

建設経済常任委員会 行政視察報告書

焼津市議会議長 鈴木浩己 様

建設経済常任委員会

委員長 池谷和正・副委員長 川島 要

委員 藁科寧之・秋山博子・須崎 章

増井好典・杉崎辰行

(報告者・秋山)

令和元年5月22日から23日まで、新潟県三条市に視察調査を行いましたので、その概要について次の通り報告します。

視察日 令和元年5月22日(水)から23日(木)

参加者 委員長 池谷和正・副委員長 川島 要

委員 藁科寧之・秋山博子・須崎 章・杉崎 辰行

増井好典(欠席)

視察先と視察内容

1. 新潟県三条市「三条マルシェ」
2. 新潟県三条市「オープンファクトリー(包丁工房ダダフサ)」
3. 新潟県三条市「デマンド交通ひめさゆり」

1 新潟県三条市（令和元年 5 月 22～23 日）

（1）三条市の概要（人口 97,813 人、面積 432.01km）

平成 17 年 5 月 1 日に、三条市・栄町・下田村の 3 市町村が合併し、新「三条市」が誕生しました。新潟県のほぼ中央に位置し、上越新幹線や北陸自動車道、国道 8 号、289 号、290 号、403 号などの交通網が整備されています。全国でも新幹線と高速 IC が近接する自治体は珍しいそうです。テレビ等でもよく取り上げられますが、歴史ある金属産業都市であり、昨年は英国のジャパンハウスロンドンで展示会を開催するなど海外へのアピールも積極的です。また、アウトドア用品の人気メーカーがあることでも知られています。旧三条市には 5 つの商店街があり、古くから商業地区として発展してきたということです。今回の視察テーマの一つである三条マルシェはこのエリアで開催されています。

（2）視察項目：三条マルシェについて

ア 取組の経緯

三条市では、総合計画に「スマートウェルネス三条」を掲げ、誰もが生涯にわたり健康で幸せに暮らすまちづくりを目指している。一方、人口減少や少子高齢化が進み、中心市街地では人が集まりにくい傾向が顕著になっていた。中心市街地の活性化につながる三条市らしい取り組みを模索する中で、市民が外出する理由には、生活に必要な外出と楽しみのための外出がある、まずは「楽しみのための外出を刺激し、歩行距離を増やして、恒常的な賑わいにつなげよう。その賑わいが、生活基盤の充実と、日常的な外出機会を増やすことにつながるのではないか」と仮説を立てた。そこで、「中心市街地で歩行者天国を開催し、自然に歩くことを促そう。自然と歩くことで健康になるスマートウェルネスの推進になる」と、平成 22 年 9 月 26 日、5 つの商店街を結ぶ約 2km を歩行者天国にした賑わい市「第 1 回三条マルシェ」を開催。以後、年 6～7 回、中心市街地だけでなく周辺の郊外でも展開している。

イ 取組の体制

一般市民 35 名で構成している実行委員会が企画立案・実施運営を担う。

- ・ 実行委員会の目的は「中心市街地の潜在的な魅力を発掘し、市民生活の中に、楽しみという付加価値を加え、それらを市内外の人に体感してもらうために、歩行者天国で仮設市場等を実施し、その空間に様々なイベントを組み合わせることで、人が集まり楽しむ空間、賑わいの場を作り出す三条マルシェ」を実現すること。
- ・ 委員会は、出店・会場班、交通・地域対策班、イベント班、マルシェ部、広報班に分かれ、それぞれにリーダーとサブリーダーを置いている。
- ・ 月一回の会議に職員は同席し情報を共有しながら議論している。

ウ 取組の特徴

市民主体の自由な発想と雰囲気を生み出す「空間づくり」にこだわる。

- ・ 市民有志の実行委員会が中心になって開催し、食べ物や手作り雑貨など、市民が楽しめるものなら何でも！という「にぎわい市」。運営側の規制を極力少なくし、参画のハードルを低くしている。
- ・ 従来縁日のイメージではなく、おしゃれ感を演出するため、テントや椅子を地元アウトドアメーカーの製品で統一。黒板を使ったメニューボードや手書きのパネルなど、市民主体の手作り感を大事にしている。

エ 来場者数と出店数の推移

平成 30 年度には累計来場者数 130 万人を突破。無料シャトルバスも運行している。

- ・ 来場者数は初回の平成 22 年度は 17,000 人、翌年 23 年度には 152,000 人を記録した。アンケートでは徒歩や無料シャトルバスでの来場者が過半数であった。
- ・ 出店数は平成 23 年度延べ 73 店、平成 25 年度には延べ 582 店を記録している。
- ・ 平成 25 年度の来場者数をピークに少しずつ減ってきているため、平成 30 年度は、インパクトを重視したテーマ設定など、常連・初来場者を問わず楽しめる内容にこだわった。（平成 30 年度に予定していた大規模マルシェは台風で中止になり無念！）

