

平成29年度 産業建設委員会行政視察報告書

1. 視察期間

平成29年7月24日（月）

2. 視察先

青森県弘前市

3. 視察項目

お試しサテライトオフィスについて（弘前大学内）

4. 視察の目的

高山市においては本年7月からお試しサテライトオフィスを開設し、さらなる企業誘致に取り組んでいるが、当市よりも1年先に総務省により採択された弘前市におけるお試しサテライトオフィスをはじめとする企業誘致への取り組み等について調査・研究するため視察した。

5. 視察内容

国においては、ICTを活用することで場所や時間にとらわれない柔軟な働き方を推進する方策のひとつとして、サテライトオフィスを位置づけている。

弘前市ではサテライトオフィスの誘致を積極的に行うことで、弘前大学との連携による新たな産業創出をはじめ、UIJターンを促すための職場環境の提供など、人口減少の抑制や地域経済の活性化に大いに資するものと期待が大きい。

・事業期間

平成28年12月～平成29年9月

・事業費

2,480万円（全額総務省からの委託費）

※平成28年度の第一次募集では、全国から40件の応募があり弘前市を含む10件が採択

平成29年度の第二次募集では、高山市をはじめ8件が採択

・事業概要

- ① 都市部企業が一定期間活用できる「おためしサテライトオフィス」整備（弘前大学レンタルラボと郊外型オフィス「星と森のロマンティックピア」）

- ② 弘前市内においてモニターツアー実施（本年 7 月に 2 回）
- ③ 東京都内でサテライトオフィス誘致セミナー開催
- ④ モニター企業が一定期間のお試し勤務
 - ・・・適地や執務環境・ICT 環境などのニーズ調査
- ⑤ 弘前市サテライトオフィスの企業誘致戦略を策定へ

・お試し勤務の利用企業募集

募集期間：平成 29 年 3 月 1 日～8 月 31 日

・利用企業の状況

当初の想定利用は 10 社程度であったが、3 月から視察当日までの申し込みは 14 社あり、滞在日数が 2～3 日と比較的短期であることからキャパを拡大し 20 社程度の利用をめざしている。

最終的には弘前市に進出してもらい地元雇用の創出に期待感。

業種としては、いわゆる IT 系が大半で、ゲームアプリやシステム開発、ウェブデザイン、コンサルタント、広告業など。

オフィスは 24 時間利用可能で、オフィス利用料や通信費・光熱水費に加え、旅費（飛行機・新幹線の往復分）、レンタカー利用料まで市が支給。

・外部委託で情報収集やニーズの掘り起こし

東京都内でサテライトオフィス誘致セミナーを開催。

対象を決定権のある役員クラスに定めて開催し、参加した 30 社のうち 10 社がお試し勤務につながった。

関心を示す企業には、電話やメールではなく個別に直接訪問することで成果。

・モニターツアー

弘前という街を知ってもらうためのツアーを実施し、その際の意見交換や情報交換、地域おこし協力隊メンバーの話が聞けるのもメリット。

・全庁的な取り組み

本来は移住推進のために設置している東京事務所（職員 3 人＋非常勤 1 人）にも積極的な発信や情報収集を担ってもらい切れ目のない PR を展開。

空き家や空き店舗の利活用など庁内横断的な取り組み。

6. 考察

- ・第一次の選考で採択されたのが弘前市のサテライトオフィスであるが、特徴的なのは弘前大学のキャンパス内に設置されていることであり、学生や研究者との情報交換や共同研究などコラボレーションによるビジネス創出も狙えるという強みを活かす取り組みである
- ・ターゲットは勤務場所や時間に制約されないIT関連企業等が主であり、製造業の企業誘致よりもインフラ整備などの負担が少なく効率的といえる
- ・首都圏の企業にとって人材を確保することが難しくなっており、その企業ニーズを的確にとらえ大学・学生・若者というセールスポイントを強く打ち出すことで地方にも活路を見出す取り組み
- ・学生が地元に残りたいという気持ちはあっても、実際に残る比率は7～8%
学生・研究者など、出身者つながりもマッチングの可能性を開く要因といえそう
- ・また、企業の持つネットワークの中で、「企業が企業を呼ぶ」という可能性にも期待がもてるようだ
- ・企業側へのアプローチの際には、担当者レベルではなく決定権を持つ役員以上に直接あたるといふ戦略も功を奏している
- ・いずれにしても、ポイントは事業に対する担当者の思いがどれくらい強いかということであり、的確なニーズの把握と情報の発信に加え、直接訪問など積極的なアプローチという全庁横断的な取り組みが必要と感じた

