令和２年１月 31 日

松阪市議会議長　　大平　勇　様

総務企画委員会
委員長　楠谷さゆり

令和２年１月 15 日（水）から１月 17 日（金）までの間、行政視察を実施しましたので下記のとおり報告いたします。

記

1．参加者

【議員】　（委員長）楠谷さゆり、（副委員長）堀端脩、米倉芳周、沖和哉、
植松泰之、久松倫生

2．視察先及び視察事項

(1) 岐阜県多治見市　令和２年１月 15 日(水)　午後１時～午後３時
第７次総合計画策定に向けた議会の取り組み

(2) 静岡県富士市　令和２年１月 16 日(木)　午前９時～午前 11 時 50 分
①復興事前準備計画
②防災対策
③トイレトレーラー見学

(3) 埼玉県戸田市　令和２年１月 17 日(金)　午前 10 時～午前 11 時 30 分
シティプロモーション戦略

3．視察内容

1 月 15 日　岐阜県多治見市

１．多治見市の概要

（１）人口・世帯数　253,410 人・106,087 世帯

（２）面　積　244.95K ㎡

（３）概　要　多治見市は岐阜県南南東に位置し、名古屋近郊にあり東濃地方の交通拠点にある。奈良、平安時代より陶器の産国として栄え、その後、江戸時代を経て、日本陶業の中心地となった。

昭和 30 年代より名古屋市のベットタウン化が進み、平成 18 年に笠原町と合併し現在に至る。

２．対応者

多治見市議会	議　長	島内　九一氏
多治見市議会　議会運営委員会	委員長	柴田　雅也氏
多治見市議会　総務常任委員会	委員長	寺島　芳枝氏
多治見市議会　経済建設常任委員会	委員長	吉田　企貴氏
多治見市　道路河川課	課長代理	小木曽　明芳氏
多治見市　企画防災課	主　査	土本　達郎氏
多治見市　議会事務局	局　長	仙石　浩之氏

３．視察項目

●多治見市の総合計画

第７次総合計画策定に向けた議会の取り組み

（１）総合計画の位置付け

①計画策定の根拠

多治見市市政基本条例（平成 19 年施行）に次の３点の明記がある。

・市は総合的かつ計画的に市政を運営するため、総合計画を策定しなければならない。

- 総合計画は最上位の計画であり、市が行う政策は緊急を要するもののほかは、これにもとづかなければならない。
- 総合計画は、市民の参加を経て案が作成され、基本構想と基本計画について議会の議決を経て策定される。（抜粋）

②総合計画の構成

- 基本構想

  めざすまちの将来像・・・市長の任期にあわせて４年ごとに見直し

（議決事項）

- 基本計画

  基本構想を実現するための施策・・・４年ごとに見直し（議決事項）

- 実行計画

基本計画を達成するための具体策を年次ごとに明記

（２）第７次総合計画の特徴

（策定にあたっての特徴事項）

- 財政計画との整合
- 市長マニフェストとの整合
- 市民参加
- 市議会の積極的な関与
- 進行管理
- 「地方版総合戦略」との整合
- 実行計画の進捗チェック

① 財政計画との整合について

（ア） 市政基本条例に「計画的な財政運営」を明記する。

- 総合計画に基づいて予算を作成し、計画的で健全な財政運営を図らなければならない。（抜粋）
- 健全な財政に関し必要な事項は、別に条例で定める。（抜粋）

（イ）多治見市健全な財政に関する条例を策定する。

- 総合計画の財源の根拠をもって策定し、真に必要な施策に充てる財源を確保するとともに総合計画の確実な実行を図らなければならない。
（抜粋）

② 市長マニフェストとの整合について

● 市政基本条例に「市長マニフェストとの整合」を明記する。

- 総合計画は、計画期間を定めて策定され、市長の任期ごとに見直す。
（抜粋）

③ 市民参加について

（ア） 市政基本条例に「市民参加」を明記する。

- 総合計画は、市民の参加を経て案が作成され、基本構想を基本計画について議会の議決を経て、策定される。（抜粋）

（イ）作成過程で随時、多様な「市民参加」の実施。

- 市民参加として、子ども会議、高校生提言会議、まちづくり懇談会、男女共同参画審議会、パブリックコメント等、多様な会議を実施し、意見を集約し、基本構想、計画に反映する。市民から出された課題等を「討議課題集」に集約する。

