

2020/6/24(水)9:45～
総務文教常任委員会資料

2020年度SDGs未来都市等提案書（抜粋）

「かめおか霧の芸術祭」 x X（かけるエックス）

～持続可能性を生み出すイノベーションハブ～

1. 全体計画（自治体全体でのSDGsの取組）

1.1 将来ビジョン

（1）地域の実態

（地域特性）

1. 地理的条件～都市からの好アクセス、盆地上の田園地帯を包む濃霧～

亀岡市は、京都市の西方約20km、京都府中央にある亀岡盆地に位置する。近年におけるインフラ整備の進捗により、市内中心部（亀岡駅）から京都駅までJR快速で21分、また、京都縦貫自動車道や国道9号・372号・423号などの幹線道路により大阪・兵庫・京都の中心部と結ばれ、車で1時間圏内に1,500万人超が居住する好立地となった。

市域全体で自然が豊かであり、市の森林面積は15,302ha（2015年4月1日現在）と、市面積の7割を占める。また、市域の中央部には北から東に貫流する一級河川の桂川（保津川）が流れ、河川周辺の平地部に農地が広がり、その中に点在する社寺林などの樹林が景観上のアクセントとなり、一種独特の田園風景を醸しだしている。耕地面積は2,750haと京都府全体の1割を占め、古来より大嘗祭の奉祝田を務めてきた歴史から、「京都府の穀倉地」と称される。「4. 地域資源」でも言及するように、11月から3月の朝方に、放射冷却現象により市域全体を包み込む濃霧が発生することが本市の気候的特徴である。

2. 人口動態～人口減少・高齢化、若者の転出超過～

本市の人口は2000年の94,555人をピークに減少を続け、2019年12月1日時点で88,555人。この傾向が続いた場合、2030年に約77,000人、2040年に約66,000人にまで減少し、国より高い減少率で推移することが推計されている（国立社会保障・人口問題研究所）。

人口減少の要因として、自然減及び社会減が同時に発生しており、とくに社会減は2000年以降継続し、自然減より影響が大きい。府内移動は転入超過、府外移動は転出超過となっており、府内では一定の人口吸引力があるが、進学・就職に伴う10歳代から30歳代にかけての若年層の転出超過が多い。

さらに、人口の再生産力を示す若年女性人口（20～39歳）は国・府より低い水準で推移しており、合計特殊出生率は改善傾向にあるものの国より低い。有配偶女性（15～49歳）1,000人当たりの出生数である有配偶者出生率も国・府を下回っているため、結婚し、子どもを持った後に転入する世帯が多いベッドタウンだと言える。

国が仮定するように「2040年に合計特殊出生率が2.07に上昇」し、さらに転出超過の解消を図ることができれば、2030年には約80,000人、2040年には約74,000人規模を維持できると推計される。

3. 産業構造～京都市のベッドタウン的な特性～

市の産業別就業者数の割合(2015年10月1日現在)は、第3次産業が65%、第2次産業が25%、第1次産業は4%と、全国平均にほぼ等しく、サービス産業化が進んでいる。京都市で三番目に大きい人口規模を有することから、市内の生産額上位の業態は、人口規模に比例した小売業等の業態がおよそ半分を占める。この点は、居住人口の13%あまりが京都市に通勤通学する「京都市のベッドタウン」として発達してきたゆえの産業構造といえる。反面、外貨獲得に成功している産業が少なく、今後の人口減少が長期的に続く中で、本市の経済規模の縮小が危惧される。

地域経済を見ると、地域経済循環率は2013年時点で71%と府内15市中4番目に小さく、「地産地消」ができていないことが窺える。また、付加価値額ベースの総生産額、工業製品出荷額及び年間商品販売額は、それぞれ2,144億円(2013年)、1,295億円(2016年)、877億円(2014年)であり、他市と比較して地域の生産力は大きくない。これらの一因としては、①隣接する京都市のベッドタウンゆえに昼夜間人口比率が2015年時点で86%と小さいこと、②製造業は市内総生産、全事業者の2割強を占めるなど重要産業ではあるが、産業クラスターの形成や企業の立地集積が進んでおらず、域内生産に資金が還流する仕組みが作れていないことがあげられる。結果として、消費が域外に流出(2013年では21億円の流出)し、投資の25%に相当する119億円が域外に流出している(2013年)。

なお、エネルギーについても、化石燃料を中心に域外から購入し、地産地消ができていないため、域外への資金流出が生じている(2013年で131億円。市内総生産の6%相当)。

4. 地域資源～芸術、霧、プロスポーツ、スタジアム、観光、自然、農産物～

(芸術、霧) 亀岡市に活動拠点を有する京都造形芸術大学、私設美術館、地域で活動しビジネス上の発信力をも有する芸術家集団が居住し、ネットワークを形成している。「1. 地理的条件」で紹介したように、市域全体を包む濃霧が本市の特徴であり、「洗濯物が乾かない」「髪が濡れる」など市民にとって厄介な存在であった。しかしながら、山から見下ろす霧の景観は雲海のごとく美しく、大地においては霧を生み出す寒暖差が美味しい農産物を育み、霧の元となる豊かな水源は保津川下りに代表される自然観光を生み出すなど、霧は亀岡固有の豊かさにつながるアイデンティティである。この霧を象徴として、本市の魅力をとらえ直す「かめおか霧の芸術祭」を2018年度から開催。地方創生に資する企画提案として、内閣府主催「地方創生☆政策アイデアコンテスト2019」で最優秀賞(地方創生大臣賞)を受賞している。

(プロスポーツ、スタジアム) 日本政府が進める「スタジアム・アリーナ改革」の第一号として、府立京都スタジアムが2020年1月からJR亀岡駅前が開業している(2020年はJ2所属の京都サンガF.C.のホームスタジアム)。商業機能を備えた球技専用競技場として年間集客予想は数十万人規模であり、亀岡市民のみならず全国メディアへの発信力も高い。

(観光)本市は世界的観光地の京都市に隣接し、京都府内で観光客が4番目に多い(2018年では292万人)。とくに、三大観光と称される湯の花温泉、保津川下り、トロッコ観光鉄道は、2018年でのべ160万人超が利用し、国内外に訴求する自然体験型の観光地として地位を確立している。

(自然、農産物)天然記念物のアユモドキやオオサンショウウオ、保津川が象徴する豊かな自然資源を有する。また、亀岡市の農業は亀岡牛・ブランド米のほか、府内全体の生産の7割を占める「京野菜」で知られる。ふるさと納税寄付金受入れ額でも、2017年より2年連続で府内トップであるが、その4割以上が農産物によるものである。

