

令和7年度 文化・観光特別委員会行政視察報告

1. 視察期間 令和7年11月6日(木)～7日(金)

2. 出席者

(1) 委員

委員長 田中 宏篤、 副委員長 伊藤 延子

委員 大浦 美鈴、 弓矢 潤、 大貫はなこ、 村上浩一郎、 本目 さよ、

石川 義弘、 寺田 晃、 富永 龍司、 太田 雅久、 青柳 雅之

(2) 同行理事者

文化振興課長(大河ドラマ活用推進担当課長) 川口 卓志

3. 視察先及び調査事項

(1) 静岡県浜松市 大河ドラマを活用した観光施策について

(2) 滋賀県長浜市 長浜市の歴史・文化を活かした観光施策について

4. 調査の概要

別紙のとおり

【静岡県浜松市】

1. 市の概要

人口 779,629人(令和7年9月1日現在)

面積 1,558.11km²

主な特色

- ・県の西部に位置し、面積、可住地面積とも全国2位の広域な市域を持つ。湖西市との間に浜名湖が広がる
- ・古くから繊維産業で栄え、近年は輸送用機器や楽器を中心に製造業のまちとして発展し、スズキや三大楽器メーカーが本社を構える。
- ・都市近郊農業も営まれており、農業産出額は全国有数で、ミカン是全国1位、浜名湖では、ウナギ、スッポンの養殖が行われている。

2. 調査事項

大河ドラマを活用した観光施策について

令和5年の大河ドラマとして、「どうする家康」の放送されることが令和3年1月に決定した。これまでも、徳川家康公ゆかりの地としてのシティプロモーションを行っていたところではあるが、ドラマの放送決定を受けて、新たに家康プロジェクト推進協議会を設立し、様々な取り組みを実施してきた。

(1) 歴史資源を活かしたシティプロモーションや継続した誘客のための取り組みについて

ア. 徳川家康公ゆかりの地 出世の街「浜松」

徳川家康公は、1570年に浜松城を築城し、青壮年期の29歳から45歳までの17年間を浜松で過ごした。生涯最大の敗戦といわれる「三方ヶ原の戦い」など苦難を経て多くのことを学び、家康公は浜松の地で天下取りの第一歩を歩み始める。浜松城は、江戸時代に歴代の城主が幕府の要職である老中や京都所司代等に抜擢されることが多かったことから、後に「出世城」と呼ばれるようになった。

浜松市では、市のキャラクター「出世大名家康くん」や家康公の躍進を支えた浜松産の旬の食材及びその食材を使った料理「浜松パワーフード」などを活用し、出世の街としてのプロモーションを行っている。

イ. 「出世の街」としてのプロモーションについて

①引間城(現 浜松元城町東照宮)

浜松城の前身。幼少期の豊臣秀吉も引間城を訪れた記録も残ることから、天下人となった家康公と秀吉公の2人の武将が訪れた場所ということでパワースポットになっている。跡地には元城町東照宮が創建され、現在では出世神社と呼ばれ、多くの参拝者が訪れる。

②家康の散歩道

中心市街地にある家康公ゆかりの地を巡るウォーキングコース。犀ヶ崖古戦場をはじめ、二代將軍秀忠公生誕の井戸や、38歳で生涯を閉じた正室築山御前が眠る西来院など、家康公ゆかりのスポットが数多くある。

③キャラクター戦略

浜松市は、「出世大名家康くん」という地域キャラクターを開発し、市全体のプロモーションに活用している。このキャラクターは、家康公の幼少期の姿をイメージしており、SNSやイベントを通じた認知度向上と親しみやすさの構築に役立てられている。

④「浜松パワーフード」の開発

家康公の躍進を支えた浜松産の旬の食材及びその食材を使った料理を「浜松パワーフード」とし、プロモーションを展開している。これにより、地産地消の推進のほか、歴史・文化産業といった地域資源と結び付けることにより、誘客の促進を図っている。

