

岡崎市議会議長 様

支出番号	5
------	---

会派名 自民清風会
代表者名 磯部 亮次

下記のとおり、政務活動を実施したので報告します。

政 務 活 動 報 告 書

令和8年 3 月 31 日提出

活動年月日	令和7年7月14日（月）～16日（水）		
氏名	野々山雄一郎 野本 篤 前田麗子		
用務先 及び 内 容	1 7月14日	用務先	東京都 おにぎり協会
		内 容	地元食材の活用、食を通じた自治体PR
	2 7月15日	用務先	千葉県 県庁
		内 容	空き公共施設等の民間利活用について
	3 7月16日	用務先	千葉県 館山市
		内 容	たてやま食のまちづくりについて
	4 月 日	用務先	
		内 容	
備 考			

政務活動旅行報告書

作成者：野本 篤

【視察概要】

日 時：令和7年7月14日 12:00～14:00
場 所：東京都豊島区 おにぎり大塚ぼんご
対 応：一般社団法人おにぎり協会 代表：中村祐介氏
目 的：地元食材の活用と食を通じた自治体PR
同行者：野々山雄一郎議員、前田麗子議員



【調査内容】

【一般社団法人おにぎり協会について】

おにぎりを日本が誇るファストフードであり、ソウルフードとして定義し、文化的背景を含めて国内外に普及させていくことを目的として活動している。

また、おにぎりは世界でも評価が高まり続け定着化へステージを上げていくと期待している。

このおにぎりの魅力を国内外で発信して普及させるべく関連する教育、食育、事業化におけるコンサルティング業、関連食材や商品に対する認定事業などを幅広く支援体制を整えている。

おにぎりに関連したメディアにも多く出演しており、これからの更なる連携と発信が期待されている。

【企業や自治体との連携について】

現在、13の自治体が協会との連携を実施している。おにぎりという誰でも知っている身近な食品を基本に、おにぎりに関連する、それぞれの自治体の特産品を合わせてPRしている。企業においても同様に自社製品をPRや連動した消費活性に向けたコラボ商品の開発と販売を実施している。

自治体連携の例として、深谷市は特産品であるネギを具材にした創作おにぎりを発表している。こうした参画自治体を集結した「おにぎりサミット」を開催し、自治体PRと更なる連携と発信している。

【協会への参加について】

様々な形での入会基準や年会費が設定されている。自治体については「おにぎり連携自治体連合」として入会募集している。基準としては、おにぎりやおむすびを軸にした地域食材や産品等の認知度向上や販路拡大等に取り組む自治体であることとなっている。年会費として40万円が設定されている。

【考 察】

本市は、八丁味噌や法性寺ねぎをはじめとする地域固有の農産物・加工品を有しており、全国的にも一定の知名度を持つ特産品が存在する。一方で、これらの魅力が消費者の購買行動や観光誘致に直結しているかということ、必ずしも十分ではない。特に若年層や海外市場への情報発信は、従来の取り組みだけでは限界があると考えられる。現在コンビニ等でも関連商品が開発販売され、注目されている一般社団法人おにぎり協会との連携を検討してみてもどうかと考える。

おにぎり協会は、日本の食文化の象徴である「おにぎり」を通じて地域食材を具材化し、全国・海外に発信するプラットフォームを確立している。協会が運営する「おにぎりJapan」は国内外のメディア露出が多く、会員自治体は「おにぎりサミット」などの場で首長自らが食材をPRする機会を得られる。これにより、単なる地域イベントにとどまらず、メディア・SNS・観光誘致を連動させた総合的なプロモーションが可能になる。

本市がこの枠組みに参加した場合、例えば八丁味噌を使った味噌おにぎりや、法性寺ねぎを具材とした創作おにぎりなど、地元らしさを前面に出した商品開発が期待できる。これらは市内飲食店や土産物店で販売するだけでなく、協会ネットワークを活用して都市圏イベントや海外フェスティバルへ展開可能である。さらに、調味料としての八丁味噌は保存性が高く、海外輸送にも適しており、世界市場への販路開拓にもつながる。

