



大空町議会

平成22年度

【産業建設常任委員会視察報告書】

視察期間 平成22年10月 5 日(火)
～ 10月 8 日(金)〔4日間〕
視察先 千葉県 南房総市役所及び
市内道の駅
東京大田市場・東京青果(株)
東京都稲城市
ボッシュ(株)シャシーシステム
ムコントロール事業部
(神奈川県横浜市)



大空町議会 産業建設常任委員会

〔深川 昇・齋藤宏司・田中勝吉・小島一弘・植田泰弘
(同行)後藤議長・菊地教男・(随員)鈴木秀之〕

平成22年度産業建設常任委員会所管道外行政視察調査報告書

平成22年10月29日 提出
大空町議会産業建設常任委員会
委員長 深川 昇

産業建設常任委員会は、平成22年10月5日から10月8日までの4日間の日程で、千葉県南房総市、東京大田市場、東京都稲城市、横浜市ボッシュ(株)シャシーシステムコントロール事業部を訪問し、産業振興、農業関係市場情報の把握、企業誘致に関する情報収集、調査活動を行いましたのでその結果概要を報告します。

視察地及び視察目的

(1)南房総市

テーマ / 合併後の産業振興と地域間協力について
～ 第1回産業まつり開催経過等について
プレミアム商品券発行の現状と効果について
観光交流と地域産業・文化の振興について
～ 道の駅を中心とした観光力、集客力向上対策について～

(2)東京大田市場 / 東京青果(株)

テーマ / 北海道産野菜の市場評価について
北海道野菜産地への期待と今後の課題について～

(3)東京都稲城市

テーマ / 地域商業振興、商店街活性化の取り組み状況等について

(4)神奈川県横浜市 ボッシュ(株)シャシーシステムコントロール事業部

テーマ / 誘致企業と誘致自治体との連携協力事業の推進について

〔研修第1日：南房総市〕

10月5日、南房総市役所で、合併後の産業振興と地域間協力について、第1回産業まつり開催経過等についてとプレミアム商品券発行の現状と効果について説明を受けました。

南房総市は、平成18年3月20日に富浦町、富山町、三芳村、白浜町、千倉町、丸山町、和田町の6町1村の合併により「南房総市」として発足した面積230.22km²の市です。

人口約43,000人、世帯数は約17,000世帯で、合併時に比較し2,000人強の減少となっており、高齢化率も36%と高く少子高齢化傾向となっています。

予算規模は、一般会計で約200億ですが、30億円程は臨時交付金関係の事業であり、現在のところ各種財政指標は、千葉県内近隣5市に比較し安定した状況とはいえ、適正予算規模の財政運営を見据えて努力中とのことでした。

議会については、在任特例を適用せず、定数は、25名です。

海岸線で海水浴向けの観光産業や漁業などが行われていますが、農業が主で、米、野菜、花卉、果実の栽培、酪農などが行われており、温暖な気候を生かし、収益性の高いピワ、みかんなどの果実、花卉の産地となっています。

合併後第1回の産業まつりの開催地は、平成21年11月に「南房総市」統一開催とし、7町村の中で一番人口が多い地域である千倉地区の産業まつりをベースに開催されました。

入込数は、23,000人(同時開催の紅葉祭り)、事業費3,500千円で、補助金は、1,600千円でした。今年度も第2回を開催される予定ですが、会場周辺の駐車場が狭いため市外へのPRは、行わないとのことでした。



旧町村で行われていた産業まつりは、行政主導では継続性と発展性がないことから有志等による開催へと衣替えし、別途地域振興対策として補助対象とし継続できるようにしましたが、合併前の地域での事業を継続する地区としない地区があり調整が必要な状況であるとのことでした。

合併後の新市としての統一感を高める行事として開催企画されていますが、7つの町村による合併である関係で苦慮されていると感じました。

プレミアム商品券発行については、市内の消費行動が、隣の館山市の郊外型大型店に流出している状況であるため、昨年の定額給付金の支給とあわせ地元消費活性化を目的に実施されました。

