

令和7年9月30日

松本市議会

議長 阿部 功祐 様

経済文教委員長 神津 ゆかり

経済文教委員会行政視察報告書

経済文教委員会において行政視察を実施しましたので、その概要について下記のとおり報告いたします。

記

1 期日

令和7年7月30日（水）～8月1日（金）

2 参加者

経済文教委員8人、関係理事者1人、事務局随員1人 合計10人

3 視察先及び調査項目

(1) 京都市中央卸売市場第一市場（京都府京都市）

ア 京都市中央卸売市場第一市場について

イ 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について

(2) 地場産業活性化推進事業（兵庫県姫路市）

ア 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について

イ 播磨館（ぼんさんかん）について

(3) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）（兵庫県神戸市）

ア デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について

イ デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて

(4) 豊田市公設地方卸売市場（愛知県豊田市）

ア 豊田市公設地方卸売市場について

イ 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について

(5) ものづくり創造拠点SENTAN（愛知県豊田市）

ア ものづくり創造拠点SENTANについて

イ 豊田市産業振興プランについて

4 概要及び所感

(1) 京都市中央卸売市場第一市場（京都府京都市）

ア 日時

令和7年7月30日（水） 午後2時～午後3時30分

イ 場所

京都市中央卸売市場第一市場

ウ 対応者

京都市中央卸売市場第一市場 業務課長 樋口 浩二 氏

京都市中央卸売市場第一市場 技術課長 山田 宏隆 氏

京都市中央卸売市場第一市場 計画推進課長 西田 兼治 氏

その他関係職員の皆さん

エ 京都市中央卸売市場第一市場について

(ア) 視察における視点

松本市公設地方卸売市場の再整備の検討にあたり、京都市が進める中央卸売市場第一市場の機能・役割・運営手法を学び、都市型市場としての食文化発信や賑わい創出の仕組みを調査することを目的とした。

(イ) 概要

京都市中央卸売市場第一市場は、昭和2年に全国初の中央卸売市場として開設され、青果・水産を中心に京都の食文化を支える流通拠点である。

都市中心部の梅小路地区に位置し、京都駅からのアクセスも良好で、観光施設との連携による来訪者増加が見込まれている。

市場は「京の食文化ミュージアム・あじわい館」を併設し、料理教室・展示・体験イベントを通して、市民や観光客が食を学び・味わい・交流できる場を提供している。

また、場内の見学エリアを整備し、誰でもガラス越しにセリの様子を見学できるなど、開かれた市場運営を実現している。

(ウ) 視察から見えた課題

市場の老朽化や物価高騰により整備費が増加しており、入札不調や事業費圧縮など財政面での課題が生じている。

また、観光・教育機能を持たせることで多様な来場者を受け入れるようになった反面、衛生・動線・安全面での管理強化が求められている。

市場としての流通機能を維持しつつ、文化・教育・観光との両立を図るバランスが、今後の課題である。

(エ) 所感

京都市の市場は、単なる流通施設にとどまらず、「京の食文化を継承し、市民とともに育む学びと交流の拠点」としての新しい姿を示していた。

特に、「あじわい館」での食育や体験プログラムは、行政・事業者・市民が一体となり、地域の誇りを発信する好例であり、松本市の市場にも応用できる要素が多い。

また、市場の見学を通して「食の安全・安心」を学ぶ教育的側面も強く、卸売市場の社会的価値を再認識する機会となった。

本市においても、単なる機能更新にとどまらず、食文化を基軸とした「市民が誇れる市場づくり」を目指す必要があると感じた。

オ 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について

(ア) 視察における視点

老朽化が進む松本市公設地方卸売市場の将来方向を検討するにあたり、京都市が行う再整備事業の考え方、官民連携の仕組み、施設集約化・民間活用の手法などを学ぶことを目的とした。

(イ) 概要

京都市では、平成26年に「施設整備基本構想」を策定し、水産棟（令和3～5年度）・青果棟（令和6～8年度）と段階的に再整備を進めている。

再整備の柱は、①HACCP対応による衛生管理の徹底、②コールドチェーンによる温度管理体制の構築、③非常用電源・地下水利用などの防災対応強化、④老朽棟集約と余剰地の民間活用である。

また、施設整備の財源確保として、余剰地にホテルや飲食店を誘致し、賃料収入を市場運営に還元している。

特別会計による安定的な黒字運営を維持する一方、物価高騰に伴う建設コストの上昇が課題となっている。

(ウ) 視察から見た課題

市場機能を維持しながらの段階的工事は、運営継続と安全確保の両立が求められる。

また、施設集約により効率化を図る一方で、将来の取扱量減少や事業者の経営体力低下にどう対応するかが課題である。

さらに、観光・賑わい施設との連携を進める際、流通業務との境界整理や管理責任の明確化が必要とされている。

(エ) 所感

京都市の再整備事業は、老朽化対応だけでなく、「市場の再定義」を伴う取り組みであり、非常に先進的であった。

施設の高機能化・衛生化を図りながら、民間活用による賑わい創出や財源確保を両立している点は、公共市場の新たなモデルといえる。京都市の事例は、規模こそ異なるが、本市における市場再整備の方向性を考えるうえで、極めて示唆に富むものであった。

松本市公設地方卸売市場は、現在「あり方検討会」を設置し、将来の方向性を議論している。京都市中央卸売市場第一市場の先進的な賑わい創出や地産地消、観光連携の具体的な取り組みを、本市公設市場の活性化のみならず、本市の農業振興や食文化の継承によるシビックプライドの醸成のほか、郊外（生産地）とまちなかをつなぐまちづくりに有益と考える。本市公設市場も単なる市場機能の再整備だけにとどまらない取り組みを望む。

(2) 地場産業活性化推進事業（兵庫県姫路市）

ア 日時

令和7年7月31日（木） 午前9時～午前10時30分

イ 場所

姫路市役所及び播産館（ばんさんかん）

ウ 対応者

姫路市観光経済局 商工労働部 産業振興課 主幹 芝 明弘 氏
公益財団法人姫路観光コンベンションビューロー 調整官 松本 秀之 氏
その他関係職員の皆さん

エ 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について

(ア) 視察における視点

姫路市の地場産業支援施策の実情を調査し、松本市における中小企業・ものづくり産業振興の方向性を検討するため、補助金制度、創業支援、人材育成などの政策手法を確認することを目的とした。

(イ) 概要

姫路市は、兵庫県内第2の都市であり、播磨臨海工業地帯を背景に、鉄鋼・機械・電気機器などの製造業が集積している。これら大規模産業の一方で、皮革・マツチ・清酒・作業手袋・そうめんなど、伝統的な地場産業が多数存在する。平成22年に「地場産業活性化推進事業補助金」を創設し、地場産業団体に対してPR活動、展示会出展、商品開発支援などを補助している。補助率は事業費の5分の2程度で、年間700～800万円規模の予算で運用されている。

また、創業支援として「スタートアップ支援補助金」「まちなか・商店街創業支援事業補助金」などを設け、新たな雇用創出やまちなか活性化を推進。さらに、ロボット・IoT・新産業創出支援など、先端技術導入に向けた中小企業支援メニューも展開している。

(ウ) 視察から見た課題

地場産業補助金は、団体単位での申請を前提としているため、利用可能な業種が限られており、実際には皮革産業への集中傾向が見られる。補助金頼みの構造から脱却し、企業の自立的な経営努力を促す仕組みが求められている。

また、創業支援施策についても、実際の利用はネイルサロンや飲食店などサービス業に偏っており、製造業や伝統産業への波及が十分ではない。市として振興すべき産業を明確にし、支援の方向性を再整理することが課題である。

(エ) 所感

姫路市の取組は、地場産業の維持と創業支援を両立させようとする点で、産業構造の強みを生かした施策展開がなされていた。一方で、補助金の固定化や業種偏重などの課題も顕在化しており、支援制度の見直しとともに、「市が支える産業の選定」と「自立的成長を促す仕組み」の重要性を感じた。松本市においても、伝統工芸や民芸家具など、地域の特色ある産業を再整理し、支援方針を体系化することで、地域経済を持続的に発展させる枠組みを構築すべきであると考えている。

オ 播産館（ばんさんかん）について

(ア) 視察における視点

地場製品の販売・PR拠点として設置された「播産館」の運営手法を学び、松本市における地域産品PRや観光連携の在り方を検討することを目的とした。

(イ) 概要

播産館は、JR姫路駅前に立地し、昭和56年に開設。姫路市および西播磨地域の地場産業・特産品を展示販売する施設である。当初は「姫路・西はりま地場産業センター」により運営されていたが、令和6年度に同センターが解散したため、

令和7年度からは公益財団法人姫路観光コンベンションビューローが運営を引き継いでいる。施設では「姫革細工」、「播州そうめん」、「日本酒」、「和菓子」など多彩な地場産品を販売し、観光客だけでなく市民の利用も多い。イベント開催や物産展・出展などを通じて、地域ブランドの発信拠点として機能している。

(ウ) 視察から見た課題

施設の老朽化や来場者減少に伴う売上確保が課題となっており、運営体制の効率化とPR手法の刷新が求められている。

また、観光拠点としての役割を維持するためには、産業振興部門と観光部門の連携強化が不可欠である。販路拡大の視点から、EC（電子商取引）やデジタルマーケティングの導入も今後の検討課題といえる。

(エ) 所感

播産館は、地場産業と観光を結び付ける拠点として、地域の魅力を発信し続けていた。こうした施設があることは、市民の誇りや地域経済の活性化に寄与していると感じた。

一方、松本市には地場産品を総合的に紹介・販売する常設拠点が存在せず、個々の店舗や事業者の努力に頼る現状がある。姫路市のように、市が主導して産業振興と観光を結び付ける仕組みを構築すれば、「松本らしい特産品」や「地域ブランド力の向上」にもつながる。観光都市を掲げる本市として、播産館のような地域産品発信拠点の設置を検討する価値があると感じた。

(3) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）（兵庫県神戸市）

ア 日時

令和7年7月31日（木） 午後2時～午後3時30分

イ 場所

デザイン・クリエイティブセンター神戸

ウ 対応者

デザイン・クリエイティブセンター神戸 シニアマネージャー 近藤 健史 氏
神戸市企画調整局 大学・教育連携推進課 係長 木村 貴洋 氏
その他関係職員の皆さん

エ デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について

(ア) 視察における視点

阪神・淡路大震災からの復興を契機に「デザイン都市・神戸」を掲げた神戸市が、デザインの力を活用して都市再生・地域経済活性化を推進する取り組みを、公共施設の再生事例として調査した。特に、歴史的建造物の利活用、指定管理制度による運営、ソーシャルデザインを通じた市民協働の仕組みを視察の焦点とした。

(イ) 概要

K I I T Oは、旧神戸生糸検査所（昭和7年竣工・登録有形文化財）をリノベーションし、平成24年に開設されたデザイン・クリエイティブ拠点である。

神戸市が整備し、指定管理者である公益財団法人神戸市民文化振興財団が運営している。施設内にはホール、ギャラリー、スタジオ、オフィス、カフェなどを備え、「創造的な活動が生まれ、育ち、発信される場」をコンセプトとしている。

デザイン・アート・教育・福祉など多様な分野を横断し、行政・市民・企業・NPOが協働する場を提供。社会課題の解決を目指す「ソーシャルデザイン」の拠点として機能しており、子どもによるまちづくり企画「ちびっこうべ」、高齢男性によるパンづくり教室「パンじい」など、世代を超えた市民主体の活動が展開されている。

(ウ) 視察から見えた課題

施設運営の持続性確保が課題であり、指定管理料の縮減と自立的収益確保の両立が求められている。

また、創造的活動を支援するための専門人材の確保・育成、利用者層の拡大も今後の課題である。

一方で、文化・産業・教育を横断的に結びつける取り組みは先進的であり、行政が直接的に関与しつつも、市民の自発的な創造活動を尊重する運営体制が印象的であった。

(エ) 所感

K I I T Oは、歴史的建物を再生し、新たな価値を創出することで、デザインを通じたまちづくりを具現化していた。行政・市民・企業が連携して地域課題を解決する仕組みは、まさに「デザインによる公共経営」といえる。

松本市においても、旧建物や公共施設を再生し、地域文化と創造的産業を結び付けることで、市民参加型の新たな活動拠点を形成する可能性を感じた。

デザインを単なる造形の概念にとどめず、都市経営の手法として活用する姿勢は、今後の本市におけるまちづくりにとって大いに示唆に富むものであった。

オ デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて

(ア) 視察における視点

「デザイン都市・神戸」がどのようにして経済・文化・教育を横断する都市ブランドを形成しているかを確認し、デザインを基軸とした産業振興・人材育成・地域コミュニティ形成の仕組みを学ぶことを目的とした。

