

# 令和4年度 経済環境委員会行政視察報告書

経済環境委員会  
委員長 泉 英之

1 視察期間 令和4年7月19日（火）から7月21日（木）まで

2 視察先及び視察事項

(1) 7月19日（火）猪苗代町議会

「鳥獣被害対策におけるICTの活用について」

(2) 7月20日（水）米沢市議会

「米沢ブランド戦略について」

(3) 7月20日（水）山形市議会

「家庭ごみ有料化の導入について」

(4) 7月21日（木）宇都宮市議会

「企業誘致政策について」

「観光振興策について」

3 視察参加委員

委員長 泉 英之

副委員長 澤田 和秀

委員 舎川 智也

〃 高田 真里

〃 大島 満

〃 橋本 雅雄

〃 横野 昭

〃 佐藤 則寿

4 随行職員

議事調査課長 坂口 輝之

議事調査課主任 江部 なな恵

## 5 視察概要

7月19日(火) 猪苗代町

人口1.3万人／世帯数5千世帯／面積394.85km<sup>2</sup>

(R4.3月末時点)

### (1) 視察事項

- ・鳥獣被害対策におけるICTの活用について

### (2) 視察の目的

本市ではニホンザルやイノシシなどの有害鳥獣による被害が問題となっている。電気柵等の普及により農業被害は減少傾向にあるものの、市街地や民家周辺への出没に伴う生活環境被害は拡大傾向にある。また、狩猟者や鳥獣被害対策実施隊員の減少及び高齢化に伴う担い手不足が課題となっている。

猪苗代町では、野生動物の生態や被害対策に関する知識を持った専門職員を担当課に配置するとともに、罾の作動を無線で知らせる遠隔監視装置等を導入することで、有害鳥獣の捕獲や生態調査を効率的に行っている。この取組の導入に至った経緯や効果等を視察し、本市における今後の鳥獣被害対策の参考とするもの。

### (3) 取組の概要

猪苗代町では、ニホンザルや熊などによる被害に対し、従来は花火での追い払いや出没時の捕獲などで対応していたが、専門知識のない職員のみでは限界があり、個体数の減少にはつながらなかった。そこで、まずは被害を起こす相手を知ることが大切との考えから、平成22年度より専門職員を採用した。現在は鳥獣対策専門チームとして4名の専門職員がICT等を活用し地域密着の活動を行っている。

具体的な取組として、ニホンザルにビーコンタイプの発信器を装着し、雌雄・年齢構成まで詳細に調査することで、群れの状況を把握している。また、発信器から得た出没情報をメールマガジンで住民に配信するとともに、集落に受信器を貸し出すことで、専門職員が巡回できない時間帯にも集落が独自で群れを監視できる体制を取っている。

さらに平成30年から「オリワナシステム」という捕獲通知システムを導入しており、見回りの省力化や見回りがしづらい場所へのおりの設置等により、ニホンザルの捕獲頭数が増加している。

### (4) 所感

[泉委員長]

鳥獣被害対策のうち、特筆すべきは、猪苗代町に生息するニホンザルの個体数13群、概ね750頭のほぼ全数に関して、年齢・性別まで把握していることである。2～3年ごとに異動してしまう役場職員や地域区長の下では改善されなかったことから、10年程前に、動物の生態を熟知し、麻醉銃などを自身で扱える鳥獣対策の専門員を農林課の柱に据え、モニタリングから着手し、出没集落の環境管理→被害防除対策→捕獲の重要

な流れを確認できた。本市においても、10年前の猪苗代町の状況にあることから、まずは鳥獣保護管理専門職員採用の提案が重要と感じた。

〔澤田副委員長〕

今回はニホンザルの被害に対する取組をお聞きした。

猪苗代町は、農林課の中に鳥獣対策専門チームを設置し、専門職員4名を配置している。専門チームが発信器等を使い調査し、正確な生息数、地域を割り出した。この結果、当初の推定より倍の数のニホンザルが生息することを知り、移動する地域も特定した。これらも専門職員を配置し、まずは害獣について専門知識を持ち調査することで、正確な調査ができた。また、「オリーナワシステム」というICTを使ったシステムを導入し、成果を上げた。鳥獣被害対策において、専門員の配置は必要不可欠であることを学んだ。

