

産業都市委員会 行政調査報告書

1 調査期間

平成29年10月2日(月)から10月4日(水)まで

2 調査先及び概要

(1) 広島県福山市

観光振興施策について

「産業支援拠点機能『福山ビジネスサポートセンターFuku-Biz』」

(2) 広島県広島市

ア まちづくり施策について

「総合交通戦略(自転車都市づくりの推進・自転車走行空間整備)」

イ 観光施策について

「観光と平和の結びつき」「広島平和記念資料館」

(3) 広島県呉市

空き家等対策について

「空家等対策計画(空き家等の利活用の推進)」

3 参加委員

委員長 おおこし 勝 広

副委員長 中 沢 えみり

委員 堀 よしあき

委員 あさの 清 美

委員 としま 剛

委員 加 藤 拓

委員 樋 口 敏 郎

委員 千 野 美智子

4 同行幹部職員

都市整備部長 田 中 正 明

5 調査概要

別紙のとおり

調査概要 【福山市】

1 市の概要

福山市は、瀬戸内海のほぼ中央、広島県の東南端に位置し、1619年（元和5年）、徳川譜代の臣、水野勝成が備後10万石の領主として城を築いたことに始まり、以来、備後の政治、経済、教育、文化のかなめとして発展の歴史をつづってきた。

1945年（昭和20年）8月8日、戦災により市街地の約8割が焦土と化したのが、市民の旺盛な復興意欲に支えられていち早く都市計画事業に着手、1961年（昭和36年）大規模製鉄所の誘致、さらに1964年（昭和39年）備後地区工業整備特別地域の指定を契機に、めざましい躍進を遂げ、1993年（平成5年）には福山地方拠点都市地域の指定を受けるとともに、1998年（平成10年）4月1日には中核市へと移行。2006年（平成18年）3月に本市として平成の大合併の仕上げとなる神辺町との合併を終え、現在、面積518平方キロメートル、人口約46万人を擁する中国地方では4番目の都市規模となっている。

また、2017年度（平成29年度）から第五次福山市総合計画がスタートし、備後地域の中核都市として、将来都市像「ひとが輝き 夢をはぐくむ 未来創造都市 ～ばらのまち 福山～」の実現に向けた取り組みを進めている。

人口は、平成29年4月1日現在、469,499人である。

（参考資料 / 福山市議会事務局発行「福山市政のあらまし」）

2 調査事項

（1）産業振興施策について

ア産業支援拠点機能「福山ビジネスサポートセンターFuku-Biz」の概要

中小企業を支援する産業支援拠点として「福山ビジネスサポートセンター Fuku-Biz」を平成28年12月に開設した。Fuku-Bizでは、質の高いマーケティング、デザイン、販路開拓、プロモーション、ブランディングなどを一貫して提案し、地域の中小企業や創業者を支援している。

3 主な質疑応答等

Q：ご講義いただいて、すごく起業したくなったような気分になってきたんですけども、ありがとうございます。

福山ビジネスサポートセンター長が、富士市産業支援センター長から勉強なさっていたところが何力所か出てきていましたけれども、それは、このセンター長になられてからなんですか。それとも前から、研修を受けてこうなられたんですか。

A：先ほどの、コンビニの事例で言うと私は、富士市産業支援センター長に言われ、研修に入る前にやっていたんですね。

ただ、実際の会社のニュースリリースを見て、点検するみたいのところまではやっていなかったんです。コンビニは、新商品が集まる場所であるという認識は持っていたので、そういう意味で、今の社会のトレンドみたいところが、とてもよく分かる場所です。

それからコンビニ以外のところでいうと、ドラッグストアですが、ドラッグストアというのは、マスに対して商品売る場所だというふうに思うんですけども、

そういう中で、どういうトレンドが起こっているのかみたいなことを、肌感覚として持っておきたいなと思って、このFuku-Bizの仕事をする前から、定期的に行っていました。

Q：今のことを何で伺ったかという、センター長やアドバイザーの皆さん、マネジャーの、そういった人材がすばらしいということ、すごく実感したんですけれども、そういう方々を、例えば墨田区で公募したり、あるいは人材を見つけるという、そのことがすごく難しいような気がしたんですけれども、まず、公募が必要だということは分かりました。

その次に、アドバイザーとか、コンサルティングの能力を持っている方々はどうやって見つけたり、あるいは探して人材を確保して、またレベルアップさせていくというか、その辺をすごく教えていただきたいと思います。

A：f-Bizのモデルでうまくいっているなと思うのは、全国公募をかけたときに、最低150人から400人ぐらい集まることです。

なぜ集まるのかというと、富士市産業支援センター長から聞いたお話なんですけれども、2011年の震災のときに東京で、例えばビジネスマンとして最前線で仕事をしている人たちが、ボランティアとして現地へ行っていた人がたくさんいたと思うんですね。

あれで何が分かったかという、そういうビジネスの現場に、本当に最前線にいる人でも、地方で、地域で、何か貢献をしたいと思っている人ってたくさんいるということが、実感されたそうです。

つまり、いろんな地域にそういう思いを持っているビジネスマンって多いと思うんですね。そういう人たちに対して、全国公募をかけて、今、我々はこんなことに取り組みたいと思っているということ発信すると、反応する方というのは、恐らく一定数いるんだと思うんです。

一方で、Bizモデルの中で大事な部分になりますけれども、集まってきたときに、その人がきちんと結果を出せる人かどうかという見極めが大事だと思います。

それを我々のこのBizの中でどうやっているかという、池内も私もそうなんですけれども、面接の審査官が富士市産業支援センター長やほかのBizのセンター長なんです。さらに、その地域の事業者の方、複数が審査官として入ります。

それは、このBizモデルを再現するのにふさわしい人物かどうかといった目線が一つと、もう一つは、その地域の事業者さんに支持されないと、結果的にうまく続かないと思うんですね。そういう意味で、地域の経営者の方にも入っていただいていると。

そういう意味で、きちんとビジネスコンセプトができる人間なのかといったところ、それから支持されるのかどうかといったところを、そんなふうな見極めができる方に審査官をしてもらって、そうすることによって、成功の角度が高い人物を採用できるということなのかなというふうに、私は思っています。

