令和8年5月19日

産業建設委員会視察報告書

伊勢市議会議長　北村 勝 様

産業建設委員会
森下　知世

視察場所：

1. 5月12日 埼玉県深谷市（アグリテック集積戦略について）
2. 5月13日 群馬県前橋市（道の駅まえばし赤城の整備・運営について）

1. 埼玉県深谷市（アグリテック集積戦略について）

【概要と取り組み】

埼玉県深谷市は、人口減少や農業の担い手不足といった課題に対し、地域の強みである「農業」と「食料品製造業」を核とした経済活性化を目指しています。その中心的な取り組みが、「DEEP VALLEY（ディープバレー）」と名付けられたアグリテック集積事業です。これは行政が主導し、農家と技術系スタートアップ企業を繋ぐことで、現場のニーズに基づいた技術開発をゼロから支援する「深谷モデル」とも呼べる産業エコシステム政策です。具体的な施策として、ビジネスコンテスト「ディープバレーアグリテックアワード」の開催、企業と農家を繋ぐ交流施設の運営、農機具シェアリングサービス、アグリテック導入支援補助金などが展開されています。これらの事業は、ふるさと納税の指定寄付金を財源としており、一般財源や国・県の補助金に頼らずに運営されている点が大きな特徴です。ふるさと納税による資金をスタートアップ企業へ「出資（株式取得）」する形で投資し、挑戦的な事業を支援しています。今後の課題としては、ふるさと納税への依存構造からの脱却が挙げられており、将来的には行政が介在せずとも、企業間活動が自律的に行われるエコシステムの構築を目指しています。

【所感】

特に注目した点は、ビジネスコンテスト「ディープバレーアグリテックアワード」です。最優秀賞に最大1,000万円を出資する試みで、これまでに173件の応募があり、累計5社への出資実績を上げています。農業従事者が減少する中、このようにインパクトのある形で農業に焦点を当て、既存の農家も新しい技術へ挑戦できる機会を提供することは、新たな産業を掘り起こす大きなチャンスになると実感いたしました。また、同市には新規就農者が毎年40〜50人も集まっており、埼玉県内でも突出しています。都心からのアクセスの良さや一大産地であることに加え、若手とベテランが協力し合える体制が構築されていることが要因です。さらに、事業者にとって負担となる高額な農業機材についても、市内2拠点で農機具のシェアリングサービスを展開し、利用料の半額を市が補助する制度を設けるなど、参入障壁を効果的に下げています。

もう一点、深谷市は「深谷ねぎ」の生産量日本一を誇りますが、そのブランド力を維持するため、全国のねぎ産地と連携して「全国ねぎサミット」を巡回開催し、市場全体を盛り上げています。

伊勢市におきましても、「伊勢茶」や「蓮台寺柿」など独自の素晴らしい特産物があります。これらを活かし、他市町や全国の産地と連携を深めることで、地域の農業をさらに活性化できるのではないかと考えております。

2. 5月13日 群馬県前橋市（道の駅まえばし赤城の整備・運営について）

【概要と取り組み】

「道の駅まえばし赤城」は、道路利用者の休憩、情報発信、地域連携の機能を持つ施設として、令和5年3月に開設されました。その背景には、平成29年に1日約4万台が通行する地域高規格道路（上武道路）が開通したことで、前橋市内が単に通過（スルー）されてしまうという深刻な課題がありました。この対策として「前橋の地域活性化（ダウンリノベーション）の核」をコンセプトに整備が進められました。

総事業費は約57億1,000万円で、うち前橋市が約49億2,000万円、PFI事業者が約7億9,000万円を負担しています。運営は、大和（ヤマト）、オリエンタルコンサルタント、オリエンタル群馬の3社で構成される特別目的会社（SPC）「株式会社ロードステーション前橋上部」が指定管理者（期間：令和5年1月から12年間）を担っています。広大な敷地を活かし、休日は市外からの来訪者が約6割を占めるなど、平日と休日で異なる利用者層を捉えています。

農畜産物直売所は、約350団体が参加する任意団体によって運営されており、「最低価格設定」のルールを導入することで、過度な値下げ競争を抑制し品質重視の姿勢を貫いています。 また、防災機能として、24時間利用可能なトイレや防災倉庫、マンホールトイレ、耐震性の高い中圧ガス管を用いたコージェネレーション発電（停電時も稼働し、排熱を温浴施設に活用）を整備しており、災害時には700人が3日間避難できる備蓄・物資拠点として機能します。さらに、周辺観光への周遊促進として、台湾フェアや七夕祭り、赤城山頂でのランタン祭りなどと連動した誘客動線が設計されています。

【所感】

ここで最も注目すべきは、圧倒的な集客力です。伊勢神宮の参拝者数が近年年間約700万～770万人で推移していることと比較しても、当初の見込み（想定80万人）の約5倍となる初年度440万人、2年目390万人という来場者数は驚異的です。その後も急激に右肩下がりとなることなく順調に推移しており、メディア戦略が非常に成功していると感じました。民間主導による積極的なPRと、年間50回を超える頻繁なイベント実施が、リピーターの確保に直結しています。一方で、主な来場層が家族連れ中心であるため、「若年層の来客が少ない」という課題も伺いました。伊勢市においても、若い世代が日常的に集い、楽しめる場所の確保は共通の課題です。若年層にとって魅力ある空間づくりについては、本市でも真摯に考えていく必要があります。加えて、日常の利便性と非常時の強靭性を両立させた「高度な防災拠点機能」は、大変重要なポイントです。災害時に自衛隊の指揮本部となる会議室（壁を取り払える設計）や、救援物資の集配拠点となる広場を備えるなど、地域の安心安全に直結する設計は、今後の伊勢市の公共施設整備や持続可能なまちづくりにおいて、非常に大きな示唆を与えてくれるものと考えます。