

総務経済委員会行政視察調査報告書

1. 調査月日 令和5年10月24日～10月27日
2. 調査先・項目
- 栃木県日光市
・新しいブランディング「NEW DAY, NEW LIGHT. 日光」の取組について
- 長野県上田市
・空き家対策事業について
- 静岡県焼津市
・ドローンを使った防災について
3. 調査派遣委員
- | | |
|-------|------|
| 井戸達也 | 小田部照 |
| 澤谷淳子 | 立崎聡一 |
| 深津晴江 | 松浦敏司 |
| 山田庫司郎 | |
4. 調査結果 別紙のとおり

網走市議会総務経済委員会
委員長 井戸 達也

栃木県日光市「新たなブランディング」の取組

日光市では2006年に93,657人であった人口が2023年では74,047人と年間1,000人以上の減少となり、加えてWEB・SNSの普及による社会環境の変化、独自性や付加価値といった要素がより強く求められる生活者意識の変化、新型コロナウイルス感染症による影響で、これからは「リアル」の価値が従来以上に高まるなど地域間競争の激化することを想定し、現状における市民意識や外部評価など、実態把握のため様々なアンケート調査を実施。

その結果「ブランド」は長期的な利益を生み出す効果があるとの結論に至り、その中で地域の価値を高め、様々な人にとって「選ばれる日光市」を確立すべきと考えた。

戦略の方向性として展開の軸となるブランドコンセプトおよびシンボルマークを固め、市の各施策を連動させることにより、効果的にブランドイメージ発信とコミュニケーション展開を実施し本質的な日光市の価値向上と資産化につなげていくこととした。

統一的なブランドコンセプトの考え方としては

- ① 新しい日光を示す‘標’となるものとする
- ② 中長期的展開かつ水平展開を可能とし、今後のあらゆる日光市の資源およびコミュニケーションを包括し、有機的に連動させていくことを目指す
- ③ 既存シンボルおよび他自治体との差別化を図る

これらの考えから、日光市の強みは「古くからあるもの」から「新しくできたもの」まで、他にはない豊かな自然や観光地、そして名産品がある、この豊富な資源こそが日光の強みであり「光」、日光市はこれから始まる「新しい日常」において、いろいろな人にとって、「新しい光」に包まれている場所であるとイメージ付けた。

NEW DAY、NEW LIGHT、新しい日、新しい光。これが「新しい日光」を指し示す言葉となり、‘古くからあるもの’から‘新しくできたもの’まで新しく光を当てることで、より活気あふれる、魅力的な街へと育てていく事を統一的なブランドコンセプトと設定した。

この「NEW DAY、NEW LIGHT」の取組は、日光市だけでなく、市民、観光客、日光市に関わる全ての方と連動しながら創り上げていくものとして、SNSの情報発信力、情報のアレンジ力、新しいものへの感度が高いF1層（20～34歳までの女性）、F2層（35～49歳の女性）を中心とした認知を広める展開へとつなげるもの。

具体的事業を進めていくにあたり秘書広報課事業として、市民小中学生を巻き込んだ「隠れすぎ遺産」の発掘やアニメを活用したプロモーション、商工課と連携した安らぎや癒しを与えるスイーツをテーマとした「ChocottoNIKKO」、観光課事業として、これまでにない日光の巡り方の提案や撮影を誘致する企画のフィルムコミッションなど様々な資源を新たな形で活用した取組を進めており、今後の成果が期待できるものとなっている。

まちをあげて、その特徴を生かしたブランディングに取り組むことは、イメージと印象付けるものとして重要であると強く感じ、観光地としての差別化、市民への意識付けを行政主導のもとに進めることは理想的な取組であり、そこへ如何にして多くの方々を巻き込んでいくかがこれからの課題であると感じました。

長野県上田市「空き家対策事業」の取組

平成30年住宅・土地統計調査において長野県の空き家総戸数は全国平均の180,615戸を上回る197,300戸（空き家率19.6%）であった。上田市でも空き家率が17.1%である種別内訳の中で、利活用が困難なその他住宅（長期的にわたって不在の住宅、取り壊す予定の住宅、分類不能な住宅）が大部分を占める結果となったことから、防災・防犯・景観・衛生上、空き家対策が必要との判断に至った。また直近10年間の上田市における人口数と世帯数をみると、人口数は減っているが、世帯数は増えている現状にあり、高齢化の加速も進む中において、地元宅建協会の強い働きかけもあり、本格的な事業の着手へと繋がった。

こうした中で、平成29年度に上田市空家対策等対策協議会設置要綱を策定し、翌年の平成30年度に上田市空家等対策計画を策定、令和元年度に都市建設部に空家対策室を新設、令和2年度に上田市老朽危険空家解体・利活用事業補助金の受付を開始した。

所有者の要望と必要な対応を適切に行うため、空き家対策として「老朽危険空家解体・利活用補助金事業」「空き家情報バンク事業」「空き家

セカンドユース事業」の3つの事業を実施することとし、空き家の所有者が抱える様々な問題を解決するため、専門的なアドバイス、実施ができる9団体と令和2年11月に協定を締結。さらに13名の委員で構成する上田市空き家等対策協議会の設置、今までに複数課にて実施していた住宅政策業務を情報の一元化を図り、総合的な視点で政策の強化を目的に「住宅政策課」を新設するなどの体制整備を行った。その結果、1か月あたり18件程度の空き家相談件数があり、専門家（宅建協会など）による市内の空き家・住宅に関する相談会も年3～4回実施しており、各回5～6件の受付をしている相談会ではお知らせ後すぐに予約枠が埋まる状態となっており、関心の高さがうかがわれる。

相談会では、相談者の希望・物件の状況などを聞いた後、解体補助金を利用しての空き家解体・売買に向けた空き家バンク登録・賃貸に向けたセカンドユース・登記等の問題解決といった方法により、解決へと繋げる取組を行っている。

解体事業についてはレベル1～3までの基準の中でレベル3を不良住宅として解体費用の2分の1、上限額を50万円とし、社会資本整備総合交付金を財源に補助している。

利活用事業については、解体後、その跡地で1年以内に新築住戸を建築する場合等に利用でき、補助率は市単費を財源に建設工事費用の10分の2、上限額を50万円としている。

空き家情報バンク事業については、平成27年に長野県宅地建物取引業協会上田支部と「上田市空き家情報バンク制度に基づく空き家の媒介に関する協定」を締結し、同年に上田市ホームページに特設ページを新設しており、事業開始後は登録数が増え190件の成約数となっており、この上田市空き家バンク運営安定化を図るため、ふるさと納税の寄付金を活用し合同会社「信州うえだ移住支援センター」と委託契約を締結し、上田市住宅政策課内に事務所を置き、現在は社員2名体制で運営しており、空き家情報バンク利用者には一定の条件をもとに引越・改修費用の補助金の対象としており、20万円（県外からの移住者に対しては上限額50万円）としている。

空き家セカンドユース事業については、令和4年度に新規事業として長野県宅地建物取引業協会上田支部と協定を締結することで官民連携の協力体制を確立し、「売りたい」「借りて住みたい」のニーズに応える取組を進め、対象物件を購入した不動産業者に対して、デジタル田園都市国家構想交付金を財源とし50万円を上限にリフォーム費用の2分の1の改修費を補助し、令和5年は3件の成約に至っている。

この事業の実施に関しては、市内不動産業者が対象物件を取得してのリフォームであるため等課題が多く、改善に向けた仕組みづくりを実施予定との事。今後は市外の対象不動産業者に拡大すること、空き家所有者が貸主となること、その他物件所有者（個人投資家等）を対象とするなどの変更を行うとしている。

これらの事業を進める中で、解決困難な空き家も存在しており、「空家等対策の推進に関する特別措置法」に定める上田市空家等対策協議会の審議によって認定される「特定空家」は令和3年1件、令和4年3件となっており、相続人調査や相続財産清算人など調査を含め申立費用などの解決に向けた困難な課題もある。

人口減少が進む中、核家族化も大きく進み、空き家の戸数は増え続ける現状において、どの自治体も大きな課題となっており、個人の財産を第三者が左右することは法的な問題も含め課題が多い中、官民連携により効率良く進める取組には評価すべき点が多く、あらゆる方法で増え続ける空き家問題の解決に向け取り組む必要性を感じました。

静岡県焼津市「ドローンを使った防災」の取組

平成27年7月市内住宅裏の山林で大雨により土砂崩落が発生したが、人的な調査が十分に実施できず、自治会を含め上空からの確認を求める声があがり、「災害対策本部の強化」「災害情報の見える化」を進めることとした。