Q：成功例を伺って、100%成功しそうな気持ちになったんですけれども、中にはうまくいかなかったというケースもあるのではないかと思いますのですが。

そういったときの、この責任は、あまりお金をかけないお話とかをされてしまったけれども、何か責任を問われそうな気がします。そういった反対の部分の困ったことというのはないでしょうか。

A：まさに最適な事例があります。実物が後ろにあります、スニーカーコレクター専用額というのをサポートしました。

これは、東洋額装という、額装業界、表装業界の日本でナンバーワンの会社で、額をつくるほか、掛け軸の補修などもしている、福山にある会社からのご相談になります。

額装業界一番のお客様は書道家の先生方です。絵を描く方もそうですかね。展覧会をするときに額が必要になります。しかし、書道をする人は年々少なくなっている。書道のマーケットは年々小さくなっているの、先行きを見越したときに、今から新規事業の種まきをしていきたいということで来られました。

そのときに、我々がご提案したのがこちらなんですけれども、これを提案したのは二つ意味がありました。

一つは、書道の業界の市場規模がどんどん狭くなっている中で、そこに新商品を幾ら出したって、先細りするに決まっているじゃないですか。だったら、この東洋額装さんが持っている技術を生かした別の業界にチャレンジするというのが大事だろうなと思ったんです。

東洋額装さんが、何で日本のナンバーワンといっているかということ、ものづくりのマイスターの数、それから1級技能士の数でいうと、この業界の中でこれだけの規模は、もう圧倒的に東洋額装さんしかいないです。

つまり、技術の集約というのがものすごく進んでいる会社であって、トップレベルの技術を持っている方々の集団です。

この会社の、そのトップレベルの技術、ものづくりのこだわりといったものを生かせるものはないかなと思ったときに、例えば、マイケル・ジョーダンというNBAの選手がいますけれども、エアジョーダンといって、スニーカーが今すごく高値で売買されていたり、それから毎週のように復刻のシューズが出たりして、そういった中で、こういうのって即完売しちゃう商品があります。

つまり、何が言いたいかというと、マニアがいる世界なんです。スニーカーマニアですね。スニーカーマニアの人たちって、それこそ何十足も持っているわけです。たまに、箱から取り出して、酒のさかなにして飲んじゃうという、そんな人たちです。

その人たちの気持ちで考えたときにどうかということ、好きな商品ですけれども、外にそのまま出しちゃうと、ほこりをかぶったりとか日焼けしちゃうわけですね。

でも、何か安いプラスチックケースに入れるのは、物とふすり合いだとしたら、こういう高級な額、入れ物が必要なんじゃないか、必要としている人いるんじゃないか、そんなふうに考えて、提案をして、試作品としてつくっていただいています。

8月末までに、抽選で申込みいただいた方の中から3名の方に販売しようというプロジェクトを進めたんですけれども、結果的にどうだったかというと、お申し込みがなかったんですよ。ゼロだったんです。

ただ、何が起こったかというと、例えば、こんなふうに読売新聞で大きく記事として取り上げていただいたり、あとは今日お配りした雑誌の中でも、このスニーカーコレクター専用の記事を取り上げていただいています。東洋額装さんのこだわりとか、新しいその技術力の高さみたいなのところを、いろんなところに知っていただく機会が増えたんです。

さらにインスタグラムで情報発信したら、今まで全く東洋額装さんと無縁だったような人たちからの支持が集まってきたんですね。ものづくりにこだわっている人たちとか、まさにスニーカー大好きなような人たちとか、そういった人たちが「いいね」をしてくれるんです。

そういう意味では、東洋額装の認知度が上がっているはずなんです。確かにこれ自体は売れなかった。これは1個15万円する商品なんですけれども、天然のシャム柿というとても高級な素材で、水墨画みたいな木目が出るもので、金属とかは使わず、額の昔からの技術をふんだんに使って、全部木でつくっているんですけれども、とてもこだわってつくってもらいました。

つくっていただいた方は、東洋額装の技術トップの方につくっていただいたんですけれども、商品が売れなくても、何で売れなかったんだよということはないです。逆に、次、どんなチャレンジしようかなみたいな感じです。

最初のチャレンジで、爆発的な売り上げにつながるといったところは、今回はなかったですけれども、ただ気持ちがおんになったということです。周りの方々への、新しい人たちへの認知が広がったというふうに思います。

Q：福山市には大企業がたくさんあって、多分その下請なんかをやっていらっしゃる方も多いと思うんですけれども、そういう下請を、ほぼ専門にやっているような方々というのも、例えば新規事業の参入みたいな感じで、相談に来られるのでしょうか。それと、できてまだ間もないんですけれども、この先うまく回っていった会社が出た場合、例えば市の融資だったり、金融機関とのマッチングみたいなことというのは、もう既にやっていらっしゃるのか、それともこの先やっていくのかということをお伺いします。

A：これはオーザックさんという、実は少し有名な会社で、岡崎社長という方が社長なんですけれども、その奥様が、内閣府の働き方改革の委員をされているような会社で、全部ではないんですけれども、一部下請のような事業をされています。

どんなご提案をしたかということ、こういうつり具なんですけれども、2点のつり具で「信長の腕」といって、20年ぐらい前から売り出していたんです。全く宣伝しないで、20年ロングセラーできているんですね。毎年毎年一定数売れている、そんな商品なんです。

下請的な仕事って、やはり限界があるじゃないですか。自分たちでコントロールできる要素ってなかなかないと思うんです。

でも、これって自社商品なんです。単価として、信長の腕が確か3万円か3万5,000円だったと思うんですけれども、それをベースにして、実は今こんなものつくっているんだとおっしゃっていたのが、これです。これは4点つりなんです。腕が4点もある。そんなようなものを今開発している。

これの特徴は何かということ、この赤い部分が伸びるんですよ。ぐーっと引っ張ったときに伸びるんです。従来品は伸びないんです。固定されているんです。それなので、掛けようと思ったときに、コンパスの針みたいになっちゃうわけです。そうすると、こっちは掛かったけれども、こっちは掛からないというような、掛けづらいというか、時間がかかるわけですね。

1回当たり、例えば10秒とか20秒とかの時間のロスが、年間にすると何回起こりますかということなんです。「秀吉の腕」は6万5,000円だったと思うんですけれども、わずか3万円ぐらいの投資によって、ものすごく時間短縮ができてしまう。さらに、重いものを運ぶときだったら不安定になるわけですよ。でもこれテンションが掛かる。伸びるので、ぐっとテンションが掛かって、がちっと掛かる。そうすると重いものを運ぶにも、安全に運べちゃうんです。

