

○3番（藤田謙二議員） おはようございます。3番藤田謙二でございます。ただいま議長より発言のお許しをいただきましたので、通告順に従いまして一般質問をさせていただきます。

1つ目は、地域産業の振興という観点から、常陸太田ブランドの創出・育成と、ひたちおおた名産品販売促進についてお伺いいたします。

現在本市では、市の認証品を含めた農産物や農産加工品の販路拡大に向けた取り組みに励まれているものと認識しております。昨年7月にオープンした複合型交流拠点施設、道の駅ひたちおおたの整備を初め、朝どり野菜の中野区への輸送事業などについても、本市基幹産業である農業の販売力向上に大きく寄与しているものと感じています。地域産業を支える担い手づくりといった観点からも、農産物や特産物の知名度をアップし、さらなる消費拡大を図りながら、生産者の所得向上へとつなげていくことがとても重要になってまいります。

そこで、市内で生産されたすぐれた農林水産物や加工品等の生産拡大や販路拡大を支援することはもちろん、新たな商品等の創出が大切になってくるわけではありますが、（1）常陸太田ブランドの創出・育成について、①として、総合戦略事業の1つにも掲げられています新たな商品・加工品づくりの現状についてお伺いいたします。

また、同じく総合戦略事業として、（2）ひたちおおた名産品販売促進が掲げられ、平成30年度までに特産品等の通信販売購入目標数として500品を目指すとされています。公益社団法人日本通信販売協会によりますと、2015年度の通販の売上高は、前年比5.9%増の6兆5,100億円となり、金額ベースでは前年に比べ3,600億円の増加となったということであります。マイナス成長を記録した1998年度以来、17年連続して増加傾向が続き、直近10年の平均成長率も6.9%となっているようであります。この市場規模というのは、百貨店業界と並ぶ規模だそうで、その数字からもいまや通信販売が消費者の生活に欠かせない一般的な買い物の手段になってきたと言えると思います。

インターネットの普及に加え、スマートフォンの利用者が増大するなど、今後も成長が続くであろうネット販売ですが、①として、WEBサイト開設によるインターネット販売体制について進捗状況等をお伺いいたします。

次に、販路拡大についてですが、日本貿易振興機構ジェトロ茨城貿易センターによりますと、2014年から2016年にかけて、ベトナムやマレーシア、タイなど、3年間で40社のバイヤーを茨城県に招待し、商談会を14回にわたって実施したところ、下妻のナシを初め、県内産のメロンやカキがマレーシアへ、常陸牛や日本酒もベトナムへと輸出されるようになり、食品のほかにも笠間焼や歯科用特殊注射針、精密金型、さらには物だけにとどまらず、立体包装の容器の製法についてライセンス契約を結ぶなど、知的財産の輸出にまで分野が広がっているとのことであります。

中でもナシの輸出による産地活性化の普及効果としては、全国版のニュースやメディアで海外に輸出された人気の下妻のナシと多数報道されたことにより、下妻のナシのブランド化に成功したこと、遠くは北海道から宅配依頼もあるなど日本全国からの注文が急増したこと、直売所では朝、首都圏からの買い物客で行列ができるようになったこと、取り扱っていなかった一部の大型

スーパーでも販売がスタートし、今では全国のチェーン店でも取り扱ってもらえるようになったこと、10キロ当たりのナシの販売価格が前年度比で12%増となり、生産農家の所得が増えたこと、ナシの苗木の購入数が毎年数十本だったのが1,000本を超えるなど生産者のやる気が向上したことなど、多岐にわたって好影響を及ぼしているとのことであります。

そのような県内事例もある中、本市としても農産物等販路拡大促進事業補助金による事業者支援として、平成30年度までに商談成立件数20件を目標に掲げてありますが、②として、本市における全国及び海外に向けた販路拡大の取り組み状況についてお伺いいたします。

2つ目は、地域のにぎわいづくりという観点から、着地型ツアーの推進と県北地域の教育旅行推進についてお伺いいたします。

旅行者のニーズが多様化する中、従来の旅行会社が企画する発地型観光と異なり、観光客の受け入れ先の地域が独自のプログラムを作成し、現地集合解散する着地型観光が注目されてきています。日本での市場規模は現在331億円とのことで、海外では着地型観光に特化したオンラインプラットフォーム（Get Your Guide）が多くのサイト訪問者を獲得し、人気を集めているようであります。観光名所めぐりなどの定型的なパッケージになりやすい発地型観光と比較し、旅行会社ではなく地域の人提案する着地型観光は、地域の文化や自然に根差した体験を楽しむことができることから、その地域の魅力を味わう上で従来の定番旅行では少し物足りなさを感じている旅行者をターゲットに、地域の振興にもつながるものと期待されています。そこで①として、本市においても着地型体験交流プログラムの創出に取り組まれています。その現状についてお伺いいたします。

