

2018年10月
総務常任委員会 視察報告書

無所属みらい 嘉山 淳平

<目次>

10月23日(火)	
鎌ヶ谷市:日本ハムファイターズ2軍と地元地域・自治体との連携について.....	2
10月24日(水)	
桑名市:公民連携の取り組みについて.....	6
豊田市:スマートコミュニティの推進(とよたエコフルタウン)について.....	9
10月25日(木)	
岡崎市:中小企業・起業家の支援施設(岡崎ビジネスサポートセンター)について.....	12

10月23日

鎌ケ谷市「日本ハムファイターズ2軍と地元地域・自治体との連携について」

鎌ケ谷市教育委員会
生涯学習部
文化スポーツ課
課長 安田氏

総務常任委員会として、他都市調査を実施。本市は、横浜DeNAベイスターズのファームスタジアム、練習場等の整備や、横浜Fマリノスの練習場整備を実施しているところである。そこから、スポーツ球団と自治体が連携し、集客並びに地域活性化に寄与する施策展開をおこなっていくことが目下の課題である。そこで、北海道日本ハムファイターズのファームスタジアムを有する鎌ケ谷市の取り組みを視察した。



鎌ケ谷市の規模は、面積20km²、人口約11万人を有する郊外エリアの自治体である。豊かな農地や緑の環境があり、梨の名産地でもあることから、梨の加工品なども力を入れている。近年ではプロ野球球団の北海道日本ハムファイターズの2軍施設「ファイターズタウン鎌ケ谷」があるまちとして地名度をあげている。スタジアムが開設されたのは、平成9年3月。約2200名収容可能なキャパシティとしている。年間の試合数は60～70試合を開催している。

鎌ケ谷市とファイターズが連携しておこなっている事業（協働事業）としては、以下の取り組みを行っている。

鎌ケ谷デー	ファイターズ鎌ケ谷スタジアム及び鎌ケ谷市の知名度向上や、特産品のPRを目的に、ファイターズ鎌ケ谷スタジ
-------	---

	<p>アムで開催される試合時に、入場券や鎌ケ谷市の特産品である梨の無料配布を行う。（「ファイターズ鎌ケ谷の会」と共同実施）</p> <p>※入場券：2500枚、梨配布：1000個</p>
鎌ケ谷ランフェスタ	<p>ファイターズ鎌ケ谷スタジアム及び鎌ケ谷市の知名度向上を目的に、市内をマラソンで走る。</p> <p>※平成27年度：約1000人参加 平成28年度：約1500人参加 平成29年度：約1700人参加</p>
新入団選手歓迎式典	<p>ファイターズ鎌ケ谷スタジアム及び鎌ケ谷市の知名度向上を目的に、毎年新入団選手歓迎式典を同スタジアム室内練習場で開催するとともに、新入団選手の手形を作成し、新鎌ケ谷駅自由通路に掲示する。（「ファイターズ鎌ケ谷の会」と共同実施）</p>
北海道日本ハムファイターズ野球教室	<p>市民と北海道日本ハムファイターズとの交流による地元愛の醸成及び生涯スポーツ宣言にふさわしい市内スポーツ環境の充実を目的に実施。参加人数は100～150人程度で限定している。</p>
北海道日本ハムファイターズOB選手とランニングイベントinファイターズタウン鎌ケ谷	<p>同上</p>
その他	<p>地域の魅力向上のため、官民協働で検討を行う「鎌ケ谷市シティプロモーション」事業や、農業振興課、商工振興課などとの連携による「地方創生交付金事業」など、多岐に渡り北海道日本ハムファイターズと市は連携してまちづくりを行なっている。</p>