④「市議会の積極的な関与」について

（ア）市政基本条例に「議会の関与」を明記する。

- 総合計画は最上位の計画であり、市が行う政策は緊急を要するもののほかは、これにもとづかなければならない。
- 総合計画は、市民の参加を経て案が作成され、基本構想と基本計画について議会の議決を経て策定される。（抜粋）

（イ）策定過程において議員全員が事業提案を行う。

⑤ 進行管理について

（ア）市政基本条例に「進行管理」を明記する。

- 基本計画に基づく事業の進行を管理し、その状況を公表しなければならない。（抜粋）

（イ）多様な面からの評価を実施。

- 有識者による外部評価（事業評価委員会）
- 議会による外部評価（各常任委員会）
- 行政自身による内部評価

⑥「地方版総合戦略」との整合について

●地方版総合戦略＝総合計画

総合戦略策定のための要件	総合計画が備えてる要件
住民、産官学金の参画と推進組織	事業評価委員会、市民委員会、審議会
数値目標を設ける	施策評価シート
KPI を設ける	施策評価シート
地域経済分析システムの活用	総合計画人口目標
PDCA サイクルの確立	事業評価委員会
外部有識者の参画	事業評価委員会

⑦実行計画の進捗チェックについて

（ア）対象事業の検証

・一覧表や事前に提出された資料をもとに対象事業を検証、結果を取りまとめる。

（イ）全員協議会への報告

・各常任委員長が全員協議会で報告し、議員全員で進捗状況と課題を共有する。

↓

（次期計画の策定と決算審査へ）

４．所感

以上のように研修で得た、多治見市の総合計画策定にあたっての特色や手法について述べたが、一言で感想を述べるとしたら、「画期的な策定方法」であると思う。

特に、あらゆる方面、年代から市民の意見集約を行うとともに、議会にも同様の責を課しているところに驚きを感じたというのが本音である。

議会が策定過程に深く関わり、事業に対して議員提案を全議員が行うことも画期的ではあるが、それら事項を条例に明記していることも特徴である。

しかし、一方においては、画一された議会運営を強いられることにもなりかねない懸念も正直残った。

市長の４年任期に合わせた計画を基本に、20 年継続していることが、基本的な市政運営として構築されていることに対しては評価できるのではないかと考える。

松阪市において、現行の議会運営に当てはめて行くのは困難であると考えるが、参考となる部分は多くあり、今後の市政に活かしていきたいと考える。

以上

Ⅱ　１月 16 日　静岡県富士市

１　富士市の概要

(1)　人口・世帯数　248,399 人、101,085 世帯

(2)　面積　244.95ｋ㎡、

(3)　海岸線１０km

(4)　概要　緑と地下水に恵まれた県東部の中核都市。東名・富士ＩＣや新東名・新富士ＩＣ、新幹線新富士駅、田子の浦港などを持つ交通の要衝。歴史ある製紙産業をはじめ、輸送用機械・化学・電機などが立地する県下有数の工業都市。

２　対応者

富士市都市計画課課長　　蓑木　真一氏

富士市防災危機管理課主幹　太田　智久氏

３　視察項目

災害対策の取り組みと復興事前準備について

事前都市復興計画

事前都市復興計画とは、発災後、迅速かつ着実に復興まちづくりを進めることができるよう、あらかじめ復興の課題を想定し事前に復興まちづくりの方向性や進め方などを定めた計画で、復興のビジョン「復興まちづくりの目標や基本方針などについて」と復興のプロセス「復興の取り組みの中で、市民、事業者及び行政の役割について」を示した。

それによると富士市で想定される南海トラフを震源とする巨大地震被害の危機感に、富士市として「事前復興」にどう取り組むのか、「平成 25 年度静岡県第 4 次地震被害想定」が公表された。

