

令和元年度柴田町議会 1 2 月会議

常任委員会行政視察研修報告書

総務常任委員会

文教厚生常任委員会

産業建設常任委員会

議会広報常任委員会

常任委員会等行政視察研修報告書

目 次

1. 総務常任委員会行政視察報告書	1
2. 文教厚生常任委員会行政視察報告書	1 1
3. 産業建設常任委員会行政視察報告書	3 1
4. 議会広報常任委員会行政視察報告書	4 5

令和元年12月2日

柴田町議会

議長 高橋 たい子 殿

総務常任委員会

委員長 平間 奈緒美

委員会行政視察報告書

先に実施した総務常任委員会行政視察の結果を、下記のとおり報告します。

記

1 期 間 令和元年10月23日（水）～10月25日（金）

2 視察地及び視察内容

(1) 岡山県笠岡市

・移住定住促進への取り組み方について

(2) 岡山県赤磐市

・移住定住促進への取り組み方について

3 参加者

(委員長) 平間 奈緒美 (副委員長) 斎藤 義勝

(委員) 舟山 彰、安部 俊三、森 裕樹

(議長) 高橋 たい子

4 視察概要 別紙のとおり

1 市の概要

笠岡市は岡山県南西部に位置し、西を広島県福山市に接する。福山市と文化的、経済的に非常に深い結びつきを持つ。戦後、福山市と共に工業化が進んだが現在は福山市のベッドタウンであり、生活圏は福山都市圏（備後都市圏）となる。

市の南部には瀬戸内海国立公園の一角をなす、大小31の島々からなる風光明媚な笠岡諸島を有し、国指定重要無形民俗文化財「白石踊」の「白石島」、靖国神社の大鳥居などに使われている「北木石」の「北木島」など七つの有人島がある。

沿岸部の干潟はカブトガニが生息し、神島（こうのしま）と西大島の間の海域は国の天然記念物に指定され、生息地の保全などを通して保護活動が行われている。

市内は山陽新幹線、山陽本線、山陽自動車道、国道2号線といった中国地方の主要な物流、交通の大動脈が市を東西に縦貫している。

市全体としては少子高齢化と人口減少が進んでおり、国土交通省の消滅可能性都市に指定されている。5年間で総人口の6.7%にあたる3,672人が減少した。（平成27年度国勢調査）福山都市圏、岡山県南部では笠岡市の人口減少は突出しており、極めて早い速度で人口が減少している。

人口： 48,050人（令和元年8月31日現在）

世帯数： 22,190世帯（ " ）

面積： 136.24km²

一般会計(当初予算):令和元年度 231億7,095万円

2 研修内容

—研修項目—

定住促進への取り組み方について

笠岡市の人口は、昭和27年に市制施行後、7万人をピークに減少してきた。平成28年度から30年度の社会動態（転居・転入・転出）によると、年齢区分別では、15～39歳（生産年齢前期）の移動による減少が大部分を占めている。この生産年齢前期の移動では、隣接している広島県福山市をはじめ、倉敷市、岡山市、浅口市、里庄町への転出が多い。

毎年度500人から800人近くの人口減少が進展していたため、平成20年4月に市職員に定住促進に関する施策の提案を募集した。そして、市長を本部長とする定住促進本部会議を開催し、21年1月に笠岡市定住促進ビジョンを策定した。

同年4月には定住促進センターを設置し、定住に係る事業の実施及び庁内・市内の関係機関との連携・協力等、総合的な定住推進施策の取り組みを開始した。

〈定住促進センター担当6事業〉

- ① 住宅新築助成金交付事業
- ② 建物取得に関する税制優遇制度の検討

- ③ 空き家有効利用対策
- ④ オール不動産情報集約提供事業
- ⑤ U・Iターン就職情報
- ⑥ 結婚応援事業

組織の構成については、当初は課長級の所長、係長級の副統括、職員OBの嘱託職員の3名でスタートしたが、新たに移住相談員を雇用するなど、現在は正職員4名、移住相談員1名、臨時職員3名の計8人体制である。

各課との連携方法については、関係部署の部長級・課長級職員を本部員とする定住促進本部会議を年数回開催し、事業実績や社会情勢等を見定めながら、各課の課題を共有し、以降の定住促進施策の方向性を議論し笠岡市定住促進ビジョンの見直しを行っている。

〈定住促進センターの取組概要〉

(1) 住宅新築助成金交付事業（平成21年度～）

40歳以下の方が、市内に新築して定住する場合に建築費の10分の1（最大100万円）を助成する。また、中学生以下の子どもがいる世帯に、一人につき10万円（最大30万円）加算する。

※令和2年1月より制度縮小（対象者を市外からの転入者とし、助成金額を最大70万円+子の加算（最大30万円）とする。

(2) 空き家バンク事業（平成21年度～）

空き家所有者から情報を登録→市職員が物件の調査（写真撮影、間取り図の作成）、空き家バンクでの情報提供→移住（入居）希望者へ物件を案内→不動産業者との契約手続き（市職員は立ち会う）

平成29年度には笠岡市ホームページのリニューアルや全国版空き家バンクへの物件情報登録、市内宅建業者との協定締結による情報提供など、情報発信の強化を実施。

(3) 結婚応援事業（平成21年度～）

定住促進センター内に結婚相談所を設置。笠岡市、社会福祉協議会の主催により婚活イベントを開催

(4) 定住促進に係る固定資産税相当額一部助成金交付事業（平成22年度～）

対象物件の固定資産税額の2分の1を助成

(5) 市職員セールスマン事業（平成22年度～）

市職員が名刺やパンフレット、チラシを配布、宣伝し定住促進のセールスマンとなる

(6) 井笠圏域結婚推進事業（平成22年度～）

井笠圏域3市2町が共同で婚活研修会など結婚推進事業を実施。

(7) 多世帯同居等支援事業（平成24年度～）

新たに市内で親等と子や孫が多世代で同居、近居するための住宅取得に係る経費の助成

(8) 新婚世帯家賃助成事業（平成26年度～）

市内の賃貸住宅に入居する新婚世帯に対して助成

(9) お試し住宅事業（平成26年度～）

移住を希望している人に対して、笠岡市で生活体験できる住宅を貸与する

(10) 若者会議開催（平成27年度）

市内在住、在勤、出身者並びに市内への移住希望者が自ら意見を出し合い、企画、立案し、実行するための場として、「若者会議～ぼっけーまち会議～」を開催

- (1 1) 地域おこし協力隊（平成28年度～）
平成31年4月現在 3人
- (1 2) 定住化土地造成促進奨励金交付事業（平成28年度～）
市内へ開発面積が1,000平方メートル以上の住宅用地を開発しようとする事業者に対し公共用道路、公園、緑地、広場、排水施設等の整備に要する経費の一部（最大5千万円）を奨励金として交付
- (1 3) 空き家バンク活用奨励金交付事業
まちづくり協議会および市内NPO法人に空き家対策事業に取り組む団体として登録してもらい、空き家の現状確認や所有者調査などを実施。対象となる空き家が売買契約または賃貸契約に至った場合、奨励金を交付。
- (1 4) 笠岡市空き家等における家財等処分助成金交付事業（平成28年度～）
空き家バンクに登録された空き家で、家屋に残っている家財道具などの処分や搬出に係る費用の一部を助成
- (1 5) 笠岡市定住促進PR事業（平成30年度～）
「住みやすいまち」「住んでみたいまち」として認識してもらうため、笠岡市シティプロモーションを実施（間違イイ探し、恐竜マルシェ等）
- (1 6) 笠岡市移住相談支援強化事業（平成30年度～）
住む場所、働く場所、子育て環境など、移住希望者からの要望、相談等にワンストップで対応するため、移住相談員（嘱託職員）1名を配置。
- (1 7) 老朽空き家等解体撤去に係る固定資産税等相当額一部助成交事業（令和元年度～）
老朽家屋の解体撤去に伴う固定資産税等の増額分の助成
- (1 8) FPによるライフプラン相談事業（令和元年度～）
FPによる相談会を開催し、ライフプランを設計するなど笠岡市を住む場所として認識してもらう。

まとめ

笠岡市では、平成20年4月に市職員に定住促進に関する施策の提案を募集し、市長自らが本部長となり本部会議を開催、定住ビジョンの策定、定住促進センターを設置し、施策に取り組んできた。また、定住促進に係る各課の課題を議論し、その結果を事業に反映させている。

人口減少について、高い危機意識を持ち、全庁をあげて移住定住施策に取り組んでいる。PR、各課や不動産業者等民間との連携、魅力の発信など、総合的な観点からオール笠岡で取り組んでいる。柴田町も将来を見据え、危機意識を持つべきと考える。

定住促進センターは、担当する事業を実施するだけでなく、それぞれの部署で取り組んでいる事業が、より定住に資するように各部署と連携し、相互に協力し合い相乗的な効果を生み出す核となる役割を担っている。

空き家情報については、不動産会社20社と連携し、情報を共有している。移住者が

早く地域にとけこめるように、あいさつ回りなどに職員も同行するなど、移住後のフォローも行っている。

定住促進対策は当初より主に助成事業を展開してきたが、近年はシティプロモーションに力を入れている。

宝島社が発行する移住者向け月刊誌「田舎暮らしの本」2019年2月号が発表する「2019年版住みたい田舎ベストランキング」で、人口10万人未満の自治体567団体のうち、笠岡市が総合部門の瀬戸内沿岸の市町村で第1位（全国で13位）を獲得している。これはまず、住んでもらうためには、その自治体を知ってもらうことから始まると考え、施策に取り組んだ。「間違イイ探しポスター」は市内の保育所や幼稚園、小中高学校への配布とイベントのチラシを2万部配布した。地元の子どもや親にPRしていくことで笠岡市の良さを知ってもらうことにつながった。この手法が評価され、WEBメディアや地域メディアに広く紹介され、市のPRに繋がっている。

シティプロモーションでは、住んでいる子どもたちへのPRを含め、うまくメディアを活用している。当町でも郷土愛を育てるうえでも、子どもたちに住んでいる町の魅力を伝承していくことの必要性を感じた。

1 市の概要

赤磐市（あかいわし）は、岡山県南東部に位置し、市東部には県内三大河川の一つ、吉井川が流れ、中央部から南部の平野には市街地と田園地帯が広がり、北部は丘陵地となっており、豊かな自然と文化遺産に恵まれている。

南部には住宅団地があり、岡山市のベッドタウンとなっている。主要な産業は農業で、桃や葡萄の産地である。

豊かな自然や文化遺産に恵まれる一方で、交通網の発達などで都市的な環境整備も進んでいる。

2005年（H17年）3月7日、赤磐郡山陽町、赤坂町、熊山町、吉井町の4町が対等合併し赤磐市へ市政施行。

（地域）

山陽地域（旧山陽町）

熊山地域（旧熊山町）

赤坂地域（旧赤坂町）

吉井地域（旧吉井町）

人口： 44,223人（R1.9.1現在）

世帯数： 18,469世帯（ ” ” ）

面積： 209.36km²

一般会計予算（当初）：令和元年度 189億7,311万円

2 研修内容

—研修項目—

赤磐市移住定住促進の取組について

赤磐市は、4つの町が平成の大合併で平成17年3月7日に合併した。北部は葡萄の山地で農業が盛んな地域である。南部になると、通称岡山ネオポリスと岡山県で造成した山陽団地と大きな住宅団地が2つあり、北部と南部で町の様子が違っているというのが特徴である。

総務省が平成31年1月31日に発表した「2018年の人口移動報告」では、中国地方の全107市町村のうち、転入超過となった21市町村の1つになった。しかし、少子高齢化により、地域により人口減少が進行し、高齢化率の上昇が激しくみられるようになっている。

地域経済分析システムRESAS（リーサス）の年齢階級別人口によると、大型住宅団地があるため、0～9歳、20～29歳、30～34歳と子育て世代の転入が多い。しかし、15～19歳の進学、就職などの時点での転出が多い。

赤磐市の最上位計画である第2次赤磐市総合計画（平成27年～令和6年）策定基本方針で「人口減少を食い止め、人口を維持・伸長させる」ことを2040年頃までを見据えた長期的な目標として、赤磐市全体で取り組んでいきたいとし、基本構想に3つの重

点施策を掲げ、9つの戦略プログラムを配置した。その戦略プログラムの中に移住定住施策を盛り込んだ。

移住定住施策の具体的な取り組み

(1) 「おためし住宅」

岡山県外に住み、赤磐市へ移住を検討している方が利用でき、赤磐市に住む疑似体験、生活をするもの

(2) 「空き家情報バンク」

(仕組みについて)

岡山県空き家情報流通システムという官民共同（市役所と不動産業者）が連携し、空き家の所有者と空き家の買い取り、賃貸希望者との間の情報提供を支援する仕組みを取り入れている。

