

1 調査事件

環境行政の充実及び地域産業の活性化について

2 調査概要

(1) 函館市（人口 234,530人）

ア 観光客誘致の取組について

函館市は、北海道の南西部渡島半島の南端に位置し、横浜・長崎とともに日本最初の国際貿易港として開かれて以来、早くから海外との交流が始まったことで、いち早く外国文化に触れ、市民の中にも新進的な国際感覚が息づく、長い歴史と文化を有する街である。「海を生かした街づくり」を基本理念とし、国際水産・海洋都市の形成を図っていくとともに、特色ある観光資源を生かし、国際観光都市としてさらなる発展を目指している。

同市の来函観光入込客数は、令和6年度上期で約345万3,000人で、前年同期比10%増であり、過去10年では平成28年の新幹線開業時に次ぐ入込客数となっている。また、令和6年から令和10年までを計画期間とした第5次観光基本計画を策定し、「観光の価値を高め、函館を照らす～もう一回、もう1泊、もう〇〇～」を基本理念に、観光誘客による観光消費額の増加により観光業を活性化させることを目指している。

国内での観光消費額向上に向けた取組として、大型コンベンションの誘致を行い、平均3泊4日開催される期間の飲食費や消費額の増加を狙っている。令和6年度には、10件の大型コンベンションへの誘致実績がある。また、広域観光連携により、他県と連携した観光客誘致を行っている。さらに、教育旅行の誘致も行っており、令和5年度の誘致実績は482校であった。

次に、外国人観光客について、令和5年度の外国人宿泊客数は令和元年度比80%まで回復し、令和6年度のクルーズ船の寄港は過去最多を超える59回であり、令和7年度は76回を予定している。海外に向けた観光情報の発信事業については、羽田・成田空港を利用する英語圏の個人旅行客を東北・函館エリアへ誘客するため、観光コンテンツの販売や旅行エージェント等へのプロモーションを実施している。そのほか、航空会社タイアッププロモーションとして、影響力の強いインフルエンサーのSNS等を活用した情報発信と現地旅行博への出展を組み合わせたプロモーションの実施や、アメリカ市場プロモーションとして、アメリカで開催する旅行博・観光商談会への出展等を実施している。また、函館観

光における課題でもある下半期（閑散期）の対策として、アジアへの観光プロモーションを行い、雪が降らない国々へ冬コンテンツの提案など秋冬イベント等の情報発信を行うことで閑散期の需要を喚起し、観光客の平準化を目指している。

また、函館市の観光スポットの一つである函館山については、1日最大1万人が訪れ、うち7割以上が夜間利用となっている。観光動向調査の結果、函館山を訪れた観光客からは、屋上展望台へ人が集中することで混雑し、じっくりと夜景を楽しむことができなかつたとの声が挙げられていたため、令和6年度から夜景魅力度向上に係る取組が開始された。

取組内容としては、混雑状況調査を実施するとともに、夜間鑑賞スポット及び周辺の漁火公園や山頂広場の動線のライトアップ演出、キッチンカーの設置やQRスタンプラリーを行うことで、山頂の回遊性を高め、分散化を図る狙いで実施された。取組の効果は一定あったものの、山頂での分散化は十分に図られない結果となり、アンケート結果からも、約8割の人が混雑していると感じているなど、混雑緩和に向けて山頂展望台の時間制での入替や観覧エリアの拡大が必要であるとの意見が寄せられた。

今後の取組としては、継続して周辺の漁火公園や山頂広場の鑑賞スポットの動線をライトアップで演出し、新規に山頂展望台の時間制での入替検討や一方通行の観覧ルートの導入、漁火公園の観覧エリア拡充に向けた現況測量調査・地質調査を行うこととしている。

イ 食産業の振興に係る取組について

函館市は、食産業の振興のため「稼ぐ力の向上」と「食のブランド力の向上」に取り組んでいる。稼ぐ力の向上として、国内では食品スーパー等におけるフェアの開催や特産品開発支援、ECサイト開設時に係る経費の一部支援などを行っている。また、海外のバイヤーを招聘し商談会の開催、海外の展示商談会へ出店する企業の支援を行うなど販路拡大のため国内外へ向けて取り組んでいる。

次に、食のブランド力向上の取組として、はこだてFOODフェスタの開催や「おいしい函館サイト」を運営し、地域の食に関する情報を一つにまとめ、地域の食の魅力を発信している。また、食の担い手育成事業では、小学生向け料理教室や地域食材に関する勉強会の開催、料理人と生産者の交流、料理人同士の交流により食材調理の技術などの知見を得る機会を創出している。

