

令和元年度
八代市議会経済企業委員会 視察報告書

■視察日程

令和元年5月7日（火）～9日（木）

■視察先

5月8日 午前 東京都練馬区

5月8日 午後 神奈川県厚木市

5月9日 午前 東京都葛飾区

■視察参加者

【委員会】	委員長	成松	由紀夫
	副委員長	西濱	和博
	委員	亀田	英雄
	委員	北園	武広
	委員	高山	正夫
	委員	増田	一喜

【随 行】議会事務局 中川 紀子

■視察先及び目的

1 東京都練馬区

『練馬産農産物のブランド化の推進・支援事業について』

練馬区は23区一番の農地面積を有し、少量多品目栽培による充実した庭先直売や農業体験農園、観光農園など都市農業の魅力を活かした農業経営が意欲的な農業者により展開されている。都心近くにありながら農を身近に感じられる都市であるというのは区の大きな魅力である。また、練馬産農産物の魅力をさらに向上させて、事業の拡大や販路の拡大などに取り組む意欲的な農業者を積極的に支援し、農業、商業等が連携した即売会や駅等での練馬産農産物の直売イベントなどを開催し、区内外の住民が都市農業の魅力を実感・体験できる事業を推進、練馬産農産物のブランド化に取り組み、練馬産農産物の魅力を発信する手法等を参考にするとともに、今後の委員会活動に生かすことを目的とする。

2 神奈川県厚木市

『オリンピック・パラリンピック支援推進事業について』

2020年オリンピック・パラリンピック競技大会のニュージーランドのホストタウンとして登録されており、ホストタウン相手国との交流を深めるため、事前キャンプの誘致を初め、様々な事業を計画している。このホストタウン交流事業の一環として女子7人制ラグビーニュージーランドディベロップメントチームのキャンプを受け入れ、スポーツの振興、国際交流の促進を図っている。

また、2020年までホストタウン交流事業として5つの交流事業①歴史、文化交流、②食文化、農業文化、③キャンプ交流、④スポーツ交流、⑤教育交流の推進を図っている厚木市を視察することにより、今後の委員会活動に生かすことを目的とする。

3 東京都葛飾区

『葛飾ブランド創出支援事業について』

葛飾区には高い技術を持った町工場が集積している。しかし、その高い技術を駆使して製造された製品・部品等は、その高い技術や精巧さが一般消費者に伝わらないまま、雑多な製品の中に埋没している。そこで、葛飾区と東京商工会議所葛飾支部はその高い技術を駆使して作られた製品・部品等を葛飾ブランド「葛飾町工場物語」として認定し、その製品にまつわるエピソードや技術の詳細をストーリー性を持たせて「物語」として区内外に発信している葛飾区を視察することにより、今後の委員会活動に生かすことを目的とする。

東京都練馬区

1 視察日時 令和元年5月8日(水) 9:30~11:00

2 調査事項 『練馬産農産物のブランド化の推進・支援事業について』

3 調査内容(説明内容)
※別添資料のとおり

4 主な質疑応答

Q 1 農業の担い手不足のところで、最近の若い世代の就農者がふえているという説明があったが、その中で「農の学校」という取り組みをされているという話に興味を持ったのでもう少し説明をしてほしい。どのような制度なのか説明をいただきたい。

A 1 全体で3年間のコースになっており、1年目が初級、中級、上級という形であり、初級コースについては、グループになって生産者の方の指導を受けながら実際の営農作業を知ってもらうというのが1年間。初級コースを修了するとその段階でノーサポーターという登録を受けることができる。これだけでは、まだまだであるため、翌年受講者はほぼ中級コースに進む。中級コースになると、専門的なことをグループで進めていく。上級コースになると個人のスペースを持って、実際に個人で作付けをするというような形になっている。

実際の農家とのマッチング自体は、ノーサポーター(初級コースを修了した者)になると、委託業者の方で農家の希望を聞きながら実際にマッチングをする。マッチングをするまでは、農の学校の授業がある。マッチングをされてない方でも農業のイベントとかに協力をしてもらっている。

1つ課題があって区内全体で見ると東西に長く、どちらかという東側にはあまり農地がなく、西側に農地が多くある。ノーサポーターの方々は区内には満遍なくいるが、農家は西側に多いのでそもそも距離の問題でマッチングがうまくいかないところがある。マッチングがうまくいかなかった修了生は、いかにして農に関するものにつなげていくかということが課題になっている。マッチングできる人数は、おおむね全体の半分くらいであり、あと半分くらいができてないのも課題である。

Q 2 費用について教えてほしい。

A 2 受講料、年間1万円。3年間であれば、3万円である。

Q 3 仕事の合間に来ていいのか。

A 3 リタイアされている方が多く、中には学生もいる。また、30代の方もいるがこのような方々の指導自体は、基本的には土日に実施している。個人区画であれば、いつ来ていただいてもよい。

月に1～2回指導が入るので、四六時中、学校に来てもらっているということではない。

Q 4 都市農業について、課題としてある農業従事者の減少というのをあげられている。また、生産緑地の減少、平成5年から平成28年にかけて4分の3程度に減っているということであるが、資料の中で区民の意識意向調査の農業に対する区民の受け止め方、今後の施策あたりも記載されているが、当事者である農業従事者、あるいは後継者が今後の農業経営について、どのようなことを抱いているのかといったデータの集積とか調査とかなされていないのか。

A 4 2020年問題というのは、生産緑地指定してから30年経つと買い取り請求ができ、それを得ると売却ができることになる。何もしないでほっておくと全部売却されてしまう心配があるということで、今回、生産緑地法が改正され、10年間延長されるという制度ができた。申請期間が残り2年間しかないというなかで、農家の意向調査を昨年度行っている。そのデータの中では、おおむね8割の方が現状の規模を継続したいとの答えとなっている。延長する制度、特定生産緑地という名前の制度があり、10年間延長するという意向を持っている方が7割強くらいいる。エビデンスはないが、練馬区は延長の意向については、他の自治体に比べてみると率は高い。新しい特定生産緑地10年間延長するための手続きをどうするのかというような説明会を行っている。現在、練馬区内で農地を持っている農家は500弱くらいいる。これまで3回の説明会があり、300人くらい来られて、基本的には説明会に来ているということは、延長される気持ちがあると思う。昨年意向調査の数字がおおむねそのまま生かされていると思う。延長を希望される方には、確実に延長されるということが当面の取り組みである。

Q 5 関連ですが、一方では、民間の住宅メーカーあたりが、農振地域であってもアパートメントしませんかというアプローチがあるように八代市でも聞くが、そちらに移行される後継者がいたら、そちらにという農家の方もいると思うが、練馬区の住宅政策の動向として、現在の需要と供給のバランスはどうか。というのと、そういった面からの守るべき農地に対するバリアではないが、農業政策と住宅政策の兼ね合いについては、どのような認識であるのか。

A 5 非常に大きな課題で、まず住宅政策というところからは住宅供給を止めるという動きは今のところは区内ではない。歴史の中で市街化区域というのが指定されていて、基本的には宅地化していくものと位置づけされたなかで、生産緑地と指

定されているものされていないものがある。

昨年度の調査で生産緑地の貸借のことを調査し、「人に貸す希望はあるのか」と聞き、貸したいという方に「何故、貸したいのか」と聞いたら、「農地を残したいから」という理由が8割だった。代々受け継いできた農地を残したいという気持ちが強いんだなという印象を持った。このようなことから、生産緑地に指定されている部分は残っていくと思っている。

Q 6 個人で所有している農地に対する思いが強いということで、八代市の方では、農家がまとまって営農組合とか農業法人などが、少しずつではあるができてきているが、練馬区の方はそういう体系というのはあるのか。難しいのか。

A 6 貸したいという方は2割弱の方がいる。貸す側は安定している方に借りてもらいたいという思いが強いので、「どんな形で借りて欲しいのか」と尋ねたら、過半数が農協だった。今、農協と貸借に対する対応をどうするのかということで協議を始めている。農協になんらか関わっていただかないと単純に農業をしたいという人に貸すというのは難しい。都内でも新規就農の方の事例がないわけではないが、なかなか難しいところがあるため、地域の農家でなんらか母体みたいなものを、例えば、農協と一緒に作るとか、貸借の希望があるところにみんなで運営するような仕組みづくりなど必要ではないかなと思う。農協に貸したいという方がそれなりの数いるので、そういった数を含めて農協と貸借を希望されている方に対する今後の対応策というのを早急に考えていかないと、貸すというルートはできても、借りてくれるところがないとなれば貸せない。そうすると売却に変わるということにもなるので、「なんらかの対応策を考えましょう」ということで、昨年度、意向調査を実施したので意向調査の結果を踏まえて協議を始めているところである。