おにぎりという汎用性の高いメニューは、食文化的な垣根が低く、宗教的・文化的制約を受けにくい利点がある。国際交流事業や姉妹都市イベントでの提供も容易であり、「岡崎市＝八丁味噌&法性寺ねぎ」というブランドイメージをグローバルに浸透させることができる。協会のメディア出演や SNS キャンペーンと組み合わせれば、観光・物販・地域産業振興の波及効果は大きい。

例えば、試験的に小規模な「岡崎おにぎりプロジェクト」を実施し、地元高校や料理人と共同でメニュー開発、協会を通じた発信を行う。その成果や反応を分析し、本格的な事業化を検討する流れが望ましい。また、八丁味噌・法性寺ねぎの生産者団体とも連携し、品質基準や統一ロゴマークを整備することで、ブランド価値の一貫性を確保することが重要と考える。総じて、おにぎり協会との連携は、岡崎市の特産品を国内外に効果的に発信するうえで親和性が高く、メディア露出と実需創出を両立できる可能性が高い。食文化を核とした地域ブランディング戦略として、検討する価値は十分にあるといえる。

【同行者所感】

野々山議員

令和7年、お米の価格が高騰し、お米の大切さが再認識させられた。そもそもお米は日本人の主食であり、日本はカロリーベースで食料自給率が低いと言われているが、お米離れが招いた結果であり、再度お米を食べる生活を取り戻せば問題は何も起こらなかったと考える。おにぎり協会の取り組みも、主食としてお米を食べる事を通じて日本人の食文化を取り戻す事といった意味合いも見受けられる。おにぎりに関して、海外での評価の方が高い現実をみて、ご当地おにぎりや地域ブランドおにぎりの情報を発信すべき。

おにぎり協会は他業種とのマッチング、メインサミット・ローカルサミット、マルシェの運営、話題性を背景に報道やテレビ番組特集やウェブ発信を行い、全国へPR。

サントリー綾鷹とのコラボを行っているが、漬物や汁物などに拡がりも考えられる。

岡崎市には、額田の美味しいお米、八丁味噌、法性寺ネギ、岡崎おうはんや竹千代ポークなど、岡崎市ならではのにおにぎり作成に利用できる食材は多くある。また、徳川家康公生誕の地ということで、家康公おにぎりといったコンセプトで作成することも可能。

現在、おにぎり協会加盟自治体は14～15。代表は、効果的かつきめ細やかな取り組みを継続するためには、25自治体くらいで締め切りたいと発言している。

これだというご当地グルメのない岡崎市には、今後の展開で柔軟な拡がりが見られるおにぎり協会の取り組みに参加すべきと提言する。

前田議員

おにぎり協会の取り組みや「ぼんご」の事例を通じて、おにぎりは単なる軽食ではなく、人と人をゆるやかにつなぐ地域コミュニティの核となりうる存在だと感じた。岡崎市には八丁味噌という全国に誇れる食文化があり、味噌おにぎりや地元食材を活かした展開

は大きな可能性を秘めている。観光客や若者、働く世代、高齢者まで幅広く受け入れられる「日本型ファストフード」であるおにぎりを軸に、交流・観光・産業振興を組み合わせた場づくりは岡崎でも実現可能ではないか。空き店舗や公共空間を活用し、誰もが立ち寄れるゆるやかな交流拠点として導入を検討する価値がある。食を通じて地域の誇りを再発見し、世代や国籍を超えてつながる岡崎モデルの構築につなげたい。

視察報告書

視察名

千葉県における空き公共施設を活用した企業誘致の取組について

視察日 令和7年7月15日 視察先 千葉県庁

報告者：前田麗子 同行者：野々山雄一郎、野本篤

視察の目的

少子高齢化・人口減少に伴い増加する未利用公共施設（廃校等）について、企業誘致と組み合わせた有効活用の先進事例を学び、岡崎市における中山間地域等の活性化施策に活かすことを目的とする。

視察内容

(1) 千葉県の企業立地の特徴

千葉県は東京に隣接しながらも、比較的安価な地価・賃料を背景に企業誘致を進めている。特に柏の葉など県北西部は鉄道アクセスが良好であり、オフィスや研究拠点としての立地優位性が高い。

