



政務活動報告書

令和元年11月18日

〔会派名： 心風会 〕

代表者氏名	永岡 禎 	記録者氏名	幸松 孝太郎 
視察者氏名	永岡 禎、幸松 孝太郎、荊原 広樹		
視 察 日	令和元年11月5日（火）～令和元年11月7日（木）		
視 察 先	宮崎県宮崎市、日南市、西都市		
目 的	・初日（11月5日）：宮崎市視察：「宮崎市の6次産業化の取組みについて」 ・2日目（11月6日）：日南市視察：「日南市民間人の登用等マーケティングについて」 西都市視察：「西都市景観計画の取組みについて」 ・3日目（11月7日）：西都市視察：西都市「西都原古墳群」の現地視察について （西都原ガイダンスセンターこのはな館）		

視察概要

（1）視察の考え方

今回の視察の目的は、名張市における課題として色々挙げられる中で「地域経済の活性化」、「6次産業化」、「太陽光発電パネル設備設置に係る条例策定」について、全国における先進的自治体を調査したところ、宮崎県において1つは、県庁所在地における宮崎市の6次産業化の取組みについての経緯や成果、そして今後の課題などについてお聞きし、名張市における6次産業化への活用に反映させる事が目的である。2つ目に、宮崎市から近い日南市では、シャッター商店街での空き店舗対策として、市長の選挙公約でマーケティングを取り入れた民間人の登用について、その発端や経緯、成果、そして今後の課題などについてお聞きし、名張市における地域経済の活用化に反映させる事が目的である。

3つ目に、名張市百合が丘の地域づくり協議会から「太陽光発電設備パネルを住民の同意を得ることなく施工してはならない旨の規制実施のための名張市条例の制定を求める請願」に対して、市議会ではこれを採択してこの対策のための部会を設置して審議中であります。西都市では、太陽光発電設備を設置する場合の届け出を事業者に義務付ける「景観基本条例やその骨子となる西都計画」を策定しており、担当者の方々と意見交換を行い、名張市がこれから進める太陽光発電設備等の条例制定への対応などについて反映することが目的である。

4つ目に、この西都市では、日本最大規模で319基の古墳が集まる国の特別史跡「西都原古墳群」があることから、この古墳群の中央にある大型観光拠点施設「このはな館」を現地調査して、三重県でもトップクラスの規模を誇る「名張・美旗古墳群」の歴史文化の発展に反映させる事が目的である。

以上の4件は、当市にとって今後重要な課題であるため、今後の議会における定例会の一般質問や委員会等を通じて執行部に提案・提言を行うことが今視察の主目的である。



(2) 宮崎市の「6次産業化」の取組みについて

説明者：宮崎市議会事務局 総務課、増田 泰久 課長、議事調査課 児玉 哲夫 課長補佐
政策調査課 西森 勇人 主任主事
農政部 農政企画課 釜元 浩一課長、企画係 長谷川 暁 係長、松浦 誠 氏



