

市民・文化観光・消防委員会行政視察概要

1 視察月日 平成30年7月3日（火）～7月5日（木）

2 視察先及び視察事項

（1）石川県

石川の魅力を生かした誘客の推進について

（2）石川県

石川県立音楽堂について

（3）石川県金沢市

地域コミュニティ活性化推進計画について

（4）富山県

富山県広域消防防災センターについて

3 視察委員

委員長 望 月 康 弘

副委員長 伊 波 俊之助

委員 上 野 盛 郎

同 黒 川 勝

同 木 原 幹 雄

同 中 山 大 輔

同 加 藤 広 人

同 み わ 智恵美

同 興 石 且 子

視察概要

1 視察先

石川県

2 視察月日

7月3日（火）

3 対応者

議会事務局次長（受け入れ挨拶・説明）

観光戦略推進部国際観光課課長補佐（説明）

4 視察内容

石川の魅力を生かした誘客の推進について

ア 訪日外国人旅行者の動向について

（ア）日本全体の動向

国は2020年までに訪日旅行者数を4000万人にすることを目標としており、2018年の訪日外国人は約2868万人である。国別に訪日旅行者数をみると、東アジア（中国、韓国、台湾、香港）が全体の約4分の3を占めている。

（イ）石川県内の外国人宿泊者の動向

石川県では、県内の外国人宿泊者数を2025年までに100万人とすることを目標としており、これは2014年実績の約29万人の3倍強となる目標値であるが、6年連続で外国人宿泊者数が増加し、2017年に60万6000人と、2019年の中間目標としていた60万人を2年前倒しで達成している。

国別の旅行者数をみると、東アジアが約5割、欧米豪が約3割である。とりわけ新幹線開業に伴い、ジャパン・レール・パスを利用して日本国内を長期にわたって周遊する欧米豪からの旅行者の来県が増加し、全体に占める割合も約2割から約3割に上昇した。国全体の欧州豪からの旅行者は約1割であり、石川県は欧米豪からの旅行者の割合が多いことが特徴と言える。

イ 時期による外国人旅行者の変動について

（ア）調査方法

石川県を訪れる多くの外国人旅行者が兼六園を訪れていると想定しているため、兼六園の外国人入場者数を月別に集計したもの

を目安としている。

(イ) 状況

桜の時期である4月、5月と紅葉の時期である10月の時期の入場者が多く、夏と冬の時期が少ないため、県としては通年で安定した誘客ができるように施策を行っている。

(ウ) 施策

特に冬の閑散期の対策に重きを置いている。オーストラリアの方は、冬にスキー目的で来日することが多いため、人気のスキーリゾート地の1つである長野県とタイアップしてアフタースキーの観光として石川県に来てもらう取り組みを行っている。

東南アジアの方は、学校の長期休暇と社会人の休暇が重なる12月に旅行のピークを迎える国が多いため、東南アジアからの誘客に注力している。

ウ 石川県の観光資源について

石川県の観光資源は、加賀前田藩の時代から受け継がれている歴史・伝統・文化が特徴的である。特に兼六園、金沢城、長町武家屋敷などは、サムライ文化を感じることができる観光資源として人気が高い。人気の高い観光スポットはやはり金沢に多いが、能登、加賀には高級な温泉旅館が多数あり、外国人にも人気が高まってきている。

伝統工芸である金箔、輪島塗、九谷焼などの体験ができる施設は日本文化や歴史に興味を持っている旅行者に人気が高く、いわゆる本物志向の旅行者に人気の観光資源だと捉えている。

エ 石川県を訪れるルートについて

複数の旅行会社に定期的に聞き取りを行い、旅行者の主なツアーコースの把握に努めている。

東アジアからの旅行者は、主に小松空港での入出国が多く、欧米の旅行者は成田空港から入国し、関西国際空港から出国するケースが多い。欧米の旅行者は、以前は東京→名古屋→高山→金沢→京都→大阪というルートが主流だったが、北陸新幹線の開通に伴い、東京→金沢→京都→大阪、もしくは、東京→金沢→高山→名古屋→京都→大阪というルートも人気が高まってきている。

以前から発売されているジャパン・レール・パスが最も使われているが、ここ4年ほど北陸で使えるさまざまな周遊パスがふえ、充実してきている。特に、平成28年から発売されているJR北陸アー

