

令和6年12月3日

浜田市議会議長 様

議員名 村 木 勝 也

研 修 受 講 報 告 書

下記のとおり研修を受講したので報告します。

記

1. 研修名

『地方に人を呼び込め』これからの観光戦略
『地方に人を呼び込め』驚きの人口増加策
質問づくりの基礎

2. 受講の目的

浜田市における観光戦略の課題、人口減少における地方創生、そして、政策実現につながる質問のあり方を学ぶ

3. 期間（移動日を含む）

令和6年11月17日（日） ～ 令和6年11月19日（火）

4. 経費 107,233 円

（経費内訳 受講料 45,000 円[3 講座] 旅費 62,233 円）

内訳: JR 料金 37,560 円

高速料金 1,620 円

ガソリン 1,653 円

駐車場 2,100 円

ホテル宿泊 19,300 円[2 泊]

5. 研修のポイント・議員活動や市政への反映など

アフターコロナの政策として、観光都市を訪れ、観光等を活かして地方に人を呼び込む議員目線を養うため受講した。

6. 研修内容

（詳細は別紙のとおり）



地方議員研究会

人口減少時代の議員目線

1. 日 時 令和6年11月18日(月)

10:00~12:30

2. テーマ 「地方に人を呼び込め」 これからの観光戦略

3. 内 容

・あなたの街の有効な観光資源は？

観光とは

「観」-人生観、世界観

自然、歴史、文化・芸術、宗教・哲学、食、家族、地域、人、まちづくり・・・

「観光政策」-都市政策の総和

安心・安全、危機管理、「人の育成」も含めた、あらゆる分野を横断する総合政策として、異分野の人やものが相互に密接に融合・連携して取り組む。

観光立国といえはフランス パリのリピーター率は90%

何十年もずっと世界一の外国人客数七千万人越(但し、観光収入は、スペイン、アメリカに次いで2位)

なぜ人はパリへ向かうのか？→憧れ

思い入れはコストや困難を全て超える強さ→憧れに勝るものはなし

都市のブランド戦略が重要なのでは？

=広報宣伝力、ブランディング戦略(アニメの聖地、漫画・ドラマの舞台、フィルムコミッションなどなど)

・最速 ブランディング戦略

誘致・セールス⇔マーケティング

「来てください」→「行きたい」仕掛けをつくる。

「行きたい」と思わせる。だから皆さん金沢に行く！

☆ブランドは理屈じゃない！「憧れ」こそがブランド!!

☆ブランド=明確なイメージ

☆低価格はブランド化しない

☆自然はどこにでもある(+要素が必要)

☆イメージ化できないところには行かない

☆色々は不要→何もかもはいらない。一つでいい

☆イメージ=連想できるか？(食の県香川[うどん]、飲み物の町宇治[お茶])

☆知名度≠ブランド

☆ニッチ領域でとがる！ 強みを徹底的に伸ばす

☆弱みは強みに

☆日本一を目指す(二番ではダメなんです)

☆領域を絞って一番を目指す(カルデラ火山日本一阿蘇)

☆シンボルを作る

☆食のブランド化(1次産業(農水業)×2次(製造)×3次(飲食・小売)

