調 査 報 告 書

委員会名	経済文教常任委員会
派遣委員	８名
調査目的	経済文教委員会所管事務調査のため
行　　先 及び 調査事項	・東京都港区　グーグル合同会社 　デジタルファーストによる観光推進について ・東京都千代田区　日本香港協会全国連合会 　農産物の海外への販路拡大について ・東京都八王子市立高尾山学園 　不登校児童・生徒への取り組みについて ・神奈川県横浜市 　Zero Carbon Yokohama 事業による企業誘致について
日　　程	令和元年 10 月 15 日（火）～17 日（木）
報告事項	別紙のとおり

令和元年度経済文教常任委員会行政視察報告書

視察１

視 察 先　東京都港区　グーグル合同会社
視 察 日　令和元年10月15日（火）
視察内容　デジタルファーストによる観光推進について

１　視察先について

グーグル合同会社は,インターネットでの検索エンジンであるGoogleを運営し,Google Earthをはじめとするさまざまなインターネット関連のサービスと製品を提供する米国Google Incの日本拠点です。

同社営業戦略本部観光立国推進部長にお話を伺い，デジタルファーストによる観光推進についてと題し,デジタルファースト,デジタルマーケティングとは何なのか,また,デジタル化によりどういった変化が生み出され，どのくらいの経済効果が見込まれるのかなどについて調査を行いました。

２　説明要旨

デジタルは難しい，とっつきにくいと思われていますが，デジタルはあくまでも道具であり，この道具であるデジタルを使って，どのように市民サービスの向上や業務の効率化などを進めていくのかを考えていくべきです。そのためにも，まずは市として，行政の活動でのデジタル化に率先して取り組み，デジタルの力を最大限活用して市民サービスの向上等を図ることを宣言する「デジタルファースト宣言」を行うことをお勧めします。

このデジタルファースト宣言については，すでに愛媛県や別府市，都城市，広島県などの複数の自治体で行われており,デジタルを活用した施策についての取り組みを進めているところです。また，デジタルファーストの考え方は，政府の骨太の方針2019原案の第２章，Society5.0時代にふさわしい仕組みづくりで上げられているところであり,骨太の方針の，まさに１丁目１番地としての位置づけがなされているものですから，ぜひ，デジタルファースト宣言についての検討をされることをお勧めします。

次に，行政の組織や人材，予算をデジタル化に対応したデジタル体制としていくことをお勧めします。特に予算については，この時世，なかなか増額は困難だと思うので，予算額の50％以上をデジタル化に充てるよう組み替えていく。これは，これまでの紙ベースの考え方だと事業効果を測定していくときに，例えば，ポスターやチラシを何枚印刷して何枚貼った，配布したということに力点が置かれ，この情報を本当に必要としている人，届けたい人に届けることができたのかについて，きちんと評価ができないとい

うことが起こり得ます。これをデジタル化していくことで，どこの誰が，いつ，その情報にアクセスしたのか，また，どのページのボタンを何回押したのかまで数値として得られ，客観的に評価ができます。また，インターネットを利用しての情報の提供となるので，世界に向けての情報発信となる。これは，紙媒体では絶対に不可能なことです。

観光庁の資料に，外国人観光客の旅行情報の入手手段について調査した結果がありますが，これによると2010年にスマートフォンで情報を入手した割合が6.4％であったものが，2017年には69.9％と約７割となっており，今後もあらゆる情報の入手や活用において，スマートフォンを主とする流れが進んでいくと思います。今後は，デジタル化が可能なものはデジタル化を進め，客観的に効果を測定し，評価していくことで，無駄のない，効率的な行政を運営し，市民サービスの向上を図っていくことが重要だと思います。

デジタルファーストの考え方に基づき，デジタルを活用してマーケティングを行うとする場合，３：６：１の法則（サーロインの法則）と言いますが，つくって，届けて，検証していく作業を３：６：１の割合で行うことが基本です。また，マーケティングに係るキーワードが検索されたときに，こちらの意図どおりの検索結果が表示されるとは限りません。例えば「ＡＫＩＴＡ」と検索すれば，秋田犬が検索結果に多数出てきます。「ＳＡＴＳＵＭＡ」で検索すればミカンが，「ＭＩＹＡＺＡＫＩ」と検索すれば宮崎駿監督が検索結果に出てきます。つまり，世界では「ＡＫＩＴＡ」は秋田犬と，「ＳＡＴＳＵＭＡ」はミカンと，「ＭＩＹＡＺＡＫＩ」は宮崎駿監督と思われているということです。ちなみに，「ＫＯＣＨＩ」で検索すると高知城や沈下橋などの景色が出て，魅力的な夜景や食材などは出てきません。これは，インターネット上に，こういった本当に伝えたい情報が入っていないということなのです。