チパスは、東京→金沢→京都→大阪という前述の新しいルートをか
バーしており、JRからは売れ行きも上々と聞いている。

オ 石川県の誘客の取り組みについて

(ア) 認知度向上

a 海外に向けた積極的な観光PR

- ・各国、各地域の旅行博覧会への出展（台湾、香港、タイ、マ
レーシア、インドネシア、フランス、スペイン、米国、オー
ストラリア）
- ・海外メディアや有名ブロガーの招聘（台湾、中国、香港、シ
ンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、フィリピン、
ベトナム、フランス、米国）
- ・観光PRレップの設置（フランス）
- ・動画サイトを活用したプロモーション動画
「F o r T o u r i s m I s h i k a w a」の配信
- ・広告掲載（シンガポール、タイ、マレーシア）など

b 石川県のネットワークを生かしたPR

- ・石川県観光親善大使を活用した情報発信
- ・留学生等を活用した観光魅力の発信など

c 多言語情報発信ツールの充実

- ・SNSを活用した情報発信「D i s c o v e r I s h i k a w a , J a p a n」の配信
- ・ホームページ、パンフレットの多言語化
- ・DVD「F o r T o u r i s m I s h i k a w a」など

(イ) 東京オリンピック・パラリンピックを生かした誘客の促進

a 交通インフラを活用した周遊観光の促進

- ・北陸新幹線沿線の自治体（10自治体）、JRとの連携
- ・小松空港を活用した旅行商品造成支援（台湾、中国、韓国）
など

b 各国のニーズに応じた取り組み

- ・スポーツ、レジャー誘致（台湾、韓国）
- ・教育旅行誘致（台湾、中国）
- ・信州等からのアフタースキー誘致（オーストラリア）
- ・ラグビーワールドカップツアー誘致（ニュージーランド、オ
ーストラリア、フランス）

ワールドカップのチケットを各国で独占的に販売する権利を

持っている公式エージェントに働きかけ、試合観戦とともに石川を訪れるツアーを企画してもらう。

・ レンタカーでの周遊促進（平成30年度から）

能登、加賀の人気も高まりつつあるが、以前として金沢に観光客が集中しているため、能登、加賀への周遊を促進している。

c 富裕層誘客の推進、M I C E 誘致の推進

d 新規市場の開拓

ベトナムに対してのメディア招聘、現地セミナー・商談への参加等を行っている。

(ウ) 高い経済効果が期待できる誘客の推進

a 富裕層の誘客について

(a) 背景

富裕層の旅行者は、食や伝統文化に関して、いわゆる「本物」を求める傾向にあり、石川県の観光資源と合致し、地域経済の活性化につながる高い経済効果が期待できるため、重点的に誘客に取り組んでいる。

(b) 誘客の取り組み

京都市、京都府、石川県、札幌市、奈良市、和歌山県の6自治体による連携協議会（L u x u r y T r a v e l A l l i a n c e）を通じ富裕層向けの欧米旅行会社の招聘や富裕層見本市への出展などを行うとともに、大手のランドオペレーターとの連携による視察の受け入れ、オーストラリアの旅行会社との連携によるセミナー開催、ルレ・エ・シャトーとの連携による商談会参加など、旅行者に近い事業者に対して、石川県の魅力を発信している。

b 海外M I C E の誘致について

(a) 背景

M I C E、特にM e e t i n g（会議）とI n c e n t i v e（報奨旅行）は伝統芸能等の演出やお土産等への消費が多く、営業社員等が自分の顧客へのお土産を購入することもあるため、副次的な経済効果も見込める。

(b) 取り組み

東京都と連携した欧米市場のミーティングプランナーや会議開催のキーパーソン等の招聘や見本市、商談会へ参加して、

会議の招致を進めている。また、アジア市場では、報奨旅行の招致としてインセンティブキーパーソンの招聘や航空会社や旅行会社への働きかけ、特別な趣向を凝らした食事会場・レセプションルーム等、いわゆるユニークベニユーの開発に力を入れている。

カ 質疑概要

Q 海外の見本市へ出店等の話があったが、現地とのかかわり方はどのようにしているのか。現地に提携している法人等はあるか。

A 見本市等のイベントに関しては、出張という扱いで1人もしくは2人の職員を派遣している。見本市だけで帰ってくるのはもったいないので、その前後で現地の法人等へのあいさつ回り等を行っている。

また、フランスに関しては観光レップを設置しているので、出張してきた職員に対して、現地キーパーソンとのアポ取りなどのサポートや、フォローアップを行い一過性にならないようにしている。

Q こういった職員の雇用はどのように行っているのか。一般職員とは別枠なのか。

A 一般の職員で対応しているが、少し特殊な部署ではある。国際観光課は15名ほどの部署だが、課長をはじめ、旅行業界ではないが民間企業を経験している職員が何人かいる。その他は、自身で英語を学び、希望して異動してくる職員もいるようである。自発的な人、営業マン精神と行動力を持っている人が集まっているように感じる。