(イ) 概要

神戸市は、平成7年の震災後に「デザイン」を都市再生の柱と位置づけ、「デザイン都市・神戸」を宣言。平成20年にはユネスコ創造都市ネットワークにおいて、日本で初めて「デザイン都市」に認定された。デザインをまちづくりや産業振興に活かす取組として、若手クリエイター支援、デザイン思考による中小企業支援、地域産品開発、デザイン教育の推進などを展開。K I I T Oはその中核拠点として、行政・教育機関・企業・市民を結びつけている。

また、神戸市全体で「B E K O B E」をスローガンに掲げ、市民の誇り（シビックプライド）を育む象徴的プロジェクトとして、まちなかへのモニュメント設置や広報デザインを展開している。

(ウ) 視察から見えた課題

デザインを軸とした都市運営には、高度な専門人材の継続的な確保や、市民理解の深化が不可欠である。行政と民間の役割分担を明確にしつつ、事業の採算性

や持続性を担保する仕組みづくりが課題として挙げられる。

また、「デザイン＝見た目の美しさ」という誤解を払拭し、社会課題解決の手段としてのデザインの価値を広く共有していく必要がある。

(エ) 所感

神戸市の「デザイン都市」構想は、経済・文化・教育を統合した都市経営の先進事例であり、特に「デザインを通じた課題解決」「人と人をつなぐ創造的ネットワーク形成」は極めて印象的であった。松本市においても、民芸・工芸・アートなど地域資源を活かし、デザインを通じた新たな価値創出を進めることは、産業振興や観光、文化の発展に寄与する。「デザインを活かすまちづくり」をキーワードに、行政と民間が協働し、松本らしい創造都市の姿を描いていくことが今後の課題であると感じた。

本市では、三ガク都～楽都を標榜し、音楽などの文化を楽しむまちづくりを行っている。ほかにも、OMFや信州・まつもと大歌舞伎、クラフトフェアまつもと、松本民藝家具や松本アートプロジェクトなど、松本とアート（クラフト）は切ってもきれない。本市が取り組む中心市街地の再整備に、「アート分野」を強調する工夫を期待したい。神戸市、K I I T Oの多角的な取り組みを参考にユネスコ創造都市の登録を目指してもいいのではないかと考えた。

(4) 豊田市公設地方卸売市場（愛知県豊田市）

ア 日時

令和7年8月1日（金） 午前10時～午前11時30分

イ 場所

豊田市公設地方卸売市場

ウ 対応者

豊田市公設地方卸売市場 場長 須賀 祥一郎 氏

豊田市産業部 創生企画課 課長 疋田 一男 氏

その他関係職員の皆さん

エ 豊田市公設地方卸売市場について

(ア) 視察における視点

松本市公設地方卸売市場の再整備を検討するうえで、豊田市が進める市場運営の現状と、市が果たす役割、施設の機能配置、官民連携の手法を学ぶことを目的とした。特に、開設から40年以上経過した施設をどのように再生し、地域経済と連動させているかを確認した。

(イ) 概要

豊田市公設地方卸売市場は、昭和56年に開設された地域流通の中核拠点であり、青果・水産・花卉の3部門を中心に構成されている。開設者は豊田市で、敷地面積約2万1千㎡、取扱高は年間約62億円

トヨタ自動車をはじめとした製造業都市の中にあいながら、地域住民への生鮮食料品供給、学校給食・病院・福祉施設等への安定供給という公的役割を果たしている。

施設の老朽化が進む中で、令和6年度から市場機能の再編と再整備基本計画の策定が進められている。現施設内には、仲卸売場、関連店舗棟、事務棟のほか、市

民向けの「市民感謝デー」等を開催し、市民と市場の距離を近づける取組も行われている。

(ウ) 視察から見えた課題

市場利用者の高齢化と後継者不足、取扱量の減少、物流の効率化への対応が課題として挙げられる。

また、再整備に向けた財源確保や事業者負担のあり方、官民の役割分担を明確にする必要がある。

さらに、豊田市のような製造業中心の地域においても、「食の安全・安定供給」を市民サービスの一環として位置付けている点は注目される。市場の役割を再定義し、持続可能な運営モデルを構築することが今後の課題である。

(エ) 所感

豊田市の市場は、規模は大きくないものの、地域経済の基盤として堅実に運営されていた。行政が主体的に施設整備を検討しつつ、事業者や市民と協働して市場の将来像を描こうとする姿勢が印象的であった。

松本市においても、流通環境の変化や人口減少を踏まえた上で、単なる老朽化対応ではなく「地域の食文化を支える社会インフラ」として市場の意義を再確認する必要があると感じた。

豊田市の「地産地消（食）推進（WE LOVE とよた）」、「学校給食との連携」「SNSやホームページでの情報発信（ほぼ毎日）」、「賑わい創出」（年5回の市場開放／来場者数千人）など、市民に開かれた市場のあり方は、松本市市場で参考にしながら、今後取り組まれるとよいと考える。

オ 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について

(ア) 視察における視点

視察における視点豊田市が策定を進めている再整備基本計画の内容を把握し、再整備における基本方針、段階的整備、財源構成、官民連携の枠組みなどを確認することを目的とした。特に、施設機能の再配置と周辺地域との連携のあり方を学んだ。

(イ) 概要

豊田市は、令和5年度に「公設地方卸売市場再整備基本構想」を策定し、令和6年度から基本計画の策定作業を開始した。計画では、①衛生・防災・省エネ機能の強化、②施設の集約化による効率的運営、③市民や事業者が交流できる開かれた市場づくりを掲げている。再整備後は、流通機能を維持しつつ、地域ブランドの発信や観光との連携も視野に入れ、地域経済の一層の活性化を図る方針である。

財源は、国の交付金・市の特別会計・事業者負担金等の組合せで構成し、段階的な整備によって財政負担を平準化する計画である。

(ウ) 視察から見えた課題

現段階では、整備スケジュールや事業費の確定に至っておらず、事業者との調整が続いている。老朽施設を使用しながらの段階的整備には、安全性や衛生管理の確保が求められる。

また、市場の再整備を単なる建替えにとどめず、将来的な食流通ネットワークの再構築と位置付ける視点が重要である。松本市においても、取扱量や流通構造

の将来見通しを踏まえた「段階的かつ実現可能な整備構想」の検討が求められる。

(エ) 所感

豊田市の市場再整備は、地域の実情に即した慎重かつ現実的な計画であり、行政・事業者・利用者が協働して将来像を共有している点が印象的であった。市場を「物流施設」ではなく「地域の食の拠点」として再構築しようとする姿勢は、松本市にとっても大いに参考になる。市場の再整備を通じて、流通の効率化と賑わいの創出を両立し、市民に開かれた持続可能な市場運営を実現していくことが、本市に求められる方向性であると感じた。

(5) ものづくり創造拠点SENTAN（愛知県豊田市）

ア 日時

令和7年8月1日（金） 午後1時30分～午後3時

イ 場所

ものづくり創造拠点SENTAN

ウ 対応者

豊田市産業部 副部長 成瀬 剛史 氏

豊田市産業部 次世代産業課 副課長 外山 稔洋 氏

エ ものづくり創造拠点SENTANについて

(ア) 視察における視点

松本市における創業支援や産業人材育成の今後の方向性を検討するため、豊田市が整備した「ものづくり創造拠点SENTAN」の施設概要、運営体制、産業支援機能、人材育成事業について学ぶことを目的とした。

(イ) 概要

「ものづくり創造拠点SENTAN」は、令和3年に豊田市が整備した公設の産業支援施設である。市内製造業の技術革新・新産業創出・人材育成を目的に設置され、市産業文化センター跡地に位置する。

施設内には、試作加工設備を備えた「ファブスペース」、企業・大学・学生が協働する「プロジェクトルーム」、新製品発表や講演等に使用される「オープンスペース」などを設置

豊田市産業部産業支援課が中心となり、地元企業・大学・金融機関・産業支援機関との連携により、スタートアップ支援、異業種交流、製造業の高度化を推進している。

市民や学生も参加できるイベントやワークショップも開催され、産業支援と人材育成、交流促進の両立を図っている。

(ウ) 視察から見た課題

SENTANは公設施設としての公共性を保ちながら、民間活力を取り入れた柔軟な運営を行っているが、利用者の固定化や収益確保、運営の持続性が課題として挙げられている。

また、先端的設備を維持管理するための費用負担、人材確保、地域中小企業への技術波及の仕組みづくりも今後の検討課題である。運営主体・関係機関・利用者が連携して、成果を地域全体に還元するための運営体制強化が求められる。

(エ) 所感

SENTANは、行政・産業・教育が一体となった産業振興拠点として非常に完成度が高く、特に人材育成と新技術開発を同時に推進する姿勢が印象的であった。

松本市においても、ものづくりや創業支援を進める際、単なる補助制度にとどまらず、企業・学校・行政が連携して「挑戦と学びの場」を形成することが重要であると感じた。地域の産業基盤を支える拠点として、SENTANのような機能を持つ施設の整備・連携が今後の課題である。

オ 豊田市産業振興プランについて

(ア) 視察における視点

豊田市が策定した「産業振興プラン」の内容と、その中でSENTANが果たす役割を確認し、松本市の産業政策立案における参考とすることを目的とした。

(イ) 概要

豊田市産業振興プランは、令和4年度に策定された市の中長期産業政策の指針であり、「持続可能で強靱な産業都市・とよた」を基本理念としている。

4つの柱として、①イノベーションの創出、②人材育成、③地域資源の活用、④脱炭素・デジタル化への対応を掲げ、産学官金の連携により総合的な支援を展開している。

SENTANは、その中核拠点として、企業支援・創業支援・技術革新・人材育成の場を提供し、プランの実行拠点として位置付けられている。

また、市内企業のカーボンニュートラル対応やDX推進のための研修・設備支援を実施し、地域経済の持続可能な発展を目指している。

(ウ) 視察から見えた課題

産業政策を効果的に進めるためには、計画に基づく具体的事業の推進力と、各関係機関との実効的連携が不可欠である。

また、人口減少や担い手不足が進む中で、地域企業が継続的に革新を生み出す環境整備が重要であり、行政による伴走支援の強化が求められている。

産業振興プランを「計画」で終わらせず、SENTANを核として地域全体に波及させる実行力が鍵となる。

(エ) 所感

豊田市の産業振興プランは、ものづくりの伝統を継承しながら、脱炭素やデジタル化といった新しい時代の潮流に対応する内容であり、非常に戦略的であった。

SENTANがその実践の場として機能しており、産業支援・創業・人材育成の好循環が生まれていることに感銘を受けた。

本市では、本市の特性を生かした新たな活力の創造により、高い競争優位性を持った地域として、ものづくり産業の目指すべき方向性をまとめた工業ビジョンを策定している。本市の工業技術支援は松本商工会議所の技術相談が中心であり、市独自の拠点施設は特に設けていない。サザンガクや情報創造センター、ヘルス・ラボなどを通じて、連携強化や人材育成、事業継承相談や事業者誘致などの取り組みを期待する。

5 視察全体を通して～研究テーマ「松本市公設地方卸売市場」における今後の論点～

本年度の経済文教委員会では、「松本市公設地方卸売市場」を調査研究テーマとし、京都市および豊田市の公設地方卸売市場を中心に行政視察を行った。

両都市はともに、施設の老朽化や流通環境の変化を背景に再整備を進めており、今後の松本市における市場整備の方向性を考えるうえで極めて示唆に富む事例であった。

まず、京都市中央卸売市場第一市場は、老朽化した施設を更新するにあたり、「京の食文化の継承と発信」を再整備の柱に据え、単なる物流機能の更新にとどまらず、市民や観光客に開かれた市場としての新しい役割を構築していた。

衛生・防災機能を高度化しつつ、食育・観光・文化発信を担う「京の食文化ミュージアムあじわい館」を併設するなど、地域の食文化を核とした賑わいづくりを実現している。

また、施設集約による効率化と、余剰地の民間活用による財源確保を両立させた運営手法は、再整備事業の実効性を高める上で参考となる。

一方、豊田市公設地方卸売市場では、取扱量の減少や事業者の高齢化を踏まえ、効率的な運営と市民との関係性の再構築を目的に再整備基本計画の策定を進めている。

同市では、市民への食料供給を「生活インフラ」として明確に位置づけ、施設更新を段階的に進めることで財政負担を平準化するとともに、市民感謝デーなどの取組により、市場の公共性と親しみを維持していた。

市場の再整備を、単なる施設改修ではなく、地域経済の安定と持続的な食流通を支える基盤整備として捉えている点が印象的であった。

これら2都市の共通点として、卸売市場を「単なる流通拠点ではなく、地域社会の一部として再構築する」姿勢が挙げられる。

市場の存在意義を「安全・安心な食の供給拠点」からさらに広げ、「地域経済・文化・生活を支える公共インフラ」として再定義している点は、松本市が今後の市場整備を考える上での重要な示唆となる。

今後、松本市においては、①施設老朽化への対応と機能更新、②市場の役割再定義（流通・教育・交流・文化の複合機能化）、③公民連携による財源確保と効率的運営、④市民との関わりを重視した開かれた市場づくり、を主要な論点として検討を進める必要がある。