今、人手不足とか、時間を短くしたり、コスト削減をしたいと言っている人たちが多い中で、この商品は、そんなところを解決する一つの商品になるなというふう

に思ったので、社長に新商品として出しましょうよと。今「信長の腕」だったら、「秀吉の腕」って言いませんかって。これは8月にリリースをして、早速お問い合わせがあり、受注につながったと聞いています。

社長は満足しなくて、さらに、信長、秀吉とくると、次、あの人しかいないですけども、家康ですね。「家康の腕」というのをつくって、それも社長自らリリースされたんです。それも、受注につながっているということです。

さらに、それで満足しないで、次の商品をつくっているそうです。

これらを、「侍シリーズ」というふうに名付けて、海外に売ってみましょうという話をしています。信長とか秀吉だと、知っている人しか知らないかもしれないですけども、侍だったら知っているだろうということで、今、お話を進めている、そんな会社が事例としてあります。

ポイントは、従来の業界とか業態の中でできることって、もちろんできることがあれば、それに当然注力するんですけども、それ以外、何か光るもの、まさにオーザックさんのこれですけども、光る部分にスポットを当てて、ターゲットを決めて、情報発信するというのをやった事例としてあります。

それから、金融機関との連携では、いろいろ連携をさせていただいています。例えば、分かりやすいところでいうと、金融機関で、今、こういう新しい事業を起こしてチャレンジしようとしている方がいらっしゃるの、お金の部分でのサポートはさせていただくけれども、事業プランのブラッシュアップとか、そういったところは、Fuku-Bizさん一緒にできませんかということで、金融機関、事業者、我々と一緒に連携をして、ブラッシュアップさせていただいているという例が複数あります。

それから、これは今後出てくるんじゃないかなと思うのは、例えば創業し、一定程度、事業が継続、うまくいくようになってきた段階で、さらにもう一つ、アクセラ踏みたいなといったときに、例えばそういった方に最適な融資、もしくは補助金みたいなもの、例えば地域の金融機関と連携してやっていくみたいなのも、これから十分出てくるかなというふうに思います。

Q：先ほど、センター長のお話聞いて、本当に人材が大切なんだなというのはあると思うんです。この資料の中に書いてあるんですけども、現在12カ所のビズがありますが、センター長の皆さんは1年契約で契約されているということですか。

A：そうですね。我々の事業って、平たく言うと税金で運営している事業になります。それなので、お客様というのは市民の方だというふうに思います。市民の方がクライアントで、税金でやる以上、結果が出ないものを税金で続けるって理屈に合わないというふうに、このBizモデルをつくった富士市産業支援センター長も考えているんですね。

そのため、全てのセンター長は1年契約。だから、結果が出ないと首というのがあります。実際に首になっているセンター長もいます。

Q：あともう一つ、まだ認知度が低いということ課題として上げられていて、今後その対策というか、何か作戦などはあるんですか。

A：あります。この間、備後圏域の各市町長が集まる会議で、お声掛けいただいて、Fuku-Bizの今の取組を説明しました。そして課題としてこんなふうに我々は考えていますということをお伝えしました。

圏域の広域連携の事業としてやっているの、いくら福山の事業者さんだけがハッピーになっても、もったいない事業なので、もっといろいろ連携を強化してい

きたいという話をしました。

もっと積極的にその地域に赴いて、例えば経営者が集まるような場所でFuku-Bizのご紹介をさせていただいたり、それによって知っていただいております。くという流れを是非つくりたいなと思っています。

実際に、幾つかの圏域で講演させていただいたところ、確か翌日から信じられないくらいご相談をいただきました。やはり知っていただくと、困っていらっしゃる方ってたくさんいるんだなということが、すごく分かりましたので、それをいろんな圏域で定期的に行えるようにしたいなと思っています。

Q：このFuku-Bizに関する予算はどれくらいですか。

A：Fuku-Bizの予算ですね。昨年度、平成28年に開設になりましたが、昨年度の額は、人件費とか運営にかかる全ての予算が4,200万円です。

今年度につきましては、決算ベースで6,500万円です。このうち、2分の1は地方創生交付金で国庫ということになります。

Q：6市で対象ですが、この分担というか、配分ってありますか。

A：昨年度、圏域事業としてのスタートでした。2016年、2017年は福山市の負担で、結果の実績がでたら、それを踏まえて各市町に分担してもらうことになります。

結果の割合について出た中で、先日の首長会議では、今、センター長が言いましたように、ある程度、皆さんが納得はしていただけるような結果が出ております。

Q：先ほど二次産業、どうしても鉄鋼等、製造業が多いということで、そちらの相談が圧倒的に多いんだと思うんですけども、三次産業の商業のようなところの成功事例の割合が、実は最近伸びてきているだとか、そういうことはどうですか。

また、一次産業も含めて、二次産業についても、技術支援のアドバイスなんかを求められた場合、こちらの事例ですと、見方とか見せ方とか、そういうアイデアの部分の相談が主かなと思ったんですけども、先ほどの「秀吉の腕」とか、そういう技術支援を相談された場合どのようにされているのか、その辺についてお伺いします。

A：そういう意味では、技術に関するご相談って、実際まだいただいたことがありません。Fuku-Bizはこういう場所ですよということをお伝えしているからというものあるんだと思うんですけども、一方で、技術のところって、いろいろご相談できる人たちはいるのかなと思うんです。

というのは、製造業だと製造業の中でのネットワークというのがあって、福山でも、例えば金属加工組合とか、もしくは経済団体で小企業家同友会ですとか、経営研究会ですとか、そういった人たちの集まりがある。それなので、オーザックの尾崎社長もおっしゃっていましたが、分からないことがあったときには、ほかの同じような業界の人たちに聞くと、大体分かる。

Q：逆に、こちらに来たときには、そちらを案内するみたいな感じになっている。

A：そうですね。もしあれば、マッチングさせていただくという形もあるかなと思います。

Q：あと、第三次産業等における成功事例とかについてですが、うちの委員会でも、個人事業主の方もいらっしゃいます。今、この夕日のドーナツについて、少し拝見したんですけども、こういう相談が結構来て、成功事例の中にはそういったケースのほうが、全体の占める割合としては多いんですよって、そういう傾向ってありますか。

