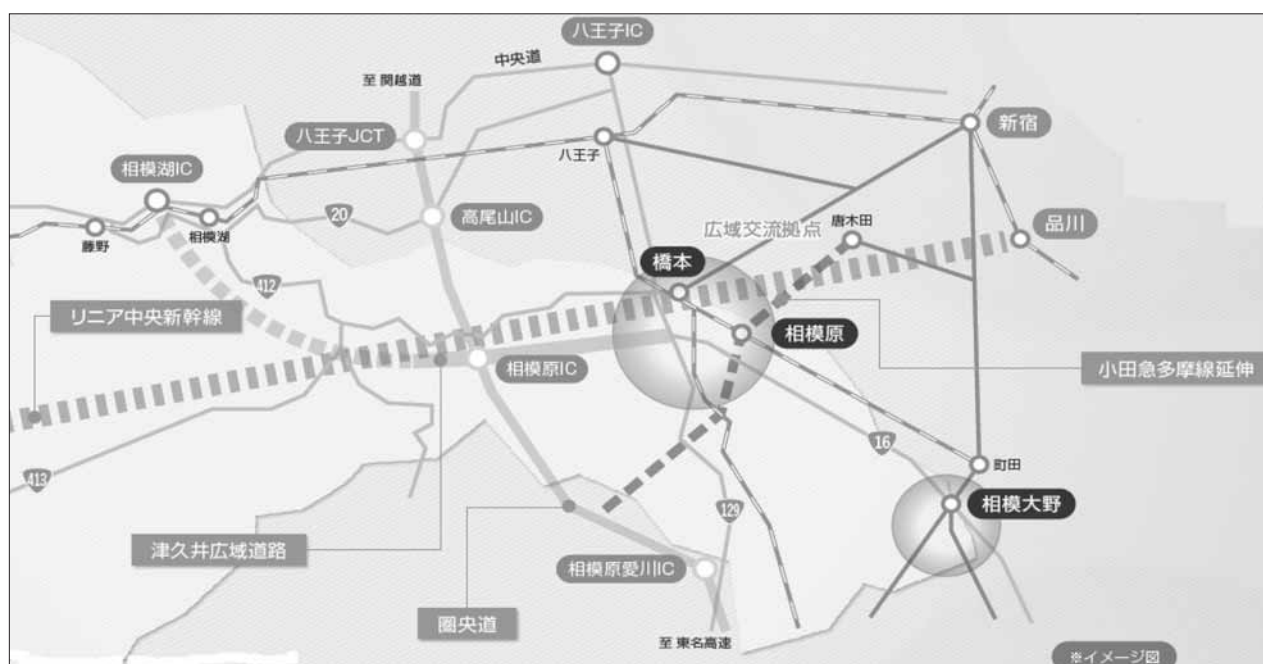
#### STEP50による企業誘致について

##### 1. 相模原市の工業の概要

###### (1) 相模原市の立地条件

相模原市は首都圏の南西部に位置しており、東京都心から40km圏内にある。首都圏中央連絡自動車道（圏央道）の開通により、市内に2つのインターチェンジが設置され、平成39年開業予定のリニア中央新幹線の駅も設置される。

また、相模原駅前にある米軍相模総合補給廠（しょう）は、約214haもの広大な土地が市民利用されないまま経過してきたが、近年一部返還や共同使用が合意された。26年9月には、約17haが返還され、今後、小田急多摩線の延伸や東京都多摩地域と連携した道路整備などのほか、全面返還を見据え、相模原駅の南北市街地が連携したまちづくりのさまざまなプロジェクトが進行中である。



###### (2) 内陸工業都市としての発展

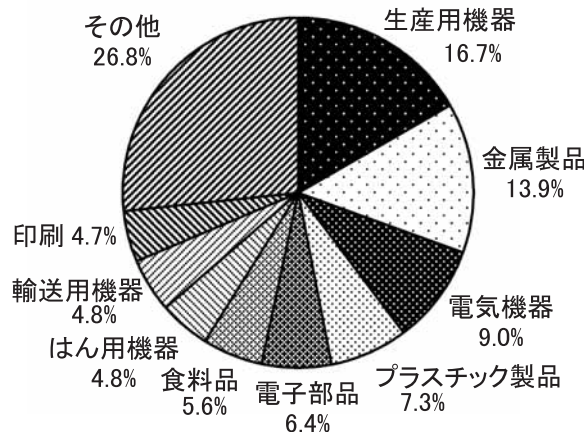
○昭和30年 「相模原市工場誘致の奨励措置に関する条例」の制定

昭和29年の市政施行に伴い、市の発展のため、いわゆる工業誘致条例を制定した。当時は、軍事施設関連の工場などはあったが、伝統的な工業といわれる産業はなく、「無」からの工業振興であった。

