

エコアイランド宮古島推進事業について

日時：令和7年5月13日

場所：宮古島市役所

視察目的：宮古島市では、2008年に「エコアイランド宮古島宣言」を行い、持続可能な島づくりに向けた環境施策を市民・行政・事業者が一体となって推進している。視察では、再生可能エネルギーの導入状況や地下水資源の保全、地域通貨など多角的な取り組みについて説明を受け、特に再エネ導入と環境教育・行動啓発の先進的事例について知見を深めることを目的とした。

対応者：宮古島市 企画政策部 エコアイランド推進課 課長 下地洋子

参加議員：海老原 一郎、篠塚 昌毅、小坂 博、今野 貴子、勝田 達也、矢口 勝雄、奥谷 崇、滝田 賢治、柳澤 健二

説明内容：宮古島市は、沖縄本島から約300km離れた離島自治体で、平坦な地形と山・大河の不在から生活用水を地下水に依存している。地下水は琉球石灰岩層に蓄えられており、保全が地域の重要課題となっている。主産業はさとうきび等を中心とした農業と観光。伊良部大橋の開通により観光客は増加し、コロナ前には年間100万人を超えたが、オーバーツーリズムによる環境負荷も顕在化している。

こうした背景のもと、宮古島市は平成20年に「エコアイランド宮古島宣言」を行い、平成30年には「1000年先の未来へ」というキャッチフレーズのもと再宣言を実施。取組は「自然環境の保全」「資源循環」「地域産業の振興」の3本柱からなり、地下水の窒素濃度、家庭ごみ、再エネ自給率、サンゴ被度、固有種保全の5ゴールを設定している。

地下水保全では、施肥管理や有機肥料活用による硝酸性窒素流出の抑制に努めるほか、生ごみや牛ふんを堆肥化し資源循環を実現している。エネルギー分野では、脱炭素先行地域に選定され、PPAモデルによる太陽光発電を市営住宅に導入。住民は安価な再エネ電力を利用でき、停電時のバックアップ電源としても機能している。導入率は60%超。来間島ではマイクログリッドの実証実験も行われ、令和6年の停電時には一部地域で独立運転による早期復旧を実現した。

また、環境行動へのインセンティブとして「理想通貨」を導入。市民がエコアクションを行うことで協力店舗で使える通貨を受け取れる仕組みで、行政負担はなく、地域連携による推進が図られている。観光客の認知度はまだ低いため、今後の周知強化が課題。

住宅については、観光・移住ニーズの増加で住宅不足が深刻化。教職員や医療従事者の着任困難が生じており、空き家活用や住宅供給策の充実が求められている。加えて、観光客の環境意識醸成のため「サステナブル・ツーリズム連絡会」が設立され、多言語ガイドやマナー啓発の取組も進められている。

質疑応答：

Q1. 宮古島市における電気自動車（EV）の普及状況はどうか。

A1. 宮古島市内の登録車両数は約5万台である。そのうち電気自動車は約0.4%であり、全国平均の0.3%をやや上回っている。今後は観光業界との連携により、レンタカー等での導入促進が期待されている。

Q2. PPAモデルの仕組みと導入実績について。

A2. PPAモデルでは、太陽光設備を民間事業者が所有・管理し、住民が使用電力を購入する。市営住宅を中心に導入が進められており、停電時のバックアップ電源としても機能している。導入率は60%を超えている。

Q3. 地域通貨「理想通貨」の運用と認知度の推移について。

A3. 理想通貨はエコアクションに対するインセンティブとして配布され、協力店舗で利用できる。令和元年の認知度は9%、令和2年には35%まで上昇した。観光客の認知度は1%程度にとどまっており、周知活動が課題となっている。

Q4. 再生可能エネルギー導入に伴う系統安定化への影響はどうか。

A4. スマートコミュニティ実証事業により、太陽光発電と蓄電池を組み合わせたマイクログリッドの運用が開始された。令和6年の全島の停電時には、一部地域で自立稼働が成功し、電力復旧に貢献した。

Q5. 空き家の活用や住宅供給の取り組みについて。

A5. 移住者や観光業従事者の増加により住宅不足が深刻化している。市では空き家のリノベーションや活用促進を行っており、教職員や医療関係者向けの住宅確保が急務となっている。

Q6. 環境啓発に対する市民および観光客へのアプローチはどうか。

A6. 市民にはテレビCMや学校教育を通じた広報活動、観光客には空港や宿泊施設で配布する多言語対応のガイドラインによって啓発を行っている。特に観光協会主導のサステナブル・ツーリズム連絡会の取組が注目されている。



訪問税について

日時： 令和7年5月14日

場所： 竹富町役場（行政拠点：石垣市）

視察目的： 竹富町における観光客の急増と、それに伴う財政的・環境的課題に対処するための新たな財源確保手法である「訪問税」の制度設計、運用スキーム、及び住民や関係事業者との合意形成プロセスについて理解を深め、土浦市における今後の観光施策や地域財源確保の検討に活かすことを目的とした。

対応者： 竹富町役場 訪問税準備室 課長 荒城 様

参加議員： 海老原 一郎、篠塚 昌毅、小坂 博、今野 貴子、勝田 達也、矢口 勝雄、奥谷 崇、滝田 賢治、柳澤 健二

説明内容： 竹富町は、沖縄本島から約400km離れた八重山諸島に位置し、7つの有人島と複数の無人島から構成される離島自治体である。町の人口は約4,000人に過ぎない一方で、年間訪問観光客数は100万人を超えており、特に竹富島には人口の実に1,000倍を超える30万人超の来島者が訪れる。これにより、水道、ゴミ、交通インフラ、公衆トイレなどの維持管理コストが増大し、町の財政を大きく圧迫している。

