

平成30年度 建設経済常任委員会 行政視察報告書

1 調査期間

平成30年11月5日（月）～11月7日（水）

2 視察都市及び視察事項

期 日	視察都市	視察事項
11月5日（月）	兵庫県神戸市	・六次産業化・地産地消について (EAT LOCAL KOBEの取り組み)
11月6日（火）	大阪府堺市	・泉北ニュータウン再生の取り組みについて
11月7日（水）	奈良県奈良市	・観光客誘致と宿泊客増の取り組みについて

3 視察者

友田 宗也（委員長）	東木 久代（副委員長）
土屋 俊則	桜井 直人
佐賀 和樹	脇 礼子
阿部 すみえ	渡辺 光雄
堺 英明	

4 視察事項の概要

(1) 兵庫県神戸市

①人口及び面積 人口1,533,923人 面積557.02km²

②平成30年度一般会計予算 7,785億円

③視察事項の事業概要

「食都神戸2020」～世界に誇れる食文化の構築について

～EAT LOCAL KOBE 「食」を軸とした新たな都市戦略～

1. 背景について

神戸といえば「神戸牛」。それだけではありません。神戸は都市と農村が近く、瀬戸内海に面した豊かな自然に囲まれ、質の高い農水産物が生産されています。また、古くから港町として交易を中心に栄えてきた経緯から、海外との交流もあり、他の都市にはない独自の食文化があります。こうした農産物や食についての多様な魅力を県外・国外にどのように広めていくかという視点で、改めて神戸らしい新たな食文化を醸成し、「食」を軸とした新たな都市戦略として打ち立てられました。（※日本全国の農漁業の生産高は政令都市第6位、100万人以上の大都市の中でナンバー1。）

2. 神戸市の農漁業の概要

農家人口 22,089 人 (153 万人の 1.4%)

農業経営面積 5,208ha (55,727ha の 9.3%)

神戸の代表的な農水産物

<米> 主食用、山田錦 (酒米) 114,000 トン 27 億円

<野菜> こうべ旬菜 (県下第 2 位) など 25,500 トン 84 億円

<果樹> 神戸梨 (県下第 1 位) など 2,000 トン 7 億円

<畜産物> 牛肉 2,200 トン、生乳 10,800 トン 計 54 億円

神戸ビーフ (県下第 4 位)

<水産物> 須磨海苔 (県下第 2 位)

<加工品> 神戸ワイン

<花卉> 新鉄砲ゆり (県下第 2 位) など 10 億円

3. 参考にした食でにぎわう世界の都市

- 「サンフランシスコ」年間 800 回ものファーマーズマーケット。予約の取りにくいレストラン
- 「オーランド」人口 1 人当たりレストラン数全米ナンバー 1、全米で住みたい町ナンバー 1
- 「サン・セバスチャン」人口 1 人当たり、面積 1 人当たりミシュラン星数世界ナンバー 1

4. 「食都神戸 2020」概要

平成 26~27 年「食都神戸」推進会議を発足

(市長が会長、生産者や組合の代表、大学、マスコミ、銀行、民間企業)

<コンセプト> 食を起点とした都市ブランドの確立 →情報発信、情報共有

ローカルプログラム

○地産地消のライフスタイル化の実現 (生産者と消費者とをつなぐ)

→ファーマーズマーケットの開催 (毎週土曜午前) 約 30 店 (農業者 12 店、食物販 12 店、食事飲み物 6 点)

→各地の道の駅を活用してマーケットを主催

○未来を担う「神戸ブランド」の実現

→にさんがろくプロジェクト

(農水産物・加工品の生産拡大)

※若者のアイデアによるものづくり。

農漁業者が生産だけでなく、加工 (2 次産業)、流通・販売 (3 次産業) との一体化や新産業の創出を目指すことを 6 次産業化ということから名付けられた。

1 (生産) × 2 (加工) × 3 (販売)

= 6 (新たな価値の創出)

神戸産農産物の魅力を多くの人に伝えるため、農水産物の素材を元に、農漁業者・若者・企業とネットワークを組み、新たな商品開発に取り組むもの。大学ごと、研究室ごとにアイデア提案がされている。

○ローカルに特化したランドマーク

→「食都神戸」EAT LOCAL KOBEの総合拠点施設 「FARM STAND」（ファームスタンド）がオープン（平成30年3月）

農家や料理人、農業や地消地産に興味を持つ若手スタッフ、民間事業者が中心となり、旬の野菜・調味料、定食・スイーツの販売、カフェスペース併設。神戸の都市部ではじめてとなる。