平成29年度 産業建設委員会行政視察報告書

1. 視察期間

平成29年7月25日（火）

2. 視察先

青森県弘前市

3. 視察項目

スマートシティ構想と雪対策総合プランについて

4. 視察の目的

雪に対しては、高山市も弘前市と同様に課題が多いため、雪対策の先進地である弘前市の取り組みについて調査・研究する目的で視察した。

5. 視察内容

・弘前型スマートシティ構想

雪対策や地域活性化なども含めた「スマートコミュニティ」への取り組みとして、再生可能エネルギーの効率的利用やICTの活用により低炭素・循環型のまちを実現し、将来世代にそのインフラを残していくという構想実現のため、「豊かな資源を活用した世界一快適な雪国 弘前」を標榜。

フェーズ1：平成25～平成28年度→既存技術の導入

フェーズ2：平成29～平成32年度→既存技術・先進技術の導入と可能性
調査 ※平成29年4月に構想改訂

フェーズ3：平成33～平成42年度→革新技術の導入

スマートシティ実現に向けた7つのプロジェクトの「くらし」分野の中に、

- ・融雪推進・快適外出プロジェクト
- ・快適住環境プロジェクト
- ・雪資源活用プロジェクト

さらにエネルギー分野、ICT分野のプロジェクトを加える

・降雪と除排雪の現状

直近5年間の平均降雪量：115cm

〃 平均除排雪経費：1, 496, 982千円

市民からの苦情・要望については、排雪・拡幅、除雪の丁寧さ、家の前の雪塊、歩道除雪など高山市もほぼ同じような状況。

・雪対策総合プラン

弘前市経営計画やスマートシティ構想など関連する各種計画から、総合的雪対策の展開を図る。

・各種事業

① 道路等散水融雪設備導入事業

交互運転による道路散水融雪

温泉排湯による道路散水融雪

雪置き場散水融雪施設（雨水貯留施設）

克雪モデルタウン整備事業・・・開発前の散水融雪設備の整備

市民と協働した融雪整備（個人所有の井戸利用）

② 再生可能・未利用エネルギーによる融雪設備導入事業

水道管熱源式融雪システム

地下水循環型融雪システム・・・環境省モデル採択

両面太陽光電池によるコスト回収型融雪実証

下水道熱利用融雪実証・・・・・・環境省モデル採択

太陽熱地中蓄熱式融雪システム

換気排熱利用融雪システム・・・施設の敷地内などには有効かも

③ 従来の機械除雪方法の改善



・サイドシャッター装置付除雪（H26年度から）

住宅間口、交差点、橋梁やバス停など雪を残したくない場所でシャッター（油圧式）を開閉し雪こぼれを防止（除雪業者への導入補助：実支出額の1/2または200万円の少ない額）新たに設置すると約500万円必要導入率は約5%（11/221台 H28末）

・ロータリー追従除雪（H25年度から）

従来の除雪ドーザの後方からロータリー除雪車を追従させ道路幅員確保

④ 地域一体となった新たな除雪体制

- ・町内会等除雪報償金・・・市が除雪しない路線対象

H 2 7 実績 3 5 町内会 約 1 0 k m (支給額 = 2 0 0 円 / m)

- ・地域除雪活動支援事業・・・市の除雪に伴う寄せ雪の排雪等に報償金

H 2 7 実績 7 町内会 約 7 k m (燃料費・保険加入費)