南海トラフを震源とする巨大地震（レベル 2）において想定される富士市の最大の被害想定としては、最大震度は 6 強で、人的被害は死者　約 140 人　重傷者　約 520 人　建造被害では、全壊　約６，１８０棟　半壊　約 12,390 棟で、被害の大きな特徴としては、田子の浦港周辺における地震による津波が発生すると、富士市でも甚大な浸水被害が想定され、東部地域における液状化被害の発生も懸念されている。又、上記に示したように、東部地域や吉原中央駅周辺における建物の倒壊、狭あい道路の閉塞などが考えられる。
その為、防災・減災に加え、発災後の「復興」に関する取り組みを必要とした。

復興ビジョンと復興まちづくりの課題としては、まず復興への基本理念として、災害発生後も住み続けたいと思えるまちづくりで、3 つの視点　１、持続可能なまちづくり　２、市民・事業者が安心して生活・操業できる場の確保　３、市民・事業者・行政の協働によるまちづくりに配慮しつつ、都市計画マスタープランの基本理念「富士山の麓　誰もが住みたい　住み続けたいまちづくり」を尊重し設定されている。

課題としては、

・市街地の復興：被災状況等を踏まえた持続可能な市街地の形成
・住環境の復興：安心して暮らせる住環境整備
・産業の復興：産業活動の停滞からの早期回復
・復興への体制：市民・事業者・行政の協働による復興

※富士市の復興には、これら連携による推進が重要とした。

〇復興まちづくりの目標及び基本方針

１、市街地の復興の目標として、災害に強い、安全・安心な市街地の早期形成である。方針としては「災害に強い整備・段階的な復興・まちの骨格となる都市計画道路の整備・復興地区区分に応じた市街地の整備」である。

２、住環境の復興の目標として、地域の繋がりに配慮した住まいの確保など、良好な住環境の形成、方針として「地域のコミュニティに配慮した仮設住宅・復興公営住宅の整備・住宅再建支援の充実・ライフラインの早期確保・医療保険　福祉機能の維持及び教育機能の早期回復・生活道路や公共交通の機能回復」である。

３、産業の復興の目的として、事業者の事業継続及び産業活動の早期再開、方針として「産業拠点機能の早期回復・工場などにおける事業継続の促進・商業活動の継続性の確保・農林漁業などの早期再建」である。

４、復興への体制などとして、市民、事業者、行政の協働による復興まちづくり体制の構築、方針として「協働による復興計画の策定及びきめ細かな情報発信・人材確保及び復興

まちづくり組織の設置促進・復興の進め方及び役割の明確化・行政内及び行政間の連携強化」である。

なお、復興地区区分については、被災した全ての地域の復興まちづくりを画一的に推進することは不可能であるため、都市計画マスタープランにおける地域の位置づけや被害状況などから復興地区区分を設定し、市街地特性に応じた整備を推進している。また、復興まちづくりへの意識向上の取り組みについては、平常時の主な取り組みとして、市民・事業者・行政が平常時から復興まちづくりを考えておくことで、発災後の復興まちづくりを迅速かつ着実に進めることが可能となる。そのため、平常時より復興まちづくり訓練や講座などを実地し、市民や事業者、更には行政職員がそれぞれの立場で意識の向上に努めることである。

それぞれの取り組みとしては、下記のとおりである。

市民： 防災訓練や自主防災会活動への参加・防災マップ等で自宅周辺の災害リスクや避難行動などを確認する・復興まちづくり訓練や講座に参加し、復興まちづくりの進め方などを知る。

事業者： 従業員の安否確認・参集の方法を定め、周知する・ＢＣＰ計画を策定し、取引先や従業員に周知する。

共助： 自主防災活動、防災訓練、復興まちづくり訓練の積極的な実施・地区防災会議の実施。

公助： 復興まちづくり訓練や復興まちづくり講座の実施・災害図上訓練（ＤＩＧ）の実施・防災マップの作成、配布、更新・事前都市復興計画の作成、見直し、公表する。

復興まちづくり訓練

復興まちづくり訓練とは、「自分たちの町が被災したら、どの様な被害が発生し、復興をどう進めるか」について、発災前から市民・事業者・行政が協働で考える取り組みの一つで、災害を想定して復興を模擬体験する訓練である。