内容は、空き家の所有者より情報の登録、その情報を※スマイル岡山に掲載、同時に市のホームページにも掲載し空き家情報の流通を助ける。

※スマイル岡山・・・一般社団法人 岡山県不動産サポートセンター（構成員が公益社団法人 岡山県宅地建物取引業協会と一般社団法人 岡山県不動産協会できとりまとめられている）で管理運営されているサイト。

現在の方式は、岡山県内27市町村のうち、約半分以上の16の市町村で利用している。利点が3つある。

1つは物件の取引に係る手続きは不動産業者が行うところ。最初の情報提供は市で受けるが、登録完了後の空き家購入希望者の問い合わせや、仲介（媒介）契約は専門の知識がある不動産業者が行い、取引に関わるトラブルを最小限に抑えることができる。

2つ目は登録申請事前相談は行政が行うこと。空き家を手放したいと思われている方などに行政が窓口になることで、客観的な立場で相談にのり、複数の不動産業者を紹介することができるので、より公平で幅広く対応することができる。

3つ目は不動産業者との契約体系が選任媒介契約もしくは専属専任媒介契約を採用し、古民家の流通が早くなる。

(申請から登録までの流れについて)

- ① 空き家情報バンクのチラシの送付（固定資産税の納入通知に同封）
- ② 赤磐市内の空き家の所有者から登録の申請
 - ・ 申請書（物件概要、間取りなど）、承諾書（所有権者全員）
- ③ 物件の確認、書類の審査
 - ・ 赤磐市内の物件であること
 - ・ 居住可能であること
 - ・ 他の不動産業者と媒介契約を結んでいないこと
- ④ 空き家情報バンクに登録（流通システムに取り扱う不動産業者の募集依頼）
- ⑤ 市主催で下見会を開催
 - ・ 所有者と不動産業者で個人面談（市は面談時介在しない）

⑥ 市のホームページ、スマイル岡山に掲載し、借り手、買い手を探す

・以降の取引に市は介在しない。（取引成立の報告のみ）

「空き家改修補助制度」

県外からの移住者が、空き家情報バンクを利用して購入又は賃貸契約した物件について、改修費の一部を助成する。

（３）「結婚祝金」

市が主催又は共催した結婚イベントで結婚し、結婚後2年以上以内に居住する方に祝金20万円を支給。

（４）「新婚世帯家賃補助」

結婚後、市内に賃貸物件を借りる新婚世帯に家賃補助を行う。

赤磐市移住定住施策の特徴的な取組

（１）「子育てするならあかいわ市」をテーマに、子育て世代に優しい施策に取り組んでいる。

（２）「子どもの医療費助成制度」

子どもの医療費、中学3年生までは無料、高校生を1割負担としている。

（３）「リンクステーション」

子どもや障がい者、発達障害に関して相談できる窓口を子育て世代包括支援センターに一本化している。

（４）「24時間電話健康相談事業」

24時間対応の電話健康相談を実施。

（５）「高等学校等通学費補助金」

通学に係る経済的負担を軽減するために、通学に要する費用の一部を補助する。

赤磐市の取り組みとしては、上記のような子育て支援施策と岡山市など近隣と比較して安価な価格で土地の取得ができるということが、子育ての支援施策と相乗的な効果を図って赤磐市へ移住する子育て世代が増えている要因となっている。

移住定住施策の今後の課題

移住定住施策の課題ということで、相談件数やおためし住宅の利用が伸び悩んでいる。一時は住みよさランキングで一位になったり、岡山県への移住も多かったが、一時の移住ブーム的なものが終焉した。またSNSの発達により、行政の窓口への相談が減少している。

次に移住後のフォローの難しさである。移住後に地域とトラブルになるケースも一部発生しているが、中立的な立場をとる市ではフォローが困難である。

最後に各自治体がそれぞれの地域性などの「個性」を生かすことで、創意工夫を凝らした取り組みを推進していき、他の地域から住民を獲得する自治体間での競争が始まっていることである。どこからの人口をどういうふう呼び込むかという施策を進

めていくには財政的にも段々難しくなってくるので、対象とする層、ターゲット、地域の絞り込みが重要になってくる。また、これまでの取り組み、施策のデータを検証し次の施策に取り組んでいく。

まとめ

赤磐市では、市の人口減少をしっかりと受け止め、どう歯止めをかけるかを分析し、市の最上位計画である第2次赤磐市総合計画の策定基本方針で「人口減少を食い止め、人口を維持・伸長させる」ことを長期的な目標として、戦略プログラムの中に移住定住施策を盛り込んでいる。

現在は転入者の増（中国地方の全107市町村のうち、転入超過となった21市町村の1つになった。）という結果を打ち出している。

また、子育てするなら赤磐市をテーマに、「子どもの医療費助成制度」「24時間電話健康相談事業」など、子育て世代に優しい施策に取り組むなど、子育て世代をターゲットにしているところが赤磐市の移住定住施策の特徴である。

空き家対策については、行政と不動産業者が官民共同で連携している「岡山県空き家情報流通システム」で支援する取り組みを行い、スマイル岡山（一般社団法人岡山県不動産サポートセンターで管理運営されているサイト）に掲載することにより空き家の流通を促している。

不動産関係の問い合わせや契約関係には、やはり専門家の知識が必要であることからこの連携体制は重要と考える。本町でも専門業者との連携体制の構図を図っていくこと、空き家の予備軍対策も検討していくことが必要であると感じた。

移住コンシェルジュを配置しており、移住者の不安やトラブルのサポート体制もしっかりしている。

今後、移住定住施策については、赤磐市でも課題としている「地域間競争」が始まっていることで、自治体独自の個性、魅力を発信しながら選ばれる自治体とならなければならない。

どの世代に向けて、ターゲットを絞って施策を講じる必要性も感じた。

今回の視察で一番感じたことは行政、企業等、住民が包括的に一丸となり移住定住施策に早期に取り組んでいくことが重要だと改めて感じた。

令和元年12月2日

柴田町議会

議長 高橋 たい子 殿

文教厚生常任委員会

委員長 吉田 和夫

委員会行政視察報告書

先に実施した文教厚生常任委員会行政視察の結果を、下記のとおり報告します。

記

- 1 期 間 令和元年10月30日（水）～11月1日（金）
- 2 視察地及び視察内容
 - (1) 兵庫県川西市
 - ・健康寿命延伸に関する取り組みについて
 - (2) 京都府精華町
 - ・せいか365プロジェクトについて
 - (3) 大阪府高石市
 - ・スマートウェルネスシティたかいしの取り組みについて
- 3 参加者
(委員長) 吉田 和夫 (副委員長) 平間 幸弘
(委員) 加藤 滋、安藤 義憲、白内 恵美子、水戸 義裕
- 4 視察概要 別紙のとおり

1 市の概要

川西市は兵庫県の東南部に位置し、東は大阪府池田市と箕面市に、西は宝塚市と猪名川町、南は伊丹市、北は大阪府能勢町と豊能町に隣接しています。

東西に狭く、南北に細長い地形になっています。気候は温暖で北部は山岳の起伏に富み、その一部は猪名川渓谷県立自然公園に指定されています。南部は平たんで、市の中心市街地はここに形成されています。

清和天皇の後裔の源満仲が多田神社のある地域に源氏武士団を形成し、後に鎌倉幕府を開く源頼朝など清和源氏の本拠地となったことから、川西市は武門源氏発祥の地として、市の在住者、ゆかりのある者、市長の認めた者などの中から「源氏ふるさと大使」を任命し、地域振興に取り組んでいます。

人口：157,562人（令和元年8月31日現在）

世帯数：70,110世帯（　　　　　〃　　　　　）

一般会計(当初予算)：令和元年度 571億4,300万円

2 研修内容

―研修項目―

健康寿命延伸に関する取り組みについて

川西市は兵庫県の東の玄関口であり、大阪府と接し、大阪国際空港から5キロ、JR大阪駅へ16キロと大変便利な立地であり、大阪への通勤圏としてのベッドタウンとして発展してきた。平成27年時点での高齢化率は30.1%で、阪神間地域で最も高い状況である。平成30年に厚生労働省が公表した平成27年の市区町村別平均寿命では、男性82.3歳、女性87.5歳で、男性については全国で13位、兵庫県内1位となっている。また、平成30年度の市民実感調査では、60歳代、70歳代において「健康づくりに意識的に取り組んでいる」と回答した割合が7割を超え、市民の健康意識は非常に高い。

平均寿命が長いことは非常に喜ばしいが、重要なことは、健康で長寿であることである。市民一人一人が健康意識を高め、健康づくりに努めることで、地域がいきいきし、ひいてはまち全体が活性化する。そのような考えのもと、川西市では平成27年から「健幸まちづくり」の実現に向けた取り組みを展開している。

○川西市健幸まちづくり条例、川西市健幸まちづくり計画

「健康に力を入れていく」という市の姿勢を明らかにし、施策の持続性の担保となるように、「健幸」を「市民一人一人が健康で幸せに暮らし続けること」と定義した「川西市健幸まちづくり条例」を平成28年度に策定した。条例の特徴としては、これまでの健康の視点である、体や心の健康、歯と口の健康づくり、食育の推進などに加え、健幸につながるまちづくりの視点を盛り込んでいることである。また、この条例

と同様、従来のヘルスの健康だけでなくまちづくりの視点も盛り込んだ「川西市健幸まちづくり計画」を平成30年度から平成34年度までの5カ年の計画として策定している。

○かわにし健幸マイレージ（H27～H29）

健幸まちづくりの推進には、「健康関心層」だけでなく、「健康無関心層」を積極的に巻き込み、健康意識の醸成を図る必要がある。そのために、条例制定に先駆け、平成27年度から、歩いたり、スポーツ教室へ参加することによってポイントが付与され、貯めたポイントを商品等に交換できる「かわにし健幸マイレージ」を実施した。

この事業は、平成27年度から29年度の三カ年スポーツ庁の「運動・スポーツ習慣化促進事業」の補助金を受けて実施、参加者は「推奨した歩数以上歩く」、「スポーツ教室などに参加する」、「BMIや筋肉率が改善する」、「健（検）診を受ける」ことで健幸ポイントを貯め、参加者が貯めたポイントは特産品や商品券などに交換できるだけでなく、市内14カ所のコミュニティ組織（おおむね小学校区単位）へポイントを寄附できる制度とした。

健康に資する活動をすることにインセンティブを付与することで、多くの運動未実施層、運動不十分層の参加が得られた。

ポイント対象事業には市の健康推進担当部署の事業だけでなく、他部署の健康づくりの取り組み、市内にある民間スポーツクラブや地域の団体行事なども対象事業としている。

○広域連携S I B（ソーシャル・インパクト・ボンド）の取り組み

健幸マイレージを持続可能な制度にするための課題は財源であり、参加者の負担割合の増加や民間等の財源確保などを検討する必要が生じていた。

そのような中、加盟しているスマートウェルネスシティ首長研究会及びスマートウェルネスコミュニティ協議会で筑波大学から提案のあった「ソーシャル・インパクト・ボンド（以下、S I B）の仕組みを取り入れた、事業者と成果連動型契約を結んだ形での健幸マイレージの実施」について、共に勉強している新潟県見附市、千葉県白子町と3自治体が広域連携して取り組むこととなった。

S I Bとはサービス提供者のサービス提供費用について、民間資金提供者から資金調達を行い、行政と事前に合意した成果目標を達成できれば、後から行政が資金提供者に成果に応じて報酬を払う仕組みである。しかし、小規模自治体では、事業参加者が少ない、事業費に対する固定費比率が高いなどからコスト面にスケールメリットが働かないため、3自治体が連携することで一定規模を確保した。

受託業者は特定目的事業体として合同会社を組織、民間資金調達については現在も調整中とのことだが、金融機関として常陽銀行が参画し実施されている。また、現在は地方創生推進交付金を活用して進めている。

本プロジェクトは平成30年度から5年間で実施され、K G I（重要目標達成指標）が達成されたかどうかによって、成果報酬が支払われる。現在のプラスの成果報酬は1自治体50万円が上限、マイナスは下限なしという契約になっている。

KGIは医療費の抑制（3市町合計でマイナス1.8億円）、介護リスクの抑制（マイナス15%）であるが、最初の2年間は効果が表面化しないため、1年間の目標をKPI（重要業績評価指標）として設定し、その達成度によって成果報酬を支払う仕組みとした。なお、1年目である平成30年度の成果報酬はマイナスとなった。

