

平成 26 年 9 月 18 日

四日市市議会

議長 中森 愼二 様

産業生活常任委員会

委員長 伊藤 元

産業生活常任委員会行政視察報告

産業生活常任委員会が行政視察を行いましたので、その結果を次のとおり報告いたします。

記

- 1 . 視察日時 平成 26 年 7 月 23 日（水）～7 月 25 日（金）
- 2 . 視察都市 町田市、柏市、藤枝市
- 3 . 参加者 伊藤元、村山繁生、伊藤修一、伊藤嗣也、加藤清助、
小林博次、中森愼二、早川新平、芳野正英
（随 行）笠井厚徳
- 4 . 調査事項 別紙のとおり

(町田市)

1. 市勢 市政施行 昭和 33 年 2 月 1 日
人 口 426,209 人 (平成 26 年 4 月 1 日付)
面 積 71.65 平方キロメートル
2. 財政 平成 26 年度一般会計当初予算 1360 億 0131 万円
平成 26 年度特別会計当初予算 1105 億 0772 万円
合 計 2465 億 0904 万円
3. 議会 条例定数 36
4 常任委員会 (総務、健康福祉、文教社会、建設)
1 特別委員会 (決算)

4. 視察事項 (「町田市トライアル発注認定制度」について)

視察目的

町田市では、市民が住み続けたい、市外からもたくさんの方が訪れたいと思うまちづくりを進めるため、2021 年の目指す街の姿を示す、町田市基本計画「まちだ未来づくりプラン」を、また、同プランの実現に向けて、具体的な事業と取り組みを総合的かつ計画的に進めるための「町田市新 5 カ年計画」を 2011 年に策定した。これらの計画の中で、「ものづくり産業の活性化」を政策の 1 つとして掲げ、「ものづくり事業者への支援の充実」を重点事業として位置付けている。

これに基づいて、2013 年度に創設された「トライアル発注認定制度」は、町田市内の中小企業者が生産する優れた新商品を市が認定して P R 等を行うとともに、その一部を試験的に導入・評価することにより販路開拓の後押しをするというものであり、2013 年度においては、8 商品が認定を受けた。商品については、災害時等に停電しても街路灯が消えずに点灯し続ける L E D 街路灯である『消えないまちだ君』を初めとした新規性が高く、独創性あふれるものが認定を受けている。

このような施策について、産業都市である本市においても、今後のさらなる産業活性化に向けた参考とすべく、視察を行った。

「町田市トライアル発注認定制度」の概要について

(1) 事業の概要

中小企業の開発する独自技術への支援を行うために、「特許権等取得補助事業」に加えて、2013年度より創設された制度。市内の中小企業者が生産する新規制の高い優れた新商品の普及を目指し、市が定める基準を満たす新商品を生産する中小企業者及びその新商品を市が認定することにより、販路開拓を支援するものである。

(2) 認定対象者の要件

次に掲げる要件をすべて満たすものが対象者となる。

- 1) 中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律(平成11年法律第18号)第2条第1項に規定する中小企業者(別表1参照)であること。
- 2) 市内に住民登録を有する個人事業者又は本店登記を有する法人であること。
- 3) 市税を完納していること。

【別表1】

業種等	資本金又は従業員等
製造業・建設業・運輸業・ソフトウェア業 情報処理サービス業・その他の事業	3億円以下、又は300人以下
卸売業	1億円以下、又は100人以下
サービス業	5,000万円以下、又は100人以下
小売業	5,000万円以下、又は50人以下
ゴム製品製造業 (自動車又は航空機用タイヤ及びチューブ製造業並びに工業用ベルト製造業を除く)	3億円以下、又は900人以下
旅館業	5,000万円以下、又は200人以下
企業組合、協業組合、事業協同組合、事業協同小組合、商工組合、協同組合連合会等	「中小企業等協同組合法」「中小企業団体の組織に関する法律」で規定する要件を満たすものであって、政令で定めるもの

(3) 認定対象商品の要件

次に掲げる要件をすべて満たす商品が対象となる。

- 1) 申請日において、販売を開始した日から5年以内であるもの。
- 2) 地方自治法施行規則(昭和22年内務省令第29号)第12条の3第1項各号に掲げる要件を満たしているもの。

- ・既存の商品とは著しく異なり、優れた使用価値を有しているもの。
- ・技術の高度化、もしくは経営能率の向上、又は市民生活の利便の増進に寄与するもの。
- ・生産・販売の方法や資金調達の方法などが確実に実行可能であるもの。

食品衛生法第4条第1項に規定する食品並びに薬事法第2条に規定する医薬品、同条第2項に規定する医薬部外品及び同条第3項に規定する化粧品を除く。

(4) 認定の効果

- 1) 認定事業者及び新商品は、市が作成する「認定商品カタログ」及び町田市ホームページ、広報等への掲載により、広くPRする。
- 2) 認定された商品は、認定期間中、競争入札によらない随意契約により市が試験的に購入することが可能となる。(地方自治法施行令第167条の2第1項第4号)
- 3) その他、産業見本市出展補助事業における補助率アップ、国外の産業見本市出展についてカタログ作製費を補助するなどの優遇措置を設けている。

平成25年度認定商品について

制度施行初年度に当たる平成25年度については、11社11商品の申請があり、専門機関による書類審査及び外部有識者による意見聴取を経て、新規性が高く優れた使用価値を有するものとして、8商品が認定を受けた。なお、落選した事業者についても、改善・改良等のアドバイスを行っている。