〔舎川委員〕

農林水産省や環境省の鳥獣被害対策に係る技術登録などの資格を有した専門職員や地域おこし協力隊で組織する専門チーム4名で、徹底した鳥獣被害対策を実施している。対策の第1に集落内の「環境管理」、第2に追い払いや柵の設置による「被害防除対策」、第3に「捕獲」とする総合対策を実施。ビーコン発信器を中心に、まずは相手を知ることが理念としてデータ管理を実施している。その地域に合った機器の導入と、住民との距離を日頃から縮め様々な情報・課題を共有できる人材の確保、加えて専門職員を配置するための県との連携が重要と感じた。他方、町独自で捕獲頭数を規定している点が特徴づけられる。

〔高田委員〕

ICT活用と専門職員の配置がすばらしいと感じた。鳥獣被害対策の順序として、①環境管理→②被害防除対策→③捕獲と定めているが、まずは被害を起こす相手を知ることが必要（モニタリング調査）との見地から、猪苗代町では独自に専門職員を4名配置し、うち3名は日々現地での活動を行っている。手法にばかり目が行きがちであるが、ICT捕獲システム導入の前に、それを有効活用できる素地（専門職員の配置等による実情の把握）が必要と感じた。また、農作物被害のみならず、集落の生活課題として、みんなの命・子どもたちの未来を守ろうと非農家を巻き込んだ住民同士の強い協力が功を奏しているものと感じた。

〔大島委員〕

宝の山よと唄われた会津磐梯山を約50年ぶりに訪れ、その山腹に広がるスキー場に、半世紀でここまでリゾート開発が進んだことに驚いたと同時に畏怖の念が薄らいだ。

生息地を奪われた野生動物が、温暖化とともに人里との境界を越えてくるのも無理からぬことと納得もした。

山腹に電気柵を200キロメートルも張り巡らせ、普通は県が決定する駆除数を各市町村の責任で決め、ニホンザル300頭、イノシシ130頭等、多くの命を奪うのだが、町としては生息範囲や繁殖数を正確に把握した上で、町民や子どもの命を守るため集落

の問題として捉えて対策をしている。そのためのベテランの専門職員と生息の把握システムは大いに参考になった。

〔橋本委員〕

猪苗代町における鳥獣被害対策の基本的な考え方では、最初に集落内の環境管理がくる。次に追い払いや柵の設置等の被害防除対策があり、最後が有害鳥獣の捕獲になる。私は今回の視察で、効率よく捕獲するためにどのようにICTを活用しているのかを学ぼうと考えていた。もちろん説明の大半は、防除や捕獲に対するICTの活用についてであったものの、冒頭にあった基本的な考え方が頭から離れない。

最低限の駆除はしなければならないと考えているが、その数は少ないにこしたことはない。人と動物が共存するための環境づくりが必要であろう。

〔横野委員〕

平成22年度以降、鳥獣関連の専門学校を卒業した者や鳥獣管理士等の資格のある者を職員として採用し、鳥獣対策に専念している。

その職員は、地域との相談窓口として地域の実情を把握し、ニホンザルの行動範囲などを調査するために動物行動調査用テレメトリー調査を採用し、実態調査を行い、会津北部地域5市町村による広域的な取組を行っている。また、地域住民との対策会議を頻繁に行い、地域としてできる対策にも取り組んでいる。

富山市における対策として、専門職員を採用し、地域に根差した取組、広域的な対策で県との協力体制が必要だと思う。

〔佐藤委員〕

近年、本市における鳥獣被害への対応策が急務となっている。そうした中で、特にニホンザルの捕獲について同町の先進的な取組について学んだ。

平成22年度から専門職員の採用を行い、現在4人の専門職員が電気柵の設置から鳥獣捕獲に至るまで、地元住民との綿密な連携を図る中で、着実に信頼関係を構築しながら、年間300頭に及ぶ駆除が行われている。

本市においても、担当職員が被害実態の掌握など地元住民との対話を重ね、さらに生態調査など専門的知見も交えて、捕獲頭数の規模なども含め積極的に取り組む必要性を痛感させられた。

7月20日（水）米沢市

人口7.9万人／世帯数3万3千世帯／面積548.51km<sup>2</sup>

(R4.3月末時点)

### (1) 視察事項

- ・米沢ブランド戦略事業について

### (2) 視察の目的

本市では「暮らしたいまち」、「訪れたいまち」となるため、産業や教育、文化、福祉などの都市の総合力を高めるとともに、豊富な自然環境や食文化など富山の魅力を十分に引き出し、認知度向上につながる素材を厳選し、磨き上げ、富山ブランドとして強力に情報発信するブランディングやシティプロモーション活動に取り組んでいる。その一環として、シビックプライドの醸成に向けたキャッチフレーズを「AMAZING TOYAMA」と定め、市民と連携した事業を展開している。