(今後取り組む課題)

(1) スタジアム～JR 亀岡駅周辺での消費・投資・イノベーション拠点づくり

「4. 地域資源」で述べた通り、府立京都スタジアム(球技専用競技場)が2020年1月にJR 亀岡駅北口で開業したところ。当駅北口周辺において生活インフラの整備が進み、民間投資によるホテルやマンション・戸建て住宅、飲食施設の建設が順次予定され、緑地公園の整備に向けた公共投資も行われる予定。旧城下町を有し、これまでの市内中心部であった駅南口の居住・商業エリアとも結合させ、定住人口の確保や商業機能の強化(事業者誘致)を進め、イノベーションを促し、「3. 産業構造」で見られた消費・投資の流出を食い止めていく必要がある。

また、スタジアム周辺は、JRトロッコ亀岡駅、保津川下り乗船場など年間のべ140万人以上の観光客が訪れるものの、これら観光客の多くは市内で消費することなく、京都市にトンボ帰りしてしまい、「地域が稼げる観光」になっていないとの積年の課題がある。市域及び本市以北に観光客の取り込みを行うゲートウェイとして、スタジアムを含むJR 亀岡駅周辺の商業活性化を図る。そのための周遊性確保に向け、地域交通体系の再編なども必要になる。

(2) 高齢化したベッドタウンからの産業転換

「3. 産業構造」で述べた通り、本市は「京都市のベッドタウン」として発達してきたために、人口規模に依存した産業構造をもつが、今後、人口減少・高齢化が長期的に見込まれ、外貨を獲得できる産業に乏しい中で、経済規模の縮小が危惧される。実際、JR 亀岡駅から半径750m圏内に空店舗が既に25件存在している。

そのため、(1)で述べた消費拠点の稼働による市外客の取り込みを進め、商業機能の確保を行うと同時に、人口規模に依存しない製造業や情報通信・IT産業の振興に向け、事業者の誘致や育成、起業家の移住を進め、イノベーションを促す必要がある。

(3) 農業の維持

本市は、府内耕作地面積の1割を占める有数の農業地帯であるが、耕作放棄地率は全国平均の半分以上にとどまるなど(2015年)、農業地盤の強さが特徴である。しかしながら、農業従事者の高齢化、水田経営の担い手減少により、耕作放棄地率は増加傾向にある。

これまで本市が進めてきた大規模圃場整備による耕作地の集約化、スマート農業の導入による農作業の効率化及びブランド農作物の栽培など、全国的に進められている農業の収益性の確保策は今後も重要な課題であると同時に、農業地盤が強い本市だからこそできる「農業をめぐるコミュニティの強化」に関する施策も推進していく必要がある。すなわち、市内に数多くある直売所の振興や消費者との交流接点づくり、観光体験との連携、市内飲食事業者や食品加工業との連携による高付加価値化、移住プログラムと合わせた新規就農者の獲得などを進めていく。

(4) 世界に誇れる環境先進都市の実現

ごみ収集量は減少傾向にあるが、焼却施設の寿命や埋立施設の受入れ限界量(2019年時点で余命20年)にできる限り近づけないようにし、ごみ処理に伴う8億円超の財政負担を抑制することが課題。また、「自然の恵みを生かした地域資源」の象徴たる保津川は、漂着するプラスチックごみによる汚染が恒常的に発生している。こうした背景から、内陸部の自治体として初となる「海ごみサミット」を2012年に開催したほか、2018年12月13日に「かめおかプラスチックごみゼロ宣言」を発出し、2030年までに市内から排出される使い捨てプラスチックごみをゼロにすることを目指している。全国初のレジ袋禁止条例の制定(2020年の亀岡市3月議会において審議予定)をはじめ、全国から注目される先導的な取組みを多数行っており、経済・社会・環境の三側面の統合的向上を目指す環境省の2019年度事業「地域循環共生圏づくりプラットフォーム構築」事業団体の1つに選定されている。世界に誇れる環境先進都市の実現に向け、まずは上記宣言において目標として掲げた社会像の実現を目指している(参考資料1参照)。

このような環境政策に対しては、事業者の協力が不可欠であり、持続可能性を担保するためにも、地域課題となっている民間投資の呼び込みが必要。特色ある地域ビジネスモデルを形成することで産業集積をはかり、雇用や所得を生み出し、行政の補助金に依存せず、多様な事業主体が環境経済政策に参画できる地域社会を目指す。

(2) 2030 年のあるべき姿

【2030 年のあるべき姿】～ピンチをチャンスに～

ピンチをチャンスに。地域経済、農業及び環境分野をはじめ地域課題に積極的に挑戦し、複数の領域をつなげ、持続可能なエコシステムを創り出す。亀岡市に対するネガティブなイメージの象徴であった霧を、地域固有の魅力へと変えてきたように、地域課題の解決に向けた取り組みそのものをテーマとする「かめおか霧の芸術祭」(後述の自治体 SDGsモデル事業)を通じて、ヒト・モノ・カネのあらゆる資源をつなぎ、イノベーションが湧いてくるまちとする。



持続可能なエコシステムの創出に向け、亀岡市が目指す要素は、次の3点である。

1. 市民が社会的につながり、商業・投資・イノベーションが活発な都市

スタジアム～JR 亀岡駅周辺での商業・投資拠点が確立している。職業を問わず創造性を求める者—芸術家やクリエイター、イノベーションを進める起業家、志をもつ実業家—を中心に多数の者が滞在。通常の商業店舗に加え、市内外の客の目的地となりうる店舗やアナログな工房、デジタル領域のイノベーションを進めるラボが存在し、にぎわう街の中心部に市内どこからでもアクセスできる都市にする。市民や事業者が地域経済やコミュニティに参画し、再生可能エネルギーや地元産品の「地産地消」や、特色ある製品による外貨獲得が進み、市の財政構造を支える強い産業構造を実現する。

2. 農業や自然とともに暮らす都市

国土保全や食の安全の観点から、土地の豊かさを象徴する農業や魅力あふれる自然景

観を維持すべく、その体験を価値化する観光事業や芸術を農業と合わせて振興し、共感する人々を集め、強い農業コミュニティを維持する。同時にスマート農業も積極的に取り組まれ、亀岡の農の魅力の発信や農産物の販売を大都市や海外向けに行い、持続的に資金を調達する。






