

行政視察報告書

参加議員	文教経済常任委員会委員 委員長 工 藤 健 副委員長 万 徳 なお子 委員 相 馬 純 子 委員 小 熊 ひと美 " 柿 崎 孝 治 " 山 本 武 朝 " 奈良岡 隆 " 小 倉 尚 裕
調査期間	令和5年10月26日（木）～令和5年10月27日（金）
調査先 及び 調査事項	①長崎県長崎市 ながさき若者会議について ②宮崎県宮崎市 マチナカ 3000 プロジェクトについて

視 察 概 要	
■ 調査先①	長崎県長崎市
■ 調査事項	ながさき若者会議について
■ 調査内容	<p>1 調査日 令和5年10月26日（木）</p> <p>2 調査目的 長崎市が取り組んでいる「ながさき若者会議」について調査し、本市の参考とする。</p> <p>3 対応者 長崎県企画財政部都市経営室 主幹 比良 章吾 長崎県企画財政部都市経営室 松瀬 裕也 長崎県議会事務局議事調査課調査係 永田 大輔 長崎県議会事務局議事調査課調査係 吉野 碧</p> <p>4 調査事項の説明 (1) 説明概要 長崎市は、1571年の開港の歴史から始まり、明治22年に現在の市中心部で7平方キロメートルほどの市となった。1945年、原子爆弾の被ばくを経験している。昭和・平成の大合併を経て、市域が1.7倍に広がった。合併当時は人口45万人であったが、少子高齢化により、昭和50-60年頃をピークに減少の一途をたどっている。昨年7月、平成の大合併後初めて40万人を下回った。 長崎×若者プロジェクトは、長崎市が転出超過人口全国ワーストであり、特に若い世代の転出が著しい中、「若者に選ばれるまち」になるため取り組むこととしたもの。</p>

① 長崎×若者プロジェクト（ながさき若者会議）の位置づけ

- ・ 前市長時代に、任期中の4年間（令和元-4年度）の重点プロジェクトとして立ち上げたプロジェクトの1つ。特に若い世代を意識し、選ばれるまちになることを掲げ、6つのプロジェクトに取り組んだ。
- ・ ながさき若者会議は、若者に選ばれるために何をするかというところで、「若者がチャレンジできる場」、「若者が楽しむことができる場」をつくるという2つのテーマを掲げて取り組んだもの。
- ・ 「若者がチャレンジできる場」とは、若者が実現したいアイデア、企画を若者が自分たちで考え、自分たちでチャレンジしていく仕組みを作りたいということ。令和2年度に市が参加者を募集して立ち上げた。
- ・ あらかじめ参加条件として「15歳以上34歳以下の者」「積極的に会議に参加できる者」「長崎市内に在住、在勤している者並びに長崎にゆかりのある者」を設定。今も継続しており、令和5年7月現在で38名が参加している。

② ながさき若者会議のあり方（若者のニーズ等）の整理

- ・ 会議立ち上げ時から市が整理していたわけではなく、どこに向かうか、どういう会議になるかは分からないが、とにかくやってみようという状況であった。市職員も一緒になって、コーディネーターとともにワークショップやディスカッションをする中で、若者と話しながら、若者会議ってこういうところ、こうあってほしいというのを整理していった結果が、「交流」「学び」「挑戦」の3つである。
- ・ 近い年齢層でいろいろな立場の若者が集まり、お互いを知る（「交流」）、今まで持っていなかった視点を交流の中で学ぶ（「学び」）、自然とお互いの知識や情報を共有し、チャレンジをしていくという流れで「挑戦」につながっていく。
- ・ 仲間ができることで、こういったことをやってみたい、仲間と一緒にやりたい、どうせ取り組むなら何か社会課題の解決にアプローチしてやってみようというふうにして、様々なプロジェクトにつながっている。その結果、集団の自己成長・自己実現につながっていく。これが若者会議に若者が求める姿と整理したもの。若者会議は、「交流」「学び」「挑戦」を通じ、新たな挑戦を生み出す土壌として、「はじめの一步」を踏み出せる場になっている。

③ ながさき若者会議の具体的な取組内容・成果

〔若者が実現したいことへの挑戦〕

- ・ 当時はコロナ禍にあり、人と人とのつながりが希薄になりつつあって、若者も自分に自信が持てない、自己肯定感が低いといった中、お互いにお互いのいいところを知ることによって自己肯定感を高めるようなプログラムを組めないかと若者自身が発案し、市は、市立小・中学校の教育の場で出前講座をできるようつなげる役目をして、若者会議のメンバーが小・中学校に出向いて自己肯定感を高めるプログラムの出張講師をした。

- ・ モルックというスポーツがあり、誰でもできるというのがメリットだが、市内の福祉施設などでやってもらえればいいのではないかと話があり、福祉部に掛け合い、多世代交流ができる環境として地域活性化に寄与している。