⑤特設WEBサイトや公式Xによる情報発信

徳川家康公に関する地域の情報をまとめた特設WEBサイトや公式Xを開設し、大河ドラマ館情報や

イベント情報など「家康公ゆかりの地」浜松の魅力为全国へ発信している。。

⑥オリジナルロゴマークの作成

オール浜松で観光振興による地域経済活性化に取り組む機運を醸成するため、「徳川家康公ゆかりの地 浜松」をPRするオリジナルロゴマークを作成した。個人、法人にかかわらず、商用目的での商品等の販売、一般利用での名刺・フライヤー等によるPRにおいて、無料で使用可能とした。

(2) 大河ドラマを契機とした各種取り組み等について

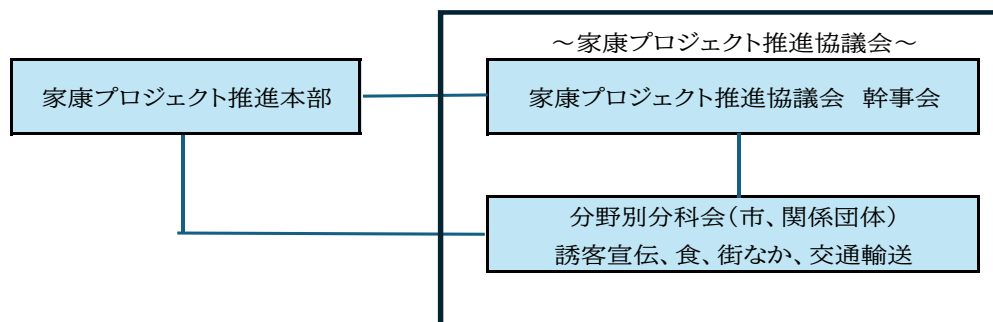
ア. 大河ドラマ「どうする家康」放送決定による市の取り組み方針について

令和3年1月に大河ドラマ「どうする家康」の放送が決定した。本ドラマは、これまでの大河ドラマとは異なり、「徳川家康公の生涯を新たな視点で描く」ことをコンセプトとしていた。そのため、これまでの大河ドラマファンとは異なる、新たな視聴者層の獲得を目指した内容となっており、家康公ゆかりの地である浜松市の歴史や文化への注目が高まっていた。その中で、浜松市は、官民連携組織である「家康プロジェクト推進協議会」を立ち上げた。市長を最高責任者とした全庁体制で、ドラマを活用した観光誘客と地域経済の活性化に取り組むこととした。

イ. 家康プロジェクト推進協議会について

全庁体制で大河ドラマを活用した取り組みを進めるため、市長をトップとした推進本部を市役所内に設置するなど、官民が一体となり、市全体で大河ドラマを活用した施策を推進している。

《推進体制》



※家康プロジェクト推進協議会 幹事会

役員会の位置づけとして、事業計画や予算の決定、分野間の連携を図るための会議体。

委員：遠州信用金庫、遠州鉄道株式会社、株式会社静岡銀行、静岡文化芸術大学、浜松磐田信用金庫、浜松市、浜松市自治会連合会、浜松市タクシー協会、浜松商工会議所、公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューロー、浜松パワーフード学会、浜松まちなかにぎわい協議会

※分科会

各分野の具体的な取り組みを官民一体となって協議・実施するための組織。

ウ.大河ドラマ館について

①施設概要

所在地	浜松市中央区元城町102-1	
面積	約500㎡	
開館期間	プレオープン期間	令和5年1月22日～2月28日（38日間）
	グランドオープン期間	令和5年3月18日～令和6年1月14日（303日間）
開館時間	午前10時～午後6時	無休
来場者数	目標来館者数	50万人
	最終来館者数	64万314人
構成	大河ドラマ館	<ul style="list-style-type: none"> ・かつての浜松城門があった位置に出入口を配置し、歴史的連続性を表現。 ・外壁デザインは浜松市の主要産業であるピアノをイメージした装飾。
	オフィス棟	運営事務所、券売所、会議室のほか、石垣の現物展示施設を併設。
	ショップ棟	<ul style="list-style-type: none"> ・木材の外部装飾は天竜地域の森林をイメージ。 ・特産品等販売所、観光案内所を設置。
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・東京オリンピック、パラリンピックのレガシー材の再利用。 ・発掘された浜松城遺構の再現展示を整備。