オ 連動した取組

三条マルシェと並行し「創業スパイラル」事業で中心市街地活性化を強化。

- ・ 創業の夢を応援する、段階に応じた支援として、知識習得期の「創業塾 pontekia」、チャレンジ期の「三条マルシェ・定期市コラボマルシェ」、夢実現の「実店舗出店テナポアテナポ」（改修費補助）を実施。三条マルシェ開催の翌年から街中への新規出店が増加した。

カ 取組の新展開

三条マルシェのプレイヤーたちによる自発的・多発的な動き

中心市街地拠点施設「TREE」誕生。

- ・ 25歳の若者3人が、商店街の歴史的建造物をイマドキの内装に改修しスタートした。飲食・アウトドア用品の販売・オリジナルグッズの開発販売・イベント・ツアー・古民家を使ったオリジナルウェディング・英会話ワークショップなど、地域活動の拠点スペースになっている。若者たちの活躍が商店街の店主や地域の高齢者の刺激になり、まちが活性化！

日常的な外出機会を増やすまちなか交流広場「ステージえんがわ」整備。

- ・ 平成29年、市民活動の見える化・市民参加の促し役・仕掛け役「NPO えんがわ」設立。高齢者の外出機会を増やし、その時間をなるべく長くできるように、「ステージえんがわ」では、毎日何かしらのイベントを用意している。ワンコイン（500円）の「あさいちごはん」を提供したり、オモテから何をしているのかわかる開放的な空間で、賑わいが見えることも、立ち寄りやすさに繋がっている。

キ 三条マルシェの運営費用

予算は「出店料収入など約250万円」+「三条市負担金年額1,000万円」

<今後の展開について>

マンネリ化が課題。特別感・ワクワク感を提供する場であり続ける新鮮味を感じてもらえるよう、これからも実行委員会と市で、協議・検討していきたい。

<質疑応答>

Q1. 来場者を増やすための工夫は？

今年度はカードを販売。店舗を回ってカードを集めてもらうというゲーム性を持たせる作戦をこれまでもやっており、毎回いろんな工夫を考えている。

Q2. 地元学生等によるステージイベントを開催することはあるか？

小中高校生が参加すると親たち祖父母たちが子どもを見に来てくれることもあり、小さなステージイベントを毎回所々で開催している。

Q3. 開催を知らせるチラシなど、広報はどのようにしているか？

市の広報紙に合わせてチラシを市内全戸配布、近隣市の観光施設にはチラシやポスターを郵送している。観光目的ではなく、三条市民にまちなかを歩いてもらう「スマートウェルネス三条」が目的なので市外に積極的にアピールはしていない。

Q4. 出店するものの傾向をある程度限定しているのか？

三条市の特産品にこだわってはいない。例えば、タピオカを使ったメニューなど田舎には珍しいものを出す店もあれば、地元でおなじみのラーメン店が通常は店にならない焼きラーメンを提供したり、笹団子の笹産地である下田地区からの出店や、工業高校生がアクリル板ネームプレートで加工技術を PR するなど多彩である

Q5. 市の負担額等についてなど、どのような議論があったか？

議会からは市が費用を出して市外の出店者が儲けるのは如何か、市内市外の出店割合を決めた方がいいのではないかと質問があったが、市民が楽しむために開催している事業なので、市民が喜ぶおいしいもの・面白いものであれば、出店の市内市外はさほど気にせず進めている。

Q6. イベント立ち上げや組織作りに専門家のアドバイザーや講師はいるのか？

経産省から補助金についてやり取りはあったが、事業そのものにはコンサルやイベント業者のアドバイザーはおらず、全て市民と協働で作りに上げてきた。

Q7. 緑のテントや揃いの T シャツなど費用はどこが負担しているのか？

第 1 回目は三条市が入札して業者を選定し市が費用負担した。2 回目以降の買い足し費用やスタッフ T シャツ等も含め、費用は事業費の中から実行委員会がやりくりしている。

Q8. 当初から大規模開催を展望していたのか？規模が拡大していく中で出店希望者がオーバーした場合の選定方法は？

毎回同じような規模でやっては飽きられてしまう。まとめてつなげてみようと大規模開催することになった。これまで出店申し込みがオーバーしたことはないが、運営に非協力的だったり、ルールを守らないお店は断ることもたまにある。