行政にとって視覚的に災害状況を捉えることで、迅速な災害状況の把握や適切な応急対策の検討が速やかに行え、住民に対し視覚的に情報を提供することで、危機意識が高まり、具体的な備えや避難行動につながる事から、平成28年4月に新たな災害対策組織となる防災航空隊「ブルーシーガルズ」を発足した。この名称は焼津市と静岡産業大学との学官連携事業により決定した「焼津ブルー」と市の鳥「シーガル」をあわせたもので、防災部長を隊長とし、地域防災課長を副隊長と位置付け、その他に無人航空機操縦者技能証明二等、講師・修了審査員を含む防災部10名、この他道路・河川・広報・農政など平時での活用が検討される部局7名の構成となっている。

操縦士の育成では、全国自治体初となる講習団体として国交省HPに掲載されており、その中で焼津市とDJI JAPAN(株)（メーカー・管理団体）(株)アルマダス（映像制作会社・講習団体）と間で「ドローンの運

用連携に関する協定」①機体等の貸与②操縦者の育成③訓練の実施と機体の検証④飛行可能場所の協力⑤各種事業の実施などの締結を行っている。さらに JULC 日本無人航空機免許センター(株)と「操縦技能証明資格取得の教材提供に関する協定」を締結し、操縦者技能証明資格に係る教材の提供や登録講習機関運営に係る資料の提供までの協力を行っている。

これらの先進的な取組を進める中で、災害時の運用における基本的な考えとして、地方公共団体またはこれらの依頼を受けた者が事故・災害に際し、捜索または救助のために無人航空機を飛行させる場合は航空法第 132 条の 85 など（飛行の禁止空域、飛行の方法、第三者が立ち入った場合の措置、飛行計画、飛行日誌）の規定が適用されないこととなっており、これまで存在しなかった新たな災害情報の発信ができるものとなっている。

消防署と市の防災部局が同居する「消防防災センター」に消防指令センターが設置されている事で情報の覚知が早く且つ同時に共有できることから、職員の人事交流で連携が強化され、指揮隊との画像共有や指令センターへの映像中継、さらには救命浮環の投下など、前向きな発想で訓練を企画することもでき、その有効性を常に検証できる状況で最大限の有効活用を目指している。また、災害に出動し、いち早く現場へ駆けつけるため、これまでの水防車として使用していた車両を消防車とするなどの緊急車輛の再整備を行うなどの体制強化も図っている。

行政間連携の中で、同時に消防団との連携も進めており、令和元年度には女性を含め 16 名の団員によるドローン隊（スカイシュート）が発足され、火災出動や捜索活動訓練などで活用されている。

防災や災害対応には新たな可能性も視野に入れた中で、如何に迅速に対応できるかが大きな課題であり、正確でわかりやすい情報の共有は的確な判断・指示においても重要である。

災害時には人命の確保が最優先であり、これまでの手段では把握できなかった情報を正確に伝える事のできる新たなツールとして、ドローンの活用は今後広がっていくものと考えている。

令和 5 年度 総務経済委員会視察報告書

網走市議会総務経済委員会
小田部 照

1 栃木県日光市

新しいブランディング「NEW DAY, NEW LIGHT. 日光」の取組について

日光市は、人口は約7万6千人、日本で3番目の面積を誇る市であり、世界遺産である日光東照宮、日光の社寺が有名である。

市に存在する自然遺産といった著名な資源により、市外に対して高い魅力度と知名度を誇っており、歴史の町としての評価は高い。

しかし、ほかにも華厳の滝や自然・紅葉、鬼怒川温泉のほか、スポーツアクティビティといった魅力的な資源は多々あるが、その理解度は低い傾向にある。

また、例にもれず深刻な人口減少があり、合併した当時から17年で約2万人が減少。市民意識アンケートでも愛着を感じる、住み続けたい、といった回答がここ10年ほどで10%程度低下している。

市の本質的な魅力・価値が伝わっていないのではないかとこの考えから、ブランディングを考えた。

日光市のブランディングの目的は、地域の価値を高め、様々な人を選ばれる、優先して選んでくれるファンを創造し獲得するといった、「選ばれる日光市」の確立である。

「NEW DAY, NEW LIGHT.」は、日光市だけが創り上げるものではなく、市民や観光客、日光市に関わる全ての方と連動しながら、創り上げていく市民参加型プロジェクトである。

基本方針として、5つの柱に沿っており、

1. 市民との共創体制の確立

市民のコンセプトの理解促進。

市民と連動した活動の実施・市外への発信。

市内資源の磨き上げ。

市外での話題や憧れにより市内活動の活性化。

PROJECT① NEW DAY, NEW LIGHT. BRAND GUIDELINES

*市民・市内企業にブランドコンセプトを浸透させていくことで、自発的な情報発信と市内環境づくり、愛着の醸成につなげる。

*市民等の行動を促すためにも、市外に対し、ブランドコンセプトの認知向上・話題化を行い、ブランドイメージの構築を図る。

PROJECT② 日光隠れすぎ遺産プロジェクト

小・中学生を対象に、自分のおすすめスポットを募集。

採用されれば著名人に YouTube で発信されるという話題性から、市民の興味を惹き、1,500 件以上の応募があった。

自分のおすすめスポットが採用されれば、市民の自信にもつながる。

また、今後のブランディングにも活用可能な素材が集まってきた。

2. 魅力的な資源のストーリー化・テーマ化

日光市の様々な資源をストーリー・テーマで束ね発信することで、興味・関心を引き、意識変容を促す。市外（アウター）から観光意欲等が刺激され、実際の行動へとつながる。

PROJECT③ 観光プロジェクト「Route.N」

これまでにない日光の巡り方を提案する企画。

日光市の魅力的な資源を、ストーリーやテーマごとに束ねて、今までにない視点で日光を楽しむ観光ルートを提案。

よくあるバスツアーのようなコースではなく、旅する人たちの心をくすぐるような魅力的なルートをイラストマップや動画で表現し、どんどん提案していく。

3. 新しいコンテンツを活用した魅力向上

従来の資源を新たな資源・コンテンツと連携させ、新規層の入口を開拓。

PROJECT④ フィルムコレクション「Studio.N」

日光に撮影を誘致することを目的とした企画。

日光には物語に似合う景色がたくさんあり、映画・ドラマ・バラエティー・YouTube など、ロケ地をお探しの方へおすすめの場所を紹介。

PROJECT⑤ アニメを活用したプロモーション

日光市が舞台となったアニメ「プラオレ!“PRIDE OF ORANGE”」を活用し、新たな顧客層の開拓のため、市内既存資源と連動させ、相乗効果を生み出す。

PROJECT⑥ CHOCOTTO NIKKO

日光独自の和魂洋才の魅力を発信する媒体として「チョコレート」を活用し、市内の活性化を図る。

2022 年 11 月より開始し、参加店舗は 30 店舗以上、公式インスタグラムフォロワー500 以上。

4. 体験価値の向上

5. 企業活動的考え方（プロモーションミックス等）の導入

まだまだ始まったばかり、市だけでなく、市民、観光客、日光市に関わる全ての方と創り上げていきたいと考えている。

2 長野県上田市

上田市の空き家対策について

上田市は、人口約15万人で南北に高原を有し、夏はラグビー、冬はスキーなど、クラブチームの合宿地として賑う。

大河ドラマ「真田丸」の舞台となり、真田氏が拠点を構えた上田城は現在公園として整備され、日本百名城に選ばれている。

上田市の人口は、2000年をピークに減少しており、空き家率が17.1%、令和元年度に都市建設部に空き家対策室を新設。空き家所有者の要望と必要な対応を行うため、3つの事業を実施。

1、老朽危険空家解体・利活用補助金事業

解体、利活用に住宅地区改良法に基づく判定基準を準用し、補助金を支給。

課題として、令和5年度は申請者多数につき新規受付を停止。需要に対応する予算枠の拡充が喫緊の課題。

利活用は予定に対して実績が及ばず、方向性の検討が必要

2、空き家情報バンク事業

空き家所有者が抱える問題を解決するため、専門的なアドバイス、実践ができる9団体と令和2年11月に【空家等対策に関する協定】の締結。

空き家の売買や賃貸を希望する所有者等から申し込みを受けた情報を、空き家利活用希望者に提供し、空き家解消と定住促進による地域活性化を図る。

3、空き家セカンドユース事業

令和4年度に新規事業として開始し、長野県宅地建物取引業協会上田支部と「上田市空き家セカンドユース事業に基づく空き家の媒介に関する協定書」を締結し、協力体制を確立。

市内の空き家を不動産業者が購入し、リフォームを実施した後、移住者等に賃貸物件として提供することで、所有者の希望である「売りたい」と、利用者の希望である「借りて住みたい」を官民連携で実現。

課題として、不動産業者が対象物件を取得してリフォーム、借主を探すという仕組みに無理があり、対象不動産業者を市内に絞ったため、参画業者が限られてしまった。

事業課題を改善するため仕組みの改良を実施予定。

*空き家対策室、住宅課、移住交流推進課の3課で実施していた住宅政策業務を、情報の一元化を図り、総合的な視点で政策の強化を目的に「住宅政策課」を令和5年4月に新設。一括して請け負うこととなった。

