

平成29年6月1日

加西市議会議長 三宅利弘様

調査研究実施報告書

会派名 市民連合

代表者名 深田真史



下記のとおり行政視察を実施したので、報告いたします。

記

1. 調査年月日 平成29年5月17日(水)～18日(木)
2. 調査先 島根県邑南町、広島県呉市
3. 参加者氏名 深田 真史 ※自民の風・誠真会との合同視察
4. 研究目的及び内容
島根県邑南町(5月17日(水) 13:15～14:45)
日本一の子育て村構想について(詳細は別紙)
副議長 清水優文
定住促進課 田村室長
議会事務局 大賀事務局長
広島県呉市(5月18日(木) 9:00～13:00)
日本遺産認定に向けての取り組み・近代化遺産の保存と活用について
シティプロモーションについて(詳細は別紙)
企画部企画課 久保課長、多田課長補佐
文化スポーツ部文化振興課 倉員主幹、林主査
議会事務局 野見山次長
入船山記念館現地視察
入船山記念館運営グループ 湯浅事務局長
5. 添付書類
(1) 視察行程表
(2) 研修資料
(3) 写真

島根県邑南町

〔視察項目〕

日本一の子育て村構想について

〔目的〕

定住・移住施策に関する調査研究のため

1. 経緯

平成22年10月 関係課による会議。「日本一の子育て村」と称して、保育料無料化や中学生までの医療費無料化の負担軽減策を目玉に。

理念：地域で子育て 未来を創る みんなが笑顔で暮らせるまち

- ・町民が一丸となって子育てに対する取組みを進めていくことが大切。
- ・すべての町民が、改めて「地域で子育て」の大切さに気づき、今まで以上に町民が子育てに関われるようにしていくことが重要。
- ・子どもは未来の邑南町を担う大切な財産。地域で子育てを進めることで、子どもたちを安心して育てることができ、若者が住みやすいと覚悟することが定住促進にもつながる。
- ・地域で子育てをし、未来を創っていくことで、みんなが笑顔になり、地域で安心して暮らしていくことができる。

目標：0～18歳人口の増加・定住による持続可能なまちを目指す。

平成22年…1,660人 28年…1,700人 33年…1,800人

2. 具体的な施策

医療：身近で安心な医療体制（公立邑智病院）

産婦人科・小児科機能の充実、常勤医師10名、24時間365日救急受付、ドクターヘリの搬送など

保健：中学校卒業までの子ども医療費無料、予防接種費用全額助成、不妊治療助成

福祉：保育料第2子目以降完全無料、保育所完全給食（無料）、町内2カ所に病児保育室

教育：奨学金制度（医療福祉従事者・農林業後継者の育成目的など）、学校図書室の充実

県立高校への支援（寮費・バス通学定期助成、現役東大生によるオンライン補習授業）など

※その他にも、新規就農支援、出会いサポート、住宅・空き家改修補助、UIターン者専用住宅建設、高速インターネット環境など各種支援施策

→支援策をまとめたガイドブックを作成し、全戸に配布。

3. 体制

「徹底した移住者ケア」をおこなっており、移住前・移住後のUIターン者が地域になるように町役場に相談窓口を設置し、平成22年から「定住コーディネーター」を配置する。27年からは相談員を2名に拡充。加えて、人望が厚く地域の状況に精通している人を「定住促進支援員」に任命。

4. 成果

人口減少が鈍化：推計値では27年は1万1,031人、実際の国勢調査では1万1,101人に。

社会動態が3年連続で増加（25年度…20人 26年度…6人、27年度…28人）

合計特殊出生率（27年度） 2.46

出生数（27年度） 70名 ※横ばいを維持している

22年度～27年度の定住人口の推移 ※定住コーディネーターが関わったもの

定住世帯数153世帯 定住者数262人（うち児童数59人）

問い合わせ件数871件

5. 評価と今後の展開

子育て村推進本部を設置

※本部会議は各種団体の代表者や公募町民で構成。さらに、教育総務・福祉・医療保健の3部会を設置し、医療機関や社会福祉法人、企業団体関係者も加わる。

→経済的な負担軽減の制度は充分。次は地域で子育てを実践し、「日本一の子育て村」を住民が実感できる町に。

①子どもの誕生をお祝い

出生届写し保存ファイル、車用専用ステッカーの贈呈、防災無線で子どもの誕生を放送

②子育て支援ポイント付与制度

健診や子育てサロンなどに行くとポイントが貯まるしくみ。町内の買い物に利用可

③「地域学校」の実践

地域の素材を生かし、住民による子供達の自然体験、ものづくり体験、福祉体験、交流体験、伝統芸能体験、宿泊活動などを通じて、世界に羽ばたける力を身につける。

（例）鮎のつかみ取り、炭の釜だし、餅つき、野菜づくりなど

広島県呉市

[視察項目]