こうした状況の中、竹富町では令和3年度から観光客由来の財政需要に対応すべく「訪問税」の導入に向けた検討を本格化させた。特に参考としたのが、広島県廿日市市が宮島訪問税として導入した制度であり、同様に町民には課税せず、観光客のみに限定して課税を行う点が評価された。

訪問税制度は、法定外普通税として設計されており、その用途は観光振興、インフラ整備、環境保全、防災体制強化など多岐にわたる。制度導入にあたっては、まず審議会を設置し、住民説明会やパブリックコメントを通じて町民・事業者の意見を丁寧に反映。課税対象は竹富町民以外とし、免除対象には町内通勤者、学生、障害者、修学旅行引率者等が含まれる。税額については、検討委員会により1,000円・2,000円・3,000円の案が提示されたが、当初は観光業への影響を考慮し、1,000円での運用開始を予定している。また、頻繁な来訪者や出身者に対しては、年額5,000円で免税となる訪問税パスポートの制度も導入予定である。徴収方法については、当初、船会社による特別徴収方式を想定していたが、協力が得られなかったため、町が独自に港のターミナル内で券売機やQRコード決済等を活用した徴収体制を構築する方針へと転換した。今後は、デジタル技術を活用した効率的な徴収と利便性の確保により、確実な課税と負担軽減を両立させる仕組みづくりを進めていく。この訪問税によって、年間最大10億円の歳入増が見込まれ、これをもって町民サービスと観光関連施策のバランスを図る。また、制度導入後も数年ごとに見直しを行うことで、社会情勢や観光動向に柔軟に対応していく方針が示された。

竹富町におけるこの取組みは、自治体の規模を問わず、観光と地域社会の共生を実現するモデルケースとして注目されるものであり、今後の土浦市における制度設計にも多くの示唆を与えるものであると感じられた。

質疑応答

Q1. 訪問税に対する町内外の反応は？

A1. 令和6年10月に実施されたアンケートでは、約80%の来訪者が制度導入に肯定的な回答をしており、町民からも理解が得られている。議会も導入に積極的であり、町全体として高い合意形成が図られている。

Q2. 税の徴収方法は？

A1. 船会社による特別徴収方式は協力が得られず断念。代替手段として、港のターミナル内に券売機・係員・QRコード対応の窓口を設け、町独自の徴収体制を整備する予定。

Q3. 課税免除の対象者は？

A3. 竹富町内の住民、通勤者、学生、障がい者、教育目的の団体・引率者、6歳未満の未就学児などが免除対象となる。

Q4. 税収の財政管理はどう行うのか？

A4. 訪問税は普通税であるが、観光関連施策を中心に、歳出の見える化と透明性確保のため、予算案とともに使途の公表、審議会での検証などを行っていく予定。

Q5. 今後のスケジュール感は？

A5. 令和7年度内に条例制定、総務大臣同意を経て、令和8年度に徴収体制の整備と周知を行い、令和9年度からの本格施行を目指している。



石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取組について

日時：令和7年5月15日

場所：石垣市役所

視察目的：石垣市における地域資源を活用した特産品のブランディング施策について学び、土浦市の地域資源を活かしたまちづくりに資する知見を得ることを目的とした。

対応者：石垣市 農林水産商工部 畜産課 課長 本原弘也

石垣市 議会事務局 議事調査係 仲山慶政

参加議員：海老原一郎、篠塚昌毅、小坂博、今野貴子、勝田達也、矢口勝雄、奥谷崇、滝田賢治、柳澤健二

説明内容：

■石垣市畜産課：石垣市では畜産業が主要産業の一つであり、特に「石垣牛」のブランド化に注力してきた。平成13年の沖縄サミットにて晩餐会で提供されたことで知名度が一気に上昇し、平成20年には地域団体商標を取得している。石垣牛は八重山群島で一定期間以上肥育された黒毛和種を対象としており、品質基準を満たす牛肉のみが「石垣牛」のラベルを貼付されて流通している。生産者団体、JA、行政が一体となり、専用飼料の配布やマニュアルによる管理を徹底し、品質向上と統一基準の維持を図っている。

また、観光客減少による需要低下時には、地元消費を促進する目的で「お肉券（商品券）」を発行するなど、行政支援による流通促進策も講じてきた。さらに、石垣牛を活用したふるさと納税返礼品としての展開や、ギネス記録を狙った大規模なバーベキューイベントの開催によって、石垣牛の全国的な認知拡大を図っている。

現在は海外輸出も視野に入れており、マカオやタイ向けに輸出認定を受けた食肉センターの整備を進めているほか、今後は台湾への輸出も目指して手順整備を進めている。

■石垣市農政経済課：石垣市では農業においても多様な特産品が存在しており、中でもパイナップルやマンゴー、オクラ、米（水稻）が主力品目である。

パイナップルについては、生食向け品種の導入と甘みの強さを特徴とする完熟収穫の徹底により、加工用中心だった時代から脱却し、高単価販売に成功している。また、国産パイナップル発祥の地という歴史的背景もあり、ブランド力向上を目指して「パイナップル大使」の任命や海外フェア（例：マレーシア・イオン）による販路開拓を実施中である。

マンゴーは温暖な気候を活かして無加温栽培を行っており、太陽の恵みを最大限に活かした濃厚な甘さが特徴。市場では高級贈答用ブランドも展開しているが、一方で摘果マンゴーなどを家庭用として直販する取組も行われている。

水稻については、日本一早い新米の産地（超早場米）として「カンムリワシ米プロジェクト」等、環境保全と連携したブランディング施策を検討中。冠ワシの生息地保全と水田活用