○現在の健幸マイレージの仕組み（H30～）

平成29年度までの健幸マイレージは、毎年募集定員を700人として実施してきたが、平成30年度からは、SIBのプロジェクトにも乗ったため新規定員を1,000人に増加した。30年度当初は応募者数が900人ちょっとで定員に達しなかったこと、また、より早い段階から生活習慣病等の予防に取り組んでもらいたいという観点から今年度は対象者を40歳から30歳に引き下げた。令和元年10月1日現在で事業参加者は3,757人となっている。

事業参加者には登録時に活動量計（参加費1,000円）もしくはスマートフォンアプリ（参加費500円）を入手してもらい、事業に参加する。ポイントプログラムで付与され、貯めたポイントは1ポイント1円で市内登録店舗で利用可能な「かわにし健幸マイレージ商品券」と交換できる。

川西市には商店会などが発行する市内共通商品券のようなものではなく、市が広報掲載や商工会、商店連盟を通じるなどして協力店舗を募り（100店舗ほど）、商品券発行や換金業務を全てマイレージ事業の委託業者（合同会社）が行うことで、事業専用の商品券を作成した。

事業参加者にはポイントが付与されるだけでなく、委託事業者のタニタヘルスリンクから今月歩いた歩数や貯めたポイント、タニタならではの健康情報などが記載されたお知らせメールが届く。また、貯めたポイントなどは、パソコンやスマートフォンからタニタのからだカルテというサイトにアクセスしいつでも見ることができるが、操作が不得手な高齢者などのため、今年度から健幸マイレージサポート広場（マイサポ）というポイント送信や生活アドバイスなども受けることができる拠点を週2～3日設置している。

これまでは、貯めたポイントの一部または全部を地域コミュニティに寄附できる制度があったが、今年度からは別枠の予算を確保し、参加者が歩いた歩数（8,000歩で1円）に応じて住んでいる地区のコミュニティにお金が交付される「地域健幸応援金」という仕組みに変更した。なお、交付された応援金は地域で行っている健康イベントなど健康づくりの取り組みに使用されることとしている。

健康無関心層へのアプローチには「ロコミ」が有効というデータがスマートウェルネスコミュニティ協議会の調査によって出ていることから、「正しい健康情報をロコミで伝える人」として「健幸アンバサダー」の養成に取り組み、平成30年度は153人を養成し、参加者募集等の協力を得ている。

また、参加対象年齢を引き下げたことに伴い、試行的にフェイスブック等のSNSを活用した募集を今年度から実施している。

○健幸マイレージの実績、成果

各年度の新規参加者の男女の割合は毎年女性が6割、男性が4割である。また、年代については60代、70代で約7割を占めている。この傾向は平成27年度からほとんど変わってはいない。

健幸マイレージは、すでに運動をしている人ではなく「運動不十分層」により多く参加してもらいたいが、国が推奨する身体活動量（1日あたり8,000歩）以下の運動不十分層が平成30年度の参加者の76.7%を占めている。なお、新規参加者のうち運動不十分層の1人あたりの平均歩数は4,585歩だったが、3カ月後には6,783歩となり、健幸マイレージ事業が参加者の歩く行動を誘発させた結果が出ている。

新規参加者の募集については健幸アンバサダーのロコミによる効果もあり、今年度は1,000人募集のところ1,229人の応募があった。なおSNSからの申し込みは50人程度だった。

今年度から新たに創設した「地域健幸応援金」の仕組みについては、地域での健康づくりの取り組みが促進されるとともに、応援金を増やそうと地域ぐるみで一緒に歩こうなどと声かけをする地区も出てきている。

参加者は活動量計とアプリを選択でき、アプリを利用するほうが自己負担が安い（500円）が、現物の活動量計を選択する人が多い（アプリ利用は250人程度）。参加者の高齢者割合が多いことだけでなく、アプリを使えるスマートフォンの機種が限定されることや電池の消耗が早くなるなどのデメリットが要因ではないかと分析している。また、活動量計を実際に身に付け（首からぶら下げる）街なかを歩くことで、顔見知りではない参加者同士のコミュニケーションも生まれる副次的効果もある。

○そのほかの健幸まちづくりに関する主な取り組み

- ・きんたくん健幸体操

ご当地体操として、大阪成蹊短期大学の協力などで「きんたくん健幸体操」を考案した（「きんたくん」は市のイメージキャラクター）。エアロビクス編、転倒予防編、ストレッチ編、筋トレ編、ウォーキング編の5つのバージョンと地域包括支援センターが普及を行っている転倒予防・いきいき百歳体操編の全6種類があり、団体や個人へのDVDの配布・貸し出しや、養成した健幸体操リーダーなどを中心に市内の様々なイベント等で実施されている。

- ・出前健幸測定会

地域のコミュニティ組織など市民が広く集う団体を対象に、保健師や管理栄養士、歯科衛生士の講座のほか体組成、血管年齢測定などを行う出前型の健康測定会を、希望団体と企画、運営を協働して実施している。

- ・健幸まちづくりに関する主なハード事業

市役所北にキセラ川西せせらぎ公園という周回のウォーキング、ランニングコースがある公園を整備、また新名神高速道路川西IC付近には自転車道を整備している。

- ・市内横断的な取り組み

川西市では、昨年度から後期に入った市の長期総合計画に3つの重点プロジェクト

トを掲げ、各課横断のプロジェクトチームが組織されている。そのうちの 하나가「いきいき健康プロジェクト」であり、健幸政策課のほか地域コミュニティ主管の参画協働課、文化スポーツ振興課、公園緑地課の4課の課長がプロジェクトメンバーとなり、部署横断での健幸まちづくりの推進について検討を進めている。

3 まとめ

川西市では早くから健康づくりのための取り組みを始めており、特に高齢層での健康意識が高く、「健幸まちづくり」を推進する土台が整ってきている。

また、スマートウェルネス首長研究会、スマートウェルネスコミュニティ協議会で全国の自治体や研究機関、企業などと共に課題解決に取り組んでいる。高齢化等に伴う扶助費の削減を目指すことは、全国共通の課題であり、このような場での情報共有がより良い取り組みを行うためには必要となると考える。

広域連携S I Bの取り組みは全国初の取り組みであり、1年が経過した段階ではまだ成果が見えるところまでには至っていないが、成果連動型で民間ノウハウを積極的に活用するこの仕組みは、今後需要が高まると考えられ、今後の取り組みに注目したい。

健幸マイレージは、多くの運動不十分層の参加があり、かつ、平均歩数の向上など結果も出ていることから、やはり有効な手段であると確認できた。

募集、拡散には口コミが有効との理由から、市が育成した「健幸アンバサダー」は大きな成果を出しており、本町としても非常に参考となる事例である。

また、参加者が歩いた歩数に応じて住んでいる地域組織（小学校区）に交付される「地域健幸応援金」の仕組みは、地域内での健康づくり活動の促進や地域住民同士のコミュニケーションの活性化にも寄与する仕組みであり、本町としても参考とすべきである。

やはり、健幸マイレージの一番の課題は財源とのことである。開始当初は運動スポーツ習慣化促進事業、また、他課で行っていた市の高齢者移動助成事業（公共交通の補助事業）を廃止することで財源を生み実施、現在は広域連携S I Bの仕組みや地方創生推進交付金を活用しているが、財源確保と同時に制度維持のためどこまでのインセンティブを付与すべきか、どの程度まで参加者を拡大すべきかは検討が必要である。

健幸づくりを市全体で取り組むため、4課連携して取り組む「いきいき健康プロジェクト」では、公園と公園をつなぐウォーキングロードや、公園遊具のマップ作りなど、課を横断した新たな発想での施策が検討されており、市全体、課を横断した取り組み体制の有効性を改めて確認した。

川西市の今後の取り組みにも注目するとともに、取り組みを参考に本町の健康づくり施策のバージョンアップを図っていきたい。

1 町の概要

精華町は、京都府の南西端に位置し、併せて日本そして近畿圏のなかで、ほぼ地理的中心に位置しています。西部と南部はなだらかな丘陵、東部には平坦な農地が広がり、東端には木津川が流れています。年間の平均気温は約15度で、温暖な気候に恵まれています。

関西文化学術研究都市の地理的な中心であり、国立国会図書館関西館、ATR（国際電気通信基礎技術研究所）などが立地しています。

1990年代には関西文化学術研究都市として、また、大阪市や京都市、奈良市などへのベッドタウンとして、丘陵が宅地開発されてきたことから人口が流入し、1995年4月1日に22,329人と2万人を超え、2002年4月1日に31,262人と3万人を超えました。また、平成17年実施国勢調査速報値によると、人口増加率は29.9%と全国の他の市町村を大きく引き離して1位でした。

人口： 37,380人（令和元年10月1日現在）

世帯数： 15,061世帯（ ” ” ）

一般会計(当初予算)：令和元年度 132億4,000万円

2 研修内容

―研修項目―

せいか365プロジェクトについて

せいか365とは、「町民一人ひとりが健康づくりに主体的に参加することで、笑顔がつながり地域で支えあいながら、健やかで元気に満ちた地域社会を実現するための健康づくり運動」とされ、平成25年度から全庁（全町）的に取り組まれてきた運動である。平成25年策定の精華町第5次総合計画でも、第2章安全・安心で健やかな暮らしのまちづくりの中で、健康づくりや医療・保険の取り組みをしていくことがうたわれ、また、全国的な傾向同様に、精華町も医療費や介護給付費等の上昇が課題となっており、そういった課題を解決するために開始された。

○全庁的な推進体制

せいか365の推進体制として、平成25年6月から副町長を本部長とし、各部長を本部員とした「精華町健康増進に係る庁内推進本部」を設置。健康や介護といった縦割りの業務を担当部署が行うだけでなく、効率的・横断的に全庁をあげて取り組むことができる体制をとっている。

現在も取り組みが継続されており、本部、事務局のほか部会（プロジェクトチーム）として、職員運動推進部会とテーマ別プロジェクトチームが組織されている。

○せいか365の活動の基本的な考え方

せいか365の活動はそれ自体に指標を設けるものではなく、「健康づくりはまちづくりにつながる」という視点を持ち、各課が横断的に連携、事業を展開することで、健康増進計画や高齢者福祉計画などそれぞれが定める計画の個別数字を押し上げ、健康寿命の延伸を進めていくものであり、そのような視点で①普及啓発・広報啓発活動、②協働による活動、③人材育成・研修活動、④研究活動、⑤企業・大学・団体等との連携活動、⑥各種会議の計画的な開催などを多角的に展開していくものとしている。

○せいか365の活動方針

健康長寿のまちづくりの実現を目指し、地域での支え合いと町民の主体的な参画による健康づくりを進めるため、「歩く」と「食」を重点事項に掲げ町民との協働、関係機関、団体、大学等との連携協力の下、町内の様々な地域資源を有効利活用し、みんなが楽しく継続して取り組める活動を促進することとしている。

○せいか365での主な取り組み

・広報キャラクターの作成

活動により親しみを持ってもらうため、町の特産であるイチゴをモチーフにしたキャラクター（イチゴファミリー、いっちー）を製作、各種印刷物やイベント等で活用している。

・町広報誌「華創」及び厚生労働省「スマートライフプロジェクト」での普及啓発

広報誌では毎月、イベントの案内や健康ポイントの紹介等のせいか365関連記事や町内在住のクリエイターによる4コマ漫画を掲載し、平成31年3月までに累計68回掲載している。また、厚生労働省が行う国民運動「スマートライフプロジェクト」のホームページに活動報告を定期的に投稿し平成31年3月までに累計121回掲載している。

・精華いちご体操の普及啓発

住民と協働で実施している「せいか☆体操プロジェクト」においてキャラバン隊を募集し、普及啓発活動を行っている。子どもなども含め、町民運動会などでも行っている「イチゴ体操」、高齢者向けの座ってもできる「イチゴファミリー体操」、若者向けで体幹を維持する運動などが入っている「イチゴコアシェイプ体操」の3パターンがある。

・精華町版歩数計アプリの開発

町民が「歩く」ことの啓発や促進のため、平成26年度に府の介護保険関連の交付金を活用し、町独自の無料スマートフォンアプリを開発し配信。平成30年度末時点のダウンロード数は10,266件となっている。

・健康づくり・介護予防サポーター（すてき65メイト）の養成

地域で健康づくり活動を推進してもらう「健康づくり・介護予防サポーター（すてき65メイト）」を養成する講座を開催し、平成27年度から平成30年度までで計78名のサポーターを養成している。今年度も20名を養成する予定。

・体操の居場所づくり

すてき65メイトが中心となり、町内の集会所等でいちご体操など各種体操やお茶を飲みながらの情報交換などを行う「体操の居場所」を実施しており、現在27カ所、約400人が参加している。