地元消費誘導を目的にしたプレミアム商品券発行事業と併せて子育て支援策としてのプレミアム付き商品券を発行することとし、一般向け10%プレミアム付きと子育て向けに30%プレミアム付きの二本を同時に発行することとし、市内に2つある商工会連携協力し事業が進められました。一般向け商品券は、豊かなくらし応援券として、7,000セット、がんばる子育て応援券は、小、中、高校生の世帯向けとして、8,158セット発行されました。



小規模商店への波及効果を期待し、大型店やスーパーでの使用は、4枚までとの使用制限付きでした。

財源については、参加商店(326店舗)からの換金手数料(会員2%、会員外5%)と市の補助金(地域活性化交付金を充当/プレミアム10%分700万円、30%分25,000千円、事務手数料300万円)でした。

発行期間を2回に分け、地元特産品を副賞とした抽選会も3回実施し購入意欲を高める工夫も加えられ市民からの評判も良かったとのこと、地域それぞれの特長に対応したプレミアム商品券発行であると感じました。

《研修第2日目：南房総市》

10月6日は、前日に引き続き、南房総市において、道の駅「とみうら枇杷倶楽部」を中心として、「道の駅を中心とした観光力、集客力向上対策について」調査研修しました。

南房総エリアには10ヵ所の道の駅があり、南房総市には、合併した町村にそれぞれ道の駅があったため、7つの道の駅があります。一つの自治体における道の駅数は岐阜県高山市の8ヵ所に次い

で全国第2位となっています。

「とみうら枇杷倶楽部」は県内第1号の道の駅で、平成5年11月にオープンした施設です。この施設は、市が直営管理しており、株式会社「とみうら」がテナントとして入居しています。

株式会社「とみうら」は、商品販売の営業活動とバスツアー誘致など旅行企画を立て旅行会社に企画を売り込む事業も行うとともに地域の特産品の枇杷を加工し、商品開発を手掛けているという二つの特色を持っていました。

南房総市の観光客季節変動としては、昭和59年から平成5年までは、海水浴客を中心とする7月、8月に特化していた状況でしたが、平成5年に「道の駅枇杷倶楽部」がオープンしてからは、1月から3月にかけてのイチゴ狩りや花摘み、5月から6月の枇杷の活用による集客数が増加し観光客入れ込み数が平準化されるようになったとのことでした。



年間売上げは、約6億5千万円、観光バスの誘致台数は2,500台程度、最多の年には5,000台を超え、平成9年のアクアライン開通時は約10億円の売り上げがあったとのことでした。

この実績は、高く評価されており、企画運営にあたっている職員については、県の農業試験場の研究者や旅行代理店勤務経験者の人材登用を図るなど、人材確保にも工夫されていると感じました。

道の駅の開設経過と今後の展望と課題について、観光プロモーション課の篠原課長は、「この駅は、県下第1号、全国でも第1グループに出来た道の駅であるが、最初から道の駅を作る考えではなかった。枇杷を中心とした産業振興施設、農業振興施設が目的で、プロジェクトチームを作り研究し、施設の建設を検討する過程で情報収集と議論を積み重ね道の駅の制度を活用し登録した。」と語られ、先に基本プランがあり、そのプランに適した事業として道の駅制度を活用した経過であり、事業着手前のコンセプトと情報収集がいかに重要であるかを再認識しました。



今後は、「とみうら枇杷倶楽部」の道の駅を中心として、行政と観光協会も加えた中間支援組織を作り、観光集客事業、地域ブランド化事業を軸として色々な地域活性化事業を興す計画を準備中しており、議会の承認を得られれば来年4月にも立ち上げることにしているとのことでした。

合併して5年目、各道の駅施設運営の指定管理も更新時期になっており、道の駅の使用料(テナント料)の見直しを行っており、7つの道の駅で5つの会社があるため、統合に向け