②グランドオープン時の展示内容

登場人物の紹介や衣装、小道具のほか、実際の撮影で使用されたセットを展示し、家康たちがいた当時の浜松城の雰囲気再現している。「どうする家康」の映像世界を楽しむことができるデジタル体験コンテンツやキャストの等身大パネルと写真が撮れるコーナーを設置した。また、出演俳優のインタビューやメイキング映像を240インチの大スクリーンで上映した。

③魅力維持のための取り組みについて

計画的なリニューアルを三度実施するほか、特別展示やドラマに登場する戦国武将のステッカーを配布するといった来館者特典を行い、大河ドラマ館の魅力維持に努めた。



大河ドラマ館の外観（浜松・浜名湖だいすきネットHPより引用）

エ. 受入環境の整備について

①天守閣の改修

昭和33年に復興されて以来、初めて装飾金物の全てを令和4年から令和5年の期間に改修した。

②周遊チケットの販売

地域交通機関と連携し、バスや電車等で使えるフリーパスだけではなく、チケットの提示で、観光施

設利用の優待サービスも利用できる電子チケットを販売した。

③家康公ゆかりの史跡をXR（クロスリアリティ）コンテンツ化

XRとは、VR（仮想現実）、AR（拡張現実）、MR（複合現実）、SR（代替現実）などの現実世界と仮想世界を融合させて新しい体験を創造する技術の総称である。現地体験型回遊アプリ「ストリートミュージアム」において、GPS位置情報を利用し、史跡現地でXRコンテンツを体験することで歴史に対する理解を深める目的で公開された。市が令和3年に発掘調査した、江戸時代の浜松城二の丸御殿を体験できるARコンテンツや、若き家康公の戦いを体験できるXRストーリー等が公開された。

オ. 大河ドラマ関連の主なイベントについて

①みんなで盛り上げる大河ドラマ館「期待と希望の応援メッセージプロジェクト」

大河ドラマ館内や敷地内をキャンバスとし、家康公や大河ドラマ出演者へのメッセージなどを自由に描くイベントを3回開催した。完成後、市民やファンへのメッセージとして、WEBやSNSにより情報発信を行うなど、大河ドラマ放映前から、市民やファン参加型イベントを開催し、機運醸成を図った。

【イベント概要】

開催日	応募者数
令和4年6月25日（第一弾）	530名
令和4年9月18日（第二弾）	419名
令和4年10月1日（第三弾）	317名

②家康公騎馬武者行列@浜松まつり

大河ドラマで主演を務める松本潤さんを家康公役とした騎馬武者行列のほか、市民参加型のパレードを開催した。イベント発表日には「浜松まつり」のワードがTwitter及びYahoo!リアルタイム検索でトレンド入りするなど大きな話題になった。

③家康公祭り、浜松城一日城主

家康公祭りは、徳川家康公に関わる歴史講演会やステージイベント、市内の歴史資源を活かした周遊企画を行うことで、「家康公ゆかりの地 浜松」としての認知度を高め、都市ブランドの確立を目指すとともに、継続した誘客を図る目的で開催されているお祭りである。「どうする家康」が放映された年の第7回家康公祭りにおいて、夏目広次役の甲本雅裕さんを招いて浜松城一日城主就任式及びトークショーを開催し、約13,200人が参加した。

カ. 大河ドラマ放映中（令和5年1月～12月）の観光客増加に伴う経済波及効果について

	経済波及効果 A+B	直接効果 A	間接効果 B
浜松市内	318億円	212億円	106億円
静岡県内	408億円	264億円	144億円

※直接効果：大河ドラマの放送により、浜松市を訪れる観光客数が増加することで、市内及び県内の観光消費額が増加する効果

※間接効果：観光消費額の増加によって生じた原材料ベースの生産波及および雇用者所得の増加分が消費へ波及することによってもたらされる間接的な効果

キ、大河ドラマ放送後の取り組みについて

浜松市は大河ドラマを契機に、放送前から機運醸成を目的とした様々な取り組みを行ってきた。このような取り組みを一過性のもので終わらせることなく、さらなる地域の活性化につなげるため、大河ドラマ放映後においても、「家康公ゆかりの地 浜松」等を活用したプロモーションを推進している。

令和7年11月22日から23日に開催予定の家康公祭り2025では、令和8年の大河ドラマ「豊臣兄弟！」に出演する丹羽長秀役の池田鉄洋さん、石川数正役の迫田孝也さんを招き、ステージトークを開催した。

