

## 建設経済常任委員会行政視察委員長報告

- 1 視察期日 平成28年10月5日（水）から10月7日（金）
- 2 視察地 石川県小松市、石川県金沢市、新潟県三条市
- 3 出席委員 日高英城、北原正勝、高橋伸治、諏訪善一良、  
加藤勝明、横山 功、保角美代
- 4 視察項目
  - 〔小松市〕人口10万8,673人（平成28年11月1日現在）
    - ・こまつ・アグリウエイプロジェクト事業について
  - 〔金沢市〕人口46万6,414人（平成28年11月1日現在）
    - ・コミュニティビジネス事業について
  - 〔三条市〕人口10万183人（平成28年10月31日現在）
    - ・三条マルシェ～ごった市@ホコテン～について

はじめに小松市の視察概要から報告いたします。

### 「こまつ・アグリウエイプロジェクト事業」について

小松市は、世界的な建設機械メーカー創業の地であり、また、国内トップシェアを誇る企業が多くあり、それらの関連企業が立地するなど、産業集積が進み、工業が盛んな印象がありますが、一方で市の面積の約7割が里山、奥山であり、この自然環境と伝統文化を活かした住民主体の特色ある事業を研究していたところ、「地域の人々と消費者とが共に連携し、官・民が一緒になって環境保全に努め、未来に継ぐことを目的に活動する地域」が認定される「環境王国」認定制度があることを知り、平成23年10月に認定を取得しました。

「環境王国こまつ」では、里山の自然資源の活用、伝統文化を活かした国内外からの誘客促進による交流人口拡大、農業所得向上のための農業振興を目的とした里山・里湖の自然文化の保全・活用、地域活性化を目的とした取り組みとして、安心・安全な農作物の推進、小松市独自の6次産業化商品の開発に力を注いでいます。

「こまつ・アグリウエイプロジェクト」は農業振興を図る「環境王国こまつ」事業の一環として、取り組んでいます。そこでは、大きく三つの事業を展開しており、「安心・安全・おいしい」農産物の魅力を活かした6次産業化商品の開発、米のブランド化・販路拡大、小松産農産物を使用した商品を地域ブランド「こまつもん」として特産品に認定し、需要拡大、地域振興・イメージ向上を図る農業振興策として取り組んでいます。

プロジェクトのひとつである6次産業化の推進は農産物の価値の上昇や消費の拡大だけでなく、加工・販売の過程から生じる雇用拡大にも期待が寄せられ、食育の推進や食文化の保全、観光資源によるまち興しなど地域活性化

を図るキーワードとして注目されています。

具体的には、6次産業化マッチング相談窓口を開設して、市内農産物を創意工夫による付加価値を高め、農業所得の向上を図るために、農商工連携や6次産業化による新たなビジネス創出のサポートを行っています。また、平成25年7月に建設機械メーカーコマツ、JA小松市、小松市の3者で、6次産業化の促進や農業技術と農業人材の育成、里山の振興と保全等のテーマを掲げた連携協定を締結し、「こまつ・アグリウエイプロジェクト」をスタートさせています。

さらには、効率的、効果的な農業経営の促進に向けた小松トマト栽培ICT化事業では、ハウス内の温度、湿度など環境データを定量的に収集し、環境条件と収穫、品質の相関関係を把握した最適条件による生産マニュアルを作成するなど世界的な建設機械メーカーであるコマツの持つ「ものづくり」のノウハウを農業に活用することで、生産性を高め、農作業の効率化など新しい農業の形となるような先進的な取り組みを進めています。

また、付加価値を付けた新たな加工商品の開発・加工・販売を支援しており、転作作物(大麦・大豆・そば)を使ったパン、バームクーヘンなど加工品の製造や規格外農産物(トマト、人参など)を活用した地元農産物ピューレ化事業により、6次産業化を実現しています。

なお、北本市と同様にトマトによるまち興しに力を入れており、規格外品を利用した取り組みとして、農林水産大臣賞を受賞した3種のトマトカレーは販売実績37万食を記録しています。現在は新たな商品開発に取り組み、地産農産物の利用拡大と小松市のイメージアップを目指しています。