研究中で、道の駅の連絡会を組織し、情報の交換と情報を共有し、7つの道の駅それぞれの違う特色を保ちながら一体化できる事業は統合し効果を高めるための検討も進められていました。

南房総市千倉地区の道の駅「潮風王国」は、太平洋を目の前にして、ロケーションが大変良く、魚

を主とした海産物の販売を行っている所でした。景観と新鮮な海産物が魅力となり集客が多くなっているとのことでした。



「ハイウェイオアシス富楽里とみやま」は、一般道からも高速道路からも入れる道の駅となっており、売り上げは市内で一番とのこと、特に農産物の販売がかなり伸びているとのことでした。

それぞれ地域の特色を生かした道の駅で、「観光プロモーション課」の担当者の熱意も大変強く感じられ道の駅を活用した地域振興がはかられている状況を直に体験できました。本町で検討されている道の駅づくりに関する議論を進める上で貴重な情報を得ることができました。

〈研修3日目：東京都大田市場〉

10月7日午前6時30分から大田青果市場の見学。午前8時から、東京青果(株)において「北海道産野菜の市場評価について」と「北海道野菜産地への期待と今後の課題について」と題して市場関係者に直接お話を伺いました。

大田市場は、東京都が管理する公設卸売市場で青果物、水産物、花卉を取扱う都内に11ヶ所ある東京都中央卸売市場の一つで、平成元年に神田市場から移転した市場です。市場用地面積は、約40万㎡と東京ドーム8個半の広さがあります。

青果(野菜)の取引は、2割がせり売りで8割が相対売りとされているとのことでした。

今年は、ブロッコリーやセロリ等の洋菜類は、夏場の高温と干ばつにより高値で推移しているとのこと、ブロッコリーは、売価が200円を超えると輸入物が増加し、特に本場のアメリカ産が入ってくるとのことでした。アメリカ産には、消費者にも抵抗感がない傾向ですが、中国などの東南アジア系となると農薬問題など安全面で抵抗感があるようだと言われているとのことでした。



大空町から出荷されている女満別産のブロッコリー、セロリ等の農産物については、虫食いも黄変もなく高い評価を受けている状況であるとのことでした。

スーパー等の商店の販売担当者、農協の担当者、市場の担当者も若い世代が中心となる世代交代時期を迎え、商品の値札の横に説明書を添付するなど店頭販売の方法も変化しているなか、市場としても生産地での高い生産技術の普及や安定流通に対する関心と期待が高まっているとのことでした。

市場での産地に対する信頼は、出荷数量が安定していることが重要であり、数量が安定していれば

ば契約も成立し易く生産地のリスクも減ることにつながるとのことでした。市場担当者の「クレームの90%は目に見えないもの、傷みキズのクレームは10%程で、出荷量の安定確保が大切である。」との言葉が印象的でした。

また、「量販店は売り上げ重視ではあるが、中堅規模の店では安売から品質重視の動きもみられる。」との話もありました。



道の駅や産地直売所が全国に1万6千店以上あり、市場流通より大きい規模となっており、気候、風土、風習などを含めて販売することが好評を得ていることを市場関係者も理解して、生産者とともに市場の役割を再認識しながら今後も努力していきたいとの話がありました。

北海道農業については、「連携ではなく連帯が必要ではないか。連帯には責任が付いてくる。来年の種を蒔く前に数量、売り先を決める。営農計画も立てやすいし農家も安心して生産できる。そのような環境作りが必要ではないか。

来年の物作りは、もう始まっている。」との話もしていただき、市場関係者からの情報収集活動が必要であると感じました。

最近、自治体の首長が、トップセールスとして地域ブランド確立のために積極的に市場に来ているとのことで、市場関係者としても産地の積極的な取り組みに対して好感をもって迎えているとのことでした。

今回の視察研修については、JAめまんべつ経済部青果課を通じて研修受け入れ先を紹介していただき、青果東京青果(株)松嶋部長、佐久間課長、加瀬課長から丁寧な説明を受けることができ大変有意義な研修機会となりました。