また、大河ドラマ「おんな城主直虎」で主演を務めた柴咲コウさんが、浜松市内でライブを開催した際に会場内に浜松市のPRブースを設け、大河ドラマの撮影を行った「久留女木の棚田」での綿花栽培プロジェクトの展示をするなど、来場者に向けて、遠州織物ブランド会社と連携した遠州織物の魅力発信をおこなった。

3. 主な質疑応答

(問) 大河ドラマ館への観光客誘致に関して、どのような工夫を行ったのか。

(答) アフターコロナであったことを考慮し、SNSやホームページでの情報発信など、ウェブプロモーションに注力した。また、入場者数を増やす取り組みとして、地域の子どもたちに入場券を配布し、自由研究で取り上げてもらうなどの取り組みを行った。

(問) オリジナルロゴマークは大河ドラマ放映後も活用されているのか。

(答) 徳川家康ゆかりの地 出世の街「浜松」事業の一環として、家康公まつりのチラシなどで現在も活用している。

4. まとめ

浜松市は大河ドラマ「どうする家康」の放送決定を受けて、地元企業や関係団体と連携した官民連携組織である「家康プロジェクト推進協議会」を設立し、観光誘客による地域活性化を図るほか、ドラマ放映前より、市民やファン参加型のイベントを実施するなど、機運醸成を図ってきた。ドラマ放映中においては、浜松まつり等の既存事業にドラマ出演者を招待するなど、大河ドラマと既存事業を関連させる取り組みも実施している。

結果として、大河ドラマ館の来館者数は目標を大幅に上回り、家康公ゆかりの地にも多くの観光客が訪れるなど、大きな経済波及効果をもたらした。放送終了後も、大河ドラマのレガシーを活かしながら、「家康公ゆかりの地 浜松」というブランドを活用したプロモーションを推進することで、継続的な地域活性化に取り組み、大きな成果を残している。

本区においては、大河ドラマ「べらぼう～蔦重栄華乃夢噺～」の放送を契機として、大河ドラマ館の運営や「江戸たいとう蔦重まつり」の開催など、様々な取り組みを展開し、まちの賑わい創出や区内経済の更なる活性化を図ってきた。これらの取り組みによりもたらされた江戸文化への理解促進や区内回遊性の向上といった効果を持続させるとともに、これまでの成果を活かし、江戸文化の息づく本区の更なる魅力発信などを図るうえで、浜松市の大河ドラマを活用した各種取り組みは非常に参考になった。



視察の様子



浜松城前にて

【滋賀県長浜市】

1. 市の概要

人口 111,469人(令和7年9月1日現在)

面積 681.02km²

主な特色

- ・ 県の東北部に位置。伊吹山系と琵琶湖に面し、中央には湖北盆地が広がる。
- ・ 豊臣秀吉が城主となった長浜城、賤ヶ岳などの歴史遺産があり、観音の里として、竹生島の宝厳寺、向源寺の国宝十一面観音など多くの観音像が祀られている。
- ・ 製造業が主要産業。農業では湖辺から平坦な地域にかけて稲作が盛んで、六条大麦や大豆も栽培されている。

2. 調査事項

長浜市の歴史・文化を活かした観光施策について

(1) 長浜市の観光について

ア. 概要について

長浜市は、戦国武将豊臣秀吉が初めて城主となり、築城した「長浜城」を中心に形成されたまちである。秀吉は「長浜」という地名を主君織田信長の名にちなみ「今浜」から改め、楽市楽座の制度を導入して商業の発展を促した。これにより、町人が自由に商いを行える環境が整い、以後の長浜の繁栄の礎が築かれた。この歴史は、現在の長浜市の観光行政にも深く息づいており、「歴史と文化を活かした観光まちづくり」を市の基本理念として位置づけ、各種取り組みを展開している。

