

桐生市議会 経済建設委員会 行政視察報告書

視察都市	鹿沼市（人口 98,258 人）
視察日時	令和 元年 10 月 8 日（火） 午前 10 時 30 分 ～ 午前 11 時 30 分
視察項目	・「まちの駅 新・鹿沼宿」によるまちなか活性化

◎視察概要

視察項目 ・「まちの駅 新・鹿沼宿」によるまちなか活性化

（1）説明要旨

まちの駅は、おもてなしの心でお客様を迎え、たくさんのまちの駅を回遊してもらうことが目的である。トイレを借りたい、一休みしたい、道を尋ねたい、そのようなことができれば、普通の商店・企業・事務所・民家、どんなところでもまちの駅になれる。設備投資の必要はなく、トイレに関しては近くに公衆トイレがあればそちらを登録できる。現鹿沼市副市長 福田義一さん肝いりの政策であり、鹿沼の「まちの駅」数は、現在日本一のその数 110 店舗である。

「道の駅」と「まちの駅」の相違点であるが、前者は 24 時間営業でドライバーにトイレや休憩の場を提供する事業なのに対して、後者は休憩機能（誰でもトイレが利用でき、無料で休憩できる）、案内機能（「まちの案内人」が地域の情報について教える）、交流機能（地域の人と来訪者の出会いと交流のサポート）、連携機能（まちの駅間でネットワーク化し、おもてなしの地域づくりを目指す）を備えたおもてなしの空間を提供する事業となっている。

目的である回遊の仕組みとしては、それぞれのまちの駅に他店のパンフや鹿沼市のガイドマップを設置したり、駅をつなぐツールとしてのスタンプラリーを企画したり試行錯誤している状態である。しかしスタンプラリーに関しては、それ自体が目的になってしまう事例を多く見受けられたため、今年度は休止している。

また団体による「まちの駅 新・鹿沼宿」施設利用回数としては平成 30 年度において、観光バス 152 台、視察受入 12 回、イベント 250 日間実施、展示 17 回、学校関係の使用 17 回、年間通して賑わうようイベントには特に力を入れている。有料広告費は 1,089,000 円となっている。集客状況は年間使用者 746,778 人であり、レジ通過者及び売上金額では 442,446 人、42,566,000 円である。市

の予算規模では、国・県の補助金を活用し、観光交流拠点施設管理事業費としての歳出は 22,831,704 円となり、施設の基本使用料金や商品売上手数料等で 10,570,683 円の歳入はあるが、実質金額で年額 12,255,021 円のマイナスとなっている。

・説明担当者

副市長 福田義一 様
観光物産協会主任 田村暁義 様
まちの駅 新・鹿沼宿駅長 峰崎茂房 様

(2) 主な質疑応答

①飯島委員

Q. 道の駅とまちの駅の違いは？

A. 道の駅は 24 時間営業で、トイレがあり休憩ができる場所である。

それに対し、まちの駅本館は 9 時から 19 時の営業で、駐車場は 6 時半から 20 時 30 分まで利用できる。

Q2. 観光の入込客数の変化や、まちの駅参加者の声は？

A. 鹿沼市内の 110 駅あり、すべて民間のお店である。まちの駅増加のための PR はするが、お願いや勧誘はしない。「利益を求めるなら今すぐにやめてくれて結構」という姿勢である。運営に関しては新駅研修を行っている。収入にならないことからやめる事業所もある。ボランティア精神ある参加者に若い方の発信力など力を借りることができ、民間を交えて素晴らしい協力関係ができている。

②辻委員

Q. 各駅年間 5000 円の登録料の使い道は？

A. 登録料は研修費用として静岡大会やオール栃木というネットワークの応援や、まちの駅のマップなどに利用。またネットワークの自主事業などに使っている。

③周藤委員

Q. 市内に点在したまちの駅、それらをつなぐ交通網は？

A. 多くが 7 路線あるリーバスを使用している。他市からも 100 円で来場できたり、病院帰りに買い物に寄るなど、週に 1、2 回は来られるほど気軽に利用できる。

④辻委員

Q. 商工会議所との繋がりとは？

A. つながりには特にはない。物産館を商工会議所の関係で探してもらおうとしたが、断られた。商工会議所との繋がりとしては商品券を無料で取り扱っているくらい。

⑤近藤副委員長

Q. 回遊やおもてなしが現状の目的とのお話であるが、交流人口増加などを視野に入れての事業なのか

A. 日光の代わりには来ない、帰り道に寄る訳でもない。トンネルができるなど日光への道は良くなって、市内は悪くなるという現状である。関係人口としては静岡県焼津市、東京都大田区、福島県会津若松市と姉妹提携を結んでおり、お互いに活性化を目指している。興味を持ってもらうことが最善と考えている。

