

委員会行政視察報告書

大崎市議会 調査活動概要報告書

1. 視察概要

委員会名	産業常任委員会
委員名	佐藤弘樹, 早坂憂, 山口壽, 木村和彦, 横山悦子, 山村康治, 木内知子
日時	令和2年1月22日(水)～令和2年1月24日(金)
視察先	1.静岡県伊豆市 2.静岡県熱海市 3.東京都台東区
出席者 (説明者)	1. 静岡県伊豆市 産業部長 滝川正樹氏, 産業部農林振興課 山下大輝氏 2. 静岡県熱海市 観光建設部観光経済課 遠藤浩一氏, 熱海市チャレンジ応援センター チーフアドバイザー 山崎浩平氏 3. 東京都台東区 文化産業観光部 産業振興課 本田純一氏, 国際・都市交流推進室都市交流課長 廣部正明氏, 課長補佐 大塚美奈子氏

2. 視察内容

視察項目	<p>1. 伊豆市 静岡水わさびの伝統栽培と世界農業遺産認定による活用策について</p> <p>2. 熱海市 (1)温泉観光推進事業について (2)事業者支援について (3)A-biz(熱海市チャレンジ応援センター)について (4)「ADさん, いらっしやい!」事業について</p> <p>3. 台東区 (1)起業者向け創業支援と運営状況について (2)台東デザイナーズビレッジについて (3)台東区アンテナショップ運営について</p>
視察内容	<p>1.伊豆市 静岡水わさびの伝統栽培と世界農業遺産認定による活用策について</p> <p>・伊豆市概要 伊豆市は, 伊豆半島の中央部に位置しており, 直線距離で東京から約 100 キロメートル, 静岡市から約 60 キロメートルとなっている。豊かな自然環境に恵まれ, 南側は天城山系の山並みに囲まれ, 西側は駿河湾に面しており, 東西約 25 キロメートル, 南北約 20 キロメートル, 総面積は 363.97 平方キロメートル, 86%が山地で, 令和元年 12 月末人口は3万 360 人の都市。</p> <p>・静岡県のワサビ栽培について 1600 年ころに「地沢式」の栽培法が県内各地に伝播され, 1892 年頃に腐敗病で苦</p>

しんでいた中伊豆地域で「畳石式」栽培が開発(平井熊太郎氏による)され、各地に広まりました。畳石式わさび田は、下層の大きな岩から上層へ徐々に石を小さくし、ワサビ田表面と内部に水を通すことで、水温の安定と栄養分や酸素の供給を実現し、安定生産を可能とた。ワサビのシェアとして、水わさびの根茎は約 70%が静岡県産で、そのうちの約 40%が伊豆市産となっています。和食がユネスコの無形文化遺産に登録されたこと、また和食ブームにより海外の方にも寿司についているスパイスが「ワサビ」と広く知られ「WASABI」という言葉が浸透している。

ワサビは、東京の築地、豊洲、大田市場、大阪、福岡、名古屋、北陸方面等各市場に出荷されている。輸出は台湾を中心に行っているが、今後はシンガポールや北米への輸出について進める議論がされている。

・世界農業遺産認定までの経緯

伝統ある水わさびの生産を将来へ伝承することを目的として、平成 28 年に静岡県及び関係市町、JA、生産者と静岡わさび農業遺産推進協議会(事務局:静岡県経済産業部農業局農芸振興課)を立ち上げ、平成 29 年3月に世界農業遺産、平成 30 年3月に世界農業遺産の認定を受けた。静岡県の水わさび栽培は、①世界で初めて栽培が始まり、畳石式を初めとした伝統農法を今も受け継いでいる人々がいること、②湧水を利用し、肥料や農薬などをほとんど使わない環境にやさしい農法のため、さまざまな生き物のすみかになっていること、③ワサビ田は棚田状になっており、その周りは自然にあふれたすばらしい景色があることなどが世界に評価されてる。また、水わさびは通年栽培が可能であるため、ワサビ田の美しい景観は地域の観光資源として注目されており、「静岡県棚田等十選」、「第 11 回静岡県景観賞」最優秀賞、「しずおか水を育む森 50 選」などを受賞されてる。