1. 宮崎市の「6次産業化」説明資料（説明者：釜元 浩一課長）

別紙資料①・・・6次産業化に係る支援体制

②・・・みやPEC推進機構の組織体制

③・・・6次産業化について

④・・・6次産業化支援事業

⑤・・・6次化商品セールスサポート事業（みやPEC推進機構冊子含む）

⑥・・・第12次宮崎市農林水産業振興基本計画

⑦・・・みやざき6次産業化の手引き

2. 名張市6次産業化の取組みと考え方及び現状の商品化リスト

①. 名張市6次産業化の取組み

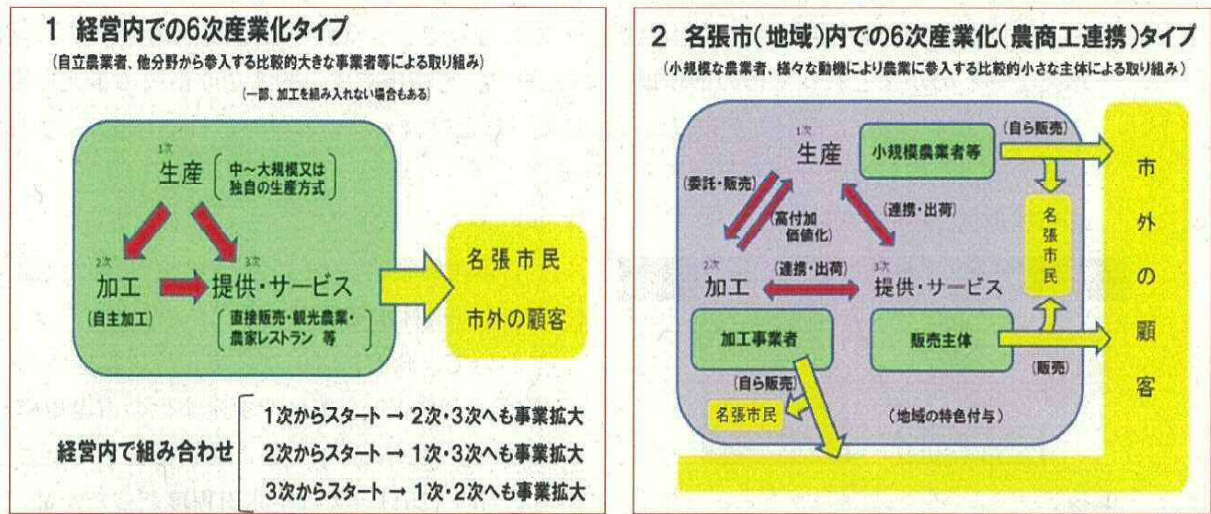
名張市6次産業化の現状における取組は、平成29年4月に、滝之原地区において旧小学校給食室を活用した農産物加工所がオープンし、地元農産物を活用した新たな加工品づくりなど、地域連携型の6次産業化の取組を開始しました。また、箕曲地区や錦生地区の地域づくり組織が主体となって行う酒米づくりと地元酒造による地酒づくりの取組や、旧小学校校舎を活用したキノコの栽培とキノコを使ったドレッシングの開発等、地域ぐるみで行う新たな6次産業化の取組が生まれています。

更に、国津地区の旧小学校校舎のワイン醸造所への改修と醸造用ブドウの栽培によって、醸造用ブドウの栽培（1次）、地元産ワインの醸造（2次）、販売（3次）を手掛ける6次産業化のプロジェクトが始まっています。

加えて、美旗地区では、他分野の企業による農業分野への参入の取組として、植物工場の操業が開始されており、雇用の創出や特産品づくりへの貢献が期待されています。

その他、農業・福祉分野や特別支援学校等の関係機関・団体が連携し、平成21年2月に名張市障害者アグリ雇用推進協議会を設立し、全国に先駆けて、農業分野における障害者の就労を推進する農福連携の取組を進めている。

②. 名張市6次産業化の考え方（フローチャート）



③. 名張市6次産業化の商品リスト一覧表（17団体）

商品名	一次	二次	三次
へこきまんじゅう	名張産	たまきや	たまきや
みのわ(酒)	名張産	澤佐	澤佐
ドレッシング(きのこ)	名張産	錦生自治協地産地消部	錦生自治協地産地消部
乾燥きくらげ	名張産	錦生自治協地産地消部	錦生自治協地産地消部
乾燥きくらげ	NPO 赤目の里山を育てる会	NPO 赤目の里山を育てる会	NPO 赤目の里山を育てる会
乾燥きくらげ	福嶋農園	福嶋農園	福嶋農園
ワイン	名張産	國津果實酒醸造所	國津果實酒醸造所
安納芋ババロア	名張産	イーナバリ	イーナバリ
たけの子水煮	名張産	イーナバリ	イーナバリ
トマトケチャップ	名張産	イーナバリ	オクダ
ジュレ(いちご)	名張産	イーナバリ	イーナバリ
ジャム(ぶどう)	名張産	イーナバリ	福田
ジャム(いちご)	風農園	風農園	風農園
飲むジュレ(ぶどう・いちご)	名張産	JA 女性加工部会	JA 女性加工部会
デコレーション(梅・ゆず・ぶどう)	名張産	にじいろ農園	にじいろ農園
ごぼう茶	名張産	福井穀茶工業所	福井穀茶工業所
桑の葉茶	名張産	福井穀茶工業所	福井穀茶工業所
伊賀牛伊賀忍者カレー	伊賀・名張産	丸福精肉店	丸福精肉店
伊賀牛ころころしぐれ	奥田	奥田	奥田
牛しぐれ	伊賀・名張産	オクダ	オクダ
おかずみそ	伊賀・名張産	オクダ	オクダ
う米ギフト	名張産	富永米穀店	富永米穀店
長瀬たんくろう窯の炭	名張産	長瀬炭窯愛好会	長瀬炭窯愛好会
もみがら	岩森(個人)	岩森(個人)	岩森(個人)
燐炭	田五作舎	田五作舎	田五作舎