33年に首都圏整備法に基づく市街地開発区域の第1号都市として指定を受け、翌34年には工業団地が造成され、大手企業が相次いで進出するなど、30～40年代に国内有数の内陸工業都市として発展した。

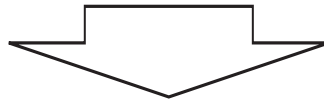
(3) 工業の現状

事業所数	941 ※従業者数4人以上の事業所
製造品出荷額等	約1兆2,240億円
付加価値額	約4,191億円



【業種別事業所数構成比 (平成26年12月末現在)】

- 内陸工業都市として発展 ⇒ 「産業の空洞化」  
「工業用地の住宅用地への転換 (住工混在問題)」
- 都心に近く、臨海部へのアクセス良 ⇒ まとまった産業用地の不足
- 高付加価値の製品や技術開発の必要性 ⇒ 人材の育成・確保、熟練技能の継承等



取組の方向性	既存工場の操業環境の保全，新たな産業用地を創出し企業誘致を推進
主な事業	工業用地の保全・活用事業，企業の立地促進事業，ものづくり人材の確保・育成事業

2. 企業立地等に係る課題への対策

(1) STEP50の策定

産業の空洞化や住工混在問題などの対策のため，市は，「さがみはら産業集積促進方策 (STEP50)」に取り組んでいる。STEPとは，「Sagamihara Tomorrow Expansion Project」の頭文字を取ったもので，今後の50年を見据え，明日の発展・飛躍に向けた歩み (step) としていくための取組を表したものである。

これまでの経過としては，将来にわたる持続的な市内産業の発展やより強固な産業集積基盤の形成をめざし，平成17年10月に「産業集積促進条例」を施行し，これまで二度の制度改正を経て，27年4月から第3期として制度を大幅に拡充して，企業立地等の促進，市民の雇用機会の創出及び拡大を図るためのさまざまな奨励措置を設けている。

(2) 主な奨励措置

□ リーディング産業（※）の誘致

土地・建物取得費の10%（最大10億円）の奨励金を交付する。さらに、工場等の立地とともに本社を市外から市内へ移転した場合、土地及び家屋に係る奨励金額に10%の加算金を上乗せする。

※…相模原市の経済を牽引する産業として位置付けた、「航空宇宙」「再生可能エネルギー」「環境」「ロボット」「医療」「介護」「健康」「食品加工」「自動車」「電気」「電子」「精密機械」「金属製品」等の業種