3. ごみを極力出さない社会


上述の自然環境を保全する観点からも、プラごみゼロを目指す。環境関連テクノロジーの進歩なども積極的に取り入れつつ、誰もが取り組める資源化の仕組みづくり、排出源対策、回収強化など市民・事業者・行政の三者連携を進めることで、ごみを徹底的に減らし、ごみ処理費用を大幅に削減し、将来世代にとって負担となる「ごみ処理施設」を新たに作らない地域社会を実現する。また、「1. 市民が社会的につながり、商業・投資・イノベーションが活発な都市」で言及した地産地消について、プラスチック容器包装の削減や交通に伴うCO2排出抑制の観点からも進めていく。

(3) 2030年のあるべき姿の実現に向けた優先的なゴール、ターゲット

(経済)

市民が社会的につながり、商業・投資・イノベーションが活発な都市

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)
 8.2  9.2	指標1: 京都スタジアムにおけるデジタル・テクノロジー領域でイノベーションを創発するプロジェクト数 現在(2020年1月): 一(稼働開始)
	2030年: 20件
 11.7	指標2: 駅北口周辺の公園・緑地等整備面積 現在(2018年度): 15ha
	2030年: 45ha
 8.3  11.3	指標3: 芸術家や起業家などの移住者数 現在(2018年度): 2組(移住者総数は26組)
	2030年: 20組(現在からの累計)
	指標4: 新規起業数 現在(2018年度): 7事業者
	2030年: 100事業者(現在からの累計)

	指標5:JR 亀岡駅半径 750m圏内での空店舗数	
	現在(2019年10月): 25店舗	2030年: 0店舗
	指標6:市内の事業者数	
	現在(2016): 605事業者	2030年: 709事業者
 7.2	指標7:再生可能エネルギーの地産地消率	
	現在(2020年1月現在): 60% ※亀岡ふるさとエネルギー調べ	2030年(度): 70%
	指標8:公共施設・事業所への電力供給契約件数	
	現在(2020年1月現在): 50件 ※亀岡ふるさとエネルギー調べ	2030年(度): 100件
	指標9:自家消費への電力供給契約件数	
	現在(2020年1月現在): 0件 ※亀岡ふるさとエネルギー調べ	2030年: 10件

1. 市内中心部での消費拠点の確立と複数領域でのイノベーション




京都スタジアムを核とする JR 亀岡駅北地区での区画整理事業や駅南地区での街路を中心とした再整備を進め、公園・緑地など「人が集う公共空間」の創出を図る。ローカル5Gや映像技術・データ解析設備を含め最新鋭の設備が整備された京都スタジアムでは、デジタル・テクノロジー領域でのイノベーションが行われる一方、スタジアム周辺では、日常の中で創造性を求める者たちが滞在し、通常の商業店舗に加え、市内外の客の目的地となりうる店舗・工房・ラボが多数存在し、にぎわう街の中心部に来訪者が多く訪れる魅力ある市街地を形成する(指標1~6)。

2. 市民が社会的につながり、強固な経済圏で暮らす都市

職域を問わず人と人をつなぐアート活動やテクノロジーを通じて、市民や起業家が地域経済やコミュニティに参画することに加え、地域への関心を高めることで、再生可能エネルギーや地元産品の「地産地消」、特色ある製品による外貨獲得が進み、市の財政構造を支える強い産業構造を実現する(指標5~9)。

(社会)

農業や自然とともに暮らす都市

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)	
 2.4  8.9  11.7	2.4	指標 10: 再生利用が可能な荒廃農地
	8.9	現在(2019年):
	11.7	55,831 m ²
		2030年:
		55,831 m ²
		指標 11: 直売所数及び日常における直売所利用率
		現在(2019年):
		20組織、46%
		※直売所利用率は、総合地球環境学研究所調べ
		2030年:
		25組織、50%
		指標 12: 新規就農者数
		現在(2020年2月):
		70人
	2030年:	
	120人(累計)	
	指標 13: 既存集落まちづくり区域指定制度の許可件数	
	現在(2020年2月):	
	2件	
	2030年:	
	50件(累計)	
	指標 14: 農業産出額	
	現在(2017年):	
	63億円	
	2030年:	
	70億円	

農業や自然とともに暮らす都市

国土保全や食の安全の観点から、土地の豊かさを象徴する農業や魅力あふれる自然景観を維持すべく、その体験を価値化する観光事業やアートを農業と合わせて振興し、共感する人々を集めコミュニティを作る(指標 10)。

同時にスマート農業も積極的に取り組み、亀岡の農の魅力の発信や農産物の販売を大都市や海外向けに行い、持続的に資金を調達する。(指標 14)。

(環境)

ごみを極力出さない社会

ゴール、 ターゲット番号		KPI(任意記載)	
  	8.4	指標 15: プラスチックごみの排出量	
	12.4	現在(2018 年度):	2030 年:
	12.5	8,099 トン	6,544 トン
	14.1	※使い捨てではないプラスチックごみを想定	
		指標 16: プラスチックごみの回収率	
		現在(2018 年度):	2030 年(度):
	100%	100%	
	※不正排出されていないもの		
 	8.4	指標 17: ごみの資源化率	
	12.4	現在(2018 年度):	2027 年(度):
	12.5	16.59%	20.5%
		指標 18: ごみの最終処分量、処理にかかる直接費用	
		現在(2018 年度):	2027 年(度):
		25,062 トン、851,674 千円	20,610 トン、758,923 千円
 	12.8	指標 19: 環境啓発イベントへの参加人数	
	17.17	現在(2018 年度):	2030 年(度):
		のべ 1,200 人	のべ 12,000 人
		指標 20: 環境パートナーシップ提携企業数(協定締結または HP 掲載)	
		現在(2020 年 1 月現在):	2030 年(度):
		33 社	200 社
	7.2	指標 21: 再生可能エネルギーの地産地消率(再掲)	
		現在(2020 年 1 月現在):	2030 年(度):
		60%	70%
		指標 22: 公共施設・事業所への電力供給契約件数(再掲)	
		現在(2020 年 1 月現在):	2030 年(度):
		50 件	100 件
		指標 23: 自家消費への電力供給契約件数(再掲)	
		現在(2020 年 1 月現在):	2030 年:
	0 件	10 件	

ごみを極力出さない社会






「(1)地域の実態」において前述の通り、自然環境を保全する観点から、2018年12月に「かめおかプラスチックごみゼロ宣言」を発出し、2030年までに市内から排出される使い捨てプラスチックごみをゼロにすることを目指している(指標15、16)。

環境関連テクノロジーの進歩も積極的に取り込みつつ、誰もが取り組める資源化の仕組みづくり、排出源対策、回収強化など市民・民間事業者・行政の三者連携を進めることで、ごみを徹底的に減らし、ごみ処理費用を大幅に削減し、将来世代にとって負担となる「ごみ処理施設」を新たに作らない地域社会を実現する(指標17～20)。