を組み合わせた取り組みで、生物多様性との共生型農業を目指している。

オクラは年間通して栽培が可能な気候を活かし、空輸による鮮度維持を図りながら、全国3位の出荷量を誇っている。カット野菜市場の拡大にも対応し、機械メーカーと協業して現地加工・提供スキームの検討も進められている。

質疑応答

Q1. コロナ禍での石垣牛の需要減退に対して、具体的にどのような行政支援を行ったのか。

A1. 市民向けに「お肉券（1000円分を800円で販売）」を発行し、地元消費を促進。全4回実施し、最大で5万枚発行、うち3万3000枚が流通。消費喚起と流通支援を図った。

Q2. 石垣牛の輸出について、どの国を主なターゲットとしているか。

A2. 現在はマカオおよびタイ向けに輸出が実施されている。今後は台湾を中心に輸出国を拡大したいと考えており、そのための施設基準整備や認定取得を進めている。

Q3. 海外への輸出にあたっての課題は何か。

A3. 各国ごとの衛生・品質基準の違いが最大の課題であり、特に台湾は基準が厳しい。30ヶ月未満の牛のみ輸出可などの制限があるため、施設整備とガイドライン準拠が必要。

Q4. 畜産農家の数はコロナ禍前後で減少したか。

A4. 畜産農家の数は横ばいであるが、高齢化と後継者不足は課題。生産維持には行政支援と担い手確保策が不可欠。

Q5. 石垣市の米（水稲）の生産について、ブランド化の具体的な取組はあるか。

A5. 「カンムリワシ米」として、環境保全と連動した新たなブランディングを計画中。水田が冠ワシの餌場として機能することで、自然との共生と農業振興を両立させたい。

Q6. 水稲農業の担い手確保について、具体策はあるか。

A6. 市外農家との連携や、冬場に県外農家を受け入れるモデルを模索中。また、地域計画の中で農地集積や機械共有なども検討している。

Q7. 地域の加工業者との連携はあるか。

A7. 例として紅芋タルトやピパーツ（島胡椒）などが地域素材として活用されている。地元企業や商工会と連携し、お土産品としての展開も進んでいる。

Q8. GI登録（地理的表示保護制度）の導入予定はあるか。

A8. 今後、農水省の支援制度等も活用しながら、GI登録など法的保護も検討していく。偽

装対策や信頼性の強化に繋がるため、前向きに協議中。

Q9. 観光客向けの商品展開や啓発についてはどうか。

A9. ブランド認知向上のため、イベント出展や宿泊施設での特産品提供、ふるさと納税返礼品などを通じた訴求を行っている。観光協会とも連携し、消費者理解を促進している。



宮古島市・竹富町・石垣市行政視察報告書

海老原 一郎

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

宮古島市は、離島なので、エネルギー資源は島外依存ということもあり、地産地消による資源循環が必要で、更に、地下水窒素濃度上昇などもあり、エコアイランド宮古島宣言をして、再生可能エネルギーの導入や、様々な脱炭素施策を促進していることが必要なことになりました。土浦市でも、2050年までに二酸化炭素排出実質ゼロを目指す「ゼロカーボンシティ宣言」を表明していますので、この点は、特に参考にはなりません。但し、エコアイランド活動を行った市民に、地域クーポンである「理想通貨」を配布することについては、土浦市での「地域通貨」の発行については、先日、所管の産業建設委員会の視察でも視察してきたが、検討すべきテーマであると思いました。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

竹富町では、視察時にはまだ「訪問税」は、導入されておらず、本年度の議会で提案されるという前提で視察の説明を受けました。4200人の人口で、年間（令和5年）約835千人の観光客数（内、日帰り57%）に対応するためには、訪問税の導入は必要だと思いました。また、外部からの来訪によって発生・増幅する行政需要は2つに分類でき、一つ目は、来訪・観光目的によって発生する行政需要（観光フィールドの維持管理、利用ルール運用、訪問者向けの防災対策事業）と、二つ目は、町民にも提供しているサービスでその数値が増幅する行政需要（港湾ターミナルの清掃、ゴミ処理、水道供給整備、海浜清掃、診療所等の医療体制確保）であること。その税金は、目的税か普通税の選択が必要ということが分かりました。土浦市でも、何らかの要因で来訪者が急増し、それがしばらく続くようなら検討しなければならぬと思いました。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組みについて」石垣牛のブランド化においては、やはり石垣牛の定義づけ及び流通体系の確立と品質管理の徹底について取り決めされていることが分かりました。さらに、石垣牛のブランド化に至るまで、取り組み当初から約10年かかっており、ブランド化はすぐには出来ないことも分かりました。また、石垣市では、石垣牛以外の農産物としては、「石垣島パイナップル」（農水省では正式名称を、パイナップルではなく、パイナップルと呼んでいる）「石垣マンゴー」「石垣水稲」「石垣オクラ」のブランド化を図っていました。石垣島パイナップルでは、販売を、加工中心から生食パイナップル中心にすること、石垣マンゴーでは、太陽光だけで熟成栽培していることをPRすること、石垣水稲では、日本一早い新米「超早場米」のPRとカンムリワシ米プロジェクトを行っていること、石垣オクラでは、航空でオクラを輸送し、新鮮さを謳っていることの説明を

受けました。それぞれの農水産物で、様々な取り組みを図っていました。土浦市でも、農産物ではれんこんやグラジオラス、梨を土浦ブランドとして認定していますので、農産物のブランドについて取り組んでいます。石垣市でも、説明の中で、後継者問題が出ました。土浦市でも、日本全国での問題でもある後継者対策を急いで取り組まなければいけないと思いました。