〔交流・学びの創出〕

- ・ メンバーに女性僧侶がおり、その社務所を借りて、地域で若者が集まって勉強したり話をできる居場所づくりをしようということで、若者会議もこの場所でやったりしている。
- ・ オンライン会議についてはコロナ禍で特に進んだものだが、なかなかリアルで会えないメンバーもモニターと一緒に会議をするなど、日々のコミュニケーションをできる場所で、できる形で行い、交流・学びを深めている。

〔活動等の発信・顕在化〕

- ・ 令和3年11月に長崎港開港450年記念の開港フェスタがあり、国道の一部を歩行者天国にし、開港の歴史から未来につながるエリアをつくらうということになった。その中で、未来のエリアの運営担当として、若者会議に矢が刺さった。他のブースは小学校のテントなどを立ててやったが、若者会議のエリアは、自分たちなりの空間を作りたいということで、芝生を敷く、おしゃれなテントを立てる、ガーランドのような紐（市の施設で古布を集めてリサイクルしたもの、SDGsにつながるような見せ方）など、ほとんど手作りで企画・運営をやった。若者会議のパンフレットを配るなど、新規メンバー募集の機会にもなった。

〔運営体制の構築・外部との連携〕

- ・ 若者会議の取組が新聞・テレビ等に取り上げられるようになり、注目が高まる中、企業との連携も生まれている。長崎市では、原爆投下であった8月9日11時2分に、平和への祈りを捧げるため黙祷を行っているが、若者会議で「8.9 Project」として、クラウドファンディングを活用し、黙祷の5分前にLINEにメッセージが届く仕組みを作った。千羽鶴を平和記念式典に収める取組をしている市内ホテル事業者の協力を得て、そのQRコードを折り鶴に載せてホテルで販売するという取組を行っている。

④ ながさき若者会議のあり方（成果等）の整理

- ・ 若者会議がどのように位置づけられているのかを収益性・実行性を踏まえて若者と整理したところ、「起業・創業」「市民活動」というところにいきなり若者が行くのは難しい中で「若者会議」のステップがあるのではないかと、交流を形成しながら、自分たちの持つ発想ややりたいこと、やってみたいことというポジティブなアプローチから始めようというときに、はじめの一步を踏み出しやすい場所が若者会議であると整理した。

- ・ 若者がゆるく集まり、ゆるくはじめの一步を踏み出していくのがこの会議のいいところであり、そこに市が何でもかんでも手を出し過ぎず、この場所でこれをしたいたいというときにつなぐなど、若者の主体性を第一にやってきたものと整理している。

⑤ ながさき若者会議の自律的で持続可能な運営体制の検討

- ・ 立ち上げ期（令和2-3年度）は、若者自身もやり方がよく分からないため、行政でコーディネーター1名を委託して会議・活動の支援をし、若者は全体会議をしながら活動にチャレンジしていった。
- ・ コーディネーターとやっていく中で、何となく若者会議の回し方が分かるようになり、今後もやっていきたい、もう少し深く関わりたいというメンバーが出てきたため、令和3年度にはコアメンバー（おせっかいクラブ）が10名ほど集まり、新たなメンバーが加入すると彼らが先輩としてまとめていく体制となった。
- ・ 令和4年度は活動の始動期に当たり、活動の運営主体がコーディネーターから若者に移っていった。コーディネーター委託は続けながらも、支援の濃度を落としていき、コアメンバーに運営主体を少しずつシフトしていった。令和4年7月7日にコアメンバーを任意団体化。会議の目的、組織体制、組織規則を作り、運営プロジェクトを立ち上げた。
- ・ 4年間限定として活動してきたが、いきなり市が全く手を切って、若者会議だけで活動を続けるというのは不安があるし、任意団体化した後に市が大幅に手を出すのも後戻りになるため、令和4年度から、市は今後どう関わっていくのかがいいのか若者と話をし、体制をあらかじめ決めていった。
- ・ 令和5年度からはコーディネーター委託終了、運営主体はコアメンバーに移し、市としては引き続き、活動フィールドや全体会議の会場に対する相談への支援、また、学びの質を高めるための研修を行いたい場合には講師・ファシリテーターを招聘するなど、場づくりの側方支援を行っている。

⑥ 若者と行政が連携して運営する「若者の交流・学び・挑戦の場」

- ・ 運営体制に関する基本的な考え方として、令和5年度から、「ながさき若者会議運営プロジェクト」の役割としては、若者の「交流・学び・挑戦」の支援となる。側方支援としての予算も措置。
- ・ 予算の内訳であるが、学びの質を高めるため講師を招聘して次のチャレンジにつなげたり、深みのある全体会議にするためのファシリテーター招聘に係る報償費、消耗品費、発表会のための会場借上を措置している。