3 静岡県焼津市

ドローンを使った防災について

焼津市は、人口約13万6千人、東京都と名古屋市の間に位置し、東名高速のICやJR東海道本線にも2駅あり、交通の利便性にも優れている。

市内には焼津漁港と大井川港の2つの港湾があり、全国有数の水産文化都市として機能している。

平成27年、大雨により土砂崩落が発生し、集落への影響を警戒。

山林での土砂崩落発生との通報から、はしご車で上空からの状況確認を試みたが、思うように接近できず。

この経験から、市長が『災害対策本部機能の強化』『災害情報の見える化』を推進し、無人航空機1機の導入を決定。

狙い① 行政にとって

視覚的に災害状況を捉えることで迅速な被害状況の把握や、適切な応急対策の検討が速やかに行える。

狙い② 住民にとって

視覚的に情報を住民に提供することで危機意識が高まり、具体的な備えや避難行動につながる。

焼津市防災航空隊「ブルーシーガルズ」を発足。

無人航空機の運用体制の強化を図るために発足させ、操縦者の育成を図っていくこととした。

知識と技能を兼ね備えた操縦者を育成するため、全国自治体初となる講習団体として国交省HPに掲載。

令和5年3月、全国自治体で唯一の国家資格登録講習機関となった。

ドローンの有用性を広く周知するとともに、防災体制の充実や交流人口の増加など、焼津市の発展に寄与することを目的に、ドローンのメーカー、映像制作・講習団体2社と協定を締結。

協定内容は、①機体等の貸与 ②操縦者の育成 ③訓練の実施と機体の検証 ④飛行可能場所の協力 ⑤各種事業の実施 である。

日本でのドローンは、中国製品が8割のシェア。

様々な連携が生まれる消防防災センター

- ・消防署と市の防災部局が同居している。
- ・消防指令センターが設置されており情報の覚知が早い、同時。
- ・職員の人事交流で連携強化
- ・前向きな発想で訓練を企画。有効性を常に検証している。
- ・最大限の有効活用を目指す。

ドローンによる撮影以外の可能性を検討、水難救助に可能性を探る。

- ・要救助者の捜索
- ・要救助者までの距離測定
- ・水上バイクやボートの誘導
- ・流される要救助者を自動追尾
- ・救命器具の搬送、投下

飛行内容の一例

防災・消防	災害現場の調査、被災状況の確認 防災訓練や水防演習、消防との合同訓練 消防活動（要救助者検索、活動状況把握）
道路・河川	道路、河川、離岸堤、橋梁などの状況調査 海岸の堆積物や浸食状況調査
資産管理	施設損耗確認やレイアウト検討 施設屋根の劣化調査
農政	農道管理、土砂崩落確認 獣害対策、鳥獣生息状況捜査
観光・広報	プロモーション用動画撮影 広報誌用画像撮影 海水浴場の沖合サメの監視

運用に関する課題

機材面：製品の開発スピードが速く、サイクルが2～3年
バッテリー形状が異なり、機体間での共用不可
悪天候下での飛行が困難

軽微な点検等を行える知識が必要
映像伝送システムの導入が追加で必要
運用面：操縦体制、操縦士の確立、育成時間が確保できない
人事異動
災害時の有人機と無人機の空域管理
防災以外のニーズが増加
日進月歩の産業であるため、情報収集が不可欠
*講習・検定を終了した職員のフォローアップが必要。

ドローン隊 『スカイシュート』

消防団のドローン隊であり、令和元年度に発足、水火災や地震発生時に人が近づけない場所や、目に見えない場所の迅速な状況把握及び現場対応の効率化を図ることを目的としている。

令和5年度 総務経済委員会視察報告書

網走市議会総務経済委員会
澤谷 淳子

令和5年10月24日～10月27日の日程で、栃木県日光市 新しいブランディング「NEW DAY, NEW LIGHT 日光」について、長野県上田市 空き家対策事業について、静岡県焼津市 ドローンを使った防災について視察させていただきました。

1. 新しいブランディング「NEW DAY, NEW LIGHT 日光」について

栃木県 日光市 人口 76,743 人 世帯数 36,538 世帯 面積 1,449.83 km²

日光市は平成18年に2市(日光市・今市市)・2町(足尾町・藤原町)・1村(栗山村)が合併し日本で3番目に面積の広い日光市となりました。

日光市と言えば世界遺産の日光東照宮や社寺、中禅寺湖の自然など有名な「ブランド」があるのに、なぜ新しいブランディングなのか？

当市も「監獄」「流氷」などすでに“網走ブランド”があると思っすので非常に関心の高いテーマでした。

まず、担当の企画総務部 秘書広報課 プロモーション部門の方々の情熱がブランドの再構築(ブランディング)にあたり「市の主導でやる」との決意が大きな推進力になっていました。

日光東照宮の他に「日光の名水」「日光の湯波」「日光のそば」などブランド化されている物品もあります。更にもっと市民の皆さまに市内に点在する様々な地域資源 自然・歴史・文化・風習・食・産業・技術・生活・環境・健康の10分野から選出してもらい日光のブランド戦略として「日光ブランド認定制度」を創設し募集しました。審査投票には一般の市民も参加できます。これにより新たな「ブランド」が159件に。しかしながら、ある市議会議員から「数が増え過ぎてこれは“ブランド”と言えるのか？」との意見を受け、平成31年に認定制度を休止しました。(現在は平成の日光ブランドとして整理されています)

このような経緯を経て、深刻な人口減少、WEB・SNS等の普及によ

って大量の情報が流通する社会環境の変化、「他にはない魅力」「そこでしか味わえない体験」など独自性や付加価値といった生活者の変化、そしてコロナ禍に対応する非接触社会で実際に訪れる・触れる・リアルの価値が従来以上に高まることが想定されたコロナによる影響が、新しいブランディングへととなりました。

★「NEW DAY, NEW LIGHT 日光」プロジェクトはコロナ禍で観光ガタ落ちの時からスタートしました。日光市のロゴも刷新し、それは「1人ひとりが自慢したくなる場所・モノ・コトに光を当て小さくても集まると大きな光になる」との思いが込められているそうです。(プロに依頼し「光」の文字をデザイン)

観光客 1,200 万人が訪れる日光市。その方たちが自発的に日光市の魅力を発信してくれるよう観光客も市民も日光市に係る全ての人が日光ファンになって愛着を持ち、たとえ人口が減ったとしても、日光市に住んでいなくても、全国にファンが点在していれば、ふるさと納税で返ってくるとか色々なことができる。具体的な取組の一部として、

- * ブランドコンセプトをまず市民と市職員に理解してもらう。
 - * 主導は市だが何より市民と共に進めていくためにプロジェクトの説明冊子を作りそれを活用し理解を深めていただき参加協力してもらう。
 - * 市内の小・中学生に日光の隠れたお勧めスポットを募集。ご当地著名人（お笑い芸人 銀シャリさん・U 事工事さんなど）にその場所を訪問してもらい YouTube 配信。投稿者もそれに一緒に出演してもらうので楽しく自信をもって応募してくれた。隠れスポットは 1500 件集まった。今後のブランディングに活用したい。
 - * YouTube を見た人から「日光東照宮しか知らなかった！新しいことが分かって良かった！」などコメントで反響を知った。
 - * アニメを使ったエンドカード（来週も見てね等）を活用して杉並木や鬼怒川温泉を紹介し、皆様にもアニメファンにも評判だった。
- など。

感 想

コロナ禍に、有名な日光東照宮という観光地があるだけでは弱い、と古くからあるものを生かしつつ新しい取組をスタートさせた日光市は市民

も参加しやすく観光客や係わる人たちを巻き込むような発想が素晴らしいです。

当市の流氷館リニューアルも良かったですが、在住の地元市民や観光客も積極的に参加してもらえそうな新たな何かを考える機会になりました。

どんな新しいことも担当者の熱と圧が感じられるほど市民の反応も良いと感じました。

2、空き家対策事業について

長野県 上田市 人口 152,829 人 世帯数 65,859 世帯 面積 552.04 km²

上田市は平成 18 年に 1 市（旧上田市）2 町（真田町・丸子町）1 村（武石村）が合併して上田市になりました。

長野県の地域特性として普段は人が住んでいない住宅の別荘やセカンドハウスも多く、人口減少と高齢世帯が後に空き家になったり、県別空き家率で長野県は全国 3 位でした。（1 位 山梨県・2 位 和歌山県）増え続ける空き家対策として

- ・平成 29 年度 上田市空家等対策協議会設置要綱の策定
- ・平成 30 年度 上田市空家等対策計画の策定
- ・令和元年度 都市建設部に空家対策室を新設（以前は建築指導課が担当）
- ・令和 2 年度 上田市老朽危険空家解体・利活用事業補助金の受付開始

