

# 高島和男



県議員として去る9月18日に初めて登壇し一般質問を行ないました。現在熊本県では10月を目処に熊本県版の創生総合戦略を策定しようとしています。そこで今回戦略の素案について提案を交えて質問しました。

### 問1 過去の地方政策の総括・検証について

従来熊本をはじめ国内の地方都市は労働力として大都市に人材を提供してきた歴史があり、そのことがわが国の経済の発展の大きな原動力、支えとなったのは紛れもない事実です。

また大都市と地方の関係はこれまでも何度となく論じられてきた古くて新しいテーマでもあります。1960年代にスタートし均衡ある発展を目指した全国総合開発計画、列島改造論、田園都市構想をはじめ、各市町村に1億円を交付した『ふるさと創生事業』、国民1人当たり2万円を配布した『地域振興券』、さらには税収の減少に悩む自治体の格差是正を推進することを目的とした『ふるさと納税』等、呼称こそ違えど、本社や工場の地方分散、拠点開発、税収確保、消費喚起等、時代の変遷とともに地方重視の政策が常に国政の中心にありました。そしてそれぞれの政策は常に国主導で行なわれ内容的には必ずしも一貫したものではありません、人口動態や経済情勢を踏まえて紆余曲折を経てきました。

さらに地方を論じる上で忘れてならないのが市町村の合併です。わが国では明治維新以降、明治、昭和、平成と3度にわたる大合併が行われました。総務省は平成の合併の目的について、地方分権の推進、広域的な行政需要の拡大、構造改革の推進への対処に対応するためとしています。加えて国家財政の危機的状況

があり、合併することで行政を効率化させる意図もありました。

しかしここにきて東京一極集中は拍車がかかり、地方衰退に歯止めはかからず、人口減少という日本人が初めて経験する未知の領域に恐々としているのが現状ではないでしょうか。

総合戦略をとりまとめるにあたり、過去の諸々の地方再生、活性化策に対して本県がどう取り組んできたのか、今日に至った経過を含めて総括・検証することが先決ではないでしょうか。見解をお尋ねします。



答

国主導による政策の一部には地域特性や地域の主体性が考慮されず、全国で似たような事業が展開されるなど問題点もあった。今回の総合戦略において熊本県の特性を活かした独自の施策に主体的に取り組む。

### 問2 中小企業需要創成法について

私には現在23歳の長男と21歳になる長女がいます。長男の同級生の多くが昨年大学を卒業して就職しました。その中で高校卒業後、熊本を離れ関東や関西に進学した子供たちの多くは、熊本に帰ることなく就職しました。保護者に聞くと総じて「熊本に帰ってきて働く場所が無い」とのことでした。一部を除き雇用さえあれば人は誰も生まれ育った所で生活したいと思っています。大都市に学生が集まるのは就職のことを考えるからであり、良質な雇用の場があれば地元を離れることはありません。

したがって最も重要な事は補助金頼みではない持続可能な事業と雇用機会の創出です。そしてその担い手はやっぱり民間企業ではないでしょうか。県はじめ自治体の役割は民間と連携をはかることで新たな商機を創出し、地域経済を活性化させることで雇用増加につながる循環システムを構築することです。

本県には約53,000の中小企業があり、生産年齢人口の約4割にあたる40万人もの人々が働いています。すなわち中小企業に元気があれば県下全域に活力がみなぎることになります。

先月8月10日施行された『中小企業需要創成法』は創業10年未満の新規中小

企業者への配慮を規定して、創業間もない中小企業者の官公需への参入促進を目的としています。創業間もない、しかし優れた商品やサービスを有する企業のネックは、販売実績に限りがあり対外的な信用が不十分のため受注機会が少ないことです。この法律が施行され短期間で実績を得て信用を向上させることは、創業間もない中小企業ばかりかこれから起業を志す人たちにとっても明るい話題だと思います。『中小企業需要創成法』について今後の本県の取り組み、与える効果・影響についてお尋ねします。



答

中小企業需要創成法の施行に伴い、新規事業者の商品・サービスを登録し、各省庁や全国の自治体が情報活用する「ここから調達サイト」の運用が始まった。この取り組みを県内中小企業、市町村等関係機関に広く周知することで県内新規中小企業の登録と活用を促進していく。また官公需施策に積極的に取り組み、若手企業家の支援や新事業創出で県内産業の活性化と雇用創出に努める。

### 問3 九州焼酎博物館と熊本駅周辺開発について

本県の外国人宿泊客数の推移を見ると、H16年に169,000人だったのが10年後のH25年には423,000人と250%の伸びを示しています。H25年を見ると韓国からの宿泊客が237,000人で全体の56%、次いで台湾の9,8000人で23%を占めています。

今後ラグビーワールドカップや女子ハンドボール世界選手権大会も開催されますが、最近の外国人宿泊客数の推移、台湾・高雄に続き事務所を開設した香港との定期便の就航、昨今のインドネシア、シンガポールとの交流を考えるとより一層アジアに軸足を置いた体制を整えるべきです。そしてそこには素案にもあるように九州各県との連携が不可欠です。そこで提案するのが九州焼酎博物館の設立です。