- ・せいか365健康階段の設置

役場庁舎や町内の公共施設（祝園駅、かしのき苑、むくのきセンター）の階段に、「ここまで歩くと何キロカロリー」などという表示を掲示し、健康意識の普及を図った。

- ・せいか健康づくりプロジェクト

健康づくりに関わる活動の企画から実施、評価に至るまでを住民が中心となり行政と協働で実施している活動で、現在6つのプロジェクトが活動中である。

- ①いきいき健康ウォーク

歩くきっかけづくりのためのウォーキングイベントの開催や、パソコンでデータ管理ができる歩数計を貸し出し、月2回歩数計データの取り込みを行う会などを開催している。

- ②いちご☆体操プロジェクト

敬老会や保育所、幼稚園等でいちご体操を行うなど、体操の普及啓発を推進している。

- ③せいか食育劇団もぐもぐ

食育推進のため、町内保育所や幼稚園での食育劇による啓発活動を行っている。

- ④わくわく健康里山の会

里山保全活動による心身のリフレッシュ等を図る活動を実施している。

- ⑤軽やか同窓会

ウォーキングやストレッチ、健康ランチなど仲間と一緒に楽しく健康づくりを続けられるイベントを実施している。

- ⑥さあ！これから塾

定年前後の世代が元気や楽しみを共有することを目的に様々な企画を考え行事を行っている。

- ・町職員の実践活動

職員も率先して活動に参加するため、毎月1回、就業前に役場交流ホールにて、精華いちご体操の実践を行っている。また、健康エコウォークとして毎月第2水曜日のノー残業日を利用し、午後6時からゴミ拾い活動を合わせて行いながらのウォーキング活動を行っている。

- ・テーマ別プロジェクトの実施

「歩く」「食」の健康増進につながる個別テーマについて、プロジェクトチームを立て、住民協働により2つのプロジェクトを推進している。今年度は新たなプロジェクト立ち上げのため「せいか365プロジェクト活動育成セミナー」も開催している。

- ①SEIKA☆いいところ見つけ隊

運動習慣のない人が運動習慣を身につけるきっかけづくりをするプロジェクトで、住民協働による親子参加イベント「親子で楽しもう！せいかお宝発見ウォーク」を企画、開催。平成30年度で3回目となり、400名を超える親子が参加した。

②体感！野菜のそちから

町内で野菜に関連する話題を広げ、野菜摂取への意識を高めるプロジェクトで、就学前親子を対象とした「夏休み親子クッキング」を住民のほか京都府立大学や企業（アピタ）との協働で実施した。

・地方版「オリジナルまっぷる」の作成

地方創生推進交付金を活用し、町内のウォーキングマップを掲載した精華町版オリジナルまっぷるを作成。ウォーキングコースの開発は「精華町ふるさと案内人の会」や「いきいき健康ウォーク」などの町民ボランティアが行った。

・大学との連携

京都府立大学、同志社大学、京都大学C O I 拠点と包括連携協定を締結しており、住民等の参加協力を得て、ヘルスケア活動などに関する調査研究や実証活動を行っている。

・せいか365健康応援団

「健康づくりはまちづくり」という観点から、個人・地域・産業のオール（みんな）の元気力向上が図れる健康長寿のまちづくりを目指し、せいか365の活動展開のための寄附を、個人や企業から「せいか365健康応援団」として募集している。個人からの寄附はふるさと納税制度を活用しており、昨年度は17件、80万円の寄附があった。

・研究活動

町職員の健康意識・実態調査を全職員を対象に実施している。また、各種イベント等の開催時に町民アンケートを実施し「せいか365」の認知度を調査している。近年のアンケートでは町民の認知度が7割を超えており、着実に浸透が図られてきている。

○せいか365健康ポイント

精華町では、健康ポイントを平成30年11月から実施している。

対象は20歳以上の町内在住・在勤者で、平成30年度末の登録者は1,544人で現在は登録者が2,000人を超えた。

参加者は町のポイント対象事業への参加や各種検診受診、歩数や健康目標を設定した「365ポイントシート」に記載して取り組むことなどでポイントが付与される。また、30年10月から町の歩数計アプリと連動され、アプリに登録し歩くことで自動的にポイントが付与される仕組みとなった。

ポイント対象事業には親子で参加できる「子育て応援講座」などの事業も盛り込まれており、町の体育施設である「むくのきセンター」へは来館ポイントとして、来館するだけで1日1ポイントが付与されるなど、様々な世代が気軽に取り組みやすい工夫がなされている。

ポイントの付与やデータ管理はコギト株が開発した「デジログ」というシステムを利用、登録参加者に配布するポイントカードを端末に読み込ませることでポイント付与が完了するシステムで、貯めたポイントは町役場及び町内の大型商業施設「アピタ」内のフィットネスクラブ（グッドネス）に設置している発券機で100ポイントで1枚クーポン券を発券することができる。なお、端末機（4台）、役場設置の発券機は府の補助事業を活用して整備、アピタ内の発券機はグッドネスの寄附により整備を行った。

クーポン券は町内の「健康ポイント協賛店」での買い物や飲食時に店独自のサービス・特典を受けることができる仕組みとしている。担当課の保健師等を中心に営業活動を行い、協賛店は現在47店舗となっている。

精華町では町がポイントに対し直接お金を支出する仕組みではなく、協賛店舗に対し広告宣伝を行うメリットを付与することで、協賛店側に独自サービスを提供してもらう仕組みをとっており、参加者が買い物をすることで外出や歩くことを促進させるだけでなく、健康ポイントが町内経済の活性化にも寄与するような仕組みの構築を目指している。

なお、30年度末の参加者アンケート調査では、健康ポイントによって以前より歩くようになったと回答した人が78%いた。また、体操の居場所に参加するようになったなど健康意識を持つようになったとの意見も多く見られた。

3 まとめ

精華町の特徴は何と言っても、健康づくりの運動として全庁的な推進体制を構築し事業推進を図っていることである。本町でも「歩くこと」について各課横断的な体制が構築され、今後の取り組みが期待されるが、精華町では部長級の推進本部だけではなく、部会制をしき、プロジェクトチームを組んで多くの職員が関わる仕組みとなっており、さらに発展的な体制である。

また、せいか365をあくまでも「まちづくりの運動」であると捉え、行政だけでなく、住民が主体となって行う活動がプロジェクトの大半を占めていることも画期的である。プロジェクトの企画、運営に町職員が参加することで「協働」を学ぶ人材育成にも効果を発揮しており、参考とすべき事例である。

また、子育て世代など若年層や子どもに対して普及啓発するプロジェクトも多く、若いうちから健康に対して知識、関心を持たせるという考えが徹底されている。

健康ポイントについては、独自のシステムを活用しポイントの付与、データを管理を行うことで、職員の手間を省いている。また、ポイント特典は町内協賛店舗が独自の工夫でサービスを行う仕組みであり、ポイントに対する町の直接負担がなく、持続可能な仕組みとしては非常に参考となる事例である。参加者がこれまで利用したことのない店（協賛店舗）を利用するきっかけとなることも考えられ、活用次第で大いに可能性のある仕組みである。協賛店の募集は保健師を中心とした町職員の営業活動が中心とのことで、町職員の苦勞と熱意も感じられた。

精華町では、せいか365に対する単独の予算付けは一切しておらず、各課の予算の中から工夫して事業の費用を捻出しているとのことである。また、歩数計アプリ開発、オリジナルまっぷる発行、デジログの導入などには国や京都府の補助をうまく活用、運用経費においてもふるさと納税や協賛企業からの寄附をうまく活用しており、本町の事業推進においても、参考とすべきである。

本町も健康づくりや介護予防に関する町民活動は様々行われており非常に活発である。精華町の取り組みを参考として、既存の活動などを巻き込みながら、健康づくり施策の充実、発展を働きかけたい。

1 町の概要

高石市は、大阪府の南部に位置し、北と東は堺市に、南は和泉市・泉大津市にそれぞれ隣接し、西は大阪湾に面しています。地形は、全体的に平坦で、東西6.1キロメートル、南北4.1キロメートルで、市域が11.30平方キロメートルとコンパクトな都市です。交通網は、府道堺阪南線、国道26号、府道和泉泉南線、大阪湾岸線などの主要道路とともに、南海本線とJR阪和線の鉄道が南北に走っています。

なお、高石・羽衣・富木3駅から大阪の中心部まで約20分、また関西国際空港にも20数キロメートルと近く、温暖な気候と相まって、便利で住み良い住宅地として発展しています。

「音に聞く高師浜の…」と詠われた高石の地は「高脚」とも書かれ、その昔からの白砂青松の美しい所として天下に知られ、持統天皇の御代世に各地に禁断漁猟区域が制定されたときには、「準河内国高脚海」と「高師浜」の地が基準とされたほどです。

また、上古に百済の博士、王仁（わに）がその一族の工芸技術家たちをつれて来朝した関係で、本市大工村（現在の高師浜の一部）の村民の大半は大工を家業として、明治維新までは京都御所の内匠（たくみ）寮の支配下にありました。他の住民は農業・漁業を営み、風光明媚な農漁村として大きな盛衰も見ずに近世に至っています。

人口： 57,775人（令和元年9月1日現在）

世帯数： 25,730世帯（ ” ” ）

一般会計(当初予算)：令和元年度 237億4,685万円

2 研修内容

一研修項目一

スマートウェルネスシティたかいしの取り組みについて

高石市では厳しい財政状況の中、高齢化の進展による扶助費の伸びをどのように緩和させるかが喫緊の課題であり、医療費の抑制を図るため、市全体を自律的に歩く「健幸」なまちを目指し、平成22年から筑波大学の久野教授が提唱するスマートウェルネス首長研究会に加入した。

○スマートウェルネスシティ総合特区での調査

スマートウェルネス首長研究会に加盟する岐阜市、三条市、福島県伊達市、豊岡市、新潟市、見附市とともに「健幸長寿社会を創造するスマートウェルネスシティ総合特別区域」として国の総合特区にエントリーし、平成23年12月に指定を受けた。平成26年からは浦安市、大田原市、岡山市が参加し、10市で総合特区を構成した。

特区においては、健康づくり施策を進めるにあたり、各市の状況把握のための調査

を行った。「日常の主な移動手段」の調査では、高石市は平坦な地形かつ10.3km²の狭い面積の半分が工業地域で残り半分（約6km²）に住宅地が密集している地理的な状況から、他の自治体に比べて圧倒的に徒歩、自転車で移動する人の割合が高く、7割を超える市民が徒歩もしくは自転車を主な移動手段としていた（他の地域では20%前後）。

また、「運動実施意図」の調査では、定期的に運動を実施する考えのある人は全体の8割くらいおり、その約半数が「必要な運動ができている」と回答したが、その回答者に実際に歩数計を装着して運動量を調査したところ実際にはその3割程度の人しか活動量が充足されてはおらず、運動意図がある人は多いが、自分が思っている以上に運動できてはいないという結果が出た。

○健幸づくりのためのウォーキングロードの整備

高石市では、ハード整備として歩きやすい道路の整備を市内各所で行っている。

・南海中央線（加茂地区）

市の南北を縦断する道路で、当初計画では片側2車線25メートル道路だったが、東側に国道もあり交通量に大きな影響はないという見込みで計画を変更し、1車線をつぶして歩行者道を拡幅、また自転車道を完全分離し、歩行者が安全安心に歩ける環境を整備した。歩道にはせせらぎを設け景観にも配慮した道路として整備した。

・南海中央線（綾園地区）

すでに整備が完了していた綾園地区についても、新たに自転車道を整備し、歩行者と自転車を分離し、歩きやすい環境を確保した。

・新村北線

自転車道を作るほどの余裕がない路線についても、自転車レーンを設け、できる限り歩行者と自転車を分離するような道路整備を行った。

・芦田川ふるさとの川整備事業

府の治水工事であるが、ただ河川に蓋をして埋めるだけではなく、本事業を活用して、両岸にウォーキングロードやせせらぎを設け、歩きやすく景観に配慮したウォーキングコースの整備を行った。

○健幸づくりのソフト事業

歩きやすい道路を整備しただけでは急激に歩く人は増えないため、様々なソフト事業も実施した。

・健幸づくり教室

筑波大学久野研究室が監修するe-wellnessシステムを活用し、参加者自身の体力に応じたプログラムを実施する形式の健康教室で、市のスポーツ施設であるスポラたかいし、カモンたかいし及び中央公民館の3カ所で実施している。

・毎日が“元気”健幸ウォーキング

週5日、朝に拠点となる広場等（市内5カ所）に集合し、20分程度体操を行った後に、体力に応じて各ウォーキングコースを自主ウォーキングする活動で、運営は市民ボランティアが担っている。

・健幸フェスティバル&高石マルシェ

毎年11月23日に高石駅前広場で開催するイベントで、健幸ブース、物販ブースの出店のほか、健康に関する啓発や市民参加型のウォーキングイベントなどを実施している。毎年2,000人以上の市民が参加する。