また、再整備の検討にあたっては、長期的な人口・流通動向を見据え、段階的かつ実現可能な整備計画を策定することが求められる。

市場の将来像を「施設整備の課題」としてのみ捉えるのではなく、地域の食文化・経済・生活を支える仕組みとして再構築することこそが、本研究テーマの根幹であり、今後の議論の中心となるべき視点であると考ええる。

6 各委員の報告書 別添のとおり

行政視察報告書

経済文教委員会行政視察

令和7年7月30日(水)～8月1日(金)

視 察 先 及び 視察事項	京都府京都市	1 京都市中央卸売市場第一市場 (1) 京都市中央卸売市場第一市場について (2) 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について
	兵庫県姫路市	2 地場産業活性化推進事業 (1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について (2) 播産館（ばんさんかん）について
	デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称：K I I T O / キイト）	3 デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O） (1) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について (2) デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて
	愛知県豊田市	4 豊田市公設地方卸売市場 (1) 豊田市公設地方卸売市場について (2) 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について 5 ものづくり創造拠点SENTAN (1) ものづくり創造拠点SENTANについて (2) 豊田市産業振興プランについて

1 京都市中央卸売市場第一市場（京都府京都市）

京都中央卸売市長の主要建築物は、築後30年以上経過して老朽化が進んでいる上、流通の高度化や多様化・食の安全や防災対策といった社会的要請への対応の必要性から再整備の必要があった。平成26年3月に「京都中央卸売市場第一市場施設整備基本構想」を策定し、それに沿う形で水産部門の再整備、次いで成果部門の再整備を進めている。

当市場の特色として①都市型卸売市場としての役割、及び、②食文化の発信・継承の拠点という2点があり、それを元に施設整備の8つの方向性を定めた。

また、高機能化・効率化により再整備後は敷地面積を14.7万㎡から10.5万

m²に集約し、空いた4.2万m²の有効活用地の活用により整備費用に充当した。

京都の食材のブランド化は平成元年より京都府＋ＪＡと共にブランド認証・広告・宣伝・販路拡大に寄与している。当市場では京都・滋賀で生産された野菜を「京の伝統野菜」と称して他と差別化し、ブランド確立と地産地消を促進している。それに加え近隣に京の食文化ミュージアムとして「食あじわい館」を有し、今日の食文化を「みる」「つくる」「あじわう」体験を提供している。

公設市場の再整備にあたり、用地規模の集約や残りの土地を活用して賑わい創出と収益化に貢献しているモデルおよび、本市にない取り組みとして食文化の発信・継承の役割を担って体験の提供や情報発信を行っている点等は参考になった。しかし翻って本市の公設地方卸売市場の現在の役割と今後のあり方を考えると、京都のように公設のまま高機能化し、流通拠点と同時に賑わい創出と産業振興の拠点と捉えて市民に貢献するのか、それとは逆に流通の変化を中長期的に捉え、本市および長野県中南信の流通機能のあり方について再定義する方向でいくのか、大方針を見極める必要があるとの印象だった。

2 地場産業活性化推進事業（兵庫県姫路市）

(1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について

前提として、姫路市の産業構造として、播磨臨海工業地帯を擁しており製造業が大変強く、次に大きな卸売業でも機械器具や建設材料・鉱物・金属など製造業に関連するもので5割を占めている。陸・海の交通インフラが充実していることも強み。その背景の中、姫路市の地場産業として革製品、にかわ・ゼラチン、マッチ、作業手袋など12の産業を指定している。

「地場産業活性化推進事業補助金」は特徴として、この指定された12産業の分野で利用でき、かつ「個人」ではなく「団体」で個々の事業だけではなく産業そのものを振興させる意思がある場合にのみ交付されるということ。その結果、皮革業界（＝兵庫県皮革産業組合）のみが利用するに留まっている。使途は展示会への出店、PR事業のイベント、兵庫Leatherブランドの展開、ビームスコラボ商品、海外調査など。他の産業は組合、団体として一丸となって振興を図る体制が難しい。予算の確保や「団体」に交付することの難しさから、利用団体が限られている、補助金頼みで活性化することの限界など、課題は複数ある。

課題はあるものの、市として振興させるべき産業を定め、支援していこうという姿勢は参考になった。松本も、市を代表する産業、松本らしさを形作る産業、歴史や伝統技術をつなぐ産業などを整理する必要があるのではないか。事業の金銭的支援は姫路市でも苦戦して目的に沿った効果を出すことが難しいので、松本での導入を考えるとしても他の自治体の成功事例などもう少し研究をする必要があると思うが、松本らしさを支え、地元の経済に貢献する産業を棚卸しして認めていくこと

は、シビックプライド醸成のきっかけになるのではないかと考える。

「創業支援補助金」は、地域経済の活性化、特に市が指定している 12 の地場産業を振興したいという考えから創設されたが、地場産業関係の事業者の利用は多くなく、ネイルサロンや飲食店などの新規出店の利用が多いのが実際。新産業創出やものづくり支援のための各種「中小製造業支援メニュー」も、地場産業の振興や、新製品の創出を狙って設計された支援メニューではあるものの、実際に制度があるだけでは新製品の開発などにはあまり貢献できていないのが実態。「ものづくりのまち姫路」のビジョンを見直し、支援メニューの再設定を検討している。

姫路市の事例より、創業支援や地域経済の活性化、地場産業の振興を目的に様々な支援メニューを整備していること、さらに、様々なメニューを用意するだけではその目的に沿った成果を得ることが難しいことは学びであった。支援メニューに加え、その考え方の柱となるビジョンの策定、市民、とりわけ事業者への浸透と、さらには一時的な補助金の支援ではなく継続的に事業が発展する環境の整備（事業者の教育、広報、販路、誘客・集客）など様々な要素を複合的に整えていくことが必要であると考ええる。

課題は様々な多岐に渡るとはいえ、本市の産業振興の課題を洗い直し、将来の方向性から優先順位をつけて取り組みを行っていくことはできるのではないかと。本市の産業振興の取り組みのあり方について問い直すよいきっかけとなった。

(2) 播産館（ばんさんかん）について

播産館は、西播磨地域の地場製品の P R ・販売拠点。昨年まで姫路市の直営だったが今年度から姫路観光コンベンションビューロー（観光協会が発展したもの）に運営主体を引き継ぎ、より積極的に収益事業化することができている。播産館を訪れると地元の産業を理解したり魅力を感じることができ、観光客が効率的・積極的に商品を購入するだけでなく、地元の方が手土産や贈答品を買い求めるためにも多く利用されていることがわかる。松本では松本の名産品、特産品の打ち出しが弱く、個々の企業努力にまかせている所が大きい。観光に来た皆さまが「松本に来たらこれを買わなければ、食べなければ」といったブランド力のある商品も多くなき、地元の声としても松本らしいお土産、贈り物が少ないということも多く聞かれる。

本市も、松本らしい産業の洗い出しと積極支援、商品化や販路の整備を体系化する、それを観光産業につなげていくことで地元の企業が活性化し、商品の製造・販売が盛んになり、地元にもお金が落ち、観光に来てくださった方も松本の良さが明確な輪郭をもってさらに伝わるような仕組みづくりをするべきではないか、という点において大変参考になった。

3 デザイン・クリエイティブセンター神戸(K I I T O) (兵庫県神戸市)

神戸市は、平成7年の阪神淡路大震災からの復興の過程で選ばれる都市になるために「デザイン」をキーとしてまちづくりをし都市再生と経済活性により「再生可能な大都市」を目指すとした。神戸市で用いる「デザイン」の概念は、色・物・形だけでなく「まちのデザイン」「くらしのデザイン」「ものづくりのデザイン」を含め取り組み全体のデザインを指す。ユネスコ創造都市ネットワークでデザイン都市として認定された。

その背景の中、神戸市は三宮から離れて海側にくると人の流れがなくなるという課題解決のため、旧神戸生糸検査所（登録有形文化財）をリノベーションして地域づくり、人づくりの拠点「デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）」を整備した。現在は「デザイン・クリエイティブセンター神戸運営共同事業体」の指定管理で運営している。この共同事業体は、企画を請け負う「㈱i o p都市文化創造献供湯所」と施設管理の「ウェルビーイング阪急阪神」から成る。

K I I T Oは事業として、レンタルオフィスやクリエイティブラボ（オフィススペース）、イベントホール、カフェなどを備え、デザインに関わる人材の育成、ものづくり、子どもの教育、イベントによる人の交流など「デザイン」を軸に様々な機能で活用されている。現在はソーシャルデザインによる社会課題解決にも積極的に取り組んでおり、「こども×クリエイティブ＝夏休みのお店づくりプログラム」「高齢者×クリエイティブ＝男性高齢者のパンづくりによる居場所提供から子ども食堂などへの展開へ」「障害者福祉×クリエイティブ＝障害者支援品のデザインではなく、販路のデザインへの取り組み」などの事例がある。行政職員のためのクリエイティブ事業講座などもあり、キャッチフレーズやロゴ、デザインの力の理解を深めている。

神戸市の「デザイン」を軸とするまちづくりモデルがうまく行っている理由は、まずは市としてまちづくりに「デザイン」の力を活用するという強い意思決定があることが大きいと思った。その意思決定があるからこそ、予算をつけて指定管理事業者と提携したり、継続的な取り組みを実践できている。またまちづくりにデザインを活用することは、神戸市の歴史的・環境的成り立ちを反映し、神戸の発展のために有効であるという市民の理解と共感を得られているからこそ、様々なプロジェクトや取り組みから好事例が次々と生み出されているのだと思った。各種事業に「デザイン性」を取り込むことは、得てしてコストの増加につながりやすく、議会などでは一定の反対意見、優先順位を見直す声も挙げられるとのことだったが、やはり「神戸×デザイン」の有効性について市議会も理解をしているため、議案が通ってきているということであった。

もう1点注目に値するべきだと思ったのは「B E K O B E」のキャッチフレーズの浸透である。最初は行政が市民のシビックプライド醸成のために公立の公園にモニュメント設置をしたがそれが市内各地に広まり、民間施設や事業でも様々なデザインで使われるようになり、浸透しているとのこと。シンプルでわかりやすく、神戸市民

の心情を捉えていたことの現れだと考えられる。

松本市も「三ガク都」「松本のシンカ」「一人ひとりが豊かさと幸せを実感できるまち」などいくつかのキャッチフレーズがあるが、幅広く活用することを狙ってか、より広く意味をカバーするためか、ダブル・ミーニング、トリプル・ミーニングの利用法をしている。そのためぱっと見意味が分かりづらく、市民の共感も得にくい。結果としてシビックプライドの醸成に貢献しているとは言い難いものばかりとなっている。本市でもキャッチフレーズの設置目的を今一度見直し、その意義に叶うキャッチフレーズを再検討してみてはいかがか。

全体を通し、「デザイン」のように神戸市民に受け入れられプライドを持ってまちづくりをするといった事例そのものを松本に展開することは難しいものの、松本に浸透していて市民の理解を得られ、推進するほうもそれを受ける市民もワクワクするような要素で繋がれることはまちづくり、ひいてはシビックプライドの醸成成功の大きな要因であるという点は、大変参考になった。

4 豊田市公設地方卸売市場（愛知県豊田市）

豊田市は、松本市と同じ「公設地方卸売市場」を有する。本市と同様に老朽化が進み、再整備を計画しており、今年は基本計画を行い、5～7年後に着工の予定。令和元年あたりから再整備の検討に入り、修繕を繰り返しながら使用するか、新規建て替えにするかで方針を検討したが、今後も豊田市の食の中心であるためにはどうすべきかを考えたときに新規建て替えを選択した。運営を民間に任せることも考えたが、施設の維持管理は市が持つことを考えると、市の直営を保ったままある程度の運営を仲卸さんに任せるかは検討事項に入っている。指定管理、PFIなどのスキームが選択肢だが、市が開設者ということは変わらない。

再整備にあたり克服すべき課題の優先的なものは「コールドチェーン」で品質維持と管理を効率的に、鳥・猫などの害が入らない荷下ろし設備を検討。生産物の品質を保って競争力を持ち続けることが主眼。これまで必要に応じて立て増ししてきたので全体を一度に再整備することで敷地面積は6～7割に集約する方向。残った土地の利用でにぎわい創出をする。現在も年5回の市場開放やSNSでの情報発信を通して市民に近い市場になる取り組みが行われているが、再整備後は民間も入れていく予定。市民の声としてはスーパーが望まれているが、収益性の見通しが悪い。パッケージセンターや野菜のカット工場などは収益性が良いが対外的には地味な印象。議会からは「市民に開かれた市場にするべき」の声があり、スーパー銭湯や食堂などの提案がある。

地産地消の取り組みとしては、「WE LOVE とよた」シールの活用がある。地元産の野菜や果物のパッケージに貼付している。行政が始めた取り組みでありながら、農家の皆さんに広がりシール増刷の要望や、「WE LOVE ●●」と更に細