デジタルを活用したマーケティングの成功事例として国土交通省から挙げられているものに，香川県三豊市の父母ヶ浜があります。ここは，いわゆるインスタ映えする場所として情報を発信し，有名になったところで，観光客の来訪が３年間で1000倍となりました。高知にも桂浜があり有名ですが，インターネット上にこういった情報がありません。しかし，情報がないということは，逆に捉えると多様な魅力の発信にまだまだ伸びしろがあるということですので，ぜひ魅力的な情報を発信していただければと思います。

インターネットで情報を発信していく際は，ぜひ動画での情報発信を考えていただきたいです。１分間の動画はウェブページ3600枚分の情報を伝えることができます。その動画をうまく動画共有サイトで活用し，７年間で宿泊数が40倍となったのが佐賀市です。

魅力あるコンテンツを作ることで，仮に１人が情報を100人にシェアし，その100人がそれぞれ100人に情報をシェアしていくと，４回のシェアで１億人に情報が伝わることになり，その影響力は計り知れないものとなります。

デジタル化した情報を利用者がスマートフォンで入手し，情報の利活用についてもスマートフォン上で完結していく。この流れは，今後ますます加速していきます。デジタル化を進めることは，市民サービスの向上や働き方改革にもつながります。そのためにも，まずはデジタルファースト宣言を行うことから取り組まれてはいかがでしょうか。

３　意見交換

Ｑ　中山間でのインフラ整備を進めていくことについて助言があれば。

Ａ　インフラ整備を進めていくための組織を作っていくことも有効。市がインフラ整備を推進していく姿勢を示すためにも，まずはデジタルファースト宣言だけでも行うべき。ハード整備においては，コストを考えると無線での整備が効率的。山間部での電波の影をなくすためにも，ハード整備への投資を行うことも重要と考える。

Ｑ　まだまだ現金主義が根強いが，キャッシュレス化に向けた動向をどう考えているか。

Ａ　現金主義については否定しないが，貨幣の造幣コストが見合わなくなってきており，国としても，今後はデジタル決済を推し進め，デジタル決済が使えない店をなくしていく方針である。デジタル決済は小銭を広げなくてよい点などから，本当は高齢者ほど相性が良いと考えている。

Ｑ　デジタル化を進めていくためには専門の職員も必要であると思うが，参考となる事例はあるか。

Ａ　浜松市を参考とされてはいかがか。兼業の公務員として，毎日出勤の必要のない勤務形態で専門の職員を採用している。ビデオ会議も行われている。最近，都庁でもこういった形での職員を募集している。

Ｑ　国としてデジタルファーストを進めていくための，地方自治体向けの財政措置はあるか。

Ａ　総務省，経済産業省，観光庁などから，いろいろとメニューが出されている。

４　委員意見

○　グーグル社だけでなく，５Ｇの取り組みは他の情報通信会社でも取り組まれており，多くの行政サービスメニューを各社は提供できる。本市として，多種多様な行政メニューを知ることが重要であり，研修会の開催が必要である。

○　政府が進めるデジタルファースト，Society5.0について，自治体における活用事例には「観光」がある。旅行者の情報源にはスマートフォンがあるが，2010年に6.4%だったが，2017年には69.9%へと広がっており，デジタルによる観光情報の提供の必要性は高まっていると認識できる。

○　自治体の財政上,広告費を拡充することは難しい。その点では現状の予算を増やすのではなく,パンフレット，ポスターなど，これまでの広告宣伝費用の配分を変え,デジタル部分を50%にすることで,観光誘客の効果を上げることができるという点で成功事例もあり,研究することは必要と思った。

○　１分動画による効果は,ウエブページ3600枚分あるとのことで，１分動画の作成という取り組みも必要ではないか。

○　デジタルマーケティングについて，どう動画を活かしているか。観光談義を行う際，宿泊業や観光業だけの人間でなく，他業種，若者，女性を巻き込む方向性はあるのか等も質問をする。視察では，六本木ヒルズに拠点を置くGoogle JAPAN本社にて観光立国推進部長に，デジタルマーケティングの過去，現在，未来について沢山の情報をいただいた。特筆すべきは３：６：１法則，サーロインの法則である。３つくる，６届ける，１検証する，という比率であり，国の事業でもすでに実践されている。大方の自治体はつくることに多くを費やし，ややもすると，つくるに10を置いてしまうケースも見受けられる。この予算比率に対する考え方も，高知は考えていくべきである。デジタルマーケティングに対して早急に取り組まなければ，Society5.0が叫ばれるこれからの時代に取り残される恐れもある。

○　「高知デジタルファースト宣言」のすすめについて,貴重な提案をいただきました。観光行政を本気で考えるなら，スマートフォンを活用した旅行スタイルが格段に広がっていることから，根拠に基づく政策立案の必要性を感じました。

○　３：６：１（サーロイン）の法則からも,デジタルファースト宣言の必要性を感じ,次期総会戦略に盛り込んでいただけるよう，委員会としても取り組んだらと思いました。

○　デジタルファーストの考え方や方向性は，本市も精力的に取り組まなければならないが，市域にはデジタルインフラが不十分であり，少なくとも携帯電話のエリア拡大に努めること。