(2) 主な質疑応答

Q：令和5年度予算は30万円とのことだが、当初の予算額は。

A：令和2年度は200万円となっており、主にコーディネーター委託費（100万円）。令和3年度もおよそ同額。

Q：これまでの活動の中で定期的に行っているものはあるか。例えば開港フェスタへの参加などはどうか。

A：開港フェスタは単年度の開催。全体会議は大体月1回ペース。コロナの5類化もあり、リアルで集まる機会が増えている。タレントぞろいのメンバーのため、メンバー自体が講師となり、新しく入った人が学ぶといったこともやっている。全体会議には市職員も入ってやっている。

Q：職員も若者会議に参加しているのか。

A：昨年度までは担当も参加していた。今は、あまり市が関与しすぎないようトーンを落としている。全体会議だけは参加するというようになり。それ以外では相談があればという状況。

Q：15—34歳とかなり幅があり、中学生や子育ての女性などの活動も含まれるのではないかと思うが、ユニークな活動があれば教えてほしい。

A：女性の僧侶は別にNPO活動もしていて、そこでは生理の貧困に関し、クラウドファンディングの収益で生理用品を置くといった活動を独自に行っている。この件が県議会で話題となり、実際の生理用品配置にもつながった。若者が問題意識を持って取り組んだ草の根運動が形になった例。8.9 Projectは長崎ならではの活動であり、戦争を経験しない世代でも8月9日だけは祈ろうという行動が新聞やテレビでも取り上げられ、輪が広がっている。モルックは世界的にも広がりを見せており、市内の公園でのイベントで、芸能人を呼んで中継する場面でモルックをやってほしいという話があり、若者会議のアピールになった。今年3月に一旦プロジェクト終了予定であったが、旧長崎県庁の庁舎が解体されて更地になっており、県から、何か若者に使ってもらって跡地利活用をしたいと声がかかり、若者会議の卒業式を行った。そういった特徴的な活動が様々ある。

Q：様々な活動が生まれ、これからも可能性があると思うので、市は、はしごを外さずにうまく育てていただきたいと思う。

A：今後、火が消えてしまうのではと懸念していたが、自立して活動できている。夜間にも頻繁にLINE会議をしており、朝LINEを開けたら40-50件も来ているということもある。先輩にクラウドファンディングが得意な人がいて、それをまねて別のクラウドファンディングをやろうという動きもあり、女子大生2名が、アフリカで学校を作りたいと渋谷で会社を立ち上げて活動している。若者会議がきっかけでチャレンジが始まったのかは分からないが、若者会議の枠を越え、長崎を出てからもつながりを持ってやってくれている。

Q：メンバーの年代は。

A：中心は30代。コーディネーターも30代で、今はコアメンバーとなりサポートしている。高校生の視点も大事だが、下の世代は少なく、15—16歳は高校受験で離れてしまうことが多い。

Q：当時はコロナで活動ができないので若者会議に来ていたが、コロナ禍が終わって自分の活動に戻り、来なくなるということはあったか。

A：コアメンバー含め、若者会議ではじめの一步を踏み出した後、その先に進み始めている人もおり、そういう人の中には、コアメンバーだが自分の活動が忙しくて若者会議に来られないという人も出てきているので、全体会議でも、コアメンバーを入替えしようかという話が出てきている。

Q：「若者がチャレンジできる場の創出」＋「若者が楽しむことができる場の創出」とあり、青森市でも以前、若者たちが楽しむことで盛り上げられるよう活動した団体があったが、市の担当が異動したら盛り下がってしまったので、見守って、さらにプラスにしていきたい。

A：「若者が楽しむことができる場」に関連して、（仮称）若者広場というものを造る計画がある。今、浦上駅で線路を連続立体交差にする工事をしており、その高架下を一部使用して、広場を造ろうというもの。もともとは三菱重工の工場が移転した工場跡地で、今、ジャパネットたかたが長崎スタジアムシティの建設をしているところ。スタジアム北側のエントランスの前庭に、市・県が無償で使える面積があり、その活用を検討する中、県内外から、特に若者が訪れ新しい交流が生まれる場として土地を確保し、そこを広場として整備していくこととなった。長崎市に今までなかった「楽しむ場」であるのがポイント。公共がただ測量設計をして広場の絵を描くのでは面白くないと思ったので、ワークショップをして、若者が実際にそこで何をしたいのか、どういう使い方をしたいのかというところから始めた。若者会議のメンバーでチラシを作るのが得意な人がいて、アイデアワークショップのチラシを作ってもらい、何もない空間に対し、アイデア出しをして、リラックス、交流、表現、スポーツ、ヨガ、路上ライブ、ダンス、モルックなど、やりたいことをまず出し、これをするにはどんなしつらえが要るのかという検討をした。結果、人工芝・大型ビジョン付の広場となり、来年秋にスタジアムシティが開業するので、それに合わせて夏頃まで工事し、整備を進めていく。整備して終わりではなく、ベンチやテーブルなど、ものづくりワークショップをしながらここを使ってくれる人を育ててもいいかなと模索している。