かい地域名に変更して使う例などが始めている。産地としての「豊田」の発信となり、農産品のブランド化、シビックプライドの醸成に貢献している。他に「ブランド化推進協議会」があり、桃や梨などの品評会を行ってブランド化を進めている。

松本市と同じ老朽化が進む公設卸売市場で再整備を進めているということで、課題も共通のものがいくつもあり、大変参考になった。豊田市は「トヨタ」関連の企業があり市としても財政力や需要が異なるという、前提の部分で大きな差があるものの、直近の再整備、ブランド化や地産地消、にぎわいの創出、民間との連携といった複数の点で参考にできるものがあり、今後豊田市がどのような意思決定の上、どのような市場を整備していくかを引き続き注視したい。

5 ものづくり創造拠点SENTANについて（愛知県豊田市）

豊田市は基幹産業として自動車産業を有するが、時代・環境の変化により変革を求められている。次世代に繋ぐ産業創造や人材育成のため、「ものづくり創造拠点SENTAN（センタン）」が設置された。ものづくりのための様々な機材を利用可能にし、トヨタ産業関連のOB等が支援に入り、ものづくりスペースや交流スペースを用意することで、アイデアを形にする・アイデアがつながる創造拠点を目指している。製造業の盛んな愛知県内には、名古屋のステーションA Iといった施設や、他の自治体でも新産業や人材の育成拠点があるなかで、差別化が課題となっているものの、独立したい20代、30代の方が多く利用している。トヨタ自動車の仕事が時代とともに変容していくに際し、自動車産業のみならずスタートアップ・イノベーションで新規事業の創造を市が支援している。

豊田市の産業構造とそれに関わる豊富な資金と技術人材に支えられた施設であったため、本市が直接導入できる、参考にできる要素は決して多くはなかったが、本市でもスタートアップ企業の支援は移住者などの若者世代を中心に望まれている。若者・女性・移住の方の大きな課題の一つは「仕事」であるため、ターゲット層が意欲的に働くことができる環境づくりは必須であり、市も力を入れていく必要がある。そして松本らしい産業を若者世代から創り上げ、発展させていく仕組みに育てることができれば望ましい。豊田市ほどの技術力や人材はないものの、スタートアップ事業立ち上げ支援の提携などを視野に入れるなど、研究を進める必要がある。

令和7年8月29日

松本市議会議長 阿部 功祐 様

経済文教委員会副委員長 こば 陽子

行政視察報告書

経済文教委員会行政視察

令和7年7月30日(水)～8月1日(金)

視 察 先 及び 視察事項	京都府京都市	1 京都市中央卸売市場第一市場 (1) 京都市中央卸売市場第一市場について (2) 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について
	兵庫県姫路市	2 地場産業活性化推進事業 (1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について (2) 播産館（ばんさんかん）について
	デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称：K I I T O / キイト）	3 デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O） (1) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について (2) デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて
	愛知県豊田市	4 豊田市公設地方卸売市場 (1) 豊田市公設地方卸売市場について (2) 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について 5 ものづくり創造拠点SENTAN (1) ものづくり創造拠点SENTANについて (2) 豊田市産業振興プランについて

1 市場の在り方について（項目1、4）

(1) 概要

ア 京都市中央卸売市場第一市場（京都府京都市）

- ・ 昭和2年日本で初めて統合型卸売市場として開設され、以降、100年にわたり食文化を支える基盤として機能。令和3年に再整備が完了し、令和5年4月には見学エリアを含め全面オープン。見学者数は累計10万人を突破し、コロナ禍前の水準に回復した京都観光（年間5,600万人）の一端を担う。
- ・ 現在も段階的に再整備を進めており、令和10年度末に全体整備完了の見込み。
- ・ 運営体制は、維持管理業務は、警備・点検・清掃・修繕等を中心に業務委託

を基本とし、一部は直営対応。事故や物損については原因事業者が負担

- ・ 財政は特別会計で運営されており、直近年度の収支は約10億円の黒字を計上。繰越額を含め安定した黒字経営を維持。（一方、市一般会計からは年間8～10億円規模の繰入れが行われ、整備進捗に応じて変動）
 - ・ 「地産地商」を掲げ、京都市産農産物のブランド化を市がブランドマネージャーとなって推進。首都圏等への発信、品質価値の明確化、他府県との差別化を図るほか、水産物との連携、産地支援、専用シールやタグを用いた販路拡大、市場内には調理室・展示室を整備し、「味わい館」で「見る・知る・味わう」をコンセプトに食文化発信や、小学校への出前授業や料理教室は年間約90回開催。子どもの自由研究や食育活動に活用されており、来場者数は年間2.5万人規模。近年は展示体験型事業を数多く実施
 - ・ 施設、物流機能について、青果・水産物の取扱において、HACCP対応の完全閉鎖型施設を導入。マイナス25℃から10℃までの区分で温度管理を徹底
 - ・ 物流の自動化については、荷姿の多様性・荷崩れリスクから現状では困難とされるが、将来的には自動運転技術・自動倉庫の導入が必要とされている。
 - ・ 市場全体の再整備事業費は当初600億円を想定していたが、近年の資材高騰等により、建設費が約3割上昇し入札不調が発生。特に青果棟整備が厳しい状況で、設計見直し等の調整を余儀なくされている。
 - ・ 災害時の食料供給拠点としての機能維持を重視。非常用電源・地下水利用・消火訓練等を整備し、BCP体制を強化。LINE WORKSを活用した情報共有訓練を定期的の実施しており、事業者間での迅速な情報伝達体制を構築
- イ 豊田市公設地方卸売市場（愛知県豊田市）
- ・ 昭和57年市民への食糧供給拠点として開設。米・麦・大豆、果物（桃・梨）、お茶など多様な産品を扱う。現在の組織体制は、市場協会（卸・仲卸3名）、市職員4名、事務所7名体制で運営している。
 - ・ ブランド化の徹底が特徴的。市全体での地産地消ならぬ「地産地食」を推進。市場を拠点に地域農業のブランド化を進めている。市全体で進めるブランディング「WE LOVE とよた」（ステッカーなど活用）の推進とも連携している。ブランド化推進協議会を設置し、桃や梨の品評会を開催。市場関係者も審査に加わり、生産者の品質向上を後押し。特に特徴的な作物は、世界一大きな梨としてギネス認定された「愛宕梨」を農協と共催でPR。130万円の値がついた実績があり、全国的な注目を集めた。
 - ・ 人材育成の理念として、「かっこいい農業者を目指そう」を掲げ、農業を次世代にとって魅力ある職業として位置づける取組みを展開
 - ・ 市場の課題は、施設の老朽化と効率性の低下。建て増しを繰り返した結果、作業動線が複雑化し、耐震性や効率性のほか、温度管理とコールドチェーンが

不足しており生鮮品の品質保持に課題がある。

- ・ 仲卸や店舗数が減少。今後は適正規模に縮小しつつ、民間活用を検討中
- ・ 令和初頭から再整備を検討しているが、老朽化対応とともに「次世代に食の拠点をどう残すか」をテーマに議論している中、現在、以下の方向性で考えている。①市直営の維持（仲卸の体力不足もあり、完全民営化は困難。市が直営を維持し、一定の関与を続ける方向）②P F I・民間活用。建物所有を市とするか民間とするか、基本計画で整理予定。③市民や一般来場者が楽しめる「場外市場」「道の駅」機能の要望強い。新しい住宅団地や隣接するみよし市との境界立地を活かし、「市場直送品」のブランドを展開できる可能性。④地域スーパーとの連携、中堅スーパーが元気な地域性を踏まえ、地域流通との連携を模索

(2) 2施設を視察しての所感

両市ともに、本市よりも人口、地域特性、税収など共通性が少ない状況ゆえ、構造的に参考になりづらい面もあるが、卸売市場は単なる流通施設ではなく「地域の食文化拠点」として再定義できる。食文化の発信や、他施設との連携を考えたとき、現在の松本市公設市場の場所についても考え直した方がいいのではないかと感じた。

市民や一般来場者ののにぎわいをどう取り込むかが重要。豊田市のように「場外市場」「道の駅的機能」を組み合わせることで、市場が観光・地域振興の拠点に発展する可能性がある。

市直営かP F Iかといった運営方式の選択は、仲卸や民間の体力を見極めつつ、将来の持続可能性を考慮する必要があるが、現在の方法をアップデートは肝要。いずれにしても、民間を呼び込みやすい環境を整えていくことを考えていくのが理想なのではないかと思った。

2 姫路市の産業振興について（項目2）

(1) 姫路市の産業構造と特徴

- ・ 人口・商工業規模ともに兵庫県内第2位
- ・ 製造業と卸小売業が事業所数・従業員数ともに約4分の1を占める。
- ・ 製造業出荷額は約2兆円規模で推移。事業所数は減少傾向だが、従業員数は維持
- ・ 主な産業は鉄鋼・電気機械・化学・食品製造。卸売は機械器具、建築資材、金属材料が中心
- ・ 播磨臨海工業地帯（鉄鋼・化学の集積）を抱え、姫路港は国際拠点港湾として物流・観光の両面で機能。新幹線・道路網など交通インフラも充実

(2) 概要

ア 地場産業の概要と事業補助金活用の現状について

- ・ 代表的な地場産業は、皮革、にかわ・ゼラチン、マッチ、作業手袋、鎖・ボルトナット、ゴルフ用品、手延べそうめん（600年の歴史）、清酒、菓子、工芸品、水産練り製品など12業種。地域資源と文化を背景に多彩な産業が展開
例）日本酒は「鉄分の少ない伏流水」＋「酒米の王様・山田錦」により高品質を実現。「GIはりま」としてブランド化。皮革産業はビームスとのコラボで「HYOGO LEATHER」ブランドを発信、海外展示会にも出展
- ・ 補助は事業費の5分の2程度。地場産業全体を対象とするものの、実際には一部業種（例：皮革産業・年間792万円）に偏重し、全ての事業所が活用できていない。組合活動支援が中心で、個別事業者支援は難しい。海外製品との競争激化や市場縮小で、補助金頼みの限界が見えている。

イ 創業・ものづくり・中小企業向け支援について

- ・ 創業支援事業：最大300万円支援。ただしネイルサロンや飲食など小規模サービス業が中心となり、ものづくり分野への活用は限定的
- ・ 技術支援：大型研究施設「スプリング8」の活用が期待されるが、小規模事業者にはハードルが高く、中堅企業向けにとどまっている。
- ・ 事業承継支援：具体的な施策は模索段階。社会価値創造機構を通じた新規価値創造の取組もあるが、実効性はこれから。

ウ 播産館（ばんさんかん）について

- ・ 姫路観光コンベンションビューローが運営する地場産業振興・販売施設
- ・ 公益事業（観光振興、フィルムコミッション、MICE誘致）と併せ、地場産品販売で収益を確保
- ・ 信用金庫からの人材派遣や民間参画を得て運営。売上は年間1,700万円程度
- ・ 地場産業と観光事業を結び付ける拠点として機能

(3) 所感

地場産業の事業所数・市場規模ともに縮小し、海外製品との競争も激化しており、補助金頼みでは持続性に乏しい。創業支援がサービス業に偏り、ものづくりや地場産業支援に直結しにくい状況にある。販路の拡大に関し、国内外への発信は一部成功事例があるが、全体には広がりやを欠く。

本市においては播産館のように、地場産業を観光や地域文化発信と結び付ける拠点づくり、仕組み作りの強化は必須。補助金による支援ではなく、デザイン・ブランド化・海外販路開拓も含めた仕組みの構築をプロの力や先進自治体の事例などを参考に早急に取り組んでいくべきだと思う。

また、研究機関や大学との連携、民芸のまちを大切にしていけるよう小規模事業者が活用できる「間接支援の仕組み」の整備や、ものづくりや地場産業の新事業創出に直結する支援メニューを構築、金融機関・民間事業者・観光団体との連携した

仕組みづくりは肝要

3 デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）（項目3）

(1) 概要

ア 「デザイン都市・神戸」の成り立ち

- ・ 歴史的・地理的特性：1868年の開港以降、海と山に挟まれた地勢のもと、海外文化の受容が進み、ケミカルシューズ・洋菓子などの産業や、開放的な市民気風が醸成。六甲山・中華街・異人館等、多様な都市景観を内包
- ・ 都市再生の3本柱：①都心の再生、②ニュータウンの再生、③森林・里山の再生を通じ、持続可能な都市を志向
- ・ 交通／結節点整備：駅ビル改修・歩行者デッキ・市役所建替え・バスターミナル集約等による回遊性向上を推進。海沿いエリアの人流不足は約1万人規模のアリーナ整備等で改善を図る方針
- ・ 「デザイン」の都市戦略化：震災復興の経験から「創造性」を核に、平成19年にデザインを都市戦略として明確化。平成23年にはユネスコ創造都市ネットワーク（デザイン分野）に参画。色形に限らず、「考え方・意図」まで含めた広義のデザインを政策軸化