・伊豆市のワサビ栽培の現状

栽培面積は約 80 ヘクタールあり、生産者は 340 戸、約4割が専業農家となっている。機械化が進まず冷たい水の中で手作業をすることから、とても大変な労働である。ワサビ栽培農家に限らず後継者不足は課題であるが、ほかの作物をつくる農家と比べると、若い後継者が多い状況。また、地域おこし協力隊から1名就農され、ほかに現在研修を受けている方が1名、来年度から研修される方が1名予定されている。個人の農家で研修され専業農家になっている方もおり、10 名ほど移住して就農されている状況。

・観光連携事業の取り組み

地元の新米とワサビをコラボした「ワサビ飯」や、旅館の料理長と仲居さんを対象に「伊豆食材アカデミー」としてワサビの擦り方講習会を開催している。また、モニターツアーとして電動アシスト付き自転車を活用したわさび田周遊ツアーを検討しているところであり、受入体制としてピクトグラムでの表示や多言語表記を整備している。

今後の展開として、①世界農業遺産認定を契機とした水わさび生産の基盤強化、

②他産地との差別化やブランド化, ③情報発信機会の増大と産地PRの拡充, ④観光資源としての利用推進と新たな消費の拡大, ⑤県民・市民の意識醸成を挙げている。また, 今後の課題として, ①ワサビ田を訪れる観光客の増大による農家や地域住民への影響, ②ワサビ栽培システムの継承と保全(次世代農家の確保や環境整備)について挙げられている。

・質疑応答

問:世界農業遺産認定の理解促進への取り組みは

答:ワサビ産地ということは認識しているが,世界農業遺産に認定されたこと自体が認識されていない。ユネスコの世界遺産と勘違いしている方も多いため,県・市の広報やメディアを通してPRを行っている。

問:地域住民との具体的な連携について

答:昨年度「伊豆市わさびの郷構想」を策定し,生産者を第一としながらも,産地を保全しながら観光利用を推進していく。

問:「静岡水わさび農業遺産推進協議会」の活動状況について

答:事務局は静岡県で,アクションプランに沿って各種事業を実施している。

問:アクションプランの検証と進捗状況について

答:地元高校生と生物多様性の調査活動を行っている。今年度は商品認定制度に取り組み,ワサビそのものに認定証を添付している。

問:観光分野での具体的な取り組みについて

答:ワサビ田は,バラエティー番組や旅番組,ドラマ等メディアでも取り上げられているため,観光客や視察が多くなり,産地を保全し後世に受け継いでいけるよう「伊豆市わさび田見学・視察ルール」を作成している。

問:商品のブランド化への取り組みについて

答:海外で和食が話題となり,ワサビも注目されている。静岡のワサビは世界農業遺産認定前からブランドは確立していた。輸出は台湾を中心に行っているが,今後はシンガポールや北米への輸出について進める議論がされている。

問:海外へ輸出することになったきっかけは

答:ワサビは個選個販であり,個人名で市場に出荷される。和食がユネスコの無形文化遺産に登録され,ブームになったのが一番のきっかけとなった。

問:今後,この伝統的な栽培を守っていく方法は。

答:作業が大変で規模拡大ができず遊休地が出てきている。後継者不足が課題で地域おこし協力隊に依存したい。

問:どのような作業が大変なのか。

答:圃場が棚田で狭小のため機械化ができず,植え付けから収穫までほとんどが手作業で冷たい水の中での作業となる。

2. 熱海市

・熱海市概要

熱海市は、静岡県用最東部に位置し、神奈川県に接している。東京駅から新幹線で約 40 分という近さで、首都圏の方にとって身近な温泉地。東西 7.52 キロメートル、南北 13.90 キロメートル、総面積は 61.78 平方キロメートルで、令和元年 12 月末人口は 3 万 6,607 人の都市。