など、国の制度を活用しながら取り組んでいました。

その後、上田市空家等対策協議会設置要綱に基づき 13 名の委員で構成された「上田市空家等対策協議会」を設置。

★そして令和 5 年 4 月、今まで複数課で実施していた住宅対策業務を情報の一元化を図り、総合的な視点で対策の強化を目的に「住宅政策課」を新設。

その中で 1. 空き家相談 2. 老朽危険空家解体・利活用事業 3. 空き家情報バンク事業 4. 空き家セカンドユース事業 5. 解決困難な空き家「特定空家の認定」など、住宅対策課として切れ目なく連動して空き家対策を行っています。

感想

新たに立ち上がったばかりの住宅対策課ですので、本当の成果はこれからだと思います。が、担当者が視察説明会の後に談話として語ったことが一番忘れられません。それは宅建協会 上田支部の支部長さんが（長野県の宅建協会 会長と兼務）素晴らしかった！

空き家に困っている所有者さんやご近所さん、宅建協会の会員さん（不動産・建設関係の業界関連会社）と上田市を今こそ官民連携して空き家問題を解決しようと発案。支部長さんから上田市長に呼び掛けてくれました。市長はこれを受け組織改正して新しい課 住宅対策課が誕生しました。

宅建協会 会員158社のうち43社も空き家対策事業に賛同したそうです。空き家を売却・賃貸・利活用できたら国で規定の報酬が得られ会社運営の一助になるので空き家解消に尽力して下さいます。

上田市も国の補助制度を上手に利用しながら、行政代執行で解体できた建物も増え、民間と市がガッチリ連携していました。

（空き家対策ではないですが、上田市ゆかりの武将や忍者をアニメ化して碑のようなスポットを用意し、それを探しながら街を散策できるなど、城跡と言う資源と観光をうまくリンクさせて老いも若きも観光客も外国人も楽しめる街づくりをしていました。）

3、ドローンを使った防災について

静岡県 焼津市 人口 136,623 人 世帯数 59,636 世帯 面積 70.30 km²

焼津市は静岡県の中央部に位置し、富士山静岡空港からは市域のほとんどが20km圏内に位置する交通の利便性に優れている地域です。しかし災害があり平成27年7月9日、大雨により花沢地区で土砂崩落が発生し、人的・物的被害はありませんでしたが、さらに崩落した場合を想定し警戒しました。

同7月12日深夜、住宅裏の山林で土砂崩落の119番通報が入り翌朝まで3世帯が避難、朝になり消防本部の協力によりハシゴ車で上空より状況確認を試みましたが思うように接近できずハシゴも伸長できませんでした。（陸上より迂回調査し倒木と判明した）

これを機に、市長が「災害対策本部機能の強化」と「災害情報の見える化」推進のため無人航空機（ドローン）1機の導入を決定しました。

★平成 28 年 4 月、防災航空隊設置「ブルーシーガールズ」発足

隊長は市の防災部長、副隊長は地域防災課長で第 1 小隊は防災部 10 名、第 2 小隊はその他の部局 7 名で構成されました。

市役所職員がドローン操作をするにあたり知識と技能を兼ね備えた操縦者を育成するため、全国の自治体初となる講習団体として国交省HPに掲載されました。令和 5 年 3 月、全国自治体で唯一の国家資格の登録講習機関になりました。

焼津市は、先進の恩恵で市の職員 1 名が先生として職員にドローン操縦を教え訓練しています。(民間のドローンスクールへ行ったのと同じライセンスになります。) これからは国家資格になりましたので 10 万円かかりますが切り替えられます。また、試験費用も 1 回のみ公費負担、試験の日には有給ではなく仕事として勤務中に受験や訓練できるそうです。また、市職員ですから防災部から他の部署へ人事異動する場合は、今まで訓練してきた人材を新たな部署でもドローン操縦者として出動できるよう、所属長も明確に認識できるよう辞令交付します。

感 想

ドローンの特性を生かして出来る防災の観点から、焼津市が早期に導入したことは大変に評価致します。海・山・川で災害や遭難の状況をいち早く上空から確認できることは、スピード勝負の対応が多い救助や減災の場面には適していると思いました。災害ばかりでなく交通渋滞や街の様子など要請があれば本当にいつでも有効にドローンを活用していました。

しかし、当市に導入を考えた場合、ドローン操縦が国家資格になったことで、これから取り組む自治体は先生役の職員は認められませんので、資格取得に 40~50 万円くらいの高いスクールに通い、ドローン本体も 100 万円くらいと高額です。しかもメンテナンス費用も意外と掛かるそう。また、今のドローンはカメラと飛行の役割を分担し 2 人一組で操縦するので(飛行が安定し写真も安定する)人員もある程度必要になり職員に任せるのは負担が大きいと思いました。導入するなら外部委託か…出動が少ないのでそれも厳しいと思えます。

やはり最先端でいち早く取り入れ焼津市モデルとして国交省のHPに掲載されるくらいのドローン活用事業ですから、費用対効果として当市には厳しいと思われます。

栃木県日光市

新しいブランディング「NEWDAY NEWLIGHT」の取組について

・栃木県日光市は、2006年（平成18年）今市市、日光市、足尾町、藤原町、栗山村が新設合併し発足した。これにより日光江戸村など周辺観光地も「日光市」に含まれることになった。

面積は、関東最大 栃木県全体の約22%を占めている。

「四季の彩りに風薫るひかりの郷」をキャッチフレーズに揚げ、国際観光都市としての振興をはかっている。

（1）概要

・市内にある地域資源を日光ブランドとして設定、広く発信することにより、日光のイメージを高め活力向上化に繋げることを目的。しかしながら、社会的な人口減少、高齢化社会、そこに追い打ちをかけるように新型コロナウイルスの蔓延で非接触型社会に変わっていった。

そもそも「日光」ブランドを生かし切れていないことを反省し、地域の価値を高め、様々な人にとって「選ばれる日光」の確立を目指す。

（2）事業内容・効果

・これから始まる「新しい日常」において、いろいろな人にとって「新しい光」に包まれている場所。

市民との共創体制の確立

資源のストーリー化・テーマ化

新しいコンテンツを活用した魅力向上

（3）問題点、今後の課題

・「ブランド」は長期的な利益を生み出す効果がある。日光東照宮があまりにも有名でほかのコンテンツが隠れてしまう。そうならないよう日光全体の魅力を発信しなければならない。

日光市の取組は、網走においても同じことが重なっているように思えた。担当職員の熱量は大きく、担当課を巻き込み、行政主導ではあるが市民意

識の変化にもあらわれてくるのだと思う。熱い思いがなければ変わるものも変わらないことを改めて感じた。

長野県 上田市 空き家対策事業について

・長野県上田市は県東部(東信地方)の中心都市で県内では3番目の規模。平成18年に上田市、真田市、丸子町、武石村が合併し上田市を構成。観光は、上田城公園、スポーツ合宿で菅平高原があり観光地としてもにぎわいを見せる。

(1) 概要

・平成27年公益社団法人長野県宅地建物取引業協会上田支部と「上田市空家バンク制度に基づく空き家の媒介に関する協定」の締結により発足。

事業は業務委託により進められており、事業先の社員1名が当課内で事務局業務を担っている。

(2) 事業内容・効果

・直近10年間の人口数は減少、世帯は増加。高齢化社会に向かう今、空き家は増加の道を進んでいる。所有者の要望と必要な対応のために3つの事業を展開

老朽危険空家解体・利活用補助金

空き家情報バンク

空き家セカンドユース

3つを柱に市組織改正。空家対策室、移住交流推進課、住宅課を一元化、住宅政策室を新設。事業開始時(平成27年)以降の実績は、登録物件数、売買で273件、賃貸で41件、利用希望者登録数、住替で463件、移住で611件。

(3) 問題点・課題

売買成約に至るまで、低価格物件程問い合わせは多いが、成約までの事前準備が多く、必ずしも成約に結びつかない。

空き家バンクの登録物件はそのまま使えることは、ほとんどない。空家購入費+リフォーム費用が必要でリフォーム費用の問い合わせが多い。

売却希望額と購入希望額との乖離が大きいと成約には至らない。例えば大都市圏と地方の地価を比較し相場の違いを認識したうえで売買価格を設定することが重要。

民間と行政がタッグを組み空き家対策に乗出した取組は重要なこと。まずは、大きな一歩を踏み出したと思います。網走もますます空家が増えていくと思います。様々な手法があると思いますが、参考になる事例だと思いました。

静岡県 焼津市

ドローンを使った防災について

・静岡県焼津市は静岡県中央に位置し、北に富士山、東に駿河湾、西南は志太平野に囲まれ、平成 20 年には大井川町を編入。静岡市と藤枝市に隣接している。

(1) 概要

平成 27 年に発生した土砂災害をきっかけにドローン導入。視覚的に災害状況を捉えることで被害状況の把握、応急対策の検討。住民には危機意識が高まり、具体的な備えや避難行動に繋がる。