米沢市では、「挑戦と創造のあかし米沢品質」のブランドスローガンの下、市民が一体となり、商品だけでなく、サービス・観光・文化など様々な領域で米沢品質向上の運動を起こすことで、米沢全体の付加価値を高め、まちの活性化と関係人口の拡大を目指す「米沢ブランド戦略事業」を展開している。事業の実施に至った経緯や事業の概要及び効果等を視察し、本市における今後のブランディングの参考とするもの。

### (3) 取組の概要

米沢市では、平成29年度から米沢ブランド戦略室（現在の米沢ブランド戦略課）を設置し、市民参加型のワークショップを開催して取りまとめた意見から決定した「鷹山公のDNA『挑戦と創造』」の力で、次の米沢をつくる。」のブランドコンセプトの下、米沢ブランド戦略事業を推進している。

米沢ブランド浸透活動では、フラッグやのぼり等の街頭広告、新聞広告の掲載、小・中学校での出前講座などにより事業の周知を図っている。

また米沢ブランド参加活動として、「挑戦と創造」を究め、特に秀でた米沢品質を有する商品やサービス等に対する顕彰制度「米沢品質AWARD」を2019年から開催しており、2021年は4件が選出された。受賞者は、新幹線車内誌や新聞への広告掲載、専用パンフレットの全戸配布、ムービー・テレビ番組作成などのインセンティブが受けられる。

また、事業開始前より定点調査として独自にKPI調査を実施し、数値根拠による現状分析を続けている。

米沢ブランドのロゴやコンセプト、「米沢品質AWARD」の市民認知度は非常に高いものの、事業の根幹部分の認知度がまだ低い状況にあるため、今後はネガティブ層や無関心層の取り込みを進める必要があるとのこと。

#### (4) 所感

〔泉委員長〕

人口8万人余りの地方都市においては、観光政策は市政の重点事項に掲げられており、産業部の中に米沢ブランド戦略課を立ち上げていることから、市の本気度が見て取れた。ロゴマークの策定から「米沢品質AWARD」と称する製品の募集事業を核とし、コロナ禍によるネット戦略の強化と、インバウンドの復活に向けた市全体の取組は本市も見習うべきである。ふるさと納税の返礼品の充実に関しては、富山県ブランドで取り繕うのではなく、富山市のブランド品の発掘と開発に向けた施策を立案し、観光産業の底上げに注力しなければならないと感じた。

〔澤田副委員長〕

米沢ブランド戦略事業は、「米沢の未来は、米沢を愛するものにしかつukれない。」をスローガンにし、取り組んでいる。米沢ブランドを全国で展開できるよう、「米沢品質AWARD」というイベントを行い、品質を競い合い、米沢ブランドの強化を図る。受賞者に対しては様々な支援を行い、全国に発信できる仕組みづくりを行っている。こういった取組により、ブランディングの促進につながっている。また、ブランドサポーター（市民調査員）を配置することにより、市民参加の意識が向上し、市民参加型の取組で成果を上げている。市民参加型は大いに学ぶべき点である。

〔舎川委員〕

商品やサービスを発掘・開発し、シビックプライドを醸成する事業。特徴としては市民参加型のワークショップを実施し、鷹山公のDNAから受け継ぐイノベーションへの誇りや新しい米沢へ変わろうとする意思などのブランド方針を設定し「米沢品質AWARD」を開催。「米沢品質」や「米沢ブランド」と言われるモノやコトを生み出し続けられる土壌を育て続け、次世代につないでいくことを理念に掲げ、企業への説明や小・中学校での出前授業など浸透活動にも注力し、地域全体の価値向上につなげている。

富山市ならではの歴史や大切な文化を市民主導の活動を通して深掘りし、積極的かつ丁寧な人づくりを実施していくことが求められる。

〔高田委員〕

地域名・米沢でイメージが広がるよう大きく育てたいという思いから、米沢ブランド戦略課が大きく動き出す。米沢市は各小・中学校に必ず上杉鷹山公の「なせばなる」の額が掲示され教育を受けている。鷹山公のDNA「挑戦と創造」の力で次の米沢をつくるのがワークショップで最も市民の理解を得たことから、共通テーマとする。