平成 25 年度認定商品一覧

	プロジェクト名	概要	販売実績
1	町田市災害・停電時LED街路灯『消えないまちだ君』 (株式会社 イズミ)	災害時等に停電しても街路灯が消えずに点灯し続けるLED街路灯。通電時に充電し、停電時は自動で照度を落とすため、停電が続いても3夜連続点灯が可能となる。また、既存の街路灯ポールをそのまま活用するため、ポールの建て替えなしで電源を無電源化でき、経済的で環境にやさしい電源バックアップシステムを構築できる。	町田市役所 小田急町田駅間 尾根緑道 森野3丁目児童公園
2	卓上除振台 PJS - 4035 (株式会社ユニロック)	新規に開発したダンピングにより、振動の影響を受けやすい測定器、光学顕微鏡、実験装置などを搭載した際に、どのような温度においても装置の性能を安定して発揮させることができる卓上の除振台。	オリンパス
3	はじめての傘 (株式会社マイファースト)	本体に空気を吹き入れるだけで傘形状に開く、すべてビニールでできた幼児向けの玩具傘。雨の日のちょっとした散歩や晴れた日の水遊びなどにも使える。	MIKIHOUSE NUM&BABY jun - collection 株式会社レモールSkipLand(カタログ販売) ヨドバシカメラ ファンタジーキッズリゾート アカチャンホンポ
4	町田式水耕栽培槽 (大浩研熱株式会社)	液体肥料をゆらぎを持たせながら放射状に広がるように流すことによって根からの栄養吸収と成長を促進し、作物の収穫量や食味をアップさせることを実現する新方式の水耕栽培槽。	
5	CO2コントローラー (シー・エイチ・シー・システム株式会社)	空気中のCO2濃度を測定し、あらゆる建築物空間を快適に保つために換気及び空調機器等を自動制御することにより健康被害を未然に防ぎ、また省エネルギーを実現するモニター付きのコントローラーと、一般家庭や時所の快適な環境を保つために室内のCO2濃度を測定しお知らせするモニター。	町田市新庁舎 町田市立小・中学校 八王子市立小・中学校 横浜市立小・中学校 東京大学 金沢工業大学 スターバックスコーヒージャパン等
6	水書きゲー (合資会社 木と字の神林)	水で書くと発色し、乾くと消える書道用紙。繰り返し使用できる上、墨を使用しないため汚れず、準備も後始末も容易である。書道を学ぶ者だけでなく、子どもの表現力育成にも適している。	年間約1000万円を販売 (株)世界文化社 (株)チャイルド社 開明(株) ネット販売等
7	水銀灯代替LEDランプ SN E400ADF2 (有限会社 サンレックス)	既存の水銀灯器具をそのまま利用し、電球交換のみでLED化を可能にするランプ。200W～400Wの水銀灯照明(工場内照明、公共施設内照明、体育館、ホール、街路灯など)に代替できる。	町田市リサイクル文化センター(工場棟) 各種工場 倉庫 公共施設内等
8	医用電子血圧計 AVE-150 0 (株式会社 志成データム)	従来機器と比べ、圧倒的な簡便さで動脈硬化リスクを評価できる医用電子血圧計。使用方法は従来の血圧計と全く同じで、座位のまま1～2分ほどで計ることができる。簡単に精度良く評価できるため、生活習慣病の診療、健診、臨床研究などでの使用を想定している。	埼玉医大 都立大久保病院 修行内科 熊本リウマチ内科 久留米大 等

平成 26 年度の申請状況について

平成 26 年度 4 月 16 日から同 6 月 4 日までに平成 26 年度の募集を行い、商業施設や学校、病院、工場などの入口に使われる大型伸縮門扉である「スマートラン」や、人の静電気を感知する特殊なセンサーをガラス面に設置し、それをパソコンとモニターに接続することでスマートフォンのように大型モニターを操作できるデジタルサイネージである「スマートウィンド『窓タッチ』」等、6 商品の申請があった。いずれもすべて 1 次書類審査を通過した。

今後の課題について

認定を受けた商品については、町田市の各部局に対しても周知しているが、各職員レベルまで情報が行き届いていない部分があり、市役所内に認定商品の展示スペースを設ける等、市内部における広報の手法についてももう少し工夫をしていく必要があると考えている。

委員からの質疑

Q 東京都にも同様にトライアル発注認定制度があるが、町田市単独で同制度を設けるにいたった経緯はどのようなものか。また、東京都の制度との違いはどのようなものか。

A 東京都の認定のみでは、事業者と町田市との間で随意契約を結ぶことはできないため、市単独で同制度を設けることによって、その問題を解消しようとしたことによる。ほかに、市内を拠点とする事業者を町田市として応援したいという気持ちがあったことも理由の一つである。

また、東京都においては、商品及び役務について認定が行われるのに対し、町田市では、現状では役務についての認定は行っていない。しかし、町田市では、東京都よりも緩やかな基準の下、独自の考え方をもって、認定の審査を行っている。また、認定を受けられなかった事業所においても、事業の改善や改良等についての助言を行っている。

Q 東京都のトライアル発注認定制度のみの認定を受けた商品については、事業者と市の間で当然に随意契約を結ぶことができないが、そのような商品に対して、随意契約の上限額を、通常の随意契約の場合よりも上げておくなどの措置はとられているのか。

A 現状ではそのような措置は行われていない。

Q 東京都については、随意契約を締結した後、その商品についての評価・講評を行っているが、町田市においては、そのようなことは行われているのか。

A 町田市においても評価をした上で事業者に対する助言を行っているが、ホームページでの講評等は現状では行っていない。

Q 三重県では農産物の認定を行っているが、町田市では食品が認定対象から外されている。その理由は何か。

A 市のレベルでは農産物にかかる各種規制の判断が難しいためである。

Q 認定後の効果として、産業見本市出展補助事業における補助率アップが挙げられているが、自動的にそのような補助制度が受けられるのか。また、自治体フェアに町田市として参加し、「トライアル発注認定制度」全体をブースで紹介するようなことはあるのか。

