

行政視察報告書

委員会名（会派名）	産業建設常任委員会	報告者	小林・佐野・近藤・稲村
視察日程	令和5年10月24日（火）～26日（木）		
調査事項 及び 視察地	① 就農希望者が農業を学ぶ研修農業「朝日里山ファーム」の取組について（茨城県石岡市）		
	② 「佐野ラーメン」食での観光PRの取組みについて（栃木県佐野市）		
	③ 日本一の餃子消費量を観光資源として仕掛けて取組みについて（栃木県宇都宮市）		
	④ 自動運転実証実験の取組みについて（茨城県常陸太田市）		
参加議員（委員）	田澤 信行、土田 昇、小林 秋光、近藤 隆行、佐野 大輔、稲村 隆行		
<p>【調査目的・内容】 朝日里山ファームの新規就農希望者育成方法と取組、成果を調査し、地域農政振興に与える影響を理解する。また、朝日小学校廃校後の校舎活用方法も視察する。</p> <p>【朝日里山ファーム概要】 「朝日里山ファーム」は「朝日里山学校」の周辺耕作放棄地を再生し、H29年新規就農者の研修農場施設としてオープン。約1.6haの有機圃場を有し、トラクターやパイプハウスなどの農機具を提供し、研修者に貸し出す施設を運営している。研修者は自ら有機農業を2年間実践して技術を習得する。この研修視察は有機農業を中心に研修し、地域の有機農業促進に力を入れている。研修カリキュラムは有機野菜コース、いちごコースとあり、冬野菜の管理、施設補修、農業機械の手入れなど具体的な実習が含まれる。また土づくりや育苗技術、作物の定植から収穫、出荷作業まで、季節ごとの適切な管理対策技術を学ぶ。 現在まで7期生が卒業。年齢は40代が3名、30代（夫婦）が2組、20代（夫婦）が2組。 就農者の支援として、研修中は「新規就農者育成総合対策費（就労準備資金）月12.5万円年間150万円の補助が2年間受けられ、夫婦で受ける場合1.5倍で年間225万円の補助がある。また県が提供するニューファーマー育成研修支援は月10万円を1年間利用できる。研修後、独立し新規認定就農者になると12カ月間の生活支援月12.5万円が受けられ、夫婦の場合1.5倍で年間225万円（最長3年）の支援がある。朝日里山ファーム先輩農家、JA、有機農業部会（28名）とのつながりが継続され、相談しやすい環境が整っている。 また朝日里山学校廃校後の利活用として、農業体験イベントを開催し、都内からの子供たちが農業体験に訪れるなど幅広い支援と活動を展開している。</p> <p>【所感】 当市の施策「飛び出せ！農業！スタートアップ支援事業」は、農業の担い手を確保するため、新規就農希望者が就農に向けて必要な研修・資格取得や、農業に新規参入する人が農地の取得に必要な経費の一部を支援しているが、物資面に偏りすぎている感じがある。新規就農者の経営スキル向上を図るため、朝日里山ファームのような実践的アプローチを取り入れることが有益であると考え。視察してきたこの取組みは、新規就農者が農業経営の実務を身に着けるための手法として重要と考える。 また、当市のチャレンジ・ファーマー事業と連携を強化し、新規就農者にわかりやすい支援策を提示することで経営スキルの向上と持続可能な経営の促進が期待できる。 物資支援だけでなく、経営スキル向上にも焦点を当てた支援策を組み込むことが、よりバランスの取れた支援が必要であると感じた。</p>			

【調査目的・内容】

佐野市では、ご当地グルメとして「佐野らーめん」が全国的に有名で、地域ブランド化ができており、どのように組織化やブランド化が進めてこられたのか、燕市における「燕背脂ラーメン」の今後の参考事例としての調査を行った。あわせて、「佐野らーめん」の組織である「佐野らーめん会」への行政の関わり方や、PR方法、「佐野らーめん」のブランドを今後も維持していくために行っている後継者育成の事業も調査した。現在、佐野らーめんと合わせてブランド化の展開を図っている「佐野餃子」についてもお聞きした。

【所感】

・佐野らーめんのブランド化を支える会の組織化については1988年当時有名だった喜多方ラーメンを参考に、「佐野でラーメンでまちおこしをしよう」という機運が高まり結成され、官民が一体となり今日に至るまで佐野らーめんのブランド化を図る中核を担ってきた。

佐野市では、行政として2010年から地域資源のブランド化「佐野市ブランド化推進計画」が進められ、「佐野ブランド認証」や、「シティプロモーション推進基本計画」も策定され、全国的に佐野市が知られる道筋を行政が後押ししてきた。

これは、行政が地域ブランドの必要性を感じ、積極的に動いたことで「佐野らーめん」が全国的に広がった理由の一つでもあり、知名度が高かった「佐野らーめん」を前面に推し進めていたことも結果的に佐野市が地方の中でもブランド化、かつ有名になっていった要因といえる。

② シティプロモーションでも佐野らーめんの要素を盛り込んだ、ゆるキャラの「さのまる」やゆかりの芸能人と佐野らーめんのコラボポスターなども作成し、市としてのシティプロモーションの中心に常に「佐野らーめん」を一貫してPRしていくことで、佐野市のブランド価値を高めていく取り組みについては、非常に参考になった。

燕市の地域ブランドは洋食器や金属産業が圧倒的に強く、過去のブランド力調査においても地場産業がさかんな街として全国2位になっており、地場産業とうまくタイアップしながら、産業を支えてきた「燕背脂ラーメン」という見せ方が、地域ブランド力の更なる向上とご当地ラーメンである「燕背脂ラーメン」の認知度の向上につながると感じた。