3. 農林水産省データから見る6次産業化について

①. 6次産業化の市場規模と認定事業者数の推移 ～農林水産省のデータから考えてみると～

6次産業化はどれくらい日本全国に広まっているのでしょうか？また、取り組む人の人数は増えているのか？どれくらいの市場規模なのか？？宮崎市では、約4,200億円の事業規模で予算を組んでいるが、まだまだ市民に浸透しているとは言えないと説明されているが、農林水産省の発表しているデータを元に考えてみました。

(1)市場規模 10兆円を目指して



「日本再興戦略」の一環として2013年に決定された「農林水産業・地域の活力創造プラン」において、政府は「6次産業化等の推進」を掲げ、「2020年までに6次産業化の市場規模を10兆円に増加」することを目標としています。当時(2011年)は1兆円程度だったため、それを7年で10倍にするという目標でした。

【農林水産省のHPを元に作成】



2017年2月、その施策の実行状況についてのまとめがアップロードされており、それによると、2013年度の6次産業化の市場規模は4.7兆円、2014年度の市場規模は5.1兆円に増加したとのこと。前年度比で8.5%の増加となりました。

【農林水産省のHPを元に作成(端数切り捨て)】

2020年に10兆円にするためには、毎年10%程度の増加が必要です。そのことを考えると、2014年から2015年にかけての成長は8.5%と鈍化しており、KPIの進捗としては進捗途上だと言えるでしょう。

(2)具体的に行われている施策とは？

総合事業化計画認定件数



現在、政府は6次産業化に対して多面的な支援を行なっていて、5年以内の事業計画書「総合化事業計画」を申請して認定を受ければ補助金などの金銭的な支援や6次産業化プランナーからの総合的なサポートが受けられるようになっています。

ですから、総合化事業計画認定件数は2013年には1321件だったものが2017年9月現在2250件にまで増加しています。

しかし、名張市における事業者の認定は、まだ1件という結果であり、今後のサポート支援が求められています。

この農林水産省のデータによると、その進捗状況としては「事業計画に比べ遅れがあるものの事業を実行中」の事業者が62%に上り、計画通りに進められている事業者は全体の3割程度という。

日本政策金融公庫のアンケートによると6次産業化の黒字化までの取組年数は平均で4.1年、同アンケートでは「資金的余裕や精神的な辛抱さが必要」と述べた事業者も多かったとのこと。総じて、広まりつつある6次産業化ではありますが、宮崎市のお話からは、今後にはまだまだ課題が多くあることを学ぶことができた。

4. 宮崎市「6次産業化」の視察を終えての感想

我が国の農業は、需要の低迷や販売価格の低下、また従事者の高齢化やその後継者の不足といった状況下にあって農山村地域の活力低下という問題に直面しているなか、宮崎県の県庁所在地である宮崎市においても、同様の問題を抱える厳しい状況にあり、また、農産物のブランド化や市産農産物のPR・発信（近隣の都市のPRがうまいと）といった課題も抱えていることが分かった。

そうした中、昨今、6次産業化の手法に注目が寄せられており、宮崎市においても地域の農業を活気づける方策について「第12次宮崎市農林水産業振興基本計画」を策定して、取り組んでいる内容を学ぶことができた。その中で、6次産業化という考え方は以前より存在していたものであるが、その言葉自体は比較的新しいもので、国が「6次産業化法」として制度化を行ったのは2010年のことであり、宮崎市においても6次産業化の施策に関しては、まだまだ動き出しの段階にあることが意外であった。こうした状況を受けて、今回「6次産業化」をテーマにいろんな視点で6次産業化の方向を探ることは、これからの農業および関連産業展開の次の一步を考える上で、非常に重要な意味をもつ可能性があることを勉強することができた。

特に、宮崎市では、「みやPEC」（みやぎきどれ Products Economy Cooperation の略）が、第1次から第3次産業まで関係する全産業がスクラムを組み、宮崎市及び周辺地域の豊かな農林水産物を利用した製品づくりを通して、地域経済の活性化を図っており、平成26年4月1日に一般社団法人化したもので、組織体制は宮崎市長を理事長とし、農林水産業、商工業、観光業、教育・研究、行政の各分野13団体が集結し、宮崎市版6次産業化を推進していた。