A 個々の事業者の産業交流展等への参加については、各事業者の選択によるため、改めて申請をしてもらう形をとっている。また、東京都が行っている産業交流展において、新・産業振興計画の産業交流展出展支援事業を利用し、トライアル発注認定制度全体として参加していくことも考えている。

Q トライアル発注認定制度の目的の一つに、販路の開拓が含まれているが、どのような状況になっているか把握しているか。

A どの程度販売が伸びたかという具体的な数値は把握をしていないが、同制度が販路開拓につながったか否か、またその事例については、アンケートをとっている。

Q 平成 25 年度において、東京都と町田市双方の認定を受けた商品は何か。

A 「水書きゲー」と「医用電子血圧計 AVE - 1500」が双方の認定を受けている。

委員会としての所感

町田市の工業は、部品加工や最終製品の製造組立など、いわゆる「下請け」的な中小企業が多く、不況のあおりを受けやすい事業者が多数存在する。また、本市とは異なり、水資源に恵まれないことから、町田市には目立った工業というものが存在しない。ものづくり産業に対する市の施策も少なかったことから、市内ものづくり産業の空洞化が懸念されていた中で、「ものづくり事業者への支

援の充実」が提言され、平成 25 年度より創設されたのが「町田市トライアル発注認定制度」である。

東京都においても、同制度が導入されているが、町田市においては、都よりもさらに認定基準を低くし、申請者及び商品を極力認定することを基本姿勢とするなど、町田市として、市内の事業所を応援していこうという姿勢が強く感じられた。

認定商品については、災害時に停電しても街路灯が消えずに点灯し続ける『消えないまちだ君』を初め、どれもが独創的で、実用性に優れるものであり、今後町田市のみならず全国的に広まっていく商品もあるのではないかとと思われる。

現段階においては、平成 25 年度に認定を受けた事業者 8 社のうち、3 社が認定により、販路開拓につながった事例はないと回答している。広報手段や販路開拓支援について、さらに検討を進めることが課題であると考えますが、今後、認定商品の販路開拓がさらに進めば、市内の中小企業の生産意欲を呼び覚ますことにつながり、地域経済の活性化につながるのではないだろうか。

全国有数の産業都市である本市は、工業資源においては町田市よりも優位な状況にあると言えるが、中小企業やその商品を認定する事業は現段階で実施していない。工業製品の地域ブランドを創出することで、意欲ある市内の事業者を増やし、地域経済の活性化につなげる。このことにより、「産業都市 四日市」をさらに対外的にアピールしていくことができると考える。

今後は、町田市の事例も参考に、今まで以上に、事業者の生産意欲を刺激するという視点をもって、地域産業の活性化に繋がる施策について議論をしていきたい。

(柏市)

- 1 . 市勢 市政施行 明治 29 年 11 月 15 日
 人 口 406,973 人 (平成 26 年 4 月 1 日)
 面 積 114.90 平方キロメートル
- 2 . 財政 平成 26 年度一般会計当初予算 1143 億 5000 万円
 平成 26 年度特別会計当初予算 682 億 0300 万円
 平成 26 年度企業会計当初予算 295 億 6400 万円
 合 計 2121 億 1700 万円
- 3 . 議会 条例定数 36
 4 常任委員会 (総務、市民環境、教育民生、建設経済)
 3 特別委員会 (下総基地、放射能等災害対策、決算審査)
- 4 . 視察事項 (「 消費者教育事業 」 について)

視察目的

近年、経済社会の複雑化、多様化が進む中で、若年者の消費生活に関するトラブルが急増している。その中で、柏市では、すべての市民が「自立した賢い消費者」となるよう、消費者として必要な知識や情報の提供を行うことで、消費者被害の未然防止や迅速な救済を図ることを目的に、消費者教育事業を実施している。この事業では、消費者教育を専門に対応する消費者教育相談員 2 名を配置し、情報誌の発行、主に成人向けの出前講座「消費者講座」の実施、幼児から中学生向けの出前授業「子ども消費者教室」の実施等に取り組んでいる。

また、市職員、教育委員会職員、教員から構成される「消費者教育推進連絡会」を組織し、教育機関との連携及び学校における消費者教育実践への支援を図っている。

本市においても、経済社会の複雑化に伴う諸問題は例外ではなく、そのような問題を未然に防ぐべく、消費者行政について、積極的な施策を展開していかなければならないと考えるため、柏市の消費者教育の事例をその参考とすべく、視察を行った。

柏市の消費者行政の現状について

柏市では、「柏市第四次総合計画第六次実施計画」の中において、「安心できる消費生活の実現」をうたっており、市民が賢い消費者として自立し、消費者被害を未然に防ぐことで、安心して安全に生活することができるまちづくりを目指している。

消費者である市民が、消費者トラブルに巻き込まれる背景には、社会的孤立や経済的困窮といった他の行政分野が抱える問題が複合的に絡み合っているケースがある。このようなケースは、今後さらに多くなることが予想され、「生活機能の支援は暮らしを支援することで成り立つ」との意識改革と、分野横断的に個々の市民が抱える問題解決に向けた連携が望まれている。

このため、柏市においては、市内外の関係者に対して、取引、安全、情報提供等を行う消費者行政が地域住民に与える重要性、消費生活センターに何ができるか、他の行政分野とどのような点で親和性があるのか発信し、認識の共有を行うことが、転換期において目指すべき消費生活センターの役割と考えられている。

柏市消費生活センターにおいては、下記に示す3つの柱による取組みを中心として、「安心できる消費生活の実現」を目指すとともに、「消費者市民社会」への転換を図っている。

柏市消費者行政3つの柱

- | | |
|-------------|-----------------|
| 1) 消費生活相談事業 | 消費者被害への対応の充実 |
| 2) 消費者教育事業 | 自立した消費者の育成支援の充実 |
| 3) 計量検査事業 | 適正な計量検査事業の推進 |