Q 7 農業体験の利用料と指導料を利用者からいただき、農業者が作付け体系の指導をされている。作物によって値段が違うと思うが、10アールあたり幾らという単価でされているのか。

A 7 一区画30平米。1年間で5万円。1年間で、それぞれいくつかの品目を栽培してというやり方をしている。

Q 8 試料とか農薬代はどうしているのか。

A 8 全部、含んでいる。区民の方が使う場合は、1万2000円補助している。区民が使う場合は、もともと5万円であるが3万8000円。区外の方が使う場合は、5万円で、農家に入る金額は変わらない。

Q 9 PR宣伝に力を入れておられるなというふうに感じられたが、八代市の方では、トマト栽培に力を入れているが、先ほど動画作成を見せていただいたが、企画制作費については行政側だけでされているのか。配信媒体については、テレビの

CMに入れられたりとか、SNSを活用されたりとかホームページ、会議などで見せるとかあるが、情報配信について教えてほしい。

- A 9 全部、単費で農家には、「どのような情報がありますか」というようなことを伺って、実際の製作費であるとか、配信する経費は全部区の予算で賄っている。配信先は、テレビCMには使っていない（費用がかかるため）。区役所の建物であるとか、駅前の商業施設などを使って放映させていただいている。後は、西武の協力をいただいて池袋駅で放映させてもらっている。後は、ユーチューブなどで配信している。電車の中では、動画ではなく一部のカットを西武の宣伝媒体の中に入れてもらっている。3分版、15秒版、15分版がある。
- Q10 練馬大根について、完全にブランド化されていると思うが、料理番組であったり旅番組で結構目にする。PRをするための大手広告代理店など、予算はどのくらいかけているのか、自然体でやっているのか、教えてほしい。
- A10 2つあり、練馬大根に関しましては、途絶えた時期があって、平成元年から育成事業というのを復活事業として始めた。当時、池袋の西武デパートで漬物にしたものを一斉に売り出した。池袋と西武が一緒になったというのもあって、比較的取り上げていただくことが多くなってきた。それに加えて「練馬大根引っこ抜き競技大会」を始め、あちこちで取り上げていただいた。もともと練馬大根というネーミングは、みんな知っているが「実際にあるんだね」ということで、30年続けているなかで知っていただいたというのは大きいのかなと思う。練馬大根に関しては、何もしなくても問い合わせがある。テレビ等では、特に何かしているわけではなく、「取材したいんです」との問い合わせがくるので、農家を紹介している。もう一つは、平成24年か25年から区全体として広報戦略に力をいれ始めた。区として広報戦略に取り組もうと（大根に限らず）ということで、当時、博報堂にいらっしゃった方を任期付の職員として採用し、実際に広報の展開だとかノウハウなどを指導していただき、その職員を中心にいろんな取り組みをしようということで、当時「よりどりみどり練馬キャンペーン」というのを取り組み、さまざまな緑を使った練馬のイメージ戦略を強く打ち出した。ここ2年間については、「世界都市農業サミット」があるため、このサミットに絡めて広報戦略を都市農業の方に集約させる方向で取り組んでいる。サミットに向けて改めて都市農業のことを知ってもらい、またサミットに来てもらうということで取り組んでいる。経費については、広聴広報課という広報部門が持っている経費であり、広報戦略経費の中でそういった取り組みを5～6年くらいやってきた。比較的マスコミの目につく機会がふえてきている。練馬大根については、年数をかけてきた中で、知ってきていただいている。おもしろいコンテンツであり、東京に大根というところから、昔からの伝統野菜ということで題材にしやすいと

思う。

Q11 この広報戦略というのはいつからか。

A11 25年度から毎年広報戦略ということで、ある程度予算をつけて最初の3～4年では「よりどりみどり練馬キャンペーン」という形で、練馬区が23区の中で緑の比率が一番高く、練馬区の魅力だと区としても捉えている。

※添付資料

- ・練馬区の都市農業のこれから
- ・練馬産農産物ブランド化推進事業
- ・練馬区プレスリリース
- ・練馬果樹あるファーム、ねりまの農業、まるごと練馬大根（冊子）
- ・区議会概要
- ・区議会だより

※視察の様子



神奈川県 厚木市

1 視察日時 令和元年5月8日(水) 14:00~15:30

2 調査事項 『オリンピック・パラリンピック支援推進事業について』

3 調査内容(説明内容)
※別添資料のとおり

4 主な質疑応答

Q1 どのくらいの予算が使われているのか。事業をするに当たっては、市民からいろんな反応があるものと想像する。進めていくと決めたからには、前に進んでいかなければいけないが、事業をするに当たっての基本的な考え方について確認させていただきたい。

A1 予算の話からすると、今年度キャンプの受け入れがバスケットボールが2回と車いすラグビー(ウィルチュアラグビー)とオーストラリアソフトボールとゴルフなどの5~6つのキャンプの受け入れがあり、かなり費用がかさんでいるが、キャンプの受け入れ、交流事業すべて含めて、予算額としては5300万円。キャンプの受け入れが一番費用がかかるが、本市の滞在費等については本市で負担するというので先方と協議しているため、キャンプがふえれば予算がかかる。それから、市民の反応を含めて進めていくに当たっての市としての考え方であるが、市の予算を使う以上市民の方々にどれだけ還元できるかが、一番の重要なポイントだと思っている。市が進めていく上では、2016年から本市は東京から近いところでもあり、また今年ラグビーワールドカップもあり、横浜市が決勝会場になる。同じ県内ということで、世界の三大イベントのうちの一つ二つが連続して行われる時期というのは、本市にとっても国際化またはインバウンドは重要であるが、確かに予算はかかってくるので、市民や議員の理解が必要である。やはり手をくわえて見てるわけにいけないので、とりあえず、進めて行こうということをその時点で判断した。ただ、そのポイントは、いかに理解していただけるか。市民の皆さん特に子供たちを中心にグローバル人材の輩出という話をし、その辺りをどのくらい還元できるのかというところに重点を置きながら事業を進めている。必ずキャンプの時には、学校訪問もしくは、ラグビー教室などを開催したり、学校給食を一緒に食べたりして、ニュージーランドはどのような国だとか、一流のスポーツ選手との交流によって子供たちに伝えていく。この事業は、

キャンプ誘致から始まったが、今一番重点を置いているのが教育交流になる。教育というのは、2020年を超えてオリンピックレガシーというのは継続するが、2020年を超えても厚木市に住んでいて国際化または英語教育などがニュージーランドとの交流やオリンピックを契機に始まったことで、厚木の子供たちがグローバルに育つようにということで、その辺りが一番のレガシーとしての成果に現れてくればいいなと思う。考え方としては、子供たちを中心に一過性にならないように2020年以降もしっかりとした財産が築けるように遺産が残せるようにということで、2020年を超えて成果を現わして行けるような事業を中心に考えている。

Q 2 交流事業が多岐にわたっているなというのが印象深いですが、この事業を進めていく中で、プロジェクト実行委員会というのが立ち上がっていると思うが、どのようなメンバーいるのか教えてほしい。

A 2 あつぎオリパラプロジェクト実行委員会という組織であるが、市長が会長で、商工会議所の方であるとか、学校関係者の方であるとか、大学の方、企業の方、スポーツ団体の代表の方など26名でのメンバー構成になっている。

Q 3 一流のスポーツを誘致するにあたり、ラグビー、バスケットボールを受け入れられたが、例えば、体育館であれば天井が低いとか、改修をやってくれとか、ラグビーであれば芝の問題とか会場についての問題があると思うが、その辺りはどうか。

A 3 必ずキャンプの受け入れというのは、会場と宿泊場所がセットで完結できないと受け入れが難しい。

厚木市は、総合運動公園がありそこに体育館から陸上競技場があり、そのトラックの中はフィールドになっていてラグビーの芝のグラウンドとなっている。総合運動公園になっているので、今の質問のような問題はなかったが、一つ体育館のメインアリーナにエアコンが付いてなかった状況があり、バスケットボールは夏の暑い時期になり、キャンプも同じような時期になるのでそこには全面的にエアコンの設置を行った。陸上競技場についても、ちょうど2種公認という陸上のトラックとして認定を受けることになっていたので、それとあわせて芝の張替えやスタンドの改修など、オリンピックのためだけではなく改修工事を行った。

Q 4 ホテルについてはどうか。

A 4 ホテルについては、ラグビーの方々は大柄であるため狭いという話もあったが、基本的には問題なく、受け入れをしている。

Q 5 ホストタウンの登録をされたというこれまでの取り組みの中で大使館あたりとの交渉をされたということであるが、日本サイドとしては、御市初め、県だとか国の機関だとかそういったところと連携して、対ニュージーランド政府と交渉な

