

平成 19 年 8 月 31 日

加西市議会議長 桜井 光男 様

建設経済常任委員長 三宅 利弘

建設経済常任委員会行政視察報告書

標記の件について、その調査結果を報告いたします。

1. 調査年月日 平成 19 年 8 月 22 日 (水) ~24 日 (金)
2. 視察先 岩手県盛岡市、秋田県仙北市、秋田市
3. 出席者氏名 三宅利弘 山下光昭 黒田秀一 繁田 基 別府 直 森田博美 後藤光代(随行)
4. 視察内容

【盛岡市】8月22日

○花と緑のガーデン都市づくりについて

盛岡市が姉妹都市として交流を進めているカナダのビクトリア市は、花の街として世界的に有名です。生活の中で花を愛し楽しむ習慣が定着しており、特に初夏から初秋(6~9月)にかけて街なかを彩るハンキングバスケットの花々も美しさは、多くの観光客を惹きつけている。

そこで盛岡市においても、ビクトリア市の花の文化を取り入れ、ハンキングバスケットを中心に、市民、事業者、行政の協働による花と緑があふれるまちづくりに取組み、色彩豊かな花による市街地の美化を通じて商店街の活性化や観光客の誘致を図るとともに、盛岡らしい緑の文化として全国に発信するため、H16年度から「花と緑のガーデン都市づくり事業」に取り組んでいる。

(内容)

花と緑のガーデン都市づくり事業は、フラワーバスケット事業、フラワーオフィス事業、ビクトリアロード整備事業の3事業で構成している。

(1) フラワーバスケット事業

商店街の団体が道路の沿道にフラワーバスケットを設置する場合の支援と市民等へのフラワーバスケットの普及を目的とした事業である。

商店街への支援については、商店街等でのフラワーバスケットの取組みに対して、器材の無料貸付、フラワーバスケットの設置費(花苗等の材料購入、製作、運搬、取付け、撤去に要する費用)の補助、アドバイザーの派遣を行っている。

また、市民等へのフラワーバスケットの普及のため、公民館でのハンキングバスケット製作講習会の開催や作品展示・コンテストなどを内容とする「もりお花ハンキングバスケットフェア」を開催しているほか、地域の町内会等の団体が講習等を行う場合に、アドバイザーの派遣を行っている。

① フラワーバスケット器材の貸付制度 (H16年度~)

商店街組織、道路の縁により組織された団体、町内会等に次のフラワーバスケット器材

を市が無料で貸し付ける制度

② フラワーバスケット設置費補助金交付金制度 (H16 年度～)

商店街組織、道路の縁により組織された団体、町内会等が道路の沿道にフラワーバスケットを設置する場合に、フラワーバスケットの材料購入、運搬、取付け、撤去に要する費用の 80%を補助する制度であり、フラワーバスケットの植替えの都度申請することができる。

③ フラワーバスケットアドバイザー派遣制度(H16 年度～)

地域の商店街、住民からなる団体がフラワーバスケットの基礎知識を習得し、フラワーバスケットによる花と緑のガーデン都市づくりを推進する運動を行う場合に、市からフラワーバスケットアドバイザーの派遣を受け、助言や指導を受けることができる制度です。

フラワーバスケットアドバイザーについては、日本ハンキングバスケット協会のハンキングバスケットマスターの資格を持っている方に予め登録してもらい、現在 24 名が登録している。

④ ハンキングバスケット製作講習会の開催 (H16 年度～)

市民へのハンキングバスケットの普及と意識の高揚を図るため、ハンキングバスケットを製作しながら、食物・器材等の知識を習得する講習会を公民館で開催している。

(2) フラワーオフィス事業 (H16 年度～)

花と緑のガーデン都市づくりの先導的な役割を果たすとともに、市民意識の高揚を図るため、市庁舎をはじめとする市の施設や内丸地区の官公庁などをフラワーバスケットで飾る事業を実施している。

(3) ビクトリアロード整備事業 (H17 年度～)