○農水産業と食ビジネスが起業しやすい街づくり →活動支援

グローバルプログラム

○世界の食とのネットワークの構築

→「食都神戸・海外展開促進協議会」食の魅力を世界にアピール。平成30年度は、国の「ジャパンプランド育成支援事業」を活用。

5. 視察の感想

「農業施策」や「地消地産」というよりも、食文化の在り方、食文化を軸とした都市戦略を学ばせていただきました。農産物の魅力を如何に多くの消費者に伝えるか、新たなコミュニケーションのあり方は、大変参考になりました。また、食に興味を持って下さる人材の掘り起こし、農水産業生産者関係者だけでなく、学生・市民・デザイナー・民間企業とのネットワークづくりなど、幅広く多くの地域資源や潜在力を引き出して、「地消地産」事業にとどまらず、魅力的な都市ブランドに育てていく手法など、藤沢市でも参考にしていけるのではないかと思います。



(2) 大阪府堺市

①人口及び面積 人口 842,386人 面積 149,82k㎡

②平成30年度一般会計予算 4,184億円

③視察事項の事業概要

堺市：泉北ニュータウン再生の取り組み

1. 泉北ニュータウンの概要

○千里ニュータウンと並ぶ大阪府内最大のニュータウン《臨海工業地帯の労働力確保のため》大阪府企業局が整備（昭和40年12月～58年3月）約54,000戸（堺市：53,500戸）人口約18万人

○広域圏・徒歩圏それぞれを対象とした商業・サービス施設の配置

○近隣住区論に基づき開発

小学校区単位で生活拠点施設（近隣センター、コミュニティ機能の住区的生活拠点スーパー・個店・地域会館・郵便局、医療センター、教育機関、公園など）

○各駅前に地区センターを整備

都市的なサービスを提供、ニュータウン全体として補完しあう機能配置

2. 再生の概要について

泉北ニュータウン再生指針

泉北ニュータウン府市等連携協議会（平成22年泉ヶ丘駅前地域活性化ビジョン）

泉北ニュータウン公的賃貸住宅再生計画（平成29年3月）

梅・美木多駅前活性化土地利用構想（平成28年9月策定）

近隣センター再生プラン（平成27年8月策定）

◆泉北ニュータウン再生指針（抜粋）

基本方針1：多様な世代が暮らし続けることができるまちを目指す

基本方針2：人や環境にやさしいまちと暮らしの実現を目指す

基本方針3：まちに関わる人の輪をひろげ、つなぎ、地域力の向上を目指す

基本方針4：泉北ニュータウンの再生を推進するための仕組みの構築を目指す

3. 再生を開始した経緯について

①人口の減少、高齢化が急速に進展 20～30代の転出が顕著

参考：高齢化率 堺市全体：27.6% 泉北NT：34.2%（平成30年3月末時点）

②大量の公的賃貸住宅が老朽化

住宅種別現況 府営 15,577戸（53.2%）UR賃貸 8,324戸（28.4%）府公社賃貸

5,383 戸(18.4%) (これらの 8 割以上が築 40 年以上)

③臨海工業都市ベッドタウンとして作られており、働く場がない

④商業施設が老朽化、商業環境や住民ニーズが変化、小売業(日用品・食料品等)中心からサービス業(医療・福祉等)を中心へ

4. 再生事業の取り組みと効果

①住まいアシスト事業(概要)

若年層の転入誘引のため、良質な賃貸住宅ストックを活用し、子育て世代等の若年層が負担する家賃を補助。これまで、548 世帯の若年世帯(1,484 人)の誘引(平成 30 年 10 月時点)

②大阪府住宅供給公社との連携による公的賃貸住宅リノベーション事業

平成 26 年度は、DIYリノベーションを学べるワークショップ「DIY®SCHOOL」を全 21 回開催。居住者ではない市民参加型の住居リノベーション。5 戸成約済。リノベーションオブザイヤー2015(無差別級)で最優秀作品賞を受賞。

※ニコイチ(平成 27~)(2 戸(45m²)を 1 戸(90m²)に改修)若年夫婦や子育て層に適した住宅を供給。平成 27 年度は、3 戸成約済。平成 28 年度、新たに 3 戸。公社単独事業も含め合計 6 戸完成。(平均応募倍率 6 倍)平成 29 年度はニコイチ以外に、若年層を意識したリノベーションを実施。募集結果(ニコイチ)最高倍率 11 倍、平均倍率 6 倍、20 代、30 代が中心。