Q 富裕層は伝統工芸品等をお土産としてたくさん買ってくれる層だと思う。伝統工芸品は後継者不足なども取り上げられており、富裕層誘客の戦略をとることで、海外への販路の拡大など、伝統工芸品にかかわる皆さんに活気や元気が出てきているのか。

A 定量的なデータ等は持ち合わせていないが、やはり、伝統工芸品に関しては、後継者不足や国内市場の縮小、人口の減少に伴い、海外を志向する業者はふえていると感じる。県の他部署では、そういった業者に対して海外の展覧会への出展、バイヤーの紹介や売り込みもサポートしている。成果の例としては、シンガポールへの輪島塗の輸出開始などがある。その他にも、アンテナショップでの短期的なフェアの開催も行っている。

また、富裕層向けの観光業者やエージェントを工房に紹介する取り組みも行っている。実際に工房を見て、職人のこだわりを実感することで説得力が増し、観光客への情報提供にもつながっている。職人からも好評を得られている。

Q クルーズ船の需要が高まっているように感じており、横浜の場合は、羽田空港まで飛行機で来て横浜から船に乗ってもらうというルートがある。石川県のクルーズ戦略はどうか。

A クルーズの部署が別にあるため、簡単な回答になるが、金沢港は市街地から近いこともあり力を入れている。

ラグジュアリー船は伸びてきており、日本文化に興味がある方が、船でいらっしゃる。専門の部署が船会社にアプローチをかけており、年間約50本寄港している。

もう1つ、前泊・後泊で宿泊が見込める金沢港発着船を増やそうと取り組んでいる。また、旅行会社が船または船の一部を借りて企画するチャータークルーズにも今年度から力を入れている。

金沢港、七尾港に寄港してもらうことに力を入れている。

Q さまざまなPR事業を行っているが、どの事業が効果的だと感じるか。特にY o u T u b e等インターネットを通じた広告の効果はどうか。

A 特にSNSを重視する東南アジアなどは、インターネットを通じた広告にシフトしてきている。正確な予算規模が手元にないが、インターネットへの広告掲載自体は数十万円規模でできると聞いている。

また、Y o u T u b eへの広告動画の配信は、8カ国で数百万円である。広告動画は、ビッグデータ等を活用して、配信する対象者を絞り込める。今回の広告は過去の検索履歴等から日本や歴史、文化に興味があると思われる方に対して配信されるようになっており、できるだけ絞り込んで配信するようにしているため、数百万円規模に収まっている。ただし、映像の作成には2年がかかりで数千万円がかかっている。この動画自体はY o u T u b e以外にもさまざまなPRで利用しており、各方面からご好評をいただいている。

課題としては、広告動画の再生回数は集計できるが、実際にそこから何人が来県につながったのかが把握できていないことである。今後は何らかの形で把握できるようにしていきたい。

Q 映像の作成に数千万円かかるとのことだが、再生回数がふえることで、費用のいくらかを回収できないのか。

A 一般配信と違い、広告配信のため、再生回数に応じて課金制でお支払いすることになる。

Q 先日、インドから来客があり、その方は、日本らしいところに宿泊したいということで、金沢をお勧めした。その際に、石川県はとても近いと感じた。

ラグビーワールドカップが開催されるにあたり、横浜では、準決勝、決勝が開催されるが、横浜の観戦者も石川県への誘客を考えているか。

A もちろん考えている。

Q 石川県というと、国内の豪華な旅行のイメージがある。石川県もそれぞれ地域があるが、全域の状態としてはどうか。

A 金沢に一極集中する傾向があるため、レンタカーで能登・加賀へ周遊を促すよう取り組んでいる。調べてみると特にアジアの方は、北海道等でレンタカーを利用している方もいらっしゃるのので、リピーターであればレンタカーに対しての抵抗感が薄いのではないかと思い、アジアをターゲットにして取り組んでいる。

Q 経済効果の測定はどうしているか。

A 測定が大きな課題となっており、先進の京都府も明確な解を持っていない状態である。全数を把握することは不可能だと思うので、富裕層が立ち寄りそうな場所でのサンプルとりなどを行っていきたいと思っている。

Q 誘客に力を入れており、急激に宿泊者がふえているが、ホテルやレストランのキャパシティは足りているか。

A 正確な数字は持ち合わせていないが、それほど逼迫はしていない。季節的な波と大きな学会などが重なると稼働率がかなり高まることはあるが、全体を通してはそれほど困っていない。