□ 市内企業のリニューアル促進

30年以上市内で操業している企業が、工場を新たに建設する場合、工場建設に係る費用の10%の奨励金（最大10億円まで）を交付する。

□ 税の軽減措置

工場を新設した場合、取得した土地や家屋に係る固定資産税・都市計画税を5年間、2分の1に軽減する。（立地形態により対象が「土地」や「家屋」のみになるケースあり）

□ 市内企業活用の促進

市内建設業者等に工場等の建設発注した場合、家屋に係る工事請負契約額の3%の額を奨励金として交付する。

□ 正規雇用の促進

工場の立地に際し、新たに常用雇用した場合、雇用奨励金110万円/人（女性の場合、130万円/人）を交付する。

□ 工業用地の継承促進

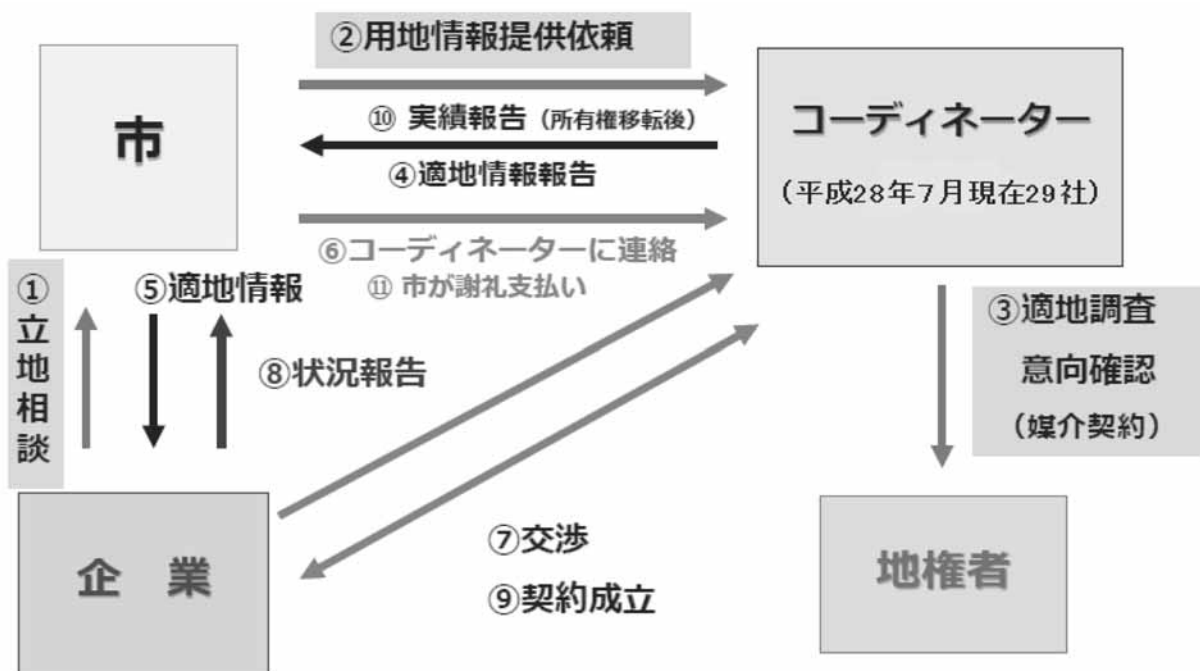
1,000㎡以上の土地を製造業等の事業用地として売却した場合、土地を売却した者に、前年度の土地や家屋に係る固定資産税・都市計画税相当額を交付する。

(3) 企業立地マッチング促進事業

市内に立地を希望する企業と売り物件の情報を、迅速・的確に結びつけるため、不動産関係者や金融機関の協力を得て、企業立地促進の強化を図っている。

STEP50を理解し、企業立地の促進を市と協力して行う事業者を「企業立地コーディネーター」と位置付け、協定に基づき、立地動向の情報収集を行うとともに、企業の要望に応じて、土地探し、用地交渉等を行っている。

企業立地マッチング促進事業のスキーム



(4) STEP50の成果

平成17～26年度の第1・2期の成果としては、新たな都市づくりの拠点や市内30年企業を支援し、自立した都市の経済面における拠点性の向上が図られ、バブル経済崩壊後の産業の空洞化に歯止めをかけたことである。

これまでの取り組みで判明した課題は、

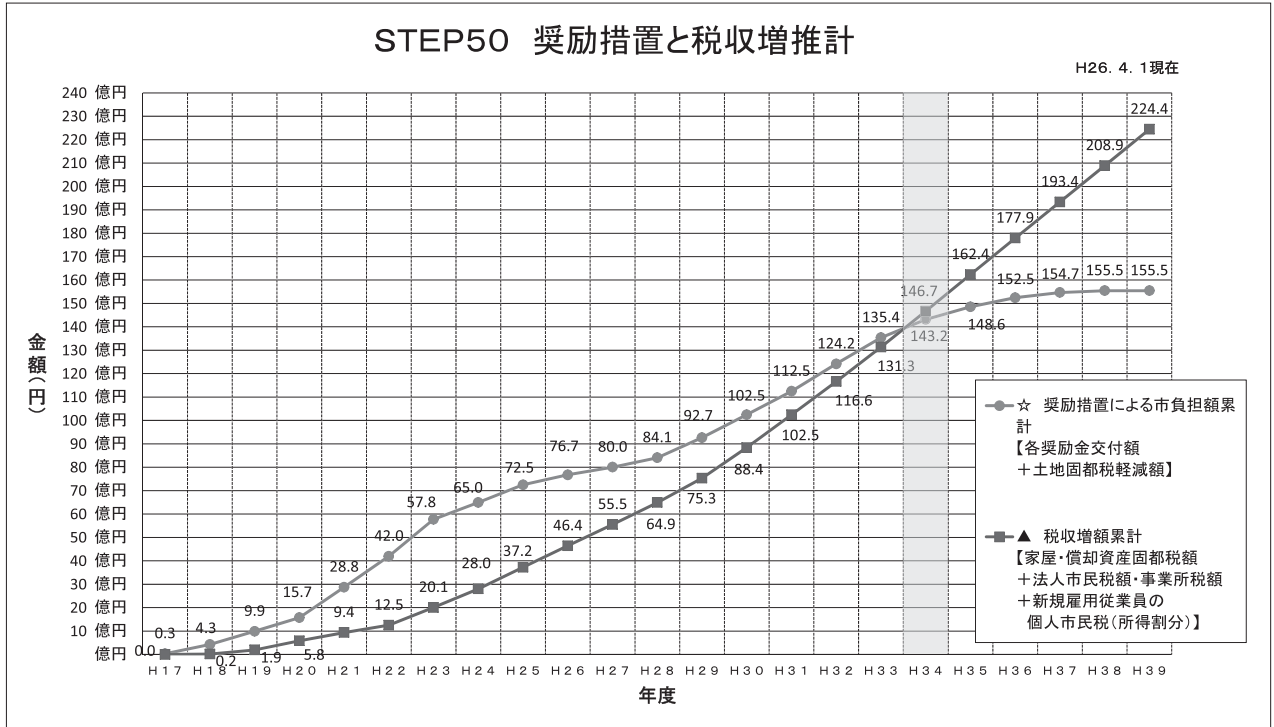
- 産業の空洞化、国内市場の縮小、雇用の場の減少
- 既存の工業地域において活用できる事業用地が少ない
- 新たな産業用地の創出までに今後数年間を要すること等である。