構成団体間の連携強化、情報交換、PR推進と販路の拡大、地産地消と地産外消を推進し、主要事業としては、みやぎきっ子 Cooking-Room（子どもを対象に、地産地消・食育をテーマにした講演・試食会）や、シェフサミット（川越達也氏などが所属する首都圏の宮崎シェフズクラブとの市民交流パーティ）、東京における食材プロモーション活動（料理、農林水産品、加工品の試食会や商談会等）、商品開発支援（学生考案の黒皮かぼちゃや日向夏を食材としたスイーツレシピのプロによる商品化、日向夏ソフトクリーム開発、はもレトルト食品開発、発泡清酒「はじまり」の販路拡大、スイーツセミナー開催）等の取組みは、非常に印象深いお話であった。

生産者の意識の変化や消費者の反応、組織としての利益追求の考え方、事業のターゲットの選定方針等の質疑に対しても説明をいただき、地域経済の活性化に資する同法人のアイデ

ア溢れる取り組みは、名張市としても大変参考となる事例であった。

おわりに、名張市は、現在6次産業化において商品リスト一覧表の17団体が頑張っていますが、この6次産業化が軌道に乗るまでにはある程度の期間が必要であるため、6次産業化に着手したからといって必ずしも即利益に結びつくとは限りません。

また、利益を得るためにはある程度の安定供給が必要でありながらも、天候や風評に左右されやすい大変繊細な産業分野です。

しかしながら、自分たちが生産した物を自分たちの判断で売りたいという思いは尊重されるべきであり、さらなる質の向上を目指して積極的に農業を持続・発展させていこうとする取り組みに対しては、行政もネットワークや人材育成など相応の支援が必要と考えます。

6次産業化は、雇用機会の創出ほか、地域づくりや地域経済の底上げにもつながる可能性のある新産業分野ですので、名張市としても効果的な支援が必要であることを今後の議会活動において提案していきたい。

そこで、今回の視察を基に名張市の6次産業化への提言について考えてみたい。

5. 名張市「6次産業化」の取り組みについてへの提言

農業就業者の減少と高齢化、農業所得の減少等、農業を取り巻く課題は山積していますが、農業が地域産業と結び付き、他業種と連携しながら経営基盤の強化を図る6次産業化に取り組むことは、こうした課題の克服のみならず、雇用の創出等、地域経済の活性化につながることを期待できます。

今後の方向性として、農作物の生産だけでなく、商品の選定から開発、販売にまで携わるためには、農産物等のブランド化や商品の付加価値を高めるなどの技術習得と同時に、消費者ニーズを的確に把握するためのリサーチから始まり、消費者の手に届くまでの販売ルート構築までの一連の経営に関するノウハウを習得することなどに加え、雇用形態のあり方の模索についても不可避となってきます。

そのための支援体制の整備が早急に必要であると考えますので、次のように提言します。

(1) 市（商工会議所）の相談窓口の充実と定期的な意見交換会の実施

- ・三重県や名張市の相談窓口で相談者が何回も同じ説明をしなくてもいいように、名張商工会議所で6次産業化と農商工連携の相談窓口を充実し、継続的な指導や相談を受ける体制の確立が必要です。

やむを得ず他の担当室に移動しなくてはならない場合には、初期の相談の受け方と取次方法について、効率的なサポート体制の構築が必要。

- ・事業団体との意見交換を定期的に行い、事業団体が相談内容の程度にかかわらず躊躇することなく相談できる環境を整備してください。

(2) 総合的な経営体の育成に向けた包括的支援体制の構築

- ・男女を問わず6次産業化を目指す個人や団体のマネジメント力やパイオニア力を育成し、総合的な経営体として機能させられるようになることを目標に、近大高専などの研究機関や1次産業ビジネスを行う関連企業等の協力を得て「（仮称）6次産業化・農商工連携*1 ビジネス講座」を開講してください。

- ・「（仮称）名張市6次産業化・農商工連携（産学官も含む連携）推進連絡会」を設置し、三

重県とも連携しながら、販路拡大のためのセミナーや商談会の開催など、異業種間交流や情報交換の定期的な機会の設定を支援してください。

- ・女性の就業者や就業希望者も参加しやすい環境を整備してください。
- ・習得技術や加工技術のマニュアル化やデータベース化等、人材育成に対する補助制度を創設してください。
- ・施設整備への補助制度の充実など、市民が利用しやすい制度への環境整備を行ってください。