されたとか、ここに至るまでの日本国内での行政サイドの体制というのは、どういう仕組みであったのか教えてほしい。

- A 5 ホストタウン制度は2016年1月に一次登録というのがあり、その前の年の10月頃にプログラムができ国の制度ができた。この時の要件がキャンプ誘致が中心であり、相手国のしかるべきところとしっかり交渉しているという実績があることとか、オリンピックを超えた交流を深めていくような取り組みを推進していくとかの、計画書を作って登録をしていくという流れだった。そのとき初めて内閣官房庁に行き話をさせていただいた。ラグビーもくるかどうか分からない状況であったため、交渉をしっかりと協会としているということを確認いただき、「申請をしてください」とのことで一次登録をした。それ以降は、内閣官房の方々には、いろいろなイベントで声をかけてもらい毎回、調印式とか行くと内閣官房の参事官級の方々が来られ、何かあると「厚木市でまとめてニュージーランド連合みたいなものを作ってくれないか」という依頼があったりとか、内閣官房の方々とは好意にさせていただいており、何か事あるごとに「発表してくれ」とか、「現地のイベントにも職員を連れて行ってくれ」ということで内閣官房の方も一人一緒に連れて行った。そのような形で指導をいただいている。大使館と内閣官房は、オリンピックの関係ではよくつながっているのも、今一番交流事業が広がってきている。また、力になっていただいたのは大使館の方々かなと思う。交流を深めるには、日本にある在日の大使館にお邪魔をして、支援いただいて進めるようにしている。
- Q 6 日本国内オリンピックを一つの契機として、地理的にホストできるというように、多くの自治体が動いていたかと思う。その中で、熱意が叶われたと思うが、我々からすると尊敬するし、羨ましい限りであるが、これからが本番というところかもしれないが、このことを成し遂げられたという御市におかれると市の組織の中でそれに対する職場の中で、何か新たなムーブメントを起こすようなこととか活性化の源になったりとか、2次的な波及効果なんかというのはどのように感じられているか。
- A 6 夏の期間中、職員課というところで職員向けのポロシャツを作って希望者に売りますが、そのポロシャツは夏の期間仕事中に着てもいいとのルールになっている。そういうところに、「あゆコロちゃん」というマスコットキャラクターがワッペンについているようなものが今まではメインであったが、ホストタウンの交流またニュージーランドとのつながりというのは、全庁的に共有しているのでニュージーランドの「シルバーファーン」というニュージーランドのマークを職員向けTシャツに採用して、職員みんなで黒いポロシャツでニュージーランドと厚木市はホストタウンだということを市民へのPRを含めてみんなでやり、一つのまと

まりというのは出たのかなと思う。それと、「あつぎ鮎まつり」という70万人くらい集客のある祭りがあるが、そういうときにもニュージーランドからもお客さんこられる。その中で物産店をしたり、リピーターの方も来てまた、ボランティアで手伝ってくれる職員等も含めてふえてきている。そういった意味では、市内でも市民にも広がってきていると思う。

Q 7 交流事業に結構人が来るということであるが、このような人を接待する人たちの人数というのは結構いると思うが、市役所の職員だけでは対応できないと思うがその辺はどうやって集めているのか。市民の中からボランティアを募集するのか、専門家の人たちを雇うのか。どのようにしているのか。

A 7 2020年は、大勢の方々が来られるため職員だけでの対応は難しい。英語圏の方が多いので、英語の通訳ボランティアなどを随時募集している状況である。イベント時には、ボランティアの方々もお手伝いいただいている。また、留学でニュージーランドに行かせた子供たち、英語教育に関心がある子供たちのスキルアップを図ってもらい、本番の時には手伝ってもらおうよう、そのときの担い手を教育プログラムの中で育成して、2020年のときにはみんながニュージーランドをホストできるような体制にして行きたいなということで事業を進めてきている。基本は、職員での対応であるが、そういった方々の力もお借りしていこうと思っている。

Q 8 ニュージーランド国籍のCIR（国際交流員）の採用となっているが、業務の内容と何名いるのか。

A 8 女性一人。言葉の壁が一番あったので、メールの場合は翻訳で対応できるが、電話の場合が職員では難いため、ニュージーランドアクセントが分かるような方を採用したいということで、国際交流協会にCIRの制度があるということで申し込みをした。ニュージーランドのホストタウンであるため、ニュージーランド人を雇いたと話をしたが、指定ができないということで英語圏であれば、約束ができるが応募があるかどうか分らないとのことであったが、ニュージーランド人でないと意味がないので、一人でも応募があったら厚木市にと交渉をした。通訳業務だけが業務内容であるが、各種イベントの企画や英語版のパンフレットを作成している。ニュージーランドのカルチャーキャンプなどを担当してもらっている。

Q 9 賃金等はどのくらいなのか。

A 9 年間予算では、400万円くらいである。月28万円くらい。1年目が28万、2年目が30万と若干上がる。

Q 10 今後の課題のところ、観戦ツアーの企画というのがあったが八代市もハンドボールのアジア選手権大会を県と連動しながらやっているが、非常に苦慮するの

が観客の動員の問題、チケットングこれが一番の課題で執行部が苦慮しながら一生懸命やって、何とか今年は成功に導いた。来年は本番の女子ハンドボール世界選手権大会があるが、いろいろと試行錯誤しながらやっているが、ラグビーワールドカップのチケットングであるとか、県からのノルマ的なことなどがあり苦慮されているとか、現在苦勞されているところとかないか。

A10 ラグビーワールドカップに関しては、県にラグビーワールドカップ推進課という部署があり、そこと情報共有をしてるが、本大会のチケットはかなり売れているということであるので、特にノルマとかはない。

オリンピックについては心配ないと思うが、本市としてはチケットをいかにして確保できるのかということが課題だと思う。これについては、旅行会社とタッグを組んで確保していくしかないのかなというふうに考えている。

パラリンピックについては、組織委員会の方も頑張っているのだから、動きによっては、自治体の方にも何かしあるかもしれない。チケットングに関する課題というのは、いかに確保できるかということが当面の課題である。

Q11 予算面について、熊本でもラグビーがあるが負担金の問題があり担当課もラグビーに名乗りをあげたいと思ってはいたがかなりの負担金の額で、女子ハンドボール世界選手権の負担金についても億単位の金額である。神奈川県と厚木市の負担割合は違うと思うが、オリンピックに当たってのホストタウンとしてのニュージーランドを受け入れて負担していくのとは別として、大会に関わる負担金の問題というのはどの程度なのか。

A11 それについての負担はない。5300万円というのは、独自にニュージーランドと交流をするキャンプを受け入れたり、交流事業をする予算が5300万円で、国からも県からも負担金などない。通常、ホストタウンというのは、半分国からの補助金があるが、本市は普通交付税の不交付団体であるため国からの支援はない。本大会に対する負担金のようなものは一切ない。

Q12 5300万円というのは、ニュージーランドの選手の旅費であったり宿泊費、活動費を一般財源で賄って行かれるのか。

A12 はい。2020年を超えると、理由もなくなってくるので今年から企業の方々と一緒にスポーツ交流の財源を確保し、本市は企業1万社くらいあるため、企業の方々にも支援いただきたい。

Q13 オリパラに向けて今、企画政策課の中にオリンピック・パラリンピック推進係を組織上設置されているが、オリパラが終わった後はレガシーをいかに継承していくかという視点でいくと、御市はその後の組織体制として5つの交流事業をされているが、どのような方針でいるのか、またそれを担う体制としてはどのような構想でいるのか教えてほしい。

A13 例えば、教育交流であれば今も教育委員会の職員とも一緒にしているので、留学プログラムのときは教育委員会にいる英語の職員も一緒に随行している。2020年以降は、教育委員会でやってほしいと教育長とも話している。ほかの交流事業についても関係セクションに引き継いでなるべく事業は続けていきたい。

※別添資料

- ・ CREATE A LEGACY
- ・ ホストタウン交流事業パンフレット
- ・ 議会だより
- ・ 厚木市の概要
- ・ AT SUG I (ガイドブック)

※視察の様子



東京都葛飾区

1 視察日時 令和元年5月9日(木) 10:00~11:30

2 調査事項 『葛飾ブランド創出支援事業について』

3 調査内容(説明内容)
※別添資料のとおり

4 主な質疑応答

Q1 おもしろい取り組みだと思ったが、なかなかイメージが付きにくい。どのような商品があるのか。

A1 今までの認定商品は、基本的には機械の部品などになる。食べ物としては、「旭カレールウ」というのがあり区内で製造している。認定というのは、なじむものなじまないものというのがある。