訓練の実施に当たっては、地域が主体となり取り組むが、専門家の派遣や資料の作成など、行政が積極的に支援する。

〇訓練の一般的な流れ：ガイダンス（被災体験者などの講話を聴き、住まいの復興を考える）・タウンウオッチング（まちを歩いて被害をイメージする）・グループワーク①（被災後の住まいや生活を確保する）・グループワーク②（復興まちづくり計画（案）を考える）・報告会（訓練で検討した内容などを地域住民へ周知する）である。

富士市の防災対策について

南に駿河湾を配し津波への対策が叫ばれている。又北側も、地震と関係する活火山である富士山があり、西には一級河川の富士川があり、東海地震も何時発生してもおかしくないと言われているが、昨今では台風などによる豪雨災害も心配されている。

富士市の防災対策ですが、静岡県第 4 次地震被害想定からくる、富士市の地震被害想定やライフラインの支障率、そして、震度分布図や津波浸水想定区域の状況は、地震発生から津波到達（最大６ｍ）まで 3 分とされているが、過去からの大地震を紐解いても、近隣市の大被害に比べると低く、プレートとプレートの境のため断層が縦に割れていることでエネルギーが軽減され、大津波が発生しにくいと想定されている。

しかし、富士市の臨海部は延べ 10 キロに渡り、津波の高さも最大 6 メートル、第一波が 3 分で押し寄せるとあり、日頃から市の災害配備体制の充実や職員の動員、業務継続計画「ＢＣＰ」・非常時優先業務チェックリストの作成、又、大規模災害発生時の、被災地外の自治体や防災関係機関をはじめ、民間事業者、ＮＰＯボランティア等との災害時受援計画を策定している。

その他、日頃より関係機関や地域、学校、団体などとの連携の下、防災実施訓練や防災セミナー等を繰り返し、防災力アップのために何をすべきかをテーマとして取り組んでいる。

今回、昨年の台風 19 号について、実際に台風は富士市のすぐ近くを通ったが大きな被害にはならなかったとのことである。しかし、富士山の麓では、700ｍｍの雨量が観測されていて、山の方では心配された。又、今回の台風 19 号に対しては、これまでにない多くの問い合わせがあった。そこで今回は、26 あるまちづくりセンターを前日より開放したことは初めての事であったとのこと。

12 日（土）午前 8 時 30 分警戒レベル 3（土砂災害）伴い、高齢者避難開始発令、11 時レベル 3（台風警戒）これまでにない、市内全域に避難準備が発令され、同じく 11 時 30 分には、警戒レベル 4 による避難勧告が発令（高潮）、13 時 30 分には土砂災害の避難勧告が発令された。

（高潮）の避難勧告発令は、ハザードマップは出されていないが、台風の接近と満潮時が重なったことで出された、又、台風 15 号の千葉県の被害のこともあり、台風災害対策本部会議を 12 日（土）8：30～13 日（日）8：30 までに 7 回も開催した。

避難者の状況としては、これまでは情報も遅く緊急避難所へ避難する方も、全体で 40 名程度であったが、26 地区のまちづくりセンターで避難者の受け入れも含め、指定の避難所（47 避難所）への避難者合計は 654 名となった。

被害状況としては、大きな被害は発生しなかったとのことである。課題としては、やはり一番に挙げられるのは、情報が遅いと言う事である。又、風水害における緊急の避難場所としては考えていなかった事も露呈したとのこと。

次に、災害時要配慮者をどう守るかについては、富士市要支援者避難行動支援計画として、福祉部局中心に進めているとのこと。

高齢者や障がいのある方、乳幼児その他特に配慮を要する者（要配慮者）は、地震や集中豪雨等による風水害など、迅速な避難や救護が必要となる大規模災害においては、逃げ遅れや避難生活からのストレスにより深刻な被害を受けるケースが少なくない。　こうした災害による被害を未然に防止するためには、ひごろの防災対策が不可欠であり、災害に対する備えの有無が被害の規模を大きく左右する。さらに、災害発生時には、自分の身は自分で守る