篠塚昌毅

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

宮古島市では昭和50年より人口減少、交流人口の増加、産業活動の推移から生活の豊かさが増す一方で、島の自然環境の負荷が多くなりなどの諸問題を解決する為に「いつまでも住み続けられる豊かな島＝持続可能な島づくり」エコアイランド宮古島の取り組みが始まり、平成30年に「千年先の未来へ」を標語としエコアイランド宮古島を宣言しました。推進計画では、地下水の保全やごみ対策などの環境保全とエネルギー自給率、エネルギーコスト対策に取り組む資源循環、持続可能な観光、自然を守り活かす観光と事業者間の連携による地域内経済環境づくりの産業振興の3点を重視し行動計画を策定し、様々な事業を実施しています。事業の一つの「再エネサービスプロバイダ事業」は市営住宅40棟に太陽光発電設備及びエコキュートを無償で設置し、電力をエコキュート及び市営住宅の共用部へ自家消費売電するなどの複合的なエネルギーサービスを行い、現在では60棟に拡大しています。現在ではエコアイランド公式サイトやSNSを活用した事業の紹介やエコ活動に参加した市民が受け取れる「理想通貨」の配布など、様々なツールを使い、取り組みの可視化しています。持続可能な島づくりを目指す「エコアイランド宮古島」の様々な取り組みは、これからの街づくり欠かせない重要な事業が多々有る大変参考になる視察となりました。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

8つの島を有する竹富町の人口は4,200人、そこに年間約百万人の観光客が訪れる観光地となっていますが、町税の徴収実績は過去12年間では年間で約4億5千万と観光客数の増加が町税アップに繋がらない状態となっている為、来訪者の増加により発生、増幅する行政需要の多くを、費用を町民が負担する状況となっています。そこで、来訪者によって発生する行政需要の一部を来訪者に負担していただく為に訪問税の導入を2018年から検討が始まりました。来訪者を受け入れる為の環境整備について、石垣港より高速艇で約15分の竹富島を例に上がると人口328人の竹富島の人口に対する観光客数の比率は約1,500人と多くの観光客が島を訪れます。来訪者が利用する道路の維持管理、駐車場の整備、無料Wi-Fiの整備、水道施設や公共トイレ、海岸の清掃などの行政需要は約10億円弱と算出されていま

す。これら外部からの訪問によって発生、増幅する行政需要に対応するためには、普通税で構築する必要があるため、法定外普通税の竹富町訪問税を来訪者から徴収する竹富島訪問税を導入する事になりました。税率は来訪者のアンケート調査、住民説明会を実施するなどの様々なデータを収集し、検討委員からの答申を踏まえて1,000円としたそうです。導入時期については、竹富町訪問税に関する法整備を本年度中まとめ、条例案を議会に提案し、令和10年頃に導入を目指しています。インフラ整備費や扶助費の確保等々、歳出が年々増加傾向にある地方自治体における自主財源の確保は各自治体が頭を悩ませている大きな課題ですので、竹富町が検討している法定外普通税の徴収に関する取り組みは大変参考になりました。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産物の取り組みについて」

平成12年の沖縄サミット晩餐会において「石垣牛」が使用されてから「石垣牛」を商標登録し石垣牛のブランド化が始まったそうです。平成23年には石垣牛串焼きギネス世界記録107.6メートルを達成、令和5年には人口五万人達成を祝って同時にBBQをした最多人数2,220のギネス記録を更新しています。近年では海外輸出に力を入れ、令和6年には石垣市役所を会場に輸出セミナーや輸出に向けたネットワーク形成をする事業を実施していました。その他にも沖縄振興特別推進交付金を活用し、市内の飲食店等において食用に供される地元産肥育牛の確保と生産体制の拡充を図る「優良肥育素牛育成事業」や海外へ輸出する為の施設整備を支援する「肥育牛販路拡大推進補助事業」口蹄疫等の侵入防止対策として「家畜等伝染病対策支援事業」を実施していました。主要農産物では、パインアップル、マンゴー、水稲、オクラの4種類の農産物のブランド化に取り組んでいます。石垣島パインの特徴はハウスを使わない路地栽培が主流で、この方法により、より自然な環境で完熟した甘いパインが出荷されています。6月1日を石垣島パインアップルの日に制定し、石垣パインのブランド化を推進しています。石垣マンゴーの特徴は、袋を被せたマンゴーを樹上で完熟させ、自然落下したものを販売する地元の人でも限られた時期しか食べられない貴重なフルーツです。今後の課題としては、生産量の確保とブランドの確立をあげていました。石垣市で推進しているブランド化の取り組みは、土浦市で実施しているブランド認定事業の推進に大変参考になる事業でした。

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

エコアイランドという言葉から想像する以上に、宮古島では実践的な取り組みが行われていると感じました。特に印象に残ったのは、再エネ導入と地下水の保全を生活の中に落とし込んでいる点で、数字だけでなく地域の人々の意識改革も伴っているところがすごいと感じます。

また、理想通貨という仕組みもユニークで、市民の行動にインセンティブを与えつつ、行政コストをかけずに取り組んでいるというのは注目すべき点だと思いました。

このような地域ぐるみでのエコ施策は、土浦でも分野ごとに応用の余地があると感じています。特に子どもたちへの環境教育の部分など、学ぶ点が多くありました。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

竹富町の訪問税導入の話は、とても興味深いものでした。観光客の急増による課題に対して、住民に負担をかけず、新たな財源をつくるという発想は、地域の現状を踏まえた現実的な対応策だと感じました。

徴収方法や免除対象者の設定など、制度設計の細部にも工夫があり、住民との合意形成を丁寧を重ねてきた姿勢も印象的でした。

土浦市においては状況は異なりますが、都市観光やイベント時の財源確保のあり方について、何かしらの応用可能性はありそうだと感じました。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組みについて」

