

令和 5 年度

行政視察報告書

大船渡市議会 総務常任委員会

総務常任委員会行政視察概要

- 1 視察年月日 令和5年10月4日（水）
令和5年10月17日（火）～19日（木）
- 2 視察先及び視察項目
 - I 宮城県南三陸町議会
 - 地方創生に係る人口減少対策について
 - ふるさと納税について
 - II 静岡県伊東市議会
 - 地方創生に係る人口減少対策について
 - III 静岡県三島市議会
 - 地方創生に係る人口減少対策について
 - IV 静岡県焼津市議会
 - ふるさと納税について
- 3 視察参加者 議員6名、事務局随員1名 計7名
 - 委員長 熊谷昭浩
 - 副委員長 渡辺徹
 - 委員 船野章
 - 委員 平山仁
 - 委員 佐藤優子
 - 委員 宮崎和貴
 - 随員 古澤純悦

◎ 目 次

I 宮城県南三陸町議会	
1 南三陸町の概要	5
2 町議会の構成等	5
3 地方創生に係る人口減少対策について	6
4 ふるさと納税について	13
II 静岡県伊東市議会	
1 伊東市の概要	17
2 市議会の構成等	17
3 地方創生に係る人口減少対策について	18
III 静岡県三島市議会	
1 三島市の概要	25
2 市議会の構成等	25

3	地方創生に係る人口減少対策について	26
IV	静岡県焼津市議会	
1	焼津市の概要	34
2	市議会の構成等	34
3	ふるさと納税について	35

I 宮城県南三陸町議会

1 南三陸町の概要

町制施行	平成 17 年 10 月 1 日
人 口	11,804 人（令和 5 年 9 月 30 日現在）
世 帯 数	4,469 世帯
面 積	163.4 km ²
産業別人口比率	第 1 次 21.4% 第 2 次 30.0% 第 3 次 47.2%
財 政	令和 5 年度一般会計予算 10,680,000 千円 （歳入内訳：町税 12.7%、地方交付税 36.8%、国庫支出金 12.2%、 町債 8.2%、その他 30.1%） 特別会計予算（5 会計） 4,135,331 千円 公営企業会計（3 会計） 3,161,195 千円

平成17年10月1日に宮城県本吉郡の志津川町と歌津町の合併により南三陸町が誕生した。町名は公募で寄せられた案の中から、最多得票により決定した。

南三陸町は、宮城県の北東部に位置し、東は太平洋に面し、三方を標高 300～500m の山に囲まれており、海山が一体となって豊かな自然環境を形成している。また、湾内には椿島、竹島、船形島、野島などの島があり、リアス海岸特有の豊かな景観を有し、沿岸部一帯は三陸復興国立公園の指定を受けている。

2 町議会の構成等

- (1) 議員定数（現員数） 13 人（13 人）
- (2) 議会費（構成比） 令和 5 年度一般会計予算 102,648 千円（0.9%）
- (3) 政務活動費 なし
- (4) 委員会構成（現員数）
 - ・ 常任委員会 総務産業建設常任委員会（6 人）、民生教育防災常任委員会（6 人）、議会広報常任委員会（6 人）
 - ・ 議会運営委員会（6 人）
 - ・ 特別委員会 東日本大震災対策特別委員会（12 人）、議会活性化特別委員会（12 人）
- (5) 議会事務局職員定数（現員数） 3 人（3 人）

3 地方創生に係る人口減少対策について

- 説明 南三陸町 企画課 阿部好伸 課長補佐兼政策調整係長、
企画課 企画情報第1係 加藤由美子 係長

(1) 地方創生に係る人口減少対策の現状と取組について

東日本大震災直前の平成23年2月末の南三陸町の人口は17,666人、令和5年9月末の人口は11,804人であり、震災から12年が経過して約5,800人が減少し、震災の復旧・復興に向けた事業が進む過程で、社会減が進んだ。その人口減を食い止めるため、南三陸町総合戦略を策定し、今は南三陸町第2期総合戦略の取組を進めており、人口減に特化した政策を展開して取り組んでいる。

人口減少は、地方の存続に係わる大きな問題であり、南三陸町は、震災で甚大な被害を受けていることから、とりわけ深刻な人口予測となっている。

まち・ひと・しごと創生の理念を踏まえつつ、この課題に立ち向かい、活力ある持続可能な地域の実現に寄与することを、南三陸町第2期総合戦略の目的としている。

南三陸町第2期総合戦略は、3つの基本目標と1つの横断的な目標を掲げている。

基本目標1	私たちは豊かな自然の中でともに支えあい世代（いのち）をつなぎます
基本目標2	私たちは地域の仕事（ちから）を輝かせます
基本目標3	私たちはともに未来を拓く人々が集う家（まち）をつくります
横断的目標	官民連携で南三陸町らしさを実現します。

① 移住・定住について

総合戦略の基本目標3「私たちはともに未来を拓く人々が集う家（まち）をつくります」は、次の2つの施策により事業を展開している。

施策3-1 移住・定住を促進する

- 移住・定住総合窓口の設置等
- 住宅確保の推進

施策3-2 つなかりを築き関係人口を増やす

- 地域おこし協力隊受入れ
- 南三陸ファンクラブ
- ふるさと納税の推進

移住・定住に関しては、上記の施策3-1「移住・定住を促進する」により、6つの事業に取り組んでいる。

ア 移住・定住促進事業

平成28年8月に移住総合窓口を開設。移住に必要な各種情報を集約し、移住希望者のニーズに合わせた情報提供等の各種支援を行い、南三陸町へ円滑に移住出来るよう取り組んでいる。業務内容はアンケート調査、情報発信、移住関連イベント、セミナー企画・運営等、移住環境受入整備等。

令和2年4月からは南三陸町役場本庁舎で相談業務に応じている。また、移住

者のアフターケアにも取り組んでいる。

- ・ 移住相談窓口登録者数

年度	H28	H29	H30	R元	R2	R3	R4
登録数(人)	23	52	42	11	54	91	99

- ・ 移住相談窓口を通じて移住した人数：124名

年度	H28	H29	H30	R元	R2	R3	R4
登録数(人)	8	21	18	20	19	25	13
登録数(組)	6	13	12	9	12	19	7

イ お試し移住事業

移住希望者のニーズに合わせたツアー（1泊2日）を実施している。ツアーの内容は、一人一人のオーダーメイドプランで受入しており、料金は無料。宿泊は、移住希望者が町内のいろいろな所に宿泊している。昨年度までで43人のツアーを実施。

令和5年度からは大人数での受入となる移住体験ツアーを開始。仙台駅までバスで送迎。

ウ 空き家バンク利用促進事業

平成29年12月に空き家バンクの取組を開始している。利用希望者と物件所有者との契約までの仲介は、町内の宅建資格を持つ事業者が担う。

- ・ 空き家バンク制度実績

年度	H29	H30	R元	R2	R3	R4
相談件数(件)	7	4	8	15	9	5
登録件数(件)	0	5	3	6	4	5

- ・ 相談件数 48件
- ・ 登録件数23件のうち19件が契約済み。

全ての物件を移住者が利用しているわけではなく、町内の利用希望者が物件を購入しているケースもある。残っている4件は、いずれも古い物件である。

エ 定住促進住宅整備事業

南三陸町に移住し、定住を検討している方に町が整備した住宅を提供している。

- ・ 仮設住宅や民家（借り上げ）をリフォームして整備
- ・ 戸数は全6戸
- ・ 対象者は町外から移住する40歳以下の方

オ 移住定住促進家賃補助事業

南三陸町に転入し、定住のために町内の賃貸住宅に入居する世帯に対し家賃を補助している。また、補助を受ける条件として、まちの緑化活動や地域清掃への

参加をお願いしている。

- ・ 世帯区分

世帯区分	補助額
子育て世帯（18歳未満の子供を有する世帯）	上限2万円
その他の世帯	上限1万円

- ・ 実績

年度	H29	H30	R元	R2	R3	R4
相談件数(件)	1	6	3	1	5	3
交付金額(千円)	35	538	440	90	582	480

カ 若者定住マイホーム取得促進事業

新たに住宅を取得する若者世帯の住環境整備に対する支援を目的として、住宅建築・購入に係る費用を補助している。

対象者 世帯主及び配偶者が40歳未満の世帯

補助額 上限100万円

- ・ 実績

年度	R元	R2	R3	R4
件数(件)	2	9	5	8
交付金額(千円)	2,000	9,000	5,000	8,000

② 高校魅力化プロジェクトの取組について

高校魅力化プロジェクトは、南三陸高校の存続危機のために開始したプロジェクトであり、次の3つの柱を掲げて取り組んでいる。

ア その地域・高校でなければ学べない独自のカリキュラム

イ ICTをフル活用した公営塾

ウ 多様な人間関係の中で切磋琢磨する経験（全国募集）

ア その地域・高校でなければ学べない独自のカリキュラム

南三陸町でなければ学べない独自のカリキュラムとして令和2年度から検討を開始。

令和4年度は、地域と学校をつなぎ教育課程の企画・運営・支援を担うため、高校と町と寮をトータル調整する魅力化コーディネーターを設置。

令和5年度から地域学・地域探求学として、南三陸町をフィールドに地元企業と連携した課題解決型の授業を開始。

イ ICTをフル活用した公営塾

平成29年度から公営塾「志翔学舎」を校舎内に開設し、ICT教材等の活用により、生徒一人一人に合わせた学習支援を開始。

ウ 多様な人間関係の中で切磋琢磨する経験（全国募集）

- ・ 全国募集の取組

R 4. 7～10	オープンキャンパスの実施（県外生のべ 11 名参加）
R 4. 12	南三陸「Kizuna」留学生の決定（5 名）
R 5. 8	南三陸高校オープンキャンパス（7 名参加）

