

## 行政視察・研修参加報告

( 創 世 会派)

### <視察・研修目的>

昨年行った島根県東京事務所（日本橋島根館）とふるさと回帰支援センター（東京交通会館）での UI ターンに関する視察に続き、関西圏における UI ターンの状態を島根県大阪事務所とふるさと暮らし情報センター（ふるさと回帰支援センター大阪事務所）の二か所で行う。併せて大阪へ行われる地方議員研究会主催の財政に関する研修会とシティプロモーションとマーケティングに関する研修に参加し安来市政への政策提言に活かせる知識を学ぶ。

### <視察・修概要一覧>

視察月日	視察先	視察施設	視察内容
平成 31 年 2 月 12 日	島根県大阪事務所	島根ビル	島根県への UI ターンの状態と課題について
	ふるさと暮らし情報センター	シティプラザ	島根県への UI ターンの状態と課題について
平成 31 年 2 月 13 日	地方議員研究会研修会	新大阪丸ビル別館	議員が知っておくべき財政の話 I・II
平成 31 年 2 月 14 日	地方議員研究会研修会	新大阪丸ビル別館	議員から仕掛ける シティプロモーションとマーケティング

### <視察・研修概要報告>

#### 1. 島根県大阪事務所

- 対応者：島根県大阪事務所管理部長  
定住アドバイザー  
しまね産品振興スタッフ

- 概 要： UI ターンの状態と課題、支援策について

### <考 察>

全国で様々な取り組みがなされているが、県単位で移住・定住を最初に言ったところは島根ではないかと？また、「ふるさと島根定住財団」も平成 4 年に全国に先駆け

設立し取り組んでいる。

農業、漁業、伝統芸能などの体験はどこ自治体でも取り組んでいるが、移住・定住となると職業となるのが必須であり、県として、無料職業紹介の資格を取り、各種イベントを企画したり、若者の UI ターンを支援し、特に各大学（現在 9 校）の出身者別でのセミナーを開催し、アドバイザーを派遣し支援をされている。

現在、「関係人口」という言葉があるが、これは、移住はされないが地方で特定の関わりを持ち、その地区の情報やイベントを全国に発信する人たちのことを言う言葉で、現在松江におられるとかで、そうした人たちとも連携しながら PR に努めていると熱く語られました。（佐伯）

都市部の大学や企業との情報交換、県出身学生への U ターン就職などの情報提供。無料職業紹介業務、就職者の意向確認、相談など移住希望者の総合窓口、各種定住フェアでの相談対応を業務としておられる。本市の定住担当との密接なコラボをお願いした。他自治体がどの様な情報共有しているかを調査し、本市独特な情報を積極的に発信すべきとも感じた。（樋野）

現在、島根から都会へ出ていく若者の内、関東圏よりも圧倒的に関西圏への流出が多く、中でも大阪府へ集中しているとのことであった。同時に大阪府からの地方への移住・定住者の増加もしている。この様な現状で、「関係人口」と言われる人々の存在が地方への UI ターンに大きく関わりつつあるとのことであった。いかに島根、安来に対する関係人口を増やすことが、今後の移住・定住対策のカギになってくると考えられる。安来市では私の地元である赤江小学校が 47 年間大阪の白鳥小学校と児童交流を行っている、この様な機会等も有効に活用して、関係人口の増加を目指すよう政策提言をしていきたいと考える。（三島）

## 2. 大阪ふるさと暮らし情報センター

●対応者： 大阪ふるさと暮らし情報センター所長

●概要： UI ターン者への情報提供と自治体との連携について

### <考察>

このセンターを利用されるのは 7 割の方が大阪府の方であるがその半数以上がふるさとを持っている方（地方出身者）であるとのことであり。特に 30, 40 代の晩婚で子育てをしておられる方が子育てに対する思いを強く持っておられる方が多く見受けられるとのことであり、安来市の移住・定住対策もこの点に特化した対策の必要

性を感じた。ただし、時間の経過とともに子どもが高校生になった時の教育に関して、また、自身が高齢化して介護が必要になった時などに、再び都会へ戻ってしまう可能性があるとの話を受け、UI ターンをされた方の考え方とそれに対する対策を早期に把握すると共に施策を考えていかなければならないと感じた。(佐伯)

関西地区からの本市への U・I ターン希望者への情報提供の具体策を確認が主な視察であった。東京の島根定住アドバイザーから得た情報と関西での呼び込み策を比較しつつ質問に徹した。

どうしても島根・鳥取県内自治体との鎬を削る位置に本市があり、他自治体との優位性を考えた情報提供を強化すべきだと再認識した。(樋野)

UI ターンを考えている方の大多数はその情報をイベントや紙媒体（パンフレット等）からではなく SNS から得ている。いかに自治体の定住化対策を都会の方に伝えるかがカギとなるが、現在の SEO（検索エンジン最適化）の状況では島根や安来の情報を上位にあげることが難しい現状にあり、当たり前の手法で上位アクセスに持っていくには多大な資金がかかることとなり、財政的には苦しい状況である。何かしらの工夫を何とか考え出す必要性がある。(三島)