参照：視察時配布資料

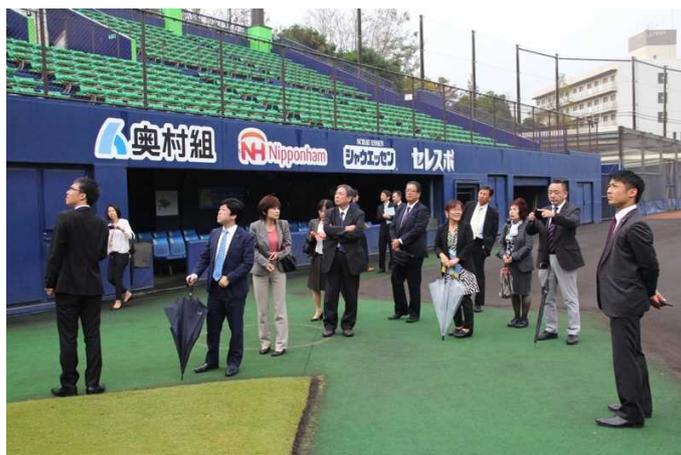
いずれも鎌ケ谷スタジアムを活用して実施しているイベントである。特産物の梨などの提供もおこない、参加したファン（観光客）に対して地域の産物をPRすることの影響は大きい。

また、協働で事業をおこなっている地域の団体がある。それが「ファイターズ鎌ケ谷の会」。現在の会員数は教えてもらえなかったが、鎌ケ谷スタジアム等でイベント・活動を行う際は、非常に心強いサポーターであることは言うまでもない。

他にも市役所としては、ポロシャツも鎌ヶ谷市の職員とファイターズのコラボとして制作した。あまり目立つような服ではないが、市の職員が着るようにしている。スタジアム建設20周年も迎えたこともあり、PVも共同制作した。

今回の鎌ヶ谷スタジアムを視察し、横須賀に活かせるような所は、大きく2点ある。一つ目は、地域を巻き込んだイベントを多数開催していることである。特に野球とは関係のない、ランフェスタなど野球に興味なくてもスタジアムに来てもらう取り組みが重要である。2000人弱参加しているイベントになっているので、集客力も高い。たとえ違ったスポーツに興味がある人でも、地元にはスタジアムがあるから、地域だから応援しよう！という気持ちになってもらえたら嬉しい。

二つ目は、協賛企業が非常に多くいるということ。スタジアムの中から見ると特にわかるが、スタジアム内のいたるところに企業のスポンサー広告が掲示されていたことが印象的だった。それにより、球団運営はもちろん、地域の企業としても応援して一緒に盛り上がろう！という意識を持つことが可能になる。



一方で、今後横須賀も含めて取り組んでいくべき課題も見えてきた。

鎌ヶ谷市では、観客に市民がどれだけ来場しているかマーケティングができていない状況にある。だから市内へのプロモーションを打つ際もどこの誰をターゲットにしていいかわからない。今後、観戦者がどこから来たのか、どれくらいお金を落としてくれたのか、といったようなアンケート等を取ることで、広告も打ちやすいだろうし、地域のサポーターを増やす取り組みをしやすくなる。

加えて、子供が遊べる場も工夫していく必要がある。鎌ヶ谷スタジアムでは、夏にプールを設置していたり、野球教室を開催したりと、子供にフォーカスした企画を展開している。しかし私はまだまだ少ないと感じた。幼児と小学生、中学生、高校生などそれぞれをターゲットにした手法で取り組むことで、両親はもちろん、祖父母まで集客に巻き込める可能性があるからだ。さらには、その子の野球観戦やイ

ベントに参加した体験が、ゆくゆく野球選手を目指すことに繋がる可能性だって十二分にある。そのような可能性を信じながら、長期スパンで子供達を対象にした事業展開をしていくことが重要である。今回の鎌ヶ谷スタジアムという似た2軍球場を持つ先進事例の視察は、本市が今後ソフト面で取り組む事業に向けて、有意義な内容となった。



10月24日

桑名市:公民連携の取り組みについて

桑名市

市長公室 政策経営課 公民連携推進係

横須賀市においても、民間と連携した事業を多く手がけることが多くなってきた。特に公共施設におけるファシリティマネジメントにおいて公民連携（PPP）による施設建設並びに運営をすることにより、一層の経営の効率化、活発化が喫緊の課題である。

桑名市においては、日本で初めてPFIで図書館を開館させたことで有名であり、市長も掲げるように、小さいことからコツコツと公民連携を実践している。

桑名市は、東海道五十三次の中で42番目の宿場町。また、宿場町として2番目に宿も多く栄えていたまちでもある。三重県北部に位置し、人口約14万人、面積は136㎢を有する。名古屋からも近いこともあり、ベッドタウンとして位置している。