「自助」地域の近隣の人々の助け合いによる「共助」、市・消防・警察などの行政による「公助」が連携して機能することで、被害の軽減を図ることができる。

要配慮者支援の取り組みは、被害を未然に防ぐための備えとしての「防災」と、万一の被害を想定した上で、少しでも被害を軽減しようとする努力による「減災」の考え方を基盤に進めることを重要としている。

この計画は、災害に備える富士市の要配慮者対策をより確かなものにしていくため、また自助・共助・公助の役割を明確にし、「防災・減災」の考えに立ち要配慮者への情報伝達、避難誘導、安否確認などの支援の取り組みを推進していくとしている。

富士市は災害支援キットとして（個人情報を中に入れる）、災害時手上げ方式による個人情報を登録されている方（7,000 人）が、顔の見える要配慮者として把握されているが、富士市の要配慮者は全体で 21,000 人と、まだ 7 割近くが顔の見えない状況下にあるとしている。

以上、要配慮対策については、地域の自主防災会との連携をし、対策の充実を図るとしている。

トイレトレーラーの導入について

災害時のトイレ不足を解消するため、平成 29 年度にクラウドファンディングを活用し、320 件、1,200 万円余りの寄付を集め、平成 30 年 4 月に全国で初めて配備された。

・「出動記録として、平成 30 年度、災害派遣として、西日本豪雨（平成 30 年 7 月 11 日（水）～8 月 30 日（木）まで、倉敷市へ」7 月の豪雨の被害地支援。倉敷市立第 2 福田小学校（避難所）で約 50 日間使用したとのこと。

・市内外での啓発活動に 15 回出動。

「費用負担」としてトレーラーの移動や使用場所への設置に係る費用は市　の負担とする。トレーラーを使用するために必要な、消耗品（トイレットペーパー、清掃用品等）、電気料、発電機の燃料費、上下水道使用料、汚物の汲み取り料金、その他費用については申請者の負担である。

４　所　感

富士市の災害対策の取り組みと復興事前準備計画について、富士市都市計画課より丁寧な説明を受けた。

自然災害に同じものはなく、次に備える場合、理論上最大を持って準備することが大事である。

富士市の発災後を想定した復興事前準備をしておく事は、大変重要なことと考える。そして、その事前準備が次に来ると想定されている南海トラフの大地震の備えをより充実したものになると思う。

ただ、静岡県富士市として、北に活火山の富士山、西に一級河川の富士川、そして南に大津波が想定される臨海部と言う事で、できれば自然災害が大きな牙を剥かない方が良いと思う。

災害図上訓練（ＤＩＧ）は、三重県で 25 年前に現在常葉大准教授の小村隆史氏（当時、防衛庁）よりご指導を頂き、後にＤＩＧと名付けられたものであるが、このＤＩＧは、色々な使い方のできる道具であることから、是非、松阪市での運用を進めていただければと考える。

次に、トイレトレーラーの導入については、災害時のトイレが不足している現状は認識しているが、基本被災を受けた被災地へ派遣されることとなるトイレトレーラーの導入は安い買い物ではない。広域災害になればなるほど、トイレの必要性は増大するが、地域が広域で分散している被災地への導入には難しい様に感じる。多くの人が集まるイベントなどでの防災啓発を兼ねた導入では関心が集まるように思う。

地区の防災訓練と災害時要配慮者への対応はリンクして進めた方が良いと考えるが、どの市町においても自立した地区防災計画が出来ていないのが現状である。先進地の防災マニュアルには素晴らしい内容のものがあるが、問題は、いざ発災時にどれだけ減災に繋げられるかであるがが重要であると思う。

以上

Ⅲ　1 月 17 日　埼玉県戸田市

1　戸田市の概要

（1）人口・世帯数　139,383 人　世帯数 59,459 世帯

（2）面積　18.19 km²

（3）概要　埼玉県の南東部に位置する戸田市。荒川を境に東京都と隣接し、戸田ボートコースや彩湖・道満グリーンパークなど、水と緑に囲まれた憩いの空間が広がる。地方自治体では珍しい自治体シンクタンクとして「戸田市政策研究所」を設置。子育て世代を市に呼び込む施策を展開しており、周辺自治体と比較しても人口増加率は高く、24 年連続、平均年齢が県内で 1 番若い。高齢化率は 16.4%。毎年、約 1 万人が転入し、9000 人が転出する。

