

総務産建常任委員会所管事務調査報告書

本委員会の所管事務調査として、閉会中の継続調査に付託された事件について、調査の経過及び結果を会議規則第 77 条の規定により報告する。

平成 26 年 12 月 2 日

上富良野町議会議長 西村昭教様

総務産建常任委員長 岡本康裕

記

調査事件名 先進市町村行政調査の件

1 調査の経過

本委員会は、平成 26 年第 1 回定例会において、本委員会の閉会中の継続調査に付託された先進市町村行政調査について、平成 26 年 6 月から 4 回の委員会を開催し、「6 次産業化について」及び「商工振興について」のテーマから「特産品等開発と販路について」「商店街空き店舗対策等について」「ご当地キャラクターの活用について」を調査課題とし、現状把握とともに先進市町村の選定調査などを行い、平成 26 年 10 月 14 日から 17 日までの間、栃木県茂木町、茨城県茨城町、千葉県横芝光町を視察し調査を行った。

2 調査地の概要

(1) 栃木県茂木町

茂木町は栃木県の南東部に位置し、茨城県と隣接する山間部の町であり、基幹産業は農業と林業。町内に国際レース開催可能な「ツインリンクもてぎ」があり、年間 240 万人の観光客が訪れる。道の駅もてぎでは特産品のゆずを使用した商品販売に特化し、販売額を伸ばしている。

人口 14,364 人、面積 172.7 km²。

(2) 茨城県茨城町

茨城町は県庁所在地の水戸市の南に位置し、農業と涸沼の内水面漁業を基幹産業とした町であり、地元の農産物を使用した特産品開発に力を入れている。

人口 34,004 人、面積 121.6 km²。

(3) 千葉県横芝光町

横芝光町は千葉県の北東部に位置し、九十九里浜に面した農業が基幹産業の町である。畜産業も盛んで養豚農家が多く、町営の東陽食肉センターを有し県内 2 位の処理実績である。特産品の梅の栽培が盛んで、町内の生産組合が国の 6 次産業化の認定を受けている。

人口 25,160 人、面積 66.9 km²。

3 特産品開発と販路等について

(1) 栃木県茂木町

農業・林業・商業・観光の振興を図るため、「道の駅もてぎ」や「いい里さかがわ館」などを拠点として、農産物直売、農産加工の手づくりの商品販売が盛んで、年間7億4200万円を売り上げ、今後10億円を目標としている。従業員は17名、パート15名、アルバイト41名の計73名の雇用を生み出している。道の駅の来客数は年間100万人。

道の駅は平成5年、自治省の若者定住促進等緊急プロジェクトの指定を受け「もてぎ」の情報発信基地、地産品のPR、販路の拡大、新商品の開発、茂木町の産業振興の場として位置付けている。平成8年、栃木県第1号の「道の駅」登録も受けている。運営管理は平成11年より(株)茂木プラザに委託し、役場の地域振興係が常駐し施設全体を管理運営している。一方で、敷地内には防災館も設置され、会員制度も発足、500円の入会金で現在会員は3,074人。農産物の販売場や、加工所、農村レストランなど、農・商・工の強い連携により6次産業化を推進し、町長の強いリーダーシップと職員も土・日曜と時間に関係なく携わり、雇用の促進や町の活性化がなされていた。

(2) 茨城県茨城町

茨城町の人口は現在、33,973人で26年後の人口推定では27,000人になると予想されていることの危機感から、町の今後の課題は、いかにして多くの人に茨城町に定住してもらえる町にするかであると話していた。そのための政策として町では、定住化促進条例の策定、子育て支援の強化、雇用の確保などの取り組みをしていた。さらに、農業者へのアンケート調査が実施され、農業従事者の64%が60歳以上で、5年～10年間の間に34%が離農を考え、貸し手になりたいと云う結果報告された。

町の面積半分が農地であることから、1次産業を復活・再生をさせなければならぬと、力強い農業づくりをめざし、農地の基盤整備を進めていた。さらに、こだわり農産物づくりを促進し、名産品の開発の推進を図るとともに6次産業化やブランド化に向けた取り組みが進められていた。また、集落営農組織や認定農業者の育成強化を図りながら、これらの取り組みをより充実させるために、体験型観光農業や有機農業の推進も図っていた。その柱となっていたのが「茨城町21世紀チャレンジ農業会議」が平成21年1月20日に設立され、農業の活性化を図るために、議会・農業者・商業者・行政関係者を始めとした21人で協議会が組織され、農業活性化の提言が行われていた。