イ 地域経済活性化とデザイン産業振興

- ・ 施設：昭和7年竣工の旧生糸検査場（約14,000㎡）を再生。約40室のオフィス（30～120㎡、入居最長5年）に、建築設計、グラフィック、編集、防災NPO、照明、アパレル、フローリスト等創造的産業の事業者が入居。市外からの移転入居はあるが、外国人のテナントは現状なし。指定管理料（約1億円）に、レンタルスペース収入・テナント賃料・自主事業収益を組合せて運営
- ・ マッチング：「神戸クリエイターズノート×中小企業」等の産業の連携、案件創出。地域の食・農との接続：地元農産物の朝市、ネクストファーマーズ制度等を通じ、一次産業×デザインで価値創出
- ・ 都市ブランド装置：「BE K O B E」等のモニュメント配置や東遊園地の活用リニューアルにより、訪れた人の可視的体験価値を演出。上記施策の積み上げにより、クリエイターによる案件化を重ね、人流を創出。「デザイン」を軸に都市イメージ向上を目指す。

ウ まちづくり拠点としての公共施設活用

- ・ 東遊園地の再生：平成27年から市民有志が社会実験（芝生化、アウトドアライブラリー、ファーマーズマーケット等）を展開し、「人が主役」の公園を目指す。
- ・ 都心部の余白活用：「神戸パークレット」（路上ウッドデッキ）や三宮プラ

ッツ（音楽ライブ・カフェ・若手アーティスト発表）など、都市のスキマを文化・交流の場へ転換

- ・ 運営：指定管理＋入居・貸室収益のミックス。市民が関与できる“余白”を残し、自律と共助の均衡を図る。K I I T O入居者の専門性を、市街地の社会実験へ循環させ、施設×都市空間の両輪でまちの価値を底上げした。

エ 文化芸術と教育の連携・人材育成

- ・ 子ども・学校との協働

教育委員会が連携し、プロの建築家・デザイナー等と公教育をつなぐ。

→ 創造教育プログラム「ちびっこうべ」『今の子どもが今の神戸をつくる』を掲げ、200～1,000人規模の市民サポーターが伴走。店づくり・働く体験など実践型学習を展開。子どもたちにとっての魅力的な場を創出

- ・ 生涯学習・超高齢社会への適応

「ライフ・イズ・クリエイティブ」（平成27年から現在）

→ 代表例「パンじいプロジェクト」男性高齢者の“本気のパンづくり”を通じた技術習得×地域参加。パンを子ども食堂などへ提供し、世代間・地域の循環を創出

- ・ 行政課題×クリエイティブ思考

俯瞰力・構想力を鍛えるプログラムで、行政職員・市民とともに社会課題の見立て→試行→実装

オ 地域コミュニティ形成とソーシャルデザイン

- ・ 共創の場づくり：市民・企業・行政・クリエイターが同じテーブルに着く仕掛け（ワークショップ、公開制作、マーケット等）。

- ・ “関わりしろ”の設計：芝生化や可動什器、オープンなレンタルスペース等、参加のハードルを下げる空間運用

- ・ 可視化と物語化の重要性：モニュメントやマーケット、SNS等により市民の創意と地域資源のストーリーをつくり、都市空間へわかりやすく反映

- ・ 地域内人材の循環：高齢者の技能→地域食支援、農産物→都市イベント、若手アーティスト→都心場のづくり、など小さな循環によって「ソーシャルキャピタル」を育んでいる。

(2) 所感

都市規模、資金面、人的リソースを考えたとき、本市との規模間の差こそあれ、さまざまな課題、産業振興・教育・福祉（高齢者活躍）・観光を、「デザイン」で束ねる横串のプログラム設計はとても参考になった。

下線部については、特に大なり小なり、本市の課題と大きく重なっていると、私自身がまちづくりの中で、本市に猛烈に足りていないと感じる箇所。連携をどのようにするかということだが、神戸はデザインで繋げていっているということらしい。

K I I T Oの手法は、「場（拠点）×人（クリエイター）×都市（公共空間）」を循環接続することで、デザインを産業振興・教育・コミュニティ形成に横断的に適応している。指定管理＋入居・貸室収益＋自主事業の複線的運営により、政策の継続性と市民参加を両立。都市規模、人的リソース、資金を含み、本市とは大きさが違うが、考え方としては、歴史建築等を再生、活用した「松本版K I I T O」の模索も考えられる。場を活用しながら、人的リソースの循環、魅力ある人が協働できる仕組みを何とか作っていくことは、課題だと思った。

4 ものづくり創造拠点SENTAN（項目5）

(1) 概要

トヨタ自動車の親族の寄付により実現。スタートアップ支援・人材育成・ものづくりの拠点形成を目的に2年に開設された。所管は豊田市産業部次世代産業課だが、行政が主導するのではなく、企業が行政を引っ張る形で運営。豊田市の自動車産業に根付いた歴史と風土が背景。中小企業診断士8名による相談体制を整備。年間10件前後の「ものづくり創造補助金」を活用した新事業展開も支援。ものづくりスペースを活用し、若手や副業的に挑戦したい層も含めたコミュニティを形成。親世代からの製造業文化を継ぐ形での参加も多い。他市（安城市・刈谷市など）も同様の拠点を設けており、スタートアップの誘致競争が存在する。

(2) 重点分野と事例

次世代航空モビリティ、SkyDrive社と市内企業の協業を平成27年から支援。約2万㎡を提供し、研究開発を推進。製造業に限らず、運輸・サービスなど地域産業全体の仕組みづくりを視野に入れている。企業に巻き込まれる形か、市が主体的に巻き込むのか。経済界との関係性をどう築くか課題。また、他市との競合（安城市・刈谷市などとのスタートアップ誘致合戦）の中で、独自性をどう打ち出すか。成熟した自動車産業に依存せず、新分野をどう開拓していくかといったところを焦点にしていた。

(3) 所感

自動車産業に根ざした「ものづくり文化・誇り」が若い世代の参加を促しており、地域の歴史・産業風土を活かすことの重要性が確認できた。ただ、世界的な企業であるトヨタなど、ものづくりの先進地域である豊田市と、本市の状況は比較にならないので、参考事例としての視察。このような土壌は歴史の積み上げでもあるが、ただただ本市はそういった土壌がないといってあきらめるのではなく、行政が次世代を読み、新しい産業やテクノロジーを兼ね備える企業の誘致に積極的になっていくような姿勢は必要だと感じた。人材・コミュニティ育成を基盤に、スタートアップ支援や次世代産業を育成するモデルは、本市のような中規模都市においても応用可能だが、「ただやっている」というだけではなく、先に繋がっていくような

こちらもストーリーを作っていくことが大事だと感じた。

令和7年8月29日

松本市議会議長 阿部 功祐 様

経済文教委員会委員 中山 英子

行政視察報告書

経済文教委員会行政視察

令和7年7月30日(水)～8月1日(金)

視 察 先 及び 視察事項	京都府京都市	1 京都市中央卸売市場第一市場 (1) 京都市中央卸売市場第一市場について (2) 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について
	兵庫県姫路市	2 地場産業活性化推進事業 (1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について (2) 播産館（ばんさんかん）について
	デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称：K I I T O / キイト）	3 デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O） (1) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について (2) デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて
	愛知県豊田市	4 豊田市公設地方卸売市場 (1) 豊田市公設地方卸売市場について (2) 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について 5 ものづくり創造拠点SENTAN (1) ものづくり創造拠点SENTANについて (2) 豊田市産業振興プランについて

1 京都市中央卸売市場第一市場

(1) 概要

松本市公設地方卸売市場についても平成元年の開設から36年が経過し、施設が老朽化しており、今後維持していくために改修工事費が必要となるため新築も含めて今後どうするか考えていかなければならない。

中央卸売市場と地方卸売市場の違いは、市場開設許可者にあり、中央卸売市場が農林水産大臣、地方卸売市場が都道府県知事。中央卸売市場が現在全国で65市場、地方卸売市場が907市場で、今回訪れた京都中央卸売市場は京都府内唯一の中央卸売市場であり、昭和2年に日本で最初に開設された伝統ある市場である。

京都市は人口約 1 4 7 万人の政令指定都市であり京都を訪れる観光客は年間約 5, 5 0 0 万人、宿泊観光客は約 1, 3 0 0 万人で観光消費額約 7, 6 0 0 億円。京都市中央卸売市場は多くの料理屋やレストラン等の飲食店に生鮮食料品を供給している。京都市中央市場の取り扱い金額は青果部約 6 6 0 億円、水産部で約 4 0 4 億円。合計約 1, 0 6 4 億円である。

松本市場においては、農業産出額が約 2 0 0 億円で産地がしっかりと形成されている。また取扱高は約 3 4 0 億円と地方公共団体が開設する公設市場の中では水戸市場に次ぐ全国 2 番目の規模となっている。

京都中央卸売市場の施設再整備は現地での再整備であることから、各種工事を実施しながら市場業務を継続する必要があることから開設者と場内事業者が知恵を絞り工事を進めている。

(2) 所感

卸売市場は、地域特性や市場規模の違いから一概にこうした方が良いというモデルにはなりにくいと感じた。

京都市中央卸売市場の施設整備については、京都駅西部エリアという立地条件を生かして南の現在の「賑わいゾーン」を民間に売却したり、ホテルエミオンに定期借地権を設定したりと収益を図っている。本市とは立地条件が大きく違っている。

松本市公設地方卸売市場については、建て替えが迫っている。再整備して現在の場所に建て替えるよりも松本市の農業の中心地である西部地域に思い切って移してもいいのではないかと考える。

また、卸売市場を中心として道の駅を隣接させるなどして、青果物について販売農家の人たちは卸売市場へ、自給的農家の方は少量多品目で道の駅の直売所に出荷できると考える。

そのほか、地元産農産物を使ったレストランなど、上高地を訪れる多くの観光客にも地元の農産物をアピール出来ると思う。

これからの卸売市場を考える意味でも単体で考えるのではなく、本市では時代に合った観光と立地の視点が必要であると思った。

2 地場産業活性化推進事業

(1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について

ア 概要

姫路市は人口 5 1 7, 0 0 0 人の播磨地域の中核都市。姫路市の産業においては、この地域では神戸市に次いで第 2 位で、2 4 %が製造業で四分の一を占めている。特に大手の鉄鋼業事業者があることが大きい、また卸売業も多く 1 兆円の売り上げがある。

地場産業においても海外に打って出る企業も増えて来ていて、清酒などはシン

ガポール、フランス、韓国などに輸出しているとの事である。

イ 所感

地場産業補助金、創業・ものづくり等の補助金は、経済産業省や県、市からどこの地域においても何らかの補助金が出ていると思われるが、市の単独補助金のかさ上げ支給は地域によってばらつきがある。地場産業の育成はどこの市でも大事に思っているが予算措置の効果の検証もしていかなければならず課題も多いと考える。

(2) 播産館（ばんさんかん）について

ア 概要

西播磨地域の特産品やお土産を取り扱う店舗である。

営業形態は、この令和7年1月から公益社団法人姫路コンベンションビューローに播磨地域の市町や経済団体から引き継がれた。

補助金として姫路市産業振興課より500万円の補助金が出ていた。

イ 所感

松本市でも松本城もあり本格的なお土産センターがあってもいいと思う、松本市立博物館跡地や松本駅などに設置できれば観光客や地元住民に利用されると思う。

3 デザイン・クリエイティブセンター神戸(K I I T O)

(1) 概要

この兵庫県神戸市デザイン・クリエイティブセンター神戸はK I I T Oと呼ばれている。昭和2年に輸出生系の検査を行う施設として、ゴシックを基調とした神戸市立生系検査所後の国立生系検査所（昭和7年）の建物が使われている。

当時の面影が残されていて、カフェ、神戸市立三宮図書館、レンタルスペース（40室）、オフィス入居スペースなどがある。延床面積14,000㎡

K I I T Oの開館が平成24年8月で、東日本大震災が起きたのが平成23年3月で、運営面でも大きな影響を受けている。阪神・淡路大震災が平成7年1月で神戸からも東日本大震災の現場にも大勢支援に行っている。阪神・淡路大震災からの復興が、市民の助け合いとまちづくりへの参画によりなし得られた事も大きい。震災20年を受けながらK I I T Oは社会貢献、社会問題解決型のデザインセンターとも言える。

神戸港は日米修好通商条約により1868年に開港、外国文化がいち早く入ったため異国文化を積極的に受け入れる開放的で自由な気風・風土が作り出された。神戸市は六甲山からの夜景や南京町、西部には田園風景が広がっている。

神戸市はデザイン都市のユネスコ3都市に入っている。デザイン都市とは、まち・くらし・ものづくりをデザインとして創造している。

BE K O B E、「神戸であれ」の合い言葉、ファーマーズマーケットやクリエイターの育成、中小企業とのマッチング支援等、高齢者のライスイズクリエイティブとして男本気のパン教室、地域コミュニティ、カフェ、食を通じた地域の交流の場になっている。