③UR都市機構とも連携による公的賃貸住宅リノベーション事業

平成 29 年度からUR都市機構と連携した若年層向けのリノベーションを実施。団地内住戸等を他の用途に転用するコンバージョンに向けた取り組みを開始。平成 29 年度は、15 件のリノベーションを実施。

5. 泉ヶ丘駅前地域活性化ビジョン(平成 27 年 1 月改定)

6 つの対策を明確に。【歩行者通行環境対策】【泉が丘北川駅前広場再編】【旧泉北すえむら資料館の活用】【田園・三原公園再整備】【車両交通対策】【旧高倉台西小学校活用】

※「寝に帰るまち」から「暮らしと仕事が完結する街」へ、ソフト・ハード一体型のニュータウン再生を目指している。

6. 藤沢市の課題と比較しての考察

○泉北ニュータウンが人口 18 万人という、一つの市に相当するような壮大なスケールの構想でした。住宅、ユニバーサルフリーのまちづくり等のハード面も、

コミュニティやつながりづくり等超高齢化のソフト面も、ビジョンと計画を明確に立て、進めておられました。

○若い世代の誘引策や多世代での持続可能なまちづくりへ、参考になる事業やアイデアもありました。ニコイチという2戸を1住宅へのリノベーションや、個性的な設計デザイン、若い世代に魅力的なデザインや設計による住宅の開発、さらに、効果的なイベントの実施など、参考になるものでした。

○藤沢市においてもスケールは異なるものの、UR、県、市の集合住宅も多く、築40～50年近くになり、高齢化、老朽化は深刻です。財源の課題はあるものの、民間企業や団体と連携協議し、具体的な提案をいただいたり、まずは藤沢市のそれぞれの集合住宅にとって何が可能か探るなど、具体的に対策を考えるべきと感じました。



(3) 奈良県奈良市

①人口及び面積 人口359,782人 面積276,94k㎡

②平成30年度一般会計予算 1,305億円

③視察事項の事業概要

1. 奈良市 観光の現状

①主な観光地 (4つのエリアからなる)

平城宮跡エリア (710年平城京) 西ノ京エリア・奈良公園エリア・ならまちエリア

②観光案内所 (7か所)

③観光案内板（道標、地図、行き先表示、トイレの整備（11か所））

※おもてなし民間トイレの整備

ならまちエリアに公衆トイレが少なく、観光客が気軽に利用できるよう、民間施設のトイレを解放してもらう（平成24年度～）。

④ボランティア団体との連携（なら観光ボランティアガイドの会ほか4団体）

2. 誘客活動の促進

～古都奈良でしか味わえない魅力の提供～

①春日大社②東大寺 東大寺総合文化センター施設整備（平成23年10月に開館。平成30年9月15日リニューアル）③薬師寺 薬師寺白鵬伽藍の主要堂塔のひとつである食堂（じきどう）が平成29年5月に完成。④興福寺中金堂の復興興福寺創建1300年にあたる平成22年に立柱式を終え平成30年10月7日～11日に落慶法要が執り行われた。⑤平城宮跡 平成30年3月に朱雀門ひろばが開園

～地域間連携による広域観光の推進～

①班鳩町・明日香村 ②山の辺の道（奈良市、天理市、桜井市）

～外国人観光客の誘致～

①往来の日常化に向けた友好姉妹都市との交流【慶州市（韓国）、西安市（中国）、トレド市（スペイン）、ベルサイユ市（フランス）、キャンベラ市（オーストラリア）、揚州市（中国）】

②来訪者の多い台湾（奈良観光産業推進協議会が台北で開催予定の台湾観光、台北駅で開催の日本観光物産博覧会に出展）

③最大の市場である中国（5月25～27日にかけて上海世界旅行博覧会に出展、奈良のPR。奈良市観光協会公式サイトフォロワー数は204増加した（合計24,974）。

④成熟市場である豪州（観光消費額が極めて高い。日本酒のPR）

～閑散期対策～

①なつの旅キャンペーン

新日本三大夜景「奈良若草山夜景鑑賞バス」高畑三ヶ寺特別御朱印めぐり（JR西日本と共同実施）等。②奈良大和路キャンペーン（平成30年12月15日～平成31年3月21日）③なら燈花会（夏の10日間、奈良公園一帯で約2万のろうそくが夏の夜の奈良を彩る。④珠光茶会&しあわせ回廊なら瑠璃絵