東京から100km圏内という交通網を活かしながら、茨城空港を活用し、県と協力しながらベトナムなどの海外へ農産物の売込みなど販路の拡大を図っていた。

茨城町では、食・農を軸とした地場産業の活性化と企業誘致の推進との連携に取り組むことにより、元気な町づくりを進めていた。

6次産業の取り組みとして、地元の事業者が中心となり、地元の青大豆を活用し味噌の加工と販売をし、平成19年度には農林水産大臣賞を獲得していた。また、豆腐、パンの製造販売を行うとともに、加工体験も行っていた。

(3) 千葉県横芝光町

横芝光町では、坂田城跡梅林組合が主体となって、千葉県最大の梅の木1500本から採れる梅の実を加工し、特色ある取り組みをしていた。

梅を青梅のまま東京等の消費地に販売すると単価としては単価が低く、安価な価格での販売となるが、組合が加工の基準を決め、塩分10%の均一な梅干し・梅ジャム・ジュース・カリカリ梅等の加工品を製造し商品は大消費地に供給している。

組合員は14戸の梅農家である。組合に属する農家の女性の雇用の場の確保をも兼ねている。

属するほとんどの組合員が兼業農家であり、稲作が中心である。

また、梅をキーワードとして2～3月には梅まつりを開催、6月にはもぎ取り体験・加工教室、11月には剪定体験等、特産品としてだけではなく、参加型のイベントにも発展していて、地域の活力のもなっている。

将来展望としては、グリーンツーリズムによる、梅の農業体験ツアー等の企画を考えている。また、加工品の更なる開発も検討している。

問題点としては、組合員の高齢化に伴う、後継者問題がある。

また、梅の木の管理が難しい点があげられる。手入れを怠ると、良質の梅の実が取れなくなる可能性があり、特に枝の剪定には注意が必要である。

また、販売方法の一つとして地元商工会と連携して販売をしているのが特色であった。

地元の横芝光町商工会においては、「ひかり直売所企業組合」を平成12年2月に設立し、特殊酒類・一般酒類等、必要に応じて免許を取得し、地場産品を中心に販売している。

商品は原則として受託販売方式で足りない商品を仕入れている。組合員・賛助組合員は毎朝、商品を直売所に納品する。足りない商品は惨事所会員を増やすことにより解決している。この直売所の効果としては、ビジネスチャンスの創出・町のPR・イメージアップ、消費の流入・雇用の創出・新規事業の意欲増大があげられる。

(4) まとめ

6次産業化の取り組みについては、行政が主体となって加工販売に携わっている例、新しい特産品の開発に携わっている例、事業者が主体となり、行政の関与が少ない例と3者3様の取り組みが見られた。行政が中心となり進められていた背景には、農家個人が行うには、施設整備などの資金の確保・販路の確保・品質の確保・衛生面の確保など多くのリスクを伴うことが予想されることから、当面は、民間の事業者の力を借り、特産品の開発、加工と販売を手掛けることができる事業者に委託し、町が主導して6次産業化の取り組みが実施されている。

今後町が、6次産業化の取り組みをするうえで重要だと考えるのは、すでに実施している農業者や新規に参入したいと考えている農業者等による商品開発や加工設備、直売所の設置等の取り組みが促進されるよう、人材育成のための講座の開設、融資や補助金等の支援体制を整備する等、行政の持続的な支援体制が欠かせないと考える。

また、単体の事業にとどまらず、その町全体の方向性を考え、6次産業・雇用・移住定住等、複合的な施策を通じて大きな視点での取り組みが必要である。

4 商店街空き店舗対策等について

(1) 茂木町アンテナショップ「まんなカフェ」について

市街地活性化委員会を商工会青年部OB、経営者の有志を中心に13名で組織し、アンテナショップ「まんなカフェ」を立ち上げ、特産品の「えごまパスタ」や「ゆずしおあんかけ」などが売られていた。