一時期観光客が大幅に減少し、多くの旅館が廃業するなど衰退していたが、ここ数年は観光客が増加傾向にあり、女性や若者にも人気の観光地として復活を遂げている。日本人観光客が多く、インバウンドは少ない。インバウンド誘客に対する市単独でのプロモーションは行っていない。

多くの地元出身者や移住者が熱海を盛り上げるべく、数々のプロモーション、新しいプロジェクト、ビジネスに取り組んでいる。

(1) 温泉観光推進事業について

日本有数の温泉地であり、宿泊客数が昭和 44 年の 531 万人をピークとして減少の一途をたどり、平成 23 年には 250 万人を割った。市は先んじて平成 18 年 12 月に財政危機宣言を発表し、給料の見直し、組織のスリム化、補助金のカット、上下水道の値上げ等で財政を持ち直し、観光経費も捻出された。また、平成 19 年 12 月には長期滞在型の世界の保養地を目指し、熱海市観光基本計画を策定。この計画の実現のために、①温泉中心主義、②もう一度行きたくなる街、③歩いて楽しい温泉保養地、④全員参加のまちおこしの 4 つを柱とし、市民、観光関連団体、行政による協働の取り組みが行われ、観光に視点を置いたまちづくりがスタートした。一例として、観光協会の取り組みとして、ウォーターパーク、おさかなフェスティバル、旅館組合の取り組みとして海上花火大会の通年開催(年 16 回)があり、集客につながっている。

熱海市商工会議所では「熱海ブランド」(A-Plus)事業を立ち上げ展開している。この事業は、熱海らしい魅力のある地元商品を厳選して認定し、販売促進や全国に情報発信を行っていくものである。審査はとて厳しく、事業者は商品を分析し改良を重ねることにより良質な商品開発につなげており、売り上げも伸びるなど大きな効果が表れている。

町なかの整備においては、地元出身の篤志家の支援があり、早咲きの梅が咲き誇る熱海梅園、日本で最も早咲きと言われ、1月下旬から2月上旬が見ごろである「あたま桜」が咲き誇る糸川遊歩道、南米原産の世界三大花木の一つであるジャガランダなど、花・木を中心とした整備が進められてる。これらは、温泉だけではない大きな集客を呼ぶ観光資源。糸川遊歩道周辺は飲食店などの店舗も多くあり、町なか周遊の中心部となっている。

平成 25 年 3 月にはシティープロモーション基本指針を策定し、観光ブランドプロモーションに着手。それまで民間に委託するときは単年度で行い、事業者が変わるとコ

コンセプトもその都度変わり、効果もなかなか出ていない現状だった。そこで3年一区切りと考え、公募型プロポーザル方式によりJT&Bと締結し事業がスタート。採用したコンセプトが「意外と熱海」で、地元の方が地元のよさを再発見することからスタートし、地元の視点から来訪者に「意外といい熱海」がお勧めできると来訪者の満足度が上がり、再来訪につながるということが基本的な考え方である。このプロモーションコンセプトの周知を目的に、首都圏において熱海温泉会議イベントを開催。ターゲットを20～30代の女性とし、プロモーションツールのポスター、ブランドブック、セールスシートに若い女性を登場させている。

このプロモーションを推進する体制についてしっかりと構築されており、それぞれの役割についても明確化している。ばらばらに動いていたものが、統一した目的のもとに連携し、きめ細かい計画と実施を重ね、平成15年以降300万人を切っていた宿泊者数は、平成27年に再び300万人を超えるに至った。今後のブランドプロモーションとして、夜の街の賑わいづくりを目指している。