また、昨秋、県北地区を会場に実施された県北芸術祭においては、65日間の会期中に77万6,000人が来場され、経済波及効果も35億円に上ったということで、実行委員会サイドでも継続開催を検討しているとのことであります。私も全会場を見て回って感じたことは、作品もさることながら、改めて県北地区の海や山など自然や景観のすばらしさ、名所や食といった地域の見所や楽しさなどを再認識することにつながる貴重な機会となったということでもあります。特に観光という観点から捉えると、広域的な連携のもと、訪れる方により魅力的な旅行を提供していくことこそ県北地域全体としての交流人口の拡大につながり、各関係自治体としてもその相乗効果により得られるものが大きくなるものと感じています。

そこで②として、県北地域関係機関等との連携した周遊観光ルートの設定など、取り組み状況についてお伺いいたします。

次に、（2）県北地域の教育旅行推進についてであります。

昨年3月末をもって解散したグリーンふるさと振興機構が、平成20年度から実施してきた民泊等を中心とした教育旅行推進事業については、交流人口の拡大による地域の活性化を図り、持続可能な地域づくりを図る目的で、平成28年度からその残余財産を事業資金として本市が引き継ぎ、グリーンふるさと圏域を実施区域とした茨城グリーンツーリズムとして教育旅行をサポートしているものと認識しております。

そこで①として、教育旅行等受け入れ体制の各地区における整備状況及び実績等についてお伺

いたします。また、ホームページもリニューアルし、テーマや場所、季節、人数などのカテゴリから、茨城県北田舎生活体験の民泊などが紹介されていますが、②として、情報発信や誘客促進についてはどのように推進されているのかお伺いいたします。さらに③として、受け入れサイドとなる地域を担う人材育成については、どのようにサポートされているのかお伺いいたします。

3つ目は、教育環境の向上という観点から、活力と魅力ある教育環境づくりについて、常陸太田地区の高校との連携促進についてお伺いいたします。

今年1月に、会派太政クラブの視察で、島根県の沖合60キロにある隠岐諸島4つの有人島の1つ、海士町を訪問してきました。この海士町は、平成の大合併時に島同士の合併にはメリットがないと、平成15年12月に任意合併協議会を解散し、覚悟の単独町政を決断、以降、自分たちの島は自ら守り、島の未来は自ら築くという住民や職員の地域への誇りと気概が自立への道を選択させ、さまざまな改革に着手し、人口2,300人の島に、年間約200団体、延べ2,500人もの方々が宿泊して視察に訪れるなど、地方創生のモデル事例を数多く生み出している島であります。

その先進的な事例の1つに「島前高校魅力化プロジェクト」があります。海士町にある島前高校は、隠岐諸島島前3町村で唯一の高校で、少子化の影響を受け、平成9年には77人いた入学人数も平成20年には28人と、約10年間で全学年1クラスになるなど激減し、統廃合の危機に直面していました。高校がなくなることは地域にとってもはかり知れない損失で、島に15歳から18歳の若者がいなくなり、島外の高校に通うと仕送り等も子ども一人につき3年間で450万円程度といった金銭的負担などにより、家族での島外流出も進み、子どもを持つ若年世帯層の島へのUターンやIターンも激減、超少子・高齢化に歯止めがかからない状態に陥るなど、高校の存続は島の存続に直結する問題でもあったわけでありました。こうした学校と地域の危機に対し、平成20年から「島前高校魅力化プロジェクト」が始まり、子どもが行きたい、親が行かせる、地域住民がこの学校を生かして行きたいと思うような魅力ある高校づくりを通して、魅力ある人づくり、そして持続可能な地域づくりを目指そうと、学校だけでなく島前3町村の町村長を筆頭に、保護者や住民、地域の民間事業者やボランティア団体なども巻き込んで、まさに地域ぐるみでの取り組みをスタートさせました。

プロジェクトで最も力を入れたのが、地域の未来をつくる人材の育成です。島前高校の卒業生の95%以上の生徒は、進学や就職で本土に出ていき、将来島に帰ってくる割合は3割、島を出た卒業生に、地元に戻らない理由を尋ねると、多くが「帰りたけれど働く場所がない」「仕事がないから帰れない」などと答えるということでありました。

プロジェクトでは、地域へ誇りと愛着を育むことに加え、仕事を作りに島へ帰りたい、自分の町を元気にする新たなことを起こしていきたいといった地域起業家精神の育成にも重視し、地域を舞台としたキャリア教育を展開、島全体が学校、地域の人も先生というコンセプトのもと、生徒たちが実際のまちづくりや商品開発などを行うことで、創造力、主体性、コミュニケーション能力など、社会で活躍するため、総合的な人間力を磨くカリキュラムを設けました。

