

別記様式その1（第7条関係）

令和6年4月24日

いなべ市議会議長 小川 幹則 様

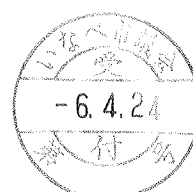
会 派 名 創風会

経理責任者 伊藤 智子



令和5年度政務活動費収支報告について

いなべ市議会政務活動費の交付に関する条例第7条第1項に基づき、別紙のとおり
令和5年度政務活動費収支報告書を提出します。



別記様式その2（第7条関係）

令和5年度政務活動費収支報告書

会 派 名 創風会

1 収 入
政務活動費 1, 0 8 0, 0 0 0円

2 支 出 1, 0 1 3, 4 9 8円

(単位：円)

項 目	金 額	備 考
調 査 研 究 費	4 2 5, 3 7 4	視察研修、モバイル端末レンタルサービス通信費
研 修 費		
広 報 費	5 8 2, 1 8 4	会派だより（第 64. 65. 66. 67 号）
広 聴 費		
要請・陳情活動費		
会 議 費		
資 料 作 成 費		
資 料 購 入 費	5, 9 4 0	書籍購入（地方議会議員ハンドブック）
人 件 費		
事 務 所 費		

注 備考欄には、主たる収支の内容を記載する。

3 残 額 6 6, 5 0 2円

使途項目別一覧表

使途項目名	調査研究費
-------	-------

年月日	支出内容	支出額	備考	整理番号
令和5年9月8日	モバイル端末通信費(4月~9月)	19,800 円		1
12月1日	研修会受講代	180,770 円		2
12月18日	行政視察・研修会旅費	91,260 円		3
令和6年1月15日	視察手土産代	5,346 円		4
1月16日 1月17日	行政視察・研修会旅費・宿泊費	46,740 円		5
1月19日	研修会旅費	40,860 円		6
2月15日	研修会旅費	2,340 円		7
2月22日	モバイル端末通信費(10月~3月)	19,800 円		8
3月26日	調査研究用消耗品	18,458 円		9
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
計		425,374 円		

支 出 伝 票

使途項目	調査研究 費	整理番号	1
支 出 金 額	19,800 円		
支出年月日	令和5年9月8日		
使 途 内 容	モバイルレンタル端末通信費 自己負担金(4月～9月分) 3名分		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
モバイル端末通信費自己負担金4月～9月分 3名分			
$2,200\text{円}/\text{回線} \times 6\text{か月} \times 1/2 = 6,600\text{円}$			
$6,600\text{円} \times 3\text{回線} = 19,800\text{円}$			
支 出 先	三重県いなべ市長		
按 分 率 等			
備 考 欄			

支 出 伝 票

使 途 項 目	調 査 研 究 費	整 理 番 号	2
支 出 金 額	180,770 円		
支 出 年 月 日	令和5年12月1日		
使 途 内 容	研修会受講代		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付 1月17日 30,000円×3名分=90,000円 2月15日 30,000×3名分=90,000円 振込手数料=770円 合計 180,770円			
支 出 先	地方議員研究会		
按 分 率 等			
備 考 欄			

視察研修報告書

令和 6 年 / 月 / 日

日 時	令和6年1月17日(水)10時00分～16時30分
氏 名	清水隆弘・小寺徹翁・伊藤智子
視察名	地方議員研究会「高齢化の進展・人口減少に対応するIE交通まちづくり」 「地域公共交通活性化再生法の改正と地域公共交通計画
視察先	東京都千代田区丸の内リファレンス国際ビル
説明者	講師 井原 雄人 早稲田大学スマート社会技術融合研究機構 研究院客員准教授
目的・内容	北勢線・福祉バス持続のために市・市民ができることは何かを学ぶため。
成果・所感	地域公共交通は、地域住民の移動手段の確保としてだけでなく、地域資源と組み合わせることで、人の交流の活発化によるまちづくりの手段として・まちのにぎわい創出や健康増進など、移動手段があることによって得られる価値を増やしていくことの方法、重要性を学んだ。 「北勢線（三岐線）利用者への定期代の補助」という新しい視点を得ることができ、政策提言していきたい。

資料別添付

高齢化の進展・人口減少に対応した交通まちづくり

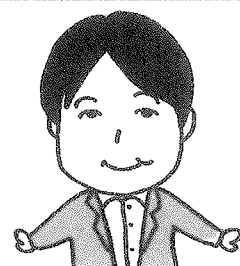
早稲田大学スマート社会技術融合研究機構 電動車両研究所
研究院客員准教授 井原雄人

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

自己紹介

- 名前: 井原(武末)雄人
- 所属: 早稲田大学 スマート社会技術融合研究機構 電動車両研究所 客員准教授
 - : 合同会社ビジュアライト 共同代表
 - : 一般社団法人日本バス情報協会 監事
 - : 地域公共交通のトリセツ 編集会議
- これまでの研究開発プロジェクト
 - : 電動車両の開発・実証(東京都、奈良県、本庄市、長野市、川崎市、周南市など)
 - : コミュニティ交通などの導入(瀬戸市、沼津市、南足柄市、大井町、三田市など)

→ ハイブリッド車
電気自動車



2

20年間車の研究をしていますが 車の免許を持っていません

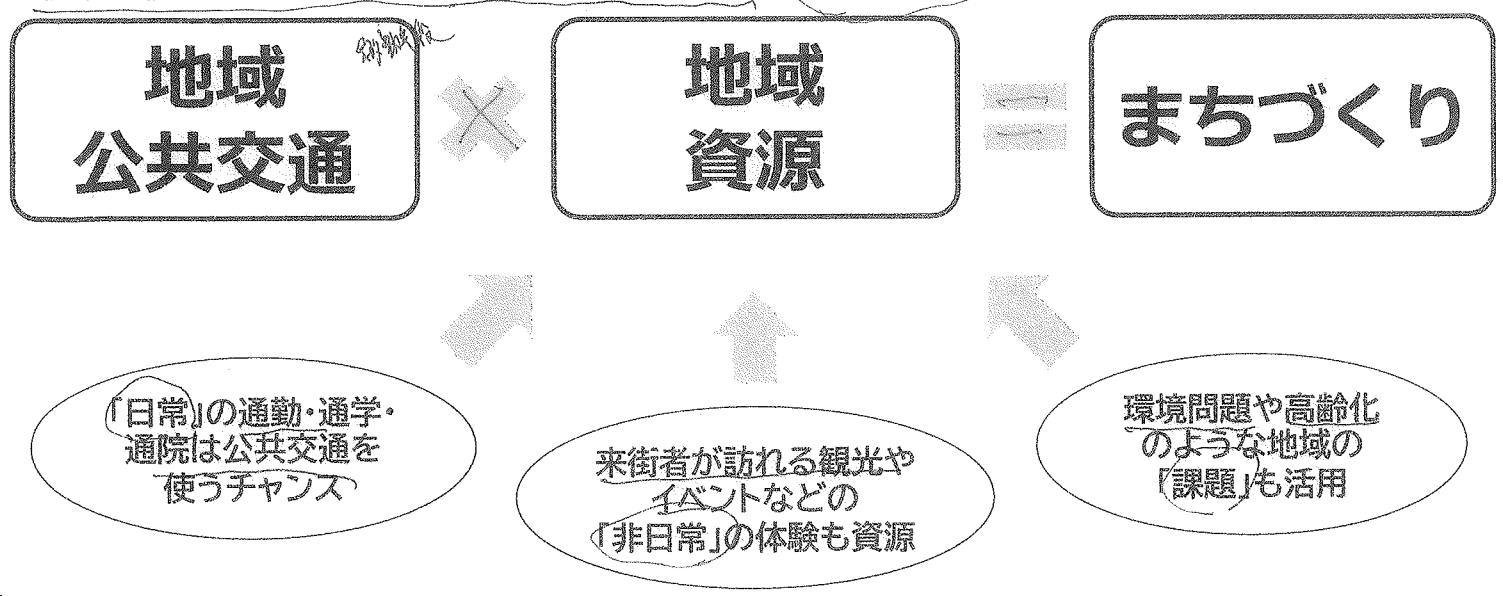
運転できないからこそ自分事として
「地域公共交通」を考えています

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University



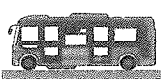
地域公共交通はまちづくりの手段

- 地域公共交通を交通事業者の内部補助を含む経営努力や、自治体からの赤字補填だけで維持することは困難となっている。
- 「移動手段」としての価値だけでなく、地域資源と組み合わせることで「まちづくりの手段」としての価値を見出す必要がある。



「日常」も「非日常」も「課題」さえも地域資源として活用

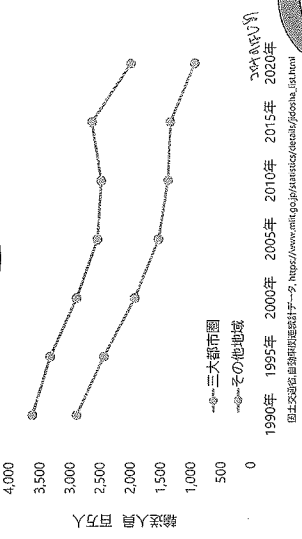
Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University



地方都市と地域公共交通の現状

地域公共交通の負のスパイラル

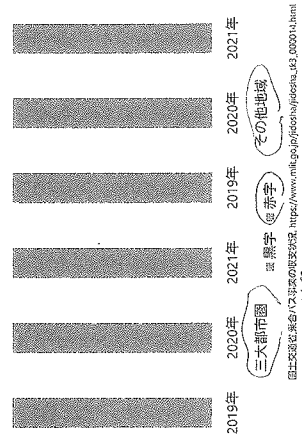
(利用者の減少)



スマート化・エージョンの進行
地方部での人口減少
ICT技術による需要の転換

負のスパイラル

収支の悪化



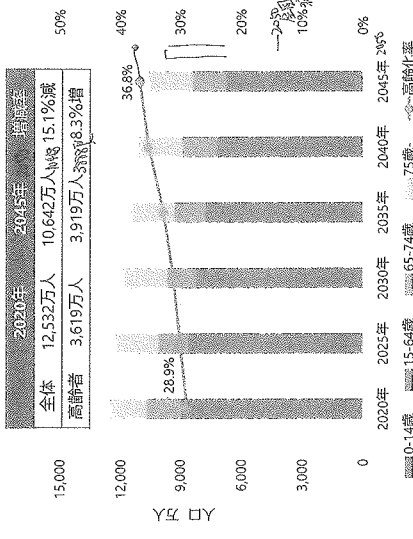
車両費・燃料費の高騰
運転手不足の深刻化
求められるサービスの多様化

さらなる公共交通利用者の減少

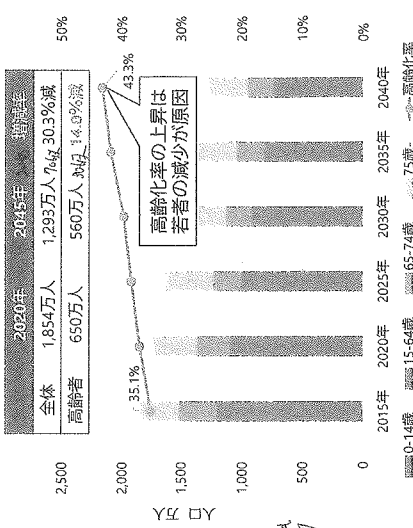
サービスの低下 (減便、運賃値上)

地方都市の人口と高齢化の現状

全国



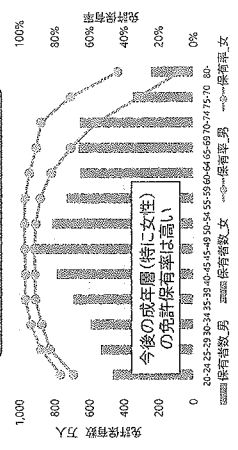
5万人以下の都市



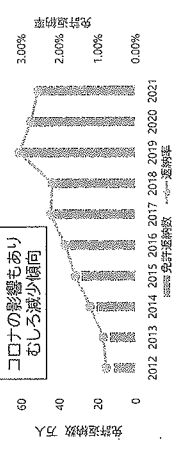
高齢化率が上昇するだけではなく人口そのものが減ることが問題

高齢者の免許保有と免許返納

年代・男女別免許保有

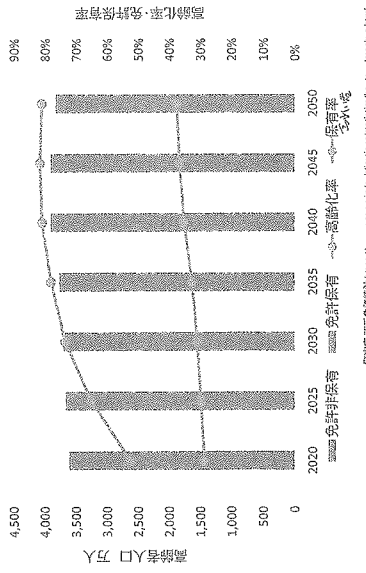


新しい免許返納数



- 年代別保有率と返納率を考慮し、今後の高齢者の免許保有を推計
- 今後の高齢者は免許保有率が高いため、現状の返納率であれば、高齢者の免許非保有率(=交通弱者)数は2045年まで減少
- 免許保有=運転している、運転したい人ではないことに注意

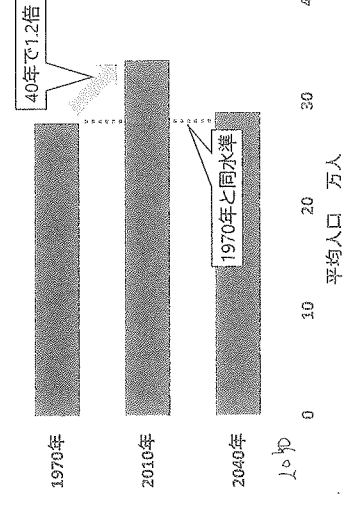
高齢者の免許保有



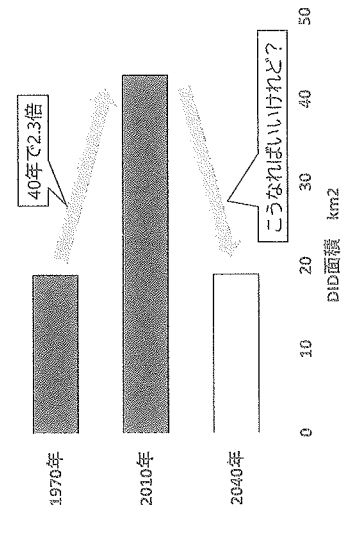
人口減少と拡散

- DID (Densely Inhabited District) とは、市区町村の区域内で人口密度が4,000人/km2以上の基本単位区が互いに隣接して人口が5,000人以上となる地区。

人口推移予測



DID面積の予測



緩やかに拡散した都市は人口減少が進んでも同じ都市にも戻らない

19 来店・商店との連携によるにぎわいの創出 (松本市)

- 移動先となる商店等と連携し、インセンティブを付与することで利用促進
- 乗車ごとにポイントカードに押印し、枚数ごとに各店舗でサービス交換
- 時刻表へ広告掲載(35000部)と共に新たに送客効果を創出

店舗・施設	特典	価格	特典・運賃	提供条件	累計乗換
松本山雅FC	入場券	1500円	47.6%	カード1枚	121件
とをいや薬局	購入代金の10%割引		12.7% (4000円購入時)	カード1枚	1840件
アイシティ21	映画無料券	1800円	11.4%	カード5枚	345件
ラーラ松本	利用無料券	1000円	15.9%	カード2枚	180件
松香寮	入浴無料券	350円	11.1%	カード1枚	336件
今井恵の里	旬の産物	500円	15.9%	カード1枚	456件
林檎の湯屋おが〜	入浴割引券	400円	12.7%	カード1枚	34件

松本市 西地域コミュニティバス https://www.city.matsumoto.nagano.jp/smpt/kuras/sumai/bus/seibu_bus/seibu.html

運行側が費用負担をしないインセンティブによる利用促進

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

次の図は松本市のコミュニティバスを
利用している人たちの利用促進
効果を表しています。

20 公共交通ネットワークの整備による健康への効果

公共交通分担率と疾患の受療率の相関

- 自動車・公共交通分担率、歩数と人口10万人あたりの各種疾患の受療率の相関を調査

	自動車分担率	公共交通分担率	歩数
糖尿病	0.165	-0.371	-0.216
脳血管疾患	0.412	-0.449	-0.317
高血圧疾患	0.302	-0.469	-0.451
心疾患	0.534	-0.496	-0.423
虚血性疾患	0.503	-0.399	-0.266
肝疾患	-0.427	-0.235	-0.096
腎疾患	-0.067	-0.293	-0.256
悪性新生物	0.326	-0.382	-0.499
結核	0.366	-0.017	-0.135
肺炎	0.314	-0.611	-0.511
精神疾患	0.124	-0.571	-0.424

松本市 西地域コミュニティバス 歩数、歩数と人口10万人あたりの各種疾患の受療率の相関を調査

松本市 西地域コミュニティバス 歩数、歩数と人口10万人あたりの各種疾患の受療率の相関を調査

公共交通ネットワークの整備により 徒歩圏が拡大し医療費削減に貢献

徒歩圏が拡大し医療費削減に貢献

徒歩圏が拡大し医療費削減に貢献

徒歩圏が拡大し医療費削減に貢献

徒歩圏が拡大し医療費削減に貢献

徒歩圏が拡大し医療費削減に貢献

徒歩圏が拡大し医療費削減に貢献

17 来訪者のための利用案内 (京都市)

● 充実している(しずぎている)公共交通は、全ての利用者を対象にしていたのでは情報量が多すぎる。

利用者の目的に合わせた最適な情報量での利用案内の提供

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

18 地域公共交通に求められる役割と価値

地域住民の移動手段の確保

運転のできない学生・生徒や
高齢者、障害者、妊婦等の
交通手段の確保

まちのにぎわい創出や健康増進

外出機会の増加による
にぎわいの創出や
歩くことによる健康増進

人の交流の活発化

観光客等の来訪者の利便性や
地域内での回遊性の向上により
人の交流を活発化

コンパクトシティ+ネットワークの実現

都市機能を集約した拠点同士や
拠点と居住地域を結び
交通手段の提供

利用している人だけでなく、何かしらの理由で利用できない人も対象
移動手段としての価値だけでなく、移動手段があることによって得られる価値

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

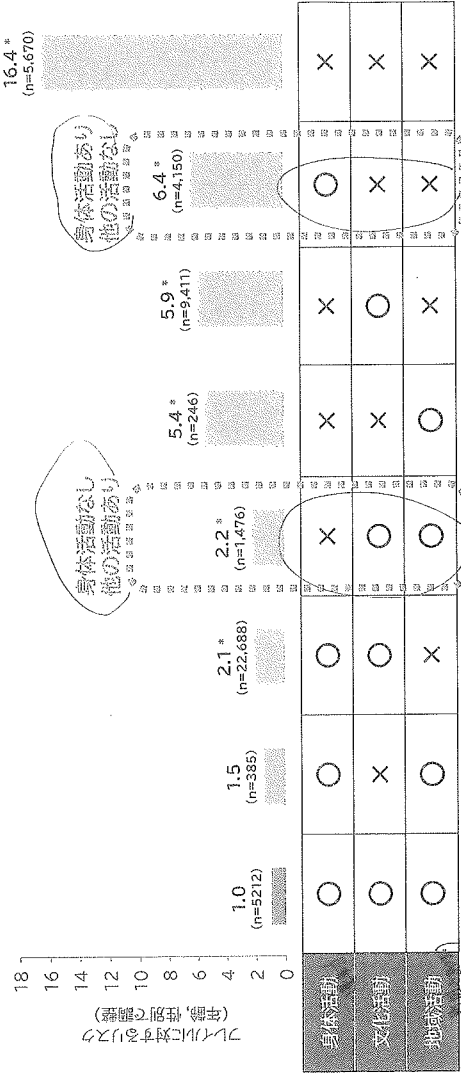
Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

一發射に千子前

- 地域サロンでの各活動(身体活動・文化活動・地域活動)の有無とフレイルに対するリスクの関連性を分析
- 活動の種類減少によってフレイルに対するリスクが上昇するが、身体活動のみではフレイルの予防には限界



 田中友弘 早稲田大学文化・地域活動の推進実証とフレイルの課題をテーマとする博士論文、2019年（第2回）、「p.0001」
Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

豊前 又、地をわつて
 いたる
 又、地をわつて
 いたる

 地域公共交通に求められる役割と価値

22

地域住民の移動手段の確保

人の交流の活発化

運動のでない学生・生徒や

観光客等の来訪者の利便性や

高等妊婦者、墮胎者、

地域内での回遊性の向上により

交通手段の確保

人の交流を活性化

まちのにぎわい創出や健康増進

コンパクトシティ+ネットワークの実現

外出機会の増加による

都市機能を集約した拠点同土や

「きつねのしるし」

視点と居住地域を結ぶ

製造無雙のり

交通手段の提供

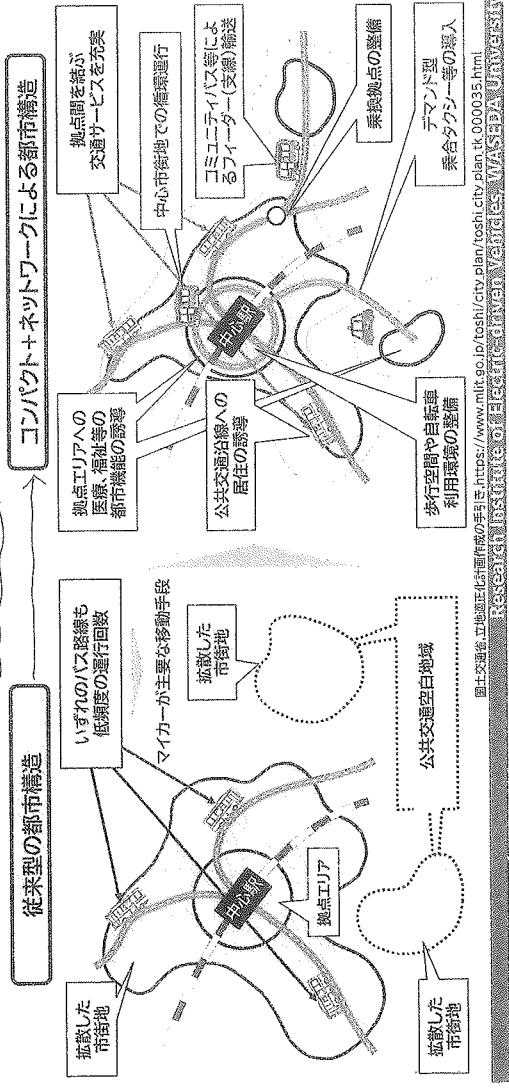
利用している人だけでなく、何かしらの理由で利用できない人も対象

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

立地適正化計画との連携によるコンパクトネットワーク

[illegible]

- 立地適正化計画とは、都市の持続性を確保するために居住誘導区域と商業や医療などの集約した都市機能誘導区域の立地を繋ぐ公共交通の充実を図ることで、多極ネットワーク型コンパクトシティを構築する。



富士交通 立地正北方面形成の手引き https://www.mlit.go.jp/toshi/cty_plan/toshi_city_plan_tk_000035.html
Research Institute of Electric-driven Vehicles, Waseda University

地域公共交通は誰が維持するのが（地域公共交通活性化・再生法）²⁴

24

（国等の努力義務）
第四条

国は、地方公共団体、公共交通事業者等その他の関係者が行う地域旅客運送サービスの持続可能な提供の確保に資する地域公共交通の活性化及び再生を推進するため、に必要な情報の収集、整理、分析及び提供、助言その他の援助、研究開発の推進、人材の養成及び資質の向上並びに関係者相互間の連携と協働の促進に努めなければならない。

都道府県は、市町村、公共交通事業者等その他の関係者が行う地域旅客運送サービスを持続可能な提供の確保に資する地域公共交通の活性化及び再生を推進するため、各市町村の区域を超えた広域的な見地から、必要な助言その他の援助を行うとともに、必要があるとき、**開闢・市町村と密接な連携を図りつつ主体的に地域旅客運送サービス**の持続可能な提供の確保に資する地域公共交通の活性化及び再生に取り組むよう努めなければならない。

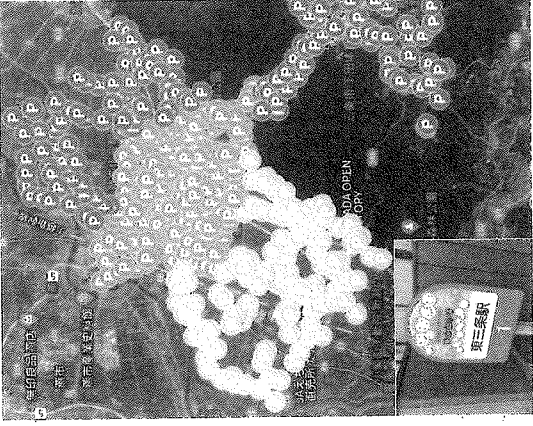
佐野村は、公共交通事業者等その他の関係者と協力し、相互に密接な連携を図りつつ主体的に地域旅客運送サービスの提供の確保に資する地域公共交通の活性化及び再生に取り組むよう努めなければならない。

公共交通事業者等は、自ら提供する旅客の運送に関するサービスの質の向上並びに地域公共交通の利用を容易にするための情報の提供及びその充実に努めなければならない。

国、行政、交通事業者に地域公共交通を維持する責務はない
利用者も含めた関係者が連携して取り組むことが必要

Research Institute of Electric-driven Vehicles, Waseda University

区域運行の事例 (三条市)



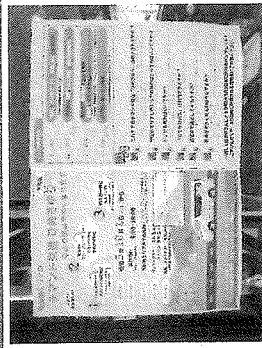
- 市全域を対象としたデマンドタクシー(区域運行)を2011年より実施
- 市内610か所の停留所を設置(半径300mに1か所)
- 400人/日の利用があるが81%が1人での乗車。相乗りを促進するため複数乗車時に割引制度(通常400円/人→300円/人)を導入
- 利用の多い中心部においてAIデマンドシステムを2023年より導入
- 利用者が増加したことでの市の負担額は61%増加したが、利用者1人当たりに対する負担額は29%減少

目標と成果の相違

コミュニティバスからの
転換により
自治体負担の削減

利便性が高まり
利用者が増加したことで
自治体負担は増加

AIにしたら便利になるのか？

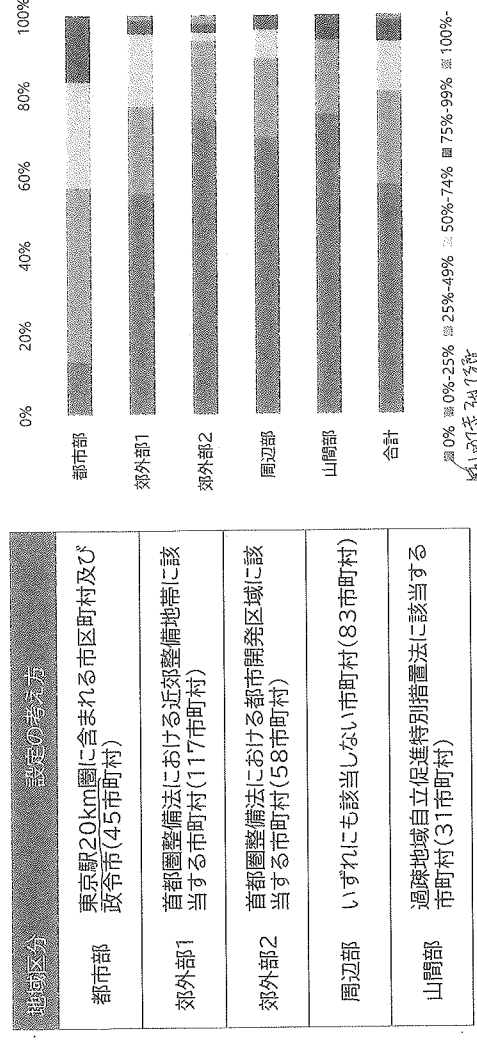


- 一部運行区域でAIデマンドタクシー
- 運賃：一律500円(アプリ予約400円)
- 予約時間：1時間前~リアルタイム
- 予約方法：電話のみ+電話+LINE+アプリ
- 停留所：変更なし
- AIは利用者を集めてくれるわけではなく、走行ルートを最適化してくれるだけ
- 複雑なルートを取るほど乗り合わない、ルートの選択肢がない=AIの出番がない
- 配車予約が効率化=AIは関係ない
- 「AIはここで右折と指示するけど、走りづらい道なので別の道行きますね。」=AIとは

今まで利用していた人は
少し便利になるけど
新たに利用するほどごく
便利になったのか？



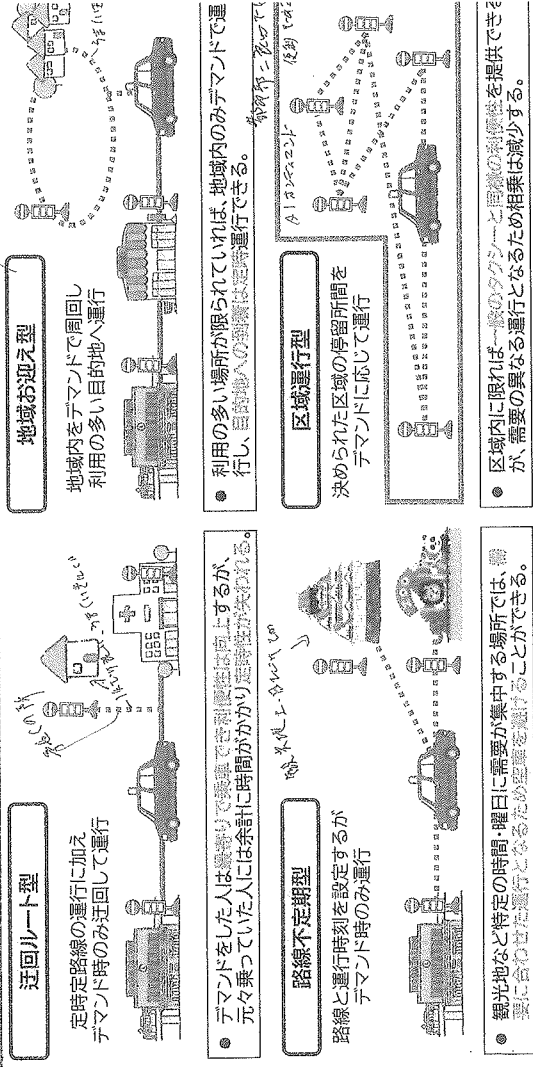
コミュニティバスの収支率



※0% 黒 0%-25% 濃 25%-49% 濃 50%-74% 濃 75%-99% 濃 100% 白

(概算のとれない) 民間路線バスの代替である限り、収支率が高くなることはない

デマンド運行のパターン



LM

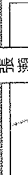
- 高経済成長期に造成されたニュータウン(三オールド・ニュータウン)



Age Group	Percentage of Respondents
18-29	40.0%
30-49	35.0%
50-69	30.0%
70+	25.0%

67

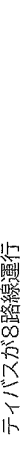
- 名鉄瀬戸線・国鉄豊田駅・新瀬戸駅)からの



入居当時は歩けた500mが歩けなくなり公共交通空白地域が拡大

43

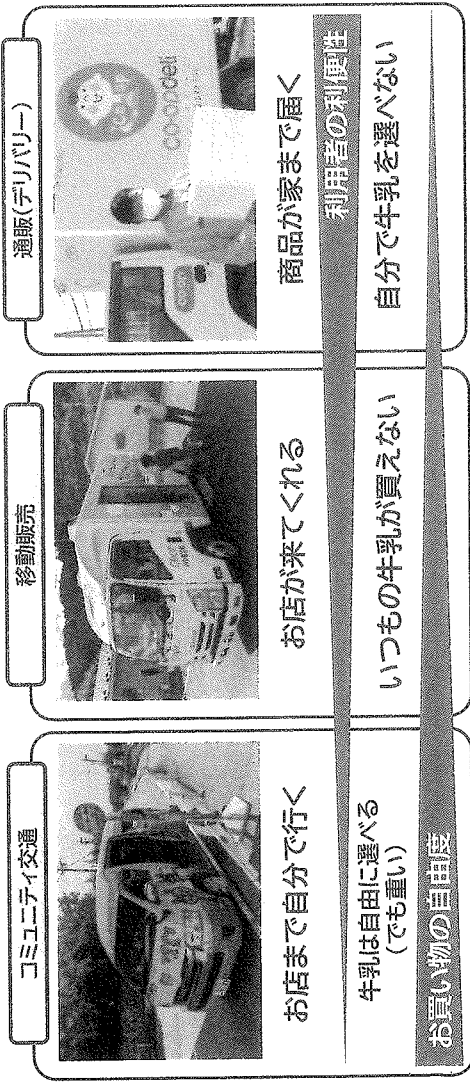
- 名鉄環状線、愛知環状線の鉄道により名古屋市、



Research Institute of Electric-Driven Vehicles, WASEDA University

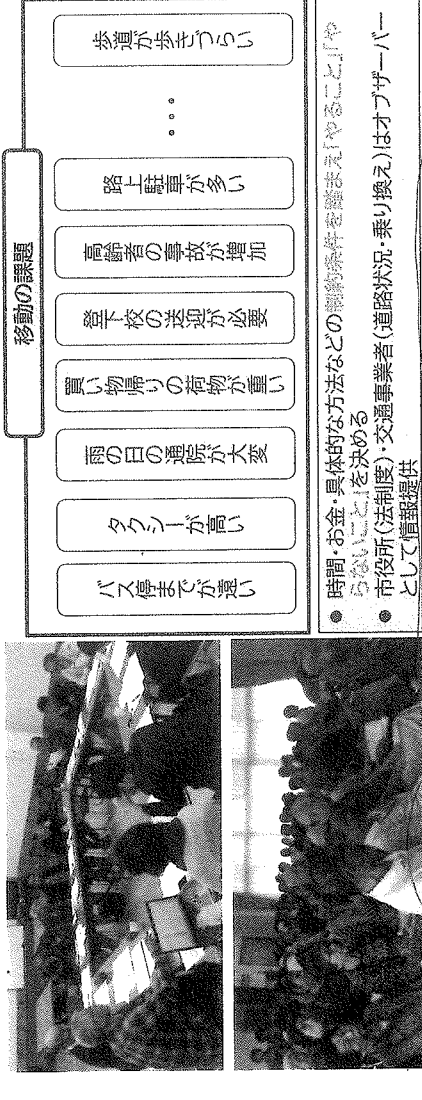
お買い物という課題へのアプローチ

- 「移動ができない」は手段の問題で、根本的な課題は買い物ができない＝生活ができない。
- 買い物に行けなくても買い物に来ることも課題の解決策となりえる。



市民ワークショップ・住民説明会(100人)

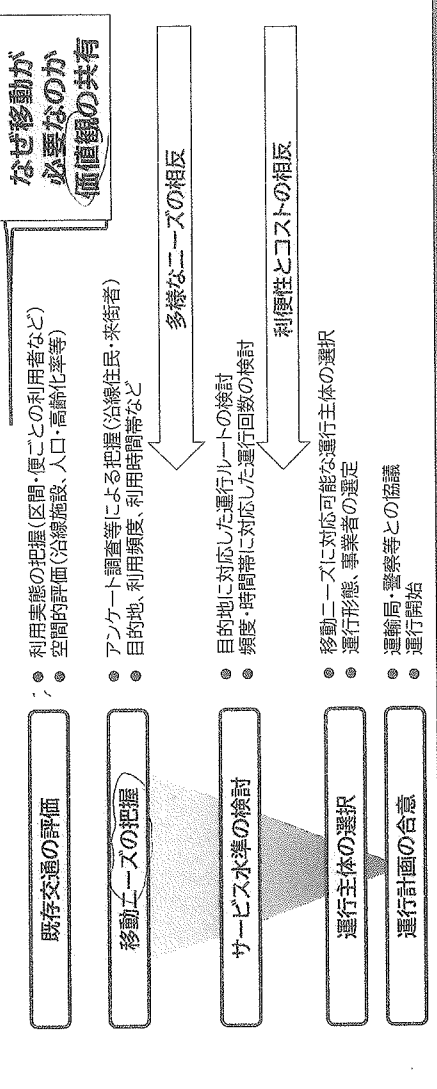
- 市民ワークショップで検討した理想を実現するために夢野団地コミュニティ交通運行協議会を組織。
- 運行協議会に参加できない住民に対しては自治会ごとに住民説明会を開催して検討状況を共有。