○　議会が率先してデジタル化を進め，議場へのタブレットの持ち込み，ペーパーレス化，映像利用の質疑に取り組むこと。

○　デジタルファーストを議会が宣言することも検討

□視察２

視 察 先　東京都千代田区　日本香港協会全国連合会

視 察 日　令和元年10月15日（火）

視察内容　農産物の海外への販路拡大について

１　視察先について

日本香港協会は，日本と香港の発展と友好親善を願い，経済的・文化的交流を広げるべく1988年に設立された団体で，2002年に東京都知事の認証を得て特定非営利活動法人として法人格を取得し，香港貿易発展局，香港経済貿易代表部，香港政府観光局等の関係団体と緊密な関係を維持しながら，日本と香港の懸け橋となるべく活動を行っている団体です。

同協会全国連合会の香港貿易発展局日本首席代表から，農産物の海外への展開や輸出について，また，香港で人気の農産物などについてお話を伺い，本市農産物の海外への販路拡大に係る調査を行いました。

２　説明要旨

香港は，国際金融，貿易のハブ機能を持った都市です。当協会は，東京と大阪の２つの拠点を中心に，香港と日本の貿易関係をより強くするための活動を行っており，81,000社にも上る日本の企業が当協会のサービスを受けています。

香港にとって，日本は大切な貿易のパートナーであり，香港は日本にとって５番目に大きい貿易国となっています。また，香港は日本にとっての食品の１番の流通先であり，日本酒について申し上げれば，人口730万人の香港がアメリカに次いで２番目の輸出先となっています。

データ的なことを申し上げれば，香港から日本へは年間200万人を超える人が訪れており，日本での宿泊などにおける１番の消費者となっています。また，香港から日本に来る人の20%は，日本への来訪が10回以上とリピーターが多いため，新しい旅行先を常に探しています。

投資の面で申しますと，日本から香港へ1390社が投資しており，これはアメリカへの投資社数より多い数字となっています。香港から日本へは，ホテルへの投資などが行われています。

現在，香港では日本のキャラクターもの，高知にもアンパンマンがいますが，いわゆるサブカルチャーが大人気となっています。また，美濃焼などの日本の焼き物などの伝統工芸品や真珠などの日本の宝石も人気があります。こういったものの輸出先として，香港は可能性があります。

建築関係では，今，日本で建てられるマンションには和室がなくなっていますが，香港では日本の和の空間に人気が集まっていることから，逆にマンションに和室が増えています。

飲食関係では，香港では中華を除いて日本料理店が一番多いです。日本酒についても

単価の高いものがよく売れていて，毛ガニも香港では１杯１万円で売られています。また，日本の桃がみずみずしくて甘く，食感も良いため，日本の５倍の単価でも売れています。

農産物の輸出については，日本で朝収穫したものが沖縄空港を経由して，翌日の昼には鮮度のよい状態で香港で販売されています。また，近年，香港ではクラフトビールがブームとなっており，茨城県の酒造会社が，クラフトビールの製造工場を香港に作って，中国本土に輸出もしています。

このように海外への輸出や進出を行う企業も多いですが，大切なことは，商談がまとまってから，どれだけバイヤーのところに足しげく通うか，これが商売を長く続けていくための秘訣だと思います。あとは，どれだけ売り込んでいくか。日本酒を中華料理店になんとか売り込もうとしている人もいます。

香港は潜在力のある市場です。香港との貿易をお考えであれば，いろいろとお力になりますので，ぜひお声掛けください。

３　意見交換

Ｑ　高知に新高梨といって，非常に甘くてサクサクと食感がよい梨があり，10月，11月の２カ月しか味わうことのできない貴重なものであるが，これを売り込んでいくとすれば，どのようなことが考えられるか。

Ａ　８月に香港でバイヤーが集まるフードエキスポという見本市があり，そこでＰＲできればよいが，10月，11月の２カ月しか取れないのであれば，その期間中，香港からの旅行客に果物狩りとして紹介していけばどうか。

Ｑ　高知にイタドリという山菜があり，最近の研究で含まれるポリフェノールにダイエット効果が見込まれることが分かり特許を出願中であるが，これを売り込むためにはどうしていけばよいか。なお，イタドリは冷凍物があり，年間での流通は可能である。

Ａ　まずは，イタドリのバイヤーがサンプル価格でお客に提供し，感触を探る調査を行えばどうか。バイヤーからバイヤーへの紹介も有効であると思う。

Ｑ　香港は貿易のハブ機能を持っているとのことであるが，香港を経由しての主な再輸出先は。

Ａ　中国や東南アジアです。

Ｑ　高知龍馬空港が拡張され，再来年度から国際線が就航する。貿易や観光などで人の交流の活発化が見込まれるが，香港から見たときの高知の可能性について，どのように思われるか。