例えば、このカリキュラムの中では、地域内外のエキスパートの協力を得ながら、生徒それぞれの興味に応じてプロジェクトチームを組み、船とバスのダイヤ改正や新たな観光マップの作成など、現実の地域の課題解決に挑戦する事業を取り入れたりしています。

また、これまでは島にいると学力が伸びず大学進学に不利という考え方が根深くあり、こうした状況を打破し、離島であっても学力が伸び、島外に出なくても進学できる環境を整えるため、一人ひとりの力を伸ばす教育環境の整備にも力を入れ、今まで弱みだと見られていた小規模校というものを、一人ひとりに手厚い指導が可能な少人数制といった強みへと捉え直すとともに、新たに高校、地域連携型の公設民営による学習塾「隠岐國学習センター」を立ち上げるなど、一人ひとりの学力と人間力を伸ばすプログラムを進めています。

さらに、プロジェクトの重要な柱の1つが、全国から意欲ある多彩な生徒を募集しているということです。島の高校には、「刺激や競争がない」「多様な価値観との出会いがない」「新しい人間関係を作る機会がない」といった不満の声が島内の中学生と多くの保護者にあることがわかり、島の子どもたちや学校、地域によい刺激をもたらしてくれる意欲や力のある生徒を対象に、全国から入学生を受け入れる島留学が開始されました。プロジェクトの成果は思いのほか早く出始め、例えば島の魅力なんて考えたことがなかったという島内出身のある生徒は、島留学で来た生徒たちが「島前っていいよね」と言うのを聞くうちに、気づかなかった島の魅力を再発見できるようになり、将来は島の観光業を元気にしたいといった気持ちへと変化していったということでもあります。

また、島内で常に成績が一番だった生徒が、大阪の進学校から来た生徒にテストで負けたことで火がつき、いい意味でのライバルとして切磋琢磨するようになり、二人の勢いが学級全体の雰囲気まで変え、他の生徒の学力も伸び、生徒の3割が国公立大学に合格するといった、それまでの島前高校では考えられない進路結果となったということでもあります。

プロジェクトを開始してから、入学希望者はV字回復を果たし増え続け、平成24年度からは僻地の高校としては異例の学級増となり、現在では在校生の半数が、北海道から九州まで全国から地域活性化や国際貢献など多様な関心を持った島外の学生が入学する学校へと変革されてきています。島留学が増えたことで赤字続きだった寮も定員を超え、新たな寄宿舎の建設が必要なほどとなり、親も一緒に移住するケースや、島前高校に入りたいと小中学生を連れて教育移住する家族も出てきているということで、こうした影響もあり、60年間一貫して減少を続けてきた海士町の人口は、ここ数年間増加に転じているとのことでもあります。

こうした結果により、島前高校へは、全国の学校や行政、研究機関、民間企業等からの視察や研修が相次ぎ、島根県を初め、他の都道府県でも自治体と高校とが協働し、地域としての教育の魅力化を図り、地域の魅力を向上させるという動きが広がりつつあります。

また、公立高校の全国募集も県教育委員会が認めればできるということで、島根県では現在、県立の19校が全国募集をしていて、2016年度、県外からの入学者は184人に達し、県内の高校生も26年ぶりに増加に転じたということでもあります。

鹿児島県肝付町の既存の県立高校を衣替えしてできた全寮制の中高一貫男子校、県立楠隼中

学・高校でも、町内に観測所を持つ宇宙航空研究開発機構と連携した宇宙学が売りで、中学生の4割、高校生の3割が県外からの入学者となっており、滋賀県立信楽高校も、信楽焼などの技術を学べるコースに、2014年度以降に県外から10人の生徒を集め、北海道奥尻町の奥尻高校は、生徒減少に危機感を抱いた町の主導で、2016年に道立から町立に移管し、まちおこしなどのテーマを授業に盛り込み、2017年度から全国募集を始めるとのことです。

そんな各地に共通していることは、公立高校を都道府県任せにしてきた従来の姿勢から一転し、市町村が我が町の問題として捉えて、主体的に魅力向上に取り組むようになってきているということです。そのような中、本市も現在3校の公立高校が存在していますが、2年後の平成31年には、太田二校と佐竹高校が統合され、2校体制へと減少となります。さらに、統合となる新たな高校については、魅力ある特色などいまだに不透明で、進学を控える中学生や保護者の間には不安も高まってきています。

そこで、平成27年12月議会でも県や市内3高校と市とのかかわりについて取り上げさせていただいた際に、市内の中学生が積極的に地元の高校を選べるよう、それぞれの高校が魅力ある教育活動、中学生が選択できる特色ある学科等の設置について、引き続き県に、あるいは高校に要望してきたいと答弁されていますが、1年余りが経過した中、①として、常陸太田地区の高校との連携促進についての連携の必要性に対するご所見と、その後の進捗状況についてお伺いいたします。

