

| | |
|--------------|--|
| 会派名 報告者氏名 | 民社友愛 佐藤和典、相澤宗一 |
| 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 | 人口減少対策・地方創生特別研修 |
| 日時 | ①令和6年5月9日（木）14:00～16:30 ②令和6年5月10日（金）10:00～12:30 |
| 場所 （会場） | リファレンス国際ビル貸会議室 （東京都千代田区丸の内3-1-1 国際ビル2階） |
| 概要 | <p>【研修内容①】「人口減少に勝ち抜く戦略」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方創生とは ・日本の将来人口推計 ・人口減少を勝ち抜く視点 ・シティプロモーションとは何か ・本来はブランド→セールスプロモーション <p>【研修内容②】「人口減少と共存する方策」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域活性化の事例 ・地域ブランドとは何か ・地域イメージ構築の必要性 ・近年の地方創生 ・シビックプライドとは何か ・縮小均衡を目指した行政経営 <p>講師；■■■■氏（関東学院大学法学部地域創生学科教授）</p> |
| 所感等 | <p>【佐藤和典】</p> <p>地方創生の時代と位置付けられた中、「人口の増減＝住民の奪い合い」となり、柏崎市を筆頭に多くの自治体に疲労感、虚無感が出ている。一地方都市がどんなに頑張っても人口の維持や増加は難しいことを学んだ。柏崎市は予算の多くを「産む」ための出会いや医療などの充実。「育てる」ための子育て支援・環境の充実。「教育」のための教職員増や学習環境の充実。「柏崎への愛着心の醸成」そして「生活する」ための雇用環境の充実という、その年代に合わせた施策を講じている。山と海、長岡、上越と言う都市に四方を囲まれた8万人規模の柏崎市としては、やれることは十分やってきたものと評価をする。ただ、地方から東京への人口流出のコアは若い世代の女性層であり、地域における安定雇用の実現、子育て支援について「東京都との格差解消」を更に図らない限り、歯止めはかからないと考える。6月の一般質問でこの考え方について議論したい。</p> <p>【相澤宗一】</p> <p>自治体に民間経営の視点を取り入れる考えが一般になりつつあり、この場合「顧客の創造」＝「住民の創造」となる。その住民は多様であり、そこでターゲットを「絞って」いく作業が出てくる。</p> <p>「ブランド」とは他自治体と差別化してこちらに目を向けさせることであり、その多様である住民のどのケースをメインターゲットにするか、データに基づいた「決断」が求められる。</p> <p>そのデータの一つとして「日本の将来人口推計」があるが、これらは定義が異なることで数値が変わるため、それを見極められるよう調査研究に励みたい。</p> |