Ａ　高知龍馬空港の関係者に，海外に対する理解を持ってもらわなくてはならないと思

う。毎年11月に国際物流会議があるので，そこで関係を築くことが重要。沖縄は毎年そこに来て関係を深めている。私たちのプラットフォームはいつでも開かれているので，ぜひ利用していただきたい。

４　委員意見

○　果物に対するニーズが高いことを知った。地産外商に向け，新高梨のような本県が全国に誇れる農産物を見本市に出展させられるよう，早急な取り組みが必要である。

○　香港協会では，日本と香港の双方にとって意義ある貿易，観光交流の発展について情報交換ができた。香港から日本への旅行者は年間200万人，日本から香港への旅行者は120万人とのこと。香港には日本の企業が1300社を超えて存在しており，貿易など経済交流の相手国として大きいことがわかった。

○　香港の特徴は，ビジネスにおけるプラットホームの役割をしており，香港を通じて他の国への貿易もできる。香港の立場から日本の産業に期待している分野は①農林水産物では桃，お酒など②マンガ，アニメ③日本の伝統工芸品である宝石サンゴ，畳（和室建築材）などあることが分かった。高知の物産では，梨やグロリオサ，イタドリに関心を持たれており，香港のフードエキスポへの出店を進められた。

○　高知龍馬空港は，来年国際ターミナルを新設するが，その点について香港協会としては，県・市に対し，もっと海外への理解を深めて欲しいと述べていた。理解を深める意味で毎年11月にある「アジア物流会議」に参加することが良いと紹介された。フードエキスポを含め，県市連携して参加することを検討して欲しい。チャンスはある分野と思う。

○　日本香港協会本部視察では，香港貿易発展局会長より，日本とアジアを結ぶ農水産物の貿易の現状と可能性についてご教授を頂いた。現在８万社を超える日本の企業をサポートされており，現地では1390社の企業がいるとのこと。香港貿易発展局と自治体がＭＯＵを結び連携されている事例もあり，高知においてもその可能性を探ってみてもいいのではないかと考える。実際に高知の特産物を紹介したが，非常に高い関心を持っていただき，今後も引き続きよい関係性を築いていくことも大切である。またアニメに関して香港人は高い興味があり，まんが王国高知市としても大きなチャンスである。

○　高知市の産物の販路拡大につながればと思います。現物を見本として持って行けば良いのにと感じた。

○　高知には，香港協会が立ち上がっている。会長が出店もしているので，ここを拠点として，高知の農産物の販路拡大も展開できると考える。当然補助金交付やスタッフ派遣は必要である。

□視察３

視 察 先　東京都八王子市　市立高尾山学園

視 察 日　令和元年10月16日（水）

視察内容　不登校児童・生徒への取り組みについて

１　視察先について

八王子市は，東京都の多摩地域南西部に位置し，面積186.38平方キロメートル，令和元年９月末日現在の人口が562,828人の中核市です。

八王子市では，不登校児童・生徒への対策として構造改革特区制度を活用し，平成16年４月に，全国の公立学校としては初めて，不登校児童・生徒のための体験型学校として小・中一貫校である高尾山学園を開設しました。同学園での取り組み内容や成果について，本市の不登校児童・生徒への対応の参考とするため，同学園校長のお話を伺い，調査を行いました。

２　説明要旨

八王子市では，不登校児童・生徒に対し，出欠状況カードや個人カード，スクールソーシャルワーカー（ＳＳＷ）派遣依頼様式等を１つにまとめた個票システムにより，月に３日以上又は前年度30日以上の欠席児童・生徒を把握するとともに，学校，保護者，登校支援チーム（教育支援課相談担当）が情報を共有，連携し，一体となって不登校の未然防止を促進したり，心理相談員によるカウンセリングやＳＳＷの学校巡回，心理的な要因で長期欠席状態にある小・中学生に対するゆるやかな学校復帰を支援する適応指導教室の開設，不登校児童・生徒に合った教育課程を実現できる小・中一貫教育を推進する本校での取り組みなど，各種の支援策を行っています。

本校の設立の趣旨は「今までにない不登校対策」です。本校は，心理的，情緒的，ないしは何らかの社会的要因や背景により，登校しない又は登校したくてもできない児童・生徒のために設立されました。

学校では，不登校児童・生徒が通いやすいよう学習指導要領に縛られず，一人ひとりに対応した学習内容や方法にするなど，子どもに寄り添うための工夫や配慮を行ったり，児童・生徒の状況に応じて心の安定を図りながら，適切な学習支援による基礎学力の向上と，集団的体験的な活動の機会を多く取り入れ社会性を養うことで，生きることへの自信と社会的自立の獲得を目指しています。そのためにも，まずは不登校児童・生徒を家から出し，次に人とのかかわりや学力へつなげていくこととしています。

本校は，平成13年度時点で，本市の不登校児童・生徒の割合が国や東京都を上回る状況であったことを踏まえ，当時の市長のトップダウンで国の構造改革特区構想を利用して国へ提案を行い，それが認められ不登校特例校（教育課程特例校）として平成16年４月に開設されました。その後，平成17年に学校教育法施行規則の一部が改正され，「不

