

様式1 (視察用)

## 会派行政視察報告書

令和元年度 会派 名和会 の行政視察研修を、令和元年7月16日(火)から7月18日(木)までの2泊3日にて執り行いましたので、その概要を下記のとおり報告いたします。

令和元年8月1日

名取市議会議長 丹野 政喜 様

会派名 名和会  
代表 大友 康信



### 記

- 1 期 日 令和元年7月16日(火)～7月18日(木)
- 2 参加人員 3名 (氏名) 代表 大友 康信  
大泉 徳子  
吉田 良
- 3 視 察 先 (1) 静岡県 浜松市  
(2) 静岡県 磐田市  
(3) 静岡県 三島市
- 4 行 程 表 別紙のとおり
- 5 調 査 事 項 別紙のとおり
- 6 所 感 別紙のとおり



令和 元年 8月 1日

## 管外行政視察報告書

名取市議会 名和会

大友康信 大泉徳子 吉田 良

名和会では、令和元年 7月16日から18日までの3日間にわたり、静岡県の浜松市、磐田市、三島市を訪問し、管外行政視察による調査研修を実施した。

7月16日 静岡県浜松市「快適で良好な生活環境を確保する条例」について。  
(市民マナー条例) 制定から14年。その効果と検証、課題と見直しなどについて、本市の状況との比較、さらなる改善につなぐために調査した。

7月17日 磐田市「磐田スマートアグリカルチャー事業」について。  
最新鋭の植物工場と農産品の生産から販売までの仕組み、農地を活用できる企業誘致、地方創生と農政問題解決のヒントや糸口などを探った。

7月18日 三島市「観光戦略アクションプラン」では、市民全体が「観光」というひとつのテーマに集中する協力体制を作っている。その取組み自体が、綺麗で活気のあるまちづくりや、自分たちのふるさとづくりになるという素晴らしい雛形として調査した。

静岡県の3つの市を巡り、それぞれの場所で受け継がれた歴史、風土、祭りなどを背景とした人づくり文化に支えられた人々の市民意識の高さを垣間見た。

日時、場所、調査項目は以上であり、詳細については別紙のとおりである。

# 名和会行政視察報告書

視察場所 静岡県浜松市 浜松市役所

視察日時 令和元年7月16日(火) 14:00~15:00

視察項目 浜松市快適で良好な生活環境を確保する条例について

対応者 浜松市環境部環境政策課環境共生グループ長 北畠 章吉 氏

浜松市議会事務局調査法制課長 鈴木 啓友 氏

議会事務局調査法制課調査法制グループ主任 小澤 隆史 氏

報告者 吉田 良

## 1 浜松市の概要

浜松市は、北は赤石山系、東は天竜川、南は遠州灘、西は浜名湖と異なる環境に囲まれ、多様な自然が織り成す美しい風景は数々の景勝地を生み出している。面積は約1,558平方キロメートルで、岐阜県高山市に次いで全国2位となっている。気候は比較的温暖であるが、冬は「遠州のからっ風」と呼ばれる北西の強い季節風が吹き、気温以上に寒く感じられる。この強い風は広大な遠州灘海岸の砂丘に美しい風紋を作り出している。また、全国的にみて日照時間が長いことが確認されている。

地理的には、首都圏と関西圏のほぼ中間に位置し、都市機能や先端技術産業が集積する都市部、都市近郊型農業が盛んな平野部、豊富な水産資源に恵まれた沿岸部、広大な森林資源を擁する中山間地域がある。江戸時代から続く綿織物と製材業をルーツとした地場産業が盛んで、繊維、楽器、輸送用機器の三大産業を中心とし、近年では産学官の連携を積極的に展開し、次世代自動車、光・電子技術関連等の高度な技術の集積が進みつつある。

市制施行となった明治44年当時の人口はわずか36,782人であったが、その後周辺市町村との合併や転入・出生などにより増加し、市制施行から17年目の昭和3年には10万人を超えるまでとなった。戦争によって昭和20年には81,437人と激減したが、戦後の目覚ましい復興により、昭和29年には20万人に、3年後には30万人に達した。平成17年7月1日、天竜川・浜名湖地域12市町村の合併により、人口は80万人を超え、静岡県第1位となった。平成19年4月1日、全国で16番目となる政令指定都市に移行した。