A：そうですね。夕日のドーナツの場合も含めた、あぁいったサービス業の方々から

のご相談って、製造業、サービス業と実は2番目に多いんですね。ただ割合として、一番成功している業界、業種はどれかみたいなのって、あまりなくて、結構平均的だとは思いますが。

確かにいろんな業種、業態の方にお越しいただいているんですけども、我々のアプローチって、先ほどのとおり、真のセールスポイントを見つけて、ターゲットを絞って情報発信するという、このステップは実は変わらないんですね。

業態は違えど、ご相談の内容ってほぼ9割が、売り上げを上げたいということなので、そういう意味で、技術とか、もしくは業界の専門的な知識というのを、我々は有していないことが多いですけども、そういう部分は、社長さんに徹底的に聞いて、一方で客観的に見たときにどうなんだろう、消費者目線で見たときにどうなんだろうということシンプルに考えるということをやっていますので、得意な業界があったり、苦手な業界があるかと言われると、あまりそういうことはないかなと思います。

感じるのは、例えば製造業の場合は、つくることにこだわっているんだけど、売ることが次になっちゃうというのは、結構あるなと思いますね。要は発信するという部分で、苦手意識を持っている方って結構いらっしゃるなと思います。

Q：ここは全体で何人いらっしゃいますか。

A：アドバイザーが常勤で2名おります。専任のITのアドバイザーが1名、それからデザインのアドバイザーが1名ですので、アドバイザーとしては4名体制になります。

それから、バックオフィスの体制が3名でやっております。ちょうど、このチラシに写っている女性3人がそうです。バックオフィスでは、お客様である事業者さんの案件の管理に1名。それから、広報とか企画です。先ほどのセミナーなどを企画したり、チラシをつくったり、それから情報発信したりとか、そういう者が1名。あと事務関係が1名、この3名体制です。

Q：先ほど、富士市産業支援センター長の下について、かばん持ちをやっていたというお話なんですけれども、このFuku-Bizのセンター長に就いてから、富士市産業支援センターf-Bizのほうに、ある意味ずっと研修という形で通っていたんですか。

A：そうですね。f-Bizへは、私が去年の9月に、このFuku-Bizのセンター長を拝命しまして、実際のオープンが12月だったので、9月から11月の半ばぐらいまで、3カ月弱ぐらいですけども、研修に行きました。

全てのBizモデルのセンター長は、その研修を受けています。富士市産業支援センター長の本は今6冊出されていて、エッセンスはそこに全部書いてあるんですよ。そこに書いてある以外のことって、何一つ行われていないんですけども、ただ、実際に体感しないと分からないこと、例えば、先ほどのビジネスセンス、コミュニケーション能力、情熱というところかというと、多分、情熱というところが、実は、あの本だけだと伝わり切らない。富士市産業支援センター長の事業者さんに対する本気度というのは、ものすごいものがありますので、僕がよく言うのは、命削っている感覚がすごくするんですね。

そのぐらいの本気度で事業者さんに向かい合っているところは、やはり体験しないと分からないと思います。それは、このBizモデルを立ち上げる上では必須なんじゃないかなと思います。

正直、かなり厳しいです。研修というよりは修行です。

調査概要 【広島市】

1 市の概要

原爆被爆という悲劇の歴史を乗り越え、経済、文化、行政など幅広い分野で中四国地方の中核都市として発展。平和都市としての世界的な知名度だけではなく、恵まれた自然環境とそれを生かした農林水産業、プロのオーケストラやスポーツチーム等の文化・スポーツ活動、豊かな食文化、自動車関連産業など多方面に発展。

広島広域都市圏の24市町がこれまでの「広島広域都市圏協議会」の取組を基礎とした都市連盟ともいべき強固な信頼関係を背景に、圏域というエリア設定を生かした様々な施策を展開することで、圏域経済の活性化と圏域内人口200万人超の実現を図る。この構想実現に向け、広域拠点（中核都市）として「世界に誇れるまち広島」創生総合戦略に基づき、中四国地方のビジョンにふさわしい都市機能の充実強化等に取り組む。また広域全体（都市圏）としては、「広島広域都市圏発展ビジョン」に基づき、「ヒト・モノ・カネ・情報が巡る都市圏」を作るための事業等に取り組む。

平成29年3月末人口1,193,051人、面積906.53平方キロメートル、平均気温16.2である。

（参考資料 / 広島市ホームページ ほか）

2 調査事項

（1）まちづくり施策について

ア 「総合交通戦略（自転車都市づくりの推進・自転車走行空間整備）」

広島市では、「広島市総合交通戦略」を策定し、交通施策の効果的、効率的な展開を図っている。また、自転車都市として、市民全体が自転車を生かしたまちづくりを実感できるよう取組んでいる。

（2）観光施策について

ア 平和と観光の結びつき

広島市において平和施策を推進する中で、平和の意識を持った多くの人が観光客として訪れていることから、観光と平和の結びつきについて調査する。

平成28年の観光客数約1,261万人、観光消費額は2,297億円である。

イ 広島平和記念資料館

広島平和記念公園の敷地内に所在する博物館（平和博物館）である。「原爆資料館」もしくは「平和資料館」と称される。被爆者の遺品や被爆の惨状を示す写真や資料を収集・展示するとともに、広島の被爆前後の歩みや核時代の状況などについて紹介している。また、ボランティアスタッフにより、広島平和記念資料館の展示解説や平和記念公園及び周辺の慰霊碑等の解説が行われている。

昭和30年8月開館、平成6年6月東館開館、平成29年4月東館がリニューアルオープン、本館は閉館しており、平成31年春にリニューアルオープンの予定である。

3 主な質疑応答等

Q：総合交通戦略には、懇談会と協議会の記載がありますが、計画をもんだのはどちらの会議になるのでしょうか。

また、有識者の人選はどのようにしたのか、地域の声を聞くというのは、どのような事を聞いて計画に反映したのかを教えてください。

A：学識の委員長は広島大学の先生に任意に行政からお願いするとともに、交通事業者は各業界にお願いしています。国土交通省は補助金の関係や直轄国道もあるので 事前に話をし、中部地方整備局から人選してもらっております。内部職員については企画総務局の政策部門の職員です。当然警察は交通規制や広島県の県道の施策の関係もあります。