(2) 事業内容・効果

- ・パイロットの育成。「ドローンの運用連携に関する協定」締結。「操縦技能証明資格取得の教材提供に関する協定」締結。
- ・水防車から消防車への指定変更。
- ・運用体制 隊長（防災部長）、副隊長（地域防災課長）、第 1 小隊（防災部 10 名）、第 2 小隊（その他部局 7 名）、スカイシュート（消防団員 16 名）
※スカイシュートはブルーシーガルが出動できない場合（土日祝日）に運用。
- ・実績として災害 27 回、庁内各課要請 81 回、イベントでのデモ飛行 7 回、スカイシュート火災出動 3 回、訓練多数

(3) 問題点・課題

- ・継続的な投資。ドローン自体がまだまだ発展途中なので新規の機種が登

- 場する。保障、メンテナンス、システムにも資金が必用。
- ・人材育成が常に必要。人事異動に伴い、新人教育が必用。

とても有益な事業だと思う。災害時に正しい情報に基づき的確な対応することはすごい。いち早く取り組んだ焼津市は、素晴らしい。一方で網走市にすぐにでも導入するには、ハードルが高い。ここまで進んでいる焼津市は、この程度の資金繰りで良いが、新規に進めるとなると体制づくりを含めて厳しいものはある。

令和5年 網走市議会 総務経済委員会行政視察調査報告書

網走市議会総務経済委員会
深津 晴江

日 程：令和5年10月24日（火）～27日（金）

視察先・視察項目

1. 栃木県日光市 新しいブランディング「NEW DAY, NEW LIGHT. 日光」の取組について
2. 長野県上田市 空き家対策事業について
3. 静岡県焼津市 ドローンを使った防災について

10月24日から27日の日程で実施した総務経済委員会所管行政視察について報告する。

視察内容

I 栃木県日光市 新しいブランディング「NEW DAY, NEW LIGHT. 日光」の取組について

1. 概要 人口：76,743人 世帯：36,538世帯 面積：1,449.83平方キロメートル

2. 今までのブランド戦略

様々な地域資源を日光ブランドとして認定し、世界に発信することにより、イメージを高め地域活性化につなげることを目的とした。名水・そば・温泉など自然、歴史、文化など10分野で合計159件を認定。認定の基準はあるがハードルが低く、果たしてブランドとなりうるかとの考えが生じ、平成25年4月より開始された認定を平成31年度に休止した。

3. 新たなブランディング

1) 背景

(1) 深刻な「人口減少」2006年4月93,657人→2023年9月74,047人

(2) 環境の変化に伴う「地域間競争の激化」

- ・社会環境の変化：WEB・SNS等の普及によって大量の情報が流通
- ・生活者意識の変化：独自性や付加価値の要素がより強く求められる傾向
- ・新型コロナウイルス感染症による影響：「リアル」も価値が高まることを想定

2) 課題

(1) 市民評価-市民意識アンケート調査-

- ・愛着度 「愛着を感じる」「やや感じる」と回答した割合
2011年 77.1% → 2022年 65.1% 減少
- ・定住意向度「住み続けたい」「どちらかといえば」と回答した割合
2011年 75.2% → 2022年 64.9% 減少

(2) 外部評価-地域ブランド調査- 市町村別 1,000中 (2023年)

- ・魅力度 16位 ・認知度 22位 ・情報接触度 20位

(3)まとめ 世界遺産といった著名な資源により、市外に対して高い魅力度と知名度を誇っており、歴史のまちとしての評価は高い。一方で、その他の資源への理解度は低い傾向にある。市の本質的な価値向上・資産化が行われていないことが明確になった。「ブランド」は長期的な利益を生み出す効果がある。

⇒地域の価値を高め、様々な人にとって「選ばれる日光市」の確立(=優先して選んでくれるファンの創造・獲得)を目指すことに至った。

3) 戦略の方向性

- ・ブランドコンセプトおよびシンボルマークを固め、各施策を連動させることにより、効果的にブランドイメージ発信とコミュニケーション展開を実施。
- ・強みは「古くからあるもの」から「新しくできたもの」まで、他にはない豊かな自然や観光地、名産品がある。この豊富な資源こそが日光の強みであり、「光」である。これから始まる「新しい日常」において、いろいろな人にとって、「新しい光」に包まれている場所であるという統一的なブランドコンセプトの設定をした。
- ・NEW DAY, NEW LIGHT. の役割
STEP 1 優先して選んでくれる人を創り出す
STEP 2 とともに地域ブランドを育てるファン
STEP 3 ファンを拡大し、ファンとともに「選ばれるまち」として自立

4) 戦略ターゲット

SNSの情報発信力が高い、情報のアレンジ力が高い、新しいものへの感度が高いことから、F1層、M1層を中心にアプローチすることにした。

5) 具体的事業

- ・市民との共創体制の確立→市民、市内企業にブランドコンセプト浸透させていく
- ・隠れすぎ遺産プロジェクト(著名人と小中学生の相互関係、ユーチュ

ープ発信)

- ・魅力的な資源のストーリー化・テーマ化（観光プロジェクト 観光ルートを提案）
- ・新しいコンテンツを活用した魅力向上（撮影を誘致、アニメ・チョコレートを活用）

6) 今後の展開

市民や観光客、日光市に関わる全ての方と連動しながら、創り上げていく。笑顔のまち「日光」プロジェクト、市民の笑顔を集めましょうをテーマにすることを考えている。

【所感】

世界遺産で有名な日光市であるが、人口減少が深刻であり、愛着度・定住意向度の減少に課題があった。今回の視察において、まちづくりを再検討した経過の説明を受けた。そこには、日光市に深い愛着を持つ職員がリーダーシップを発揮して、創り上げていった詳細な過程があったことを知ることができた。また、コロナ禍にあった時に、先を見据えた戦略を立てていたことも把握することができた。

全国的にも知名度がある網走市である。オホーツク文化、古くから知られる刑務所、流氷、農海産物など資源は豊富にあり、点在する資源を結びつけ、トータル的に戦略を立てることの必要性を強く感じる視察となった。この学びを網走ブランドまたはオホーツクブランドを構築し、賑わいを取り戻し、地域活性化を推し進めていくために活用していきたい。

II 長野県上田市 空き家対策事業について

1. 概要 人口：152,987人 世帯：69,242世帯 面積：552.04平方キロメートル

2. 実態

- ・空き家総戸数 13,060戸(空家率17.1%)全国平均を超える(平成30年)
- ・空き家種別内訳 「その他住宅」が49.4%と大部分を占める。

「その他住宅」→長期的にわたって不在の住宅、取り壊す予定の住宅など
空き家の増加傾向がみられ、防災・防犯・景観・衛生上、空き家対策が求められる。

・人口数は減っているが、世帯数は増えている。高齢者の割合も増加している。

3. 上田市組織改正(令和5年4月～)

今まで複数課にて実施していた住宅政策業務を情報の一元化を図り、

総合的な視点で政策の強化を目的に「住宅政策課」を新設した。

4. 事業及び実施体制

1) 空き家相談

(1) 市民からの相談（月 18 件程度）

(2) 専門家（宅建協会など）による空家・住宅に関する相談会（年 3～4 回、各回 5～6 件）

→もっと多くの方の相談ができるか検討が必要

(3) 相談会の周知（広報/HP）→事前準備（現地確認・登記簿取得）

→ヒアリング（相談者の希望、物件の状況） その上で・・・

・解体補助金を利用したの空き家解体

・売買に向けた空き家バンク登録

・賃貸に向けたセカンドユース

・登記等の抹消

※相談内容によって柔軟に対応➡空き家解消につなげる

2) 老朽危険空家解体・利活用事業

(1) 解体事業：令和 2 年度 4 月～ 予定 18 件、実績 21 件（令和 4 年）

補助率は解体費用の 2 分の 1、上限額は 50 万円、交付金活用

(2) 利活用事業：解体後、1 年以内に新築住戸を建築する場合に利用できる。

補助率は建設工事費用の 10 分の 2、上限額は 50 万円、財源は市単費

(3) 課題：需要に対応する予算枠の拡充

利活用は予定に対して実績が及ばず、方向性の検討が必要

3) 空き家情報バンク事業

(1) 空き家の売買や賃貸を希望する所有者から申し込みを受けた情報を、空き家の利活用を希望する者に提供することで、空き家の解消と市内への定住促進による地域の活性化を図る。事業開始後、順調に登録数は増え、成約数は 190 件（市内住替え 61.1%、移住 38.9%）となっている。

(2) 空き家情報バンクの運営は合同会社 信州うえだ移住支援センターと委託契約を締結し、運用している。事務所は住宅政策課内に置き、社員 2 名にて業務運営している。委託の財源はふるさと納税の寄付金を活用。