石垣牛のブランド構築には、想像以上に細やかな工程と組織の連携があることを学びました。専用飼料や品質管理だけでなく、観光との連動やふるさと納税など、あらゆる方面に戦略を張っている印象です。観光需要が落ち込んだ際の「お肉券」の活用は、柔軟なアイデアとして非常に参考になりました。

また、農産品に関しても、パインやマンゴー、水稻といった主力品目ごとに異なるアプローチをとっており、農政の多層性を感じます。特に、カンムリワシとの共生を打ち出した米のブランディングは、環境と経済の両立という点で秀逸でした。

こうした石垣市の多角的な取組は、単なる産地振興を超えた地域経営のあり方として、今後の土浦市の農業政策や地域資源の活用にとっても大きなヒントとなるのではないかと感じました。

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

宮古島は四方を海に囲まれた隆起サンゴ礁からなる平坦な島で、大きな河川などはなく台風や干ばつを受けやすい厳しい自然環境にある。干ばつの対策として豊富な地下水を利用することを目指して地下に貯水ダムを建設し水源開発を行った。群井方式で各地にFP（ファームポンド）を設置。災害や干ばつによる人口減少は抑制したが、人口の増加とともに地下水質が悪化した。産業活動（農業生産）の活性化に伴い農業用の肥料の余剰が地下水に流れ込むことに起因する地下水汚染。地下水保全条例や農畜産業の対策で現在は安定化した。近年では定住人口の減少の中で交流人口の増加により必要になるインフラ整備の住民負担が増加している。交流人口の増加での消費活動増加による不法投棄の発生など環境負荷が高まっている。住み続けられる島実現のためにエコアイランド宮古島宣言 2.0 しエコアイランド推進計画を行っている。

環境保全（バイオP、堆肥化事業、環境、地下水など条例整備）や新エネルギー（風力、太陽光発電、バイオエタノール等）への転換。など島嶼型スマートコミュニティー実証事業で脱炭素。住民が主体的に行う理想通貨制度エコアイランドに関わる活動への特典提供の仕組みづくり。市民がエコ活動をして、エコ活動団体が市民に通貨配布、通貨は市内の57店舗（令和5年度）で利用可。など取組の可視化している。地域課題を解決する民間ノウハウを活かした法人の設立で地域の持続可能性を目指している。

宮古島の視察で感じたことは、定住人口減少、一方で交流人口は増加、それらを支えるインフラ整備やサステイナブルな仕組みをいかにつくるのか。が重要である。交流人口の増加が島に何をもたらすのか。住民にいかに恩恵をもたらすのか。が大切。土浦市においても、目指している交流人口の増加が、未だオーバーツーリズムには至っていないが、市民に何をもたらすのか。何を期待して誘致の施策を行うのか重要。交流人口の誘致で市の負担と恩恵を可視化していくことが重要である。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

観光客が増えても税収は変わらないということは重要な問題点である。竹富島の観光収入は島外に本店がある法人のものだから。一方で受け入れのためのインフラ整備は増加。具体的に道路整備維持、駐車場整備、無料Wi-Fiの整備、水道施設の再整備、公共トイレの整備・維持管理、また来訪者が利用する海岸の清掃、排出されるごみ処理。人口に対する観光客の比率は島の人口は328人。島民1人に対して、観光客は1,492人。1,492倍。土浦市に日本の人口全てが訪れるのと同じ。その整備を考えれば大変なことである。土浦市の入れ込み観光客数はコロナ前の平成30年度には約174万人。コロナで大幅に落ち込んだが近年回復傾向にある。竹富では来訪者に対する行政需要は約10億円弱であり、100万人の観光客で割ると一人当たり約1000円程度。また観光防災ができていないことは問題である。目的税ではなく普通税で行う理由は使用用途の自由度があることである。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組みについて」

石垣牛

平成 13 年の沖縄サミット晩餐会で食されたことから名声が高まり平成 20 年特許庁より地域団体商標「石垣牛」登録が認可されたことで需要が増えた。品櫃格差があることから定義づけ及び流通体系の確立と品櫃管理の徹底について取り決めた。飼料マニュアルの統一化も行っている。一方それ以前から石垣牛名で流通しているものもありブランドは統一していない。販売販路拡大のためにギネス記録達成などの活動を行う。海外への輸出を行うために食肉処理施設 HACCP 認証を取得して、令和 4 年にはマカオ、タイ向けの食肉処理現場認定。農水省推進の GFP 沖縄輸出セミナーを行う。今後は地理的に近いことを活かして台湾への輸出を行う。

農産物

パインアップル 日本のパイン自給率は 5%を下回っている。沖縄県は国産パインの 99.9%を生産している。石垣島のパイン生産額は平成 30 年度から令和 4 年度の 4 年間で 2.7 倍強の伸びを見せており大幅に成長している。パインは追熟しないので収穫前の熟度は美味しさを左右する重要な要素である。その点で海外産パインに対して有利さがある。ギフトやカットフルーツも需要が高まっている。今後はイオンのマレーシア店舗での販売を行う。キャッチフレーズは世界に誇る日本の夏の味覚 石垣島パインアップル。

マンゴー 高級な宮崎産と安価な輸入品との間でいかにブランドを確立していくべきかが求められている。米 日本一早い新米 超早場米として 2 期作を行い一定の需要がある。しかしマンゴーなどと比べて事業性が低い。休耕田をビオトープ化して沖縄固有種であるカンムリワシのえさ場にしており、カンムリワシ米としてブランド化を目指している。いずれもブランド化にあたり、生産の地理的優位性、生産品のブラッシュアップ、などの戦略を行政、生産者、仲買事業者と連携をして行っている。