登校児童生徒を対象とする特別の教育課程を編成して教育を実施する学校に関する指定要領」が決定されたことから，現在では構造改革特別区域法によらず，全国どこでも同様の学校が設置できるようになりました。

不登校児童・生徒に登校を促すためには，登校が「楽しい」「うれしい」「おいしい」といった刺激につながることに加え，教室以外に安心できる「居場所」を確保することや，学習や体験の場に「知的好奇心」をくすぐる仕掛けが必要です。また，登校を安定させるためには，学習や行事などを通じて「分かった」「できた」「やり遂げた」「ほめられた」ことを通して，自己の肯定感を高めていくことが重要です。

そのために，本校教育の中核をなす考えとして「社会性の育成」と「基礎学力の定着と向上」の二本の柱を置き，すべての活動が社会性の育成につながるよう，学校経営計画の中で本校の社会的責任を定めるとともに，チャレンジセブンとして出席率の向上や転入前後での登校改善などの指標を設定して，達成に向けて取り組みを進めています。

本校と地域の学校の違いとしては，授業中の居場所が教室だけではなく，校内の指定場所なら原則自由であること，服装は基本自由であること，登校は９時半までであることなどです。

本校への転入学に当たっては，まずは学園内の適応指導教室のやまゆりに入級し，子どもの適応状態に合わせ，保護者と相談しながら学園の児童・生徒との体験交流や転入学審査を経て，転入学へと進むこととしています。

学力向上への取り組みについては，まずは登校できることに重点を置いています。その上で，高尾タイムと言って，作文や敬語の使用が苦手な子どもへの言語活動に関する指導や漢字検定に向けた取り組み，教員１人に１台配布したタブレット端末を活用しての学習指導，いつでも学べる環境づくりとしての補習体制の構築，外部人材やプレイルームの活用による学ぶ意義の発見などを行っています。

現在，八王子市の不登校児童・生徒数は約700人，そのうちの約２割が当学園に通っています。卒業後の進路については，都立高校をはじめ，私立高校，専修学校へと多岐に渡っています。

不登校児童・生徒は，デリケートで弱い子が多く，局所的には特別支援的対応が必要であり，学力差が大きい場合は学習面での配慮が不可欠です。大切なのは子どもたちに寄り添う気持ちと信頼関係。特に教員に対し不信感を抱いている子どもには，一層の配慮が必要です。そのためにも不登校に関する専門性のレベルアップを図ること，登校支援チーム，専門職との連携が重要となります。また，個別指導計画など，個に合わせた指導により，社会体験，自然体験，生活体験の充実を図っていくことも大切です。

本校開設からの15年間の活動により，児童・生徒に「元気になった」「自分に自信が

持てるようになった」「高校・大学でリーダーとして活躍している」などの大きな変容が見られました。しかし，その一方でプレイルームにすら行けない子どもや，問題を抱えている家庭との連携の難しさ，それぞれの子どもが持つ課題をどのようにカバーしていくかなどの課題も存在します。

不登校児童・生徒については，今後も増加していくことが見込まれ，その原因も複雑化してきています。これまでの取り組み内容だけでは，対応しきれないことも多くなってきていることから，常に考え，改善していく必要があります。

３　意見交換

Ｑ　保護者のＰＴＡなどの学校へのかかわり方についてはどうか。

Ａ　子どもに対し過干渉であったり，逆に無関心であったりと，保護者自身が問題を抱えている家庭も多く，対応が難しいところである。

Ｑ　先生の状況についてはどうか。

Ａ　児童・生徒についての難しい対応を迫られたり，授業に興味を持てなければ，児童・生徒はプレイルームに行ってもよいとしており，授業に興味を持ってもらうための工夫が必要となるため，先生によっては早期に異動になる場合もある。もちろん，通常の学校より力を発揮できている先生もいる。

Ｑ：先生の地域活動への参加状況はどうか。

Ａ　地域活動には積極的に参加してもらっており，地域の祭りへの参加や校外体験学習を通じてさまざまな体験ができている。先生が楽しんでいる姿を見て，子どもたち自身も楽しんでいる。

４　委員意見

○　本市にとっても，不登校問題は喫緊の課題となりつつある。高尾山学園の設立趣旨である「まずは家から出すことであり，次に人とのかかわりや学力へ」の取り組みが重要である。

○　２段階移住のように，やまゆり学園で受け入れてからの高尾山学園への転入は，子供の気持ちを優先した取り組みであり，このような専門的な施設（学校）は，本市にとっても課題となってくる。

○　八王子市立高尾山学園は特別支援学校ではなく，不登校特例校という位置づけである。定数はないが，現在小中160人が在籍している（市内不登校児童・生徒は700人いる）。全国では不登校特例校は12校あり，その内５校は公立。小中一貫校は八王子市の高尾山学園のみで，特徴的な点は，精神医が毎月専任で相談を受ける体制があり，医療的支援まで対応できる学校となっている。