Q9. 本事業には若者の定着や郷土愛を育む効果があるのではないかな？

確かに若者に刺激を与える影響力がある。三条マルシェの運営に参加したことがきっかけで市職員になったり、地元企業が立ち上げた「まちづくり事業部」の担当部長になったりしている。マルシェに関わり、地元に残り、まちづくりに関わり、という若者たちが少なくない。「田舎だけど、やると注目されるし、やりたいことを叶えられるまち」とアピールしてくれている。今年県内初の 3×3 バスケットプロチーム「ビーターズ」が生まれた。地域起こし協力隊員がやっており、ぜひ焼津市とも交流したい。<https://sanjobeaters.com/>

<まとめ>

新たな時代に向けたまちづくりは、主役は市民であり、市民が生涯住みたいと思えるまちができれば、自然と人が集まり活気が戻ってくるという原点を学ぶことができた。人が集まるだけでなく、まちのデザインをするという視点、それらを手作りで育てる姿勢、創業支援事業など、見習いたい。焼津市でも有志がマルシェスタイルで開催しているイベントが複数あるが、行政の関わりが薄いと感じる。発展させるための的を射た関わりや、若者政策の一環として、問えば、改題解決の政策コンテストを実施し、事業に事業費をつけるなど思い切った施策を求めたい。

(3) 視察項目：「オープンファクトリー（包丁工房タダフサ）」について

ア 取組の内容

三条市が世界に誇る「金属加工産業」の工場（こうば）を、お隣の燕市と連携した燕三条オープンファクトリーとして見学できる事業を推進。今いける工場ガイドを発行し、16の工場それぞれで活躍する職人たちの技術と心を体験できる！とアピールしている。（視察ではその一つ、包丁工房タダフサを見学）。

また、2015年からは「燕三条 工場（こうば）の祭典」を開催。金属加工、鍛冶、木工、印刷など、普段は一般公開されていない工場の扉が開かれ、見学や体験ができる。<http://kouba-fes.jp>

<まとめ>

民間企業と行政との情報交換が普段から行われていると実感できた。お互いに期待していることを対等に意思疎通していると思われ、企業と行政の関わり方の参考としたい。大手の下請けではなく、オンリーワンの特注物や顧客の声を反映させた商品製造により、自社ブランドを高めている。このように地場産業には特に、他にない特質が必要であり、いかにそれを広められるかが重要だ。その部分を行政がサポートできる工夫が求められている。焼津のものづくりの現場といえ、創意工夫の水産加工であり、ものづくりの物語の宝庫である。食品衛生上の制約はあるものの、期間限定のオープンファクトリーであれば、実現可能ではないかと思われる。周辺市を巻き込んだ三条市の積極的な展開に学びたい。

(4) 視察項目：デマンド交通ひめさゆりについて

ア 取組の経緯

三条市では平成 17 年の 3 市町合併により、交通空白地域が拡大するなど地域格差が顕著になった。また、全国的な傾向と同様、公共交通の利用者数が減少し、不採算路線のサービス低下、それが利用者の減少を生む、という負のスパイラルに陥っていた。さらに、マイカー依存が拡大して高齢者による交通事故への不安や、核家族化・共働き傾向が高まる中で送迎できる人がいないこと、三条市コミュニティバスの利用者が減り、料金収入が低下して行政負担額が増加したこと、子育て支援や福祉事業における公共交通の必要性が一層高まるなど、危機感が募っていた。平成 18 年就任した新市長のもと、抜本的に公共交通を見直す動きが加速した。デマンド交通に利用する車両や運行時間・利用しやすさなど、社会実験を重ね、平成 23 年、タクシー車両を活用した「デマンド交通ひめさゆり」の運行を本格スタートさせた。地域交通ネットワークを維持するための市の負担額年額は、民間路線バス約 2,500 万円、市委託の循環バス約 1,500 万円、ひめさゆり約 4,500 万円である。

