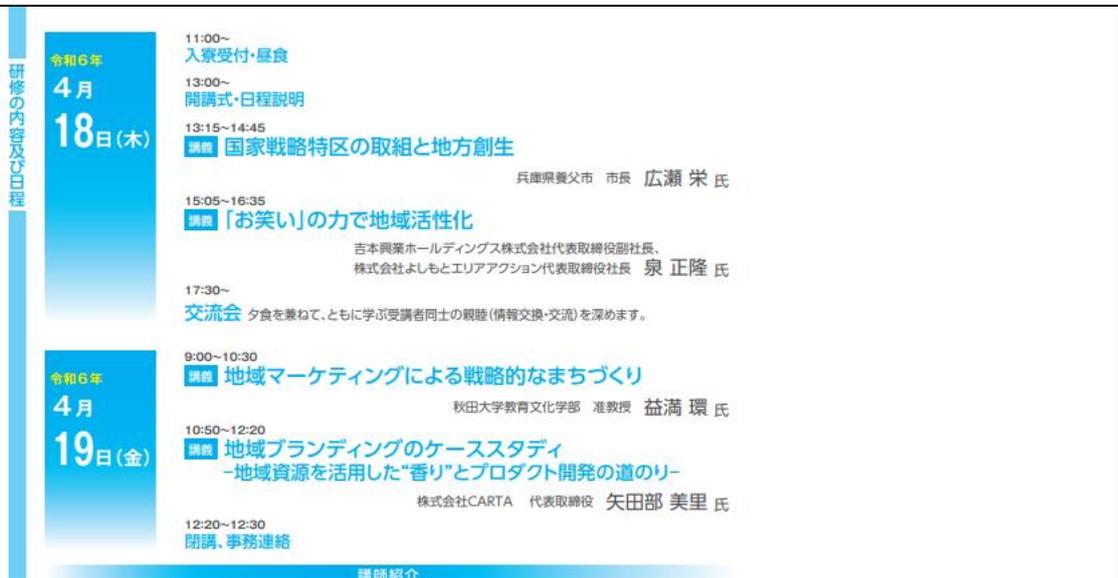


研修報告書

報告書作成日：2024年4月19日

所属	氏名	研修実施期間
明日の向日	林 リエ	2024年4月18日～4月19日
研修実施機関名	研修名	研修実施場所
公益財団法人全国市町村研修財団	市町村議会議員特別セミナー	滋賀県大津市唐崎町2丁目13番1号

研修内容	 <p>研修の内容及び日程</p> <p>令和6年 4月 18日(木)</p> <p>11:00～ 入寮受付・昼食</p> <p>13:00～ 開講式・日程説明</p> <p>13:15～14:45 講師 国家戦略特区の取組と地方創生 兵庫県養父市 市長 広瀬 栄 氏</p> <p>15:05～16:35 講師 「お笑い」の力で地域活性化 吉本興業ホールディングス株式会社代表取締役副社長、株式会社よしもとエリアアクション代表取締役社長 泉 正隆 氏</p> <p>17:30～ 交流会 夕食を兼ねて、ともに学ぶ受講者同士の親睦(情報交換・交流)を深めます。</p> <p>令和6年 4月 19日(金)</p> <p>9:00～10:30 講師 地域マーケティングによる戦略的なまちづくり 秋田大学教育文化学部 准教授 益満 環 氏</p> <p>10:50～12:20 講師 地域ブランディングのケーススタディ -地域資源を活用した“香り”とプロダクト開発の道のり- 株式会社CARTA 代表取締役 矢田部 美里 氏</p> <p>12:20～12:30 閉講、事務連絡</p> <p>講師紹介</p>
------	--