・佐野市では移住と合わせて後継者育成として「佐野らーめん予備校プロジェクト」を官民一体となって取り組んでいて、人口減少の中で移住定住を促進する方策として「佐野らーめん」の創業をサポート、移住からラーメン店創業、調理指導や物件探し等後押しするなど、これまで14世帯30名の方が移住された。ここでも「佐野らーめん」のブランド力が佐野市への移住を促す要因として大きな役割を果たしており、地域ブランド力「佐野らーめん」自体のブランド力の高さとその重要性を学ぶことができた。

あわせて佐野らーめん会の方々もこの事業に大きく関わっており、官民一体で互いの強みを活かして取り組む必要性を感じた。

改めて燕市ではこれまでの洋食器や金属産業というブランド力を活用し、「燕背脂ラーメン」ブランド化をどのように進めていくか、その上で、「燕背脂ラーメン」のブランド力を活用していける好循環を作っていく、それが燕の地域ブランドをより高めていくきっかけになるとともに、まずはこの燕背脂ラーメンに取り組む方々に共通認識を持っていただき、組織化することの重要性も感じた。

【調査目的・内容】

日本一の餃子消費量に行政が注目し、観光資源として活用し、「まちおこし」をしたことで一躍有名となった宇都宮市の取組について視察させていただき、燕市の同じく食の観光資源である「燕背脂ラーメン」に活かしていくことを目的とした。

【所感】

③ 宇都宮餃子がまちおこしのきっかけとなったとの話は、平成2年の市役所の研修で、餃子の年間消費量が日本一に気づいたことであった。その当時、市内唯一の観光地に不運があり、餃子で「まちおこし」をしようと地道に動いた市職員と、それに賛同した餃子屋の皆さんで「宇都宮餃子会」が発足したのが始まり。

その後、宇都宮餃子アンテナショップ「来らっせ」や、「宇都宮餃子」のブランド化としての商標登録、コロナ前は17万人の来訪があった「宇都宮餃子祭り」など長い時間をかけた官民の連携によって、「餃子といえば宇都宮」との認知度が不動となり、市外からの観光客は餃子目当てで宇都宮市を訪れるようになった。

現在はそれらの歴史を経て、宇都宮観光コンベンション協会、宇都宮観光推進委員会などの組織ができ、行

政、宇都宮餃子会など、それぞれの組織がその役割を果たしながら、餃子を多角的にPRしているという、進化を遂げた。餃子はだいぶ認知されたので、それを観光資源として活用しつつ、その他の観光資源も育てている段階だった。

燕市では、宇都宮市のような様々な組織が連携して活動が活発に行われている状況にはないが、宇都宮市が当時「まちおこし」をしかけた時のように、官民一体となって「燕背脂ラーメン」を観光資源として盛り上げていけるような施策を展開する必要性を感じた。

【調査目的・内容】

人口減少・少子高齢化がますます進んでいく社会において、公共交通を維持していくための手段として自動運転車両の実証実験に取り組んでいる常陸太田市役所を視察し燕市政に活かす。

●事業実施の背景

常陸太田市は、茨城県内で最も高齢化率が高い自治体であり、老年人口の増加・少子高齢化が進み、外出に際して困りごとを抱える方や高齢になって車の運転をやめる意向をもつ方の割合が増えている。そうした中で、高齢者の近距離移動への対応や買い物環境の充実が課題となっており、対応策として自動運転車両の導入を検討。平成29年から実証実験を行っている。

●実証実験の取り組み内容

・平成29年～令和元年の取り組み

ヤマハ発動機製自動運転車両を使用。道路に敷設された誘導線等の情報をもとに走行する仕様。道路に誘導線を敷設しなければならない等が課題となり、導入を見送った。

・令和4年からの取り組み

自動運転車両 ARMA（フランス製。定員11人。最高速度18km/h）を使用。市街地2kmの区間を走行して実証実験を行った。684人が乗車し89.4%がまた乗車したいと回答。車両の運行は委託。現状では車両に乗車して操作するオペレーターが必要であり、その他に遠隔監視者を配置し、2人体制で運行。事前に市街地の3Dマップを作成して、車両の運行状況を遠隔監視する。

●課題

④

・最も大きな課題は高いランニングコスト。3か月で1,263.8万円。費用の内訳は、半分が運行委託先への人件費で、残り半分がクラウドサービスの使用料と車両等のメンテナンス費。ランニングコストの半分はデジタル田園都市国家構想交付金を利用するが、永続して交付されるわけではない。

・国道・バイパス等の走行の可否など、法整備の確認が必要。また現状では自動運転車両の運行速度が時速20kmまでと低速であるため、交通量が多い時間帯に一般道を走行することが困難となっており、自動運転車両が走行できる範囲が限定されている。

・自動運転車両へのオペレーターの同乗と遠隔監視者の2人体制で車両を操作する必要があり、現状では、担い手不足解消、経費削減に対する効果がない。

●スケジュール

・令和5年は既存の公共交通やeコマースとの連携や運用体制の構築等、検討する。

・令和6年2月から運行開始。

運行委託先は(株)マクニカ。2人体制で車両運行。1日8便で運賃無料。

●所感

今回の視察で自動運転車両の現状の課題と今後の展望を詳しく知ることができた。燕市においても人口減少・少子高齢化が進む中で、公共交通の維持・確保は深刻な課題であり、今回の経験は、今後関係各所で協議を進めていく上で活かしていけると考える。

【視察の様子】

① 石岡市 朝日里山ファーム



② 佐野市役所



③ 宇都宮市役所



④ 常陸太田市

