令和７年度　産業建設常任委員会行政視察報告

◆　参加委員　委 員 長　　佐藤運喜
　　副委員長　　佐久間好夫
　　委　　員　　本多俊昭
　　委　　員　　小野利美
　　委　　員　　堀籠新一
　　委　　員　　斎藤広二
　　委　　員　　佐藤源市

視察の様子（福山市）

◆　視 察 先　広島県福山市

◆　視察内容　産業部門における兼業、副業による外部人材の活用
　　ＦＵＫＵＹＡＭＡ　ＢＲＡＮＤ

◆　視 察 日　令和７年１１月５日（水曜日）

まず、「産業部門における兼業、副業による外部人材の活用について」でありますが、福山市では、平成３０年から、経営力強化や多様な人材の活躍による地域の活性化を図るため、市内企業への高度専門人材の活用を推進する取り組みを開始しました。

具体的な内容としては、プロポーザル方式で選定した委託業者による企業へのセミナー及びヒアリング等の実施、それに基づく人材マッチングプラットフォームでの人材募集、企業と人材のマッチング支援、採用後のフォローアップを行うとともに、市が人材活用によるメリットを発信し、活用促進に努めているとのことでありました。

企業の経営課題を把握しやすい金融機関との連携を重視した業者を選定することにより、人材活用を希望する企業の割合が増加したとの説明がありました。

当市の産業においても、外部からの専門人材活用による経営基盤の強化は課題のひとつであり、企業に必要な人材の見極めとマッチングの取り組みは参考とすべき点であると感じたところであります。

次に、「ＦＵＫＵＹＡＭＡ　ＢＲＡＮＤについて」でありますが、地域資源から生まれた産品・技術・活動などから、特に優れたものを認定・登録し、魅力的な都市イメージの確立や、地域産業の活性化につなげるための制度を平成２６年度から開始しました。

具体的な内容としては、概ね３年以内に開発・改良され、実用化または取引実績がある産品やサービスを対象としており、敷居の高い認定品となるように厳しい審査基準を設けているため、認定率は１５％程度で、全国的に見ても低い数値であるとの説明がありました。認定後の３年間においては、市が積極的にＰＲを行うとともに、「ブランド戦略推進協議会」による個別相談会等の伴走支援が行われ、事業者が自走できるような環境の創出に力を入れているとのことでありました。

これらの取り組みにより、認定品の販路が拡大し、ふるさと納税の返礼品の上位を占めるなどの成果が出ている一方で、申請数の減少、申請者の固定化、支援に関する要望の変化に対応しきれない等の課題もあることから、現在は一旦募集を停止しており、今後、時代に合わせたより発展的な取り組みを模索していくとのことでありました。

当市においても、ブランド品としての付加価値を高める手法や、より要望に沿った形での事業者支援等については参考とすべき点であると感じたところであります。

◆　視 察 先　広島県廿日市市

◆　視察内容　経済活性化のための観光業を中心とした取り組み

◆　視 察 日　令和７年１１月６日（木曜日）

廿日市市では、世界遺産の厳島神社をはじめとする悠久の歴史文化など、様々な観光資源を有しており、コロナ禍以降は観光客が増加傾向にある一方で、日帰り客が多く、宮島から市内へ周遊する割合が低いため、一人当たりの観光消費額が伸びない点やオーバーツーリズムの未然防止、インバウンド対応、観光施策推進の体制整備等の課題を抱えており、課題への的確な対応と観光地としての質や魅力の向上を図るための持続可能な観光地域づくりを推進しています。

具体的な取り組みとしては、混雑状況を可視化する観光情報デジタル化の推進、観光客増加等に伴う観光マナー違反対応強化のための啓発イベントの開催のほか、データ収集やマーケティングを重視し、組織としてデータを活用しながら、戦略的に稼げる地域、持続可能な観光地域づくりを推進する体制の強化のため、はつかいち版ＤＭＯの設立計画を進めているとの説明がありました。

また、令和５年１０月１日より、１人１回１００円の宮島訪問税を徴収し、宮島のブランド力や訪問者へのおもてなし、満足度の向上に活用しているとのことでありました。税の徴収により、改善があったことを示していかなければ理解が得にくい等の課題はあるものの、徴収開始以降、大きな問題は発生しておらず、逆に１００円では安いのではないかとの声も上がっているとの説明がありました。

当市においても、戦略的かつ継続的なプロモーション活動、データに基づく観光地経営や持続可能な組織体制づくりについて参考とすべき点があると感じたところであります。

◆　視 察 先　広島県竹原市

◆　視察内容　地域資源を活かした経済活性化策
　　竹原観光まちづくり機構について

◆　視 察 日　令和７年１１月７日（金曜日）

まず、「地域資源を活かした経済活性化策について」でありますが、竹原市では、市内の観光関連事業者が同じ方向に向かって進めるよう、課題やニーズ等を調査・分析し、戦略的な観光振興の指針となる「観光振興計画」を令和５年３月に策定し、持続可能な観光及び地域づくりを推進しています。

具体的な取り組みとしては、伝統的な建物が建ち並ぶ「たけはら町並み保存地区」を活用した体験コンテンツの開発や、季節に合わせたイベントの開催を行うとともに、戦時中に極秘で毒ガスの製造が行われ、地図から消された島とされている大久野島（おおくのしま）が動画配信サイトで話題となったことから、それ以降「うさぎ島」としてＰＲを行い、多くの観光客が訪れているとの説明がありました。

当市においても、地域資源を効果的に観光に繋げていく取り組みについて参考とすべき点があると感じたところであります。

次に、「竹原観光まちづくり機構について」でありますが、竹原市では、観光消費額の増加に向けた取り組みや観光関係団体間での情報共有などを行う体制の整備といった誘客に関する課題と、空き物件の活用や「官・民・金」連携体制整備といったまちづくりに関する課題を解決するため、令和４年１２月に一般社団法人竹原観光まちづくり機構を設立した後、地域ＤＭＯ登録の申請を行い、令和７年３月に登録されました。

主な取り組みとしては、観光まちづくり事業として、町並み保存地区の活用や、有料ガイドを育成し、詳細で魅力的なガイドツアーの企画等を行っておりますが、お金がかかるものは敬遠されるという考えから脱却し、時代に沿った取り組みを検討しているとのことでありました。

また、ＤＭＯは、ふるさと納税に関する全ての事務を市から受託し、寄附額の６％を手数料として受け取ることで、自主財源の大きな柱の１つとなっているとのことでありました。ＤＭＯの事業は、プロパーを雇用できるかどうかで、成果が大きく変わると言われており、竹原市は、ふるさと納税のプロパーを雇

用して以降、自主財源も増え、プロパーの人件費を賄えるという好循環が生まれているとの説明がありました。

　当市においても、自主財源を有効的に生みだす方法、時代に沿った商品開発、専門的な人材の確保は参考にすべきと感じたところであります。