



平成29年11月22日

(会派名) 市民グループ未来の会  
(会派代表者) 大前 寛乗 殿

(会派名) 市民グループ未来の会  
(氏名) 前川 昌也  
若谷 修治  
東原 章

調査研究, 要請・陳情実施報告書

下記のとおり実施したので報告します。

1. 期 間 平成29年11月7日(火曜日)から  
平成29年11月9日(木曜日)まで
2. 視 察 先 群馬県日光市  
(要請・陳情) 栃木県宇都宮市  
東京都国土交通省(議員会館)
3. 参加議員名 大前寛乗 植條敬介 前川昌也 大藤匡文 村井孝彦  
若谷修治 鳥飼年幸 東原 章
4. 調査研究, 要請・陳情の概要

別紙のとおり

※ 要請・陳情先は相手先の所属・職名・氏名を記入して下さい。

平成 29 年 11 月 7 日

## 日光ブランド戦略プランについて

日光市総合政策部秘書広報課シティプロモーション推進室  
佐藤室長・篠原氏

お忙しい中、田村耕作議長から歓迎のあいさつをいただき、担当者から説明をうけた。

まず、日光には世界遺産の社寺をはじめとした、歴史や文化資源が多数あり、宿場町の数も 14 箇所ある。世界一長い並木道を利用したイベント（杉並木マラソンや日光ツーデーウォークなど）や祭り、天然水の蔵元が全国で 5 軒のうち 3 軒もあり、その水による美味しいそばなどのグルメも数多くある。以上の地域資源の強化と合わせて、豊富な資源を様々な地域や産業と結びつけ、「新たな魅力＝日光ブランド」を作り出すことが求められた。なによりも、年間 1000 万人の観光客を迎える交流パワーと日光ブランドを結びつけ、日光への愛着の醸成、市民の活力の醸成、産業振興、地域活性化など、様々な波及効果の創造を目指したプランである。

定義は「日光に暮らしてみたい」「日光が好き」「日光っていいな」など、日光の価値や魅力を高めるものを日光ブランドと定義し、都市ブランドと地域ブランドに整理をした。「都市ブランド」とは、内外の人々の印象によって作られる都市イメージで無形の存在である。一方「地域ブランド」はさまざまな歴史・文化資源、多様な自然と泉質の豊富な温泉、地域の生活に根ざした食・風習・祭りや産業資源などである。

まず、平成 24 年に第一次の日光ブランド戦略で「FAN」というコンセプトを打ち出した。これは「For All of Nikko」の頭文字を組み合わせたもので、日光のすべてのために、日光のあらゆる資源が一枚となり、内外のファンを醸成していくことを基本方針とし、日光ブランドへの愛着を育んでもらうことを表現した。そして、3つの柱として自ら成長しよう「自立成長」、みんなで参加しよう「市民参画」、価値や人気を高めよう「市場最適」、これらを基本戦略とした。

平成 28 年に策定した第二次の日光ブランド戦略では、第一次の反省を課題に交流人口を切り口とした人口減少対策、個の地域資源の磨き上げ、連携の強化（分野間連携、地域間連携、資源間連携）とインバウンドの推進を大きなテー

マとし展開している。同じく第二次に入った、第二次日光市総合計画と連携し、日光市の掲げる10年後の都市像「feel so good!!～暮らして満足、訪ねて納得、自然と笑顔になれるまち～」の実現を目指して一つ一つの課題に取り組む。

認定制度については、市内にある「こと」「もの」に関する地域資源すべてが認定の対象になる。(具体的には、自然、環境、歴史、文化、食、健康、産業、技術、生活又は風習に関する分野)そして、一般のかたにも審査投票に参加(共感力も審査項目のひとつ)してもらい、個々の地域資源の背景やストーリーにも着目する。認定方法は5つ。1つ目はノミネート審査(地域資源に識見を有するかたで構成される、日光ブランド認定審査委員会により、ノミネートの審査を行う。2つ目はノミネート決定(日光市による決定)。3つ目はアンケート調査(日光ファンクラブへのアンケート調査)を行い。4つ目は認定調査(日光ブランド認定審査委員会により、投票活動や専門的見地からの審査)をおこない最後に日光市が認定を決定する。審査項目も5つ。地域性(日光市と関わりを持っており、地域に根ざしているもの)歴史性・継続性(古くから存するものか、伝承されているもの)認知性(広く知られている)共感力・背景(市場の共感を得られているか、ストーリー性はるか)その他として(希少性・先進性、信頼性・品質性、将来性、総合判定)としている。