むしろ建設が進んでおり、逆に東京オリンピック・パラリンピック以降に過剰な施設にならないかと心配する声もある。

また、富裕層向けという観点では、いわゆる国際的な5つ星ホテルがないことが課題であったが、2020年に金沢駅横にハイアットができる予定なので期待している。



(会議室での説明聴取及び質疑)



(石川県議会前にて)

視察概要

1 視察先

石川県

2 視察月日

7月4日（水）

3 対応者

県立音楽堂事務局長

（受け入れ挨拶）

県立音楽堂事務局チーフマネージャー

（説明）

4 視察内容

石川県立音楽堂について

ア 特徴

コンサートホール（洋楽ホール）、邦楽ホール、交流ホールと、それぞれ用途の異なる3つのホールを併設しており、洋楽・邦楽問わずさまざまな公演が行われ、県民の文化の発信拠点としての機能を果たしている。邦楽ホール、交流ホール側の入り口と、邦楽ホールの入り口は分かれており、同一の建物ながらそれぞれのホールの雰囲気に合わせて内装になっている。一方で、内部はつながっているため、3つのホールを同時に利用することで、学会等にも対応でき、幅広い用途に使用することが可能になっている。

内装には九谷焼や漆塗り、螺鈿、金箔が使用されるなど、石川県の伝統工芸品を用いて石川県らしさが演出されている。

イ 立地

金沢駅東口に隣接し、交通利便性にすぐれている。また、駅から音楽堂まで全ての道のりに屋根が設置され、また、駅前の地下道からも直結しているなど、雨の日でも傘を差すことなく音楽堂までアクセスできる。

周辺には宿泊施設や商業施設、飲食店も多く、遠方の方も利用しやすい立地条件である。

ウ 建物概要

建設費用：約250億円（用地取得費等含む）

敷地面積：6904.69平方メートル

建築面積：6160.75平方メートル

延床面積：2万7805.24平方メートル
構造種別：鉄骨・鉄筋コンクリート造り
階数：地上5階、地下2階、塔屋2階
深さ基準下面：約13.8メートル
高さ最高：約37.0メートル
駐車場：約3000平方メートル
駐車台数：152台

エ 施設概要

(ア) コンサートホール

客席数：1560席（1階704席 2階414席 3階442席）
舞台の大きさ：最大幅19.5メートル、奥行き13メートル
主な舞台機構：吊物16本、天井反射板3枚
パイプオルガン：カール・シュッケ社（ドイツ）
幅13メートル、高さ12.5メートル、
奥行き3.7メートル、4段手鍵盤、足鍵盤付、
パイプ数5143本

楽屋：10室

(イ) 邦楽ホール

客席数：727席（1階：524席 2階203席）
花道設置時は691席
舞台の大きさ：幅30メートル、奥行き15メートル
主な舞台機構：7間廻り舞台、せり12基
楽屋：9室
和室：1室（33畳）
邦楽練習室：1室（100平方メートル）

(ウ) 交流ホール

大きさ：幅20メートル、奥行き26メートル
主な舞台機構：舞台せり
（幅16.8メートル、奥行き9メートル、9分割）
段床せり
（幅16.8メートル、奥行き9メートル、10段）
後部にせりフェンス、バトン11本

控室：2室

(エ) その他施設

練習室：大小7室（18～76平方メートル）

音楽資料室：CD・DVD約7000枚、書籍約1800冊所蔵

オ 管理運営

指定管理者：（公財）石川県音楽文化振興事業団

指定管理料：約4億円

カ 利用状況

平成29年度実績

ホール名	公演数	入場者数	稼働率
コンサートホール	142公演	15万8329人	74.9%
邦楽ホール	146公演	8万6123人	69.4%
交流ホール	204公演	7万6732人	79.1%
合計	492公演	32万1184人	74.6%

※入場者数は延べ人数、稼働率はリハーサル等による利用を含む

キ 各ホールの特徴

（ア）コンサートホール

音響が良いとされるシューボックス型のホールである。クラシック専用のホールではあるが、舞台上に設置されている反射版を操作することで、会議や講演会にも利用できるように設計されている。1階席は傾斜が緩く、また通路はスロープで、バリアフリー対応となっている。

床と壁の仕上げには輪島塗を用いるなど、石川らしさを表現している。

（イ）邦楽ホール

舞台には、直径7間の回り舞台、大迫り、小迫り、分割迫りが配置されており、舞台上で多彩な演出が可能である。正面、側方、天井面に仮設の音響反射板を設置でき、生の音楽をより客席に届きやすいよう設計されている。

花道も設置、取り外しが可能で多様な用途に利用できる。また、多くの機構が装備されているが、全体的にシンプルなつくりになっているため、転換が素早く行えることが特徴である。