※ 南三陸「Kizuna」留学生は県外の中学校から南三陸高校に入学を希望し、町の選考に合格した生徒であり、身元引受人は町長が行う。

- ・ 南三陸高校旭桜寮の整備

R 4. 2	南三陸町と株式会社アズ企画設計が官民連携協定を締結し、株式会社アズ企画設計は、所有する宿泊施設を令和 5 年度から開始する県外生の寮として設置を決定
R 5. 2	南三陸町と株式会社東武と寮運営管理委託契約を締結し、旭桜寮の運営として、管理寮の施設管理や寮生への日常生活をサポートするハウスマスター（寮監・寮母）を配置
R 5. 3	旭桜寮の完成

その他の高校魅力化プロジェクトの取組

- ・ 南三陸高校への昼食支援

南三陸町学校給食センターから南三陸高校への昼食支援を令和 4 年 10 月から開始（副食のみ）。

- ・ ご当地ナンバープレートの作成

志高まちづくり議会という会議で、高校生から提案のあった 50cc バイクのご当地ナンバープレートを採用し、令和 4 年 11 月から希望する町民に交付。

- ・ 高校魅力化協議会の開催

令和 5 年度、高校魅力化協議会を開催し、令和 4 年度事業実施報告と令和 5 年度事業計画、第 1 期志津川高校魅力化構想の中間評価を実施。

- ・ 南三陸おらほの高校を応援する会との交流会の開催

南三陸高校を応援する会、南三陸高校、南三陸町が協働して「みな校生交流イベント」や意見交換会等を行い、高校と地域住民とのよりよい関係性を醸成。

- ・ 高校魅力化事業の情報発信

高校の PR を兼ねて、南三陸高校と南三陸町が連携して作成した CM を「みやぎふるさと CM 大賞」に出品。

南三陸町内の中学校への出張学習支援（志翔学舎）の拡充を検討。

SNS による情報発信及びチラシの配布。

〔主な質疑応答〕

- Q. 移住定住に関する大枠の予算と、誰がこういった取組を考えたのか。当市でも様々な議論して政策を決めていくが、こういったことを重要視して政策、事業を実現させたのか。
- A. 総務省の職員が2年交替で南三陸町に出向し、地方創生・まちづくりを検討する企画調整官というポジションにいた。人口減少対策や地方創生の取組がスムーズに進んできた大きな要因はそこにあると考えている。また、まちを盛り上げたいという地域の方々がいるので、そういう方と議論を深めながら、最終的に総合戦略という形にした。
- Q. 地方創生に係る交付金が原資だったときがあると思うが、現在は終了し行政の一般財源になっていると思う。独自事業として残しているものはあるか。
- A. 移住支援金のように国から制度として入ってきているものもあるが、基本は全て一般財源である。また、補助金等を充てられる制度には充当している。
- Q. 議会との関わりについて伺いたい。
- A. 当町の空き家バンクは中間管理型の空き家バンクであり、四国の議会を調査した際、行政が買い手と売り手の間に入ることで両者から信頼を得られるということで、一般質問等で取り上げられた経緯がある。
- Q. 移住定住事業を委託しているとのことだが、こういった事業者には委託しているのか。
- A. 他にも同じような業種を行っている仙台市の事業者である。
- Q. 南三陸町のHPを見ると移住・定住、観光が際立っているが、それだけ注力しているということか。また、HPや情報発信サイト、パンフレットもおしゃれだと感じるが、実働面でのトータルコーディネートは誰が行っているのか。
- A. 移住・定住については、力を入れて取り組んでいる。実働面でのデザイン等は、事業者の提案によるものである。
- Q. 地域おこし協力隊について様々取り組まれており、受入先は民間事業者も多いようだが、受入先の民間事業者をどうやって発掘しているのか。
- A. 事業者が地域おこし協力隊を受け入れるというスキームを採用している。受入事業者が新たな事業に取り組みたいので、地域おこし協力隊を採用して知見を頂きたいという要望があって募集する、というスキームである。
- Q. 地域との連携が必要だと思うが、事業者説明等はどのようにしたのか。
- A. 最初の導入時は事業者集めに苦労したが、徐々に受入事業者も増えている。
- Q. 田舎だと外から来た人を受け入れられない雰囲気があるが、南三陸町の町民の意識として、震災後と震災前との変化は感じられるか。
- A. 地区によってスムーズに受け入れしている地区とそうでない地区があるが、先進的に受け入れしている地区を波及させており、他の地区でも受け入れてきている。地域と地域おこし協力隊との交流会もやっている。
- Q. 協力的な地区とそうでない地区という話だが、契約会とのマッチングは行っているか。
- A. 契約会とのマッチングは行っていないが、地域や事業者が受け入れを行っている。
- Q. 始まりは総務省の出向職員という話だが、役場の職員も豊かな視点や感性がなければ

このような形には出来ないと思うが如何か。

- A.** 総務省からの出向職員が中心となった部分はあるが、まち・ひと・しごと地方創生で、南三陸町では地方創生官民連携推進室という組織を立ち上げた。地方創生プラス官民連携という部署であり、地域のリーダーとの話合いや、震災復興の関係で住民の方々が主体的にまちづくりに参加する状況があり、人口減少の対策にどう取り組んでいくかについて意見交換をしながら進めてきた。
- Q.** お試し移住事業について、体験ツアーのようなイメージを持った。宿泊場所は本人が指定するということだが、宿泊施設の他に民泊はあるのか。
- A.** 以前は民泊もあったが、最近は協力してくれるところが少なくなった。
- Q.** ツアーの対応者の例として漁業者が挙げられており、繁忙期等もあると思うが、対応は可能か。
- A.** 何人かの方々を受入先として確保しているが、繁忙期で受入れが難しい場合には農業に限定などとしている。
- Q.** これまでの実績と、どういった反応があったか。
- A.** 例年、10人程度来られており、移住につながった方もいれば、協力隊の活動を見ていく方、旅行気分に来る方もいる。
- Q.** 移住者はどのような仕事に就いているのか。
- A.** 地域おこし協力隊の他、町内の水産加工会社などの企業への就職者もいる。
- Q.** 南三陸町の移住者の数は相談窓口を通じて移住した人数とのことであり、中には地域おこし協力隊もいると思うが、協力隊の期間終了後、地元に戻られたり、他の自治体に転出したり等あると思うが、その後の状況をどのようにして把握しているのか。また、転出の状況はどう感じているか。
- A.** 移住者に限定した具体的な追跡調査は、100%は出来ていないが、小さい町なのでいろいろと経由して情報は入ってくる。転出については、そこまで多くないと感じている。また今年度は、把握している移住者の方のアフターケアとして、移住者に状況を聞いたり、何かあれば相談に乗るという連絡を入れている。地域おこし協力隊に関しては、本人、受入事業者とも話をし、お互いの思いに差がないかということも確認している。
- Q.** 時折、南三陸町に来ると、南三陸さんさん商店街には平日にも観光バスが入っており、南三陸町にある宿泊施設の宿泊客の送迎で立ち寄っているとのことであった。その宿泊施設には相当数の観光客が来ていると思うが、そういった官民連携は行っているのか。
- A.** 町との連携ではないが、南三陸町の観光協会でも語り部ツアーを実施しており、それと宿泊施設が連携している。
- Q.** 移住定住家賃補助事業の補助期間、家賃補助の要件があるようだが、期間に上限はあるか。
- A.** 要綱上は24か月である。
- Q.** 南三陸町キラキラな出会い応援事業は、事業者に委託していると思うが、登録者14.5万人のデータベースということであり、場合によっては南三陸町から結婚を機に転出してしまう可能性もあると思うが、企画に当たりどのような議論があったのか。

- A.** 総務省から出向していた職員と当時の官民連携室の職員で企画した取組である。令和2年度から始め、令和3年度2組、令和4年度1組で、これまでに3組の成婚に至った。
- Q.** 南三陸町におけるこの事業の位置づけと、今後も力を入れようと考えているのかを伺いたい。
- A.** 婚活支援は総合戦略に紐づいた事業の一つであり、若い世代の結婚したいを実現しようという取組の中で、婚活支援活動に取り組むと計画上にうたっている。利用者は若い世代に限らずということで、総じて人口減少対策の一つの取組として、出会いの場を提供し、最終的なゴールとして結婚まで結び付けばいいと考え、事業を展開している。
- 議会としても、視察に行った際、愛媛県では県レベルで取り組んでいた。町レベルでは毎年同じ人が参加したり、人数も集まらないということがある。愛媛県では県で取り組んで、実績を上げていた。南三陸町議会でも、宮城県に対して意見書を提出したことがある。取組の成果で結婚を機に転出し、南三陸町の人口が減少したとしても、若い人たちがどこかで結婚出来ればいいと考えている。
- Q.** 高校魅力化プロジェクトについて、全国募集に当たり、どういった反響があったか。
- A.** 今年度はオープンキャンパスに7名の参加があった。東京で開催した全国募集の説明会には2日間で20組、その参加者に2回目のオープンキャンパスを声かけて3組増え、次のオープンキャンパスでは4組増えた。その他にオンラインでも実施しており、昨年度より注目されていると感じている。
- Q.** 全国募集ということは、定員割れが生じていると推測するが、一旦始めると廃止は難しい事業だと思う。地元の高校を存続させたいということで取り組まれていると思うが、町民の反応はどうか。
- A.** 全国募集のきっかけは、南三陸町には県立高校は1校のみであり、その高校がなくなった場合をシミュレーションした結果、人口や経済への打撃が大きく、何とかしなければという町長の強い思いもあり、高校とも協議をしながら、取り組んだものである。町内の子どもの数も少ない状況で、町内の中学生が卒業後に近隣の市町にも通学出来る状況でもあり、南三陸町に唯一ある南三陸高校の魅力をPRする一つ的手段として、全国募集も取り入れている。
- Q.** 宮城県との関わりはあるのか。
- A.** 宮城県の教育委員会から了解を頂いている。高校の魅力化構想という計画的なものを立案して取り組んでおり、宮城県内で全国募集している2校のうちの1校である。
- Q.** 全国募集した結果、学力が向上したという状況はあるか。
- A.** 志翔学舎という公営塾を開設しており、県外生も含め毎日のようにそこで学習している生徒がいる状況なので、今は1期生だが、卒業時にいい結果に結びつくよう期待している。