## 2 浜松市快適で良好な生活環境を確保する条例（市民マナー条例）の概要

市民のマナー意識の向上を図り、迷惑行為のない快適で良好な生活環境を実現するため、平成15年に制定された。制定当時の状況を踏まえ、市民のマナー意識の向上を目的としているため、罰則規定はない。



## 市民マナー条例の条文規定と対応等

条項	条例の対象事項	行為者への対応等
第6条	空き缶、吸い殻等の投棄の禁止	指導又は勧告・命令・公表
第11条	歩行中等の喫煙の禁止	なし
第14条	落書きの禁止	勧告・命令・公表
第17条	飼い犬・ねこのふんの放置の禁止	指導又は勧告・命令・公表
第20条	身体障害者用駐車場の不適正利用の禁止	なし

### 3 条例の制定背景

空き缶や吸い殻等のポイ捨て、飼い犬・ねこのふんの放置といった迷惑行為が後を絶たないという市民からの苦情、市議会での質問があった。他自治体における美化条例、ごみのポイ捨て禁止条例の制定の動向などを勘案し、快適な生活環境を確保するために市民・事業者・市のそれぞれの責務を規定し、市民意識の高揚を目的に条例を定めることとした。

#### 条例の制定スケジュール

- 平成14年 5月22日 第1回庁内検討会議開催（全13回）
- 平成14年 9月 2日 第1回市民懇話会開催（委員12人、全4回）
- 平成14年10月 パブリックコメント実施  
方法：ホームページ、市施設34カ所  
結果：意見数40件（26人）
- 平成14年11月 タウンミーティング（全2回、参加者11人）
- 平成14年12月20日 条例の骨子案を市長へ提出
- 平成15年 2月 市議会定例会へ上程、議決
- 平成15年 3月25日 公布（浜松市条例第39号）
- 平成15年 7月 1日 施行
- 平成17年 7月 1日 合併した新市全域に適用

#### 条例の対象項目選定

- 第1回市民懇話会において、事務局が挙げる34項目の迷惑行為を提示。  
（条例化以外に列挙した迷惑行為として、公共スペースでの携帯電話の使用、野焼き、空き地等の雑草放置、客引きやビラ配り、野生動物へのエサやりなどがあった）
- 第2回市民懇話会において、条例対象行為を34項目から6項目に絞り込む。
  - ①空き缶・吸い殻のポイ捨て ②落書き ③飼い犬・ねこのふん放置
  - ④身体障害者用駐車場の不適切利用 ⑤騒音 ⑥自転車問題（放置、危険走行）

○第3回市民懇話会において、2項目を削除。

⑤と⑥については、法律や別の条例によりすでに規制されており、基準があいまいで個々の判断によるところが大きいため、

○第4回市民懇話会において、「歩行中の喫煙」を①から独立し、5項目に決定。

#### 4 条例の現状と取り組み

##### 条例の認知度

年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
認知度	59.4	63.3	61.7	—	59.7	59.0	—	—	—	—

※令和元年調査予定

##### 空き缶、吸い殻等の投棄状況

年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
実施月	2月	3月	2月	2月	2月	8月	2月	—	—	—
本数	5,142	4,483	2,276	1,976	1,625	2,604	1,675	—	—	—

※調査地点：平成22年度＝3カ所、平成23年度～2カ所

##### 歩行喫煙の状況

年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
割合	0.45	0.34	0.28	—	—	0.17	—	—	0.075	—

※令和2年度調査予定

##### 落書きの状況（公共施設等）

年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
件数	36	38	27	40	40	18	21	22	65	42

※平成29年度は特定の人物による行為が繰り返あった

飼い犬・ねこのふんの放置状況（苦情件数）

年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
犬	377	291	245	63	104	81	87	67	74	77
ねこ	54	82	64	67	154	191	171	189	145	177
合計	431	373	309	130	258	272	258	256	219	254