（ウ）交流ホール

最大の特徴は、舞台・客席を床からせり出すことができ、ダンスホールのように前面をフラットにして使うことも、舞台・観客席を出してコンサートを行うこともできるなど、幅広く活用できる点である。観客席はおよそ10分程度で設置・撤収が可能で、舞

台については、数十秒でセットできる。舞台は9分割されており、高さの設定も区画ごとに行えるため、階段状にしてひな壇をつくることも、9区画全てを使った広い舞台をつくることも可能である。

予約時に舞台や客席のセッティングを聞き取り、スタッフが事前にセッティングを行う。

ク 質疑概要

Q 自主企画事業は、企画・プロモーション・販売まで全部音楽文化振興事業団が行っているのか。また、収入はどの程度か。

A 事業団が企画から販売まで行っている。29年度は22事業を実施した。音楽堂には、管理会計、自主会計、オーケストラ会計と3つの会計があり、自主事業の収入は約6400万円、補助金は約8000万円、基金の取り崩しが約5000万円で、おおよそ2億円である。一方で、支出は約1億9000万円で約1000万円の黒字である。

Q オーケストラ運営の収支はどうなっているか。

A 補助金は、県が約2億2000万円、市が約1億3000万円、その他もあわせて約4億円である。それに事業収入等をあわせて約8億1500万円の収入がある。一方支出は7億8000万円ほどである。オーケストラは条例で使用料は免除されている。

Q 神奈川県ではオーケストラの存続が危ういという話もあり、市民から理解を得られていないと感じることもある。石川県は文化や伝統を大切にしていける感覚があるように感じるがどうか。

A 「空から謡が降ってくる」つまり、大工や庭師も仕事をしながら歌っていたといわれるように、昔から県民の文化に対する意識レベルが高いこともあり、県民の理解を得られやすいと感じる。

Q 外部委託の委託料は管理会計からの支払いか。

A 管理会計から約3億5300万円を支出している。

Q 県職員の役割はどうしているのか。

A 施設管理や自主事業、経理、局長などに配置されている。

Q 財団の報告はどのように行っているか。

A 年に1度9月議会へ報告している。

Q 指定管理料や補助金が合計で約9億円出ていることについて議会の評価はどうか。

A 経営目標を立て、それに基づいて議会に報告を行っているが、優秀の部類であるB評価を受けている。

- Q ホールが複数あることを活用して、学会を開催することもあるとの説明があったが、これは当初から想定されていたことなのか。
- A 想定していた。学会の誘致はコンベンションビューローが行うが、音楽堂の会館当時からコンベンションビューローとの覚書を交わしており、通常は使用日の1年前から予約が可能だが、学会に関してはそれより前でも予約が可能になっている。



(会議室での説明聴取及び質疑)



(コンサートホール内での説明聴取)

視察概要

1 視察先

石川県金沢市

2 視察月日

7月4日（水）

3 対応者

市議会議長（挨拶）

市民局市民協働推進課主査（説明）

4 視察内容

地域コミュニティ活性化推進計画について

ア 歴史背景

真宗王国と呼ばれるほど浄土真宗の信仰心が強く、冬季の積雪等による連帯意識もあったため、城下町としての共同体意識は強かった。いわゆる金沢型コミュニティとして成り立っていた。

イ 現在の状況

市内には1346の町会が存在し、加入率は約69.35%である。

消防団の拠点や公民館などの一部を地域住民が負担する形をとっており、住民の共有財産として地域に存在しているため、自分たちの施設であること認識しており、自治意識が生まれていた。しかし、少子高齢化や核家族化、プライバシー意識の高まりなど、個人の価値観が変化したことが町会加入率の低下に表れている。特に集合住宅にはおいては、オートロックなどの居住環境や、プライバシーを尊重する居住者が多い傾向にあり、つながりの希薄化が顕著になっている。

一方、住民と町会、婦人会等が連携している地域は、防災活動や福祉活動が活発で、コミュニティが地域課題を解決できている。地域内でのコミュニティの空白地帯ができており、子供や高齢者の孤立化などが危惧されている。

ウ 地域コミュニティ計画策定までの流れ

（ア）集合住宅におけるコミュニティ組織の形成の促進に関する条例

金沢市では、町会への加入率の低下を受け、建設段階から集合住宅の建設事業者への呼びかけ、チラシ配布や転入者へのパンフ

レット配布などに取り組んできたが、加入率の増加につながらなかったため、条例の制定を検討し始めた。集合住宅のコミュニティ組織である形成検討懇話会を立ち上げ、町内連合会等の地域団体、学識経験者、公募委員で5回にわたって検討した。懇話会では、コミュニティ組織の形成は自発的なものであり、行政が促進するのはなじまないとの意見が出た一方、ある程度強制力がないと効果が期待できないという意見もあり改めてこの課題の難しさが認識されている。