感想 (学び・気づき)	<p>令和6年度初めての全国市長議員研修！ 北海道から宮崎までの170名近い議員が集合！</p> <p>1・兵庫県養父(やぶ)市長 広瀬栄さん 国家戦略特区の取組と地方創生～養父市の挑戦～</p> <p>養父市長より・・・能登半島の地震について 都市部ではない場所での地震が今後も起こるとを危惧している。 国の対応が遅く、復旧が進まない中若者達は他市町へ出ていき、大人たちもこれだけ復旧が遅くなると他市町へ転居している。人口減少が急速に進み心配している。 大切なことは、個々の地域が抱えるリスクを可視化してリスクを数値化し、リスク回避に向けて市民と協働することが大切。従来の対応では無理だ。</p> <p>平成16年に合併 今年市政20周年 デジタルを取り入れた選挙をした。</p> <p>現在の政策は日本一の農業・子育て・福祉に力を入れている。 色々やってみて感じていることは 生きづらさ・孤立する人が増えている。孤立しない地域づくりが必要。 経済的な豊かさを求めてきたがそれだけでは人は満たされない。人と人との繋がり。</p>
----------------	---

個人が抱えている孤立の解決を通じて地域づくりをしていこう！

国の発表では 2100 年の人口は全国 6000 万人

こちらを何とか 8000 万人にしたいと国は動いている。

このままでは養父市は 2090 年には人口が 0 になってしまう。

地域が維持できない状況になってきている。少子化に真剣に向き合っている。

養父市は特区に認定されている(意味がわからず調べました下記)

国家戦略特別区域（こっかせんりやくとくべつづくいき）は、[日本経済再生本部](#)からの提案を受け、[第 2 次安倍内閣](#)が**成長戦略**の柱の一つとして掲げ、[国家戦略特別区域法](#) 2 条で「地域振興」と「国際競争力向上」を目的に規定された[経済特区](#)である。**国家戦略特区**（こっかせんりやくとく）と略される。

農業の担い手不足と高齢化で維持が難しくなっている。農業をベースにまちづくりをしている。農業を守るために今の農業を維持できる様に国に働き掛けて制度を変えてもらう。

元気な高齢者がシルバー人材センターの会員になると勤務時間が抑制されるので、シルバーの雇用問題も解決した。

また下記も実施

◎**農業委員会の権限を市長に移した**

◎**企業が農地を持ってはどうか。昨年から法律が改正。構造改革特区全国展開が可能になった。(向日市参考にする) 10 年間農業関係に働きかけてきた。**

資料 P11

従来は農家しか農業ができなかった。

農家になるには農業委員から許可が必要。

過去は企業が農地を持つことが出来なかったが専業農家だけでは難しい。農業を経営戦略として取り入れる企業があってもいいのではないか。

小規模自給的・兼業農家・趣味で農業・農家以外の方が農業をしてみたい。自分の食べるものを自分で作りたいという人が農業をしてみたいのではないか。この辺りを緩和。

資料 P13 自家用車をつかっての市民を運ぶ。やぶくるについて(ライブシェア)

現在やっとライブシェアが国としても認知しスタートするが、養父市は数年前から実施している。当初は組合やタクシー関係者等からの圧力もあった。タクシー業界も自社で車を維持して経営することが今後難しくなるので、他人の車を使ってマッチングをして会社を運営することも考えていく必要があるのではないか。

資料 P16 教育改革

学校統合をした。統合で学校がなくなった地域は活力がなくなることが解った。

そして学校の統合はやめると決めた。保護者のことを考えると大人数の中での切磋琢磨は大切。昨今デジタルを活用して少人数でも大人数の教育環境は与えることができる。

授業は配信で受ける。友達とのコミュニケーションは集まっておこなう。そんな柔軟な

教育を実施していく。

資料 P21

下水道は下水サーバランス協議会をつくっている。下水道の価値を改めて考えることが必要。今年はノロ・インフル・コロナ3種類で検出する。尿からウイルスを検知することができる。4つの町の下水道を検査して9町毎の結果も把握している。この結果を教育員会にもシェアして注意喚起に活用している。