また，２学期制で総授業時間は760時間（うち，講座は年間120時間），社会，自然，生活体験を組み入れた体験型授業を推進して，好奇心が生まれる工夫がある。

○　八王子市には小・中学校が108校あり，不登校対策として３日以上欠席者の把握を「個票システム」で行い，見える化してスークールソーシャルワーカー（ＳＳＷ）が学校，個人の変化に早期に対応できる体制をつくっている，この点は参考になると思う。

○　高尾山学園に登校するかどうかを見極める場所として，校内に適応指導教室を併設し，子どもの状況を丁寧に把握した上で，必要があれば高尾山学園への入学（転校）につなげている。人とのかかわりから学力へとつながるように，安心できる場所と知的好奇心を重要視した授業体制，プログラムとなっており，効果もあり，大変参考になった。また，保護者力を高める取り組みも並行して行っている点もすごいと思う。

○　「知徳体」よりも大切なことがあるとして，教育目標を３点上げている。１，気持ちを感じあえる人になろう。２，自分を伸ばせる人になろう。３，自信を持てる人になろう。この教育目標も学ぶべき，すばらしい考えだと思う。

○　不登校が登校へ向かう改善率は，平成30年は97％，高校への進学も80％と，全員が不登校だったと思えないほどの成長，学びを保障している学校となっており，高知市としても学ぶべき，取り入れるべき点が非常に多い学校だった。

○　八王子市立高尾山学園の視察訪問では，不登校児童生徒のための体験型学校として全国的に注目されている取り組みを校長よりご教授いただいた。八王子市においても不登校者数は年々増加しており，平成25年度に507名だったのに対し，30年度は700名を数える。高尾山学園の生徒数は現在125名で，今後はもっと受け入れる方向性。スクールソーシャルワーカーとの連携も進んでおり，本市としても参考になる事案が多々見受けられた。

○　大切にされているのは，わかった，できた，やり遂げた，ほめられたという自己肯定感を感じられる仕組みであり，教師も授業内容にさまざまなアイデアを用いているとのこと。生徒に大好評のプレイルームは，授業中自由に出入り可能ということもあり，授業が楽しくなかったり，落ち着きがなくなった場合は，プレイルームで遊びや読書，雑談等を楽しむようで，実際にリラックスしている生徒もおられた。

○　いかに授業を楽しく構築するかも教師の腕の見せどころである。校長は民間出身であり，自由な発想で非常に好感のもてる楽しい人柄だった。

○　構造改革特別区域計画認定からの取り組みも素晴らしい。本市でも，未来の人をつくるために，教育にかける費用は惜しまないように望む。

○　生徒を思う優しい目線，待つ心を併せて，毅然とした態度で接する教師の人柄が大切だと感じました。

○　不登校児を支えるセンター機能を現場に置く取り組みは，大変重要だと思います。

○　不登校問題を，真正面から取り組んでいる市政に感銘を受けた。一部の業務とか，

片手間という考えを持っていなかった。

○　団地内の小学校を不登校学園として整備し，着実に子どもたちに力をつけている（成績向上と進路保障など）。しかし，親の変容には程遠いように感じ，家庭教育のあり様の難しさを改めて認識させられた。

□視察４

視 察 先　神奈川県横浜市　横浜市役所

視 察 日　令和元年10月17日（木）

視察内容　Zero Carbon Yokohama事業による企業誘致について

１　視察先について

横浜市は，神奈川県の東部に位置する県庁所在地で，面積437.56平方キロメートル，令和元年11月１日現在の人口が3,750,395人と，日本で２番目に人口を持つ都市であり，18の行政区を持つ政令指定都市の一つです。

横浜市では，再生可能エネルギーを調達できる環境が企業立地や競争力にも影響を及ぼす時代になりつつあることをその経緯の一つとして，脱炭素化の実現に向け，先進的なZero Carbon Yokohama事業に取り組んでいます。

本市においても産業振興の面から企業誘致や企業立地等をどのように進めていくのかが喫緊の課題となっており，当該事業により再生可能エネルギーを調達できる環境を整えることが，具体的に企業立地やその競争力にどのように影響を与えるのか，当該事業の進捗でどんな効果が期待できるのかなどについて当局からお話を伺い，調査を行いました。

２　説明要旨

近年，世界的に熱波，豪雨が増加しており，増加は温室効果ガス濃度の長期的な上昇傾向と一致しているとの見解が，世界気象機関（WMO）から出されました。日本の気象庁も同様の見解を示し，今年の猛暑について，７月の平均気温が東日本で観測史上第１位を記録，国内241地点で日最高気温35度以上の猛暑日を記録，７月16日から22日までの１週間に２万人を超える人が熱中症で救急搬送されるなどしたことから，一つの災害と認識しているとの発表がなされています。また，今後100年間に神奈川県の平均気温が３度上昇し，真夏日が年間40日程度増加すると予測されています。