懇談会の有識者は、他の会合にでていらっしゃる方で、交通の視点をもっている人から選んでおります。

Q：地域についてはどうですか。

A：広島市の場合、案のできた段階で、インターネットで意見募集するとともに、議会に諮って決めています。懇談会に身体障害者団体、老人クラブなどがありますが、それらをカバーするためにインターネットで意見を募集しました。

Q：路面電車を考える会とは、どのような会ですか。

A：広島市には路面電車があることから NPO 団体があります。

Q：協議会は、どちらかということと事業者や行政など専門家の団体であり、計画を立案するための会になっております。大学の学識や事業者、行政関係者が入っています。懇談会はユーザー目線で意見を言う場として、仕分けをしています。ユーザーにもいろんな立場があり、環境、高齢化、公共交通など、切り口により代表的な団体を選択しています。

A：これから計画を改定することになりますが、国土交通省のマニュアルでは協議会だけでもいいことになっているので、今後どうするかは検討中です。

Q：パーソントリップ調査のターミナル調査の回収率と、この調査にかかった費用を教えてください。

A：当初の予定では回収率を 12%としていました。費用は 3,500 万円でした。通常、パーソントリップ調査はもっと大掛かりなものが実施されますが、地方においては費用がかかり難いことから、実施した調査は簡便な方法で、個別のアンケート調査によるものです。主な駅や船、バスの乗り場などで調査をし、ここからどこまで行きますかなどを聞いて、モデルをつくるための基礎資料としました。通常のパーソントリップ調査は、広域的に行うと 3 億円から 5 億円かかるため、市で行うには難しいと思います。

Q：パーソントリップ調査を何回か実施していますが、予測と調査結果との乖離はどうでしたか。

A：この調査は、何年度にどのくらいの交通量があるかなどを予測する性質というよりは、こういう交通網を作ったらどうか、なかったらどういう支障があるかなどを調べるための基礎資料とし、どういう動きをしているかを把握する調査としております。予想を上回る形で加速している。将来を予測するだけでなく、いらなくなる部分もでてくるのではないかと考えられるため、これからはそういったところが難しいと思います。墨田区においてはインフラが整っているのではないですか。

Q：区内循環バスがスタートし、オリンピックの前年頃に再度見直しの方向です。それに合わせ区内の総合交通戦略も見直すと、そこには当然、自転車も含まれています。オリンピック関係で、入ってくるかもわからない地下鉄延伸もあります。

私からも質問させていただきますが、パーソントリップ調査はアンケート調査ですか。

A：アンケート調査がベースです。

Q：定量的な乗降客調査もしているのでしょうか。

A：パーソントリップ調査を実施するときは、アンケート表を送り、1日の行動をどこからどこへ、どのような手段で行ったかを記入していただいています。それを単純に拡大するだけでは現状とあわないので、広島では交通量調査も実施しています。例えばデルタの外側の線でラインをひき、そこを通過する交通を全部調べて推計をしたうえで、最終的にそれがモデルとして推計したものとあうかどうかを検証して、将来的にどういったことが必要になっていくかというような調査です。単純に調査をするだけでなく、その次の施設の計画や施策立案を含めた、総合交通計画を作ることがペアになっていることが多いようです。

Q：アンケートは無作為にターミナルで配布し、事業所にも商工会議所を通じて実施しました。アンケートの中身は精査しなくてはいけないと思っています。

A：アンケートの回収についてのご質問についてですが、アンケートは、住民アンケート調査、ターミナル調査、交通手段選好意識調査があります。こういう路線ができたなら乗りますかというような、今ない手段のモデルをつくるための調査です。配布数と回収数の想定については、住民アンケート調査が6万3,600世帯に配布し回収率の想定は20%です。ターミナル調査は4万800票配布し、回収率の想定は10%で実施しました。

回収状況については、住民アンケート調査が、世帯ベースとしては34%、個人ベースで32%、ターミナル調査は15%ということで、いずれも当初予定していたよりも多かった。

事業費については、住民アンケート調査が約1,280万円、ターミナル調査が530万円、選好意識調査や集計、取りまとめなどを合わせて約3,000万円の予定でしたが、実際の契約は2,860万円でした。

Q：レンタサイクル「ピースクル」についてお伺いします。昨年度の利用実績と、また多くの観光客につかってもらうためには、ポートを増やしていかなければならないと思うのですが、現在の数と将来の予定数を教えてください。

A：とても好調な伸びとなっております。

平成27年2月からこの事業を実施しています。実質平成27年度からになるのですが、周知による効果が表れるまでは時間がかかりましたが、平成28年度実績は前年度と比較すると倍増しております。

現在の自転車の数は250台、ポートの数は14カ所からスタートし34カ所になっています。今までは観光客を対象にしていますが、市民への利用拡大を考えており、それに伴いポートの見直しを行っています。東京でもドコモの自転車だと思いますが、見直しに伴いドコモにデータを見せてもらいました。広島との違いは、ポートとポートの自転車の配分が悪くなると、トラックで自転車を運び再配置を行うのですが、東京では区をまたいだ相互乗り入れができますが、その再配置に多く経費がかかると聞いています。

Q：観光地では利用時間の設定をしていますが、広島でも時間制限を設けていますか。

A：設けておりますが、観光目的に主軸をおく1日パスというものもあります。1日乗り放題で千円になっており、その利用の多いことが本市の特徴だと思います。市としても、もっと利用してもらう機会を増やしたいと考えており、通常、パソ

コンやスマホで簡易登録をして利用しますが、本市では、スマホでの登録ができない方などに向けて、対面販売でテレカのようなものをお渡しし、それを機械にかざせばつかえる形もあるなど、いろいろなニーズにあわせた運用をしております。

Q：他の自治体ではスポンサーからの収入を得ているところもありますが、広島市ではどうでしょうか。

A：ありますが、本市の場合、景観条例との兼ね合いがあり、自転車のデザインが関係していることから、ネックになっている部分もあります。

Q：市営と民営では駐輪場の料金に差はあるのでしょうか。

A：市営は一律で、時間は関係なく1回あたり100円です。民間の路上駐輪場は料金体系も民間にお任せしています。最初の30分が無料、その日の夜の午前0時までが100円、翌日以降は200円となっており、市営とは差があります。