日本遺産認定に向けての取り組み・近代化遺産の保存と活用について
シティプロモーションについて

[目的]

戦争遺跡群などの保存と活用方法、広報施策に関する調査研究のため

1. 日本遺産について

- ・平成26年に文化庁が創設し、地域の歴史的魅力や特色を通じて、我が国の文化・歴史を語る物語（ストーリー）を「日本遺産」として認定する。
- ・ストーリーを語る上で、不可欠な魅力ある有形・無形のさまざまな文化財群を地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内外に戦略的に発信することにより、地域の活性化を図る。

目的とメリット

- ・保存重視から、地域に点在する様々な遺産を面的に整備活用し、国内外へ発信
- ・都市ブランド力や認知度の向上、住民のアイデンティティ創出、文化庁補助事業の活用
- ・観光誘客や交流人口の増加、地域活性化など

認定状況

平成27年度（第1回）…18件、28年度…19件、29年度…17件

※「地域型申請」と「シリアル型申請（複数の市町村にまたがる）」があり、国は2020年までに100件程度認定する予定。

2. 日本遺産認定までの経緯

平成27年2月 近代化遺産を活用した4市（横須賀市・呉市・佐世保市・舞鶴市）での取り組みの推進

7月 日本遺産申請について4市長合意（協議の本格化）

8月 第1回日本遺産申請検討会議（東京）

検討会議6回、文化庁協議5回をおこない、認定基準を追求しながら「タイトルストーリー」を作成・修正。日本遺産を活用した地域活性化計画や体制を整備。

平成28年2月 日本遺産へ申請

「鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴 ～日本近代化の躍動を体感できるまち～」

ストーリーの骨子

①明治期の日本は、近代国家として海防力を備える必要があったため、国家プロジェクトにより天然の良港4カ所に鎮守府を置き、軍港を築いた。

②静かな農漁村に人と先端技術が集まり、独自の都市形成の歩みの中

で軍港都市が誕生し、日本の近代技術が育まれた。

- ③日本の近代化を推し進めた4市には、海軍由来の食文化もまちに浸透し、多種多様な数多くの近代化遺産を育むとともに、躍動した往時の姿を体感できる。

ストーリーを構成する主な文化財

旧呉鎮守府司令長官官舎（現・入船山記念館）、海上自衛隊呉地方総監部第一庁舎（旧呉鎮守府庁舎）、アレイからすこじま、歴史の見える丘、大和ミュージアムの所蔵資料、旧海軍墓地など18件

4月 日本遺産認定

3. 日本遺産認定後の取り組みについて

1年目は情報発信・普及啓発が中心であり、2年目以降は観光誘客の促進に向けた取り組みが中心。

日本遺産魅力発信推進事業（平成28年度・文化庁補助による4市連携事業）

- ①情報発信・人材育成事業 4市共通ストーリーブック・ガイドブック作成
雑誌等のメディアを活用した情報発信
- ②普及啓発事業 「鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴フェス in 東京」の開催
「日本遺産 WEEK」の開催（非公開施設の公開）
日本遺産PR素材（のぼり等）の作成
- ③公開活用にかかる環境整備事業 4市共通案内板（サイン）の設置

呉市の独自事業（平成28年度） ※文化庁補助を除く

- ・日本遺産認定記念セレモニーの実施、特別講演会の開催
- ・市民への周知（広報誌・テレビ、横断幕、PRボード等）
- ・呉市版日本遺産ストーリーブック・ガイドマップの作成
- ・ボールペン、クリアファイル、ピンバッジ等ノベルティ作成
- ・ループバスのラッピング、呉～宮島航路就航
- ・日本遺産周辺施設の回遊性向上の検討 など

4. 今後の日本遺産を活用したまちづくりの方向性

- ①市民の魅力の再認識・共有・発信、アイデンティティの向上
- ②行政・民間・市民による「観光まちづくり」の推進、観光誘客
- ③次世代（子供達）への継承

1. シティプロモーションの目的

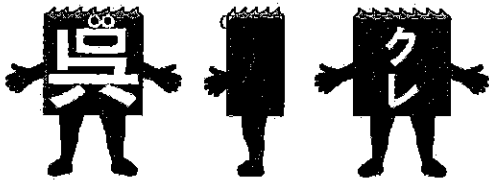
- ①観光誘客や移住・定住促進が図れるよう、市の「魅力」や「らしさ」を戦略的・効果的に情報発信。
- ②ブランド力強化や都市イメージ向上により、「訪れてみたい」「住んでみたい」と感じてもらう。