H17 年度にビクトリア市との姉妹都市提携 20 周年記念事業として、新渡戸緑地とビクトリアロード（予ノ字橋際～新渡戸緑地）にハンキングバスケット等の整備を行っている。

また、H18 年度からは、「ビクトリアロード愛護ボランティア」を募集し、ボランティアや町内会の力も借りながら維持管理を行っている。

(実施状況)

(1) フラワーバスケット事業

① 商店街によるフラワーバスケットの設置状況 (H16 年度～)

フラワーバスケットの設置個数は、H16 年度の 293 個から年々増加し、H19 年 8 月 20 日現在 14 団体が 442 個のフラワーバスケットを設置している。

② フラワーバスケットアドバイザーの派遣 (H16 年度～)

アドバイザーの派遣回数は、年々増加しており、当初は商店街中心であった派遣先は、町内会や小学校の PTA にまで広がっている。

③ ハンキングバスケット製作講習会の開催 (H16 年度～)

H16 年度から初心者を対象とした「はじめてのハンキングバスケット製作教室」(定員 20 名)を地区の公民館で開催している。製作教室の受講者を対象に実施したアンケート調査で、中級者を対象とした講習会の希望者が多く寄せられ、H18 年度から製作経験者を対象とした「ハンキングバスケット・レベルアップ講座」(定員 15～20 名)を開催している。

④ もりお花ハンキングバスケットフェアの開催 (H17年度～)

H17年度からハンキングバスケットの作品展・コンテスト・ハンキングバスケット製作体験教室、フラワーマーケット等のイベントを開催している。

(2) フラワーオフィス事業 (H16年度～)

フラワーバスケットの設置個数は、H16年度の41個(6箇所)からH19年8月20日現在143個(13箇所)に増加している。

(3) ビクトリアロード整備事業 (H17年度～)

H17年度にビクトリア市との姉妹都市提携20周年記念事業として、ビクトリアロードにハンキングバスケット28個、フラワーコンテナ12個、花壇、サイン等の整備を行っている。

(4) フラワーバスケット設置総数の推移

H19年8月20日現在618個となっている。公共空間へのハンキングバスケット設置数は、H18年度末に社団法人地方財政調査会に依頼し、全国の都市の状況を調査した結果、神戸市の540個に次ぎ全国第2位であったが、H19年7月10日に昨年度の調査の上位5都市に電話で追跡した結果、現時点で全国第1位となっていることがわかる。

(5) 財源

一般財源以外の財源としては、H16年度は全事業を対象として岩手県の補助金11,061千円(地域活性化事業調査費：ソフト事業補助率2/3)、H17年度にはビクトリアロード整備事業とハンキングバスケットフェアを対象として岩手県の補助金11,928千円(地域活性化事業調査費：ソフト事業補助率2/3)

(今後の課題)

- ・ フラワーバスケット事業による道路沿道への設置箇所の拡大は、非常に乾きやすく水やりの維持管理や費用負担の面から難しくなっている。
- ・ フラワーオフィス事業による内丸地区の官公庁への設置箇所拡大についても、維持管理面から苦しい状況にある。
- ・ 一般財源以外の財源の確保が課題となっている。

○盛岡ブランドの取組みについて

ブランドづくりの担い手は市民一人ひとり全ての職場・全ての地域でブランド推進

盛岡市は、「人々が集まり・人にやさしい・世界に通ずる元気なまち盛岡」の実現に向けて、地域間競争に勝ち抜き、地域の活性化を図るための重点施策として「盛岡ブランドの推進プロジェクト」を展開している。新市誕生とともに、2006年を盛岡ブランド元年とし、ブランド「喜ばれるまち」を目指す。