4 ふるさと納税について

- 説明 南三陸町 企画課 阿部好伸 課長補佐兼政策調整係長、
企画課 企画情報第1係 加藤由美子 係長

(1) ふるさと納税について

① 南三陸町ふるさと納税の取組について

南三陸町のふるさと納税制度の創設は平成20年4月。町の総合計画に定めるまちの将来像「自然・ひと・なりわいが紡ぐ安らぎとにぎわいのあるまち」の実現を目指し、「安心安全なまちづくり」や「協働によるまちづくり」、「地域ブランドの確立」などを重点目標としている。

- ・ ふるさと納税の受取額は、毎年増加傾向。
- ・ 返礼品の内容は地場産品にこだわり292品目。
- ・ 令和2年度から業者委託を開始し、その年から飛躍して寄附金額が増加した。
- ・ 寄附件数と金額の実績

年度	件数(件)	金額(円)	備考
R元	1,173	24,918,677	委託なし
R2	2,081	33,723,235	R2.10.1よりレッドホースコーポレーション(株)に業務委託を開始
R3	3,584	63,027,500	
R4	5,213	73,933,334	
R5	1,305	16,713,000	R5.4.1~8.24時点

- ・ 寄附金額（H20年度～R4年度） 487,183,546円
- ・ 基金現在高（R4年度末時点） 180,727,752円
- ・ 直近2か年の比較。今年は毎月増加している。

寄附受入状況				
	R4		R5	
	寄附件数(件)	寄附金額(円)	寄附件数(件)	寄附金額(円)
4月	131	1,729,000	273	2,665,500
5月	118	1,855,000	219	2,880,000
6月	121	2,599,000	272	4,007,000
7月	193	2,495,500	297	4,002,000
8月	170	2,354,000	332	4,129,500
合計	733	11,032,500	1,393	17,684,000

※ 令和5年9月の寄附金額は26,559,000円。

- ・ 返礼品の内容

種類	件数	種類	件数	種類	件数
肉	43	缶詰・瓶詰	9	文房具等	11
米	9	調味料	4	アクセサリ	4
パン	1	宿泊券	5	インテリア、絵画	2

種類	件数	種類	件数	種類	件数
魚介類	149	お食事券	4	写真・はがき等	3
酒類	9	体験型チケット	3	民芸品・工芸品	1
菓子類	3	衣類	21	花・苗木	1
その他	10	計			292

- ・ リピート率で一番多いのは魚、その次に肉が多い。

カテゴリ	件数	金額(円)	金額割合	件数割合
魚	884	14,623,500	61.9%	61.7%
肉	285	5,422,000	23.0%	19.9%

○ 今後の取組について

ア 寄附金額増に向けた取組

- ・ 返礼品事業者の積極的な登録
令和4年度までは5件であった返礼品事業者を、令和5年度で10件とすることを目標としており、令和5年度は既に5件を追加登録し、あと5件の登録を目指して取り組んでいる。
- ・ ふるさと納税ポータルサイトの追加
令和2年度以降、新たなポータルサイトは登録してこなかった（5社）が、令和5年度は2サイトを追加した。
- ・ 楽天RPP広告を利用した効果的なアプローチ
ふるさと納税は楽天市場のサイトの閲覧が多いことから、注目度を上げるため、上位に表示させていく取組。
- ・ キーワードによるSEO対策
アクセス数の多い人気商品とRPP広告対象商品に絞りSEO対策を行い、最適化を図る。また1か月ごとの効果検証も行う。

イ 返礼品選考について

- ・ 寄附金額設定及び地場産品基準
寄附金額設定については、総務省に定められた基準で設定しており、返礼品の地場産品基準は、町内において返礼品の製造、加工その他工程のうち主要な部分を行うことにより相応の付加価値が生じているものを採用している。
- ・ 10月からの制度改正への対応
10月からの制度改正に伴い、1件ごとの返礼金額の引き上げ対応を行う予定。地場産品基準についても、原料が区域内で生産したものを5割以上使用する又は加工工程の5割以上を区域内で行うことと明記されていることから、現在、返礼品の見直しを行っている。

〔主な質疑応答〕

- Q.** リピート率や楽天ワンクリックの効果検証等の分析は行政、中間事業者のどちらが行うのか。また、こうした取組は中間事業者からの提案によるものか。
- A.** 分析は中間事業者が行う。中間事業者から提案があり、必要であれば活用している。
- Q.** 中間事業者と行政の役割はどう分けしているのか。
- A.** 事業の殆どは中間事業者に任せており、行政は、新規事業者への営業の同行、制度改正に伴う見直し文書作成等を行っている。丸投げではなく、事業者と打合せを行い、取組の指針や方向性を示している。
- Q.** 様々な取組において、南三陸町は行政が指針を示し、後は民間事業者に委託をするという形が強いという印象を受けた。委託は賛成であり、行政がコントロールしているということだろうが、打合せは定期的に行っているのか。
- A.** 定期的な打合せを行い、現状の報告や情報の共有などを行いながら進めている。
- Q.** 大船渡市議会では専門部署の設置という意見も出ているが、リスクも生じるので、リスクマネジメントとしてはそういった方法もあると考えさせられた。南三陸町外の事業者ということだが、事業者との行き違いはないか。
- A.** 定期的な打合せの他にメールや電話等も毎日のようにある。かなり密接に連携していないとこちらも分からない状況になるので、毎日いろいろなやり取りをしており、毎月1、2回は来て頂いている。
- Q.** 委託期間は何年間か。
- A.** 5年であり、今年度は4年目である。
- Q.** 委託期間終了後はどう取り組んでいくのか。
- A.** ふるさと納税に関しては、現状の成果としてここまで上がってきたが、行政だけの対応は金額も含めてデメリットの方が多いと考えており、役割分担をしながら委託する方向で進めたいと考えている。
- Q.** 基金の使い道は、効果的に特定の事業に充てるなどの決定をしているのか。
- A.** 毎年財政・政策でどういう事業に使っていくのかを協議している。また、南三陸町独自の補助事業である、地域活動をする団体の方々がイベントや事業を行う「おらほのまちづくり事業補助金」という住民主体の事業に対して、基金を充てている。その他には、太陽光パネル設置補助事業と高校魅力化推進事業のほうにも充てている。

○ 所感

南三陸町では、移住・定住に関して、移住者の立場や気持ち、環境等を考慮しつつ、庁内一体で取り組んでおり、そのことを住民にも周知していると感じた。

事業の委託においても、南三陸町としての指針がしっかりとつくられており、行政としての立ち位置を明確にして取り組まれていた。

政策や事業の検討段階において、庁内の職員だけでなく、外から来た職員や住民も含めた意見交換を経ることにより、官民一体となって取組を推し進められている様子がうかがえた。



星議長からの挨拶



視察の様子



星議長を囲んで

II 静岡県伊東市議会

1 伊東市の概要

市制施行	昭和 22 年 8 月 10 日
人 口	65,609 人 (令和 5 年 9 月 30 日現在)
世 帯 数	35,705 世帯
面 積	124.0 km ²
産業別人口比率	第 1 次 2.6% 第 2 次 12.7% 第 3 次 84.1%
財 政	令和 5 年度一般会計予算 28,300,000 千円 (歳入内訳:市税 37.9%、地方交付税 15.5%、国庫支出金 15.0%、 市債 4.4%、その他 27.2%) 特別会計予算 (6 会計) 48,587,350 千円 公営企業会計 (3 会計) 6,252,166 千円

昭和22年8月10日に静岡県の伊東町と小室村の合併により伊東市が誕生した。伊東の地名は、「伊豆国の東にあたる」や、「よい磯に恵まれた土地」を意味するなどの諸説があるが、いずれにしても相模湾岸の自然と豊かな温泉に恵まれた温暖な土地である。

伊東市は、天城連峰を背にして、伊豆半島の東に位置し相模灘に面し、宇佐美火山と先原火山の裾合いに位置している。伊東は明治末年頃から次第に保養地としての名声が高まり、北里柴三郎など著名人の別荘が多数構えられた。昭和 30 年に宇佐美村と対馬村を編入し、今日の伊東市の市域が成立し、富士箱根伊豆国国立公園の指定を受けている。

2 市議会の構成等

- (1) 議員定数 (現員数) 20 人 (19 人)
- (2) 議会費 (構成比) 令和 5 年度一般会計予算 206,970 千円 (0.7%)
- (3) 政務活動費 なし
- (4) 委員会構成 (現員数)
 - ・ 常任委員会 常任総務委員会 (8 人)、常任観光建設委員会 (6 人)、
常任福祉文教委員会 (6 人)
 - ・ 議会運営委員会 (6 人)
 - ・ 特別委員会 新型コロナウイルス感染症対策特別委員会 (7 人)
- (5) 議会事務局職員定数 (現員数) 12 人 (6 人)

3 地方創生に係る人口減少対策について

□ 説明 伊東市 企画部 企画課 企画政策係 川村清文 課長補佐

(1) 地方創生に係る人口減少対策の現状と取組について

① 伊東市の人口推移と人口展望

国勢調査によると、伊東市の総人口は平成 17 年の 72,441 人をピークに減少傾向となり、令和 2 年は 65,491 人、現在は 65,000 人前後で推移している。