このような議論を経て、平成20年度に集合住宅におけるコミュニティ組織の形成の促進に関する条例を制定した。条例には集合住宅の住民が自主的にコミュニティ組織を形成することや、町内会と連携すること、集合住宅の建設事業者や管理事業者がコミュニティ形成を促進すること、行政が必要な施策を講じることなどが記載され、それぞれの立場に役割が当てられたものであった。ただし、条例には強制力はなく、あくまでも地域コミュニティは住民が自主的につくるものとした。

条例に基づいた制度としては、コミュニティ担当者届出制度があり、15戸以上の集合住宅を建築する際、町会と入居者の橋渡しとなる担当者を市に報告し、市から町会へ情報提供をすることとした。ほかにも、コミュニティづくりに配慮した集合住宅を市が独自に認証する制度や、町会長OB等のコミュニティアドバイザーの配置やコミュニティ相談窓口の設置、コミュニティ活動推進用具等への補助の拡大など、市としての具体的な支援策も充実させた。なお、アドバイザーへの相談は平成29年度で約350件となっている。

コミュニティ担当者制度により、町会への加入がスムーズになったり、アドバイザーの継続的な相談・支援による集合住宅内の子供会の形成など、一定の成果が得られた。

(イ) 地域コミュニティ活性化条例

平成25年3月に世界の交流拠点都市金沢重点戦略計画が策定され、5つの重要方針のうちの1つに「あらゆる世代に対応した新たなコミュニティの形成」が挙げられた。これに伴って、集合住宅以外も対象とする形で平成29年4月に地域コミュニティ活性化条例を制定し、主要施策を5つ挙げている。

1つ目が平成30年2月に策定した地域コミュニティ活性化計画

で、行政の各部署が行う取り組み内容や、2023年3月の町会加入率を72%とする目標などが盛り込まれている。2つ目が相談体制の整備で、前述のコミュニティ相談窓口の拡充や、平成30年秋に開設予定の市民活動サポートセンターなどがある。3つ目が人材育成で、地域課題の解決や協働を促進するコミュニティコーディネーターを育成するための講座を開催している。4つ目が地域コミュニティ活性化モデル事業で、他の町会のモデルとなるような先進的な取り組みに対して1団体上限30万円の財政的な援助を行っている。5つ目がコミュニティ活動推進用具等への補助で、地域で使うお祭り用具等の購入に充てる費用の助成を拡大するなどしている。

エ 地域コミュニティ計画

(ア) 計画概要

計画の基本方針は、地域コミュニティの醸成、コミュニティ組織への支援、コミュニティ活動への支援、市民協働の推進の4つである。計画期間は2018年度から2022年度までの5年間で、取り組むべき具体的な施策としては、49事業を挙げている。

(イ) 目標

計画の目標は2022年度末を期限とて、以下の内容で定めている。

- ・町会加入率を2012年と同程度の72%程度にする。
- ・各町会連合会で作成するコミュニティ活性化プランを25地区以上で策定する。
- ・コミュニティ活性化を図る取り組みを150町会で述べ270事業以上実施する。

(ウ) 主な施策

- ・旧町名復活事業では、地域への誇りや愛着を増加させるため、藩政時代の旧町名を復活させている。地域からの要望を受けてすでに11の町名を復活させている。
- ・地域コミュニティ活性化事業では、地域ごとにコミュニティ活性化プランの策定に対する支援や、それに基づいた活性化事業への支援を行っている。
- ・学生等雪かきボランティアは、学生の街でもある金沢市では、大学と協定を結んでおり、雪が降った際には地域の方とともに雪かきを行い交流している。
- ・地域コミュニティ活性化モデル事業は、平成29年度に22件の申

し込みがあり、うち18事業を採択した。加入促進を目的とした町会誌の発行や、ホームページの開設、町会の活動を活性化させる目的のカフェ開設や、町内の空き家の景観維持などへの支援を行った。

オ 質疑概要

Q 集合住宅におけるコミュニティ組織の形成の促進に関する条例を廃止し、コミュニティ活性化条例に組み込んでいるという認識で正しいか。

A 正しい。重点戦略計画を受けて、集合住宅以外も含めて新たに活性化条例を策定している。集合住宅の部分は、活性化条例の第11条から第13条に記載がある。

Q 集合住宅に特化した条文が組み込まれているところが斬新だと感じたが、これを活性化条例に組み込んだ際の検証結果等があれば教えていただきたい。また、管理組合の取り扱いはどうしているか。