(1) 盛岡は暮らし文化のまち

①盛岡は暮らしやすいまち

時事通信調査 (H16年) 住みよいまち日本一

市民モニター2/3が「暮らしやすさに満足」

②暮らしやすさの要素

身近な自然、特産品料理、まちなみ景観、人情もてなし、都市文化

③多様で均整のとれた価値

新しさと古さ、都市(文化)と自然、利便と伝統、機能と情緒

(2) 盛岡の都市像3つの約束

①観光分野 **観光交流都市**

観せる、体験する、交わる

市街地の清水、鮭が産卵する川、岩手山の眺望、歩いて楽しめるまち

②地場産業分野 **地場産業都市**

生みだす、元気

豊かな自然の恵み、伝統と技の産品、工夫の名物料理、新たな活力の産業

③文化暮らし分野 **文化創造都市**

暮らしへの注目

調和のとれた暮らし、人と人との絆、新しい価値と先人、芸術家が暮らす

(3) 主要プロジェクト

①「まちなみ景観づくり」プロジェクト

まちなみ保存活用、まちなみ整備の環境づくり、中津川景観の整備

岩手山など眺望の確保

②「もりおか水の恵み」プロジェクト

水の恵み調査啓発活動の推進、水の恵み産物のブランド化

水の恵み活動基金の創設、水の源の理解促進

③「盛岡特産品ブランド認証」プロジェクト

盛岡特産品ブランド認証制度

メイドイン盛岡の普及振興

④「先人と文化振興」プロジェクト

啄木・賢治生誕祭、啄木・賢治資源の活用、芸術家工芸家が暮らすまち、先人ブランドの推進

(4) 市民意識の共有と市民協働の促進

ブランド推進には市民・民間団体・行政の意識の共有化と市民協働の事業推進が不可欠

(5) 盛岡ブランドの宣伝

ブランド共通のロゴマークやキャッチコピーを活用し、民間と行政の垣根を越えた広報宣伝体系をとることにより、相乗的プロモーションとコストの効率化も図ることができる。

盛岡の表記とロゴマーク、キャッチコピーの展開、宣伝とイベント

【仙北市】8月23日

○ 観光行政について

仙北市は、日本一の深さを誇る田沢湖、西木地区のカタクリ群生、みちのくの小京都と呼ばれる角館地区の武家屋敷と桜並木、全国的にも有名な玉川・乳頭温泉郷、自然景観や歴史・文化などすばらしい資源に恵まれている。

特産品としては角館地区の樺細工、西木地区の西明寺栗などが有名である。

今後、豊富な観光資源の魅力アップと地域一体となった観光の振興により、一層の地域活性化が期待できる。

(1) 観光の課題

① 情報発信・PRの推進

情報不足、PR不足など情報発信の面での課題があり、インパクトのあるPR活動やターゲットを絞った情報発信、春夏秋冬をはっきりさせたPR、首都圏での知名度を上げるPR、ダイレクトメールやメディアを活用したPRが必要

② 地域の特性を生かした観光商品づくりと滞在型観光の推進

観光客は若干ではあるが、増加傾向を示しているが宿泊者数は横ばいもしくは減少傾向で、日帰り・通過型の観光になっている。観光客の入り込みは春が最も多く、冬が極端に少ない。

こうしたことから、自然や歴史、郷土芸能などを活用した誘客促進とともに、地元の食材や地場産品を活用した特産品の開発、体験型観光の推進など通年観光の推進に努める必要がある。

③ 案内の充実

案内システムが不十分であるという意見が多い。関係事業者との連携を密にし、観光客の視線に立った案内システムの構築が必要。

④ 広域観光の推進

県北や男鹿、横手などの他の観光地とのネットワーク形成が大切。

(2) 主な課題点

他県と比較し情報発信やPRが不足している。

通過点の観光になっている。

冬期間の観光客が少ない。

おみやげや、特産品が少ない。

課題について、自然のすばらしさや豊富な観光資源など、この地域が持っている特性を生かし、何回も来てもらえるリピーターを増やすなど、多くの観光客が訪れる観光地づくりを進めている。

(3) 「観光産業を活かした北東北の交流拠点都市」を目指して

生活基盤を持ち田沢湖や奥羽山脈に連なる山脈に連なる山々、温泉郷、武家屋敷、伝統芸能など豊富な観光資源を抱えた地域であり、旅行者がこの地域に入って出るまでの全行程を通じて、切れ目のないサービスや旅行商品を提供できる魅力ある観光地である。

