

# 外郭団体に関する特別委員会 行政調査報告

外郭団体に関する特別委員会委員長 しらくに高太郎

## 1. 日程

令和2年1月30日（木）～1月31日（金）

## 2. 調査項目

- (1) 人口減少対策について（北九州市）
- (2) 桜町市街地再開発事業について（熊本市）

## 3. 委員長所見

### 1. 人口減少対策について（北九州市）

- (1) 子育て環境の魅力に関し、小児救急医療体制の充実について

北九州市立八幡病院は、24時間診療を受けることが可能でありその場に薬局もあるので、子育てする方々の一番の不安である急な病気への対応という部分が評価されている。また病床数も多いことも当市の魅力であり、救急車が到着するまでの時間も短く、現場からすぐに病院へ搬送される点も大きく評価されている。病院数やベッド数、夜間体制などの基礎インフラを着実に整えてきたことが、「いざという時でも北九州市なら大丈夫だ」という安心感につながり、その安心感が子育て世帯の若い方々への大きな魅力になっているのではないかと感じた。

- (2) 待機児童数の状況について

8年ほど連続で年度当初（4月時点）での待機児童数は0人であり、10月の段階でもここ1、2年は0人となっている。入りたいという希望があれば、基本的には待機せずに入園することが出来る体制が整えられている。

- (3) IT企業の誘致について

IT企業を誘致できた要因は大きく2点考えられる。

1点目は人の部分である。IT企業の多くは、どちらかと言えば儲かっている業種であるので、融資を得ることができないというような金銭的な問題よりも、若くて優秀な人材を確保できるかどうかという点で悩みを抱えている。特に都心部においては、人材獲得競争が激しくなっており、そういったところで北九州市においては、市内の大学、高専、専門学校の学生と企業とをしっかりとマッチング、結びつけることによって、人の確保という点において企業から評価を得ている。企業によると、都心部の学

生と地方の学生にレベルの差は特になく、むしろ地方の学生のほうが、都心部の学生よりもまじめに仕事をする傾向があるという事である。

また、最近の就職活動では、学生の親御さんが非常に大きな就職先の決定権を持っておられ、内定企業の中から上場企業等の広く世間に名前の知られている企業への就職を子供に進める傾向があるようだ。その点についても北九州市では、各学校と蜜に連携し、学校の先生からも市内にある中小企業等の魅力を生徒にも保護者にも伝えてもらう取り組みがされており、それが生徒の地元就職に繋がっていると考えているとの事である。

2点目の要因は、オフィスの確保である。IT企業の誘致においては、更地を用意すれば良いということではなく、セキュリティが充実し、IT環境を整えることができるビルが必要となる。例えば、旧耐震基準のビルは、セキュリティの観点やIT機器のメンテナンスの観点から適さない。また、ワンフロアでまとまったスペースも必要となる。そういったIT企業特有のニーズに合致した環境のオフィスを北九州市は準備していることが誘致の成功につながっているのだと感じた。

#### (4) 保育士の確保と病児保育、また小児科と産婦人科の連携について

保育士の確保については、厚生労働省によって全国の自治体が利用できる就職の際の家賃補助制度があり、北九州市においてもこの制度を利用して、一人当たり5万円を支給する取り組みが行われている。県外から保育について、北九州市に学びに来ている学生は多く、市内で就職、一人暮らしをする場合にこういったサポートが行われている。

病児保育については、対応可能な園はあるが、全ての保育・幼稚園が病児保育に対応している訳ではない。入園の際に個々の子供の状況についてご両親との話し合いが行われ、受け入れ可能かどうかの確認のうえで受け入れを行っているとのことである。

また、出産前の産婦人科から出産後の小児科に病院が切り替わるタイミングで、お母さんが不安にならないように保健師さんが訪問し、お母さんの抱える悩みや不安を聞いて相談にのるといったサポートの実施や、保護者の用事がある時間帯だけ子どもを預かるといった制度もあり、こういった制度を積極的に案内して、子育てのサポートが行われている。

#### (5) 東アジア文化都市への選定の経緯等について

日中韓が連携し、自国の開催都市をそれぞれ選定して毎年交流を進めてきた経緯がある。今年で開催都市に選定された北九州市の強みは、銀河鉄道999の作者である松本零士さんなどの著名な漫画家の方々がおられることである。中韓でも漫画文化が大きく発展してきており、多くの日本の漫画が翻訳されて海外に発信されてい

る。北九州市は漫画といったポップカルチャーの部分で文化の発信に貢献できると考えており、そういった魅力の発信にしっかりと取り組まれていることに感心した。

#### (6) 地元で就職する学生確保の今後の戦略・見通しについて

現在の売り手市場では、大学からしても大企業に就職した方が実績としても良いだろうが、北九州市においては、「北九州ゆめみらいワーク」のような地元企業の魅力を伝えるキャリアイベントを開催し、そのイベントを通して、若いうちから市内の様々な企業、特に中小企業について知ってもらう取組みが行われている。

