

# 那須塩原市議会 「敬清会」

## 行政 視 察 報 告 書



視察期間：令和4年10月25日（火）～10月27日（木）

I 視察日：10月25日（火）

視察地：北海道帯広市

内 容：「フードバレーとかち」について

II 視察日：10月26日（水）

視察地：北海道芽室町農業協同組合

内 容：「めむろファーマーズマーケット愛菜屋」について

III 視察日：10月27日（木）

視察地：北海道白老町

内 容：「ボロトミンタラ」について

参加議員： 玉野 宏 平山 武

## フードバレーとかちについて

視察地 北海道帯広市

視察日 令和4年10月25日

報告者 玉野 宏 平山 武

帯広市議会事務局鈴木秀平氏、次長木下忠実氏、経済企画課柴田明宏氏の3名により挨拶を受け、次長木下氏より十勝開拓の歴史を。北海道の開拓は国の開拓で行われたが十勝は民間により開拓が進められた。1886年に入植、依田勉三が率いる「晩成社」を立ち上げる。13戸27人の移民団が結成され開拓に挑んだ。十勝の開拓を目的とした株式会社である。

現在の十勝の概要は構成自治体1市16町2村、面積は10.831平方キロメートル千葉県の2倍 100×100 平方キロメートルとイメージされたい。この面積のうち耕地は2,500平方キロメートル(25%)であり乳用牛と肉用牛の飼養頭数は44万8千頭、人口の34万3千人より多い頭数となっている。

十勝の農業生産量は、小麦が全国の25%を、馬鈴薯は34%、生乳は17%、甜菜44%、小豆71%、肉用牛10%であり、食料自給率は1,339%である。日本の食料自給率が38%、北海道が193%、フランス130%、オーストラリア233%、アメリカ131%である。この1,339%を基に「フードバレーとかち」のコンセプトが作られ、取り組みの柱は、1.十勝の魅力を売り込む、2.食の価値を創出する、3.農林漁業を成長産業にする、の3つとし、地域の強みである農業を成長させ、それを基盤に新たな産業を創出し十勝から世界に向けた価値を発信している。世界共通の4つの課題は、食料・水・環境・エネルギーであり、地域を取り巻く環境は経済のグローバル化と少子高齢化であ

る地方から日本を変えていく、地域の力をさらに高め自立したまちづくりを目指すことが重要課題となる。産業振興の旗印をフードバレーとかちとし、食の総合産業化を目指している。この目的のためフードバレーとかち推進協議会を立ち上げた。产学官金42団体である。大学・試験研究機関として帯広畜産大学・北海道農業研究センター等7団体・金融機関帯広銀行協会等3団体・農林漁業団体として十勝地区農業協同組合長会等4団体・商工業団体として帯広商工会議所当6団体・これらに行政機関として3団体・十勝定住自立圏の1市16町2村からなるフードバレーとかちの体制は、①十勝定住自立圏形成2011年7月、②北海道フード特区国際戦略総合特区指定2011年12月、③十勝バイオマス産業都市認定2013年6月である。十勝管内の農協取扱高は2010年2,380億円から2021年3,785億円となった。全国5番目であり(JA取扱高)全国の伸び率(2010から2020)は8.5%全道27.4%、十勝は45.2%であった。企業との連携を通じて十勝生乳の価値向上を進めている明治乳業の技術指導を受け入れ、十勝ミルク乳酸菌TM96を知的財産として育てている。日本航空と包括連携協定を結び、JALブランドを活用した十勝の価値向上を進めている。JALの輸送網を活用し十勝の食を全国各地に、十勝の食に関心を持った人を十勝の誘客の物流から人流につなげさらなる地域活性化を目指している。ベンチャーキャピタル出身の市長米沢則寿氏は十勝イノベーションエコシステム推進事業を立ち上げている。100人のイノベータで十勝ドリームマック会議を開き、地域に創造的な新事業の種を生み出すことであり雇用の創出から経営者の創出がすすめられている。プログラム5年間の成果は

57 件の構想があり、事業化は 19 件、参加者は 542 名である。関係人口の増力は 2010 年 903 万人から 2017 年からは 1000 万人を超えている。空港利用者は 51 万人から 70.2 万人となっている。公示地価は ニセコ・札幌・帯広で上昇している。

フードバレーとかちの目指す姿はアジアの食と農業の物流拠点十勝への可能性を求め、人や企業が行き交うこと、食と農を中心に新たな好循環を生み出すとされた。



帯広市役所前にて

## めむろファーマーズマーケット

### 愛菜屋について

視察地 北海道芽室町

農業協同組合

視察日 令和4年10月26日

報告者 玉野 宏 平山 武

「愛情をこめて育てた十勝めむろの新鮮な野菜を自信をもってお届けします」の看板に生産者と消費者のつながりを感じた。

めむろファーマーズマーケット愛菜屋  
店長笛木祐之氏より話を伺った。

始まりは小さな無人の直売所、1994年6戸の生産者が新鮮・安全な野菜を食べていただきたいと野菜直売所愛菜屋を始めた。地元でも評判のお店になってきたが無人営業のため代金を支払わずに惑わされ販売員2名を雇い店舗を広げた。