どちらかといえば評価しにくい分野ではあるが、博報堂のアドバイスを受けながら市民を巻き込んで具体的な活動につなげ、KPI調査を行うことで効果を見える化したことは注目すべき点だと感じた。

〔大島委員〕

上越市でも目にした「毘」の旗印。毘沙門天の化身である上杉謙信公を軍神と崇める

越後から会津、米沢へ移るとも「毘」の旗印の下、上杉鷹山公の「なせばなる」の教えを、藩政時代より数百年も脈々と伝え続づけている米沢市民。今で言う、まさにシビックプライドである。

かつて民法を学ぶ法学徒は、必ずその著作に触れる大民法学者の我妻 栄先生の故郷と知り、やはり偉大な学者を生み育てる教育環境がここ米沢にあると納得した。

先用後利の精神で何百年もかけて築いてきた富山売薬の信用をここ数年で貶めた賤様高利の富山商人よ。ブランドイメージを創り上げ磨きをかける米沢に再び学ぼう。

〔橋本委員〕

ブランドイメージは一朝一夕にはできない。だからこそ今ある富山ブランドはしっかりと守らなければならない。それと同時に、新しいブランドを創り上げる努力もしなければならない。

米沢ブランドは市民を巻き込む戦略である。多くの市民が参加して米沢ブランドの方針を創り上げてきた。「挑戦と創造」、上杉鷹山の教えは米沢市民に脈々と受け継がれている。そして、そこには米沢市民としての誇りがうかがえる。

富山市ではシビックプライドの醸成に注力してきた。これは新たな富山ブランドを生み出す原動力にもなる。ブランド化につなげたい。

〔横野委員〕

地方創生加速化交付金を活用し、米沢ブランド推進室を設置。博報堂の提案を受けて、米沢らしさを継続的な運動となるまで続けることを目標に立ち上げ、「米沢品質AWARD」を設置し、現在までに9件選出している。これを米沢市内外に発信し、普及に努めている。また、ふるさと納税の返礼品としても活用している。

この事業を継続し、米沢市全体の付加価値の向上と、この地域に誇りを持って住み続けるまちとしたいという考え方に共感した。

富山市の魅力やブランド化を検討し、ふるさと納税に生かすことも必要と感じた。

〔佐藤委員〕

ブランド方針が、魅力的なまちを生み出していくプロセスであるとの発想に衝撃を受けた。

米沢市では平成28年度からブランド戦略事業に取り組む。米沢ブランド推進室の設置や博報堂デザインの提言を受けること等により、単に米沢品質の向上を目指すのみではなく、その取組自体が市民のシビックプライドや未来のまちづくりにつながる。その施策に感銘するとともに今後の展開にも期待したい。

本市においても合併後のさらなる市民の一体感やシビックプライドの醸成とともに、市の付加価値の向上につながるブランド戦略によるまちづくりの推進は重要だ。

7月20日（水）山形市

人口24.5万人／世帯数10万3千世帯／面積381.58km<sup>2</sup>

(R4.3月末時点)

(1) 視察事項

- ・家庭ごみ有料化の導入について

(2) 視察の目的

本市の家庭ごみ排出量は、これまでの様々な取組により一定の減量化が進んでいるものの、依然として全国平均を上回る状況が続いている。そのため、これまでの取組に加え、発生抑制に重点を置いた取組の強化が必要となることから、現在、家庭ごみ有料化の導入が検討されている。今後の検討事項として、有料化の対象となるごみの種類、手数料の徴収方法や料金水準、負担軽減措置、手数料収入の使途、一部事務組合構成市町村との調整などが挙げられる。

山形市では平成22年7月より家庭ごみ有料化を導入しており、本市と同様に一部事務組合でごみの中間処理を行っていることから、導入に至った経緯及び事業の効果等を視察し、本市における家庭ごみ有料化導入の参考にするもの。

(3) 取組の概要

山形市では、平成19年5月にごみの減量等に関する市民アンケートを実施し、その後、審議会への諮問、地区懇談会や市民説明会の開催などを経て、平成21年3月に山形市廃棄物の減量及び適正処理等に関する条例が可決された。これを受けて同年4月に実施本部を設置し、職員研修の実施、有料化実施計画の策定、地域説明会の開催などを進め、平成22年7月1日より家庭ごみ有料化が開始された。