平成 19 年「地域公共交通総合連携計画」の認可・策定

平成 20 年「下田（しただ）地区デマンド交通の社会実験（1）」

東大のデマンドシステムを導入し、平日 7:00～19:00、ジャンボタクシー 5 台による目的地設定ドアツードア型フルデマンド形式。

<課題>「予約自体が面倒」「通院目的の利用者は診察状況が分からないので前日の予約が困難」

平成 21 年「下田地区デマンド交通の社会実験（2）」

ジャンボタクシー 3 台を利用し、月・火・木・金、利用 2 時間前までに予約の、定時型・定路線型デマンド形式（市街地方面への移動）。

<課題>「バス車両への乗り換えが面倒」「乗り換えなしで市街地にいける交通手段が必要！」

平成 20 年「市街地デマンド交通の社会実験（1）」

東大のデマンドシステムを導入し、平日 7:00～19:00 運行の、小型バス 2 台を利用したバス停留所設置型フルデマンド形式。

<課題> 「車両が大きいため敬遠されて利用者が伸びない」「小型バスでは小路の多い市街で小回りがきかない」

平成 21 年「市街地デマンド交通の社会実験（2）」

（1）のバス停留所設置型フルデマンド形式は継続し、停留所 14 箇所設置、タクシー事業者のノウハウと小型車両を活用。

- 通常のタクシー予約システムを活用することで予約にかかる経費と市民負担を軽減できる！
- 下田地区デマンド交通の課題の解消ともマッチ！タクシー事業への影響が懸念されたが、三条市タクシー協会の協力を得て、まずはチャレンジへ！

平成 22 年「三条市デマンド交通の社会実験（3）」

タクシー車両を活用したデマンド交通の全市展開を社会実験。停留所から停留所間のフルデマンド形式。事前登録不要、平日 8:00～18:00（下田地区は 7:00～）、タクシー会社に 1 時間前までに電話予約の仕組み。

平成 23 年「三条市デマンド交通ひめさゆり、本格運行」

イ 新たな課題の解決

本格運行がスタートして以来、行政負担額の増加や路線バス運賃との逆転現象、一人乗車割合が高く運行コストが割高、などの課題が浮き彫りになった。

平成 26 年「デマンド交通利用料金の見直し」

- ・ 一人乗料金を距離に応じて 200 円～500 円値上げ、路線バス運賃の逆転現象を解消するため複数乗車料金を 100 円～200 円値上げ（複数乗車率向上のため値上げ額は一人乗車料金よりも圧縮）。
- ・ 利用者は約 28%減少（改定前 412 人／日→改定後 296 人／日）したが行政負担は約 42%軽減（改定前 631 万円／月→改定後 396 万円／月）できた。
- ・ 路線バス運賃との逆転現象を解消できた（バス事業者との共存共栄へ！）

平成 28 年「複数乗車を進めるお出かけパスの社会実験」

- ・ 複数乗車のインセンティブとして、複数乗車時の利用料金を割引するパス。
- ・ 試験的に下田地区の 65 歳以上の住民対象、1 枚 1,000 円で販売。複数乗車時に 100 円～300 円割引、協賛店でドリンクサービスなどもあり。

●社会実験の結果、複数乗車率 24%→32%に、買い物目的の利用 13%→39%に！

平成 29 年「お出かけパス、三条市全域に拡大して実施」

- ・ 令和元年 5 月 17 日現在、購入者数 255 人、協賛店 72 店舗！デマンド交通が市民の足としてだけでなく、まちづくりの新たなツールになった。

平成 29 年「デマンド交通土日祝日運行開始」

- ・ 市民ニーズに応えるデマンド交通として、タクシー事業者と調整のもと、1 ヶ月の社会実験を経て、土日祝日の運行を実施。停留所の増設、臨時停留所の設置、1 時間前予約の緩和なども調整。月平均約 50 万円の行政負担が増加したものの、土日含め 1 日当たり 200 人以上の利用！

平成 30 年「10/4～7 の 4 日間限定、予約後すぐに乗車を可能に」

- ・ 平日は大きく変わらないものの土日は 3～4 割増加。

<今後の展開について>

持続可能な公共交通として維持していくためには（1）サービス水準に見合った料金体系（2）運賃との逆転現象（3）複数乗車率の向上などの諸課題をクリアしていくことが必要。今後も利用者の推移を見守りながら、チャレンジを続けていきたい。

< 質疑応答 >

Q1. 高齢者の運転免許返納を促す効果はどうか？

促進とまではいえないが、返納者数は確実に増えている。

Q2. 複数乗車割引のお出かけパスは市外の住民も利用できるのか？

市外の人には利用できない。市内在住の 65 歳以上、または免許返納者が対象である。

Q3. 停留所の数や場所はどのように決めているのか？登録はどうか？

交通空白地域がないように、市内 651 箇所、300m 間隔で設置している。これはタクシーとの差別化と健康のために歩く距離を考えた配置である。300m ルールはあるが、病院・金融機関・公共施設の前に停留所を置いたり、地元自治会などの要望に応じて移動することもある。必要な登録手続きは行っている。