イ. 主な観光資源について

①長浜城歴史博物館

豊臣秀吉ゆかりの長浜城跡に建つ歴史博物館。戦国史跡観光の拠点として、地域の歴史的資産を常設展示している。

②黒壁スクエア

旧市街地の伝統的建造物を再生活用した観光エリアで、ガラス芸術のギャラリーやショップが集積している。昭和末期、中心市街地の空洞化が進む中で、地元有志が旧銀行建築を再生し、「黒壁」として再出発させた。黒壁スクエアを活用したまちなか再生事業は、歴史的建造物の保存と観光振興を融合させた先進的なまちづくりとして全国的に注目され、現在も長浜観光の中心拠点として年間約200万人が訪れるエリアとなっている。黒壁スクエアは、地域住民・企業・行政が一体となって取り組む観光まちづくりのモデルケースとして、長浜の観光行政における重要な転機となった。



(黒壁スクエア公式HPより引用)

③長浜曳山まつり

毎年4月に開催される長浜八幡宮の例祭で、ユネスコ無形文化遺産、国の重要無形民俗文化財に登録

されている。子ども歌舞伎を核とし、伝統文化の継承と発信を行っている。曳山博物館を設け、祭り期間外も文化に触れる機会が提供されている。商業や文化の担い手として、まちの発展と自治を支えてきた町衆との団結と誇りを象徴する祭りであり、若衆が中心となって自主的に運営することで、400年以上にわたり受け継がれている。また、町衆に宿る進取の気性は、時代の変化に柔軟に対応する地域の原動力となっており、まちづくりや観光振興にも活かされている。

④観音の里

湖北地域の各地に貴重な観音像が数多く伝わる箇所を指す。地域の人々が古来より守り継いできた「祈り」と「もてなし」の心を象徴しており、観光振興においても重要な文化的資産となっている。特に、地域住民が自ら観音堂を守り、参拝者を受け入れる文化は「地域と共にある観光」の象徴となっている。

⑤戦国史跡（小谷城跡、賤ヶ岳古戦場など）

豊臣秀吉や石田三成などが活躍した小谷城跡や賤ヶ岳古戦場など、市内には戦国時代を象徴する数多くの史跡が点在し、全国の戦国ファンや歴史愛好家を惹きつけている。これらの史跡は地域の自然景観と一体となって保存されており、歴史・文化・自然が融合した観光資源である。

(2) 大河ドラマを活用した観光施策について

長浜市は、歴史的に重要な遺産を多く持つ地域ゆえに、これまでに多くの大河ドラマの舞台となっている。その機会をとらえ、様々なイベントなどを実施することで、観光誘客や経済効果の向上に努めてきた。

【主なイベント】

①北近江－豊・千代博覧会

会期	平成18年1月8日～11月30日(327日間)
主催	北近江－豊・千代博覧会実行委員会
事業費	2億3,500万円(施設費8,500万円 運営費1,900万円 2次交通対策費440万円(巡回バス))
総収入	2億6,500万円(事業収入1億7,900万円 市補助2,050万円 県補助1,000万円)
メイン会場 (入場者数)	曳山博物館(19万人) 大通寺会場(13万人) 長浜城会場(35万人)
入場者数	66万人
博覧会終了後の 取り組み	ツアーセンター 紙芝居、ドラマツアー(周遊ツアー)
消費経済効果	40億円

②江・浅井三姉妹博覧会

会期	平成23年1月15日～12月4日(324日間)
主催	江・浅井三姉妹博覧会実行委員会
事業費	7億160万円(施設費3億540万円 運営費3億9,620万円 2次交通対策費7,000万円(博覧会バス、就社上対策、電動アシスト付自転車レンタル))
総収入	8億5,220万円(事業収入5億3,100万円 市補助7,220万円 県補助なし)
メイン会場 (入場者数)	浅井会場(57万人) 小谷会場(28万人) 黒壁会場(33万人)
入場者数	118万人
博覧会終了後の 取り組み	浅井三姉妹スクール 2次交通システム 語り部ガイド
消費経済効果	240億円

③黒田官兵衛博覧会

会期	平成26年1月19日～12月28日（344日間）
主催	黒田官兵衛博覧会実行委員会
事業費	6,762万円（施設費2,208万円 運営費4,554万円 2次交通対策費1,260万円（巡回バス））
総収入	5,063万円（事業収入2,761万円 市補助2,100万円 県補助なし）
メイン会場 （入場者数）	大河ドラマ館（10.5万人） 歴史館（20.4万人） 城下まち館（4.1万人）
入場者数	35万人
博覧会終了後の 取り組み	北国街道きのもと宿まつり
消費経済効果	218億円