住民自らが決めることで「やることの主体性」と「やらなければならないことの責任」を持つ

これまでの検討の経緯

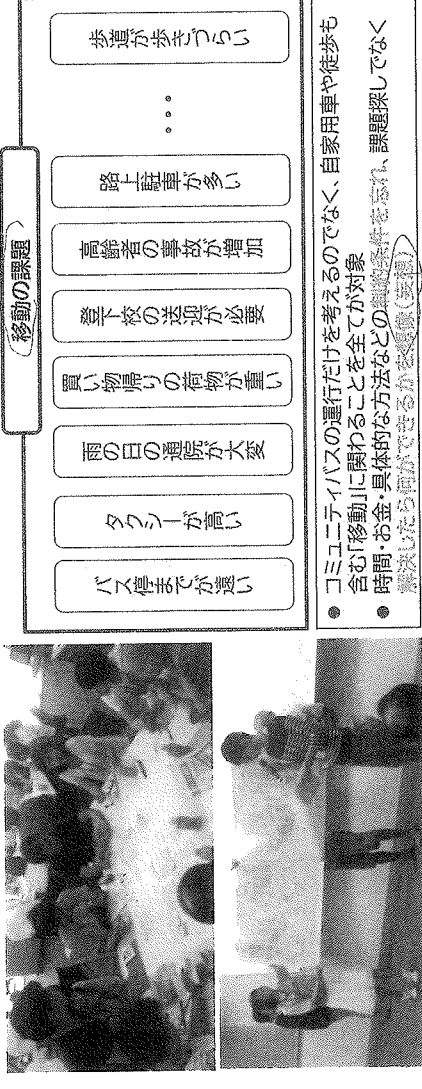
- 名鉄バスのルート変更やコミュニティバスの導入などの要望が出されていたが実現しなかった。
- 団地内の自治体同士でも、共同・戸建や平坦部・丘陵部違いなどで多様な要望があり、合意形成が困難であった。



求めるものが多すぎて全ての要望をかなえることは出来ない

市民ワークショップ(30人)

- アンケート調査だけでは分からない、移動に対する価値観を共有するための市民ワークショップを開催。
- 高齢者だけでなく、利用する可能性のある(免許を持っていない)大学生・高校生にも参加を呼びかけ。



理想のコミュニティを想像(妄想)し、改善が必要な移動の課題を共有

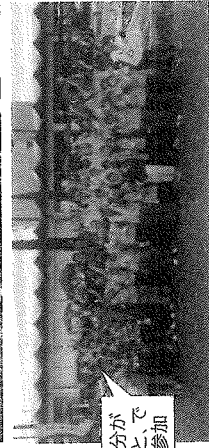
ゆり郎の姉

田中 菱野団地わいわいフェスティバル (300人→2000人)

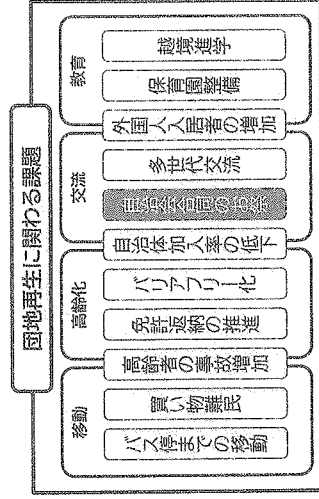
- 団地の衰退に伴い自然消滅していた自治会合同のお祭りが20年ぶり復活。
- 「全ては解決しないけれどお試しでやってみよう」をキーワードに課題解決のイメージをお祭りで実践。



わいわいフェスティバルの様子
(2019年)



それぞれ自分がやりたいことで、さることに参加



- 2018年には有志が集まり300人の住民が参加
- 2019年には「未来の菱野団地をみんなで作る会」を結成し2000人の住民が参加 2023年 16人

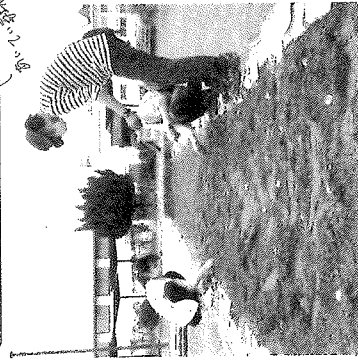
住民自らが創りあげる成功体験から新たな団地再生の取り組みへ展開

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

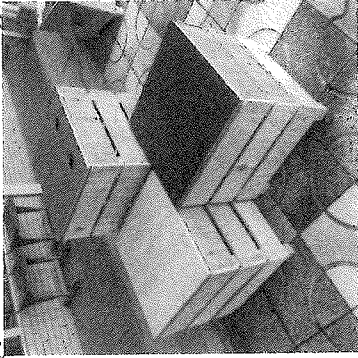
田中 未来の菱野団地をみんなで作る会 (みんなの会)

- 菱野団地の住民をはじめ自治会、地域力向上員会、公民館等の各種活動団体が構成し、菱野団地の課題解決や地域経営に取り組みエリアマネジメント団体として、未来の菱野団地をみんなで作る会 (みんなの会) を設立。

中央広場の花壇整備



DIYでの拠点づくり



駄菓子屋の運営



<https://hishiodanchi.com/>

未来の菱野団地のために住民自らが自分ができる活動に参加

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

田中 巡る交通による地域活性化

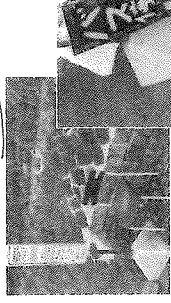
外に繋ぐ移動手段
(名鉄バスに乗り換えて中心部へ)

地域を巡る移動手段
(住民バスで地域内を便利に)

一時的に利便性は向上したが
居住しているコミュニティの
衰退は止まらない

新たな交通手段により
地域内のコミュニケーション
寄与し地域の活性化

- 地域活性化への貢献
 - 地域内の商店街やクリニックなどの利用を推進
 - 高齢者のおでかけの促進による健康増進
 - 車両内や停留所を社交場とした新たなコミュニティの創出
- 持続的な運行への貢献
 - 住民自ら設計することで自分たちのバスという意識変容
 - 地域の共通財産として認識し地域企業によるCSR対象に

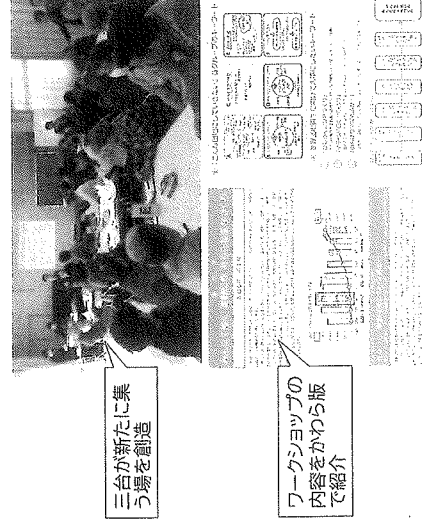


Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

「わいわいフェスティバル」

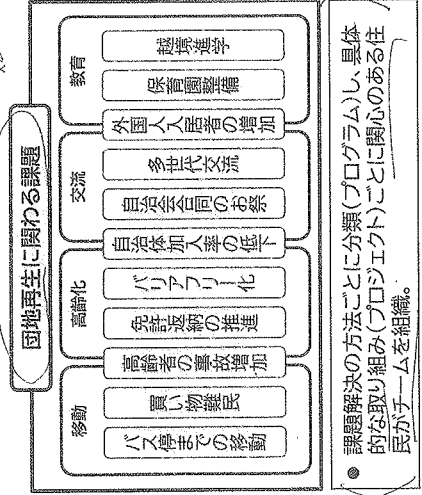
田中 菱野団地再生検討ワークショップ

- これまでの「移動」の課題だけでなく、ワークショップの対象を共通課題である「団地再生」にまで検討範囲を拡大し、住民が考える新しい菱野団地の姿を共有。



二台が新たに集う場を創造

ワークショップの内容をかわら版で紹介



- 課題解決の方法ごとに分類(プログラム)し、具体的な取り組み(プロジェクト)ごとに関心のある住民がチームを組織。

住民自らが創りあげる成功体験から新たな団地再生の取り組みへ展開

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

移動の仕組み 8STEP

STEP1 STEP2 STEP3 STEP4 STEP5 STEP6 STEP7 STEP8

移動の仕組み 8STEP -START BOOK-

ご清聴ありがとうございました
あなたの街の地域公共交通のため
にどこにでもいきます

連絡先
ihara@oni.waseda.jp



トリセツ編集会議

公共交通トリセツ

地域公共交通のトリセツ

はじめよう
トリセツの読み方
はじめよう

地域公共交通の計画の策定・改定や運行を改善したいという
行政・交通事業者・コンサルタント・学識経験者・NPO・地域住民などの皆さんに、
わかりやすいテキスト＝処方箋を提供するのが「地域公共交通のトリセツ」の目的です

はじめての方はこちらから

<https://text.odekake.co.jp/>

地域公共交通活性再生法の改正と地域公共交通計画

早稲田大学スマート社会技術融合研究機構 電動車両研究所
研究院客員准教授 井原雄人

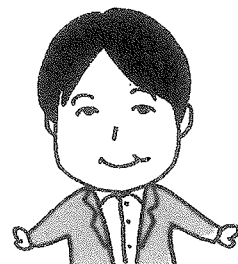
Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University



自己紹介

2

- 名前:井原(武末)雄人
- 所属:早稲田大学 スマート社会技術融合研究機構 電動車両研究所 客員准教授
 - :合同会社ビジュアライト 共同代表
 - :一般社団法人日本バス情報協会 監事
 - :地域公共交通のトリセツ 編集会議
- これまでの研究開発プロジェクト
 - :電動車両の開発・実証(東京都、奈良県、本庄市、長野市、川崎市、周南市など)
 - :コミュニティ交通などの導入(瀬戸市、沼津市、南足柄市、大井町、三田市など)



20年間車の研究をしていますが 車の免許を持っていません

運転できないからこそ自分事として
「地域公共交通」を考えています

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University



地域公共交通活性化再生法の改正_2020年

櫻井の國語の歴史

- ハブ・アンド・スポーク型の交通ネットワーク再編
- 等間隔運行、パターンダイヤなどのダイヤ設定
- 交通モードを渡った定額制・通し運賃、ゾーン運賃
- 路線バス、デマンド交通、乗用タクシー、自家用有償旅客運送との組み合わせ、需要に応じた車両のダウンサイジングや運営の最適化
- 地域公共交通利便増進実施計画の作成にかかる手続の柔軟化

参 用 者 が 望 ん だ 時 代

「ノー・ブライズ」の安全供給を優先し、
「ノー・ブライズ」の安全供給を優先し、

おもひ出に逢

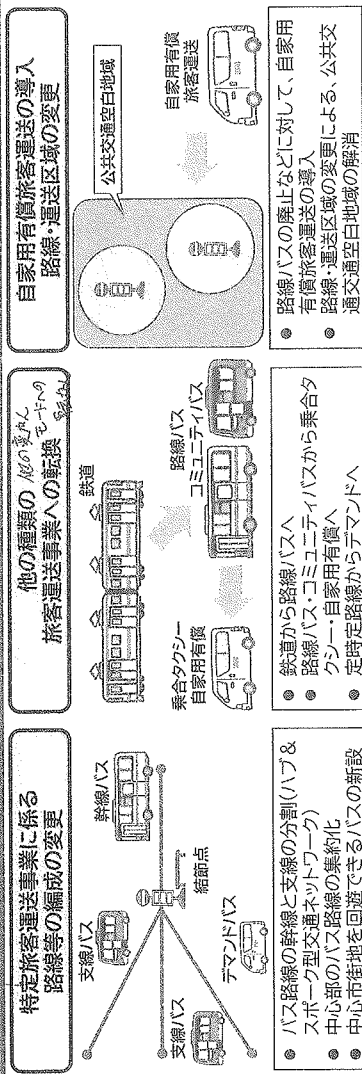
- ハブ・アンド・スポーク型の交通ネットワーク再編
- 等間隔運行、パターンダイヤなどのダイヤ設定
- 交通モードを渡った定額制・通し運賃、ゾーン運賃
- 路線バス、デマンド交通、乗用タクシー、自家用有償旅客運送との組み合わせ、需要に応じた車両のダウンサイジングや運賃の最適化
- 地域公共交通利便増進実施計画の作成にかかる手続の柔軟化

電給電を停止し、サードズの雷・雷交響樂の競争に終なる

綿線はくなくたき代

- 2007年：地域公共交通の活性化及び再生に関する法律の施行 ⇒ 地域公共交通総合連携計画
- 2013年：交通政策基本法の施行
- 2014年：地域交通法の改正（まちづくりと連携した公共交通ネットワークの構築）⇒ 地域公共交通連携形成計画
- 2020年：地域交通法の改正（輸送資源の総動員、独禁法の適用除外）⇒ 地域公共交通計画＋努力義務化
- 2023年：地域交通法の改正（地域公共交通のリ・デザイン）⇒ 地域公共交通計画＋努力義務化

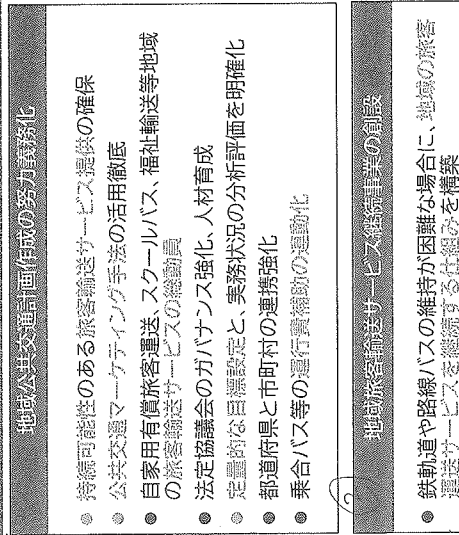
地域の輸送資源を総動員し、持続可能な旅客輸送サービスを提供



他の展覧會と同様に改修を進行中である。

- 異なる交通モード間の旅客の乗り継ぎを円滑に行うための運行計画の改善
- 共通乗車券の発行、乗り継ぎ割引・運賃の設定、ICカードや二次元バーコードの導入、ゾーン制運賃
- 交通網結節点の設備改善、乗り継ぎに関する分かり易い情報提供
- バスの方面別カラーリング、バス系統ナンバーリングなどの公共交通の利用を円滑にするための措置

2020年法改正の概要



北村浩太郎と美少女の創作

- 鉄軌道や路線バスの維持が困難な場合に、地域の旅客運送サービスを継続する仕組みを構築

道園經濟學批判の第一條

- 事業者間協議などの調整法(カルテル)除外
- 運行回数・距離を勘案した収入調整(運賃プール)

地域の輸送需要を総動員し、経済可能な輸送手段を提案

地域公共交通増進事業による利便性の向上

① 運賃・料金の設定

- 定額運賃、通し運賃等

ゾーン単位で定額運賃

② 路線等の共同・分担運行

- ハブ＆スポーク型のネットワーク再編、中心部のループバス等

共同・分担運行

③ 運行回数・時刻の設定

- 等間隔運行、パターンダイヤ等

等間隔運行、パターンダイヤ等

④ 郊外への長大路線の分割・乗り換え

- 中心市街地への乗り入れ制限

中心市街地への乗り入れ制限

⑤ 中心市街地の減便に伴う等間隔運行やゾーン・通し運賃の導入

- 中心市街地の減便に伴う等間隔運行やゾーン・通し運賃の導入

中心市街地の減便に伴う等間隔運行やゾーン・通し運賃の導入

地域の状況に合わせた最適な再編手法を組み合わせ

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA UNIVERSITY

路線バスの競合

市町村ごとのバス事業者数

競合路線の有無

競合あり 61%
競合なし 39%

複数事業者の内61%の路線が競合、競争から共創への転換が必要

競合あり 61%
競合なし 39%

競合あり 61%
競合なし 39%

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA UNIVERSITY

独占禁止法特例法の概要

① 運賃・料金の設定

- 定額運賃、通し運賃等

ゾーン単位で定額運賃

② 路線等の共同・分担運行

- ハブ＆スポーク型のネットワーク再編、中心部のループバス等

共同・分担運行

③ 運行回数・時刻の設定

- 等間隔運行、パターンダイヤ等

等間隔運行、パターンダイヤ等

④ 郊外への長大路線の分割・乗り換え

- 中心市街地への乗り入れ制限

中心市街地への乗り入れ制限

⑤ 中心市街地の減便に伴う等間隔運行やゾーン・通し運賃の導入

- 中心市街地の減便に伴う等間隔運行やゾーン・通し運賃の導入

中心市街地の減便に伴う等間隔運行やゾーン・通し運賃の導入

共同経営の認可のプロセス

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA UNIVERSITY

共同経営の実施事例（熊本市）

共同経営の概要

- 共同経営の概要

共同経営の認可のプロセス

- 共同経営の認可のプロセス

共同経営の実施事例（熊本市）

- 共同経営の実施事例（熊本市）

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA UNIVERSITY



地域交通法（呼び方も変わりました）の改正

14

ローカル鉄道の再構築に関する仕組みの創設・拡充

- 自治体または鉄道事業者からの要請に基づき、国が組織する「再構築協議会」を創設（協議会の開催、調査・実証事業等に対して国が支援）。
- 協議会において鉄道輸送の維持・高度化やバス等への転換により、利便性・持続可能性の向上を図る方策を検討し、再構築方針を作成。
- 協議会では「廃止ありき」の議論を避けて、路線をどうするか（JR各社は、国鉄改革の実施後の輸送需要の動向等を踏まえ、営業する路線の適切な維持等に努めることが前提）。
- 認定を受けた事業によりインフラ整備に取り組み自治体について、社会資本整備総合交付金等により支援。

地域の関係者との連携と協働の促進

- 目的規定に、自治体・公共交通事業者・地域の多様な主体等が「地域の関係者」の「連携と協働」を担い、国の努力義務として、関係者相互間の連携と協働の促進を追加。
- 地域の関係者相互間の連携に関する事項を、地域公共交通計画の記載に努める事項として追加。

バス・タクシー等地域交通の再構築に関する仕組みの拡充

- 地域公共交通利便増進事業の拡充
 - 自治体と交通事業者が、一定の区域・期間について、交通サービス水準（運行回数等）、費用負担等の協定を締結して行う「エリアー・協定運行事業」を創設。
 - 国は、複数年の交通総額を算出するとともに、インフラ・車両整備に対する社会資本整備総合交付金を含め、予算面で支援（上下分離も可能）。
- 道路運送高度化事業の拡充
 - AIオンデマンド、キャッシュレス決済、EVバスの導入等の交通DX・GXを推進する事業を創設。
 - 国は、社会資本整備総合交付金を含む支援とともに、鉄道・運輸機構の出・融資や固定資産税の特例措置により支援。

鉄道・タクシーにおける協議運営制度の創設

- 地域の関係者間の協議が調ったときは、届出による運営設定を可能とする協議運営制度を創設（乗合バスについては、平成18年より協議運営制度を導入済）。
- 協議運営の協議を整えるためには、地域公共交通会議とは別に協議会を設置する必要がある。



ローカル鉄道の再構築に関する仕組み

15

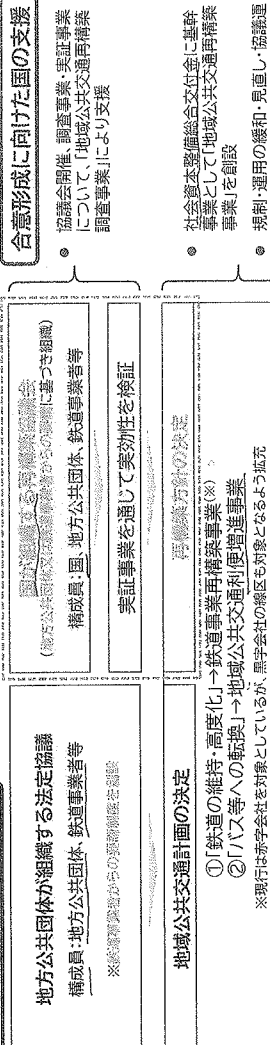
背景・必要性

- 人口減少やマイカーへの転移、都市構造やライフスタイルの変化など、ローカル鉄道を担い続ける必要性は大きく変化。
- 民間事業者任せにしているのは、利便性と持続可能性の高い地域公共交通を維持していくことが困難になりつつあり、沿線自治体を含む関係者が一丸となって望ましく、地域公共交通の在り方を議論する必要。

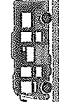
概要

- 地方公共団体または鉄道事業者は、大量輸送機関としての鉄道の特性を生かした旅客送サービスの持続可能な提供が困難な線区（特定区域）について、国土交通大臣に再構築協議会の組織を要請。
- 国土交通大臣は、関係地方公共団体に意見を聴取し必要と認める場合、再構築協議会を組織。

ローカル鉄道の再構築のプロロー

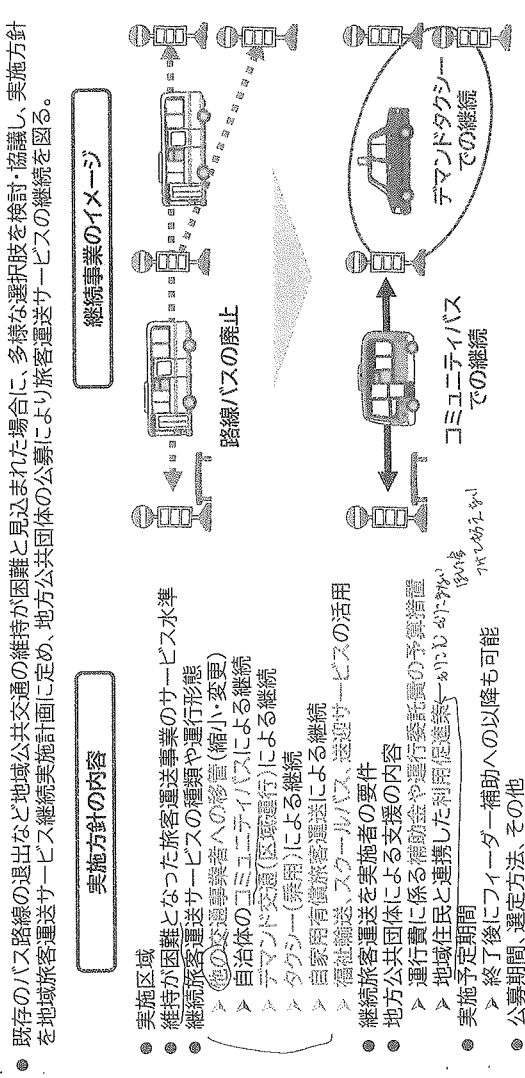


地域公共交通の再構築を実現



地域旅客輸送サービス継続事業の概要

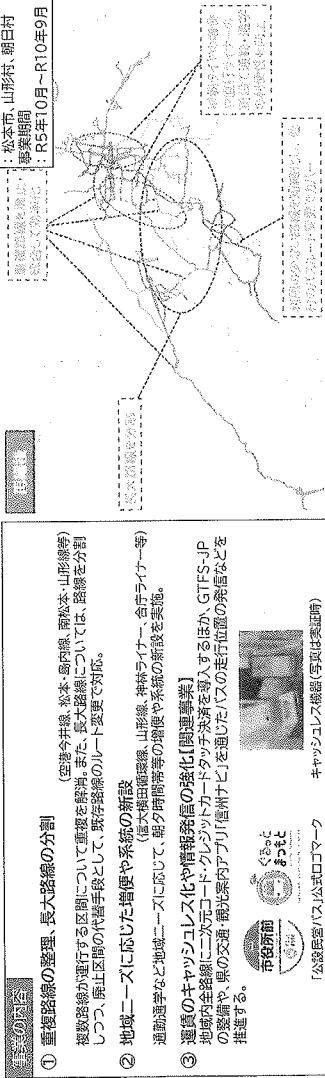
12



13

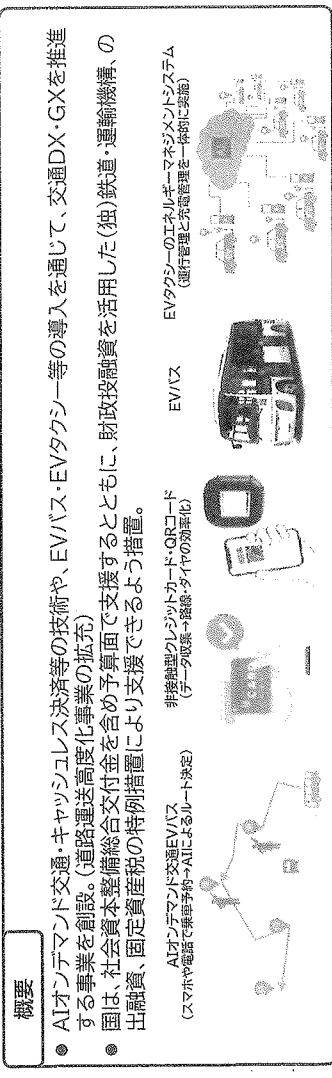
活性化再生法から地域交通法へ_2023年

- 地域公共交通をインフラとして捉えて、行政が主体となった路線再編や系統の新設等を実施
- 公営型プロポーザルにより選定した交通事業者との協定に基づき、行政が設定したエリア全体での交通サービスについて、市が5年間にわたり負担金(交通サービス購入費)を支出する「公設民営型」のバスネットワークに移行

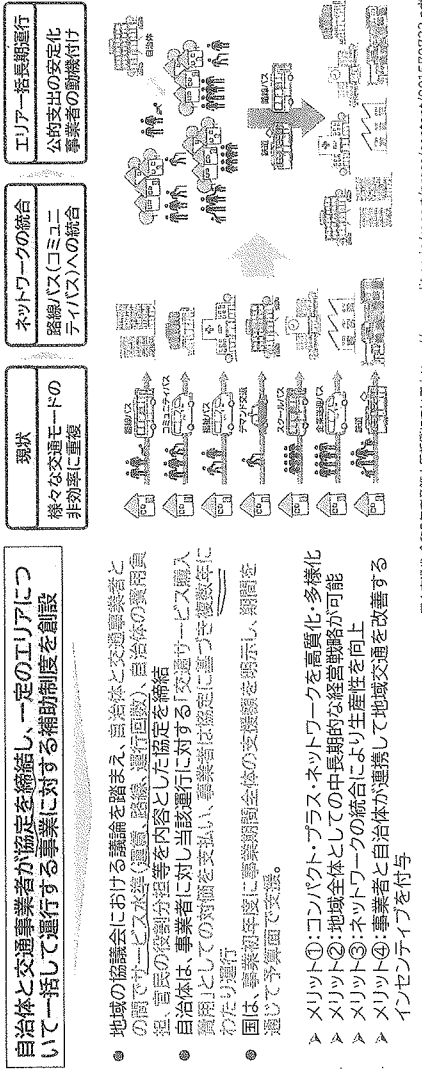


- 効率性の向上による持続可能性確保
重複路線の整理や長大路線の分割により、運行の効率化を図り、持続可能性の向上に寄与
- 利用ニーズに応じた路線設計による利便性向上
使いやすいダイヤ、系統に見直すほか、キャッシュレス化・情報発信の強化により、観光客を含めた利用者の利便性を向上

- 高齢者人口の更なる増加、ライフスタイルの変化等により、利用者のニーズや移動手段のあり方の多様化とともに、2050年カーボンニュートラルの実現に向けた社会的要請の高まり。
- 地域公共交通分野において、デジタル技術や交通データの効果的な活用により効率性・利便性の向上を図る交通DXと脱炭素社会に向けた車両電動化等の交通GXの推進が不可欠。



- 路線バス事業者等は、主に民間の交通事業者が主体となり、行政が運行サービスに対して赤字補填を行い維持。
- 路線維持に効果がある一方、事業改善インセンティブの課題と利用者減少局面における赤字拡大等、持続可能性に懸念。



- 地域公共交通計画及び立地適正化計画その他のまちづくり・観光計画において中長期的に必要なネットワーク(鉄道・バス路線)を位置付けた場合に、ネットワーク形成に必要な施設整備等に関する地域の取組を支援

交付対象 地方公共団体(地方公共団体から補助を受けた民間事業者等も事業実施可能)

補助率 1/2

対象事業 地域公共交通特定事業の実施計画の認定を受けた、特許可能性・利便性・効率性の向上に資する施設整備
※地域公共交通活性化法に基づく、ローカル交通に係る公共交通再構築やバス路線の再編等を行う事業実施計画

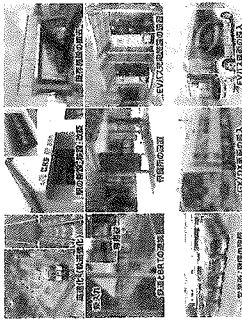
- 鉄道施設(駅施設、線路設備、電路設備、信号保安設備等)の整備

- バス施設(駅留所・車庫・営業所・バスロケーション施設・EVバス関連施設(充電・充電)等の整備)

※上記と合わせて、乗客促進事業(地方自治体の作成する社会資本整備計画ごとに交付対象事業全体の20%を目処)において、車両に対する支援も可能
※1/2交付金は、交付対象事業の路線については、補助対象経費は総事業額の2/3を上回(1/3は事業者の自己負担)

(補助要件)

- (1) 地域公共交通計画の作成・地域公共交通特定事業実施計画の認定
地域公共交通計画が作成され、かつ、地域公共交通特定事業実施計画の大臣認定を受けていること
※鉄道については、赤字路線であって再構築協議会等において決定された鉄道事業再構築計画に係る路線が対象
- (2) 地方公共団体の計画における地域公共交通とまちづくり・観光計画等の相互連携
地方公共団体が作成する、まちづくり/観光等に関する計画(例:立地適正化計画)において、まちづくりや観光における観光の一つとして「鉄道の活用」がネットワークの活用が位置づけられ、そのための実効性ある取組が具体的に記載されていること
- (3) 事業の効果(実効性)を確認するための目標設定
①利用者数 ②乗客収支 ③面/地方公共団体の支出額の目標を設定すること
- (4) 実効性のある地域活性化のための鉄道・バスの活用
本事業に関連する施設整備を営む実効性ある利用促進施策が実施計画に具体的に位置付けられること



国土交通省、令和5年度より大府県所について、<https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001579722.pdf>
Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

地域公共交通計画の役割

地域公共交通計画作成の努力義務化

- 持続可能性のある旅客輸送サービス提供の確保
- 公共交通マーケティング手法の活用徹底
- 自家用有償旅客運送、スクールバス、福祉輸送等地域の旅客輸送サービスの総動員
- 法定協議会のガバナンス強化、人材育成
- 定量的な目標設定と、実務状況の分析評価を明確化
- 都道府県と市町村の連携強化
- 乗合バス等の運行費補助の運動化

地域旅客輸送サービス継続事業の創設

- 鉄軌道や路線バスの維持が困難な場合に、地域の旅客輸送サービスを継続する仕組みを構築

共同経営等に係る独禁法の特例

- 事業者間協議などの独禁法の適用(カルテル)除外
- 運行回数・距離を勘案した収入調整(運賃プール)

地域の輸送資源を総動員し持続可能な旅客輸送サービスを提供

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

地域公共交通利便増進事業の創設

- ハブ・アンド・スポーク型の交通ネットワーク再編
- 等間隔運行、パターンダイヤなどのダイヤ設定
- 交通モードを渡った定額制・通し運賃、ゾーン運賃
- 路線バス、デマンド交通、乗用タクシー、自家用有償旅客運送との組み合わせ、需要に応じた車両のダウンサイジングや運営の最適化
- 地域公共交通利便増進実施計画の作成にかかるときの柔軟化

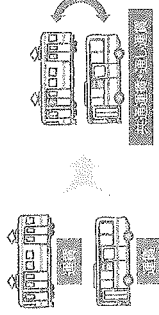
背景・必要性

- 路線バスについては、平成18年道路運送法改正により地域の関係者間で協議が調った場合に届出で運賃設定できる協議運賃制を導入し、コミュニティバスなど地域に根差した輸送サービスの提供に活用。
- 地域公共交通において、地域の関係者の連携・協働の一層の促進や地域に根差した輸送サービスの充実のためには、鉄道・タクシーの運賃についても、柔軟な運賃設定を可能とすることが必要。

概要

- 鉄道及びタクシーについて、地域の関係者間の協議が調ったときは、国土交通大臣への届出による運賃設定を可能とする協議運賃制度を創設。

鉄道とバスの連携イメージ



タクシーの柔軟な運賃のイメージ



※タクシー協議運賃は都市部以外の地域が対象
(全国で営業区域の約8割、車両数の約1割が対象)

※鉄道とバスの共通運賃・通し運賃を導入し、
鉄道の乗車券類を利用できる本数の増加を実現した事例あり

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

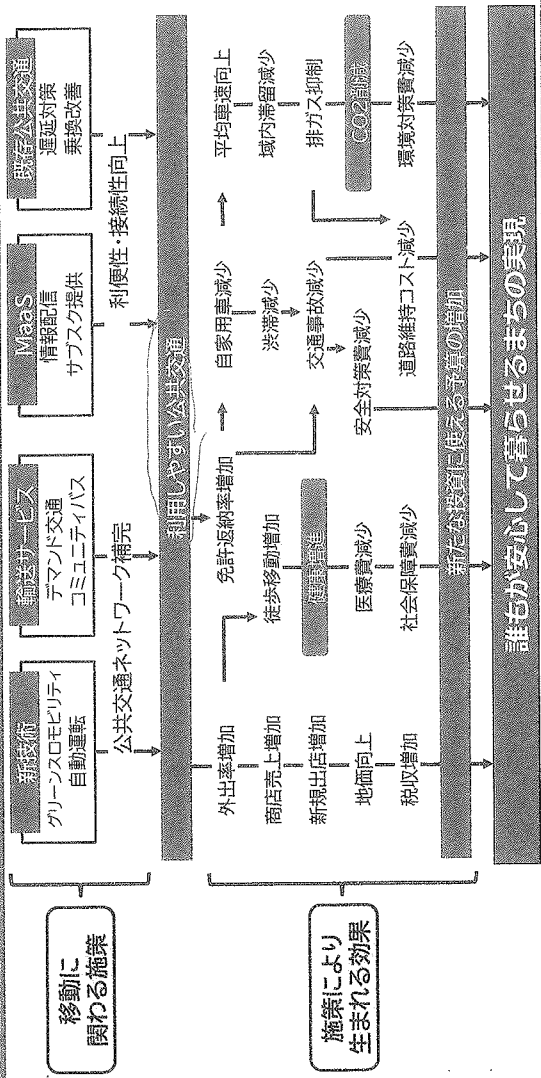
記載すべき事項		概要
基本方針		● 地域がのびのびしたい姿と公共交通の果たすべき役割を明確化 ● まちづくり、観光振興などの多様な分野との連携 ● 地域の生活圏、交通圏を基に計画の区域を設定 ● 必要に応じて都道府県や複数市町村との広域連携・集約化を図る
計画の区域		● 基本方針に実現するための目標設定(目標が達成したら基本方針の姿になる)
計画の目標		● 利用者数、収支率、公的負担額などの定量的な数値目標
事業・実施主体		● 目標を達成するための事業および実施主体(1つの目標に複数の事業もある) ● 公共交通に加えて地域の輸送資源を一体化した公共交通ネットワークの構築 ● サービス水準(ルート・頻度)や利便性(運賃・ダイヤ)の向上 ● 住民の協力を含む関係者の連携と協働
計画の達成状況の評価		● 事業期間内を含む達成状況の評価指標の設定 ● 評価を踏まえた見直しの方針の策定
計画期間		● 原則5年 ● 期間内でも実証試験などの結果や社会状況の変化に合わせて柔軟に改定

国土交通省「地域公共交通計画の作成と運用の手引き」https://www.mlit.go.jp/sososeisaku/transport/sosei_transport_tk_000058.html

記載すべき事項は「満たしている」だけのアリアバイ計画になっていないか

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

27 公共交通の確保・維持とまちづくりの関係



Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

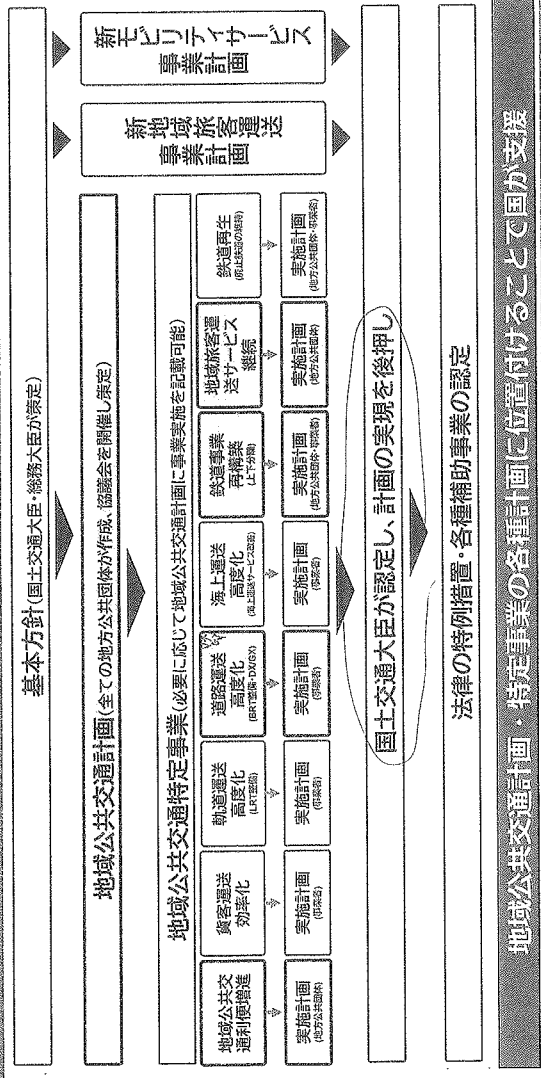
計画の対象	地域公共交通連携計画 (2007年)	地域公共交通網形成計画 (2014年)	地域公共交通計画 (2020年)
計画の対象	● バス交通の活性化、再生を目的(コミュニティバス) ● 特定の交通モードに特化した計画の作成策定	● 多様な交通モードを組み合わせた公共交通ネットワークの確保・維持 ● 路線の再編や新規整備による充実	● 公共交通ネットワークの確保に加えて、ダイヤや運賃などのサービス向上を含めた総合的な改善・充実 ● 公共交通以外の地域の輸送資源との組み合わせ
計画の位置付け	● 市町村(必要に応じて複数市町村)で作成が可能	● 地方公共団体(市町村)に加え、都道府県で作成が可能	● 地方公共団体での作成を強力推進し、計画策定の締結・調整の促進を図る
実現性の確保	● 可能な限り具体的な目標設定	● 可能な限り具体的な数値目標	● 定量的な数値目標(利用者数・収支率・公的負担額)や毎年度の評価を制度化