他にも、JR東日本エキナカポータル「NewDays」のデジタルサイネージに函館の食に関する動画の放映や、名鉄ホテルグループで「北海道・函館フェア」の開催を行うなど食の魅力発信事業に取り組んでいる。

中でも、食材別の取組として函館真昆布に力を入れており、函館市は昆布の生産量が日本一であり、国内生産量の9割以上が北海道産、うち函館産は約3割を占め、生産量・生産高ともに日本一である。そのため、函館真昆布の公式ポータルサイトの運営やふるさと納税返礼品としての活用、PRポスターの作成を行っている。

今後も、新たな特産品の開発を支援するとともに函館の食の魅力を国内外へ広めていくこととしている。

(2) 青森市（人口 261,227人）

ア 浪岡地域力活性化事業について

青森市は、青森県の交通・行政の中心都市として、都心部を中心に高度な都市機能が集積しており、また、三内丸山遺跡・小牧野遺跡をはじめ、浪岡城跡などの歴史遺産、市内に点在する豊かな温泉、りんごやホタテ、カシスなどの優れた食材、ねぶた祭など同市特有の魅力的な資源に恵まれたまちである。

平成17年4月1日に旧青森市と旧浪岡町が合併し、新青森市が設立された。浪岡地区において浪岡自治区地域協議会が設立され、設置期限の延長を経て令和3年3月末で終了となった。協議会は終了となったが、浪岡地区の地域振興について地域要望があり、令和3年度から令和7年度までの時限付きで、浪岡地域力活性化事業を実施することとした。

浪岡地域力活性化事業の主要事業として、歴史伝承事業、健康増進事業、コミュニティビジネス創出事業、浪岡地域力活性化事業補助金に取り組んでいる。また、令和7年度からは、新たに浪岡フードバレイ推進事業を開始し、りんごやバサラコーン、あおもりカシスといった特色ある農産物の強化をはじめ、特産品の商品化、ブランド化、販売強化等を図っていくこととしている。具体的には、産学金官連携により事業を検討・推進していくための協議会を設置し、青森市と青森農業協同組合、青森市浪岡商工会、青森中央短期大学、浪岡金融団等の関係団体とともに浪岡フードバレイ構想を策定していくこととしている。他にも、優れた農水産物の生産振興や、地域ブランドメニューの開発や料理講習会の開催、青森市中央短期大学による青森市の食資源を活用した商品開発を

予定している。

また、同市では地域農水産物のブランド化への取組として、令和6年度からあおりり産品ブランド価値向上支援事業を創設し、あおりり産品を活用した農水産加工品等の開発や既存商品のブラッシュアップを行い、あおりり産品の高付加価値化・ブランド力向上を図るものに対して補助上限額を50万円とした補助事業を行うことで、6次産業化に向けた取組を持続的に発展させ、ブランド力の底上げ、農林漁業者等の経営多角化、所得向上及び雇用創出を図っている。

イ 農業者就業支援に係る取組について

青森市では、農業従事者の減少と高齢化が進む中、今後の地域の担い手と成り得る新規就農者の確保・育成と定着を図るため、平成27年度から青森県東青地域（今別町、外ヶ浜町、平内町、逢田村）の町村及びJA青森と連携し、農業移住・新規就農サポート事業を実施し、新規就農を支援している。JR青森の事務所内に「あおりり就農サポートセンター」を開設し、就農相談員1名、栽培指導員2名を配置しており、新規就農希望者に対する相談対応及び各種情報提供、新規就農者に対する栽培及び経営などの巡回指導などを実施している。

また、令和3年度までに農業経営開始した者を対象とする農業次世代人材投資資金や令和4年度以降に農業経営を開始した者を対象とする経営開始資金の交付、経営発展支援事業として就農後の経営発展のために必要な機械・施設の導入等の取組を行い、新規就農者を支援している。

しかしながら、近年の気候変動により、全国的に農産物の生産量が不安定となり、経営リスクが高まっていることや、就農希望者がいても優良農地は既存の担い手によって耕作されているため農地が見つからないケースが多いこと、現行の経営開始資金は、交付期間が農業経営後3年間であり、交付期間中に経営を安定させるための支援の強化が課題となっている。新規就農の希望者は毎年一定数いるため、引き続き就農相談の段階からしっかりサポートしていくこととしている。