ただ民間事業者の自由な訳ではなく、プロポーザルで事業者を選定しておりますので、その時に料金体系を含めた内容を審査しております。

Q：大人向けの自転車運転免許証制度はありますか。

A：大人向けはありません。大人の教育は非常に難しく、学校や会社に属していればいいのですが、特に主婦層はどこにも属していませんので、どのようにPRしていくか困っているところです。

Q：放置自転車の撤去は委託などしているのでしょうか。

A：そのとおりでございます。撤去は財産に関わることなので、行政の関わりが必要です。民間の事業者では配慮に欠ける恐れがありますので、都市整備公社にお願いしております。撤去の仕方ですが、市には放置規制区域があり、放置規制区域は即時撤去しております。区域外については連続7日間放置してあった場合には撤去し保管所へ運んでおります。自転車の保管料は2,160円ですが、新しい自転車を7,000円程度で購入することができるので、返還率は5割程度になっています。

Q：自転車運転免許証については、ほとんどの子供がもっていますか。墨田区では道路が狭いこともあり、逆走する子が多いのですが、そのようなことはありますか。

A：逆走や無理な横断があるため、安全教室などでも対応してもらっています。このカードは3年生が対象なのですが、2年生になると来年は免許証がもらえると、楽しみにしている児童も多く、効果を強く期待したいと思っています。

Q：当区では、町会で何人かまとめて自転車の保険に入り、町会にはバックがあります。高齢者が自転車でけがをしたときなど、その保険を使っています。保険が有効な実態もあります。

A：確かに人が属している団体などを使うのは有効かもしれませんが。ありがとうございます。

Q：共通の課題があると感じました。自転車都市推進課は、以前は土木の管理課に属していましたが、そこから別組織になったとのことですが、今の体制をお伺いしたいのと、「びーすくる」などもやっているのですが、今後は拡大してくるのではないかと思います。いかがですか。

A：組織体制は、課長、係長、係員5人です。今年の4月に1人減となりました。それは付置義務の見直しの目途がたったことによるものです。今は駐輪場など守備の部門が全体の8割、残り2割の力で「びーすくる」などの打ってでる事業をしていかなければいけない。一方で、自転車が全面に出た課なのでもっといろんな

ことをやらなければいけない。マンパワーが厳しいところですが、自転車活用推進法が新しくできたため、これにより守備範囲が広がったため、打って出る自転車施策の対応ができないかと考えているところです。

Q：ピースツーリズムにおいて、平和に通じるイベント開催などは考えていらっしゃいますか。

A：イベントは考えておりません。個人で来ていただき見ていただくことを想定しております。

Q：県との連携はどうですか。

A：県はオブザーバーとして参加しています。

Q：修学旅行の誘致では専任の課を設置しているとのことですが、主な活動は全国の学校等を訪問しているのでしょうか。

A：市が主体となって訪問している学校は約 800 校あります。また、国立広島原爆死没者追悼平和祈念館と一緒にセミナーを今年は関東で 2 カ所実施し、平和に関する説明や PR をさせていただいております。

Q：日帰りの観光客が多いとのことですが、ホテルのキャパは揃っているのでしょうか。

A：日帰りが多いことが課題としながらも、海外からの観光も増えており、ホテルは足りてない状況です。施設を誘致しようと広島県に動いてもらっています。

Q：当区においては民泊で困っていますがそういう状況はありますか。

A：いくらか情報はありますが、把握はできていない状況です。

Q：修学旅行の場合、集中する月がありますよね。

A：宿泊先が取りにくいという話はあって、例えば JR では団体の専用列車があり、それを使うと交通費が安くなるのですが、その時には修学旅行が集中するので、交通費は安くなっても宿泊先が確保できないということです。

Q：外国人観光客の月ごとの人数は、通年とおして同じくらいなのでしょうか。

A：ピークはありますが、国内の他の地域と比べますとばらつきは少ないと思います。

Q：外国人観光客の欧米豪のバランスは前からなのでしょうか。

A：広島の平和被爆ということでは、アジアの方との受け止め方が違うこともあると思います。

Q：観光ボランティアの人材確保やスキルについてはどうしてですか。

A：広島市観光ボランティアガイド協会というところがありまして、年 1 回の更新のときなど協力しながら研修などを行っています。

調査概要 【呉市】

1 市の概要

広島県呉市は、広島県の南西部に位置し、瀬戸内海に面した気候穏和で自然に恵まれた港町である。天然の良港である呉湾は東洋一の軍港として栄えた。戦後は造船・鋼鉄業中心に発展。2016年4月1日に中核市へ移行した。第4次呉市長期総合計画のもと、市民と行政の共同によるまちづくりを基本に据え、基幹産業である「ものづくり産業」や豊富な地域資源といった市の特色を最大限に活かしたまちづくりや、広島都市圏を構成する主要都市としての機能強化・充実を推進。人口は広島県内では福山市に次ぎ3位。保健所政令市に指定されている。

平成29年3月末現在、人口229,868人、面積は352.80平方キロメートルである。

(参考資料/呉市ホームページ ほか)

2 調査事項

(1) 空き家等対策について

ア 空家等対策計画(空き家の利活用の推進)の概要

本市では地理的特性と歴史的要因により、斜面地に多くの住宅が建設されたが、人口減少等により多くの空き家が発生し、近年の空き家率は全国平均を上回っていた。適正管理が行われない空き家は、市民の生活環境に申告な影響を及ぼすことから、「空家等対策の推進に関する特別措置法」が施行される前に、議員提案により「呉市空き家等の適正管理に関する条例」が施行され、空き家の発生抑制や、空家等の利活用の促進などに取り組んでいる。

また特別措置法の施行を契機として、本市の基本的な取組姿勢や対策を示して、これまで以上に空家等対策を、一層、総合的かつ計画的に推進するため「呉市空家等対策計画」を作成した。平成25年の空き家率は、広島県内第4位である。

3 主な質疑応答等

Q：4点ございます。

1点目は、墨田区では土地と建物が借地のところが多かったり、また相続が放置されて、相続人が大量にいてどうにもならないような空き家が多いんですけども、そういった物件が呉市ではあるのかを伺います。