桑名市の公民連携の事例について、様々な事例を紹介いただいた。

- ・ PFI手法で経営する図書館を開館
- ・ 地域共生社会に向けた見守り協力に関する協定
- ・ 郵便局で行政窓口サービスを開始

上記の取り組みを踏まえ、公民連携対話の場がもっと必要と行政が感じるようになったという。そこから、市全体で公民連携を進めていくための「コラボ・ラボ桑名」という公民連携するスキームを構築することになった。そのスキームは、政策経営課主導により、行政部局から民間事業者への提案をしていくテーマ型提案や、

民間事業者から自由に提案することができるフリー型提案という仕組み、さらに包括連携協定という3つの手法がある。それぞれ3つの手法により、行政と民間が対話をすることでそのアイデアを実現させることを可能とする。

上記の1つ目の項目であるテーマ型提案について、「中断移転住宅整備」の事業を公民連携で行うことになった。中断移転住宅とは、土地区画整理事業において、移転対象者が各々の仮換地が整備されるまでの間、一時的に仮住まいを行う集合住宅のことを指す。その中断移転住宅整備を市が直営で行うのではなく、民間事業者が行うことにより、約3350万円もの金額を削減でき、工期も1年短縮することができた。

もう一つのテーマ型提案の事例として、情報交流館「又木茶屋」の事例がある。飲食や物品の販売などを行ってきた場所であったが、来場者が減少し、年間約450万円の赤字となっていた。そこで、民間企業にサウンディング調査し、活用の可能性を探ったところ、「初心者から上級者まで楽しめるサイクルステーション」や、「障がい者主体で運営し、自社農園の地産地消の食事提供する場」などの提案があった。それらのサウンディング調査を踏まえ、後者の事業者と連携することになり、障がい者を雇用する場や文化事業、飲食事業、物販事業などを展開するようになった。何より施設の維持管理費用がゼロになったことも効果があった。



公民連携のスキームの2つ目の手法である「フリー型提案」については、事例として「健康マイレージ事業」がある。健康ウォーキングアプリを活用して市民健康づくりに寄与するという企画が提案された。「RenoBody(リノボディ)」というアプリで、1日8000歩歩くとWAONポイントが1WAONもらえる仕組みとしている。事業予算も0円で実施できている。

「フリー型提案」の二つ目の事例として、クラウドファンディングサイト「夢チューブ」を使った資金調達による地域活性化の応援をする事業がある。百五銀行と中日新聞と桑名市が連携し、個人の桑名市における活性化策をクラウドファンディングで支援するという事業である。

その他の取り組み事例として、

- 1、電力調達方法の見直し
 - 2、広告付き番号案内表示システムの設置
 - 3、広告付き案内地図板の設置
 - 4、ネーミングライツ・パートナーシップ提案制度
- などの事例が紹介された。

今回の視察説明を伺って、公民連携の一つ一つの事例がうまくいっているというよりも、市役所として率先して公民連携していくためのスキームを構築し、そのスキームをいかに他部局そして民間企業に活用してもらうかが重要ということが理解できた。そのために動くことが政策経営課の役割であると感じた。そのような公民連携における「テーマ型提案」や、「フリー型提案」、「包括連携協定」といった手法を分類化して、庁内に浸透させることで、職員全体の意識改革に繋がっていくものだと思う。本市においては、公民連携の事例は比にならないほど多く実績を積んでいるが、全体を通して体系化はおこなっていないのが現状である。桑名市のように、連携の手法を体系化し、推進していくことにより、より効果的な事業展開、そして経費削減などにつながる可能性を秘めているのではないだろうか。まさに行政に必要な”横串を通す”作業である。そのために専門の課を置いて、進めていくことは、市長の公約などの強い意思が働かないと簡単に組織化できるものではない。桑名市においては、市長が大学院で学び、さらに職員にも大学院に通わせて公民連携の手法等を体得させたというのだからその気概と思い入れは一入である。本市での取り組みを推進していくためには、これまで実践してきた公民連携の実績から、効果などを検証し、公民連携することのメリットと、それをどのように推進していくか、改めて見つめ直すときがきていると感じることができた。