Q：全体の年齢構成と、女性の参加はどのくらいか。

A：毎月開催している全体会議ベースになるが、参加率は、1：1か少し女性が多い印象。年齢層としては、令和5年度から新しいメンバーが入ってきたので、学生のほうが参加率が高い印象。

Q：10代の参加率はどのくらいか。

A：10月頭に開催した会議で、当日参加者16名中、10代は6名程度。

Q：予算財源としている長崎伝習所基金というのはどういうものか

A：市の基金で、市民活動において人材育成につながるような経費であれば様々なものに充てられるもの。若者会議という仕組みこそ、学び、人材育成につながると考え、同基金を活用している。地方創成推進交付金も、全体の半額はもらえるように確保している。

- Q：在住・在勤以外で長崎にゆかりのある方も参加可能とのことだが、都会に行った方もオンラインで参加可能なのか。
- A：当初長崎在住で、転勤で福岡に行ったが、週末なら活動可能ということで参加している事例はある。例えば、活動拠点は関東だが週末は長崎にフィールドがあるというような方も参加可能と想定している。
- Q：月1回の全体会議の開催日、時間帯は。
- A：高校生などもいるため、土曜・日曜の昼間としている。
- Q：少子高齢化、住み続けられる長崎市、結婚といったものはテーマにならないのか。
- A：今年市長が変わったところだが、長崎市は今、100年に一度のまちづくりを官民で進めており、この少子高齢化のピンチを乗り越えていくのだということで、少子化対策・経済再生・新市役所創造という3つのプロジェクトを立ち上げている。このうち、少子化対策プロジェクトの中で、婚姻率や出生率を扱うことになるが、現状はまだプロジェクトを立ち上げたところであり、その議論をしている最中。今後、市議会に方向性を示して説明していく予定。
- Q：メンバー同士の個人的なトラブルなどはあるか。
- A：立ち上げ当時は、全体の企画や今後の若者会議のあり方、どこまで自分たちが主体性を持ってやるか、どこまで行政に支援してもらうかといったことを議論するときは、結構、喧々諤々とやっていた。その中でコーディネーターがクッション材の役割を果たし、方向性をまとめてくれていた。2、3年もすると、それなりにお互いの性格、関係性、人となりなどが分かって議論できるようになった。社会人がいる中でやっていったので、あまり大きなトラブルなくこれまでやって来られたため、その辺は心配した記憶がない。
- Q：若者自身が主体的に活動できるようにするまでに一番工夫した点は。
- A：全国的に若者の施策は様々あるが、行政が予算や手を出しているところでは、予算がなくなると火が消えてしまうという話を結構聞いている。冷たいようだが、若者会議では、立ち上げたときからメンバーには、市は手もお金もあまり出しませんと言ってきた。逆に言えば、行政からお金が入っていないから自由にやっていいのだという気風が、そもそもあった。一過性で終わらないよう、意図的に、市にあまり期待するなよ、将来は自分たちでやっていかなくちやいけないし、4年後はなくなるんだからねと伝えてきた。特に2年目からは、どんどん若者主体にシフトさせるため、どうも来年からはコーディネーターがいなくなるらしいぞとか小出しに情報を出して、行政は手を引いていくのだとちよつとずつにおわせをした。それが逆に息の長い活動になったのではないか。

Q：財源について、地方創生推進交付金が国の方針でなくなる一方、合併で活用できる様々な交付金がある中で、こういった交付金を活用しているのか。また、国交付金の後は市独自の基金を活用するということが最初から予定していたのか。

A：地方創生推進交付金・デジタル田園都市国家構想交付金を活用というのは立ち上げ当初からあった。長崎伝習所基金は、令和4年度に活動を若者主体に移すときに、息の長い活動になるので何か活用できる財源はないかということで、もともとあった基金の活用を庁内で調整したもの。基金活用決定の際に、ずるずる長くやるのではなく、概ね3年を目途とした。3年後には若者たちがクラウドファンディングなど自分たちで仕組みを作って活動していくことを目標にしている。市は、お金じゃなくても、庁舎の会議室など場の支援、人をつなぐといったことはできる。また、将来的に市とのつながりがなくならないよう、任意団体と連携協定を結んでおけば、形としては市の役割が継続するのではないかと考え、市から若者会議に打診しているところ。

視 察 概 要

■ 調査先② 宮崎県宮崎市

■ 調査事項 マチナカ 3000 プロジェクトについて

■ 調査内容

1 調査日

令和5年10月27日（金）

2 調査目的

宮崎市が取り組んでいる「マチナカ 3000 プロジェクト」について調査し、本市の参考とする。

3 対応者

宮崎市議会事務局長	本	輝幸
宮崎県都市整備部まちづくり課		
課長補佐兼整備推進係長	金丸	徳男
宮崎市観光商工部産業政策課 産業支援係長	梶	浩徳
宮崎県議会事務局議事調査課 政策調査室主査	草野	葉子