(3) 空き家情報バンク利用者引越・改修費用補助金事業

・5 年以内に居住することを条件に、引越費用、燃料代等、改修工

事費が対象

- ・補助率は20万円を上限に2分の1。ただし、県外からの移住者の上限は50万円
- ・実施件数14件、補助総額2,442千円（令和4年）と増加している。

(4) その他の取組

- ・SNSでの情報配信
- ・空き家冊子の印刷
- ・自治会長への配布
- ・空き家情報バンク説明会（3回実施、34名参加、登録7件）

4) 空き家セカンドユース事業

(1) 空き家を不動産業者が購入し、リフォームを実施した後、移住者等に賃貸物件として提供することで、官民連携で実現できる。

(2) 対象物件を購入した不動産業者に対して、50万円を上限にリフォーム費用2分の1を補助。財源は田園都市国家構想交付金。

(3) 成約は3件、1件はリフォーム完了し入居者を募集中

(4) 課題

- ・不動産業者が対象物件を取得してリフォーム、借主を探すという仕組みに無理があった。
- ・周知不足
- ・参画業者が限られてしまった
- ・物件の選定基準がかみ合っていなかった。
➡事業課題を改善するために仕組みの改良を実施予定

(5) 変更点

- ・空き家所有者が貸し主となり、賃貸に関わる事務業務は宅建協会にてサポートする。
- ・対象不動産業者を市内から市内外に拡大。
- ・物件所有者（個人投資家等）を対象に拡大。

5) 解決困難な空き家（特定空家等）

- ・相続人調査
- ・相続財産清算人（旧相続財産管理人）

【所感】

空き家対策として、様々な事業の具体的な説明を受けた。まず、住宅に関する課題解決に向けて、担当課を一元化できたことは大きな変革であったと考える。組織作りとしても大変参考になった。そして、宅地建物取引業協会上田支部と協定を締結でき、協力関係が築けたことも事業展開を大きく進めることができた要因だと考える。網走市における空き家問題解消に向けて、行政と民間事業者が協力関係を築けるかがカギとなると考える。

Ⅲ 静岡県焼津市 ドローンを使った防災について

1. 概要 人口:136,623人 世帯:59,636世帯 面積:70.3平方キロメートル
2. ドローン導入の経緯 平成27年大雨により土砂崩落が発生、状況確認が思うようにできず、『災害対策本部機能の強化』『災害情報の見える化』を推進するために、無人航空機1機（ファントム3プロフェッショナル）の導入を決定した。
3. ドローン導入による災害対応の迅速化
 - 狙い①行政にとって～視覚的に災害状況を捉えることで、迅速な被害状況や、適切な応急対策の検討が速やかに行える。
 - 狙い②住民にとって～視覚的に情報を住民に提供することで、危機意識の高まり、具体的な備えや避難行動につながる。
4. 防災航空機隊の設置 愛称『ブルーシーガルズ』
組織として、異動してもドローン操作など続けて行えるようにした。部長から推薦という形を取り、部長からも認識してもらうようにした。隊長（防災部長）、副隊長（地域防災課長）、防災部10名、その他部局（道路・河川・広報・農政など）7名となっている。
5. 操縦士（パイロット）の育成
 - ・ドローンは国家資格となった。ドローンメーカーと協力し人材育成も行っている。
6. 災害時の運用
 - ・有人航空機の運用が優先であることは変わらない。
 - ・飛行計画や飛行日程の提出や記録が免除されるわけではなく、「事後通報」となる。
7. 様々な連携が生まれた『消防防災センター』
 - ・消防署と市の防災部局が同居している。
 - ・消防指令センターが設置されており、情報の覚知が早い、かつ同時
 - ・職員の人事交流で連携強化
 - ・前向きな発想で訓練を企画 有効性を常に検証している
 - ・最大限の有効活用をめざす
8. 積極的活用をめざして
 - ・あらゆる災害に出勤し、いち早く現場に駆け付けるため、緊急車両の再整備
 - ・消防署と水難救助に可能性を探った
 - ・観光プロモーション用動画撮影、海水浴場の沖合サメの監視 など

9. 運用に関する課題

- ・製品の開発スピードが早く、サイクルが2～3年
- ・悪天候下での飛行が困難
- ・機体本体以外にも費用がかかる（ケース、予備バッテリー、タブレット、機体保守点検、機体保険、映像中継システムなど）

10. 運用に関する課題

- ・操縦体制・操縦士の確立、育成時間が確保できない
- ・人事異動
- ・災害時の有人機と無人機の空域管理
- ・防災以外のニーズ増加
- ・日進月歩の産業であるため、情報収集が不可欠

【所感】

焼津市は多くの視察を受け入れており、自治体等のドローンを使った防災の関心の高さを再認識した。ドローンの機体本体だけではなく様々な費用がかかること、人材育成も課題であることがわかった。また、市として消防署と消防防災センターを同居させ、災害への備えをしていることも把握できた。網走市の防災対策の参考にしていきたい。

総務経済委員会の行政視察レポート

網走市議会総務経済委員会

松浦 敏司

総務経済委員会の行政視察のため 10 月 24 日～27 日まで、栃木県日光市、長野県上田市、静岡県焼津市の 3 市の先進的事業を視察しましたのでレポートを提出します。

1 日目は、栃木県日光市の新しいブランディング「NEW DAY, NEW LIGHT. 日光」の取組についてです。

新しいブランディングの説明は、企画総務部 秘書広報課 宇梶政孝副主幹からありました。

日光市の観光客の入込数のピークは 2018 年の 1,200 万人であったが、コロナの感染拡大に伴い、2021 年には約 800 万人まで落ち込む、2022 年には少し回復し 870 万人、宿泊者数は約 300 万人であったのが 2021 年には 160 万人と約半分になる。2022 年は約 250 万人まで回復してきた。

今までのブランド戦略として、ブランド認定制度があり、制度の目的は市内に点在する様々な地域資源を日光ブランドとして認定し、広く世界に発信することにより、日光市のイメージを高め、産業の活力や市民の活力を向上させ地域活性化につなげることを目的とする。また、市民そして交流客が地域資源を知ることでの共感・愛着の醸成、さらに口コミ等による情報発信を期待するものであった。

認定の基準は①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か）②歴史性・継続性（古くから存するものか、継承されているものか）③認知性（広く知られているか）④共感力・背景（市場の共感を得られているか、ストーリー性はあるか）⑤その他（希少性・先進性・信頼性・品質性・将来性・総合判断）と、この間 159 件を認定してきた。平成 31 年度に認定を休止し、現在は「平成の日光ブランド」として整理している。

そこで、新たなブランディングの背景については、日光市の人口が合併当初、2006 年に 9 万 3000 人であったのが、2023 年 9 月には 7 万 4000 人と 17 年間で 2 万人減少するなど深刻な人口減少問題がある。もう一つの背景として、社会環境、いわゆる環境に変化というものを考えたそうです。

環境の変化に伴う「地域間競争の激化」として、①社会環境の変化では WEB・SNS 等の普及によって大量の情報が流通、且つ、安価で良質な

製品やコンテンツなどが巷に溢れている時代。②生活者の変化として、「他にはない魅力」や「そこでしか味わえない体験」など、独自性や付加価値といった要素がより強く求められる傾向に。③新型コロナウイルス感染症による影響として、コロナ禍に対する非接触社会が進んでいく中、実際に訪れること、触れることといった「リアル」の価値が従来以上に高まることを想定。つまり、いままで通りにはいかない、そこで新しいブランディングをすることを考えたとのことでした。

市民評価としてのアンケート調査での愛着度では、「愛着を感じる」「やや感じる」で、2011年77.1%、2022年65.1%、約10%下がっている。定住意向度では「住み続けたい」「どちらかと言えば住み続けたい」が2011年75.2%、2022年64.9%と約10%下がっている。外部評価では、魅力度は2010年は23位であったのが、2023年は16位、認知度では、2010年37位であったのが2023年は22位となっているなど、外部評価のまとめとしては、市に存在する世界遺産といった著名な資源により、市外に対して高い魅力度と知名度を誇っており、歴史のまちとしての評価は高い。一方で、その他の資源への理解度は低い傾向にあるとまとめています。

ブランディングの目的として、「ブランド」は長期的な利益を生み出す効果がある。寺社やプロダクトに対する好印象、自社を優先して選んでくれるファンといった形で毎年積み上げられる。広告を打つにしても、ファンが多ければ多いほどその人たちが発信してくれたりして効果が高くなるとのことでした。

戦略の方向性としての考え方として、展開の軸となるブランドコンセプト及びシンボルマークを固め、市の各施策を連動させることにより、効果的にブランドイメージ発信とコミュニケーション展開を実施。本格的な日光市の評価向上と資産化につなげるといっています。