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

宮古島市の取り組みは、自然環境に制約がある離島という特性を活かしながらも、都市部でも応用可能な先進事例を数多く含んでいた。特に、再生可能エネルギーの地産地消モデルや、環境行動を促す地域通貨制度、住民を巻き込んだ教育活動は、持続可能な地域づくりのモデルケースとして高く評価できる。

また、宮古島全体としては、美しい自然環境と調和した生活文化が印象的であり、地域の人々の環境に対する意識の高さが随所に感じられた。観光地としての魅力を保ちつつ、持続可能性を追求する姿勢は、今後の地域づくりにおける重要なヒントとなると感じた。今回の視察を通じて得た知見は、離島という制約を逆手に取った創意工夫や、住民参加による持続可能な地域づくりの重要性を再認識させられるものであった。本市においても地域特性を生かした環境政策の構築に役立てていきたい。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

竹富町は、人口約 4,000 人の小規模な離島自治体でありながら、年間 100 万人以上の観光客を受け入れており、特に竹富島には人口の 1,000 倍を超える来訪者が集中していることに驚かされた。観光による経済効果の一方で、水道、ゴミ、公衆トイレなどのインフラ維持にかかるコストが増大し、町の財政的負担が深刻な問題となっているという説明を受け、観光と地域の共生をいかに実現するかが大きな課題であると実感した。

今回の視察を通じて、観光客由来の負担を適切に地域に還元し、住民の生活環境と観光資源の保全を両立させる仕組みづくりの重要性を強く感じた。竹富町の取組みは、自治体規模にかかわらず、観光と地域社会の共生を目指す多くの市町村にとって有益な先事例となるものであると考える。土浦市では自転車でのまちづくりに取り組んでおり、その結果サイクリングに訪れる方が増えているが、経済的な効果が見えていない現状がある。本市における地域財源の在り方や観光政策を検討する上で大いに参考となる内容であった。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組みについて」

石垣市は、豊かな自然環境と温暖な気候を活かし、畜産業・農業を中心とした地域資源の活用に積極的に取り組んでいる。今回の視察では、特に「石垣牛」のブランド化をはじめとする特産品の高付加価値化と、地域全体で支えるブランディングの仕組みについて学ぶことができた。

石垣牛は、平成 13 年の沖縄サミットでの提供を契機に全国的に注目され、平成 20 年には地域団体商標を取得。生産者、JA、行政が連携し、飼料や飼育管理の統一基準を徹底することで、品質の維持とブランド力の確立を図っている点は大変印象的だった。今後は海外輸出の本格化も視野に入れ、インフラ整備を進めているとのことで、グローバル市場を見据えた地域産業の姿勢に大いに刺激を受けた。

農業分野でも、パインアップルやマンゴー、オクラ、米など、多彩な品目で地域特性を活かしたブランディングが進められている。特に、完熟収穫による高品質化を実現したパインや、無加温栽培による濃厚な甘さが特長のマンゴーの取組、そして「カンムリワシ米プロジェクト」による環境保全と農業の連携は、地域ならではの価値創出の好例であると感じた。

今回の視察を通じて、石垣市の地域資源を活かしたまちづくりには、明確なビジョンと多様な関係者の連携、そして市場ニーズに応じた柔軟な発想が重要であると再認識した。土浦市においても、霞ヶ浦やレンコンといった地域資源の魅力をさらに高め、観光や地域振興と連動したブランド展開に取り組む際の有益なヒントを多数得ることができた。

今野 貴子

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

宮古島は日本でも有数の観光地で、素晴らしい景観資源に恵まれています。近年は本土直行便の新規就航などにより観光客は増加し、オーバーツーリズムの影響で自然環境にも負荷が増大しています。そういったことから、島内資源の循環や再生可能エネルギーの地産地消の取り組みを進めることが必要となってきました。

さらに、人口減少や少子高齢化により島の衰退も予測され、宮古島市の将来目指すべき姿として、「エコアイランド宮古島」というビジョンが誕生しました。

「千年先の未来へ」のスローガンのもと、「地下水を守る・サンゴ礁を守る・資源とエネルギーを大切に作る・ゴミのない宮古島を目指す・すべての生物が共にいける環境づくり・よりよい地球環境を取り戻し、守るため行動すし、未来へバトンタッチする」というスローガンを掲げました。

具体的には、環境保全として生活排水対策や科学肥料の低減化、家畜排泄物対策。サンゴ礁の保全には、赤土流出として農地対策・森林保全など多岐にわたって行動計画がなされています。

土浦市に比べ、観光資源や観光客にはことかかない宮古島は、土浦市とは異なる問題を抱えています。自分たちのまちの未来のための施策づくりに取り組む姿勢は、土浦の特性から捉えた問題意識をもっと持たなければいけないことを感じました。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

竹富町は年間100万人の観光客が訪れます。特に竹富島は人口300人に対して観光客は1,000倍の30万人が訪れます。これによりゴミ処理、公衆トイレ、水道整備など行政需要が増加し、来訪者に対応するための行政サービスを町民が負担していることとなります。そのような状況の中、安定的に来訪者に対応していくために、来訪者に訪問することで発生する行政需要の一部を負担してもらう訪問税を導入しようというものです。

国からの交付税は、観光客は算定対象になっていず、ゴミ処理など行政サービスを町民だ

けで賄うのは負担が大きく、町の整備などが難しくなります。このような問題を解決するため「訪問税」の導入に向けて動きはじめました。

料金設定は、来訪者に対応するための行政需要は10億円弱と算出し、そこから竹富町の年間観光客数100万人で換算すると、一人1,000円程度と算出しました。しかし、来訪者と住人の区別（島出身者・学生の帰省など）はどうするか。現時点で予算不足のため、必要ではあるが実施できていない施策もあるなど、導入後も状況を見ながら見直しを行うこととしています。