創造教育として将来の子どもの体験学習では、1,000人を超える人数が集まり、年間約42万人が訪れている。

(2) 所感

デザインがテーマの施設はめずらしい。

とにかく建物がすばらしい、よく戦争で焼けなかったと思った。このレトロな建物と「デザイン都市・神戸」という創造都市というものがぴったり合うと感じた。

国際都市神戸において、こういう切り口があったのかと思った。

施設自体が行っていることは、テーマとしてまちのデザイン、くらしのデザイン、ものづくりのデザインという事であるが、若者の居場所づくり、子ども教室など松本市の行政・公民館活動でも同じような活動をしている。公民館活動のきめ細やかさにおいては本市の方がすぐれている面が多いかもしれない。

「デザインで市民の暮らしを豊かにする」というコンセプトはわかるようでわからない。正解のないものかもしれないし、どうやらこれが良いかもしれない。

神戸市は約150万人の人口があり本市とは比べものにならないが、歴史や背景があつての発想だと感じた。

4 豊田市公設地方卸売市場

(1) 概要

豊田市公設地方卸売市場は、昭和57年開設で建て替えの計画が進んでいる。

取扱高は、青果部が約76億4千万円、水産部が約25億5千万円の合計約101億9千万円で松本市公設市場の約3分の1の規模で、市場の運営形態は直営管理である。

市場開放についても平成14年から行っており、年5回開催している。令和7年6月は約5,200人が訪れ道路が渋滞したとの事でたいへん賑わっているとのこと。

(2) 所感

豊田市は人口約41万5千人であり、地方交付税不交付団体であり財政的に豊かである。

小中学校の給食も無償化しており、市場の建て替えについても6～7割のサイズダウンする計画で進め、議会も理解があるとの事

5 ものづくり創造拠点SENTANについて

(1) 所感

豊田英二氏の遺族が10億円を寄付して設立したものであり、その社会的意義の大きさに深い感銘を受けた。

また、資金だけでなく豊田市は、トヨタの本社、工場が7か所ありまさに企業城下町であり、協力工場も合わせればトヨタ関連のすそ野は広い。

視察の際も、定年を過ぎた元技術者や職工さんが実際に作業されていた。きっと技術の継承も出来るし、新しい発想があれば知恵を貸してくれると感じた。

本市では、資金と環境が違うのでなかなか真似はできないと思うが、ソフト面やデジタル技術の方で松本市に拠点ができないかと思った。

令和7年8月29日

松本市議会議長 阿部 功祐 様

経済文教委員会委員 土屋 眞一

行政視察報告書

経済文教委員会行政視察

令和7年7月30日(水)～8月1日(金)

視 察 先 及び 視察事項	京都府京都市	1 京都市中央卸売市場第一市場 (1) 京都市中央卸売市場第一市場について (2) 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について
	兵庫県姫路市	2 地場産業活性化推進事業 (1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について (2) 播産館（ばんさんかん）について
	デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称：K I I T O / キイト）	3 デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O） (1) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について (2) デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて
	愛知県豊田市	4 豊田市公設地方卸売市場 (1) 豊田市公設地方卸売市場について (2) 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について 5 ものづくり創造拠点SENTAN (1) ものづくり創造拠点SENTANについて (2) 豊田市産業振興プランについて

1 京都市中央卸売市場第一市場（京都府京都市）

施設整備を市場変革の大きな機会と捉え、食品流通における「京都基準」を構築し、先進的食品流通を目指すというコンセプトのもと、衛生管理・温度管理水準の高度化が図られていた。特にHACCPの考え方を取り入れた衛生管理システムを導入し、閉鎖型施設とすることで外気や小動物の侵入の遮断、施設内を一定温度以下に保つコールドチェーンシステムの確立など検討が進む本市の地方卸売市場再整備で参考とすべきものが多かった。

また、京都の食ミュージアム「食味わい館」では様々な色に関する体験ができ、民間による賑わいゾーンの建設が進むなど、市民に親しまれる市場となっておりこうし

た「市民に」という視点も今後の本市の地方卸売市場再整備でも検討すべきであると考えている。

2 地場産業活性化推進事業（兵庫県姫路市）

(1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について

平成22年から地場産業の活性化及び地場産品の販路開拓を推進するとともに補助金交付の透明性を確保するために要綱を制定。姫路の地場産業は皮革、マッチ、清酒、手延べ素麺など12業種が県の指定

現在の課題として、①市財政の悪化による予算の確保、②地場産業団体への助成で活用可能な団体の固定化、③地場産業の衰退、市場の縮小、④海外製品等との競争激化、⑤補助金頼みでの、地場産業活性の限界などがあるとのこと。

本市では松本手まりや松本民芸家具など本市ホームページにも掲載されているが松本地場産品の知名度向上、ブランド力向上に向けた施策の充実が必要と考える。

創業について令和7年に「スタートアップ支援事業補助金」と「まちなか・商店街創業支援事業補助金」を統合。地域経済の活性化と新たな雇用機会の創出を目的とする。ものづくりでは新産業創出支援事業やものづくり開発奨励事業、ロボット・IoTなど先端技術導入支援などのメニューがあった。この他にもものづくり企業などの中小企業への支援として、ものづくり企業など中小企業への補助金や人材育成につながるセミナーの開催、販路拡大の支援、起業・創業への支援、起業誘致として、起業・創業につながるセミナーの開催や補助金等、企業の誘致や立地への補助金等、中心市街地の賑わいづくりや商店街への支援として、人が行き交う賑わいのまちになるように、商店街空き家対策事業や賑わいにつながるイベントの開催等それぞれ様々な事業が展開されていた。特にウォカブル推進プログラムなど「街の特色」を最大限に生かした施策もあった。本市においてもウォカブルを推奨するのであれば歩道の再整備など根本的な施策の展開が必要と考える。

(2) 播産館（ばんさんかん）について

昭和56年に開設。当初は播磨地域（5市6町）が出資していて運営していたが昨年末解散したことにより公益財団法人姫路観光コンベンションビューローが運営。姫路市及び周辺の播磨地域の地場産品・特産品を販売し、PR等を実施。本市にはこのような施設がなく、このような施設を本市でも設置すべきであると考えている。できたら本市姉妹都市の地場産品や特産品の販売も検討すべきではないか。

3 デザイン・クリエイティブセンター神戸(K I I T O)（兵庫県神戸市）

(1) 地域経済活性化とデザイン産業振興について

主な取り組みとしてファッション、ものづくり、医療など神戸の地場産業とデザインの融合を促進。若手クリエイター支援プログラム、入居クリエイターの活動支

援やデザイン思考を取り入れた中小企業支援、商品開発相談、マッチングイベントの開催等。デザインをコンセプトに神戸の街の魅力を発信していた。

(2) まちづくり拠点としての公共施設の活用について

この施設は昭和2年に輸出生系の検査を行う施設として開設。その後、平成24年8月に現在のデザイン・クリエイティブセンター神戸となった。歴史的建造物の活用は都市景観としての魅力を発信。加えて多世代の交流の拠点となっており中心市街地の回遊性を高めている。本市においても片倉工業旧事務所棟があったが残念ながら取り壊された。

(3) 文化芸術と教育の連携・人材育成について

子供や学生を対象にしたデザイン教育プログラムやワークショップの開催、市民参加型の文化芸術プロジェクト、デザインリテラシーの普及活動など幼少期から文化芸術に触れる機会の創出されていた。

(4) 地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて

福祉、子育て、防災など社会課題解決に向けた「ソーシャルデザイン」活動の支援、市民・NPO・企業行政のネットワーキング、地域課題解決型プロジェクトの企画・伴奏支援

4 豊田市公設地方卸売市場（愛知県豊田市）

豊田市公設地方卸売市場は昭和56年に開設。西三河地域の生鮮食品拠点となっている。本市の市場との共通課題として生産者・出荷者の減少と高齢化、民間流通やネット販売の影響、地産地消推進や地域ブランド化が進んでいないなど。加えて市場の観光資源化や賑わい創出策が未整備という部分に関しては今後本市が検討を進める市場再整備においても前向きに検討されるべきで、規模は違うが視察した豊田市公設地方卸売市場を大いに参考にすべきである。

5 ものづくり創造拠点SENTANについて（愛知県豊田市）

この施設は豊田市の製造業を支える基盤として技術開発・人材育成・産学官連携・脱炭素を総合的に支援する施設であった。松本市では工業技術支援は長野県工業技術支援センターや商工会議所等が中心となっており市独自の施設はない。松本市においても、地域産業高度化や次世代人材育成の視点からこうした拠点整備が必要であるとする。視察当日も施設を利用者がものづくりの機械や資材を利用した人材育成が行われていた。

令和7年8月29日

松本市議会議長 阿部 功祐 様

経済文教委員会委員 川久保 文良

行政視察報告書

経済文教委員会行政視察

令和7年7月30日(水)～8月1日(金)

視 察 先 及び 視察事項	京都府京都市	1 京都市中央卸売市場第一市場 (1) 京都市中央卸売市場第一市場について (2) 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について
	兵庫県姫路市	2 地場産業活性化推進事業 (1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について (2) 播産館（ばんさんかん）について
	デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称：K I I T O / キイト）	3 デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O） (1) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について (2) デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて
	愛知県豊田市	4 豊田市公設地方卸売市場 (1) 豊田市公設地方卸売市場について (2) 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について 5 ものづくり創造拠点SENTAN (1) ものづくり創造拠点SENTANについて (2) 豊田市産業振興プランについて

1 京都市中央卸売市場第一市場（京都府京都市）

(1) 賑わいゾーンについて

令和10年 新青果棟ができて完成オープンとなる。

現在飲食店、物販をしていただけたところを探している。

施設整備計画の総事業費

600億円

青果	300億円
水産	200億円
関連	60億円
その他	40億円

物価高騰を受け、増額傾向 入札不調

再整備後の使用量は水産 1.3 倍、青果 1.7 倍

(2) 維持管理について

全般は、入札で事業者決定。修繕等委託は仕様書の中で定めている。

維持保全、清掃等は必要なものを配置している。

施設の修繕はメーカーとの連携で、適宜使い分けている。

消防設備他直営でできないところを業務委託している。

(3) 運営収支について

特別会計 令和 5 年度 10 億 3 千万円の黒字

一般会計からの繰り入れ 資産の元金償還金 8 億 6 千万円

令和 6 年度 16 億円 当面十数億円の繰り入れ

(4) 災害対応

協定を結んでいる。災害時の市場として食材の提供・維持していかれる対策
年 1 回、防災訓練をしている。

(5) その他

基本計画に基づいて今後の方向性などお話を伺う。

(6) 所見

立地環境が松本市公設卸売市場と違っているため、一概に参考として考えることは難しいが、一般者をはじめ、外国人観光客などの見学が常時できる体制になっていることはとてもいいことだと感じた。

また、京の食文化ミュージアムあじわい館では、見学、展示、体験、料理教室・講演会など、多彩な催しが行われていた。この点は、参考になると感じた。

2 地場産業活性化推進事業（兵庫県姫路市）

(1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について

ア 姫路市の産業の特徴

- ・ 商工業・人口で県内第 1 位
- ・ 製造業 24.9% 全体の 4 分の 1 占める。
- ・ 卸売小売りが全体の 4 分の 1
- ・ 従業員の 19.7% が小売卸売
- ・ 製造業従事者が多い 鉄鋼業従事者が多い。
- ・ 鉄鋼業が一番多く、次いで、電気機械
- ・ 卸売業では、機械器具卸、建築卸
- ・ 播磨臨海工業地帯がある関係で南部地域に工業地帯が広がる。
- ・ 姫路港、全国で 18 港しかない国際拠点港湾
- ・ 物流拠点 旅客ターミナル

イ 創業・ものづくり・中小企業向け支援について

- ・ 中小企業支援メニュー編
- ・ 企業立地支援メニュー編

等、手厚い支援が施されている。中でも、IT等、スタートアップ事業所開設支援は、アフターコロナ、物価高騰を受ける中で、中小企業は、なかなか設備投資に経費をかける余裕がない。そういった面では、人手不足の解消にも寄与するこの制度はありがたい施策であると考えている。

(2) 播産館（ばんさんかん）について

地元産品を展示販売しているブランドショップが姫路市駅前に設置されている。

(3) 所見

姫路市の商工業は、播磨臨海工業地帯があり、鉄鋼など、製造業が盛んなことが分かった。地場産品では、皮革製品が有名という事で、実際に拝見した皮革製品は、カラフルで素敵なものがたくさん展示されていた。

県内では、神戸市の次に活気あふれる街という印象を受けた。

3 デザイン・クリエイティブセンター神戸(K I I T O) (兵庫県神戸市)

(1) 概要

「デザイン都市神戸」の創造と交流の拠点として、旧神戸生糸検査所を改修し、平成24年8月に開館。かつて輸出生糸の品質検査を行っていた歴史にちなみ、K I I T Oという愛称で呼ばれている。当時の面影がそのまま残されている構内は、貸しホールやギャラリー、会議室、オフィス、入居スペースなどがあり、デザイン、アートにまつわるゼミや講演、展示会、イベントなどを開催している。

