

出張報告

報告日

令和6年4月24日

会 派 名	柏盛クラブ
報告者氏名	三宮直人
種 別	<input type="checkbox"/> 調査研究 (<input type="checkbox"/> 行政視察) <input checked="" type="checkbox"/> 研修会 <input type="checkbox"/> 要請・陳情 <input type="checkbox"/> 各種会議
用 務	令和6年度市町村長等・議会議員特別セミナー
日 時	令和6年4月17日 (水) ~ 令和6年4月19日 (金)
場 所 (会 場)	全国市町村国際文化研修所 滋賀県大津市唐崎2-13-1
調査項目等	
概 要	<p>「まちづくり」をテーマに4つの事例をもとに地方行政、議会の役割について学んだ。以下ポイント。</p> <p>1. 国家戦略特区の取組と地方創生 構造改革特区の活用による規制改革 (養父市 4月18日13:00~)</p> <p>①農業関係：農業委員会と市の事務分担、農業生産法人の要件緩和、企業による農地取得の特例、古民家への旅館業法の適用除外など ②公共交通関係：自家用車を活用した自家用有償運送の特例、ライドシェアなど ③医療関係：テレビ電話を使った服薬指導など ④教育関係：遠隔授業上限人数の撤廃、授業の対面原則の撤廃など ⑤国家戦略特区を活用し規制緩和を切り口に「挑戦のまちづくり」を進めていこうという背景があるようだ。</p>
	<p>2. お笑いの力で地域を元気に 吉本興業の地域創生の取り組み (4月18日15:00~)</p> <p>①住みますプロジェクト：吉本芸人が地域に戻り地域活性化、全国で105組147名が活動中。47都道府県にエリア社員1名を配属。 ②地方創生6つのテーマ：観光振興、移住・定住促進、地域コミュニティー活性化、文化振興・教育、地域の物産開発、被災地復興支援 ③コロナ禍のもとで芸人の仕事を増やす必要に迫られていたようだ。芸人のもつコミュニケーション力と押しの力が効果的なようだ。</p>
	<p>3. 地域マーケティングによる戦略的なまちづくり (4月19日9:00~)</p> <p>①産学官連携による日本酒造り：秋田県内7つの酒蔵、秋田大学、大仙市が連携統一ブランド「宵の星々」を醸造。大手通販サイト2社の純米吟醸部門で売上1位、ふるさと納税の返礼品に採用、経済効果1100万円、卒業生は県内企業自治体に即戦力として採用され活躍中。 ②商品力と発信力のバランス。商品力は酒蔵に任せ、発信力を学生中心に学生の感性で実施し棲み分ける。「知らなければ、無いのと同じ。」 ③やるからには「設けて地域に恩返ししてナンボ！」をメンバーの共通の志にしないと難しい。コミュニケーションが重要。</p>

	<p>4. 地域ブランディングのケーススタディ (4月19日10:50~)</p> <p>①DeNA、リクルートでビジネススキルを積み、2018年に地域おこし協力隊として日南市に移住。街並みを生かした祭典を観光庁補助金3千万円を使い企画し1万人を集客。</p> <p>②現在、「香りで日本を呼び起こす」をブランドストーリーに香りビジネスを九州発で展開。ブランドの礎は地方創生、日本の地域社会に根ざした香りづくりを生産者とともに未来の産業を作るべく奔走中。</p> <p>③鹿児島県喜界島特産の花良治みかんから香りオイルを製造、喜界島のサングから香りディフューザーを制作し販売。贈り物市場に特化して展開。埋もれた地域資源をブランド化した稀有な好事例。</p>
所 感 等	<p>4つの事例は柏崎市で取組んでいない若しくは弱い視点かと思う。視点とは「規制改革」「笑いの力」「マーケティング」「埋もれた地域資源」である。柏崎市において4つの視点を取り入れた取り組みがどうなっているか現状を把握し可能性を考えていきたい。「目からうろこ」の研修であった。</p>