訪問税は広島宮島の宮島が日本で先駆的に導入した制度ですが、現在、日本のいたるところでオーバーツーリズムが発生している現状で、今後この制度が各地に広がるのが予想されます。地域の問題だけでなく、日本全体としての問題として捉える必要があると、視察を終えて思いました。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組みについて」

◆石垣市畜産課 石垣牛ブランド化について

石垣牛ブランド化は、平成12年の沖縄サミット晩餐会に食されたことがきっかけで名声が高まり、その後平成20年に地域団体商標「石垣牛」登録が認可されことからスタートしました。

ブランドを守るために、出荷者条件と対象条件を厳格に定めています。出荷者は振興センターを通じ、適正な飼養管理のもとで行われていること。JAおきなわが供給する飼料を利用すること、などとしています。

この事業はJAと石垣島牛改良組合肥育部会とが、連携して「石垣牛」ブランドを形成してきたものです。平成6年からスタートし、今日、日本中に名を知られるようになりました。その努力は勿論ですが、それまでのやり方の視点を変えて、取り組んだことが大きいと感じました。今までしてきたことを変えるということはとても難しいことです。それを行ってきたことが、石垣牛ブランド化の成功の源なのだというのを改めて感じました。

◆石垣市農政経済課 各種ブランド農産品の取組について

今では多数の地域で、特産品の品質の向上・管理の徹底などでブランド化を図っています。ネーミングも工夫されているものも多く、そのブランド化に一役買っています。石垣島の主要な農産物は、石垣島パイン・石垣マンゴー・石垣水稲・オクラなどです。石垣パインはかつて加工用のものが主でしたが、生食用への転換を図ったことがブランド化の出発でした。高単価販売に舵を切り成功しています。

石垣マンゴーは最近、日本でもポピュラーになった高級果実です。どのようにブランド化したかは、丁寧で手間暇をかけた品質づくりでした。その一番が石垣市のマンゴー農家によって確立された「ポトリ果マンゴー」です。マンゴーの実に袋をかけて樹上完熟落下まで待っての収穫により、味が濃密になり美味しいマンゴーを作ることに成功しました。低価格品との差別化を図り、販売の強化、マンゴー研究会などを立ち上げ、ブランド化を推し進めて

います。

その他の農産物である水稲・オクラなどに関しても、それぞれブランド化を目指しています。沖縄という地域性を活かした品質作りや手間暇をかけた高級品づくりが石垣市の農産物ブランド化の主体になっていました。

それらは、どの地域でも同じことだと思います。そのことを学んできました。

奥谷 崇

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

宮古島市では『いつまでも住み続けられる豊かで持続可能な島づくり』を目指し、千年先の未来へ向けての様々な取り組みを学びました。

農水産業と観光業が主な産業となる宮古島は、大きな河川がなく、水源を地下水に頼らざるを得ないため、交流人口の増加などにより地下水汚染や不法投棄等が増加。離島ならではの課題解決とともに、限りある資源を有効に使い、島民を巻き込みながら5つのゴール(地下水の水質改善、家庭系ごみ排出量削減、エネルギー自給率向上、サンゴ被度改善、固有種の保全)を目指していました。

そのなかでも、民間事業者や市民と連携しながら脱炭素施策には積極的に取り組んでおり、エネルギー消費を抑え、快適な生活が可能となる建築技術を取り入れ、モデルハウスを通じて普及を図る『エコハウス普及啓発事業』、電気自動車の普及促進を図る『EV普及促進事業』、島内電力の需給を最適化しエネルギー自給率を高める『島嶼型スマートコミュニティ実証事業』等の様々な施策を説明いただきました。

島嶼部という事情があるにせよ、脱炭素への取り組みは全世界共通の課題であるため、本市の取り組みに応用できるものがあるかを含めて、今回説明を受けた数々の事業内容をもう一度精査し、今後に役立てたいと感じました。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

人口4,000人の竹富町全域に年間100万人の観光客が訪れている現状。そのためインフラ整備やごみの処理など過大な行政サービスが必要となっているが、その多くを町民が負担し、財源不足により必要な行政サービスが提供できない状況も発生しているとのこと。特に人口約350人の竹富島では、人口に対する入域観光客数の比率が非常に高く、標準を上回る多くの行政需要が発生しています。4,000人の人口を抱える竹富町全体では、住民1人に対する観光客数が226人に対し、竹富島では1,492人と町全体の約6倍となっています。そのため、将来にわたって継続的に来訪者に対応するための財源として、令和6年から令和10年までの行政需要予測が5か年平均で約7億円が必要となるため、訪問税(1人1,000

円)を検討しているとの説明でした。

私も何度か竹富島を訪問し、宿泊した経験もありますが、島の素敵な文化や豊かな自然を守り、多くの皆さんに竹富の魅力を知ってもらうため、また、島民の持続的な生活を維持するためにも必要な措置だと実感しました。導入されたら訪問税を払って、ゆっくり訪ねてみたいと思います。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組みについて」石垣市では『石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組み』について説明を受けました。亜熱帯の気候を活かしてさとうきび、パイナップル、マンゴー等の熱帯果樹、水稲、葉タバコ、花卉、野菜等、多様な生産が展開されています。特に農作物生産の7割弱を占める肉用牛は、沖縄県内生産頭数のおよそ30%を占めており、県内有数の生産地となっています。