4 調査事項の説明

(1) 説明概要

宮崎市では昨年市長が変わり、今年4月の機構改革で、本事業の所管課は、商業政策課から観光商工部産業政策課と都市整備部まちづくり課に移管された。都市整備部では一部ハード事業を担っている。

① 中心市街地の分析

- ・ 宮崎市の中心市街地は、シンボルロードである「橘通り（南北）」「高千穂通り（東西）」を中心に、南北約1.5キロメートル、東西約1.3キロメートル、面積162ヘクタールの区域であり、宮崎駅、宮崎県庁、宮崎市役所も含まれる。
- ・ 中心市街地は、これまでの長い歴史の中で、文化・伝統を育み、様々な機能を培ってきた「宮崎市の顔」であり、地域の経済や社会の発展に大変重要な役割を果たしているエリアとなっているため、中心市街地の活性化は地域全体にとっても重要である。
- ・ 中心市街地の人口動態について、2005年頃までは市全体の人口が増加傾向にある一方、中心市街地は人口が減少傾向にあったが、2010年頃には増加に転じている。
- ・ 中心市街地における平成25-27年度のマンション等共同住宅の立地状況を見ると、高千穂通りと橘通りの交差点を中心に、半径1キロ以内に23棟、半径2キロ以内に67棟が立地しており、中心市街地において民間マンションなどの立地が堅調に進んでいる。これにより、まちなかの居住者が増加傾向になっている。マンションなどの民間投資を促進するため、まちなかの居住ニーズを高める取組が必要と考えている。

- ・ 中心市街地に民間マンションなどの立地が進んでいる理由について、中心市街地に占める空き地の割合の図を見ると、平面駐車場などの空き地の面積が増加傾向にあることが分かる。また、平成18年度から平成28年度までの10年間で、空き地率は5%も増加している。これは、空き店舗になっていた建築物が老朽化し、利用されないため、平面駐車場に転換しているのが大きな理由となっている。
- ・ 平成13-28年度の土地の価格変動のグラフを見ると、中心市街地の土地の価格は減少傾向にあることが分かる。橋通西三丁目では15年間で価格が60万円/平方メートルも下がっている。
- ・ このように、適正な利用をされていない空き地、いわゆる低未利用地が増えることにより、中心市街地がスポンジ状になり、都市機能の密度が下がっていることが問題となっており、これが原因で、中心市街地の土地の価格も下落している。このため、中心市街地全体としてではなく、中心市街地をさらに区分し、商業機能が多いエリア、事業所が多いエリアなど、エリアごとでそれぞれの課題や特徴に個別に対策していくことが必要と考えている。
- ・ 中心市街地の産業について、産業大分類別従業者の増減を見ると、卸売・小売業、飲食店は市全体で増加傾向であるのに対し、中心市街地では減少している。このことから、中心市街地の産業の中心であった商業機能が郊外に拡大しているということが推察される一方、公務、運輸・通信業が増加していることから、中心市街地の状況が、商業から事業所の集積に移行しつつあることに合わせた対策が必要である。
- ・ これらの分析を踏まえ、様々な取組を行っている。

② 宮崎市まちなか活性化推進計画

〔これまでの経緯〕

- ・ 平成10年度策定の旧中心市街地活性化基本計画を発端とし、平成19年度に、総理大臣の認定を受けた中心市街地活性化基本計画を策定し、選択と集中の観点の下、73の事業を掲げ、中心市街地の活性化に係る様々な取組を実施した。
- ・ その後、平成25年度に市の任意計画として、宮崎市中心市街地まちづくり推進プランを策定し、中心市街地の活性化に取り組んだ。そのまちづくり推進プランを進める中で、平成27年度からの10年間で、まちなかでのクリエイティブ産業等を中心とした雇用の創出に重点的に取り組み、その経済活動により地域経済の活性化を目指すマチナカ3000プロジェクトを展開し、中心市街地活性化の中軸とした。
- ・ 現在は、平成30年度に宮崎市まちなか活性化推進計画を策定し、様々な取組を行っている。

〔宮崎市まちなか活性化推進計画の5つの各基本目標〕

- ・ 基本目標Ⅰ「クリエイティブ産業の集積と雇用の拡大」は、ICT関係やベンチャー企業などのクリエイティブ産業を優先的に集積するとともに、企業の成長促進のための環境整備などにより、雇用の拡大を図るもの。

- 基本目標Ⅱ「まちなか居住環境の充実」は、コンパクトなまちづくりや利便性の向上、宮崎らしい景観の形成などにより、まちなかの居住環境の充実を図るもの。
- 基本目標Ⅲ「憩い・交流する場の創出」は、イベントの開催などにより来街者の増加を図ったり、憩い・交流する場を創出することで、新たなコミュニティの形成などを進めるもの。
- 基本目標Ⅳ「まちなかを訪れる楽しさの創出」は、宮崎らしいまちなかの魅力を向上させるとともに、宮崎駅から橋通り周辺での回遊性の向上を図るもの。
- 基本目標Ⅴ「公民連携によるエリアマネジメント」は、各エリアの特徴に応じたゾーニングに基づくエリアマネジメントを公民連携で行うもの。
- これら5つの目標を掲げ、中心市街地の活性化を図っている。