自然増減の推移は、平成 5 年から死亡数が出生数を上回る自然減が続いており、平成 30 年には死亡数が 1,153 人、出生数は 273 人で大幅となっている。社会増減は、何とか粘っている状況で、平成 12 年頃からは転入者が転出者を上回る社会増が続いてきたが、平成 24 年頃から転入者より転出者が上回る社会減の傾向が見られ始めた。平成 29 年、平成 30 年には再び転入者のほうが上回っている。伊東市で移住定住施策を展開し始めたのは平成 28 年からであり、この辺から少しずつ移住者の獲得に動き始めており、ちょうど、まち・ひと・しごと創生事業の 1 期目に取り組み始めた時期でもあり、直近では社会増が続いている。

社会増の要因は、移住施策の効果に加えて、新型コロナウイルス感染症の影響により、東京首都圏から地方への移住の機運の高まりと働き方が変わるテレワークの進展によるものと考えられる。特に、テレワークでは、東京の会社を辞めることなく移住が可能であり、転職なき移住が増えている。

将来展望人口は、社人研の推計では何も講じなければ、令和 42 年には 3 万人を切る推計が出ているが、これを食い止めるために事業を展開しても 36,000 人という推計が出ている。

伊東市の人口減少の要因として考えられるのは、次の 3 つ。

ア 少子化の進展

イ 死亡者数の増加（高齢者数の増加が背景）

ウ 若年層の市外流出（進学・就職による都市部への流出、働く場所がない）

② 伊東市の移住定住促進施策

伊東市の移住定住施策は、“知る”、“訪れる”、“移住”の 3 段階の重層的な施策を展開し、移住者に選ばれるまちとなることを目的に取り組んでいる。

ア “知る”段階での取組

- ・ 伊東市移住定住サイトの制作（地方創生推進交付金事業）

伊東市のHPとは別に移住定住に関する専門のサイトを制作

- ・ 静岡まるごと移住・就職フェアへの出展

【趣旨】移住を促進するため、大規模移住相談会を開催し、仕事や住まい、地域の情報など、移住に当たって生じる様々な課題について相談対応し、静岡県の暮らしの魅力について全県を上げて発信する。

【出展】静岡県内市町・仕事や住まいに関する地域団体等

【会場】東京・有楽町 東京交通会館

【フェアにおける伊東市の移住相談対応件数】

年度	H30	R元	R2	R3	R4	R5
相談件数	32	61	6	7	63	14

※ R2、R3は新型コロナウイルス感染症の影響でオンライン開催

※ R5は8月とR6. 2月に開催予定であり、R5の数字は8月分

- ・ 移住セミナーの開催

【会場】R3 : 静岡県、沼津市、伊東市共催 (オンライン)

R4、5 : 東京・有楽町 東京交通会館

年度	R3	R4	R5
参加人数	10	7	18

イ “訪れる” 段階での取組

- ・ 現地ナビゲート事業

移住検討者の要望に応じた完全オーダーメイドの現地案内を実施するもの。お客様満足度は97%であり、事業を利用した方が移住した実績も有している。

委託先：NPO法人アールシップ

【案内実績】

年度	R元	R2	R3	R4
相談件数	9	33	36	46

- ・ お試し移住支援事業補助金 (市単独事業)

【制度概要】伊東市への移住を検討している方が、市内で移住に向けた活動を行い滞在する場合において、滞在に係る宿泊費用の一部を補助

【補助金額】・ 宿泊費用の2分の1以内、1泊につき上限3,000円

・ 年度内通算10泊までとし、同行者は最大3名まで

【利用実績】R4 : 28件、R5 : 11件 (6月末時点)

移住ナビゲート事業を使った方が宿泊し、翌日も市内を見る。

転入するまで何度でも使用可。

- ・ 移住体験ツアー

【事業概要】伊東市への移住を検討している方や興味がある方を対象に、先輩移住者との意見交換を中心に、先輩移住者のお宅拝見など実際の暮らしぶりを「見て」「聞いて」もらうことが出来る機会を提供

【ツアー行程】市役所集合→ランチ (先輩移住者の店) →先輩移住者と意見交換→先輩移住者の自宅拝見→大室山散策→道の駅伊東マリンタウン→解散

【実績】令和4年度2回開催 (12月・3月) 11組14人参加

ウ “移住” 段階での取組

- ・ 移住就業支援事業補助金

【制度概要】東京23区内在住者、若しくは東京23区内に通勤をしている方が、

伊東市に移住し、かつ、一定の要件を満たした場合に補助金を交付

する。

- 【補助金額】・ 単身での移住の場合 60 万円
- ・ 2人以上での移住の場合 100 万円
 - ・ 18歳未満の世帯員を帯同する場合、1人につき30万円を加算
- ※ (令和5年4月1日以降の移住者は、1人につき100万円を加算)

【実績】

R 2	0件
R 3	3件 (単身 2件、複数世帯 1件)
R 4	23件 (単身 10件、複数世帯 13件)

- ・ 移住者住宅資金貸付金利子補給金

【制度概要】伊東市内に住宅を取得する際に、金融機関から借り入れた移住者向け住宅ローンの利子額に対し、補助対象経費として2分の1以内、1年度につき最大10万円を補助。補給金としては、通算して5年間(60月分)を限度とし、通算50万円を上限。(令和5年4月から移住者向けに新設した制度)

【対象者等】・ 住宅ローンを借り入れ、住宅を購入し当該物件を住所地として伊東市に移住した方

 - ・ 補給金の申請日において45歳未満かつ移住後3年以内の方
 - ・ 融資実行日から3か月以内に申請
- ・ はじめよう伊東新生活応援事業(社会福祉課で展開している事業)

【制度概要】「移住」を希望する方のうち、「専門資格」を有し、市内の保健医療福祉介護保育関連の事業所に就業する方に補助金を交付

【対象者】・ 移住した日において40歳未満であること

 - ・ 専門資格…医師、看護師、保健師、理学療法士、薬剤師、歯科衛生士、社会福祉士、介護福祉士、介護支援専門員、保育士など
 - ・ 転勤出向等による勤務地変更ではなく、新規雇用であること
 - ・ 3親等以内の方が代表者、取締役等の経営を担う事業所への就業ではないこと。

※ その他にも利用条件あり

【補助金額】・ 奨学金返還支援(月額2万円を上限に最大120月補助)・ 家賃支援(月額2万5千円を上限に最大60月補助)

 - ・ 子育て支援(1子につき月額3万円を最大60月)
 - ・ 結婚支援(本制度を利用して移住し、移住後5年以内に結婚した方に10万円)
 - ・ 定住継続支援(本制度を利用して移住し、移住後5年を経過した方に10万円)

※ この他に他部署でも移住施策の事業を展開しており、年に1回、伊東市役所内で移住施策を横断的に情報共有している。

エ その他の取組

- ・ 地域おこし協力隊の活用
【業務内容】 移住相談対応、コラムやSNSによる情報発信、移住イベントの企画、移住体験ツアーの開催等
- ・ 移住促進動画「伊東に暮らす」の制作・配信（地方創生推進交付金事業）

③ 伊東市の移住施策の成果と現状

ア 移住者数と移住相談件数の推移

年度	H30	R元	R2	R3	R4
移住者数	24	34	52	96	113
移住相談件数	83	140	131	210	400

※ 移住者数は、伊東市が展開する移住施策を利用した方や移住相談を受けた方が転入した数

※ 社会増減数におけるR4の転入者数は2,603人

イ 移住定住における伊東市の課題

- ・ 生産年齢人口の就業場所の不足
- ・ 医療環境の充実（大きな病院は地域に3つ、東京首都圏の医療環境に勝てない）
- ・ 鉄道・バスなどの交通の利便性（車がないと生活出来ない）
- ・ 教育環境、子育て環境の充実（東京首都圏との比較、専門学校・大学がない）

④ 伊東市のふるさと納税

寄附状況の推移と運営体制

年度	R元	R2	R3	R4
寄附件数（件）	5,477	5,558	7,964	13,082
寄附総額（千円）	362,062	247,184	357,055	435,912

【ポータルサイト】 現在は「楽天」、「さとふる」で展開している。

令和5年度から「ふるさとチョイス」と「ふるなび」の追加を予定している。

※ 道の駅マリンタウンにおいて、地域共通券を返礼品とした現地受付・現地受取型のふるさと納税を展開している。

【中間管理事業者】 楽天は伊東商工会議所、さとふるは一括代行で受発注に係る中間管理業務を委託している。

【市の体制】 ふるさと納税に係る専任職員を置くことなく、他業務を兼務とした一人体制で運用している。

【その他】 返礼品のうち特産品として、海産物の金目鯛の煮つけや地ビールなどがあるが、寄附金額の約7割は、伊東市の主産業である観光業の宿泊券が占めている。

高額寄附になり、送料もかからず、令和5年10月からは制度改正も行わ

れるが、送料・システム利用料等も低く押さえることが可能。

⑤ 参考

令和4年度に実施した高校生アンケートの結果

Q これからも伊東市に住み続けたいと思いますか？

項目	R 4			R 3		
	回答数	割合	順位	回答数	割合	順位
現在の場所に住み続けたい	30	18.1%	2	53	32.1%	2
市内の他の場所に移りたい	11	6.6%	3	10	6.1%	3
市外に移りたい	118	71.1%	1	91	55.2%	1
その他	4	2.4%	4	10	6.1%	3
無回答	3	1.8%	5	1	0.6%	5
合計	166	100.0%		165	100.0%	

Q 今後、進学や就職等で伊東市を離れ、他市町に引っ越すことになった場合、数年後再び伊東市に戻ってきたいと思いますか？

項目	R 4			R 3		
	回答数	割合	順位	回答数	割合	順位
1～2年程度で戻ってきたいと思う	21	12.7%	4	39	23.6%	2
5年程度で戻ってきたいと思う	37	22.3%	2	46	27.9%	1
10年程度で戻ってきたいと思う	15	9.0%	5	22	13.3%	4
15年以上後に戻ってきたいと思う	23	13.9%	3	13	7.9%	5
戻って来たいと思わない	61	36.7%	1	39	23.6%	2
その他	8	4.8%	6	6	3.6%	6
無回答	1	0.6%	7	0	0.0%	7
合計	166	100.0%		165	100.0%	