A：呉市もどちらかというと、先ほど申し上げたように、海軍で発展したまちなので、外から仕事に来られた方、やはり戦前から多うございます。建てられている建物は、そういった方が建てているんですけども、土地はもともとの地主から、借地をされている建物はかなりあると思います。

空き家バンクに限らせていただきますと、空き家バンクの登録の条件として、やはりすぐに売り買いというお話なので、登記とかでもめること自体は市として考えておりませんので、登録の際には自分の名義にするか、相続が発生して、兄弟がおられるような場合には、いわゆる財産分与が、きちんとなっているような形までいっていないと、乗せられないというような形をとらせていただいております。

Q：そこに至るまでのサポートみたいなことは、市のほうでやっていらっしゃるんですか。

A：その部分についてはやっていないですね。

Q：ご自身でやってもらっているということですか。

A：そうですね。先ほど申し上げたように、いわゆる無料相談会とかそういうところで司法書士会とか法務局とか、そういった方も一緒に相談に乗っていただいています。そういう時を利用して相談をしていただくというような形を年に何回かとらせていただいているということになると思います。

Q：2点目が移住希望者住宅支援事業は、住宅金融支援機構利子補助を受けられると思うんですけども、平成29年度は、12件が空き家バンクで成約しているんですけども、実際に使っていらっしゃる方って何件くらいでしょうか。

A：実際のところ、それを使うほうが制約が多分多いですし、金融機関のほうがそれよりも安いというような形がございますので、正直な話、支援機構と協定を結んで、うちも宣伝はしてもらいますけれども、多分、金融機関としては自分のところを先に使ってもらいたいというのがありますから、そのご相談は何件かあったみたいですが、実際に使われたというのは、現在のところではまだありません。

Q：宣伝効果は、やはりありますか。

A：特にそれがうちのほうに入ってきているということはないんですけども。どちらかというと、移住者の方に関しては、やはりホームページで情報をとられている方が一番多い。それから、墨田区は東京なんですけれども、我々でいうと、ふるさと回帰支援センターというのがございますよね。あそこに県自体のサポートセンターもございますので、そういったところからの情報です。

それから、広島県の中でも移住定住の協議会をつくっております、そういった関係で、広島県主導ではあるんですけども、年に2回ほど、定住フェアとかをしているものですから、そういったときにご紹介する。また、先ほどのこういった支援をしていますよというチラシを配る。

前に西武ドームで、県のほうが西武広島戦の観戦している方に宣伝をしたというようなことも、手をかえ品をかえじゃないですけども、地方は地方なりにどうやって地元を宣伝していくかというようなことをいろいろと市外の方にはさせていただいて、情報を流しているというような形をとらせていただいています。

Q：議員提出による条例とのことですが、条文を読むと、結構予算措置が必要なものがありますよね。これはどういう経緯で議員提出に至ったかお伺いします。

A：その時代に行ったものですから詳しくはわかりませんが、議員提案であり、スターターは確かに議員が考えたんでしょうけれども、つくるときは理事者側とずっと双方で詰めてというような形です。議員がこだわったのは前文のようで、どうしてこの条例をつくらなければいけないのかというようなところが、重く書いてあるというような形がございますので、そちらはやはりどうしても載せたいということだったみたいです。

Q：条例の条文をつくるに当たって、議員側がこれを入れてというようなものはありますか。

A：多分、議会報告についてです。確か条例の最後は毎年の議会報告で、あれはこだわられたというような話で、条例をつくったのはいいが、議会側が分からないところで全部やるというのはどうかということで、呉市の場合6月が最初の定例会ですが、その6月定例会の前の委員会で、必ず前年度のやったことを報告させていただいているような形をとらせていただいております。

Q：議会が望んだけれども、はねたような情報みたいなものって何かありますか。

A：それは聞いてはいないです。

A：法律ができる前に、全部問題意識を持っていたんですけれども、法律が後からついてきたというので、少し自慢をされているという、先につくったよというところがあって、それから遅れて法制化されたということです。

Q：もしかしたら聞き漏らしたかもしれないんですけれども、5ページのところの平成23年度から危険建物の除却促進を開始して、五、六年で501件がされているわけですね。1年間で100件近くということになるかと思うんですけれども、どんな作戦を練ってここに至ったのかというのが知りたいなというのと、それから、空き家化の予防というのが少しよく分からなかったんですけれども、その辺をお願いします。

A：例えばこの危険建物の除却促進は平成23年度からさせていただいて件数で501件です。平成23年度から件数だけ申し上げますと、64件、95件、91件、126件、79件、46件と昨年が少ないですが、もともと自治会とか近所の方から、多数の相談を受けていたみたいです。ただ、建物自体は所有者が管理するのが大前提というか、基本であることは変わりないですよということで、正直な話、ずっとそういう言い方をしておりましたが、個々の家同士ならともかく、道路に来るとか、そういった状況も多数で、それならば、全体的な安全・安心とかいう形のものもあるので、多数あった中で、そういった助成をやっていこうかということです。

ただ、本当に危ないもの以外をやると莫大なことになりますので、危険な空き家で、この助成に該当するのは、建築指導課もやはり同じようにチェックをするんですけれども、出された申請に対して、これは危険だからこの補助に当たるので、解体する際には補助を出しましょうというような形になります。

一方、最初の頃は、あったものがどんと出たといいますか、最近少し落ちついてきているというような状況があります。これがまた国庫補助の対象でもあるので、やはりある部分慎重にならざるを得ない。いわゆる補助をするのにも、きちんとした形で慎重にならざるを得ないというので、この平成27・28年頃は、想像でしかないんですけれども、少し慎重になったのかなと思います。

そういった形で、どちらかという市のほうがというよりも、市としても全部が見られませんので、危ないところはそれだけもともと多数あったというのが、実際なんだろうと思います。

Q：1件1件ピックアップしてその対象にしていたということですか。

A：問い合わせのほうが多く、所有者のほうから、もうどうにもならないみたいな形のものが多いです。空き家化の予防に対して何をするかといえば、先ほど申し上げたように、予防に関しては市のほうがお金を出すということではできませんので、予防的なものを自分で管理するのに、どういうことをしたらいいですよというのが主になってきます。そうすると、市では、先ほどの納税通知書などに同封するチラシで注意喚起を行ったりします。