☆映え=見せ方、演出

先ずはブランド化に成功すること。

ブランド化出来たら、観光戦略のはじまり

ブランディングのヒント→物は溢れている。それでも買う心理とは？

近年の地方都市の愚痴→うちの街は過疎化が酷て

人口減少に歯止めが掛からない

うちは観光資源もないし・・・

そんな自治体の為に

■ドバイに学ぶ観光戦略

・ドバイに学ぶ観光戦略

決して恵まれた環境ではない都市ドバイ←中継都市

目標:ドバイを世界地図に載せる

ドバイそのものがブランド→ドバイは夢を見せてくれる観光地

欧州をターゲットにした戦略

→英語で何一つ不自由のない国際都市

世界No.1 戦略(世界最大の人工島、世界最高層の建造物、世界最大規模の噴水ショー

世界一だから人が来る

世界初の7つ星ホテル→星は元来5つ。自称の世界

国際的なイベントの開催

優秀なリーダーで街は再生するのです。

・京都の事例と観光政策の考え方

これまでの京都市観光政策→旅行者をあたたくむかえましょう。

これからは「量」から「質」へ

満足度 海外の富裕層、目利き層 欧米、台湾、中東

観光消費額 M I C E

3つの集中の是正

時間帯の分散 季節の分散 場所の分散

魅力の向上

京都らしい景観の保全・継承等

京都市の観光を取り巻く課題

混雑の悪化 マナー問題、違法民泊対応 泊まりたくても泊まれない

場所の分散・・・魅力ある多様なエリアへの送客促進

宿泊税の導入・・・納税者は有権者ではない。→自主財源となる。

違法民泊は、絶対に許さないという意思の下、対策専任職員の大幅増強

外国人観光客へのマナー啓発

何はともあれ観光は

○高齢者向けのビジネス

○インバウンドは必ず成長

○絶対的成長産業

○旅行ロスがすごい！

問題は「地元にとって儲かる観光戦略がつかれるか？」

・今後の観光戦略

○インバウンド対策

中国客や欧米客はまだまだ増えるだろう

名所巡り → リピート → 長期滞在 というサイクルの進展

→あなたの町の対応力は？

店舗向け外国人マニュアル

福山アンバサダー

○富裕層対策

お金より時間を大切に→富裕層にとって特別な体験を

受入旅行代理店の整備 5つ星ホテル誘致を急げ！

○ムスリム観光

ムスリム対策・・・イスラム教徒 16 億人(世界 4 人に一人)

一日 5 回お祈りをする

食事に対して厳格なルールがある

○M I C E

戦略①ユニークベニュー(歴史的・文化施設で会議やレセプションを開催)

戦略②温泉M I C E という新発想

戦略③取捨選択で攻める小型国際会議特化

○マンガツーリズム

聖地巡礼を観光の起爆剤に・・・「君の名は。」効果で観光客が増加(飛騨市)

○オーバーツーリズム

オーバーツーリズムは、ブランド破壊

地方議員研究会

人口減少時代の議員目線

1. 日 時 令和6年11月18日(月)

14:00~16:30

2. テーマ 「地方に人を呼び込め」驚きの人口増加策

3. 内 容

・地方消滅=東京一極集中問題

アフターコロナのポイント

市民の政治への関心度が高い

政治課題が山積み

自治体の弱い部分が露呈

更なる財政悪化が懸念

安心安全のキーワードに反応

経済の再生も関心が高まる

政治に求められる形が変化

過去のトレンド崩壊

SNS の普及で大衆の政治参加

リーダーの質が問われる時代へ突入

求められること 「公共サービスを早く・安く・安定的に 提供する」

政治家にとってはかつてない活躍
のチャンス

・人口減少に負けない人口増加戦略

東京への対抗軸を作れるか？

統計以来初、5月の人口「転出超過」

企業の地方移転の気運高まる→しかし、関心で終わっている。実際は、埼玉、神奈川などへ流れている。

勝ち組

リブランド 子育て支援 地理的優位性

労働者不足が地方を減ぼす

・都市間競争と地方創生

人口減少とは・・・

自然減・・・出生数を死亡数が上回る←あきらめる

社会減・・・転出超過

自然減は基本的に止まらない

市世代の地方自治キーワード「足での投票」

自治体を比較する時代

上昇都市は若者流入が続いている。

移動するのは若者で、理由は仕事と住まい

人口問題の大原則・・・働く所がないと人は出ていく。

職住一体型「働く場所をつくる」

企業誘致を基軸にした都市の再生
大学を基軸にした企業集積を
住居特化型「近くで働く」
産業特化型「住むのは隣町」
企業誘致 地方拠点強化税制
奨学金支援による地方定着戦略
奨学金を活用した若者の地方定着促進に係る特別交付税措置
デジタル社会の「もうひとつのキーファクター」 物流
→工場誘致ではなく、物流拠点を誘致
デジタル社会の「もうひとつのキーファクター」 DC
→工場誘致ではなく、データセンターを誘致
DCは、再生可能エネルギーと相性抜群

・都市特性を生かした誘致戦略～明石の事例から

人口増加戦略② 子育て支援
明石市子育て世帯誘致戦略
一人親に徹底的に寄り添う姿勢
神戸市の反撃 子育て住み替え補助金最大 40 万円

・流山市のシティプロモーション戦略

人口増加戦略③ ブランディング
都心から一番近い森のまち、流山市。マーケティング課を設置
「母になるなら、流山市」
子育て世帯に選ばれる街になるための3つの柱
財政健全化の実現 良質な住環境の整備 子育て・教育環境の充実