(3) 長浜市の観光施策における課題と今後の取り組みについて

ア. 課題

①滞在時間・消費単価の伸び悩み

黒壁スクエアなどのまちなかの観光地は集客力が高い一方で、日帰り客が中心であり、宿泊や体験、飲食などの消費拡大が十分ではない。個人旅行やインバウンド需要の増加に対応した滞在型コンテンツの整備が課題となっている。

②歴史資源の保全と活用の両立

長浜城歴史博物館や慶雲館など貴重な文化資源の老朽化が進んでおり、保存と活用を両立させる持続的な仕組みづくりが求められている。

③観光動線と二次交通の課題

来訪者の多くが黒壁エリアに集中し、小谷城跡、北国街道、余呉湖など広域的な周遊が限定的である。公共交通や周遊バス、レンタサイクルなどの二次交通手段の充実と観光ルート全体のアクセス改善が必要となっている。

イ. 今後の取り組み

①歴史・文化を活かした滞在型観光の推進

黒壁スクエアや長浜城、曳山まつりなどを中心に、歴史体験や着物、工芸、ナイトイベントなどを組み合わせ、歴史を感じ、まちを巡って楽しむ滞在型観光都市づくりを進めていく。

②周遊性と二次交通の充実

主要観光地を結ぶルート整備や周遊バス・レンタサイクルなどの二次交通を強化し、デジタル案内や電子クーポン等を活用して地域内回遊と滞在を促進する。

③観光人材と地域運営力の強化

観光協会、観光団体など、市内の多様な関係団体が協働する「長浜観光連携プラットフォーム」を中心に、情報共有や連携体制の強化を進める。

④広域連携と発信力の向上

来年度の長浜市と米原市の観光協会の統合を見据え、行政区域を越えた「北びわ湖エリア」としての広域観光戦略を構築していくとともに、来年度の大河ドラマ「豊臣兄弟！」に合わせて「北近江豊臣博覧会」を開催し、小谷城跡や賤ヶ岳古戦場等の市内の観光史跡を結ぶなど、国内外に向け一体的な発信を強化し、北びわ湖地域全体のブランド力を高める。

3. 主な質疑応答

(問) 町衆文化の継承はどのように行っているのか。

(答) 若者が減ってきており、後継者を探すのに苦労しているが、曳山まつりなどの伝統を後世に残してい

きたいという思いから継承されているものと考えている。

(問) 長浜市の歴史を市民が学ぶ機会はあるのか。

(答) 曳山まつりに関しては、幼稚園、小中学校の伝統文化を学ぶ授業の中で、蒔絵体験などを行っている。町への愛着を子供のうちから育む機会を設けることで町衆文化の継承にもつなげている。まつり当日には、学習したことを活かし、中学生が曳山の歴史を観光客に伝える取り組みも行われている。

4. まとめ

長浜市は、豊臣秀吉など戦国ゆかりの史跡群等を活かした歴史観光、黒壁スクエアを核としたまちなか観光、曳山まつりや観音信仰に代表される地域文化の継承といった多様な施策を展開するなど、歴史・文化・町衆の力を柱に、地域住民や民間事業者と連携をしながら、観光施策を推進してきた。今回の視察において、長浜別院大通寺や黒壁スクエアを中心とした街なかの現地視察も行ったが、歴史ある町家や蔵を活かしたレストラン、伝統的なガラス文化を体験できる工房などの魅力ある店舗が点在し、散策しながら、長浜の歴史や文化を身近に感じることができた。

また、長浜市は令和8年の大河ドラマ「豊臣兄弟！」の舞台のひとつとなっており、北近江豊臣博覧会として、大河ドラマ館の設置や各エリアにおける拠点整備等、様々な取り組みを計画している。市内の回遊性向上や、大河ドラマによる賑わいを一過性にしない取り組みなど、本区と共通する課題もあるため、今後の展開に注目したい。

本区においても、したまちならではの人の温かさや、江戸より続く伝統文化や四季折々の祭りなど、台東区ならではの様々な魅力や観光資源がある。これらを活用しながら観光施策を検討・展開していくにあたり、長浜市における地域資源や大河ドラマを活用した様々な取り組みは、大変参考になった。



視察の様子



議場にて