(3) 参考となる点及び課題

- ・「まち」がおもてなしの心、ボランティアの精神でこの事業を推進しているところが素晴らしいと思う。民間の力を上手に活かし結束しており、街に対しての思い入れを強固にすることに貢献する事業であり、市民力の向上にもつながるのではないかと考える。桐生も自治がしっかり活動している地域は、自分たちで街を運営している自覚が強くあり活動的であることから、参考にすべき点があると思う。
- ・7路線のリーバスは、市内回遊のネットワークの拠点であり買い物客の足として利便性が高く、乗降場は交通弱者の団欒の場にもなっている。
- ・日光市に隣接しているのにもかかわらず、観光者が帰り道に鹿沼市によることはないという。また、彫刻屋台が街の自慢ではあると思うが、若者に対しての観光資源とはなり得ていない現状もお話しいただけ、鹿沼市の課題は桐生にも直接的につながる課題であるという印象を受けた。
- ・物産館運営陣としての目下の悩みは、地産地消を推進する審議会の強さにより観光客受けを狙える外部商品が取り扱いにくいことにあるようだ。バラエティに富んだ幅広いラインナップにするか、ニッチに絞り込んだ地場産品など厳選商品で勝負するか、は商売を行う上で重要なテーマであると思う。

◎視察成果による当局への提言または要望等

- ・ 桐生市では市として提案するのは難しい
- ・ 事業予算の確保や施設の運営、駅の募集や展開等で課題が多い
- ・ 市営バスの路線や運賃、利用者数について参考になるのではないか
- ・ 鹿沼市は日光に近すぎて寄り道の候補地に挙がらないのか、ただ日光の観光客の興味・趣味嗜好に合わないのか、そもそも帰り道に他の地域に寄り道するという発想がないのか、日光からの帰り道に黒保根をぜひ通過して欲しい桐生市にとって研究対象ではないか
- ・ 桐生市としては従前の道の駅等の充実を図ることが市の活性化に結び付くと考えられる
- ・ 視察地「まちな駅 新・鹿沼宿」はまちな駅ネットワークのキーステーションとしての役割を果たしており、民間活用施策の例として桐生の観光戦略に活かしたい

桐生市議会 経済建設委員会 行政視察報告書

視察都市	二戸市（人口 27,856 人）
視察日時	令和 元年 10 月 9 日（水） 午後 1 時 30 分 ～ 午後 2 時 30 分
視察項目	・にのへブランド発信事業について

◎視察概要

視察項目 ・にのへブランド発信事業について

（1）説明要旨

ちいさな町の大きな挑戦。政策推進課公民連携推進課が所管する、地酒「南部美人」、「浄法寺漆器」を柱に据え、平成 25 年度から 3 カ年事業として開始された、市長トップセールスによる海外発信事業である。にのへブランド発信事業の狙いは他の自治体との差別化、それによりブランドイメージの向上と販路拡大、ひいては地場産業の振興を図ることだ。仕掛人は二戸の地酒「南部美人」の社長の久慈浩介さんと、小保内敏幸前二戸市長である。直接外務省に申し入れたところ、「地方と一緒にやっぺいこう」というジャパブランド戦略と条件が一致したことにより、当時の岸田外務大臣に在ニューヨーク領事館・大使館公邸の使用許可をいただいたところから外務省との連携に至った。

ニューヨークで、二戸市レセプションを開催し、「南部美人」「浄法寺塗」が高い評価を得て以降、ニューヨークとの交流が始まった。地酒「南部美人」は過去にモンドセレクションゴールドメダルを受賞、海外からの評価も高く、23カ国に輸出されている。また二戸市浄法寺町は、「浄法寺漆器」の産地であり国内漆生産の7割のシェアを誇り、さらに漆の採取から漆器の製造までを一貫して行っている漆器産業の代表地域でもある。

セカンドステージが平成 28-29 年度に訪れた。規模でなく、文化や歴史背景に興味を持つニューヨーク市民の特性を知り、体験型のレクチャーを行うようになる。そのことにより購入意欲の増大につながった。

さらにこの期間に展開した事業にメトロポリタン美術館の学芸員が来場したことをきっかけに交流が始まる。以後、人的なネットワークが築かれ、ミシランレストランでのモニタリング事業の展開、オーダー漆器や浄法寺塗ニューヨークモデルの生産・販売など販路開拓が図られた。また学生への出前講座、

一般市民向け報告会、シティプロモーションなどの取り組みも実施している。

現在では「にのへ型テロワール」として産業体験型観光を展開している。観光客が、体験し高い満足感を得、理解し、腑に落ちる仕組みを作っていくこと。市民や事業者がストーリーを話せるようになること。観光情報のデザイン、また仕掛け。海外へ出向いての発信から、二戸に観光客を受け入れて発信できるように召喚していくこと。などが今後の課題である。