国土交通省「地域公共交通計画の作成と運用の手引き」https://www.mlit.go.jp/sososeisaku/transport/sosei_transport_tk_000058.html

特定の交通モード → 公共交通ネットワーク → 輸送資源の総動員

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

25 地域公共交通計画の基本スキーム



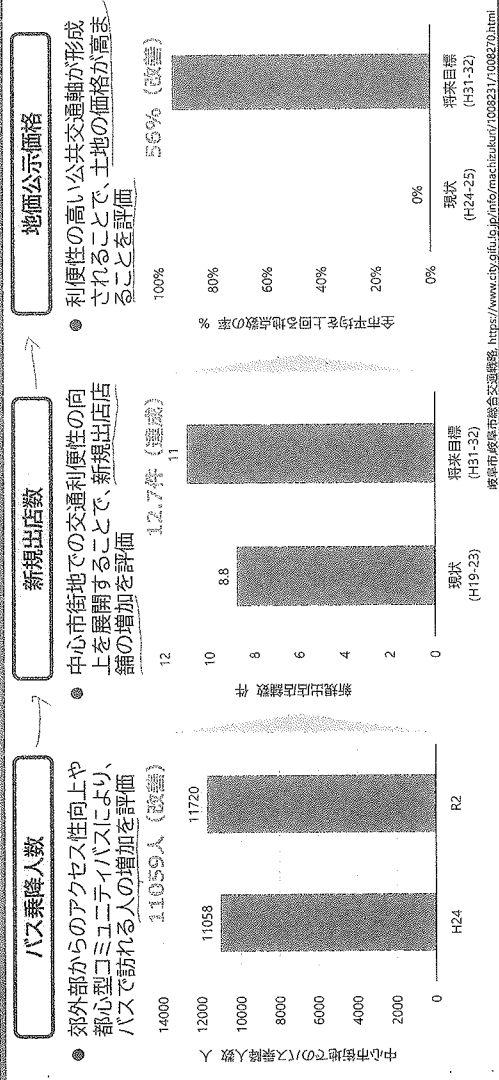
Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

記載すべき事項	概要
基本方針	● 地域がのびのびと公共交通の果たす役割を明確化 ● まちづくり、観光振興などの多様な分野との連携
計画の区域	● 地域の生活圏・交通圏を基に計画の区域を設定 ● 必要に応じて都道府県や複数市町村との広域連携
計画の目標	● 基本方針に実現するための目標設定(目標が達成したら基本方針の姿になる) ● 利用者数、収支率、公的負担額などの定量的な数値目標
事業・実施主体	● 目標を達成するための事業および実施主体(1つの目標に複数の事業もある) ● 公共交通に加えて地域の輸送資源を一体化した公共交通ネットワークの構築 ● サービス水準(ルート・頻度)や利便性(運賃・ダイヤ)の向上 ● 住民の協力を含む関係者の連携と協働
計画の達成状況の評価	● 事業期間内を含む達成状況の評価指標の設定 ● 評価を踏まえた見直しのサイクルの実施
計画期間	● 原則5年 ● 期間内でも実証試験などの結果や社会の状況変化に合わせて柔軟に改定

国土交通省 地域公共交通計画の作成と運用の手引き https://www.mlit.go.jp/sososeisaku/transport/sosai_transport_tk_000058.html

記載すべき事項は「満たしている」だけのアリアバイ計画になっていないか

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University



公共交通の直接的な効果に加えて、公共交通がまちづくりに与える効果も評価

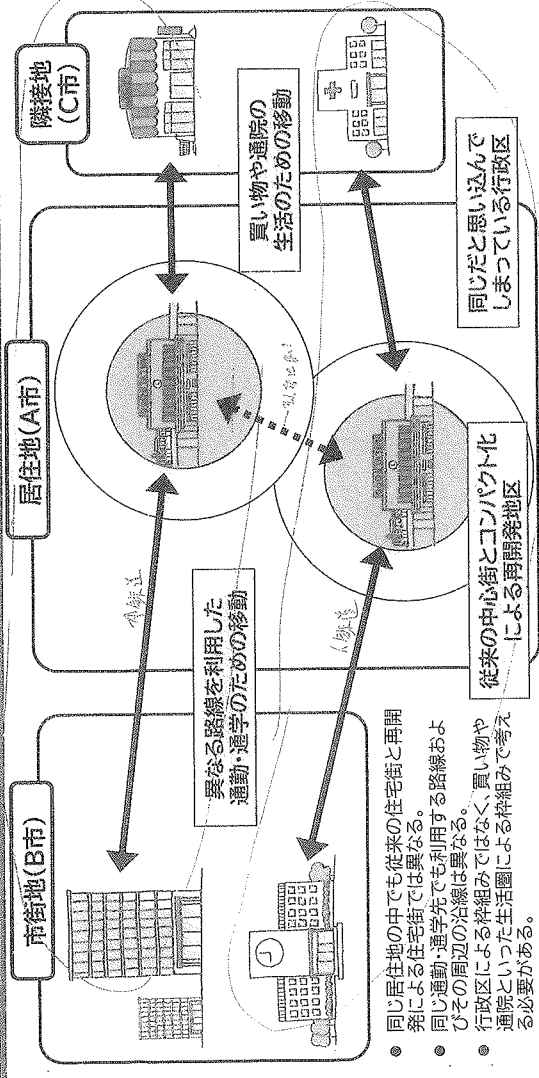
Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

記載すべき事項	概要
基本方針	● 地域がのびのびと公共交通の果たす役割を明確化 ● まちづくり、観光振興などの多様な分野との連携
計画の区域	● 地域の生活圏・交通圏を基に計画の区域を設定 ● 必要に応じて都道府県や複数市町村との広域連携
計画の目標	● 基本方針に実現するための目標設定(目標が達成したら基本方針の姿になる) ● 利用者数、収支率、公的負担額などの定量的な数値目標
事業・実施主体	● 目標を達成するための事業および実施主体(1つの目標に複数の事業もある) ● 公共交通に加えて地域の輸送資源を一体化した公共交通ネットワークの構築 ● サービス水準(ルート・頻度)や利便性(運賃・ダイヤ)の向上 ● 住民の協力を含む関係者の連携と協働
計画の達成状況の評価	● 事業期間内を含む達成状況の評価指標の設定 ● 評価を踏まえた見直しのサイクルの実施
計画期間	● 原則5年 ● 期間内でも実証試験などの結果や社会の状況変化に合わせて柔軟に改定

国土交通省 地域公共交通計画の作成と運用の手引き https://www.mlit.go.jp/sososeisaku/transport/sosai_transport_tk_000058.html

記載すべき事項は「満たしている」だけのアリアバイ計画になっていないか

Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University



Research Institute of Electric-driven Vehicles, WASEDA University

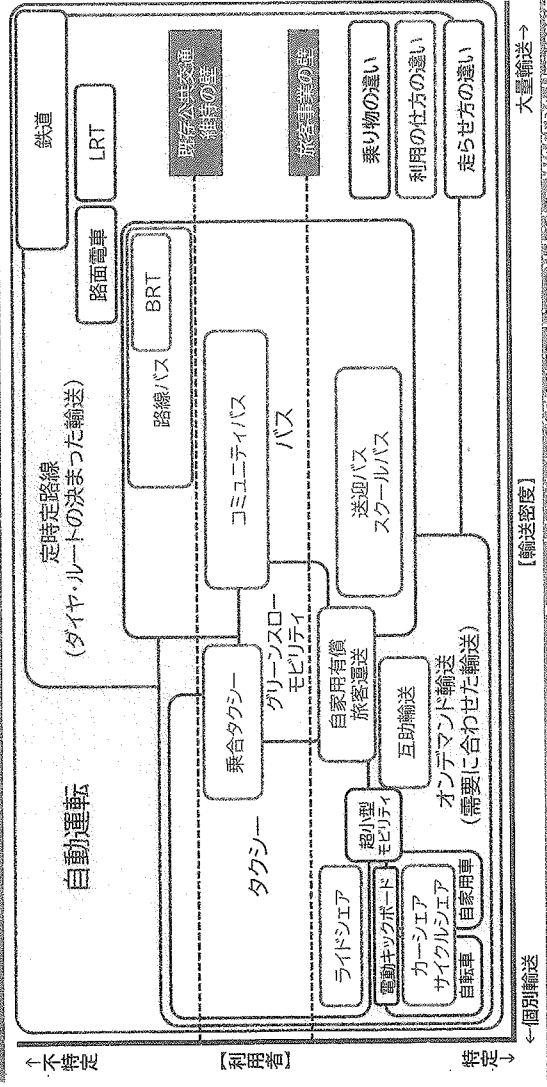
地域公共交通計画に記載すべき事項

記載すべき事項	概要
基本方針	● 地域がのびのびしたい姿と公共交通の果たすべき役割を明確化 ● まちづくり、観光振興などの多様な分野との連携
計画の区域	● 地域の生活圏・交通圏を基に計画の区域を設定 ● 必要に応じて都道府県や複数の市町村との広域連携
計画の目標	● 基本方針に実現するための目標設定(目標が達成したら基本方針の姿になる) ● 利用者数、収支率、公的負担額などの定量的な数値目標
事業・実施主体	● 目標を達成するための事業および実施主体(1つの目標に複数の事業もある) ● 公共交通に加えて地域の輸送資源を一体化した公共交通ネットワークの構築 ● サービス水準(ルート・頻度)や利便性(運賃・ダイヤ)の向上 ● 住民の協力を含む関係者の連携と協働
計画の達成状況の評価	● 事業期間内を含む達成状況の評価指標の設定 ● 評価を踏まえた見直しのサイクルの実施
計画期間	● 原則5年 ● 期間内でも実証試験などの結果や社会の状況変化に合わせて柔軟に改定

国土交通省、地方公共交通計画の作成と運用の手引き https://www.mlit.go.jp/souiseisaku/transport/sosei_transport_kk_000058.html

記載すべき事項は「満たしている」だけのアライバイ計画になっていないか

移動の仕組みの分類

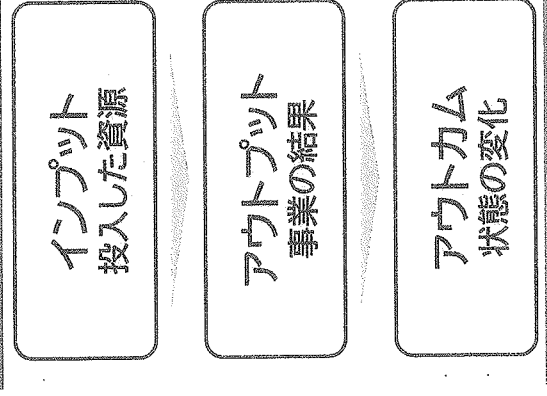


公的負担の数値目標の設定

● 公共交通機関の持続可能性を評価するための数値目標として、行政からの補助が行われている地域で公的負担額(総額、市民1人当たり、利用者1人当たりなど)を設定

計画地域	指標	現状	目標
青森県 五所川原市	公共交通等の維持に関する行政負担額	299,000千円 (2015年)	現状維持 (2022年)
茨城県 つくば市	市の公共交通維持に関わる年間負担額	332,000千円 (2014年)	310,000千円 (2020年)
北海道 千歳市	路線バスの維持に要する市負担額	18,509千円 (2015年)	現状維持 (2020年)
愛知県 新城市	コミュニティバスへの市負担額	111,809千円 (2015年)	現状維持 (2021年)
青森県 下北地域	市民1人当たりの財政負担額	6424円/人 (2015年)	6400円/人 (2024年)
茨城県 大子町	利用者1人当たりの町負担額	650円/人 (2015年)	現状維持 (2020年)

アウトプットとアウトカムの違い



投入した資源を管理できているか?

事業に投入した工数・予算
市民の協力・ボランティアも含めた人員 など

事業が予定通り実施できたか?

作成されたチラシ、イベント実施回数、
路線再編数、コミュニティバス利用人数 など

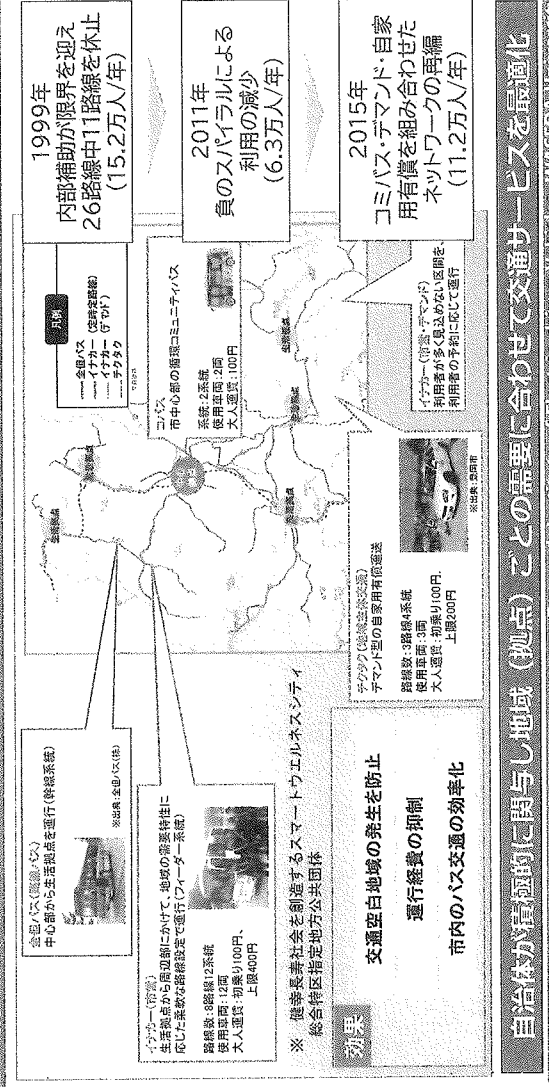
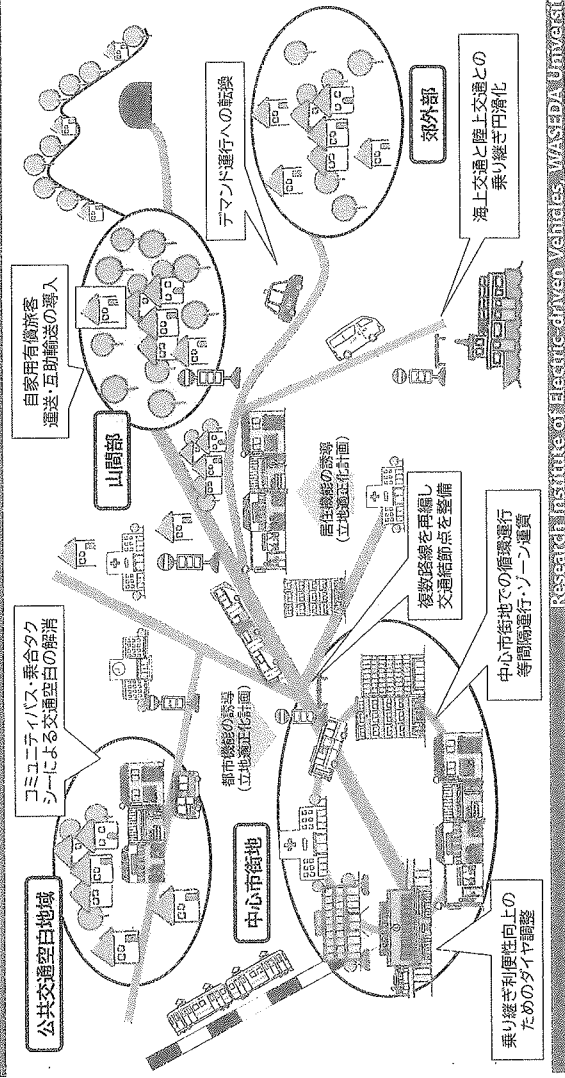
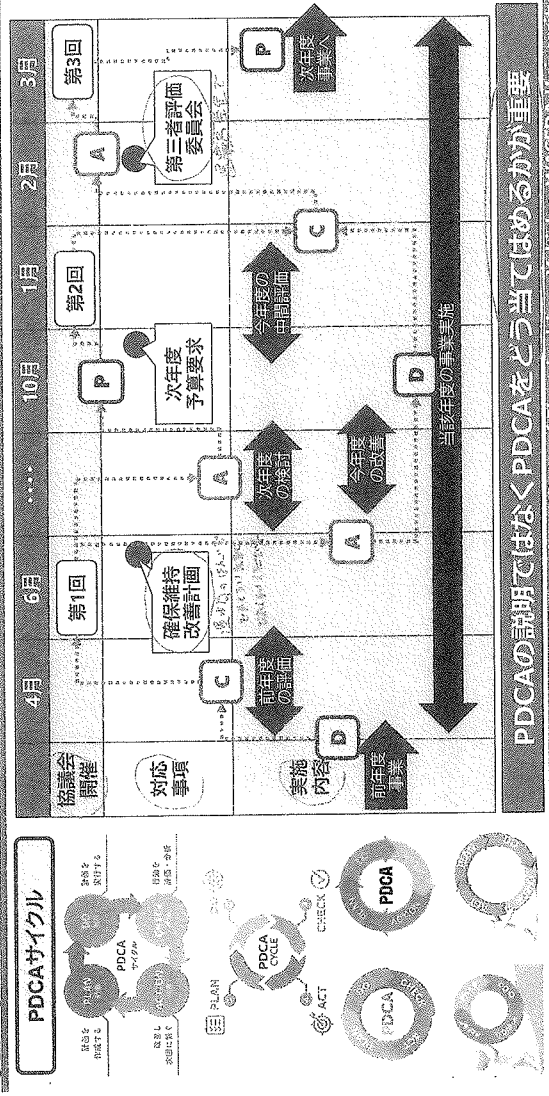
なりたい姿に近づいたか?

外出率の増加、公共交通分担率の増加
交通事故件数の減少、周辺地域の地価向上 など

記載すべき事項	概要
基本方針	● 地域がのびのびと姿と公共交通の果たす役割を明確化 ● まちづくり、観光振興などの多様な分野との連携
計画の区域	● 地域の生活圏・交通圏を基に計画の区域を設定 ● 必要に応じて都道府県や複数市町村との広域連携
計画の目標	● 基本方針に実現するための目標設定(目標が達成したら基本方針の姿になる) ● 利用者数、収支率、公的負担額などの定量的な数値目標
事業・実施主体	● 目標を達成するための事業および実施主体(1つの目標に複数の事業もある) ● 公共交通に加えて地域の輸送資源を一体化した公共交通ネットワークの構築 ● サービス水準(ルート・頻度)や利便性(運賃・ダイヤ)の向上 ● 住民の協力を含む関係者の連携と協働
計画の達成状況の評価	● 事業期間内を含む達成状況の評価指標の設定 ● 評価を踏まえた見直しサイクルの実施
計画期間	● 原則5年 ● 期間内でも実証試験などの結果や社会の状況変化に合わせて柔軟に改定

国土交通省、地域公共交通計画の作成と利用の手引き https://www.mlit.go.jp/socoseisaku/transport/sosettransport_k_000058.html

記載すべき事項は「満たしている」だけのアライバイ計画になっていないか



計画策定と地域公共交通への補助要件の変更

- 地域公共交通計画策定の努力義務化により、今後の地域公共交通(幹線・フィーダー)に対する補助要件が変更
- 令和7年度から経過措置が終了される想定のため、遅くとも令和5年度から計画策定を始める必要がある

現行	補助計画	交付法	法定計画の有無	経過措置期間 (改正法施行後5年程度を想定)		経過措置期間終了後 (令和7年度～)
				補助計画	交付先	交付先
幹線 フィーダー フィーダー フィーダー フィーダー	生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	乗合バス事業者 自家用有償運送者 法定協議会	県○ 市町村○ 市町村×	県法 市町村法 市町村法	県法 市町村法 市町村法	県法 市町村法 市町村法
	生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	乗合バス事業者 自家用有償運送者 法定協議会	県× 市町村○ 市町村×	県法 市町村法 市町村法	県法 市町村法 市町村法	県法 市町村法 市町村法
	生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	乗合バス事業者 自家用有償運送者 法定協議会	県× 市町村○ 市町村×	県法 市町村法 市町村法	県法 市町村法 市町村法	県法 市町村法 市町村法

地域公共交通計画 策定時/見直し時のポイント



地域公共交通計画策定時	見直し時	経過措置期間 (改正法施行後5年程度を想定)		経過措置期間終了後 (令和7年度～)
		補助計画	交付先	交付先
生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	乗合バス事業者 自家用有償運送者 法定協議会	県○ 市町村○ 市町村×	県法 市町村法 市町村法
生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	乗合バス事業者 自家用有償運送者 法定協議会	県× 市町村○ 市町村×	県法 市町村法 市町村法
生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	生活交通確保維持 改善計画 (単単位)	乗合バス事業者 自家用有償運送者 法定協議会	県× 市町村○ 市町村×	県法 市町村法 市町村法

地域公共交通計画に記載すべき事項

記載すべき事項	概要
基本方針	● 地域がのびのびと姿と公共交通の果たす役割を明確化 ● まちづくり、観光振興などの多様な分野との連携
計画の区域	● 地域の生活圏・交通圏を基に計画の区域を設定 ● 必要に応じて都道府県や複数市町村との広域連携
計画の目標	● 基本方針に実現するための目標設定(目標が達成したら基本方針の姿になる) ● 利用者数、収支率、公的負担額などの定量的な数値目標
事業・実施主体	● 目標を達成するための事業および実施主体(1つの目標に複数の事業もある) ● 公共交通に加えて地域の輸送機関を一体化した公共交通ネットワークの構築 ● サービス水準(ルート・頻度)や利便性(運賃・ダイヤ)の向上 ● 住民の協力を促す関係者の連携と協働
計画の達成状況の評価	● 事業期間内を含む達成状況の評価指標の設定 ● 評価を踏まえた見直しのサイクルの実施
計画期間	● 原則5年 ● 期間内でも実証試験などの結果や社会の状況変化に合わせて柔軟に改正

記載すべき事項は「満たしている」だけのアライバイ計画になっていないか

地域公共交通会議と法定協議会

地域公共交通会議		法定協議会
根拠法令	道路運送法(平成18年改正)	地域公共交通活性化再生法(平成26年改正)
目的	計画段階からの利用者の参画 地域の交通計画を策定(任意)	地域公共交通計画の策定 計画実施の主体となる
対象モード	バス、タクシー	鉄道、軌道、バス、タクシー、旅客船等
参加者	市町村、県、運輸局、交通事業者、交通事業者の運輸者組織、住民・利用者代表、道路管理者、交通管理者、主催者が必要と判断する者	市町村、県、運輸局、交通事業者、住民・利用者代表、道路管理者、交通管理者、主催者が必要と判断する者
参加是非	応諾義務なし	応諾義務あり
協議結果	コミュニティバス、乗合タクシーの許認可などに関する特例の適用を受けることができる 条件を満たせば自家用有償旅客運送の許可	地域公共交通計画の策定、実施時の手続きの簡素化 パブリックコメントの義務付け 協議会参加者の尊重義務あり
事業実施	行えない	行える

地域公共交通会議を法定協議会と位置付けた合同会議として開催可能

自分たちで実施できる事業内容

- 実際に事業実施に主体的に関わることになる自治体職員が作成したことから、自分で実施できることを記載
- 出来なかったことをごまかすだけの無意味な事後評価から脱却

- 1-1. 高校生のバス通学を支援します
- 1-2. 高校生のバス通学費を減らします
- 1-3. 市民病院行きバスの乗り換えを円滑にします
- 1-4. 公共交通の運行を継続します
- 1-5. 路線バスとコミュニティバスの乗り換えを支援します
- 1-6. 免許返納者へのタクシー利用制度を継続します
- 1-7. タクシーを活用したおでかけを推進します
- 1-8. 明知鉄道の運行を支援します
- 1-9. パーク＆ライドで公共交通の利用を推進します
- 1-10. タクシー乗車のバリアフリー化を推進します
- 2-1. 公共交通を使った市内観光を推進します
- 2-2. 路線バスの企画切符を発行します
- 2-3. ラッピングバスやデコレーションバスを運行します
- 2-4. のりものふれあい広場を開催します
- 2-5. バスの乗り方教室を開催します
- 2-6. 公共交通を使ったおでかけ情報を発信します
- 2-7. 経路検索の充実に向けたデータ整備を行います
- 2-8. にぎわいプラザバス待合所を改修します
- 3-1. 運転手の採用に向けて取り組みます
- 3-2. 女性限定の運転手体験会を開催します

検討を重ね計画を立てたからこそ「します」「取り組みます」「行います」

計画策定に必要な要素

基本方針	地域の「なりたい姿」	みんなが必要時に、必要な場所に、移動できるまち (人のなりたい姿でなく、まちのなりたい姿)
仮説	「なりたい姿」に必要な要素	公共交通が便利に維持されている (便利＝15分に1本)
現状把握	「なりたい姿」に対する現状	バスが1時間に1本しかない
問題	「なりたい姿」と現状の乖離	公共交通が不便である
課題	乖離を埋める具体的な方法	バスを増便する 維持するために利用者を増す
目標設定	課題が解決されたとする状態	増便：バスを15分に1本に 利用促進：20人/便の乗車、収支率20%を確保
事業内容	目標を実現するための事業	増便：補助拡充、路線再編、運転手確保… 利用促進：利用案内、公共交通マップ、MM…

課題⇔目標⇔指標の関係性

- 課題1 交通弱者の日常生活の移動手段の確保
- 課題2 周辺地域と市街地中心部を結ぶ移動手段の確保
- 課題3 地域特性や移動ニーズに応じた公共交通の展開し
- 課題7 公共交通を利用しやすい環境整備

- 【目標1】
地域特性に応じた使いやすく、わかりやすい公共交通

事業指標	指標値	目標値 (485)
① 高齢/バスの年間利用客数	120,371人	125,000人
② コミュニティバス/バスの年間利用客数	108,401人	130,000人
③ 高齢/バスの乗降し地区数	4地区	8地区
④ 「バスどこ？」HPへの年間アクセス件数	14,162件	25,000件

※指標数値や現状

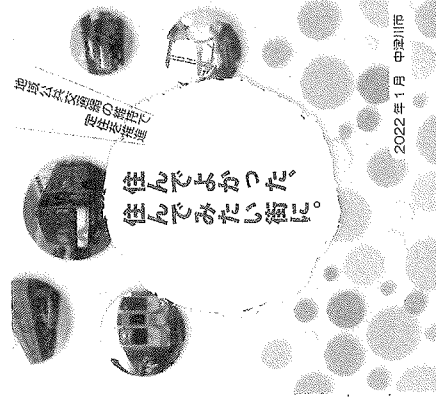
①、②：地域の日常生活の移動を担う公共交通であるため
③：「バスどこ？」による情報提供を基盤的な取組として行っているため

指標を満たしたら目標は達成し課題は解決するのか

使いやすく、分かりやすい持続可能な公共交通があったら地域がどうなるか

地域公共交通計画 2018-2026

Nakatsugawa



第1章 現状と位置づけ

1. 計画策定の目的
2. 計画策定に至る経緯
3. 計画の位置づけ
4. 計画の区域
5. 計画の期間

第2章 中津川市と公共交通の現状

1. 中津川市の現状
2. 主な公共交通の現状

第3章 公共交通を取り巻く課題

第4章 地域公共交通持続性計画の基本的な考え方

1. 計画の基本方針
2. 計画の目標
3. 計画により期待する地域公共交通ネットワーク

第5章 公共交通施策を維持するために行う事業

1. 事業の内容
2. 事業の実施スケジュール

第6章 目標の評価と進捗管理

1. 目標の評価
2. 目標の進捗管理

- 公共交通をどのようにするかではなく、公共交通を使って街をどのようにしたいかを基本方針にする。
- これまでの背景は最小限に、これからやる事業を充実させる。

視察研修報告書

令和 6 年 2 月 16 日

日 時	令和 6 年 2 月 15 日(木)10 時 30 分～16 時 30 分
氏 名	清水隆弘・小寺徹翁・伊藤智子
視察名	地方議員研究会「人口減少と共存する方策」 「人口減少に勝ち抜く戦略」
視察先	大阪市北区梅田大阪駅前第 4 ビル
説明者	講師 牧 瀬稔 関東学院大学法学部地域創生学科教授
目的・内容	人口減少を食い止め、持続可能ないなべ市となるために、こういった施策が必要か学ぶため。
成果・所感	・定住人口、交流人口でもなく、地域や地域の人々と多様に関わる関係人口と、地域に対する誇りや自負心を持ち、地域づくりに活動する活動人口の重要性を学んだ。 ・移住者を増やすにはターゲットを絞ることが大事。 ・今後、シビックプライド（自分自身が関わって都市や地域に対する誇り・愛着を持って良くしていこうとする、当事者意識）の醸成が重要であることを学んだ。 いなべ市に置き換えて考え活かしていきたい。

資料別添付

人口減少に勝ち抜く戦略

関東学院大学法学部地域創生学科

牧瀬 稔

makise@kanto-gakuin.ac.jp

https://makise.biz/



牧瀬 稔

→ → → どんな人？



法政大学大学院人間社会研究科博士課程修了。博士（人間福祉）。博士論文は「地方自治体における環境協働の研究ー環境再生行動を通じた自治体と住民の新たな協力関係ー」というテーマで作成した。

株式会社社会工学研究所、横須賀市役所（横須賀市都市政策研究所）、（公財）日本都市センター研究室（総務省所管）、（一財）地域開発研究所（国交省所管）を経て、2017年4月より、関東学院大学法学部地域創生学科に勤務。現在、社会構想大学院大学特任教授、沖縄大学地域研究所特別研究員等を兼ねる。読売広告社、JTBコミュニケーションデザイン、NTTドコモ等の民間企業のアドバイザーも経験している。

今年度は、北上市、東大和市、新宿区、焼津市、西条市などの政策アドバイザーとして関わっている。

審議会等では、相模原市緑区区民会議委員（会長）、逗子市民参加制度審査会委員（会長）、相模原市シビックプライドの推進に関する検討委員会委員（会長）、子ども家庭庁自治体子ども計画に関する調査に係る有識者などの委員に就いている。私は見た目より、ニート系である。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

まち・ひと・しごと創生法

（目的）地域社会の活性化

第1条 この法律は、我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくためには、国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、地域社会を担う個性豊かな多様な人材の確保及び地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体的に推進することが重要となっていることに鑑み、まち・ひと・しごと創生について、基本理念、国等の責務、政府が講ずべきまち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施するための計画の作成等について定めるとともに、まち・ひと・しごと創生本部を設置することにより、まち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施することを目的とする。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

まち・ひと・しごと創生法

（目的）

第1条 この法律は、①我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、②人口の減少に歯止めをかけるとともに、③東京圏への人口の過度の集中を是正し、④それぞれの地域で住みよい環境を確保して、⑤将来にわたって活力ある日本社会を維持していくためには、⑥国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、⑦地域社会を担う個性豊かな多様な人材の確保及び⑧地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体的に推進することが重要となっていることに鑑み、まち・ひと・しごと創生について、基本理念、国等の責務、政府が講ずべき⑨まち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施するための計画の作成等について定めるとともに、⑩まち・ひと・しごと創生本部を設置することにより、⑪まち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施することを目的とする。

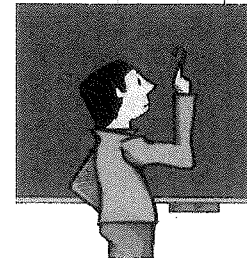
Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

- ① 地方創生とは
- ② 日本の将来人口推計
- ③ 人口減少を勝ち抜く視点
- ④ シティプロモーションとは何か
- ⑤ 本来はブランド→セールス・プロモーション
- ⑥ おわりに

70分×2回で、話していきます。全体的に問題提起という意味があります。今回は「人口の維持・増加」を目指した内容になります。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

地方創生とは



Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

まち・ひと・しごと創生法

- ① 我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応
- ② 人口の減少に歯止めをかける
- ③ 東京圏への人口の過度の集中を是正
- ④ それぞれの地域で住みよい環境を確保
- ⑤ 将来にわたって活力ある日本社会を維持
- ⑥ 国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成
- ⑦ 地域社会を担う個性豊かな多様な人材の確保
- ⑧ 地域における魅力ある多様な就業の機会の創出
- ⑨ まち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施するための計画の作成
- ⑩ まち・ひと・しごと創生本部を設置
- ⑪ まち・ひと・しごと創生に関する施策を総合的かつ計画的に実施する

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

まち・ひと・しごと創生本部

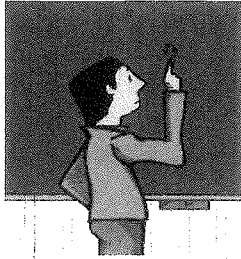
Headquarters for Overcoming Population Decline
and Vitalizing Local Economy in Japan

Overcoming Population Decline

Vitalizing Local Economy

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

地方創生の政策目標

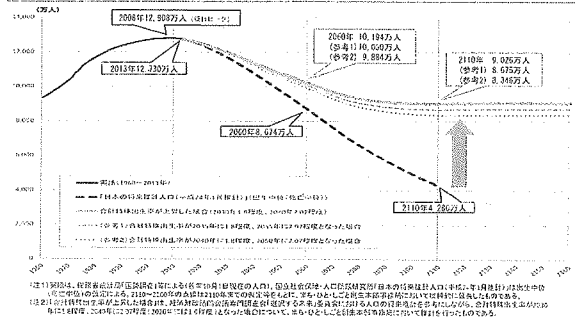


Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

9

【問1】

- 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」（出生中位（死亡中位））によると、2060年の総人口は約8,700万人まで減少すると見通されている。
- 仮に、合計特殊出生率が2030年に1.8程度、2040年に2.07程度（2020年には1.6程度）まで上昇すると、2060年の人口は約1億200万人となり、長期的には9,000万人程度で概ね安定的に推移するものと推計される。
- なお、仮に、合計特殊出生率が1.8や2.07となる年次が5年ずつ遅くなると、将来の定常人口が概ね300万人程度少なくなると推計される。



資料) まち・ひと・しごと創生本部「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」(平成 26 年 12 月 27 日)

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

10

拡大都市と縮小都市

● 拡大都市

- 人口減少時代においても、積極的によい行政サービスを提供することで、今までとおり人口の拡大を目指すことである。
- あるいは、周りが人口を減少させる中で、人口の維持を達成しようとする自治体も拡大都市と捉えることもできる。
- 国は2060年に約1億人の維持を目標と掲げている。この数字は17%減である。17%減以内も拡大都市と捉えることができるかもしれない。

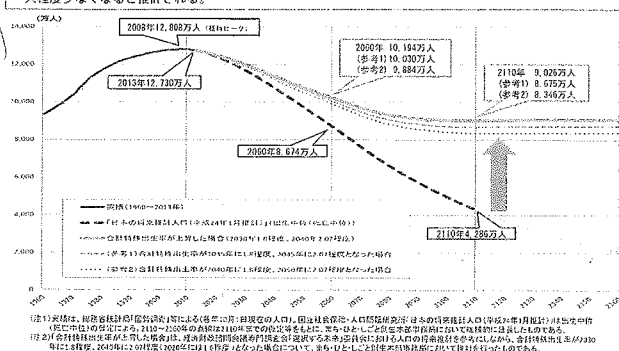
● 縮小都市

- 人口減少の事実を受け入れ、人口が減少しても元気な自治体を目指していく思考である。
- 国は2060年に約1億人を目標と掲げている。この数字は17%減である。17%減以上の人口減を認める場合は縮小都市かもしれない。
- 人口が大幅に減少すれば税収も低下する可能性がある。その結果として行政サービスの縮小や職員数の減少等も余儀なくされるかもしれない。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

13

- 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」（出生中位（死亡中位））によると、2060年の総人口は約8,700万人まで減少すると見通されている。
- 仮に、合計特殊出生率が2030年に1.8程度、2040年に2.07程度（2020年には1.6程度）まで上昇すると、2060年の人口は約1億200万人となり、長期的には9,000万人程度で概ね安定的に推移するものと推計される。
- なお、仮に、合計特殊出生率が1.8や2.07となる年次が5年ずつ遅くなると、将来の定常人口が概ね300万人程度少なくなると推計される。



資料) まち・ひと・しごと創生本部「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」(平成 26 年 12 月 27 日)

