視　察　先	千葉県君津市	伊藤　正彦
視 察 項 目	君津市商工・観光アクションプランについて	

1　市の概要

君津市は、昭和４６年９月に３町２村が合併した人口約８万人のまちで、房総半島のほぼ中央に位置する県内で２番目の面積を誇る。日本製鉄の進出により産業城下町として発展してきた。都心からアクアラインで約６０分の好立地にある。久留里の名水を有し、酒蔵が首都圏最多の６つある。地酒で乾杯条例も制定している。

議員定数は２２名、内女性は２名であり、一般会計当初予算は約３５１億円、議員報酬は月額４５万円、政務活動費は月額２万円である。常任委員会は総務、教育福祉、建設経済委員会の３つで、特別委員会は公共交通及び公共施設等調査、（仮称）貞元総合公園整備等調査特別委員会の２つがある。

2　視察の概要

（１）君津市商工・観光アクションプラン（２０２２年度～２０２６年度）

ア　策定の趣旨

・目的と背景：商工業及び観光業は、地域の暮らしの基盤であり魅力の源泉である。このため、市内産業の持続的成長が市の発展に欠かせない。（感染症対策を徹底した経済活動、脱炭素社会への転換、人口減少）特に、商業と観光業は、相互に関連する部分が多いため、同一の枠組みにより行動計画を策定

・アクションプランの位置づけ
本アクションプランは、総合計画の基本構想、基本計画を実現していくための商工・観光分野に特化した具体的で詳細な行動計画

（２）商工業

ア　千葉県の製造出荷額は１２．５兆円（全国８位)、君津市は７，０００億円（県内４位）となっており、鉄鋼業が製造出荷額の９割以上を占めている。

イ　君津市の特産品
農業産出額は９４億円あり、鶏卵２９億円、米２０億円、花き４．８億円である。その他日本酒、ウイスキー、はちみつ、ジビエ（イノシシ、シカ）等がある。

ウ　商工業の課題

① 地元出身者の雇用促進やマッチング、求人開拓等を進めるとともに、シニア層の労働参加や外国人労働者の受入れなど、新たな施策にも取り組んでいく必要がある。

② 企業用地の確保

・立地の良さから企業進出の打診はあるものの、用地不足により断念するケースがある。

・君津ＩＣ周辺等、ポテンシャルの高いエリアの規制緩和による用地の確保に取り組むことが必要

③ 地場産品の販売促進
きみつふるさと物産館をはじめ、市内に地場産品を取り扱う施設は複数あるが、客数は減少傾向

（３）観光業

課　題

ア　インバウンドへの対応

・２０１０年以降１０年連続で増加。長期的に２倍以上に。

・一方で、日本人の旅行者数はほぼ横ばい（２０２０年から新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、旅行者数が大きく減少）

イ　観光産業における体質強化

・特に宿泊施設における高付加価値化や顧客ニーズへの対応

・衛生面も含めた一層の設備投資

・ＤＭＯ（観光地域づくり法人）などによる、経営やマーケティングの知見

ウ　観光資源としての「まち」の活力と担い手

・個人旅行志向や体験、滞在型へと旅行形態が変化する中、旅先としての「まち」そのものの魅力が１つの観光資源となっている。少子高齢化や人口減少が進む中、この「まち」の活力をどのように維持していくのかを地域の持続可能性のみならず、観光面での課題としても取り組んでいく必要がある。

・他の産業に比べデジタル化の遅れや繁忙期・閑散期があることなど、観光産業の構造的な問題による担い手不足が懸念されている。事業者ごとの取り組みに加え、地域的、横断的な生産性向上に繋がる取り組みが求められている。

エ　地域的な課題整理

① 滞在時間、観光消費額の改善
君津を目的地としてもらえるような取り組みが必要

② 着実な民間投資と域内、広域での連携促進
市域全体としての連携、近隣市町との広域連携（アクアラインイースト）

③ 君津市の観光イメージの確立と認知度向上

④ 多言語やＳＮＳ等新たな情報発信手法への対応

オ　観光振興への具体的な取り組み

① 観光資源の磨き上げ

・魅力の掘り起こし

・体験型コンテンツの拡充

・おもてなし体制の整備、強化

・ＤＸへの対応

・広域連携の推進

② 観光情報発信の強化

・デジタル情報発信強化

・紙媒体情報発信の工夫、刷新

・効果的なイベント

・イメージアップ戦略

３　所　見

商業と観光業は相互に連関する部分が多いという考えに基づく計画の策定は、着眼としては素晴らしい。アクアラインで都心から６０分という地の利を生かそうとしている点も素晴らしいというかうらやましい限りである。