また、2018年に設立された京都府内初の地域新電力会社「亀岡ふるさとエナジー」を通じて、再生可能エネルギーの地産地消を進める(指標21～23)。

1.2 自治体SDGsの推進に資する取組

※SDGs未来都市選定後の3年間(2020～2022年度)に実施する取組を記載すること。

(1)自治体SDGsの推進に資する取組		
① 発信と拠点設置による起業とイノベーションの誘発		
ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)	
 8.2  12.5	指標: フライバッグ(亀岡発のアップサイクル製品)生産数	
	現在(2019年10月): 200個	2022年度: 50,000個
 8.3	指標: JR 亀岡駅周辺城下町エリアの活用店舗数	
	現在(2020年2月): 6店舗	2022年度: 20店舗
	指標: 新規起業数	
現在(2018年): 7事業者	2022年: 30事業者(現在からの累計)	
 8.2  9.2	指標: デジタル・テクノロジー領域でイノベーションを創発するプロジェクト数	
	現在(2020年2月): —(拠点未設置)	2022年度: 3件

・芸術祭から生まれた亀岡発のアップサイクル製品生産支援
 後述の自治体 SDGsモデル事業の一環。厳しい安全基準により、年数経過の中で使用ができなくなった廃棄予定のパラシュート生地を回収・解体後、パッチワークのように縫製し、製作されたフライバッグ(エコバッグ)を第一弾として、「亀岡発のアップサイクル製品」づくりを進める。天然のミツロウを用い、抗菌作用を保ちながら繰り返し使えるラップを開発した acowrap(事業者)が環境先進都市を目指す本市の取組みに共感し、2019年に移住してきた例に見られるように、こうした環境面でのイノベーションを掲げ発信することで、同様の商品開発や起業(共感する起業家の移住も含む)を促進していく。

・城下町エリアの空店舗を活用した「まちなか」プロジェクト
 亀岡駅南口から広がる旧城下町エリアにおいて、「かめおか霧の芸術祭」事業と合わせて一定期間、店舗を活用。既存の営業店舗内に芸術作品を飾り、ギャラリーとするほか、新規

出店を希望する複数の若手事業者を募り、空店舗を活用した期間限定の企画出店を行う。



・事業者の誘致とデジタル×テクノロジー領域でのイノベーション拠点の設置

府立京都スタジアムの10年間の指定管理会社であるビバ&サンガ社が大学、企業、行政と連携し、スタジアム4階に、VR技術などを駆使したスポーツ及びテクノロジー分野でのイノベーション拠点を創設予定(2020年6月を目途)。また、本市にキャンパスを有する京都先端科学大と本市とが協働し、新設の工学部を中心とする大学改革と製造業振興の拠点となるオープンイノベーションの場を同キャンパス内に設けていく予定。行政的な施策としては、大手事業者向けには、2022年完成予定の企業団地と連動させ、生産拠点等を新設または増設した企業に対する企業立地奨励金により誘致を図る一方、起業家に対しては、亀岡市創業支援助成金の交付により市内での新規創業を支援し、地域経済の活性化を促す。

(2020年1月JR亀岡駅前に完成した府立京都スタジアム)



② アナログとテクノロジー両面による農業の展開

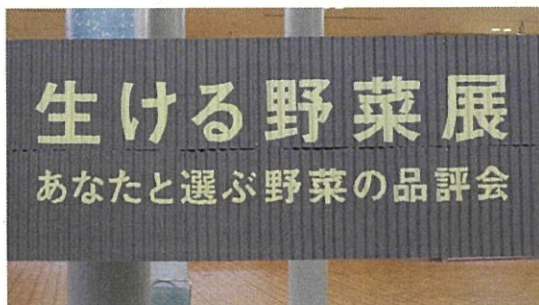
ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)	
 8.9	指標:新規の農業体験プログラムによる交流人口	
	現在(2020年2月): のべ500人	2022年: のべ4,500人
 2.3 2.4	指標:地域ブランド農産物の認定制度の実現	
	2019年: 検討開始	2022年: 認定制度スタート

	指標:農家とタイアップした飲食店数	
	現在(2020年2月): 不明	2022年: 10社
	指標:企業とタイアップした加工品製造数	
	現在(2019年) 3品	2022年: 現在より3品増加
2 2.1 2.4	指標:給食における食糧自給率	
	現在(2018年): 49.8%	2022年: 60%

・観光や芸術祭との接続(魅せること)による交流人口の拡大

後述の自治体 SDGsモデル事業の一環。食と農を軸としつつ、農家やアーティスト、職人との交流・弟子入り体験により付加価値をつける「Harvest Journey Kameoka(仮称)」観光プロジェクトや、建築デザイナーや芸術家、料理人・農家が協働して生み出したキッチン付きの移動式屋台「やおやおや」を直売所や畑に配置し、様々な角度から農業の魅力を発掘し、農家と消費者の交流を生み出すプロジェクト「やおやおや」を通じて、農業に関する交流人口を取り込む。とくに、「1万人に1回来てもらおう」のではなく、「100人に100回来てもらおう」コンテンツとして、農業プログラムを開始し、共感する人材を集め、農業コミュニティの新陳代謝を図る。

(農産物を扱った芸術祭コンテンツの一例、2020年1月)



(農業プログラム例)

田畑とともに生き、耕し暮らす空間機能としての小屋を建築デザイナー・アーティストらと農家がともに建て、農業の世界感をビジュアルに伝える装置として活用。さらに、ソ連において人々が居住する都市郊外に土地と家屋を与えられ、通いながら菜園等を営む制度であった「ダーチャ」に倣い、大都市から亀岡に通いながら農家に弟子入りする体験プログラム。

・地域ブランド農産物の認定制度の創設

後述の自治体 SDGsモデル事業の一環。有機野菜を取り扱う農家や八百屋、流通業者や研究者が参画する「京都オーガニックアクション(KOA)」及び持続可能な食の消費と生産(農

業システム)を主要研究テーマの一つとする国立研究所である「総合地球環境学研究所」と連携し、健康や環境保全の観点から地域独自のブランド認定基準を確立し、亀岡産野菜の付加価値などを高める。

・地元飲食店や加工品製造会社、給食現場とのタイアップ

農業産出額は、京都府内では、京都市を除くと福知山市、京丹後市に次いで高いため、芸術祭事業や地域独自のブランド認定の発信力を用いながら、外貨獲得を目指し、6次産業化に取り組む。とくに、品目別では、特に野菜や肉用牛の産出額が高く、品目そのものに加え、飲食店や食料品加工業とのタイアップを振興する。同時に、食の地産地消を推進することが、生産者・消費者の同時育成につながることから、給食における食糧自給を推進する。(市内の特産玉ねぎを用いた石井食品株式会社とのコラボ食品、2019年)