統一的なブランドコンセプトの考え方として①これまでの日光市のイメージをアップグレードし、新しい日光を示す“標”となるものとする。②中長期的展開かつ水平展開を可能なものとする。③既存のシンボル及び他自治体との差別化をする。④今後のあらゆる日光市の資源およびコミュニケーションを包括し、有機的に連動させていくことを目指す。⑤既存のシンボル及び他自治体との差別化をする。

NEW DAY、NEW LIGHTとは、新しい日光、新しい光。これは「新しい日光」を指し示す言葉だということです。

日光には歴史がある、けれど、それだけではない。映画の世界のような壮大な自然。アイディアあふれる遊び、新しい文化や食、これまで大切にしてきたものも、これから生まれるものも、新しいスポットライトを照ら

すことで、新しい興味を持ってもらう。発信しつづけることで、新しい絆を深めていく。日光と人々が楽しい関係をつくる。それが「NEW DAY, NEW LIGHT」の役目です、とありました。

到着が遅れ、ご迷惑をおかけしましたが、約1時間にわたって丁寧に説明を頂きました。そこには「新しいブランディング」に対する担当者としての熱意が感じられました。

私たちの網走においても、網走の歴史や文化を学び、自然や環境、他市にはない魅力などを見つめ直し、網走をアピールするための「ブランディング」について、学び研究する必要があると感じました。

2日目は、長野県上田市の空き家対策事業についてです。木内正博都市建設部住宅政策課課長から説明を受けました。

①特徴的な取組については、上田市空き家情報バンク事業があり、平成27年3月に公益社団法人長野県宅地建物取引業協会上田支部と「上田市空き家情報バンク制度に基づく空き家の媒介に関する協定」の締結により発足した。

事業は業務委託によって進め、事業先の社員1名が上田市の都市建設部住宅政策課内を事務局として業務を担っている。

発足から令和5年9月末現在まで、314件の物件登録（うち売買希望の物件が273件、賃貸希望の物件が41件【両方を希望する重複物件が4軒】）があり、190件（うち売買が158件、賃貸が32件）が成約まで結びついている。

②近隣自治体と上田市の空き家件数の比較について現状は、どういうものか。国が5年ごとに実施している住宅・土地統計調査から空き家戸数及び空き家率をみると、上田市は空き家率17.1%、長野県19.6%、東御市15.2%、千曲市17.1%、佐久市24%となっている。ただし、長野県が空き家戸数が多い理由の中に、二次的住宅という別荘やセカンドハウスなど、普段人が住んでいない、たまに寝泊まりする人がいる住宅が一定程度ある。上田市にも二次的住宅と言われる別荘やセカンドハウスが5.4%（710戸）ほどあるそうです。賃貸用の住宅、賃貸のために空き家になっている住宅が42.9%（5,600戸）、売却用の住宅2.3%（300戸）、その他の住宅として、長期にわたって不在の住宅、取り壊す予定の住宅、分類不能な住宅などとなっています。

③上田市空き家セカンドユース事業での市民からの反響についてです。令和4年度から事業を開始した「空き家セカンドユース事業」とは、協定書を締結した公益社団法人長野県宅地建物取引業協会上田支部を通じて

市内不動産業者が空き家を取得及び改修をして、移住促進を目的として原則5年間貸し出す事業で、5年後に賃借人が希望すれば売買も可能としているが、令和4年度における実績はないとのこと。

取得した空き家のリフォーム工事を行う不動産業者に対して、工事費用の2分の1限度額50万円を保証金として支給するもので、令和5年度事業費は4軒分200万円が予算計上している。(事業費の2分の1相当額は交付金を財源としている)

事業を開始したものの令和4年度は、実績を全く残せなかったことから、今年度は事業における課題を整理、研究した結果、事業の仕組みを一部変更して進めているとのこと。

この間、増え続ける空き家への対策として、主に3つの事業及び実施体制を構築する。

歩みとして、平成29年度に上田市空き家等対策協議会設置要綱の策定。平成30年度空き家等対策計画策定。令和元年都市建設部に空き家対策室を新設(新設以前は建築指導課が空き家対策を実施)令和2年度上田市老朽危険空き家解体・利活用事業補助金の受け付け開始。

事業として、所有権の要望と必要な対応を適切に行うため、空き家対策として3つの事業を実施。①老朽危険空き家解体・利活用補助金事業…解体・利活用②空き家情報バンク事業…売買・賃貸③空き家セカンドユース事業…賃貸

実施体制として、【空き家対策に関する協定】の締結。空き家の所有者が抱える様々な問題を解決するため、専門的なアドバイス、実践ができる9団体と令和2年11月に協定を締結する。上田市空き家等対策協議会設置要綱に基づき、13名の委員で構成。

【上田市組織改正】(令和5年4月)今まで複数にて実施していた住宅政策業務を情報の一元化を図り、総合的な視点で政策の強化を目的に「住宅政策課」を新設。

空き家対策室(老朽危険空き家対策業務)、移住交流推進課(空き家情報バンク業務)、住宅課(市営住宅管理業務・セカンドユース業務)これらを総合して住宅政策課とした。

空き家相談では、市民からの空き家相談が1カ月当たり18件程度ある。また、専門家(宅建協会など)による市内の空き家・住宅に関する相談会(年3~4回)を実施している。相談会は各回5~6件の相談を受け付けているが、お知らせ後すぐに予約枠が埋まる事態となっていることから、もっと多くの方の相談ができるか検討が必要となるほど相談がある。

老朽危険空き家解体・利活用事業として、解体事業では、①令和2年度4月から「上田市老朽危険空き家解体・利活用事業補助金交付要綱」に基づき実施。②市内在所の空き家のうち、特定空き家及びこれに準ずるものを補助対象とする。③住宅地区改良法に基づく不良度判定基準を準用し、市職員が現地調査を実施。④レベル1～3で採点した中で、レベル3が不良住宅として補助対象となる。⑤補助率は解体費用の2分の1、上限は50万円。財源は社会資本整備総合交付金を活用している。

利活用事業として、①解体後、その跡地で1年以内に新築住戸を建設する場合等に利用できる。②補助率は建設工事費用の10分の2、上限額は50万円、財源は市単費にて実施している。③上記の「解体事業補助金を利用していること」が利活用事業補助金利用の条件となる。

解体実績は、令和2年12件600万円、令和3年17件815万7千円、令和4年21件1,032万7千円、令和5年26件1,300万円（予定）と年々伸びている。

空き家情報バンク事業として、①空き家の売買や賃貸を希望する所有者から申し込みを受けた情報を空き家の利活用を希望者に情報を提供することで、空き家の解消と市内への定住促進による地域の活性化を図る。②平成27年に長野県宅地建物取引業協会 上小・更埴支部と「上田市空き家情報バンク制度に基づく空き家の媒介に関する協定」を締結。③事業開始後、順調に登録数は増え、成約数は現在190件（市内住替え61.1%、移住38.9%）となっている。

④長野県が運営する「楽園信州空き家バンク・空き地バンク」にも物件を掲載している。（賃貸3件、売買69件）。

空き家バンク運営安定事業として、①空き家情報バンクの運営は合同会社“信州うえだ移住支援センターと委託契約”を締結し、運用している。②住宅政策課内に事業所を置いて、社員2名（R5年から1名増）にて業務運営している。③委託の財源には「ふるさと納税の寄附金」を活用している。

やはり、組織改編して複数の課に分かれて事業をしていることでの弊害があるのは事実だと思う。上田市の取組みは、弊害を取り除くための組織の編成をして連携することで市民のニーズに応えるものとなっている。また、民間の力も借り連携することで、より相乗効果もあるように感じた

ころです。網走市でも年々、空き家が増えている状況から上田市に倣って、空き家対策がより進むような事業展開ができるように問題提起もしなければならぬと感じました。

3日目は、静岡県焼津市のドローンを使った防災について、防災部 地域防災課地域防災担当 山下晃主幹から説明を受けました。

まず、焼津市は、大きな街ではないが市内の中で、北部の山側では土砂降りで土砂崩れが起きているが、一方では、降っていないところがあったりで、地域によって状況が分かれていたりして対応が難しいこともある。

職員は、まずは防災本部に集合することになっていて、公用車に乗って無線を持ち出動する。土砂降りになったり、冠水していたりすると市役所としてはポイントをパトロールして状況把握するようにしているが、どうしても時間がかかる。

しかし、消防団は地域ごとに消防団の詰所があり、集合がかかれば5分～10分で詰所に集合できるし、地域のウイークポイントも良く知っている。そこで、あの絵を送って下さいというので、すぐに、数十枚送ってくる。本部ではモニターが18台あるので、瞬間的に状況を把握できるそうです。

ドローン導入の経緯は、平成27年7月9日、大雨により花沢地区で土砂崩落が発生（全長20メートル、斜度45度、集落からの距離280メートル）、人的及び物的被害はないが、今後、さらに崩落し、沢に土砂が流入した場合、集落への影響も考えられることから市や地域役員は警戒した。