豊田市:スマートコミュニティの推進（とよたエコフルタウン）について

豊田市
企画政策部 未来都市推進課

豊田市は、人口約42万人であり、横須賀とほぼ人口は変わらないものの、地域面積は918km²と広大な面積を持つ。誰もが認識している大手自動車メーカーのTOYOTAの城下町である。それゆえ豊田市としての環境先進都市に向けた取り組みを積極的に進めている。2009年から環境モデル都市として認定され、環境に配慮したアクションプランを策定、第二次アクションプラン低炭素社会への転換を進め、国際社会を先導していく方針に基づき、アクションを起こしている。そもそも「環境モデル都市」とは、温室効果ガス排出削減や、低炭素化社会の実現に向けてチャレンジする都市として国から選定された都市であり、現在23都市がある。

環境先進都市として、具体的な数値目標を定めており、二酸化炭素削減目標を2030年の中期目標として、30%必達、50%チャレンジ目標として掲げている。さらに、2050年の長期目標としては、必達50%、70%チャレンジ目標と定めている。この数字だけ見ても、一朝一夕にできるものではなく、また行政だけでもできることではない。



アクションプランの部門としては、「都心」「交通」「民生」「産業」「山林」の五つの分野を主な柱とし、取り組みを進めている。

今回の視察では市役所ではなく、フィールドとして「とよたエコフルタウン」を視察した。そこでは前述の5分野での最先端の取り組みを実証モデルとして展示しているまちなのである。具体的には、全て電気で賄う生活（オール電化）や、それに付随する燃料電池や太陽光発電、家庭用エネルギー管理システムHEMSの導入に

あたっの補助などを民生部門でおこなっている。また、交通については、低炭素交通システムとして、Ha:moという1人乗りと2人乗りの超小型電動モビリティをシェアする取り組みや、FCバスといった燃料電池バスを走らせることや、燃料電池車（FCV）である「MIRAI」の購入補助など、環境に負荷を極力与えない生活圏を構築している取り組みを見た。FCバスについては、オリンピックで東京が100台を購入すると話題になった。超小型電動モビリティのハーモは、市内で50箇所設置されているとのこと。



エコフルタウンは、住宅展示場のような、モデルタウンとしてはいいものの、どこまで住民が実装出来るかが重要であると感じた。環境に負荷を極力かけずに生活していくことは、持続可能な社会を構築していく上で、理想的ではあるものの、そこに生活感が全く見えてこなかった。つまり、豊田市の住民がどれだけ導入しているのか、把握まではできていないそうだが、普及していく上でコストもかかるし、維持費もかかる中で、住民にとってより一層のメリットを感じさせることが重要なかもしれない。



今回の視察では、近未来的な街のあり方を見ることができたが、それを実装させていくための取り組みは、購入額の一部補助程度の施策では一向に進まないと感じた。条例で環境負荷を与える行為に課税したり、環境に配慮した生活をしている住民にはインセンティブを与えたり、よほど住民としてメリットを享受できると感じる施策展開をすることが重要と感じた。また、とよたエコフルタウンは、土地以外の全ての取り組みを、トヨタを中心とした民間企業が運営しており、市の存在は薄く感じてしまった。しかしながら先進的な取り組みや最新技術の導入は、行政よりも民間企業の方が圧倒的にスピーディかつ効果的に展開することができることから、横須賀においてももっと民間にできることは民間に協力してもらうことが必要であると感じた。それに加え、教育的要素もあると考え得ることができる。子供のうちから環境先進都市で育った認識と自覚を持つことができれば、きっと将来大きくなった時に、環境について配慮したアクションを起こしてくれるだろうと信じている。



10月25日

岡崎市:中小企業・起業家の支援施設(岡崎ビジネスサポートセンター)について

経済振興部商工労政課
にぎわい創生係
天野 正徳氏

岡崎市は、愛知県の中央部に位置し、人口約38万人、面積は390km²を有する中核市である。街並みを少し歩いただけでも、市域を横断する川があり、橋げたのライトアップや遊歩道の整備など、川沿いを活かしたまちづくりに注力していることが伺える。

