

## 1 調査事件

環境行政の充実及び地域産業の活性化について

## 2 調査概要

### (1) 富山市（人口 410,214人）

ア ゼロカーボンシティ、エネルギービジョン、環境モデル都市について

富山市では、環境モデル都市、環境未来都市という取組を進めており、その取組の蓄積を生かし2018年にSDGs未来都市に認定され、環境面、経済面、社会面のさらなる統合的価値向上を図り、持続可能な付加価値創造都市を実現するためコンパクトなまちづくりに取り組んでいる。

2020年10月に国の「2050年カーボンニュートラル（CO<sub>2</sub>排出実質ゼロ）」の表明を受け、富山市はコンパクトシティのネクストステージとして環境政策のさらなる強化により、持続可能なまちづくりの深化を図るため、2021年3月に富山県内で5都市目となるゼロカーボンシティを表明するとともに、富山市エネルギービジョンを策定し、脱炭素なまちの実現に向けて、地域が一体となった取組や多様なステークホルダーとの連携を加速させる取組を進めている。

具体的には、脱炭素を進めるために4つの取組を行っている。1つ目はコンパクトシティの推進で、鉄道やバスなどの主要道路を串と見立て、生活拠点をお団子とし、それを串で結ぶ、お団子と串の都市構造や富山駅の高架下に路面電車を開通するなど利便性の高いターミナル駅の整備を行うなど公共交通を軸とした拠点集中型のコンパクトなまちづくりに取り組んでいる。2つ目は地域の特性を生かした再生エネルギーの導入で、常願寺川を水源とする農業用水である常西合口用水において、2か所の小水力発電所を整備して、発電量を掲示するなどエネルギーの見える化を行っている。また、高齢化や過疎化が進む地域において、温泉熱を活用した植物栽培工場を市有地に整備し、農業生産法人である民間企業が、「エゴマ」の生産、加工、流通販売までを一体的に行い、官民連携により地域の特産品化を図り、農業の6次産業化の取組を行っている。3つ目は市民のライフスタイルの変容で、歩く行動に対する楽しみやインセンティブを提供するスマートフォンアプリ「とほ活」を開発し、歩数、公共交通の利用や市内で行われるイベントに参加することでポイントが貯まり、貯めたポイントを使って市内リゾート施設の宿泊券、地元百貨店の商品券や地場産品などが抽選で当たるなど、市民の行動変化を起こすきっかけづくりを支援する取組を行っており、現在1万人を超え

る市民が登録している。4つ目は多様なステークホルダーとの連携で、現在5つの企業と連携協定を締結し、地域社会の持続的な発展に向けて連携し取り組んでいる。また、フードロス削減に向けて、北陸コカ・コーラボトリングと連携協定を締結し、市役所1階市民ホールに賞味期限が近い余剰在庫製品のフードロス対策として、割安な価格で販売するSDGs自動販売機を設置しており、売上の一部が市に寄附されている。

#### イ セーフ&環境スマートモデル街区の整備について

富山市は低酸素及び省エネルギーに配慮したまちづくりなどを基本理念に、小学校跡地を活用し、交番、保育所、公民館、図書館等の公共施設と一般住宅をコンパクトに集約し、質の高い生活環境を提供する住宅街区をPPPの手法により整備している。北陸で初めて住宅全戸に太陽光発電システム、家庭用リチウムイオン蓄電池、家庭用燃料電池の3つの電池を搭載し、住宅街区全体のエネルギー消費量が実質ゼロになるネット・ゼロ・エネルギー・タウンを目指している。

住宅街区内にある公民館では、室内の明るさに応じて明るさを自動で調節するセンサーや部屋にいる人数でCO<sub>2</sub>濃度を測り自動で換気の強さを変えるセンサーを設置し電力消費量を抑える工夫をしている。また、屋上には太陽光発電設備を設置し、電気を発電し蓄えるシステムを完備しており、エネルギー自給率を高めるだけでなく、停電時でも最小限必要な電力を供給できるようになっている。さらに、太陽光発電設備や環境負荷の低い天然ガスによる発電も行っており、発電時に発生する熱を温水で回収し、暖房用パネルヒーターの熱源として有効利用している。そして、まち全体でのエネルギーの見える化を実施し、エネルギーの創出量や使用料などを確認することができる仕組みになっており、住宅街区内部の中での消費エネルギー削減率のランキングを表示し、自分の家の貢献度を確認できるようになっている。街区内は景観に配慮した開放的空間を形成するため道路は無電柱化するとともに、地震時の電柱倒壊による車両通行止めや火災などの二次災害をできる限り防ぐ対策が取られている、また、公園には、リチウムイオン蓄電池や防災備蓄倉庫、災害時に救護室や救援物資の仕分け場として使える災害対策機能のある防災パーゴラや下水道と直結したトイレベンチ等を設けている。また、「まちの太陽光発電所」で発電した電力は住宅公園内の蓄電池に蓄えられ、平常時はLED防犯灯や防犯カメラの電力に利用し、災害時には非常用電力として、防災備蓄倉庫や防災パーゴラに設置するコンセントから携