身体障害者用駐車場の適正な利用

市民からの苦情が年間数件ある。平成30年度は1件であった。

条例の啓発の取り組み



(1) 駅構内及び電車内にポスター

(2) 路面告知シートの設置



(3) 啓発看板の設置

(4) 各種啓発品の配布



## 5 条例の成果と課題

条例制定後、ポイ捨て・吸い殻ごみは7割減、歩行中喫煙率は8割減など、おおむね減少傾向にある。約6割の市民が条例を認知しているが、条例周知・マナー向上の継続的な啓発活動は今後も必要であり、そのための予算確保も不可欠である。

条例制定から16年が経過し、スマートフォンを操作しながらの歩行や、コンビニエンスストアのごみ箱が屋内に移設されてきていることなど、社会情勢やマナーに対する意識の変化が想定される。条例対象行為については、新しい項目や罰則の設定など、状況に応じて見直しを検討する必要がある。

なお、屋外での喫煙については、健康増進法（受動喫煙防止）とマナー条例（迷惑行為＝歩行中等の喫煙の禁止）では、考え方の根拠が異なっている。本年7月1日から、市役所敷地内は全面禁煙とされている。

## 6 質疑応答

問 市民懇話会委員のうち、公募による市民2名以外の構成は。

答 PTA連絡協議会の正副会長と、車いす友の会、獣医師の会、NPO法人福祉のまちづくり市民ネットワーク、景観審議会、弁護士、商工会議所、静岡文化芸術大学教授、商店会連盟の各代表者10名である。

問 パブリックコメントが26人、タウンミーティングの参加者が11人という人数については、どう捉えられたのか。

答 懇話会で議論されている内容なので、市民の意見がまとめられたのではないかと考察されている。

問 学校教育において、例えば道徳の授業でマナーについて学ぶような機会はあるのか。

答 教育委員会が発行する「はままつマナー」という冊子を用いて、マナー教育に取り組んでいる。

問 条例啓発の取り組みにかかる年間の予算は。

答 環境政策課の所管として、駅構内及び電車内ポスターの広告料として20万円、路上告知シート10枚で45,000円、啓発用ポケットティッシュ15,000個で約10万円、合計351,000円である。また動物愛護教育センター（動物園）の所管として、自宅で排泄してから散歩することを促す啓発用ステッカーが87,000円である。

## 7 所感

平成15年3月に策定された名取市環境基本計画には「ポイ捨て禁止条例」の制定を目指すことが明記されているが、平成から令和に変わった現在に至るまで実現されていない。罰則規定のない、または罰則があっても運用上適用が難しい条例の制定が、ポイ捨ての抑制にただちにつながるかは疑問であったが、浜松市のケースを調査することにより、一定の効果が認められることが分かった。また、社会情勢やマナーに対する意識の変化に対応するため、状況に応じて見直しを検討する必要があるという浜松市の認識は、確かに首肯できるものであった。本市においても、新たにポイ捨て禁止条例を制定するのか、あるいは名取市環境美化の促進に関する条例を改正するのか、より実効性のある方法によって誰もが快適に暮らせる良好な環境を保全するとともに、世界的に問題となっているプラスチックごみによる海洋汚染を防止するための取り組みを着実に進められることを求めている。



# 磐田スマートアグリカルチャー事業について

報告：大友康信

日時：令和元年7月17日(木) 午後13時30分～15時

場所：静岡県磐田市 豊田東交流センター 及び周辺の事業区域

(株) 楽天ソシオビジネスの人口光型植物工場

説明：磐田市産業部産業政策課 産業政策専門官 芥川 豊秋 氏

企業立地推進グループ長 八木 崇成 氏

ほか、楽天担当の方々から案内と説明をいただいた。

## 磐田市の概要

人口 169,725人 67,784世帯 面積 163.45平方キロメートル  
(平成31年3月末現在)