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

14

地方創生（第1期）の政策目標

- 将来人口推計では2060年に約8600万人まで減る予測となっている。
- そして国は2060年の目標人口は約1億人としている。

想定値よりも1400万人の増加を目指している。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

11

2つの方向性

人口の維持（増加）を目指した政策

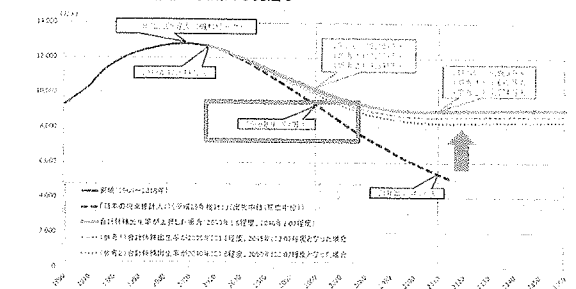
人口減少を前提とした政策

想定値よりも1400万人の増加を目指している。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

12

図9 我が国の人口の推移と長期的な見通し



- (注1) 実況は、総務省「国勢調査」等による（各年10月1日現在の人口）。推定は、我が国の将来推計人口（平成29年推計）：出生中位（死亡中位）の仮定による。2015～2060年の推定は2010年までの推定をもとに、まち・ひと・しごと創生本部等関係において、積極的に延長したものである。
- (注2) 「合計特殊出生率の上昇した場合」は、経済財政政策調査専門調査会「高齢化する社会、社会における人口の将来推計を想定しながら、合計特殊出生率が2030年に1.8程度、2040年に2.07程度となった場合について、まち・ひと・しごと創生本部等関係において推計されたものである。
- (注3) 推定は「人口統計資料2019」によると、人口減少率は、2001年から2016年は2.07で推移し、2017年は2.00となっている。

資料) まち・ひと・しごと創生本部「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」(令和元年改訂版)

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

15

日本の将来人口推計

- 2023年に公表された将来人口推計は、人口減少は続くものの「人口減少の速度が緩やか」になった。
- その理由は、①前回推計では、外国人の入国超過数を年間約9.9万人だったのが、今回では約16.4万人になると見込んでいた。
- ②平均寿命が2020年時点では男性81.58歳、女性87.72歳であったのが、2070年には男性85.89歳、女性91.94歳と推計している。
- 外国人と平均寿命が拡大することが前提となっている（個人的には「本当かよ」と思う）。

2060年の日本人人口は前回の推計よりも約110万人少なくなるとの見通しである。一方で、2060年の外国人人口は、前回推計より441万人も多いという見通しとなっている。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

16

人口増減率階級別市町村数の割合 (2005年～2020年)

人口増減率階級	市 町 村 数					市町村数の割合 (%)				
	2005年 ～2010年 (平成17年 ～22年)	2010年 ～2015年 (平成22年 ～27年)	2015年～2020年 ¹⁾ (平成27年～令和2年)			2005年 ～2010年 (平成17年 ～22年)	2010年 ～2015年 (平成22年 ～27年)	2015年～2020年 ²⁾ (平成27年～令和2年)		
			総数	市	町村			総数	市	町村
総 数	1,728	1,719	1,719	733	926	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
人口増加	407	300	298	188	110	23.6	17.5	17.3	23.7	11.9
20.0%以上	1	1	4	0	1	0.1	0.1	0.2	0.0	0.4
10.0%～20.0%未満	17	10	6	3	3	1.0	0.6	0.3	0.4	0.3
5.0%～10.0%未満	70	21	20	12	18	4.1	1.8	1.7	1.5	1.9
2.5%～5.0%未満	107	78	85	60	25	6.2	4.5	4.9	7.6	2.7
0.0%～2.5%未満	212	180	170	113	57	12.3	10.5	9.9	14.2	6.2
人口減少	1,321	1,419	1,419	605	814	76.4	82.5	82.5	76.3	87.9
0.0%～2.5%未満	280	265	247	160	81	16.2	15.4	14.4	20.9	8.7
2.5%～5.0%未満	331	321	290	171	119	19.2	18.7	16.9	21.6	12.9
5.0%～10.0%未満	560	603	636	242	394	32.4	35.1	37.0	30.5	42.5
10.0%～20.0%未満	146	214	243	76	217	8.4	12.4	14.1	3.3	23.4
20.0%以上	4	16	3	0	3	0.2	0.9	0.2	0.0	0.3

注) 東京都特別区等は1市として計算

1) 2015年に人口が0人であった福島県富岡町、福島県浪江町は、人口増減率階級の総数及び人口増加の総数にのみ含まれている。また、2015年、2020年共に人口が0人であった福島県浪江町及び2015年、2020年共に人口が1,023人であった長野県大鹿村は人口増減率階級の総数にのみ含まれている。

資料) 総務省「令和2年国勢調査 人口等基本集計結果の要約」

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

人口減少時代の中の政策づくり

- 日本は人口減少社会を歩んでいる。この時代に、自治体はどのように勝ち残っていくのだろうか(「勝たなくてよい」という選択肢もある)。
- 今日、多くの自治体が人口の維持(増加)、減少速度を落とすことを前提とした政策づくりを進めている。
- 現時点では、自治体の一つの責務として、人口の維持(増加)があるかもしれない。
- 地方創生の一側面は、少なくなる人口を奪い合う競争でもある。
- 皆さんの生活している自治体は、その用意はできているでしょうか。

27

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

2040年の将来人口推計

- 2040年、我が国の人口は1億727万6000人と推計されている(2010年国勢調査)。2010年の総人口で比べると30年間で2078万1000人の減少となる。
- 都道府県別の人口で最も多いのは東京で、1230万8000人である。2位神奈川、3位大阪、4位愛知と現在の順位と変わらない。人口が最も少ない県は鳥取県で、44万1000人と推計される。
- 2040年は全ての都道府県で減少となる。最も減少の大きい県は秋田県の35.6%、続いて青森県の32.1%となる。

なべつげ
びしあふ。

26

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

人口が増加した自治体 (過去の国勢調査結果)

●都道府県

2005～2010年

2010～2015年

2015～2020年

9

8

8

●市区町村

2005～2010年

2010～2015年

2015～2020年

25.0

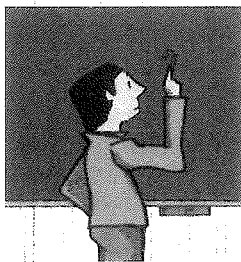
17.6

17.5

28

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

第1期地方創生の成果



Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

第1期地方創生の評価

- 基本目標1の「地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする」と、基本目標4「時代に合った地域をつくり、安心なくらしを守るとともに、地域と地域を連携する」は、「目標達成に向けて進捗している」と評価しています。
- 一方で、基本目標2の「地方への新しいひとの流れをつくる」と、基本目標3の「若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる」は、「各施策の進捗の効果が現時点では十分に発現するまでに至っていない」と結論付けています(「第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(令和元年12月20日)の「4. 第1期の検証」)。
- 個人的には、自治体同士の連携ではなく競争が起きているし(民間との連携は進んでいる)、発現はないと思っている。

31

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

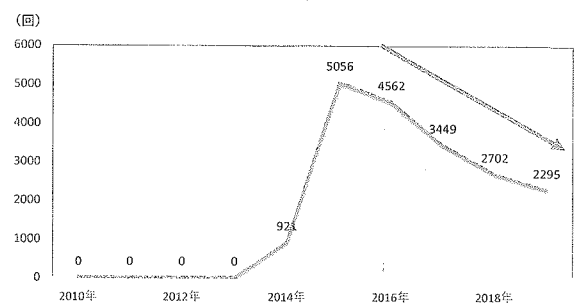
第1期地方創生の評価

項目	指標	2014年	2019年
人口減少の兆候	総人口	1億2822万6483人	1億2744万3563人
	合計特産産生	1.45	1.36
	出生数	100万5677人	86万5234人
	平均寿命(男)	80.75歳	81.25歳(2018年)
	平均寿命(女)	86.95歳	87.32歳(2018年)
地域経済の活性化	農業収入の増加超過	11万7937人	14万7873人
	外国人雇用状況	90万7856人	105万8804人
	民間国内生産	538.8億円	552.1億円
	農業収入の増加超過	3101人(2016年)	3121人
	東京圏からの移出企業	217社(2016年)	246社
	完全失業率	3.4%	2.4%
	完全失業者数	222万人	167万人
	海外移住者	1973万7000人	3188万2100人
	海外移住者に対する評価	573.4億円	574.8億円

30

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

地方議会における「地方創生に関する質問等の推移



資料) 地方議会議事録横断検索 (<http://chiholog.net/yonalog>)

32

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

地方創生元年

- 2015年4月3日に総理大臣官邸で「第5回まち・ひと・しごと創生本部」会合が開催された。
- 同会合で安倍総理は「本年は、地方創生元年です。地方の総合戦略の策定・実施が開始される地方創生を成功させ、我が国の人口減少に歯止めをかけるためには、その取組をスピードアップさせなければなりません」と述べ、2015年が「地方創生元年」ということを宣言した。
- 皆さんの自治体(地域)は、地方創生元年となるだろうか。

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

地方創生元年

重要なことは

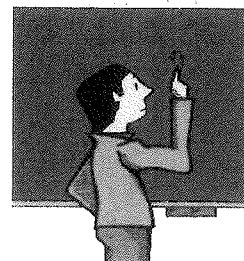
踊らされるふりをして 踊る

ということである(国に言うとおりにならない)。しかし、現実的には、完全に踊ってしまっている自治体が少なくない。

過去、何度も国の言われるままに踊ってしまい、その結果、自治体衰退、自治体崩壊に進んでしまった事例がたくさんあるのではないかな。

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

人口減少を勝ち抜く視点



Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

【問2】

この人・・・ ドラッカー

誰に選ばれるのか？

- 自治体を「経営」という視点に立つと、それは【住民】の創造に集約される。
- ピーター・ドラッカー(Peter Ferdinand Drucker)は経営の目的として「顧客の創造」と端的に述べている(『現代の経営』)。
- この顧客が自治体にとっては【住民】であり、自治体経営の目的は【住民】の創造となる。
- しかし、【住民】も多々いる。そこでターゲットを絞る必要がある。

37

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

顧客の創造

- ピーター・ドラッカーは、利潤最大化が企業経営の目的ではないとする。
- 重要なことは、「企業を10年、100年と持続的に経営することである」と述べている。
- 企業を持続的に経営するためには、「顧客の創造」(The purpose of the business is to create customers)が目的となると言及している。
- 経営の目的は「顧客の創造」にあるべきと主張する。

38

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

人口減少に対処するキーワードは・・・

住民の創造

どのような視点で住民を創造していくか？

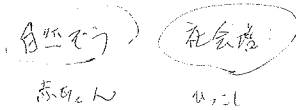
39

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

40

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

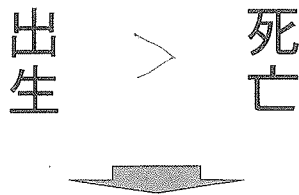
人口(住民)を増やす取組み



Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

41

自然動態



Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

42

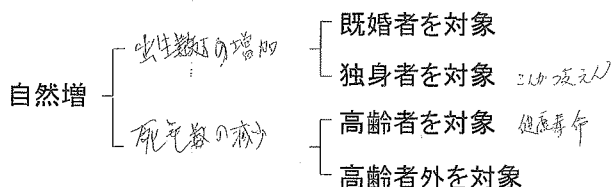
②死亡数の減少

- 死亡数を減らす取組みも重要である。これは2視点がある。
- 第1に、高齢者に元気で長生きしてもらうことが考えられる。しかし高齢者の長生きは死亡時期を遅らせるだけであり、限界がくる(いつかは死んでしまう)。←限界がある
- 第2に、死亡の原因は、老衰による「自然死」だけではない。例えば、5～14歳では不慮の事故(交通事故等)と悪性新生物(癌)が死因の原因となっている。
- 15歳以上は自殺も増えてくる。
- 不慮の事故や悪性新生物、自殺等を少なくしていくことも、自然増(の可能性)を高めることにつながる。

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

自然増の視点

- 自然増を実現するには、大きく、次の4視点からの取組みが必要である。
- 自治体により前提が異なるため、しっかり政策研究をしなくてはならない。



Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

46

自然増

- 自然動態とは「一定期間における出生・死亡に伴う人口の動き」と定義できる。
- 一定期間(多くの場合は1年間になる)において、出生数が死亡数を上回った場合は「自然増」と言う(出生数>死亡数)。逆に出生数より死亡数が多いと「自然減」と捉える(出生数<死亡数)。
- 人口が継続的に増加していくためには「自然増」の状態であってはならない。
- 自然増を達成するには、①出生数の増加、②死亡数の減少が基本となる。

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

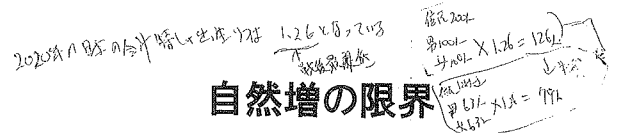
43

①出生数の増加

- 出生数の増加のためには、2つの視点がある。
- 第1に、夫婦(既婚者)に現状より「もう一子以上」多く産んでもらうことである(もちろん子どもを希望している夫婦が対象である)。
- 第2に、独身者に結婚してもらうことである。国立社会保障・人口問題研究所によれば、夫婦の最終的な子ども数とみなされる「完結出生児数」は1.90人となっている(2020年)。
- 完結出生児数は、結婚から15年から19年の期間の夫婦の平均出生子ども数が1.90人を意味している。

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

44



自然増の限界

- 例え、数年のうちに、人口置換水準2.07を達成したとしても、彼ら彼女らが結婚期に入るのでは、人口は減少し続ける。
- いま成功しても、数十年間は人口が減り続ける。成果がでるのに長期的スパンが必要である。
- 一自治体で2.07を達成したとしても、当該自治体に永続的に留まらせることはできない。どのかの時点で転出の可能性はある。
- その意味では、他自治体の人口を創出しているとも言える(モヤモヤ感を持ってしまう)。

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

47

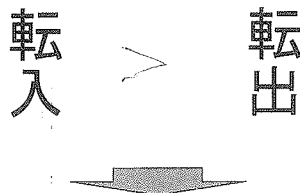
外国人労働者の限界

- 日本の労働力人口は、2040年にかけて1400万人減少する。
- このすべてを外国人労働者に依存するのは、不可能である(1割を獲得するのさえ難しいと思われる)。
- 法整備が追い付いていない現状がある。
- 近年は、外国人労働者の移入が停滞し、日本人が海外に出稼ぎに行く傾向があった。
- 中長期的には、国力が衰えていくため、外国人労働者にとって日本は魅力的でなくなる(外国人労働者が日本を選んでくれない)。

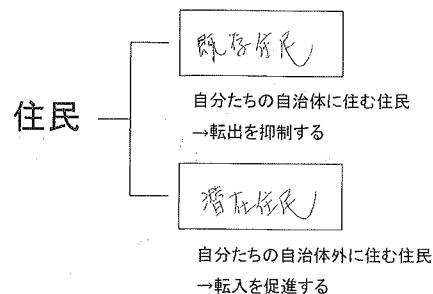
Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

48

社会動態



人口減少時代における住民



社会増

- 社会動態とは「一定期間における転入・転出に伴う人口の動き」と定義できる。
- 一定期間(多くの場合は1年間になる)において、転入者が転出者を上回った場合は「社会増」と言う(転入者数>転出者数)。逆に転入者数より転出者数が多いと「社会減」と捉える(転入者数<転出者数)。
- 自分の自治体への転入者の増加は、他自治体にとっては転出者の増加である。ゼロ・サム(zero-sum)を意味する。
- ゼロ・サムとは、一方の利益が他方の損失になることであり、勝ち組がいれば負け組もでてくることを意味する(人口減少時代においては、マイナス・サム状態)。

社会増の視点

- 既存住民を対象に、転出を抑制する。
- 潜在住民を対象に、転入を促進する。

基本的な視点は、この2つのみである

転入増加に向けた事例

- T市 戸籍所 (都心部30分圏)
- N市 流山 (都心部30分圏)

T市シティセールス戦略 (2011年度～2015年度)

- 「T市シティセールス戦略」(2011年度～2015年度)は、定住促進を中心としていた。自治体間競争に勝ち抜くための戦略であった。
- しかも住民を奪う地域を設定していた。同戦略には「シティセールスを行う対象地域を、まず、隣接する市区で、かつ転入者が転出者を上回る市区～板橋区、北区と設定」と明記している(8頁)。
- 板橋区と北区を対象にシティセールスを実施してきた。人口増加を目指すことが目的であった(同時に、①認知度と都市イメージの向上、②市民の誇り、愛着心の向上も視野に入っていた)。

【問5】

転入増加に向けた事例

- T市
 - － 人口を獲得するために「うばう地域」を明確にして、地方創生をしている。
- N市
 - － 人口を獲得するために「うばう対象地域」を明確にして、地方創生をしている。

T市シティセールス戦略 (2011年度～2015年度)

- 「T市シティセールス戦略」(2011年度～2015年度)は、定住促進を中心としていた。自治体間競争に勝ち抜くための戦略であった。
- しかも住民を奪う地域を設定していた。同戦略には「シティセールスを行う対象地域を、まず、隣接する市区で、かつ転入者が転出者を上回る市区～板橋区、北区と設定」と明記している(8頁)。
- 板橋区と北区を対象にシティセールスを実施してきた。人口増加を目指すことが目的であった(同時に、①認知度と都市イメージの向上、②市民の誇り、愛着心の向上も視野に入っていた)。

メイン・ターゲット絞ってる？

絞っています！

どこに絞っている？

子育て世帯です！

この回答は×

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

女性誌の対象層

ジャンル	ターゲット	対象年齢	出版社
POPESSE		15~20歳	角川文芸事務所
BLENDA		20~28歳	角川文芸事務所
SEVENTEEN		15~18歳	集英社
bis		15~19歳	光文社
S-Cawaii!		18~23歳	主婦の友社
VIVI		18~23歳	講談社
nonno		15~18歳	集英社
CanCam		18~23歳	小学館
JJ		18~28歳	光文社
Ray		18~28歳	主婦の友社
ヴァンターズ		20歳～	アシェット婦人画報社
CLASSY		25~30歳	光文社
Como		28~35歳	講談社
VERY		30~40歳	光文社
STORY		35歳～	光文社
mina		15~18歳	主婦の友社
et		23~28歳	アシェット婦人画報社
MORE		23~30歳	集英社
Oggi		25~30歳	小学館
with		25~30歳	講談社
Style		25歳～	講談社
Grazia		28歳～40歳	講談社
La Vie de 30ans		30~40歳	アシェット婦人画報社
CUTiE		15~18歳	集英社
zipper		16~23歳	講談社
SEDA		18~23歳	月之出出版
MINI		18~25歳	集英社
spring		23歳	宝島社
sweet		22~30歳	宝島社
In Red		28~35歳	宝島社

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

65
2020年の読者調査
T市 4749/0%
(2.48%)
N市 2597/1.5%
(14.1%)

T市、N市の事例

● アウタープロモーション

- 自治体外に向けて当該自治体の特長を訴求していく取組みである。
- その結果、転入の促進、交流人口や関係人口の増加、企業誘致を目指す。

● インナープロモーション

- 自治体内に向けて当該自治体の特長を訴求していく取組みである。
- その結果、転出抑制、Uターンの拡大、住民のロコミ効果による副作用を目指す。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

最近、私が関心を持っていること...

インターナルプロモーション

- 重要なのは「インターナルプロモーション」である。
- インターナルプロモーションとは、「自治体に勤務する職員を顧客とみなして行われる啓蒙活動」である(スタッフプライドの醸成を目指すとも言える)。
- 民間企業のインターナルコミュニケーションに類似した取組みである。組織内における広報活動である。
- 近年、職員に対するプロモーションやコミュニケーションが希薄化している。ここに自治体全体の総力が低下している(現在、私のゼミ生が、このテーマで修論をまとめている)。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

セグメント化とターゲティング

● セグメント化

- ・ 不特定多数の顧客(市場)を、共通の消費者属性を持った集団に分類することである。

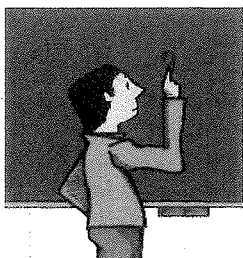
● ターゲティング

- ・ ターゲティングとは、自社の製品やサービスを市場に投入する際、どの顧客層(セグメント)を標的市場にするかを決めることである。

マーケティング思考を活用

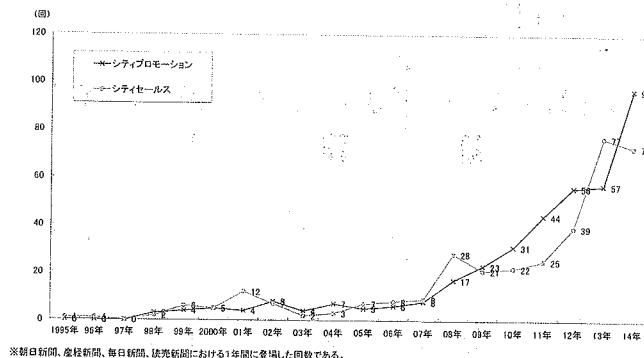
Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

シティプロモーションとは何か



Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

シティプロモーション等の語句登場の推移



※朝日新聞、産経新聞、毎日新聞、読売新聞における1年間に登場した回数である。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

自治体におけるシティプロモーション

- 福岡市が1986年(1985年)にシティセールスという言葉を使用し、1989年に福岡市東京事務所にシティセールス担当課長を配置している(首都圏における企業誘致や観光プロモーション)。
- シティプロモーションは、1999年に和歌山市を総合的に市外へ売り込む「シティプロモーション推進課」を市長公室に設置している。
- 2000年代半ばから、政令市を中心に、シティプロモーションに関する行政計画の策定が相次ぐ。
- その動きを契機として、シティプロモーションが自治体において浸透しつつある。

2013年8月にはシティプロモーション自治体等連絡協議会が設立された。2013年11月に「シティプロモーションサミット」(尾崎市)が開催され、2014年3月には「シティプロモーションネットワーク」が設立された。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

各自治体の定義

- 熱海市が有する地域資源や優位性を発掘・編集するなどにより、価値を高めると共に、市内外に効果的に訴求し、ヒト・モノ・カネ・情報を呼び込み、地域経済の活性化を図る一連の活動(熱海市)
- まちの魅力を市内外にアピールし、人や企業に関心を持ってもらうことで、誘致や定着を図り、将来にわたるまちの活力を得ることにつながる活動(戸田市)
- 八王子市の魅力を市内外に積極的に発信し、一人でも多くの方に本市に「住み続けたい」「住んでみたい」「このまちが好き」と思ってもらいたいことをめざす(八王子市)。

73

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

民間企業の組織

総務部	土木部	法務部
企画部	営業部	医療部
安全部	福祉部	工事部
環境部	管理部	...部
お客様部	技術部	...部

74

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

相次ぐ営業課

- 箕面市の「箕面営業課」や福井県の「ブランド営業課」、武雄市の「営業部」が有名である。
- 箕面市は「箕面に住む？」をキャッチフレーズに「子育てしやすい日本一」を掲げ、定住人口の獲得に取り組んでいる。
- 武雄市の営業部の中には、「わたしたちの新幹線課」や「いのしし課」などがある(そのほか「お住もう課」や「お結び課」、「フェイスブック・シティ課」がある)。
- 高槻市(営業広報室)や三浦市(営業開発課)など、「営業」という文字を組織名に入れる傾向も強まっている。

77

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

相次ぐマーケティング課

- 流山市のマーケティング課が有名である。少なくない自治体にマーケティングの組織がある。例えば、奈良県、静岡県、横手市などにもある。
- 横手市は2006年4月に「マーケティング推進課」を設置し、「売れるまちづくり」を目指している。
- この意味は、「地域の中からヒット商品やニーズの高い商品が次々に生まれ、地域そのものがブランド化されることにより、チャレンジしようという意識がまち全体に醸成され、次なるヒット商品を生み出すこととなるような「仕組みづくり」をすること」と定義している。
- 氷見市には「商工観光・マーケティング・おもてなしブランド課」がある。

78

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

これからは「営業」が必須

- これからの自治体運営にも、営業のマインドが求められつつある(あくまでも営業マインドである)。
- 今日では、営業の考えを採用する自治体が増えつつある。
- 注意すべきは、営業の前提にあるのは、住民の福祉の増進である。住民の福祉の増進を担保したうえで、営業をしていく。
- これからの時代の中で、勝ち抜くためには、職員一人ひとりの営業マインドが求められる。

75

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

【問7】

シティプロモーション

「都市・地域の売り出し」

- 売り込むためには、「誰」(対象層)を設定しなくてはならない。そして「誰」に対して、「何」(コンテンツ)を売り込むかを考える。
- その「誰」は、どの「地域」に多いのか。
- その「誰」は、どういう「メディア」を見ているのか。
- この「誰」の持つ特徴をしっかりと把握しなくてはならない(戦略性が求められる)。
- 誰・何(コンテンツ)・地域・メディアの明確化が大切である。

76

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

シティプロモーションの政策目標

シティプロモーションの政策目標は...

多様である。

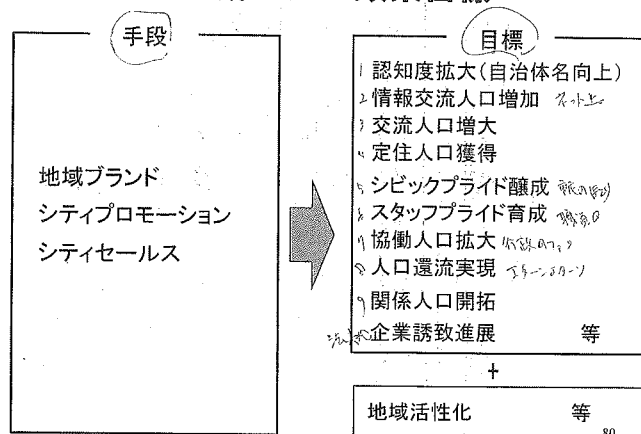
多様であるけれども、目指す方向は...

1)点、に絞られる。

79

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

達成したい政策目標



80

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

用語	定義
情報交流人口	国土交通省によると、「自地域界（自市区町村外）に居住する人に対して、何らかの情報提供サービスを行う等の「情報交流」を行っている「登録者人口」のこと。情報提供の手段はインターネットのほか、郵便やファクス等も含まれる。同省は「重要な点は、不特定多数に対する情報提供サービスではなく、個人が特定でき、何らかの形で登録がなされていること」としている。
交流人口	その自治体を訪れる（交流する）人のこと。訪問の目的は、観光や進学、買い物、観光など、特に明確でないが、一般的には、交流人口というより観光客と捉える傾向が強い。
定住人口	その自治体に住んでいる人であり、居住者である。また定住人口も、その居住を細分化すると、住民登録をしている場合と、必ずしも住民登録をしていない場合がある。住民登録していない人口とは、一時だけ滞在する「滞在人口」がある。一時とは数日間の滞在ではなく、あるまとまった期間の滞在である。また二地域を往來する「二地域居住人口」などにも分けられる。
シビックプライド	住民が抱く「都市に対する誇りや愛着」とされることが多い。同紙は、広島広島市生活研究局（2008）『シビックプライド—都市のコミュニケーションをデザインする』富田金保、において提唱されている。日本版の「郷土愛（出資者だけ）」とは少し違うニュアンスを持っている。
スタッフプライド	東京都田原区によると「自治体職員の間で責任感を併せ持つ自負心」であり、自らが勤務する自治体への愛着心である。民間企業には「会社精神」という概念がある。会社精神とは「自ら勤める会社を愛する気持ち」である。この会社精神は、経営者に対する忠誠心とは別次元にある。スタッフプライドは、会社精神に近い考え方と思われる。
帰属人口	国土交通省の「新たな『国土のブランドデザイン』」に登場した概念である。端的に言うところ、自治体や地域の様々な主体と一緒に地域づくりをする人口である。「その自治体のファン」と捉えてもよい。その地域に居住しているかどうかは問わない。また、最近では「関係人口」という概念もやりつつある。総務省の「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会中間とりまとめ」によると、関係人口とは「長期的な『定住人口』や短期的な『交流人口』でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者」と定義している。さらには、以前から現場では「帰属人口」という表現もあった。関係人口とは「その地域や自治体を応援したい人口」である。関係人口も、その地域に居住が否かは関係ない。関係人口も関係人口も、関係人口に類似した考えである。
人口回流	一般には人口移動の現象を指すが、回流とは「再びもとへ流れもどること」という意味がある。そこから転じて、回流には「Uターン」や「ターン」と捉えられている。Uターンとは地方圏から都市圏へ移住した者が再び地方の生まれ故郷に戻る現象を言う。Jターンとは地方圏から都市圏へ移住した者が、生まれ故郷の近くの地域（自治体）に戻り定住する現象を指す。なお、Uターンも人口回流となる。Uターンとは都市圏で生まれ育ち都市で働いていたが、その後地方圏に移住する現象である。
関係人口	移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指す（総務省「『関係人口』ポータルサイト」）。

※人口の中には、自然に帰る人々も含まれる場合もある。

【問8】

重要なのは・・・

83

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

手段と目標を間違わない

- シティプロモーションは、手段と目標の関係を間違わないことが大事である。手段を目標化(目的化)してはいけない。
- 例えば、定住人口の獲得が目標であるならば、それを達成する手段は様々ある(道は一つではない)。シティプロモーションだけに固執するのは危険である。
- 目標も優先順位をつけるべきである。限られた地域資源を戦略的(選択と集中)に活用していかなければ、成果は導出されない。

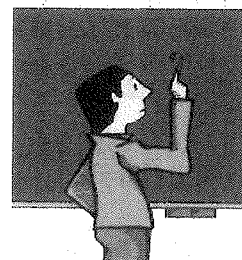
プロモーションは手段であり目標(目的)ではありません!

その意味では「シティプロモーション」や「地域ブランド」だけに固執する必要はありません。

82

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

シティプロモーションの第一歩

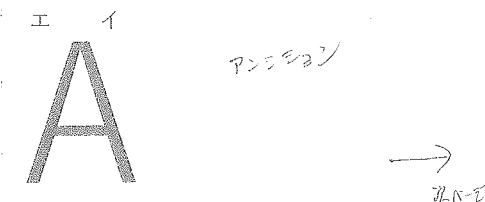


84

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

【問8】

重要なのは・・・



85

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

AIDMAの法則

- AIDMA(アイドマ)の法則では、消費者がある商品を知って購入に至るまでに次のような段階があるとされる。
- 1. Attention (認知)
- 2. Interest (関心)
- 3. Desire (欲求)
- 4. Memory (記憶)
- 5. Action (購買行動)

87

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

【問8】

認知度がなければ始まらない

- 認知度拡大は重要と考える。例えば「西海市」という存在を知ってもらわないと、誰も選んでくれない(定住、交流してくれないし、愛着も育たない)。
- 認知度向上は地域ブランドづくりと密接に関わっている(焼きそばと言えば・・・、餃子と言えば・・・)。
- 民間企業において、財(商品)やサービスを売り込むためには、まずは、その財(商品)やサービスの認知度向上のため、様々なアピールをしている(多くの費用をかけてCMを打っている)。

86

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

AISASの法則

- ネットでの購買行動のプロセスモデルとしてAIDMAに対比されるものとして、電通等によりAISAS(エーサス、アイサス)というモデルが提唱された。
- 1. Attention (認知)
- 2. Interest (関心)
- 3. Search (検索)
- 4. Action (購買行動)
- 5. Share (共有、商品評価をネット上で共有しよう)

88

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

AIDCAの法則

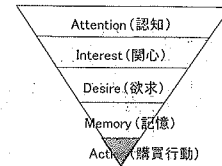
- AIDCA(アイドカ)の法則とは、消費者が消費行動を行うまでの心理的な過程を表した消費者行動分析モデルである。

- 1.Attention(認知)
- 2.Interest(興味)
- 3.Desire(欲求)
- 4.Conviction(確信)
- 5.Action(購買行動)

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

89

Attention(認知)を大きくすることが大事

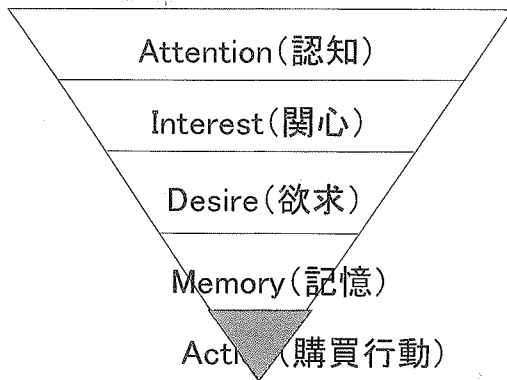


Attention(認知)を大きくすることが、Action(購買行動)にもつながっていく。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

91

Attention(認知)を大きくすることが大事

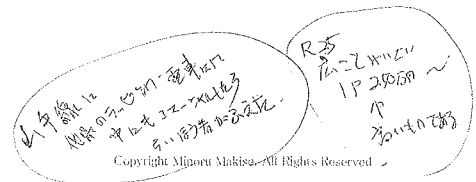


Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

90

シティプロモーションは、まずは

を考える



Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

92

【問】予算が100万円あります。この予算でシティプロモーションの成果をだすには、どちらがよい？

日本全国にプロモーションする！

3自治体にプロモーションする！

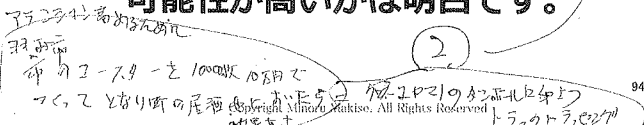
Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

93

【問】予算が100万円あります。この予算でシティプロモーションの成果をだすには、どちらがよい？

- ① 100万円を1741団体で割る(÷)と、1団体あたり574.3円になります。⇒何もできない。
- ② 100万円を3団体で割る(÷)と、1団体あたり33万3,333円になります。⇒いろいろとできる。

①と②のどちらが成果の可能性があるかは明白です。



Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

94

シティプロモーションを成功させるには

自治体間競争に勝ち残るには

戦略性が求められる

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

95

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

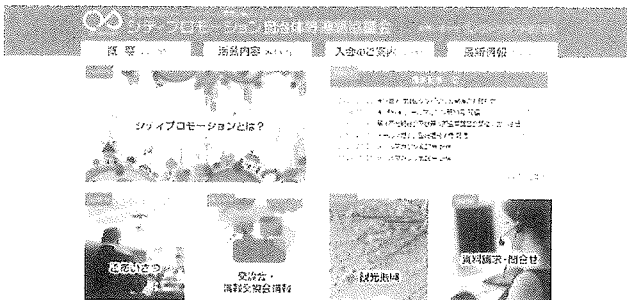
96

戦略性のヒント

- 競争で勝つためには戦略が必要である。戦略の本質は、他社との違いを打ち出すことだ。
- 戦略は、非競争の市場で事業を展開することであり、ニッチ戦略が重要である(ブルーオーシャン戦略)。
- 成長戦略の第一歩は、どのように成長するかを決めることではなく、何を放棄するかを決めることだ(ドラッカー『イノベーションと企業家精神』)。
- スタートアップ思考が重要である。新しい対象層を狙っていく(ベンチャー思考と異なる)。たとえば、独身高齢者を狙っている自治体はほとんどない。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

シティプロモーション自治体等 連絡協議会



<http://www.citypromotion.jp/>

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

「ある企業は売る商品がないのに 営業活動している」

おかしいところは、どこでしょうか？

101

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

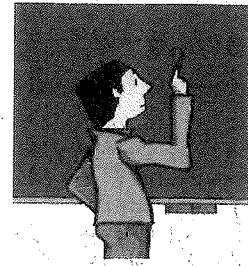
【問9】

本来は「ブランド」→「セールス・プロモーション」

- 経営学(マーケティング)では、セールス・プロモーションの前にはブランド構築が必須と説かれている(当たり前である)。
- 何を売るかという商品(財やサービス)のブランドに加え、企業のイメージブランドもある。
- ところが、今日の自治体のシティプロモーションは、ブランドが構築されていない状態でのセールス・プロモーションとなっている。
- その結果、多くの自治体が所期の目標を達成できずにいる。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

本来はブランド→セールス・プロモーション



Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

や

何を売っていますか？

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

本来は「ブランド」→「セールス・プロモーション」

- 経営学では、「セールス・プロモーション」という概念(用語)がある。「セールス」と「プロモーション」が分けられているのではなく、一緒に使われている(販売促進活動と言われる)。
- 意味は「キャンペーンなどを利用して、消費者の購買意欲や流通業者の販売意欲を引き出す取り組み全般」となる(自治体にとっては、交流意欲や定住意欲を引き出す取り組みとなる)。
- キャンペーンとは「ある目的のもとに(例えば何かを買ってもらうなど)、特定した対象者に働きかける宣伝活動」になる。
- 一般的に、セールス・プロモーションを成功させるには①消費者(住民=既存住民と潜在住民)向け、②流通業者(関係団体)チャネル向け、③社内(職員)向け、に働きかけることが大事である。

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

本来は「ブランド」→「セールス・プロモーション」



営業・販売するコンテンツ
(ブランド) が明確

ターゲットに即して
セールス・プロモーションの手法が明確

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

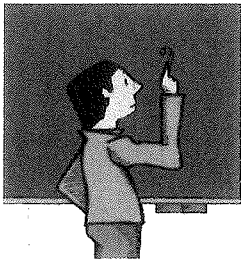
本来は「ブランド」→「セールス・プロモーション」

- 売るコンテンツを考え(ブランドの構築)、次にターゲットに即したセールス・プロモーションとして推進していく。
- セールス・プロモーションは多様である。多様ではあるがターゲットに即した方法を採用する必要がある(20歳代に来てもらいたいのにホームページで訴求しても意味がない)。
- 自治体の中には「売るコンテンツだけ」や「シティブロモーションだけ」という状況が少なからずある。さらに、売るコンテンツが眠かったり(眠いとは曖昧という意味である)、シティブロモーションが的を射ていなかったりしている。
- 「ブランド」→「セールス・プロモーション」を一体に考える必要がある。しかし自治体の現状は、別々に考えている状況が少なくない(その要因は縦割行政にある。それぞれが違う部ということが多い)。