横浜市域の温室効果ガスの排出量については，東日本大震災以降，火力発電の稼働が増えたことで排出量が増加していましたが，近年は省エネ等によるエネルギー消費量の減少等により減少傾向となっています。部門別ＣＯ２排出割合については，横浜市は日

本で２番目に人口が多い都市であることから，全国と比較して家庭部門が占める割合が高いことが特徴となっています。

地球温暖化対策における世界的な動きとしては，2015年に気候変動抑制に関する多国間の国際的な協定であるパリ協定や持続可能な開発目標であるＳＤＧｓが採択され，2018年にはＩＰＣＣ（気候変動に関する政府間パネル）特別報告書で，2030年に気温上昇が1.5度に到達する可能性が報告されています。

こうした世界的な動きを受け，温暖化対策のさらなる強化を図るため，2018年10月に「横浜市地球温暖化対策実行計画」を改訂し，ゼロ・カーボン・ヨコハマとして「2050年までの温室効果ガス実質排出ゼロの実現」という野心的な目標を掲げ，取り組みを始めました。

取り組みは，３つのＣ，Choice，選択の力，Creation，想像の力，Collaboration，連携の力を軸として進めています。

Choiceについては，電力が自由化された今，温暖化対策の観点からも調達する電気がＣＯ２の排出量とどう関係しているのか，コストだけではない選択が行われはじめており，横浜市としても，選択の物差しとなるものをつくり上げていかなくてはと考えています。

再生可能エネルギーについては，その使用が企業のブランド価値を高めていくことにもつながっており，海外企業の中には，再生可能エネルギーの使用に軸を移しているところもあります。こうした動きを捉え，再生可能エネルギーに対する取り組みにより，企業立地先の候補の１つとして横浜市を選んでもらえるよう取り組みも進めています。

Creationについては，これまでとは違うものをつくり上げなければ目標の達成は難しいと考えており，新たな技術等の創造，イノベーションの創造に向けた取り組みを進めています。

Collaborationについては，市民，市民団体，事業者，行政のそれぞれが目標達成に向け，強みを発揮できるネットワーク化に取り組んでいます。

これらにより取り組みを進めていますが，目標である2050年までの温室効果ガス実質排出ゼロを達成するためには，エネルギー消費を半分くらいまで削減し，かつ，エネルギー源を転換していかなくてはなりません。

エネルギー源の転換については，風力，太陽光などが考えられますが，横浜市域だけですべてを賄うだけのエネルギーをつくり出していくことは不可能で，市外からの調達が必須ですが，このことが横浜市だけのメリットとなってはいけません。再生可能エネルギーのポテンシャルが高い地域が横浜市に供給することで，お互いにＷｉｎＷｉｎとなる関係を構築していくことが大切です。

横浜市では，温暖化対策を進めていく上で重点的に取り組む対策・施策を20選定しており，18区ごとの市民啓発や，バーチャル・パワープラント構築事業として，複数の蓄電池を災害時に防災拠点や避難場所となる公共施設に設置し，平常時は電力需要のピーク時に合わせ，蓄電池の電力でピークカットを行い発電所の稼働を押さえる役割を果たすとともに，停電を伴う非常時は防災用電源となることで，地域の防災力の向上を図っ

ていく取り組み，脱炭素社会を見据え，新横浜都心，日吉・綱島地区を中心に環境モデルゾーンを設定し，企業が使う電力を再生可能エネルギーにしていく取り組み，気候変動による豪雨浸水に対する遊水池の整備，暑さ対策としてミスト噴霧器や保育園へのフラクタル日よけの設置，ヨコハマＳＤＧｓデザインセンターにおける企業や大学，地域活動団体などの連携による，環境・経済・社会の統合的課題解決を図る横浜型大都市モデルの創出に向けた試行的取り組み，環境に係る国際会議への職員の派遣や国際会議の誘致による海外への発信などに取り組んでいます。

これらの取り組みは，横浜市の組織を横断的に担当していく統括本部を設置して進めています。

３　意見交換

Ｑ　ブルーカーボン（海洋生態系に吸収され固定される炭素）に係る取り組みを進められているが，グリーン・カーボン（森林などに蓄積される炭素）に係る取り組みとして，学校等の公共施設の木質化への取り組みは行っていないか。

Ａ　コスト面などの課題があり，公共施設の木質化については進んでいない。

Ｑ　公用車の電気自動車化についてはどうか。

Ａ　日産自動車の本社が市内にあることもあり，電気自動車は普及させていきたいと考えており，充電関係のインフラ整備も含めて，買い替えのタイミングで導入を進めていくこと考えている。

