

産業建設常任委員会視察研修報告書

- 1 期 日 平成30年10月16日(火)～18日(木)
- 2 視 察 先 (1) 富士市産業支援センター(静岡県富士市永田北町3-3)
(2) SUWAガラスの里(長野県諏訪市豊田2400-7)
(3) 小諸市役所(長野県小諸市相生町三丁目3-3)
- 3 視察内容 (1) 富士市産業支援センターの取り組みについて
(2) SUWAブランド創出事業について
(3) 「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトについて
(4) 鳥獣被害対策について
- 4 参 加 者 前川徹委員長、川端精治副委員長、広瀬潤一委員、橋本充雄委員、
前田嘉彦委員、佐藤寛治委員、吉川貞明委員(7名)
- 5 随 行 者 八杉茂樹産業環境部次長、小倉渉議会事務局書記

6 視察概要

(1) 富士市産業支援センターについて

○富士市の概要

- 1) 人 口 254,219人
- 2) 世帯数 105,529世帯
- 3) 面 積 約245km²
- 4) 概 要 静岡県中部に位置し、世界遺産の富士山や駿河湾の田子の浦を臨む。昭和41年11月、吉原市、富士市、鷹岡町が合併して現在の富士市が誕生。平成28年に市制施行50周年を迎えた。明治以降、製紙産業が集積し全国有数の紙のまちとして知られる。

○視察事業概要

平成20年8月、地域産業の公的支援機関(富士市の委託事業)として「富士市産業支援センターf-Biz」を開設。fはfujiの頭文字。BizはBusinessの略称。平成25年8月、創業を目指す起業家等を支援するため創業のワンストップセンター「f-Biz egg」を開設。平成26年3月、産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」を策定し、国の認定を受ける。創業支援事業として「f-Biz egg」における窓口相談事業及び創業支援セミナー事業を実施する。

○視察の意義

坂井市まち・ひと・しごと創生総合戦略において基本目標の一つである、安定した雇用の創出を図るためには、中小企業の活性化、創業支援による地域経済の底上げが必要であり、

そのために先進地の取り組みを調査する。

○視察の目的

中小企業に対する相談支援、経営支援の在り方と、中小企業の経営者と経営改革に取り組む手法、また、起業家を育てる方法を調査し、坂井市の中小企業の活性化に向けた支援体制、起業家への応援体制を研究する。



○調査内容

ア) 富士市産業支援センター f-Biz の相談支援の方針と企業支援の内容

新しい市場を開拓したい、今の事業をさらに大きく成長させたい、経営の課題を解決したい、そんな企業の声に応える産業支援の拠点である。スタッフが大切にしているのは、問題点ばかりを指摘するのではなく、強みや良いところを見つけて伸ばしていく姿勢である。チャレンジャーに自信や誇りを持ってもらうことで、熱い意欲が生まれるからである。サポート自体も、決して単発で終わるのではなく、マーケティング、デザイン、販路開拓、プロモーション、ブランディングといった各専門家のバトンリレーで、質の高いワンストップのコンサルティングを提供している。結果にこだわり続けることで、地域にチャレンジの連鎖反応が生まれてくるのである。自らの力で未来を切り開く企業の挑戦を待っている。

<企業支援メニュー>

相談業務を支援の柱にすえながら、定期的にセミナーやイベントを開催。自己啓発やスキルアップ、人と人との交流を促進する。

■経営相談

相談者とのコミュニケーションを大切に、同じ目線に立った「人」による個別支援を重視。新規事業開発、マーケティング、販売促進など、経営全般に関する相談やサポートを行う。現在6人のスタッフが、相談内容に応じてそれぞれの専門分野を生かして対応している。相談料は無料。月330件の相談、問い合わせを受けている。

■セミナー・イベント

ビジネスのステップアップを目指したセミナー、課題解決に直結するテーマ別セミナー、

地域活性化を促進する講演会などを開催。また、人と企業、起業と企業を結びつけるビジネスマッチングの場をつくる。

イ) 創業支援 f-Biz egg の支援方針と起業支援の内容

ひとはそれぞれ、いろんな可能性の卵を持っている。その中身には、今までのキャリアやスキル、他の人にはない技術やノウハウなどが詰まっている。でも、卵のままでは、それが一つのビジネスとしてこの世に生まれ出ることにはない。f-Biz egg は、そんな卵の一つ一つをしっかりと温めて、いろんな視点からのアドバイスにより、新しいビジネスのヒナドリとして世に送り出していくための起業支援施設である。そして、誕生したばかりのビジネスが大きく成長していくことをサポートするのもスタッフの役目である。「挑戦することは尊い」この言葉を一人でも多くの方に知ってもらいたい、その喜びと充実感を分かち合いたい。夢抱く人のチャレンジを待っている。

<起業支援メニュー>

可能性発見型の企業サポートを提供。「やる気」を具体的な形にしていくための相談業務や、具体的なアクションを応援する多目的スペースなどが一人一人のチャレンジを後押しする。