・スマート農業の推進

農業従事者の高齢化や未熟練の新規就農者の増加が見込まれる中で、テクノロジーを積極的に活用する。とくに、これまで本市が実証事業として参画してきた行政・生産者・企業・農業団体のコンソーシアムによるスマート農業の普及を推進。「ほ場管理の省力化」、「栽培管理の精度向上による増収・高品質化」に向け、技術や機械導入を進める。

(実証事業の様様、2019年)



③ プラごみゼロに向けた国内先導的な環境事業

ゴール、 ターゲット番号	KPI(任意記載)		
 12.5  14.1  17.17	12.5	指標:国内初のレジ袋禁止条例の制定と施行	
	12.8	現在(2020年1月):	2022年:
	14.1	条例案作成	施行
	17.17	指標:市民のマイバッグ持参率	
		現在(2019年12月):	2022年:
		82.2%	95%
		※レジ袋有料化協定店舗によるモニタリング調査	
		指標:市内大規模イベントでのリユース食器使用率	
		現在(2020年2月):	2022年:
		60%	100%
		指標:エコウォーカー(参加型ごみ拾い)への参加市民者数	
		現在(2020年2月):	2022年:
		0人(3月募集開始)	100人
		指標:リバーフレンドリーレストラン登録店舗数	
	現在(2020年2月)	2022年:	
	0店舗	30店舗	
	指標:市民のマイボトル持参率		
	現在(2020年2月)	2022年:	
	53%	70%	
	※上下水道事業のアンケート調査		
	指標:リフィルステーション設置数		
	現在(2020年2月):	2022年:	
	29箇所	100箇所	
	※My Mizu 登録数		

・国内初のレジ袋禁止条例

「(3)2030年のあるべき姿」において前述の「かめおかプラスチックごみゼロ宣言」(2018年12月13日)を具現化する第一歩として、「プラスチック製レジ袋の提供禁止に関する条例」の2020年3月議会での制定及び適切な時期での施行を目指す。生活の中で最も身近で、使

い捨てにされやすいプラスチック製品の1つであるレジ袋の取扱い見直しを通じて、市民誰もがプラスチックをめぐる生活様態と意識の変革を進めるよう促す。事業者と消費者が一体となって、エコバッグを持参して買物をするのが当たり前の地域社会づくりを進める。

・市内イベントでのリユース食器普及促進

保津川花火大会、亀岡光秀まつり、かめおか eco マルシェ、保津川の日など、市内の主要イベントにおいてリユース食器の普及促進に努める。また、2020年1月に竣工した府立京都スタジアムにおけるリユース食器の導入を進め、エコスタジアムとしての取組みを市内外に広く発信し、使い捨てプラスチックの発生源抑制と環境意識の醸成を図る。

・エコウォーカー(参加型ごみ拾い)事業の実施と参加呼びかけ

2020年3月から、ウォーキングをしながら気軽にごみを拾う「エコウォーカー」としての登録・清掃活動参加を広く市民に呼びかける。プラごみゼロを実現するには、市民一人ひとりの協力が不可欠であり、目に見えるまちの環境美化の実現に向け、まちに散乱するプラスチックごみをはじめ、ポイ捨てごみを拾う市民参加型の事業を行う。

・リバーフレンドリーレストランプロジェクト

保津川を守るために発せられた「かめおかプラスチックごみゼロ宣言」に賛同し、食器類は再利用可能なものを使用/マイカトラリー持参の市民には特典を付与など、使い捨てプラスチックごみの削減に向けて取組む市内飲食店を「リバーフレンドリーレストラン」として認定する。市として積極的に広報支援し、誰にでも分かりやすい事業者参画型の取組みを作り、市全体の環境意識の醸成を図る。

・「亀岡のおいしい水」プロジェクト

使い捨てプラスチックの中で大きな割合を占めるペットボトルの削減に向けた取組み。京都府内で唯一、厚労省研究会から「おいしい水」として認定された亀岡の水道水(豊かな自然が育んだ地下水を水源)を給水できるリフィルステーションを公共施設等に設置。さらに、協力飲食店とも連携し、英国発の無料アプリ My Mizu(UNDP「ソーシャル・イノベーション・チャレンジ日本大会 2019」受賞企画)を活用しながら、給水スポットを地図上に表示し、市内で手軽に水を手入手できる環境を整え、マイボトル普及を進める。

・定量的なモニタリング調査

参画型事業や日常での「見える化」を通じて環境意識の醸成を図る上述の各種事業に加え、事業効果の検証とごみ回収の強化を図り、定量的なモニタリング調査を行う。具体的には、

① 「3.普及展開性」において後述する協定締結企業であるソフトバンク株式会社と協働し、

ポイ捨てごみ及び人流データを重ね合わせることによるごみ散乱拠点の解析

- ② レジ袋有料化協定の締結店(2020年2月現在において市内11事業所)と協働したエコバッグの持参率調査
- ③ 市内5河川での漂着ごみのモニタリング調査を行い、取組みの効果を可視化する。

(2)情報発信

2020年2月現在までの経験として、①メディアを通じた発信力の高い環境政策(レジ袋禁止条例などプラごみゼロに向けた動き)及び②視覚的に伝えやすい「かめおか霧の芸術祭」という2つの事業との連動を軸に、各取組みを連携させて発信していく。

(域内向け)

芸術祭事業は、2018年8月～2020年2月現在まで、のべ5,000人超が参加するなど、市民向けの発信力が着実に高まりつつある。自治体SDGsモデル事業において確立させる芸術祭のプラットフォーム上でSDGsに取り組み、市のHPや公式Facebookページ(2020年2月19日現在フォロワー数は3,181人)及び公式LINEアカウント(同フォロワー数は4,161人)を通じて発信する。なお、市内向けの取組みに関する取材・広報の充実を図るべく、2020年度から広報職員を1名増員予定。

また、2019年において、芸術祭事業の1つとして、デザイナーの奥村昭夫氏(ニューヨークADC賞をはじめ国内外で受賞多数)の指導の下、4ヶ月にわたり20名の市民参加による連続ワークショップを通じ、本市のプラごみゼロ理念を発信するブランドマークを作成。後述する自治体SDGsモデル事業として、当該ブランドマークを活用した統一的なデザイン及び認定基準のもと、2020年度からは、市内各所(飲食店、小売店、駅などの交通要所)でプラごみゼロ啓発を展開する。

(プラごみゼロ理念を発信するブランドマーク作成、2019年)