家庭ごみ有料化の導入が順調に決定した背景の1つに、市民・事業者・行政が協力し、市内のごみ減量とリサイクルを広めることを目的として平成18年12月に発足した「ごみ減量・もったいないねット山形」の活動がある。マイバッグ持参運動や食品トレイの回収などを展開してきたこと等により、市民の意識が高まっていったことも大きいという。

導入開始後は、有料のごみ袋及び共通収集シールを購入してもらうことで1リットル当たり1円の家庭ごみ処理手数料を徴収し、ごみ減量等推進事業やじんかい収集事業などの費用に充てている。なお、山形市は周辺の1市2町と山形広域環境事務組合を構成し、ごみの中間処理を行っているが、1市2町においても同様の手数料を徴収している。

家庭ごみ有料化を導入する前は1日1人当たりの家庭ごみ排出量が約630グラムであったが、市民の協力により、平成29年度までに570グラム以下に削減するという目標を達成した。

(4) 所感

[泉委員長]

山形市では、本市と同様、広域圏事務組合によるごみ処理が実施されており、有料化

については10以上年前から実施されている。当時を知る担当者は既に退職しているものの、住民へのアンケート調査を受けて地域ごみステーションの増設や町内会ごとの細やかな住民説明会と、市独自の広報活動に加え、テレビ・ラジオでの数百回にも及ぶ周知活動を実施し、起案から丸2年の時間をかけて住民の理解を深めた取組の重要性を認識した。独り親家庭や生活保護世帯への救済については、福祉部局との情報共有制度が確立されていることも確認できた。

〔澤田副委員長〕

山形市はごみの有料化実施までに約2年半をかけた。その間、市民説明会や導入に向けた基本方針等を作成するなどの準備を行った。しかし、山形市公式ホームページ「みんなの意見・提言コーナー」では有料化以後たくさんの意見投稿があり、十分な市民理解の下で実施されたと感じられなかった。こちらからの質問に対しても見切り発車的な回答がされるなど、実施後も様々な問題が山積されている。富山市においても、ごみの有料化問題は慎重に取り組む必要があると感じられた。

〔舎川委員〕

平成19年5月に市民アンケートを実施後、小学校区で住民との意見交換、その後、説明会を重ねるほか町内会単位に443回（535町内会・3団体）の地域説明会を行うなど、啓発と理解を求めている。さらには民放テレビでの特集やラジオCM、新聞掲載を繰り返し実施し、平成22年7月に有料化の実施に至るものである。

平成29年度の目標であった1日1人当たり家庭ごみ排出量570グラム以下を平成28年度に達成し、効果を上げている。平成18年からの市民団体による啓発活動も、有料化に向けての相乗効果になったと感じた。

ごみ袋製造経費や不法投棄対策に多くの予算を捻出しており、富山市の導入に当たっても、丁寧な啓発に加えて有効性ある事業計画となるよう働きかける。

〔高田委員〕

平成14年から消費者連合会が中心となりマイバッグ持参運動を、平成18年には「ごみ減量・もったいないねット山形」として食品ロスへの取組も盛んに行うなど、行政主導ではなく消費者サイドから家庭ごみ減量を支える素地があった。

そのような中、市内30地区で家庭ごみ有料化に関する懇談会を開催するほか、条例制定、さらには市長を本部長とするごみ有料化実施本部を設置するなど、2年にわたり丁寧な市民への理解促進をされたところはすばらしいと感じた。家庭ごみ有料化導入後のごみの減量も目標値を実現されている。広域圏も含めた費用対効果については後日回答を得る予定。

〔大島委員〕

家庭系ごみ有料化の導入について、10年以上も前のことであり、導入に向けての経緯については資料により、導入の3年以上前から「ごみ減量・もったいないねット山形」を設立し、十分な周知徹底に努めるほかキャンペーン等を通してごみの減量化のため、

15年たった現在も山形市ごみ減量推進課内で活動中である。

山形市約10万世帯の家庭系ごみ処理手数料約4億円弱の半分以上に当たる2億円余りが指定ごみ袋製造等経費として使われ、それがまた焼却処分されることに、減量の成果と費用対効果を考えずにはいられない。

〔橋本委員〕

山形市は平成19年5月にごみ減量等に関する市民アンケート調査を実施している。ごみの有料化に向けた事実上のスタートだ。以降、議論を重ね、有料化を開始したのは平成22年7月のことである。3年以上の歳月をかけ、その過程を見ても丁寧に進められたことがうかがえる。