2　対応者

政策秘書室　主幹　　江口　護 氏

政策秘書室　主任　　石井　正義 氏

3　視察事項　「定住人口獲得を目指したシティプロモーション」

①　目　的

松阪市における今後の重要課題のひとつとして、年々減り続ける人口とどのように向き合っていくか、という視点がある。中山間地域の過疎化は進み、市全体での税収減も年々懸念されるところである。そのため、空き家バンクや田舎暮らし体験など、移住促進に向けた施策も展開してはいるが、転入人口が増加していくような成果を上げているとは言い難い。そこで、周辺市町と比較しても人口増加率の高い戸田市の取り組みから、松阪市の課題と改めて向き合う必要がある。

②　自治体シンクタンク「戸田市政策研究所」

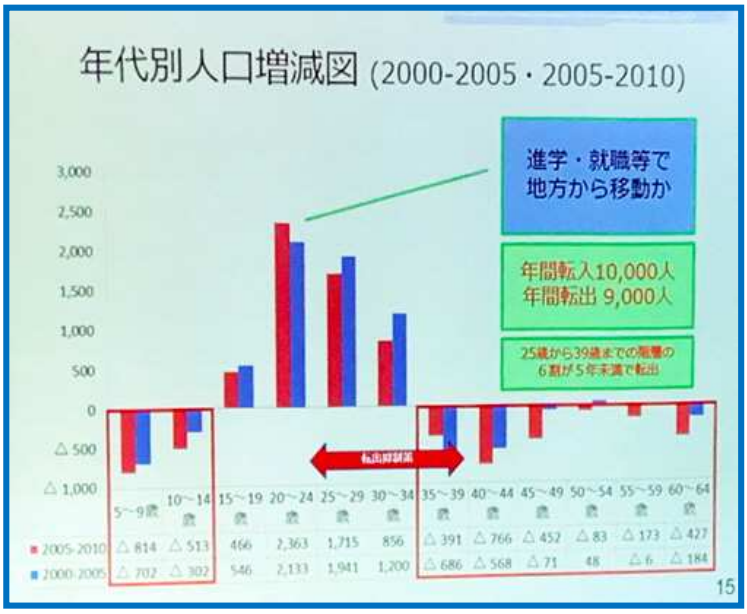
都市間競争を勝ち抜くためには、市全体の政策形成力の向上が不可欠。

若手職員の育成、中長期的な行政課題の研究。

戸田ゼミとして、主任級以下の若手職員の有志が勉強会を実施。

③　シティプロモーションのポイント

定義：　まちの魅力を市内外にアピールし人や企業に関心を持ってもらうことで、



誘致や定着を図り、将来にわたるまちの活力を得ることに繋げる活動

類型：観光型、産物型、居住型、企業誘致型、イベント型の5つに分類。

その上で、戸田市にはどの形のプロモーションが適しているかを考え、「居住型」を選択。都心から約 20 分ほどの立地なども含め、居住における地の利が大きかった。

また、14 歳以下の子どもおよび 35 歳以上の人口流出が大きかったため、定住してもらうための戦略が必要という方向性を決めた。

④　シティプロモーションの 5 つの視点

i　明確なターゲッティング

転入理由　特段市への思い入れがあるわけではなく、住宅事情や転勤、結婚など生活事情の変化により転入してきていることがアンケートの結果から判明。

→ 都内勤務の 20・30 代で住宅購入を考えている世帯（まだ子供がいない夫婦）

戸田市ホームページより

ii　新たな仕掛け

インターネット広告の実施。Google や Yahoo!が展開するバナー広告を採用。引っ越しや進学、子育てといった、検索内容に関するビッグデータをもとに、戸田市が指定したキーワードを検索した人たちにだけ、戸田市への移住をアピールするバナー広告が表示される。実際にクリックされてからしか費用が発生せず、費用対効果がわかりやすい。直接転入に結びついたかどうかのデータはまだ取れていないが、戸田市の公式ホームページへのアクセス数が 17 倍になったことから、一定の効果はあると考える。一時期、待機児童が県内ワースト 1 位になったこともあり、緊急的な保育士確保のために、「保育士さん、戸田市で働きませんか？」といった広告を打ち出したこともある。