平成12年の沖縄サミットを契機にブランド化が進んだ石垣牛。ギネス記録を狙った石垣牛のBBQ大会を2回開催したり、海外の市場を開拓するために第三セクターで食肉処理場を開設する等、地域の皆さんとブランドの魅力発信に積極的に取り組まれていました。

また、マンゴーやパイナップル、オクラ、水稲等のブランド化の取り組みについても丁寧に説明していただきました。

私からはコロナ禍における畜産農家への支援策、酪農家数の推移について質問させていただきました。県内飲食店の休業等により落ち込んだ消費を喚起するため、市民に対して20%のプレミアムが付いた『お肉券』を4回販売し、生産者を支援されたとのことでした。関東では石垣ブランドは、まだ十分に浸透していないため、これからのPR活動に期待し、応援していきたいと感じました。

滝田 賢治

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

エコアイランド宮古島！太陽光発電のエコパークや市民一体のエコ店舗は、自然を守り経済を元気にするモデル！土浦市も霞ヶ浦でエコな未来を築けると確信しました。

- ・霞ヶ浦の湖畔で太陽光パネル！電気を売って市の収入アップ⑤
- ・エコな水郷桜イルミネーションで、観光客を呼び込み、全国にPR
- ・ふるさと納税でエコ土浦をサポート！みんなの力でまちを元気に！

の様に地域資源と都市計画の基盤を活かしエコ都市モデルを構築できればと感じました。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

竹富町の「訪問税」は、島の自然と文化を守るための必要な施策だと感じました。観光業への影響や徴収システムの課題は、持続可能な観光政策において重要なポイントでありまし

た。こういった取り組みは全国の観光地にとってモデルであり、今後の本市の観光事業に活かせればと思いました。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組みについて」石垣牛は沖縄県石垣市および八重山郡で生産される黒毛和牛で、地域資源の活用と厳格な品質管理により全国的なブランドを確立しています。水稻生産との連携も視野に入れつつ、取り組んでいます。

石垣牛は、JA おきなわが定める基準（黒毛和種、生後 20 カ月以上八重山地域で肥育、日本食肉格付協会の格付等）を満たす牛肉。温暖な気候での周年放牧、泡盛粕を活用した発酵飼料、日光浴によるミネラル補給が特徴で、さっぱりした脂と甘みのある味わいが評価される。

石垣牛ブランド化の成功要因や市役所は JA や生産者とどう連携しているのか品質管理や販売拡大を支援しているのかを学んできました。

石垣牛ブランド化事業は、地域資源を活かし、品質管理と観光連携で成功した地方創生のモデル。年間 750 頭の希少性を強みに、販路拡大や水稻との循環型農業を推進。市役所の支援は農家所得や地域経済に貢献するが、生産量拡大や農家減少が課題。農業や畜産業はどの地域も同じ課題があった。本市も持続可能な政策への応用にいろいろと参考し活用していきたいです。

柳澤 健二

1. 沖縄県宮古島市「エコアイランド宮古島推進事業について」

宮古島市における「エコアイランド」構想は、再生可能エネルギーの導入や地下水資源の保全、地域通貨の活用など、持続可能な地域づくりを多角的に進める先進事例であると感じた。市営住宅への PPA モデル導入や、離島でのマイクログリッド運用により、停電時でも地域が自立して電力を確保できる体制が構築されており、エネルギーの地産地消に向けた強い意思を感じた。また、エコアクションへの対価として配布される「理想通貨」は、行政の財政負担を伴わずに地域の協力で運用されており、市民の行動変容を促す優れた仕組みである。さらに、地下水保全や環境教育、観光マナーの啓発など、行政と地域住民が一体となった取り組みが展開されており、総合的な環境政策のモデルとして高く評価できる。土浦市においても、本事例を参考にしながら、地域資源を活かした環境政策や市民参加型の仕組みづくりを進めていく必要があると感じた。

2. 沖縄県竹富町「訪問税について」

竹富町における訪問税の導入は、急増する観光客によるインフラ負荷や財政的課題に対応するための合理的かつ実効性の高い手法であると感じた。観光業への影響を考慮しつつも、

1,000 円の課税に踏み切った判断は、町民・事業者との丁寧な対話と合意形成の結果であり、地域主体の政策決定の好事例である。徴収方法については、船会社との調整が難航する中で、町独自の券売機や QR 決済を用いた仕組みを構築し、柔軟な対応力を発揮していた。また、訪問税パスポート制度などの工夫により、頻繁な来訪者への配慮もなされており、持続的な制度運用への意識の高さがうかがえる。今後の税収見込みや財政透明性の確保に関する説明も明確であり、制度の信頼性向上にも寄与すると考えられる。観光と地域社会の共生を目指すこの取組は、自治体規模を問わず導入可能な先進事例として、土浦市における将来的な財源確保や観光政策の参考となる内容であった。

3. 沖縄県石垣市「石垣牛ブランド化、各種ブランド農産品の取り組みについて」石垣市における畜産・農産品のブランド化は、地域資源を最大限に活用した優れた取り組みであると感じた。石垣牛については、生産・流通・販売まで一貫した管理体制が構築されており、観光需要に依存することなく、地元消費促進やふるさと納税を通じた販売強化が図られている。特に、コロナ禍における「お肉券」発行などの柔軟な支援策は、行政が現場とともに動いている好例である。また、農産品においても、気候を活かした高品質なパイナップルやマンゴーの生産、さらには「カンムリワシ米」に代表される環境保全型のブランディングが印象に残った。農業の担い手確保や加工体制の強化など、共通する課題もあったが、官民の連携によって持続可能な産業構築が進められている点は非常に参考になった。今後、土浦市においても、地域資源を見直しながら、ブランド価値の向上と販路拡大に向けた施策を展開していく必要があると感じている。