Ｑ　買電について，東京電力以外の選択肢を増やしたことでのデメリットは発生していないか。

Ａ　価格の競争性が高まるなどのメリットが発生した。

Ｑ　蓄電池の設置に係るコスト，財政的投資はどれくらいか。

Ａ　横浜市は，財政的には支出していない。電力供給会社との契約により，無償で設置してもらっている。

Ｑ　ヨコハマＳＤＧｓデザインセンターは直営か。

Ａ　運営は外部に委託しており，市職員は入っていない。

Ｑ　センターでの取り組みに入ることによる企業のメリットは。

Ａ　例えば，プラスチックストローが環境に影響を及ぼすことが問題となっているが，木材を活用したウッドストローの普及をめざして横浜市内の企業がチャレンジするなど，企業としての活動にも効果が出ている。

Ｑ　センターの運営資金は市単か。

Ａ　国費についても一定入っている。

Ｑ　2050年までの温室効果ガス実質排出ゼロの実現という野心的な目標を掲げているが，これへ向けての取り組みの意義は庁内に浸透しているか。

Ａ　庁内の会議を通じて情報の共有や交換を行っており，意義は浸透しつつある。

４　委員意見

○　横浜市のスマートシティプロジェクトは，温暖化対策のみでなく，災害時における電源確保策として重要であり，東日本大震災後，東北の自治体でも実施されている。先日の台風災害による千葉県での長期停電による市民生活への影響などを考えると，既存の電力会社だけでなく，災害時における電源確保（再生可能エネルギー）として，本市としても検討に入るべきである。

○　横浜市の温暖化対策について，ＳＤＧｓ未来都市を宣言し，脱炭素社会をつくるとしている。議会側も「持続可能な脱炭素社会の実現に関する決議」を採択し，全会派が一致した認識の下，取り組まれている。人口372万人という大規模都市でありながら，地球温暖化対策を重点化し，新たに部を立ち上げ，体制を設け，自分のまちからできることはと本気で取り組まれている意識や個々の政策，事業は非常に参考になった。

○　徹底した省エネ対策はもちろん，特に再生可能エネルギーのポテンシャルが現在の消費量に対して10％程しかないと試算した上で，「地域循環共生圏」の考えの下，東北の12市町村と協定を結び，広域的に再生可能エネルギーを調達しているところは参考にすべき取り組みと思う。その場合，「送電線」問題があるが，関係する自治体と共同して国にも働きかけを行ったりしている。

○　再生可能エネルギーの必要性は企業でも強まっており，その環境整備は重要と認識，ＲＥ100企業は増えており，当然，連携している中小企業が多いため，影響範囲は大きくなる想定をしている。調査結果から再生可能エネルギーが調達できる環境は，企業誘致，中小企業の経営維持の上で有力な選択肢となっているとのこと。また，気になる取り組みとしては，災害時に避難施設となる学校に対して，太陽光パネルの設置とセットで蓄電池の整備を進めているが，蓄電池にかかる費用は，太陽光パネル設置企業との交渉により無償とのことで，先駆的な自力発電と活用の事業であり，高知市でも進めて欲しい。

○　温暖化対策の意義を職員が認識する意味でも，世界の情勢を把握する上でも，国際会議へ市内企業や民間団体の方と共に職員を派遣している努力も学ぶべき点と思う。高知市でも温暖化対策を柱にした取り組みを構築して欲しい。農業，防災，環境，産業と関連しているからこそ，新たな組織「部」の整備を高知市でも検討して欲しい。

○　横浜市では，横浜市における温暖化対策とＳＤＧｓ未来都市という横浜市の広報誌を元に勉強をさせて頂いた。特にＳＤＧｓに関しては，かなり先進的に取り組まれており，ヨコハマＳＤＧｓデザインセンターでは，民間企業を中心に行政も関与して組織が構築されており，温暖化に関しては，緩和策と適応策という両面から問題解決に向けて取り組まれていた。高知市においては，ＳＤＧｓも温暖化対策もこれといった専門部局があるわけではなく，こういった先進事例を元に，地元企業にも大きな関心を寄せてもらう取り組みが必要だと感じた。また，市内の移動に低炭素交通を実現するためにチョイモビという小型の自動車を用いて実証実験中ということで，ちょうど移動している場面や駐車している場面にも出会えた。こういった取り組みも市

民にとって非常に好感も持てる事業だと思えた。

○　横浜市の温暖化対策目標，2030年度26％削減，2050年度80％削減，その後実質排出量ゼロを目指す。Zero Carbon Yokohamaの取り組みは，注目すべきである。

○　Zero Carbon Yokohama事業による企業誘致では，都市としての役割を果たすために，横浜市だけでは解決できないとする背景を，12市町村との連携協定を締結して取り組んでいることが参考になった。

○　さすが，国際都市横浜である。カーボンゼロの取り組みに驚嘆した。環境モデル都市としていち早く環境省に認定されるなど，率先しているトップリーダーであると思った。

○　市政の中心課題として取り組む市長のリーダーシップがあってこその姿である。

○　高知市はグリーンカーボンの点で優位性があるので，今後は，環境面を位置づけとして高めていかなければならないと感じた。