■ 起業相談

企業に必要なステップごとに、ビジネスプランづくり、資金調達、販路開拓、プロモーションと、専門家がマンツーマンで支援。ワンストップで起業の実現を目指す。また、アイデア段階の方でも、スタッフが実現に向けて伴走者となる。

■ 先輩起業家によるアドバイス

実際に大きな成功をおさめた起業家が、ゲストアドバイザーとして自らの体験談を交えてアドバイス。貴重なアイデアやヒント、そして勇気がもらえる。

■ 起業セミナーの開催

モチベーションアップのセミナーから実践的なビジネススキルが身につくセミナーまで、多彩なテーマで起業力を高める。

■ 各種支援機関へのコーディネート

相談内容によっては適した産業支援機関、経済団体などを紹介。企業に向けて有益な情報や課題に対してのベストなソリューション（問題解決策）を提供する。

ウ) 全国に f-Biz モデルが展開

外部から高額な報酬（年俸1,200万円）で募った経験豊富な人材をセンター長に配置し、売り上げ拡大や販路開拓などの相談に無料で応じ、経営者に寄り添いながら、地域の中小企業の活性化に取り組む f-Biz モデルが北海道から九州まで、全21自治体で展開されている。センター長は1年契約である。

北海道釧路市、山形県山形市、埼玉県狭山市、東京都豊島区・練馬区・巣鴨信用金庫連携、千葉県木更津市、静岡県熱海市、静岡県裾野市、愛知県岡崎市、岐阜県関市、岐阜県大垣市、京都府福知山市、大阪府大東市、島根県邑南町、広島県福山市、福岡県直方市、長崎県大村市、長崎県壱岐市、長崎県新上五島町、熊本県天草市、宮崎県日向市、鹿児島県人吉市

(2) SUWAブランド創出事業について

○諏訪市の概要

- 1) 人口 49,112人
- 2) 世帯数 20,698世帯
- 3) 面積 約110km²
- 4) 概要 昭和16年、上諏訪町、四賀村、豊田村の3町村が合併し市制施行。長野県の中央に位置し、諏訪湖や諏訪大社など自然資源や文化遺産に恵まれた観光都市。世界レベルの精密加工の技術を持つメーカーが集まる都市でもある。

○視察事業概要

産業間の連携による地域の活性化や課題解決、SUWAブランドの創出を図ることを目的に産業連携推進室を設置。平成26年に(株)信州諏訪ガラスの里へ業務委託により、「SUWAプレミアムSHOP」を設置し、作り手と売り手をつなぐ連携の場を創出。「SUWAプレミアムブランド」を効果的に発信するために語り部を設定し、展示会出展やインターネットTV、ラジオ等を効果的に組み合わせて露出を高め、技術や商品の特性に合わせた販路を創生出する「SUWAプレミアム販路創生事業」を展開。

○視察の意義

坂井市まち・ひと・しごと創生総合戦略において地域産業の振興、地域経済の活性化を図ることが重要であり、そのために先進地の取り組みを調査する。

○視察の目的

多様な産業構造を持つ信州・長野県諏訪地域の特徴を生かし、基幹産業である工業技術と農林漁業・商業・観光業などとの「産業間の連携」により、地域経済の活性化や課題解決を図るために生み出された様々な連携活動を研究する。



○調査内容

ア) 産業連携室を設置した経緯と業務内容

諏訪市には「農業」「工業」「観光」など多彩な産業が存在する中で、個々の産業を発展させるだけでなく産業間で連携をすることで新たな発見や発展、あるいは新しい価値の創出ができるのではないかと考え、産業間の連携を取り持つことを担う部署として設立。

<SUWAデザインプロジェクト>

首都圏のクリエイティブな人材(新しいものや仕組みを創造できる人、人が思い浮かばないアイデアを練り出せる人)と諏訪地域の事業者を結びつけ、「外部の視点」から地域資源の新しい価値や利用機会を見つけることにより、新商品・新サービスを創出する。

< 諏訪市産業連携事業補助金 >

市内の事業者を主とする、異業種連携から提案される新商品・新サービスの創出に対し、補助金を活用する。

< SUWAプレミアム販路創生事業 >

「SUWAプレミアムブランド」を効果的に発信するために展示会出展や雑誌、ラジオ等の各種媒体を組み合わせることで露出度を高め、技術や商品の特性に合った販路を創出する。

イ) SUWAデザインプロジェクトの内容とこれまでの成果

・平成28年度

市内3事業者と首都圏のクリエイター（創作者・製作者）を結びつけ、新商品の提案を行うハッカソン（ソフトウェア開発者が、一定期間集中的にプログラムの開発やサービスの考案などの共同作業を行い、その技能やアイデアを競う催し。）の開催、あるいは企業の価値を再確認するブランディング（ブランドを構築するための組織的かつ長期的な取り組み）を行った。

・平成29年度

新しい価値を生み出すことを目的とし、市内7事業者とクリエイター22名による、諏訪のモノづくりの技術を詰め込んだミニ四駆の制作を行った。制作したミニ四駆は首都圏と諏訪圏にて披露し話題になった。その成果として7事業者の中から、「部品の発注を互に行う」、あるいは「新商品の開発を共同で行う」といった関係構築に進んでいる。