事業者に無理を言って単独で2500万位の経費を使っている。

資料 P22 地域インフラ再生戦略マネージメント(群マネ)

下水道もウォーターPPPも取り組んでいる。他市町と協働して専門性のある職員を共有してもいいのではないかな。

ウォーターPPPとは(1/2)

※1 水道、下水道、工業用水道分野において、公共施設等運営事業に段階的に移行するための官民連携方式として、長期契約で管理と更新を一体的にマネジメントする方式 ※2 国による支援に際し、管路を含めることを前提としつつ、民間企業の参画等を踏まえ、対象施設を決定する。

他市町と協働して専門性のある職員を共有してもいいのではないかな。

◎メタバースを活用した新たなまちづくり

吉本産業とソフトバンクと連帯している。2年間実施したがアクセス数等伸びが悪いので改善が必要。

今後バーチャル上の市民を100万人にしたい！今後の活用にも課題がある。

◎若者達が生活するために選ぶには利便性。

給食費の無償化・医療費の無償化等も実施したが、子育て支援では大きなインセンティブにならないと感じるようになった。

色々と考えた結果【繋がり・孤立をつくらないこと】に力を入れている。

質問

「事業所との連帯はどの様にしているのか？」

地域が活力を持つことが大切。

規制緩和は今利益を得ている企業もある中で進める難しさも感じる。現制度で利益を得ている企業からは反対がおこる。ライドシェアをすとなったときに、全国タクシー協会の会長が市役所に来て関西タクシー企業の代表・兵庫県タクシー協会もきた。労働組合側もきた。全部そろって部屋に来た。皆さんには察して欲しい(笑)

イノベーションを起す時は軋轢もあるが未来を見据えて乗り越える必要がある。

養父市では職員と働く使命を議論している。市民にとって最適な価値を生み出す仕事をする。行政の使命である。その為に日々の仕事の中での気付きがある。社会や環境は目まぐるしいスピードで変わっている。今の時代に最適でない部分が出てきている。養父

市民にとってこうした方がいいのではないかという時に、以前は役所の中で言い出したりできなかった。予算通りにやっていけばそれで良かった。しかし今、**気があった**ときに見過ごすことなく皆で考えていきたい。市長の原点もここにある。

◎農村 RMO 自主運営組織

農村 RMO とは

農村型地域運営組織（農村 RMO：Region Management Organization）とは、複数の集落の機能を補完して、農用地保全活動や農業を核とした経済活動と併せて、生活支援等地域コミュニティの維持に資する取組を行う組織の事です。なお、農村 RMO は、RMO（地域運営組織※）の一形態と整理しています。

※地域運営組織・・・地域の暮らしを守るため、地域で暮らす人々が中心となって形成され、地域内の様々な関係主体が参加する協議組織が定めた地域経営の指針に基づき、地域課題の解決に向けた取組を持続的に実践する組織。

2・吉本産業を活用したまちづくり

3・地域マーケティングによる戦略的なまちづくり(秋田大学教育文学部地域文化学科 益満さん)

小学生でも作って販売することはしている。大学ではどれくらいお金が落ちたかまで拘っている。秋田はつくったお酒を秋田県内で約 6 割を消費している。

大仙市にある 7 つの酒蔵がありなかで 5 つの酒蔵と協働。伝統ある日本の酒蔵を守るために 2020 年度からプロジェクトを組んだ。企画ものの日本酒は 4 年でつぶれる。作るだけではダメなので横展開も考えている。学生が泥んこになり汗水流して活動している姿。米づくりから販売まで全てを担う経験。ここまで大学生が関わる酒づくりは国内でもレアなケース。