消費者市民社会

消費者への支援とともに、消費者が経済社会の中で重要な役割を果たしていること、消費生活をめぐる諸問題が単に個人だけの問題ではなく、社会全体で解決すべき問題を含んでいることなど、消費者一人一人が「市民」「消費者」としての自覚を持ち、受け身ではなく主体的に消費社会に参画していく社会のこと。

柏市の消費者教育事業について

平成 24 年の「消費者教育の推進に関する法律」の施行により、各市町村において、「学校における消費者教育の推進」(第 11 条、第 12 条)「地域における消費者教育の推進」(第 13 条)「人材の育成等」(第 16 条)を行うことが義務化された。柏市消費生活センターでは、消費生活相談員のほかに、平成 21 年度より 2 名の消費者教育相談員を配置し、同相談員を中心とした消費者教育(啓発)事業の推進を図り、各種事業を展開している。

1) 学校における消費者教育の推進

・ 柏市消費者教育推進連絡会

柏市消費生活センターを事務局として、柏市教育委員会、小・中・高等学校の教員で構成される連絡会において、消費者教育に関する研修、推進のための情報交換、授業計画、公開授業等を実施している。授業については、教員による多様な教科で実践されるきめ細やかな消費者教育の効果が実感されており、その内容については、消費者教育授業実践事例集として発行され、市内各学校へも配付されている。

・ 子ども消費者教室

子ども自身の消費者意識を高め、消費者市民社会の構築に積極的に参加する自立した消費者を育成するため、小・中・高校生などを対象とし、消費生活相談員、消費者団体を講師として学校において行われる出前授業。平成 15 年度まで実施していた集客型の啓発事業「消費生活展」に変わる新規事業として実施されているが、平成 25 年から内容の大幅な見直しを開始した。

2) 地域における消費者教育の推進

柏市内にある 7 つの地域包括支援センターのネットワーク会議に消費生活相談員等が出席し、保健、医療、福祉、警察関係者等への情報提供や収集を実施している。町会・自治会等からの「消費者講座」の開催依頼が増加傾向にある。

消費者講座

地域住民の消費生活に対する意識の高揚と合理的なライフワークのあり方や生活技術の習得を目指して、町会・各種サークル等からの講師派遣依

頼に基づき、消費生活相談員を講師として派遣し講座を実施するもの（主に成人向け）。

消費者講座の開催実績				
	25年度	24年度	23年度	22年度
実施回数	68回	40回	35回	28回
受講人数	2,438人	2,272人	1,501人	1,719人

3) 人材の育成等

柏市では、コーディネーターが、市と地域社会相互のパイプ役となり、地域の消費者リーダーとして活動することにより、柏市の消費者行政の円滑な推進を図るため、昭和63年度より、消費生活コーディネーター制度を導入している。消費者行政の地域での推進役である消費生活コーディネーターは、町会・自治会等での消費者啓発や、消費者生活に関する情報提供を中心に活動している。消費生活相談に関する相談を消費生活センターにつなぐことは少ない。

消費者教育事業にかかる予算について

現状では、教育委員会等での負担はなく、市長部局である柏市消費生活センターの予算で、ほぼすべて実施している。事業に係る経費については、平成26年度当初予算ベースで10,838千円（一部消費生活相談事業を含む）であり、消費者教育相談員報酬、報償費、旅費、研修費等コーディネーター制度の充実にかかるものである。

消費者教育事業の今後の課題について

・消費者教育推進連絡会について、市長部局（消費生活センター）からの働きかけにより、教育委員会との連携を図るために立ち上げた組織であるが、教育委員会も含めた教育現場自らが消費者教育を意識し、現場の教員が実際の授業で取り上げていけるようサポートする方向への転換を図っていくことを考えている。

・民生委員や健康づくり推進員、社会福祉協議会、消費者団体等との多様な主体の連携により、消費生活相談事業・消費者教育事業に係るネットワークを構

築し、特に高齢者の見守り体制を強化していくことが今後重要となる。

・「消費者教育の推進に関する法律」の趣旨を受け、幼児期から高齢期までの段階特性に応じた事業の推進（体系的推進）及び、学校、地域、家庭、職域等の特性に応じた事業の推進（効果的推進）を行うことで、消費者教育事業のさらなる充実を図っていきたい。

・消費者教育事業について、学校全体、柏市全体に広まりにくいという課題があり、柏市教育委員会の協力のもと、授業で活用できる素材や事例集、お役立ち情報を掲載したポータルサイトを立ち上げたが、今後もどのようにして当事業を周知徹底していくかを検討していく必要がある。

委員からの質疑

Q 子ども消費者教室について、平成 21 年度の内容については、すべて金銭問題に関するものとなっているが、どのように内容を決めているのか。

A 平成 21 年度については、多重債務問題が多く発生しており、消費生活相談員より幼少期からの金銭教育が必要であるとの提案があったことから、内容を金銭問題に絞ったものであり、それぞれの学年に応じてカリキュラムを変更して実施している。しかし、市内の小学校のほとんどが受講を終えたことから、他の消費者団体が行っている講座も含めて内容の精査・見直しを行っているところである。金銭問題以外にも、携帯電話によるトラブルの問題等についても講座を行っており、平成 25 年度の子ども消費者教室については、61 回開催された。

Q 消費者教育推進連絡会による授業について、教育委員会や教育現場と、消費者教育事業の実施主体である消費生活センターの関係性はどのようなものか。

A 柏市では、「消費者教育の推進に関する法律」の制定以前から消費者教育推進連絡会が存在したが、教育委員会と消費生活センターとの連携については、非常に難しい問題がある。授業の中に、「消費者教育」という科目はないため、いかに一般科目の中で「消費者教育」を取り入れてもらうかが重要であり、教員の研修の中に消費者教育をテーマにしたものを取り入れる等の取り組みは実施している。