ウ) 今後の課題と展望

- ・地元地域においてブランドの認知が進んでいない。より一層の周知活動が必要である。
- ・企業の価値を再認識してもものづくりのイノベーション（技術革新）へとつなげる活動に対し、下請け体質から抜け出せない企業が多く、市の事業に協力が得られないこともある。
- ・事業の大半が「地方創生推進交付金」によるところが多く、交付金終了後の事業の継続に課題がある。
- ・将来的には地域の産品を高品質なブランドとして、開発支援、生産支援、流通を担える地域商社化を目指している。

(3) 「KOMORO AGRI SHIFT」プロジェクトについて

(4) 鳥獣被害対策について

○小諸市の概要

1) 人口 42,605人

2) 世帯数 18,753世帯

3) 面積 約99km²

4) 概要 長野県東部に位置し、市の中央部を千曲川が流れる高原都市（標高679m）。昭和29年に1町5村が合併して市制施行。北に浅間山を臨み、山本勘助が整備した城郭を原型とする小諸城址「懐古園」を有する。

○視察事業概要

・小諸の農のファン獲得に向けて「つなぐ農」を市・農家が一体となって推進する「KOMORO

AGRI SHIFT」プロジェクトを平成29年7月に始動。(つくる農から「つなぐ農」へ)

- ・ 標高差を生かした高原野菜の産地として、「元気な命をつなぐ」土づくりや農家同士がアイデアを出し合えるワークショップなど、さまざまな「つなぐ」取り組みを行う。
- ・ 科学的な視点に基づく鳥獣被害防止活動など先進的な取り組みが評価され、平成28年度「鳥獣被害対策優良活動表彰」農林水産大臣賞を受賞。
- ・ ICTを利用した捕獲檻の設置や捕獲したシカのペットフード利用などを行う。

○視察の意義

農林水産業の振興は、坂井市まち・ひと・しごと創生総合戦略において欠かすことのできない取り組みの一つである。農業においては6次産業化やブランド化、新たな担い手の確保など課題は蓄積されており、また、農林業に深刻な被害をもたらす鳥獣害対策も喫緊の課題となっており、そのために先進地の取り組みを調査する。

○視察の目的

「小諸の農」のファン獲得に向けて、農家・農業団体と行政が一体となって立ち上げたプロジェクトおよび、猟友会会員の減少から新たな仕組みづくりを行い、大きな成果を上げている小諸市の鳥獣害対策を研究する。



○調査内容

■「KOMORO AGRI SHIFT」プロジェクトについて

ア) KOMORO AGRI SHIFTとは

小諸市は「小諸の農」のファン獲得に向けて、収穫して終わりではなく、その思いや考えを様々な人に届けるまでやりきる「つなぐ農」を農家・農業団体と小諸市が一体となって推進するプロジェクトを始動することを平成28年7月4日に宣言。数ある小諸産の農産物をブランド化することで、小諸市の農業の魅力を発信し、儲かる農業を目指していこうというものである。

イ) プロジェクト誕生の経緯

担い手農家の高齢化と後継者不足が進む中、これからも小諸の風土を活かした農業の営みを続けるために、小諸の農のファンづくりに取り組むことが急務だと考えた。構想する中で、「食べてくれる人の顔がみえたら、うれしかった」という農家の声があり、また、小諸(の農)らしさを確認するために行ったブランド実態調査において、「豊かな土壌で、多様な農産物が作られている。里山の農風景もいい」というイメージが持たれていることがわかった。

そこで、小諸の農のファンづくりに向けて、作る人と食べる人の笑顔が繋がれば、小諸の農は生き生きしてくると考え、「つくる農から”つなぐ農”へ KOMORO AGRI SHIFT」をブランドコンセプトとすることにした。

ウ) 「つなぐ農」とは

①土壌微生物から食べる人までの「生命をつなぐ」活動、②収穫した農産物に込められた「農家の想いをつなぐ」活動、③農業体験などを通して「農の持つ力をつなぐ」活動、の3つのアクションに今後取り組んでいくとしている。

このプロジェクトの柱となっているのが、農産物を育む「土壌」に焦点を当てた「生命をつなぐ」活動である。どれかひとつの農産物に特化するのではなく、「小諸の土」をブランド化することで、多様な小諸の農産物を「小諸の土、産」として打ち出していくものである。農産物ではなく「土」に着目してのブランド化は、行政として「世界初」の取り組みとなる。土壌微生物の多様性や活性値を測定する技術を持つ(DGCテクノロジー)に検査を委託。微生物が多様で元気な土壌は、連作障害などを起こしにくく、えぐみ成分の少ない農作物ができることから、市内の圃場から土壌のサンプルを集めて微生物の量などを測定し、「小諸の土(つち)産ブランド」としての具体的な数値や基準を設定していきたいとしている。

■鳥獣被害対策について

ア) 鳥獣害対策の取り組み

小諸市では、ニホンジカによる農作物被害や生態系被害が深刻化している一方、駆除を実施する猟友会員は減少し、捕獲が実施できなくなる恐れがあった。そこで鳥獣対策の構造を根本的に改め、捕獲従事者を「猟友会」から非常勤公務員からなる「実施隊」へと変更することで捕獲数を増やし、被害を減らすことに成功した。こうした構造強化は駆除費用の増大につながり、その費用捻出のために駆除個体の有効活用、商品化に取り組んだ。