さらに、上記事業に加え、「フライバッグ」の製作ワークショップや「やおやおや」など市民参加型の芸術祭コンテンツをアーティストと協働で展開し、市民が「楽しみながら」参加できる環境を整える。

(域外向け(国内))

「フライバッグ」については、本市と協働しながら生産を進める THEATRE PRODUCTS が 6 月 3 日から 8 月 24 日まで国立新美術館で開催される展覧会「FASHION IN JAPAN 1945-2020-流行と社会」に未来のファッションアイテムとして出展予定であり、来館者及び専門メディア向けに強烈に発信される。2020 年度において、アップサイクル製品としての販売を本格化させる予定であり、商品流通による広告効果も期待できる。

(「フライバッグ」展示)



環境、農業、地域観光など多様なコンテンツを抱える芸術祭全体の恒常的な情報発信としては、本市にゆかりのある専門の映像・WEB クリエイターがプロジェクトチームに入り、制作を行う。

また、Google 社と内閣官房が進めるデジタル人材派遣制度の一環として技術活用の判断や助言を行う協議を進めている(NDA を締結予定)。2020 年 4 月以降、デジタルマーケティングに長けた人材が月に数回、本市役所に訪れ、観光振興施策等の企画立案・実行・改善提案などを予定。オンラインマーケティングやデータ分析のもと、市の発信力の強化を図る。

さらに、レジ袋禁止条例をめぐる、本市の環境政策に注目が続いており、本市自らが各媒体への周知・広報に積極的に取り組んでいる。ニュース性の高い新規の取組みを続け、環境政策を起点に本市の SDGs に係る取組みの国内認知度を高める。

(参考) メディア掲載回数 (本市把握分。2018 年 12 月 13 日～2019 年 11 月 15 日)

媒体	掲載回数	備考
新聞報道	128 回	読売、朝日、毎日、産経、日経、京都新聞ほか
TV ニュース	13 回	NHK、毎日、テレビ朝日、テレビ大阪、CNN、米国 CNN、テレビ東京「ガイアの夜明け」ほか

雑誌掲載	8 誌	
行政・議会視察	14 件	

全国初「レジ袋禁止条例」に反発の声...脱プラスチックの行方を追う：ガイアの夜明け



その他、府立京都スタジアムが JR 亀岡駅前で 2020 年 1 月からオープンしており、スタジアム・アリーナ改革の第 1 号として話題性の高い当スタジアムのエコスタジアム化(プラごみを出さない、太陽光発電を利用するなど)を図るほか、デジタル・テクノロジー領域でのイノベーション拠点となる。今後、本市の各種取組みが進化していく中で、情報発信に向けた舞台装置としての活用を図る。

(海外向け)

「フライバッグ」については、前述の THEATRE PRODUCTS を通じて 2019 年 11 月にパリ市内のギャラリーで展示された後、老舗書店のイヴオンランベールでの商品取扱いが行われ、順調に販売・発信されている。今後は、「かめおか霧の芸術祭」の監修(総合プロデューサー)を務める松井利夫教授(京都造形芸術大学)が統括責任者として携わる Fondation Enfants du Japon 財団「日本の子供たち」活動を通じて、スイスでも展示が行われる予定。

そのほか、自治体 SDGs モデル事業に位置付ける芸術祭事業のうち、食と農業体験を軸とする地域観光プロジェクトである「Harvest Journey Kameoka (仮称)」プロジェクトに関する WEB 発信は、海外の芸術メディアや欧米顧客の取り込みを中核に据えるため、事業開始時から英語での発信も行う。また、本市は、4 つの姉妹都市・友好都市(米国・スティールウォーター市、オーストリア・クニッテルフェルト市、ブラジル・ジャンヂーラ市、中国・蘇州市)を有しており、定期的な取組みとして学生・人材の相互交流を進めていることから、当該交流の一環として、本市の SDGs に係る取組みを伝えていく。

(3) 普及展開性(自治体 SDGs モデル事業の普及展開を含む)

(他の地域への普及展開性)

本市の抱える課題(①人口減少下での産業振興、②農地をはじめとする市内周辺部の国土・コミュニティの維持、③ごみを出さない地域社会づくり)は、多くの地方都市で共通する。芸術を「生活を豊かに、面白くする技術(アート、テクノロジー)」と位置づけ、こうした課題解決に向けて地域資源を可視化・価値化する活動を芸術祭事業(自治体 SDGsモデル事業)としている本市の取組みは、「地域に根差しながら行政と協働し、核となるデザイナーやアーティスト、イノベーター(起業家)」がいる限り(いなければ移住定住を促す、もしくは招聘する)、いずれの地域においても応用が可能。それは、どのような地域であれ、活用可能な独自の価値をもつ地域固有の資源を見出しうるためである。

(自治体SDGsモデル事業の普及展開策)

とくに、地域特性や環境問題をはじめ問題意識において類似性のある他地域への普及に向け、主に3つの情報チャンネルを通じたモデル事業の共有・展開を想定している。

1つめ—各種プラットフォームへの参画:環境省が環境・経済・社会の統合的向上による地方創生 SDGsとして2019年度より進めている「地域循環共生圏づくりプラットフォーム構築事業」の対象自治体(全国35地域・団体)の一つとして選定されているところ。当該プラットフォームの中で共通課題への取組みを横展開するため、選定団体による定期意見交換会やテーマ別分科会等が開かれている。また、同取組みの地域ブロック版である近畿地方環境事務所主催の「近畿地方プラットフォーム」が本年2月に設立され、本市も参加している。

さらに、3月中旬に立上げが予定されている京都大学、国立研究開発法人科学技術振興機構(JST)及び(公社)2025年日本国際博覧会協会主催の「万博に向けた超 SDGs地域構築プロジェクト(仮称)」にも参加予定。こうしたプラットフォームへの参画とそこでの情報発信を通じて、問題意識を同じくする他地域への取組み方法の普及展開を図る。

2つめ—協定企業を通じた展開:本市は、2019年10月30日にソフトバンク株式会社と「環境と教育事業連携に関する協定」を締結。本市が環境教育に関する授業ノウハウを提供し、同社が人型ロボット「Pepper」を活用した環境教育のコンテンツ教材を共同開発し、全国の小中学校へ展開している。こうした全国的な企業との協働において、「他自治体が享受できるサービスの提供」・「応用できるモデル事業の形成」を進めていく(ソフトバンク株式会社のほか、全国展開するアパレル業者や飲食資本の数社と具体的な連携に向けて内容協議中)。

3つめ—行政視察:本市と同様の問題意識を有する市町村から、行政視察が直近1年間で14件と相次いでいるところ。こうした自治体に対しては、本市の取組みを隠すところなく積極的に公開し、事例共有を促している。