Q 携帯電話のトラブルに関する出前講座の反響はどのようなものか。

A 子ども消費者教室の開始当初から携帯電話のトラブルに関する意見は寄せら

れており、平成 21 年度より中学校向けの出前講座を開始した。しかし、教育委員会のカリキュラムにも同内容が含まれていることや、N T T 等でも同内容の講座を行っていることから、年 1 ~ 2 回の実施が現状である。現在内容については精査中である。

Q 消費生活センターと他の消費者団体との連携はどのようなものか。

A 消費者団体については、市内に 3 団体あるが、会員の高齢化等に伴い、活動困難な状態となっている。市と懇談の場はあるものの、その知識・経験を活かしきれていないのが現状である。他にも N P O 法人や企業等があるが、そのような団体とどのように連携していくのかが今後の課題であると考えている。

Q 子ども消費者教室の実施のために、「消費生活展」を廃止したとのことだが、これを行うことも消費者団体との交流になるのではないか。また、他のイベントにもブースを出したりしているのか。

A 子ども消費者教室に対して、消費者団体の協力を求めていく意向であったが、消費者団体の意思と市の意思が一致しなかったという経緯がある。また、平成 26 年には地域連携フォーラムで、以前には記念講演会等で、消費者団体との共催という形で展示を行った。

Q 平成 25 年度の消費者講座の実施回数が飛躍的に向上していることの原因は何か。

A 地域包括支援センターのネットワーク会議や福祉関係機関との連携を図る中で、消費者講座単独の枠ではなく、様々なプログラムの中での講座開催の依頼が多くあり、積極的に出向いて講座を開いた結果、回数が飛躍的に向上したという経緯がある。具体的には、消費者団体が悪質商法等をテーマとした寸劇を行い、それに合わせて消費者講座を実施するという企画が好評となっている。

Q 消費者講座の実施回数は向上しているが、受講者の重複の可能性はないのか。

A 必ずしも重複していないとはいえないが、市としては、全市民への P R を究極の目標としている。しかし、幅広く市民に周知していくためには、どのような手法をとるべきか、現在検討中である。

Q 消費者団体だけでなく、他の行政の領域との間で軋轢が生じたことはないか。

A 学校での授業については、消費生活センターからの働きかけにより行ってき

たが、どうしても教員の指導力に頼る部分が非常に大きくなるため、児童・生徒については学校主導で行ってもらい、消費生活センターは必要な環境整備を行うにとどめる方向に転換していきたいと考えている。また、学校における消費生活センター主導の講座を減らし、その分地域との連携による啓発に力を入れていきたいとも考えている。

Q 子どもたちへの消費者教育だけでなく、保護者への教育は行っているか。

A 柏市立教育研究所のホームページ内に消費者教育ポータルサイトを立ち上げたが、保護者向けの一般的なものを立ち上げてほしいとの依頼もあるため、今後情報収集等を行っていききたいと考えている。

委員会としての所感

柏市における消費生活相談件数については、平成 16 年度をピークに減少傾向にあったが、再び平成 24 年度より少しずつ増加している。相談者については、70 歳以上が圧倒的に多く、20 歳未満の相談者についても少なくはない。これは本市においても、同様の状況であり、あらゆる世代に対する消費生活への啓発が必要であると考えている。

柏市では、平成 4 年度からの学習指導要領に、消費者教育の視点が盛り込まれたことから、平成 3 年度に柏市消費者教育推進連絡会、平成 7 年度には消費者教育相談員を設置するなど、国において消費者教育が法制化されるよりも早い段階から消費者教育に力を入れてきた。

学校における消費者教育については、教員主導で、様々な科目の中で「賢い消費者」を育成するための工夫が見られ、その内容を消費者教育実践事例集として発行するなど、非常にユニークな取り組みが行われていた。その一方、現在の消費者行政の状況に鑑み、これからは消費者団体を初めとした様々な地域団体との連携を強化して、高齢者等への見守りを重点的に行いたいとの説明があり、まさに幼少期から高齢者にいたるまでの消費生活に対する啓発の姿勢は本市も見習うべきものがあると感じた。

しかし、学校における消費者教育授業に消費生活センターがどこまで関与すべきか、また、消費生活事業について、地域との連携を図る際に、地域の消費者団体等との間に軋轢が生じるなど様々な課題があり、これらの課題に対する具体的な解決策については、いまだ検討段階にあるとの印象を受けた。

本市における消費生活事業についても、今後、さらに発展的な施策をとる必要があると考えるが、現在地域では、どのような理念に基づいて、どのような活動が行われているのかを考慮すること、地域や他の部局との共同での施策となる場合は、それぞれの役割を明確にすることを念頭に置いて、議論を行っていくべきであるとする。

(藤枝市)

- 1 . 市勢 市政施行 昭和 29 年 3 月 31 日
 人 口 146,459 人 (平成 26 年 3 月 31 日付)
 面 積 194.03 平方キロメートル
- 2 . 財政 平成 26 年度一般会計当初予算 448 億 8000 万円
 平成 26 年度特別会計当初予算 319 億 8600 万円
 平成 26 年度企業会計当初予算 239 億 7200 万円
 合 計 1008 億 3800 万円
- 3 . 議会 条例定数 22
 3 常任委員会 (総務文教、健康福祉、建設経済)
 4 特別委員会 (予算、決算、議会活性化、市議会広報広聴)

4 . 視察事項 (「 藤枝市農商工連携・6 次産業化ネットワーク」について)

視察目的

藤枝市、大井川農業協同組合、藤枝商工会議所、岡部町商工会は、平成 23 年に、「藤枝市農商工連携・6 次産業化ネットワーク」を設立した。このネットワークは、藤枝産の農林産物の需要拡大と産業の振興を図るため、地域の農林産業と食品産業をはじめとした様々な産業間の連携を促進し、地域の農林産物と企業の加工技術、販売ノウハウ、その他の資源を有効に結び付け、新たな商品、サービス、販路、地域ブランド等を創出することを目的としている。