また、東京大学や東京理科大学など理工系大学が集積しており、人材確保や産学連携の面でも優位性を有している。



(2) 企業立地の実績

近年では以下のような大規模投資が進んでいる。

- SMC（柏の葉）総投資額約 1200 億円
- Google（印西市）国内初データセンター
- メルセデス・ベンツ日本法人 本社移転
- ペプチドリーム 研究・製造拠点整備

立地件数も令和4年に過去最高の98件を記録するなど、高い水準を維持している。

(3) 空き公共施設活用の取組

少子高齢化に伴う学校の統廃合等により増加した未利用公共施設を、企業誘致の資源として活用している。

主なメリット

- 低コスト（賃料・取得費）
- 既存施設のため早期活用が可能
- 広い敷地・多用途利用が可能
- 地域資源としての魅力

課題

- 行政手続きに時間を要する
- 老朽化対応・改修費
- 地域住民の理解形成

(参考)活用可能な空き公共施設等



(4) 具体的な活用事例

- 廃校を活用したコールセンター（リングロー）
- グランピング施設（旧小学校）
- ピーナッツ加工施設（旧幼稚園）
- 制服製造工場（旧学校施設）

複数企業で施設を分割利用するケースもあり、柔軟な活用が進んでいる。

(参考)空き公共施設等への進出事例



①旧丸小学校・幼稚園（南房総市） →グロリア（株）（南房総市）による活用 	 グロリア株式会社 ○旧丸小学校・幼稚園をリノベーションして本社・工場を設置し、官公庁（消防・警察など）向けの制服を製造 ○地元からの雇用を100名程度創出しているほか、コロナショックの際には市の幼稚園児～中学生までマスクを製造・配付するなど、地域に密着した経営を実施
②旧高滝小学校（市原市） →東京ラスクグループ（株）HAMIRU（市川市）による活用 	 HAMIRU ○旧高滝小学校をフルリノベーションしたグランピング施設、「高滝湖グランピングリゾート」を開業し、校庭に3棟・24棟のテントを設置するほか、教室を貸切風呂やシャワー室として活用 ○地元農家と連携し、校舎裏の畑で野菜などの収穫体験アクティビティを実施したり、地元企業とのコラボ企画を行ったりするなど、地域経済活性化にも貢献
③旧中川小学校（いすみ市） →（株）JAPANNEXT（いすみ市）による活用 	 JAPANNEXT ○液晶モニターメーカーの株JAPANNEXTが、旧中川小学校をリフォームして商品開発・カスタマーサービスの拠点として活用し、本社を東京都千代田区から移転 ○地元企業や地元スポーツチームとの連携のほか、ふるさと納税の返礼品として液晶モニターを提供、事業拡大に伴う地元雇用など、地域経済の活性化に貢献
④旧長瀬小学校（長南町） →リングロー（株）（東京都豊島区）による活用 	 Ringrow 長南基幹学校 ○PCの修理、販売、サポートを行うリングロー（株）が、PCの引取や販売の他、従前東京で展開していたコールセンター業務の一部を旧長瀬小学校で展開 ○リノベーションにより町民が気軽に立ち寄れる空間を作り、パソコン、スマホなどの困りごと相談に無料で対応しているほか、出張サービスも無料で実施するなど、同社の存在は地域に浸透