A 集合住宅におけるコミュニティ組織の形成の促進に関する条例を制定した際にも、建設業界からは余り例を見ないといわれていた。活性化条例を策定する際の懇話会でも、やはりこれは引き続き継続したいということで、条文に入っている。

管理組合とは別に町会をつくる形と、既存の自治会等に組み込んで加入してもらおう場合とがある。町会をつくることは強制していない。

Q 学生に雪かきに参加してもらおうというのは、シンプルでわかりやすく、地の利を生かしたアイデアだと思うが、実績等の状況はどうか。

A 平成29年度は延べ約400名の学生が参加し、学生からも町会からもはやってよかったとの声も上がっていた。ただ、天候に左右されやすい事業であるため、雪が降らなかった年は1回6名ということもあった。

Q コミュニティ活性化事業の募集要項にある上限額は1事業当たりの上限額か。

A そのとおりである。平成29年度はモデル事業であったため、要綱に記載のⅢの一般事業に当たる部分のみを実施し、18事業を採択した。

Q コミュニティ活性化プラン策定事業に関して、これは全地区に

策定してもらいたいと思うが、できない理由はあるか。もしくは自主性を重んじる理由があるか。

A これまでの町会に対して計画をつくるという働きかけをしたことがなく今回が初めてになるので、最初から全地区でということではなく、まずは任意での策定となっている。

Q この条例をつくった時の議会の反応はどうだったか。

A やはりコミュニティの充実ということで賛同してもらえた。

Q 興味深いのが祭りに対する支援である。祭りに関しては宗教的な行事になってしまうため、横浜では実施できないことも多いがその兼ね合いはどのようにしているのか。

A 子供のみこし等、町内会が中心で行っており、宗教色が薄いものに限っている。祭りではないが、神社の土地に町会の集会所をつくる等の場合は助成していない。

Q 12条にコミュニティ担当者届出制度は、不動産の業者から担当者を出すのか。

A 住民でもよいが、住民と行政の間に入ることができる業者の担当者になる場合もある。

Q その担当者が人事異動等でいなくなった場合などはどうするか。また担当者にも向き不向きがあると思うがどのように対処しているか。

A 市は届けがあった担当者を、その集合住宅が建っている付近の町会にお伝えし、町会と担当者をつなげているが、住民のつながりを深く知っているわけではないのが現状である。

Q 町会加入率の低下によって目にみえて出てきた具体例等があれば教えていただきたい。

A 計画をつくるに当たっては、審議会等によってさまざまな団体等からヒアリングも行ったが、民生委員からは、オートロックのマンションに入れず、会うこともできないとの声上がるなど、実際に状況すら把握できない人が出てきている。学生からは、情報があれば地域活動に参加したいとの話もあった。また、町会への主な周知は回覧板だがそれでいいのかという話もあった。事件や事故は今のところ聞いていない。

Q 懇話会を開催した際の公募委員は何人か。

A 2名である。

Q 今年度の募集は終わっているが、何件申し込みがあったか。ま

た予算との兼ね合いはどうか。

- A IIIの一般事業について、20件程度受け付けている。半分ほどは昨年も応募した町会である。Iは1件のみであった。ただし、ことは間に合わなかったが、来年は申し込みたいとの問い合わせもいくつかいただいている。予算は事業の本格運用初年ということもあり、Iで5件、IIで10件、IIIで30件分ついているが、それほどの申し込みはきていない。IIはIで策定したプランに沿った取り組みに対しての支援のため、ことは0件であった。



(会議室での説明聴取及び質疑)



(金沢市庁舎階段にて)

視察概要

1 視察先

富山県

2 視察月日

7月5日（木）

3 対応者

広域消防防災センター所長（挨拶・説明）

4 視察内容

富山県広域消防防災センターについて

ア 施設の役割

平成24年4月に開館した富山県広域消防防災センターは、消防学校、市民体験型学習施設、防災拠点施設の3つの役割を持っている。普段は訓練に使用している施設が災害時には県庁が担う災害対策本部のバックアップとして機能するほか、県内の防災機関や県内外からの広域応援活動要員やボランティアの活動拠点、物資の輸送拠点となる。