今後もプロジェクトでは、農業の生産性向上、雇用創出による地域経済の活性化、地域人材の活用、新商品の開発等の取り組みを通じて、小松市の農業の活性化を図ることで、日本の農業を元気にしていきたいとのことでした。

次に、**金沢市**の視察概要について報告します。

#### 「コミュニティビジネス事業」について

コミュニティビジネスとは、持続可能なビジネスの手法を活用して、地域の抱える課題の解決を図り、地域に新しいサービスやしくみを提供し、地域を活性化する事業です。

金沢市では、高齢化の進展や商店の減少などの社会情勢の変化に伴い、食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれている市民(買い物弱者)の増加が顕在化してきたことから、平成22年度に「買い物利便性向上検討懇話会」を設置し、買い物弱者の支援策を検討しました。

検討懇話会では、地域商店街の活性化と市民の買い物利便の向上に資するため、民間事業者や商店街、地域団体などが連携する新たな流通モデルを研究し、併せて、市民の現状を把握するため、平成23年2月に食料品店の分布

状況調査、買い物動向アンケートによる「買い物弱者実態調査」を実施しました。

調査の結果、街なかの小規模小売店の減少、郊外への大型店舗の進出。また、核家族化、コミュニティの希薄化等により高齢者等の支援が必要な人が孤立化している現状が浮き彫りになり、とりわけ高齢者等で車を運転できない市民が食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれていることが課題となっていることを確認しました。

そこで平成23年度に市と事業者による買い物支援事業の社会実験として、事業の立ち上げを支援する「買い物利便性向上スタートアップ事業」を上限300万円を限度に公募型プロポーザルにより実施しました。

また、平成24年度からはコミュニティビジネス支援事業として、スタートアップ事業と併せて、フォローアップ事業を開始し、既に「買い物利便性向上事業」を行って3年未満の事業者へ事業の継続に必要な運営費を上限100万円を限度に補助し、民間事業者等による創意と工夫に富んだ新たなビジネスモデルに対する支援を行うことで、コミュニティビジネス事業の定着を図っています。

また、資金以外のソフト面での事業者への支援として、商業活性化アドバイザー派遣制度を創設し、コミュニティビジネスの起業を目指す方や現在取り組んでいる事業者の方へ専門家を派遣し、起業に向けた取り組みや事業改善・経営強化に必要なアドバイスなどを行っています。

併せて、市内の商業者が抱える様々な課題の解決を支援するため、市が相談内容に即した商業活性化アドバイザーを紹介して、アドバイザーが商業者と一緒に、課題の解決方法を考えながら事業活動の継続をサポートしています。

平成25年度からは、買い物利便性向上に限らず、地域に顕在化する高齢者の生活支援、子育て支援、地域振興などの諸課題の解決を図る事業にも対象を拡げ、地域課題の解決につながる「まちを住みよくする事業」と、商店街の活性化やまちなかの賑わい創出に貢献する「まちを元気にする事業」を目的とした「コミュニティビジネス」を公募しています。住民福祉の向上、地域活性化に結びつく事業の起業支援により、産業振興及び雇用の創出を目指して、「コミュニティビジネス」を支援しています。

また、自分達のまちを自分達で元気にすることを目的に「コミュニティビジネス起業塾」では、地域課題の解決や地域資源を活かした地域密着のビジネス起業塾を全6回コースで開催しています。座学の起業塾ではなく、講義と実践をバランスよく組み込み、ビジネスの原理原則を学びながらマーケティングを主軸としてビジネスプランを整理する取り組みを実施しています。

課題としては、社会性・地域性が強い事業であることから、ビジネスに繋がらない事業もあり、また、認知度不足、行政機関との連携不足から、実績

が上がらない事業もあり、事業の継続が難しくなっています。加えて、ニーズを捉えていない事業提案が多く、年々、採択件数も低下傾向にあります。

今後も、継続できる事業を見極め、自立できる事業への支援を包括的に行い、地域の課題を地域の資源で解決し、地域を活性化していきたいとのことでした。

次に、**三条市**の視察概要について報告します。

### 「**三条マルシェ～ごった市@ホコテン～**」について

三条市では、市街地の商店街に空き店舗が増加してきたことから、町の賑わいを創出するため、平成22年に市長の発案で当該事業を開催しています。

三条市は古くから定期朝市を開催しており、地域の特徴としてマルシェを実施するには適した、市民気質があったようです。ごった市の「ごった」とは、越後の方言で「すごい」「いろいろなもの」という意味です。