Q 「戻ってきたいと思わない」主な理由は何ですか？の問いに対しては、「娯楽施設が少ない」、「働く場所が少ない」、「通勤・通学が不便である」、「買い物などの日常生活が不便である」といった回答が4割以上を占めている。

〔主な質疑応答〕

- Q. 移住者の年齢構成と、移住相談に当たった移住者の今後の課題等についてどのように対応しているのか。
- A. 以前は60代が多かったが、近年はテレワーク等により若年層の移住も増えており、年齢構成は均等になっている。
- Q. 移住者住宅資金貸付金利子補給金は債務負担行為ではなく、単年度で行っているとのことだが、その理由はどのようなものか。
- A. 要綱策定の際、5年、60か月の利子補給を債務負担行為とするか庁内で検討した際、前例として、同様の事業があったことから単年度の予算として組むこととした。

- Q.** 単年度予算となれば、毎年度の議会の議決を必要とするが、予算確保の確認はどのようにしているのか。
- A.** 利用者に対し、毎年度決定することを交付の段階で伝えている。
- Q.** 移住サポート団体で不動産団体やNPOの他に民間団体があるが、移住者がそれぞれ団体を作って取り組んでいるのか。
- A.** 移住定住で一番協力的に動いているのは、官民連携のプロジェクトで移住した方々で構成している団体である。セミナーなどでも先輩移住者の話が聞けるといことで好評である。官民の連携では、非常に強力なタッグを組んでいると認識している。
- Q.** その団体のメンバーには、アドバイザーとして市議会議員がいるようだが、その役割はどのようなものか。
- A.** 議員の知見から発言して頂くという形で、メンバーには予算などといった行政の役割や仕組みに詳しい方は少ないので、アドバイザー的な役割を担っている。
- Q.** 移住施策の柱となる部分は誰が考案しているのか。
- A.** 移住ナビゲート事業は移住の担当者であり、その他の事業もそれぞれの担当者が考えている。スクラップアンドビルドで適正な予算配分を見直しながら進めている。
- Q.** ふるさと納税は職員一人で担当しているとのことだが、中間事業者との打合せはどのような頻度で行っているのか。
- A.** 地元の商工会と月に1回程度、返礼品開拓の関係や営業的な打合せを行っている。
- Q.** 伊東市現地ナビゲート事業や移住体験ツアーの参加者の負担額、市の予算規模はどの程度か。
- A.** 移住体験ツアーの参加者の負担は、ランチ代(1,000~1,500円)のみであり、移動は市職員が運転するバスを利用する。市の費用はガソリン代と保険代で、その他に人件費分を予算に計上している。ナビゲート事業等は委託事業なので、予算では委託料を計上しているが、参加者の個人負担は0円で、その他に移住者は宿泊料を負担している。
- Q.** 地域おこし協力隊は、現在何名か。また、退任後に移住している方は何名か。
- A.** 退任した方は4名で、そのうち伊東市に在住している方は3人。現在は3名採用している。
- Q.** 地域おこし協力隊の採用数は少ないようだが、どのような考え方からか。
- A.** 地域おこし協力隊を活用出来る部局として観光、産業、移住定住の3分野と考えており、現在は、観光(2人)、産業(0人)、移住定住(1人)で既に採用している。観光分野は一般社団法人で働いている協力隊が1人、市の会計年度任用職員が1人で、2人、移住は企画部署に1人。外部に出す場合と、市の会計年度で採用する場合の2通りあるが、それぞれに長所短所があり、取り扱いが難しい。

○ 所感

伊東市では、移住・定住施策の推進において、独自の独立系サイトや動画の制作など地方創生推進交付金の有効な活用が見受けられた。

移住者検討者を案内する現地ナビゲート事業や、移住者で構成したNPOの取組など、移住者の立場やニーズに応じた取組が進められていた。

担当部署の職員のみならず、庁内の横断的な取組により移住・定住施策を展開し、着実に実績を積み上げられている様子が見えられた。



中島議長からの挨拶



視察の様子



議場にて

Ⅲ 静岡県三島市議会

1 三島市の概要

市制施行	昭和 16 年 4 月 29 日
人 口	106, 279 人 (令和 5 年 9 月 30 日現在)
世 帯 数	49, 937 世帯
面 積	62. 02 km ²
産業別人口比率	第 1 次 2. 4% 第 2 次 26. 1% 第 3 次 68. 5%
財 政	令和 5 年度一般会計予算 42, 480, 000 千円 (歳入内訳：市税 42. 8%、地方交付税 4. 7%、国庫支出金 17. 7%、 8. 0%、その他 26. 8%) 特別会計予算 (5 会計) 22, 731, 641 千円 公営企業会計 (3 会計) 7, 326, 430 千円

昭和16年4月29日に静岡県田方郡の三島町と錦田村が合併し、三島市が誕生した。昭和29年には中郷村を編入し、現在の三島市となった。

古くは東海道の宿場町、三嶋大社の門前町として栄え、三嶋大社や楽寿園を中心に市街地を形成している。富士山からの雪解け水が伏流水となり、市内中心部に湧水が見られる点から、水の郷百選にも選ばれている。

現在は、「ウェルネス＝健康」をまちづくりの中核に位置づけ、保健・医療分野だけで個人の健康増進を図るのではなく、生活環境や地域社会などあらゆる分野を視野に入れた取組により、都市そのものを健康にすることで、市民が自然に健康で豊かになれる新しい都市モデルを構築しようとする「スマートウェルネスシティ構想」に取り組んでいる。

2 市議会の構成等

- (1) 議員定数 (現員数) 22 人 (22 人)
- (2) 議会費 (構成比) 令和 5 年度一般会計予算 256, 412 千円 (0. 6%)
- (3) 政務活動費 月額 1 人あたり 15, 000 円
- (4) 委員会構成 (現員数)
 - ・ 常任委員会 総務委員会 (8 人)、福祉教育委員会 (7 人)、
経済建設委員会 (7 人)
 - ・ 議会運営委員会 (7 人)
 - ・ 議会だより編集委員会 (7 人)
- (5) 議会事務局職員定数 (現員数) 7 人 (6 人)

3 地方創生に係る人口減少対策について

- 説明 三島市 企画戦略部 政策企画課 瓜島史剛 副参事、
財政経営部 財政課 千葉敬 主幹

(1) 地方創生に係る人口減少対策の現状と取組について

① 人口減の要因について（行政の取組・政策・現状）

平成17年をピークに平成18年から転出超過が始まり、平成22年から自然減が続いている。社会動態は、数年に1度増加に転じることがあり、2、3年前にも増加したが、明確な原因は不明である。増加した年の翌年から減少に転じるといった状況が数年に一度起こっている。

三島市だけでなく、近隣市町を含めた要因があるのだろうと推測しているが、その原因の追究は今後の課題と考えている。

また、社人研の推計値より、令和2年度の実数が上回っている状況である。

② まち・ひと・しごと創生総合戦略について

ア 三島市で利用可能な補助制度

「移住・就業支援補助金」・・・国の制度

「住むなら三島サポート事業」・・・三島市独自の制度

「三島市移住子育てリフォーム事業費補助金」・・・三島市独自の制度

三島市独自の制度は、移住と同時に住宅を取得やリフォームした方が対象

・ 事業に取り組んだ背景と目的

新幹線で都内まで1時間の通勤通学圏内にあるのが三島市の一番の強みである。新幹線通勤者が多い。

国の補助金が、テレワークも対象にすることで、テレワークの拡充により普段通わずに在宅勤務が出来る移住者の利用が急増した。国の移住・就業支援策の利用状況は、令和2年度は0件であったが、令和3年度からテレワークの方も対象となったことから、令和3年度は18件39人、令和4年度は29件112人の申請件数で、令和5年度はさらに上回っている。テレワークに関しては全国でも上位の申請件数となっている。

その他、地方創生推進交付金のテレワーク推進タイプとして、施設の建設や既存の施設を改修した実績がある。

市内にテレワーク施設を令和3年度で3つ設置した。今は大小含めて増えており、令和5年度は2.3倍となっている。

テレワークの促進のための交付金メニューとして考案したメニューであり、一過性にならないように別の補助メニューも使い、お試し移住や民間のテレワークオフィスとも連携して事業を進めている。

・ 人口増加を目的に設定したKPIを上回った事例について

設定したKPIは転入超過であり、KPIを上回った事例はない。KPIの設定

も難しい。まずはプラスマイナスをゼロにしたいと考えている。時々プラスになるが、ほぼマイナスが続いている状況であり、令和4年度もマイナスが大きい。

- ・ 地方創生関係交付金事業の効果を高めるうえでの住民の理解と参画について
総合計画や総合戦略の策定段階においては、市民団体のヒアリングやワークショップ等を行ったが、地方創生関係交付金事業の応募においては、住民の意見は確認していない。

地方創生関係の交付金事業は、募集から締め切りまでが短い。応募に当たり、どの民間事業者と一緒に取り組むかを聞かれる。これまでは採択を受けた後に事業者を決めるのが通例であったが、今は応募の段階でこの事業者と組んで、こういうことをやるという、具体的な内容で申請する必要がある。申請書の作成も行政職員ではなく、コンサルタントや事業者に頼む必要がある。

三島市でも、国の交付金の採択を受けた自動運転の事業について、専門事業者がないと話にもならないということで、事業者を見つけて一緒に手を挙げ、採択につなげた。採択後、3週間以内に正式に申請するというので、3週間で事業者を選定する必要があり、プロポーザルをかけた。官民連携はあらゆる事業に必須となっているが、事業者選定に関しての運用を考える必要がある。アイデアを出した事業者が無駄な労力に終ることにならないようにすることも考える必要がある。