iii　他市との差別化

コアコンピタンス「質の高い教育が人を呼び込む」

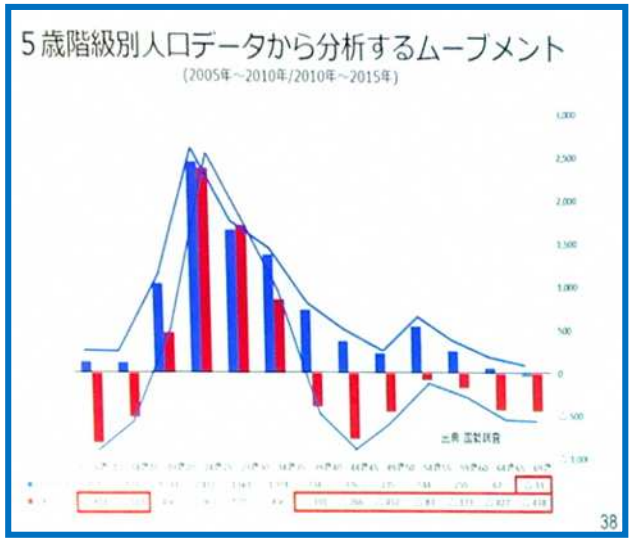
戸田市で教育を受けさせたい、受けて良かったという人たちの人的ムーブメントが重要と考え、周辺市との差別化を狙う。県内でもトップクラスの教育水準や新たな学びへの取り組みを進める。
例えば英語教育では、英検 3 級の受験費用を助成することで、中学 3 年生の英語検定 3 級以上の取得率は平成 29 年度では 60%ほどにものぼる。国の平均では 22%ほど。

ⅳ　外部との連携

教育に関しては多種多様な企業や民間との連携を進める。
戸田市 Win-Win 構想により、ステークホルダーではなく、パートナーとして活動してもらう。たとえば、ICT 教育の場においては、企業が開発を進めるうえで戸田市内の各校がモデル校となり、実践や実証の場として活用してもらうことで、より先進的な教育内容を子どもたちに提供できている。

ⅴ　インナープロモーション（転入してくれた居住者への魅力発信）

今までは人を外部から獲得していくための外向けの PR が大きかったが、これからは戸田市を選んでくれた方々が外へ出て行ってしまわないよう、人口維持のための市民向けの PR が重要。住み続けてもらうために、市のブランド力を高め、子育てや教育において戸田市が重点的に取り組んでいることを、戸田市民に知ってもらう事業展開をすすめることで、地域愛や市民意識の向上を目指す。戸田市で育った子どもたちが、将来戸田市へ帰ってきてくれるよう、シビックプライドの醸成が重要。

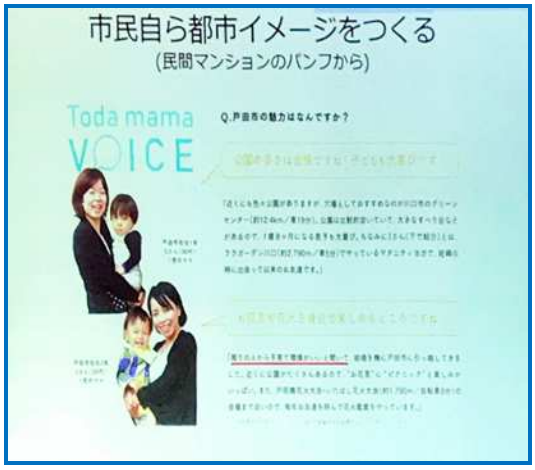


⑤　成果

これまでの取り組みにより、2010―2015 年の調査において、5―14 歳、35 歳以上の市民の転入増加、転出が抑制がなされている。また、行政主導での取り組みだけでなく、市民主体でのイベント開催が広がったり、市が主導でシテ