アーティストやデザイナーだけでなく、様々な人や世代が交流し、そこから生まれるアイデアや工夫で社会的な課題を解決し、新しい神戸を作る、創造性の発信の中心地になっている。

(2) 所見

説明の後、館内を見学。輸出生糸の検査所だったという事で、館内は往時の面影を残していた。また、どこことなく、繭の匂いが感じられるような気がした。

クリエイティブ、市民全体で創造し、発信していく拠点という事だが、松本市に置き換えると、公民館活動と通じるところがあるなと感じた。

4 豊田市公設地方卸売市場 (愛知県豊田市)

(1) 概要

規模的に松本市より小さい市場だが、特徴としては市場開放が積極的に行われていた。平成24年から、14年目を迎え、場内事業者と協力し定着してきた。

市場開放のイベントでは、平均4,500人の来場があった。

これは、本市においても参考になると感じた。

(2) 所見

市職員担当者と、市場関係者の関係がうまくいっていると感じた。
また、老朽化に伴い、新設計画の予定があるとのこと。

5 ものづくり創造拠点SENTANについて（愛知県豊田市）

(1) 概要

SENTAN＝閃きを鍛える（発想）

千鍛 千の訓練で鍛えればことは全うできる（根気）

先端 先を行くもの

ものづくりに必要な要素 ものづくり創造拠点において3つの「センタン」を体現していく。

SENTANは市内のものづくり企業の持続的発展を支援することを目的に、主に、ものづくり中小企業や、創業を志すものづくり団体に対して「新たな事業展開」、「イノベーション創出」、「ものづくり人材育成」を支援する施設として市役所の分庁舎をリニューアルし、平成29年9月17日に設立

設立にあたり、トヨタ自動車最高顧問で豊田市名誉市民（平成12年）豊田英二氏のご遺族からの寄付金（10億円）を活用しており、寄付者の「ものづくり人材の育成に役立ててほしい」という意向も反映しているとのこと。

(2) 所見

館内を見学。何人かの方がものづくりを実践されていたが、この方々は、トヨタを退職後、トヨタに関係する機器をこの場所で製作されていると伺い、退職後も経験や技術を役立てる場所があってとても良いことであると感じた。

6 視察を終えて

今回の視察は、教育関係がなく残念な面もあったが、地場産業の活性化や、中小企業支援、見せる市場など、大変得るものがあった。

これらを参考に、松本市の地場産業や公設地方卸売市場など、経済文教委員会の中で、検討し、協議、審査等に役立てていきたいと考える。

また、委員会のテーマ研究を進める上での参考にしていきたいと思う。

令和7年8月29日

松本市議会議長 阿部 功祐 様

経済文教委員会委員 上條 美智子

行政視察報告書

経済文教委員会行政視察

令和7年7月30日(水)～8月1日(金)

視察先
及び
視察事項

京都府京都市

- 1 京都市中央卸売市場第一市場
 - (1) 京都市中央卸売市場第一市場について
 - (2) 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について

兵庫県姫路市

- 2 地場産業活性化推進事業
 - (1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について
 - (2) 播産館（ばんさんかん）について

デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称：K I I T O／キイト）

- 3 デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）
 - (1) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について
 - (2) デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて

愛知県豊田市

- 4 豊田市公設地方卸売市場
 - (1) 豊田市公設地方卸売市場について
 - (2) 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について
- 5 ものづくり創造拠点SENTAN
 - (1) ものづくり創造拠点SENTANについて
 - (2) 豊田市産業振興プランについて

1 京都市中央卸売市場第一市場（京都府京都市）

京都市中央卸売市場第一市場は、昭和2年に開設された日本初の中央卸売市場。開設者は京都市、敷地面積約65,000㎡、延床面積約90,000㎡、京阪神地域の高級食材供給、京料理文化の支えてとして位置づけられている。取扱高は約1,030億円と松本卸売市場の約1.5倍となっている。場所はJR山陰本線京都駅から一駅北の、梅小路京都西駅前で、鉄道・道路ともに利便性の高い交通の要所に位置する。

市場施設の更新を計画的に実施しており、新水産棟第1期を令和3年、第2期を令和5年にオープンした。新水産棟には見学エリアを設け、観光客・一般市民を巻き込んだ

まちの賑わい創出を意識した構造となっている。この点は松本公設卸売市場改築に際して重要な視点と感じた。青果棟については令和6～8年度にかけて整備中

京都市中央卸売市場第一市場の特徴的な取り組みとして、京野菜や地場産水産物のブランド化、京の食文化ミュージアムあじわい館による食育・観光拠点化など、食育、地産地消、賑わい創出などに対して大きな役割を果たしており、本市新市場のあり方を考えるに際して大変有益であった。

2 地場産業活性化推進事業（兵庫県姫路市）

(1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について

姫路市では伝統的地場産業（皮革、播州和紙、線香など）に対して地元製造業の振興を目的に平成22年「姫路市地場産業活性化推進事業補助金」を設けた。補助率2／3、上限300万円、令和5～6年度補助実績840万円

市内の地場産業関連の新製品開発・販路開拓、知己ブランド化、後継者育成などを狙いとしているが、補助対象者の固定化、地場産業の衰退、市場の縮小、海外類似商品との競合などが課題となっている。

「姫路市創業支援事業補助金」により市内経済活性化を目的に、創業支援や中小製造業支援に力を入れている。また県の「ひょうご産業活性化センター」と連携し、融資制度や設備投資支援制度を整備している。令和7年度実績11件3,018万円

特に「ものづくり企業」の高付加価値化を重視し、ロボット技術やIoTの導入支援を進めている。

創業支援：資金調達支援等最大100万円補助

中小製造業支援：設備投資助成最大300万円

(2) 播産館（ばんさんかん）について

播産館は姫路市が運営する地場産業、地場製品のPR及び販売拠点ですが、令和7年度から公益財団法人姫路観光コンベンションビューローの運営に移管された。

姫路駅近くの好立地にあって、市民や観光客に姫路・播磨地域の地場製品の魅力を伝え観光客への土産物売店となっている。

松本市には松本城本丸内に観光客向けの売店はあるものの、市が設立した地場製品のPR施設あるいは観光客への土産販売施設はない。

産業振興と観光を結びつけるこのような施設は、観光立市を目標に掲げる松本市にとっても必要な施設ではないかと感じた。

3 デザイン・クリエイティブセンター神戸(K I I T O)（兵庫県神戸市）

「デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称K I I T O／キイト）」は神戸市が平成24年に開設した公設のデザイン・クリエイティブ拠点施設である。

神戸市は平成7年の阪神・淡路大震災後の復興過程で「デザイン都市・神戸」を宣言

し都市再生と経済活性化のためにデザインの力を活用する戦略を掲げた。この一環として旧神戸生糸検査所（昭和7年竣工・登録有形文化財）をリノベーションし、デザイン・文化芸術・教育・まちづくり・地域コミュニティの融合施設として整備したものである。神戸市が整備し、指定管理者として公益財団法人神戸市民文化振興財団が管理をしている。主な機能としてホール、ギャラリー、スタジオ等の貸しスペース、オフィス、カフェ等。「創造的な活動が生まれ、育ち、発信される場」をコンセプトに、デザイン・クリエイティブの人材育成やネットワーク形成を支えている。

デザインというソフトの力を都市再生と経済活性化の力とするという発想がユニークだと感じたとともに、その拠点を歴史的建造物である石造りの古色蒼然とした旧神戸生糸検査所を保存改修し、まちづくりの拠点として活用していることに感心した。松本市においても歴史的建造物を保存再生して活用する風土は根付いていると考えるが、ほとんど木造で石造りの建築物はない。

その点において、海外と接点のある大都市神戸市ならではの発想であり、デザインというソフトをまちづくりのコンセプトに着目した点は私の着想を超えていると感じた。

4 豊田市公設地方卸売市場（愛知県豊田市）

豊田市公設地方卸売市場は、西三河地域の生鮮食料品供給拠点として昭和56年に開設された。開設者は豊田市、敷地面積：約21,000㎡、延床面積：約90,000㎡、取扱高：約62億円（松本公設地方卸売市場：63億円）と松本市場と同規模

松本公設地方卸売市場と豊田市公設地方卸売市場は、施設規模や取扱高、課題が類似している一方で、豊田市場はトヨタ関連の安定した企業需要に支えられている。

それぞれの開設年は、松本市場が昭和48年（52年経過）、豊田市場が昭和56年（44年経過）と、豊田市場が幾分新しく施設の衛生状況は比較的良好。世界中からトヨタに来るVIPもここの刺身を食べているという説明に豊田市場のプライドを感じた。一方、松本市場は施設の老朽化が深刻で更新改修の方向性を現在検討中である。

両市場共通の課題としては、地産地消の推進、地域ブランド化、市場を核とした賑わいの創出、食文化の振興など、生鮮少量品の流通の留まらず市場の持つ将来的な価値の創造が求められている点である。松本公設卸売市場のあり方を検討するにあたってこの観点が重要だと感じた。

5 ものづくり創造拠点SENTANについて（愛知県豊田市）

トヨタ自動車を中心とした製造業が集積した豊田市において、産業の高度化、次世代化を推進し、市内の中小企業やスタートアップ企業が新技術開発や研究に挑戦できる環境を提供することを目的として、ものづくり創造拠点SENTANを豊田市が令和3年に開設した。開設にあたりトヨタ最高顧問で豊田市名誉市民豊田英二氏のご遺族からの寄付金10億円を活用している。

施設の延べ面積：約3,700㎡（3階建て） 豊田市の直営（次世代産業課所管）
年間運営費：令和7年度ものづくり創造拠点運営費予算額 44,457千円
利用料収入：登録団体及び個人のみ利用可能で施設利用料はなし、工作機械利用料のみ徴収（例：NCフライス盤1h／200円）

松本市における工業技術支援は長野県の工業技術総合支援センターや松本商工会議所の技術相談が中心であり、豊田市のような拠点施設はない。これもトヨタの企業城下町といわれている豊田市ならではの施設だと感じた。

令和7年8月29日

松本市議会議長 阿部 功祐 様

経済文教委員会委員 上條 温

行政視察報告書

経済文教委員会行政視察

令和7年7月30日(水)～8月1日(金)

視察先
及び
視察事項

京都府京都市

- 1 京都市中央卸売市場第一市場
 - (1) 京都市中央卸売市場第一市場について
 - (2) 京都市中央卸売市場第一市場再整備事業について

兵庫県姫路市

- 2 地場産業活性化推進事業
 - (1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について
 - (2) 播産館（ばんさんかん）について

デザイン・クリエイティブセンター神戸
(愛称：K I I T O /キイト)

- 3 デザイン・クリエイティブセンター神戸 (K I I T O)
 - (1) デザイン・クリエイティブセンター神戸 (K I I T O) について
 - (2) デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて

愛知県豊田市

- 4 豊田市公設地方卸売市場
 - (1) 豊田市公設地方卸売市場について
 - (2) 豊田市公設地方卸売市場再整備基本計画について
- 5 ものづくり創造拠点SENTAN
 - (1) ものづくり創造拠点SENTANについて
 - (2) 豊田市産業振興プランについて

1 京都市中央卸売市場第一市場（京都府京都市）

(1) 概要

京都市中央卸売市場第一市場は、昭和2年に日本で最初に開設された京都府内唯一の中央卸売市場である。今の施設の竣工から長年経過する中で、平成27年3月に、京都市中央市場施設整備基本計画、平成28年3月にはマスタープランを策定し、施設整備コンセプトに食の流通における「京都基準」を構築し、先進的食品流通拠点へ、を掲げた。

(2) 市場運営について

ア 維持管理体制

市場内の施設全般について、維持保全や運転監視常務、修繕、清掃等は入札で事業者を決定し、業務委託を行っている。

イ 運営収支

令和5年度決算 歳入：約51億7千万円 歳出：約41億4千万円

令和4年度からの繰越額9億4千万円を除くと単年度収支9,000万円の黒字。毎年同程度で推移している。

(3) 京野菜のブランド化・地元農水産業との連携

京都市農林振興室、府内市町村JAグループが一体となって平成元年から取り組んでいる。

京のふるさと産品協会がブランドマネージャーとなり、京の伝統野菜をブランド産品として認定し、品質規格の価値をPRすることで他府県産との差別化を図っている。

京都市は全国で唯一の近郷（京都府、滋賀県）野菜を専門に扱う独立した近郷野菜卸売場を設けている。

青果物、水産物の取り扱い数量の維持拡大に向けて、優良産地との積極的な意見交換を行ったり、出荷資材の作成支援、専用のPRシールの作成などの支援を行い、販売促進につなげている。

(4) 賑わい創出

ア 「京の食文化ミュージアム あじわい館」

みる・つくる・あじわう施設として平成25年にオープンした。

この施設ができる前から場内事業者と関係団体の協力で、プロの料理人が学校に出向いて料理教室を開催し、市場のPRを行っていたが、学識経験者等の「将来の中央卸売市場あり方検討会議」において、市場内に、京の食文化を支える食材の展示や調理実習しつを設けることが提言されたため、設置された。

