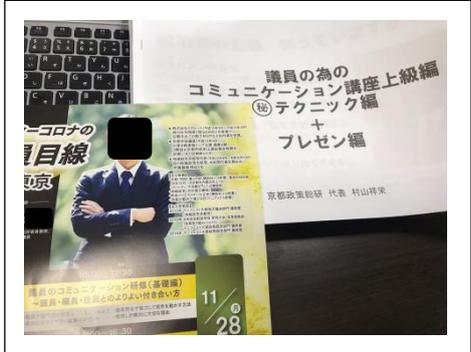


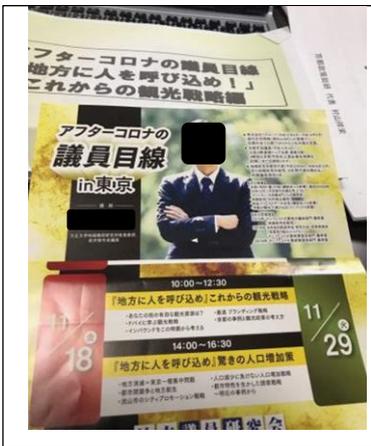
# 出張報告

報告日 令和4年12月12日

会派名	民友
報告者氏名	相澤宗一、佐藤和典
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	議員のコミュニケーション研修（応用編）
日時	令和4年11月28日（月）14:00～16:30
場所	リファレンス新有楽町ビル（千代田区有楽町）
概要	<p>◆講師            ■■■■氏            （大正大学地域構想研究所客員教授、前京都市議会議員）</p> <p>◆内容            ○議員の為のコミュニケーション講座            上級編            ・テクニック編            ・プレゼン編</p> 
所感等	<p>【相澤宗一】            コミュニケーションとは、対人間での情報共有や意思の疎通のこと。相手への伝達だけでなく、相手からの情報をいかに上手（正確）に受け取るか、双方向であることが重要である。今回の研修は「応用編」であるため、それを踏まえて、せつかく伝えるのであればいいイメージで伝わるテクニック、興味を引き関心を高められる技について講話いただいた。            この研修を受け、ふと感じたことは、昨今、国政や地方選挙において投票率の低下が顕著であり、その対策を様々に図るも効果は今一つの状況にあること。            市民の一番身近であるはずの地方議員にもっと魅力があると、関心も高まり投票率の向上にも期待できるのではないかと感じた。            政治に関心を持ってもらうためにも修練を積んでまいりたい。</p> <p>【佐藤和典】            一般質問を行う上で重要なところは以下の三つであると考え、これまでの間、取り組んできた。            ①当日の議場での真剣なやりとりをどう組み立てるか。            ②並行して生中継されているFM放送は映像が流れないため、耳だけで聞いて理解できる質問づくり。            ③永久的に残る録画映像への対処のための正しい言葉選び。である。            今回、もう一段上の質の向上を目指し受講した。取り入れたい事項としては、議員のブランディングは、対市民、対役所の2通りがある。議場は発表の場であり、絶好の自己プレゼンの場所である。質問は当局に選択肢を与え自分たちで決定させるように仕向ける。無駄な話も大事でありその話を論点に繋げる。主観的な話もまた大事であり、数字で示しても聞いているほうは理解できない。今まで、教わってきたテクニックとは違う観点からの講義であったが、私の一般質問の幅を広げるためには十分役立つ内容であった。</p>

# 出張報告

報告日 令和4年12月12日

会派名	民友
報告者氏名	相澤宗一、佐藤和典
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	「地方に人を呼び込め」これからの観光戦略
日時	令和4年11月29日（火）10:00～12:30
場所	リファレンス新有楽町ビル（千代田区有楽町）
概要	<p>◆講師            ■■■■氏            （大正大学地域構想研究所客員教授、前京都市議会議員）</p> <p>◆内容            ○アフターコロナの議員目線            ・憧れ            ・世界NO.1戦略            ・ムスリム対策            ・MICE戦略</p> 
所感等	<p>【相澤宗一】            観光の極意を学んだ気がする。お金がかかっても、時間がかかっても、遠くてもなぜ人はそこを訪れるのか。なにがそうさせるのか、答えは「憧れ」であった。「憧れ」とは理想とする物事や人物に強く心が惹かれること。「思い入れ」はコストや困難等すべてを超える強さがあり、自分自身を奮い立たせ、がんばることができるから行動につながる。            柏崎の自慢は「海・山・川＝自然」である。しかし「自然」にはプラスα、イメージしやすいモノでなければならない。あれもこれもでぼやけてしまっている。「これしかない」と絞ることも重要だ。「来てください」ではなく、「行きたい」をつくる、とにかく1位にこだわる、なければつくる、そのこだわりに尽きる。</p> <p>【佐藤和典】            観光産業は、飲食業・ホテル業・運輸業などにより雇用は生まれるが、市民所得をあげないことをまず理解する必要がある。雇用は主に非正規、短時間勤務となるためである。京都市も観光が主力産業の街と思われがちだが、観光は10%程度であり、京セラなど製造業がしっかりとした土台となっている。観光とは、憧れである。困難をすべて乗り越えるほど行きたいと思えること、思わせることが大事であり、役所の誘致活動、セールス活動など「どうぞうちの街に来てください」ではだめである。新潟で1番、北信越一、日本一、世界一の称号は大事なアピールであり、領域を絞りながら作りこむことが重要となってくる。そこに、付加価値を付けることと、食のアウトプット（商品化）を絡ませることが観光として成功する秘訣である。また、朝と夜の観光を設定すれば、日帰りではなく宿泊を伴う訪問となるためこの視点は大切。</p>