事業費の概要として、平成 25、27 年度は県から地域経営推進費を、平成 26 年度は全商連から共同海外現地進出支援事業補助金を、平成 28、29 年度は中企庁補助金（JAPAN ブランド育成支援事業）をいただいている。

・説明担当者

議会事務局 事務局長 米澤幸彦 様

総合政策部 公民連携推進課 課長 立花幸博 様

総合政策部 公民連携推進課 副主幹兼公民連携推進係長 五日町寿丸 様

市議会議長 小笠原清晃 様

（2）主な質疑応答

①辻委員

Q. 国内漆 7 割の漆の生産量というところ卸しもしているのか？

A. 8.9 割が文化財の修復にほぼ使用されるが、漆器産地にも卸している。お椀に使う漆の量は 20-30 グラムと少量ではある。需要量増加のため、木を 15 年育て伐採するという資源確保に追われている。また、遊休農地なども利用してどんどん民間事業者が畑を整備してもらい、県や市が植樹や苗木の補助など支援して増産体制を整備している。

Q2. 後継者の問題は？

A. 漆掻きは現在 35 名いて 後継者を地域おこし協力隊制度利用で確保平成 28 年度 2 人 29 年度 2 人、30 年度 31 年度はそれぞれ 3 名受け入れたため、漆掻きに興味を持つ方が増え、後継者候補は順調に増加している。

（3）参考となる点及び課題

- ・国や大使館に出向いていく意気込み、やる気が凄い！の一言である
- ・人口 3 万人以下の二戸市が約 830 万人の人口を有するニューヨークで地域特産品を発信するという挑戦。ニューヨークでの評価を持ち帰り、国内国外に向けた二戸のブランディングに役立てようという。「ニューヨークでの評価」を目的にしないところに自信とチャレンジ精神を感じる。数年間のニューヨ

一クでの事業展開により、徐々に来客の心を掴み、興味を持たせ、購買に導くことができた点も評価できると思う。

- ・ 事業に参加し二戸市の価値を知った人たちが、多様な事業者を巻き込み、高い志を持ち地元での連携を始めたということもこの事業による副産物であると思う。歴史・伝統・文化・生産方法、等のストーリーを市民、事業者が語るという点も積極的に桐生に取り入れたい。
- ・ 経営的観点から言えば、予算をかけてニューヨークにまで渡航するのだから、初めから相応の収益を見込めるよう事業計画を立てる必要があるのではないかと考える。
- ・ 観光客の受け入れ準備等にかかる予算、「にのへブランド発祥の地、二戸市」に行きたいと思わせる広報の仕方などが今後の課題ではないか

◎視察成果による当局への提言または要望等

- ・ 桐生市にも大望を抱きこのような事業企画を考えて頂きたい
- ・ 桐生市もブランド品を認定し内外に発信すべき
- ・ 商工会議所や民間企業との連携を強化する事と、ジェトロ（日本貿易振興機構）のネットワークを活用した海外販路開拓事業の研究を薦める

桐生市議会 経済建設委員会 行政視察報告書

視察都市	石巻市（人口 146,608 人）
視察日時	令和 元年 10 月 10 日（木） 午前 10 時 30 分 ～ 午前 11 時 30 分
視察項目	・ 6 次産業化推進事業の取組

◎視察概要

視察項目 ・ 6 次産業化推進事業の取組

（1）説明要旨

6 次産業化推進事業は、1 次産業事業者の経営多角化や所得向上、地場産業の振興を推進することを目的とした事業である。6 次産業は、農林水産業（1 次産業）が、加工（2 次産業）や流通・販売（3 次産業）と連携・融合する取組みで、1 次産業×2 次産業×3 次産業＝「6 次産業」と表現されている。石巻市では、平成 26 年度 8 月に石巻市 6 次産業化・地産地消推進センターを設置するとともに、6 次産業化をサポートする「産業復興支援員推進事業」を同時に進めている。これにより 2 次産業者（加工）、3 次産業者（販売）とのネットワークが生まれた。

石巻市では、新商品開発、新ブランドの確立等の事業に対して、予算の範囲において石巻市 6 次産業化・地産地消推進助成金を交付し、地場産業の充実に繋げている。予算は、年間約 10,000 千円を超える予算規模で毎年計上（平成 27 年度は約 17,000 千円、平成 30 年度は約 1,000 千円、令和元年度は約 7,000 千円）しており、平成 26 年度から令和元年度までの助成金交付実績の合計は 40,054,983 円の支出となっている。

また、人材育成事業として、さかなくんを講師とした石巻の海についての講演を全 6 回行い、商品開発セミナーやワークショップ、最近のノロウイルスについて学ぶ講義・ディスカッション等を行なっている。