寒河江市としての着眼点はどこにあるのだろうかと考えた場合、新幹線も通っていない、クルーズ船発着の港からも遠い、唯一空港には程よい距離という点であろうか。何をもってインバウンド客を誘致するかよく考える必要があると思う。この際、広域連携は欠かせないと考える。

視　察　先	千葉県南房総市	伊藤　正彦
視 察 項 目	道の駅を拠点とした観光振興について	

1　市の概要

南房総市は、房総半島の最南端に位置し、三方を海に囲まれながら、穏やかな里山の景色も楽しめ、沖合を流れる暖流の影響により冬は暖かく夏は涼しい温暖な気候の平成１８年３月に６町１村が合併した人口約３万３，０００人の市である。特産品は、房州びわ、牛乳、食用バナナであり、農林水産業従事者が５人に１人（２０．５％）と最も多い。

議員定数は１８名で、女性議員は２名、常任委員会は総務、福祉、産業委員会の３つで、特別委員会は広報編集、予算審査、決算審査特別委員会の３つである。令和６年度一般会計当初予算は、約２８１億円、議員報酬は月額３３万７，０００円、政務活動費は、一人月額１万円（年度一括交付）である。

2　視察の概要

（１）道の駅を拠点とした観光振興の位置づけ

観光の振興のみならず、産業振興の拠点でもあり、道の駅を核として一次産業との一体的な推進を図っており、農産物・水産物の販売はもとより、加工や商品開発などの６次産業化にも力を入れ、一次産業の下支えをしている。

（２）南房総市の道の駅の現状

市内に８駅あるが、（市内設置数は全国１位）合併した分多いとも言える。８つの内直営は２つで、残りは市長を社長とする第３セクターの㈱ちば南房総が指定管理者となっている。

市内観光客５００万人／年の５割が道の駅に立ち寄っている。

（３）道の駅の機能

日用品を販売することにより、地域の商店が減っていく中で、観光客のみならず、地域住民の買い物の場としての役割を担い始めている。当初、「お土産品はオリジナルのものを。」等意見はあったが既存商店の反発はない。その他、地域の文化活動、コミュニティ活動の場として利用できるギャラリーや多目的室、会議室などのレンタルスペースも設置している。

（４）地域資源“びわ”を活かしたオリジナル商品開発

１２億円で総合加工施設をオープンし、処分（廃棄）されていた規格外（割合２５～３０％）を活用し７年度から本格稼働している。売り上げは年５，０００万円にのぼる。課題は、日持ちする商品の開発、卸である。

（５）現在

８つの道の駅の周遊の試みとして、㈱ちば南房総で魅力アッププロジェクトチームを立ち上げた。

３　所　見

８つの道の駅を核とした観光という考えは南房総市の特性を踏まえたよい考えであると思う。また、農林水産業との一体的推進という考え方は、農業が主産業である本市でも十分参考になるのではないかと考える。

本市のチェリーランドも十分観光に貢献しているが、誘客のためにまだまだ考える余地があるのではないだろうか。

視　察　先	千葉県鋸南町	伊藤　正彦
視 察 項 目	都市交流施設・道の駅 保田小学校について	

1　市の概要

東は山、西は海に囲まれ、南房総特有の温暖な気候に恵まれ、１年中どこかしらで花が咲き、心地よい風がほほをなでる人口約６，５００人（平成初期には１２，０００人)、高齢化率５０％台の町である。

花観光で年８０万～９０万人が訪れる。現在は幼・小・中各１校である。

2　視察の概要

（１） 廃校を利活用した道の駅保田小学校

この施設をつくる時、校舎を残し小学校の雰囲気をなくさないことと、「保田小学校」の名前を外さないことが条件であった。閉校から１年９カ月で開業した。

全国でも先駆的な取り組みである都市交流施設・道の駅保田小学校としてリボーンした施設は、「小学校を残したい！」という地元の皆様の熱い想いをもとに新たな鋸南町のムーブメントを巻き起こす拠点である。

（２） 施設の概要

ア　旧体育館をリノベーションした大きなマルシェに鋸南町で採れた新鮮な野菜や色とりどりの花が並び、広々とした気持ちの良い空間でリラックスし、ゆっくりと買い物ができる。オリジナルのお土産も数多くある。