○健幸ポイント制度（H26～28）

上記のような健幸まちづくりの取り組みを続けても「健康無関心層」は一定数存在し、それらをどのように取り込むかが課題となっていた。そこで、健康づくりの取り組みにインセンティブを付与することで、無関心層に対しても運動を行うきっかけづくりや動機づけができるのではないかと考え、スマートウェルネス総合特区の6市（高石市、伊達市、見附市、岡山市、浦安市、大田原市）とみずほ情報総研(株)、(株)つくばウェルネスリサーチ、筑波大学等が連携して、国の実証実験として「健幸ポイントプロジェクト」に取り組んだ。

事業期間は平成26年12月から28年12月までの3年間。参加対象者は40歳以上の市民とし、26年度は1,100人、27年度は1,000人を募集した。参加者にはオムロン社製の歩数計を貸与し、その歩数や体組成測定値をシステムに送信し、それに基づく努力や成果に応じてポイントを付与される。蓄積されたポイントは1ポイント1円で全国的に使えるPontaポイントや市の共通商品券、寄付に交換することができ、地域経済にも波及する仕組みとした。

本来であればBMIや筋肉率の向上、維持など成果に対しポイントを付与すべきものだが、中には努力をしても成果がなかなかでないという人も想定されるため、対象となる健康事業や特定健診を受けただけでもポイントを付与し、やる気につながってもらうようにした。また、歩いた歩数でのポイント付与に関しては、例えば、膝に痛みがあり歩きづらい方は少ない歩数でもポイントが付与されるなど、参加者の年齢や身体状況に応じた歩数でポイントが付与される仕組みとしている。

○健幸ポイントの実績、効果

健幸ポイントの参加者はやはり高年齢層の割合が高く、60、70代が約7割を占め、就労層である40、50代は23%程度と就労層への波及には課題が残った。また、男女比では女性が7割と圧倒的に多く、男性の参加についても若干の課題が残った。

このプロジェクトは健康無関心層を取り込むことが大きな目的であるが、アンケートの結果、高石市では参加者の8割以上が運動無関心層及び運動不十分層に該当し、当初の見込み以上に「運動が必要な層」に波及する結果となった。

健幸ポイントへの参加の決め手となった情報源については、5割以上の市民が市の広報やホームページ等ではなく「口コミ」と回答していた。他の自治体においても参加の決め手となった情報源は圧倒的に口コミが多く、本事業には参加者の口コミでの普及が重要な広報手段であるという結果が出た。

当初は6,000歩弱だった参加者の歩数は1年後に8,500歩を超え、国の推奨活動量である1日8,000歩を超える結果となり、ポイントの付与が歩くきっかけになったという結果が示された。また、事業参加者のうち40～74歳の国保加入者の医療費レセプト

を基に計算したところ、25年度から27年度の総医療費として、事業参加者は参加していない人に比べ7.7万円の医療費抑制効果があった。また、参加時にBMIが25以上だった人についても数値が改善、メタボ該当群及び予備群だった方の人数も少なくなった。

また、副次的な効果として、ポイント対象事業である健幸づくり教室や健幸ウォーキングはこれまで横ばいだった参加者数が増加した。また、長年低迷していた特定検診受診率も上昇に転じた。市のスポーツ施設であるスポラたかいし、カモンたかいしの利用者も増加した。

なお、健幸ポイントの付与人数、金額は27年度1,401人で約755万円、28年度1,430人で約1,034万円となっている。商品は市の「たかいし共通商品券」に交換する人が圧倒的に多かった。ポイント付与実績は27年度よりも28年度が増えており、それだけ参加者の身体活動が活性化されたものと分析している。

○健幸のまちづくり条例、健幸のまちづくり協議会

平成28年度でスマートウェルネスシティ総合特区、健幸ポイントの実証実験も終了したが、高石市ではこれまでの健幸まちづくりを継続するとともに、これまで行政だけが事業を考え実施してきた取り組みを、市民や民間事業者、大学等研究機関などを交え、市全体で進めていくため、「高石市健幸のまちづくり条例」を29年4月に策定した。

また、条例に基づく健幸のまちづくりを推進するための協議会として、住民、民間企業、関連団体や学術団体などが参画する「高石市健幸のまちづくり協議会」を同年5月に設置した。本協議会の発起人には、市長のほか市の商工会議所、医師会、歯科医師会、薬剤師会、社会福祉協議会、保健医療センターが名を連ねており、市内外に関わらず健幸のまちづくりに思いを持つ企業、団体が参加できることとなっている。

協議会は①健幸づくり事業分科会、②健幸リビング・ラボ運営分科会、③健幸フェスティバル&高石マルシェ分科会の3つの分科会から構成されている。

健幸づくり事業分科会は健幸ポイント事業をはじめとした直接市民に対して実施する事業のほか、各企業の健保組合の事業のあり方や健康経営なども協議し、市民の健康づくりに関する取り組みの官民連携の在り方を検討している。

健幸リビング・ラボ運営分科会は、後述する健幸リビング・ラボの運営について協議をする分科会であり、健幸フェスティバル&高石マルシェ分科会は、これまで市の事業として実施してきた健幸フェスティバル&高石マルシェの実施主体を協議会に移管したうえで、事業者や団体を巻き込みより良い事業として発展、実施できるよう内容を検討する分科会となっている。

○新たな健幸ポイントの実施（H29～）

これまでの国の実証実験、健幸のまちづくり協議会での検討も踏まえ、事業内容を刷新した健幸ポイント事業を平成29年10月から令和2年3月までの事業として実施することとした。

運営事業者はプロポーザルにより(株)タニタヘルスリンクを代表団体、凸版印刷

(株)、松竹(株)を構成団体とするJVに決定した。

参加対象者をこれまでの40歳から20歳に引き下げ若い世代に対しても健康づくりへの啓発を進めることとし、定員も3,000人まで増やした。また、これまでは3パターンしかなく、ほとんど商品券一択だったポイント交換対象商品も若者向けにアマゾンギフト券などを追加し、計8種類の対象を用意した。

歩数計がオムロン社製からタニタ社製に変わり、パソコン接続が必要だったデータ送信が、ポイントリーダーに歩数計を置くだけになり、利便性が向上した。また、これまでは市の4施設のみだったデータの送信拠点も17カ所に大幅に増やした。特に市内に7カ所ある郵便局をデータ送信拠点とし、体組成計なども配備している。また、タニタ社製の歩数計は全国のローソンにあるロッピーからもデータ送信が可能となっている。

参加者の運動継続につなげる取り組みとして、タニタの協力を得ながら健康づくりセミナーやウォーキングイベントなどを開催、またタレントを多く抱える松竹からは、トレーナーや健幸に造詣が深い方をイベントやセミナーに派遣してもらっている。

今回は歩数計ではなくスマートフォンアプリも選択できる体制だったが、アプリの利用は100人程度だった。なお、参加者の構成は従来同様高齢者が多く、60代以上の人が7割を占めた。また、男女比についても前回同様女性7割、男性3割の参加となり、若い世代、男性の参加については今後の課題としている。

健幸ポイントの付与実績については29年度は約830万円だったが、30年度は2,300万円を超え、当初の予想をはるかに上回る実績だった。

○健幸リビング・ラボ

健幸リビング・ラボは市民の健康ニーズや市の行政課題に合致した商品やサービスの開発を民間事業者と市民が一体となって行い、ヘルスケア産業の育成を図ることを目的として取り組む事業である。市民にモニター登録を呼びかけ、現在800人に登録をいただいております、随時商品やサービスを試したい事業者の要望に応じて協力をもらっている。

現在高石市では地方創生推進交付金を活用してこれらの事業を展開している。当初は健幸ポイント継続のための財源に推進交付金を活用したかったが、健幸ポイント単独では推進交付金を得られないため、ヘルスケア産業の育成のための事業として申請をしたものである。

市の健幸のまちづくり条例にもあるように、今後の健幸まちづくりの推進には事業者も市民も巻き込み、市だけではなく、みんなが得をするような仕組みを展開しようと考えている。

なお、リビング・ラボとその母体となる健幸のまちづくり協議会には市外の事業者も参加ができるため、担当（スマートウェルネス推進班）ではつながりがある多くの企業を訪問。現在は140を超える事業者が参加している。

3 まとめ

高石市では、市長の強いトップダウンで健幸のまちづくりを進めている。

整備予定の計画道路が国道と並行していたため、車の交通への影響が大きくなかったことなどの恵まれた要因はあったものの、車道1車線をつぶして自転車道、歩行者道を整備するなどの大胆な政策は、市の健幸まちづくりへの本気度を表している。

早い段階でスマートウェルネス首長研究会に参加、国の総合特区にも参加したことで、アンケート調査などでのしっかりとした研究、エビデンスを持ったことが、その後の市独自の施策展開にもつながっている。

健幸ポイントは対象年齢を20歳までに引き下げ、様々な商品を用意し、参加したくなるような仕組みを構築している。また、郵便局やコンビニなど多くの場所がデータ送信拠点となっており、活動が続けやすい仕組みも構築されている。

また、こちらでも募集、拡散には口コミが一番の効果があったという結果が出ており、本町でも参考としたい。

高石市も課題はポイント付与に対する財源とのことだが、ニーズ調査で半額以下にポイント付与が減っても活動継続するという意向が大半だったこともあり、今後はポイント付与率も低下するものと思われる。今後の高石市の動向も注目したい。

また、健幸のまちづくり協議会、健幸リビング・ラボの取り組みには市民だけでなく、多くの関係機関や企業が参加している。企業の参加は担当課の熱心な営業活動の成果であり、見習うべきところである。精華町のように各課横断的な組織も重要であるが、同時に、高石市のように健幸まちづくりに専従する専門部署の設置も必要であると改めて認識した。

健幸のまちづくり協議会では、企業の従業員や健保組合の健康経営に関する取り組みについても協議を行っているが、その理由として「現在社会保険である若い世代も定年退職後には市の国民健康保険や後期高齢者医療保険に移ってくる、その時点で啓発してもなかなか遅いので、若いうちから企業を巻き込んで啓発していく」という説明があった。この視点も重要であり参考とすべきものである。

実際に医療費抑制の効果も出始めている高石市の取り組みを参考に、本町の健康づくり施策の充実を図っていきたい。

〈視察全体を通しての総括〉

今回は、文教厚生常任委員会の活動テーマである「健康寿命の延伸」について、先駆的な取り組みを行っている自治体を選定し、特に健康ポイント制度の活用や健康づくりに無関心な人、運動が足りていない人に対しての有効な取り組みはどのようなものであるかなどを中心に視察を行った。

3自治体に共通していることは、健康づくりを「まちづくり」の視点で捉え、全庁的な体制や各課が横断できる体制及び住民、企業、関係団体などが積極的に参画できる仕組みを構築しているところである。それと同時に、担当課の熱意と努力が取り組みを支えていることも共通していた。

健康ポイント制度については、職員不足や適切なデータ管理、参加者のモチベーション維持などのため、ICTを活用した仕組みを構築しており、本町においても制度拡充のためのICT活用は必須の条件である。また、費用面は一番の課題とはなるが、ポイントでもらえる商品については様々なメニューを検討することが必要である。

どの自治体もしっかりとした調査を行い、エビデンスに基づいた施策を展開している。本町においても、住民へのニーズ調査を行うとともに、先進自治体や大学等とも連携し取り組むことが必要ではないだろうか。

本町にもフットパスをはじめとしたウォーキングコースや様々な地域活動団体があり、資源はそろっている。それらをつなげ、全町的に健康なまちづくりを進めていくことが今後は重要である。団塊の世代が高齢化し、今後ますます医療費、介護給付費の伸びが顕著になっていく。早い段階で本町の健康施策をより進化させるため、この視察で得たことを生かしていきたい。

令和元年12月2日

柴田町議会

議長 高橋 たい子 殿

産業建設常任委員会

委員長 佐々木 裕子

委員会行政視察報告書

先に実施した産業建設常任委員会行政視察の結果を、下記のとおり報告します。

記

- 1 期 間 令和元年10月9日（水）～11日（金）
- 2 視察地及び視察内容
 - (1) 岐阜県多治見市
 - ◎都市計画マスタープラン・立地適正化計画について
 - ◎たじみビジネスプランコンテストについて
 - (2) 愛知県岡崎市
得するまちのゼミナール「まちゼミ」について
 - (3) 愛知県安城市
アンフォーレについて
- 3 参加者
(委員長) 佐々木 裕子 (副委員長) 広沢 真
(委員) 桜場 政行、秋本 好則、森 淑子、有賀 光子
- 4 視察概要 別紙のとおり

1 市の概要

岐阜県の南東部に位置しており、愛知県との県境に位置する。県庁所在地は岐阜市だが、名古屋市から30キロ、快速電車で約30分のところに位置しているため、名古屋のベッドタウンとして成長してきた。