(2) 事業者支援について

平成27年10月に熱海創業支援連絡会を発足し、A-biz、商工会議所、金融機関、宅地建物取引業協会、まちづくり会社、企業、各種専門家などにより支援体制を確立している。熱海市で新たなチャレンジを行う創業希望者に支援を行い、創業の実現を目指すもの。支援内容として、創業者の掘り起こし、相談窓口による個別相談、関係機関や専門家による事業計画等の相談、創業塾や創業プログラム、商工会議所や金融機関による資金調達等の相談、創業後にはA-biz熱海市応援チャレンジセンターによる創業のフォローである。市内中心部にコワーキングスペース「naedoco」をオープンし、創業支援拠点を創出している。新たな産業、新たな働き方、新たな暮らしをつくり出すことを目標に、リノベーションまちづくり(今あるものを生かし、新しい使い方をしてみちを変えること)と融合した創業支援を行っている。

熱海の地域資源を再発掘し、「熱海市リノベーションまちづくり構想」をまとめるべく設立された「ATAMI2030会議」(平成28年6月始動)との融合と共に、平成28年10月からは事業イメージをブラッシュアップし、創業につながる支援プログラム「99°C」(「自分たちの欲しい暮らし」に必要な「仕事」を実現させるプログラム)も実施している。

(3) A-biz(熱海市チャレンジ応援センター)について

この事業は、事業者の売り上げにつながるような支援をする取り組みで、市と商工会議所が連携し、平成24年10月から始動した。「売上増加に向けて一緒に考え、コストをかけずに知恵を出す。そして結果を出す。」ことにこだわった新たな個店支援事業。当初は、富士宮市産業支援センター(f-biz)からアドバイスを受け市の職員が業務を担っていましたが、平成29年11月からは日本でナンバーワンの温泉地づくりを加速させるため、全国に公募し1名の専属チーフアドバイザーを設置し再スタートをき

った。市役所の3階にブースを設けており、開設は月曜から金曜日、相談料は無料。チーフアドバイザー(月・金)デザインアドバイザー(週2)、ITアドバイザー(月1)、温泉アドバイザー(月1)を配置しそれぞれの面で支援を行っている。相談件数は1日に4~5件、年間1,000件を超え、数多くの成果を上げている。

(4)「ADさん、いらっしゃい！」事業について

この事業は、テレビ番組や映画などのロケを誘致し、よい場所や風景を撮影したものを使ってもらえれば、それを見た多くの方に熱海の魅力が伝わっていくという効果的なプロモーションがねらいで、市職員がメディアの制作部やAD(アシスタントディレクター)の支援をする事業である。平成24年4月から開始。施設の提供だけでなく、地元出演者との調整や弁当の手配など制作部やADが日ごろ苦勞している作業を無料で徹底的にサポートをしている。そのサポートが高いと評判になり、今では年間100件を超える実績となっている。担当職員は当初1名。とても多忙で、年間を通し時間外対応が多かった。あまりにもハードであるため、平成30年度からは2名体制としたが、地元の方や制作会社との積み重ねてきた信頼関係もあり、どうしても従来の担当職員に負担が集中している傾向が課題となっている。

・質疑応答

問:入れ墨やタトゥーのある方、水着着用の方の入場について

答:市の方針は示しておらず、旅館の判断に任せている。トラブルの情報はない。

問:混浴などの入場者への配慮について

答:混浴施設はない。

問:ピクトグラムの取り組みについて(多言語表示等)

答:景観条例や防災表示との兼ね合いがあり、市では積極的な取り組みはしていない。デジタルがいいのかの議論があるが、少しずつ客が増えれば対応は必要になってくる。町なかの看板も不足しており、この部分は弱いところでもある。

問:篤志家の寄付総額は

答:6億円くらい。すべて施設整備事業へ寄付採納。

問:通年開催(年16回)している花火大会への補助は

答:春5回、夏7回、秋2回、冬2回の通年開催。市からは30%弱の補助金を交付している。残りは各事業主体で負担。1回5,000発(約30分)を打ち上げ、約500万円を1社が請け負っている。

問:「ADさん、いらっしゃい！」事業が移住・定住支援につながっているか

答:以前、移住や起業希望者に担当者がニューライフ支援室を立ち上げて不動産や生活サポートを行ったが、補助金目当てで続かなかった。その後は相談に応じるのみとし、積極的なサポート体制は取っていない。