以上、3項目9件についてお伺いいたしまして、私の1回目の質問を終わります。答弁のほどよろしくお願いたします。

○益子慎哉議長 答弁を求めます。農政部長。

〔滑川裕農政部長 登壇〕

○滑川裕農政部長 農政部関係の地域産業の振興についての2点のご質問にお答えいたします。

まず、1点目の常陸太田ブランドの創出・育成における新たな商品・加工品づくりの現状といたしましては、本市では農業者等の所得向上施策の一環として、農産物などの付加価値を高めることを目的とした新商品の創出及び既存商品のグレードアップについて、その事業に要する経費の一部を支援する農林水産物加工品等開発支援事業を平成23年度に市単独事業として創設するとともに、一般社団法人地域総合整備財団ふるさと財団の新技术・地域資源開発補助事業を活用し、新たな6次産業化への取り組みを推進してまいりました。

今年度までの当該事業の2事業の利用者は延べ24名で、本市の特産品である常陸秋そば、常陸青龍及びカボチャを原料とした焼酎・ワイン、在来種の餅米による菓子類等のほか、常陸秋そばの冷凍手打ちそば、新技术を取り入れた干し柿、乾燥野菜、飲むヨーグルトの他品種化など26品目、また、道の駅のオープンにより事業者独自での商品開発への取り組みも盛んとなり、赤土常陸秋そば振興部会による菜種油、地元のしょうゆ、納豆を使った菓子類など14品目、合わせて40の商品が開発されています。これらの商品については、市の認証特産品として認証するとともに、道の駅ひたちおたでの販売及びふるさと納税の謝礼品として活用がなされています。

以上のような制度の利用及び道の駅のオープンにより、少しずつではございますが、取り組みへの機運も高まりつつあるものと考えております。また、平成29年度以降につきましても、国の交付金による地場の牛乳を活用した新たな加工品づくりを計画しているところでございます。今後も引き続きさらなる商品開発等に向けた支援及び販売の場の確保に努めてまいります。

続きまして、2点目のひたちおおた名産品販売促進におけるWEBサイト開設によるインターネット販売体制といたしましては、本市の特産品などの販路拡大の手段の1つとして、国の地方創生先行型交付金を活用し、平成28年1月に市観光物産協会への委託により、民間大手の通販サイト上に「逸品！ひたちおおた」としてWEBサイトを開設いたしました。しかしながら全国一律の形態であり、数多くの商品の中からの選択で購入がしづらいことなどもあり、10月末までの販売数が35品目6万6,344円にとどまるとともに、手数料及びメンテナンスなどの費用対効果の面から11月より道の駅ひたちおおたのホームページ上へサイトを移行し、運営を行っております。現在の通販の環境は、道の駅のホームページから登録する事業者へのアクセスとなっており、利用者の利便性に欠けるなどの課題はございますが、移行後における事業者の月平均販売額は、従前と比較し2割程度伸びている状況にございます。

今後は各種課題の改善により利便性の向上を図るとともに、道の駅のオリジナル商品として季節の野菜セットや特産品詰め合わせ等、より魅力のある商品づくりを推進するとともに、ふるさと納税のサイトとのリンクなど利用者の拡大に努めてまいります。

次に、全国及び海外に向けた販路拡大への取り組みといたしましては、本市では市内で生産された農林水産物及び加工品等を特産品として認証し、生産の拡大、販売の促進の取り組みを推進するとともに、地域経済の活性化に資することを目的とし、市認証品特産品制度を平成24年度に創設しております。

現在までの認証数といたしましては、さきに答弁いたしました新商品も含め、農産物15品目、加工品及び伝統工芸品など47品目、合計で62品目となり、ふるさと納税の謝礼品としての活用、また道の駅での販売を行っております。その販売額は年々伸びており、平成28年度の年間総販売額は約9億円となっております。

また、本市の農林水産物及びそれらを活用した加工品等の販路の拡大において、国内外への商談会などへ出店する場合に、それに要する経費の一部を支援する市農産物等販路拡大促進事業を昨年国の地方創生先行型交付金を活用し創設するとともに、県、ジェトロ茨城及び金融機関等との連携による輸出セミナーや勉強会などを開催するなど、国内外への販路拡大の取り組みを支援してまいりました。当該事業による2年間の支援数は、12の商談会などに延べ30人が参加しております。

なお、その成約の状況といたしましては、新規成約1件、成約が見込めるもの3件、商談継続中が19件となっております。また、このような場合の参加は、参加者のみの商品の売り込みだけではなく、本市のPRに強く結びつくものと考えております。