旧磐田市、福田町、竜洋町、豊田町、豊岡村の5市町村が合併して、平成17年4月に磐田市が誕生した。

日本のほぼ中央に位置する静岡県西部の天竜川左岸に広がる地域。北部に森林、南部には太平洋、遠州灘の海岸や天竜川、桶ヶ谷沼などの豊かな自然に恵まれている。

鉄道は、市の中央部を東海道本線が、北部を天竜浜名湖鉄道が横断しており、道路は、東名高速道路、新党名高速道路、国道1号、150号等の主要道がある。ものづくりの拠点としても利便性が高いことから、東海道の間地点の交通の要所として発展した地域である。

産業は、恵まれた自然環境と地理的条件を活かし、輸送用機械器具製造業や電気機械器具製造業、地場産業である繊維産業に加え、金属、自動車、楽器製造、食料品製造等の工業都市として、製造品出荷額は県下第3位。ものづくりの町として多彩な産業構造のもと成長をしてきた。

農林水産業では、温室メロンや茶、白ねぎ、えび芋、中国野菜、しらす、などが有名で、都市部と農村部が均衡ある発展をしている地域である。また全国の気象庁観測地点のなかでも日射量が豊富で施設園芸に適したエリアである。

## 背景と経緯

東名高速道路の遠州豊田PA(パーキングエリア)は、平成17年からスマートIC社会実験を重ねていた。これに並行して隣接した北側エリア42.1haの開発と土地区画整理が進み、平成21年にスマートICが大型対応のフルインターとして本格導入になり、ららぽーとなどの商業施設や企業が誘致され、「ららシティ」が完成して、賑わいが創出された。

一方、高速道路の反対側に位置する南側のエリアは優良な農地で、茶畑が広がっていた。お茶の栽培は手のかかる作業で、生産者の高齢化や地域の担い手不足から、農地の活用や北側エリアのような開発と企業誘致についての相談が増えていた。

磐田市は、全国の気象庁観測地点のなかでも日射量が豊富で施設園芸に適したエリアである。農業を基点とした地方創生を目指し、新たな地域基幹産業を創造するため、農業に関心の高い企業を誘致して、磐田スマートアグリカルチャー事業を、この南側のエリアに立ち上げた。

## スマートアグリカルチャー事業の概要について

農業を基点とした地方創生を目指し、強い農業の実現、新たな地域基幹産業を創造、地域のブランド化をはかるため、磐田市産業振興計画において推進する次世代型農水産業に参画してもらう形で、農業に関心の高い企業の連携とマッチングをはかり、2016年4月に富士通【51%】オリックス【39%】増田採種場【10%】共同出資の事業会社である「株式会社スマートアグリカルチャー磐田」〔略称 **SACIWATA**〕が設立された。

富士通、オリックス、増田採種場の3社が中心になり、業種、業態を超えた企業・団体が一体化、それぞれが持っている農業生産技術力、販売展開力、品種開発などの知見を融合させ、共に創る「共創」による事業展開をはかっているほか、種苗を含めたフードバリューチェーン全体を俯瞰した新たなビジネスモデルを創造している。

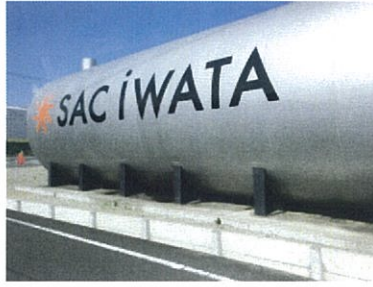
共創による事業展開とは、

- ①生産・加工事業
- ②先端設備をシェアリングするインフラアウトソーシング事業
- ③種苗ライセンス事業

について、地域との共生をはかりながら、機能性食品となる生野菜の効率的な生産工場を手がけている。

具体的には、高見丘地区の約7.5haに、トマトハウス、パプリカハウス、水耕の葉物野菜ハウス、種苗研究ハウス、集出荷場、東原地区の1haには、ケールハウスを設置。それぞれ栽培エリアのハウスは、野菜苗の特性に合わせて軒高・幅・奥行が設定されており、設備においても温度・湿度管理はもちろんのこと、管理、収穫などに要する高所作業車やヒートパイプルール、薄膜水耕方式の20mベンチなど、作業の安全や負担軽減策も施されている。また、グローバルGAP取得、生産物の農薬使用量も低減されており、安全、安心な商品づくりが徹底されている。ここでは植物工場の設備、技術、ノウハウも商品化させ研究に取り組んでいる。