- ・ 交付金獲得による財政的なプラスの影響及び地域経済へのプラスの影響について、財政的な効果の測定は出来ていない。

三島市は移住者に人気のまちということで、報道等でも取り上げられ、民間のランキング等でも上位になり、シティプロモーションがうまくいっている。

しかし、現実には転出超過で減っており、首都圏からは人気だが、転出超過の理由を考える必要がある。

大企業は少なく、近隣の市町にある製造業の大きな工場の人たちが三島市に住んでおり、撤退した場合にはその影響を受ける。

三島駅を降りてすぐの長泉町では人口増で子供が増えている。子育てするなら長泉町というイメージがついている。そういうシティプロモーションも重要。三島市でも長泉町が取り組んでいることはやっているが、先行しているということでPRされている。

人口減という実態があるにもかかわらず、マスコミはいい部分を取り上げているので、その部分は利用して、移住者から人気のまちというイメージを今のうちに定着させたいと考えている。

移住に取り組み始めたのは5年前で、それまでは移住に補助金を出すという考えもなかった。

三島市には、テレワークなどのIT系の企業が多い。そういう職場に勤めている方々は年収が多く、高所得者が転入してきている。高所得者層が増えており、いろいろな意味で意識の高い人たちで、教育環境がよいとか、東京より田舎に来て地域

のまちづくりに貢献したいという人たちがいる。お金や時間に余裕があり、技術を持っていて自分たちが面白いと思ったことに取り組んでくれるのでありがたい。

今までと違う新しいコミュニティの中心が移住者になっており、これまでもまちづくりに関わっている方もいるが、新しい面白いことを考えてくれる人たちがいて、どんどん呼び込んでいる。

移住アンバサダーになっている方々もいわゆる普通の人ではなく、インフルエンサー的な人。完全ボランティアで週末に東京から仲間を連れてきて、イベント的なことを行っている人もいる。力のある面白い人たちを捕まえて、三島市を舞台に面白いことをやってくれれば、面白いまちづくりが広がっていくと考えている。そういった人たち同士の交流の場を提供したい。

- ・ 地方創生に係る人口減少対策における計画のとりまとめまでの市民意見集約と、その意見を各施策に繋げることについて

総合計画策定において市民の意見を吸い上げているが、その後は出来ていない。国の交付金ときは移住者や地域のキーパーソンに声掛けして情報提供している。面白そうだからやろう、という話になる場合もある。

- ・ 地方創生に係る人口減少対策における官民連携について

令和3年度～令和7年度の総合計画は「共創」がテーマであり、官民連携についても「共創」をテーマとしている。

事業に取り組むに当たり、予算を組んで市と一緒にやろうというのが協働。対して、地域の課題を解決するために、民間事業者と一緒にになって、予算を確保してこういう事業に取り組もうという、ゼロベースから民間の意見を取り入れていくことを共創と言っている。

官民連携を積極的に推進するための民間提案制度があり、三島市から共創リストを作って公開し、協力してくれる事業者を募集している。担当課として困っているという段階でのリストを作成し、窓口を一本化して事業者からの提案を受け、それを担当課と相談して話を聞いたり、予算を確保したり、あるいは企画部署から補助金の情報提供をするという取組をしている。

市のHPで共創リストを公開しているほか、民間のマッチングサイト（三島市では3社に）掲載している。提案があっても簡単に事業化には至らないが提案45件のうち6件が具体化（事業化や協定の締結等）しており、三島市全体で共創に取り組んでいる。

③ 移住・定住及び三島市移住アンバサダーについて

- ・ 2021年度の静岡県で移住者が多かった市町ランキング1位となった要因について「移住促進の取組」を頑張った自治体ランキングということで、数字は行政サービスを利用した移住者数で、県外から移住した方のみを計上するので、移住に関する補助金の制度を多く持っている自治体が有利なランキングである。そのため、移住

者の実態を表すものではない。

2021年度のランキング1位が報道されたタイミングとアンバサダーの取組を始めると言ったタイミングが偶然一致し、アンバサダーの取組は前々から進めており、6月に発表しようとしたところ、5月末に移住者の多かった市町ランキングが発表された。なぜ1位を取ったのかと報道から聞かれているタイミングで、アンバサダーの取組もやっているからというストーリーで報道された。移住相談会でも、報道番組を見たという方が相当数いた。

・ 移住アンバサダーについて

ア 「発信力のある移住者」の選定方法について

もともと発信力のある人たちが三島市に在住しており、フォロワー数が100人以上いる人たちが何人かいたことから、相談して任命した。

イ 移住アンバサダーの具体的な活動について

三島市がこういうことを発信してくださいと依頼するのではなく、もともと自主的に発信している方々である。発信内容は、三島市の移住を考えている人のためになるものであれば可としており、市の弱い部分の発信も可としている。

専用のアカウントはなく、三島市に関係するときだけ「移住」のキーワードを入れて発信してくださいとお願いしている。営業活動といえば語弊があるが、PRの中にアンバサダーとして活動してもらえるのでウィンウィンの関係である。

ウ 移住アンバサダーの報酬について

アンバサダーへの報酬はない。イベントの講師等の場合は委員会等の報酬だが、基本的には無報酬である。

エ 移住アンバサダーの成果について

移住を考えている人が市ではなく、アンバサダーとつながることもある。行政に相談されても明確に答えにくい質問に対しても、アンバサダーが答えてくれる。相談会でも移住者の声を聴きたいという意見があるが、移住相談でも現実味がある。

④ その他の移住に関する助言等

東京にいる方は車を持たない生活、三島に移住して車のない生活は考えられないが、それを言うとハードルが上がるので、まずは駅近のマンション等に住んで頂いている。地方移住といっても三島市を選ばれる人は田舎暮らしを求めているわけではなく、通勤圏で三島市もあるという感覚の方で、今の生活スタイルを変えたくないという人たちの需要がある。その中で生活していく上で、車が必要という考えになっていく。

三島市は全体的に注目されており、いい方向で人気の移住先ということでシティプロモーションはうまくいっているが、人口減で出生数も減っており、移住施策の勝ち組ではない。

若者に結婚・出産と簡単に言えない社会になっているので、間接的に攻めている。子育て支援ということで、大本の子供を産みやすいまちにしていく必要がある。そうならないと決定打にならない。

長泉町と広域で連携して、三島駅周辺の近隣2市2町で連携しながら、子育て始めは長泉町からスタートして、子供が大きくなって1戸建てであれば三島市にというような連携もしながら進めていく。

(2) ふるさと納税について

① 三島市のふるさと納税の取組について

- ・ ふるさと納税の市の体制及び担当職員の専門性について

ふるさと納税の担当部署は財政課で、正規職員1名と会計年度任用職員2名の3名体制である。

ふるさと納税に関する職員の専門性はない。

ふるさと納税が注目され始めたのは東日本大震災がきっかけで、一般の方がどういった形で支援出来るのかということでふるさと納税の認知度が上昇したが、現在はネットショッピング的な感覚となっている。

三島市では開始当初、FAXでやりとりしていたが、平成27年度からサイトに掲載し、寄附額が順調に伸びていたが、平成27年度をピークに制度が変わり、寄附額が減少した。

そこで、掲載サイトを増やし、返礼品数を増やすとともに差別化を図り、徐々に伸びている。

- ・ 三島市のふるさと納税の動向

令和4年度の返礼品内訳（金額ベース）は、うなぎ関係で約50%、サブリ関係で約20%、栄養補助ゼリーが約15%であり、全体の85%を占めている。

「うなぎ」の取扱いは全国に5,000件以上あることから、他との差別化が必要と考えた。そこで、うなぎについては、有名店、高額だが美味しい（差別化、高級品）ということ、サブリ、栄養補助ゼリーは三島市のみの扱いとして、差別化を図った。

現在は、うなぎに続く地場産品に苦慮している状況である。

〔主な質疑応答〕

- Q.** 補助金は抱き併せで3つの補助メニューを展開しているとのことだが、金額はどのくらいか。また、共創リストの市の位置づけについて、横断的にやっているものなのか。また、総合戦略との関係はどのようなものか
- A.** 移住のメニュー住宅取得した際の補助金と子育て世代限定の補助金市独自の補助金は住宅担当の部署で予算は30,000,000円で終了。現在の制度は今年度で一旦終了、次年度から内容の見直しを検討している。