今後につきましては、従来の支援に加え、海外との取引経験を持つ事業者やジェトロ茨城など関係機関との連携を深め、まだまだ大きな可能性を持つ海外への輸出が一步前進するようさらな

る支援に努めてまいります。

以上ご答弁申し上げましたが、新たな商品づくり及び販売の場づくりにおきましては、継続した長期的な取り組みが重要であり、今後も社会情勢及び消費者の動向等を注視しつつ、引き続き関係機関と連携し、農業者等の所得向上が図られるよう新たな取り組みを支援してまいります。

○益子慎哉議長 商工観光部長。

〔岡崎泰則商工観光部長 登壇〕

○岡崎泰則商工観光部長 商工観光部関係の地域のにぎわいづくりについてのご質問にお答えをいたします。

まず、着地型ツアー推進における着地型体験交流プログラムの創出でございますが、着地型ツアー等によるにぎわいづくりにつきましては、観光客のニーズが単なる観光地めぐりから地域の生活や文化、食材等の地域資源を活用した旅先でしか体験できない、また味わえない本物志向を求める着地型へと変化をしてくれている中で、本市では、野菜や果物等の収穫体験や農作業を初めとする田舎暮らし体験、また、酒蔵めぐりや常陸秋そば等による食の提供など、新しい観光素材の掘り起こしによる誘客促進に取り組んでいるところでございます。

着地型体験交流ツアーにつきましては、市内の生産農家や加工施設、直売所、体験施設等と連携を図りながら、旅行会社や県観光物産協会へ着地型募集ツアー商品として提案を行うとともに、東京都中野区の商店街ツアーへの提案や同じく中野区の観光関連の専門学校との連携による新たなツアー造成等の支援を行っているところでございます。

今年度の実績といたしましては、ブドウ狩りやナシ狩り、ネギの収穫体験などの体験プログラムに酒蔵見学などの施設見学を加え、昼食に常陸秋そばを提供するツアー3件がございました。また、5年ぶりに開催されました若宮八幡宮の御神幸祭と鯨ヶ丘を散策するツアー1件が催行されたところでございます。また、中野区との「なかの里・まち連携事業」による経済交流ツアーや専門学校生によるツアー造成研修、町内会等のツアーなど4件が実施されてきました。

続きまして、県北地域関係機関等と連携した周遊観光ルートの設定についてでございますが、今年度の県北地域における周遊観光ルートの設定状況につきましては、紅葉シーズンの11月に、茨城県と観光バス会社で組織する茨城県県北周遊バス協議会と本市や高萩市、大子町が連携いたしまして、秋の県北周遊バスツアーを募集した結果、21件が催行となり763人が県北地域を訪れたところでございます。

また、本年度新たな取り組みとしまして、本市へ観光バスツアーの誘致を図るため、バス1台当たり5万円の助成を行っておりますが、本年度末の実績見込みといたしましては、ツアー件数62件で2,338人のお客様が本市を訪れる見込みとなっております。主なルートといたしましては、袋田の滝や国営ひたち海浜公園、鹿島神宮等を経由いたしまして、道の駅ひたちおおた、竜神大吊橋、直売所等を訪れる新規ルートが造成されまして、特に道の駅への誘客及び知名度アップが図られているところでございます。

また、大子町との連携による西山御殿、竜神大吊橋、袋田の滝の3つの施設の入場券を格安で購入できる観光施設共通入場券を昨年7月から販売いたしまして、本年1月末現在で5,008枚

を販売しており、広域周遊観光が促進されているところでございます。さらに本年4月から、県北西部を舞台とするNHK連続テレビ小説「ひよっこ」の放送が始まることから、県北6市町の広域的な連携による観光誘客の促進を図ってまいりたいと考えております。

続きまして、県北地域の教育旅行推進における教育旅行等受け入れ体制の整備状況及び実績等についてでございますが、教育旅行につきましては、今年度から本市がグリーンふるさと振興機構から引き継ぎ、県及び県北6市町で県北教育旅行推進会議を設立して推進をしているところでございます。

本市における体験型教育旅行の受け入れを行う農家民泊協議会等の設立状況につきましては、平成20年度に里美地区で1件、平成25年度に金砂郷地区で1件、平成26年度に水府地区で3件、平成27年度も水府地区で2件、本年度も水府地区で1件設立されておまして、本市の現在の受け入れ農家数は8協議会で182戸となっております。県北6市町の受け入れ農家数344戸の半数強に当たる52.9%が常陸太田市で占めているというような状況となっております。

また、本市の受け入れ実績につきましては、平成20年度が2校で138人、平成21年度は4校で198人、平成22年度は2校で142人、平成23年度と24年度につきましては、東日本大震災の影響で実績はございませんでしたが、平成25年度が3校で127人、平成26年度は4校で367人、平成27年度は4校で289人、本年度は5校で683人の小中学生や高校生を受け入れてまいりました。