商品力と発信力はバランスが大切。知らなければならないのと同じ。商品の価値を知らしめる。

インスタは 20 代の女性のツール。若い女性向けのインスタをなぜしているのか？ 将来の顧客の可能性がある。正直インスタでビジネスができるとは思わなかった。契約してくれないかという引き合いもある。学生はデジタルネイティブの世代、最大限に活用。YouTube の動画も作成。ノメバミヤコン YouTube みてください。動画作成にも学生が参画。市の広報誌にも掲載。**市民を巻き込まないと成功しない。**

秋田のアンテナショップでも販売したが県や町の認識とは違い、東京などでは認知度が全くなく凹んだ。

風呂敷広げれば買ってくれる時代は終わった。

マーケティングの理論で三回見てやっとその存在に気付く。7 回見て購買に結び付く。メディアを打ちながらも 3 回目に触れさせて 7 回目で購入してもらう。

地元新聞紙と休日の長者番組にでる。秋田と言えば雪深い。視聴率が高い土曜日の朝の 9 時に向けてテレビを流した。自治体の特徴を活用しながら PR する

産学官連携成功の要因

1・産学官それぞれがプロジェクトに対する志や目的を共有し一致させる。

志や目的が不一致なままプロジェクトを進めると効果的に成果がでない。

2・資金・人材を確保する

大学は産学官連携の核となる。ただし人選は特段の配慮が必要。(産学官連携 HP で検索するとでてくる)

3・既存の地域資源を活用する

ヒト・モノ・コトや地域の特徴長所に着目し、それらを活用する方法を考える。地域で辺りまでの物でも他の地域や新しい世代から見ると新鮮で魅力的なものに映る。

4・とことんコミュニケーションをとる。

産学官それぞれの志や目的、価値観が異なる場合は相手側とのコミュニケーション不足になり結果的にプロジェクトが失敗することもある。

5・多くの人・組織・地域を巻き込む

人と人、組織と組織、地域と地域とが其々の立場や活動は範囲を超えて連帯すると効果が大きくなる。

他人事ではなく自分事として足ら得てもらうよう、取り組みにも積極的に参画してもらえるよう仕事や趣味、興味、得意なことを活かせる形で行う。産学官が WINWINWIN の関係になるようにする。

そして凄く重要なことは【未来志向の人と組まない。】

地域が潰れる(石巻)で感じたこと。紙の会社が震災で大変なことになりこの街も終わりと感じた。会社が元気だとまちも元気になる。秋田県は毎年一万人減っている。90年後には秋田県が無くなる。

まとめ

- ・商品力と発信力のバランスが大切
- ・産学官連携がうまくいかない理由の殆どがヒトに起因します。
- ・特にローカルイノベーションを大きな化学反応が起きる可能性がある
- ・大学の持つ人や知識、技術をうまく利用する
- ・こども達や若者が未来に対して希望が持てるように当事者意識をもって地域を盛り上げていく

月に一度は皆で集まって会議をしている。今年の目標と人選は毎月のように言っている。毎月言わないと忘れていくし、変な方向にいきます。対面で会議は行う。

4・CARTA 地域ブランディングのケーススタディ

日本の地域資源を活用したかおりのプロダクト開発の道のり

地域おこし協力隊からこの会社が生まれた。

100人一種のカルタから会社名をとった

喜界島はサンゴで食物が育つ。その柑橘をつかった商品。溶岩に香りを垂らしてかおりを楽しむ。フランスのブランドからサンゴにかけける取り組みをスタート。さんごは中々

取りに行けない。鹿児島県に許可をもらってサンゴを採取している。売り上げの一部はサンゴの保全活動に寄付している。死骸のサンゴに価値を与えて、生きたサンゴの保全活動に活用。サキタ市長一番若い市長の直下で働いていた。

日南市に伝統文材保全地区があり城下町の景色に感動した。

官公庁の補助金を3000万取って着手。5日間で一万人来場。

まちの人が自分のまちを再評価することができた まちの人が誇りを取り戻す。地域おこしの任期は長くて3年。何かをするにしても補助金だよりになる。これは本当に町の為なのか？持続可能なのか？

