

令和7年度神奈川県町村長行政調査に参加いたしましたので、以下の通り報告いたします。

◎日程：令和7年11月6日(木)・7日(金)

◎主催：神奈川県町村会

◎参加者：神奈川県下13町村長、神奈川県町村会事務局職員3名

◎調査先：宮崎県都城市

1. 都城市について

- ・宮崎県の南西端に位置。
- ・人口約16万人(県内2位)、面積約653km²。・1924年、市制施行。
- ・1988年、区域区分(線引き。市街化区域と市街化調整区域)を廃止(全国唯一)。
- ・主要産業は農業。肉用牛と豚の産出額 全国1位。サツマイモとサトイモの作付面積 全国3位
- ・巨額のふるさと納税額(5度の日本一。令和6年177億円)などを財源とするハード整備や移住促進のソフト事業などの効果により、令和6年、13年ぶりに人口が増加(宮崎県内唯一の人口増加自治体)
- ・普通会計規模 約1,300億円、経常収支比率 95.9%、財政力指数 0.54
- ・ドジャース 山本由伸投手は都城高校卒業(2023年 都城市市民栄誉賞特別賞 受賞)

2. 視察内容と感想等

(1) まとめ

- ・巨額のふるさと納税(5度の日本一。令和6年177億円)を、ハード&ソフト両面(※1)で有効に活用し、令和6年に14年ぶりに人口が増加。

※1：ハードは後述する中心市街地の図書館や子育て支援センター、道の駅、国際基準のプールやプロ野球などのキャンプ需要に応える野球場等々。

ソフト事業の代表格は、最大500万円の移住給付金。他にも、奨学金の返還支援や保育料の完全無料化や、受け皿を整備するためにマンション建設に1億円/棟を補助(これまでに20棟に補助)などを実施。

・ただ、牛肉や焼酎など人気の返礼品があるだけで寄附が増えているわけではない。この肉と焼酎に特化したブランディング戦略や、民間事業者が真に自分事として参画し、運営していることが今日の成功につながっているとの印象。

- ・中心市街地中核施設は複数の棟に分かれているが、コンセプト自体は“図書館を核とする複合施設”に近い。市の面積や人口など規模の差こそあれ、その中核施設の狙うところに共感を覚え、開成町においても参考になる施設であるとの印象を持った。

(2) 中心市街地中核施設「Mallmall（まるまる）」

①整備までの経過

- ・1988年に線引きを廃止した結果として、スプロール現象が起き、中心市街地の求心力が低下
- ・大型商業施設が相次いで閉店（1992年 ショッピングモール（大丸センターモール）、1993年 百貨店（都城大丸本館）、2002年 大型スーパー）。この間、郊外に複数のイオン系ショッピング施設が進出。