ごみの有料化については、しっかりとした目標を掲げなければならないだろう。山形市の例を見ると、ごみ収集に関する業務量は増え、分別する市民の負担も大きくなったと思える。何のために有料化を進める必要があるのか、明確に示すことから始めなければならない。

〔横野委員〕

平成19年から取り組まれ、平成22年7月1日から有料化された。平成29年度までに家庭系ごみの1日1人当たりの排出量を570グラム以下に削減する目標を掲げ、市民の皆さんの協力により達成できた。

現在も横ばい状態だが、新型コロナウイルス感染症の影響により家庭系ごみの排出量が増加している。今後も減少に向けた取組が必要である。

このことにより、広域圏事務組合の負担が軽減されたのか、また一般会計に対してどのような効果があったのか尋ねたが、部署が違うので明確な回答はなかった。

ごみの分別収集による効果が出ていると報告があった。

富山市の有料化については、長い目で検討しながら判断したい。

〔佐藤委員〕

山形市では、家庭系ごみの有料化を平成22年7月から開始されたが、その3年前から市民アンケートや地区懇談会、市民説明会、さらに443回の地域説明会などを重ね、多くの住民の理解を得てスタートされている。

そうした努力からか、市民の協力を得て、平成29年度までとした家庭系ごみの排出量の削減目標は、既に有料化導入の翌年には達成している。

手数料については、他都市の状況も考慮し1リットル当たり1円に設定しており、値上げはしたくないとの本音も伺った。

本市の施策においても、丁寧な住民説明を職員が全庁的に取り組む姿勢の重要性を痛感した。

7月21日（木）宇都宮市

人口51.7万人／世帯数24万1千世帯／面積416.85km<sup>2</sup>

(R4.3月末時点)

(1) 視察事項

- ・企業誘致政策について
- ・観光振興策について

(2) 視察の目的

- ・企業誘致政策について

本市には14の企業・工業団地があり、現在は、令和3年5月から分譲を開始した第2期呉羽南部企業団地の早期完売に向け、企業誘致活動を積極的に行っている。また近年は、企業において、働き方改革やコロナ禍により首都圏から地方へ移転する動きもあり、中心市街地等のオフィスビルの空室状況などの問合せに対し、企業立地助成制度に関する案内も行っている。

宇都宮市には5つの工業団地があり、中でも、清原工業団地は内陸型工業団地としては国内最大級の総面積388ヘクタールを有し、高度技術に立脚した企業の誘致が図られている。新規企業の進出や本社機能の移転・拡充等に係る支援など3つの補助制度を設け、積極的な企業誘致が行われている。これら制度の概要や実績、今後の展望等を視察し、本市における今後の企業誘致政策の参考にするもの。

- ・観光振興策について

近年、新型コロナウイルスの感染拡大により、観光客等の入り込みは大きく減少し、観光産業は大変厳しい状況が続いている。こうした中、本市では、アフターコロナ社会を見据え、新たな観光資源の掘り起こしや既存の観光資源のブラッシュアップにより、多様な観光需要に対する受入れ体制を整備し、富山型観光産業を育成することが求められている。

「餃子のまち」として有名な宇都宮市は、そのほかにもカクテルやジャズなどの食や文化、石の里大谷に代表される歴史・文化遺産、豊かな自然など魅力ある観光資源を活用して観光振興に取り組んでいる。市全域における観光振興策及び大谷地域における取組を視察し、本市における今後の観光振興の参考とするもの。

(3) 取組の概要

- ・企業誘致政策について

宇都宮市内5つの工業団地には、市内全体の事業所数の約3割、従業者数の約6割が集中している。中でも清原工業団地における製造品出荷額は市内全体の約7割と突出しており、工業団地の企業が市の製造・雇用に大きく貢献している。

補助制度として、1つに、企業立地等支援補助金（市内工業団地等に建物を新設、増設、建替え等を行う際の設備投資費用に対する補助）、2つに、本社機能立地支援補助金（宇都宮市内に本社機能を移転・拡充する場合の業務用駐車場借り上げ料や改修費に

に対する補助)、3つに、オフィス企業立地支援補助金(宇都宮市にオフィスを新設または増設する場合の賃借料や使用料などに対する補助)の3つを設けている。

特色ある取組として、本社機能立地支援補助金では、新卒者の雇いで10万円、女性の雇いで20万円、またオフィス企業立地支援補助金では、新卒者及び女性の雇いでそれぞれ10万円ずつの上乗せ補助がある。