〔宮崎市まちなか活性化推進計画策定の背景〕

- 本計画が作られた背景には、「人口構造の変化」「都市構造の変化」「社会構造の変化」の3つの変化がある。
- 「人口構造の変化」について、宮崎市全体の人口、さらに、仕事をして収入を得る生産年齢人口が減少することによって、生活していくための物の売買などの取引、いわゆるマーケット全体が縮小していくことになる。これが人口構造の変化がもたらす大きな影響となる。
- 「都市構造の変化」について、戦後の人口増加によって中心市街地とその周辺では住む場所が不足するようになり、郊外に新たな住宅地が造成されていった結果、遠い距離を移動するための自家用車の普及が進み、郊外に駐車場を備えた大型の店舗が増えていくこととなった。これにより中心市街地に住む人や訪れる人が減り、中心市街地のマーケットが縮小される事態に陥った。
- 「社会構造の変化」について、様々な技術革新によるサービス・製品の多様化が進むと、買い手が自分に合った商品を選ぶようになり、個人で営んでいる小さな店舗などは苦しい状況に陥った。また、PCやインターネットの普及によりEC市場が拡大していき、リアル店舗やネット販売の競争が起こるなど、従来の店舗販売はますます厳しくなり、これまでの商業活動が低下することに伴って、まちなかには空き店舗が目立つようになってきた。
- これらをまとめると、戦災復興によって中心市街地が形成され、その後、人口の急激な増加によって中心市街地の商業活動は興隆したが、中心市街地とその周辺では住む場所が不足するようになり、郊外に新しい住宅地が造成され始めた。これに伴い、遠い距離を移動するために自家用車の普及が進み、さらに、郊外に大型施設が増えていった。また、郊外の住宅地の開発が進められている頃、戦災復興で造られた中心市街地は、建築物の老朽化が多数見られるようになり、中心市街地から郊外に開発された住宅地へ移住する人たちが増え始め、それに伴い、まちなかを訪れる機会も減っていき、さらに、様々な技術革新によるサービスや製品の多様化が進んでいったことにより、これまで

と異なるニーズが求められるようになり、個人で営んでいる小さな店舗や従来の店舗販売はますます厳しい状況になっていった。

- これらの状況を改善するために中心市街地の活性化が必要であることから、宮崎市では、先ほどの5つの目標を掲げ、基本理念である「『働く』『住む』『訪れる』魅力をみんなで育むまちづくり」を実現するため、現計画を策定し、その取組を進めているもの。

③ マチナカ 3000 プロジェクト

〔マチナカ 3000 プロジェクトの概要〕

- 本プロジェクトは、中心市街地に 3000 人の雇用を創出することで、まちなかの活性化を図るプロジェクトである。
- ICT・広告・デザインなどのクリエイティブ産業の企業誘致や創業者・起業家を増やすことによって雇用創出を進めるものであり、平成 27 年度から令和 6 年度までの 10 年間で、まちなかに 3000 人の雇用を増やし、さらに、そこから生まれる様々な経済活動によって、元気なまちをつくることを目指すプロジェクトである。
- 本プロジェクトは、「企業誘致」「みやざき創業サポート事業」「まちなか商業業務集積推進事業」「まちなか企業立地チャレンジ事業」の 4 つの事業から構成されている。

〔企業誘致〕

- 地方進出を考えている都市部の企業に奨励金制度など様々なサポートを行い、まちなかへの立地を促進している。実績としては、平成 27 年度から令和 4 年度までの 8 年間で 92 社を誘致し、それらの企業によって 2963 人の雇用が創出されている。
- 16 年前、中心市街地のメインストリートである高千穂通り沿いのデパートに、世界的 PC メーカーの DELL が、企業誘致の取組によって立地した。DELL の進出が宮崎市の企業誘致の先駆けとなり、他の企業からも、地方進出の候補地として宮崎市が注目され始めた。DELL によると、行政から積極的な協力が得られたこと、親切で気配りができる人が多い宮崎市は、カスタマーサポートに適した思いやりあふれる土地であると感じたこと、中心市街地に大型オフィスを確保できたことが立地を決めたポイントとのこと。
- 他に、YouTube で活動している YouTuber をサポートする U U U M という企業が、令和元年春に、初の地方拠点として宮崎オフィスを開設。有名クリエイターを含めたくさんのクリエイターが所属しており、宮崎オフィスでは、クリエイターの動画制作サポート業務が行われている。

〔みやざき創業サポート事業（通称みやざき STARTUP HUB）〕

- 地域経済の活性化、中心市街地のにぎわい創出を主な目的として、平成 27 年度から宮崎駅前的大通り沿いに、宮崎創業サポート室（みやざき STARTUP HUB）を開設し、創業を目指す方または創業して間もない方を対象に、創業に関する総合的な支援を行っている。