多治見市の説明で必要不可欠なのが美濃焼の産地であること。1300年余の歴史を誇る美濃焼の産地で、食器類の生産量はシェアの約50パーセントを占める。

また、美濃焼の出荷額等が近年減少してきていることに対応するため、新規産業の誘致—アマゾン、トヨタ、日本ガイシなどが企業進出している。

人 口 : 110,425人 (令和元年9月末日現在)

世 帯 数 : 46,807世帯 (")

一般会計 : 404億9,900万円 (平成31年度当初予算)

2 研修内容

—研修項目—

「都市計画マスタープラン・立地適正化計画」について

「たじみビジネスプランコンテスト」について

都市計画マスタープランについて

● これまでの都市計画マスタープラン

第1次 2001年4月～2010年3月

基本理念 コンパクトなまちづくり

第2次 2010年11月～2021年3月

基本理念 人にやさしく活力あるまちづくり

～集約・再生型都市計画～

第2次改正版 2016年4月～2021年3月

基本理念 人にやさしく活力あるまちづくり

～集約・再生型都市計画～

第3次 現在作成中

● 都市計画マスタープランのおもな見直しの視点

① 第7次総合計画のまちづくりの基本方針との整合

第6次総合計画の目指すまちの将来像は「人が元気！まちが元気！多治見」としていたが、人口減少によるさまざまな課題を克服する原動力としての多治見らしさを高め、中心市街地と郊外団地、地場産業と新規事業など両方を元気にすることか

ら、第7次総合計画の目指すまちの将来像を「共につくる。まるごと元気！多治見」とし、都市計画マスタープランも7次総合計画に合わせる。

※後期計画を現在策定中（令和元年度中に策定し、2年度から5年度までが第7次総合計画後期計画となる）

② 人口の変化の反映

人口減少がより顕著になり、2030年の人口が2015年比で約13%減（約11.0万人から約9.6万人に）になると推定。

③ 空き家数、空き家率の増加の反映

空き家対策計画を今年度末に作成予定。都市計画マスタープランにおいても、空き家対策をさらに強化する。

④ 立地適正化計画との整合

平成31年3月に立地適正化計画を策定し、中心拠点（高度で多様な都市機能の実績）と地域拠点（日常生活に必要なサービス機能が立地）を公共交通ネットワークでつなぐことを方針としたことから、めざす将来のまち像を以前の「集約型都市構造への転換」から今回の「ネットワーク型コンパクトシティの形成」へ変更。

⑤各種事業の反映

- ・多治見駅北土地区画整理事業の完成(2020年3月31日予定)
- ・駅南地区の市街地再開発事業の施工開始(2018年3月～)
- ・都市計画道路整備率 約52.6%から約57.3%に
- ・都市計画公園整備 13.43㎡/人から14.17㎡/人へ
- ・汚水処理人口普及率 93.8%から97.3%へ

● 都市づくりの基本理念

第7次総合計画基本方針「共につくる。まるごと元気！多治見」と立地適正化計画の方針「ネットワーク型コンパクトシティ」の実現を反映するため、基本理念を前回の「やさしさに溢れ、活力を生み出すまちづくり」から今回の「人と地域のつながりが生みだす、「ネットワーク型コンパクトシティ」の実現～共につくる。まるごと元気！多治見～」に変更。

● 土地利用の方針

住宅 建て替え需要と空き地の利活用に配慮した、良好な居住環境形成→ 空洞化への対応、空き家、空き地の利活用を継続実施

商業 駅北、駅南地区において複合的な機能を有する施設、各種サービスの機能の誘導⇒立地適正化計画の方針を反映

工業

- ・新規産業企業の立地誘導と支援
- ・地場産業担い手育成のための移住・定住施策の検討→地場産業向け移住定住施策の反映

市街化区域を拡大し、工業系の開発をさらに進めていく。

住居・商業については、今あるものをどんどん発展させ、工業系は、陶磁器産業等もちろん重要だが、新規産業企業の誘致にも力をいれていこうという考えが柱になっている。

● 地域ごとの市街地像について

地理的な特徴と歴史的な特徴を踏まえて3つの地域に分けている。

①中央部市街地エリア（市街地の中心部）

「多くの人が集い楽しむまちづくり」

- ・ネットワーク型コンパクトシティの中心拠点
- ・主体的、快適で利便性の高いまちづくりの展開

②東部丘陵地エリア（陶磁器の産地と住宅地が重なっている部分）

「美濃焼文化と新たな産業が共存するまちづくり」

- ・美濃焼の歴史性を生かした個性あるまちづくり
- ・鉱山跡地などを活用した新規産業振興（事業所用地への土地利用転換を図り、新規産業振興地を展開）
- ・増加する空き家の利活用（住宅団地の高齢化を見据えた適切な施策の展開）

③西部・南部・丘陵地エリア（市街化調整区域—自然を守る）

「里山の緑とともに暮らすまちづくり」

- ・豊かな自然環境の中で暮らしを維持するまちづくり
- ・公益施設用地等に必要な土地利用転換については、森林、農地の保全と十分な調整を図った上で実施する。
- ・農地周辺において既存住宅等を活用した都市農業の担い手の育成と定住促進を図る。

立地適正化計画について

● なぜ必要か？

- ・人口減少・少子高齢化・働く世代の減少等により高齢者の扶助費等の社会保障費は増加し税収は減少するなど、財政状況が厳しくなる。
- ・行政サービスが行き届かない、生活サービス施設（スーパーなど）が撤退するなど「まちの機能や活力が低下」したり、空き家の増加、コミュニティ衰退、公共交通の減少・廃止になるなど「日常生活の利便性が低下」する。

そこで、人口密度を維持する、都市機能を集める、行政サービス・生活施設・空き家を抑制または活用したコミュニティ・公共交通を維持することで効率的に公共投資ができるよう「コンパクトなまち」に転換する。

→ 持続可能なまちへ（まちの機能・活力・日常生活の利便性の維持）

● 誘導区域・誘導施設の設定

○居住誘導区域

人口密度を維持し、生活サービスやコミュニティを持続する区域で、市街化区域内に設定している。中心市街地も郊外地域も生活しやすい住環境づくり、安全・安心に生活できる住環境づくり、既存の社会基盤等を活かした住環境づくりを基本方針としている。

・居住誘導区域の設定の流れ

都市計画マスタープランや総合計画と整合している区域であること、土砂災害特別警戒区域や工業系の用途地域などの居住に適さない区域は除いていること。土地適正評価をして点数が高い区域であること。都市機能誘導区域にアクセスが便利な地域であるか。原則住居系用途地域である等のポイントで絞り、これらの条件をもとに設定したのが「居住誘導区域」となる。

「土地適正評価」は点数方式となっていて、9点満点中7点以上が該当となる。保安林や風致地区など、居住を誘導すべきではない地域は除き、人口密度が高い地域、居住に利便性の高い地域、災害危険性が少ない地域に加点をしていく。

○都市機能誘導区域

医療・福祉・商業等の都市機能を誘導・集約する区域で、居住誘導区域内に設定する。多治見市の「まちの顔」となる中心拠点づくり、ずっと暮らし続けられる地域を支える拠点づくりを基本方針としている。

・都市機能誘導区域の設定方法

都市計画マスタープランや中心市街地活性化計画と整合している区域であること、土砂災害特別警戒区域や保全要素（森林地域等）、工業系の用途地域など、都市機能の集約に適さない区域は除いていること。公共交通が便利な区域であること、商業系用途地域であるか等をリストアップして、都市機能誘導区域を特定している。

○誘導施設（機能）

都市機能誘導区域ごとに設定する、医療施設、商業施設など立地を誘導する施設（機能）。

誘導施設（機能）の数は、公共施設の統廃合等のことを考え、ひとつの建物では見ずに、どういった機能があるかという機能数でみている。工事で多様な生活サービス施設（機能）維持・誘導する「中心拠点」と日常生活に密着した生活サービス施設（機能）を維持・誘導する「地域拠点」を誘導施設（機能）設定の基本方針としている。

● 誘導のための主な取り組み

○居住を誘導するための主な取り組み

「良好な住環境の整備」として、空き家再生補助事業の拡充、市街地緑化補助事業の拡充が、「良好・安心な住宅の供給」として多治見駅南地区第一種

市街地再開発事業や市営住宅の集約化・長寿命化などが、「都市基盤の整備」として都市計画道路の整備、歩行空間のバリアフリー整備などが、「暮らし続けられる地域づくり」として地域包括ケアシステムの構築、空き家等を活用した高齢者の集いの整備などを行う。

○都市機能を誘導するための主な取り組み

「中心市街地活性化」については交通広場等の整備、空き店舗出店サポート事業を、「公共施設の再編」については、公共施設の適正配置、市役所本庁舎の建替えなどを、「民間都市機能の誘導」については誘導施設に対する免税措置、誘導施設の立地助成、高齢者福祉事業所等の適配置など取り組んでいる。

○公共交通の利便性向上の取り組み

「拠点間をつなぐ移動種手段の確保」として、路線バスの利便向上等、「拠点内の移動手段の確保（コミュニティバス中心市街地の運行、デマンドタクシー等の導入）、公共交通の利用環境の向上（主要バス停における交通結節店機能の強化等）、公共交通の利用促進（公共交通意識啓発事業）など取り組んでいる。

● まとめ

都市計画マスタープランは、国土交通省による「都市計画運用指針」を勘案したうえで策定される。また、2016年から始まった「立地適正化計画」の指定もマスタープランのひとつと位置づけられ、具体的な都市計画がマスタープランに沿った内容で実施されていく。県が策定する「都市計画区域マスタープラン」とは異なり、都市計画マスタープランには定めるべき事項が明記されていないが、まちづくりの理念や都市計画の目標、目指すべき都市像とその実現のための主要課題、課題に対応した整備方針、あるべき市街地像、実施されるべき施策などうたわれている。都市計画マスタープランの策定は、町が主体的に独自性を発揮して住民参加のもとに作成することが重要と考える。2年間と限られた期間で策定となるが、多治見市のように2次、3次の見直しも必要ではないかと思う。

また、令和元年度から、集約都市形成支援事業に「立地適正化計画に空きビル、空き店舗、空き家、低未利用地等の既存ストックの活用について記載すること」を要件に追加したので、空き家、空き店舗の活用も今後の課題となると考える。

さらに公共交通については、今後どうなっていくのかが非常に重要である。都市機能の集約化により地域によって交通弱者が生じることがないように、区域間の公共交通網の整備が今後必要不可欠になると考える。

「たじみビジネスプランコンテスト」について

● 実施体制

(月1回実行委員会を開催)

たじみビジネスコンテスト実行委員会(事務局 多治見市産業観光課)

(多治見市産業観光課、多治見まちづくり株式会社、東濃信用金庫、多治見商工会議所、笠原町商工会、十六銀行)

● 選考までのスケジュール

○ タジコン

- ・ 応募説明会 H30.6.16 参加者35名
- ・ ビジネスプラン作成支援セミナー H30.7.7、8 参加者26名
- ・ 事前随時相談 H30.6.18～8.31 参加者50名程度
- ・ 応募 33件 応募期間：H30.6.18～8.31
- ・ 一次審査(実行委員会による) H30.9.7
応募者33件のうちから、ファイナリストを7名選出
- ・ 二次審査に向けた計画のブラッシュアップセミナー
第1回 H30.10.19、20、27
第2回 随時相談

○ タジコンハイスクール

地元で大学がなく、外の大学に入ったら多治見に帰ってきてくれる子が少ないため、高校生のうちから多治見をよく知ってもらい多治見を好きになってもらうことを目的に、多治見を元気にするビジネスプランの提案「タジコンハイスクール」を同時開催。

- ・ PR 県内及び近隣の商業科関係のある高等学校に説明
- ・ 事前対策 多治見まちづくり株式会社による講義
(多治見市内の高校2校)
- ・ 応募 12件 多治見市内の高校3校

● 各賞

○ タジコン

- ・ まちなかグランプリ 中心市街地を活性化させる事業
賞金300万円 財源 地方創生交付金 1/2
- ・ 創業グランプリ 多治見全体を活性化させる創業
賞金200万円 財源 地方創生交付金 1/2
とうしん地域振興協力基金 50万円
- ・ 特別賞 賞金100万円 財源 地方創生交付金 1/2
- ・ 奨励賞 賞金50万円 財源 地方創生交付金 1/2

○タジコンハイスクール

- ・グランプリ 賞金5万円 財源 多治見商工会議所
- ・優秀賞 賞金2万円 財源 笠原町商工会
- ・奨励賞 賞金1万円 財源 笠原町商工会

● たじみビジネスプランコンテストの支援体制

コンテストの参加に関わらず誰でも参加できる創業セミナーや勉強会、各支援機関のネットワークを活かした交流会、創業するにあたって必要な知識のアドバイス、市場となる「多治見」についての情報提供をおこなっている。