- Q.** 高額所得者が多いということだが、関係性はあるか。
- A.** 住宅取得なので関係はない。令和2年度は16世帯で年間48人、480万、令和4年度は66世帯で171人となっており、急激に増加した。理由は不明である。
- Q.** 共創リストの事業について、どういった経緯で始められたのか。
- A.** 総合計画改定の際、三島市の政策としてガーデンシティ、スマートウェルネスといった横文字の政策があったが、新しいキーワードを考えている中で、繋がりを力に変えるといったところで、これまで協働といていたものを、最新の共創という言葉にしようということになった。何が共創なのかといったときに、官民連携をさらに強化していくこととし、全国的な先進事例を参考にして民間提案制度ということになった。さらに進んでいる自治体であれば、PPPで公共施設等のもっと大きなプロジェクトでの共創とっているのだが、三島市としては身の丈に合ったソフト事業ということで共創という位置づけにした。民間事業者からセールスに来てもらえる状況にして、民間の投資を呼び込む、民間と一緒にやっていくまちということである。
- Q.** 共創リストの事業について、どのように決定しているのか。
- A.** 共創リストは、全庁的に呼びかけしており、年に2度、更新をかけている。新しく載せるものは随時だが、載っているものでも事業者からの提案が全くないようなものは削除している。担当部署から自由に出して頂き、政策企画課で調整する。まずは広く挙げて、事業者のほうでも何かに引っかかるという部分があれば提案がくる。総合計画や総合戦略との関係は条件にしていない。
- Q.** 市議会からはどういった反応があるか。
- A.** 民間提案制度に関しては好意的な支援を頂いている。この制度の先には事業者にインセンティブを与えたい。事業者選定に当たり提案制度があるから事業者と話を進めていってよいよ予算が取れた。そこで業者選定しなければならないが、そのときに最初から関わってきた事業者がどうなるのか。当然関わってきた事業者はプロポーザルのときには有利になると思うが、その手続を簡素化したり、有利になるインセンティブがほしい。やっている自治体もある、やって辞めた自治体もある。議会からはインセンティブをやって、どんどん官民連携を進めるべきという意見もある。
- Q.** 官民連携の事業について、国の募集期間がすごく短いので民間事業者に書類を作成してもらおうという話があったが、民間主導の事業が大きいという中で、コンサルタントに依頼して書類を作成してもらおうということはあったか。
- A.** 国の交付金に採択された申請書や計画書を見ると、行政が作ったものではないと感じる。そういうのを見ると我々も最初からコンサルタントを入れると全然違うという考えになる。ただし、採択されるか分からないのに事業者にお金を払って申請書を作成して頂くというのは非常に難しい。直近の国交省に採択された自動運転は前々から準備していたが、予算が無く、成功報酬として相談した。プロポの手続きを踏むが、組めなくてもコンサルティング料として払うということで、やって頂いて採択を受けた。
- Q.** コンサルタントと行政のスキルはそれほど違いが大きいのか。

- A.** コンサルタントもピンキリであり、総合計画等をつくるときには中小自治体を相手にしているコンサルタントである。国の交付金に手を挙げるとなれば、そういうコンサルタントは書類作成のスキルや実績、見せ方も上手い。
- Q.** 実施主体は市内事業者に係わらずという考えか。
- A.** 事業規模による。国の交付金等の事業になると、どの事業者と組むのかを国から聞かれ、事業の実効性や実績の担保、効果が挙げられるかを聞かれる。ある程度名前の通った業者の名前を挙げると、納得される。
- Q.** アンバサダーは三島市に移住した方ということで、もともと住んでいた方々とは生活の水準が違っていると推測するが、もともと三島市に住んでいた方々とのトラブル等はないか。
- A.** 三島市への移住者は、高所得者ばかりというわけではないのだが、行政との関わりでそうした人たちが目立っている。ただ、そうした方々にスポットライトを当てると、周りのそういった人たちも移住してくる。アンバサダーの人たちも所得も高い人たちだが、決して嫌味もなく、日頃から情報発信している内容も受け入れやすい内容を発信している方々を選んでいる。結果的にシティプロモーションにもつながっている。
- Q.** アンバサダー以外の事業について、検討は行われたのか。
- A.** アンバサダーの事業に取り組もうとした際、インフルエンサーの事業のセールスもあったが費用がかかるということであった。アドバイザー派遣の事業もあるが、アドバイザーは上から目線になるので見送った。アンバサダーは自らやるという人たちで、自分たちが面白いからやっている人たちなので、そういう人たちを支援している。
- Q.** 地域おこし協力隊は活用しているか。
- A.** 地域おこし協力隊は採用していない。三島市では、自主的に来てくれた人たちが自主的にまちづくりに取り組んできてもらっている。お金をもらってやっている人たちとなじむのかという懸念もあり、採用していない。
- Q.** スタートアップ企業が多いということであるが、そうした企業への支援についてどのように考えているか。
- A.** 現在検討中である。起業を目指す人たちと行政で意見交換して、共創リストと同じく、企業がビジネスチャンスとして、課題を上手く解決するために取り組もうという話になげられないかというところをやっている。スタートアップ支援は、様々な支援制度があるので、具体的な補助金というより違うところで支援してほしいといわれている。

○ 所感

発信力のある移住者を三島市移住アンバサダーとして任命し、その方々に積極的に情報発信して頂くことにより、さらに移住者を呼び込むという好循環が生まれ、移住者に人気のまちというイメージでのシティプロモーションがうまく進められていた。

また、地域課題の解決に当たり、民間事業者の提案を受け、ゼロベースから取り組み始める「共創」という考え方や、民間事業者と協力して国の交付金事業に取り組まれるなど、官民連携による事業展開が進められていると感じた。



歓迎の挨拶



視察の様子



議場にて

IV 静岡県焼津市議会

市制施行	昭和 26 年 3 月 1 日
人 口	136,308 人 (令和 5 年 9 月 30 日現在)
世 帯 数	59,973 世帯
面 積	70.3 km ²
産業別人口比率	第 1 次 2.7% 第 2 次 35.7% 第 3 次 59.6%
財 政	令和 5 年度一般会計予算 57,776,000 千円 (歳入内訳：市税 34.8%、地方交付税 6.5%、国庫支出金 11.2%、 市債 3.6%、その他 43.9%) 特別会計予算 (8 会計) 30,534,700 千円 公営企業会計 (3 会計) 25,565,773 千円

昭和 26 年 3 月 1 日に市制施行し、昭和 28 年から昭和 32 年にかけて隣接する町村を合併、平成 20 年に志田郡大井川町を編入し、現在の焼津市となった。

焼津市は、高草山などの丘陵部を境に静岡市、西に藤枝市、大井川を挟んで吉田町と島田市に接する、志太平野の駿河湾沿いに位置している。

市内には焼津漁港と大井川港の 2 つの港湾があり、焼津漁港では江戸時代よりカツオ漁が盛んであり、現在はカツオ・マグロを主とする遠洋漁業の基地となっており、2022 年の水揚金額は 7 年連続で全国第 1 位となっている。

2 市議会の構成等

- (1) 議員定数 (現員数) 21 人 (21 人)
- (2) 議会費 (構成比) 令和 5 年度一般会計予算 263,106 千円 (0.5%)
- (3) 政務活動費 1 人につき年額 300,000 円
- (4) 委員会構成 (現員数)
 - ・ 常任委員会 総務文教常任委員会 (7 人)、市民福祉常任委員会 (7 人)、建設経済常任委員会 (7 人)
 - ・ 議会運営委員会 (7 人)
 - ・ 特別委員会 議会改革検討特別委員会 (6 人)、やいづ市議会広報特別委員会 (6 人)、予算決算審査特別委員会 (全議員)
- (5) 議会事務局職員定数 (現員数) 9 人 (7 人)

3 ふるさと納税について

- 説明 焼津市 経済部 ふるさと納税課 山下浩一 課長、
松永友視 ふるさと納税担当係長

(1) ふるさと納税の現状と取組について

① 焼津市ふるさと納税の実績

年度	寄附件数 (件)	寄附金額 (円)
H26	8,023	287,043,611
H27	138,875	3,825,481,805
H28	231,243	5,126,754,500
H29	131,306	2,689,277,847
H30	223,700	3,163,641,108
R元	122,694	2,557,822,246
R2	261,365	5,218,274,996
R3	394,060	6,484,830,600
R4	475,221	7,574,375,540

- ・ 平成26年度から返礼品受付を開始。
- ・ 静岡県内では4年連続で県内1位。
- ・ コロナ過での巣ごもり需要によりビール・魚介類が増加し、令和2年度は前年の倍。

② お礼品数 1,400品以上 (参加企業220社以上)

マグロ、カツオ、ネギトロ、ビール(サッポロ)等で様々なニーズに対応可。

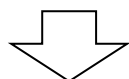
令和5年10月16日開催の市内事業者向けの説明会には100件以上の事業所が参加。

市側から返礼品の発掘だけでなく、事業者側からの提案や相談もある。

③ ふるさと納税で期待する効果

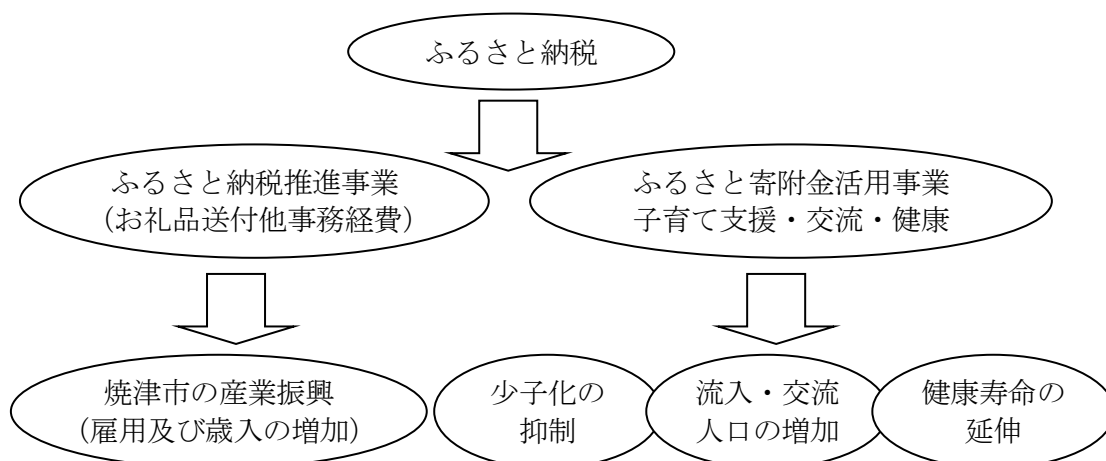
明確な目的：産業の活性化(産業振興)・シティプロモーション

- ・ 焼津市の産物、製品がお礼品として選ばれる
- ・ 焼津市の産業や文化について知ってもらえる



- ・ 焼津市の宣伝(シティプロモーション)
- ・ 関係人口、交流人口の増加 → 移住・定住
- ・ 市財源の確保
- ・ 事業者と市職員のコミュニケーションによる情報共有の強化
- ・ 市内事業所の自信、自社のECの練習の場