Q2 作るまでのエピソードを募集されるが、作った後の成功物語というのはないのか。

A2 メディアへの露出というのが、認定されたことによって製品自体を取り上げてもらう場合もあるし、企業としてもテレビ局などで取り上げたりしている。

もともと、葛飾区の企業は下請けが多かったので横のつながりがなかったが、葛飾ブランドに認定されて企業同士で集まってネットワークができたことが、最大のメリットだったと聞いている。これによってグループができていたのでグループの中で仕事を回したりとかしている。また、展示会に出る規模の企業というのは、非常に少ないので葛飾区がブースを借りて「皆さんでPRに出ましょう」ということで展示会に出ることによって「どうやって自分の技術を売るのかなど勉強になった」とか、「技術はあるが下請けであるため展示会で技術をPRするのは難しい」とかいろいろな意見がでるようになった。

Q3 認定実績について、19年度は10件となっているが、どのくらい出展があったのか。

A3 当初のころであると、大体10~11件くらいの申し込みがあった。27年度が急に5件に下がっているように見えるが、ちょうどこの時期に新規認定を広げるというよりは、既存の認定者への支援を充実していった方がいいだろうということで、今後はある程度絞って厳選していかないと質という面で担保できないというところで、このときに一つ切り替えたという経緯がある。いわゆる数から質に変えた。30年度は、3件であるが申し込みは6件あった。

- Q 4 漫画は公募されるとあるが、公募の費用はどのくらいか。
- A 4 一人10万円。1作品10万円。
- Q 5 何人くらい応募があるのか。
- A 5 昨年度でいうと、3漫画で3人。
- Q 6 このようなブランドを発信して、区内の経済活性化に寄与されるという目的もあると思うが、このような取り組みの発想というのは、どういう背景で持ち上がったのか、区の職員からの発意なのかその辺りについて教えてほしい。
- A 6 区の職員も企業も商工会議所も入っていて「このままではだめだ」ということで、自分たちで考えて積み上げてきた。そんな中で漫画で書けばわかりやすいということだったと思う。当初は、漫画はなく文書のみであったため、わかりづらいということもあって企業等も含めて話し合っただけで今に至っている。
- Q 7 葛飾ブランド推進協議会に工業関係者とかがいるが、企業にとっては特許というか、いろんな製造過程の中で知られたくない情報もあると思うが、その辺の絡みはどうなのか。特許申請を出された後に公募されるのか。
- A 7 特許を取得していれば特に問題はない。区内の企業については、まだ特許を取得するまでに行かない企業が多い。中小零細なので特許する＝公開するというふうにつながってしまう。誰にもまねできないから特許は取らないで行こうという、企業が多い。
- Q 8 漫画であったりロゴであったりわかりやすいというか、インパクトが強いと思う。子育て世代から中堅世代の方々が後継者の枠組みの中に何割程度いるか、世代間の意識の違いとか、この事業をとおしてなにか感じることはないか。
- A 8 団塊ジュニアが引き継いで社長なり専務なりでやっていることは、多分その後もつなげていくと思っている。しかし、そこまでいっていないところが多いのかなと思う。若い人たちが商工会議所に集まって「ユース葛飾」という青年部を作ったり、それとは別に違うところで若い人たちが集まってグループを作ったりとかして動いているため、このような方々は支援していきたいと思う。
- Q 9 認定されたことによってこの会社の業績はどのような感じなのか。
- A 9 認定によってある程度業績は上がってきているところが多いと思う。

※参考資料

- ・ 葛飾ブランド「葛飾町工場物語」、応募要項
- ・ 第12回「葛飾町工場物語」認定製品ストーリー漫画（冊子）
- ・ 議会だより
- ・ 広報かつしか
- ・ 葛飾観光ガイドマップ

- ・ 葛飾区の概要
- ・ 葛飾区議会年報

※視察の様子



<< 各委員所見 >>

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【成松由紀夫】

- ◆視察日：令和元年5月8日（水）
- ◆視察先：東京都練馬区
- ◆調査項目：練馬産農産物のブランド化の推進・支援事業について

・練馬区の特徴として23区内の農地の約4割を練馬区が占め、農業者は面積当たりの収入が高い。

・事業の概要として、農業者支援・育成はもちろんのこと、ホリマルシェ等の販売イベントの開催や農産物のブランド化の推進、世界都市農業サミットの開催や農の風景育成地区制度の活用等による農地保全に向けた取組等がある。

・農産物のブランド化や魅力の発信方法等については、農業、商業等が連携した即売会や駅等での農産物の直売イベント等を開催し、都市農業の魅力と実感・体験できる事業を推進し練馬産農産物のブランド化にとり組み、練馬産農産物の魅力を発信している。

・現状としては、少量多品目栽培による充実した庭先販売や農業体験農園、観光農園等、都市農業の魅力を活かした農業経営が意欲的な農業者により展開されている。成果として、都市農地保全推進自治体協議会の会長として国に農地制度等の改正を要望し、H29年5月に生産者地法が一部改正され、下限面積が500m²から300m²

となり、直売所や農家レストラン等の設置が可能となった。また、1130年

6月に都市農地の貸借の円滑化に関する法律が制定され、貸借した

生産緑地への納税猶予制度の適用拡大がなされた。

・課題は相続時の税負担や後継者問題等から、農地制度の改正や

農業者の収入を向上させて経営基盤を強化することが必要である。

このからの農業は、~~発想~~の転換と、それによる国への働きかけが重要

だと感じた。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【成松由紀夫】

- ◆視察日：令和元年5月8日（水）
- ◆視察先：神奈川県厚木市
- ◆調査項目：オリンピック・パラリンピック支援推進事業について

・事業の概要として、厚木市は2020年東京オリパラ大会のニージーランドのホストタウンとして登録されており、ホストタウン相手国との交流を深める為、「キャンプ」「スポーツ」「歴史・文化」「教育」「食文化・農業」という5つの交流事業を展開し、短期的な主な役割として、スポーツ振興、健康増進や国際交流の促進、交流先のマッチング等があり、2020年以降、長期的シガシーとして、NZの経済交流、友好都市の締結、グローバル人材の輩出等がある。

・事業の成果として、NZ大使館、NZ企業との連携が進み、事業を進めるに当たり、現地での報道でもとり上げられることが多くなり、一定のシティプロモーション効果は出ている。教育交流では2018年4月に教育、留学に関する政府機関「エデュケーション・ニージーランド」と教育に関する了解覚書を締結し、教育交流は活性化し、児童生徒や教職員同士の交流プログラムも深まっており、一定の成果が出ている。

・市民から評価や効果については、市民に対してのホストタウンの周知については、ほぼ浸透しており、オリンピックを当市に招き、講演及び

スポーツ教室を開催して

- ・今後の課題としては、大会開催時の観戦ツアーの企画(チケット等)、本大会時のハブとなるような場所の設定等がある。
- ・本事業は、厚木市の地の利を活かし、オリンピック(東京)セーリングワールドカップ(横浜)と意識して、インバウンド効果に結びつけていると感じた。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【成松由紀夫】

- ◆視察日：令和元年5月9日（木）
- ◆視察先：東京都葛飾区
- ◆調査項目：葛飾ブランド創出支援事業について

- ・事業の概要として、葛飾区には高い技術をもった町工場が集積しています。しかし、その高い技術も駆使して製造された製品・部品等（各種加工処理品等）は、その高い技術も精巧さが一般消費者に伝わらないまま、雑多な製品の中に埋没している。そこで、葛飾区と東京商工会議所葛飾支部は、その高い技術も駆使して作られた製品・部品等を葛飾ブランド「葛飾町工場物語」として、認定し、その製品にまつエピソードや技術の詳細をストーリー性を持たせて「物語」として発信している。
- ・推進体制や販路拡大については、「葛飾ブランド推進協議会」と公平公正な製品等の審査を担う「葛飾ブランド認定審査委員会」を設置し、葛飾ブランド「葛飾町工場物語」の事業を進めており、販路拡大・販売促進については、イメージに合わせた「ロゴマーク」を付与し、見本市や産業フェアへ出展、展示即売、また、チラシの発行やホームページ、広報紙へ掲載等をしている。
- ・現状として、都内3位の工場数（2131件）が熱意と誇りも

をもってとりくみ、効果として、マシカを営業ツールとして活用し、ロゴマーク活用で宣伝し、Xメディア露出と広報PR等でブランド事業の宣伝と新規顧客の開拓に寄与している。そもそも横のつながりが高かったがネットワーク化され、企業間の決定コラボ製品につながっている。