- ・撤退した商業施設の建物や跡地に“中心市街地中核施設”Mallmall“（※2）を整備。

商いによって人を集めるのは現実的に困難であると判断し、ニーズのある施設や機能を集約することで賑わいや交流、居場所を創出することを狙いとした。

特に、“女性”が来る施設を目指した。また、それぞれの施設間を行き来する際に雨に濡れないように、屋根（シェルタ）を整備。

※2：図書館、子育て世代活動支援センター、保健センター、まちなか交流センター、未来創造ステーション

②都城市立図書館

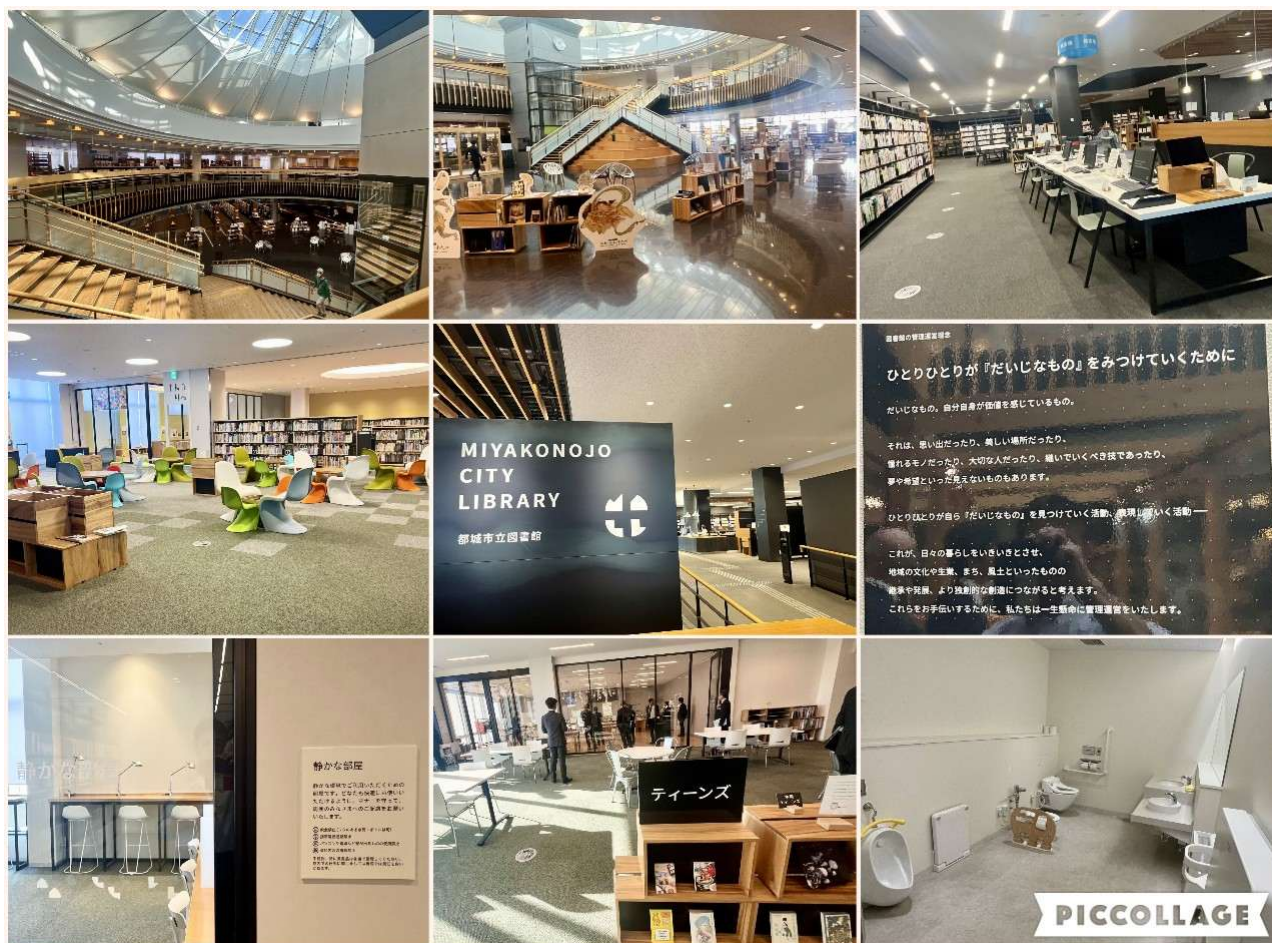
- ・建築面積4,815㎡、延床面積8,046㎡
- ・旧図書館（市役所そば、現在は書庫として利用）と比べて面積は約3倍に。
- ・新築ではなく、商業施設を改修することでコストを約31億円削減。

- ・開館時間：9時～21時
- ・定期休館なし
- ・禁止事項等の張り紙いっさいなし。

- ・静寂は求めず、1階ホールでは講演会やワークショップも開催（サイレントルームは別途あり）
- ・大事なもののメモリー：本や資料についているバーコードや、館内インデックスワードのバーコードを読み取ることで、ほんの情報や書架番号のみならず、読んだリストや気になるリストにも登録できる。