四季を通じて訪れる人々を心豊かにする魅力的なところであり、ここに住む人々が築いてきた「ここでなければならない」「ここにしかない」固有の歴史と文化が根付いている。

こうした地域の特性を活かし、地域に住む人々一人ひとりの心がけでゴミのないまちづくりや清潔なトイレの整備など旅行者にやさしい観光づくりを進めている。

(4) テン・ミリオン計画（観光客目標）

観光客数を現在の6百万人から、10年後に1千万人に増やし「いつ出かけても、何かある」1千万観光都市を目指している。

【秋田市】8月24日

○ 秋田駅周辺まちづくりについて

① 秋田駅のリニューアルと周辺整備

H9年3月の秋田新幹線「こまち」開業にあわせて、JR秋田駅、駅ビルトピコ、秋田駅東西

自由通路が橋上駅方式に整備

②秋田駅前市街地再開発事業

建築物の不燃化、公共施設の整備、商業機能の更新等を目的として、昭和49年11月、駅前再開発事業区域が都市計画決定している。

③大屋根建設事業

秋田駅前市街地再開発事業区域内では、人工地盤の整備にあわせて大屋根が架けられた。雨や雪を気にせず、ゆっくりと買い物ができる快適な歩行空間が整えてある。

④秋田市民市場の立て替え

秋田市民市場は、昭和39年12月のオープン以来、長い間市民の台所として親しまれてきたが、施設の老朽化や駐車場不足等の課題に加え、消費性向の変化を背景に客足の減少が続いていた。

このため、平成6年から改築に関する本格的な協議・検討を開始。平成12～14年度に優良建築物等整備事業制度を活用して事業化を図っている。

⑤秋田拠点センターアルヴェ

市民交流の核として、H16年7月にオープンした官民複合施設。人工地盤で秋田駅東西自由通路と接続し、駅周辺の賑わいづくりの拠点として機能を発揮している。

○ 秋田駅東拠点地区土地区画整備事業について

①事業の目的

JR秋田駅の東側に隣接しており、将来の広域交通の拠点として、また秋田市東部のサービスの拠点として位置付けている。

そのため、上部計画である「秋田駅周辺地区まちづくり総合支援事業（当初は秋田駅周辺地区都市拠点総合整備事業）」の整備計画に基づき、駅前広場を含む道路・公園等の公共施設を整備して、県都秋田市の玄関口にふさわしい、健全かつ良好な市街地の造成を図ることを目的としている。

②事業の名称

秋田都市計画事業秋田駅東拠点地区土地区画整備事業

③施行者の名称

秋田市

④施行地区の面積

102,664.08㎡（約10.3㌥）

⑤施行地区の区域

秋田市手形字山崎、手形字西谷地、東通仲町、樽山字長沼、中通七丁目の各一部

⑥施行期間

H7年度～平成17年度

⑦総事業費

約50億2千万円

事業施工後

高速交通体系等に対応した交通空間や広場空間等の整備がされ、さらに拠点センターアルヴェや秋田駅東西間を結ぶ自由通路の完成により交通やにぎわいが創出され、県都秋田市の玄関口にふさわしい魅力ある市街地となっている。

○地産地消について

地産地消の推進により安全・新鮮・安心な市内産農畜産物の生産拡大等による自給率向上や、農業経営の安定化を図ることを目的として、秋田市地産地消協議会を設置

○地産地消事業推進組織

秋田市地産地消協議会

「構成 32名」

- ・直売活動推進部会
- ・学校給食市内産農産物利用推進会議
- ・生産者・消費者連携推進部会
- ・農林部、関係部局、関係機関

(事務局・地域農業推進室)

①直売活動推進部会 「構成 23名」

- ・秋田市女性団体
- ・秋田県産資源開発研究所
- ・秋田地域振興局農林部普及指導課
- ・関係機関
- JA新あきた、JA新あきた各生産部会、JA新あきた女性部
- ・秋田中央森林組合
- ・秋田市（地域農業推進室）