対応策としては、

- 今後も相模原市の基幹産業（製造業）を中心に強固な産業集積基盤を形成
- 正規雇用の拡大（効率的分業、市内取引の増大等の大きな経済波及効果による）
- 市内及び市外企業のリニューアルや新規投資等の工場立地の動向を的確に把握する調査・企業訪問の実施等があげられる。

(5) 今後の見込み

費用対効果は、概ね平成34年に税収増の累計額が奨励金の交付総額を上回る見込みである。



## 【川崎市】

### 川崎市バス事業経営プログラムについて

#### 1. 市営バス事業の概要、経営状況

##### (1) 市バス事業のあらまし

- 運行開始日・・・昭和25年12月15日
- 運行区域・・・川崎市全域（一部横浜市域乗入）
- 普通乗車料金（市内均一）・・・現金：大人210円，小児110円  
IC：大人206円，小児103円  
※平成26年4月1日改定  
（川崎病院線のみ大人・小児とも100円）
- 車両数・・・340両（乗合335両，貸切5両）
- 営業路線及び系統数・・・29路線，199系統（停留所数498カ所）
- 営業所及び乗車券発売所・・・5営業所（塩浜，上平間，井田，菅生，鷲ヶ峰）  
※上平間営業所，菅生営業所は民間事業者に委託  
2乗車券発売所（川崎，溝口）

##### (2) 運輸成績（平成26年度）

###### ①乗合バス

- 期末営業キロ・・・195.14km
- 延実働車両数・・・107,561両 1日当たり295両
- 実車走行キロ・・・13,171,362km 1日当たり36,086km
- 乗車人員・・・48,118,950人 1日当たり131,833人
- 乗車料収入（税抜）・・・7,639,747,541円 1日当たり20,930,815円

###### ②貸切バス

- 延実働車両数・・・629両 1日当たり2両
- 実車走行キロ・・・31,156km 1日当たり85km
- 乗車人員・・・256,372人 1日当たり702人
- 乗車料収入（税抜）・・・29,496,850円 1日当たり80,813円

##### (3) バス事業の現状

市バス事業は、市域全体を営業エリアとして、市域における路線バス乗車人員の約4割のシェアをもって、民営バス事業者とともに充実した市の路線網を形成し、市民生活を支えるサービスを担う重要な役割を果たしている。また、公営バスとしての意義・役割に応じて、市のまちづくりや福祉、環境対策などの行政施策との連携・協力を行うなど、地域の大切な交通手段として、多くの市民やお客様に利用されている。

現在（平成26年3月末）、5営業所、総車両数335台により29路線200系統の運行をしているが、各営業所の車庫スペースは余裕のない状況であり、大幅な増車はできない状況である。

#### (4) 利用動向

乗車人員は、平成元年度以降で見ると、3年度の約4,746万人をピークとして、交通手段の多様化や週休2日制の普及、景気低迷の影響などを背景とした通勤利用者の減少、及び少子化による通学利用者の減少等により、減少傾向が続いていた。