平成27年7月12日深夜に、住宅裏の山林で土砂崩落発生との119番通報があり、翌朝まで3世帯が避難。朝になり、消防本部の協力により、梯子車で上空から状況確認を試みたが、思うように接近できず、梯子も伸長できなかった。陸上より迂回調査をした結果、倒木だったことが判明した。

その中で、自治会長が「ドローンのようなものがあれば上空から確認できるのになあ…」から 市長は『災害対策本部機能の強化』『災害情報の見える化』を推進するとし、無人航空機1機（ファントム3プロフェSSIONAL）の導入を決定したとのこと。

ドローン導入による災害対応の迅速化では、【狙い①】行政にとって…視覚的に災害状況を捉えることで、迅速な被害状況の把握や適切な応急対策の検討が速やかに行える。

【狙い②】住民にとって…視覚的に情報を住民に提供することで、危機意

識が高まり、具体的な備えや避難行動につながるというものでした。

防災航空隊の設置（平成 28 年 4 月発足）隊の愛称は「ブルーシーガールズ」

・焼津市と静岡産業大学との学官連携事業により決定したシティカラーである「焼津ブルー」と、市の鳥ゆりかもめ「シーガール」をあわせたもの。

防災航空隊の組織は、隊長…防災部長（隊の総括責任者）、副隊長…地域防災課長（隊長の補佐）、第 1 小隊長…講師として、無人航空機操縦者技能証明、2 等 講師・終了審査員、ここで内部での人材育成が可能。第 1 小隊は防災部 10 名、第 2 小隊長…その他の部局 7 名（道路・河川・広報・農政など、平時での活用が検討される部局）

操縦士の育成も行っており、知識と技術を兼ね備えた操縦者を育成するため、全国の自治体初となる講習団体として国交省HPに掲載される。また、令和 5 年 3 月、全国自治体で唯一の国家資格の登録講習機関になったそうです。

『操縦技能証明資格取得の教材提供に関する協定』を焼津市と J U L C 日本無人航空機免許センター（株）の間で締結をした。

協定内容は①操縦者技能証明資格に係る教材の提供②登録講習運営に係る資料の提供となっていました。

ドローンの製造は、8 割が中国製だとのことでした。山下課長も、なぜ日本製がないのか不思議だと言っていました。私は、「失われた 30 年の日本経済」だと実感しました。この 30 年間、日本政府と財界は、新自由主義という名の下で、目先の利益だけを追求しすぎたため、一番大事な基礎的な技術の研究・開発に投資してこなかったのです。本来、日本が得意とする分野であるはずのドローンの技術開発をしなかったことの影響は、計り知れない損失と言えるのではないのでしょうか。

最後に、山下課長の説明は、防災にかける熱意を感じるもので 1 時間 30 分にわたっての説明でしたが、感心させられる内容でした。網走でもドローンが水道部と農林課にあるそうですが、災害時も含めて、様々な分野で生かせる取り組みだと感じました。

総務経済委員会視察報告書

網走市議会総務経済委員会

山田 庫司郎

今回は、3泊4日の日程で、栃木県日光市・長野県上田市・静岡県焼津市の三市を、視察先の皆様のご理解とご協力を頂き視察させていただきました。

(1日目)

栃木県日光市の取組であります、新しいブランディング「NEW DAY, NEW LIGHT. 日光」事業であります。

あの知名度のある日光市がなぜ「新たなブランディング」にこだわるのか、疑問をもちながら視察させていただきましたが、年間の観光客数が約1,200万人(2018年)であるが、6割近くが日光東照宮に集中している事、そしてWEB・SNS等の普及による社会環境の変化、さらには地域間競争の激化などにより、「選ばれるための価値・魅力が必要な時代」「他にない魅力・そこでしか味わえない体験」など独自性と付加価値が強く求められる傾向になってきていると認識、市内に点在する地域資源を日光ブランドとして認定し広く世界に発信し、地域活性化につなげていく。

そして、それはあくまでも市民や観光客、日光市に関わる全ての方と連動しながら創り上げていくことをコンセプトとした事業であります。

具体的には、自然、歴史、文化、環境、食、産業、生活、健康等159件が認定されていますが、食で言いますと「日光の名水」「日光の湯葉」「日光のそば」「日光の天然水」「日光の老舗名店会」などがあります。

これだけの観光客が来る世界遺産のある歴史のまちとしての評価は高い日光市であります。その他の資源への理解度が低いと外部評価されたことから、時代の流れを先取りし、先を見据えた事業として展開しています。

シンボルマークが素敵であったこと、そしてマーケティングを非常に大切にしていることを感じましたし、熱い職員がいたことも強く印象に残っています。

(2日目)

長野県上田市では空き家対策事業の取り組みについて、視察させてい

ただきました。

市として空き家相談を実施しており、1ヶ月当たり18件程度の相談がありますし宅建協会などの専門家による相談会も各回5～6件の相談を受けています。

これらの相談の内容により、その後相談者との話し合いの中で適した事業へ移行していくことになる。各事業は次の通りです。

1) 老朽危険空き家解体・利活用事業

特定空き家を認定し、補助率は解体費用の2分の1、上限額は50万であるが申請件数が多く、予算枠の拡充が課題になっている。

また、利活用事業は、解体後1年以内の建築、解体事業補助を利用していることが条件で、建設費用の10分の2、上限額50万円が補助率であるが、実績が及ばず、検討の必要があるとのことでした。

2) 空き家情報バンク事業

H27年3月に公益社団法人長野県宅地建物取引業協会上田支部と「上田市空き家情報バンク制度に基づく空き家の媒介に関する協定」の締結により発足しました。

事業はふるさと寄附を財源とした業務委託によって進めており、市役所に事務所を置いて社員2名にて運営している。

発足からR5年9月末現在までに、314件の物件登録（うち売買希望273件、賃貸希望41件）があり、190件（売買158件、賃貸32件～移住74件、市内住み替え116件）が成約まで結びついています。

なお、引っ越し・改修費用の上限額を20万円に2分の1が補助率であり、県外の移住者には上限額50万円である。

3) 空き家セカンドユース事業

R4年度に宅建協会の協力体制を確立し、新規事業として開始し事業の見直しを図ることで、R5年度は3件の成約があり1件はリフォームが完了し入居者を募集中である。

この事業は、空き家所有者・市内外の不動産業者・その他の物件所有者（投資家等）が空き家をリフォームし貸し出す事業であり50万円を上限にリフォーム費用の2分の1を補助するものである。

このように上田市の場合、空き家対策を街づくりの重要な事業と位置づけ、二つに分かれていた担当課を一つにした事。そして何よりも感心したのは、地元宅建協会との連携であります。業務委託は勿論であります。事務所を役所内に置き、連携を密にすることによりウインウイン

の状況が作られていることです。

(3日目)

静岡県焼津市ではドローンを使った防災について視察させて頂きました。

ドローンを利用した防災対策を実施している自治体は、非常に珍しく私たち同様多くの自治体は勿論、団体が視察に来ていました。

設立の経緯は、H27年に発生した土砂災害がきっかけで「災害情報の見える化」を目標に、早急な対応策の検討を目指した。

その後、多角的な活用が求められ、ブルーシーガル（ドローン航空隊）の実績は、R4年度末時点で災害（火災・土砂災害等）27回、庁内各課の要請による撮影81回、イベントでのデモ飛行7回など大活躍であります。

このブルーシーガルズは、消防内部ではなく、市の防災部に設置し、防災分野以外の行政活動への拡大の活用を見据えていた。

ただ、後にスカイシュート（ドローン隊）を設立し災害対応を基軸に活躍しており、現在は女性4名も含め16名体制であります。

平日は、ブルーシーガルズが担い、土日・祝日はスカイシュートが担当し、大規模な災害には両隊が関わることとなります。

住民にとって、視覚的に情報の提供があることから危機意識が高まり、具体的な備えや避難行動に繋がる大きな利点がある。

ただ、ドローンはモデルチェンジが速く、定期的な点検含め継続的な投資が必要になることや、規制やルールなど変化が速いので情報収集と対応が不可欠になる。

また、辞令交付はしていますが、人材育成しても異動により人の育成が必要になる事と隊員がペーパードライバー化してしまう場合がある。

このように、素晴らしい事業であるが課題もあるし、東海沖地震の対策に日常から関わっている地域と当市との違い、また、焼津市は防災センターに消防機能と市の防災部機能が一緒になっており、常に対策本部が防災センターに配置されていました。

そして、ここでも一所懸命取り組んでいる熱い職員に感動いたしました。

網走市も、火災、水害、海難事故やその他の災害に対する備えは万全でなければなりません。

焼津市の先進的な取り組みから、知恵を出していきたいと考えました。

以上報告とさせていただきますが、改めて日光市、上田市、焼津市の関係者の皆様にお礼を申し上げます。