- ・ 実績としては、平成 27 年度から令和 5 年 7 月時点までで、正会員が 71 名、そのうち 60 名が創業している。
- ・ 創業の内容としては、WEB 広告事業などのクリエイティブ産業から飲食店などのサービス事業まで幅広い事業となっている。

〔まちなか商業業務集積推進事業〕

- ・ 中心市街地における空き店舗の活用や、雇用・就業／商業機能を集積することで、中心市街地の魅力の創出や回遊性の向上を目的として行っており、3つの助成事業から成り立っている。
- ・ 「①空き店舗対策助成金」は、空き店舗に新規で店舗や事業所を設置する事業者に対し、家賃の 1／3 を助成するもの。
- ・ 「②情報サービス事業者等助成金」は、情報サービス業などの事業所を対象エリアに新規または増設で設置する事業者に対し、家賃の 1／2 及び新規雇用者 1 名当たり 30 万円を助成するもの。
- ・ 「③施設整備助成金」は、①②の助成金を使った事業者または企業誘致の助成金を使った事業者が入居するために改修工事などを行ったビルの所有者に対し、空調の交換及びトイレの改修・修繕に係る費用の 1／2 を助成するもの。なお、新規募集は令和 4 年度で終了しており、現在は、令和 4 年度までに申請した事業者に対し、補助を行っている。

〔まちなか企業立地チャレンジ事業〕

- ・ 新たな産業の集積や創業による雇用の場の創出を目的として地方進出を検討しているが、いきなりオフィスを構えるのはリスクが大きい、宮崎市がどんなところが分からないといったベンチャー企業に対し、お試しでオフィスを設置するために必要な経費の一部を支援し、実際にまちなかでの企業立地につなげようという取組。
- ・ 補助内容は、1 つに、受入施設（中心市街地にあるコワーキングスペース）利用料の一部補助、2 つに、宮崎空港発着の航空運賃の一部補助。なお、本事業は令和 4 年度で終了している。

〔マチナカ 3000 プロジェクトの目標値と実績値〕

- ・ 令和 3 年度に実績が 3085 人となり、目標である 3000 人を 3 年前倒しで達成した。そのため、令和 4 年度以降の目標値は令和 3 年度実績の据え置きとなっている。
- ・ 内訳として、企業誘致の実績が 92 社、新規雇用が 2963 人、ベンチャー企業の実績が 13 社、新規雇用が 81 人、創業支援の実績が 306 人となっており、順調に実績を伸ばしている状況にある。

(2) 主な質疑応答

Q：まちなか商業業務集積推進事業助成金は、コロナ対策の国の交付金を活用したものか。

A：コロナ時の国交付金は、令和 2 年度に単発で市の空家対策の家賃補助に活用した。マチナカ 3000 プロジェクトは、国交付金ではなく一般財源でやっている。

Q：市の独自制度として行ったとのことだが、事業規模、予算規模はどのくらいか。

A：当時からの予算規模は今把握していないが、令和4年度予算でいうと、空き店舗関係で180万円を措置している。マチナカ3000プロジェクトは10年間で3000人雇用という期間を定めた事業だが、商業集積もコロナ禍の前からやっている。

Q：マチナカに3000人雇用を前倒しで達成できているのはすごいと思う。着実に10年で達成できたことがすごいと感じており、制度の周知とともに、これを成功させるには積極的な誘致活動、営業活動的な活動があったものと思うが、その点を教えていただきたい。

A：誘致については担当課が企業誘致課になるため、詳細までは聞いていないが、宮崎市には東京事務所があり、県も東京・福岡・大阪に事務所があるため、大都市についてはこれらの事務所が積極的に誘致活動を行い、それをつないでもらっていると聞いている。DELLが誘致され、そこからどんどん横に広がっている。マチナカ3000プロジェクトの中でICT関係の協議会を立ち上げているが、協議会の中でも宮崎は立地条件がいいということでどんどん横に広がっていき、最近だとGMOなども誘致され、横のつながりも見えてきている。企業誘致もしっかりやっているが、企業同士の横のつながりで、いい企業に来てもらっていると聞いている。

Q：中心市街地活性化について、立地適正化計画との整合性はどうなっているか。

A：当然、立地適正化計画とまちなか活性化推進計画は整合を取っている。エリアに関しては、まち活の対象エリア162ヘクタールに対し、立地適正化計画では中心市街地は中核拠点と位置づけられており、中核拠点のほうが広がっている。中核拠点の中にまちなかの区域が含まれ、その中にマチナカ3000プロジェクトをはじめ、ソフト事業の集中的な投資を行ってきたというところ。中核拠点に関しては、病院、行政、福祉、商業施設等の誘致をする位置づけではあるが、今のところ、具体的な誘致の施策はない。どちらかというところ、162ヘクタールの中で、商業関係の担当部署がマチナカ3000プロジェクトというところがった施策を行っているという状況。