17年度から20年度までは市内人口の増加等を背景として微増傾向に転じたものの、20年度のリーマンショックによる世界的な景気悪化の影響や22年度の東日本大震災の発生により再び減少した。

23年度以降は震災の影響が薄らいだことや新規路線の開設などの効果により、ほぼリーマンショック以前の水準に回復した。

#### (5) 収支の推移

市バス事業では、これまで、経営環境の変化や市施策の影響等を踏まえ、経営状況に応じて経営健全化を図りつつ、経営改善に取り組んできた。

平成19年度からの給料の段階的引下げや上平間営業所の管理委託の実施等により、21年度までは黒字となっていたが、22年度は、バス共通カードの取扱終了に伴う払戻しの大幅な増加の影響により、赤字となった。23年度は、軽油価格の高騰等により支出は増となったものの、営生営業所を新設し、管理委託により運行を開始するとともに、藤子・F・不二雄ミュージアムの開館に合わせた新規路線の運行などに取り組み、黒字となった。

しかしながら、24年度は、軽油調達期間の見直しなどにより燃料費の抑制などを図ったが、道路走行環境の変化に伴う必要人員の増加による上平間営業所管理委託料の増加や市の障害者の移動手段確保対策事業の見直しによる影響などにより、赤字となった。

## 2. バス事業経営プログラムの推進

### (1) 目標と達成水準

4つの目標と達成水準を設定。4つの目標の下に15の施策、32の重点事業を掲げ取組を推進

#### 目標 I 安全な輸送サービスの確保

法令遵守の徹底など運輸安全マネジメントに基づく取組を充実・強化し、絶えず安全性の向上を図り、輸送の安全を取り巻く状況がさらに厳しさを増す中、大都市公営事業者の中でトップレベルにある安全水準をさらに向上させます。

#### 【達成水準】

距離10万km当たりの有責事故発生件数については、直近5箇年（平成21年度～25年度）の平均値0.31件から10%削減し、毎年度0.28件以下を目指します。

#### 【取組内容】

交通安全運動等の展開、情報の共有化、運転手、整備職員等の人材育成



#### 目標Ⅱ 安心・快適なサービスの充実

市バスネットワークを維持・充実するとともに、お客様の声を反映させたサービス向上を図り、安心・快適な移動空間を提供します。

##### 【達成水準】

お客様満足度：平成25年度調査結果から10ポイント以上改善→65%以上

##### 【取組内容】

利用状況に応じた運行の充実，市の都市基盤整備に応じた整備の見直し，ノンステップバスの導入，タブレット型停留所運行情報表示器等の整備

#### 目標Ⅲ 経営基盤の充実・強化

効率的かつ持続可能な事業運営を図り，平成27年度以降は単年度黒字を継続するとともに，資金不足額の削減を行います。

##### 【達成水準】

単年度事業収支：4カ年（27年度以降）に累計10億円以上の黒字  
→資金不足比率の改善，累積欠損金の縮減

##### 【取組内容】

安定的な事業基盤を支える人材の確保，営業所の計画的整備，  
運転技能コンクールの開催，管理委託営業所及び管理路線の見直し，  
回数券・1日乗車券の見直し

#### 目標Ⅳ 社会的要請等に対応した事業の推進

公営バスとしての意義・役割に応じた事業運営を図り，社会的要請等に対応した事業を推進します。

##### 【達成水準】

社会的要請等への対応：市バスとしての意義・役割を踏まえた事業運営

##### 【取組内容】

ハイブリッドバスの導入，地域に親しまれるようにキャラクターコラボによる取組

### 3. 計画の着実な推進に向けて

#### (1) 計画の進捗管理・推進

本計画においては，4つの目標を掲げ，その目標を達成するための指標となる達成水準を設定し，15の施策，32の重点事業を推進する。

目標に掲げる達成水準については，その達成状況の進捗が目標達成の目安となるものであり，その性質に応じて達成期間に違いがあることから，局内の進捗管理会議を活用して確認することにより，PDCAサイクルを確立し，計画を着実に推進していく。