具体的には、農林業者と商工業者等の交流を促進 (ネットワーク会員を対象としたセミナーや交流会、視察などを開催し、農林業者と商工業者に、ビジネスの場を提供する) 新商品・サービスの創出支援 (藤枝の農林資源を活用した新商品・サービスの創出に向けたプロジェクトについて、事業化に必要な調査分析・研究開発・販路開拓などの経費を支援) 専門家の派遣 (専門家を派遣し、プロジェクト構想の課題整理や具体的な計画づくりなどをサポートする) という事業スキームを組む。

本市においても、農業の 6 次産業化は課題であると考えており、6 次産業化について先進的な取り組みを行っている藤枝市の施策を参考とすべく、視察を行った。

農商工連携・6次産業化推進事業の経過

農商工連携・6次産業化推進事業については、平成20年に「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律（農商工等連携促進法）」が、平成22年に「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律（6次産業化法）」が施行され、国において、6次産業化が、一次産業の振興や地域活性化を図る方策として進められることとなった。

これに呼応して、藤枝市においても、地域の資源を有効に活用し、地域経済の活性化に向けて産業全体の底上げを図るべく、平成22年度より、産業振興部に農商工連携を推進するセクションを設け、市の施策として農商工連携並びに農業の6次産業化を推進していくこととなった。

平成23年8月までの経過は、下記のとおりである。

（1）平成22年度

- ・庁内連絡会の設置
- ・農商工連携・6次産業化推進ネットワーク設立に向けた関係機関との協議
- ・農商工連携・6次産業化推進ネットワーク設立準備会の設置
- ・農商工連携推進セミナーの開催

（2）個別案件への対応

- | | |
|------------------|------------------|
| ・農商工連携促進法に基づく認定 | 2件（茶と果実） |
| ・6次産業化法に基づく認定 | 1件（茶） |
| ・静岡県農商工連携基金事業の認定 | 1件（茶） |
| ・販路開拓相談 | 3件（手作り味噌、竹炭、竹酢等） |
| ・焼津市との連携事業 | 2件（しいたけ、玉露） |
| ・加工施設・直販施設 | 瀬戸谷、葉梨、朝比奈地区等 |

「藤枝市農商工連携・6次産業化推進ネットワーク」の概要

藤枝市では、先述の経過を経て、平成23年8月8日に、「藤枝市農商工連携・

6次産業化推進ネットワーク」を設立した。

このネットワークは、地域の農林産業と食品産業をはじめとした様々な産業間の連携を促進し、地域の農林産物、人材、技術その他の資源を有効に結び付け、新たな商品、サービス、販路、地域ブランド等を創出することを目指すものである。

(1) 推進体制

藤枝市と大井川農業協同組合、藤枝商工会議所、岡部町商工会が有機的に連携しネットワークの母体として顧問及び運営委員会、審査部会を設置し、ネットワーク事業の運営を行うとともにプロジェクトチームの構築と活動を支援する。

(2) 会員の要件

設立の趣旨に賛同する企業、団体、個人。ただし農林業者は市内の者に限る。(会費無料)

(3) 会員の活動

会員は、自らの経済活動の一環としてネットワークに参画し、自身による事業化を前提に他の会員とチームを組んでプロジェクトに取り組むとともに、事業モデルを構築した後は、会員自らで事業化を進める。

(4) ネットワーク事業

1) 交流・連携強化事業(セミナー、交流会、視察)

2) スタートアップ支援事業(開発経費補助... 1 / 2 補助 上限 100 万円、販路開拓補助... 1 / 2 補助 上限 50 万円、専門家派遣... 3 回まで無料)

経費補助については、開発経費補助に 1 年、販路開拓補助に 1 年の 2 カ年にわたる補助となる。

3) ランクアップ支援(専門家派遣... 3 回まで無料)

4) ネットワーク活動周知事業(ホームページによる会員情報の掲載共有、広報誌の活用、関係団体への働きかけ)