この「捕獲体制の確立から商品化までの一連した野生鳥獣対策」は、農林水産省による鳥獣被害対策優良活動表彰において、平成28年度の農林水産大臣賞を受賞した。

イ) 鹿曲輪(しかくるわ)プロジェクト

これまで、駆除されたシカの多くは焼却処分されており多額の処理費用がかかっていた。また、人間の都合により奪った命をゴミとして処分することには大きなためらいもあった。「鹿曲輪(shika-kuruwa)プロジェクト」と名付けられた取り組みは、駆除されたシカの命を無駄にせず有効活用し処理費用を削減することで、さらなる野生鳥獣対策につなげていくことである。なお、鹿肉の加工にあたっては、衛生管理の整った「小諸市野生鳥獣商品化施設」にて、放射線量検査・金属探知機検査・オゾン水殺菌処理・高温加工処理など責任を持って行い、安全・安心なドッグフードとして提供している。

ウ) 野生鳥獣商品化施設の整備

～良質な商品へと生まれ変わらせる持続的な取り組み～

捕獲体制の整備・強化等の対策により、小諸市内でのニホンジカの捕獲数は5年間で約6倍と大幅に増加した。しかしながら、捕獲数が増えれば増えるほど駆除個体処理方法が問題となった。ニホンジカの駆除個体を焼却処分するには高額のコストがかかるほか、農林業(生

態系) 被害軽減のためとはいえ、シカの命を奪い廃棄物として処分することにはためらいもあつた。そこで課題解決につながる取り組みとして、平成27年度に地方創生交付金を活用して駆除個体を解体・加工する「小諸市野生鳥獣商品化施設」を整備するとともに、駆除個体をドッグフード等の商品へと加工する「小諸市野生鳥獣商品化事業」をスタートさせた。この事業は、これまでの「多額の費用を使って駆除し、多額の費用を使って燃やす」という非生産的な野生鳥獣対策から脱却し、「駆除したシカを良質な商品へと生まれ変わらせ、持続的で効果的な野生鳥獣対策を実施する」ことを目指した取り組みである。

エ) まとめ

- ・野生鳥獣対策（特に許可捕獲）を猟友会に委託しておけば何とかなる時代ではなくなっている。
- ・捕獲従事者の待遇（金銭、負担軽減など）を改善しなければ、鳥獣より先に捕獲者がいなくなる。
- ・地域の状況にあつた計画を作成し、実践することが重要。
- ・捕獲率、捕獲数が向上すると、鳥獣対策費用が高騰する。
- ・いつまでも補助金や交付金がある保証はない。予算をどのように確保するかを考える。
- ・地域の状況（捕獲従事者・加害獣など）に合わせた対策を、地域の方たちが考えることで永久的な鳥獣対策ができる可能性が出てくる。

7 所見・感想等

○前川徹 委員長

(1) 富士市産業支援センター f-Biz の取り組みについて

自治体や商工団体による支援は、事業計画書の作成や補助金申請書など実務的な助言が多く、また、経営指導は決算書をチェックしてのアドバイスが主なものと聞く。しかし、f-Biz は、富士市が民間に業務委託したもので、民間企業の感覚で相談支援を行うことから、成果を上げるということを強く意識していることが伺えた。

スタッフの専門分野を生かしたサポート体制が効果を上げているが、成功事例に共通したものとして、宣伝、広告のインターネットの活用、キャッチコピー、デザイン力が非常に大きな影響を与えていると思われた。また、全国の f-Biz モデルの事例では、センター長の力量が印象的で、人材発掘の方法として高額報酬による公募も一つの手段と考える。

坂井市においても f-Biz をモデルとした産業支援センターを将来的に必要と感じるが、中小企業の支援には ICT や宣伝広告の専門家への橋渡し、商品開発に外部の意見が反映されるような仕組みの充実が必要と感じた。

(2) SUWA ブランド創出事業について

東洋のスイスと呼ばれた頃から受け継がれてきた精密機械工業の技術力の高さを生かし、各企業が持つ技術力や魅力を多くの人に伝えることに主眼を置いたプロジェクトである。企業連携による新たな商品の開発に加え、クリエイターやプログラマーを活用した高度な技術の開発は、インターネット、プロモーションムービー、東京国際ギフトショーといった媒体を通じて広く発信されていると感じた。

首都圏のクリエイティブな人材（新しいものや仕組みを創造できる人、人が思いつかない

アイデアを繰り出せる人)と諏訪地域の事業者をつなげ、新商品・新サービスの特性に合わせた販路を創出するとともに、商品・サービスに込められた高度な精密加工技術や物語を発信することで地域ブランドの価値を高め、産業育成や新たな付加価値の創出をしている。坂井市にも産業フェアで紹介された世界に誇る最先端技術がある。そんな坂井市が誇る“ものづくり”の魅力・物語を県外に全国に世界に広く、様々な媒体を使って発信することが、坂井市の魅力度アップにつながると思う。