(5) 支援制度の特徴

千葉県では以下のような一体的支援を実施している。

- 施設情報の集約・発信

- 企業と自治体のマッチング
- 専門家派遣による支援
- 補助制度（最大 70 億円規模）
- 賃料補助（最大 1000 万円）

さらに、人口減少地域を「特定振興地域」として指定し、要件緩和や補助拡充を行っている。

（6）成果

- 9 年間で
→ 61 施設・69 件の企業立地を実現
- 27 市町村で活用実績あり

行政が主体的にマッチングと支援を行うことで、成果につながっている。

所感・考察

本視察を通じ、企業誘致において重要なのは単なる「施設の提供」ではなく、

- ①情報発信
- ②マッチング
- ③スピード感ある行政対応
- ④補助制度
- ⑤担当者の熱量

であると強く感じた。

特に印象的であったのは、企業側が進出を決めた理由として「自治体職員の対応の早さ・熱意」が挙げられていた点であり、制度以上に“人”が重要であることが明確であった。

また、空き公共施設の活用は単なる遊休資産対策ではなく、

- 地域雇用の創出
- 交流人口の増加
- 地域ブランドの形成

といった波及効果を生む施策であると認識した。

岡崎市への示唆

岡崎市においても中山間地域を中心に人口減少が進む中、

- 廃校や未利用施設の活用
- グランピングや観光活用
- 地域産業と結びついた企業誘致

は大きな可能性を持つと考える。

一方で、現状は

- 地域利用との調整
- 活用方針の整理
- 民間への発信不足

といった課題も見受けられる。

今後は

- 施設情報の一元化・公開
- 民間事業者とのマッチング機能の強化
- スピード感ある意思決定
- 担当部署の明確化

を進めることで、より実効性の高い取組につなげていく必要がある。

まとめ

千葉県の取組は、空き公共施設を「負担」ではなく「資源」として捉え、企業誘致と組み合わせることで地域活性化につなげている好事例であった。

岡崎市においても、同様の視点を持ち、地域の特性を活かした利活用を進めることで、持続可能な地域づくりにつなげていくことが求められる。



【同行者の所感】

野々山議員：

空き公共施設等の利活用について

千葉県には立地優位性がある。成田空港・道路ネットワークと鉄道ネットワークの充実、また東京エリア、さいたまエリア、川崎・横浜エリアと比べ安価な土地・賃料など企業にとって注目の自治体である。しかし千葉県においても少子高齢化や過疎化により使われなくなった公共施設が増加しており、人口減少が進む地域では新規の企業立地が進みにくい。

岡崎市においても人口減少が進む中山間地域だけでなく、空き公共施設や利用が極度に少ない公共施設がある。地域利用が進まなければ民間活用や企業誘致を進めるべき。千葉県の空き公共施設への企業進出事例を見れば岡崎市も参考になる。例えば額田中学校の寮であった敬信寮、岡崎市 SDG s 公民連携プラットフォームにて利活用の幅広い意見交換がなされている。それについて否定はしないが、企業進出や新たなビジネスという観点からもう少しシンプルな地域活性化をメインとする考え方が必要。

今後も空き公共施設が増えていくことは容易に想像できる。特に学校や保育園など大きな敷地を持つ公共施設の利活用は早めの行動が必要。

岡崎市においても、定期的な空き公共施設活用セミナーを開催し、空き公共施設の利活用に関して、常に民間に窓口を広げた状況を作っていくことを提言する。

野本議員：

千葉県 空き公共施設の利活用について

本市においても、人口減少や財政制約の中で持続可能なまちづくりを進めるため、空き公共施設の利活用は重要な政策課題であり、千葉県の事例が示すように、民間企業とのマッチングや補助制度を活用した公民連携は、施設の維持費削減だけでなく、地域活性化や新たな雇用創出にもつながるものとする。行政主導では限界のある発想も、民間の柔軟性や市場感覚を取り入れることで、地域ニーズに合ったりノベーションや多機能化が実現可能で、本市としても、まず空き施設の現状把握と用途可能性の調査を行い、その情報をオープンデータとして提供することが有効ではないだろうか。併せて、利活用希望者への相談窓口やマッチングイベントを設け、制度面・財政面での支援策の整備を期待する。また、市民や NPO

も含めたワークショップを通じて、多様な主体による利活用アイデアを吸い上げることも必要であり、こうした取り組みが、施設再生を超えて、地域全体の持続性と魅力向上に寄与すると考えられる。

同行者 野本 篤 前田 麗子

令和7年7月16日(水) 千葉県館山市 経済観光部 食のまちづくり推進課

「たてやま食のまちづくり」について

① 館山市の概要

- ・房総半島の南端に位置する年間約200万人が来訪する観光地
- ・南房国定公園に指定された変化に富んだ海岸線、冬でも温暖な気候
- ・海の幸・山の幸に恵まれている
- ・南総里見八犬伝のモデルとなった戦国大名里見氏ゆかりの史跡もある歴史あるまち
- ・アクアラインや高速道路等のインフラ整備により東京100km圏内