Q：プロジェクトの中で企業誘致がかなりの割合を占めており、DELLの誘致はとても大きかったと思うが、何かきっかけなどはあったのか。

A：DELLが来たときは我々も驚いたところだが、どちらかというところ、当時の市長が、まちなかにIT企業をいっぱい連れてくるぞということでマチナカ3000プロジェクトが始まったと記憶しており、その中でDELLが来るというのは非常にインパクトがあった。ICTの協議会を立ち上げ、IT業界の中で、DELLが宮崎いいよと言ってくれたのか、そこから芋づる式にというか立て続けに、大なり小なりのコールセンターが入って来たというところ。当時、市長がマチナカ3000プロジェクトに力を入れていたので、当然、東京事務所での企業誘致に加え、トップセールスも非常に精力的にやっていた記憶がある。

- Q：空き店舗対策補助金については路面对象か、建物の2階などでも対象になるのか。
- A：路面でも2階でも、半年間空き店舗だったところという条件で対象にしている。12か月の補助。
- Q：ベンチャー企業について、金融機関やベンダーの協力は。
- A：連携は取っており、今、みやざきSTARTUP HUBの運営を委託している株式会社ヒトメディアのインキュベーションマネージャーとの横のつながりもあるので、同社を通じていろんなパイプがある。
- Q：金融機関の支援についても、みやざきSTARTUP HUBでやっているのか。
- A：宮崎市の金融機関は、宮崎銀行と太陽銀行の2行があるが、両行ともキャピタルを作っており、その中のOBにも携わってもらっているため、金融機関との連携も少なからずある状態。
- Q：若者の流出に対する効果はどうか。
- A：数字的なものは記憶していないが、若者の流出自体は、引き続きある。1回流出した人が30代くらいで帰ってくる事例が非常に多い。今年度から来年度にかけて総合計画を策定することとしているが、企業関係でいうと、1回流出した人が30代くらいで帰ってきたときに仕事があるような企業をつくるべきだという話が出ている。地場企業を育てるのもひとつの施策とかかもしれないが、引き続き、手っ取り早く即戦力となる企業を外から誘致して、30代くらいで中間キャリアを持って家族とともにこちらへ帰ってきて仕事ができるような企業をつくったほうが良いという提言があったものと記憶しているので、今後、そちらにも力を入れていくというような話を聞いている。
- Q：3000人というのはどう設定した数字なのか。
- A：3000人の根拠について、当初は、大型ショッピングセンターができて空洞化ということもあり、外部のまちなかイノベーション研究会というところの提言で、平成27年当時の中心市街地の空き店舗等の面積でいくと、目に見えている部分だけで1500人くらいが収容できるとのことであった。さらに、不動産業者等からの情報によると、表に出していないものを含めるとその倍くらいがあるのではないかとこのことで、3000人という数字を設定したものと聞いている。
- Q：中心市街地の区域内での人口は、増加率からいけばどの程度か。市全体の人口の増減がどうなっているか。全体での流出がどのくらいかを教えてほしい。
- A：人口については、40万人を突破したのが2010年であり、2015年までは増加傾向にあった。市全体の人口としては、2015年を最後に減少傾向になっている。今、39万6000人くらいだったかと記憶している。一方で、中心市街地の人口は2005年までは減少傾向にある。平成17年頃に宮崎市郊外に大型のイオンができ、人だけでなく購買、経済、金の流れも郊外に随分流れてしまった。中心市街地は一番いいときの1/3程度になっている。これをもう一回復活させるというのがマチナカ3000プロジェクトや中心市街地活性化の旗印となっており、中心市街地の人口については、2015年以降、少しずつ増えている。

中心市街地の中にRC造のマンションが續々建っており、今現在も建築が続いている。この背景としては地価があり、宮崎市内・県内で一番地価の高いニシタチで、一番高いときの平米単価 88 万円から 28 万円まで、60 万円も下がったため、デベロッパー的には宮崎は非常に地価が安いということである。今年、公示価格で 31 年ぶりに商業地の地価が上がったため、完全に底を打ったものと見られており、今からますます買いに走るのではないかという話も出ているので、これからも建築が続くのではないかと思っている。一方で、ビジネスホテルは多いもののファミリー向けのホテルがなく、キャンプ時代にファミリー層が来ても泊るところがないと言われており、今後、空き地にマンションではなくそういうものが建つといいなと思い、まちづくり課としては、機会があるごとに、業界にそういった話をさせてもらっている。

Q : 3000 人の人口増というのをどのように分析しているか。I ターン・U ターン者なのか、県内の市外の周辺地域から中心市街地に移って来たのか、市内の郊外部から中心市街地に移ってきたのか。その辺をどのように分析しているか。

A : 3000 人の数は誘致している企業の雇用数であり、宮崎市近辺から来ている人、都市部から来ている人、宮崎市の人もあるかもしれない、明確な移住数までは調べていない。企業から上がってきている数字である。