②学校給食市内産物利用推進会議 「構成 20名」

- ・JA新あきた野菜部会、JA新あきた果樹部会
- ・市場関係者
- ・学校給食登録業者
- ・秋田地域振興局普及指導課
- ・関係機関

秋田市学校給食会、JA新あきた

- ・秋田市

秋田市教育委員会

市場管理室（秋田市農業委員会事務局、地域農業推進室）

③生産者・消費者連携推進部 「構成 10名」

- ・生産者
- JA新あきた野菜部会、JAあきた果樹部会、JAあきた花き部会
- ・消費者団体
- 暮らしを考える女性の会、こまちの会
- ・関係機関
- 秋田地域振興局農林部普及指導課、JA新あきた
- ・秋田市
- 消費者センター、地域農業推進室

○秋田市地産地消協議会実績

①みて、ふれて、食べて、秋田の農業エンジョイデー

市民に農林業・農村に対する理解を深めてもらうことを目的に、秋田県農業試験場参観デーの見学、リンゴもぎとり体験、農家での体験、地産地消の試食を行っている。

②ちびっ子食育教室（参加者：29名）

子どもたちを対象に地域の食材や料理に関する情報発信を行い、地域の持つ食材の魅力の発見と愛着を喚起することを目的に開催。

○各専門部会等の取組み

①直売活動推進部会

- ・川尻総社神社で毎月第1土曜日の定期的な開催、集客のあるイベントに絞った参加により計18回の直売を行う。

開催内容	活動回数
川尻総社神社	6回
アルヴェきらめき市場	1回
秋田刑務所矯正展	1回
秋田港海の祭典	2回
竿燈祭り	4回
食の国あきたフェスティバル	1回
食品安全地域懇談会	1回
秋田産デーフェア	2回

・地産地消弁当の開発

直売で販売されている野菜、豚肉を活用した地産地消弁当を開発し、イベント等における試食でのアンケート調査を行う。

・残留農薬ポジティブリスト制度による検査

秋田市保健所による野菜の残留農薬検査を受検し、不検出結果を踏まえ受検野菜を販売し安全安心・安全のPRを行った。

・会計に関する税研修会

税理士による各販売所の事業に応じた会計研修会を行う。

○学校給食市内産物利用推進会議

- ①JA新あきたと連携により、生産物を市内学校給食に対し供給を行う。

学校供給状況（野菜）

	総使用量	市内産供給量	供給割合
平成17年度	571,265 kg	59,728 kg	10.5%
平成18年度	581,252 kg	40,279 kg	7.0%
前年度対比	101.7%	67.4%	

②給食調理現場視察研修（参加者 14名）

直売活動推進部会員による給食調理の現場視察を行い、栄養士と意見交換、食材に対する調理場の現状及び衛生管理等について相互の理解をはかる。

③取組み効果等

学校給食調理場視察を通じ、生産者と調理関係者相互の理解を深め、新たに食材を納入するルートを確保することができた。

○生産者・消費者連携推進部会

生産者と消費者の顔の見える関係を構築し、食の安全性や農業の役割についての相互理解を育むため、農業体験を通じた意見交換会等を行い、生産現状と消費者ニーズについて相互の理解をはかった。

①野菜収穫体験（参加者：60名）

「広報あきた」により公募した一般消費者及び小学校以上の親子を対象に、ネギの出荷作業体験を行う。

②取組み効果等

生産者から日々の作業や苦勞、工夫等説明され、消費者からは、生産者の熱心な取組みのもと生産されていることを知り、安全、安心が確認できたとの感想があり地場産農産物への理解を深めている。

<視察を終えて>

各市を視察した結果、どの市もインパクトのある事業に取り組まれている。また、いずれの市もイメージアップにつながり、市を上げてのまちづくりをされている。

特に今回の視察では、盛岡市の花と緑のガーデン都市づくり事業は、行政、市民、事業所の協働による、盛岡らしい緑の文化として全国に発信されている。

我が加西市でも花と緑と歴史のまちをうたっている。当然見習うべき点が多くあった。

我々建設経済委員会としても「花と緑のまちづくり」を推進し、全国に発信出来るよう最大限努力して行きたい。