② たてやま食のまちづくり

協議会

- ・平成25年10月21日発足
- ・農漁業・観光業・商工業など異業種間の横断的連携を目的とした組織
- ・平成27年2月「たてやま食のまちづくり計画策定」



③ 食のまちづくり計画にて施設整備方針を決定

- ・地域農産物に関する人・モノ・情報などを集め、連携させるための地域活性化の拠点、食のまちづくりの中心となる施設の整備が求められた
- ・物販・加工・飲食・情報・体験の5つの基本機能に加えて、駐車場・トイレ・休憩施設、道の駅機能を備えた「食のまちづくり拠点施設」の整備方針を決定

④ ご当地グルメ

- ・館山炙り海鮮丼 館山伊勢海老ステーキ御膳（館山新・ご当地グルメ推進協議会）

- ・館山海自カレー いちじく寒天（館山商工会議所）
- ・生シェイク（（株）須藤牧場）

須藤牧場が中心となり今年で第7回となる生シェイク祭り

⑤ 館山ブランド事業

- ・一次産品：認定1号 「かんベレタス」
- J A 安房野菜部会館山市清浄そ菜組合
- ・加工食品：認定1号
「低温ノンホモ牛乳」(株) 須藤牧場
- ・加工食品：認定2号 「吉田米屋の甘酒」
(株) サングリーン



⑥ 加工品開発支援補助金

- ・「館山らしいもの」地元農水産物を使った加工品開発（30万円 2分の1）

⑦ 農産物ブランド力向上セミナーやブランド品作成のためのマッチング推進を開催。

既存の店舗や食材を利用した利用促進キャンペーン、収穫体験やマルシェなどの食のイベント情報や旬の農水産物を紹介する「たてやま食のカレンダー」の作成。

若手農業者交流会「たがやすわcate」を開催。

⑧ ジビエ加工処理施設「館山ジビエセンター」の整備

- ・指定管理者：合同会社アルコ 2021年12月24日
- ・地場産ジビエの活用・ブランド化として、食肉の販売
- ・スライス・ミンチ・ブロック、ハンバーグ・つくね串・味付け肉、またジビエ担々麺、ジビエバーガー、猪骨出汁、ペットフード、そして皮や骨も革加工製品やアート作品などで活用し廃棄ゼロを目指す



⑨ 食のまちづくり拠点施設「道の駅グリーンファーム館山」の整備

- ・平成27年2月「たてやま食のまちづくり計画」策定後、平成28年9月食のまちづくり拠点整備（民設民営）の民間公募を行ったが不調。令和元年12月前澤友作氏より20億円のふるさと納税があり、これを基金として実施へ進む。

- ・設計・建設から運営・維持管理まで包括的に行うDBO方式
- ・設計・建設から工事管理業務は市の財政負担は5億6千万円を上限
- ・事業者を指定管理者として20年間指定
- ・市が支払う指定管理料は年間2千万円を上限
- ・各年度の事業実績（株）営業利益の30%）に基づき事業者から徴収する。また市への納入金は事業者が赤字でも1千万円

⑩ 道の駅グリーンファーム館山 2024年2月16日オープン

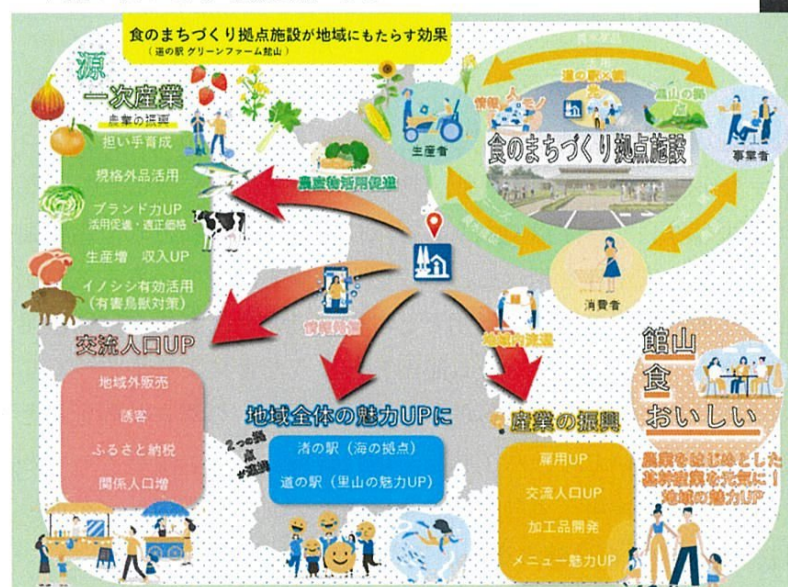
- ・コンセプトは、体験価値の高い道の駅。農業や調理体験、その場で買ってその場で食べる、市内観光と多くの人に愛される交流拠点を目指す