2001年JAが地産地消の拠点として直売所づくりを提案、会員20名で2002年に、めむろファーマーズマーケット運営協議会を設立。2006年JAが「地産地消ゾーン」として開発を進めていた「みのりーむ」に新築移転、大きな駐車場が確保され、帯広市内からの購入者が増えた。

販売野菜はすべて芽室町産である。運営は生産者で組織するめむろファーマーズマーケット運営協議会であり、商品・価格・営業時間イベント内容等を決定している。夏休みお盆中は1日2,000人を超える来客があり、贈答品の取り扱いも増え、郵便局から3名の職員が発送の任に当たっている。芽室産100%の地域色を出した魅力もあり、人気のスイートコーンは10数種類で販売期間を長くしている。訪問時にはハクサイ・キャベツを大量に購入する姿が見られた。これらはいずれも冬期間の保存食に自家加工のためとのこと。

令和3年の営業日数は159日。来客数169,636人、売上金額2億8,770万7,702円、と笛木店長の説明。



愛菜屋のチラシ

## ポロトミンタラについて

視察地 北海道白老町  
視察日 令和4年10月27日  
報告者 玉野 宏 平山 武

白老町役場産業経済課久光雅通氏、観光協会事務局長千葉勝宏氏から説明を受けた。

## 施設建設の目的・目標について

国のアイヌ政策推進会議が策定した「民族共生象徴空間基本構想」において年間100万人の来場者目標を達成するうえでは、来場者のさまざまなニーズに適切に対応することが不可欠であることから民族共生象徴空間周辺の環境整備について必要性が明記され、飲食施設、物販施設、温泉施設等のサービス提供に係る供給体制の整備や教育研修・人材育成施設の必要性が、整備地として決定した白老町に対して協力を求められてきた。

これを受け町では、白老駅北広場の一部を白老駅北観光商業ゾーンと位置づけた。地域経済の活性化を図る拠点として、観光インフォメーション機能を含めた基盤整備や町内への回遊性向上を図ることを目的に、白老町商工会が調査特別委員会を設置し、会員の意向調査を踏まえながら、具体的な整備運営手法や施設機能のあり方について検討を行った。そのとりまとめ結果である「白老駅北地区整備調査支援事業調査報告書」を基本に観光客のみならず、広く町民の方々にも利用していただける空間として整備を進めてきた。

また、町内事業者が参画できる環境づくりに配慮し、官民連携により観光商業ゾーン全体の整備を進め、雇用創出や地域経済の活性化につなげ「稼ぐ力」を創

出し、象徴空間との相乗効果を図り、地方創生の実現を目指している。

## 工事費

- ・インフォメーションセンター新築工事  
木造平屋 433.92 m<sup>2</sup>  
1億9,200万円(機械・電気含む)
- ・駅北観光商業ゾーン外構工事  
駐車場整備面積 2,858 m<sup>2</sup>(83台分)
- ・舗道整備 7,100万円

## 愛称 「ポロトの広場」

ポロト 大きな  
ミンタラ 沼

## ポロトミンタラフェスティバル2022の取り組みから見えてきたことは

この質問に以下のように答えられた。本事業は、町内の様々な事業者に参加していただき、町民及び観光客との交流を図ることで、今後の町内の賑わいを創出するとともに、町内事業者の魅力を発信することで、誘客への一歩になるイベントである。

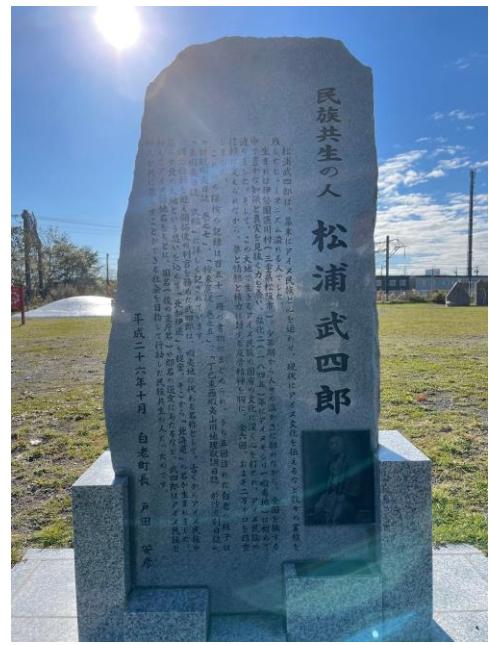
おもてなしガイドセンターや社会福祉協議会など関係団体と連携のもと様々な取り組みを実施し、たくさんの来場者がさらに楽しめるイベントであったと考えられ、出店者の皆様にも自身のPRの場として本イベントを活用していただき、売り切れとなる商品もいくつかあり、販売面でも多くの効果があった。

また、チラシやポスター、ウェブサイトでの情報発信のほか、フェイスブックやインスタグラムを活用したSNS広告を実施し的確なターゲットに向けての情報発信を実施した。

来年度以降もイベントの定着化を図るとともに、白老町らしさが感じられることを前提とした新たな催しを実施するこ

とで、まちの既存の魅力をさらに深め、町民及び観光客の更なる誘客が見込めるのではないかと考えている。

今後施設全体を道の駅へと発展させ、近接地国立博物館ウポポイとの一体化を進めていく予定である。



ポロトミンタラ内 松浦武四郎の碑