

行政視察報告書

この度、福岡県北九州市、糸島市及び熊本県南阿蘇村を視察した結果について、別紙のとおりご報告いたします。

資料その他については、事務局に保管してありますので、ご高覧ください。

平成25年5月7日

産業経済常任委員会

委員長	佐藤 誠洋
副委員長	小野 正伸
委員	堀田 賢逸
委員	高橋 勝義
委員	佐々木 誠
委員	齊藤 勇
委員	塩田 勉

横手市議会議長 佐藤清春 様

【 報 告 書 】

4月10日（水）

福岡県北九州市

《プロフィール》 人口約97万8千人、世帯数約45万9千世帯、面積488.78k㎡。
1963年に5市による新設合併により誕生し、三大都市圏以外で初の政令指定都市となった。非都道府県庁所在地としては西日本最大の都市である。また、隣接する山口県下関市と当市を中心とした関門都市圏は約220万人の人口を擁し、非都道府県庁所在地の都市圏としては日本最大の規模を誇る。平成25年2月10日に市制50周年を迎えた。スペースワールドや門司港レトロ地区などを核とした観光都市に向けた取り組みを行っている。

「企業誘致について」

《背景・現状》

- ・ 1901年（明治34年）に操業を開始した八幡製鉄所を契機として、鉄鋼・化学・窯業・電機などの工場が集積する北九州工業地帯を形成
- ・ 現在でも、工業は市の重要な産業であるが、従来の素材型のほか、自動車関連産業など新しい分野の企業進出も進展
- ・ かつて公害克服してきた技術を活かした、リサイクル業をはじめとする環境関連産業が集積する北九州エコタウンや、北九州学術研究都市を拠点として半導体関連企業の研究機関も集積

《各施策内容》

- ・ 東日本大震災を契機として、企業は事業継続計画を策定しており、工場等の分散により災害があった場合でも事業を継続できるような企業防衛を推進している。当地域は、予めから地震等災害が少ない地域とされており、そのメリットをアピールし誘致を推進
- ・ 市有産業用地に加え、民間企業の遊休地が多々存在する。企業側を支援するような形でタイアップしたセールスをしている。政令市であるため、建築確認等の届出系統を一括するなど、各企業が進出し易い環境提供や支援を実施
- ・ 全国7地域のひとつとして「グリーンアジア国際戦略総合特区」に選定、規制や制



度の特例、税制、金融、財政上の支援措置等が受けられる。このほか県補助金（特区加算）や不動産取得税の課税免除、市税制優遇措置（固定資産税3年間免除）を活用した支援を実施

《効果》

- ・ 平成24年度の実績は、オフィス系を含め新規誘致で32件。544名の新規雇用を創出
- ・ 工業用地約700haの分譲地の内、8割は売却済
- ・ 特区制度は新規だけでなく、安川電機、東邦チタニウム、デンソー北九州等既設企業の増設拡大にも波及
- ・ 現在の有効求人倍率は0.82、最悪時は0.32

《課題と今後の展望》

- ・ 地元関連企業は自動車産業が多く、円高により地元より海外への進出が顕著
- ・ 日本の技術力は強いが、海外も大きく進歩している。中国、韓国、インドネシア等のアジアが最大のライバル
- ・ アジアの先進産業都市の実現を目指す「北九州市新成長戦略」を策定、平成25～27年度で新規雇用創出8000人が目標
- ・ 「企業誘致課」を「企業立地支援課」に名称変更。地元企業支援本部を立ち上げ現地元企業の課題や要望に対応、横断的な対策による雇用創出を目指す。



Q 秋田県内では、弱電気工業が低迷しており、その対策が急務だが、そのようなケースはあるか。

A 弱電関係で撤退した企業があり、跡地利用を検討している。

Q 年金受給の関係で、65歳までの雇用問題が浮上しているが、新規雇用対策も同時に

進めなければならない。どのような対策を実践しているか。

A 工業系企業のため熟練した技術が必要であり、後継者指導を含め、かねてから65歳雇用が定着している。

Q 人材確保のための大学等があるか。

A 工業大学、高等専門学校等の学校は、元々多い。企業では、専門的な物づくり部門はあるが、研究部門がないのが残念なところである。

- Q 企業誘致においては何が一番重要と考えるか。
- A 人脈や縁故をきっかけとした市担当者と企業の信頼関係が最も重要と考える。企業が進出するための必然性、環境や条件を整えることも必要だ。トップセールスは、企業側が構えてしまいあまり進展はしない。
- Q 電力不足による電気料金の値上げ対策を企業側でどのように実施しているか。
- A 九州は原発依存度が高く、非常に懸念している。節電や何らかの対策を練っていると思われるが、自前の発電所等を持っている企業もある。
- Q 地元企業支援本部を立ち上げているが、どのような人員構成になっているか。
- A 本部長は副市長、局長クラスが委員となっている。関係課長等が部員としてワーキンググループを組織して実務にあたっている。情報提供と企業との連絡調整は、担当課が行っている。