問:A-biz のチーフアドバイザーの役割と待遇について

答:役割は、事業者の商売や起業に関する相談を受け、オンリーワンの強みやセールスポイントを見つけ、一緒に考え改善・解決策の知恵を出す。何度でも繰り返し対応し、売り上げ増加につながる支援をする。

チーフアドバイザーは、事業の委託会社の出向社員。1年契約で報酬は年額1200万円。

問:インバウンド対策について

答:インバウンド受け入れ環境整備要綱に基づき、対象施設のトイレの洋式化、キャッシュレス化、Wi-Fi環境の整備、令和元年11月よりポケット多言語翻訳機導入に1/2の補助。特定の国に誘客プロモーションはしていない。外国人観光客は年間3万人程度。

3. 台東区

・台東区概要

台東区は、東京23区部の中心よりやや東側に位置し、南は千代田区と神田川を隔てて中央区に接し、西は文京区、北は荒川区、東は隅田川を境に墨田区に隣接している。総面積10.11平方キロメートル、令和元年12月末人口は20万2,431人の都市。上野・浅草を有する日本を代表する観光都市で、古くから歴史、伝統、文化などに育まれた多彩な町として、時代の変化に対応しながら発展してきた。多くの買い物客や観光客が訪れる観光都市であると同時に、多彩な伝統工芸産業が集積し、靴やかばんなどのファッション関連産業も発展。文化、産業、観光が結びついている。

(1) 起業家向け創業支援と運営状況について

1つ目は、台東デザイナーズビレッジを拠点とした創業支援。ファッション関連産業の分野で創業を目指し、自立しようとするデザイナーなどに対し、低額で使用できる事務所の提供や支援員による指導・育成などハードとソフトの両面から支援している。

2つ目は、浅草ものづくり工房を拠点とした創業支援。皮革関連産業をはじめとする物づくり分野を支援するため、職人・クリエイターなどの創業支援施設として低額な家賃で工房を提供するとともに、さまざまな支援事業を実施している。

3つ目は、開業支援資金のあっせん。台東区内で今後開業予定(または区内で開業後1年以内)の個人または法人を対象に資金をあっせんし、区の融資制度を利用可能な全ての金融機関において、金利及び信用保証料を全額区が補助をする。貸付利率1.8%以内(区の補助1.8%以内、本人負担0%)、原則として信用保証協会の信用保証が必要。あっせんの限度額は1,000万円以内(ただし、自己資金額3倍程度の範囲内)となっている。

4つ目は、したまちTAITO創業塾の実施。起業して間もない方や起業を考えている

方を対象に、創業に向けた実践力を強化するセミナーを実施し、創業者の経営力向上のほか、創業者同士の意見交換の場、ネットワークづくりの場としてサポートしている。

5つ目は、女性創業者・メンター交流会の実施。先輩女性経営者を囲み、情報交換、勉強会などを行い、基本的な知識を学ぶことができる。

(2)台東デザイナーズビレッジについて

デザイン分野の人材と機能の集積を図り、創造的なモノを生み出す拠点として設置された。旧小島小学校の校舎をリノベーションして設立し、16年が経過。ファッション関連分野のクリエイターが活躍の場を広げ、多くのブランドが輩出されている。

施設内は、低額で使用できる事務所、無料で利用できる制作室、参考書やファッション誌などが多彩にある図書室、展示などができるショールームなど創作・制作活動に必要な場所を提供している。

入居者への支援は、施設にインキュベーションマネージャー(村長)を配置しており、商品企画、自立に向けた経営やマーケティングの指導、ネットワークの構築などさまざまな支援を行っており、必要に応じて台東区商工相談員や税理士等を派遣し、相談も実施。そのほか、情報の提供や発信、地場産業との連携、地域との交流を支援している。