- ・町会雪置き場事業

雪置き場提供 翌年の固定資産税・都市計画税を減免 (1 / 3 以内)

H 2 7 実績 2 4 町内会 3 4 箇所 (延べ 1 2, 0 0 0 m²)

※各事業ともに町内会等が行う公益的な活動への支援事業としているため、個人等が自己のために行う活動については支給対象外

○除雪管理システム

除排雪状況を「見える化」し、作業の適正管理、全体経費の縮減を図る目的で、GPS機能を有したスマートフォン等を除雪車両に搭載し、ひろさき便利マップに公開 (H 2 7 年度から)

- ・システムの導入費用 23, 997, 600 円

- ・システムの維持管理費 46, 634, 400 円 / 5 ヶ年 (H27. 11. 1 ~ H32. 3. 31)
9, 326, 880 円 / 年

(システムに使用する端末は、市で所有せず業者から借用する形で契約)

システム導入前 (H22 ~ H26) と導入後 (H28) の実績集計記録を比較し、作業効率の変化率から除排雪経費を産出すると、平成 2 8 年度の除排雪経費においては約 3. 7% (約 3, 100 万円) の削減

6. 考察

・除排雪という通常に対症療法的な雪対策にとどまらず、スマートシティ構想実現に向け、冬季も快適に外出できる「総合的な雪対策」として取り組まれていることは、進展する高齢化やゲリラ的な降雪への対応として参考になった

・環境省のモデル事業採択など、国の事業メニューを活用しての先進技術の積極的導入は将来的な可能性を探るものでもあり、実証実験として効果を検証しながら導入していくあり方は大事ではないか

・道路融雪の導入については、長期的な視点に立ちイニシャルコストに加えランニングコストや設備更新時のさまざまなリスクを念頭において、効率的かつ低コストを意識して進める必要がある

また、特に散水による融雪については、新たに導入する場合、市民の意見を聞きながら慎重に進める必要があると考える

- ・重機を使用しての除排雪に関しては、従来の除雪ドーザによる一般除雪作業に加えロータリー除雪車を後方から追従させる「追従除雪」が通学路等の幅員確保に効果を発揮しており、路線の実情にもよるが一考に値するのではないかと

- ・市の行う除排雪作業でまかない切れない部分を地域住民が協力して実施する場合に支給する報償金等の導入についても検討課題に挙げていいのではないかと

平成29年度 産業建設委員会行政視察報告書

1. 視察期間

平成29年7月25日（火）及び26日（水）

2. 視察先

北海道函館市

3. 視察項目

中心市街地活性化について

4. 視察の目的

人口減少や事業所の減少による中心市街地の活力低下に対応するため、取り組み事例を調査する。特に、観光都市における中心市街地活性化の課題や取り組みについて他市事例を調査すると共に、高山市における取り組み状況との比較・検証を実施する。計画に伴う施設の現況についても調査を実施する。

5. 視察内容

（1）位置・地勢

函館市は北海道南端の渡島半島南東部に位置し、温暖な気候、恵まれた自然、集積した都市機能、さらには歴史と伝統に培われた文化、豊富な人文資源など数多く特性を背景に、北海道と本州を結ぶ交通の結節点として、また南北海道における行政・経済・文化の中核都市として成長してきた。

平成16年12月には、戸井町・恵山町・楡法華村・南茅部町と合併し、東西41.1km、南北32.8kmに広がり総面積は約678km²となった。地勢は、函館山（標高334m）を要とし扇状に広がる平野部と段丘地形、さらに北東部に広がる山岳地で構成されており、扇状に広がる平野部に市街地が形成されているほか、海岸に沿って漁業集落が形成されている。

（2）計画への経緯

旧中心市街地活性化法に基づき、平成11年5月に函館駅前・大門地区の約48haの区域を対象に「函館市中心市街地活性化基本計画（旧）」を策定し、中心市街地活性化に向けた各種施策を展開してきたが、長引く景気の低迷、都市機能の拡散、大規模集客施設の郊外立地、さらには少子高齢化を伴う人口減少等により、函館駅前・大門地区のみならず函館市全体が衰退してきている現況