[所感]

北九州市の施策は、規模的に秋田県と同等かそれ以上であり、この施策が根治療法であれば、横手市の施策は、対処療法クラスである。横手市の雇用状況は、大変に厳しいことから、この対処療法で、現在ある企業の経営状況をこれ以上悪くさせないことが先決ではと考えさせられた。



企業誘致は、市単独レベルではかなり厳しいことや企業側が構えすぎて逆に進まないというトップセールスの弊害についても伺った。市長が何年も、何度も数限りなく、独自で企業訪問しても、厳しい確率でしか企業誘致は見込めないと思われた。各企業誘致の施策は、秋田県レベルであっても北九州市の域までは達しておらず、企業誘致は「県とのタイアップなくして有り得ない」と確信し、市長独自の企業訪問を見直すべきとの思いが募るとともに、日本国内だけの企業誘致の視点ではなく、アジアや世界を見据えた対策で臨まない限り、大きな進展は得られないと思われた。

4月11日（木）

福岡県糸島市

《プロフィール》 人口約9万7千人、世帯数約3万8千世帯、216.15k㎡。2010年1月1日に前原市・志摩町・二丈町が合併し発足した。北側と西端部は玄界灘に面し、東側は福岡市に接する。南部は脊振山地があり佐賀県と接している山岳地域で、南西部は

唐津市に、南東部は佐賀市に接する。糸島半島の付け根とその西側の玄界灘沿いの地域を筑肥線（筑肥東線）が東西に通っており、近年は同線沿線の旧前原市域を中心に福岡市のベッドタウン化が進んでいる。

魏志倭人伝による「伊都国」としての歴史があり、海産物や農畜産物が糸島ブランドとして定着している。

「JA糸島産直市場 伊都菜彩（いとさいさい）について」

《施設概要》

- ・ 伊都菜彩（いとさいさい）という名のJA糸島が経営する直売所は、平成19年4月にオープンした。売り場面積は1,268㎡、営業時間は午前9時から午後6時までで、平成24年3月現在の登録生産者数は1,416名
- ・ 平成22年度において販売実績33億9千万円、来店者数1,262千名、1日あたりの来店客数3,486名、客単価2,683円と日本一を三つ獲得しており、実績が年々伸びている直売所である。



《視察内容》

- ・ 経営者側の説明等是对応しておらず、また、お客様に迷惑がかかるため写真撮影等は禁じられており、あいさつ後パンフレットをいただき、自由見学
- ・ 店員やお客さんとの会話にて、客層、販売品の品質や価格等の施設情報を収集
- ・ 「『まるいと』というマークに私たちの静かで、熱い誇りを昔からそしてこれからも語り継いでいきます」と宣言したパンフレットを拝見し、地産地消に徹底した経営理念を垣間見る。

【所感】

全国一であり、販売施設が相当大きな規模であろうとの予想に反し、意外に普通規模で、駐車スペースは一般の「道の駅」より小規模なものであった。視察時間は、午前9時過ぎの開店直後で、担当者によると雨天のため出足が悪いとのことだったが、福岡市から車で30分から1時間くらいの距離という立地が奏功しているのか、大勢の来客で活気と賑わいがあった。米、野菜、花、魚、肉、惣菜、お菓子、ソーセージ、ジャム、酒、うどん、と大きなスーパー並みの品揃えと、海産物と花卉類の安さが印象的で、大きな袋や段ボール箱に品物を入れた業者関係者と思われる購入が多々見受けられた。イメージ的には岩手県湯本温泉にある「おせん」のような雰囲気であった。

なぜこれほど売り上げが伸びたのかは、企業秘密なのか、経営責任者等の説明を聞くことが出来なかったが、買い物客との雑談の中で伺ったところ、この直売所ができる直前に中国産野菜の残留農薬が大きな社会問題になったのが一番のきっかけとのことで、地元の誰が作った野菜なのかが分かる、いわゆる顔の見える農作物の提供であり、安心、安全、新鮮で、尚且つ値段が安いといった消費者ニーズとの合致が大きな要因と考えられた。他の直売所と比較して格別な実践をしている訳ではないと感じた。