九州には本県と沖縄の米、鹿児島島の芋、宮崎のそば、大分と吉岐の麦、奄美大島の黒糖、というように各県独自の材料を使用した焼酎が存在します。

この九州で産れ育んできた焼酎の博物館をJR九州が予定している再開発事業

に組み入れるのはいかがでしょうか。本県の陸の玄関といえる熊本駅は単にJRの一駅ではなく、これからの本県、そして九州全体を見渡した場合、吸引力、集客力、そして話題性のある施設をJRと本県が二人三脚で考え、運営する責任があるのではないのでしょうか。

国内外の旅行者や焼酎愛飲家はまず九州焼酎博物館で焼酎の歴史・文化を学び、その後目当ての蔵元を求めて人吉・球磨、鹿児島、宮崎、大分へとJR各線で足を運ぶ…九州観光が点から線、そして面となって全体の底上げになり、同時に熊本駅が通過駅から九州観光の起点になることが期待されます。

提案した九州焼酎博物館の感想を含めて、JR再開発事業に対する直近の取り組みについてお尋ねします。



答

H26年、熊本商工会議所が「熊本駅0番線跡地利活用検討会議報告書」をJR九州に提出した経緯がある。その中に『焼酎』を題材にした施設が例示されており検討対象の1つであろうと認識している。

### 問4 母体・新生児の県外搬送の解消について

近年わが国の家族の形態、子供の存在は大きく様変わりしました。昭和前半期の産めよ増やせよの大家族から高度経済成長期はテレビ、洗濯機、冷蔵庫といった『三種の神器』の揃った生活が国民の夢であり、核家族なる言葉も誕生しました。最近では携帯電話を一人一人が持ち歩くといった具合に家族という塊が個々の時代になった感じがします。

また子供の存在も大きく変化しました。家族経営の農業中心社会では子供は働き手として貴重な労働力であり生産性を高めるための存在でした。ところが産業構造が一変しマイホームに住むサラリーマンにとって子供は愛しい分身に変貌しました。

さらに少子化の根深い理由に子供を忌避する風潮がある気がします。小学校の近くの住民が子供の声を騒音と訴えたり、保育園を迷惑施設として作らせないことが



話題になったりと、子供をまるで邪魔者扱いするような話題を見聞きします。身近なところでも電車やバス、エレベーターにベビーカーの親子連れが入ってきた際に迷惑そうな気配を感じることもしばしばです。「子供は国の宝」と言いつつ、実は社会の一部にそうは思わない空気がよどんでいると思えてなりません。

そこで安心して子供を出産できる環境整備についてお尋ねします。結婚年齢の上昇による晩婚、それに伴う晩産化で高齢出産の場合、母体、胎児ともにリスクが高まるため高度な母体管理が必要となります。現在本県には民間を含めた4つの周産期母子医療センターがあり、日夜、医師、看護師の献身的な治療が行われています。しかしNICUが満床だったり、母体や新生児の病状次第では県内でカバーできずに県外搬送を余儀なくされています。県外搬送は母体、新生児はもとよりご家族にとっても大きな負担が生じます。本県で妊娠、分娩した女性や生まれた子供たち全てが県内でケアできる体制を一刻も早く確立すべきではないでしょうか。

答

H23年に「熊本県周産期医療体制整備計画」を策定。NICUの増床や医師に専用のPHSを導入するなど独自の搬送体制を強化した。その結果最も多かった時期に比べると3分の1に減少し、そのうちの半数が県境の地域からの搬送であり、医療体制が原因の県外搬送はほとんど解消されつつある。

### 問5 住民への理解と協力を仰ぐための手段について

戦略から読み取れる人口流出防止策は、先ず農山漁村へ企業を参入させたり、6次産業化を推進することで地域を再生させる。その後町や村の機能を集約した小さな拠点をつくることで防波堤をつくり、その上で広域連携を図りダムをつくって人口流出を防ぐ内容のようです。確かに総務省や国交省の意向には沿っているかもしれませんが、町や村に住む住民の気持ちは一体どこにあるのでしょうか。

施策には「地域づくり」「まちづくり」といった単語が並んでいますが元々地域・まちをつくる主役は行政ではなく、そこに住む住民のはずです。「地域づくり」「まちづくり」は、先ず住民が町の現状をどう思っているのか、固有の歴史、文化、伝統をこの先どうしようと考えているのか、住民の声に耳を傾けることが最優先のはずです。その上で自治体はどう関与し支援するのか、意見の集約、合意形成等、手順を踏まえて進めることが未来の礎を築く原点ではないでしょうか。

これまで自治体は施策を進める上で住民との丁寧なコミュニケーションが不足していたのではないのでしょうか。戦略における「地域づくり」「まちづくり」の成否は今後の住民との対話、話し合いにかかっているといても過言ではありません。意見交換の機会やHP、『県からのたより』等を駆使した情報発信に尚一層取り組むべきだと思います。住民への理解と協力を仰ぐための手段についてお尋ねします。



答

戦略策定後もHPなどを活用して戦略の考え方等を発信していく。「地域づくり」をはじめとした戦略の個々の事業について、関係者との意見交換などにより県民の声を聞いていく。