それから、毎年ではないんですけれども、空き家対策の講演会を開いております。こういった形で空き家が使えますよとか、片づけはこういうふうにしたほうがいいですよとか、そういった講演会を開いて、皆さんに自分たちで空き家に注意してもらおうような形のものをとっています。

あと一つは、子どもや孫の時代になると、遠方におられるような方もかなりおられます。セキュリティなんかの関係で空き家の管理代行サービスをされているような事業者がありますので、本年度からそのような事業者から市のほうに登録しても

らえれば、ホームページに全部載せます。市のほうは載せるだけで、今登録は2社しかございませんが、それを見ていただいて、ご紹介をさせていただく。こういったサービスをしているところもございますので、問い合わせして管理をしてもらうのも一つの手ですよということです。そういった形のものをとらせていただくようにしています。

Q：今の話で、解体された後の土地はどういうふうに使われていたのか。それと解体されたのは、この解体ローン利子補給事業が使われたのか。そのされた方のお金の出し方などはどうでしょうか。

A：正直な話、解体をされる方は、お金がない場合はなかなか動いていないです。ローンを組んでまでもという方は、ものすごく少ないと思います。今の空き家の解体ローンを使われている方は、実は昨年スタートして、昨年2件しかなかったです。ただ、1件もないと思ったんですけれども、2件あり、本当に真面目な方だなと。

解体ローンのほうは、先ほど申し上げましたように、いわゆる危険空き家、特定空き家だから何とかしなさいという、いわゆる勧告とか助言とかをうけている空き家ではなく解体をしようというローンが使える形の建物なら、うちとしても助成しますよというものなので、ものすごく古くなくても使えるものではあるんです。新しいものは当然壊さないでしょうけれども。だから、特定空き家になっていなくてもそこは使えますよ。

そういった部分があるので、特定空き家かもしれないところと双方の建物を4棟くらい持っておられる方がこのローンを使われたんですけれども、1棟解体しなければいけないかなというのがあるんだけれどもというようなご相談で来られて、それは確かに特定空き家に当てはまれば危険建築物除却推進事業による補助が使えるんですけれども、それと併せて、実はもう三つ、これも古いから、この際一遍に壊そうというような形をとられた方が、ローンを借りられたのがございました。

Q：土地はどうなんですか。

A：跡地の利用というのは、呉市のほうでも、どうするというのは全然決まっていなくて、どのようにやっていくかということも全く決まっていないような形です。

先ほど申し上げたように、狭小道路に家が建っていて、建物を壊したとしても、昔建っている建物に関しては、現在の建築基準法が当てはまらない場合もございますので、新たに建てられるかといったら建てられない土地も多くございます。当然、道は狭いし、車が入れないような土地なら売れもしないというような形で、山側、斜面地の上のほうに関しては、かなりのところが空き地のまま残っているのが多くございます。

多分、だんだんと解体が増えた場合には、それをどうするかというのが出てくると思います。いろんな案もあり、何とか壊して道を広げてとか、持っている人に住み分けしてもらえばいいんじゃないとか、ただ、それもその回りの建物の建替えとか、そういった時期に合わないと、そういうのもうまい具合にできません。なかなか、ぼつぼつと空き地ができただけでは、使い道がなかなか難しいのかなと。空き地の利用に関しては、今後の課題になっています。

Q：市として寄贈を受けたりされているんですか。本人にとっては、寄贈しちゃえば固定資産税はかからなくなりますので。

A：市のほうも、なかなかそこまで寄付地を管理する予算も難しいです。一つ受けると、条件が同じだと全て受けなきゃいけなくなりますから。

呉市の土地を管理している管財課というところがあるんですが、基本的にそう

いったような申出があった場合、管財課から全課に向けて、この辺で利用する予定はないかというような、図面等を付けて話が回ってきます。ただ、そういった事業がないような部分については、申し訳ないけれども、多分寄附は受けられないというような形を今はとっているんだと思います。

Q：うちも十日町市に学校の跡地と実家があるんですけども、市に譲渡すると言ったら断られました。

Q：墨田区だったら欲しいですね。事情が違うかもしれない。

A：場所的に利用価値があれば売れる。中古の物件と一緒になんですけれども、引合いがない部分に関しては、市としても事業がないと、結局そこも残った土地でしかないの、なかなかご寄附は受けられないというような形です。

Q：移住促進の補助が最大100万円で、移住支援だとか子育て世代定住化の支援があるんですけども、標準物件価格というわけじゃないんですけども、中古の物件だとだいたいどれくらいになりますか。

A：昨年中古物件を、市内から市内、新婚さんや若年層が買われた物件の平均でいくと、1,700万円ぐらいです。

Q：戸建てですか。

A：中古物件の戸建てです。助成は実績でどれくらいかかったから助成してくださいという形なので、それを見る限りにおいての平均値は、昨年、新婚・子育て世帯の定住の支援でいいますと、27件ほど助成をしておりますけれども、そこでの平均の購入価格というのが1,700万円ぐらいです。

移住者のほうは、空き家バンクなんかを利用して買い求められている関係もあるんでしょうけれども、大体1,000万円から1,100万円ぐらいが平均です。

今の移住支援とか子育ての支援については、空き家バンクとは限っておりません。中古物件ならいいということなので、不動産の業者にも今のチラシをお配りして、不動産屋のほうからもどんどん紹介してくださいとお願いしています。中古ならこういった助成が使えるということで、それを見られちゃったら購入費を引くことにもなるので。そういったことで、近隣、やはり広島が近い関係で、広島の近くのところを探していたんだけど、それがあんなら呉市でもいいかというようなことも、何件か購入された方からお伺いしました。これもごくわずかではございますが、一つの人口増には、役に立ったかなという形ではあります。

Q：来てクレにぎわい店舗公募事業とあるんですけども、職住一体型にする場合というのは、こちらの制度とこの住宅課の補助事業の両方受けられるんですか。

A：うちのほうの分については、住居が2分の1以上の場合になっておりますので、それに当てはまりさえすれば、受けられます。

Q：例えば、1階が店舗で2階が住まいみたいな感じで、住まいの部分が2分の1以上あれば受けられますよと。店舗の部分でこちらの補助も活用できる。

A：そのとおりです。店舗はうちが入れていない部分なので、その店舗でこれを使うというのは多分大丈夫だと思います。