(3)「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトについて

作る人と食べる人の笑顔が繋がれば、小諸の農は生き生きしてくる。農家は収穫して終わりではなく、様々な人に自分の想いや考えを届ける、伝える、そんな物語を持っていないと感じた。また、農産物を育む「土壌」に焦点を当て、そこで採れる作物全てに付加価値が付く仕組みは、ブランド化戦略の一つの方法として効果的であると感じた。

(4)鳥獣被害対策について

猟友会依存型の鳥獣対策を改め、市職員からなる鳥獣被害対策実施隊を組織することで「許可捕獲」は小諸市(行政)が責任を持って行うという仕組みが作られた。科学的な分析で捕獲数の向上、捕獲従事者の負担軽減を図り、さらに野生鳥獣商品化による財源の確保まで一貫した取り組みはとても参考になった。

○川端精治 副委員長

(1)富士市産業支援センター f-B i zの取り組みについて

富士市産業支援センター f-B i zは富士市が地元中小企業の産業支援施設として開設し、株式会社「イドム」に運営を委託している。

この f-B i zは2008年から運営されており、開設初年度は1,000件の相談であったが、年々相談件数は増加しており、現在は6名の専門スタッフと4名の外部アドバイザーを配置し、2017年度の相談件数は4,421件と多くの相談を受けている。また、相談料が無料であることも大きな特徴である。

その裏付けとして、業績不振であった老舗洋菓子店の相談に対し「どらやきのフルーツサンド」などのアイデアを提供し、メディアに投げ込みした結果大幅な売り上げUPに繋がった。その他、金属加工会社・レトルト食品メーカー・神棚メーカー・豆腐店など多くの企業の売り上げUPに寄与していた。

このように様々な活動を展開していくなかで、企業同士のマッチングにも繋がっていることも大きい特徴であった。

また、f-B i zが手掛けた企業や農家などの商品のアンテナショップが、地元百貨店の一角に設けられていることは、珍しい事例である。

このような f-B i zの取り組みは国会でも取り上げられるなど大きな反響を呼び、現在は全国各地に f-B i zが開設されている。2019年4月には全国で21か所になる予定である。

f-B i zの取り組みは商工会とバッテリーするのではないかと思われたが、共同セミナーの開催など連携が図られていた。

また、起業支援業務にも積極的に取り組んでおり、地元中小企業の支援・起業支援体制が構築されていると思われた。

(2) SUWAブランド創出事業について

諏訪市は水がきれいなことから、ふるくは製糸業で栄え、戦後は時計・カメラ・オルゴールなど精密機械・精密加工技術が中心である。

このSUWAブランド創出事業は、諏訪市が持つ個々の産業を連携させることで新しい価値やブランドを作る目的で始められた。

主な業務として「SUWAデザインプロジェクト」があり、首都圏のクリエイターと地元事業者を結び付け、外部の視点から新商品を創出、新たな商品が開発されていた。

インジェクターのメーカーから出る金属粉を再利用した砂時計など、クリエイターとのコラボや異業種連携によって新たな価値が生まれ、下請け企業からの脱却は図られていた。

そのほか、消防ホースの材料を使用したトートバック、オペラグラス、諏訪の水を利用した化粧水など多くの商品が諏訪ブランドとして認定され店舗やネット販売されている。

高速道の上下線にある諏訪湖SAでも販売されているとのことである。

地元の企業の苦手としている分野を異業種連携することでブランド化し、販路拡大、下請けからの脱却につながっていることは大いに参考になった。

坂井市の様々な産業のブランド化に必要な取り組みであった。

(3) 「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトについて

小諸市は、小諸の農業・農作物のファン獲得に向けて、収穫して終わりではなく、栽培過程の思いを消費者に届ける「つなぐ農」を農家と小諸市が連携し、小諸すべての農作物のブランド化を目的とした「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトを、地方創生交付金を活用して平成28年4月に取り組みだした。

小諸市は、浅間山麓に位置しているため、産地高原野菜（レタス、白菜、ブロッコリー、キャベツ）は、市場からも高い評価を受けており、特にブロッコリーはブランドとなっている。

また、近年はワイン用ぶどうが栽培され、6次産業化によるワインも地元の産品となっていた。

大きな特徴として、土壌の微生物の数値を軸にした栽培基準作りに行政が取り組むことで、農家同士が出会い、話し、様々なアイデアを出し合い連携している姿が見受けられた。

(4) 鳥獣被害対策について

小諸市は中山間地域のため、シカの被害が多い。

以前は猟友会に委託していたが、会員数の減少や高齢化など問題点が多く、行政が主体となって「小諸市野生鳥獣対策実施隊」を編成し鳥獣害対策を行っていた。

鳥獣専門員（竹下毅氏）を平成25年から公務員として採用。異動がないため知識豊富な専門員が鳥獣害対策にあたっていることは珍しい事例である。

I C T機器の活用や錯誤捕獲の場合の適正な放獣など、在来生態系の保護にもつながっている。

また最大の特徴として、駆除されたシカを有効活用するために、個体を管理し、ペット

フードの開発、製造販売を行っていた。

小諸市が、鳥獣専門員を配置し、適正な対策を講じ、ペットフードを小諸の特産品にしていることは全国でも珍しいケースであり、坂井市も様々な鳥獣害対策を講じているが、このように専門員の配置は必要であると感じた。