イ　昔懐かしい給食メニューや手作りの美味しいものを食べられる食堂も数軒ある。

ウ　子どもが遊べる場所も複数あるほか、みんなの家庭科室、音楽室やアートギャラリーもある。

エ　教室の雰囲気を極力残したデザインで、たたみベッドのある団体合宿用の大部屋もある。

オ　自転車×散歩コース（自転車走行時間約１２０分)、自転車×ハイキングコース（自転車走行時間約６０分）がある。

カ　道の駅保田小附属ようちえんが令和５年１０月１４日オープン

キ　ＲＶパークあり

ク　指定管理料はなしで、収益の６割を町へ納めている。残りの４割は社員のボーナスに充当

3　所　見

夏休みとはいえ、平日にもかかわらず子供連れの多くの人で賑わっていることに驚いた。成功例として本市でもチェリーランドとＣＬＡＡＰＩＮとの関係性等の面でも十分参考にすべきところがあると感じた。

視　察　先	千葉県市原市	伊藤　正彦
視 察 項 目	リノベーションまちづくりについて	

1　市の概要

市原市は、千葉県のほぼ中央に位置し、羽田空港、成田空港、東京から約６０分の距離である。南北に広がる県で最大の面積を有する人口約２６万５，０００人（１９６３年７万人)、高齢化率２８．９％の市である。北部東京湾に京葉工業地帯を有し、製造業出荷額は全国３位である。また、ゴルフ場は全国一の３３か所あり、小湊鉄道は１００周年を迎える。

議員定数は３２名で女性議員は５名、常任委員会は総務、産業福祉、市民文教、建設常任委員会の４つ、特別委員会は、拠点まちづくりに関する調査、地域交通に関する調査特別委員会の２つである。令和６年度一般会計当初予算は、約１，２７２億円、議員報酬は月額５６万２，０００円、政務活動費は一人月額８万円である。

2　視察の概要

（１）いちはらリノベーションまちづくり

リノベーションまちづくりとは、地域の人・空き店舗・公共空間といった「今ある資源」を活用し、新たに起業したい人の挑戦を支援することで、エリアの価値を高め、若者や女性が集うような魅力あるまちづくりを目指す取り組みである。

新たな公共投資によって「まちを造り替える」のではなく、遊休不動産や地域で活動する人材、民間の創意工夫を生かし、低リスク・低コストでスピーディに事業や活動を生み出していく点に特徴がある。

行政施策と民間活動をつなぎ、地域の自走力を高めるまちづくり手法である。

（３）いちはらリノベーションまちづくり塾

ア　塾とは

空き物件、遊休不動産を題材に、チームで事業プランを考え、実事業化を目指す短期集中・実践型プログラム

まちづくりや不動産、事業づくりの第一線で活躍するプロと共に、「やってみたい」という想いを、現実的なビジネスへと落とし込んでいく。ターゲットは、

・市原市で企業／創業したい人
・まちづくりに関わりたい人
・いちはらの暮らしを豊かにしたい人

イ　塾の流れ

ホームルーム→物件視察・街歩き→リノベ事例座学→グループワーク→公開プレゼン→プランの事業化

ウ　行政の役割

市報やホームページで事例を紹介しながら広報し参加者を募集するが、行政が事業を主導するのではなく、「民間主導・行政支援」を基本としている。

リノベーションまちづくりの主体は民間事業者や地域住民であるという考えの下、行政は、プレーヤーの発掘、人と人とのマッチング、プロモーション、活動への伴走支援などの後方支援を担っており、不

動産オーナーや商店街との橋渡し役となり、チャレンジしやすい環境づくりを行っている。担当は、まちなか再生係４名。

エ　成果

参加者や関連イベントの来場者は増加傾向にあり、まちづくりへの関心や参加意欲の高まりが感じられる。また、事業化された店舗の周辺に新たな出店が生まれるなど、小さな成功事例が連鎖する動きも見られている。

オ　寒河江市が導入に当たり考慮すべき事項

新たな取り組みを始める際は、まず地域で既に活動しているプレーヤーとの関係づくりが重要であり、既存の活動や想いを支援しながら方向性を合わせていくことが大切である。

・長岡山会議との連携
・点在するカフェ等との関係性構築

また、今ある地域資源を生かし、エリアの将来像やストーリーを共有することも重要

・ＧＥＡ周辺の魅力ある空間
・寒河江温泉周辺の温泉街
・寒河江百貨店からの連鎖

（４）地域おこし協力隊との相違

市原市は、地域おこし協力隊派遣対象外であり、採用はできない。以前市単独事業として南部地区で採用した事例はある。

３　所　見

空き店舗や遊休不動産といった「今ある資源」を活用したまちづくりへの取り組みは過疎化自治体が参考にすべき取り組みであると思う。市原市のような山形市よりも大きな自治体で地力があるからできることなのかもしれないが、行政は「後方支援」といいながらしっかり伴走しているところが素晴らしく、こういった姿勢がリノベーションの成果につながっているのであろうと感じた。