呉市と言えば「大和ミュージアム」であるが、観光客はその他の場所に寄ることなく帰ってしまうという課題があった。市内周遊や宿泊してもらうために、これまでの市中心部の魅力（大和ミュージアム、海上自衛隊、造船）と平成の大合併で加わった地域の「瀬戸内らしさ（江戸の町並み、多島美、魚介類・柑橘類）」を新たな魅力として伝えるために、PR動画とイメージキャラクターの製作にとりかかった。

2. キャラクターとプロモーションビデオの製作

他の多くの自治体がゆるキャラやプロモーション動画を製作しているため、二番煎じという認識があった。そのため、首都圏在住の30代～50代をターゲットに、インパクトのある動画と愛されるキャラクターをつくり、SNSで拡散・話題化されることで、呉市民が新たな魅力を再発見する戦略を立てた。

テーマソングには TRF の「Crazy Gonna Crazy」の替え歌「呉ー市ー（くれーしー）GONNA 呉ー市ー（くれーしー）」を作り、ミュージックビデオのようなプロモーションビデオを撮影。キャラクターには、一目で「呉」とわかるように顔に市名を入れた。



3. 発表後の反響と取り組み

- ・2月1日発表し、わずか6日間でYouTubeの再生回数が15万回達成
このことで民放キー局やローカル局による取材依頼、動画の放送があった。
発表から2カ月で約3億円の宣伝広告効果と試算。
- ・市民向けには市民祭でお披露目し、さらにキャラクターのJr.をデビュー
- ・ノベルティの販売や民間企業によるグッズ製作・販売の展開
- ・公式Twitterの開設（イベント告知、10～20代の支持、新たな交流）

4. 今後のプロモーション活動

- 1年目 話題化と認知拡大（キャラクター誕生、テーマソング）
- 2年目 理解促進と来訪促進（市民によるキャラクター拡散）
- 3年目 呉市ブランド確立（市民中心の新しい呉ブランド）

所 感

【島根県邑南町】 日本一の子育て村構想について

邑南町の子育て支援をはじめとする補助制度は、加西市の補助制度と遜色ないものであった。しかしながら、成果において社会動態の3年連続増加や定住者数など、しっかりと数字に表れている点を加西市も見習わねばならないと思う。

ただし、それらの成果は単に補助制度の創設によるものだけではなかった。町役場に配置されている定住コーディネーターの存在が大きいと感じた。コーディネーターが移住希望者に付き添い、最初の相談から住まい・就労・保育など各課を回り、邑南町で生活できるようにサポートしているそう。さらに、コーディネーター自身が広島市から邑南町への移住者であり、その視点に立って移住希望者に対する適切なアドバイスやその後のフォローができることも大切だと思った。加西市でも移住・定住の窓口を設置するだけでなく、U I ターン希望者・相談者に寄り添える人材を配置することが必要ではないか。

また、邑南町が「経済的な負担軽減の制度は充分」と結論づけているように、近年の自治体間の補助合戦による人口の奪い合いに限界を感じた。補助以外に、移住者や子育て世帯をあたたく受け入れ、応援していく地域性が求められているのではないかと思う。

【広島県呉市】日本遺産認定までの取り組み・近代化遺産の保存と活用について、シティプロモーションについて

日本遺産認定は全国からの申請件数から見ると、狭き門であることがよくわかった。ただし、日本遺産を活用した4市連携による取り組みは、加西市が大分県宇佐市との地方創生事業を今後進めるにあたって大変参考になる事例であると思う。語り部の育成や住民レベルの交流など加西市が目指す方向と同じであった。

呉市の全小学生は授業の一環で、大和ミュージアムや入船山記念館を必ず見学するようにしている。呉市の古代から近代にかけての歴史を絵本にしたものを児童全員に配布しており、子供達の学習教材として活用する取り組みも大切だと感じた。近代化遺産の保存については、民有地にあるものがほとんどであり、その中には取り壊されるものもあるという。補助制度の検討など、保存に向けた行政のかかわりについての課題も聞かれた。

シティプロモーションは、キャラクターとPVの発表からメディア活用、市民への周知など、とても戦略的に進められていた。すでに、多くの自治体によるゆるキャラやPVが飽和しているのを逆手にとって、インパクトのあるものにすることがよくわかった。その一方、製作や権利使用に多額の費用がかかっている。加西市も対外的なPRについては、ターゲットを明確にし、戦略立てて実行していく必要があると感じた。

写 真

5月17日（水） 島根県邑南町



5月18日（木） 広島県呉市



（現地視察）入船山記念館