重点事業において定量的な目標設定が可能な取組については，それぞれに目標を設定し，計画



的に進捗管理を行っていく。

なお、目標Ⅱに掲げる達成水準については、お客様の満足度に関する調査の実施状況を踏まえた上で、早期に目標を達成した場合には、さらに高い目標を設定する。

また、市バス事業について、専門的見地からのアドバイスや利用者からの意見などを踏まえ、効果的に事業を推進していくために、外部有識者や利用者などを委員とする『川崎市バス事業アドバイザー・ボード』を運営する。

## (2) 計画期間等の見直し

答申後、本計画を策定するまでの期間において、経営環境が大きく変化したため、答申で示された効率的な事業運営の取組をさらに強化した内容を盛り込んだ計画を策定した。

このように、計画期間中において、社会経済情勢や市の施策などにより市バス事業を取り巻く経営環境が大きく変化した場合や、計画の進捗状況によっては、事業のあり方や計画期間の前倒しなども含めた計画の弾力的な見直しを行う。

## 4. 計画期間中の収支見直し

市バス事業は、川崎市バス事業ステージアップ・プランを基に、経営改善の取組を推進し、経営基盤の強化を図ってきたが、軽油価格の高騰が続くなど今後の経営は大変厳しい状況が見込まれる。

このため、本計画において、変形労働時間制の導入など労働の生産性向上や、路線の管轄営業所の変更、管理委託の拡大といった運行の効率性向上、収益性事業の推進やさらなるコスト削減など経営力の強化に向けた取組の推進などといった経営改善策を盛り込んだ、計画期間中の収支見直しは以下のとおりである。

平成26年度は、地方公営企業会計基準の見直しに伴う退職給付引当金の一括計上等により、45.6億円の赤字となり、46.6億円の累積欠損金と2.2億円の資金不足が生じることになるが、27年度以降、単年度事業収支はおおむね黒字となり、これにより累積欠損金が縮減され、5カ年の計画期間内において約10億円以上の縮減効果が見込まれる。また、資金不足についても、29年度までは資金不足が発生するものの、計画期間最終年度である30年度には解消することができる。

## 【札幌市】

### さっぽろツーリズムによる観光客誘致について

#### 1. 札幌市の現状と課題

##### (1) 来札幌観光客数の推移

平成27年度に札幌を訪れた観光客は1,365万3千人で、前年度の1,341万6千人と比較すると1.8%の増加。東日本大震災等の影響により一時落ち込んだが、その後は順調に推移。

外国人宿泊者数は191万8千人で、過去最多となり、前年度の141万6千人と比較すると35.5%の増加となった。近年、国際直行便の新規就航、国によるビザ緩和や免税制度の拡充等の影響により外国人観光客は大幅に増加。

##### (2) 国・地域別の外国人宿泊者数は以下のとおり

1位	中国	55万7,406人	(構成比29.1%, 対前年度比77.1%増, 前年度2位)
2位	台湾	46万4,732人	(構成比24.2%, 対前年度比8.8%増, 前年度1位)
3位	韓国	27万4,650人	(構成比14.3%, 対前年度比56.7%増, 前年度3位)
4位	香港	21万1,227人	(構成比11.0%, 対前年度比20.7%増, 前年度4位)
5位	タイ	13万6,125人	(構成比7.1%, 対前年度比35.0%増, 前年度5位)

上位5つの国・地域で全体の約85%を占めている。24年にタイ国際空港による「新千歳—バンコク」間の直行便が新規に就航したことを契機として、近年は東南アジア方面からの外国人観光客が増加。

台湾はリピーター客が多く、これまで札幌の外国人宿泊者数で1位を占めていたが、27年度では中国からの入込が初めて首位となった。

##### (3) 月別の動向

札幌観光のハイシーズンは7月～9月で繁忙期と閑散期の差が大きい。8月(177万人)と12月(71.2万人)では観光客が半分以下に落ち込む。市内宿泊施設の稼働率も同様の傾向

市内の外国人宿泊者は12月～2月の冬期間に多い(海外インセンティブツアーも同様の傾向)

国内における国際会議の開催時期は、春・秋に集中

インバウンドやMICE(インセンティブツアー、国際会議)は札幌観光における閑散期の落ち込みを底上げする効果が期待できる。

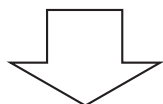
#### 2. 札幌市観光まちづくりプラン

##### (1) 概要

- ・「札幌市産業振興ビジョン」における観光分野のアクションプランとして26年3月に策定
- ・このプランに基づき、「定山溪魅力アップ構想」(27年3月)、「札幌MICE総合戦略」(27年4月)を策定
- ・計画期間は25年度から34年度までの10年間(重点的に展開すべき短・中期的な取組を掲げたアクションプラン編は前期と後期に分け、前期は25年度から29年度までの5年間)