105

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

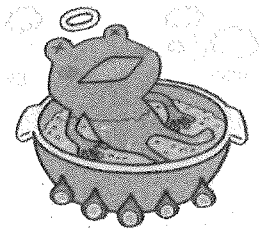
おわりに



106

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

ゆで蛙にならないように・・・



109

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

議会質問のヒント

- 人口を維持・増加するために、何に特化して政策を進めているのか(何とは、自然増の4視点、社会像の2視点)。
- シティブロモーションを実施しているか。実施している場合は、戦略性を持って進めているか。
- シティブロモーションの政策目標が、あれもこれもになっていないか(規模の小さな自治体ほど、絞り込まないと成果はでない)。
- アテンション(Attention)を意識したシティブロモーションになっているか(ターゲットに即したAttentionが大事)。
- シティブロモーションの前に、地域ブランドを構築しているか。地域ブランドはターゲティングに即した内容となっているか、など。

110

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

地方とは

- 地方とは「全体社会の一部を構成する地域。田舎。旧軍隊で、軍隊以外の一般社会を言った語」という意味がある。
- ここでいう地方とは、一般的な意味の地方ではない。
- 行政学(地方自治論)における地方を意味している。行政学における地方とは「地方自治体」(地方公共団体)である。

107

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

【問10】

創生とは

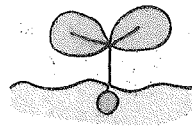
- 創生は「作り出すこと。初めて生み出すこと。初めて作ること」という意味がある。
- 従前と違うこと、かつ他地域と違うことを実施していかなくては、初めて生み出されない。
- つまりイノベーションである。
- 地方創生は「地方自治体が、従前と違う初めてのことを実施していく。あるいは、他自治体と違う初めてのことに取り組んでいく」と定義できそうである。

108

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

ありがとうございました。

ご意見・ご質問などは、
makise@kanto-gakuin.ac.jp にご連絡下さい。



牧瀬 稔

Copyright Minoru Makise, All Rights Reserved

〇 全体に十分注意し、
300万円以内で実施する
〇 地域ブランドとシティブロモーション
〇 10月と11月に実施する
〇 結果を報告する
〇 地域ブランドとシティブロモーション
〇 10月と11月に実施する
〇 結果を報告する

人口減少と共存する方策

関東学院大学法学部地域創生学科

牧瀬 稔

makise@kanto-gakuin.ac.jp

https://www.makise.biz



牧瀬 稔

→→→ どんな人？



法政大学大学院人間社会研究科博士課程修了。博士（人間福祉）。博士論文は「地方自治体における環境協働の研究ー環境再生行動を通じた自治体と住民の新たな協力関係ー」というテーマで作成した。

株式会社社会学研究所、横須賀市役所（横須賀市都市政策研究所）、（公財）日本都市センター研究室（総務省所管）、（一財）地域開発研究所（国交省所管）を経て、2017年4月より、関東学院大学法学部地域創生学科に勤務。現在、社会構想大学院大学特任教授、沖縄大学地域研究所特別研究員等を兼ねる。読売広告社、JTBコミュニケーションデザイン、NTTドコモ等の民間企業のアドバイザーも経験している。

今年度は、北上市、東大和市、新宿区、焼津市、西条市などの政策アドバイザーとして関わっている。

審議会等では、相模原市緑区区民会議委員（会長）、逗子市民参加制度審査会委員（会長）、相模原市シビックプライドの推進に関する検討委員会委員（会長）、子ども家庭庁自治体子ども計画に関する調査に係る有識者などの委員に就いている。私は見た目とおり、ニート系である。

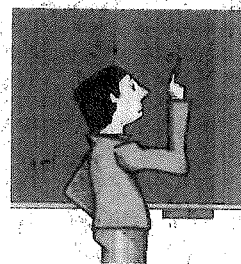
Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

- ① 地域活性化の事例
- ② 地域ブランドとは何か
- ③ 地域イメージ構築の必要性
- ④ 近年の地方創生
- ⑤ シビックプライドとは何か
- ⑥ 縮小均衡を目指した行政経営
- ⑦ おわりに

70分×2回で進めます。問題提起という意味があります。今回は「人口の維持」に加え、「人口が減っていく中でどうするか」という内容になります。

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

人口減少に対応する一手段はコンパクトシティ（情報提供）



Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

「コンパクトシティ」って何でしょうか？

- ①高密度で近接した開発形態、②公共交通機関でつながった市街地、③地域のサービスや職場までの移動の容易さ、という特徴を有した都市構造がコンパクトシティと定義している（OECD）。
- 都市機能や居住機能を都市の中心部に誘導し、再整備を図るとともに、これと連携した公共交通ネットワークの再構築を図る（国土交通省）
- 住まい、職場、学校、病院、遊び場などさまざまな「機能」を、都市の中心部にコンパクトに集めることで、自動車に頼らず、歩いて生活することのできるまちのこと（青森市）

空間的に小さいながらも、都市機能が充実している地域

Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

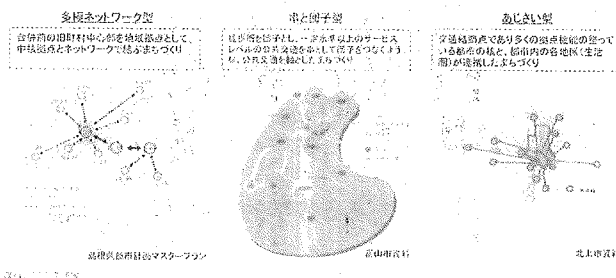
【問1】

コンパクトとは

- 小さくまとまっていること。ぎっしり詰める、圧縮する。転じて、小さくまとめること。また、その状態。コンパクトカー、コンパクトディスクなど。
- 化粧道具の一つで、鏡のついている手のひらサイズのファンデーション。セーラームーンはこれで変身する。
- 集合上に定義されたある数学的性質。

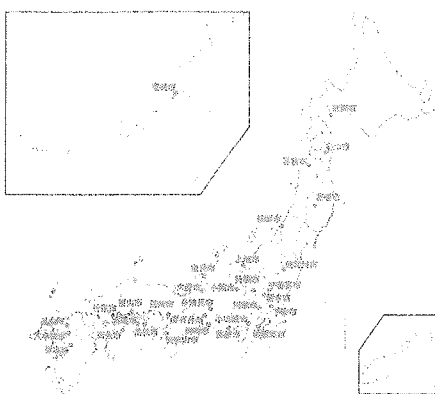
Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

コンパクトシティの類型



Copyright Minoru Makise. All Rights Reserved

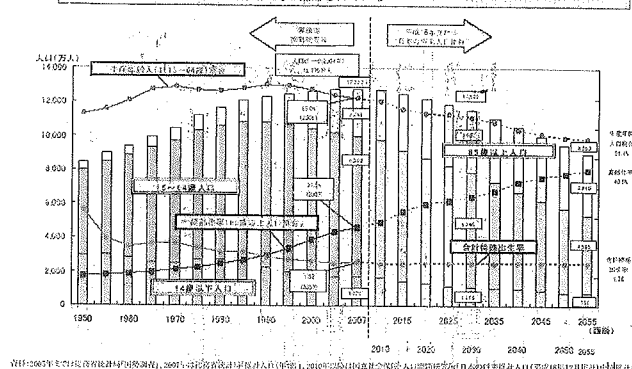
北海道	旭川市	28,553
青森県	八戸市	127,529
岩手県	盛岡市	351,005
宮城県	仙台市	917,771
山形県	山形市	129,230
福島県	福島市	272,522
茨城県	水戸市	433,994
栃木県	宇都宮市	510,101
群馬県	高崎市	180,267
埼玉県	さいたま市	236,195
千葉県	千葉市	292,522
東京都	東京都	4,066,657
神奈川県	横浜市長	1,541,174
新潟県	新潟市	225,038
富山県	富山県	197,076
石川県	金沢市	455,010
福井県	福井市	132,465
岐阜県	岐阜市	143,656
静岡県	静岡市	281,031
愛知県	名古屋市	2,063,349
滋賀県	大津市	231,128
京都府	京都市	457,271
大阪府	大阪市	2,543,935
兵庫県	神戸市	2,544,442
奈良県	奈良市	485,084
和歌山県	和歌山市	450,442
鳥取県	鳥取市	116,062
徳島県	徳島市	103,244
香川県	高松市	111,413
愛媛県	松山市	17,494
高知県	高知市	151,119
福岡県	福岡市	431,184



Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved.

日本の将来人口推計

我が国の人口は2004年にピークを迎え、減少局面に入っている。2055年には9000万人を割り込み、高齢化率は40%を超えることが推定されている。



資料: 2000年7月1日現在国勢調査結果推計, 2001年国勢調査結果推計, 2002年国勢調査結果推計, 2003年国勢調査結果推計, 2004年国勢調査結果推計, 2005年国勢調査結果推計, 2006年国勢調査結果推計, 2007年国勢調査結果推計, 2008年国勢調査結果推計, 2009年国勢調査結果推計, 2010年国勢調査結果推計, 2011年国勢調査結果推計, 2012年国勢調査結果推計, 2013年国勢調査結果推計, 2014年国勢調査結果推計, 2015年国勢調査結果推計, 2016年国勢調査結果推計, 2017年国勢調査結果推計, 2018年国勢調査結果推計, 2019年国勢調査結果推計, 2020年国勢調査結果推計, 2021年国勢調査結果推計, 2022年国勢調査結果推計, 2023年国勢調査結果推計, 2024年国勢調査結果推計, 2025年国勢調査結果推計, 2026年国勢調査結果推計, 2027年国勢調査結果推計, 2028年国勢調査結果推計, 2029年国勢調査結果推計, 2030年国勢調査結果推計, 2031年国勢調査結果推計, 2032年国勢調査結果推計, 2033年国勢調査結果推計, 2034年国勢調査結果推計, 2035年国勢調査結果推計, 2036年国勢調査結果推計, 2037年国勢調査結果推計, 2038年国勢調査結果推計, 2039年国勢調査結果推計, 2040年国勢調査結果推計, 2041年国勢調査結果推計, 2042年国勢調査結果推計, 2043年国勢調査結果推計, 2044年国勢調査結果推計, 2045年国勢調査結果推計, 2046年国勢調査結果推計, 2047年国勢調査結果推計, 2048年国勢調査結果推計, 2049年国勢調査結果推計, 2050年国勢調査結果推計, 2051年国勢調査結果推計, 2052年国勢調査結果推計, 2053年国勢調査結果推計, 2054年国勢調査結果推計, 2055年国勢調査結果推計

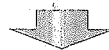
Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved.

コンパクトシティの課題

- コンパクトシティから外れた住民をどうするかという議論がある。
- コンパクトシティを実現するには、数十年の期間がかかる(議員の任期中には実現できない)。
- コンパクトシティを実現するには、行政の継続性が前提となる。
- 行政の継続性のためには、首長の多選か、条例化が必要となる。
- 今回は情報提供のみとする。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved.

まち・ひと・しごと創生本部



Headquarters for Overcoming Population Decline and Vitalizing Local Economy in Japan

Overcoming Population Decline

Vitalizing Local Economy

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved.

交流人口増大

定住人口1人当たりの年間消費額は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者【8】人分、国内旅行者(宿泊)【25】人分、国内旅行者(日帰り)【80】人分に当たる。

観光庁(2016年9月30日)「観光振興に関する今後の取組」

つまり外国人旅行者8人、国内旅行者(日帰り)80人分で定住1人分消費額に該当するため、人口減を補う可能性がある(と、みんな言っている)。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved.

空き家率の高い・低い割合の都道府県

空き家率が高い5団体			空き家率が低い5団体		
順位	都道府県	割合	順位	都道府県	割合
1位	山梨県	21.30%	46位	埼玉県	10.20%
2位	和歌山県	20.30%	46位	沖縄県	10.20%
3位	長野県	19.50%	45位	東京都	10.60%
4位	徳島県	19.40%	44位	神奈川県	10.70%
5位	高知県	18.90%	43位	愛知県	11.20%

資料)総務省「住宅・土地統計調査」

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved.

少し話がそれますが...

【問】空き家率が高い都道府県はどこでしょうか？

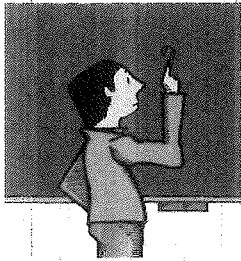
実数に着目する

- 山梨県の空き家数は約9万軒である(別荘を含む)。
- 東京都の空き家数は約90万軒となっている。
- どちらが大変かは、立場や状況により異なる。
- しかし、パーセンテージだけに注目すると、政策の判断を間違える可能性がある。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved.

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved.

地域活性化の事例



Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

17

「水木しげるロード」の事例

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

18

水木しげるロードの経済波及効果

2008年

120 億円

2011年

436.6 億円



「水木しげるロード」の成功は、商店街だけに留まらず、境港市全体に波及しつつある。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

21

「水木しげるロード」の成功要因

- 行政による妖怪ブロンズ像の整備からはじまり、その後、事業者による事業活動に発展した。
- 地元住民を中心に、ゲゲゲのしげる会、水木ロードを育てる会、鬼太郎音頭保存会等が相次いで誕生した。
- これらの団体が中心となり、妖怪そっくりコンテスト、妖怪川柳コンテスト、妖怪ジャズフェスなど、地元住民が主体となって、年間イベントは20回以上行っている。
- ①行政、②事業者、③地元住民が境港市のポテンシャルを再発見し、協働して「水木しげるロード」を盛り上げた点に一つの成功要因がある。
- その背景には、疲弊する地域を再活性化したいという目標の共有化がある。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

22

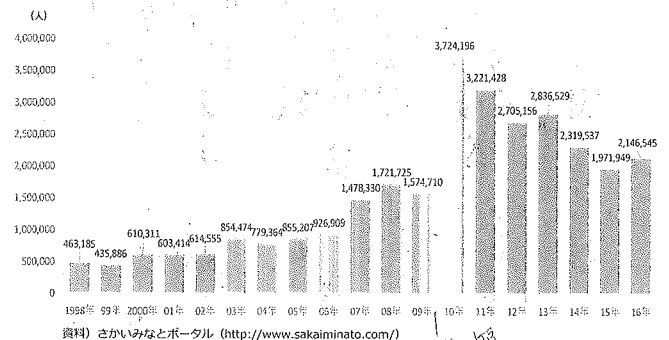
境港市「水木しげるロード」

- 1980年代後半、境港市(鳥取県)は地域経済が停滞し、新しい方向性を検討していた。
- 1989年に商店街活性化策の一つとして「緑と文化のまちづくり」をテーマと掲げた。
- 同事業の一環として、「鬼太郎」「妖怪」をキーワードとし、妖怪オブジェを商店街の歩道に設置する「水木しげるロード」(鬼太郎ロード)構想がまとまった。
- 当初の計画は、観光客を対象としたものではなく、住民を商店街へ誘い込む事業として整備したものであった。
- 水木しげるロードによる地域活性化の実現のため、①行政、②事業者、③地元住民が、連携・協力して取り組むこととなった。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

19

水木しげるロード入り込み客数



Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

20

「水木しげるロード」の成功要因

- 鬼太郎という妖怪の一点突破がある。
- 商店街全体がテーマパーク化している。非日常の提供である(小布施町や湯布院)。
- 男性巡査部長は「鬼太郎」の着ぐるみを、女性巡査部長が「ねこ娘」の着ぐるみを着てパトロールしている。ここまでこだわり、テーマパークの雰囲気を壊さないようにしている。
- リピーターが多い点も特徴である。リピーターを創造するしくみも入っている(寄付制度であったり、定期的な情報提供などがある)。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

23

スポンサー制度による拡充

- 水木しげるロードは1993年7月、23体のブロンズ像の設置からはじまった。
- 1997年には目標であった80体が完成した。2005年には広く出資を募り(スポンサー制度)、16体の寄贈を受けた。
- 2006年に120体、2010年には139体に達し、2012年にはスポンサー公募による11体と水木しげる記念館内に3体が新設され、現在では180体を超えている。
- 水木しげるロードへのブロンズ像に名前を刻む代わりに設置費(当初は1体につき、最低100万円)を出してくれるスポンサー(寄贈者)を全国に向けて公募した。この戦略は成功して全国の熱烈な水木ファンから申し込みが殺到した。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

24

協働

Copyright Minoru Makino, All Rights Reserved

「協働」を考える

- 「協」とは、右に3つの力がある。これは、行政の力、市民の力(NPO等も含む)、事業者の力と捉えることができる(別の主体の力を当てはめてもよい)。
- この3つの力が左にある「+」ように「足される」のである。3つ主体の力が足されて、人が動いていく……。そういう意味が、この「協働」に含まれている。
- また「働」という言葉にも意義を見出したい。この「働」という字には様々な語源がある。その中の一つに「人」が「動」いているのを見て、「働」(はた)の人が「楽」(らく)に感じる」という意味もある。
- 協働という能動的な行動をととして、3つの主体の力が加わり、動いている状況を見ていた傍(周り)の人たちも楽しくなって、「その行動に自分も参加しよう!」と促す活動が協働と考えられる。

Copyright Minoru Makino, All Rights Reserved

26

川崎市 工場夜景(産業観光)

- 夜間の工場の夜景は幻想的であると気が付いた。
- 2008年に川崎産業観光モニターツアーとして「ドラマチック工場夜景ツアー」を試験的に行った。
- 反響は大きく、2010年4月から民間企業の協力を得てバスツアーの定期運行を開始した。
- 2011年2月には、川崎市において全国初となる「第1回全国工場夜景サミット」が開催された。
- 既存の工場に新しい価値観を付けた点がポイントである。

Copyright Minoru Makino, All Rights Reserved

29

長野県 阿智村 天空の楽園 ナイトツアー

- 2006年に環境省が阿智村(長野県)を全国星空継続観察で「星がもっとも輝いて見える場所」第1位に認定した。
- 2012年に「日本一の星空を多くの人に見てもらいたい」という発想でスタートした。それが「天空の楽園 日本一の星空ナイトツアー」である。
- コロナ禍以前では、ほぼ毎日実施される人気ツアーであり、1日約1500人の定員が満席になっていた。

Copyright Minoru Makino, All Rights Reserved

30

上勝町 葉っぱビジネス

- 1980年代、上勝町の人口が大きく減少し、高齢化も加速度的に進んだ。主要産業であった木材や温州みかんは出荷が停滞した。
- 高齢化を契機として捉え、高齢者が活躍できるビジネスはないかと模索し、葉っぱビジネスがスタートした。
- 1986年にスタートし、500万円から1千万円を稼ぐ人も登場している。
- 上勝町の200軒の農家がかかわっている。平均年齢70歳程度で、最高齢は80歳後半の高齢者が働いている。全体として、年間2億6000万円もの売上を誇っている。

Copyright Minoru Makino, All Rights Reserved

宇都宮市 餃子

- 戦後、宇都宮に帰還した際に、餃子屋を次々と開店させたのが宇都宮餃子の始まりと言われている。
- 1990年代に入り、宇都宮全体が停滞し、街をあげて餃子を使った地域づくりが提案された。
- 1994年には宇都宮駅前に餃子像が設置されたことを契機に、「宇都宮＝餃子」というイメージが全国区となった。

Copyright Minoru Makino, All Rights Reserved

28

五所川原市 地吹雪体験ツアー

- 1980年代後半から「地吹雪体験ツアー」が開始された。今では地吹雪ツアーはブランド化されている。
- 同ツアーは上半身を覆う大型の肩掛け角巻きと、かんじきを身に着けて厳寒の雪原を歩く体験型の観光である。
- (一部の人たちにとって)人気のある観光商品として定着しつつある。
- 現在は、五所川原市だけではなく、近隣の今別町、鰐ヶ沢町、平内町においても展開されつつある。

Copyright Minoru Makino, All Rights Reserved

31

地域活性化のポイント

- 境港市の「水木しげるロード」(鬼太郎ロード)
- 横須賀の「海軍カレー」
- 上勝町の「葉っぱビジネス」
- 宇都宮市の「餃子」
- 川崎市の「工場夜景」(産業観光)
- 阿智村の「天空の楽園 ナイトツアー」
- 五所川原市の「地吹雪体験ツアー」等々

↓
共通点
「おもてなし」ではなく
「あるまじい」をい

Copyright Minoru Makino, All Rights Reserved

事例から分かること…

地域活性化の原則は

ないものねだりせず

あるものを活かして自分からつくる

ということである。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

向日市激辛商店街

- 2000年以降、京都市や大阪市に人が流れ、集客に苦心した飲食店が「激辛商店街」を2009年からスタートした。
- 激辛商店街は、向日市の個々の飲食店が「激辛」を掲げて（激辛メニューを用意し）、地域振興を図っている。
- しばしば「激辛商店街」と称されているが、個々の飲食店の振興である（商店街があるわけではない）。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

相模原・レトロ自販機

- 相模原市にある『中古タイヤ市場相模原店』が、「レトロ自販機の聖地」として注目を集めている。
- 約70mにわたり、自販機が並んでいる。現在、レトロ自販機は100台以上にある。
- 全体的に「昭和」の雰囲気があり、一定の集客を集め、地域は賑わっている。
- もともとは「タイヤ交換の待ち時間に楽しんでもらおう」という発想でスタートした（2015年くらいからスタートしている）。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

地域活性化は、どちらのやかんで実施していますか？！

〜



茶を飲むからいい
なかまが、ついでに（茶）を飲むからいい
おもしろい
お茶を飲むからいい

向日市激辛商店街

- 激辛商店街の前は、向日市では特産品のタケノコを活用したまちおこしが試みられた（しかしブームとならなかった）。
- 向日市と激辛との縁はなかった。①インパクトがある。②元気の出る食のイメージが大切、という意見から、激辛メニューによるまちおこしが進められた。
- 2009年7月9日に発足し、飲食店を中心に約20店舗でスタートした。2021年には43店舗まで増加している。

向日市激辛商店街

- 「激辛商店街イベントワークショップ」や「激辛グルメ決定戦 KARA-1グランプリ」（2012年～）など、年間を通して各種イベントを実施している。
- これらのイベントが集客に貢献している。
- 向日市を訪れる年間観光客数は、2008年に約3000人だったのが、商店街発足の2009年には約6万人に急増した。
- 2013年には約19万人に達し、2019年は約55万人を超えた（すべてが激辛商店街とは言えない）。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

上勝町
はびビジネス
↑
丸印は「はび」
丸印は「ビジネス」
丸印は「はび」
丸印は「ビジネス」
結果として「はび」が
結果として「ビジネス」が

先進事例の注意点

先進事例 ≠ 成功事例

- 先進事例は、必ずしも、成功事例ではない。失敗事例の場合もある。その事例が成功か失敗かを把握してから、事例を参照する。
- 失敗事例と判断した場合は、反面教師として活用する。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

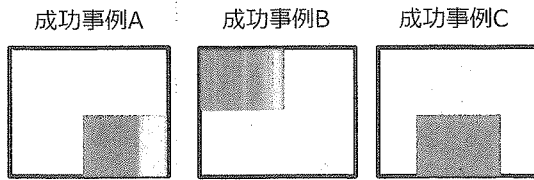
成功事例の注意点

上勝町 葉っぱビジネス

神山村 IT集積

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

複数の成功事例から共通項を見出す (イメージ)



3つの成功事例に、共通項として  がある。この共通項は、移動しやすく再現性が高いものである。そのため複数の事例から、共通項を見出すことがポイントである。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

41

成功事例A: 成功事例B: 成功事例C: 共通項として  がある。この共通項は、移動しやすく再現性が高いものである。そのため複数の事例から、共通項を見出すことがポイントである。

【問3】

【問】観光客の増加は税収拡大にむすびついているでしょうか。「はい」か「いいえ」を選択し、選択した理由も考えてください。

YES

NO

観光客の増加は税収拡大にむすびついているかどうか。はいかいいえを選択し、選択した理由も考えてください。

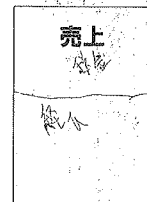
観光客と税収の関係

- 観光客が増加すれば、税収が拡大するという明確な正の相関関係はない(ほとんどが税収増加に結びついていない)。
- 税収の拡大を目的とした観光振興は期待外れに終わってしまう。
- 観光振興により、観光客が増加した多くの自治体は税収が拡大していない。
- 観光客の増加による税収拡大を期待した観光振興は注意が必要である。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

43

なぜ税収が拡大しないのか



<1年目>

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

44

原点は「住民の福祉の増進」

- 税収は増加していないが、住民(事業者)の生活水準は必ず向上しているはずである。
- 軽自動車からクラウンになったり、給料があがったり、ボーナスが増えたりなど、生活水準があがるはずである。すなわち、住民の福祉は増進している。
- その意味で、「住民の福祉の増進」を実現するため、観光振興(地域活性化)をする意義がある。
- 一方で、税収拡大のため、観光振興するというのは、間違った考えである。
- 直接的に税収拡大を目指すのならば、法定外税に採用や、企業誘致など別の手段を実施すべきである。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

45

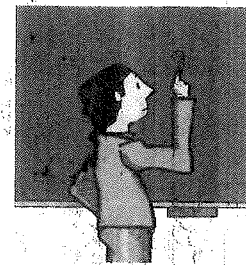
原点は「住民の福祉の増進」

- 熊本県によると、2012年度のくまモンに関わる予算は約1億9500万円である。PHP研究所の佐々木陽一主任研究員は、くまモン効果による同年度の県税収入の効果を1億円と試算している。
- 同県は収入効果を出していないが、仮に単純計算した場合、コストの方が約1億円上回る。
- そのため一部の議員から、くまモンを疑問視する声があった。
- しかしながら、くまモングッズの2012年の売上が前年比約11倍の約293億円に上っている。把握しきれていない部分や「熊本のPR効果も合わせ、1000億円ぐらいの価値があったのではないか」(蒲島郁夫熊本県知事)という。
- 多くの主体の福祉が増進していると推測される。だから実施すべきである。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

46

地域ブランドとは何か



Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

47

【問4】

ブランドの語源

- ブランドの語源は、牛を放牧する際に自分の所有する牛と、他者が所有する牛を区別するために押す焼印(burned)といわれている。
- これが時間が経つにつれ商品や商標を示す意味になった。
- 現在では、高級品をはじめとする商品や商標だけにとどまらず、受け手が連想する価値や世界観など価値を感じるあらゆるものと考えられている。

ブランドとは【差別化(ちがひ)】という意味がある。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

48

ブランドの効果

Q. 同じ価格ならば、どちらを選ぶ？

差別化

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

ブランドの効果

- ブランド化されると「選ばれる」可能性が高まる。
- ただし「グッチの財布ではなく、普通の財布がいい」という層も一定数はある。しかし、グッチのほうが選ばれる可能性が高い。
- ブランド化は、支払う費用を上乗せできる。支払うことが、当事者にとり「価値」となる。
- 多くを支払うことができる層が集まるため、ブランド化に成功すると、上位層が集まる(上位層は、いい言葉ではない)。

ブランド化されると 支払いはあがる

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

狭義の地域ブランド：地域団体商標制度

下

大間まぐろ

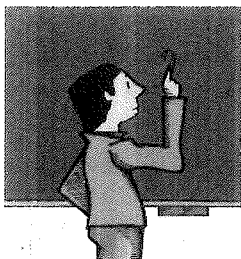
小田原かまぼこ

2006年以降

伊豆アサギ
なまてい

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

地域イメージ構築の必要性



Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

広義の地域ブランドと狭義の地域ブランド

地域ブランド

広義の地域ブランド

地域(都市や地域、地方自治体)が持つイメージである。基本的に、既存の地域資源を活用し、組み合わせることを通じて構築される。これは無形の資産である。しばしば「地域のイメージ」と称される。

ある意味「先天的」なものである。この地域(都市や地域、地方自治体)のイメージを変えることは長期間を要する。なお、イメージの変更は長期間を有するだけであって、不可能ではない。

狭義の地域ブランド

その地域(都市や地域、地方自治体)から生じている財(商品)・サービスという有形の資産である。「地域名」と「商品・サービス名」とを組み合わせた地域団体商標制度が代表例である。

狭義の地域ブランドは「後天的」に創りだすことは可能である。ただし創りだして浸透させていくためには、ある程度の期間は必要である。重要なことは、広義の地域ブランドと密接な関係を持たなくてはならない。そうでなくては、ちぐはぐ感が出てしまう。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

広義の地域ブランド：地域イメージ

古本屋街と言えば...

神田神保町

中華街と言えば...

横浜・神戸

富士宮と言えば...

せきぎし

宇都宮と言えば...

さくらんぼ
JALの桜
ホテルの桜

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

と言えば...

100%の地元産 伊豆のたまご

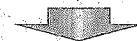
あけふの朝 二丁

大田原の 七郎平 かんてい

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

●●●市町村と言えば...

???



これを構築していくのが地域ブランド戦略である。

54

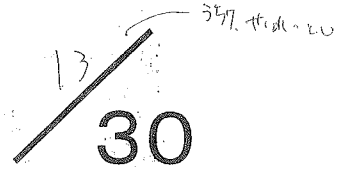
Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

56

質問

ブランドランキング上位の自治体は、人口を増加させているのでしょうか？

増加自治体は



Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

山本一太・群馬県知事「法的措置も検討」 魅力度ランキング44位に反発

- 民間シンクタンクのブランド総合研究所(東京都)が発表した2021年の都道府県別魅力度ランキングで群馬県は44位だった。
- 山本一太知事は「根拠の不明確なランキング」と改めて批判した上で「内容を精査し、弁護士と相談して法的措置も検討したい」との考えを示した。
- 知事は同ランキングがメディアなどで取り上げられ影響力があることを強調した。
- 「群馬のイメージや観光にマイナスの影響が生じる可能性があることを問題にしている」と主張した。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

【問5】

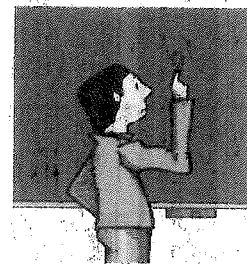
魅力的な市町村の実態はどう？

- 調査会社が「魅力的な市町村ランキング」や「地域ブランドランキング」を発表している。
- それらの調査で上位にあげられる市町村は、函館市や札幌市、小樽市、京都市、沖縄市、軽井沢町、箱根町、屋久島町などがある。
- 魅力的であり、地域ブランドの要素も高い。
- しかし、これらの市町村は、必ずしも住民(定住人口や交流人口)を増加させていない現実がある。
- 都道府県の平均値よりも、大きく住民を減少させている自治体も少なくない。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

60

ブランドメッセージの重要性



Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

63

地域ブランドは自治体を潤沢にしない

- 夕張市は「夕張メロン」(1961年)や「夕張国際映画祭」(1990年)などで有名であった。夕張をブランド化した成功事例として1990年代は多く取り上げられた。
- しかし、2006年に夕張市は財政破綻(財政再建団体)している。
- (言い方に語弊があるが)必ずしも地域のブランドの成功が、自治体(地域)を潤すことにつながらない。
- 「ブランド化すれば地域が潤う」という発想は危険である。「地域が潤うようにブランド化していく」という思考が望ましい。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

62

眠いシティプロモーション

- 「うちには、おいしい地元料理があります！」
- 「海の幸山の幸に恵まれています！」
- 「教科書に載るくらい歴史的資源も多数あります！」
- 「気候も温暖で、とても住みやすい地域です！」
- 「もちろん、人もすごくいい人ばかりです！」

「眠い」プロモーションのイメージを伝えるためのイラスト。背景には「眠い」の文字が描かれている。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved

64

うどん県の効果

- 日経リサーチが発表した「都道府県『ブランド力』ランキング」において、香川県は「うどん県」開始の前年と比較して総合スコアは69ポイント上昇した。
- その結果、順位も24位から14位へと躍進している。
- 観光客も「うどん県」をはじめから増加の傾向にある。東日本大震災により観光客が一時的に減少したが、「うどん県」の実施後、震災以前よりも多くの観光客を集めている(震災後数年間で、いち早く回復したのは香川県等数都道府県である)。

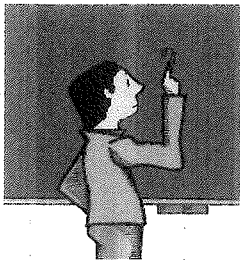
Copyright Minami Makino, All Rights Reserved.

65

見出し(メッセージ)の効用

てすクランマアアアア

おどろき
注目
共感
好奇心
一読(13字)
新規性
地域性
社会性



逆長短改名アローション
かたかな
なにか
てぶくす

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved.

66

ブランドメッセージのポイント

- ストーリー
- おどろき
- 注目
- 共感
- 好奇心
- 一読(13字)
- 新規性
- 地域性
- 社会性

13文字以内でキャッチフレーズ
つくる

すべてを網羅するのではなく、ターゲット層、コンテンツなどにより使い分ける。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved.

69

メッセージ(見出し)の効用

●規格訴求

消費者に対して、商品やサービスの「規格・スペック」を軸にしたアピールを指す。「業界最軽量、重さ10g」「添加物不使用」などの具体的な特長を軸にした訴求のこと。

●理性訴求

消費者が、その商品やサービスを選ぶことにより、いかに理性的で賢明であるかを訴求する方法である。「保険料が年間円安くなる?」「事務作業効率が〇〇%UPする〇〇」という言い回しがある。

●ベネフィット訴求

消費者が、その商品やサービスを選ぶことで、「具体的にこんなベネフィットがある」を伝える訴求方法である。例えば「今すぐ借りられる!」「即日融資!」などは、お金に困っている人には、ベネフィットがある。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved.

奇跡のリンゴ

- 『奇跡のリンゴ』は、2013年制作の日本映画の名称である。
- 絶対に不可能と言われた無農薬リンゴの栽培に成功した。「無農薬のリンゴ」では広がらなかったが、「奇跡のリンゴ」と称することで広がることになった。
- 「奇跡のリンゴ」として大きな話題を集めたことにより、青森のリンゴ農家・木村秋則氏の実話として映画化された。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved.

67

落ちないリンゴ

- 1991年9月28日、津軽地方を台風19号が襲った。
- 最大瞬間風速50メートルを越える強風で津軽地方全域にわたり大きな被害を残した。
- 収穫前のリンゴが木から落ち、9割のリンゴが出荷できなくなった。
- 暴風にも耐え、落ちなかったリンゴを全国の神社で「落ちないリンゴ」として、受験生に縁起物として販売し、大盛況をおさめた。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved.

68

メッセージ(見出し)の効用

●情緒訴求(感情訴求)

消費者が商品やサービス説明をする際に「両親が涙する〇〇」「心が震える〇〇の贈り物」「カッコイイ〇〇」など、消費者の心地よくなるような感情部分に訴えかける方法である。

●エッセンス訴求

消費者に対して、商品やサービスが持つ性格やイメージを軸にしたアピールを指す。消費者の未来を想像してもらい、感覚的に商品やサービスを理解してもらうことを目指す。例えば、「モテる体を目指しませんか?」「実年齢マイナス5歳の理想のスタイル」などである。

●恐怖訴求

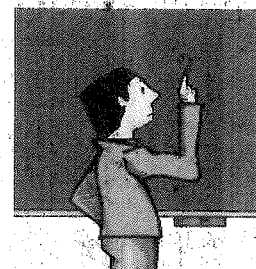
消費者が恐怖に感じる部分を訴求する方法である。例えば、「情報が漏洩する前に対策を」「あなたのパソコン、ウイルスチェックしていますか?」という書き方である。

●否定訴求

消費者が、「今その商品やサービスを購入しないと、損しますよ」という訴求方法である。例えば「増税前の購入がお得!」という表現が該当する。

Copyright Minami Makino, All Rights Reserved.

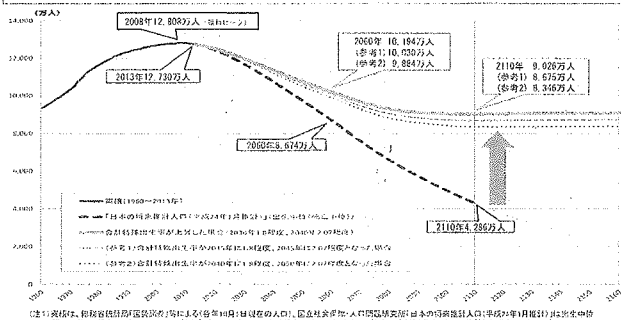
近年の地方創生



Copyright Minami Makino, All Rights Reserved.