建物平面図(機能)



⑪ 地域内流通システムの構築に向けた取り組み

- ・ LINE を活用した農産物の入荷状況を提供
- ・ 飲食店向けから始めたが現在は一般消費者にも
- ・ 下記の表のような効果がある



⑫ 企業版ふるさと納税を活用した農園整備

- ・鉄骨ビニールハウスではイチゴなど地域の特産品を生産
- ・スマート農業設備などを活用し地域の農業者と連携し、担い手の育成にも取り組む

所感

農産物における、①担い手の育成、②ブランド力の向上、③地域内流通の推進を目的として、食のまちづくり拠点施設を活用している。地元の農産物を活用した「食のまちづくり」は本市においても必要な取り組みである。もちろん岡崎市においても数々取り組まれているが、一つ一つの取り組みが独立しており、一つの大きな柱がないと感じる。かき氷街道、あゆ街道、赤い糸プロジェクト、家康公キャマラード、オーガニックビレッジ宣言などなど。

岡崎市において、「岡崎ならではのご当地の食」「来訪者に食べてほしい岡崎グルメ」などの質問をした場合にどんな回答があるだろうか。予想される回答「八丁味噌」では「食のまちづくり」は不可能と意見する。

館山市は地元の農産物、畜産物、水産物、ジビエを活用し、民間との連携で「食のまちづくり」を実践している。またブランド事業については、ブランドを連発する岡崎市と違い、現在3品。申請しても却下された産品もある。館山市は認定のハードルを下げようとの検討はされているが、私としてはブランド事業とはもともとハードルを高くすべきものと理解している。

「食のまちづくり」は他市へのPRだけでなく、地域内流通も高まる。地域の魅力向上だけでなく、交流人口の増加、産業振興など波及効果も多い。

岡崎市においても、「食のまちづくり」計画の策定を求める。

【同行者所感】

野本議員

本市においても、観光振興と地域経済の活性化を図るべきと考える。館山市では、食をコンセプトに地元農産物のブランド化を推進し、市外観光客による消費拡大に成功していると考えられる。特にジビエ活用は注目すべき点であり、行政による指定管理方式で処理施設を運営することで、適正な処理と安全性を担保し、ブランド価値を高めている。この仕組みは、本市においても山間地域や農村部の資源活用として有効であり、農業や狩猟の振興にもつながる。また、館山市の「グリーンファーム館山」のような食によるまちづくりの拠点施設は、地元食材の直売・加工・体験を一体的に提供し、観光客の滞在時間延長と消費額増加に寄与している。本市においても、八丁味噌や地元野菜、ジビエ等をテーマとした複合拠点を整備し、行政・生産者・事業者の連携によるブランド化と販路拡大を進めることで、「食のまち岡崎」としての新たな魅力を創出できると考える。

前田議員

館山市の「食のまちづくり」は、観光と一次産業を一体で捉え、地域内経済環境を高める明確な戦略のもと進められている点が印象的であった。農水産業の担い手不足や高齢化という全国共通の課題に対し、若手農業者の交流機会創出や地産地消店の認定など、行政がコーディネーターとして機能していることは参考となる。また、道の駅グリーンファーム館山を単なる物販拠点ではなく、流通・観光・情報発信の拠点として整備し、DBO方式による民間活力導入や企業版ふるさと納税の活用など、財源確保と持続可能な運営の工夫も評価できる。

岡崎市においても、八丁味噌や農産物など地域資源は豊富であるが、点在する資源を面的につなぎ地域内消費につなげる視点はまだ十分と言えない。食を軸としたブランド化や交流拠点づくり、若手生産者と飲食・観光を結ぶ仕組みづくりを進めることで、観光振興だけでなく地域経済の循環強化につながる可能性がある。館山市の事例は、食を核とした持続可能な地域づくりの具体的なモデルとして、今後の岡崎市の施策検討に大いに参考となる視察であった。