・感想として事業内容が分かりやすく（マシカ等）イメージのインパクトが大きいと感じた。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【西 濱 和 博】

◆視察日：令和元年5月8日(水)

◆視察先：東京都練馬区

◆調査項目：練馬区農産物のブランド化の推進・支援事業について

(1)練馬区の都市農業の概要について

- ・住宅地の中にながりの規模の農地が点在し、市民生活と融合した農業が営まれている。
- ・農業体験ができる農園や果樹ファーム等、都市の住民ニーズに答え発展してきたものであり、練馬区は「全国の都市農業を牽引してきた」と捉えている。
- ・大都市における上記のような農業・農地のあり方は、世界的にも稀なものであり、練馬区の都市農業は、我が国の都市生活を更に豊かにする可能性を持っている。

(2)練馬区の都市農業の特徴について

- ・東京都23区内の農地(526.9ha)の約4割(215.6ha)を練馬区が占めている。
- ・面積当たりの収入が高い。…東京都の平均：300万円/ha、練馬区：563万円/ha
- ・キャベツの生産量は、都内1位。その他、ブドウも1位、柿は2位と果樹栽培が活発。体験農園は練馬区が発祥地とのこと。……区画数は全国の2割以上を占めている。
- ・都心にいながら気軽に農に触れ合える。…都心から約30分で移動できる距離にある。都内の観光農園総数147のうち、練馬区が38園を占める。

(3)課題等について

- ・この23年間で、約52%にあたる236haの農地が減少している。
- ・農業従事者の減少と高齢化……①減少：H10年(1,740人)⇒H29年(964人)
②高齢化：H29年現在、60代以上が約66%
- ・平成30年度区民意識意向調査によると、農と触れ合いたい区民は62.3%と高い数値を示しているものの、一方、約70%の区民が農業体験をしたことがないと回答。

(4)練馬区の取組の成果

- ・市街化調整区域内農地を持つ都内38自治体からなる「都市農地保全推進自治体協議会」を設立。練馬区がその会長職を務め、国に対し農地制度の改正を要望してきた。

⇒平成30年6月：都市農地の貸借の円滑化に関する法律が制定され、これまで貸借ができなかった生産緑地(農地)の貸借が可能になった。

- ① 貸借した生産緑地にも買取申出制度を拡大。
- ② 貸借した生産緑地への納税猶予制度の適用を拡大。

(5)まとめ

- ・平成30年6月に、都市農地の貸借の円滑化に関する法律が制定されたことを受け、練馬区内の農業者に対し、今後の農業経営等に関する意向を調査されたか、と尋ねた。担当者からの回答：平成30年度に実施した「区民意識意向調査」の中において、農業者に対してお尋ねをしている。その結果、概ね7割強の農業者が、現状の農地規模を維持したいとの意向。また、約8割の方が農地は売らずに貸借の意向を持っている。経営者として実働していくか否かは別として、農業存続に対する思いが垣間見られた。
- ・本年11月には、「世界都市農業サミット」が練馬区で開催される。今後、都市農業とい特殊な政策を推進していくにあたり前記の法施行はまさに画期的な転機であったと思う。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【西 濱 和 博】

- ◆視察日：令和元年5月8日(水)
- ◆視察先：神奈川県厚木市
- ◆調査項目：オリンピック・パラリンピック支援推進事業について

(1) 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けたホストタウン交流事業について
・厚木市では、東京オリンピック・パラリンピック競技大会のニューージーランドのホストタウンとして登録されており、ホストタウン相手国との交流を深めるため、「キャンプ」、「スポーツ」、「歴史・文化」、「教育」、「食文化・農業」という5つの交流事業を展開している。

(2) 事業実施の経緯について

- ・厚木市内のラグビー関係者が、ニューージーランド代表チームのコーチ陣と交流があったことから、これを手掛けに市がニューージーランドラグビー協会と交渉を始めたのが契機。

(3) 事業の成果について

- ・現地でもホストタウンとして報道されることが多くなり、一定のシティプロモーション効果があると認識している。また、2018年4月、教育・留学に関する政府機関である「エデュケーション・ニューージーランド」と教育に関する覚書を締結した。この締結を契機に、教育交流が進展し、相手国との児童・生徒や教職員同士の交流プログラムも深まっている。

(4) 質疑を通じて

・かかる予算について

⇒本来、ホストタウンに登録された自治体に対し、国からの補助金制度があるが、厚木市は交付税の不交付団体であることから国からの補助金はない。

なお、これまで5～6件のキャンプを受け入れているが、関する事業費総額は約5,300万円であり、全てが市の一般財源であるとのこと。

・この事業に取り組む厚木市の考え方・捉え方等について

⇒世界の三大イベントの一つが、本市で開催されることの意義は非常に大きい。本市の子どもたちがグローバルに育つように、また、2020年以降しっかりと財産として残せるように、伝えていくことの大切さを実践していく。

・ホストタウン登録に至るまでの県や国との連携や調整の経緯について

⇒国とのやりとり、とりわけ内閣府との協議等にしっかりと取り組んできた。

(5) まとめ

- ・ホストタウン登録を巡っては、全国の多くの自治体において、恐らく熾烈な競争が繰り広げられたことと察する。背景として、厚木市内のラグビー関係者が、ニューージーランド代表チームのコーチ陣とコネクションがあったとの説明を受けたが、ホストタウン登録を国に認めてもらうまでには、各方面に総力をあげて尽力されてきたものと感じた。
- ・かかる予算総額については、国の補助金なくしてこれまで約5,300万円で運営されているとのこと、少ない経費で最大の効果を生み出す努力をされていることが窺えた。
- ・市は「理事」職に国から2人の職員を受け入れており、このことも後押しとなっている。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【西 濱 和 博】

- ◆視察日：令和元年5月9日(木)
- ◆視察先：東京都葛飾区
- ◆調査項目：葛飾ブランド創出支援事業について

(1)葛飾区の工場に関する現状について

- ・都内23区では、大田区、墨田区に次いで3番目に多い工場数(2,131件)がある。
- ・葛飾区の工業製品の多くは部品であり、職人の技術によって支えられており、多くの工場が熱意と誇りを持って取り組んでいるとのこと。
- ・製品や部品を作る過程で、様々な努力や工夫を行っており、数多くのエピソードがある。

(2)葛飾ブランド戦略に至る背景について

- ・区内製造業の大多数は下請け ⇒ 自社オリジナル製品を持たない企業が大半。
- ・中小企業の中でもいわゆる零細企業が多い ⇒ 従業員4人未満の工場が全体の約6割。
- ・下請け体質からの脱却を目指していた ⇒ 自社製品開発に乗り出す企業が増えてきた。

※上記の状況を踏まえ、期待できる商品を応援するための仕組みづくりとして、「葛飾ブランド創出支援事業」に取り組むこととなる。

(3)葛飾ブランド創出支援事業の概要について

- ・区内工場の優れた製品・部品・技術のすごさ、ユーザーに対する安心・信頼等を“未来を照らす技”葛飾ブランド「葛飾町工場物語」として認定する。
- ・製造背景やエピソード等を交え、分かりやすく伝えるためにストーリー性を持たせて、漫画や紹介記事で広く区内外にPRしていく地域ブランド発信事業。
- ・この支援事業は、平成19年から始めており今年で事業開始から13年目を迎える。毎年度5品目程度の認定予定。現在、87の製品・技術を認定している。

(4)認定を受けることによる特典

- ・製品や技術を漫画でPR：各種メディアへの広報。公式HP、フェイスブックへの掲載。
- ・展示会などへの出展：町工場見本市。葛飾区産業市。国際雑貨EXPO等。
- ・ロゴマークの使用：平成25年に商標登録しているロゴマークの使用の認可。
- ・交流会への参加：「葛飾ブランド認定者交流会」会員として異業種との交流。

(5)まとめ

- ・葛飾ブランド創出支援事業の効果について、例えば、漫画を営業ツールとして活用すると第一印象のインパクトが大きいため、その後の商談が進めやすくなる。また、ロゴマークを自社の名刺や製品に入れて使用することにより、ブランドの説明を織り交ぜながら商談することで、ブランド事業の宣伝にも繋がっているとのこと。この支援事業を通じてメディア露出や広報PRができていることから、問い合わせや商談の機会が増え、新規顧客の開拓に寄与しているとの説明があった。このように当該支援事業について、当事者である企業サイドが恩恵を肌で実感している事例が多数あることは、事業の効果を押し量る上で大きな手応えとなっている様子が窺えた。
- ・この支援事業は、「葛飾区」と「東京都商工会議所葛飾支部」の共同プロジェクトとして推進されていることも、社会的信用を得、評価される要因になっているものと推察する。また、この事業の発意はコンサルタントではなく区であったことに職員の熱意を感じた。