今回の視察項目である、岡崎ビジネスサポートセンター(通称Oka-Biz)においては、岡崎市の経済振興部と商工会議所が連携して事業運営している。運営については、市の予算6000万円を一括でセンター長となる人の企業へ委託している。そこからスタッフ配置や集客などを展開している運営形態である。場所は、岡崎図書館交流プラザ「りぶら」の中にある。先行の富士市が行うf-Bizも図書館と併設していることから、参考にし、多くの方が来やすい場所を選定した。その効果もあり、年間120万人来館している。



Oka-Bizは、売上アップを応援する「小さな企業の応援団」というスタンスを掲げている。その背景としては、市内にAEONモールができたことで、市内の小売業の売上は底上げされたものの、それ以外の小売店の商店数・事業所数は、少子高齢化が進む社会情勢もあり減少の一途をたどっている。企業の支援を考えた際、市内に三菱自動車の大型工場はあるが、企業の99%は中小企業で構成されている現状がある。そこから、大多数を占める中小企業にアンケート調査をおこなったところ、中小企業の経営者が持っている課題の8割は”売上”に関して課題意識を持っている。

だからこそ、売上向上に特化した相談所を開設し、サポートしていくことが重要であると天野氏は考えている。また、先駆者の富士市f-Bizを展開する小出氏においても、同様に”売上向上”を最優先として事業展開している。

そうして岡崎市では、日本で初となる自治体主導のf-Biz型中小企業相談センターを開設することとなった。事業内容としては、売上アップを支える個別相談並びに、トップランナーによるセミナーを開催していくこととした。運営は、先にも述べたが岡崎市と岡崎商工会議所が共同で実施している。体制としては、相談員2名でスタートし、企画運営スタッフ2名を配置。また、ビジネスコーディネーターとして、中小企業診断士や信金だけでなく、コピーライターやIT、デザインアドバイザーを非正規のスタッフとして配置している。相談は週4日おこなっており、来訪相談目標は50件/月（600件/年）を定めている。相談時間は10:00-16:30でおこなっている。他にも、地元銀行やクラウドファンディング、クラウドソーシングなど、中小企業をサポートするサービスを提供している企業と、積極的に連携するようにしている。



実績として、様々な指標を数値化している。平成29年度の年間相談件数は2522件。月間相談件数は269件。さらに新規口コミ率は68%であり、相談リピート率は86%。相談すると次回の予約を取って帰る人が多いとのこと。そして視察件数は32件/年間も来ているとのこと。

職員の天野氏が言うには、重要なのはスタッフも含めて優秀な人材を呼ぶことができる人であることだそうだ。Oka-Bizのセンター長も、入札などではなく、この人しかいないと考え、一本釣りで依頼を決めた。予算編成時や議会審査の際に、説得する根拠をいかに示すか、きっと当初は骨を折ったに違いない。しかしそれが実績に直結する秘訣だと言う。

起業数については、年間30-40件は創業しており、約半分は女性の起業である。セミナーなどのイベント開催数は月平均1回は開催するようにしている。待ってい

るだけではダメで、自らアプローチしていくことを心がけているとのこと。具体的には経営者が集まるような団体には営業活動をさせてもらっている。売上が上がったことの統計はとっていて、詳細なデータではないかもしれないが、アンケートを返却してもらった方だけでも、7割が売上が上がったと答えている。また、このOka-Bizの運営にかかる予算は、6000万円。秋元氏に運営を一括で委託している。そこからコーディネーターやアドバイザーの人件費を賄っている。

今回のOka-Bizの中小企業支援モデルは、既存の中小企業支援にマンネリ化している自治体にとっては、救世主となり得るシステムであると感じた。なぜなら典型的と言われるような中小企業支援は、展示会出店補助などの補助金や、年に何度かのセミナー・講演会の開催、また、借り入れの際の利子の一部補助（利子補給）、そして公的産業支援機関つまり本市では産業振興財団への資金拠出などがほとんどであり、それらの施策が中小企業の売上向上にどれだけ寄与しているか疑問に感じている人も多い。数値的な実績も把握できないまま、税金の垂れ流しになってしまっているリスクを回避することが急務であり、やはり一番は地域活性化のための中小企業の活性化を主眼とするのであれば、実績が出ている事例は実践していく必要がある。本市においても、既存事業の枠に囚われずにチャレンジしてもらいたいと切に願う。