(2) 背景

- ・人口減少、少子高齢化のもと、観光客がもたらす「外貨」は地域経済に欠かせないものとなっており、今後、観光をめぐる都市間競争が芸化することが予想される。
- ・札幌は国内有数の観光都市であるが、今後は、これまでの特定のイメージだけではなく、観光資源を十分に生かした新たな魅力の発掘が求められる。
- ・北海道においては、格安航空会社（LCC）の就航、北海道新幹線の開業など交通環境が整備されつつある。



26年3月「札幌市観光まちづくりプラン」策定

- ・札幌が今後も訪れたい、住みたい魅力的な「まち」でありつづけるため、国内外からの集客交流人口の確保により地域経済を維持していくため、今後10年間の観光に関する取組の方向性をまとめ、地域の魅力あふれるまちづくりと観光振興を一体的に進めていく。

(3) 目標像

- 「産民学官」が連携する観光まちづくりの実現
  - ・地域の特性を生かした魅力の創造
  - ・市民が都市観光を自ら楽しみ育てる環境づくり
  - ・観光関連産業の持続的成長を支える担い手づくり

(4) 目標像の実現に向けた基本的な考え方

- ・「さっぽろツーリズム」の展開

札幌らしい新しい観光コンテンツを総称するものを「札幌ツーリズム」と表現し、「住んで楽しい、訪れて楽しい札幌」の実現を目指す。

具体的取組～「ツーリズム推進委員会」の設置

「さっぽろツーリズム」の具体的なコンテンツを発掘・開発していくため、産民学官がアイデアを出し合う場として美食、子連れ、歴史・文化などのテーマごとに「ツーリズム委員会」を設置し、新たなコンテンツの創造やネットワークづくり、持続可能な事業スキームの構築を目指す。

(5) 目標像の実現に向けた数値目標

① 年間来客数

1,304万人（平成24年度） → 1,356万人（平成25年度） ⇒ 1,500万人（平成34年度）

- 特に道外や海外からの観光客を増やす。

② 観光消費額

3,689億円（平成22年度） → 4,034億円（平成25年度） ⇒ 4,700億円（平成34年度）

- 宿泊者の消費単価を10%向上させる。

- 平均滞在日数を0.5日延長させる。

道外客 3.5日（平成24年度） → 3.5日（平成25年度） ⇒ 4.0日（平成34年度）

海外客 4.4日（平成24年度） → 3.1日（平成25年度） ⇒ 4.9日（平成34年度）

- ③ 再訪意欲（「ぜひ、また来たい」と答えた人の割合）

45%（平成24年度） → 49.9%（平成25年度） ⇒ 66%（平成34年度）

※現在、「また来たい」と答えている人（42%）の半分を「ぜひ、また来たい」に変える。これにより、観光客の3人に2人が「ぜひ、また来たい」と感じる街になる。

### 3. 観光の魅力づくり・イベント

- (1) 観光資源の開発

既存観光資源の発掘・磨き上げ + 新たな観光商品の開発

- 夜間観光の魅力向上

- ・夜景パンフレット作成，夜景写真コンテスト実施
- ・夜間エンタメショーの開催（補助事業）

- 外国人観光客誘致促進

- ・札幌ショッピングガイドマップ作成（補助事業）

- さっぽろ美食ツーリズムの推進

- ・首都圏等の美食との差別化，市民の食意識や満足度の向上により，「美食のまち 札幌」のイメージ確立及び観光目的化を図る

- (2) 情報発信

- ICTを活用した情報発信

- ・公式観光サイト「ようこそさっぽろ」（7言語展開）
- ・メールマガジン「もぎたてさっぽろ」（札幌の旬の情報を毎月7言語で配信）

- 観光PRツール

- ・札幌観光ポスター
- ・「札幌でしかできない50のこと」・・・産官学連携による「さっぽろ観光創造研究会」（札幌市，北大，北洋銀行，日本オラクル，インサイト等）とタイムアウト東京の協力制作

- (3) イベントの経済効果

- さっぽろ雪まつりの経済効果（25年度調査） 予算約4億円

- ・イベント来場者による市内総消費額 329億円
- ・直接効果（最終需要額） 272億円
- ・市内消費による生産誘発効果 356億円
- ・市内消費による家計迂回効果 64億円
- ・市内消費による生産波及効果 419億円