にあった。

また平成27年度の北海道新幹線新函館開業を見据えて（平成25年時）市民のみならず函館を訪れるすべての人に魅力あるまちづくりを早急に進めていく必要があることから、平成18年に改正された中心市街地の活性化に関する法律に基づき、函館市中心市街地活性化基本計画を策定した。その後平成28年11月までに5度の改正を経て現在に至っている。

（3）主な取り組みと経過

基本コンセプト

市民生活と歴史・文化、観光が融合した回遊性の高いまちづくり

【基本方針】

I 賑わいある集客拠点の創出 集客強化

■商業と公共公益の連携による賑わいづくり■

- ・商業機能と公共公益機能が連携した施設整備の推進
- ・空き店舗の利活用に対する支援の充実
- ・イベント等の積極的開催の支援
- ・子どもから高齢者までが楽しめる環境づくり

II 新たな交流を生む都市空間の創出 回遊性向上

■来やすい、回遊しやすい環境づくり■

- ・観光客に対する案内情報機能の充実
- ・車での来街に対応した案内機能の充実
- ・利用しやすい歩行空間の確保
- ・デザイン性の高い街並み景観の創出

III 魅力ある生活空間の創出 定住推進

■街なか居住を推進するための仕掛けづくり■

- ・若者が居住しやすい行政支援の充実
- ・公共交通の利便性、医療環境の集積等を活用した高齢者の街なか居住の推進
- ・良質な民間共同住宅等の供給に対する支援の充実
- ・中心市街地での住宅取得の推進
- ・街なか居住に必要な生活利便施設の充実

以上の基本方針を軸に、取り組みを強化した結果として、以下の様なデータ推移がみられる。

イ、中心市街地の年間観光客入込数

年 度	人 数
H 2 2	3, 5 3 4, 0 0 0
H 2 3	3, 1 0 4, 0 0 0
H 2 4	3, 3 6 2, 0 0 0
H 2 5	3, 4 4 5, 0 0 0
H 2 6	3, 4 7 5, 0 0 0
H 2 7	3, 6 2 1, 0 0 0
H 2 8	4, 1 3 2, 0 0 0
H 2 9	3, 7 7 0, 0 0 0

基準値

目標値

ロ、中心市街地の歩行者通行量

年 度	人 数
H 2 4	4 0, 4 1 6
H 2 5	4 0, 3 4 4
H 2 6	3 8, 4 1 4
H 2 7	3 9, 5 1 2
H 2 8	4 1, 0 8 2
H 2 9	4 1, 0 0 0

ハ、路面電車の乗降人員数

年 度	人 数
H 2 2	
H 2 3	9, 9 2 9
H 2 4	1 0, 4 6 6
H 2 5	1 1, 7 2 4
H 2 6	1 0, 8 9 2
H 2 7	1 1, 5 2 1
H 2 8	1 1, 8 2 8
H 2 9	1 0, 4 5 0

基準値

目標値

いずれの数値も平成 2 8 年度には、目標年度である平成 2 9 年の目標値を超えた結果となっている。特に中心市街地の観光客入込数は平成 2 7 年度を大幅に更新し、目標値を 1 0 ポイント近く上回っている。これは同年 3 月の北海道新幹線（新青森⇄新函館北斗）の開業が大きく影響している事は容易に解せるが、この活況を中心市街地の活性に生かす事が肝要であり、様々な課題の検出は高山市同様見受けられるものの、積み重ねた施策の成果もこれに認めることができるのではないかと。ちなみに函館市における観光客入込数は、北海道新幹線開業年度である平成 2 8 年度、過去最高となる約 5 6 0 万人（昨対 1 1 3. 3 %。内外国人宿泊者数 4 0 万 5 千人 1 0 1. 9 %）を記録し、J R の昨対 1