八代市議会経済企業委員会 管外行政調査所見

改革・市民の会 亀田英雄

今回の視察は、元号も新たになって最初の視察であったが、長い連休明けで何かと不安があったが、無事に終わることが出来た。

担当の事務局職員、対応いただいた先方の多くの担当の皆さんには、心から感謝申し上げるものである。

以下、それぞれの所見を簡単に述べたい。

◆視察日：令和元年年5月8日(水)

◆視察先：東京都練馬区

◆調査項目：・練馬産農産物のブランド化の推進・支援事業について

《所感》

大東京の練馬区は一般会計予算 2700 億。練馬大根は有名でも農地は少なく、農業費の予算は 5 億という少額であった。それでも農業がしっかりなされている、世界でも稀な都市であるとの事であった。

どの地域にも共通することであるが、農業の担い手は不足しており、農家を手伝ってもらうレベルではあるが、年間一万円の受講料、三年間の取り組みで「農の学校」という取り組みをされていた。

果樹などの栽培は好調で、一ヘクタール当たりの農業算出額は高く、最近になって若い世代の就農者が増えているとのことであった。

課題は農地の減少ということで、23年間で236ヘクタール減少したとのことであった。生産緑地をいかに減らさないかとの取り組みで、農業を継続するという条件での相続税の税制の優遇もなされ、農地を残せる条件も整備されていた。

都会で農業を継続するということの難しさの一面であるが、地方でも大規模になれば同様の悩みはあるのではないかと感じた。

それでも住宅供給を止める意思はないとのことであり、農地を残すという取り組みの中で微妙な政策をとらざるを得ないのかなという印象が残った。

有名な練馬大根は 20 軒、1 万 4 0 0 0 本の生産委託ということであった。練馬大根は長く、収穫に苦労があるようであるが、名物・特産品を残すという取り組みがされていた。八代でもい草の栽培について課題がある中で、何か参考にならないかと感じた次第であった。

◆視察日：令和元年年5月8日(水)

◆視察先：神奈川県厚木市

◆調査項目：・オリンピック・パラリンピック支援推進事業について

《所感》

厚木市はアメリカ軍の基地があって大変だとの先入観があったが間違いであった。そんな感じで始まった視察であったが、厚木市の取り組みは独創的で何をしたいのか目的がはっきりとされており、そのうえで様々な取り組みがされており、聞いていて気持ち良いものがあった。

厚木市は交付税の不交付団体であり、潤沢な資金にものを言わせての話かと思いきや、実際はそうでなくて、大会への負担金などもなくて驚いた。

基本的に、市民にどれだけ還元できるか、理解を得られるだけの事業に取り組めるか、ということがしっかりと押さえられており、市民に良かったと思ってもらえるように、子供たちに何かが残るようにという姿勢には尊敬すべきものがあった。
どこかの市と姉妹都市を結ぶという手法ではなく、多くの市と広く交流されるということで、しっかり戦略も図られていた。目的がしっかり、はっきりしており、感心させられた。

- ◆視察日：令和元年年5月9日(木)
- ◆視察先：東京都葛飾区
- ◆調査項目：・葛飾ブランド創出支援事業について

《所感》

葛飾区は言わずとして知られた漫画の「葛飾区亀有派出所」の両さん、また、映画の「男はつらいよ」の寅さんの町の印象が強く、東京でも大田区、墨田区に次ぐ、指折りのモノづくりの町とは意外であった。

その多くは下請けであり、四人未満の工場が約6割ということであったが、それでもその体質から抜け出し、自社製品開発に乗り出す企業が増えてきたということ踏まえて、区内製造業の活性化を目指しての支援事業であるとの事であった。

それぞれが熱意と誇りをもって取り組んでいるという現状に、行政がどのように支援するものかということであるが、取り組みのコンセプトがきちんとしてあり、手法に独自性が感じられた。

製品の良さ・すごさ、製品が出来るまでの努力・工夫、自らの熱意・誇り、また、ユーザーに対する安心・信頼をわかりやすく伝えるために漫画で紹介するというやり方はインパクトがあり、様々な相乗効果を生み出しているようである。

葛飾区の地域資源とも呼べるものの有効活用でもあると感じられた。

上手くマッチングしたこの事業はこれ自体が「葛飾ブランド」であるが、考え方は学ぶべきであると感じた。

最後に

それぞれの研修先で手厚く説明を頂き、質問も活発にあり、内容も濃いものであったと思った。

視察の中で八代にも応用が出来るものは多くあったと思う。

どうすれば、市民に理解を得られるのか、市民に還元できるのか、生活に行政の取り組みが良かったと実感できるのかという考え方で原点に帰り、真剣に取り組みたいものである。関係者のなお一層の奮起を期待し、視察の成果を市政へ還元できるようにしたい。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 北園 武広 】

- ◆視察日：令和元年5月8日（水）
- ◆視察先：東京都練馬区
- ◆調査項目：練馬産農産物のブランド化の推進・支援事業について

1. 現状と区の取り組みの概要

練馬区には多くの農地が残されていて、東京23区の中で最も多く、23区にある農地の約4割の農地面積を有している。

少量多品目栽培による充実した庭先直売や、農業体験農園・観光農園など都市型農業の魅力を活かした農業経営が、意欲的な農業者により展開されている。

都心近くにありながら、農を身近に感じられる都市であり、農地が新たなコミュニティとなり農が人々のよりどころとなっている。

2. 取り組みの方向性・ブランド化の取り組みと成果について

取り組みの方向性は大きく3つに分類できる、(1)国へ制度改正の働きかけとして、市街化区域内農地を持つ都内38自治体が会員となる、都市農地保全推進自治体協議会の会長として国に農地制度などの改正を要望する。平成27年4月に都市農業振興基本法が制定され、都市農地は「宅地化すべきもの」から「あるべきもの（必要なもの）」と変化した。平成29年5月に生産緑地法が一部改正され、生産緑地地区の指定に係わる下限面積が500㎡から300㎡となり、また、生産緑地地区内に直売所や農家レストランなどの設置が可能となった。

平成30年6月に都市農地の貸借の円滑化に関する法律が制定されて、生産緑地

の貸借が実質的に可能となる。このことで、貸借した生産緑地にも買取申出制度を拡大や、貸借した生産緑地への納税猶予制度の適用拡大がなされた。

(2) 意欲的な農業者への支援として、平成27年3月に練馬区「農の学校」を3年間開校して、ねりま農サポーターを育成し、支え手を必要とする農業者とつなげる。平成31年1月末で、ねりま農サポーターを70名育成し、支え手を必要とする農業者とのマッチングは41件にもなり、担い手不足の解消に繋がっている。また、経営改善に計画的かつ意欲的に取り組む農業者を練馬区認定農業者、練馬区都市型認定農業者として認定し支援していて、農業簿記の講習会や記帳会を開催したり、経営改善のためのパイプハウス等の整備を支援している。

(3) 農とふれあえる機会の充実・魅力の発進として、農業・商業などが連携した即売会や駅などでの練馬産農産物の直売イベントなどを開催し、区内外の住民が都市農業の魅力を実感・体験出来る事業を推進している。

3. 事業の効果など

このような事業が継続的に展開されたので、区民にとって都市農業・農地は都市生活を豊かにするものであるという認識が、アンケート調査では79%もあって、美味しい練馬産農産物を食べたい。農業体験がしたい。農業者を支えたいなど、農に対する区民の想いや意識が高まった。

4. まとめ

練馬区には、都市の生活と農業が融合して一体となっているまちの姿は、まさに市民生活と融合する生きた農業があり、農地の減少や農業従事者の高齢化と減少

はあるものの、農業者が魅力ある練馬の都市農業を担っているという誇りが感じられた。またこれからの取り組みとして、世界都市農業サミットの開催や、生産緑地の貸借制度を活用した農地の保全・障害者施設と、農業者の連携の推進など魅力ある事業の拡充や推進が計画されている。本市は県内でも有数の農業生産地ではあるが、市民生活にとって農業の魅力・価値を、もっと知って頂けるような情報の発信や、消費者と生産者を繋げるマルシェや感謝祭などを開催して、実り多き八代産農産物に誇りを持てるような仕掛けが、今回の視察で重要に感じた。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 北園 武広 】