(3) 6次産業化の情報提供

- ・6次産業化は長期的視野での育成と同時に、スピーディで効果的な戦略も打ち出していくことが必要です。メールマガジンなどの情報発信ツールを活用し、6次産業化の最新動向や行政の動きに関する情報提供を定期的に行ってください。
- ・市民が6次産業化への理解を深め、興味を持てるように、6次産業化や農商工連携が行われている農地にその旨を記載した看板を設置してください。

(4) 社会的サポートを必要とする方々の雇用の促進

- ・障がい者や高齢者、療養者、育児中の女性などの就業希望者が雇用の機会を得るには、ワークシェアリングなどの勤務体制枠の設置も視野に入れることが必要と考えられますので、こうした就業希望者を雇用できるよう、事業団体へ向けた支援事業を行い、専門家によるセミナーの開催や、就業希望者と事業団体とが知り合える機会の創出を行ってください。

(5) (仮称)名張市6次産業化基本計画を策定(参考に、目次のみ)

名張市6次産業化基本計画	目次
第1章	はじめに
1	計画策定の目的、位置づけ、計画期間、2 本計画における「6次産業化」の考え方
第2章	6次産業化をめぐる情勢
1	農林水産業をめぐる情勢
(1)	担い手の減少、(2) 農業所得の低迷、(3) 安全・安心に対する意識の高まり
2	社会環境をめぐる情勢
(1)	食をめぐる国際的な情勢、(2) 「健康」と「簡便」を求める消費者ニーズ
(3)	多様化する観光ニーズ
3	名張地域産業の現状
(1)	第1次産業(農業・漁業)
ア	担い手の減少、イ出荷価格の低迷、ウ農産物直売所
(2)	第2次産業(食品製造)
ア	事業所数・従業者数・製造品出荷額の推移
(3)	第3次産業(商業・観光)
ア	商業(卸売業・小売業)の事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移
イ	観光客入込数、グリーンツーリズム・民泊
4	名張市6次産業化トピックス
(1)	三重ブランドへの申請～「名張川の水」がもたらした本市の農産品～
ア	名張産米「伊賀米コシヒカリ」、イ「名張ワインプロジェクト」
(2)	本市農業を取り巻く新たな動き
ア	「果樹農業6次産業化プロジェクト」、イJAの再編、ウ学術連携、
第3章	基本方針と目指す方向性
1	基本方針、2 目指す方向、3 戦略品目
4	推進方策
◇	モノづくり、◇ 出口づくり、◇ 人づくり
第4章	計画推進のために
1	推進体制の構築
2	計画の進行管理
<資料編>	
資料1	名張市6次産業化の現状と課題
資料2	名張市6次産業化計画策定にかかる懇談会
資料3	名張ブランド商品一覧

(3) 日南市民間人の登用等マーケティングについて

説明者：日南市議会事務局 総務議事係 中山 綾香 主任主事

日南市産業経済部 商工・マーケティング課 商工係 阪元 稔史 主任主事、

マーケティング推進係 谷元 貴士 主査、

総合政策部総合戦略課 金丸 裕一 地域イノベーションリーダー、水上 梨々子さん



1. 日南市の概要

日南市は昭和25年1月1日に吾田町、油津町、飢肥町、東郷村が合併し市制を施行。昭和30年2月1日に鶴戸村と細田町、昭和31年4月1日に酒谷村と榎原村大窪地区が合併し現在の日南市になりました。温暖な気候を生かした超早場米やみかん等の農業、飢肥杉による林業、マグロ・カツオの遠洋漁業、王子製紙（株）日南工場が市の基幹産業です。

日南市は面積で名張市の約4倍、人口で約65%、財政規模は名張市が日南市の同規模といったところです。ところが歳出決算額商工費と農林水産費で約20億円と、名張市の約2.5倍の規模です。経常収支比率・将来負担比率を見ても産業振興の必要性が見て取れます。

2. 日南市民間人の登用等マーケティングの説明資料

- ・別紙資料A：油津商店街の動きとIT企業誘致への取組（説明：阪元 稔史 主任主事）
- ・別紙資料B：地域資源マーケティング推進事業の取組みについて（説明：谷元 貴士 主査）
- ・別紙資料C：飢肥のまち再興プロジェクト（説明：金丸 裕一 地域イノベーションリーダー、水上 梨々子さん）

