

創政会会派行政視察報告書

1 日 程

平成30年11月13日（火）～14日（水）

2 視察先及び視察目的

11月13日（火） 神奈川県愛甲郡清川村
道の駅清川について

11月14日（水） 静岡県熱海市
シティプロモーションについて

3 視察者名

吉田健一 平井喜一郎 松本正行 田中良夫 竹内政雄 鈴木久才
小坂裕 小林利一 新井好一

4 調査結果

次のとおり

神奈川県愛甲郡清川村

○清川村の概要

【人口】 2, 9 9 3 人

【面積】 7 1. 2 4 km²

【平成30年度一般会計予算額】 2, 3 3 6, 7 8 0 千円

【議員数】 10 人

都会の奥座敷として首都圏に真の自然を提供している清川村は、神奈川県唯一の村として、県内北西部の東丹沢山麓に位置し、北東は仏果連山を境に愛甲郡愛川町、厚木市、北西は、丹沢山麓を境に相模原市、足柄上郡山北町、南は秦野市、厚木市に接し、面積の89%が山林で占められており、煤ヶ谷には小鮎川、宮ヶ瀬には中津川と早戸川がそれぞれ溪谷美や清流をつくっている。

気候は比較的温暖で、自然の動植物の宝庫でもある。

■道の駅清川について

(1) 道の駅清川の概要

平成27年11月に神奈川県の3番目の道の駅としてオープンした。もともとあった村の交流促進センター清流の館をリニューアルする形で営業を始めた道の駅で、小規模な売り場面積にも関わらず、オープンしてからの1年で前年比185%以上の売り上げを記録している。現在でも毎月、前年を超える売り上げを記録し続けている。

平成30年4月1日から平成33年3月31までの3年間、運営を民間の指定業者株式会社アグリメディアに委託している。

(2) 主な質問事項

①指定管理者について

道の駅清川は、清川村役場前の「交流促進センター清流の館」を拠点に開業し、平成18年度から平成29年度まで清川村森林組合に指定管理委託をしていた。

村では、更なる道の駅の活用として、民間企業による運営を検討し、2011年に設立以降「都市と農業をつなぐ」をコンセプトに農業公園や複合型レジャー農園の運営など様々な新しい農業ビジネスを展開し、実績がある農業ベンチャー企業の株式会社アグリメディア(本社東京都新宿区)と平成30年度より年間300万円で指定管理委託をしている。

②売上げをどのようにして伸ばしているのか

農産物直売所の売り上げについては、加工品が主体となっており、農産物は地場野菜が全体の20パーセントを占めている。販売価格が安く、品物も少ないため、午前中で野菜等は売り切れてしまうことが続いていたため、より多くの来場者に買ってもらえるよう、周辺の農家に声を掛けて、量・種類ともにアップさせ売り上げを伸ばしている。平成29年度の登録生産者数は、109名である。

また、平成30年4月より株式会社アグリメディアが指定管理者になるのに合わせ、施設2階の和室を食堂に転換する改修工事を実施し、村内唯一の養豚場である山口養豚場のブランド豚「清川恵水ポーク」をメニューの柱に地元食材を楽しめる食堂「恵水キッチン」をオープンし、道の駅の充実を図っている。

④道の駅の役割について（農業、住民への影響）

中山間地に位置しているため、スーパー等がなく、地域の買い物ができる店としてなくてはならない。

⑤今後の展望、課題等について

さらに農産物等の品揃えをどのように増やしていくかが課題である

(3) 所感等

人口3,000人弱の小さな村であるが、宮ヶ瀬ダムという大きなダムがあるため、村税だけで約14億円と自主財源に恵まれている。

実績がある農業ベンチャー企業に指定管理委託をすることで、農産物直売所の新鮮な野菜の量や種類を増やすことや、販売形態の工夫及びホームページでの情報発信等が販売実績の向上につながっていると感じた。

静岡県熱海市

○熱海市の概要

【人口】37,161人

【面積】61.78km²

【平成30年度一般会計予算額】21,150,000千円

【議員数】15人

熱海市は、天与の温泉と海山の景観美、住む人々のおもてなしと市政発展への弛みない努力によって発展の道を歩んでおり、その沿革は、明治22年熱海村が伊豆山村、泉村、初島村を合併して、新しい熱海村となり、上多賀村と下多賀村は合併して多賀村となった。明治24年に熱海村は熱海町となり、昭和12年4月10日多賀村と合併して熱海市となった。さらに、昭和32年網代町と合併し現在に至っている。

■シティプロモーションについて

(1) 取組の背景

急速な少子高齢化の進行や、本格的な人口減少社会の到来、IT化やグローバル化の進展による経済構造の変革など、我が国の社会情勢は、大きく変化している。

一方、地方都市においては、財政状況が厳しく地方分権が進展する中で、地域の個性や特長を生かした魅力的なまちづくりなどによる、自立した地域経営が求められている。今後、地域間競争がますます激化する中で、熱海市が持続的に発展するためには、外部からヒト・モノ・カネ・情報などを獲得する施策や戦略が求められることから、平成23年度より本市の魅力やイメージを高め、本質的に価値を上げる情報発信ができるよう、シティプロモーションに本格的に取り組んでいる。

(2) 主な質問事項

① シティプロモーションの取組状況について

平成18年12月に熱海市は「財政危機宣言」を発し、その後「行財政改革プラン」を策定して、新しいまちづくりに取り組み始めた。また、さらなる成長、市民生活の向上に向けて様々な政策を講じていくため、平成27年7月に経済産業庁から副市長が就任を迎えた。

平成25年2月には、多種多様な主体が行っているプロモーション活動が、顧客に対して継続的に魅力を訴求し、「訪れたい」「住みたい」「投資をしたい」などのアクションにつながるように、「観光プロモーション」「移住促進プロモーション」「投資促進プロモーション」の3つのプロモーション活動を重点的に実施していくため、「熱海市シティプロモーション基本指針」を策定し、観光経済課に事業を集約した。

平成28年度決算	観光経済課	観光推進室	}	
	1,171,119千円	メディアプロモーション推進室		873,795千円
		産業振興室		
		農林水産室		297,324千円

② 担当職員の人数について

職員は10名で専門知識とやる気がみなぎっていた。

③ その他

昔の温泉地のイメージから新しいリゾート地に生まれ変わろうとしている。日本一の温泉地づくりを加速させるため、チーフアドバイザーの全国公募を始めた。

(3) 主な所感等

熱海駅前商店街の賑わいには、中高年プラス若者の姿も多く見られ、シティプロモーション等による新しいまちづくりの効果が表れていた。市の担当職員が高い意欲を持って、熱海市のリニューアルへ挑戦している様子が伺える。本市においても、さらにシティプロモーションに力を入れ、若者を取り込んだ中心市街地の活性化に取り組んでいく必要があると感じた。