1.3 推進体制

(1) 各種計画への反映

1. 第5次亀岡市総合計画(2020年度策定予定)

2020年度に策定する第5次亀岡市総合計画において、SDGsに係る本取組みを反映する予定。具体的には、「まちづくりの基本構想」を受けて各政策を体系化する役割をもつ「基本計画」において、SDGsに係る本取組みを10年間行われる「重点事項」の一つとし、施策の明確化及び複数施策の相互連携を図る。さらに、進捗管理の在り方を定め、下位におかれる各行政計画の更新時に順次反映していく。

2. 第2次亀岡市総合戦略(2020年度策定予定)

上記総合計画とならび、2020年度に策定予定の第2次亀岡市総合戦略において、SDGsに係る本取組みを反映する予定。とくに、地方創生において求められる自走性及び官民協働の観点から、各取組みが5年間の戦略期間の中で、官民の適切な役割分担のもと、展開していくためのビジョンを定める。

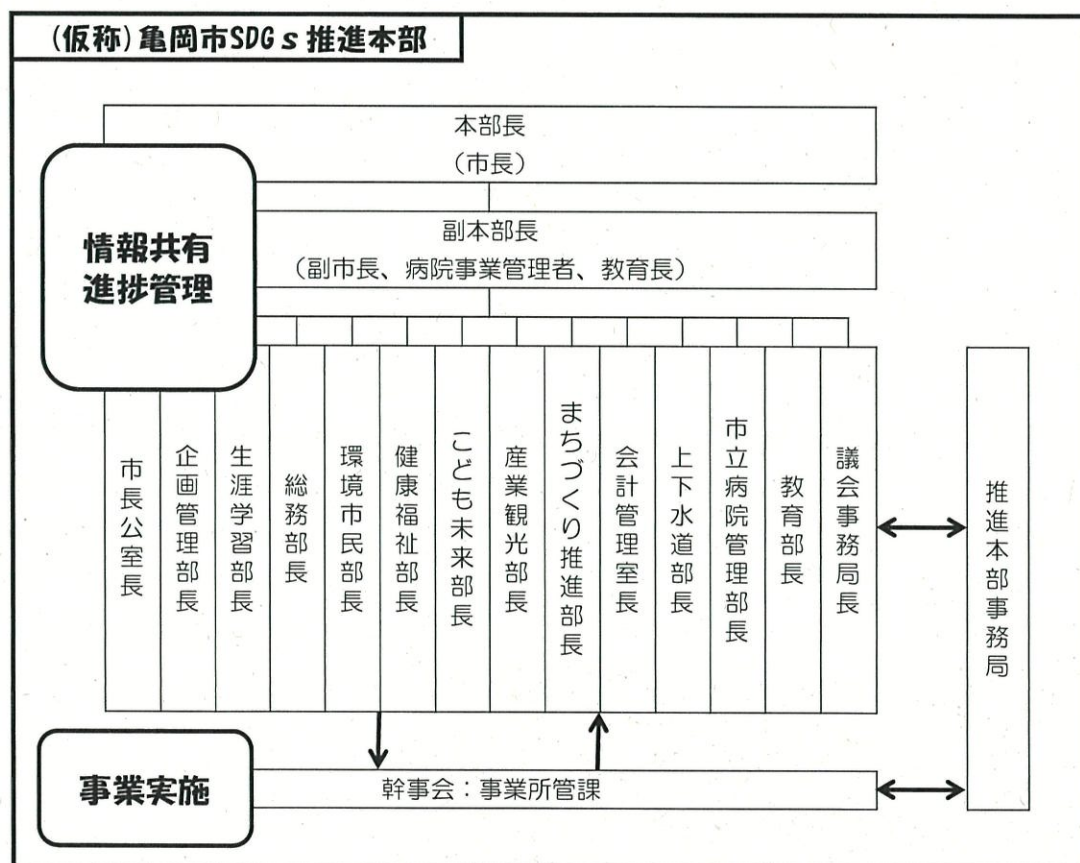
3. 環境基本計画(2021年度策定予定)

本市のSDGsに係る取組みの主軸は、プラごみゼロをはじめ環境先進都市をめざす取組みである。この点、環境政策の体系及び今後5年間の数値目標や取組みなど全体像を定める環境基本計画を2021年度に策定し、本市のSDGsに係る取組み(環境面)に向けた各種施策の時間軸及び数値目標の設定、効果的な実施の在り方を定めていく予定。

(2) 行政体内部の執行体制

部長会議(亀岡市庁議等に関する規則(平成15年亀岡市規則第15号)に定める部長会議をいう。)の構成員を本部員とする亀岡市SDGs推進本部(仮称)を設置し、情報共有や進捗管理を図りながら、強力に自治体SDGsを推進する。

また、推進本部に、事業所管課長からなる幹事会を設置し、推進本部の指揮監督のもと事業の実施、進捗管理を行い、本部に定期報告する。こうした事業管理の先行事例として、総合計画上の主要事項に対して四半期ごとに行われる事務フローが確立されているため、SDGs推進体制の運用においても、同様に進行できる。



(3) ステークホルダーとの連携

1. 域内外の主体

2018年度より始まった本市の芸術祭は実行委員会形式で企画運営されている。「かめおか霧の芸術祭実行委員会」において、SDGsに係る本取組みを含めて目標や活動テーマ、取り組むアートプロジェクトについて、芸術家・地域自治会・行政各部門など関係者全員に情報が共有され、議論・合意形成を得る仕組みが存在する(参考資料2参照)。

また、レジ袋禁止をはじめ、ごみの削減を目指すには、環境NPOや市民のみならず、市

内事業者や行政機関などが一堂に会し、それぞれの立場から意見表明し、議論を重ねる場を持つことが重要。そのため、2019年4月より「世界に誇れる環境先進都市かめおか協議会」を設置し、現在では市内外の産官学金34団体が参画(参考資料3参照)。

さらに、観光面では、2019年9月に40超の地域事業者・地域金融機関が参画する亀岡アグリツーリズム振興協議会が設立され(事務局:森の京都DMO)、食と農業体験を軸とする地域観光の事業化に向けて、本市も構成員として協議会に参加している(参考資料4参照)。

他の事業者についても、具体的な取組みに関する協定締結により連携を進めていく。「3. 普及展開性」において前述の通り、2019年10月30日に協定を結んだソフトバンク株式会社のほか、京都スタジアムの10年間の指定管理会社であるビバ&サンガ社とは、スポーツ及びテクノロジー分野でのイノベーション創出に向け、2020年6月を目途に、産学の各機関も交えた新たな連携体制の立上げを予定。