マーケティングや売り込みには物語が必要と言われるが、この直売所には「消費者を満足させる物語」の成功があり、その物語は綿密な計画による成果だと思われる。「糸島産であること」「信頼を守ること」等々のコンセプトを重要視し、JAを核に生産者が一枚岩となって管理運営に取り組んでいることが、一番のカギではないかと感じた。

7月12日（木）

熊本県南阿蘇村

《プロフィール》 人口約1万2千人、世帯数約4千6百世帯、面積137.3k㎡。熊本県北東部で阿蘇カルデラの南、阿蘇五岳と外輪山に挟まれた南郷谷に位置する。平成17年白水村、久木野村、長陽村の3村が合併し誕生した。中央を東から西へと流れる白川の両側には、住宅地、商業地、耕地の大部分が広がり、展望性のある田園風景となっている。標高600m以上は、その大部分を山林、原野で占めており、北は阿蘇山上、草千里、火口原を結ぶ線上で区切られている。南は南外輪山分水嶺の北の傾斜地で西部俵山一帯の高原地域までおよび、低地は東の水源地域から西へと約300mの標高差がある。

「温泉を活用した観光振興について」

《背景・村観光の現状》

- ・ 観光業については、平成18年における入込客数が750万人を超え、村の重要な産業の1つである。熊本県内における入込客数は1位、宿泊者数は3位
- ・ 背景には、世界一のカルデラを擁する南阿蘇地域に癒しを求めてくる人々や道路交通網の発達による観光客の増加などが考えられる。
- ・ 阿蘇の観光業は恵まれた自然条件の上に成り立っていることから、観光業に携わる人たちの意識も高く、美化作業や地域振興イベントにも積極的に参加
- ・ 村全体の観光入込客は平成18年以降減少気味であり、特に平成23年は、東日本



大震災や大雨による災害の関係で大きく減少

- ・ 村全体の宿泊者数は、観光入込客同様平成23年は減少しているが、その他は50万～54万人の間で推移している。主な宿泊施設としては阿蘇ファームランド（約25万人）とホテルグリーンピア（約5万人）

《観光面での課題》

- ・ 平成17年の合併以降、ハード面、ソフト面の整備が進んでいるものの、各種団体と連携したより一層の集客体制の構築
- ・ 昨年7月発生の九州北部豪雨による風評被害に対する阿蘇地域一体となった対策が必要

《新たな観光施策の展開》

- ・ 観光客ニーズへの対応～観光案内人、トレッキングインストラクター等の充実
- ・ 新たな観光資源の開発整備～みなみあそくらしめぐり、谷人たちの美術館等新たな観光コースの創設
- ・ 観光と農業の連携～地産地消協議会を核としたグリーンツーリズムや特産品の活用
- ・ 観光PRの強化～九州新幹線開業を機に、南阿蘇村観光PR事業実行委員会を設立、福岡都市圏及び関西圏を中心としたアプローチの強化

《村内温泉施設の現状》

- ・ 村内の温泉施設は、20軒のホテル旅館等があり、このうち立ち寄り湯があるのは15軒。宿泊のない日帰り温泉は5軒
- ・ 最近の温泉施設宿泊客の約8割は県外客であり、約13万人前後で推移しているが、県内宿泊客が若干減少傾向にある。

[瑠璃の各客室にはそれぞれ温泉露天風呂あり]



《村営温泉施設の概要》

- ・ 村運営の温泉施設は、「四季の森」「木の香湯」「瑠璃」「ウィナス温泉」「阿蘇下田城ふれあい温泉」「南阿蘇憩いの家」の6施設で、「四季の森」「瑠璃」は、宿泊施設を兼ね備えている。
- ・ 平成22年度から温泉5施設の指定管理を実施。現在の指定管理者は、「瑠璃」が「株式会社はくすい」（村出資90%）、「四季の森」と「木の香湯」が「有限会社くぎのむら」（村出資95%）、「ウィナス温泉」阿蘇下田城ふれあい温泉が有限会社

ちょうようむら(村出資 100%)

- ・ 直営の「南阿蘇憩いの家」は、平成24年度で約2千万円の赤字
- ・ 指定管理後は、改修による閉館や災害等による影響は見られたが、企業努力の成果か、収益は伸びている。