④ 焼津市のふるさと納税寄附金の使い道



⑤ 焼津市のふるさと納税寄附金の使い道 (活用事例)

- ・ ターントクル子供館の整備、幼稚園遊具の整備、小学校の学習机・ロッカー等

[主な質疑応答]

- Q.** ふるさと納税の市全体の取組体制（ふるさと納税課の役割、組織体制、人数）はどういった形か。
- A.** ふるさと納税課の役割は、寄附の受付、書類・返礼品の発送、事業者との調整等である。ふるさと納税課は職員 12 人体制（正職員 6 人、会計年度任用職員 6 人）
- Q.** ふるさと納税課の職員は、どのような職員が配属されているのか。また、専門的知識を身につけるための取組は行われているか。
- A.** 特別な知識を持った職員ではなく、他の職員と同様に異動する。専門的知識をはじめから持っているのではなく、課の業務に当たりながら知識を身に着けていく。
- Q.** 仕掛け方が素晴らしいと感じた。産業の活性化、入り口が経済部で具体的な目的が決まっていて展開がよいと思う。当市では企画部門が担当しているが、自治体によって様々であった。最初に目標を決めて取り組み始めたのか。また、職員数は 12 名ということだが最初の体制はどうであったか。
- A.** 焼津市でも最初は財政課が担当していたが、財政の業務に加えてふるさと納税の業務ということで負担が大きく、移管することとなった。移管する中で、何を目的に取り組むかということで、産業振興が最適という考えになった。経済部はもともと事業所とも接点が大きかった。体制については、正規職員はプロモーションの企画やイレギュラーな案件に対応しており、デジタル化で省力化も出来るが、件数が多いのである程度人がいないと上には上がっていけないと考えている。会計年度任用職員はコールセンター業務に対応している。
- Q.** 最初はこういった体制であったのか。
- A.** 令和 3 年度に中間事業者に委託したが、それまでは全て自前で行っていた。当初は人

数も多くなかったので忙しい時には庁内職員を動員していた。慣れてきてから会計年度職員を雇用し、多い時には会計年度任用職員も多く雇用了。

Q. 当市でも当局に対して専門部署をつくるべきと提案しており、独立採算制をとってはどうかとも言っている。焼津市ではどういう目標を持って取り組んでいるのか。

A. そういう気持ちを持っているのはよいと思う。自治体内で全てのお金を回していくというイメージを個人的には持っている。寄附のうち経費はポータルサイトを管理している会社、つまり東京都にある会社に持っていかれるので、集めてもその分は他にいつてしまう。本来、全部含めて地域内でまわしていくことが出来ればよいと思う。

Q. ふるさと納税の業務を中間事業者に委託しているか。また、委託している場合、中間事業者の役割と、自治体の「ふるさと納税課」の役割はどのようになっているか。

A. 民間の事業者に委託している。委託内容は返礼品の配送の管理、ポータルサイトの確認、書類の発送、ワンストップ特例処理等である。寄附者に対応するのは市職員という考え方からコールセンターは市が行っており、市では、その他に返礼品事業者との調整を行っている。

Q. 平成 26 年度は 8,027 件であった寄附件数が平成 27 年度には 138,903 件となっているが、平成 27 年度にはどのように取り組まれたのか。

A. 平成 26 年度は年度途中の 10 月から始め、書類で処理していた。平成 27 年度からふるさとチョイスによる Web での受付を開始し、利便性をアップしたことが要因と考えられる。平成 28 年度からは楽天も利用している。

Q. 海産物（返礼品）の割合や事業者との連携はどのようになっているか。

A. 返礼品のうち、水産物加工品が 5 割以上で、代表的なものはネギトロやツナ缶など。事業者との連携については、随時、連絡を取っており密にやり取りしている。また、本業となる事業者以外にも有効な事業があれば、情報提供している。

Q. 焼津市役所にはシティセールス課という部署があり、ふるさと納税はふるさと納税課が担当しているとのことだが、シティプロモーションという部分での役割分担はどのようになっているのか。

A. シティセールス課は市全体で情報発信を強化していく必要があるということで、県外・市外向けの情報発信を担う部署として設置した。シティセールス課には市政懇談会等の市民の意見を聴いたり、市内に向けた広報等の広聴広報の担当と、シティセールスとして市の外に魅力を発信する担当がある。ふるさと納税を通してシティプロモーションをやるとなれば、シティセールス課にそこまでやれとは言えない。重複する部分等もあるが、お互いに取り組んでいる。

Q. ふるさと納税の特設サイトを設置しているが、どのような目的で取り組んでいるのか。

A. ふるさと納税を通じて焼津市のことを知って頂きたいという考えである。

Q. 特設サイトによる売上げはどの程度か。

A. 特設サイトによる売上げはそこまでではないが、売上重視というよりは、焼津市の情報を発信して、共感出来たら寄附してくださいという考えである。

- Q. 特設サイトの画像がとてもきれいだという印象を受ける。そこが大事だと思うが、どなたが撮影しているのか。
- A. 中間事業者が撮影や編集を行っている。見せ方はとても大切だと考えている。
- Q. 先ほど本業のという言葉があったが、事業者からは、ふるさと納税よりも直接売ったほうが手間がかからないという声も聞くが、そこに少し手間をかけて出品をお願いすることもあると思うが、焼津市では事業者からくるということだが、ふるさと納税に出品をお願いする点でのアドバイス等はあるか。
- A. 水産関係の事業者でも元々はB to B、卸を対象にしていたが、コロナ禍でECサイトでの需要が伸びたことをきっかけとして、様々なところに販路を求めたいという考えに変わったようでB to Cに変化した。
- Q. B to BからB to Cにするには、家庭向けの商品にしてブランディングや小分けにするという商品開発が必要だと思うが、そうした点について、行政として支援をしたのか。
- A. 業者向けに大量の物を売ることから、カスタマー向けにしていこうという、B to Cという事業者の意識変化は重要な点だが、コロナ禍で事業者も気づき始めた。小分けに出来るラインを製造するなどの設備投資的な補助金をR2年度とR3年度に創設した。また、B to Cにしてリスト化することで、どういった方を対象にすればよいか分かってくる。ターゲットが見えてくるので、絞りながら産業商品力を上げていく。持続的に自分たちが成長していけば、この制度がなくなってもその事業者は残ると考えている。
- Q. 今の話はマーケティングという部分になると考えられるが、その情報はどのようにしているのか。
- A. 自社の発送のデータは自分たちで見れる。その他にDX推進課という部署があり、匿名加工してスマートシティのサイトで公開している。データを使いたい場合はログインすれば、カテゴリ別に分けてあるので見る事が出来る。
- Q. 焼津市には参加事業者は多数あるようだが、上位の事業者で何割を占めているという状況はあるのか。
- A. カテゴリで行くと海鮮関係が半分以上で、あとはビール。それ以外は時期にもよる。カテゴリの中で競争している。
- Q. 他の産業に参加するために設備投資をするという状況はあるか。
- A. あると思う。そういう形で波及していると思う。
- Q. コミュニケーションを密にという話であったが、特に留意していることは何か。
- A. 配送が確実に行われているかという点やフォローアップ。後は、せっかくいい商品を出すのだが、数秒でその良さが伝わるような画像やサムネイルでなければ、売上にはつながらないので、写真の撮り方や見せ方には留意している。
- Q. 魚介類は漁獲量に左右されるが、漁獲量が少なくて苦労したということはないか。
- A. サクラエビは近年取れなくて困ったという話は聞くが、焼津市の主力はマグロで超低温冷凍であり、マグロの返礼品について心配はしていない。

- Q. 逆に在庫過多になってしまったということはないか。
- A. 全体的に在庫管理をしていると思うので、足りなくなったということは聞いたことはない。
- Q. 企業に対してどのくらいフォローアップしているか。行政からの情報提供もしているとのことだが、どの程度相談に乗っているのか。また、寄附金の使い方は3つということであったが、どのように決定したのか。
- A. フォローアップは大切だが、やりすぎると全て行政任せになる可能性があるので、ある程度、事業者の考え方や話を聞きながら適度にフォローしている。
- Q. 初めて取り組む企業と軌道に乗った事業所とのフォロー体制の違いはあるか。
- A. 初めての企業には相談に乗るが、軌道に乗った事業所は制度の使い方なども分かっているので、向こうから提案をしてくる場合もある。寄附金の使途については、庁内で基金条例で3つということで決定している。どの事業に使うかは財政担当課の予算編成の中で、未来への投資に向けた事業に充てている。
- Q. 焼津市といえばマグロなどの水産物だろうが、その他に面白い商品はあるか。
- A. 日産の車のシートを椅子に代えたものがあり、マニアックな方に売れた。
- Q. 注文数が少ない事業者もいると思うが、行政や中間事業者でフォローアップしているのか。
- A. 意欲があれば相談に乗るが、何もしない事業所に対する優先順位は低いと考えている。
- Q. 商品の発送時に焼津市のパンフレット等を入れているか。
- A. 焼津市のほうでは入れていないが、各事業者で何か入れているかもしれない。

○ 所感

焼津市では、「産業振興」と「シティプロモーション」という、ふるさと納税に取り組むための2つの明確な目的を設定して、取り組まれていた。

事業者に寄り添った支援を講じることにより、新たな商品開発につながり、商品が売れるという、好循環が生まれていると感じた。

また、ふるさと納税の使途を明確化することにより、共感を持たれた方からの寄附につながるのではないかと感じた。



石田議長からの挨拶



視察の様子



議場にて

以上、令和5年10月4日、10月17日～19日に実施しました、総務常任委員会行政視察の報告書といたします。

令和5年12月

大船渡市議会議長 三 浦 隆 様

総務常任委員長 熊 谷 昭 浩