また、東京都内に宇都宮サテライトオフィスを置き、東京圏への魅力発信、事業連携や協業の促進によるビジネスマッチングの支援に取り組んでいる。

今後は、企業立地においては成長が見込まれる産業や集積を図るべき産業の見直し、本社機能立地及びオフィス企業立地においては東京圏への周知や宇都宮サテライトオフィスを拠点とした誘致活動の強化などに取り組んでいく予定とのこと。

#### ・観光振興策について

新型コロナウイルスの影響により落ち込んだ観光需要の回復を図るべく、市では観光PRや観光資源の磨き上げ、観光推進委員会ではプレミアム観光クーポン宇都宮の発行や県の補助金を活用した三密回避旅行商品の造成、観光コンベンション協会では観光目的別リーフレットの作成や訪日外国人向けコンテンツの造成など、三者が連携して観光振興に取り組んでいる。

大谷周辺地域においては、古くから大谷石を中心とした地場産業が続いていたが、昭和50年代頃より大谷石の需要が激減したことを受け、特異な景観を生かした観光産業へと転換した。その後、陥没事故や東日本大震災の影響により活力が低下したものの、近年では、大谷石産業の衰退とともに水が貯留した採取場跡地を地底湖に見立てた体験型観光事業の実施や、貯留した水を冷熱エネルギーとして活用する大谷夏いちごの栽培など、地域固有の特異な資源等を有効に活用した事業と雇用の創出が見られる。令和元年度には観光交通社会実験を実施し、グリーンスローモビリティの運行や大谷地域の観光スポットとモビリティ体験がセットになったワンデイパスポートの販売などにより、混雑緩和や周遊性向上、滞在時間延伸への効果を確認した。さらに、令和3年度より大谷観光周遊拠点施設の整備が始まり、令和5年11月の供用開始を予定している。

今後は、市全体として、さらなる滞在時間の延長や再度の来訪につながるよう、観光資源の磨き上げや、「宇都宮餃子」以外の観光資源の認知度向上に向けた取組が必要と考えているとのこと。

#### (4) 所感

[泉委員長]

企業誘致政策においては、東京から100キロメートルという立地環境と、宇都宮市の周辺市町村全域100万人による労働者確保が背景にあり、学校施設が増えた計画性については、事後対応に追われた結果で、現在では、市街化調整区域の変更なくしては工場用地が確保できない状況にあるとの説明を受けた。

大谷石の採掘跡地でのテーマパーク化計画では、石の需要減少に伴う地域の危機感が起爆剤となり、採掘跡に溜まった低温の雨水で、旬を外した夏いちごの栽培にまで移行しており、工業・観光・農業が一体となった取組は、本市でも見習うべきと感じた。

〔澤田副委員長〕

LR Tを導入し、また、市街化調整区域でも産業団地開発を可能とする「市街化調整区域の地区計画制度」を整備するなど、沿線に産業団地を誘致し、人口増に積極的に取り組んでいる。これにより地域人口が増加し、新しい小学校もできている。LR Tを活用した人口増加対策として富山市も取り組むべきである。

大谷地域において、観光型M a a Sを活用しPR戦略を進めている。オンデマンドタクシーやコミュニティバス、電動アシスト自転車の利用など、アプリを使い観光周遊に活用されている。富山市においても似たような取組はされているが、全てが個々に動いており、アプリの導入など、もう少し踏み込んだ施策が必要である。

〔舎川委員〕

企業誘致に係る補助については富山市がより細かく整備しているものの、企業誘致に係る調整区域の開発行為や都市計画については部局間の柔軟な連携が図られている。

観光振興は、官民連携で組成されている「宇都宮市DC推進委員会」が宇都宮市の様々な新しい見せ方や魅力を創出、発信し継続していくことに特徴づけられる。耕作放棄地などを未利用資源と位置づけるなど、事業と雇用の創出に取り組み、地域振興の可能性に挑む柔軟な組織風土があると感じた。富山市はマンパワーに頼っている側面もあり、関係組織による横断的な取組が求められる。

〔高田委員〕

企業誘致の際の地元従業員採用に、女性採用及び新卒採用の上乗せ補助を行っている。これらはダブルでの上乗せも可能で、女性や若者の雇用促進に大きくつながると感じた。富山市でも様々な補助メニューを準備しているが、特色あるメニューの一案として検討されたい。総合政策・都市計画課によるまちづくり政策など大きく富山市を捉えて、振興を検討することが大切と感じた。