続きまして、情報発信や誘客促進についてでございますが、教育旅行の業務を受託しております市観光物産協会では、県北6市町の教育旅行における体験メニューの魅力を紹介する茨城グリーンツーリズム専用ホームページや、各種情報誌、パンフレット等により情報発信を行うとともに、教育旅行専属スタッフによる県内及び首都圏を中心とした教育委員会や学校等への訪問による誘致活動、さらには教育旅行を取り扱う旅行会社のエージェンツ等への営業活動による誘致促進を図っているところでございます。また、海外からの受け入れにつきましても、県や国の青少年交流事業等と今後連携を図ってまいりたいと考えております。

続きまして、地域を担う人材育成についてでございますが、教育旅行を受け入れる農家民泊協議会の設立に当たりましては、民泊受け入れに興味のある、あるいは取り組みたいという町会を初め、地域で積極的に活動をしているボランティア団体等に対しまして、民泊事業のよさを理解していただけるよう説明会や研修会等を行い、設立の支援をしてきたところでございます。

今後も引き続き地域に精通した方々が知恵を出し合って工夫を凝らしたプログラムが展開できるよう、優良事例の紹介やグリーンふるさと振興機構が発行した体験型教育旅行、安全管理マニュアル等を活用した研修を行うなど、人材の育成に取り組んでまいりたいと考えております。

○益子慎哉議長 教育長。

〔中原一博教育長 登壇〕

○中原一博教育長 常陸太田地区の高校との連携促進についてのご質問にお答えいたします。

平成31年4月に、県立高校再編により太田二高と佐竹高校が新しい高校に統合されることと

なっておりますが、このような中で本年度の市内の高校の最終志願倍率を見ても、太田一高は1.07倍、佐竹高校が1.05倍、太田二高普通科が0.88倍、商業科が0.78倍であり、統合を前にしての大きな影響は出ていないものと捉えております。また、市内の中学生の市内にある高校への進学状況を見ても、10年前は50%を切っておりましたが、このところ55%を超えている状況でございます。

このような状況にある中で、今後市内の高校への進学を希望する生徒をさらに増やしていくためにも、高校が生徒にとって一層魅力あるものになっていく必要があると考えます。特に統合されてできる新しい高校では、本市の資源である歴史や文化等を体験的に学習する学校設定科目を置いたり、商業コースで観光ビジネス、福祉コースでは保育や福祉などについて学んだりする科目を設置する予定であると伺っております。これはこれまで県や高校に対して本市の実態やニーズに応じた特色ある教育内容を要望してきた結果と捉えております。

さらに平成29年度には、市長を初め、副市長、教育長、当該校長、地元選出県議会議員等で構成される新校設置推進協議会が設置され、新しい高校での特色ある取り組みや校名候補（案）に関する意見交換の場がもたれることになっております。その席上、統合される新しい高校が生徒たちにとってぜひ学びたいと思えるような魅力ある高校とするため、市教育委員会としまして、市内の中学生の希望やニーズ等を十分に把握した上で、ニーズに合わせた授業や特色ある教育活動の展開、進路指導の充実、魅力ある部活動のあり方について意見を述べてまいりたいと考えております。

いずれにいたしましても、少子化が一層進む中で、統合される新校を初め市内の高校が、市内の中学生はもちろんのこと、市外からの入学希望者もさらに増えるような魅力ある学校となるよう、市教育委員会といたしましても課題やニーズ等をしっかり捉えまして、引き続き県や市内の高校に要望してまいりたいと考えております。

○益子慎哉議長 藤田議員。

〔3番 藤田謙二議員 質問者席へ〕

○3番（藤田謙二議員） それでは2回目の質問に入ります。

大項目1、（1）常陸太田ブランドの創出育成についての①、新たな商品・加工品づくりの現状については理解をいたしました。

この新商品開発の分野は、永遠のテーマであって、終わりのない事業であると思います。ゆえに地道に継続性をもって取り組んでいく必要があるものでありまして、その意欲がなくなった時点で地場産業の発展というものもなくなってしまふものと感じています。そのためにも、農商工連携による6次産業化を推進していくことというのが重要になってくるわけですが、この6次産業化への取り組み状況についてはどのように進んでいるのかお伺いをいたします。

○益子慎哉議長 答弁を求めます。農政部長。

○滑川裕農政部長 6次産業化への取り組み状況でございますが、現在まで40の商品が開発されるなど、その機運は高まりつつあるものと感じております。しかしながら、開発には生産者のみの立場からではなく消費者のニーズに沿った商品の開発が重要であることから、今後につきま