○広瀬潤一 委員

(1) 富士産業支援センター f-Biz の取り組みについて

富士市は製紙産業が盛んであったが、不況のあおりで市内の産業が低迷している。

富士市はこの状況を鑑み、中小企業の産業を支援する目的で、産業支援センター f-Biz を立ち上げた。運営委託先は株式会社の「イドム」。

このセンターには現在6名の常駐スタッフと4名の外部アドバイザーが配置され、平成29年度は4,000件を超える相談を受けていた。

中小企業の強みを伸ばす手法で様々なアイデアや販路拡大の情報を無料でアドバイスし、売り上げがあがることで、地元企業から好評を得ている。

また、若い世代の起業支援も行っており、富士市の産業支援につながっていることが伺われた。

このような産業支援センターは全国でも広がりつつある状況下、坂井市でも取り組んでいく必要性を感じた。

(2) SUWAブランド創出事業について

諏訪市は精密機械産業で栄えた自治体であるが、近年の大手企業の撤退などにより、地元中小企業はその下請け企業となっており打撃を受けている。

このSUWAブランド創出事業は、諏訪市内の中小企業の下請けからの脱却、産業間の連携によってブランドを作りあげることが目的である。

首都圏のクリエイターのアイデアと地元業者の技術力を結び付け、付加価値を付けた様々な商品開発が行われている。

諏訪市出身の芸能人を起用したPR動画、SNSの活用、東京国際ギフトショーへの出展など、諏訪ブランドをアピールし、産業支援を行っていた。

このように異業種を連携させて、付加価値をつけた商品開発と販売ルートの構築は、坂井市にとっても必要なことであり、参考になった。

(3) 「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトについて

小諸の農業者と消費者をつなげる事業と農作物のブランド化を目的とした事業が「KOMORO AGR I S H I F T」。

小諸市は、高原野菜栽培は盛んな地域であるが、ワイン用のブドウも栽培されており、近年注目を浴びている。

ワインは山梨県が有名であるが、この小諸ワインは6次産業化で生産されており、市場でも好評とのことであった。

小諸市は浅間山麓のため、火山灰土壌でもあるため、行政が土づくりに基準を設け、農作物のブランド化につなげる取り組みは他でも少ない事例である。

まだ、始まったばかりの事業であるが、農家同志の連携や販路が少しずつ拡大していることが伺われた。

(4) 鳥獣被害対策について

小諸市は標高差があり、様々な鳥獣被害が発生しており、その対策に苦慮している。特にシカによる被害は深刻な状況である。

地元の猟友会に駆除を依頼していたが、会員の高齢化や駆除後の適正な処理がなされていない状況を鑑み、平成25年に鳥獣専門員を小諸市が雇用し、行政が主体となって「小諸市野生鳥獣対策実施隊」を立ち上げ鳥獣害対策を講じている。

この鳥獣被害対策の大きな特徴として、鳥獣に詳しい専門員が主体となっていること、駆除したシカを廃棄するのではなく、ペットフードとして開発、販売を行っていることである。

坂井市はイノシシなどの被害に苦慮しているが、専門員の竹下氏によると、シカは爆発的に増えるとのことであり、福井県境のシカの状況も考えると、坂井市としてもさらなる鳥獣害対策を講じなければならない。

○橋本充雄 委員

(1) 富士産業支援センター f-Biz の取り組みについて

富士市の産業支援センター f-Biz は、相談員が中小企業の経営者と二人三脚で経営改革に取り組む手法であり、市や商工会が行う相談支援との違いを感じた。

経営相談については、経営者とのコミュニケーションや同じ目線での個別支援を重視しており、スタッフ6人が無料で相談に応じている。特に年間の相談件数は4,000件を超えており、その中の約7割は売上増の効果があつたという。

起業支援については、「やる気」を具体的な形にしていくための相談業務を行っており、先輩起業家によるアドバイスや各種支援機関へのコーディネートも手掛けている。

こうした f-Biz モデルは、今全国21ヶ所に拡大している。坂井市での取り組みも期待されると感じた。

(2) SUWAブランド創出事業について

諏訪市の持つ豊かな自然と気候風土を生かした物づくりを生かし、新たな人や企業の連携を経て「SUWAプレミアム」というブランドが誕生した。

こうした中、SUWAブランド創出事業には「SUWAデザインプロジェクト」「諏訪市産業連携事業補助金の活用」「SUWAプレミアム販路創生事業」がある。

デザインプロジェクトでは、市内事業者と首都圏のクリエイターを結びつけ、新商品の提案を行い、商品化に道筋をつけた。

販路創生事業では、TV・情報誌への地元タレントの活用や東京国際ギフトショーでの商談成立、継続など実績を上げた。

また、SUWAプレミアムショップを運営する「(株)信州諏訪ガラスの里」の商品販売での成果を得ている。

坂井市でも「坂井ブランド」の創出は喫緊の課題である。参考になる取り組みであつた。

(3) 「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトについて

「小諸の農」のファン獲得に向けて「つくる農から、つなぐ農」へと、農家、農業団体と小諸市が一体となって取り組んだ「KOMORO AGR I S H I F T」は、坂井市の農業振興にも大いに役立つものとする。