〈研修3日目：東京都稲城市〉

10月7日の午後からは、姉妹都市の東京稲城市にて、地域商業振興、商店街活性化の取り組み状況等について調査研修を行いました。

稲城市は、新宿副都心にも近く、サラリーマン世帯が多くなっていますが、果樹の生産など都市近郊の特色を生かした野菜組合も50～60戸あります。農業従事者の高齢化が進んでいることや梨やぶどうは良いが、柱になる作物がないなどで、市や農協、生産者も苦慮しているとのことでしたが、10月1日で人口約84,400名、毎月50～100名が増加している成長する住宅都市の側面も持っており、変化に対応した政策が展開されています。

稲城市には商工会の下に8つの商店会が存在し、152戸の店舗が営業しており、商店(個店)の状況は、他市町村と同様に高齢化と後継者不足、大型店舗の進出と小売店との競争関係等に悩んでいるとのことでした。

市としても地域商店会活性化に向けた取り組みを支援していますが、都心から30分という地の利が、逆に商店会の衰退を招き、加えて



関東に50店舗を有する大型スーパーが市内に3店舗あり、購買が流れ、商店会の衰退に拍車を掛けているとのことでした。

各商店会の通りも狭く、各店とも駐車スペースが無く、車を駐車しての買い物が難しい状況になっているため駐車スペースのある大型店に人が流れてしまっている状況に対応するため、平成21年度に商工会連合会と市の商工会が共同し、「稲城市商業活性化プラン」を策定し、21年～25年までの5年を計画として、散策マップや一店逸品運動等の各種取り組みによる商店会の活性化が図られています。

稲城市内の商業施設については、「ボックス店舗あいショップ」、「大空町アンテナショップほのか稲城店」を見学しました。

ほのか稲城店では、生産農家の品質管理と、都会では2LよりLサイズが好まれていることへの対応など、まだ課題があると感じました。

また、昨年10月に生涯学習やコミュニティ活動、芸術文化の推進、青少年の健全育成を目的に、PFI事業により整備した施設「稲城市立プラザ」も視察させていただきました。410人収容のホールや防音されたスタジオ、図書館、市役所の出張所、コンビニも入居し充実した施設で、施設内の図書館においては、蔵書管理をICチップ方式を取り入れており、施設運営においても管理運営会社が情報関連の企業で、その特色を発揮していると感じました。司書、子ども指導員等専門職員もしっかり配置もされており、教育関係所管課職員の研修に薦めたい施設であると感じました。



更に、田野倉副市長を表敬訪問した際に市立病院に併設する「健康プラザ」の建設についての概略説明を受けました。プールやスポーツジムの機能も有し、医療費の削減のため各種健診を組み合わせ、疾病予防対策に重点を置く施設とのことで市民の健康を増進する施策の展開など、市民の要望や社会環境の変化に対応した行政施策の展開において、今後とも姉妹都市として、より一層中身の濃い情報交流をさせていただき、学ばせて頂くことが多いと感じました。

〈研修4日目：ボッシュ(株)シャシーシステムコントロール事業部〉

10月8日、横浜市にあるボッシュ(株)シャシーシステムコントロール事業部を訪問し、誘致企業と誘致自治体との連携協力事業推進について田上執行役員、宮下部長、栗林セクション・マネージャー、山中マネージャーから説明を受けました。

ボッシュ株式会社は、ドイツのロバート・ボッシュ社が親会社で、自動車の点火装置の開発を行った。創業は、1886年(明治19年)株式比率～ロバート・ボッシュ財団92%。従業員は、世界グループ会社で27万人。売上高は、約5兆円であるとの説明でした。