神戸市においても、地元での就職者数を増やすためには、高校生や中学生などの若い世代やその保護者に対して、早くから地元企業の魅力を伝える取組みが必要であると感じた。

#### (7) MICE誘致やにぎわいづくりの取組みについて

北九州市では、MICE推進課という専門の部署が積極的にMICE誘致に取り組んでいる。

また、当市は過去の歴史から製鉄のイメージが強いので、例えば「東京ガールズコレクション」の誘致によるにぎわいづくりやまちのイメージアップに熱心に取り組まれている。また、広報・情報発信にも力を入れており、若い方には役所が情報発信するよりも、例えば有名モデルがインスタグラムやユーチューブ等で情報を発信した方が魅力的である。そういった情報発信の当市の成功事例として、「釣りよかでしょう。」というユーチューブの番組がある。当市は、海づりが出来る場所が多く、株式会社タカミヤという地元で有名な釣り具企業があり、その企業と協力して、若い女性の方々に海づりを紹介していただくユーチューブ番組を発信したところ、再生回数は100万回以上となり、ヒットした。またユーチューブを見ない世代の方には、草刈正雄さんが北九州市出身であるので、当市55周年の年にアンバサダーに就任し、アンバサダーを通して様々な市政情報を発信しているということである。世代によって情報を得る媒体が異なるので、神戸市においても多様なメディア・媒体を利用し、効率的に情報発信する必要があると感じた。

#### (8) 外郭団体の活用について

北九州市の掲げる「まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、市だけの力では達成できない。達成のためには、外郭団体の活用が重要であると考えられている。そのため、例えば、ロボット分野では国の交付金を外郭団体である産業学術振興機構と市が協同で取得をしたり、アジア成長研究所では最先端の空港に関する研究を行っており、今後の空港のあり方等の提言、また北九州国際交流協会という外郭団体からは、外国人が日々の生活に馴染んでいくにはどうしたら良いか等の提言を受ける等、市と外

郭団体との様々な連携が行われている。

神戸市においても、分野ごとに様々な外郭団体があるので、より一層重要なパートナーとして蜜に連携し、様々な施策・課題に取り組んでいく必要があると感じた。



## 2. 桜町市街地再開発事業について（熊本市）

### （1）再開発事業区域の事業主、また所有者や総事業費について

元々のバスターミナル施設については、再開発事業者の母体である九州産交グループが所有しており、再開発事業を会社施工で実施するにあたって、熊本桜町再開発株式会社が設立された。その会社に九州産交グループから出資が行われ、その出資分を権利変換して事業が進められている。熊本市は、保留床購入者という形で事業に参加し、区分所有者として熊本城ホールを所有している。

建物全体の総事業費は777億円であり、熊本市のホール購入額は290億円である。また、保留床の処分で再開発事業費を賄うスキームとなっており、ホテル部分はリゾートトラスト株式会社、住宅部分は購入希望者に売却され、事業が進められている。

### （2）再開発事業全体の統括や事業を進める中での一番苦勞した点について

事業主体は再開発事業者であり、熊本市は認可や技術支援を行っている。熊本市は地方都市であるので、今回のような規模の再開発があるのは100年に1度と言われている。建物のデザインやコンセプトについても、主体である再開発事業者が作成するが、その決定に際しては事業者が熊本市の意見を聞く等、官民が密に連携して二人三脚で事業を進められていることに感心した。

また、事業を進めるにあたっては、桜町・花畑周辺地区のまちづくりマネジメント検討委員会が設置されて、その委員会には行政、再開発事業者、交通事業管理者や周辺の地権者の方が参画し、この地区をどのような空間にしていくのかということが協議されてきている。

事業を進める中で一番苦勞した点については、今回の事業が3ヘクタールを超える大規模施設の建設であり、当市には前例がなかった。その経験がない中でスケジュール通りに建物の建設等を進めていくことに苦勞されたということである。

### （3）バスターミナルや商業施設、熊本城ホールの現況等について

バスターミナルにおいては、乗降場のエスカレーターが赤・青・緑に色分けされていることが特徴的である。整備にあたっては各種関係団体と協議が行われており、その中で視覚障害者の方、健常者の方の両者に分かりやすい色でターミナル内を誘導したい旨を団体へ説明したところ、弱視の方でも四角形のブロックと背景に明度差をつけることで色を認識できるという回答を団体から受け、最終的に3色に決定され、誰もがわかりやすい誘導がなされている。

商業施設については、来場者数はオープン当初に25万人、10日間で100万人の方が来場している。年間2,500万人の利用が見込まれており、オープン時からの利用状況からすると、その年間目標を上回るペースということである。またテナントの状況に

については、開業と同時に149店舗すべてのテナントがオープンしており、順調に運営されている。

熊本城ホールについては、稼働率73%が目標とされており、今年度は既に達成しているということである。ホールのマーケティング活動については、熊本市MICEアンバサダーという制度を設け、様々なものを呼び込もうと東京などの大都市でプロモーターや学会で司会をされている方、展示会を開催されている方など各分野の方々に対し、熊本城ホールのPRが行われている。このアンバサダーには、音楽プロデューサーの方や株式会社キョードー東京の方、一般社団法人日本展示会協会の方が就任されている。

熊本城ホールの仕様として特徴的であるのは、メインホールに反響板といった音響システムを備えていないことである。これは、熊本市にはクラシック演奏専門の大型施設である熊本県立劇場（1,800席）という大型施設があり、また市民会館でもクラシック演奏を行うことが可能なことから、すみ分けとして熊本城ホールのメインホールではクラシック演奏を行わないという取り決めがなされている。もともとコンベンションやコンサートを行う場所がないという事が熊本市の悩みであったため、そういった理由からメインホールについては、電気音響系の設備等、コンベンションやコンサートに特化した仕様で建設されている。

神戸市においても都心・三宮再整備として、バスターミナルや文化ホールの整備が進められているが、整備にあたっては、熊本市のように利用者の利便性や他施設とのすみ分けなど様々な観点を総合的に考慮し、誰もが魅力的なものにしていく必要があることを強く感じた。