- ◆視察日：令和元年5月8日（水）
- ◆視察先：神奈川県厚木市
- ◆調査項目：オリンピック・パラリンピック支援推進事業について

1. 経緯と事業の概要

市内ラグビー関係者が、女子7人制ラグビーニュージーランド代表チームのコーチ陣とコネクションがあり、厚木市でラグビーのキャンプを受け入れてみないかとの話から、市がニュージーランドラグビー協会と交渉を始めたのがきっかけとなり、協会関係者・ニュージーランド政府関係者とミーティングを重ね、スポーツ以外の分野でも取り組みが推進された。

事業の概要としては、2016年から2020年までホストタウンとして、5つの交流事業が推進されている。1つは「キャンプ交流」で、女子7人制ラグビーニュージーランド代表チームのトレーニングキャンプの受入れなど、チームの支援をしながら、スポーツの振興・国際交流の促進を図る。2つ目は「スポーツ交流」で、ラグビー教室などを開催し、子ども達にレベルの高い技術を体験する機会を提供する。3つ目は「歴史・文化交流」で、子ども達がニュージーランドの歴史や文化を学び、ニュージーランドをより身近に感じてもらうための国際理解講座を実施している。4つ目は「教育交流」で、高校生・大学生を対象とした留学、ワーキングホリデー、親子留学など留学に関するセミナーや案内説明会を開催されている。5つ目は「食文化・農業交流」で、ニュージーランドフェアを開催し

フード、ドリンクなどを紹介・販売するとともに、両国の写真の展示や留学などの案内を実施している。その他に、市民へのホストタウン普及啓発・ニュージーランドでのシティープロモーション・ニュージーランド国籍の CIR(国際交流員)の採用などがある。

2. 事業の成果など

ホストタウン交流事業を進めた事により、現地で報道でも取り上げられることが多くなり、一定のシティープロモーション効果は得られた。また教育交流では、2018年4月に、教育・留学に関する政府機関「エデュケーション・ニュージーランド」と教育に関する了解覚書を締結し、児童・生徒や教職員同士の交流プログラムも深まり、一定の成果が得られた。

3. 事業の効果・市民からの評価など

市民に対してのホストタウンの周知については、概ね浸透していると捉えている。ホストタウンになる以前は、ニュージーランドとの交流はなかったが、本事業の積極的なプレスリリースや毎月の市広報でも「ホストタウン通信」としてコラムを入稿したり、オリンピック・パラリンピック事業についても、SNSを活用した情報発信に努めた効果と捉えられている。

4. 今後の課題や問題点

本大会開催時の観戦ツアーの企画を計画した際に、市民をどの程度募集できるかなどや、本大会時のハブとなるような場所の設定などの課題や問題点がある。今後の経済交流が重要になると考えられている。

5. まとめ

厚木市において、多種多様にわたる事業の推進や、他国との信頼関係を築き上げるのに、行政の企画政策課の舵取りが熱心に行われていた様にした。

本市において国際大会やキャンプ誘致を進めるにあたり、核となる開催場所の確保や宿泊施設・導線の確保などハード面での多くの課題や、ホストタウンとなる為のサポート体制の整備・国際交流員の採用など、かなりハードルが高く感じた。

今後は国内外のスポーツにおけるビッグイベントを可能な限り誘致し、経済企業団体・競技種目団体など多種多様な団体で構成する、プロジェクト委員会を結成して情報を共有し、連携した推進が必要ではないかと感じた。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 北園 武広 】

- ◆視察日：令和元年5月9日（木）
- ◆視察先：東京都葛飾区
- ◆調査項目：葛飾ブランド創出支援事業について

1. 事業の概要と目的

葛飾区には高い技術を持った町工場が集積している。しかし、その技術を駆使して製造された製品・部品などは、その高い技術や精巧さが一般消費者に伝わらないまま、雑多な製品の中に埋没していた。そこで、葛飾区と東京商工会議所葛飾支部は、その高い技術を駆使して作られた製品・部品などを葛飾ブランド「葛飾町工場物語」として認定し、その製品にまつわるエピソードや技術の詳細をストーリー性を持たせて「物語」として区内外に発信するようになった。

平成19年に葛飾ブランド創出支援事業が始まり3年毎に更新し、毎年度5品目程度の認定を予定し、現在では87の製品・技術を認定している。

2. 事業の効果・販路拡大など

様々な種類の展示会に出展することで、認定企業の販路拡大や葛飾ブランドの認知度の向上に繋がっている。また、「展示会出展補助制度」を設け、主な展示会等の出展に合致しない企業向けに、50万円を上限に補助制度を設けている。

その他にも、事業内容が分かりやすいマンガを営業ツールとしての活用や、ロゴマークによるブランドの説明を織り交ぜながら商談することで、ブランド事業の宣伝効果にも繋がっている。

3. 今後の課題や展開など

今までは、企業・商工会・行政との連携が無かったが、ブランド化の取り組みを通じてネットワークが広がったので、認定企業の交流を深めることにより、コラボ商品の開発などに向けて進展させていきたい。

4. まとめ

葛飾区内で製造された優れた製品・部品や巧みな技術で、①秀逸な技術力②信頼性③物語性を有しているものを葛飾ブランドとして認定する取り組みは、その製造背景やエピソードをストーリー性豊に区内外に情報発信していくことにより、葛飾区が高品質製造の集積地帯であるイメージを高め、葛飾区における製造業製品の評価向上による製造販売の拡大に繋げ、葛飾区内産業の活性化だけでなく、地域の活性化にも大きく貢献している取り組みであると感じた。

また、関係機関の東京商工会議所葛飾支部と、葛飾区産業観光部商工振興課が常に連携し、新しい情報を共有して葛飾ブランドを支援していて、区の職員さん方も生き生きとされていた様に見えた。本市の進むべき方向性や企業誘致活動などでも、活かせる考え方が多数含まれているので、八代市においてもこのような事業をいろんな部門で推進してみたいと感じた。

経済企業委員会行政視察所見

議員名 高山 正夫

■主な調査事項

- ・経済企業委員会「所管事務調査事項」指針の産業分野から、「経済の振興に関する事項を基に、下記のとおり行政視察を実施しました。

■視察日程

- ・令和元年5月8日（水）

■視察先

- ・東京都練馬区

■調査事項

「練馬産農産物のブランド化の推進・支援事業について」

都心近くの「農」を身近に感じられる魅力ある都市。練馬大根で有名なところ。地の利を活かし、少量多品目栽培により庭先直売や体験・観光農園が盛ん。体験者の入園も多く、都市農業・販売イベント等の開催によるブランド化の推進を図っている。また、ねりま農業の説明及び主要品目の説明・味わいカレンダー・イベント一覧等を掲載したパンフレットの作成配布、農園のDVD動画作成による放映などにより、都市農業の魅力を発信。TV取材も入る。情報強化のために、大手広告代理店博報堂の職員を任期付職員として採用し、農産物のブランド化を目指す。



経済企業委員会行政視察所見

議員名 高山 正夫

■主な調査事項

- ・経済企業委員会「所管事務調査事項」指針の産業分野から、「経済の振興に関する事項を基に、下記のとおり行政視察を実施しました。

■視察日程

- ・令和元年5月8日（水）

■視察先

- ・東京都厚木市

■調査事項

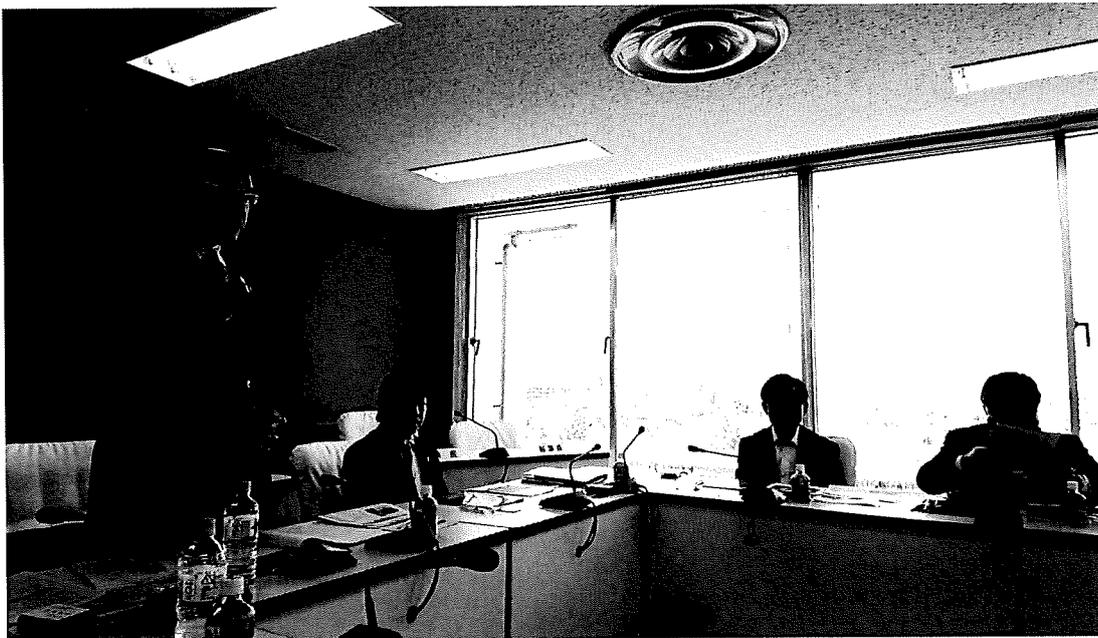
「オリンピック・パラリンピック支援推進事業について」

ホストタウン交流事業から女子バスケットボールキャンプ受入れに伴い、大使館を巻き込みニュージーランドの食（牛乳からバターを造る講座）とワイン販売など、フェア開催、70万人の来場者がある厚木市の最大のイベントとなっている。この誘致による波及効果である。