○ 多治見市役所 産業観光課・起業支援センター

- ・ビジネスフェア「き」業展&ビジネスマッチング「企業お見合い」：PRの場を提供。商談会で企業同士の「つながり」をサポートする。
- ・起業支援センター：マネージャー常駐、各種相談受付。起業支援ルーム安価貸出。よろず相談窓口併設。相談内容に合わせた専門家を紹介。
- ・利子補給等融資：創業後の事業運営を助ける。

○ 多治見商工会議所、笠原町商工会

- ・業種別創業セミナー：飲食・理美容・小売業の創業に特化
- ・各種補助金等申請サポート
- ・相談窓口：創業するために必要な知識などをアドバイス
- ・会員間同士の交流

○ 日本政策金融公庫

- ・創業前支援 創業に向けてのアドバイスや情報提供
- ・創業時支援 創業計画書の作り方や役立つ情報を紹介
- ・創業後支援 創業後の販路開拓等に利用できるサービスや経営に役立つ情報を紹介

○ 東濃信用金庫 とうしん地域活力研究所

～創業ワンストップサポート～

- ・基礎スキル習得（とうしん創業塾、創業休日相談会、個別相談等）
- ・事業計画策定支援（コンセプト、資金計画、収支計画、商圈調査等）
- ・資金調達支援（創業サポートローン等）
- ・フォローアップ（創業時PR、起業家交流会、各種会員組織紹介等）

○ 十六銀行

- ・創業資金調達の相談
- ・ビジネスプランの相談
- ・起業向け専用商品

○ 多治見まちづくり株式会社

商店街に事務所を構え、商店街で直営店の運営もしている。

- ・創業を検討される方に現場ならではのリアルな情報を提供
- ・まちなかの通行量、物件に関する情報、店舗開業のノウハウや、事業にあたって必要そうな人脈を紹介

● まとめ

空き店舗に入居した方に支給していた家賃補助制度を見直し、これまで以上に出店促進を・・・とスタートした、たじみビジネスコンテスト。まちを活性化させよう、市全体を元気にしようと、去年はコンテストに33件の応募があった。

まちづくりを担う人たちが安心して起業・創業等ができる環境は非常に大切だ。多治見市では、市役所・商工会・金融団・まちづくり株式会社等が一体となって、プランの作成、資金計画、創業支援、出店後のフォローアップなどを行い、切れ目のない支援体制が整っている。創業者・起業家は安心して事業等に専念できるのではないだろうか。また、民間都市開発推進機構と地元の信用金庫が共同出資し、中心市街地出店者の店舗改装費等に充ててもらうための「マネジメント型まちづくりファンド」をつくり、前年のまちなかグランプリ受賞者がこれを利用して店舗を開店したり、1階は空き店舗で2階部分を居住スペースとしている家主に対し、店舗部分と居住部分を分離する改装工事を行うための補助金制度を多治見市がつくるなど、起業・創業者側のサポートも、家主側のサポートも協力してつくりあげてきたものだと感じた。

相談件数の約半分が物件相談だったため、物件を用意しない限り中心市街地に出店するのは難しいと考えた市は、店舗の調査や空き店舗獲得のための家主との交渉を自ら動いて行っている。「家主に交渉に行ったらたとえ店舗が得られないとしても、やる意味があると信じてやっている」「人をあてにしていたら事業は前に進まない、だから自らで調査し、自ら出向いて家主に交渉している」と話していたが、それらの言葉が今も頭から離れない。

1 市の概要

岡崎市は、愛知県のほぼ中央に位置し、東部、北部の丘陵地と、まちの中心に流れる矢作川、乙川が素晴らしい景観をつくり出している。

徳川家康公生誕の地、三河武士発祥の地として歴史と伝統を持つまちで、古くから西三河の中心都市の役割を果たしている。

味噌、石製品、花火などの伝統産業とともに、最近では自動車関連、化学、繊維工業が盛んで、農・工・商の調和のとれたまちとして発展を続けている。

人口 : 387,879人(令和元年9月末日現在)

世帯数 : 163,897世帯()

一般会計 : 1,300億2,000万円(平成31年度当初予算)

2 研修内容

—研修項目— 得する街のゼミナール「まちゼミ」について

- 「岡崎まちゼミ」が始まった背景(中心市街地衰退の経緯)
 - ・ 中心市街地(康生地区)は、古くから西三河の歴史や都市機能・商業機能が集積した中心市街地として発展。
 - ・ 平成に入り、公共施設の移転や中心市街地外への大型小売店舗の出店など、商業をはじめとする様々な都市機能が低下。
 - ・ 中心市街地に訪れる客数は「消費者購買動向調査」によると最盛期(昭和60年頃)の7分の1程度に減少。
 - ・ 平成8年には800店以上あった店舗(売上:推定480億円以上)が、平成20年には約450店(売上:約270億円)に減少。
- 「岡崎まちゼミ」を始めた理由
 - 「一歩入ればいいお店があるのに、店内に入りづらく良さに気づいてもらえない」こうした思いから、まちに来る仕掛けよりも、まずお店に来てもらう仕掛けづくりに取り組んでみようと、商店主と商工会議所が活性化へのアイデアを持ち寄り、模索しながら「まちゼミ」の実施につなげていった。
 - ・ 市街地にあるたくさんのお店の良さを、もっと知ってもらう機会をつくりたい。
 - ・ 売り上げにすぐにつなげるのではなく、まず商品や店主を知ってもらい、お客さんとのコミュニケーションを通して信頼関係を築き、顧客の固定化、売り上げ増を図っていく。
- まちゼミのルール
 - ・ まちゼミ開催中はセールスを行わない。
 - ・ おもてなしの気持ちで接客し、先生的態度で接しない。

- ・まちゼミ終了後はお客さんからの問い合わせに丁寧に対応しアフターフォローも十分に気を配る。

● 取り組みの効果

まちゼミは「お客さん」「お店」「商店街（まち）」、の三方にメリットが。

○ お客さんにとってのメリット

- ・ 無料で知識が得られ、普段悩んでいたことも解決できる。
- ・ 得た知識で普段の買い物力が向上する。
- ・ 新しいお店の開拓や信頼できるお店が見つかり、新しい仲間との出会いがある。

○ お店にとってのメリット

- ・ お店を知ってもらうチャンス、新規のお客様創りができる。
- ・ お店の専門性や特色をアピールでき、その分野についての専門性が向上する。
- ・ 商品について知ってもらうことで、お客様にその分野に関心を持ってもらえる。
- ・ ライフスタイルを提案できる。
- ・ お客様の声を直接聞け、普段から相談に行ける間柄（信頼関係づくり）になれる。

○ まち（中心市街地や商店街）にとって

- ・ このエリアにあるたくさんのお店が紹介できる、買い回りにつながる。
- ・ お店とお店の繋がりが強くなる。
- ・ 市街地エリア全体のイメージアップにつながる。
- ・ 安心・信頼できる街をPR、行きたくなる街になる。

● まとめ

商工会議所の女性社員が個人店をまわる際、何となく店に入りづらかったが、実際に中に入って店主と話すと商品の知識が豊富で、おまけにととても気さくに話してくれた。これをもっとほかのお客さんにも知ってもらえたら・・・と17年前に思ったのがまちゼミの最初なのだそう。近辺の10店舗からスタートし、今では100店舗以上が参加、1,500人から2,000人が受講している。自分たちのまちを何とかしなければという危機感と熱い思いが、まちゼミ開催ごとに反省会や報告会を行うなどの次につなげる活動を地道に続け、現在の姿になっていると感じる。また、他店同士がコラボしてまちゼミを行うなど新しい試みも取り入れ、商店同士の連携も図られていた。

まちゼミを受けたから、すぐお客さんになるかといったら大間違いで、まちゼミはあくまでもきっかけにすぎない。お店がまちゼミの性質や取り組み方を理解しながらどうお客さんを取り込んでいくかを常に考え、地道に取り組んでいくことこそ、最終目標であるお客さんの喜び、新規顧客の獲得、そして売り上げ等につながっていくのではないかと感じた。

また、研修当日は商店街の車道の一部を規制し、そのスペースを休憩やイベント

を行うコミュニティの場として利用する取り組みが実験的に行われおり、そこには、商店街に足を運びたくなるような「楽しい空間」があった。新しい「まちの使い方」として参考にしたいと強く感じた。

1 市の概要

安城市は昭和27年5月5日に市制を施行し、県下13番目の市として誕生した。明治用水の豊かな水にはぐくまれ「日本デンマーク」と呼ばれるほど農業先進都市として発展してきたが、中部経済圏の中心である名古屋市から30キロメートルという近い距離や、豊田市などの内陸工業都市や碧南市などの衣浦臨海工業都市に隣接するという地理的条件にも恵まれ、自動車関連企業をはじめとする大企業の進出、住宅団地の建設が盛んになり、急速に都市化が進んできた。

また、工場や住宅がたくさんできたことによって商業も盛んになり、市制施行当時37,704人であった人口は、今では18万人を上回るほどに成長し、農・工・商業のバランスのとれたまちとなっている。

近年は、平成10年に「地球にやさしい環境都市宣言」を行い、さらには平成12年に環境の国際規格ISO14001の認証を取得した。

平成28年度からは、目指す都市像を「幸せつながる健幸都市 安城」とする、第8次安城市総合計画をスタートさせている。

人口：190,007人（令和元年9月末日現在）

世帯数：76,114世帯（　　　　　〃　　　　　）

一般会計：672億9,000万円（平成31年度当初予算）

2 研修内容

—研修項目— 中心市街地拠点施設「アンフォーレ」について

アンフォーレは、図書情報館やホールがある本館、イベント等が行える願いごと広場や公園がある公共施設、民間経営による駐車場や商業施設がある複合施設となっている。

学び・健やか・交わりの場として、情報発信並びに学び・健康づくり及び多様な交流と活動を促進し、中心市街地の賑わいの創出・活性化を目指す。

JR安城駅を中心とする中心市街地内の市有地（約12,305平方メートル）において、公共施設の整備等を行うPFI事業と、民間施設の整備等を行う定期借地事業との一体的な実施により整備されている。中心となる図書情報館の運営は、サービス提供の持続性を確保する狙いから市の直営となる。

● アンフォーレ設立以前に安城市が抱えていた課題

平成8年から9年にかけて、郊外型の大型店が相次いでできたのをきっかけに中心市街地近くのデパートが閉店。平成14年には、JR安城駅から徒歩5分のところにあった市内で最も大きい総合病院が郊外に移転し、空洞化に拍車がかかる。病院には1日3,000人もが来院したと言われていたが、にぎわいが徐々に失われ、駅

前の大型スーパーも閉店してしまう。

● 図書館を核としたにぎわいづくり

病院の跡地は市がすぐに取得したものの、活用方法の模索が続く。市内公共施設の入場者数をみたところ、昭和60年に郊外に移転した中央図書館の入場者は1日1,300人、年間約45万人前後の圧倒的な集客力を持っていたことから「図書館を核にしたにぎわいづくりができるのでは」と候補にあがる。中央図書館はまだ築25年程度だったが、蔵書収容能力が限界だったこと、市民ニーズに対応した新たなサービス展開が求められていた等のことから、図書館を新たにつくることで市民のニーズを満たすことができ、さらに中心市街地の活性化にもつながるだろうと、病院跡地に図書館を核とした中心市街地拠点施設「アンフォーレ」を建設することになった。

● 「アンフォーレ」の特徴

本館2階から4階の「図書情報館」に加え、1階には250席のホールやカフェ、市民課窓口などがある。隣接した273台の「立体駐車場」、スーパーマーケットやカルチャースクールなどの「商業棟」の3棟からなる。大型店が相次いで閉店した影響で、市内中心部にはスーパーマーケットがなく、住民は買い物に不便を感じていたこと、高齢化率が高く徒歩で買い物に行けるニーズも高かったことから、スーパーマーケットの要望が強かったと思われる。

「にぎわい創出」のため、さまざまなスペースを設けているが、そのひとつが「広場」。広場でイベントを開催し、にぎわいにつなげようという狙いがある。定期的にマルシェなどが開催されており、ホールではコンサートや映画上映会などが、エントランスでは展示即売会や作品展などさまざまなイベントが連日開催されている。

● まとめ

アンフォーレは、図書情報館や商業スペースはもちろんのこと、子育てをサポートする場、商売や事業を行う事業者をサポートする場、旅券や証明書の発行を行う公共サービスを利用できる場があり、市民の暮らしをサポートするサービスも大変充実していた。