ィプロモーションを進めてきたことで、民間企業が様々な形で戸田市 PR を展開してくれることが増えた。

「住民がつくるおしゃれな街研究会」
　オシャレなまちとしての発信。クラフトカーニバル（水辺で遊ぼう）
市民中心にイベントを開催し、PR 動画もドローンを使って市民が製作。



⑥　その他

人気女優 夏菜さんを PR 大使に。
市の広報紙を今年 1 月に全面リニューアル。学研と協働。

戸田市ホームページより

◎　質疑応答

Q：　選択と集中だと思う。子育て世代への PR の比重が大きいと思うが、子育て支援で重視して手厚くしているものはあるか？
A：　関東一帯では待機児童問題が大きく、戸田市も手厚くしてきたが、それは他市も同じで差別化ができない。そこで、教育という面で強みを発揮できるように展開している。

Q：　子育て世代、若年層へのターゲッティングは素晴らしいと思う。その後、高齢世帯への関わりはどうか？
A：　ある意味、若いかたがたの入れ替わりにより、今の若い平均年齢があると思う。一方で、将来どこかのタイミングで一気に高齢化がくると思われるため、研究中である。

Q：　政策研究所のありかたは、市長交代による機構改革などで揺れはないのか？
A:　今の市長は 2 年目。前市長の在任が長かったが、良いものは踏襲しながら進めている。

Q：　教育に重点を置くことで、いわゆる優秀な子どもが市外に転出していくジレンマはないか？

A：　市内に高等学校は１校しかなく大学もない。市外への進学が多いと思われるが、通学の便が良いことに助けられており、市内から通える。戸田市で育った子が、将来、自分の子どもも戸田市で教育を受けさせたいと思ってもらえる施策を展開していきたい。

Q：　シティプロモーション事業における年間の経費はどれほどか？

A：　様々な事業の中でシティプロモーションやシビックプライドの醸成に寄与することを盛り込んでいるが、純粋な事業費としては、インターネットの検索連動広告費としての約 130 万円ほど。

４　所感

40 年先を見据えた定住人口獲得を目指し、目的に対して事業展開が明確である。ややもすれば、行政活動は「公平公正」という名のもとに、平たく一律の事業展開をしがちであるし、全体に対する発信やアプローチを採用しなくてはいけないという固定観念があるようにも思う。しかしながら、民間企業であれば目的ごとに対象を絞って働きかけ、公告を打ち出し、ライバル企業との違いを明確にしたうえで強みを発揮できるような事業を推進していくことは、至極当然である。戸田市は首都圏近郊のベッドタウンであるという地理的な利点は周辺都市ともさほど違いはないが、その上で他市町との違いを創り出し、対象となる層へ直接的に発信することで、強みを生み出している。ここが素晴らしい。限定したり制限したりすることは、行政としては怖いはずであるし、不満や批判が起きないとも限らないが、12 年間の取り組みの成果を確実に生み出していることで、たとえば税収増加や経済効果をはじめとする市域の活力の上昇、戸田市というブランド力の向上など、他の市民も間接的に恩恵を受けることができるのだろうと感じた。

翻って、松阪市においてはどうか。田舎暮らし体験や空き家バンク制度、3 世代同居近居の支援、金融機関との連携による転入時の住宅資金借り入れの優遇など、移住を呼び込む事業を多面的に展開してはいるが、各事業が個々に行われていることで、一体的な広がりが薄いように感じる。また、どんな人たち（ターゲット）をどんな風に呼び込み、どういう目的で松阪へ来てもらうのかといった、市全体での共通認識が醸成されていないようにも思う。そういった意味では、子育て 1 番宣言も同様であろう。三重県内各市町や近隣市町と比較して、突出して子育て支援策が手厚いわけではなく横並びであるし、自然環境も産業形態もさほど違いはない。

だとすれば、どのような「強み」や「セールスポイント」を打ち出していくのか、定住人口や交流人口を獲得していくために、また、流出人口を抑制していくために、市としての核となる構想を描き、施策を展開していかなければならないと、危機感を一層強く持つ機会であった。

以上