- ・駐車場 3時間まで無料。
- ・職員55名。うち半数が司書。

- ・来館者は1日平均約3,000人(中心市街地に訪れる人が1日平均約5,000人)
- ・学習スペース約500席。テストシーズンには中高生で満席になる。
- ・子育て支援センターを訪れた親子が図書館も利用するようになったケース多し。



③都城市子育て世代活動支援センター

- ・プレイルーム(屋内遊戯場。無料)
- ・おひさまテラス(屋外遊戯場。無料)
- ・子育て支援センター(乳幼児と保護者の交流スペース。遊具あり。無料)
- ・一時預かり(9時～20時。有料)

④都城市保健センター

⑤まちなか交流センター

- ・キッチンスタジオ
- ・会議室、多目的室
- ・まちなか広場(全天候型の多目的広場)

⑥未来創造ステーション

- ・セミナー室、会議室
- ・コワーキングスペース（交流&創業支援）



(3) 防災道の駅「都城 NiQLL」

①防災道の駅

・防災道の駅とは、災害時に広域的な防災拠点として機能するよう、国が選定した「道の駅」のことです。救援物資の集積拠点や災害復旧の拠点としての機能が想定され、国からの重点的な支援を受けます。

・令和3年に39施設が選定され、能登半島地震において広域防災拠点として大きな役割を果たしたことなどを踏まえ、今年度、新たに40施設が追加選定されました。

②「都城 NiQLL」

・広域的な防災拠点と位置付けられているが、主に、南海トラフ巨大地震発生時に想定される津波被害に対する後方支援の役割が期待されている。

- ・総面積 約18,000㎡
- ・令和5年4月 リニューアルオープン
- ・都城市と第三セクター(株)ココニクル都城(市が2/3出資)、国(国交省)が区分所有。
- ・2001年に開業した旧「道の駅」と比べると、来場者数と売上高がいずれも約6倍に増加。
来場者数は九州2位(1位は福岡県宗像市の道の駅「むなかた」)
- ・昨年、肉の自動販売機(出てくる肉の種類や量が一律でない=当たりがあることから、ガチャガチャ・Gachaと位置付けられています)の年間売上高が1億円を超えた。
- ・総工費は約26億円。財源は地方創生拠点整備交付金 約5億円、起債 約4億円、(株)ココニクル都城から約8億円、ふるさと納税から約9億円充当。
- ・指定管理料 1億円
- ・もともと災害支援拠点であったことも踏まえ、防災道の駅に選定されることのメリットは少なくない。BPC計画策定におけるコンサル料が無料になる。国交省と良好な関係を維持するためにも意義がある。



(3)ふるさと納税制度の活用について

①戦略

・ふるさと納税制度は2008年に発足。都城市は2014年から参入。

・参入当初から掲げている戦略≡目的は、“知名度を上げること”。

その目的を達成するためにとった具体策が“肉と焼酎に特化すること”。「肉と焼酎と言えば都城市」というブランディングを今日もなお展開中。

⇒市職員の意識が変化した。それまでは仕事を与えられるのを待ち、与えられた仕事をこなすだけの文化だったが、ふるさと納税事業＝市のPR事業を通じて“経営感覚”が芽生えた。

②返礼品等について

・「都城市ふるさと納税振興協議会」が主体的に動き、極めて重要な役割を果たしている。すべての事業者が委託金の2%を拠出し、活動費に充てている。宣伝活動もすべて担っている！

協議会に加盟している事業者数は当初の20社から、現在150社まで増加。新規の加盟に際しては、市は関係せず、すべて協議会にて決定している。

・返礼品は事業者からの提案に基づき決定。

・現在の返礼品の内訳は、肉 約30%、焼酎 約20%、ゴルフクラブ 約20%、その他40%。

・地域おこし協力隊はふるさと納税事業には一切関わっていない。

・中間事業者はシフトプラス(株) (本社：大阪市)

・最も効果があったと考えられる広告は、東京モノレールの駅に設置した電子広告。

(以上)