次に、事業の説明を受けた豊田交流センターに隣接する、平成30年10月に完成の楽天ソシオビジネスの人口光型植物工場を見学した。

植物工場は、水耕栽培による野菜生産で、人口光の照射時間、温度、湿度、肥料濃度など環境の自動制御の機能により、作業者の負担軽減や就労時間の安定もはかれる。

完全密閉型工場なので、病害虫の心配がないので無農薬野菜として提供でき、猛暑や冷夏、日照不足、台風などの自然災害の被害の心配もなく、年間を通じて同等の品質の野菜が安定供給でき、単価の変動もないという。

植物工場は、磐田のほかに東京大田区に森ヶ崎にもある。主要取引先、販売先は楽天株式会社や各グループ会社、各省庁である。障がい者雇用を引き受ける施設でもあり、採算ラインは2000株/日となっている。作業者の労働負荷が小さいこと、毎日の仕事が同じで、通年で仕事があり安定した就労と常用雇用に繋がりやすいことなどから、障がいのある方でも働きやすい環境になっており、健常者と同等の給料で働ける場としての意義は大きい。従業員13名のうち障がい者の雇用は10名ほど。





## 効果と課題

磐田スマートアグリカルチャー事業は磐田市の産業施策として未来の農業政策を兼ね備えた、企業誘致の新たなカタチである。農地における施設園芸や農産品工場なので、開発行為などの苦勞が少ない。地域の活性化や社会貢献、食の安全・安心、日本の食料自給率などを考える、グローバルな知見を持つ企業は少なくない。次世代型農業を市の産業施策として企業誘致により、雇用創出と賑わいづくりに結びついて、地域が活性化している。

生産物の野菜は、収穫が地域の農業を脅かさぬように、量や地域の農産物と違う品種を扱うなどの共生をはかっている。しかし、課題となるのは生産物の市場価格である。需要と供給のバランスにより変化することから、技術力で高効率に生産量を増やすだけで、購買者の確保ができなければ、採算はとれないのである。

ここで生産されるものは、種子から管理されたものや、無農薬、加工品の原材料や、健康食品に用いられるような、より機能性の高いものが求められ、ICTの活用により温度、湿度、光、などの生育環境と作業者の労働軽減を向上させこれを可能にしている。

現在はまだ、収穫や選別、集出荷などの場面では、どうしても人の感覚や経験則、人の手が必要となっているが、今後、5Gの普及や8Kの画像解析を用いた、生育管理や収穫の自動化など、さらなる発展が見込まれているところである。



## 所 管

本市においても、農業の次世代を支える担い手の不足、法人化による農地の集約、大規模化する農地管理など、さまざまな課題がある。今回の視察は、当初、これからの農業のあり方のヒントになるのではないかと考えたが、農地を活用した企業誘致の考え方があることを学ぶことができ、非常に有意義な視察となった。さらに、大手企業の第1次産業への関心の高さや可能性を聞き取れた。本市の企業誘致の新たな可能性や、遊休農地の活用、技術協力など、磐田市のアグリカルチャー事業区域の発展状況や動向にも注目して、本市の課題解決の糸口や、ヒントが見つけれられるように研究していきたいと考えている。

## 名和会視察報告 《三島市》

報告者：大泉徳子

- ◆ 視 察 先・・・静岡県三島市
- ◆ 日 時・・・令和元年7月18日（木曜日）
- ◆ 視察項目・・・「三島市観光戦略アクションプラン」について



### 【三島市】

東海道五十三次の五大宿場町であった。三嶋大社の門前まち。  
人口は109,895人（今年6月末現在）JR三島駅の一日の乗降客は、約29,000人。  
富士山の湧水がまち中に“せせらぎ”となり流れる。