(3)台東区アンテナショップ運営について

台東区で運営しているアンテナショップ「ふるさと交流ショップ台東」は、台東区の姉妹友好都市を初めとする全国各地の自治体が、特産品販売、観光案内、移住促進PR等ができるスペースとなっており、千束通商店街に開設することで商店街への誘客を図るとともに、地元での交流を通じて各地方都市の特産品の販路拡大等につながることを目的としている。実施期間は平成29年度から令和4年度(予定)となっており、当初は3年の計画だったが延長した。事業経費は地方創生推進交付金を活用してきたが、令和元年度で終了となるため、令和2年度からは一般財源を活用する。

運営状況について、初年度は認知度が低く出店する自治体も少ない状況だったが、令和元年度の実績によると、出店自治体数は39(うち複数回出店の自治体は7)で、23都道府県、海外1国(オーストリア)となっており、出店可能週の全部が埋まるという状況となった。最初の出店者は本市であり、その後も毎年出店している。地場産野菜、農産加工品、米、地酒などを販売し、買い物客から大変好評を得ている。

ショップの販売実績と来場者数も年々増加しており、知名度の向上、近隣住民の方の交流ショップへの関心の高まり、千束通商店街振興組合との連携、商店街会員店舗の協力によるものと考えられる。

商店街への誘客促進の取り組み、出店した各自治体の効果の検証、令和5年度以降の活用方法について検討していくことが今後の課題となっている。

	<p>・質疑応答</p> <p>問: デザイナーズビレッジへの入居審査が厳しいが審査員は</p> <p>答: 一次審査は区役所職員2名とインキュベーションマネージャー 二次審査は中小企業診断士, 区役所職員, インキュベーションマネージャー</p> <p>問: 応募資格と男女の割合</p> <p>答: 最初の応募から5年以内であれば何度でも応募できる。女性が多い。</p> <p>問: 卒業者の区への貢献について</p> <p>答: モノづくり事業に参加(年3回)や, 産業フェアへなどのイベントに参加する。</p> <p>問: 「ふるさと交流ショップ台東」導入や実施の留意したこと, 苦労したこと</p> <p>答: 開設場所の選定に時間を要した。また, 商店街の事業理解に時間がかかった。 その他, 店舗整備や出展自治体の調整, 認知度を上げる対策など業務量が増加した。</p> <p>問: 近隣ショップへの影響は</p> <p>答: 近隣は個人商店が多く, 後継者不足であり, 大手の店舗もあるため苦戦している。近くのスーパーが閉店した。交流ショップは飲食が中心であるため, その他商店の販路拡大にはつながらない。イベント時の賑わいはあるが, 商店の活性化に結びつかない。ショップに対するクレームは出ていない。</p> <p>問: オーストリアからの出店理由は</p> <p>答: 姉妹都市のひとつで, 提携記念事業を開催。販売品目はワインなど。生鮮食料はない。新たな販売戦略につながった。</p>
<p>考 察</p> <p>【所感・課題 ・提言等】</p>	<p>伊豆市について, 大崎耕土の世界農業遺産が持つ資源とは多少異なるものの, それぞれアクションプランに基づき更に力を入れ取り組んでいくことは同じであり, 非常に参考になるものであった。今回を契機に, 交流・連携を図りながら発展させていく可能性を感じた。熱海市について, 一時期観光客・宿泊者数が大幅に減少したが, 回復を成し得た秘策について感動を持って学んだ。「日本でナンバーワンの温泉観光地」を目指した戦略は, ①官民一体となった統一感のある都市イメージの向上, ②マーケティングの手法を活用した戦略的な情報発信, ③市に有効なメディアリストの構築で, 情報発信力の強化にあった。きめ細かな施策と事業展開, そして目標に向かう本気度は, 県内有数の鳴子温泉郷を擁する本市において大いに学ぶべきところであると感じた。台東区について, 台東区ならではの廃校活用だと感じたが, 本市においても廃校や空き店舗の活用と, 本市の文化, 芸術, 伝統工芸を生かした大崎市ならではの物づくりの創出に大いに参考になる取り組みであった。</p> <p>これらの事例を参考とし, 次の世代を見据えた施策を探っていかなければならない。</p>
<p>記録委員</p>	<p>山口壽, 木村和彦, 山村康治, 木内知子</p>

以上