#### 【所 管】

質疑の中でも出たが、日光という大きなブランドがあるのに、わざわざブランドを作る必要があったのか。そこには、歴史・文化遺産や風習等の磨き上げをすることで、リピーターの発掘や第二次日光総合計画の動きの中で人口減少対策にもなるとの判断があった。年間1000万人という観光客が訪れている中、満足することなく将来を見据えて早めに動く姿勢は、坂出市も見習わなければならない。そして、なんと言っても分かりやすいコンセプトを打ち出す事。日光のファンになってもらいたい。FANは大変分かりやすく、的を得ている。だれもが分かること、そして若者が支持することが、これからの時代、将来において大事ではないかと考えさせられた研修であった。

## 宇都宮市

### 【ネットワーク型コンパクトシティについて】

#### ① ネットワーク型コンパクトシティを目指す背景

宇都宮市の人口は、これまで過去50年一貫して増加を続けている。市街化の状況も加速的に拡大しておりこの40年で2.6倍に拡大し、人口を上回るペースで増加している。

過去20年で鉄道やバスなどの公共交通利用者が、約3/4に減少し、サービスレベルの低下が懸念され、本格的な超高齢社会の到来により高齢者の交通事故の増加や自ら運転できなくなった高齢者の外出の困難化が懸念されている。

平成29年頃にピークを迎え人口減少に転じ、人口減少・超高齢化社会では生活利便性など低下につながる心配である。

#### ② ネットワーク型コンパクトシティの形成

平成20年3月「第5次宇都宮市総合計画」において「ネットワーク型コンパクトシティ」を将来の都市空間の姿として初めて位置付け、平成22年4月「第2次宇都宮市都市計画マスタープラン」において、将来の都市構造に関する拠点配置や市街地の密度などの基本的な考え方を提示し、平成27年2月将来の都市構造イメージと実現のための推進方策を示した「ネットワーク型コンパクトシティ形成ビジョン」を策定。現在、ビジョンの考え方を踏まえ「立地適正化計画」と「市街化調整区域の整備及び保全の方針」を策定中である。

#### ③ ネットワーク型コンパクトシティ具現化に向けた取組

将来のまちを実現させるための取組(土地利用方針)として、①身近な地域の拠点に、日常生活に必要な店舗等を誘導し生活利便性の向上を図る。②地域内交通により地域全体で利便性を共有できる環境を整備する。③利便性の高い地域拠点等に緩やかに居住の誘導を図り、利便性の維持・向上に取組み、メリハリある都市計画制度の運用を実現する。

#### ④ 所感

市民の日常生活の要素である「住まう」「働く・学ぶ」「憩う」充足させるために必要な各種の都市機能を集約するとともに、それらの要素を「交通」により補完・連携する。そして、これまでの地域の成り立ちや基盤整備の状況を十分に踏まえ、それぞれの地域の維持・発展も目指し独自の多核連携型による都市空間都市空間を形成する素晴らしい取組みであると感じた。本市もコンパクトシティ・プラス・ネットワークの実現に向けたまちづくりの指針となる「坂出市立地適正化計画」を策定中であり大変参考となった。

## 市民グループ未来の会 行政視察

日 時 平成 29 年 11 月 9 日(木)9:30～

場 所 参議院議員会館

### 【国土交通省の空き家対策について】

#### I 出席者

国土交通省 住宅局住宅総合整備課 住環境整備室長 澁谷 浩一

国土交通省 住宅局政策課 課長補佐 竹中 理登

#### II 説明

行政視察資料に基づき説明

1. 空き家の現状と問題
2. 空き家対策(概要・空き家法施行状況)
3. 空き家対策(予算・税制)
4. 地方公共団体の取組事例と横展開

(別紙視察資料参照)

#### III 質疑

#### 【所見】

1. 空き家は年々増加でありこの 20 年で 1.8 倍。また、耐震性のない住宅は全国で約 900 万戸。香川県における空き家は 17.2%。その対策として、空き家等対策の推進に関する特別措置法が平成 26 年 11 月に公布され、平成 27 年 5 月に前面施行となった。そのガイドライン等の概要の説明を受け国においても、この問題については重要課題として取り組んでいることがよく理解できた。
2. また、空き家対策総合支援事業や空き家所有者情報の活用、宅地建物取引業法の一部を改正する法律、空き家の発声を抑制するための特例措置などの制度、また、先進地の事例などの説明を受けた。そういった中で、本市においても活用できる治儀容や方法について取り入れることができないか、今後、協働課とも協議しながら前向きに取り組めるよう働きかけていきたい。