してはニーズ調査や専門家による講習会や技術支援などを実施し、今後さらなる取り組みへの意欲の向上が図られるよう努めてまいります。

○益子慎哉議長 藤田議員。

○3番（藤田謙二議員） ぜひ道の駅の施設自体も最大限に有効活用しながら、地場産物を活用した新たな加工品開発等にも取り込まれるなど、道の駅が好調な成果をおさめているときにこそ、さらなる6次産業化の促進を図っていただきたいと望むとともに、道の駅以外へも波及効果が広がるように期待をしております。

次に、(2)ひたちおおた名産品販売促進についてのWEBサイトによるインターネット販売体制については、当初の目標数に近づけるためには大幅な改善が必要であるというふうに感じています。自分も道の駅のホームページから購入を試みましたが、現在のWEBサイトは階層が非常に複雑でわかりづらいのとあわせて、企業が独自でネット販売を行っているページへとアクセスされる仕組みとなっていて、購入方法がまちまちでとても利用しにくい状況にあります。答弁でも改善に努められるということではありますが、ぜひふるさと納税のようにトップページからワンクリックでアクセスでき、注文方法なども統一性を図っていただきたいというふうに望みます。

そこで、見直しまでの目標を明確化させるためにも、いつまでに改善を図るのかといった期限を定めることが大切かと思いますが、その点についてご所見をお伺いいたします。

○益子慎哉議長 答弁を求めます。農政部長。

○滑川裕農政部長 平成29年度中には改善できるよう、常陸太田産業振興株式会社と調整を進めてまいります。

○益子慎哉議長 藤田議員。

○3番（藤田謙二議員） また、「特産認証品」と「ひたちおおた名産品」という表現が使われておりまして、この特産認証品というのは非常にわかりやすいんですけども、この2つの違いというものがちょっとわかりにくい感がありますが、今後ネット販売を計画している名産品というものは、どのような商品を対象にしているものなのかお伺いいたします。

○益子慎哉議長 答弁を求めます。農政部長。

○滑川裕農政部長 名産品とは、その地域の産品であることが全国にもよく知られ、評判のよいお土産品となるような商品のことでございます。本市におきましても、認証特産品については現在62品目でございますけれども、今後その数を増やしつつPRに努め、全国の皆様方に認知度のある名産品となるよう今後取り組んでいこうとするものでございます。

○益子慎哉議長 藤田議員。

○3番（藤田謙二議員） WEBサイトに関しましては、できれば商品のラインナップも、ふるさと納税の謝礼品との互換性を持たせるなど、本市としての売りの商品というものをわかりやすく整理した上で、迅速なネット販売環境の整備に期待をしております。

次に、②の全国及び海外に向けた販路拡大の取り組みについては、現状理解いたしました。ぜひ1つでも早く、成功事例を築き上げるということが全体の相乗効果としてよい刺激となり、底

上げにもつながるものと思いますので、商談及び成立へとつながった商品及び事業所に対し、メディア等にもうまく取り上げてもらえるような話題性づくりなど、積極的な支援により販路拡大はもとより、生産意欲の向上や所得向上へと結びつけていけるようなサポートに期待をしております。

次に大項目2，（1）着地型ツアーの推進についての①，着地型体験交流プログラムの創出については、今年度の実績として、「なかの里・まち連携」4件を含めた8件のツアーが催行されたということではありますが、この着地型ツアーを推進するに当たっては、どのような課題があると捉えられているのかお伺いいたします。

○益子慎哉議長 答弁を求めます。商工観光部長。

○岡崎泰則商工観光部長 着地型ツアーを推進するに当たっての課題でございますが、これまで着地型ツアーの取り組み方につきましては、旅行業務の専門的な知識がない中で手探りでのメニューづくりや提案を行ってきたため、市内に限定した周遊設定や限られた旅行会社へのエージェント等への提案だったことが課題として考えられております。今後は市観光物産協会の教育旅行推進グループ内に、旅行業務の専門知識を持ちました旅行業務取扱管理者、これを4名配置いたしましたので、この職員らと連携いたしまして、本市を含む魅力的な広域周遊プランづくりや営業活動を今後行ってまいりたいと考えております。

○益子慎哉議長 藤田議員。

○3番（藤田謙二議員） 各地でも同様の取り組みが推進されつつある中、独自性のある魅力的なプログラムであると同時に、何といたっても知名度を高めていく必要があると感じています。

そこで①と②の両方に関連するんですけれども、今後この広域連携における魅力アップや県北発展のための知名度アップについては、どのように取り組んでいかれるのかお伺いをいたします。

○益子慎哉議長 答弁を求めます。商工観光部長。

○岡崎泰則商工観光部長 先ほどの答弁でも触れましたが、県北の知名度をアップする絶好の機会となりますNHKの連続テレビ小説「ひよっこ」の放映が4月から始まりますが、これに伴いまして県及び県北6市町並びに観光関連事業者等で設立いたしました茨城県北「ひよっこ」推進協議会を中心といたしまして、本市並びに県北地域の魅力を全国へ発信するとともに、「ひよっこ」に関連した着地型ツアーの造成など、県北6市町の広域連携による観光誘客の促進と地域経済の振興を図ってまいりたいと考えております。

