

(行政視察・政務活動・**議員研修**) 報告書

令和5年1月23日

白石市議会議長 松野久郎 殿

議員氏名 角張 大治

下記のとおり行いましたので報告いたします。

期 間	令和6年1月9日(火) ～ 1月10日(水)
調査・研修先	市町村職員中央研修所(市町村アカデミー)
調査事項 (研修事項)	1. デジタル田園都市国家構想の実現に向けて 2. デジタルで新しい行政のカタチを実現 3. 稼ぐ観光政策 4. 自治体×アナウンサーで創る地方が主役の未来
対応者・講師等	【講演1】吉川 浩民 氏 【講演2】木澤 真澄 氏 【講演3】篠原 靖 氏 【講演4】長崎 真友子 氏
概 要 ① 背景・目的 ② 内容・特色 ③ 主な質疑 ④ 考察 (感想、課題、 政策提言等)	【講演1】デジタル田園都市国家構想の実現に向けて ～「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指して～ ① 目的 ・デジタル田園都市国家構想について理解すること ・デジタル田園都市国家構想について自分なりに考察すること ② 内容 ・人口動向データ、地方移住に関するデータ ・デジタル田園都市国家構想について ・具体的な採択実績 ③ 主な質疑 質疑の時間はありませんでした ④ 考察(学んだ内容) 資料の様々なデータ(日本の人口の長期的推移、人口移動、地域別のテレワーク実施率等)から、地方からの転出者数・高齢化率の増加は更に加速していることが分かった。一方で、地方移住に関心を持つ人の割合も近年増加傾向にある。しかし、地方移住にあたっての懸念として「仕事や収入」の項目が約



0%で1位となっており、2位「買い物や公共交通等の利便性」や3位「人間関係や地域コミュニティ」の約2倍となっている。働く場や収入の確保また、そのPRが移住者を取り込むために必要だと考える。

【講演2】デジタルで新しい行政のカタチを実現

～大切なアナログのための適切なデジタル～

① 目的

- ・新しい行政のカタチを知ること
- ・適切なデジタルが大切なアナログにどのように貢献するか

② 内容

- ・会社紹介、事業紹介、商品紹介

③ 主な質疑

特にありませんでした

④ 考察（学んだ内容）

講師所属企業の商品紹介が講義のほぼ全てで、新しいカタチというのは見えなかった。デジタルサービスを利用することで、業務改善ができることは既知の事実であるが、企業・行政からの目線だけでなく、いかにして住民が利用したいと思えるようなデジタルサービスを提供するかが課題と感じた。

【講演3】自治体の地方創生の取組み事例

「稼ぐ観光政策 ～市町村における観光政策の落とし穴～」

① 目的

- ・市町村における観光政策の落とし穴とは何か
- ・どのような取組み事例があるか

② 内容

- ・日本経済と観光の位置づけ
- ・地方経済と観光促進の重要性
- ・稼ぐ観光への脱却 観光で地域経済の活性化につなげていく手法について

③ 主な質疑

質疑の時間はありませんでした

④ 考察

日本政府は、観光を経済成長戦略の柱の1つとして位置づけており、2024年度は前年度比1.64倍の予算を観光庁につ

けている。特に2030年における訪日外国人旅行消費額の目標を15兆円としており、これは2020年の8兆円のほぼ倍で、外国人旅行者を大きなターゲットとしていることが伺える。

一方で、地方の観光政策は、観光客からの消費額を伸ばす戦略が立てられておらず、観光資源が地域の活性化に繋がっているとは言い難い状況にある。

ただ来てもらうのではなく、いかにその地域で消費してもらう仕組みをつくれるかが大きな課題であり、他の自治体に先駆けて行わなければならないと考える。

【講演4】自治体×アナウンサーで創る

地方が主役の未来

① 目的

- ・地方の魅力をどのようにして発信するか
- ・地方が主役とは

② 内容

- ・自治体の広報PRの役割
- ・2023年自治体PR状況
- ・会社宣伝

③ 主な質疑

特にありませんでした

④ 考察

自治体の外部向けPRのツールとして、Instagram等のSNSが活用されるようになってきている。一方で課題も多く、日本観光推進研究所の調査によると、1位「投稿するネタや写真などの素材不足」 2位「人材不足」 3位「効果的な投稿ができているか検証しづらい」となっている。

この検証結果から考察すると、PRツールの問題ではなく、何に特化してPRしていけば良いのかを自治体職員等が選定できていないのではないかと考える。各々の自治体のPRすべきポイントを、外部の視点を取り入れながら選定し、ターゲットを決めPRしていく必要があると考える。