38.3%を筆頭に、船舶ではクルーズ船入港数の増と一般旅客利用の増を受け112.2%、バス110.0%、乗用車106.7%と軒並み好調な推移を見せている。このような状況を見据えつつ展開してきた主だった事業の内、現地を視察させて頂くことが出来たいくつかを紹介したい。

[1. 函館駅前若松地区第一種市街地開発事業]

実施主体：株式会社NAアーバンデベロップメント

実施時期：平成24年度～平成28年度

概要・現況

旧WAKO跡に建設された地下1階、地上16階建てのビルで、ビル名称は「キラリス函館」。地下～2階商業施設、3階ははこだてみらい館、4階ははこだてキッズプラザ、5～16階マンション。平成28年10月に1階銀行および3～4階公共施設がオープン。平成29年3月竣工

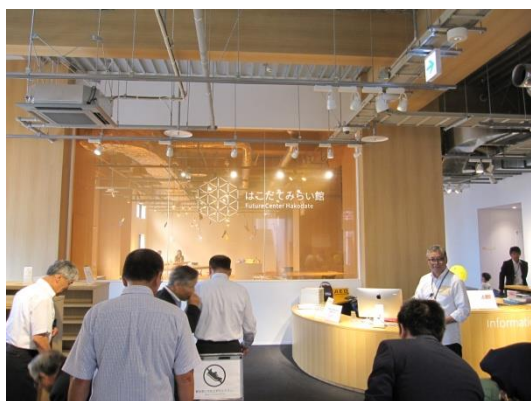
[2. はこだておもしろ館整備事業]

実施主体：函館市

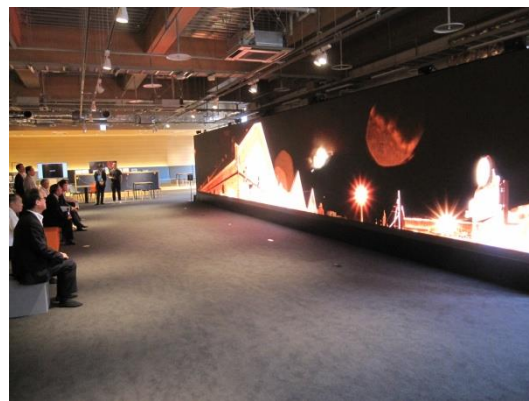
実施時期：平成26年度～平成28年度

概要・現況

平成28年10月にオープンしたキラリス函館3階の公共施設で、施設名称は「はこだてみらい館」。縦2.4m横14.4mの巨大な高精細LEDディスプレイやモノづくりができるラボなどを備え、「オドロクチカラ」をテーマに様々な体験ができるほか、多くのワークショップを展開している。



フロント受付



大型高精細ディスプレイ

[3. 子育て世代活動支援プラザ整備事業]

実施主体：函館市

実施時期：平成26年度～平成28年度

概要・現況

平成28年10月にオープンしたキラリス函館4階の公共施設で、施設名称は「はこだてキッズプラザ」。小学生までが楽しめる大型のネット遊具などがあるプレイグラウンドや2歳未満児用のベビーパーク、授乳室・おむつ替え室、子育て相談室、託児所などを備えている。



大型ネット遊具



イートスペース

[4. 函館本町地区優良建築物等整備事業]

実施主体：SPC函館本町開発株式会社

実施時期：平成26年度～平成28年度

概要・現況

旧グルメシティ五稜郭店跡に建設された地下1階、地上19階建てのビルで、ビル名称は「シエスタハコダテ」。地下1階フードコート、1階～3階無印良品、4階函館コミュニティプラザ、5～19階マンション。平成29年3月竣工。同4月全館オープン。

[5. 市民交流プラザ整備事業]