「つなぐ農」とは、土壌微生物から食べる人までの「生命をつなぐ」、収穫した農作物に込められた「農かへの想いをつなぐ」、農業体験などを通して「農家の持つ力をつなぐ」の3つの活動で取り組んでいる。

特に、農産物ではなく「土壌」に焦点を当て、「小諸の土」のブランド化は行政として世界初の取り組みと言う。

坂井市においても、豊かな坂井平野にあって、豊富な農産物の資源をどう全国や世界に発信していくのかいい機会となった。

(4) 鳥獣被害対策について

鳥獣等の農作物被害は、坂井市においても深刻な問題である。ここ小諸市の取り組みは、ニホンジカの駆除を猟友会に任せるのではなく、捕獲従事者を非常勤公務員でつくる「実施隊」へと変更し大きな成果を上げた。

また、野生鳥獣商品化にも取り組んでおり、捕獲したニホンジカを解体・加工する「小諸市野生鳥獣商品化事業」をスタートさせ、これまでの多額の費用を使って駆除し燃やすという対策から脱却し、駆除したシカを良質な商品へと生まれ変わらせた。

坂井市においても、イノシシなどの被害に頭を痛めているが、こうした捕獲から商品化に向けた取り組みの必要性を感じた。

○前田嘉彦 委員

(1) 富士産業支援センター f - B i z の取り組みについて

「お金を掛けずに売り上げアップを実現するサポートを行う」を目標に掲げ、中小企業の支援を行っている富士市発のビジネス支援センター「f-Biz」。

支援サービスの対象は創業や新規事業計画、あるいは経営上の課題をもつすべての個人、団体、企業が対象で、小売、製造、サービス、農林水産業など、あらゆる分野の支援を行っている。

運営費用は富士市が負担しているため相談料は無料で、相談者は基本的に富士市に本支店がある企業、富士市に在住している経営者の方・起業を志す方、将来的に富士市での起業を考えている人中心に、静岡県内限定という事であった。

中小企業の企画室のような役割を果たし、「ビジネスセンス・コミュニケーション能力（問題発見能力）・情熱」の3要素を基本に、相談待ちでは無く、「出向く・電話する」姿勢で結果を出すことにこだわっているとのこと。

年間延べ4千件以上の相談により、企業カルテが作られ、企業同士のマッチングにも繋がっていることに魅力を感じた。

(2) SUWAブランド創出事業について

諏訪湖周辺は、日本でも有数の精密機械や情報機器関連産業の集積地であるが、最近は大企業工場閉鎖や生産縮小で、諏訪周辺の下請け企業の倒産、廃業、人員削減が続いている状況の中、諏訪市では多彩な産業間を連携することで新たな発見や発展、新しい価値の創出を目指し、産業連携室を設置している。

「考える」、「作る」、「売る」をサポートしてくれることは、地域の中小企業にとって有難いことと思われるが、事業の大半が「地方創生推進交付金」よるところが多く、交付金終了後の事業の継続が問題である。

中小企業のものづくり技術が、次の世代に伝承されることを考えていく必要性を感じた。

(3) 「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトについて

持続可能な「小諸の農」の実現に向けて、「“つくる農”から“つなぐ農”」と掲げ、“つなぐ農”実現のために、「元気な生命をつなぐ」、「農家の想いをつなぐ」、「農の持つ力をつなぐ」、という3つのアクションに取り組んでいる。

年間105億円の農業産出額がある坂井市においても、若い人の担い手育成や土づくりなど、“つなぐ農”の実践が重要である。

(4) 鳥獣被害対策について

捕獲従事者(猟友会員)の減少や歳出削減により、負担や経費を減らし、無駄を無くし、費用対効果の高い被害対策の計画・実行を行うために、小諸市では平成23年から、野生鳥獣専門員を雇用し鳥獣被害対策に力をいれている。

捕獲従事者の負担軽減のためにICT機器や自動カメラを活用したり、報酬体系を個人口座振り込みにしたりして、捕獲意欲の向上にも努めている。

駆除したニホンジカをペットフードなど、商品化することで処理費の軽減にも努めている。

ニホンジカの個体数増加は速いそうなので、坂井市でもきめ細かな鳥獣被害対策を計画していくことが重要である。

○佐藤寛治 委員

(1) 富士産業支援センター f - B i z の取り組みについて

産業支援センター f - B i z は「日本一高い、チャレンジスピリット。」をキャチフレーズに設立された。このセンターは、中小企業の産業支援の拠点施設で、問題点ばかりを指摘するのではなく、強みや良いところを見つけて伸ばしマーケティングや販路開拓、プロモーション等をサポート・支援している。

