

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) 旭川市（人口 310,335人）

ア ICTパークについて（現地視察含む）

旭川市は、旭川駅から徒歩5分の位置に、新たなにぎわいの創出、ICT人材の確保・育成、地場産業の高付加価値化と新産業の創出などを目的として、令和3年2月7日にICTパークを開設した。ICTパークは複数の施設から構成されており、当施設の管理・運営は、一般社団法人大雪カムイミンタラDMOが行っている。

構成する施設のうち、まず、「コクゲキ」は、約180名が収容可能な北海道最大級の劇場型eスポーツスタジアムである。eスポーツとは、コンピューターゲームやビデオゲームを用いて行うスポーツ競技であり、身近なフィジカルスポーツは男性と女性、子どもと大人など、力や体格差により競い合えるスポーツが限られてしまうことに対して、eスポーツは性別や年齢からくる身体的な制限に囚われることなく、国境を越えて同じ条件で競い合えるボードレススポーツとして親しまれている。同施設には最新のICT設備や音響・照明設備も備えられているため、eスポーツ以外の多種多様なイベントにも対応が可能となっており、eスポーツ大会や交流会に限らず、パブリックビューイング等のイベントも開催している。

次に、「トレーニングジム」では、eスポーツのトレーニングのほか、教育機関と連携したプログラミング教室やデジタル技術を使ったクリエイティブな体験など様々な取組を行うことができる。

次に、「スマートイノベーションラボ北海道旭川ルーム」は、NTT東日本が設置した施設で、AIやIoT等の先端技術を活用した研修や、新たな企業の交流を推進し、ICTに関連する企業を幅広く誘致することで、地域産業の課題解決を推進している。また、NTT東日本主催のプログラミング教室も定期的で開催し、ICTに強い人材の育成の場としても活用されている。ほかにも、フリーWi-Fiを完備したフリースペースやコワーキングスペースなども整備されている。

施設を開設した効果として、令和7年度のトレーニングジムの利用実績は延べ1,500人であり、そのうちの約98%は高校生世代となっている。また、若者だけでなく、高齢者向けのeスポーツも実施しており、幅広い世

代が I C T パークに集まることで、中心市街地のにぎわいを創出している。

今後は、地域課題の解決はもちろんのこと、e スポーツ振興や I C T 人材育成、I C T 企業の誘致や交流促進、子どもたちの学習など多岐にわたる取組を連動させ、国の補助金や市の予算を投じている運営についても、独立採算で自走できるよう取り組んでいくこととしている。

イ 農産物等流通拡大支援について

旭川市の農業は、豊かな水資源と肥沃な土地、気象条件に恵まれ、稲作を中心に畑作、野菜、果樹及び畜産物等の幅広い農産物を生産し、我が国の「食料基地・北海道」の農業を支える重要な役割を果たしている。基幹である稲作は、米産地として生産性や品質の面でも道内でもトップクラスであるほか、Y E S ! C l e a n の認証を受けている作物の数も北海道内では最多であり、安全安心な産地を目指した取組が進んでいる。こうした同市の農業の魅力を発信し、産地としての地位を高め、ブランド化を推進するとともに、農産物の付加価値向上や流通拡大・販路開拓を図り、農業者の収益確保や営農意欲向上につながるような事業を展開している。

同市では、平成24年度から農産物等流通拡大支援事業を開始し、農産物の付加価値向上や流通拡大を図るため、産地一体となった P R、6 次産業化に向けた商品開発を行う農業者の取組や、食関連事業者とのマッチングを支援している。

まず、農産物の P R 及び 6 次産業化に向けた取組について、農業者が自ら生産した農畜産物を活用し、自らもしくは商工業者と連携して農畜産物の付加価値向上を目的とした商品開発に対して、農畜産物商品開発支援補助金を交付している。対象経費は外注加工費や外注デザイン開発費等であり、上限額は100万円以内（補助対象経費の2分の1以内）で、令和6年度は3件、計181万8,000円の交付実績となっている。

次に、農畜産物の消費拡大を図るため、令和5年度から同市出身のフレンチシェフである下國 伸シェフを「旭川食のアンバサダー」として任命し、農畜産物や食文化に関する P R 活動を強化している。具体的には、下國シェフと小中学生による「あさひかわ食の応援隊」を結成し、新名物開発を目標に農と食について学ぶ活動や、同市で毎年9月に開催される「北の恵みあさひかわ食べマルシェ」に出展し、旭川産農産物を使用したメニューの販売を行った。また、旭山動物園で、8月の夜間営業期間中に、専門学校生や大学生と考案した特別メニューの販売や各種

料理教室を開催した。

さらに、食関連事業者とのマッチング及び販路拡大について、企業や個人からのふるさと納税を活用し、地域を代表する農産物である旭川産のお米を中心に、全国の子ども食堂やひとり親世帯へ届けるプロジェクトを実施している。令和7年度の実績は、47都道府県全ての地域のうち、720団体に計1万5,743キログラムを寄贈している。この取組により、ふるさと納税の健全な発展を目指す自治体連合主催のふるさと納税自治体連合表彰において、優良事例として表彰がなされている。