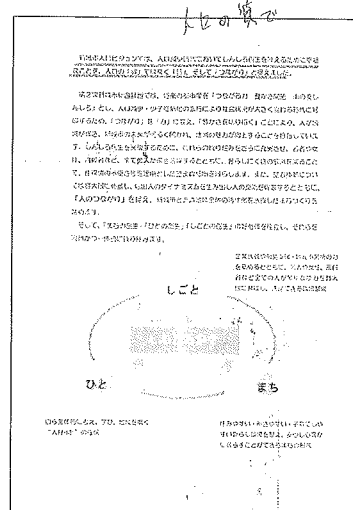
72

- 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」（出生中位（死亡中位））によると、2060年の総人口は約8,700万人まで減少すると見通されている。
- 仮に、合計特殊出生率が2030年に1.8程度、2040年に2.07程度、2050年には1.6程度まで上昇すると、2060年の人口は約1億200万人となり、長期的には9,000万人程度で概ね安定的に推移するものと推計される。
- なお、仮に、合計特殊出生率が1.8や2.07となる年次が5年ずつ遅くなると、将来の定常人口が概ね300万人程度少なくなると推計される。

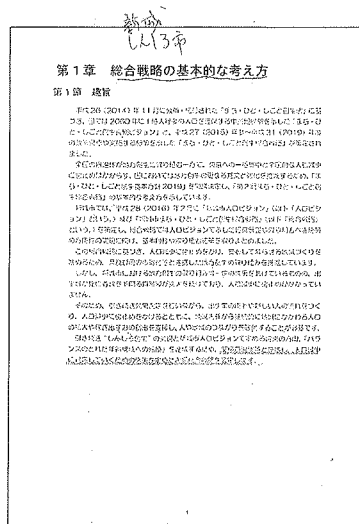


資料「まち・ひととしと創生本部「まち・ひととしと創生長期ビジョン」(平成 26 年 12 月 27 日)

73



75



74

【問6】

そこで時代の潮流は・・・

競争の地方創生



共創の地方創生

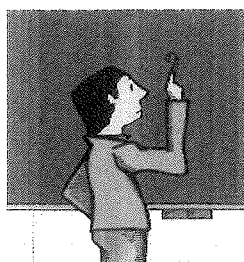
共創の地方創生を実現する一手段が

シビックプライド

Copyright Minori Media, All Rights Reserved

76

シビックプライドとは何か



Copyright Minori Media, All Rights Reserved

「シビックプライド」の言葉を聞いたことはありますか？

シビックプライドとは何か

- シビックプライド(Civic Pride)とは「都市や地域に対する市民の誇り、愛着」という概念で使われることが多い。
- 都市や地域への誇りや愛着は、自負心につながっていく(自負心とは「地域で生きることの自信」である)。
- 日本の「郷土愛」といった言葉と似ている。しかし、郷土愛は「住民が自ら育った地域に対して抱く愛着や心情」である。すなわち、郷土愛は「自ら育った地域」ということが欠かれない。
- シビックプライドは「自ら育った地域」は関係ない。

Copyright Minori Media, All Rights Reserved

シビックプライドとは何か

- 「シビック」(Civic)には「権利と義務を持って活動する主体としての市民性」という含意があるようだ。
- そこからシビックプライドには、自分自身が関わって都市や地域を良くしていこうとする、当事者意識に基づく自負心が内包される。

Copyright Minori Media, All Rights Reserved

日本において、シビックプライドはいつから登場したでしょうか。

- ①1970年前後
- ②1980年前後
- ③1990年前後
- ④2000年前後
- ⑤2010年前後

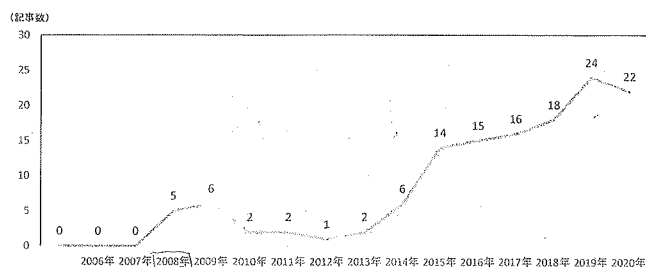
Copyright Minora Makino. All Rights Reserved.

議会質問の事例

- 国内でも、地域活性化の切り札としてシビックプライドが脚光を浴びており、動き始めてきています。＜中略＞県内においても、私の地元尼崎市では、シビックプライドの醸成を重要政策として位置付け、市の地域創生戦略である尼崎市版総合戦略において、国の総合戦略にはない市独自の基本目標として掲げています。＜中略＞そこで、シビックプライドを醸成する手法について、県として積極的に普及・推進していくとともに、普及・推進に当たっては、人材や他地域での取組状況の情報提供などによる市町支援を通じ、県、市町が連携した取組につなげていくべきと考えますが、ご所見をお伺いいたします（兵庫県議会平成29年第335回定例会（2017年2月27日））。
- 本県の誇りやあるいは県民の、最近シビックプライドというような言葉も出てきますけれども、やはり県民の方々のプライドを高めるような、そういった取組を是非積極的に行っていただくことを要望させていただきます（神奈川県議会平成27年産業労働常任委員会（2015年12月14日））。

Copyright Minora Makino. All Rights Reserved.

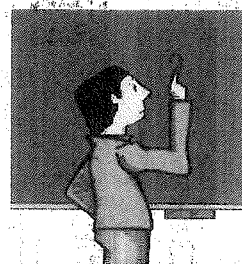
主要4紙における1年間にシビックプライドの記事が登場した回数



注) 主要4紙とは、朝日新聞、産経新聞、毎日新聞、読売新聞である。新聞・雑誌記事横断検索を活用した。完全にすべての記事を把握できているわけではない。傾向をつかむという意味がある。
資料) niftyの新聞・雑誌記事横断検索 (<https://business.nifty.com/gsh/RXCN/>) から筆者作成

82

注目を集めるシビックプライド



Copyright Minora Makino. All Rights Reserved.

地方自治体がシビックプライドに取り組む目的は何でしょうか？

- ① 住民の誇りや愛着を醸成していく
- ② 地域活性化
- ③ 地域経済の発展
- ④ 地域資源の活用
- ⑤ 地域住民の意識向上
- ⑥ 地域住民の誇りや愛着の醸成

人口減少下における
人口定住 →

シビックプライドへの期待

人口減少下における
定住人口の維持

Copyright Minora Makino. All Rights Reserved.

Copyright Minora Makino. All Rights Reserved.

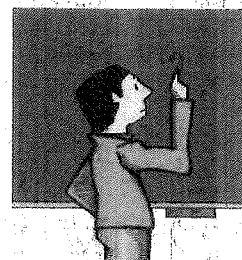
87

シビックプライドに価値を見出す自治体

- 羽村市（東京都）の「羽村市シティプロモーション基本方針」には「若い子育て世帯の定住人口の増加につなげていくため、「ブランド化の推進」「戦略的・継続的な情報発信」「シビックプライドの醸成」の3つを、各施策に取り入れ推進していく」と明記している。
- 那須塩原市（栃木県）の「那須塩原市シティプロモーション指針」にも、シビックプライドの言及がある。同指針は「シティプロモーションを推進するためには、「市民」が住んでいるまちに対して「誇り」や「愛着」をもって「推奨」すること、自分もこのまちの一員であるという認識をもって地域活動などに参画する「シビックプライド」の醸成が重要であると考えます」と明記している。

Copyright Minora Makino. All Rights Reserved.

シビックプライドの実践



Copyright Minora Makino. All Rights Reserved.

T市シティセールス戦略改訂 (2016年度～2020年度)

「さがみはらみんなの シビックプライド条例」の制定

- 「戸田市シティセールス戦略」(2011年度～2015年度)は、市外からの定住促進を中心としていた。
- 改定版は、競争のシティセールスとしつつも、現在住んでいる住民に対する「共感」が大きな柱としている。
- 改訂版では重点プロジェクトとして「インナープロモーション」の更なる強化を掲げている。
- 対象を「市民」とし、市民や事業者などが一体となり、様々な記念事業を実施することで、愛着心の向上を図っている。
- 共感のシティプロモーションは、改訂版とともにスタートしたのではなく、数年前から少しずつ取り入れてきた。

街を評価する5つの要素 (シビックプライド指標)

共感		誇り	愛着
(1位) 戸田市(埼玉県)	2位 武蔵野市(東京)	1位 鎌倉市(神奈川県)	1位 武蔵野市(東京)
		2位 武蔵野市(東京)	2位 渋谷区(東京)
		3位 藤沢市(神奈川県)	3位 相模原市(千葉県)
		4位 茅ヶ崎市(神奈川県)	4位 戸田市(埼玉県)
		住み続けたい	入りたい
3位 横浜市都筑区(神奈川県)	(神奈川県)	1位 港区(東京)	1位 武蔵野市(東京)
		2位 鎌倉市(神奈川県)	2位 横浜西部市(神奈川県)
		3位 渋谷区(東京)	3位 北区(東京)
		4位 茅ヶ崎市(神奈川県)	4位 戸田市(埼玉県)

【調査名】
都市生活者の居住エリアによる特性分析を可能にするCANVASS-ACR調査
【調査機関】
株式会社読光広告社 2016年10月26日発表

表1 転入超過数の多い上位20市町村 (2021年)

順位	市町村	2021年	2020年	対前年増減率	順位	市町村	2021年	2020年	対前年増減率
1	(17) さいたま市(埼玉県)	10,372	13,405	-155	11	(17) 八王子市(東京都)	3,322	3,367	-15
2	(2) 大田区(東京都)	16,713	12,447	2,224	12	(18) 八王子市(東京都)	3,583	1,172	1,760
3	(19) 大田区(東京都)	5,111	10,450	-163	13	(20) 大田区(東京都)	4,430	1,095	1,530
4	(1) 大田区(東京都)	7,579	10,802	-809	14	(19) 大田区(東京都)	3,072	2,192	799
5	(18) 大田区(東京都)	7,153	7,958	-851	15	(19) 大田区(東京都)	2,702	5,587	-2,675
6	(1) 大田区(東京都)	5,223	4,283	1,117	16	(19) 大田区(東京都)	2,125	2,920	-795
7	(10) 大田区(東京都)	4,222	5,552	-659	17	(19) 大田区(東京都)	2,552	1,377	1,175
8	(12) 大田区(東京都)	4,754	3,244	1,510	18	(19) 大田区(東京都)	2,226	2,906	-680
9	(1) 大田区(東京都)	3,252	4,961	-1,715	19	(19) 大田区(東京都)	2,211	1,429	1,085
10	(18) 大田区(東京都)	3,227	2,267	1,415	20	(19) 大田区(東京都)	2,044	2,283	-239

表1 転入超過数の多い上位20市町村 (2022年)

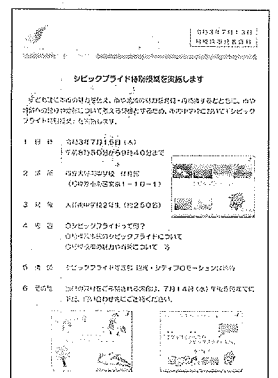
順位	市町村	2022年	2021年	対前年増減率	順位	市町村	2022年	2021年	対前年増減率
1	(17) さいたま市(埼玉県)	21,470	14,836	36,748	11	(12) 八王子市(東京都)	3,161	2,563	-602
2	(13) さいたま市(埼玉県)	9,282	10,527	-1,245	12	(10) 大田区(東京都)	3,110	3,837	-727
3	(1) 大田区(東京都)	9,103	7,833	1,210	13	(18) 大田区(東京都)	2,928	2,289	650
4	(2) 大田区(東京都)	8,912	9,711	-799	14	(19) 大田区(東京都)	2,786	3,489	-1,103
5	(2) 大田区(東京都)	8,476	10,125	-1,691	15	(13) 大田区(東京都)	2,784	2,440	344
6	(12) 大田区(東京都)	6,001	7,150	-1,127	16	(11) 大田区(東京都)	2,474	2,722	-1,243
7	(1) 大田区(東京都)	5,818	4,643	825	17	(15) 大田区(東京都)	2,269	2,756	-559
8	(1) 大田区(東京都)	5,519	5,920	-2,401	18	(17) 大田区(東京都)	2,085	2,580	-495
9	(18) 大田区(東京都)	3,201	4,851	-1,351	19	(13) 大田区(東京都)	2,033	1,062	981
10	(18) 大田区(東京都)	3,172	2,728	444	20	(20) 大田区(東京都)	1,927	1,090	837

資料：「住民基本台帳人口移動報告」

シビックプライド授業

- 総務省「住民基本台帳人口移動報告」によると、相模原市は圏外(2019年)⇒18位(2020年)、10位(2021年)⇒12位(2022年)と推移している。
- 2022年は、特別区の人口牽引力が大きく復活した。その中で12位は、なんとかふんばったと言える。
- 第1期本村市政の重点事項はシビックプライドとSDGsである。
- シビックプライドが人口の維持・増加に影響している可能性がある。

- 自分たちの住んでいるまち相模原市をもっと好きになってもらうことを目的に小学生、中学生に対して出張授業を実施している。
- 内容は、シビックプライドって何？、②相模原市民のシビックプライドについて、③相模原市の魅力や資源について等である。



さがみはらファンサイト 「Sagamihara FAN FUN FAN」

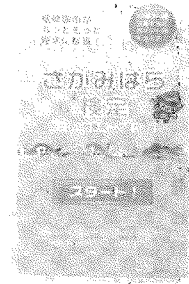
- 相模原市の魅力を市内外に発信し、さがみはらファンを増やし、シビックプライド(市や地域への誇りや愛着)を醸成することが目的である。
- インターネット上のファンサイト「Sagamihara FAN FUN FAN」を開設した。



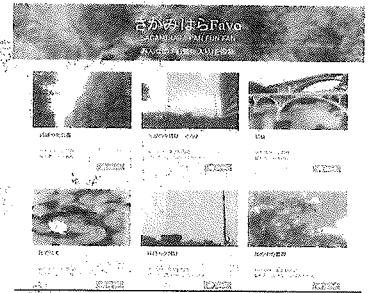
97

相模原市の実践

<さがみはら検定>



<さがみはらFavo>



99

マイクロツーリズム促進事業

- 相模原市は市内のキャンプ場を活かした「マイクロツーリズム促進事業」を実施した。
- 同事業は、市内キャンプ場等利用料助成や市内キャンプ場の魅力磨き上げ、キャンプ場の価値を発信していくことを意図している。
- 同市の南区や中央区で生活している市民が緑区にキャンプのため訪問し、「相模原市を知る」という意味もある。



南、中央区の人が
お昼過ぎでキャンプすると
夜間や早朝は快適なのよ
15分50分

シビックプライドランキング

順位	総合	愛着	誇り	共感	継続居住意欲	他者推奨意向
2020年調査	178	179	82	85	85	85
2018年調査	149位	150位	150位	142位	140位	141位

100

ファンマーケティング

- シビックプライドは「ファンづくり」につながる。シビックプライドはファンマーケティングに通じる部分がある。
- 昨今、民間企業では「ファンマーケティング」(リレーションシップ・マーケティング)に注力している。
- ファンマーケティングとは、ファンづくりを目指すマーケティング戦略である。
- 企業と顧客との間に強固な関係性を築くことにより、企業に多くのメリットをもたらす。

リレーションシップ マーケティングとは、企業と顧客との良好な関係づくりを通じて、企業と顧客の距離を縮めていくマーケティング手法を指す。

101

さがみはらみんなの シビックプライド向上計画

- 2023年4月から「さがみはらみんなのシビックプライド向上計画」がスタートした。
- 確実にシビックプライド施策を進めることを意図している。

103

ファンマーケティング

- 相模原市の良いこと(強み)を市民が知ることにより、市に対する愛着や誇りが芽生える。
- 認知した市の良さを他者に伝えたいくなる。これは「ウィンザー効果」(口コミ効果)である。同効果により、他自治体からの転入が増える可能性がある。
- 市民が市の良い点を知るとは転出抑制効果につながる。
- 進学等で流出しても、Uターンの可能性は高くなる(そのためには転出後も「つながる」仕組みが必要である)。

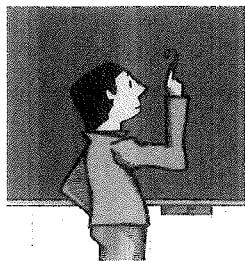
ウィンザー効果(Windsor Effect)の定義は「第三者(他者)を介した情報、噂話のほうで、当事者が直接伝えるよりも影響が大きくなる心理効果」になる。

102

【問】シビックプライドのメリットはどれでしょうか？

- ① 防災活動に積極的に参加する。
- ② 継続居住意向を示す。
- ③ 地域活動へ積極的に参加する意思が高まる。
- ④ 町内会活動やまちづくり活動等の地域活動に熱心になる。
- ⑤ 地域への責任感が強まる。
- ⑥ 個々人の生活満足にプラスの効果が認められる。
- ⑦ NPO活動が活発化する。
- ⑧ 出身者のUターン傾向が強まる。

シビックプライドと類似概念



Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

【問7】

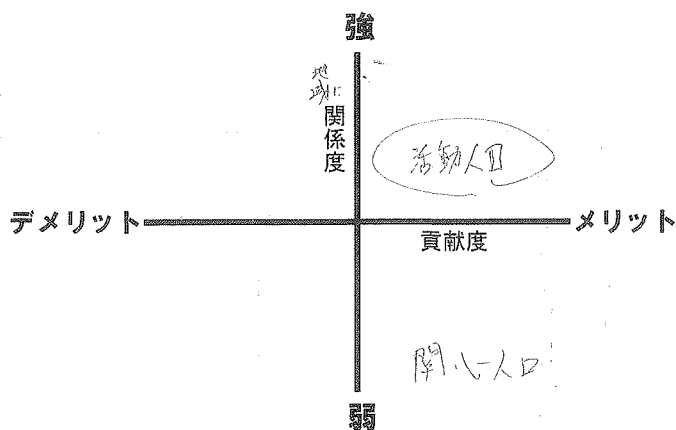
関係人口

- 関係人口とは「長期的な「定住人口」や短期的な「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者」と定義している。

資料)総務省の「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会中間とりまとめ」(2017年4月発表)

- 国土交通省の「新たな「国土のグランドデザイン」(2014)には「協働人口」という概念を提起している。その意味は「自治体や地域の様々な主体と一緒に地域づくりをする人口」である。「その自治体のファン」と捉えてもよい。
- 以前から現場では「応援人口」という表現もあった。応援人口とは「その地域や自治体を応援したい人口」である。応援人口も、その地域に居住か否かは関係ない。
- 協働人口や応援人口は、関係人口に類似した考えである。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved



Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

【問8】

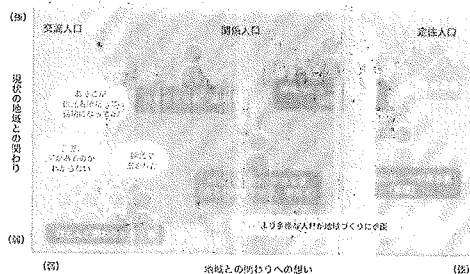
①活動人口とは

- 活動人口とは「地域に対する誇りや自負心を持ち、地域づくりに活動する者」と定義できる。
- 活動人口を創出・獲得していくためには、シビックプライドや郷土愛が有効である。
- 活動人口の創出・獲得は、共有・共感・共創がポイントとなる。

(略し、空かん、仲間)

活動人口に関する参考文献としては、松木喜伯氏の「持続発展可能なまちづくりを実現する「活動人口」①②」や「活動人口」を創出するための10のキーワード」が参考になる。

関係人口の概念図



資料)『関係人口』ポータルサイト(<http://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/>)

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

関係人口に価値を見出す自治体

- 宝塚市(兵庫県)の「宝塚市シティプロモーション戦略」には「宝塚市で住みたいと思う人(定住人口)や、宝塚市で働き、学び、ボランティアなど様々な活動する人、訪れ、楽しむ人(交流人口)、宝塚市には来ないまでも、宝塚市産の商品などを購入し、SNS等でつながる人など、何らかの関わりを持ってくれる人(関係人口)を増やしていきたい」と明記している。
- 佐久市(長野県)の「佐久市シティプロモーション基本方針」は「佐久市の魅力・強みを適切に発信し、交流人口・関係人口の創出、及び移住定住人口の増加により、人口減少の抑制と佐久市の創生に資する「ひとの創生」を主として、産業振興などによる安心して働き続けることができる「しごとの創生」(以下略)」と明記している。
- 鹿児島市の「鹿児島市シティプロモーション懇談会」では、「鹿児島市は都市としての認知度やイメージのさらなる向上と、それによる交流人口・関係人口の拡大等をはかるため今年度、シティプロモーションの指針となる戦略を策定する」という発言がある(第1回)。
- 上記のほか、関係人口に価値を見出す自治体は多い。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

②関心人口とは

- 関心とは「ある物事に心を引かれ、注意を向けること」や「知りたいという積極的な気持ち」という意味がある。
- 関心人口とは「特定地域に注意を向け、知りたいという意向を持つ人口」と定義できる。
- 関心人口へのとっかかりとして、マスメディア(新聞、ラジオ、雑誌等)などを活用する。その後、SNSを仕掛けていく。
- 関心人口の一つの形態がふるさと納税やSNSのフォロワーなどである。

Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

③問題人口とは

- 問題とは「困った事柄。厄介な事件」や「世間が関心をよせているもの」という意味がある。
- 問題人口とは「特定地域に対して、困った要素を発生させる人口」と言える。
- 民間企業では、クレーマー(問題人口)は、困った顧客である。しかし、クレーマーは、ロイヤルカスタマーに転化する可能性がある(グッドマンの法則)。
- 問題人口は、地域への関心は強い。だからこそ、苦情や不満を述べたり、地域をかき乱している(本人は正しいことをしていると思っている)。
- 単に方向性が間違っているため、デメリットになっている。これを是正していくことにより、活動人口に変えていく。

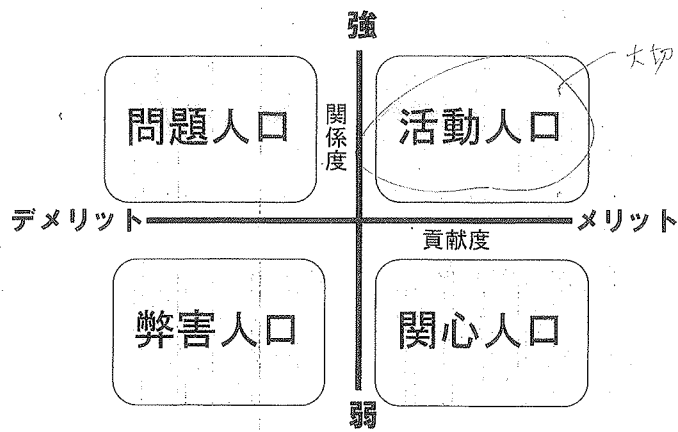
Copyright Minoru Makino. All Rights Reserved

④ 弊害人口とは

- 弊害とは「害になること。他に悪い影響を与える物事。害悪」や「悪いこと。害となるような事柄」、「面倒な事柄。厄介な事件」という意味がある。
- 弊害人口とは「特定地域に関係が弱く(弱いにも関わらず)、地域に実害を与える人口」と定義できる。
- 基本的に、地域に来る者は拒めない。そこで弊害人口にならないように、ルール周知・徹底が求められる。
- ルール違反の場合は、ペナルティを課すことも一案である。

113

Copyright Misono Makoto. All Rights Reserved.



114

Copyright Misono Makoto. All Rights Reserved.

活動人口の創出は

人口が減っても元気で、
価値ある地域に
なるかもしれない。

活動人口とは「地域に対する誇りや自負心を持ち、地域づくりに活動する者」と定義できる。

Copyright Misono Makoto. All Rights Reserved.

一つのシミュレーション

【現在】			【未来】		
内訳	定住人口	100人	内訳	定住人口	80人
	活動人口	20人		活動人口	30人
	非活動人口	80人		非活動人口	50人



活動人口率: 20%

活動人口率: 38%

- 活動人口が増えれば、人口が減少しても、地域は輝いている。
- 活動人口は、人口の維持や増加にも寄与する概念である。

Copyright Misono Makoto. All Rights Reserved.

活動人口 = 地域に誇りを持てる人

関係人口の類型

- 関係人口は、①良い関係人口、②悪い関係人口、に大きく分けられる。
- 関係人口のすべてが「良い」わけではない(国の議論は「関係人口は善である」という「関係人口性善説」に立っている)。
- 関係人口は、①活動人口、②関心人口、③問題人口、④弊害人口、に4類型できる(もっと細分化できるかもしれない)。
- 「関係人口」と漠然と捉えるのではなく、イメージを具体的にしてい(ペルソナの設定ともいえる)。

115

Copyright Misono Makoto. All Rights Reserved.

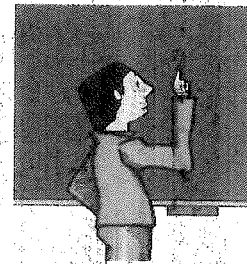
シビックプライド×関係人口=新しい地方創生の形

活動人口とは「地域に対する誇りや自負心を持ち、地域づくりに活動する者」と定義できる。

Copyright Misono Makoto. All Rights Reserved.

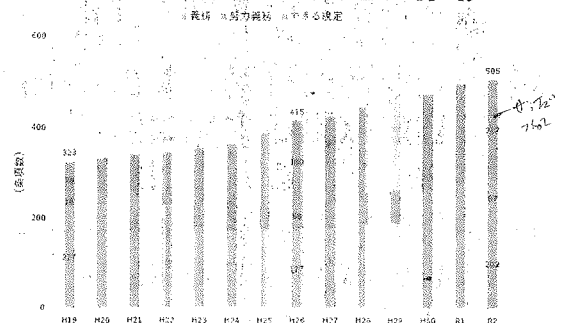
縮小均衡を目指した行政経営

縮小均衡とは、「行政の安定を維持しながら、人口規模を縮小すること」と言える。



Copyright Misono Makoto. All Rights Reserved.

国が自治体に課した行政計画等の策定に関する規定の推移

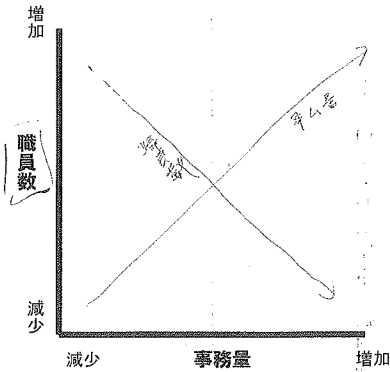


資料)内閣府

120

Copyright Misono Makoto. All Rights Reserved.

自治体職員と行政事務のギャップ



Copyright Minami Matsuo. All Rights Reserved

政策公害

- 政策公害とは「自治体の多すぎる政策づくりと政策実施によって、自治体職員や地域住民に、外部不経済をもたらす」と定義している。ここで言う外部不経済とは、自治体職員の療養休暇の増加や自治体職員のモチベーションの低下、当初意図した政策効果があらわれないなどが該当する。
- 政策が多すぎるため、住民ニーズが的確につかめないとすることもできそうである。ここからは意識的に政策を削減していくことが求められる。

2016年度において、A市は1,650人の職員がいて104人が療養休暇を取得している(取得率6.3%)。B市は2,847の職員がいて118人が取得している(取得率4.1%)。そしてC市は1,356人の職員がいて215人が取得している(取得率は驚異の15.8%!)。自治体が発表する「人事行政の運営等に関する状況」を確認すると、療養休暇は全体的に増加傾向にあるようだ。

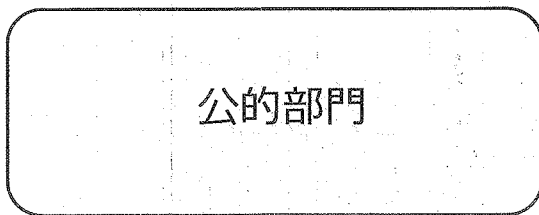
Copyright Minami Matsuo. All Rights Reserved

うたにたていく

【問9】

新しい公共（新たな公）

●新しい公共



Copyright Minami Matsuo. All Rights Reserved

地方創生のキーワード

産学官金労言士

125

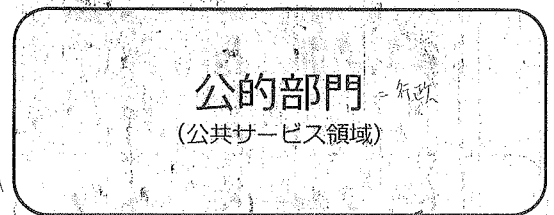
職員数と事務量のギャップ

- ① 職員の勤務時間を増やす(超過勤務)。
- ② 職員の能力開発を進め、従来1人1事務量だったものを1人1.5事務量にするという発想である。
- ③ 職員数を増加する(非常勤職員も含む)。
- ④ 入社の時点で優秀な職員を採用する。
- ⑤ 増加する事務量に対応しない(増加する事務は実施しない)。
- ⑥ AIやIoTなどICT技術を活用して生産性を高める。
- ⑦ 増加する事務量の一部を外部主体に担当してもらう(公民連携や市民協働など)。

Copyright Minami Matsuo. All Rights Reserved

新しい公共（新たな公）

●古い公共



2002年

Copyright Minami Matsuo. All Rights Reserved

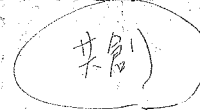
124

- 産 産業界：民間企業等
- 学 学界：高校、大学等
- 官 官僚：国、地方自治体
- 金 金融：地方銀行、信用金庫等
- 労 労働界：労働組合等
- 言 言論界：マスコミ等
- 士 士業：弁護士、中小企業診断士等

Copyright Minami Matsuo. All Rights Reserved

127

近年注目を集めている概念



産学官金労言士と類似した概念である

126

Copyright Minami Matsuo. All Rights Reserved

128

Copyright Minami Matsuo. All Rights Reserved

「三島市共創指針」

- 共創とは、官民連携による公共サービスの提供等
を指し、民間事業者等と事業計画の段階から対話
を通じたコミュニケーションを積み重ね、パートナ
ーとしての信頼関係を築くことで、これまで行政が
行ってきた分野に民間事業者等の専門性の高い
ノウハウや技術、資金、アイデアなどを活用し、持
続可能で良質な市民サービスの創出、地域や経
済の活性化を目指すものです。

129

Copyright Minami Makino. All Rights Reserved.

「大田市共創のまちづくり行動指針」

- 大田市の共創とは、めざす将来像の実現向け
て、子どもから高齢者まで、年齢、性別、職業、国
籍などを問わず、さまざまな人が、一緒に楽しく夢
を語り合いながらアイデアを出し合い、市民・事業
者・行政など、“おおだ”に関わるすべての人た
ちと一緒に汗をかきながら、ひとつずつ形にしていく
ことです。

130

Copyright Minami Makino. All Rights Reserved.

「うべ・未来共創」指針

- これまでの「協働」を基本としつつ、市民や企業・
団体、教育機関、行政などの多様な主体が、目標
設定の段階から連携し、地域課題を共有すると
ともに、様々な意見を出し合いながら、その対策を
考え、ともに新しい価値を創造していく方式です。

133

Copyright Minami Makino. All Rights Reserved.

菊川市ホームページ

- 民間事業者と行政が対話を通じて連携を深め、
相互が持つ資源やノウハウを活用することで、菊
川市の新たな魅力を創出し、社会的課題の解決
につなげることを目指しことが、菊川市の目指す
「共創」です(趣旨)。

134

Copyright Minami Makino. All Rights Reserved.

「福島市共創のまちづくり推進指針」

- これまでの「協働」を基本としつつ、その考え方をさらに進
化させ、世代や性別等を問わず市民一人ひとり、団体、企
業、学校、地域、行政等の多様な主体がお互いの立場を
理解し合い、気さくで自由な関係のもと、目標設定の段階
から連携し、解決しなくてはならない「地域の課題」を把握・
共有するとともに、異なる視点や価値観のもと多方面から
意見を出し合いながら解決策の検討を行う。そして、それ
ぞれの特徴を生かしながら積極的に課題解決に向けて実
践的な取組を展開することにより、地域としての新たな魅
力や価値を共に創り上げていくことです。

131

Copyright Minami Makino. All Rights Reserved.

「門真市公民共創指針」

- これまで進めてきた市民等との「協働」とあわせて、
民間事業者のノウハウや活力を結集し、新たなま
ちの魅力や価値を共に創りあげていく「協働・共創」
のまちづくりを推進することとしています。市民等と
の「協働」によるまちづくりや地域づくりの推進に加
え、市役所と民間事業者が連携し、社会課題解決
を通じて新たな価値を創出する「共創」の考え方や
進め方を整理することで、さらなる連携を促進し、
本市が抱える課題を解決する仕組みを構築するた
め、「門真市公民共創指針」を策定します。

132

Copyright Minami Makino. All Rights Reserved.

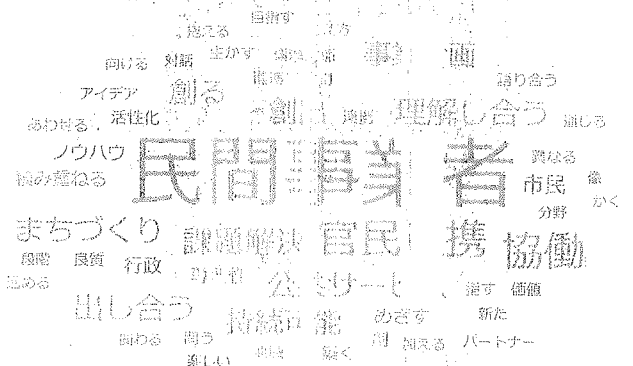
高岡市ホームページ

- 高岡市における『共創』とは、これまでの「協働」
を基本としつつ、目標設定の段階から、市民、団
体、企業、大学、地域、行政等が連携し、異なる
視点や価値観のもと多方面から意見を出し合い
ながら解決策の検討を行い、実践的な取り組み
を展開することにより、新たなまちの魅力や地域
の価値を共に創り上げていくことです。

135

Copyright Minami Makino. All Rights Reserved.

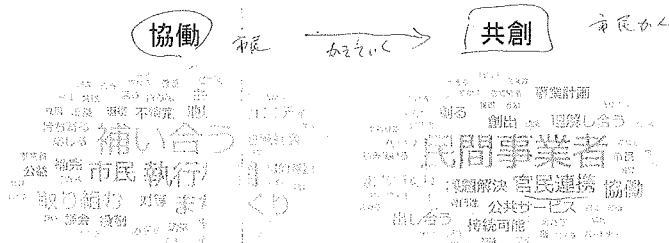
テキストマイニングの結果



136

Copyright Minami Makino. All Rights Reserved.

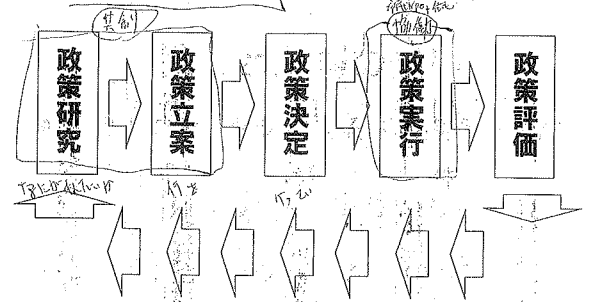
テキストマイニングの結果



137

協働と共創の違い

- 「政策形成サイクル」がある(自治体版PDCA)。



Copyright Minoru Mukasei. All Rights Reserved.

課題解決志向のまちづくり

- 共創は「課題解決志向のまちづくり」と言える。協働は「課題解決実施のまちづくり」と言える。
- 「まち」ではなく「まちづくり」がポイントである。この「づくり」には、「自治体に加えて、多様な主体との連携・協力」という含意がある。
- 一方で「まち」は、自治体だけで完結するというニュアンスがある。

志向とは「考え、気持がある目的をめざしていること。心の向かうところや「識が一定の対象に向かうこと。考えや気持がある方向を目指すこと」という意味がある。
「つくる」は「ある力を働かせて、新しい物事・状態を生み出す」と定義される。この定義にある「新しい物事・状態を生み出す」は「イノベーション」(新機軸)と換言できる。

Copyright Minoru Mukasei. All Rights Reserved.

【類似概念】

オープンイノベーション

- 2003年に経営学者のヘンリー・チェスブロウが提唱した。オープンイノベーションは「組織内部のイノベーションを促進するために、意図的かつ積極的に内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用し、その結果として組織内で創出したイノベーションを組織外に展開する市場機会を増やすこと」と定義している(『OPEN INNOVATION—ハーバード流イノベーション戦略のすべて』)。
- オープンイノベーション協議会は「社会的な共通課題の解決を目的とし、企業、大学・研究機関、行政、市民・ユーザなど多様な主体が多層的に連携・共創し合う循環体制のもと、市民・ユーザが主導するイノベーション(社会変革)のこと」と定義しています(『「オープンイノベーション白書」』)。

Copyright Minoru Mukasei. All Rights Reserved.

【類似概念】

オープンイノベーション

- 市川市はオープンイノベーションを「外部のアイデアやノウハウ、データ、知識などを組み合わせて課題を解決すること」と定義している(「市川市経営方針」)。
- 川崎市は「自社技術だけでなく他社が持つ技術やアイデアを組み合わせて、革新的な商品やビジネスモデルを生み出すこと」と捉えている(「かわさき産業振興プラン」)。
- 「類似概念」としているが、「共創」への取組み姿勢が「オープンイノベーション」を創出する、と言えそうだ。

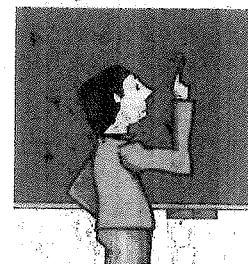
Copyright Minoru Mukasei. All Rights Reserved.

協働と共創の違い

- 協働の「働」は、事業実施の意味合いが強い。そのため協働は「政策実施における連携・協力」が多かった。
- 共創の「創」は、「創意工夫」や「創作」等から、「何かを新たに生み出す」というニュアンスがある。
- 本来は、関係者と何かを「創」り、創った何かと一緒に「働」くことが重要だったかもしれない。
- 誰かが創った何かを誰かが「働」くだけが多かった。そこに「協働の失敗」があったのかもしれない。

Copyright Minoru Mukasei. All Rights Reserved.

おわりに



Copyright Minoru Mukasei. All Rights Reserved.

143

地方創生は方向転換？

Copyright Minoru Mukasei. All Rights Reserved.