イ あじわい館のはたす役割

産地活動を消費者にPRするだけでなく、産地の状況を知ってもらう機会となる。若手の料理人に講師をお願いする京料理教室は、京都の食文化の発信や食育、地域の活性化につながる。

そのほか、旬の食材を楽しく学ぶ「キッズデー」開催や夏休み宿題応援ウィークの開催や、市単独事業による京の食文化の語り部が小学校に出向いて生徒に伝えることを実施

(5) 施設整備

小規模の施設配置を進めるため、無駄な施設は作らず、市場敷地、店舗数など身の丈に合った規模を目指した。

余剰敷地の施設は解体してホテルに定期借地権を設定して貸付を行ったり、土地

は民間に売却して賑わいゾーンとして開業する予定であり、整備費用を捻出し、市場関係者の費用負担を軽減している。

青果棟、水産棟は外壁で覆われた閉鎖型施設とし、温度管理を徹底し、コールドチェーンを確立した。

(6) 衛生管理

施設整備コンセプトに、食の流通における「京都基準」の構築を掲げているが、「京都基準」は、業界団体の手引書から一步進んだ形となっている。（水産棟内はすべて電動もしくは人力車輦に限定、木製パレットは原則使用禁止など）

「京都市HACCP食の安全宣言届出精度」が令和6年4月からスタートしており、衛生管理に積極的に取り組む食品事業者の届出に対し、市の保険部局はHPへの掲載や安全宣言のステッカーを貼ることで消費者にわかってもらえる取組みをしている。

(7) 物流の効率化

水産棟整備は、入荷から出荷まで動線の一方通行化により、ヒト・モノ・車両の交錯を最小限としている。

(8) まとめ・所感

令和5年4月にオープンした水産棟の見学エリアは今回休日のため見ることはできなかったが、時間外でも取引の様子が見られる映像や、流通の仕組みのパネル展示、働く人のインタビューなどを流して、市民がなかなか理解しにくい市場の役割を身近に感じてもらうための取組みを積極的に行っていた。

また、あじわい館を通して、プロから学ぶ料理教室や、食育を目的とした子ども向けのイベントが各種開催されており、官民一体となって将来にわたっての和食や京の食文化の発展を支えていく取り組みは、安全・安心でおいしい生鮮食品を提供する以外の市場の果たす重要な役割であると感じた。

松本市は令和6年度に「松本市公設地方卸売市場あり方検討会」を設置し、将来の方向性について議論を開始している。

今回の視察で京都の市場での自動化、機械化の導入は修理の困難さや空間的メリットがでないことなどから先送りとなったとの話を伺った。

今後、全国的な人手不足や後継者不足等の社会問題はさけては通れない。

将来的には人手不足、後継者不足の解消を見据えたフォークリフトなど自動運転の確立、立体倉庫などの自動化設備の導入も視野に入れた施設整備の必要性を強く感じた。

2 地場産業活性化推進事業（兵庫県姫路市）

(1) 地場産業活性化推進事業補助金、創業・ものづくり・中小企業向け支援について

ア 地場産業活性化推進事業補助金

- ・ 概要

平成22年4月から施行されたが、それ以前は補助金規則で運用
地場産品の高品質な製品開発や認知度向上のため、展示会出展、技術向上、
ブランド力強化事業を実施する団体に対する助成（2／5限度）

皮革産業へ交付している（令和7年度約800万円）。

団体に対して行う助成であるため、すべての地場産業に使われているわけではない。

- ・ 課題（地場産業活性化推進事業補助金）

市財政の悪化による予算の確保

活用可能な団体への固定化、地場産業の衰退、市場の縮小

海外製品との競争激化、補助金頼みでの地場産業活性化の限界など。

イ 創業支援補助金

- ・ 概要

令和7年に2つの補助金を統合し、「創業支援補助金」を制定

市内で創業される方が新たに店舗を出店する場合に、内装設備工事費や、広告宣伝費の一部を支援

実績：令和7年11件 約300万円

ウ 中小製造業支援メニュー

- ・ 概要

いかに新製品を作ってもらうかが課題。中小企業ではなかなか使えないので、零細企業をどう支援していくかが課題

「ものづくりのまち」を活かした姫路市経済振興ビジョンの改定を予定しており、現在検討中である。

(2) 播産館（ばんさんかん）について

ア 概要

昭和56年、公益財団法人姫路・西はりま地場産業センターにより開設されたが、令和6年12月の財団の解散により、公益財団法人姫路観光コンベンションビューローに引き継がれた。

姫路市及び周辺の播磨地域の地場産品、特産品を販売し、PR等を実施している。

イ 年間利用者数

1月～3月約4,700人、4月～6月約5,800人、1年換算数（予想）約21,000人

ウ 商材・業者

商品数約1,000点、取扱業者数123先

エ 出品者との契約形態・手数料

90～95%が委託販売、5～10%が仕入れ販売（日本酒と一部の工芸品のみ）

オ 手数料

基本的には25%（新規の場合は30%）

カ PRイベントや企画展示の実施

日本酒試飲会、播産館めんまつり、地元高校生とのコラボ等

キ まとめ・所感

現地も視察したが、地場産品の皮革製品や明珍火箸などの工芸品が展示されており、来店客の目にとまるような工夫がされていた。レジ横には季節に合った商品のPRコーナー（夏なら水ようかんなど）が設けられ、販路拡大につながる取組みがされていた。

建物自体は老朽化しているが、大規模なリニューアル計画の予定はない、とのことであり、今後の運営形態については気になる点も残った。

3 デザイン・クリエイティブセンター神戸(K I I T O)（兵庫県神戸市）

(1) デザイン・クリエイティブセンター神戸（K I I T O）について

神戸市は、阪神・淡路大震災からの復興過程で「デザイン都市・神戸」を宣言し、都市再生と経済活性化にデザインの力を生かす方針を打ち出した。その中核施設として平成24年に開設されたのが「デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称：K I I T O）」である。

旧神戸生糸検査所（昭和7年竣工・登録有形文化財）をリノベーションし、歴史的建造物の保存と現代的活用を両立させている。指定管理者は公益財団法人神戸市民文化振興財団で、ホール・ギャラリー・スタジオ・カフェ・オフィスなどを備え、創造的活動が生まれ育ち発信される拠点として運営されている。

デザイン・アート・教育・福祉・地域づくりを結びつけ、社会的課題の解決を目的とした「ソーシャルデザイン」を推進。子どもが自ら企画運営する「ちびっこうべ」や、高齢男性がパンづくりを学ぶ「パンじい」など、年齢や立場を超えた市民主体のプロジェクトが展開されている。行政職員向けのクリエイティブ講座も実施され、デザイン思考による行政課題解決を学ぶ機会となっている。

(2) デザイン都市神戸～地域経済活性化とデザイン産業振興、まちづくり拠点としての公共施設の活用、文化芸術と教育の連携・人材育成および地域コミュニティ形成とソーシャルデザインについて

神戸市はユネスコ創造都市ネットワークにおいて、日本で初めて「デザイン都市」として認定を受けた。K I I T Oはその象徴的な施設として、デザインを通じた経済振興・人材育成・地域活性化を担う。

歴史的建造物の再生により都市景観を保全しつつ、多様な主体の参画による新しい価値創造を促す点は、松本市の中心市街地活性化や文化施設の再生にも通じる。デザインをまちづくりの軸に据え、教育・文化・産業を結びつける手法は、今後の本市に

おける創造的産業振興の参考となると感じた。

(3) 所感

K I I T Oは単なる文化施設にとどまらず、「デザインを活かしたまちづくり」を実践する象徴的拠点であった。行政と民間、専門家、市民が緩やかに連携し、社会課題をデザインの力で解決する取組は、松本市においても応用可能である。

特に歴史的建物を再生し、新しい交流と創造の場に転換する姿勢は、旧建物の利活用を模索する本市にも通じるものであり、「デザインによる都市ブランドの確立」という視点は、今後の政策検討に活かすべき重要な学びであった。

4 豊田市公設地方卸売市場（愛知県豊田市）

(1) 概要

昭和57年4月に開設。愛知県では2番目の市場として、食材の供給拠点としての役割を果たしている。

卸売業者は青果部2社、水産物部1社の合計3社

このところの暑さで果物、鮮魚等の日持ちがしなかったり、施設の老朽化等の課題を抜本的に解決するため、現在現敷地内での全面建て替えを前提とした再整備の手法を検討中である。

(2) 管理運営

市職員4人による直営管理（市場協会事務局職員3名も在籍）

(3) 令和5年度決算

- ・ 歳入約2億4,176万円
（使用料及び手数料約9,000万円、繰入金約6,600万円、繰越金約1,900万円、諸収入約6,600万円他）
- ・ 歳出約2億965万円（卸売市場費）

(4) 市場開放の取組みと効果

市民に市場を開放することで、市場の役割、食の安全について直接見て理解してもらい、仲卸業者は消費者の声を聞き、今後の事業展開の糧とする。

平成24年度の試行から今年で14年目を迎え、コロナ禍は中止していたが令和5年2月より再開

年5回実施し、参加者は増加傾向にある。

(5) SNS等を活用した情報発信

公式Facebookページを作成し、平成28年6月からほぼ毎日発信している。

旬の農産物の入荷量、珍しい農林水産物の紹介、一般開放イベントや場内店舗の紹介など市場の情報を発信し、販売促進につなげている。

(6) 地産地消・ブランド化

「WE LOVE とよた」オリジナルシールを毎年4万枚製作し、競り等で魅力

を発信し、産地としての「豊田」を知るきっかけとしている。

第4次豊田市農業基本計画（令和7年度～令和16年度）の中で、地産地食を市民にPRしている。

市民が農産物や加工品などを購入（飲食含む。）する際には、価格ではなく、その背景をイメージし、市内産のものを選択することを施策の目指す姿としている。

(7) 今後の方向性

農業従事者の高齢化、後継者不足は今後さらに深刻な状況となることが予想されるため、こどもたちが憧れる「かっこいい農業者」を目指す取り組みを行っていく。

店舗の数を適正規模にサイズダウンし（6～7割くらいまで。）、余剰地を民間に活用してもらい、運営費を賄えないかを検討中

(8) まとめ・所感

生産物の品質を保てなければ他の市場に劣ってしまう。

現在の取扱量をキープするためにも建替えが必要、という言葉が印象に残った。

「WE LOVE とよた」のステッカーは、「シビックプライド」（地域を良くするために、自分が積極的に関わろうとする当事者意識を持つこと。）に大きく貢献していると感じた。

何に貼っても良い、という行政全体の共通のロゴでわかりやすく、このようなシビックプライドの醸成は、市民の誇りとなり、魅力的なまちづくりを進めるうえでの重要な要素となると考えられる。

施設をコンパクト化し、余剰地を一般市民に楽しんでもらえる場外市場のような取り組みは、本市においても参考になると感じた。

5 ものづくり創造拠点SENTAN（愛知県豊田市）

(1) ものづくり創造拠点SENTANについて

「ものづくり創造拠点SENTAN」は、豊田市が令和3年に整備した公設の産業支援拠点である。自動車産業をはじめとする地域企業の技術革新と人材育成を目的に設置され、スタートアップ支援や異業種連携を促進している。

施設内には、試作・加工機器を備えた「ファブスペース」、企業や学生が協働できる「プロジェクトルーム」、展示・プレゼンテーションに利用できる「オープンスペース」が整備されている。市産業部局の支援を受けながら、企業・大学・研究機関・市民が新しい発想で事業を生み出す“共創型”の産業拠点である。

また、市内中小企業の技術力向上のための講座やセミナー、若手技術者を対象とした人材育成プログラムも実施されており、次世代産業人材の育成を重視している。

(2) 豊田市産業振興プランについて

豊田市では「産業振興プラン」に基づき、「イノベーションの創出」、「人材育成」、「地域資源の活用」、「脱炭素・デジタル化対応」の4分野を柱として施策を

展開している。SENTANはその中核施設として、製造業の高度化のみならず、デザイン・デジタル・教育など多分野を結ぶ連携の場として機能している。

市民や企業が自由に参加できるオープンな構造と、行政が後方支援する運営体制のバランスが優れており、官民協働による新産業創出のモデルとして注目されている。

(3) 所感

SENTANの特徴は、「行政主導で整備しながら、民間や教育機関との共創を前提とした運営」である点にある。松本市においても、創業支援・人材育成・地域産業の技術継承を一体的に進める拠点整備を考える際、大いに参考になると感じた。

特に、産学官金の連携を促す場としての柔軟な空間設計、市民参加型のものづくり体験イベントなどは、地域全体の産業基盤を強化する上で有効な施策である。今後、本市においても中小企業や若手技術者が集い、学び、挑戦できる場づくりを検討する必要がある。

令和7年8月29日

松本市議会議長 阿部 功祐 様

経済文教委員会委員 中島 昌子