○さっぽろオータムフェストの経済効果（26年度調査） 予算約1.8億円

- ・イベント来場者による市内総消費額 314億円
- ・直接効果（最終需要額） 269億円
- ・市内消費による生産誘発効果 351億円
- ・市内消費による家計迂回効果 61億円
- ・市内消費による生産波及効果 413億円

#### 4. 観光客誘致の推進

(1) 外国人観光客の誘致，プロモーションの手法

- ・旅行博・見本市
- ・4マス広告（TV，ラジオ，新聞，雑誌）
- ・屋外広告（屋外看板，大型ビジョン）
- ・交通広告（車内，駅施設，車体）
- ・WEB・モバイル広告
- ・旅行会社招請・商談会
- ・メディアクリエイター招請
- ・その他

<事例>

① タイ向けプロモーション

公募型，事業費12,714千円

○期 間 27年11月5日（木）～28年3月31日（木）

○実施内容 タイ人2名を選考（応募総数1,300名）し，「札幌アンバサダー」として約2カ月間札幌に滞在させて，タイ人目線による札幌の魅力発掘と情報発信を行った。観光施設のほか，飲食店，美容室など多くの市内民間事業者と札幌アンバサダーが接触・交流することで定番観光以外のまちの素顔，魅力の発信に努めた。

○滞在期間 27年12月8日（火）～28年2月9日（火） 64日間

○TV放送及びTV番組とのタイアップ 招請タイ人女性2名が，飲食店，レジャー施設，ショッピング施設等，計40店舗・施設を取材し，TV放送やFacebookへの投稿を行った。

② 中国向けプロモーション（一定の認知度があるため，タイとは違う手法）

公募型，事業費13,372千円

○用務地 中国・上海，道央圏（招請）

○期 間 27年12月2日（水）～28年3月25日（金）

○動画共有サイトY o u k uを活用した情報配信，全4回放映，札幌における「一日観光」，「ショッピング・食」，「定山溪温泉」，「スキー」をテーマとした魅力を紹介

- フリーペーパー「微帆」による札幌の都市観光の情報発信，特集記事2ページ，札幌でのショッピング情報などを紹介する特集記事を掲載するとともに，「上海錦江旅遊」との連携商品を掲載，WEB（微信）でも情報を配信
- 中国旅行会社の商品造成担当者の招請及び旅行商品の造成，上海錦江国際旅遊の旅行商品造成担当者を招請し，札幌市の滞在を軸とした北海道旅行商品（団体・FIT）を造成し，札幌市への直接的な誘客を促進

(2) 国際関係都市連携

① 日本ラグジュアリートラベルアライアンス

- ・構成員：札幌市，京都市，高山氏，石川県，和歌山県，奈良市，京都府
- ・目的：海外富裕層の訪問先として確固たる地位を築く，富裕層の受け入れ環境の整備
- ・今年度の取組：7月～9月 ファムトリップ  
12月 カンヌ富裕層向け商談会参加

② 超広域観光ビジット3

- ・構成員：札幌市，松本市，鹿児島市
- ・目的：航空機（フジドリームエアライン）の離発着空港がある3都市で海外誘客宣伝の実地及び旅行商品造成の推進
- ・今年度の取組：ブロッガー招請事業，広告宣伝事業，ファミトリップ

(3) タイ，マレーシア，インドネシア，シンガポール，フィリピン，ベトナムの東南アジアをインバウンドのターゲットとしている。

(4) 外国人受け入れ環境の整備

○外国人観光客向けコンテンツの内容充実や機能強化

- ・・・観光ホームページ「ようこそさっぽろ」や観光アプリ「札幌いんふお」など

○外国人観光客に対する多言語対応の促進

- ・・・ムスリムの方を2名雇用し，ムスリム対応の勉強会などで食事メニュー等を把握

○公衆無線LAN（Wi-Fi）環境の充実

- ・・・民間施設に対する設置補助の検討，JR関連の設置が遅れている

○宿泊施設の充実などに対する民間投資が活発になるような支援策の検討

- ・・・部屋数の増が求められるとともに，国際線，深夜便がふえたことにより，ホテルが24時間対応，24時間食事，空港への送迎が求められている

○都市部観光バス路上駐車への対応

- ・・・巡回啓発を実施，使わなくなった高校の空き地を駐車場に