○益子慎哉議長 藤田議員。

○3番（藤田謙二議員） 過去の朝ドラにおきましても、ロケ地となった地域への観光客の増加や経済効果等、好影響を及ぼしているとのことでありますので、ぜひ1つのツールとして誘客へとつながる効果的な取り組みに期待をしております。

次に、（2）県北地域の教育旅行推進についての①，教育旅行の受け入れ体制については、既に市内で8つの協議会が設立され、受け入れ農家数も県北全体の半数以上を占めているということで、特に本年度は過去最高の実績を上げるなど、よい傾向にあるものと感じました。

そのような中、教育旅行の受け入れ時期というのはどのような状況になっているのか。また、

繁忙期が偏っているようであるならば、閑散期等の受け入れ対策については今後どのように考えているのかお伺いをいたします。

○益子慎哉議長 答弁を求めます。商工観光部長。

○岡崎泰則商工観光部長 教育旅行の受け入れ時期につきましては、おおむね5月下旬から11月上旬となっております。特に7月下旬からの夏休みに集中をしているところでございます。

12月から4月までの閑散期の受け入れ対策といたしましては、外国人、インバウンドによる教育旅行の受け入れや、大人や個人の受け入れにつきましても今後検討してまいりたいと考えております。また、大規模学校等に対応できるよう、さらに民泊農家の確保に努めるなど年間の稼働率を高め、農山村の所得の向上を図ってまいりたいと考えております。

○益子慎哉議長 藤田議員。

○3番（藤田謙二議員） この受け入れ季節が限定されがちな教育旅行の将来の方向性として、ぜひノウハウを蓄積しながら一過性に終わらせることのないように、新たな産業として定着、発展していけるような取り組みに期待をしています。

新年度については、農水省においても、農山漁村の所得向上を実現する上での重要な柱として農泊を位置づけ、農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる体制整備を目指し、意欲ある地域を重点的に支援する農泊推進対策を新設して、観光庁とも連携しながら施策の推進を図ることとありますので、そのような支援策も可能であるならば活用しながら、受け入れ農家の拡大やさらなる意欲向上へとつなげていっていただきたいと思っております。

②の情報発信や誘客促進については、着地型ツアーの推進同様に認知度を高めることとあわせて積極的な誘致活動に期待をしています。

③の地域を担う人材育成についても、ホスピタリティーを初め、参加者の視点に立った魅力的なプログラムの展開が図られるよう取り組んでいっていただきたいと望みます。

最後に大項目3、（1）活力と魅力ある教育環境づくりについての①、常陸太田地区の高校との連携促進については、本市からの県や高校に対する特色ある教育内容の設定についての要望等もある程度届いているとのこと、特に新年度から設置される新校設置推進協議会では、市長、副市長、教育長も構成メンバーに加わることとありますので、これを機に市と公立校のさらなる連携に期待をしております。

人口減に悩む地方の公立高校では、ユニークな授業を売りに生徒を全国募集する動きも広まってきておまして、その背景には、廃校が地域消滅の引き金になりかねないという地元の危機感があるといえます。地域に高校がなくなれば、その影響は子どもたちが地元で教育を受ける機会が奪われるだけにとどまらず、子育て世帯の転出に加え地元商店の利用者も減り、さらに鉄道などの交通網も維持が難しくなる可能性がでてきてしまいます。

先ほども例に挙げました「島前高校魅力化プロジェクト」にコーディネーターとして携わった岩本悠氏は、これまで地域づくりの文脈において、教育や学校というのは余り注目されてきていなかった、しかしここで子どもを育てたいという教育ブランドを築くことで、子育て世帯の若者の流出を食い止め、逆に子連れ家族のU・Iターンを呼び込むこともできる、教育には地域を変

える大きな可能性が秘められている、資源の乏しい島国においては「ヒト・ワザ・チエ」こそが最大の資源であり、箱物づくりから人づくりへ軸足を変えないことには生き残れない。これは島前を初めとする過疎地域の実態であると同時に、これから日本全体が直面していく大きな課題である、この島前の試行錯誤から見えてきたものが、同じような課題を抱える多くの学校や地域の活性化に向けた一助になることを願うと述べられています。

ぜひ本市におきましても地域と高校が連携を深め、子どもが行きたい、親が行かせたい、地域住民がこの学校を生かしていきたいと思うような魅力ある高校づくりを通して、魅力ある人づくり、そして持続可能な地域づくりを目指したさらなる取り組みにご期待申し上げまして、私の一般質問を終わります。