中心商店街の活性化を狙って立ち上げたこの催しは回を重ねる毎に県内外に話題を呼び、わずか6年で延べ110万人を超す集客力を誇る事業に成長しています。趣向を凝らす企画、若者を巻き込む活動が、賑わう三条の名を県内外に広めています。

各店舗には三条産の新鮮な農作物、旬の果物を使ったグルメやスイーツ、ものづくりの町ならではの手作りクラフトをはじめ、県内外の特産品も取り揃え、ライブやダンスのイベントなど様々な工夫で集客しています。

実行委員会の取り決めにより、統一されたマルシェグリーンのテントを使用した店舗が並び、会場となる通りを歩行者天国にし、中心街が年に7回、大勢の人で賑わいます。

運営するのは三条マルシェ実行委員会。当初は行政側がリードしていましたが、今は出店者や市民が参加して民間の活力を生かし自由な発想でイベント企画から情報発信、出店募集、テントの貸し出しまですべてを運営しています。

マルシェが初めて開催されたのは平成22年9月でこの年の開催は2回だけでしたが、23年度からは5月から10月の毎月1回と1月あるいは2月の計7回になりました。初年度の出店数は73店、来場者数は1万7千人にとどまりましたが、それ以降は急増し、27年度は525店、来場者が19万8千人と増加しました。

三条市は短期間でこれほどの賑わいをもたらした要因について、以下のとおり分析しています。

一つ目はよいものにこだわることです。「賑わう空間づくり」を常に考え続け、人が集まるには良い物を見つけ出し、市民に提案するため、三条市の地域の魅力を取り入れることは勿論のこと、三条市外の魅力も取り込む出店戦略を実施しています。それが交流出店の増加に結び付き、他自治体と連携す

ることで、各地の魅力ある物産や賑わう事業を持ち込んで紹介しています。現在では、北は北海道洞爺湖町から南は長崎・佐世保市までの他県、他市からの交流出店が実現しています。

二つ目は気軽に参加し、楽しめることです。希望者へは積極的に出店を認めており、出店数が毎年増加しています。また、会場には特設ステージが設置され、来場者参加の楽器の演奏や歌唱などの演芸が披露でき、来場者の参加意欲は旺盛で、やりたい人、やってみたい人を応援し、参加して楽しむ雰囲気を作り出しています。

三つ目は若者のパワーを取り込み、運営に巻き込んでいることです。高校生が、自主開発したオリジナルの菓子パンやスイーツの店を出店し、道路上では書道などのパフォーマンスを演じて、賑わいの一端を担っています。また、運営ボランティアとして、率先して会場の設営や案内、特設ステージでの司会などをこなし、マルシェに参画しています。

加えて、イベント的な事業であるマルシェの活動と日常の賑わいを生み出すため、市街地の商店街の空洞化に歯止めを掛ける取り組みも実施されています。

起業家への支援として、平成 24 年度から「創業塾ポんテキア」を開催し、商店街の空き店舗に店を出す起業家を育成する目的で、中小企業診断士や金融機関、起業家などを講師に招き、経営の基礎知識やビジネスプランの作成、創業資金の調達方法、創業体験などを学んだ受講生 29 人が 3 年間で創業し、街なかの空き店舗への新規出店者を生み出しています。

このように複合的に事業を組み合わせ、若者を含め市民を主体として、協働することでまちの賑わいの創造に取り組んでいます。

今後はさらにメディアへの情報提供を積極的に行い、市民の郷土愛の醸成による市民満足度の向上とこれまで十分とはいえない首都圏等への情報発信を強化し、賑わいのあるまち三条をシティセールスすることで地方創生に繋がりたいとのことでした。

以上が視察の概要ですが、今後、本市において参考となる事項については、ご検討いただきますよう要望し、報告といたします。

なお、詳しい資料は、議長への視察報告書に添付されていますので、必要な方はご覧いただきたいと思っております。

平成28年11月28日

建設経済常任委員会  
委員長 保角美代

北本市議会議長 三 宮 幸 雄 様