(5) ネットワーク予算

事業費 6,000 千円

事業者負担 市(2 / 3) 4,000 千円

農商工団体（1 / 3）2,000 千円

（大井川農業協同組合 1,000 千円、藤枝商工会議所 900 千円、岡部町商工会 100 千円）

（6）ネットワークに参画するメリット

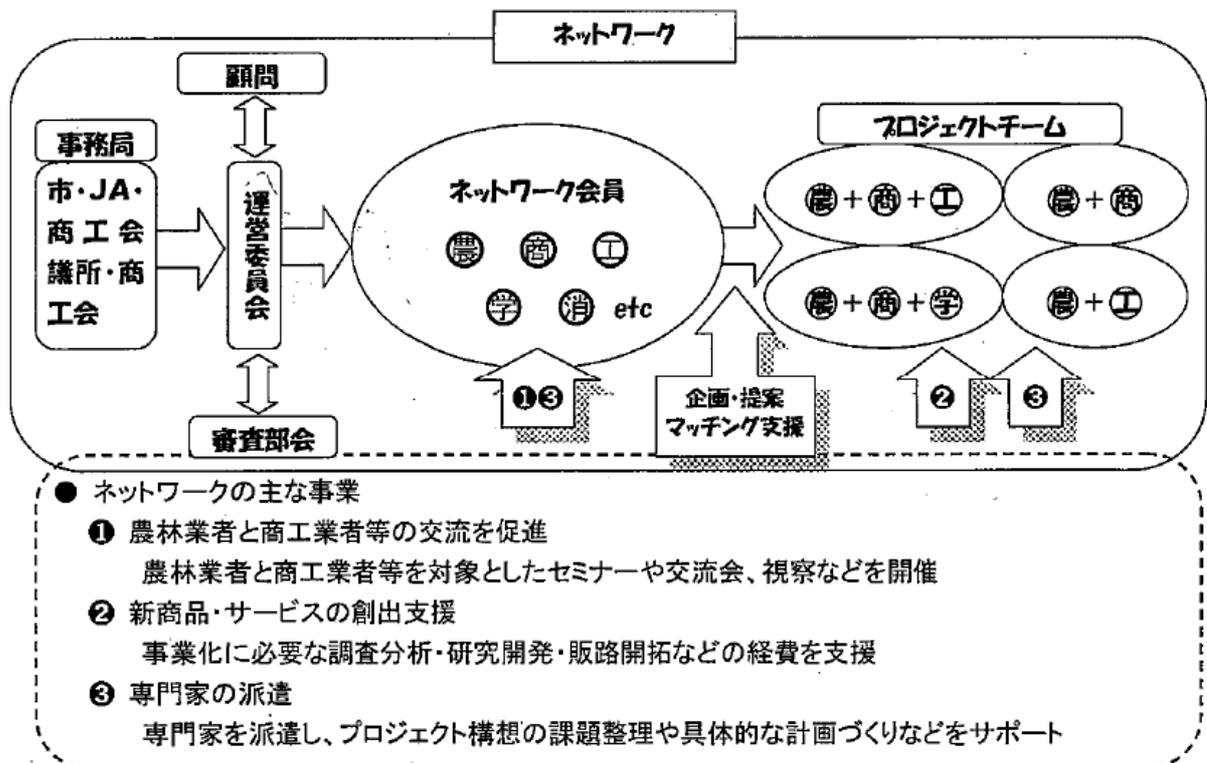
- ・地域の農資源や人的資源を活かしたビジネスチャンスを提供し、所得の拡大にもつながる。
- ・ネットワークを介して、新たなビジネスパートナーと出会うことができる。
- ・事業化のスタート部分に支援が受けることができ、事業化に向けた近道となる。

（7）会員の状況

ネットワークの会員については、平成 26 年 4 月 1 日現在、75 個人・事業者を数える。

内訳：農 20 商 28 工 10

他 17（金融機関、NPO、高校、デザイナー、弁理士等）



支援事業（スタートアップ支援事業）の採択状況

審査部会による審査結果を踏まえ、運営委員会において決定している。

(1) 平成23年度認定プロジェクト 4件採択

	プロジェクト名	概要	構成団体
新規	1 藤枝カシスプロジェクト	約1,500本の苗木植付、健康食品等の開発、商標取得	A-farm ACO、飯塚園 西光エンジニアリング ザ・ネクストワン(冷凍)
	2 藤枝産大豆・野菜等を使った地産地消「かわり豆腐」の開発	トマト豆腐「ピンクウ」の商品力向上	三浦豆腐店 グリーンファーマーズ藤枝 河原崎農園、藤枝北高
	3 藤枝産米粉を原料としたB級グルメ「藤枝ぐるみ」の開発・普及	皮の製造体制の研究、販路拡大に重点化	藤枝商工会議所青年部 グリーンファーマーズ藤枝 藤枝北高、清水屋(米粉製造)
	4 藤枝産紅茶・緑茶を使用した無添加菓子の開発	「紅茶クッキー」の緑茶バージョンの開発	共立アイコム 飯塚園、NPO 風(就労継続支援のNPO法人)

(2) 平成24年度認定プロジェクト 新規5件・継続4件採択

	プロジェクト名	概要	構成団体
新規	1 「朝比奈筍」の消費拡大プロジェクト	主に飲食店向け業務用タケノコの開発	朝比奈筍の会 西光エンジニアリング
	2 有機番茶紅茶の開発及び販売	有機栽培の番茶紅茶の機能性等を研究	葉っパイ向島園 静環検査センター
	3 藤枝産のお茶と野菜・魚のすり身を材料とした「お茶シューマイ」の開発	お茶をより感じさせるための研究	爰び寿亭 西光エンジニアリング 小園碾茶組合 浅角(すり身) ACO(ネーミング等)
	4 シモン芋を主原料とする焼酎及び加工品の開発	シモン芋の供給体制を整え商品開発及びその定着化を図る	共立アイコム 飯塚園 NPO 風 杉井酒造
	5 藤枝産果実を使用した菓子等の開発・販売	ブルーベリー、イチジク等の菓子製造の研究・開発	柘植龍農園 沖友 コマジャパン(レシピ) 田丸屋農芸開発

(3) 平成25年度認定プロジェクト 新規5件・継続4件採択

	プロジェクト名	概要	構成団体
新 規	1 機能性食品「げんきごはん」の開発	椎茸やタケノコ等の藤枝の特産品を使った健康に良い混ぜご飯の開発	静岡アトム 朝比奈筍の会 静岡インターナショナルサービス
	2 白ふじジンジャープロジェクト	葉梨地区における生姜栽培とシロップ、ジンジャーエールの開発、拡販	白ふじの里実行委員会 ヤマキン 共立アイコム 遠州
	3 藤枝産ブルーベリーを使ったキャンディでMYFCを応援しよう！	藤枝産ブルーベリーと藤枝MYFC（J3を目指すサッカークラブチーム）のイメージを相互に高め、藤枝を盛り上げる商品開発	甘信堂製菓 大塚園
	4 SAKENOMICS（サケノミクス）プロジェクト	静岡の酒米・誉富士の栽培と地元酒造による新しい地酒開発	志太泉酒造 農業者4名 ケント
	5 藤枝産果実・野菜を使用した生ジュースレシピ開発と販売	ブランド化が図れるよう美味しさと品質をより向上させ、地産地消商品としてのジュース開発	NPO SACLABO 落合梨園、井口彩園 大坂農園 創作イタリアン NORI