東京から新幹線で45分というアクセスの良さから、気軽に足を運べる観光地であり、  
新幹線通勤をする方の生活の場でもある。

### 【策定の背景】

計画期間を平成29年度から平成32年度とし「インバウンドに向けた稼ぐ観光」を目指している。

観光は総合産業であり、宿泊や飲食・見学施設などだけではなく、幾多の業種にまたがっているのが観光産業である。

人が増えれば物が動き、消費が拡大、まちに潤い（利益）が生まれる。そのために人を呼び込み、ファン（リピーター）をつくり、定住を増やす。

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催と、その先を見据え、観光による国内外からの交流人口を増やし、各事業者が“生業としての観光”を意識した「稼ぐ観光」への転換を図る。



## 【計画内容】

観光戦略「セブンカラース」(7つのプログラム)を設定。

事業所等とのコラボレーションを通し、クリエイティブな取り組みを実施。

### ① ガーデンシティープロジェクトによる回遊性の向上

- ・ごみのない街づくり
- ・市民一人ひとりが「花咲か市民」
- ・中心市街から郊外へ癒しの空間の拡大
- ・ガーデンシティーで稼ぐ力をつくる
- ・2020 東京オリンピック・パラリンピックにむけPR



大きな観光案内図

### ② 健康観光・スポーツ観光による健康ビジネスの向上

- ・E-Spo（静岡県東部地域スポーツ産業振興協議会）
- ・ウォーキングやサイクリングでの誘客
- ・オリンピックホストタウン ・スポーツ文化コミッションとの連携

### ③ 既存施設を活用し、集客の図れるイベントを行う

- ・三島スカイウォークとの連携
- ・伊豆フルーツパーク
- ・JR 三島駅南口東急ホテルとの連携
- ・増える来訪者に対応する整備事業 ・民間を活用したイベントの促進

### ④ 「食」を通じた地域ブランドを推進

- ・付加価値としてのGI（農水省認可の地域商標登録）
- ・箱根西麓三島野菜のブランド化の推進
- ・三島ならではの素材の活用

### ⑤ メディアを活用したシティープロモーションの実施

- ・新聞掲載 ・テレビロケ ・雑誌での特集 ・首都圏でのPR活動
- ・メディアの招聘

### ⑥ 小田原・箱根地区や伊豆地域との連携により集客を図る

- ・箱根八里街道観光推進協議会
- ・美しい伊豆創造センター・ハブ機能を有する観光案内所の充実
- ・伊豆半島ジオパーク推進協議会 ・駿豆線沿線地域活性化協議会

### ⑦ 文化プログラムにより、インバウンドへの対応を図る

- ・歴史まちづくり計画 ・三嶋大祭りの充実 ・着地型体験プログラムの推進
- ・三嶋柄の普及





カラフルな案内板は市内125か所に



文学の道にはいくつもの歌碑

【所 感】 400mの日本一の大つり橋「三島スカイウォーク」は、富士山を間近に感じインスタ映えする事間違いなしの有料の橋だが、大変な人気で三島市の新名所になっている。民間企業（アミューズメント会社）が設置したという事に驚いた。市としては開発許可を出したただけとの事。

時代は団体旅行から、個人旅行へと移り変わり、女性やアクティブシニアをターゲットにした戦略が多岐にわたり展開されている。

小さなイベントを積み重ね集客増につなげているという。

関東ローム層によりメークインが栽培され、代表する地場産品の一つになっており、これを活かした「三島コロッケ」もB級グルメとして売り出している。他自治体のコロッケと「3コロ会」を結成し、競争より連携を重視し相乗効果を生み出している。

「三島市観光戦略アクションプラン」策定委員には観光協会を中心に、金融・運輸・製造・流通・製造・商社・宿泊・建設といった多岐にわたる一般企業の役員等と行政で組織されている。“事業者が生業の再活力を生み出す事”イコール“稼ぐ観光”を計画の中心に掲げ、また、交流客数や観光案内所訪問客数、観光協会HPアクセス数等の現状値と目標値を具体的に掲げ、成果指標を分析している。駅に降り立っても通り過ぎの客が多いなど、本市との共通点もある。観光パンフレットに市内飲食店のクーポン券を付けるなど、参考にできる内容も多く、交流人口増を図る戦略は民間企業との連携が最大のポイントとなることを確認し、参考事例を学んだ。本市の観光事業発展への提案に活かしたい。