キャンプ会場については、国際規格を確保する観点から、会場の整備補修も必要となってきた。

また、トップアスリートと地域交流のために、厚木市児童生徒と選手の交流、オリンピアスポーツ交流事業など実施。

運営にあたっては、民間との交流強化が運営をスムーズにさせるポイントである。



経済企業委員会行政視察所見

議員名 高山 正夫

■主な調査事項

- ・経済企業委員会「所管事務調査事項」指針の産業分野から、「経済の振興に関する事項を基に、下記のとおり行政視察を実施しました。

■視察日程

- ・令和元年5月9日（木）

■視察先

- ・東京都葛飾区

■調査事項

「葛飾ブランド創出支援事業について」

ここ葛飾区は、高度な技術と匠が数多く存在する町工場の集積地域である。部品生産が主体である。

残念なところは、この高い技術と精巧さを、地域の人を含め一般消費者へ、ここ葛飾発信と認知されていないのが現状である。

技術者への励みとより高度化を目指すため、葛飾ブランド審査認定事業を実施。また、視覚的見地から有名漫画家による「葛飾町工場物語」を制作・発刊により、より認知度向上のための事業を行っている。



参加委員：成松由紀夫（委員長） 西濱和博（副委員長） 増田一喜 亀田英雄 北園武広
高山正夫

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 増田 一喜 】

- ◆ 視 察 日：令和元年5月8日（水）
- ◆ 視 察 先：神奈川県厚木市
- ◆ 調 査 項 目：オリンピック・パラリンピック支援推進事業について

厚木市は、ホストタウンになる以前は、ニュージーランドとの交流はなかったものの、市内ラグビーの関係者が、女子7人制ラグビーニュージーランド代表チームのコーチ陣とコネクションがあったことから、厚木市でラグビーのキャンプを受け入れてみないかとの話が持ち上がり、市が、ニュージーランドラグビー協会と交渉を始め実現に至った。

その後、協会関係者やニュージーランド政府関係者と話し合いを重ね、スポーツ以外の分野での取組（ホストタウン交流事業）を推進することになった。

教育交流では、2018年4月に教育・留学に関する政府機関「エデュケーション・ニュージーランド」と教育に関する了解覚書を締結したものである。これを契機に、教育交流は活性化していると認識している。

また、スポーツや教育のみならず、歴史・文化交流、食文化・農業交流、キャンプ交流など、多くの分野で交流を深めている。

2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピック支援についても計画し、大きな成果が上がるように努力している。本事業の積極的なプレスリリースや毎月市広報でも「ホストタウン通信」としてコラムを入稿したり、SNSを活用した情報発信に努めた結果、その成果が出ていると感じている。

また、東京オリンピック・パラリンピックには、英語圏の多くの人々が来訪するので、英語通訳等の人材の確保が必要となる。しかしながら、市民の皆さんのボランティア活動が活発になってきたので、人材確保は期待できると考えている。

我が八代市もクルーズ船の入港が増してくるので、外国人の対応や街並みの整備が必要で、行政は、通訳者の確保や商店街との連携などに力を入れる等、努力している。頼もしい限りである。なお一層の努力を期待したい。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 増田 一喜 】

- ◆ 視 察 日：令和元年5月8日（水）
- ◆ 視 察 先：東京都練馬区
- ◆ 調 査 項 目：練馬産農産物のブランド化の推進・支援事業について

練馬区は東京都23区の中で一番の農地面積を有し、少量多品目栽培による充実した庭先直売や農業体験農園、観光農園など都市農業の魅力を活かした農業経営が、意欲的な農業者により展開されている。

しかし、近年は相続時の税負担や後継者問題などから農地や農業者が減少し続けている現状が大きな課題である。このままでは宅地化が進んでしまうことになる。都市農業の安定的な継続と発展のためには、農地制度の改善と農業者の農業収入を向上させ経営基盤を強化することが必要である。（他の自治体と協力して国に対して農地制度の改善を訴え続けた）

そこで、平成27年に「みどりの風吹くまちビジョン」を策定し、その計画の一つに「農の活きるまち練馬」を掲げ、「1. 練馬の魅力・都市農業の振興 2. 多面的機能をもつ都市農地の保全」を5年後の目標とした。

そして、5か年の主な取り組みとして、

1 意欲的な都市型農業経営の支援

◎季節の味覚を楽しめる多様な果樹の直売や摘み取り等を行う「練馬果樹あるファーム」事業を支援。

◎「練馬区農の学校」を運営し、農家の支え手の育成や活用の促進に取り組む。

H.30. 3月開校、

初級コース、中級コース、上級コース各1年間で、受講料は年間3万円。

初級コース～農業について指導し、農サポーターに認定。（種蒔き～収穫）

中級コース～初級＋必要部材の組み立て・片付け）

上級コース～生産緑地を借りて個人的に営農が可能。

これまでは、生産緑地に認定された農地において営農義務を果たしてはじめて、営農義務者の所有する生産緑地の固定資産税が安く設定してあるが、その土地を貸し出すと自分で営農しないことになり、固定資産税の優遇がされなくなる状況にあった。しかし、平成30年6月に「都市農地の貸借の円滑化に関する法律」が制定され、生産緑地の貸借が実質的に可能になった。

【例えば、生産緑地を貸した場合、営農に従事する等の一定条件（営農150日中15日従事等）を満たせば、所有する生産緑地の固定資産税はそのままとする。】

本市においても農業の後継者不足が深刻な状況にあり、その解消に日々努力されているが、なかなか厳しいようである。我々も行政と一緒にあって、この問題の解決に努力したい。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 増田 一喜 】

- ◆ 視 察 日：令和元年5月9日（木）
- ◆ 視 察 先：東京都葛飾区
- ◆ 調 査 項 目：葛飾ブランド創出支援事業について

葛飾区内の製造業の大多数は下請企業で、自社のオリジナル製品を持たない企業が大半であり、中小企業の中でもいわゆる零細企業（従業員数4人未満の工場が約4割を占めている）が多い。しかし、下請け体質からの脱却を目指し、自社製品開発に乗り出す企業が増えてきていた。

この状況を踏まえ、期待できる商品を応援するための仕組みづくりとして、「葛飾ブランド創出支援事業」に取り組むこととなった。

その葛飾ブランドのコンセプトは、1. 多くの町工場が熱意と誇りを持って取り組んでいる。2. 葛飾区の工業製品の多くは部品であり、職人の技術によって支えられている。3. 製品や部品を作る過程で様々な努力や工夫を行っており、数多くのエピソードがあることである。

メイドイン葛飾の製品のすごさ、ユーザーに対する安心・信頼等をわかりやすく伝えるためにストーリー性を持たせて「葛飾町工場物語」として漫画で紹介することとした。このことにより、企業の意欲・モチベーションの向上、企業間の交流・見本市出展、PR効果による販路拡大や販売促進を促し、区内製造業の活性化につなげるものである。

その推進体制として、「葛飾区」と「東京商工会議所葛飾支部」の共同プロジェクトを策定し、「葛飾ブランド推進協議会」と「葛飾ブランド認定審査会をそれぞれに結成して、実践していくこととした。そして、ブランド名称の設定・ロゴマークの制定を行なった。ブランドカラーはエンジ色である。熟練した職人の技と情熱を共通のコンセプトに六角レンチとネジで人の形を表現し、万歳した人の形は「未来を照らす技」こそが明るい未来を開くという応援のメッセージをこめたとの説明であった。

企業のPR漫画を見たが、確かに子供から大人まで興味を引くような内容であった。通常のチラシよりもPR効果があるのではないかと感じたが、果たして本市においての効果についてはどうなのかよくわからない。