また、これまで地域活性化に取り組んできた地域金融機関でもある京都信用金庫とは、2019年度において、プラごみ削減に向けた協定を締結したほか、当行の人事研修制度を活用した人事交流、「かめおか霧の芸術祭」の共催など、継続的な協力関係を築いている。信金が有する地域活性化のノウハウやネットワークを武器に「環境×芸術事業から経済効果を生み出すこと」及び「地域活性化のタネを増やすこと」が双方にとってのメリットである。信金は、他の地域金融機関とともに、地域課題の解決に向け、公務員・金融関係者・民間事業者・学生を対象とする数百人規模の交流会である「ちいきん会」を京都にて開催予定であり、当日は、環境問題について亀岡市及び亀岡市に移住してきた起業家からもゲスト講演が予定されるなど、環境先進都市の実現に向けて強力な連携が敷かれている。

(地域活性化や事業化に向けた京都信用金庫との合同勉強会、2019年8月)



2. 国内の自治体

環境問題は広域に取り組むべき問題であることから、本市は、かめおかプラスチックごみゼロ宣言(2018年12月13日)の発出直後から、保津川流域の近隣自治体(京都市、南丹市、京丹波町)に協働を呼び掛けてきたところ。また、前述の通り、全国35団体の一つとし

て本市も選定された環境省「地域循環共生圏づくりプラットフォーム」や同取組みの地域ブロック版「近畿地方プラットフォーム」、さらに3月中旬に立上げが予定されている「万博に向けた超 SDGs地域構築プロジェクト(仮称)」など、各種の広域プラットフォームへの参画を通じて、問題意識を同じくする他地域との連携を図る。

3. 海外の主体

前述の通り、「フライバッグ」については、2019年11月以降、パリ市内の老舗書店イヴォンランペールで販売、今後は、スイス Fondation Enfants du Japon 財団「日本の子供たち」を通じた展示が行われる予定など、日本の文化・芸術への関心度が高く、環境保全に親和的な欧州国内のギャラリー・芸術関係者と提携していく。本市の「かめおか霧の芸術祭」事業においてアーティスト・デザイナー・起業家と協働し、アップサイクル製品を生み出していく際には、こうした亀岡発の一連の作品・製品群として海外展開し、国内への逆輸入を図る。

また、プラごみ削減は地球規模の課題であることから、本市は海外主体と連携し、レジ袋禁止以外の施策も2020年度より進めていく。とくに、前述の「亀岡のおいしい水プロジェクト」において連携する無料給水アプリ「MyMizu」(提供者:mymizu、一般社団法人 Social Innovation Japanによるプロジェクトプラットフォーム)は国外登録箇所が20万箇所を超えるなど、海外ユーザーを通じた発信力が高く、今後は国内ユーザーの獲得に向け、本市との連携により市内アプリユーザー数を増加することが、マイボトル普及をめざす本市及びmymizu 双方にとってメリットとなる。

こうした海外との交流増加も踏まえ、これまで文化・芸術事業を所管していた本市役所の文化・スポーツ課を2020年度から文化国際課に改組し、CIR(国際交流員)も積極的に登用する体制をとる予定。

(4) 自律的好循環の形成へ向けた制度の構築等

① 亀岡発のプラごみゼロ環境ブランドマーク認定制度及び表彰制度

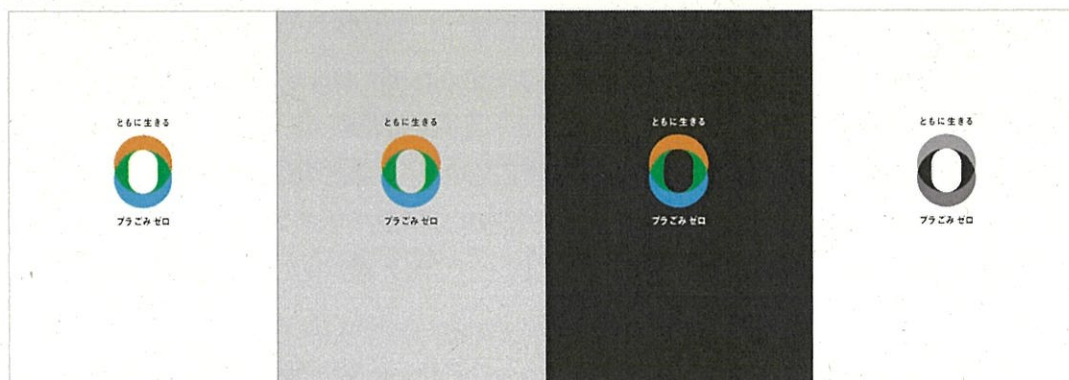
前述の通り、2019年において、亀岡発のプラごみゼロ環境ブランドマークを作成したところ。今後、後述する自治体 SDGsモデル事業の一環として、市民や環境 NPO、飲食店、アーティスト、農家など多様な主体との意見交換を通じて当該ブランドマークの認定基準を具体化する。プラごみゼロに向けて行動を始めている市内飲食店や小売店、NPO、自然や健康に配慮した栽培を行う市内農家、地域の持続可能性に貢献する観光面での協力事業者、フライバッグをはじめ環境先進的な製品を生み出す起業家など、定めた基準をクリアする認定事業者や団体に積極的な表示を促し、自己の製品や取組みの環境配慮や安全性を示すブランドマークとして確立を図る。

当該マークが環境先進的な認定事業者や団体に活用され、プラごみゼロの理念を示すブランドマークとして定着するにつれ、使用を希望する他の事業者や団体の申請登録が増

加し、規模が拡大することで、SDGsに係る本取組みが加速していくことが想定される。

また、環境・経済・社会の3側面に同時に貢献する先進的な活動や製品を生み出す者に対して、市外事業者や団体も含めて表彰する制度を設立。表彰式に合わせて招聘し、シンポジウム等を行う。これにより、日本各地で行われるイノベーションを積極的に吸収し、ネットワークを拡大する。

(亀岡発のプラごみゼロ環境ブランドマーク)



② 環境未来づくりパートナー(仮称)提携制度

2019年5月から10月にかけて、「かめおかプラスチックごみゼロ宣言」(2018年12月13日)の主旨に賛同する市内の11事業所や団体、イベントの実行委員会組織らとプラスチックごみの削減を目指す協定を提携したほか、前述ソフトバンク株式会社と「環境及び教育事業連携に関する協定」(2019年10月30日)を締結している。また、2020年2月現在も数社との間で、相互に連携し合いながらプラスチックごみの削減をめざすための協定締結を協議しているところ。