

一般質問通告書

令和8年第1回定例会において、下記の事項について一般質問（代表質問・個人質問）を行いたいので会議規則第62条第2項の規定により通告します。

令和8年2月26日

議員氏名 寺村典久



会派名 無会派

海津市議会議長様

| | | | |
|--|---------------------|---|-----------------|
| 受領番号 | 第 1 号 | 受領日時 | 令和8年2月26日 12:00 |
| 要 旨 | ① 海津温泉「宙舟の湯」について | | |
| 質問相手 | 市長 | 海市議第 17 号 | |
| 要 旨 | ② 月見の森ブランディング戦略について | | |
| 質問相手 | 市長 | - 8. 2. 26 受付 分 01.00 類 水・10・5・3・1・常 海津市議会 | |
| 質 問 内 容 | | | |
| <p>1点目に、海津温泉「宙舟の湯」についてお尋ねします。</p> <p>海津温泉は、旧海津町が、昭和47年海津町老人福祉センター「海津苑」として開館し、当時、町内在住65歳以上の方は無料、そのほかの方は、100円で入浴できるため、100円温泉としてその名がクローズアップされ、昭和52年には現在の原型となる宿泊施設と宴会場を備えた施設として増築され、海津町老人保養センターとして連日多くの方で賑わい、合併後も市内外の多くの方々に来館いただき、本市の象徴的施設として長年親しまれております。</p> <p>これまでに市では、平成20年および令和2年に大規模リニューアルが実施され、令和5年4月1日には「海津苑」から「宙舟の湯」と名称変更し、設置目的を「福祉」から「観光」へとシフトされております。</p> <p>こうした転換は、「ふだんの、くらしを、しあわせにする」という「日常」の安定した生活を公的に達成しようとするのが「福祉」であるのに対し、余暇時間の中で非日常を体験することで、生活に活力を与えるのが「観光」であると一般的に定義されています。こうした認識から「宙舟の湯」は、多くの方に活力を与えるための施設へと生まれ変わったことを意味するものであ</p> | | | |

ると考えます。

このことは、公的資金の投入目的が「非日常を提供する観光拠点」として位置づけ、その対価として、収益性を上げることができる施設への転換であることを示した、市長の意思の表れであると受け止めております。

しかしながら、利用者数は、平成 21 年度の約 51 万 9 千人をピークに減少傾向で推移し、新型コロナウイルス感染症の影響により一時的に大きく落ち込みましたが、その後は回復基調に転じ、近年は微増傾向にあるものの、令和 6 年度においては約 23 万 9 千人と、ピーク時の半数にも達していません。

一方で、宿泊者数は近年増加傾向にあり、令和 6 年度には過去最高を更新するなど、日帰り利用と宿泊利用の動向には乖離が見られる状況ではあるものの、収益は思うように上がらず、多額の指定管理料を支払っていることが現状であります。

近隣には集客力の高い民間温浴施設が立地しており、観光施設として位置づけられた、当該施設の真価が問われる時期ではないかと考えます。

また、施設の老朽化による修繕費の増加や、令和 8 年度末の指定管理期間満了を踏まえると、宙舟の湯の役割や今後の運営の方向性について、今まさにしっかりと整理・検討すべき段階にあると考えるところです。

以上を踏まえ、以下の点について市長の所見を伺います。

1. 宙舟の湯の位置づけと果たすべき役割について

近隣に集客力の高い民間温浴施設が立地する中で、宙舟の湯を市としてどのような役割や機能を担う施設として位置づけていくのか。

市民の憩いの場としての役割と、観光拠点としての役割をどのように整理し、今後の運営や投資判断に反映させていく考えなのか。

2. 施設機能の老朽化を踏まえた将来像について

宿泊者数が増加している一方、施設や客室は建設当時の仕様を残しており、

利用形態の変化に十分対応できていない面もあると考えます。

こうした現状を踏まえ、宿泊機能を含めた施設全体の活用や、老朽化への対応について、市としてどのような課題認識を持ち、今後どのような将来像を描いているのか。

3. 現指定管理者の指定期間満了を見据えた今後の運営方針について

令和8年度末で現在の指定管理者である事業者の指定期間が満了することを踏まえ、次期指定管理を選定する「宙舟の湯」が果たすべき役割を前提として、どのような運営方針を求めていく考えなのか。

また、収支改善やサービス向上を図る観点から、「宙舟の湯」指定管理者制度について、市長としてどのようなスタンスで臨むのか、基本的な考え方をお尋ねします。

2点目に、月見の森エリアブランディング戦略についてお尋ねします。

月見の森エリアブランディング戦略は、自然、道の駅、温泉、キャンプ場といった既存資源を、個別の施設としてではなく、複合的・一体的に、再構築していく方向性を示したものと受け止めています。

また、本戦略では、月見の森エリアを取り巻く環境や利用形態を踏まえ、市民と観光滞在者を意識したエリアとしてのあり方を見据え、将来像に至るまでの考え方の段階として、フェーズ1「今ある魅力の明示と再編集」、フェーズ2「エリアの機能の更新と活用の高度化」を目指し、民間活力での活用方法や機能を更新していくことを検討することが盛り込まれています。

こうした位置づけを踏まえると、本戦略は、今後の取組を具体化するための出発点にあたるものであり、令和8年度以降は、戦略で示された方向性や価値を踏まえながら、エリア全体としての将来像や取組の優先順位を、より具体的に整理していく段階的に進んでいくものと考えます。

今回提案されている、令和8年度当初予算案には、テストマーケティング事業として、10,000千円の予算が計上されております。

そこで、市として、本戦略をどのようなステップで具現化し、実効性のある取組や次の段階へとつなげていく考えなのか、その成果が市民の幸せにどう反映させることにつながると考えるのか、市長のご見識を伺います。