3. 日南市民間人の登用等マーケティング視察テーマの所感

①. 民間人の登用について

- (1). マーケティングできる民間人の登用は、市長の選挙公約だった！

まず、民間人の登用については、現市長が宮崎県庁の職員だったときに、「県庁を辞めて市長選に打って出る」という決断をした市長選に立候補したときは、「きっと、『地元をなんとかしたい』という熱い思いがあるゆえの行動で、『マーケティングができる民間人を登用する』っていうのが選挙公約であった。当時33歳の若さで予想を覆して当選した。

「若い人たちが戻ってこない地域になっているが、日南に戻りたい人が戻ってこられる地域にしてほしい。外貨を獲得することで雇用を創出して欲しい。」それだけを指示されました。

- (2). 日南市のように優秀な人材を獲得する秘策は、一本釣り！

自治体が行う採用は、外部人材であっても通常は公募手続きを踏むことになっています。しかし、地方公務員法をよく読むと、ポストを定めた採用に関して公募は必須ではないようだ。つまり自治体の多くは、平等原則から公募が義務付けられた新卒採用のルールを「ポスト採用」にもあてはめているのだ。

欲しい人材を目の前にしながら、採用責任者が「うちは公募が方針なので応募してほしい」と話しては、熱意は伝わらない。良い人材を採りたいのに、公募手続きを口にしては、本末転倒ではないか。優れた人材を確保したいのなら、これと思った人材が見つかったのなら、すかさず「一本釣り」をするのが正解だろう。

因みに、神戸市役所では、最近、メインの業務をこなしながら、市役所のさまざまな部署のテクノロジー導入をサポートしている。そのひとつが、救急車以外の方法で、緊急度が低い軽症の市民が病院に行ける仕組みづくりで「民間搬送サービスを予約手配する自動応答電話システム」を国内で初めて導入しようと、昨年9月、神戸市の消防局は、KDDIが行うアイデアソンに参加した。

現在、神戸市ではこのような外部人材として、すでに10名を登用し、彼らの良い評判は市役所のさまざまな部署に伝わっている。2019年2月8日、久元喜造神戸市長は平成31年度予算を発表した。これには「東京で神戸の魅力を伝えるエバンジェリスト（伝道師）」、「戦略広報をリードするPRプランナー」などの外部人材を増員することが盛り込まれており、この春以降、活躍する彼らの姿をこの目で見られるのが、今から楽しみです。が、名張市でも参考にしたい。

②. IT企業誘致は、トップセールスだった！

油津商店街は、寂れたシャッター商店街からたった3年で元気いっぱいに蘇ったことで、経済産業省の「はばたく商店街30選」にも選ばれ、地域活性のモデルとして全国から注目を集めている商店街です。

2016年4月にIT企業のサテライトオフィスが進出したのを皮切りに、わずか4ヶ月で徒歩圏内にITベンチャー企業を中心に6社が本社移転またはサテライトオフィスを設立。また、観光関連分野で2社が起業。結果として3年間に120~130名の新規雇用が生み出されています。誘致企業の事業予測を合計すると、市としては「平成32年までに新規雇用700名」という目標を打ち出していますから、なんとか達成したいですね。

うまくいっている理由は、ベンチャー企業と同じスピード感で動いていることです。私たちは「民間企業が日本一組みやすい自治体です」とうたっています。それは「大きな予算を民間企業とのコラボにふりむけている」という意味ではない。なにごとにせよスピーディーに取り組むことで、民間企業にとって大きなコストである「時間」がかからない自治体である、ということなんです。

ITって何??と戸惑い気味だった住民たちも、今ではもうすっかり慣れたもの。IT企業で働く若者と、商店街のおじちゃんが笑顔で交流する、化学反応が起こっています。

クラウドソーシング企業の草分けであるクラウドワークスとコラボして、「1年間かけて、Webライティングのクラウドソーシングで月収20万円を稼ぐ主婦ワーカーを育成しよう」というプロジェクトを推進しました。でも結局、月収5万円ぐらいしか仕事なかった。

しかし、このプロジェクトによって「日南市はIT人材の育成にチカラを入れている。優秀な人材が採用できそうだ」という民間企業からの評価をかちとることができた。その結果、