様式2号

会派等視察等報告（復命）書

三次市議会議長　様

報告者氏名　　黒 木 靖 治

下記のとおり、視察が終了したので報告します。

会派代表者		経理責任者	

視察議員	黒 木 靖 治
期　　間	平成 29 年 8 月 7 日（ 月 ）～ 平成 29 年 8 月 9 日（ 水 ）
視 察 先	・青森県八戸市　・青森県二戸市　・岩手県盛岡市
視察用務	・八戸ポータブルミュウジアム「はっち」のあらまし　（ 青森県八戸市 ）
	・にのへブランド海外発信事業について　（ 青森県二戸市 ）
	・盛岡市 公共施設アセットマネジメントについて　（ 岩手県盛岡市 ）
視察先対応者	・八戸市議会事務局　・二戸市議会事務局（議長：菅原氏）・盛岡市議会事務局
	・　・二戸市政策推進課　・盛岡市財政部資産経営課
概要及び所見	**・青森県八戸市 （ 人口233,070人、世帯数107,604、面積305,54 ）**
	青森県の南東部に位置し、夏は偏東風（ヤマセ）の影響で冷涼、冬は晴天が多く
	乾燥して、降雪量は少なく日照時間が長い。 なだらかな大地に囲まれている。
	臨海部は、大規模な工業港、漁港、商業港が整備されている。全国屈指の水産
	都市である。ウミネコの繁殖地として有名な 島、大須賀海岸、八戸三社大祭、
	八戸えんぶり など観光資源が豊富にある。
	【視察内容】 八戸ポータブルミュウジアム「はっち」のあらまし
	八戸市の中心市街地は、八戸城を中心に形成された城下町であり、歴史と文化
	の息づく街として、古くから活況を呈する町並みが発達してきた。
	しかし、中心市街地の空洞化や商業機能の低下が懸念される中で、中心市街地
	を八戸の「顔」にふさわしい、人々が集い、賑わいのあふれる空間に再生するため
	八戸市中心市街地地域観光交流施設として整備をされた。

	・岩手県盛岡市 （ 人口 295,554人、世帯数 130,752、面積 886, 47㎢ ）
	江戸時代は20万石の城下町として栄えた。 岩手県の県庁所在地として、政治・経済・教育・文化の中心として発展し、カナダのビクトリア市と姉妹都市、沖縄県うるま市と友好都市の提携を結んでいる。
	「ひと・まち・未来が輝き　世界につながるまち盛岡」の実現に向け、各施策に取り組んでいる。
	【視察内容】 盛岡市 公共施設アセットマネジメントについて
	盛岡市におけるアセット万Rジメントに係る取り組みの背景で
	市の公共施設の現状、維持管理費用の増大、少子高齢・人口減少社会の到来、厳しい財政状況の中で、盛岡市は平成26年4月に国の公共施設等総合管理計画の策定指針が出る前の平成21年度から実施計画を策定されて取り組みをされている
	計画策定にあたり市民等議会「考えよう！みんなの建物の未来」をテーマに、幅広い市民の意見を聴取するために市民意見交換会を実施し、向こう20年間の公共施設保有最適化・長寿命化中期計画を立て、市民説明会を開きパブリックコメントを実施して公共施設保有最適化・長寿命化実施計画を立て取り組みをしている。
	計画を実施していくにあたり、施設利用者の声や納税者はどう思っているのかを知る事が重要であると思います。
	今後、公共施設管理計画を実施していくうえで、行政が厳しい現状を正直に市民に公開する事が必要であり、行政・市民・議員が将来の公共施設の在り方を真剣に考えていく必要があると思います。
	３日間の研修をして、変化の激しい状況の中で、今が良ければよいという短期的な考えではなく、変化の激しい状況の中で、市民目線で中長期的な広い視野に立った考えをしていく事が大切で、若い世代に負の遺産を残してはいけないと思う。

概要及び所見	はっちの事業として、①会所場づくり(気軽に立ち寄れる空間づくり)、②貸館事業(シアター・和室・ギャラリー等の貸館)、③自主事業(賑わい創出事業・文化芸術の振興・ものづくりの振興・観光振興)を行っていて、八戸市民が八戸を再認識でき八戸市民ではない人が八戸を知ることができるようつくられている。 来館者数もH27年400万人、H28年500万人、H29年600万人と100万人づつ増えている。
	・青森県二戸市 (人口 27,704人、世帯数 11,831、面積 420, 31㎢)
	岩手県内陸部の最北端に位置している。市内にはJR東北新幹線の二戸駅、IGRいわて3駅、南北に国道4号線、二戸五日市線が東西に延び東北縦貫自動車道八戸線が通り、交通の利便性がたかまり岩手県北における拠点都市としての機能が充実してきている。　降水量が少なく日中の寒暖差が大きく、甘くておいしい果実が四季を通じて実り、7月のさくらんぼ、8月のブルーベリー、10月～12月にかけてリンゴが首都圏の市場から高い評価を得ている。 生漆の産地と知られ、生産量は国産漆の70%をを占めていて、品質、生産量とも日本一である。
	【視察内容】 にのへブランド海外発信事業について
	①販路拡大と市のブランドイメージ向上
	二戸市の浄法寺漆と南部美人(日本酒)など地域特産品を海外でPRすることり、他の地域・自治体との差別化を図り、二戸のブランドイメージの向上を図る。
	①販路拡大による地場産業の振興
	海外で情報発信と販路開拓を展開し、海外での評価・実績を日本国内にフィードバックして国内での市場開拓・販路拡大に繋げることで、地場産業の振興を図る。
	事業に取り組む背景として、二戸の魅力のPR不足、良いものはあるが知名度が低い、後継者が不足している。という現状の中での事業を展開されて来た中で、特産品の高い評価が得られ、市のイメージアップが図られた。人的なネットワークが築かれた。などの成果があるが、一方で一部の関係者に限定された、販売の増加につながっていない、事業成果が市民に十分に伝わっていないなどの課題もある。
	ブランド品を浸透していくには、継続してのPRや販売促進活動が大切であると思いました。
	また、リーダーシップを取る人材が重要な鍵を握っているとともに人材育成が大事であると思います。