今後の課題としては、「北海道産」ではなく「旭川産」としての農産物の知名度の向上や、サツマイモなどの新規作物の産地としてのPR活動の実施が挙げられており、これまでの取組を継続するとともに、新規事業として旭川食のアンバサダーと児童生徒が共に旭川の農産物について学び、おいしい給食の献立を考案する「あさひかわ夢の給食プロジェクト」を実施することとしている。

(2) 小樽市（人口 101,671人）

ア 観光施策について

小樽市は、北海道西海岸の中央に位置しており、海、港、山、坂、運河と倉庫群、歴史的建造物、食文化など豊富な観光資源に恵まれたまちであり、明治以降の歴史の面影を色濃く残す町並みが今も残り、多くの観光客が訪れる国内有数の観光都市である。

同市は、北海道の導入時期と併せて、令和8年4月1日から宿泊税の導入を開始した。「誰もが安心して快適に滞在することができ、国際的にも通用する観光地」を目指し、観光振興に関する必要な経費に充てることを宿泊税の目的としており、宿泊者1人1泊につき一律200円を徴収することとしている。

令和8年度の宿泊税による歳入予算は2億100万円を見込んでおり、事業充当額は1億5,356万9,000円、その内訳として、歴史遺産や個性ある景観の保全に700万円、観光インフラの整備に1,151万8,000円、受入環境の整備に4,811万円、マーケティング等に基づく観光戦略づくりに6,671万円、賦課徴収に係る経費に2,023万1,000円としており、残りの4,743万1,000円については、翌年度に支給する特別徴収義務者交付金及び観光振興における不測の事態や社会情勢の変化等に対応するための財源として、基金に積み立てることとしている。この中で、観光戦略づくりとして、地域DMO交付金に6,000万円を充当している。これは、国のガイド

ライン改正を踏まえ、DMOに対する総合的な支援を実施し、観光地域づくりの司令塔として、今後、DMOを中心に観光振興を進めていくためである。

また、受入環境の整備のうち、特に課題と感じているオーバーツーリズム対策事業費に3,147万1,000円が充当されている。同市の令和6年度の観光入込客数は約800万人で、前年度比106%と増加傾向であり、インバウンド客数も過去最高を記録している。一方、観光客が増加することによる公共交通や観光地の混雑、道路上での写真撮影や他人の土地に無断で入る行為やゴミを捨てる行為などのマナー問題が発生していた。このことから、同市は「観光がもたらす恩恵」と「市民の安心快適な暮らし」の両立による持続可能な観光地域づくりを目指す姿とし、関係団体と小樽市オーバーツーリズム対策連絡協議会を立ち上げた。

令和7年度は主に5つのオーバーツーリズム対策を講じており、まず1つ目に、「受入環境の整備・増強」として、観光客を送迎するバスの渋滞や混雑を解消するため、バスの待機場所の確保や警備員の配置等を行った。また、小樽駅内ターミナル及び混雑が顕著な市内バス停留所における混雑緩和に向けて、訪日外国人対応のディスプレイ及び翻訳機の設置、デジタルサイネージでの多言語表示、カメラ及びスピーカーを設置することで増便対応の案内を行うほか、新千歳空港から小樽間の手荷物配送サービスの実証事業を行った。2つ目に、「需要の分散・平準化」として、早朝に楽しめるコンテンツや北運河方面への回遊性を高めるコンテンツを盛り込んだツアーの実証事業を実施した。3つ目に、「マナー違反行為の防止・抑制」として、道路上で写真撮影するなど車の通行を妨げる行為や、他人の土地に無断で入るなどの注意対象行為対策として、ポスター製作や警備員の配置、SNSやインフルエンサーを活用した旅マエ・旅ナカにおける注意喚起、マナー啓発を目指したPR動画の制作・発信を行った。4つ目に、「地域住民と協働した観光振興」として、観光が地域にもたらす恩恵を見える化し、地域住民等に説明する資料等の作成や周知を行った。5つ目に、「調査・分析」として、令和6年1月分から令和7年12月分までのGPS人流データを活用し、高解像度な観光動態を把握することで、混雑状況を可視化し、オーバーツーリズムの実態や対策後の効果を分散誘導対策などに活用した。

取組の効果として、早朝観光プランでは、時間帯や観光エリアの分散により混雑が少ない状態で観光できることから、8割の参加者からオーバーツーリズムの観点で有効性があると意見を得た。また、インフルエ

ンサーを起用したマナー啓発動画は、目標の50万回再生に対して約400万回再生と大幅に超えることに成功した。

今後も様々なオーバーツーリズム対策を講じながら、外国人観光客に対して日本におけるマナーやルールを伝えるとともに、地域住民に取組に対する理解・認知度向上に努めていくこととしている。