・人口増加戦略④教育

教育環境整備で人を呼び込むツールとなる。
御所南小学校の奇跡 地価高騰、住民急増、分校へ
長野県佐久穂町／大日向小学校
→国内初のイエナプラン教育校で7割が県外からの教育移住
その他として、山海留学制度、しおかぜ留学、スマートスクール

・まとめ

「人口を増やすことはできる」
まずは、自治体の特性分析、次にブランド戦略、そして戦略的プロモーション
職住を制する者が人口獲得に勝つ！
自治体にとっての最適解を模索されたし。

地方議員研究会

人口減少時代の議員目線

1. 日 時 令和6年11月19日(火)

10:00~12:30

2. テーマ 質問づくりの基礎～質問の切り口と使える政策大全～

3. 内 容

・質問をする理由とダメな理由

議員はなぜ質問をするのか

何を考えて質問していますか？

実は、有権者が落胆するようなメンタリティーで仕事をしているケースが多い
原点に立ち返って考えてみると

あなたはなぜ議員になったのか？

あなたの問題意識はどこにあるのか？

〇〇の問題を解決したい！

情熱が人を動かす！

情熱なきところに解決なし！

議場以外で話しているか
政策実現する気あるのか

本気度が伝わらないと相手も本気でやらない。
適当に質問すれば、適当に返ってくる。

やりたいことをもう一度本気で考えよう。

先ず、問題意識のある分野で徹底的に仕事をしよう！

① やりたいことをやる→とにかく優先的にすぐやる

② どういった社会にしたいか考える→それに適合する政策テーマを探す
(問題意識を明確にする)

・社会的弱者を救いたい

→福祉制度見直し、所得の再配分

・財政を再建したい

→無駄遣いチェック

民活活用 新税

③ いい質問を作る→予算・決算の見方、条例案のチェック方法を学ぶ
社会課題を研究、新政策を提案する。

何を学びたいか、明確にしないと進化しない

波風を立てなければ何も始まらない。←政治家ならば

・誰かが言わないと世の中は何も変わらない

- ・言わないとはやらないことと同義
- ・発言することで交渉カードが手に入る

政策は、取引材料になる

政策は、ただで作れる交渉カード

潰されずに戦え！ 潰されるなら取引せよ

- ・基本的には折れないことが大切
一時的に関係は悪化するがそのうち戻る
与しやすい議員の言うことなど誰も聞かない
- ・折れるなら取引材料として使え
ただではくたばるな。労力分は回収を
質問ひとつで役所に貸し借りを作れる

質問作り事例

- ・資料要求
- ・作業→課題問題の洗い出し
現地調査が大切
根拠の確認

・質問事例

大阪府寝屋川市に学ぶ先進的コロナ対策＋α
地方自治政策の宝石箱 明石市・最強の政策集
独断と偏見で選ぶおすすめ政策5選

→滋賀県野洲市「くらし支えあい条例」

能州市債権管理条例

生活再建チーム(桶川市)

子育て支援・保育ステーション(流山市)

新たな財源確保策 法定外新税

京都市「別荘税」「宿泊税」「空き家税」

大宰府市「駐車場税」

岐阜県「乗鞍環境保存税」

熱海市「別荘等所有税」

泉佐野市「空港連絡橋利用税」

座間味村「美ら島税」

富士河口湖町「遊漁税」

豊島区「ワンルームマンション税」

- ・法定外税は、税収増効果が大きい！
- ・市民以外から徴税できる！
- ・課税により政策的誘導ができる！
- ・正当か、公平か、捕捉可能か！
- ・徴税コストは大きくないか！

・質問作りの要諦 7か条

1. トrendを研究する。(時代の要請とはなんぞや)
2. 地元から集めた情報をしっかり質問作りに生かす。
3. 深掘りした調査を徹底的に。
4. 一度きりで終わらない。
5. 常にアンテナを張り巡らせる。
6. ゴールを明確にする。(理想なき質問はご法度)
7. 軋轢を忘れるな！