(2) 空き家再生推進事業

空き店舗の調査を商工会が行い、「売ってくれるのか」「貸してくれるのか」「後継者がいるのか」の3項目についてこれまで2回の調査を実施している。この調査に基づき、空き家を解体し、更地にしたのちその土地を10年間町に無償で貸し、町はその土地の有効活用を図る。地権者に対しては、その土地の固定資産税を免除している。事業費は、国の補助により国・町50%ずつの負担である。

(3) 茂木町空き店舗活用事業

(2)の調査に基づき、空き店舗への新規開業に補助を行っており、現在まで3店舗が開店している。改装費用補助は50%、上限150万円、家賃補助は月額5万円(2年間)。

(4) 中心市街地拠点整備事業

中心市街地の民家や商店、空き地などを購入し、2年間で、図書館・歴史資料館等を作る計画もなされている。

(5) まとめ

首長の強いリーダーシップのもと、実態調査に基づき、国・県の補助等を有効活用し、併せて中心市街地拠点整備も含めて面で整備していたのが特徴的であった。また、今後の人口減少も念頭に置きながら、魅力あるまちを目指し、移住・定住がより一層図られ、また雇用の創出ができるよう、整備をしている印象が強く感じ取れた。今後、行政がどのような町づくりをしていくのかを、関係各機関との調整をし、また町民の参画・協働を通じて検討していく必要を感じた。

5 ご当地キャラクターの活用等について

(1) ゆずも(茂木町)

平成25年7月から、ご当地キャラクターを公募し、全国各地から571点の応募があり、平成26年1月15日の選考委員会で「ゆずも」に決定し、女性まちづくり委員会を中心に、7月に「道の駅もてぎ」でデビューした。運営管理は女性まちづくり委員会、作成費は70万円。町内、産業の広告塔として活用されている。わが町のキャラクター「らべとん」よりまだ日が浅く、これから大いに活用されていくものと思われる。

(2) ひぬ丸くん(茨城町)

平成22年9月1日から、キャラクターデザインを全国一般公募し、225点の応募の中から選考委員会により第1次、第2次、最終選考のうえ10月27日に現在の

デザインに決定した。平成22年12月1日からは名称を町内公募し、88点の応募の中から選考実行員会により、第1次選考、最終選考で名称を「よこぴー」に決定した。その後着ぐるみを作成し、平成24年3月25日元氣市でお披露目された。

緊急雇用事業で、2名の女性を着ぐるみの運用専任で雇用し、各種イベントへの参加、平成26年1月からフェイスブック、ブログ、平成26年4月からはツイッターを開始し、農産物、農業者の活動、町の情報を発信、町の魅力をPRしている。

(3) よこぴー (横芝光町)

横芝光町では平成25年9月に「よこぴー」が誕生した。

目的は、町の特徴をわかりやすく示した、町の更なる発展を象徴するのにふさわしいキャラクターを作製し、各種事業の啓発やPR活動に活用することにより、町のイメージアップと認知度の向上、商工業・観光産業の活性化を図ることを目的とした。

キャラクター単体では行動できず、付添い人が必要であるが、付添い人は「よこぴー」と同じ帽子をかぶってPRに一役買っていた。また、背中部分には町章が入っているのも目を引く。

数々の「よこぴー」グッズがあり、中でも、特徴的だったのは、町内の衣類販売業者と連携して、Tシャツや、ポロシャツなどを販売していることだった。

PRグッズは年間23万6千円を予算とし、観光協会に繰り出している。

平成26年度ゆるきゃらグランプリは、約1,600体中900位。

(4) まとめ

研修先のキャラクターに共通するのは、キャラクター自身に人格を持たせ、積極的に行動し日常の出来事を、町内はもとより、全国に広く情報発信することで、キャラクター視線からみた町の魅力をPRしていた。

また、中に入る人間も緊急雇用創出事業等で雇用した女性を登用し、かわいい動きを演出し、より愛される工夫をしていた。また、付添いの人間の衣装や帽子などの小道具にも工夫を凝らし、セットでPRしていたのが特徴的であった。

関連グッズに関しても、多種多様なものを取りそろえていた。特筆すべきはその町の衣料業者と提携してキャラクターの入ったTシャツやポロシャツを販売していた。官民挙げた取り組みによって、地元を盛り上げる工夫がなされていた。

上富良野町の町と観光・農産物のPRのためにも、今後とも「らべとん」の積極的な活用が求められる。