今後の課題

採択したプロジェクトのフォローアップ

- ・ 専門家派遣や様々な機会（収穫、開発、販売等）を捉えてマスコミ等への情報発信
- ・ 販路拡大への協力として、各種展示会や商談会などの情報提供を行い、PRや取引に繋がる場への参加を促進
- ・ 助成期間終了後のフォローのために金融機関との連携を強化

より多くのプロジェクトの創出

- ・ 農商工連携や6次産業化に取り組む人材・企業の発掘

特に農林業者への6次産業化の周知・取り組みの創出

（農家1戸の規模の問題により、藤枝市では、農・商・工連携が進む一方、農業の6次産業化についてはあまり進展がないため、農家の集約・農事法人化等の推進についても検討している。）

藤枝ブランド戦略事業との連携（平成 25 年度より）

- ・ 6 次製品の推奨品の募集・選定

推奨品の中から第 1 回プレミアムブランドの選定（平成 26 年度）

食農連携マネージャー派遣事業（平成 26 年度）

- ・ 外部専門家を農業者や企業に派遣し、マッチング及び商品化までのマネージメントを行う

組織化による 6 次産業化及び地域活性化への効果

会員制にすることにより、市等行政の施策情報の発信先（意欲ある事業者）の明確化が図れた。また、会員間における情報の共有及び交流により、各プロジェクト事業の広がりが期待できる。

地域活性化については、各プロジェクトを成功に導くことにより、生産者の参加を促進し農業所得の増加を見込む。

委員からの質疑

Q「藤枝市農商工連携・6 次産業化推進ネットワーク」のホームページの制作・管理はどこが行っているのか。

A 市の予算に基づき、市が管理している。

Q 産・官・学連携について、どのような研究機関に協力を求めているのか。

A 静岡大学・静岡産業大学については、市と大学の間で包括連携協定を結んでいる。静岡産業大学の先生にネットワークの運営委員を務めてもらっているほか、近隣大学はすべて関わってもらっている。また、静岡県立藤枝北高等学校の部活動とも連携している。

Q 専門家派遣について、法律上の専門家はネットワークの中に入っているのか、派遣の段階で呼ぶのか。

A 専門家派遣の段階で外部から招致する。3 回目までは、1 回につき、2 万円の報酬を支払っている。

Q どのような専門家を呼べばよいかということについて、アドバイスは行っているか。

A ネットワークのアドバイザーとして、中小企業診断士と委託契約を結んでお

り、専門家の紹介を行っている。

Q 経費補助については2年間となるが、補助終了後に同じ申請者が別の商品を開発する場合、連続での補助は可能なのか。

A 要件を満たすものであれば、可能である。

Q 行政職員の異動は避けられないが、本ネットワーク担当職員の質の維持については、どのように考えているのか。

A 藤枝市では、早い時期から職員増減及び事業計画に対するヒアリングを行っているが、行政の継続性については維持していかなければならないと考えている。本ネットワークの担当については、コミュニケーション能力の有無を重要視している。

Q 2年間の補助を終えた後の収益性はどれほどになると想定しているか。

A 補助がなくなった後に認定された事業を中止した事例はないが、補助がなくなっただけからの収益性のレベルは低いという現状がある。しかし、補助については、販売に至るまでの土台部分に対して行うものであるから、収益性を上げるためには、販売方法や販売場所等について、工夫が必要となるのではないかと考えている。

Q 農・商・工事業者のマッチングについて、事業者がネットワークに登録をした場合、ネットワークエリア内でマッチングを行うのか。

A 基本的にはネットワークの中で探すか、ネットワーク内に適切な事業者がない場合は、商工会議所やアドバイザーに相談する等の手段をとっている。それが、農商工連携・6次産業化推進係の主要な業務であると考えている。

Q 異業種間のマッチングにおいて、ネットワーク外の事業者があるプロジェクトを引き受けることとなったとき、照会を受けなかった他の事業者との間でトラブルが生じることはないのか。

A 現段階では、そのようなトラブルはない。意欲のある事業者であれば、共同で事業を行い、販路の開拓につなげてほしいと考えている。

委員会としての所感

「藤枝市農商工連携・6次産業化推進ネットワーク」については、国の6次産業化推進の動きに沿って、市長のトップダウンにより創設されたものであることである。新設の産業政策課には、ネットワーク専属の職員も配置され

ているとの説明があり、まさに市をあげて、農・商・工業者のマッチングおよび独創的な新商品の開発に取り組んでいることが実感できた。

また、国・県単位でも行われている新商品開発に対する補助事業についても、国・県よりも補助基準を緩やかにすることで、市内の中小企業や小規模農業者に広く門戸を開き、これらの事業者の生産意欲の増進や成長につなげていこうという市の姿勢を見て取ることができた。

1戸の農家が加工・販売まで行う完全な6次産業化の流れについては、藤枝市においてもあまり進展がないとのことであるが、農商工連携のプロジェクトチームによる様々な新商品がこれまでに認定を受けており、農商工連携という側面においては進んでいるとの印象を受ける。農業者が商業者及び工業者と連携しようとするとき、それぞれの利害の対立があり、うまく進まないのが通常であり、本市においても例外でないと考える。藤枝市において、農商工連携のプロジェクトが進んでいるのは、市の幹部職員および学識経験者等で構成されるネットワークの運営委員会の調整によるところが大きいのではないかと感じた。

本市においては、農業の6次産業化、農商工の連携施策いずれについてもさらに進めていく必要があると考える。藤枝市においても、補助期間終了後の認定事業のフォローアップなど様々な課題があるとのことであるが、今後、本市が農業の6次産業化及び農商工の連携を進めていくにあたり、どのように取り組むべきか、どのような障害があるのかを考える上で有意義な視察となった。