・休憩時間でのコメント

財務指数は、県内で比べるのではなく、類似団体で比較することが大切

→総務省の決算カードを見ることが大事！

浜田市は、類似団体で比較すると良くない。

↓セミナーに参加している自治体をピックアップ

令和4年度 決算カード	赤平市	長門市	野田町	香南市	和歌山市	浜田市	三津市	美祿市	栗川町	長門県	岐県	柏崎市
財政力指数	0.19	0.60	0.81	0.94	0.80	0.38	0.55	0.39	0.24	0.50303	0.52697	0.66
経常収支比率	94.4	92.4	94.9	94.2	96.9	94.3	95.6	96.1	79.7	92.4	92.4	94.5
実質公債比率	12.2	6.5	7.0	4.8	9.4	10.8	15.0	8.1	7.7	9.7	7.2	9.6
将来負担比率	76.9	66.6	—	19.4	95.0	20.9	84.5	44.4	4.0	159.2	222.9	13.7
ラスパイレス指数 (給与水準)	96.3	96.5	98.6	100.8	97.2	97.7	93.9	99.1	98.2	100.4	99.5	98.5
2050年人口 若者女性減少率	3.643 074.9	197.04 038.5	55360 018.5	273342 019.3	290227 030.6	36232 042.0	63029 048.5	10902 068.5	7088 024.2			51217 049.1

[ホワイトボード再掲]

財政力指数

経常収支比率

実質公債比率

将来負担比率

ラスパイレス指数

2050年人口

若者女性減少率

【所感】

【金沢市・これからの観光戦略】

この度、金沢市を訪れ、改めて金沢は加賀百万石の歴史的な面影や美食、工芸体験などが楽しめる観光都市だと痛感しました。そして、金沢城を中心に観光地が集まっており、徒歩やバスで回ることができます。このようなことから、浜田市に持って帰ることのできるものは何かを探りました。

まずは、「有効な観光資源」です。今、浜田市では、「神楽」を資源として展開しています。この度のセミナーでは、「憧れ」がキーワードでした。そして、その「憧れ」なるものをブランディングして、浜田に「行きたい」仕掛けをつくる。浜田に「行きたい」と思わせる。ブランド作りの大切さを学びました。

私は、浜田の観光資源は、神楽の他に、豊富なスポーツ施設だと思います。正に、2030年の国スポを控え、サッカーや野球場、そして体育館を大きな大会ができる規格に改修することの必要性を提案したいです。また、ゴルフ場や海浜公園も魅力的です。特に野球場は、一般球場より狭いことから、学童や少年野球の聖地にできないかと。海や山でのアドベンチャーや和紙漉き体験やお寺での座禅、浜田市ふるさと体験村の活用、更には温泉なども有効と考えます。浜田市合宿等誘致事業補助金がありますが、この度のセミナーのブランディング戦略に当てはめてみたいと考えています。今後、研究したいと考えています。

【驚きの人口増加策】

人口減少において、生活必需サービスの維持が困難になります。例えば、ドライバー不足、建設人材不足、介護スタッフ不足、医療スタッフ不足等。

この度のセミナーで、子育てや教育環境の政策で人口増加の例をお聞きしました。私は、その他の政策の中で「ワーキシュアクト」に興味を持ちました。

今、「ふるさと住民票」の取組をしている市町があります。もちろん、東京一極集中を打破する必要がありますが、先ず、興味のあるまち、ルーツがあるまちと関りが持てればと思います。そして、このことは、災害時のボランティア活動においても有効ではないかと思ひ、一般質問で取り上げたいと考えます。

【質問づくりの基礎】

この度のセミナーで、改めて感じたことは「問題意識のある分野で徹底的に仕事をしよう」です。

① やりたいことをやる → とにかく優先的にすぐやる

住みやすい〇〇 住み続けたい〇〇 (〇〇は地域名又は地区名)

② どういった社会にしたいか考える → それに適合する政策テーマを探す

テーマ 防災・減災活動を通してのまちづくり(特に自治会活動を意識)

(実際は、自治会活動が正常ならば防災・減災対策はできる。)

当事者意識を持った人づくり

課題解決に資する拠点づくり

持続可能な制度づくり

③ いい質問を作る→社会課題を研究、新政策を提案する

現地調査、根拠の確認そして、議場外での話し合い

ここが熱意につながる。



ただ、正直、庁舎内を歩くことに慣れていません。このままでは、議員としての仕事
ができていないと感じています。

質問作りの要諦 7 か条に充てて一般質問に臨みたいです。

また、この度のセミナーで、議員も政策を考えるにおいては、「財源」も考えなければ
ならないことを痛感しました。もちろん、現職の時には、「財源」を考えていましたが、
市議も同じであることを学びました。法定外新税は、市の予算案や条例案を審議し、決
定する市議会議員として考えさせられました。