また、観光振興においては、大谷石のみならず、「宇都宮餃子」を全国版にしたり「ジャズのまち」や「カクテルのまち」など文化的な観光施策にも注力されており、市民を巻き込んだ取組を参考にしたいと思う。

〔大島委員〕

企業誘致に当たり、交通軸に沿ったまちづくりという理念の下、ネットワーク型コンパクトシティ政策により、拠点形成を目指している。

来年度開業するLR Tによって宇都宮駅と国内最大規模の工業団地が結ばれ、集積する次世代モビリティ産業の成長がさらに促進される。

新人、女性に対する手厚い補助制度により、新たな企業立地が生み出され、都心からの距離的優位性が活かされる。

観光振興策も、石の里大谷の事故を契機に新たな観光資源の開発や、宇都宮市を「餃子のまち」として定着させる手法には、確かな観光目的を持ちターゲットを絞り込むという戦略があり、見習うことが多い。まさか自宅の塀の大谷石がここから運ばれてきていたとは、驚いた。

〔橋本委員〕

宇都宮は「餃子のまち」というイメージが強い。実際、宇都宮市の来訪目的は「餃子を食べること」が58.8%と圧倒的な数字である。食は人を引きつける力を持っていると改めて感じる。

ただ、それだけで観光地として選ばれることはないだろう。宇都宮市では、石の里である大谷地区も観光目的の一つになる。

富山市において「きときとな魚」は魅力ある観光資源である。そこに何を組み合わせるのか。観光客の多様なニーズに応えられる力はあるはずだ。「何もない」から「何でもある」に頭を切り替えるだけで答えが見えてくるだろう。

〔横野委員〕

宇都宮市は、市内に5つの工業団地があり、事業者数は市内全体の3割である。しかしながら、従業員数は市内5工業団地等に6割が集中している。また製造出荷額では、清原工業団地が市内の全体の7割と突出している。この工業団地等の企業が市内全体の製造・雇用面で非常に大きな貢献をしている。

補助制度も充実していて、特に新規雇用した正規雇用者等は1人当たり10万円で、新卒者、女性にはさらに1人当たり10万円上乘せしている。また、通信回線使用料補助金なども充実している。

今後の方針として、成長が見込まれる産業や修正を図るべき産業の見直しを検討する。東京圏への制度周知・利用促進の強化に努める。

企業への誘致活動や市内企業の訪問活動に退職したOBなど専門家を配置している。富山市においても、専門家を活用すべきと思う。

補助金制度においても富山市にない取組があり、参考にすべきと思う。

観光政策については、新型コロナウイルス感染拡大により非常に厳しくなり、今後の方向性に大きな影響がある。

短期的な取組として、ギョーザを活用しつつ、ギョーザ以外の観光資源の認知度向上と豊富で魅力的な観光資源を再度体感するために、市を訪れたいとする取組や広域連携事業の展開の推進などが必要である。

長期的な展望として、MICEの開催やLRTの開業等により、新たな人流や観光需要が生まれることや来訪手段を踏まえた観光客周遊促進策、自家用車以外で来訪する観光客の2次交通の確保が必要と考える。

大谷地域振興に向けた取組については、地域固有の特異な資源等を有効に活用した事業と雇用の創出による地域振興の可能性があり、市としても目玉として取り組む必要がある。この地域の活性化のために栃木県日光市との連携を視野に観光客の誘致につなげたい。

富山市の観光政策もフットパスの完成を機に積極的に取り組むこと、割山森林公園天湖森のリニューアルによる観光誘致活動も必要である。

〔佐藤委員〕

地方自治体における企業誘致政策は、その持続のためにも重要課題である。宇都宮市

は首都圏にも近く課題の相違があるが、本市と同様に多岐にわたる支援制度を設けている。

丁寧な企業訪問活動や施策を熟知したコーディネーターの採用、セールス活動等を展開できる人材の確保や育成も必要だ。また、人口減少に伴う持続可能なまちづくりについての展望や理念についても、ぶれることなく推進することが重要だと痛感した。

富山市の観光振興策についても、資源の発掘と創出やさらなる磨き上げ等が重要であり、その人材や体制の強化にも努めていきたい。

令和4年7月19日（火）猪苗代町



令和4年7月20日（水）米沢市



令和4年7月20日（水）山形市



令和4年7月21日（木）宇都宮市