《課題と今後の対策》

- ・ 施設規模による客ニーズの弊害や老朽化による改修対応の経費負担
- ・ 燃料費等の高騰による経営の圧迫、従業員の高齢化による運営体制の悪化
- ・ 地元利用客の多い施設（日帰り温泉のみ施設）の赤字対策
- ・ 温泉旅館組合での活動～合同PRの実施、温泉化粧水等の共同販売
- ・ 南阿蘇地域公営温泉連絡協議会による近隣市町村の連携強化
- ・ 各イベントの定着と強化による魅力ある施設づくり～足湯、指湯体験の実施

Q 温泉施設は、民間施設と村施設が競合する部分はあるか。

A 日帰り施設も宿泊施設もあり、競合している。しかし、ひとつの大きな温泉地帯ということで共にPR等の相乗効果はあると思う。村の宿泊施設は小規模であり、大きな団体等の宿泊対応は、民間が担っている。

Q 源泉は自噴か、ボーリングか。源泉管理はどのようになっているか。

A 民間施設では自噴している箇所があるが、村施設は全て300～400mのボーリングによる源泉である。通常の源泉管理は管路を含め施設側で行っているが、温泉成分を排除するろ過施設やポンプ等の改修は、村側で実施している。

Q 村施設の全体的な温泉管理について、何らかの対策を実施しているか。

A 管理会社へ一括委託して全体的な経費削減対策や改修維持管理等を検討している。

Q 指定管理者の応募状況、また、指定管理料の算定はどのようになっているか。

A 3施設に対し3社、3社、1社である。5ヵ年契約であるが、指定管理料を減らす努力をしない場合は、解除する旨指示している。管理料金は、人件費とシャワー等の燃料費に左右されるところが大きく、前3ヵ年と他事業（温泉以外の事業）と併せた今後の見込みにより算定している。日帰り温泉等は収益事業ではないので難しいが、宿泊や物産施設は収益性があるので、民間売却等を検討を要すると考えている。

Q 地場産品は活用しているか。温泉担当者と村組織内部との連携は、どのようになっているか。

A 物産館をもつ施設で販売しているほか、食材として提供もしている。特に温泉での連携はないが、物産開発等では農林関係、経営には企画部門が関与している。

Q 指定管理施設に黒字が出た場合の取り扱いについてはどのようにしているか。

A 協定により、数割を村へ納入することになっている。また、黒字だからといって職員給与を極端に上げないよう上下幅を制限している。

〔所感〕 合併前からのそれぞれが抱える公共温泉を運営し、現在は五つの温泉を第三セクターが指定管理により運営している。最近は回復傾向だが、東日本大震災の被災地とは程遠いこの地域でも県外や海外観光客が多いためか、その影響は回避できなかったようであった。これほどの観光客数を擁しても、温泉をもつ自治体の問題は共通しており、「営業なのか地域の福利厚生事業なのか」「いかにして指定管理料の減少を図るか、また、民間売却も含めて無くしていくか」「三セクの経営実態をどう把握するか」等の課題を挙げていた。従業員の身分は守ることを条件に指定管理の公募を行い、数社の応募から指定したようだが、やはり三セクという独立した企業であることから、村議会としては、経営内容の詳細までは知り得ておらず、我市との共通の課題として見受けられた。



指定管理者二社へは、物産館や観光施設等の管理と併せそれぞれ年間約2千万円と3千万円の管理料を支払うが、名水「白川水源」の湧水を販売する「(株)はくすい」は指定管理料がなく、逆に売り上げの状況次第では、市へ利益剰余分を納入する契約を交わしている。温泉経営だけではなく、物産と複合した経営の必要性を実感した。

担当者の説明は、迫力と説得力があり、担当職員がプロフェッショナルであることのこだわりも認識する。今週末、大阪本社のアウトドア専門店「モンベル」の社長と、村長、副村長、議長、担当者とで面会し、村を挙げての「モンベル・南阿蘇村提携プロジェクト」を企画されているとのこと。観光という専門分野では、定期的な人事異動ではなく、プロの職員を育てる重要性もあると感じた。

◆ 最後に・・・・・・・・

各視察地とも、先進地であるにもかかわらず、絶えず今現在の努力を怠らない姿勢がうかがえた。自分たちの行動に誇りと自信を持っており、このような意識と弛まぬ努力の継続が現在の成功を導き出したものと思われる。今回の視察を契機に、限られた財源や資源を最大限に活かし、各団体とタイアップしていきながら、横手市議会としても我が横手市の産業振興に寄与していきたいと強く感じた。