施設の概要

【所在地】富山市惣在寺内

【敷地面積】約4.2ヘクタール

【構造】鉄筋コンクリート

【延床面積】約1万2730平方メートル

【総工費】約49億円

【開所】平成24年4月

イ センター内の設備

（ア）管理棟・宿泊棟

消防学校の学生が教室等として利用している管理棟と、初任科の学生たちが宿泊している宿泊棟は、災害時には県内外からの応援活動要員や災害ボランティアの活動拠点となる。

（イ）屋内訓練棟

約2000平方メートルの大空間が広がる屋内訓練等は、屋内での放水訓練や2階デッキからの渡過訓練、降下訓練が可能で、冬に雪が降っても訓練が行える環境が整っている。

災害時には、大空間を生かして県内外からの物資を受け入れ、被災各地へ送り出すための輸送拠点となる。

(ウ) 備蓄倉庫

救助資機材等が保管されており、災害時には災害対策要員に敷材を貸し出すことがある。

(エ) 実火災訓練棟

家屋の模型があり、実際に燃やして訓練をすることが可能になっている。車両火災の訓練も行える。

(オ) 主訓練棟

実火災訓練等に隣接して建っており、45メートルの高さは全国トップである。立坑・横坑訓練や潜水訓練、高層階の消火訓練・はしご車架梯訓練などさまざまな訓練が可能となっており、水深10メートルのプールも全国トップの深さである。

(カ) 補助訓練棟

障害突破訓練や高所降下訓練、渡過訓練、引揚訓練などの救助訓練が行える。

(キ) 座屈・倒壊家屋救助訓練

倒壊した建物が再現されており、救助訓練を行える。

(ク) 放水訓練場・ヘリポート

広いスペースがとられており、放水訓練が行える。災害時にはヘリポートとしての機能も備わっている。

(ケ) 屋外訓練場

1万平方メートルの広大なグラウンドで普段は訓練に使用する。グラウンドは透水性で、訓練で使用した水は防火水槽にたまるようにできている。また、災害時には県内外から応援に駆けつけた車両の待機場所に使用される。

(コ) 四季防災館

市民向けの体験型学習施設で、地震体験、風水害体験、流水体験、煙体験に加え、雪国ならではの雪崩体験コーナーも設置されている。

ウ 整備に至る背景

(ア) 消防学校の老朽化と高度で専門的な教育訓練の必要性

旧消防学校は昭和45年に建設されており、老朽化が進んでいた。また、教室や訓練施設が狭く、教育訓練機能が不足しており、近年の複雑化、多様化、大規模化する災害に即応できる職員の高度

で専門的な教育訓練が必要とされていた。

(イ) 防災拠点施設整備の必要性

阪神・淡路大震災や豪雨災害、新潟中越地震などの状況から大規模災害時に迅速・円滑な災害対策活動を行うための活動拠点を確保することの重要性が認識された。

エ 立地

立地場所としては、訓練施設としての立地条件、防災拠点施設としての立地条件を掛け合わせて考慮されている。

- ・災害を受けにくい地形、地盤である
- ・消防職団員がアクセスしやすい
- ・教育訓練の基準を満たす一定の面積を確保できる
- ・放水訓練等による近隣住宅などへの影響が少ない
- ・災害時に物資の物流拠点機能や他県からの受援機能が確保できる
- ・ヘリコプターが離着陸できる

上記の条件を満たす立地として、県の中央に位置している、高速道路や国道からのアクセスが良い、北部に総合運動公園が隣接しておりセンターと一体的に緊急災害援助隊・警察隊・自衛隊等を受け入れられるといった面から、惣在寺が選ばれた。

なお、ハザードマップ上は浸水高が50センチメートルとなる地域であるが、総合運動公園とセンターは1メートルのかさ上げを行っている。

オ 質疑概要

Q 非常に先進的な施設だと思う。先進的な施設をつくる際には苦労があったと思うが、参考にした施設や工夫した点があれば伺いたい。

A 平成16年に元消防庁長官の現知事が就任し、計画を立て始めたが、防災拠点、消防学校、県民に開かれた防災学習の場という観点で全国各地を見て回った。阪神淡路大震災で何が必要だったのかという観点で兵庫県広域防災センターも見た。古い施設を見ることも、古くて足りない部分や必要な部分が見えるため参考になった。

Q 山岳救助について、高齢者や外国人の登山がふえていると思うが、最近の傾向等があれば伺いたい。

A 富山県では、標高2000メートル以上は基本的に県警の山岳警備隊が対応しているが、2000メートル以下だと消防も協力する。県

警ヘリコプターと消防防災ヘリコプターのヘリポートは隣同士なので、点検等もお互い重ならないように連携して行っている。

救急の観点ではドクターヘリも出動可能である。また、外国人も情報が得られるように山でもW i - F i が使えるようになっている。

県だけでなく、立山町が火山対策としてヘルメット等を用意するなど、それぞれ対策を行っている。



(会議室での説明聴取及び質疑)



(富山県広域消防防災センター前にて)