～就学旅行の誘致～

- ①奈良市東京観光オフィス（平成 18 年 7 月開所）

～観光案内所機能強化～

- ①観光センター [NARANICLE（ナラニクル）]（平成 29 年度強化）

観光客の市内での滞在時間の延長、観光・地域活性化を目的に、観光センターに飲食・物販施設や体験コーナー等整備。②総合観光案内所（平成 24 年度強化）JINTO外国人観光案内所の最高ランク「カテゴリー 3」認定（英語・中国語・韓国語スタッフを配置、多言語サインを設置）③近鉄奈良駅観光案内所（平成 27 年度強化）④QRコードによる観光案内看板等の多言語化（平成 27 年度整備）⑤観光案内看板、説明看板に貼付したQRコードをスマートフォン等の携帯端末で読み取ることで、母国語で表示されるシステム（JR・近鉄奈良駅～奈良公園周辺 530 箇所）⑥歴史の道等の案内看板・道標の整備（劣化看板等の交換）

～インバウンド向けマップ・パンフレットの制作・活用～

- ①外国人観光客向けの慣らしマップ・パンフレット
- ②観光プロモーション映像

3. 奈良市観光振興計画の策定

<計画期間> 平成 29 年度から平成 33 年度

<計画の目標> 【観光入込客数（うち外国人数）】1,500 万人（100 万人）
【宿泊客数（うち外国人数）】180 万人（17 万人）

4. 実績（平成 29 年奈良市観光入込客数）

- ・観光客 1,631.4 万人。前年（1,554.3 万人）比、77.1 万人（5%増加）
- ・宿泊客数 180.6 万人。前年（158.2 万人）比 22.4 万人（14.2%増加）
- ・訪日外国人客数は 199 万人。前年（157.6 万人）比、4 万人（26.3%増加）
※平成 19 年～29 年までの 10 年間で、約 4 倍に増加
- ・訪日外国人宿泊数は 28.6 万人。前年（25.2 万人）に比べて 13.5%増
- ・国籍、地域別訪日外国人客の観光案内所案内件数
外国人案内件数は約 17.8 万人。中国が最も高く、全体の 25.0%（全国の訪日外国人客数の国籍・地域別割合と比較すると、韓国の割合が低く（5.2%）、フランス（5.5%）やスペイン（4.8%）の割合が高いのが特徴）。
- ・修学旅行生徒数（82.5 万人と前年に比べて 5.1%の減少：過去 10 年横ばい）

※奈良市内の観光消費額は約 1,117 億円で、前年に比べて 104 億円の増加。
平成 25 年以降最高値を更新。

5. 藤沢市の課題と比較しての考察

○奈良市の観光誘客の取り組みは、県と協働で歴史的資源を活用して、おそらく国の文化財保護の財源も活用して、観光資源の再整備と観光誘客を計画的・戦略的に進めて来られている様子でした。国全体のインバウンド政策の恩恵も受け、目標を大きく超える成果も出されていました。

○課題として、大阪や京都に戻ってしまう日帰り客が多いため、宿泊客確保として高級ホテルの誘致建設を進めていること。外国人、特に欧米からの訪日外国人はゆったりと滞在時間が長いことや、単価が高いことから、そのニーズに合わせたゲストハウス等の確保・整備も必要とのこと。

○今後の取り組みとして、奈良県南部の紀伊山地など、山間地、中南部の自然の豊かさを発信した新たな魅力の創出、あるいは、朝・夕の仕掛け、夜の楽しみなど多様かつハイクオリティな楽しみ、レンタサイクルやシェアサイクルなどきめ細かい取り組みを考えられていました。

○訪日外国人観光客対策などの新しい取り組み、そして長く積み上げてきた修学旅行の誘客にも丁寧に取り組んでおられます。これまでの努力にさらに磨きをかけ、かつ市内県内の潜在的資源を掘り起こして、観光都市としてさらに成熟させていこうとの姿勢が伝わってきました。きめ細かい取り組みとその姿勢に、多くの気づきをいただき、大変勉強になりました。観光資源の豊かさと成熟感から、藤沢市と比較になりませんが、逆に藤沢市は、まだ始まったばかりで大きな可能性があるとも感じますので、参考にさせていただきたいと思います。