国会	衆議院 の委員	地方自治 委員	地方自治の 委員の割合	内閣総理大臣	日時
第212回国会	8,868	678	7.6%	岸田内閣総理大臣	2023年10月23日
第211回国会	11,789	775	6.6%	岸田内閣総理大臣	2023年1月23日
第200回国会	5,986	1,959	32.7%	安倍内閣総理大臣	2019年10月4日
第197回国会	6,370	2,209	34.7%	安倍内閣総理大臣	2018年10月24日
第189回国会	12,581	1,764	14.0%	安倍内閣総理大臣	2015年2月12日

Leaves 5-6; Minors Making. All Pitches the same

支 出 伝 票

使途項目	調査研究 費	整理番号	3
支 出 金 額	91,260 円		
支出年月日	令和5年12月18日		
使 途 内 容	旅費(行政視察・研修)		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
1月16日 常陸大宮市 有機農業の推進・オーガニック給食			
1月17日 地方議員研究会(東京)			
高齢化の進展・人口減少に対応した交通まちづくり			
地域公共交通活性再生法の改正と地域公共交通計画			
支 出 先	株式会社JTБ		
按 分 率 等			
備 考 欄			

視察研修報告書

令和 6 年 / 月 / 日

日 時	令和 6 年 1 月 16 日 (火) 13 時 00 分～15 時 30 分
氏 名	清水隆弘・小寺徹翁・伊藤智子
視察名	令和 5 年度 創風会行政視察
視察先	常陸大宮市
説明者	市有機農業担当職員、給食センター所長 教育長 教育部長
目的・内容	有機農業推進・オーガニック給食の取り組みについて、先進地の大宮市を視察させてもらった。 いなべ市の農業が活発化して市民に地産地消をすすめ、子どもたちにさらに安心安全な給食を食べてもらいたい、関わる市民を増やして市全体が心身・経済ともに潤うために有機農業へ一歩を踏み出したいという思いから視察した。 大宮市で学校給食を頂き、担当課の方をはじめ、教育長・部長・給食センター長・議員の方々が勢ぞろいで説明をしてくださった。
成果・所感	大宮市は担当課・担当職員を多くつくり市をあげて努力・実行して事業推進を図っていた。 改めて首長のトップダウンの重要性に気付いた。 いなべ市へ提言してきたがオーガニックビレッジ宣言を目指し供給体制が整えばオーガニック給食を行うと令和 6 年度施政方針に出された。

資料別添付



茨城県常陸大宮市



「子どもたちに最高の給食を届けたい」この思いから、令和3年度に常陸大宮市有機農業推進計画を策定し、今現在、「茨城県環境負荷低減事業活動の促進に関する基本計画」における「特定区域」に設定された有機農業モデル団地を中心に、市内での有機農産物の生産を加速化させています。

食は、身体と心をつくる生命の源であります。安全で安心な食を提供していくことは私たちの世代に課せられた重要な使命であることに加え、今や世界の趨勢となったオーガニックへの大きな流れは、人々の健康と持続可能な農業の振興に必ずや貢献していくものと確信しております。

常陸大宮市はオーガニック学校給食実現をきっかけとして、生産者と消費者それぞれの理解と連携を深めつつ、その先にある有機農産物の生産から消費までを地域全体で推進する取り組みを全力で展開することを誓い、ここにオーガニックビレッジ宣言をいたします。

令和5年11月5日

常陸大宮市長

鈴木 定幸

オーガニックビレッジ宣言に向けたスケジュール

～ R5.10.2

◎常陸大宮市有機農業推進計画 (R4 年度～R8 年度の 5 年間) R 4 年 3 月策定

試行的な取組の実施

検討会の開催

有機農業推進連絡協議会の開催

・市有機農業実施計画 (案) の策定

※庁議 (付議要求 9/13・資料提出 9/20)

R5.10.2 庁議(付議要求・報告) ※給食・販路・環境など全庁的な施策を展開

◎オーガニックビレッジ宣言

・市有機農業実施計画

・有機農業の推進状況

・有機農業シンポジウムの開催

R5.10.6 有機農業推進連絡協議会

・市有機農業実施計画の策定・周知 (R6 年度～R10 年度の 5 年間)

実施計画の計画承認(市→県農林事務所)

計画の修正依頼(県農林事務所→市)

R5.10. 4(水) 9:00 正・副議長説明

※総務課・企画課の見解 (議決案件ではない)

◎有機農業の推進について

・有機農業の推進状況

・有機農業シンポジウムの開催

・オーガニックビレッジ宣言

R5.10. 16(月) 9:00 経済建設常任委員会(報告)

R5.10. 19(木) 9:00 議員協議会(報告) ※総務課・企画課の見解 (議決案件ではない)

◎有機農業の推進について

・有機農業の推進状況

・有機農業シンポジウムの開催

・オーガニックビレッジ宣言 ※宣言にあたって要確認

・「議会の議決付すべき事件に関する条例」該当の有無

・市の宣言状況 (環境・教育立市)

・他の市町村のビレッジ宣言時の取扱い

R5.11.5 有機農業シンポジウム「オーガニックビレッジ宣言」

オーガニックビレッジ宣言(市長)

実施計画の実現に向けた取組(拡大・実現)

有機農業の先進的モデル地区として位置付ける「オーガニックビレッジ」について

国における有機農業産地づくりの推進

国では、令和3年5月に策定した「みどりの食料システム戦略」に基づき、有機農業の面積拡大に向けて地域ぐるみで有機農業の生産から消費まで一貫して取り組む「オーガニックビレッジ」を、2025年までに100市町村、2030年までに200市町村創出することを目標に、全国各地での有機農業の産地づくりを推進しています。

オーガニックビレッジへの取組状況

令和4年度 : 55市町村

令和5年度 : 91市町村

令和5年7月10日時点での、オーガニックビレッジを宣言した市町村数：51市町村

茨城県においては、本市のみが取組を行っている状況

オーガニックビレッジとは

オーガニックビレッジとは、国が推進する有機農業の先進的モデル地区であり、オーガニックビレッジとして位置付けられるためには、有機農業実施計画(計画期間5年)を策定し、計画を進めていく旨を、首長が「オーガニックビレッジ宣言」として宣言することとされています。

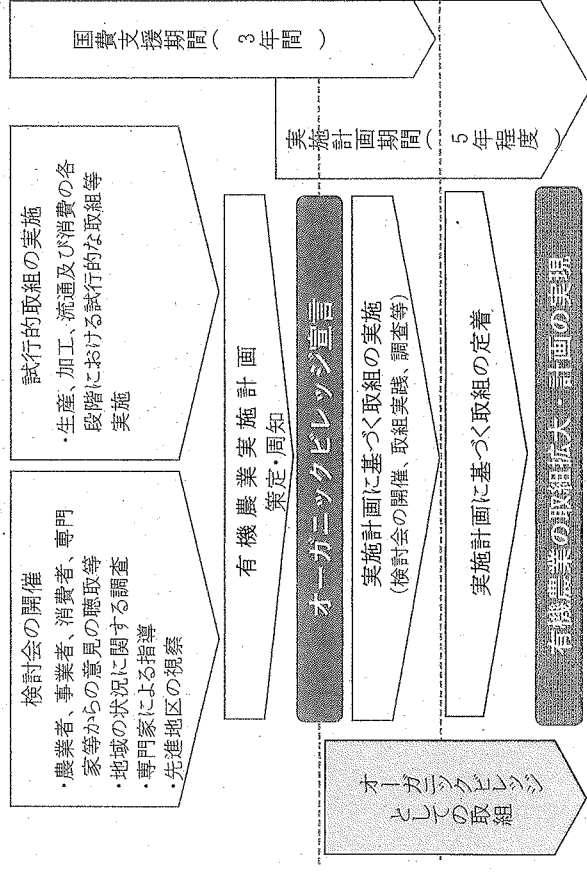
オーガニックビレッジ宣言をするメリット

ハード事業 : 国補事業を要望した際、採択における優先度が向上

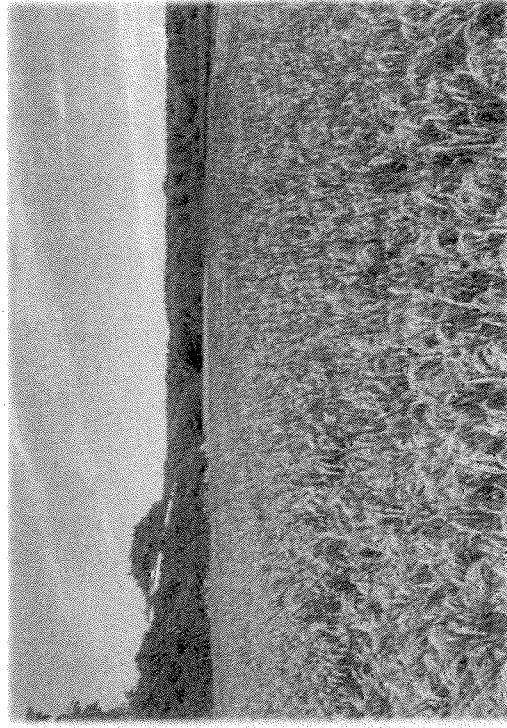
ソフト事業 : 推進に係る経費に対し、3年間に限度に支援措置されます

その他 : 先進モデル地区間での情報共有を図ることが出来ます

オーガニックビレッジ位置付けフロー



常陸大宮市における有機農業の推進について

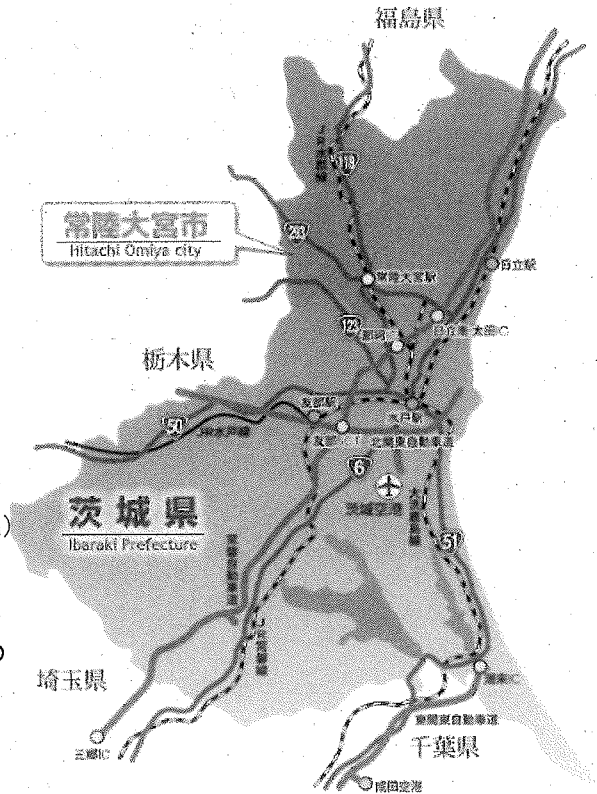


茨城県常陸大宮市

① 常陸大宮市の概況

＜沿革・人口・位置・地勢等＞

- 常陸大宮市は、那珂郡大宮町・山方町・美和村・緒川村と、東茨城郡御前山村の5町村の合併により、平成16年10月16日に誕生し、現在、人口が約3万8千人となっています。
- 常陸大宮市は、茨城県の北西部、県都水戸から約20kmの八溝山地及び阿武隈山地の南端と関東平野周縁台地北端の境界部に位置し、東に久慈川、南に那珂川が流れ、市の約6割を山林が占めています。
- 市の東部には、JR水郡線と国道118号が通り、中央部には、国道293号、西部には、国道123号が通っています。
- 市の耕地面積は3,510ha(田1,660ha、畑1,850ha)であり、農家戸数は3,065戸です。
- 市の主要な作物は、水稲、ナス、ネギ、切り枝となっており、近年、甘藷の生産や、新規就農者を中心に、イチゴの生産が増加してきております。
また、畜産業も盛んに行われております。



② 常陸大宮市の有機農業の取組状況

＜市として有機農業に取り組む理由＞

人の身体は食べ物でつくられています。育ち盛りの子どもたちにとって食事が最も大切であり、安全でエネルギー溢れる食を子どもたちに提供する責任を私たち大人は負っています。
「子どもたちに私たちができる最高の給食を届けたい！」この思いから、常陸大宮市はJA常陸や地域住民の皆さまの協力もと、有機農業を推進しています。

＜有機農業を推進の経過＞

令和元年度 有機農家が三美地区に参入 (株)レインボーフューチャー(本社:筑西市) 5.5 ha
令和3年度 有機農家が三美地区に参入 (株)カモスフィールド(本社:笠間市) 2.4 ha

常陸大宮市有機農業推進計画の策定

令和4年度 有機農業の推進を事業化し、本格的に有機農業の推進を開始
三美地区において(株)JA常陸アグリサポートが有機農業の取組を開始 1.5 ha
野田地区において(株)要建設が取組開始 14.0 ha
学校給食で有機農産物(野菜)の使用を開始

(有機JAS2品目、有機栽培による農産物4品目)

令和5年度 みどり法に基づく県計画において、「三美地区」「鷹巣地区」を特定区域に設定
鷹巣地区において、有機JAS取得に向けた水稲栽培を開始 2戸 3.9 ha

オーガニックビレッジ宣言

学校給食に有機栽培により生産したお米の使用を開始(約13t)
鷹巣地区において「有機農業を促進するための栽培管理に関する協定」締結

令和6年度 鷹巣地区において「有機農業を促進するための栽培管理に関する協定」締結
学校給食に有機栽培により生産したお米の使用を開始(約13t)
鷹巣地区において「有機農業を促進するための栽培管理に関する協定」締結

② 常陸大宮市の有機農業の取組状況

《 有機農業の現状と目標 》

《 令和5年度 現状 》

【生産者について】

- 有機JAS取得者 : 4名
- 有機JAS取得に向けた取組者 : 8名

【面積】

- 有機JAS取得面積 : 28.5ha
(田:0.0ha、畑:28.5ha)
- 有機JAS取得に向けた面積 : 6.8ha
(田:3.9ha、畑:2.9ha)

【生産品目について】

- 有機JAS取得圃場
ニンジン、ホウレンソウ、小松菜、大根、
甘藷、大豆、そば、他
- 有機JAS取得に向けた圃場
水稲

【学校給食への供給】

- 有機JAS品目 (9品目)
ホウレンソウ、小松菜、ニンジン等
- 有機栽培による品目 (2品目)
水稲、タマネギ

《 令和10年度 目標 》

【生産者について】

- 有機JAS取得者 : 12名
- 有機JAS取得に向けた取組者 : 名

【面積】

- 有機JAS取得面積 : 40.0ha
(田:15.0ha、畑:40.0ha)
- 有機JAS取得に向けた面積 : ha
(田: ha、畑: ha)

【生産品目について】

- 有機JAS取得圃場
ホウレンソウ、小松菜、キャベツ、白菜、
カブ、ニンジン、大根、じゃがいも、甘藷、
西洋野菜類、水稲、大豆、そば、他

【学校給食への供給】

- 有機JAS品目
水稲:100%、野菜:出来る限り
- 有機JASによる加工品
味噌、豆腐、醤油 等

② 常陸大宮市の有機農業の取組状況

《 有機農産物生産に係る支援及び連携等 》

【生産者への支援】

- ・施設・機械器具等の整備に対する補助
- ・生産性向上資材等に対する補助
- ・有機JAS認証費用等に対する補助
- ・栽培研修会や講演会等の開催
- ・農地等集積集約に係る支援
- ・土壌診断や栽培技術等に係る営農支援
- ・有機JAS申請書作成支援

【地元との連携】

- ・畜産農家(法人)との耕畜連携
→ 有機JAS適合堆肥の生産
→ ペレット堆肥の製造
- ・農地集積・集約化への理解
- ・外部生産者受入に対する理解
- ・農業生産体系の連携 (ドリフト防止)

【販路拡大等について】

- ・公共調達(学校給食)の推進
- ・販路拡大に係る業者等との情報交換
- ・県市町村やJAグループとの情報交換
- ・道の駅等でのコーナー化
- ・加工品開発
- ・消費PR活動の実施
- ・食育としての収穫体験の実施



③ 常陸大宮市のオーガニック給食実現に向けた取組状況

《学校給食へ有機農産物を供給できた最大の理由》

- ・市長の熱い思い
- ・JA常陸の「有機農業」及び「オーガニック給食」への深い理解と全面的な協力
- ・JA常陸アグリサポートの努力

そのふたつかつてふえるかと3歳たちのために

《令和4・5年の学校給食への供給実績》

供給先 : 給食センター2箇所
学校数 : 小学校11校、中学校4校
調理数 : 2,700食/日

2ヶ所です

（令和4年度）
大塚+藤原 小+取組形式
小+取組11校 中+取組4校
3756食/日
畑を育てる＝280円
小+取組＝260円



（令和4年度実績）

- ・野菜 : 6品目 4t（うち有機JAS取得 : 2品目）
小松菜、ホウレンソウ
じゃがいも、かぼちゃ、ニンジン、さつまいも

（令和5年度実績）

- ・野菜 : 10品目 7t ※12月まで（うち有機JAS取得 : 9品目）
小松菜、ホウレンソウ、じゃがいも、ニンジン、さつまいも、大根、かぶ、白菜、レタス
玉ねぎ
- ・お米 : コシヒカリ 13t ※3月までの予定を含む

5

③ 常陸大宮市のオーガニック給食実現に向けた取組状況

《問題点》

（生産者）

- ・天候により、給食に提供する時期や数量にズレが生じる 旬のときのみ
- ・低温貯蔵庫がないため、供給期間が限られる
- ・給食センターへの納品規格が定められており、納品規格外品が大量に発生する 77Pというところ
- ・給食センターへの安定供給のため、過大に生産する必要があるが、残量の販売先がない 1/20まで

（給食センター）

- ・規格にバラツキがあると調理に時間を要する
- ・虫などの異物混入に対し、慣行栽培品以上に注意を払う必要がある 野菜をつかっていないので悪影響 包丁入れたとき 中かあかたきもある
- ・包丁を入れると、病気等により腐っている野菜が、慣行栽培品よりも多い
- ・約2か月前に献立を作成する必要があるが、収穫時期のタイミングを考慮する必要がある

《解決に向けて》

（生産者）

- ・予定した野菜が出荷できなくなった時は、JAが代替品の手配をして納品している 1/20まで
- ・低温貯蔵庫の建設について検討する すぐにできるのか 検討中
- ・給食を主軸とした作付けではなく、市場等出荷を主軸とした作付けを検討する 給食だけでは生きていけないので

（給食センター）

- ・調理業務委託について、有機農産物の取扱い含む設計を検討する
- ・関係者間の打合せを今以上に行い、栽培品目や出荷時期の把握、課題解決に努める 毎月1回はつかいのか 3月12日 くらい
- ・地産地消や有機農産物の積極的使用を図るため、給食コーディネーターの配置を検討

④ 常陸大宮市における今後の有機農業推進への取組

○生産者の確保

有機農業啓発に係る講演会等の開催

有機JAS取得に対する支援

・出来そうな人、やりたそうな人に対する個別説明

○有機農業に係る生産技術の向上

・栽培技術研修会等の開催

・土質・気候等立地条件に適した栽培技術検証

・土壌診断に基づく土づくりの促進

○補助事業の活用

・必要な機械・施設整備に対する支援

・有機JAS取得経費に対する支援

○農地の集約化について

・慣行栽培と隔離した農地の確保

・農地中間管理事業の活用

○耕畜連携による循環型農業の推進

・未利用資源の積極活用

○販路拡大について

・学校給食等公共利用の促進

・市場及び市場外流通確保への取組

・他市町村との連携による販売強化

○生産品目の拡大について

・水稲、飼料・鶏卵、干し芋など

○加工品の開発について

・有機米を使用した米粉によるパンや麺類

・有機野菜を使用したジェラート

・市内の食品・菓子業者との連携

○学校給食について

・有機米の100%使用

・有機農産物の使用率の向上

・有機農産物の供給体制の強化



支 出 伝 票

使途項目	調査研究費	整理番号	4
支 出 金 額	5,346 円		
支出年月日	令和6年1月15日		
使 途 内 容	視察先手土産		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
1月16日 常陸大宮市八手土産			
支 出 先	(有)松乃屋		
按 分 率 等			
備 考 欄			

支 出 伝 票

使途項目	調査研究 費	整理番号	5
支 出 金 額	46,740 円		
支出年月日	令和6年1月16日、17日		
使 途 内 容	旅費・宿泊費(視察研修)		
領収書・その他証拠書類			
☐ 裏面添付			
1月16日 大泉駅～西桑名駅 390円×3名＝1,170円			
1月17日 西桑名駅～大泉駅 390円×3名＝1,170円			
計 2,340円			
1月16日 宿泊費 14,800円×3名＝44,400円			
計 46,740円			
支 出 先	三岐鉄道(株)		
按 分 率 等			
備 考 欄			

視察研修旅費明細書

会 派 名	創風会	代表者印	
氏 名	清水隆弘 小寺徹翁 伊藤智子	経理責任者	
視 察 日	令和6年1月16日、17日	使途項目	調査研究費
視 察 内 容	常陸大宮市における有機農業・給食、研修	整理番号	5
視 察 先	常陸大宮市・東京		

月日	出発地	到着地	宿泊地	電車賃		宿泊料		合 計
				路程	額	夜数	額	
1月16日	いなべ市	桑名市	東京都	大泉→西桑名	390円×3	1	14,800×3	
1月17日	桑名市	いなべ市		西桑名→大泉	390円×3			
計					2,340	1	44,400	

交通費	2,340 円
宿泊費	44,400 円
合 計	46,740 円

支 出 伝 票

使途項目	調査研究 費	整理番号	6
支 出 金 額	40,860 円		
支出年月日	令和6年1月19日		
使 途 内 容	旅費(研修)		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
2月15日 研修 大阪 地方議員研究会 人口減少			
支 出 先	株式会社JTB		
按 分 率 等			
備 考 欄			

支 出 伝 票

使途項目	調査研究 費	整理番号	7
支 出 金 額	2,340 円		
支出年月日	令和6年2月15日		
使 途 内 容	旅費(研修)		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
2月15日 大泉駅～西桑名駅 往復780円×3名=2,340円			
支 出 先	三岐鉄道(株)		
按 分 率 等			
備 考 欄			

視察研修旅費明細書

会 派 名	創風会	代表者印	
氏 名	清水隆弘 小寺徹翁 伊藤智子	経理責任者	
視 察 日	令和6年2月15日	使途項目	調査研究費
視 察 内 容	研修	整理番号	7
視 察 先	大阪		

月日	出発地	到着地	宿泊地	電車賃		宿泊料		合 計
				路程	額	夜数	額	
2月15日	いなべ市	桑名市		大泉→西桑名	390円×3			1,170
2月15日	桑名市	いなべ市		西桑名→大泉	390円×3			1,170
計					2,340			2,340

交通費	2,340 円
宿泊費	円
合 計	2,340 円

支 出 伝 票

使途項目	調査研究 費	整理番号	8
支 出 金 額	19,800 円		
支出年月日	令和6年2月22日		
使 途 内 容	モバイルレンタル端末通信費 自己負担金(10月～3月分) 3名分		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付 モバイルレンタル端末通信費自己負担金(10月～3月分) 3名分 $2,200\text{円}/\text{回線} \times 6\text{か月} \times 1/2 = 6,600\text{円}$ $6,600\text{円} \times 3\text{回線} = 19,800\text{円}$			
支 出 先	三重県いなべ市長		
按 分 率 等			
備 考 欄			

支 出 伝 票

使途項目	調査研究 費	整理番号	9
支 出 金 額	18,458 円		
支出年月日	令和6年3月26日		
使 途 内 容	調査研究用消耗品		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
サンワサプライらくらくキャリーブラック 15.6インチ ワイド3個 17,688円			
振込手数料 770円			
支 出 先	東海システムアンドサポート株式会社		
按 分 率 等			
備 考 欄			

使途項目別一覧表

使途項目名	広報費
-------	-----

年月日	支出内容	支出額	備考	整理番号
令和5年4月25日	会派だより第64号発行費	148,802 円	共栄堂印刷株式会社	1
令和5年7月7日	会派だより第65号発行費	146,360 円	共栄堂印刷株式会社	2
令和5年10月16日	会派だより第66号発行費	146,360 円	共栄堂印刷株式会社	3
令和6年1月15日	会派だより第67号発行費	140,662 円	共栄堂印刷株式会社	4
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
計		582,184 円		

支 出 伝 票

使途項目	広報費 費	整理番号	1
支 出 金 額	148,802 円		
支出年月日	令和5年4月25日		
使 途 内 容	会派だより第64号発行費		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
会派だより第64号印刷・折り込み代			
148,802円			
支 出 先	共栄堂印刷株式会社		
按 分 率 等			
備 考 欄			

創風会

いなべ市政ニュース
SOFUKAI



会派代表
清水 隆弘
議会運営委員会委員
都市政務衛生常任委員
県議員広域協会副会長
議会総務部特別委員会委員長



幹事長・会計責任者
伊藤のりこ
議会運営委員会委員
総務課清掃任委員副委員長
都市計画部議会委員



小寺てつお
総務課清掃任委員会委員

いなべ市の次世代のために新たな風を創造

創風会は、議会基本条例の「市民への議会の開示」の精神を最重視し、政務活動費を有効活用して、会派広報を発行しております。

会派代表挨拶 清水隆弘

春和の候、皆様方におかれましてはますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

さて、先月に閉会いたしました3月定例会では条例の制定・改正の他に令和5年度の一般会計・特別会計、近年の物価高騰の影響により経営圧迫が生じている高齢者・障害者事業所や私立保育園等に補助をする令和4年度の補正予算の審議を行い、全て可決しました。

また、「学校給食費の無償化を求める意見書」及び「太陽光発電設備の設置に関する法整備を求める意見書」を全会一致にて国へ提出しました。

今号では、市長の施政方針に対する代表質問、伊藤議員・小寺議員の一般質問の詳細を皆様方にお届けいたします。

新年度予算新規事業主要事業のご紹介 (清水隆弘)

【ハード事業】

- 自治体 DX 推進事業 (母子手帳アプリの活用) …… 約 2,100 万円
- 放課後児童クラブ施設整備事業
(旧十社幼稚園の十社放課後児童クラブ室の改修) …約 7,300 万円
- 北勢斎場改修事業 …… 約 900 万円
7年に一度の定期的な人体火葬炉 (2号炉) の大規模修繕
- 観光施設整備事業 …約 4 億円
宇賀溪キャンプ場にいなべの特産品の販売スペースを併設したレストランを建設
- グリーンクリエイティブいなべ推進事業 …約 2,100 万円
阿下喜駅付近に観光案内や地域住民と交流ができるビジターセンターを整備
- スクールバス購入事業 …3,600 万円
温水プール送迎のためのスクールバス 4台を購入

- 員弁図書館学習室整備事業 …130 万円

タブレット学習に対応できるよう、公衆無線 LAN を整備

【ソフト事業】

- 生活保護体制整備強化事業 …400 万円
生活保護には至らない生活困窮者に対して相談窓口を一本化
- 被保護者就労準備事業 ……500 万円
生活保護受給者が就労するために必要となる技量及び知識を習得できる体制の構築
- レンタサイクル事務委託費 …230 万円
にぎわいの森及び阿下喜温泉にレンタサイクルを設置
- アウトドアアドベンチャーレース開催支援委託事業 …800 万円
登山、トレッキング、自転車等のアクティビティイベントの開催



小寺 てつお

入札制度の在り方を問う

市内の建設 (建築) 業者に活力を

いなべ市商工会の建設部会の会員が平成8年には380社ありましたが、現在では207社まで減少しており、ゼネコンなどに押されているのが現状であります。いなべ市には数多くの公共施設が存在しており、現在新設中の温水プール、笠間保育園の建て替え、また老朽化した小中学校、あじさいクリーンセンター、北勢斎場等々、多くの施設のリニューアルが急がれています。市の発注する工事は市内の業者に発注するのが基本だと私は考えています。市内の建設業者を積極的に活用することが大事です。市内には、国、県から認められた技術の高い職人が多数存在しています。業務委託の物品・役務は地元優先でありますので、建築関係も地元第一にと思い、その観点から一般質問をいたしました。

Q 市内業者が入札に参加しやすい環境は。

- A いなべ市においても、一般競争入札の参加者資格要件の設定に、市内業者が優先に参加できるよう配慮している。

Q 大手企業が受注した工事について、市内業者への下請けまたは購買の促進は。

- A 入札条件として、市内業者の最優先しよを条件としている。市内に本店を有する者の中から優先して選定するよう努めることを特記仕様書^{※1}に明記している。

※1 特記仕様書とは、工事の施工について固有の技術的な内容を定める、もしくは工事の細かい部分を指定する書類です。工事の施工上注意が必要な点や、使用する材料のグレードや仕様、品質の程度を指定します。

Q 入札結果の非公表の理由は

- A 入札結果はいなべ市のホームページにて公表している。ただ、予定価格が非公表となっているケースがある。その要因は入札改札前の中止、不落^{※2}、不調^{※3}の場合は予定価格を非公表としている。

※2 競争入札 (一般競争入札や指名競争入札) に参加者がいないこと。

※3 競争入札 (一般競争入札や指名競争入札) で開札してみたら、全員が予定価格を上回っており、落札者がいないこと。

Q 同じ入札の参加業者が、落札後に落札業者の下請けになることは談合の可能性もあり、基本的に禁じられていると思うがいかがか。

- A 望ましくないものの、国、県、法令等で明確に禁止されていない。

Q 同じ業者が連続して落札している状況があるが。

- A 透明性、競争性、公正性、経済性を確保した結果である。

Q 令和4年6月1日に建設工事入札参加資格要件を改訂された理由は。

- A 経営事項審査結果書が出そろった後、一般競争入札検討委員会を検討し、入札参加資格審査会での承認を得て、決定していることから例年6月1日に改訂している。

国定公園のあるいなべ市



伊藤 のりこ

今年の春は、目に映るものがよりいっそう 鮮やかに感じられます。皆さまお元気にお過ごしですか。春風が体も心もあたたかくしていただけるようですね。

ひと昔前。子供達はひまがあれば、ずーっと野山を駆け回っていました。おもちゃもゲーム機も持たず、身一つで友達や兄弟と野山をかけまわり、草や木で遊び道具をつくり、川のせせらぎで魚や虫をとらえ、子どもたちは自然の中の一部でした。暮らしの中で花や動物の生命の尊さを知り、友だちを大切に両親や祖父母・年長者の方々に敬意を払い思いやりを自然に身に付けていました。悪いことをすれば家族だけでなく近所の方にも叱られ、友だちと一緒に夕飯を食べていることも…

3月定例会では、今、あまたある社会問題を解決していく根っこが、ここにあるのではないかと考え質問致しました。

Q 子どもたちの自然体験は

A 藤原ヶ岳自然科学館の自然教室(50年程継続して開催している)・ふるさとの森・屋根のない学校・水辺の里公園等で数多く行っている。

Q 市内保育園での野外体験保育の進捗は

A 市内10園すべてで、山や川・森・畑を野外体験保育のフィールドにして、地域の方々の手厚いご協力のもと、子ども達は楽しく「自ら学び成長する力」を日々育んでいる。

Q 小中学校の体験学習は。

A 今後も「未来いなべ科」において自然及び人々や社会と関わる体験活動を大切にしていく。

Q 小学校行事のキャンプは

A 熱中症や感染症で制限されてきたが、自然体験活動の機会の保障を検討していく。

Q 登山ガイド、ネイチャーガイドの育成は、いなべ市の自然を守り、子どもたちに継承でき地元愛につながり、観光資源にもなるのでは。

A 竜ヶ岳登山道整備の会と宇賀溪観光協会が連携し、利用者のニーズ調査を行い、ガイドの育成を検討していく。

散歩をすると、澄んだ川・空・緑がすぐそこに。お花も道端や庭や畑にもいっぱいはいなべ市。子どもさんたち・皆さまが更にお健やかな日々を送られますようにお祈りいたします。

今後も、いなべ市の成長が、市民のうるおいになることができるよう注視して参ります。皆さま、どうぞ楽しくお元気にお過ごし頂けますように♪

Q 宇賀溪キャンプ場での雇用は。

A 正規社員3名、アルバイト8名程度。(受付、清掃、維持管理、環境整備)

Q 新設されるレストランでいなべ市産の食材を使うことで本市の特産品づくり・農業振興・地域おこしに繋がるよう、より多くの市民が関わっていくように出来るのか。

A 事業者の委託によりGCIが調達、調整していく。

Q キャンプ場の収益は。

A 業者との基本協定により利益の20%以内を市に寄付。維持管理費用も積み立てる。

Q 新しい駐車場の規模は。

A 約200台を予定。

Q 人材育成は。

A 全国有名ホテルの立ち上げ準備から運営を行ってみたい経験豊富な方に総支配人をお願いしているのと、青川キャンプパークとも連携していく。

次の20年先を見据え、人口減に歯止めを



清水 隆弘

Q 市の歴史を編纂することは地域の老人にとっては、長い過去の日々の回想となり、壮年の者には歴史を基礎として明日のいなべを考える温故知新の基礎となり、若者には郷土を知りその伝統を誇りとして地域への愛を育む基礎となる。私たちの先人たちの足跡を調査、研究し、それをこれからのまちづくりに生かすことはまちづくりの根幹であり、市民の市への愛着、郷土愛の醸成にとって重要な事業であるとする。この事業についての詳細、市長の考えは。

A 人の記憶は途絶えていく。特に画像記録が散逸する傾向が強い。20年が一つの区切り。編纂方針は委員に委ねる。

Q 空き地や空き家を活用した住宅開発を促し、少子化が進んでいる地域の土地や建物の流動化を促進することにいたった理由は。

A 小学校区で明らかに人口減少が進んでいる地域がある。その地域の特徴は住宅開発が止まっているから。

Q 今までのGCIを中心とした観光に力を入れてきた施策はすぐに人口増にはつながらず、ゆっくり、じわりと効果が出てくるものである。いうならば漢方薬的な効果である。しかし、宅地開発はまさに住む人を増やす即効的な効果がある。人口減少の著しい地域、民間事業者が宅地開発をしにくい地域等、地域を限定して民間事業者や土地提供者への補助金制度を構築するなど検討する価値はあるのではないかと。

A 市場マーケットが市では把握しにくい。市場動向をプロの方に聞いて、そういったことが有効であるのであれば実施していきたい。

Q 今後、郵便局に住民票・印鑑証明などのいわゆる市民課、市民サービスとして最も多い業務を委託するなどしてはどうか。

A マイナンバーカードの5年後の更新業務が発生する。この更新業務を委託する方向で検討している。

Q 全国の若年性認知症(18~64歳)患者の総数は、3.57万人と推計され、発症年齢は50歳前後。いなべ市においてはあくまで統計上だが、14,5人の患者がいると推計される。若年性認知症の徘徊は、高齢者の徘徊と比べ、体力がある、行動範囲が広い、移動スピードが早い、保護までに時間がかかるといった特徴がある。認知症高齢者の専用端末の初期費用の助成を65歳以上の高齢者に限らなくてもよいのではないかと。

A 認知症の総合支援というところからすると、現段階ではおおむね65歳だが、総合的な支援ということで、若年性認知症の方も対象にする必要があると思っている。全国的な状況も勘案しながら今後検討していく。

Q 発達障がい児地域支援ネットワークのいなべ総合病院小児科の参画は医療従事者がどのように、どれだけ関わるのか。

A 月に1回のケース会議。年間6回までの保育園及び学校巡回訪問。

Q このネットワークを維持していくための工夫は。

A 従事する医師を個人として雇い上げるのではなく、母体となる医師が所属するいなべ総合病院と委託契約をすることによって、安定的に継続できるのではないかと考える。

支 出 伝 票

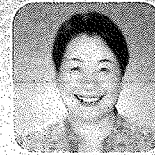
使途項目	広 報 費	整理番号	2
支 出 金 額	146,360 円		
支出年月日	令和5年7月7日		
使 途 内 容	会派だより第65号		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
会派だより第65号印刷・折り込み代			
146,360円			
支 出 先	共栄堂印刷株式会社		
按 分 率 等			
備 考 欄			

創風会

いなべ市政ニュース
SOFUKAI



会派代表
清水 隆弘
議会運営委員会委員
都市教育民生常任委員
桑名県井原連合議会議員
議会協議特別委員会委員長



幹事長・会計責任者
伊藤のりこ
議会運営委員会委員
総務経済常任委員会副委員長
都市計画審議会委員



小寺てつお
総務経済常任委員会委員

いなべ市の次世代のために新たな風を創造

創風会は、議会基本条例の「市民への議会の開示」の精神を最重視し、政務活動費を有効活用して、会派広報を発行しております。

会派代表挨拶 清水隆弘

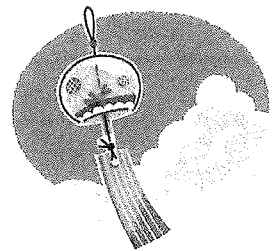
小夏の候、皆様方におかれましてはますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

さて、先月に閉会いたしました6月定例会では温水プール設置条例の制定、宇賀溪キャンプ場内にレストラン棟の設計及び新築工事の契約締結や令和5年度補正予算の審議を行い、全て可決しました。議案・補正予算について市民の皆様に関わりの深い事業につきまして、小寺てつお議員がレポートいたします。また、伊藤智子議員と私が一般質問をいたしましたので、ご報告をさせていただきます。



小寺 てつお

暑中お見舞い申し上げます。晴天が続く盛夏のみぎり、ご健勝で暑さを楽しみ切られていることと存じます。皆様のおかげ様をもちまして、私こと小寺てつおも議員になり2年目を迎えております。少しでも市民の声を行政側に届けられるようにと思い、日々頑張っています。9月定例会には皆様の声を一般質問に取り上げたいと考えています。