事業計画は、平成 26 年度から 28 年度の当初予定期間と、平成 29 年度から令和 2 年度以降の延長期間の計画となり、現在も遂行している。この間に事業化への支援、人材育成支援、新商品開発支援、販路開拓支援、施設整備支援等の相談が寄せられた。

・説明担当者

議会事務局次長 松崎泰政 様
産業部商工課主査 鈴木孝幸 様
産業部商工課課長 遠藤一成 様
産業部商工課課長補佐 石塚麻衣 様
産業部商工課課長補佐 佐藤宏幸 様
産業復興支援員 桜井一美 様

(2) 主な質疑応答

①飯島委員

Q. 特出例した例はあるのか？

A. ベースの底上げが前提のため個人の事業者さんをターゲットにしているため、華々しく派手な事例はない。しかし石巻市内の大企業がお中元やお歳暮に使用するなど、まとまった数が動くこともあり、家計には助かるであろう200～300万円ほどの収入になった例もある。また6次産業化した製品の購入後、元々の製品の販売につながるとこともある。類似品が多い加工品は売れにくく、独自のアイデアが求められている。

②佐藤（光）委員

Q. 生産、加工、販売ということは、とても大変な作業であると思う。第6次産業の販売までどう導くのか？

A. 加工場を持ち、直売所で売る、という身近な目標から事例を出しながらモチベーションの向上を図っている。JAさんの協力もいただいている。

③ 工藤委員長

Q. 商品開発支援や販路開拓支援とあるが、交付実績の詳細、また成果と効果について。

A. 新商品開発として塩蔵ワカメの半端な部分を使用して製品化している。ワカメをパウダー状にしてうどんに練り込むワカメうどんの生産をしていたが、パウダーにすると量がたくさん必要になる。ペースト状にして水分を含んだまま練り込むなど改良を加えている。

アンテナショップや見本市に出展することなども含めて販路開拓の支援としている。販路を探している状況である。

また大川小学校のある地区は海と川の交わる汽水域であり、牡蠣の成長が早く、多く獲れる。地元では買うものではなく、もらうものという認識であり、牡蠣のオイル漬けにした加工品があるが、原価割れしてしまい、売れば

売れるほど赤字になる。この事例に関しては、商品の見直しを図り、価格の適正化を提案した。

今年度現時点での実績としては、商品開発 11 商品、販路 10 箇所の相談。年間だと倍ほどある。施設整備支援に関しては JA との連携により、加工場として設備を利用できる。そのため現状では減っている。今後量産化するなどがあれば、相談件数は増えると予測している。アンケートの結果によると利用者は基本的に満足している。

④佐藤（幸）委員

Q. 依頼先について？

A. 平成 26 年当初は 6 次産業化の推進に精通した株式会社東北農都共生総合研究所に事務局を設置し、センターの運営や支援員の登用などすべて委託していた。平成 29 年度からはセンターの運営に関しては、体制の強化と 6 次産業化ノウハウ移管のため、石巻市も出資する石巻産業創造株式会社に委託している。

Q2. 分庁制をとられているが、それぞれの地区の特性について？

A. 1 市と 6 町が合併したこともあり支所制度をとっている。河北・河南・桃生は米や野菜などの農業、北上・雄勝・女川・牡鹿地区は水産業が、それぞれ盛んである。

Q3. 6 次産業は観光資源となり得るか？

A. 現状では考えていない。

⑤近藤副委員長

Q. 広報、周知の方法は？

A. 石巻市のホームページや SNS を利用しての広報活動。またセンター長に地元のベテランを配置するなど、口コミ的な周知しやすい環境作りをしている。興味や関心を喚起させるためのセミナーも実施している。

⑥辻委員

Q. 加工事業者は市内限定？

A. 基本市内だが、条件によって市外でも認めている。

(3) 参考となる点及び課題

- ・「あるものを使い、あるものを活かす」ことによる雇用対策を推進する事業になり得る。
- ・震災復興基金及び地方創生交付金が財源になっていたと考えられ、令和2年度までは予算が確保されているが、令和3年度からは一般財源からの捻出が課題である。
- ・消費者が6次産業化された商品の購入し、原料の美味しさを知ったことから、農作物や海産物の購入につながるケースもあるなど、それぞれの産物の周知の意味では可能性を感じた。また、新製品開発、販路開拓、施設整備が助成され、地域資源が活用されることは参考にすべきである。

◎視察成果による当局への提言または要望等

- ・災害から8年。災害に強く安心安全でコンパクトなまちづくりのための土地利用に向けて、石巻市震災復興基本計画のもと、津波対策は二重防御とし、河川堤防は高盛土道路、防災緑地、防潮堤で津波を減勢し、住居は高台に集団移転している。移転に伴う跡地利用は、豪雨と満潮が重なっても冠水しない安全な地域として環境整備を整えている。災害に対する努力と心構えは特に参考にすべきである。