日本のボッシュ株式会社は、1939年(昭和14年)に設立し、資本金368億円。従業員は約7千人。

売上高は、約2,100億円。本社は東京都渋谷で、国内主要拠点施設は、8ヵ所あり、女満別テクニカルセンターには、39名勤務しているとのことでした。

ボッシュ横浜事務所は、製品開発の拠点で、従業員・研究員は、870名(日本人が8割、外国人が2割)で、近々1,000人規模になるとのことでした。

会社が目指していることについて、当議会議員が質問したところ、「企業としての将来目標は、環境問題に配慮したエコ、クリーン、そして、事故に遭わない、事故を起こさない、人を傷つけない、快適な自動車の開発である。究極は事故(死亡)を無くすことを目指している。横滑り防止装置(ESC)が誕生して10年、この10年で事故が3割減少したと言われている。近々ESC装置の装着も義務化される。」との説明は社会貢献を目指している企業であるとともにビジネスチャンスが広がっている企業であると感じられました。



ボッシュ社では、来年、ロバート・ボッシュ生誕150周年(1861.09.23)、ボッシュ社創業125周年(1886.11.15)、日本進出100周年(1911.07.07)の記念イベントを実施予定しているとのことでした。

女満別テストコースの拡張工事が完成することに伴い、普段はメーカー車の技術開発関係のセキュリティの問題から立ち入りは出来ない所ですが、11月14日に参加者を限定してテストコースの視察会を実施することとしており、地域に進出している企業として、地元との交流も重要であるとして、今後も地域におけるイベントの開催を検討したいとの意向が伝えられました。

さらに、会社のテストコースのある町「大空町」に対するボッシュ社員の認識を今後更に高めていくために、大空町の食材等を紹介する「大空町フェア」を11月1日に開催を計画しており、大空町の食材を利用した試食会をしたところ評判がよいので、社員食堂で大空町の食材を利用したメニューを考えるように厨房の委託業者に指示しているとの話もありました。

会社からの説明後、後藤議長から、「昭和57年日本エービーエス(株)時代からの付き合いであり、地域とのつながりも大変強くなってきている。今回の大空町でのテストコース拡充について地域として歓迎している。今後も田上執行役員、宮下部長、栗林セクション・マネージャー、山中マネージャーを中心とした皆さんのコンビネーションの良い人々の対応で、女満別テストコースの事業推進をしていただきたい。人のつながりを大切にするよう上層部へ伝えてもらいたい。また、今回来ていない他の大空町議会議員の訪問機会を検討したいのでよろしくお願いしたい。」と要望を伝えました。

ボッシュ社側からの大空町への要望として、「テストコースの設置に関する投資の判断は、全てドイツ本社で行っているおり、各国のボッシュの子会社が競争環境におかれている。女満別テストコースについては、大空町も固定資産税の減免として3年間の優遇措置を頂いているが、どうか製造業に適用している5年間に期間を延長頂きたいとの意向を従来から山下町長に申入れをしているので、議会としても協力を願いたい。」との意向が出されました。

後藤議長から「今後話し合っていきたい。これだけの大きな企業が来ていただいていることで、地域にもそれなりの経済効果があると認識している。協力できることは、協力していきたい。」と回答しました。

会社説明、意見交流後、ボッシュ社の御好意で社員食堂にて、昼食をいただきながら懇談の場も設定され、大変有意義な視察調査となりました。

結びに、道の駅構想の推進、地域商店街の振興策、企業誘致活動の推進においては、コンセプトをしっかりと、情報を的確にとらえ、人と人とのつながり、信頼関係の構築が必要であると再認識しました。

また、産地と消費者を結ぶ市場との関係においても地域ブランドの確立や地域生産物の信頼度の向上対策として地域における関係者相互の今日的課題に対する共通認識の確立を図るとともに積極的なトップセールスの必要性も実感しました。

今回の視察調査で得た情報、知識を踏まえ、今後の町民生活の安定に向けた行政施策の展開や課題解決策を検討する委員会活動に活かしていきたいという思いを強くしました。

以上、平成22年度産業建設常任委員会の視察調査報告といたします。