特に、相談者である中小企業と同じ目線に立ち経営者とじっくり話し合いながら埋もれた技術やサービスを新たな商売につなげるなど、お金をかけずに挑戦できるように知恵を絞るなど「提案力が全て」としている。これまでの10年間で3万件を超える相談があるなど成果が出ており、本市においてもこの様な産業支援センターの必要性を強く感じた。

(2) SUWAブランド創出事業について

諏訪市では、「農業」「工業」「観光」の産業が連携することで、個々の産業を発展させ

るだけでなく、新しい価値の創出を目指す目的で産業連携室を設置し、「SUWAデザインプロジェクト」「産業連携事業補助金」「SUWAプレミアム販路創生事業」の3事業を実施している。今は種まきの時期と考え、異産業間・異業種間の出会いの場を創造して少しずつ成果が出ているようで、これからは芽吹き of 時期、成長期、開花へと繋げていきたいとのこと。また、諏訪市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げるなど市全体の事業とした取組みが強く感じられた。

(3) 「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトについて

(4) 鳥獣被害対策について

小諸市は、「小諸の農」のファン獲得を目的にKOMORO AGR I S H I F Tプロジェクトを立ち上げ、“つくる農からつなぐ農”の実現のため、物語性をもたせ①元気な生命をつなぐ②農家の想いをつなぐ③農の持つ力をつなぐ、の3つのアクションを展開し、市の地理的・気象条件を生かした農業を推進しており、本市の農業施策においても今後の方向性を考える機会となった。

また、鳥獣害対策においても、将来の猟友会員の減少、少子化による歳入の減少を見越した政策から野生鳥獣専門員を採用し、対策を講じている。ICT機器の利用による捕獲の効率化や捕獲状況の科学的な分析も行っている。特に、捕獲したシカについては処理施設があることからペットフードとして販売しており、捕獲から加工・商品化そして販売の工程を見ると有害鳥獣捕獲以外に処理施設の必要性を感じた。

○吉川貞明 委員

(1) 富士産業支援センター f - B i z の取り組みについて

①強み創造型のビジネスサポートを行い日本一高いチャレンジスピリット。

②新しい市場を開拓したい、今の事業をさらに大きく成長させたい。経営の課題を解決したい。

③富士市産業支援センター f - Biz は、そんな企業の声にこたえる産業支援の拠点である。

④2008年8月の設立から10年迎えた。経営者と二人三脚で企業の強みを見出していく手法で成果をあげ、同様の支援が全国に広がろうとしている。

⑤現在は経営や広告、情報技術 (IT) などの知識を持つ7人の相談員が、交代で1日平均17.1件の相談に応じている、エフビズは企業への出資は行わない。「提案が全て」それだけに、相談に応じる側の力量が問われる。

昨年度からは富士市を主体とした第三者の目で相談員の仕事を評価する制度も設けられた。相談員のスキルアップのための取組が続いている。

(2) SUWAブランド創出事業について

2016年度は3社ごとに個別のプログラムを実施。

マイクロ発條、新規プロジェクトの開発、ブランディングのプロジェクト開発、その中で各企業が持つ技術力や魅力を伝えたい。特に各企業が持つ技術力や魅力をもっと多くの人に伝えたい。具体的には、まだ出会っていない潜在顧客 (海外の潜在顧客を含め) に対し企業の技術力、価値を伝えるために、諏訪市に拠点を置く企業が自分たちで自分

たちの特徴や価値を整理、再定義し特徴や価値が伝わるツールをデザインする。その中でプロジェクトに参加するメリットは自社技術の本質的を社内で考え言語化する。また自社技術を外語クリエイターと共にどう伝えるか考えツールを制作する。

プロジェクトから生まれる可能性とは、自動車や他産業のビジネスやものづくりへの参画する可能性もある。

毎年東京で行われている展示、諏訪市で行われているブランドクリエイティブ交流会での展示。その中で主体的に動く企業の皆様を諏訪市役所とロフトワークがデザインの力でサポートしている。

(3) 「KOMORO AGR I S H I F T」プロジェクトについて

道の駅（6次産業化拠点施設）の策定に至るJ A佐久浅間のブロッコリーは色鮮やかで鮮度が良い。市場関係者にも料理人にも評価が高い。また、ブロッコリーを氷で保存している。また、米でも1 k g 1 1 , 0 0 0円している世界最高米としている。

小諸の農家の生産力は縮小しているが、無農薬栽培有機J A S、特別栽培、エコファーマーなどで元気な命をつなぐ、農家の思いをつなぐ、農家の持つ力をつなぐ、これからのブランドコンセプトで取り組むのが小諸アグリーシフトプロジェクトチームで取り組んでいる。

(4) 鳥獣被害対策について

国（農水省、環境省）の目標

ニホンジカ個体数のコントロール、平成35年までにシカの生息数を150万頭まで減らす。人口減少による歳入の減少、シカの正数の減減よりも優先すべきは歳出削減すべき。その中で小諸市では専門知識を有した人材の活用をしている。小諸市では地域の状況（捕獲従事者・課外獣など）に合わせた対策を、地域の方たちが考えることで永去的な鳥獣対策が出来る可能性が出てきます。