### 3. 地方議員研究会

●講師：程岡俊和

●概要：議員が知っておくべき財政の話し 基礎編 1・2 財政の質問のポイントについて

#### <考察>

財政の基本から知識及び予算化されるまでのプロセスを知ることによって事業内容と検証の実施までの過程を詳しく受講し、特に交付税制度の解説と地方債と財政需要額の関係では、景気対策において、重要な機能を果たしている。講義では、地方から全国の市場経済を事細やかな調査が必要との内容に関心を覚えた。(佐伯)

参加自治体の平成 28 年度決算カードを配布され、項目ごとに解説頂いた。歳入・歳出の見方のポイント、知識をどの様に政策に活かすべきか財政の基礎的な考えを研修受けた。議員としての基礎知識を改めて得たことに感謝しています。議会での一般質問で執行部側からの発言では、調査研究しますの答弁は、その質問に対しやる気が無い場合であり、検討しますは前向きの答弁である。質問の仕方での知識レベルがば

れてしまう事に要注意である。過去の自分への答弁を調べ原因を考え、次につなげる必要があると感じた。

現在の安来市での新年度予算は、3月議会前に初めて事前説明を受けているが、通常は前年度決算審査後に次年度の予算組をする執行部から、議会に対して予算編成の方針は提出させるべきだと理解しました。その予算編成方針を基に市長の考え方をスタンスも事前に確認すべきことと理解しました。

議員として、現場を良く知る事、ものを申すには具体的な背景を基に、言い方が必要である。市民の貴重な税を1円たりとも無駄にしない。当然であるが、やるべきと感じた。また予算化されるまでのプロセスを知ること、事業を知り検証も行える。

地方交付税の性格・仕組みを教わった。特に市町村分としての個別算定経費について消防費、土木費、教育費、厚生費、さか業・経済費、総務費、地域経済・雇用対策費、地域の元気創造事業費、人口減少等特別対策事業費からなる測定単位の詳細を教わったことは、新たな収入であった。また包括算定経費の人口・面積からとの算定についても理解できました。(樋野)

執行部側の立場から予算に対する議員の質問の在り方を詳しく伺うことができた。年間を通してどの会議でどの様な質問を行うことが効果的であるか、改めて認識することができたことは今後の議会での一般質問に大いに役立つことになった。

また、現行の交付税に関しての考え方、問題点を認識できたことも、今後の安来市の財政を考える上で大変参考となった。(三島)

#### 4. 地方議員研究会

●講師：麗澤大学地域連携センター 客員研究員 松野 豊

●概要：議員から仕掛ける シティプロモーションとマーケティングについて

##### <考察>

千葉県流山市の議員だった時の活動を通じての議会改革の取り組みであった自治体広報戦略についてでは、自分たちの故郷をより良くするための志で有権者から選ばれたものであり、この信頼関係をポイントに置きそれぞれの課題を正面から議論を深めていく姿勢が大事であると、また、議会内では「うちの議会で実現する」という観点で議員同士で前向きな議論を通じてアクションプランまで落とし込めなければ改革は前には進まないと話され、今後の議会改革の進め方についての様々な問題点が指摘された気づきの内容であり興味を持った講義でありました。(佐伯)

松野氏の履歴が平成 11 年に 29 歳で流山市議会議員に当選、その後平成 17 年に元三重県知事(現在、早稲田大学大学院教授)の北川正恭氏とマニフェスト運動を推進する為に、ローカル・マニフェスト推進地方議員連盟を立ち上げ、初代共同代表に就任。また地方政府創造会議の議員連盟事務局長補佐に就任された。

流山市はファシリティマネジメントの先進自治体で、JFMA 時代から FM 実践の職員と今でも情報を共有する仲間の居る自治体。そして北川正恭先生も三重県知事時代からの知人でもある。その松野氏の講義が受けられることに期待して参加した。

内容は元議員時代の流山市の取組みについての講義でした。住んで良かった、住み続けたいと思える街を創造しての取組み。子持ち夫婦を流山市へ流入させる手段。等、平成 15 年 10 月に日本で初めて市役所内にマーケティング課を設置、人口減少に向けて、ブランドマーケティングの発想を取り入れた。流山市で家庭を持ち、子育てをする環境づくりを目指した取組み。あらゆる人口対策を推進するうえで、あれこれではなく、ターゲットを絞り進めた。それが子育て環境の提供。30 代の共働夫婦が働きやすい環境と子育てしやすい環境の整備である。マーケティング課ではこれまでは市外向けのマーケティングであったが、今後は市内向け含めた活動、分析調査をしつつ NPO 企業等など外部協力を図っていく。それは職員の不足に対する対応でもある。また VTR 等を作成し、広報活動に徹している。本市での取組みに向けて大変参考とすべき点が多々あった研修であった。(樋野)

行政の政策の中には漠然とした内容のものもあり、そういった政策の成果はなかなか期待できないものとなってしまふ恐れがあると認識できた。その解決のためにはマーケティングの手法を用いることにより、より効果的に成果を得ることができることを学んだ。

この度の講座では流山市の定住化対策についてマーケティング手法の導入プロセスとその効果について紹介いただいたが、正直、強烈な衝撃を受けた。安来市においてこのような手法を用いることは難しいと考えるが、しかし、マーケティング手法を取り入れなければ移住・定住対策をしっかりと進めることはできないのではないかと考えざるを得なかった講座であった。ぜひ、3 月定例議会で一般質問をしてみたい。(三島)