帯電話の充電ができるなど、環境面だけでなく災害対策機能を備えた街区となっている。

## (2) 須坂市（人口 49,347人）

### ア 農産物のブランド化の取組について

須坂市では農業経営体数の69%が果樹を栽培し、農業産出額の88%を果樹が占めている。主にブドウ、リンゴ、桃、スモモなどは全国トップクラスの生産量を誇り全国有数のフルーツ大国となっている。特にブドウは2018年の農業産出額（果実）市町村別で全国5位となっており、シャインマスカットやナガノパープルなど急成長の果実が要因となっている。2021年にはふるさと納税の寄附額が約23億7,000万円で返礼品の8割が果実で占められている。こういった果樹栽培を支えるためJAながの須高フルーツセンターでは、最新鋭のフリートレーシステムを導入し、打撲果の軽減や、光センサーによる糖度保証と蜜入りなどの選果をすることで、高品質の果実を全国へ出荷することを可能としている。また、他県では大きいブドウが喜ばれるなど、見た目が重視されているところもあるが、同センターでは、一房のグラム数や粒数など基準を決めて、農家から仕入れるなど品質の統一化を図っている。

あわせて、同市では農産物のブランド化の取組の一環として、フルーツハリウッド須高のタグをつけて海外などへ販売も行っている。その中でもシャインマスカットであれば、粒数35から40粒で重量が600グラム以上など厳しい基準をクリアした品物に「大地のしずく」と名称を付けてブランド品として販売している。また、長野県では、県内各地に残る貴重な伝統野菜を次代につないでいこうと、平成18年に「信州伝統野菜認定制度」を創設し、伝統野菜の存在意義を見直し、復興させようという取組が各地に広がっているが、同市においても、平成19年に八町きゅうりや沼目越瓜、平成26年から村山早生ごぼうが、信州伝統野菜として認定を受けている。こういった認定制度を活用することで、消費者にとって信頼が生まれ、商品が多少高くても販売が好調な状況が続いている。

今回のブランド化のポイントとして、1つ目が地域の魅力や特性を生かした商品開発を行うことで他産地との差別化を図る。2つ目がコンセプトを明確化しストーリー性などの付加価値を付ける。3つ目は、認証制度や規格基準を設け商品保護を行う。この3点を行うことで消費者への信頼関係が生まれ地域ブランドへ発展していくものと考えられている。

今後の現状と課題としては、ブドウの栽培農家は減少していないものの、リンゴ及び桃の栽培農家が年々減少し後継者が不足しており、それに伴い遊休農地が増加していることから対策が急務となっている。そのため、リンゴや桃の栽培も行い、併せてブドウの栽培も行うなどの取組が必要となっている。

イ 「須坂フルーツ発泡酒」を核とした果樹振興と販わい創出事業について

須坂市では果樹栽培が盛んであり、ブドウやリンゴなどいい商品は高価格で販売できるが、形や色が悪いものや傷がついているものは味が良くても高く販売することができないということもあり、その部分を活用し近年再注目されているクラフトビールを組み合わせた「信州須坂フルーツエール」の開発・販売をすることで、一層の果樹振興を図り、新規就農者・農業後継者の増加や市内飲食店などの販売収益の増加を目指している。この事業は、2016年度から国の地方創生加速化交付金事業を活用してスタートした事業で、信州須坂フルーツエール（発泡酒）推進協議会を設立し、製造事業者の選定、マーケティング調査や醸造のための研修など販売に向けた取組を行い、2017年度からは市内飲食店等を中心に販売を開始し 2018年度からはインターネット販売等による全国展開やふるさと応援寄付金返礼品のメニューに新たにフルーツエールを追加している。2019年度には首都圏でイベントを開催するなど首都圏専門店への販売を促進する取組を行っている。

クラフトビールは市場に多く販売されており、手に取ってもらうことが重要であり、ボトルラベルデザインを市内から見える「北信五岳」をイメージし、ボトル下部は、醸造所から見える印象的な山並みと、その麓に広がる果樹園を柔らかいイラストで表現したものとなっており、見た目にもイメージアップを図っている。現在では7種類のフルーツエールを販売しており、うち1種類については令和4年4月から特産品であるシャインマスカットを利用したエールの販売を行っている。取扱店については市内外で128店舗となっており、今後200店舗の販路拡大を目指し、主に首都圏の飲食店オーナーや小売店バイヤー等を対象にブルワリーや果樹農家などフルーツエールが生まれる環境を視察してもらうモニターツアーを開催する予定としている。

今後の取組としては、2019年の東日本台風や2020年からのコロナ禍の影響により消費量が低迷しているということがあり、開催されるイベントを通して生産量、消費量を増やしていきたいと考えている。