実施主体：函館市

実施時期：平成27年度～平成28年度

概要・現況

平成29年4月にオープンしたシエスタハコダテ4階の公共施設で、施設名称は「函館コミュニティプラザ（愛称Gスクエア）」。

市民、特に若者の交流拠点として、基本的に自由に利用できるほか、多目的ホールやイベントスペース、調理室や防音室などを備えている。



外 観



インフォメーション・ロビー



書籍・絵本リサイクルゾーン等



小ワーキングスペース

6. 考察

5. [2]、[3]の施設は[1]同ビル内の立地であり、合わせて約20億円の建設費が投じられている。両施設ともオープン以降一年を経過しておらず、暫定的な入館者総数でしかないが、はこだてキッズプラザは、29年3月末までの稼働5か月間で、4万9562人が利用し、3月末目標6万人を概ねクリア。はこだてみらい館は、3月末での利用者総数1万9687人で目標値5万5000人を到達出来ない形となった。

一方[4]ビルに立地する[5]函館コミュニティプラザは開業1ヵ月で延べ来館者9万999人を記録し、年間目標である10万人を2か月足らずで上回る事となり明暗を分けている。函館コミュニティプラザによる交流人口の増加は、周辺商業施設にも経済波及効果を促し、地元商店街は同ビルと連携したイベントを企画し、さらに地域を盛り上げる方向性を打ち出している。これには集客

力のある事業者の参入や、有名アーティストとのコラボレーション等の企画も効果大きいと感じるが、周辺に大学1校、高校6校が存在するといった立地も追い風となっており、高校生が勉強などで立ち寄ったり、サークル活動やイベントに使われたりと、にぎわいをみせている。

函館市の中心市街地該当区域は駅前大門地区から本町地区までの細長い区画となっており、市長の政策において大門地区は観光客・ファミリー、本町地区は若者を主体にターゲティングしている。双方の回遊性を向上させ相乗効果をもたらすまでには、更なる仕掛けづくりや、施策が効果的に機能していく必要があると感じた。各導線の整備も進められる中、公共交通(路面電車・バス)の経路や所要時間、料金などを検索するための情報末端を整備し、J R 函館駅内および五稜郭タワー1階に各1機設置された大型モニタータッチパネル端末に加え、平成27年に開発された目的地までのルート案内、公共交通機関の乗換案内、観光地などの施設情報の閲覧・情報発信を5か国語言語で対応可能にしたスマートフォン用アプリ「函館NAVI」等は、時代やニーズを捉えた取り組みとなっており、今後の動向に注目していきたい。

駅前大門地区への誘導やテコ入れといった課題は残るものの、確実な衰退傾向にあった中心市街地の状況が、本町地区においてはV字的な回復、大門地区においても一定の歯止めがかかった点においての効果は確認する事ができた。

立地に加え、拡散効果とエネルギーが大きい若者に焦点を当てた点においてGスクエアは大きな成果を上げているが、交流施設としての拠点を解放した視点がその要因の一つであると言える。人の動きがカネやモノの動きを導き出すものであるし、サークルやコミュニティ活動を促す併設施設が予約でいっぱいであるといった状況から、そのこと自体が地域に活性をもたらすものである事に加え、交流活動の活発化がまちの担い手づくりの発掘や育成にも繋がっているものであると感じた。そういったひとの繋がりこそ、持続可能なまちづくりには欠かせないものである。

観光による交流人口や資金をどう域内に循環させていくかという点において、高山市にあってもそれは重要な課題であると捉えているが、表面的な動向、この場合は観光客の導線や消費行動だけに目を配っているのは、主役であり最終的な対象であるはずの市民が置き去りになる事を否めない。観光客をターゲットとした施設整備ではなく、市民活動と交流に重きをおいた施設整備がなされた事に、活況の原因があったと感じた。

高山市においても様々な観光施設やインフラ整備が進む中、市民の利便性や交流促進、情報共有などにスポットをあてた施設整備にもある程度のウェイト

を置いて行くべきであると強く感じた。それによって活発化する市民活動が、まちなかの経済活動はもとより、投資意欲なども押し上げ、市民による持続可能なまちづくりの基礎が築かれる。対象である市民が真に力を身に着け、蓄えられるような道筋がしっかりと整った施策である事が、本来の観光まちづくりと中心市街地活性化の基礎に繋がるものであると確信した。