施設の規模や事業にかかる費用等を見ればすべてにおいてため息がでるばかりであったが、民間の活力を利用したまちづくりや、中心市街地に人を集めるにあたって、公共施設をどのように活用していくか、今後の課題として参考にしていきたいと思った。

令和元年12月2日

柴田町議会

議長 高橋 たい子 殿

議会広報常任委員会

委員長 森 淑 子

委員会行政視察報告書

先に実施した議会広報常任委員会行政視察研修の結果を、次のとおり報告します。

記

- 1 期 間 令和元年11月12日（火）～13日（水）
- 2 視察地
 - ・埼玉県寄居町議会
 - ・埼玉県小川町議会
- 3 視察内容 議会だよりの編集について
- 4 視察概要 別紙のとおり

1 町の概要

寄居町は、埼玉県の北西部、荒川が秩父山地から関東平野に流れ出すところに位置する町で、町域は、東西約14km、南北が約12kmで、面積は64.25km²。

地形は大別すると西部の山地と東部に開けた平野部とからになっており、さらに、その中が、西から東へ流れる荒川によってつくられた河岸段丘による起伏のある地域や、北部の利根川流域となる台地上の地域等、複雑な地形を呈している。

行政的には、明治の町村制施行時に寄居町として誕生後、いくつかの合併の後、昭和30年に1町4か村が合併して現在の寄居町となり、2本の国道と3線の鉄道・8つの駅を持つ交通の要衝として、近年では彩の国資源循環工場や大手自動車メーカー四輪車生産工場が建設される等発展を続けてきた。

一方、「全国名水百選」・「水の郷」・「水源の森百選」に認定される水環境や、国史跡「鉢形城址」に代表される歴史環境等多くの恵まれた環境を有する町としての一面もあわせもち、環境との調和を目指したまちづくりをすすめている。

平成31年4月1日現在の人口は33,573人、世帯数は14,524世帯で、平成31年度における一般会計当初予算は120億3,460万円となっている。

2 研修内容

(1) 議会報「お元気ですか 寄居議会です」の発行

- ①発行回数…年4回（定例会ごと）
定例会終了後の翌々月の1日に発行
- ②印刷部数…13,000部
- ③配布先…町内全世帯、埼玉県町村議会議長会、
近隣町村・町執行各課・図書館等
- ④紙面規格…A4判、3段組を基本、平均16ページ
表紙・裏表紙：カラー、本文：2色刷り
中綴じ・2穴加工
- ⑤発行費用…平成31年度予算3,968千円

●寄居町の議会報は町村議会広報全国コンクールで、平成29年度、30年度と2年連続最優秀賞を受賞しており、その編集にあたっては、「聴く、話す、掘り下げる、動く」を基本とした議会活動を中心に据え、特に住民へ直接取材し、紙面に取り上げる工夫がされている。

(2) 議会だよりの編集等について

- ①編集方針について
 - ・目 標…「読まれない議会だよりに出す意味なし！」
 - ・基本姿勢…日本一クオリティの高い議会だよりを目指し編集する。
 - ・町民参加…多くの住民登場を心掛け、予算・決算・重要案件には、必ず議会と町民それぞれの視点を掲載する。
 - ・政策サイクル…年間の議会の流れと政策サイクルを意識した編集を心掛ける。
また、それをわかりやすく町民に伝える。

- ・優先順位…審議結果だけではなく、審議経過を伝え、町民の関心が高いと思われる議案等に優先順位をつけ掲載する。
- ・言葉で伝える…常に読み手を第一に考え、記事は簡潔な表現とし、文体は統一する。読みやすい紙面とするため、行政用語、議会用語は言い換えるか、解説をつける。議案内容及び審議結果がわかるように工夫し、議案に対する各議員の賛否も明らかにする。
- ・写真で伝える…見出しは、できるだけ大きく、記事の内容及びわかりやすく、簡潔でインパクトのある表現とする。写真は、1 ページ (1 記事) に1枚以上掲載するよう努め、キャプションは、記事を補完するだけでなく、伝える内容を端的に表すものを選ぶ。QRコードの活用による関連ホームページへのリンクや、必要に応じて資料映像を作成するなど、様々なメディアを駆使し、記事を補完する。表紙は記事と連動性も考慮し、内容に即したものとする。一般質問の議員写真は、できるだけ動きのあるものを使用する。

- 町広報は結果を知らせるもの、議会だよりは討論や質疑を掲載し、審議の経過をお知らせするものと捉えている。
- 読んでいただける議会だよりは表紙が重要と考えている。表紙から一貫性を持たせ記事とリンクしたものとしている。
- 読者を呼び込むためには、特集と住民登場が必要と考え、より議会を知っていただき住民が登場する企画に取り組んでいる。

②編集体制

- ・議会広報広聴特別委員会委員 8 人と事務局職員との共同編集。
- ・委員の構成は総務経済、文教厚生 の 2 常任委員会から、4 名ずつ選出。

③当町議会だよりの特徴

- ・統一テーマを定めた表紙シリーズなど、多くの住民が登場している。
- ・読みやすく、新たな切り口で議会や審議内容を伝える特集企画。
- ・次ページの記事紹介や用語解説（一口メモ）など親しまれる工夫。
- ・議員個人の議案に対する賛否結果の公表。

④編集日程

- ・正副委員長打合せ
正副委員長、事務局、委託業者が出席し、特集記事等の原案を協議。
- ・第1回編集会議（定例会前1週間）
議長（発行する議会報のテーマ方針決定のため、第1回会議のみ出席）、委員、事務局、委託業者が出席し、決定した議案等から、議会報のページ割り、ラフレイアウト、執筆者等の決定。
一般質問者へ原稿執筆の依頼。（期限は質問日から3日以内）
- ・第2回編集会議（定例会閉会后約1～2週間）
委員、事務局、委託業者が出席し、校正（初校）作業。
全文読み上げ、文章、写真、レイアウト等を確認。
- ・第3回編集会議（定例会閉会后約3週間）

委員、事務局、委託業者が出席し、校正（2校）作業。

初校で修正した箇所の確認。

- ・校了・梱包部数の指示（定例会閉会后約4週間）
校了支持とともに、区ごとの梱包部数を指示。
- ・印刷、製本、納品

1 町の概要

小川町は、平成26年11月に「細川紙の手漉和紙技術」がユネスコ無形文化遺産に登録された1,300年の伝統を誇る小川和紙の町である。

埼玉県の中央部よりやや西に位置し、町域は東西約11km、南北が約10kmで、面積は60.36km²。

外秩父の関東山地と関東平野の接点であり、町域では山地・丘陵・台地・低地と多様な地形が見られる。また、市街地の中央部には一級河川である槻川と兜川が流れており豊かな自然環境に恵まれている。

東武東上線、JR八高線、国道254号線などが通り、また、関越自動車道嵐山小川インターチェンジが近接する交通アクセスに恵まれており、都心から約60kmに立地している。

令和元年11月1日現在の人口は29,674人、世帯数は13,013世帯で、平成31年度における一般会計当初予算は88億4,400万円となっている。

2 研修内容

(1) 議会報「おがわざかい」の発行

①発行回数…年4回（定例会ごと）

定例会終了後の翌々月の1日に発行。

②印刷部数…12,200部

③配布先…町内全世帯、事業所、学校、近隣市町村議会、県議会

④紙面規格…A4判、縦4段×29行×14文字（最大）、年間合計64ページ

表紙・裏表紙：カラー、本文：2色刷り

中綴じ・2穴加工

⑤発行費用…平成31年度予算3,571千円

- 小川町の議会報は町村議会広報全国コンクールで、平成29年度「編集、デザイン部門」奨励賞、29年度、30年度と2年連続優良賞（第5位）を受賞している。紙面全体にユニバーサルデザインが取り入れられ見やすく読みやすい。また、議会や行政に関心を持ってもらうよう町民の声を載せている。

(2) 議会だよりの編集

①編集方針…1)「町民の笑顔と一生懸命な姿」をテーマに、まず手に取ってもらえるために写真を表紙とした。また、2、3ページの見開きを最重要ポイントとして力を入れている。

2) 住民目線でわかりやすい表現を心掛ける。行政用語を極力避け、わかりにくい文言には、欄外に解説をいれる。

3) 一般質問は、議員3人で2ページを基本に余白も考慮し、質問の関連写真を1枚挿入し、読みやすさ配慮している。

4)「わたしのひとこと」で、町民に参加してもらうコーナーを設けている。また、議員が町民の中に入り取材する「議員の聞く×つなぐ」のコーナーではアンケートを実施し、議会報に興味を持ってもらえる環境づくりをしている。

5) 協議は全員で行い、研修などで良いと思われることは積極的に取り入れていく。

●第79号(平成28年5月)発行から、どういうところに視点を置いて編集をしたらよいかを委員で再考し、紙面リニューアルに至った。以下の6つの約束を掲げ、併せて編集方針としている。

- 1) 読みやすい文字…行間広めで読みやすいユニバーサルフォントを使用。
- 2) やさしい表現…難しい言葉はわかりやすく、専門用語には解説をつける。
- 3) 見やすい誌面…大きめの見出し文字、適度な余白などで見やすいレイアウトに。
- 4) 親しみあるデザイン…20代、30代の方にも手にとってもらえるデザインをめざす。
- 5) 皆さんの声を大事に…町民の皆さんにご登場いただく場面を増やしていきます。
- 6) 色への配慮…多様な色覚を持つ方にとって少しでも読みやすくなるよう、色の使い方にも配慮等。

②編集体制

- ・議会広報発行特別委員会委員6人と事務局職員との共同編集。

③当町議会だよりの特徴

- ・より多くの方に読まれるにはどうしたらよいかを考え、特に女性と読んでいただけない世代へのアピールが必要ではないかということで、紙面を刷新した。
- ・議会報の名前を「おがわぎかい」とひらがな表記にし、字体も変えた。
- ・ページの下にミニコラムのコーナーをつくり、顔がイラスト、名前はイニシャル、年齢のみで多くの町民を掲載し、議会報さらには町の行政について興味を持っていただく仕掛けづくりをしている。

④編集日程

- ・第1回編集委員会(定例会前1週間)
役割分担及び編集日程確認、ページ割り及び担当者を決定。(定例会初日)
一般質問者へ原稿執筆の依頼。(期限は質問日から概ね1週間後)
- ・編集会議(定例会閉会后1週間)
2、3ページ見開きレイアウトの検討、議案質疑・一般質問の原稿内容の確認、ページ内に収まるよう議案質疑の取捨選択。
- ・第2回編集委員会(定例会閉会后2週間)
校正作業。
- ・第3回編集会議(定例会閉会后3週間)
最終校正。
- ・校了・梱包部数の指示(定例会閉会后約4週間)
委員長、副委員長最終確認後、印刷発注。
- ・印刷、製本、納品

【研修のまとめ】

寄居町、小川町2町の議会広報誌の編集等について特徴は

①基本方針、基本姿勢が明確である。

- ・寄居町「読まれない議会だよりに出す意味なし！」
- ・小川町「まず手に取ってもらえるために」

②見やすさ（レイアウト）は業者、内容は議会（委員会）とすみわけされている

- ・表紙の写真と掲載記事と連動した写真を意識して載せる。

③広聴を重視している

- ・町民の意見を多く掲載している
- ・取材力が高い

④委員会の編集権が確立している

広報誌は町民のためのものであり、読んでもらうための工夫、多くの町民の参加を重点に置き、議会広報誌を編集しているという強い意気込みを感じた。

町民に読んでもらうためには、特集と町民の登場が重要と考え、より議会を知ってもらうため、町民が多数登場する企画に取り組んでいる。

議員が動く、聴くを基本に、町民の声を議員が聴きに行く（取材）取り組みをしている。

また、各ページには写真が上手く配置されるとともに、町民の写真が多いのが特徴点であり、特に参考にしたいと考える。

編集作業の面では最初の打合せで第1回編集会議に提示する原案を協議する機会を設けているところが重要ではないかと考える。また、発行する号のテーマ方針、日程の決定後、すぐに各委員が取材活動をしている。議会と取材を平行的に活動しているのは大変なことだと思うが、ここが住民参加型の基本ではないかと考える。

議会だよりは議会として（チーム議会として）発行しているという高い意識のもとで編集を行っている。

紙面については、ユニバーサルデザイン及びフォントを採用し、読みやすくなるよう、行政用語や議会用語を使用しないように心がけ、若い世代にも読んでもらえるよう努力している。

両町とも、「議会や行政に興味を持ってもらいたい、読んでもらいたい」という思いが伝わってきた。

今回の視察研修で学んだ結果を踏まえ、課題を検討して改善に努めるとともに、町民に読んでもらえる議会だよりを作っていかなければならないと痛感した。改善できることからすぐに着手すべきと感じた。