Q4. 市民の要望に応じて改善するのが難しかったこと、特に強い要望は何か？

要望が多かった土日運行はクリアしたが、難しいのは、停留所が遠い、家の前まで来て欲しいという声。これはタクシー業者との兼ね合いがあり、対応は難しい。浸透させていく中で難しかったのは、予約しなければ乗れないという利用方法を理解してもらうこと。

Q5. 地域ごとに利用傾向の特徴はあるか？

人口が密集し病院が集中している三条地域は近距離の利用者数が多い。下田地区はお出かけパスの登録者がもっとも多い。

Q6. タクシー業者への補填の割合は？タクシー需要が高い時に支障はないか？

タクシー業者との契約は距離と乗車人数で決める契約になっており、割引額は市の負担。本事業のスタートに当たってはタクシーの空き車両活用につながるからという前提だったこともあり、需要が高いときには利用を断る場合もある。

Q7.井栗地区コミュニティバスはどのような仕組みで運行しているのか？

社会実験を経て、地域が主体で運営している。車両は市が無償貸与、運転手は地元のボランティアである。乗車は無料で、井栗地区と市役所・病院・スーパーなどを巡り、1日2往復、1日10人ほどが利用している。市の負担は車両リース代・車庫代・事務経費など約100万円/年。その他の費用は、地区で協力金を集めて支えている。下田地区・栄地区でもコミュニティバスを始めたいという声があるが、実際のニーズをつかむのは難しく、また、総論では賛成で、熱意はあっても継続するには地元に必要な労力がかかる。慎重に検討しないと長続きはしないと考えている。

Q8.民間事業者との調整は相当難しかったのではないかと？決め手は何か？

地方都市のタクシーでは平日昼間の需要が高いとはいえない中、タクシーの空き車両を活用できることや、ちゃんと棲み分けをすることなど丁寧な説明を重ね、最後は理解していただいた。それに尽きるのではないかと。しかしこのところ、人件費のこともあり支払い額見直しの声がないわけではなく、検討材料。土日運行のスタートもタクシー業者に社会実験のデータも見てもらいながら理解をいただいた。循環バスは利用者はほぼ横ばい、路線バスの利用者はこの5年間で3~4割も減っている。事業者も運転手不足が深刻になりつつある中、増便して利用者を増やそうというよりも、どちらかという減便したいという方向かと。運行コースの見直しは随時行っている。

Q9.お出かけパスの本人確認はどうか？

本人確認の機能は付けておらず、利用登録もないので不正利用を防ぐ機能は弱いと言わざるを得ないが性善説に立って進めている。

Q10.今後若い世代に向けてスマホ等を活用していく可能性は？

若い世代にはほとんど対策していないのが現状。スマホ等の活用は将来的にはと考えているところ。イベント等の際はインターネットには掲載している。

Q11.雪が深い季節はどのように対応しているか？

停留所で待つ人は大変だし、タクシーも利用者を見つけにくくなかなか難しい。

Q12.事業の周知方法は？浸透させるまでにどれくらいの期間が必要か？

全戸配布のチラシ、広報誌、出張説明会、タクシーによるロコミなどである。浸透するまでに2～3年だったと思うが、10年たった今もデマンド交通が分からないという市民もいる。マイカー利用でデマンド交通を知らなかった高齢者がクルマを手放した時、ひめさゆりを利用していただくために、高齢者の集まる施設等へ積極的に出張して説明している。

Q13.公共交通の最終的な理想型はどのようなものと考えているか？

交通弱者が増えているのは確かで、生活の足を確保するために経済的負担が重くのしかかるのであれば、それに対する対応策は考えていく必要がある。まちづくりの動きを考慮しながらあるべき公共交通を考えていきたい。

<まとめ>

三条市では約10年をかけて一つの事業モデルを確立した。しかし未だ途上、チャレンジを続けるという。それほどの難事業。三条市と焼津市では地理的な違いはあるにせよ、事業者と協議会を開催し、社会実験を重ねていくことで、多くの市民がこの事業を知り利用していることが、モデルを確立できた理由の一つだと思う。この6月、焼津市でもデマンド型乗合タクシーの試行運行がスタートした。注目はされているが、市内巡回バスも利用者が多いとはいえない。三条市の公共交通事業は他の事業と連携しながら、市民が望む形に常に変化している。焼津市でも、各世代ごとに異なるアプローチであり方を協議できれば、行政負担と満足度のバランスのとれた事業が可能かもしれない。交通弱者は高齢者だけでなく、子育て世代・障害者・外国人への視点も不可欠。今後、焼津にユニバーサルデザイン交通が実現すれば素晴らしい。引き続き調査・研究を行っていきたい。

以上