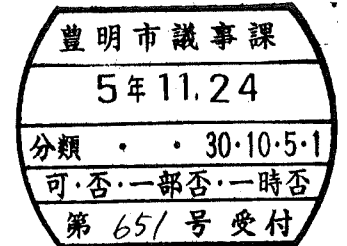


豊明市議会議長 殿



行政等視察報告書

議員名 堀内 ちほ

令和5年度豊明市議会政務活動費にて下記のとおり行政等を視察しましたので報告します。

年 月 日	視察先	視察項目及び成果等
令和5年10月25日	青森県弘前市	投票率向上につながる投票環境の整備について
令和5年10月26日	岩手県盛岡市	食と農のバリューアップ推進について

(注) 別紙添付も可能とします。

(注) 本報告書は5年間公開します。

令和5年度 会派視察 報告書

豊明市議会議員 堀内 ちほ

【視察日】 令和5年10月25日（水）～

令和5年10月26日（木）

【視察先】 1日目（令和5年10月25日）

青森県弘前市

「投票率向上につながる投票環境の整備」について

2日目（令和5年10月26日）

岩手県盛岡市

「食と農バリューアップ推進戦略」について

【会派】 豊政会 : 三浦 けいじ

月岡 修一

いとう ひろし

公明党 : 一色 みちこ

ひまわり : 堀内 ちほ

視察日：令和5年10月25日（水）

視察先：青森県弘前市役所

「投票率向上につながる投票環境の整備」について

【弘前市の概要】

昭和30年から32年にかけて、地理的、歴史的に共同生活圏を形成してきた周辺12町村と合併し、米とリンゴの田園都市、全国一のりんご生産圏として大きな発展を遂げた。

さらに昭和45年には、2市7町5村による「津軽地域広域市町村圏」を設置、

平成10年には広域市町村圏に替わる「津軽広域連合」を設立し、新たな広域行政に取り組みられてきた。

平成18年2月、歴史や文化の結びつきも深く、産業、経済や生活圏においても一体化している弘前市、旧3市町村が合併し、新弘前市が誕生した。

広大な津軽平野では県内屈指の穀物地域を形成され、平野周辺部の小高い丘陵地帯には、青森県の基幹農作物であるリンゴの約4割を生産する樹園地が広がり、さらに、その地域を取り巻くように山林地帯が伸び、緑豊かな自然環境に恵まれている。

人口・世帯数（令和5年10月1日現在、推計人口）

人口：161,998人、世帯数：71,120世帯

【視察内容】

選挙管理委員会では投票率の低下に問題意識を持っており、投票率向上のため、集客力が見込まれ、市の施設も入っている駅前の商業施設への期日前投票所の増設を検討。

また、若年層の投票環境整備及び啓発活動の一環として、大学への期日前投票所の設置の検討も併せて行い、平成27年4月の統一地方選から、それぞれ期日前投票所の設置を実施された。

商業施設については、市の施設となっているフロアの会議スペースに期日前投票所を設置したため、事前の調整は特に問題はなく円滑に行われた。

大学への設置は、実質3カ月の準備期間となったが、大学側も当初から協力的で設置場所やオンライン用環境整備等の競技もスムーズに行うことが出来、平成27年4月の統一地方選から設置し、今に至る。

主な取り組み内容としては、商業施設の設置は夜間の集客も見込めると考え、他の期日前投票所よりも閉鎖時間を遅く設定（市役所以外の期日前投票所以外の投票所の閉鎖時間は午後6時）。

大学では、学生が集まりやすく、スペースも十分確保出来る1階の玄関ホールに設置。

市民への周知は、市の広報紙、ホームページ、投票所入場券への掲載等により行われた。

平成27年4月の統一地方選が行われた時は大学内への設置は「東北初」であったため、同時期にショッピングセンター内へ期日前投票所を設置出来たことから、報道機関の関心が高く、通常よりも多くの報道がされ、市民への周知へとつながった。

【所管】

期日前の投票所を商業施設内、大学内に設置することは画期的アイデアと思ったが、

ほぼほぼ本市でも、前後駅、パルネスの近隣の南部公民館で行われている内容に近いと思った。本市にある藤田医科大学に投票所を設置出来たなら、投票率は上がるだろうか？

学生たちの住民票は豊明市にあるのだろうか？課題は研究しなければと思う。

視察日：令和5年10月26日（木）

視察先：岩手県盛岡市

「食と農バリューアップ推進戦略」について

【盛岡市の概要】

岩手県内最大の都市でもあり、岩手県の政治、経済、交通の中心都市でもある。

中心市街地には大正時代に建てられた西洋と東洋の建築美が融合した歴史的な建造物、近代的なホテル、歴史を感じさせる伝統的な旅館があり、蛇行して流れる川や、城跡が公園となっていたり、まちを歩いて楽しめるところや、コーヒー店、わんこそばの店の他、書店、ジャズ喫茶などの文化が根付くまちであることが評価され、アメリカのニューヨーク・タイムズ紙が令和5年1月に発表した

「2023年に行くべき52カ所」に「盛岡市」は選ばれた。

人口283,447人（令和5年9月1日現在）

【視察内容】

「もりおか食と農バリューアップ戦略」は平成30年3月に策定された。

フェーズ1 盛岡産農畜産物の認知度アップと消費の拡大

フェーズ2 「食と農」で盛岡のお魅力向上

フェーズ3 来盛者・新規就農者・食産業の担い手が増加

アクションプラン①

A、食と農をきっかけにした盛岡産物の魅力発信

B、異業種連携で応援！6次産業化による盛岡産商品・サービスの開発・改良

C、「盛岡産」の魅力を発信する盛岡市民向けイベントの開催

- D、「盛岡産」を継承し続けるための啓発活動
- E、「盛岡産」を選ぶ理由になる生産基準明示の推進
- F、盛岡の食と農を支える生産・流通・消費の裾野の拡大
- G、盛岡産農畜産物と消費者・食関連事業者をつなぐ場・仕組みづくり
- H、「盛岡産」の生産現場を体験・応援できる機会の提供
- I、盛岡産農畜産物及び取り組みのターゲットに即した全国・世界を対象とした
プロモーション活動
- J、人口減少に伴う食市場規模減少を見据えた県外・国外への販路拡大

「美食王国もりおか」基盤強化支援業務として、盛岡の「食と農」体験・応援プログラムを企画された。その内容は体験会、アンケートに答えた方へ抽選でプレゼント、地域、企業を巻き込んだイベント等が行われ、多くのファンを獲得され、ファンクラブの会員数は増加されていった。

生産者、食関連業者、一般消費者、相互連携を促進し、食と農の魅力を発信し、理解を深めるプロモーションをすることで食と農を支える産業の理解促進及び食と農の連携を軸としたまちの魅力向上を図られた。

【所管】

担当の女性職員さんが「私は食べるのが大好きなんです！盛岡にはおいしいものが沢山あります！」と紹介して下さった盛岡市の農産物を使った料理レシピや、特産品の紹介が掲載されたパンフレットには、生産者さんの写真や思いなどがあり、購買意欲をかき立てられた。市内の飲食店では特産食材を活用したオリジナルメニューを継続的に提供されているのは120店舗、125のメニュー。本市でも特産品のPR等を強化したいと思う。