●三岐鉄道支援事業（北勢線事業運営協賛金負担金）……214 万円

北勢線の今後の在り方についての調査費用

●高齢者デジタルライフ事業

（IT ポータル事業）……3,290 万円

ふじわらデイサービスセンター AI チャットボット等を整備し、デジタルを活用したリハビリ、運動支援、生活支援を行う。

（AI 共同送迎事業）……3,036 万円

予約状況を基に運行ルートを生 AI が生成し、効率的なふじわらデイサービスセンターへの送迎を行う。

（モバイルクリニック事業）……2,517 万円

自宅近くから医療関係者などへの健康相談ができるよう、オンライン専用車両を整備する。

●市民温水プール建設事業（温水プール備品購入費）……6,200 万円

温水プールに必要なロッカーなどの備品を購入する。

●温水プール運営事業（温水プール指定管理料）……800 万円

令和5年12月から指定管理委託を行うため指定管理者を選定。

●スクールバス4台購入……3,124 万円

令和6年から実施する温水プールへの各小学校（十社、阿下喜、治田、山郷、丹生川、三里）からの送迎用バス。

●宇賀溪キャンプ場レストラン棟設計等及び新築工事

……2億9,989 万円

宇賀溪キャンプ場に来訪者に対して地域の特産品を販売するスペース及び地域の食材を使った食事を提供するレストラン棟を建設。



伊藤 のりこ

川岸のごみ拾いに参加させてもらった時、子どもの頃の様に裸足になって、すぐに川の中に入りたくなりました。ごみ拾いに行って、昔と変わらない透きとおった水と、皆さんの笑顔に、心安らぐ透明なひと時を過ごさせて頂きました。

皆さまお元気にお過ごしでしょうか、6月定例会では今まで質問した事の、その後を問いました。



【質問1】市民にくつろぎの場を

Q 今まで、旧大安庁舎とその周辺に、赤ちゃんから高齢の方までが交流出来る場、小さなお子さん連れの人、お散歩する人のため芝生と椅子があるだけでも良いので、集いやすいところに新たな公園を・市民が無料で自由に集える所・若者の居場所になる所を、とお願いしてきた。市民に寄り添った市民の楽しみとなる市民のための場所。

A 令和5年度は、内閣府の補助事業で主に旧大安中央児童センター周辺地域のグリーンインフラ整備（屋内集会スペース・観光案内・子どもの遊び場・休憩機能・里山・森林づくりに関する啓発など）を検討する調査事業を行う。この調査は、地域事業者へのヒアリ

ング、市民会議や市民イベントでのアンケートなど市民の声を反映させる内容になっている。調査結果を受けて、令和6年度以降、大安庁舎や温水プール、宇賀溪の河川敷との連携について検討し、整備を進めて行く予定である。

Q アンケートなどで市民の声を反映すると言う事だが、伝統文化の継承・美術館など文化の香り高い場所を求めている市民は多い、その要望にも答えられるのか。

A 令和3年実施の市民意見交換会では文化・芸術活動を希望する意見を貰っている。このような貴重な意見も取り入れグリーンインフラとして文化・芸術のテーマの位置づけも調査検討する予定である。

Q 市民が楽しめるようになるのはいつ頃か。

A 予定としては令和9年度中になっている。今年の秋、宇賀川周辺でグリーンインフラに関するイベントを実施予定、今後も自然の中のくつろぎや楽しみ、学び場となるイベントを継続していきたくて考えている。

〔質問2〕「元気みらい都市いなべ」の今後の取組みについて

Q 元気とは、心も体も健康であると考え、文化・芸術の振興と共に推進すべきであるのでは。「いなべ市総合計画」に元気みらい都市いなべの推進を重点取組み事項に入れるのか。

A 令和7年度に策定する総合計画の重点事項を検討する中で元気みらい都市いなべの取組みについても考えていきたい。

〔質問3〕農業推進と学校給食について

Q 野遊び推進事業は市民のうるおいに繋がっているのか。

A 野菜の収穫体験・そば打ち・田舎体験など地元農家に参画頂き、観光振興だけでなく農業振興も含めた事業になっている。今後、より多くの市民や事業者が参画頂きたいので、市民の方より相談や問い合わせを頂きたい。

Q 給食のお米もすべて市内のものを使えば更に地産地消出来るが、週4日の米飯給食の米を市内で炊く炊飯施設を作るとしたら費用は。

A 場所・建物・設備・人等の検討が必要、すぐに費用を算出する事は困難である。

Q 子どもが地元の食材を食べるために、“市内のものは少し高くなっても扱って貰えば農家が増えるのでは・野菜づくりに専念しないと人手が足りない農家のために、集配や事務の支援があれば参入出来る・市には露地野菜農家が少ないので、市認定の給食農家とかの資格を出せば、子どもたちのためにやりがいを持って活性化するのは”と聞く。給食食材納入指定業者に参入するための説明会を開いて欲しいと強い要望があるが。

A 問合わせを頂けば個別に説明する。一堂に会しての会は考えていない。

Q 給食を地産地消することがいなべ市の自給率を上げ、ひいてはオーガニック給食に繋がると考える。近隣の市町では、学校給食に何%地産地消のものを入れないといけないう言決まりが有るそうだが、当市にその様な目標はあるのか。

A そのような目標は定めていない。が、毎日3800食の給食に、食材が新鮮・安全であり安価であり、安定的・継続的に調達出来る事が条件。可能な限りいなべ市産や三重県産を使用しようとしているが、収穫時期・数量・価格の関係から他府県産を使用しないと提供出来ないのが現状。

若い農家さんに「補助金があるから農業がしたいか」と言えばそうではなく、やる気と尊さが分からないと次世代に伝わっていけない。面白い職業である事を伝え知ってもらい、食に興味を持ってもらう事が重要で、給食の時の地元の米や野菜の話が大きな役割を果たすのではないかな。いなべ市の農業を引き継いでくれる子どもたちに、給食時に更に地域への愛着に繋がるようすすめて貰いたい。」と話して頂きました。

子どもたちが、学校で積ませてもらえる体験と、家庭で家族と食事を作ったり畑や田んぼや家事を手伝ったりしてより多くの経験を積むことも大切と思われます。皆さまお元気に♪



清水 隆弘

今回は※PFASへの対策についてと障がい者スポーツの推進についての2点について、執行部のお考えをお聞きし、議論しました。2点とも、実は市民の方からご相談がございまして、自分なりに調査・研究をさせていただきました結果、一般質問に取り上げさせていただこうと思った次第でございます。

PFASは、これまでは焦げ付かないフライパンの製造過程や撥水スプレー等に使われ、また、航空機火災などの泡消火剤に含まれており、昨年6月沖縄県では米軍のPFAS泡消火剤が住民約45万人の飲料水を汚染したとニュースにもなりました。また、平成30年12月には横田基地の泡消火剤によるPFOS汚染が発生し、その後多摩地域の地下水汚染が次々と明らかになってきています。本年の4月にはNHKのクローズアップ現代という番組でも取り上げられました。なぜか四日市市の海蔵川でも102.3ナノグラムリットルと基準値を倍以上超えたことが判明しました。

現時点で、PFASについて、国内で人への健康影響が発生しているとの報告は見受けられません。人に対して、免疫系、血清中コレステロールなどへの影響が指摘されていますが、どの程度の量や濃度でどのような影響を及ぼすかについては現時点で必ずしも明らかとはなっておりません。蛇口をひねればいつでも水が出る我が国、日本。ですが、その水が果たして安全なのかどうか。決して不安をあおるわけではありませんが、私たちも身近な問題として考えなければなりません。以下、議場でのやり取りの一部抜粋です。

〔質問1〕PFASの対策について

Q 環境保全協定の詳細は。

A 41事業者と締結。ばい煙・粉塵、水質汚濁、騒音、振動、悪臭防止対策等の項目で事業者から年1回各締結項目数値の報告を受ける。【環境部長】

Q PFASの合計が1リットルあたり50ナノグラムの目標値（暫定）が設定され、「水質管理目標設定項目」となったがどうか。

A 現状では検査する必要はないと判断。法的に検査義務はないが、今後も注視していく。【水道部長】

Q 水質検査で過去に基準を超えたことは。

A ない。【水道部長】

Q PFASを含んだ泡消火剤等が市消防団や桑名市消防本部で使用されていないか。

A 20リットル缶45本が消防団詰所に保管されていたが、現在は防災倉庫に保管。いなべ消防署、北分署では令和3年度に全て廃棄。【総務部長】

※PFAS……人工的に作られた有機フッ素化合物の総称で4730種類以上にのぼり、代表的なものとしてPFOS、PFOAがある。国内では令和3年に法律改正により、製造・輸入が原則禁止された。

水道水中の有機フッ素化合物に関する各国の目標値等

国等	PFOS	PFOA
WHO	無し	無し
日本	合算で50ng/ℓ（暫定値）	
米国	H21 PFOS: 200ng/ℓ、PFOA: 400ng/ℓ H28 合算で70ng/ℓ R5 合算で4ng/ℓ	
英国	300ng/ℓ	10000ng/ℓ
ドイツ	300ng/ℓ	300ng/ℓ

※1ng/ℓは1グラムの10億分の1で東京ドームいっぱいの水に対して小さじ1杯を混ぜた程度
※米国は歴史が物語るように、利益追求至上主義の国です。我が国には規制緩和、自由競争を声高に訴えますとおり、米国は規制をかけることを最も嫌う国でもありますから、その米国がこれほどきつい縛りをかけていることに注目する必要があります。

〔質問2〕障がい者スポーツの振興を

Q 国の推計では身体障害者436万人、知的障害者109万4千人、精神障害者419万3千人。国民の約7.6%が何らかの障害を有していることになるが、市の状況は。

A 身体障害者手帳1484人、療育手帳379人、精神障害者手帳307人。【福祉部長】

Q 障がい者スポーツ振興を誰が、いつ、どこで、どのようにヒアリング、ニーズ調査、アプローチしていくのか。

A スポーツ推進員がオレンジ工房を訪問し、利用者や職員と交流。また、障がい者スポーツの講習会に参加し、知識を深めてもらう。【教育部長】

地球環境や生命を永遠に傷つけるPFASは、まさに本市の推進するSDGs未来都市の概念とは絶対に相入れない化学物質ですから、市民の安心安全な飲み水・環境維持のため、今後も今まで通り、確実な水質検査、そして国の動向を注視してまいります。

障がい者スポーツの推進は、先ほどのPFASとは真逆で、本市の推進しているSDGsの理念にまさに合致いたします。福祉部長、教育部長の答弁に「包摂的社会・共生社会の実現」というキーワードがございました。そうです。「誰一人取り残さない」ということです。障がい者スポーツの振興により少しでも、共に支えあう社会の実現に向けての一助になれば幸いです。

支 出 伝 票

使途項目	広 報 費	整理番号	3
支 出 金 額	146,360 円		
支出年月日	令和5年10月16日		
使 途 内 容	会派だより第66号		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
会派だより第66号印刷・折り込み代			
146,360円			
支 出 先	共栄堂印刷株式会社		
按 分 率 等			
備 考 欄			

創風会

いなべ市政ニュース
SOFUKAI



会派代表
清水 隆弘
国会議員補選委員
県教育委員会委員
県民共済会理事
県議会議員
県議会議員補選委員



幹事長・会計責任者
伊藤のりこ
国会議員補選委員
県議会議員補選委員
県議会議員補選委員



小寺てつお
総務課長補任委員

いなべ市の次世代のために新たな風を創造

創風会は、議会基本条例の「市民への議会の開示」の精神を最重視し、政務活動費を有効活用して、会派広報を発行しております。

会派代表挨拶 清水隆弘

清秋の候、皆様方におかれましてはますますご隆盛のこととお喜び申し上げます。

さて、先月に閉会いたしました9月定例会では、条例の改正、今年度の補正予算、令和4年度の決算認定などを審議しました。補正予算について市民の皆様に関わりの深い事業につきまして、伊藤のりこ議員がレポートいたします。また、会派3人全員が市政を質しましたのでご高覧くださいませ。



小寺 てつお

現在いなべ市でも多くの高齢者が難聴に悩んでいます。国際アルツハイマー病協会は認知症の危険因子とも指摘しています。補聴器は保険適用にならないため全額自己負担ですが、片耳で約15万から30万円位、それ以上もあり、高額です。そのため年金暮らしでは購入出来ず、補聴器を使用しているのはわずか1割から2割とされています。少子高齢化が進むなか、ますます高齢者の社会参加が重要であるがうえに補聴器購入の助成を求めます。また、さくらホールなどにヒアリンググループが設置されることになりました。映画、落語、会話を一緒に楽しみましょう。

高齢者の「聞こえ」に対する市の対応について 高齢者の補聴器購入助成制度の創設を。

Q 令和3年度の要介護認定申請件数は1860件、聴力に不自由を感じている人は1039件、令和4年度における調査結果は。

A 令和4年度申請件数は1672件、認定調査で普通に聞き取れるは745件(45%)。それ以外の判断不能に該当するが927件(55%)でした。【福祉部長】

Q 県内各自治体の高齢難聴者への補聴器購入費助成制度の実地状況は。

A 桑名保健所管内1市5町では朝日町のみ実地している。【福祉部長】

Q 本市の現状を踏まえ、加齢性難聴を、早期発見するため健康調査(チェックシート)を行ってはどうか。

A 市独自で項目を追加する予定は現在のところないが、難聴の早期発見は高齢者の(生活の質)の向上に繋がるため、受診勧奨の啓発は進めていく必要がある。【福祉部長】

Q 「高齢難聴者への補聴器購入の一部助成の創設については、国、県、他の自治体などの状況を見るとともに、補助による補聴器普及効果を見極めていきたいと考えております。」という答弁が以前にあった。その後、助成制度の創設はどうなったか。

A 全国の143自治体が推進しているが、現状として高齢難聴者への補聴器購入の一部助成については、証拠や根拠といった、エビデンスや費用対効果が不明確であることから、引き続き検討中の状況です。令和5年6月14日に認知症基本法が成立し、基本的施

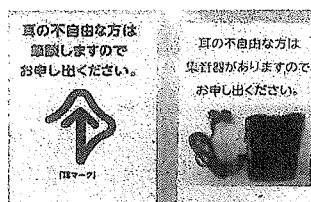
策に「研究等の推進等」が明記され、加齢性難聴と認知症との因果関係や補聴器の早期活用などについて明確化される可能性もある。【福祉部長】

Q 難聴者が来庁された際に、職員の説明がよく聞こえるように、市の窓口には、軟骨伝導集音機を設置しては。

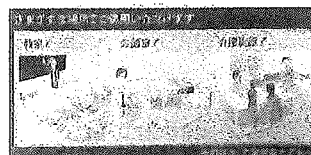
A 8月末から(軟骨伝導集音機ではなく)、別の11台の集音機イヤホンを各部署に配置し、利用状況を見ていきたいと考えます。【福祉部長】

Q さくらホール、員弁コミュニティプラザ、他の施設での各種イベントに難聴者が聞こえやすい、(磁気誘導型)ヒアリンググループを設置しては。

A 現在、教育委員会管理の文化施設には設置されていない、原則施設利用される難聴者への対応は事業主催者側にお願いしていますが、2008年4月から現在福祉部に持ち運びに便利なヒアリンググループを所有していますが、この機器の周知が不十分であり、利用頻度も低かったため、今後は各文化施設でヒアリンググループが利用できるように、周知していきたいと思います。この機器は無料で貸し出しです。【教育部長】



市役所の各窓口に、集音イヤホンのマークが表示されました。



今後、さくらホールや大安公民館でヒアリンググループが活用されます。

一般会計補正予算 抜粋 (伊藤のりこ)

●子ども医療費扶助事業……293万円

令和6年4月から子ども医療費助成の対象年齢を18歳まで引き上げるためのシステム改修。

●みえ子ども・子育て応援総合補助金事業

*いなべ総合病院に委託し保育園、小中学校へ巡回訪問し小児科医と連携して発達支援を行う。……120万円

*支援員が自宅を訪問(早期6時～9時・夜間17時～21時)し家事、育児等の支援を行う。……45万円

*令和6年4月以降に市内私立保育園で採用される保育士に1年以上

正規職員として勤務する意思があることを確認した上で15万円の祝金を交付。……300万円

*新生児期に助産師による訪問で産婦の心身のフォローを行う。……180万円

●農業基盤整備事業

*農地・農用地施設整備……350万円、農業施設維持修繕……400万円

●藤原岳自然科学博物館展示事業……57万円

日本水大賞環境大臣賞受賞したネコギギ保護増殖事業のシンポジウムを開催。

●戦傷病者・戦没者遺族等援護・追悼事業……883万円

麻生田野記念碑周辺に平和の鐘を設置するために員弁地区遺族会に補助。



伊藤 のりこ

なぜか、クーラーのリモコンが手放せ無い部屋から（9月中旬）、ふと裏庭に目をやると彼岸花が……思わず、凄い！と叫んでしまいました。自然と人の行いとを考えさせられる今、私たちは……。皆さま、お元気にお過ごしでしょうか。9月定例会では、今まで質問してきた事について、11月に任期満了を迎える日沖市長に、次期への考えをお尋ねしました。

更に文化・芸術の香り高い市へ

Q 市長が次期に創造しようとするものは。

A 100歳になられた方を訪問すると元気な方は皆さん、趣味（手芸やピアノなど）をお持ちで、長く趣味を持てる環境にある事は、人生を豊かにし活性化するのではないかと。文化・芸術も出来るだけ推奨していきたい。来年から始まる温水プール周辺の浅瀬の宇賀川や大井田城跡地の山林を子どもたちの野外体験に、旧大安庁舎に屋内で冒険を体験できる木製の大型遊具を設置し自ら遊びを創り出せる空間を・健康増進施設としてのフィットネス施設や健康を相談できるスペース・芸術や文化を学べる社会教育のスペースも検討出来ると考えている。文化・芸術とまではいかなくても、出来る限り皆さんが趣味で色んな事が出来る、そんな町づくりを進めていきたいと思う。

Q この中に集いやすい公園をつくる予定は。

A 宇賀川のさくら並木にベンチのようなものが出来て皆さんが集えるような空間にし、車道も規制して（桜の季節だけでなく）くつろげるような空間に出来ればと思っている。

本市の食料自給率・地産地消について

Q 市長が次期に考えるものは。

A いなべ市では稲作では厳しい経営が続く、農産物は産地化を目指す産地と言えるまで広がっていないし、市場に供給し続ける量と品質の維持が難しい状況である。地産地消＝いなべ市の人がいなべ市で生産された農産物を消費するのは極めて効率の良い方法である。学校給食について、今後、農家や地元の農産品を納入出来る八百屋さんや栄養士や調理師さんと教育委員会を中心に協議の場を創り、地元農産品の学校給食の食材としての活用を推進したいと考える。国の「みどりの食料システム戦略」が有機農業を推奨している、国の有機栽培農産物「有機 JAS マーク」の認証基準は非常に難しい（種まきや植えつけの2年以上、多年生作物の場合は最初の収穫の3年以上前から、農薬・化学肥料・除草剤を使っていない田畑で作られたもの）が、この厳しい条件をクリアして取組む地域や集団を募集して有機農業を進めていきたい。

Q 「有機 JAS マーク」取得は有料である。有機農業推進のための補助などは。

A 国が推奨しているので県も推奨している。県の普及所と協議して積極的に導入をはかっていきたい。

今回、頂きたかった答弁を頂いた事で、とても安堵し、明るいいなべ市を想像出来る様になりました。が、これからの道のりは個人だけ行政だけでは、成し得そうにありません。子や孫に、明るい未来を残すことを想像しながら、皆さまと楽しく歩ませて頂ければ幸いです。どうぞ、夏の疲れを癒して頂き、お健やかに秋をお楽しみくださいませ。お元気に！



清水 隆弘

認知症がかつて、「痴呆症」と呼ばれていたことを覚えておられる方も多いのではないのでしょうか。平成12年前後に「痴呆」という言葉の持つネガティブな響きが問題視され、「認知症」という新たな用語によって代わりました。

「認知症」という呼び方は、今やすっかり定着しておりますが、果たしてこの病気に対する我々市民の理解が進んだかと言えば、まだまだ道半ばといった感じではないのでしょうか。例えば、「認知症について、どんなイメージを持っていますか」と問われれば、多くの方が、「自分では何もできなくなる」、「自分の家も家族も何もわからなくなる」、「生き地獄だ」、「家族に多大な迷惑をかけてしまう」、「人生終わり」、等ではないのでしょうか。テレビや映画、小説では認知症を題材にした悲劇が多数描かれています。「徘徊中に事故に巻き込まれた。あるいは電車を止めてしまった」とか「認知症介護に疲れて心中した」などというニュースも目にします。誤解を恐れずに申し上げれば、このようなことは、実は全体のごくごく一部で、穏やかな日常を送っている認知症の方も大勢いらっしゃるのです。

全国で発症者が600万人を超えるとさえ言われている認知症。「なりたくない病気」ナンバーワンと呼ばれるこの病気。当時と時代は変わりましたが、「痴呆症」を「認知症」にあらためたところで、症状に対する正しい理解が伴っていなければ何の意味もありません。本人の気の持ちようや家族の行動が認知症の症状を悪化させるケースが多々あるので、本人だけでなく家族も認知症を正しく知っておく必要があります。そして、やはり公的支援、地域の見守りが必須です。

介護保険制度が始まったころは、どちらかといえば寝たきりの問題への対応が優先され、認知症への対応は遅れているところからスタートいたしました。活発に動ける人ほど行動範囲が広がり、長時間の見守りが必要になります。全体的に認知度が低くなるとサービスが制限されてしまいます。ひとり暮らしの老人の場合には、家事の不便や貧困、精神的孤独や病気になっても援助、世話、介護に対処してくれる人がいないという状態に陥ることがあります。そしてどちらかといえば家に閉じこもりがちになる傾向が見られます。こうした中で、苦勞されていることですが、ひとり暮らしの方が認知症の疑いがあった場合に行政の手が届いているのでしょうか。ひとり暮らしの老人の方への接触の仕方、介護保険の申請ができる体制はどうでしょうか。この点は今後の本市の状況から鑑みて、非常に大事な取り組みだと考えます。以下、一般質問の抜粋です。

【質問1】

Q 市が把握している認知症の人数は。

A 1995人が認知症状があると推測している。

Q 認知症の将来予測は。

A 高齢者の5人に1人が認知症になると言われている。約2500人が認知症になると推測。【福祉部長（以下同）】

Q 認知症高齢者等 SOS ネットワークの協力団体数は。

A 337団体。協力員数 3269人。

Q 団体の種類は。

A 介護事業所、医療機関、金融機関、交通機関、飲食店、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド等。

Q 認知症高齢者等が行方不明時に認知症高齢者等 SOS ネットワークがきちんと機能するように協力員の方にまいめるの登録を確認すべきだと思うが。

急増する65歳以上単身世帯数の推移		
年	世帯数	増加率
平成17年	779世帯	
平成22年	936世帯	1.2倍
平成27年	1240世帯	1.3倍
令和元年	2550世帯	2.1倍

A 地域包括支援センター職員がまいめるへの登録を協力員の方をお願いしていく。

Q 徘徊 SOS ネットワークの登録者数は。

A 46人。

Q 急増している独居老人が介護保険の申請ができる体制は。

A 地域の方々の力を借りて行政と社会福祉協議会が協力してサービスがつながるように努力する。

【質問2】太陽光発電の適切な設置を（回答は環境部長）

Q 令和2年は太陽光発電事業認定数は787件で現在は558件。減った理由は何か。

A FIT制度の売電価格が減少したので、認定後に事業中止になったと思われる。

Q 太陽光発電に関する市民からの相談にどのように対応したか。

A 自治会長から太陽光発電建設反対の相談を受けた際、自治会長へは自治会内で出た意見を取りまとめて、事業者へ申し出るよう助言した結果、認定申請の取り下げにいった。

支 出 伝 票

使途項目	広 報 費	整理番号	4
支 出 金 額	140,662 円		
支出年月日	令和6年1月15日		
使 途 内 容	会派だより第67号		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
会派だより第67号印刷・折り込み代			
140,662円			
支 出 先	共栄堂印刷株式会社		
按 分 率 等			
備 考 欄			



小寺 てつお

新年あけましておめでとうございます。

いつもご声援、ご支援ありがとうございます。市民の皆様には本年も変わらぬご理解とご協力をお願い申し上げますとともに、幸多き年になられますよう心から祈念いたします。

12月議会において、一般質問で「高齢者の公営住宅施策」についてを取り上げました。皆様とともに、いなべ市の高齢者の住宅施策を考えていただく契機にさせていただければ幸いです。

いなべ市では高齢化率は県内の他の市町村に比べて高水準であります。

現に高齢単身者、高齢夫婦世帯の増加も著しく、山間部特有の高齢者の住みにくさを反映しており、高齢者の余暇でもある農業を猿や鹿などによる獣の被害を受け、農業をやめなければならない環境にあります。また市内の藤原町、北勢町から過去10年間でおよそ2000人が便利な員弁町や大安町などに移住しております。山間部には生活関連施設がなく、また高齢者の交通事故の増加が見込まれ、免許返納が増えつつあるがゆえに困難な生活を余儀なく過ごしてみえる方々がいらっしやいます。この状況から公共交通機関や医療施設に近く、安心して住める場所を提供する事が重要な要素と考え、高齢者の公営集合住宅がだめならば、市営住宅をと思い、一般質問いたしました。

Q 現在の市営住宅の入居状況は

A 管理戸数73戸（うち災害緊急用2戸、老朽化17戸）であるが、入居可能戸数54戸、現在の1戸が空室、来年1月に入居募集を行う予定

Q 市の高齢者単身世帯数は、平成17年779世帯、平成22年936世帯、平成27年1240世帯、令和元年2550世帯となっている。直近の世帯数は。また高齢者夫婦のみの世帯数は。

A 令和5年11月17日現在の65歳以上の単身世帯は2577世帯。65歳以上の夫婦世帯数は2082世帯。

Q 市では高齢者が住み慣れた地域で安心して暮らせるまちづくりを推奨しているが、実際には課題が山積みしている。この状況をどのように受け止めているか。

A 「いなべ市版地域包括システム」の深化・推進に取り組むことで地域共生社会の実現を図ることが需要と考える。関係各課とも連携して検討していく。

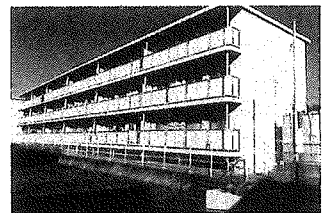
Q 高齢者が市街地で暮らせるエリアを設ける市の所感は。

A 市街地など新たな場所で高齢者が暮らすエリアを設ける構想は、現時点において検討していない。

Q 高齢者を対象とする住宅を整備する考えは。

A 介護度や自立度、経済状態等に応じてサービス付き高齢者向け住宅や各施設を紹介している。高齢者を対象とする住宅の整備は、現時点において検討していない。

現在、市営住宅は何件かが老朽化が著しく、予想される東南海トラフ沖地震の際には危険が高いことや、現行の入居要領では高齢者は除外されており問題が山積みです。今後とも皆様安心して暮らせるまちづくりに向けて、市に要望を継続していきたいと思っております。



公営の高齢者低所得者向けの住宅（イメージ）

「いなべ市議会 行動計画」が策定されました！

この計画は、いなべ市議会基本条例に掲げる「議会が議決機関として議決責任を強く認識すること」に立ち、市民に開かれた議会として、市民の福祉の増進及び公平かつ公正な市政の発展を図ることを目的として策定します。令和4年12月に設置した議会検証評価特別委員会において、議会成熟度評価モデルを指標として、さまざまな視点から議会活動を内部評価してきました。この計画において、議会に期待される役割（ミッション）と議会が実現すべき理想的な姿（ビジョン）を掲げ、議会基本条例に掲げる理念を基に、着実に実行することとします。

行動計画（～議会の新たなステージへ～）の期間は、令和5年12月1日から令和9年11月30日までの4年間。成熟度評価モデルの16の確認項目ごとに方向性を整理しました。取組内容は大きく15項目あり、主なものは次の通り（カッコ内は運用開始年月）です。

①市民との対話

- ・ 広聴広報委員会の設置（令和5年12月）⇒ どんどん市議会が現場に出て皆様のお声をお聞きます！
- ・ 市民と議会の意見交換会を随時実施（令和6年1月）⇒ いろんなご意見をお聞かせください！
- ・ 議会報告会を拡充（対面：年2回、動画配信：年2回）⇒ 定例会の動きを「議会」としてお伝えします！

②情報公開と説明責任

- ・ 議案は、議決するまでに市民の意見を聴取（令和6年第1回定例会）⇒ 議決する際に参考にさせていただきます！
- ・ これまで以上に議案を慎重に審議する体制を構築（令和6年第1回定例会）

③理想的な姿の構想

- ・ 議会モニター制度の設置（令和6年4月）⇒ ぜひご応募ください！
- ・ 有識者による議会活動の評価（令和6年7月）

④主権者教育と選挙の充実

- ・ 学校への出前講座、児童・生徒が議会へ参加する機会の創出（令和6年4月）⇒ 主権者教育に取り組みます！
- ・ 投票率向上に選挙管理委員会への働きかけ（令和6年4月）

【令和5年12月定例会のポイント】

- ・ 旧いなべ健康センター（員弁庁舎西裏）を電力の販売で経験と実績のある株式会社 mirale と市の共同出資した自然電力いなべ株式会社が使用し、ゼロエネハウスの促進を行うエネルギーマネジメントシステム（EMS）を構築するための拠点とします。
- ・ 情報通信技術講習事業…情報通信技術講習事業費補助金を活用し、フィッシング詐欺対策やスマホ教室や防災スマホ教室などを実施します。
- ・ 明治安田生命保険相互会社からの寄付金により、発達支援に関する消耗品及び備品と妊娠8か月で使用するベビーバスや沐浴指導用人形を購入します。
- ・ 社会福祉協議会への委託料（保育士分）、障がい者手当（特別障がい者手当・障がい者自立支援システム改修委託料・障がい者介護・訓練等給付費・障がい者特例介護給付費）、子ども医療費、手話通訳者報酬費、子育て短期支援、保育士人材派遣の委託料、有害鳥獣駆除報奨金、ふるさと納税業務委託料、市道の除雪作業委託料、常備消防委託料、学校給食運営委員会への委託料等が想定を上回っていることや物価高騰により増額をする補正予算が可決しました。



清水 隆弘



小寺 てつお

新年あけましておめでとうございます。

いつもご声援、ご支援ありがとうございます。市民の皆様には本年も変わらぬご理解とご協力をお願い申し上げますとともに、幸多き年になられますよう心から祈念いたします。

12月議会において、一般質問で「高齢者の公営住宅施策」についてを取り上げました。皆様とともに、いなべ市の高齢者の住宅施策を考えていただく契機にいただければ幸いです。

いなべ市では高齢化率は県内の他の市町村に比べて高水準であります。

現に高齢単身者、高齢夫婦世帯の増加も著しく、山間部特有の高齢者の住みにくさを反映しており、高齢者の余暇でもある農業を猿や鹿などによる獣の被害を受け、農業をやめなければならない環境にあります。また市内の藤原町、北勢町から過去10年間でおよそ2000人が便利な員弁町や大安町などに移住しております。山間部には生活関連施設がなく、また高齢者の交通事故の増加が見込まれ、免許返納が増えつつあるがゆえに困難な生活を余儀なく過ごしてみえる方々がいらっしやいます。この状況から公共交通機関や医療施設に近く、安心して住める場所を提供する事が重要な要素と考え、高齢者の公営集合住宅がだめならば、市営住宅をと思い、一般質問いたしました。

Q 現在の市営住宅の入居状況は

A 管理戸数73戸（うち災害緊急用2戸、老朽化17戸）であるが、入居可能戸数54戸、現在の1戸が空室、来年1月に入居募集を行う予定

Q 市の高齢者単身世帯数は、平成17年779世帯、平成22年936世帯、平成27年1240世帯、令和元年2550世帯となっている。直近の世帯数は。また高齢者夫婦のみの世帯数は。

A 令和5年11月17日現在の65歳以上の単身世帯は2577世帯。65歳以上の夫婦世帯数は2082世帯。

Q 市では高齢者が住み慣れた地域で安心して暮らせるまちづくりを推奨しているが、実際には課題が山積みしている。この状況をどのように受け止めているか。

A 「いなべ市版地域包括システム」の深化・推進に取り組むことで地域共生社会の実現を図ることが需要と考える。関係各課とも連携して検討していく。

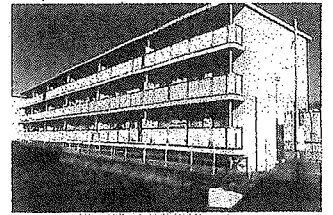
Q 高齢者が市街地で暮らせるエリアを設ける市の所感は。

A 市街地など新たな場所で高齢者が暮らすエリアを設ける構想は、現時点において検討していない。

Q 高齢者を対象とする住宅を整備する考えは。

A 介護度や自立度、経済状態等に応じてサービス付き高齢者向け住宅や各施設を紹介している。高齢者を対象とする住宅の整備は、現時点において検討していない。

現在、市営住宅は何件かが老朽化が著しく、予想される東南海トラフ沖地震の際には危険が高いことや、現行の入居要領では高齢者は除外されており問題が山積みです。今後とも皆様安心して暮らせるまちづくりに向けて、市に要望を継続していききたいと思います。



公営の高齢者低所得者向けの住宅（イメージ）

「いなべ市議会 行動計画」が策定されました！

この計画は、いなべ市議会基本条例に掲げる「議会が議決機関として議決責任を強く認識すること」に立ち、市民に開かれた議会として、市民の福祉の増進及び公平かつ公正な市政の発展を図ることを目的として策定します。令和4年12月に設置した議会検証評価特別委員会において、議会成熟度評価モデルを指標として、さまざまな視点から議会活動を内部評価してきました。この計画において、議会に期待される役割（ミッション）と議会が実現すべき理想的な姿（ビジョン）を掲げ、議会基本条例に掲げる理念を基に、着実に実行することとします。

行動計画（～議会の新たなステージへ～）の期間は、令和5年12月1日から令和9年11月30日までの4年間。成熟度評価モデルの16の確認項目ごとに方向性を整理しました。取組内容は大きく15項目あり、主なものは次の通り（カッコ内は運用開始年月）です。

①市民との対話

- ・広聴広報委員会の設置（令和5年12月）⇒ どんどん市議会が現場に出て皆様のお声をお聞かせします！
- ・市民と議会の意見交換会を随時実施（令和6年1月）⇒ いろんなご意見をお聞かせください！
- ・議会報告会を拡充（対面：年2回、動画配信：年2回）⇒ 定例会の動きを「議会」としてお伝えします！

②情報公開と説明責任

- ・議案は、議決するまでに市民の意見を聴取（令和6年第1回定例会）⇒ 議決する際に参考にさせていただきます！
- ・これまで以上に議案を慎重に審議する体制を構築（令和6年第1回定例会）

③理想的な姿の構想

- ・議会モニター制度の設置（令和6年4月）⇒ ぜひご応募ください！
- ・有識者による議会活動の評価（令和6年7月）

④主権者教育と選挙の充実

- ・学校への出前講座、児童・生徒が議会へ参加する機会の創出（令和6年4月）⇒ 主権者教育に取り組みます！
- ・投票率向上に選挙管理委員会への働きかけ（令和6年4月）

【令和5年12月定例会のポイント】

- ・旧いなべ健康センター（員弁庁舎西裏）を電力の販売で経験と実績のある株式会社 mirai と市の共同出資した自然電力いなべ株式会社が使用し、ゼロエネハウスの促進を行うエネルギーマネジメントシステム（EMS）を構築するための拠点とします。
- ・情報通信技術講習事業…情報通信技術講習事業費補助金を活用し、フィッシング詐欺対策やスマホ教室や防災スマホ教室などを実施します。
- ・明治安田生命保険相互会社からの寄付金により、発達支援に関する消耗品及び備品と妊娠8か月で使用するベビーバスや沐浴指導用人形を購入します。

- ・社会福祉協議会への委託料（保育士分）、障がい者手当（特別障がい者手当・障がい者自立支援システム改修委託料・障がい者介護・訓練等給付費・障がい者特例介護給付費）、子ども医療費、手話通訳者報酬費、子育て短期支援、保育士人材派遣の委託料、有害鳥獣駆除報奨金、ふるさと納税業務委託料、市道の除雪作業委託料、常備消防委託料、学校給食運営委員会への委託料等が想定を上回っていることや物価高騰により増額をする補正予算が可決しました。



清水 隆弘

使途項目別一覧表

使途項目名	資料購入 費
-------	--------

年月日	支出内容	支出額	備考	整理番号
令和5年6月21日	地方議会議員ハンドブック	5,940 円		1
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
		円		
計		5,940 円		

支 出 伝 票

使途項目	資料購入 費	整理番号	1
支 出 金 額	5,940 円		
支出年月日	令和5年6月21日		
使 途 内 容	地方議会議員ハンドブック 第2次改訂版(3冊)		
領収書・その他証拠書類			
☒ 裏面添付			
地方議会議員ハンドブック第2次改訂版 3冊			
支 出 先	株式会社 ぎょうせい		
按 分 率 等			
備 考 欄			

地方議会議員 ハンドブック

第2次改訂版

全国市議会議長会 著

議会運営の手引書

地方自治法や会議規制で定められている
議会のルールを〈読みやすい2色刷り〉にして
わかりやすくまとめた**待望の最新改訂版!**

ぎょうせい