息の根の長い取り組みをいっていかないと本質的なまちを変えることはできない。

人を呼び込むための仕組み作りが必要。福岡はスタートアップ支援に力を入れているので福岡に転勤し、なぜ香なのか？

香水 イソップのマラケシュという香水。この香を香とこの香水を使うとマラケシュを想う。地域の香りがまちの情景をつくる橋渡しになると感じた。

フランスやNWはまちの名前の香水がある。

ネーミングによってその地域をしっかりと。香水のブランドも国産日本の素材を使ったものが多い。日本初の企業がない。海外初の企業で日本の素材を使ったブランドがない。日南の【ジャパニーズクラフトジン】バーに行くと置いてある。香をきっかけに地域を知ってもらうきっかけを作りたい。起業の目的。

6次産業でエッセンシャルオイル(自然100%)をつくる取り組みも増えている。

商品開発の道のり

各自治体の役場に集まっているので全国の地域の市役所に行けば情報がある。

インターネットで香りが解らないのを売ること考えた。1万5千円でスタート1万円しない位の価格。100円で買えることを15000円をブランディング。クラフターの愛称が悪い。喜界島でしか取れない材料と香なので20000円で売れた。銀座シックスなどでも取り扱いが始まった。サンゴの採取も現地の障がい者施設の方と。ふるさと納税にも参加。

コンセプトムービーをつくる

まちの産業にしたいと思っている。2万円に見えてくる。ブランディングは大切
原点はまちづくり 息の根が長い取り組みで活性化される。成功の定義はこの花良治みかんをつくる人が増えれば花良治みかんが有名なまちというブランディングができる。

2013年から喜界島でエッセンシャルオイルを作り出した。2023年は500ミリ作ってもらって現在は2000ミリに伸びている。

このまま二人三脚で取り組みを進めれば未来の全国の知自体と協働してやりたい。京都の北山杉。

【香りで日本を呼び起こす】その香りのファンになってもらいいつか訪れてもらう。

当初は効能を求めようと思ったが、香りの研究をしている大学教授に香りの効能は「リラックス」か「すっきり」かどちらしかないといわれて効能を求めるのはやめることにした。

役場は1年の予算をどう使うか

ビジネスは売り上げがこれくらい見込めるから今これをやろう。

まちづくり会社になろうと思った時期もあったけど、コンサル的な仕事をしていて伴走をしているけれども町に役立っている感じがしない。相談相手はまちづくりコンサルタントを**実際事業**をしている。宿を作りますなど**具体的なプラン**を持っている。

具体性がないコンサルと組むと何も進まないまま一年が過ぎていたということになりかねない。

宮崎から福岡のスタートアップ支援を受けるために転居されたが福岡の決め手は？

スタートアップの企業誘致で支援してもらった内容は登記金額が0円位しかなかった。

それよりもスタートアップの仲間が沢山いそうだった。スタートアップのアドバイスしてくれる人が居る環境。福岡市がいいのは会社をアピールしてくれるのでそれもきっかけでした。

研修に参加しての感想（まとめ）

新人のため知らないことが多いので、調整がつく限り(子育て・防災・環境)の講座は特に受講しようと考えている。JIAMの良い所は他市町の友達が沢山できること。皆それぞれの場所で日々まちをより良くするために奮闘されている。政党も議員歴も関係なく皆で交流できること、学べる機会は私にとって大変有難い。向日市だけを見ているとそれが常識だと思うが、広く物事を知ることこの世界はとても大切だと7カ月に感じていく。

根拠がないルールが多い世界だからこそ、本当に市民にとっての最善は？100年先の向日市民にとっての最善か？ここは常に拘って行動していきたい。

7か月で5回も受講している人はそういません・・・と言われましたが折角頂いている政務活動費で今後も学んでいきたいと思えます。情報のアップデートもしていけないとこの世界はどんどん変貌してついていけないと感じています。