

令和6年度第1回市町村長等・議会議員特別セミナー

研修報告書

研修日時 2024（令和6）年4月18日・4月19日
研修場所 全国市町村国際文化研修所（J I A M）
報告者 東野 敏弘

講義①「国家戦略特区の取組と地方創生」

兵庫県養父市 市長 広瀬 栄 氏

- 1 養父市まちづくり計画（平成3年10月策定）
 - ・10年後－「豊かで持続可能なスマートヴィレッジの共創」
 - ・30年後－「やぶ2050－居空間構想－社会変革を生み出す新たな結の創出」
 - ・日本一農業のしやすいまち、日本一子育てのしやすいまち、日本一福祉が充実したまち
 - ・地域経済の活力を支える取組－企業誘致や企業支援による雇用の創出、経済活性化、移住定住促進、交流人口増加対策などを実施
- 2 構造改革特区の活用
 - ・有機の里特区（旧大屋町・平成16年）、鳥獣被害防止特区（平成17年）
 - ・教育特区・学校設置会社による学校設置（平成19年）
 - ・どぶろく村特区・農家民宿等における濁酒の製造免許の要件緩和（平成19年）
- 3 国家戦略特区の活用－中山間地域における農業の活性化の規制改革
 - ①農業委員会と市の事務分担②農業生産法人の要件緩和③企業による農地取得の特例④農業への信用保証制度の適用⑤農用地区域内に農家レストランを設置⑥古民家への旅館業法の適用除外⑦高齢者等の雇用の安定に関する法律の特例⑧NPO法人の設立手続きの迅速化⑨過疎地域等での自家用自動車の活用拡大⑩テレビ電話による遠隔服薬指導
- 4 新たな挑戦①自家用車を活用した交通手段の充実
 - ・自家用有償観光旅客等運送事業（愛称・やぶくる）
- 5 新たな挑戦②テレビ電話による遠隔服薬指導
 - ・医療分野の規制緩和として、治療から服薬までのプロセスを沿革で完結させる。
 - ・令和4年4月からは全国で展開
- 6 新たな挑戦③教育改革
 - ・人数の多い学校と複式学級のある学校をズームでつなぎ、授業を配信して学びを共有する。
 - ・公設民営夜間中学校とA市の夜間中学校をつなぐ。

7 その他の特徴的な取組

- (1) へき地の若手医師を顕彰する「やぶ医者大賞」
- (2) 医療文化経済グローバル研究所
- (3) 下水サーベイランス事業
- (4) ウォーターPPP
- (5) メタバースを活用した新たなまちづくり

講義②「吉本興業の地域創生の取組－『お笑い』の力で地域活性化」

(株)よしもとエリアアクション代表取締役社長 泉 正隆 氏

1 吉本興業カンパニー

- ①タレントマネジメント②スポーツ事業③ライブ製作④コンテンツビジネス
- ⑤劇場運営⑥プロモーション⑦アート事業⑧テレビ番組制作⑨映画製作配給
- ⑩スクール事業⑪アジア・海外事業⑫地域活性化事業

2 創業 100周年（2012年）にあたっての3つの重点テーマ

- ・地域ー地域に根差し、それぞれの地域のオリジナルを見つける、発信する、育てる。
- ・アジアー日本の地域がアジアの地域と直接つながる。
- ・デジタルー多くの人をつなげる、つながるプラットフォーム

3 「住みますプロジェクト」の始まりー2011年4月始動

- ・地域を盛り上げたい芸人が、地域に戻って活動することで、地域活性化につながるのでは？吉本芸人が47都道府県へ移住
- ・全国住みます芸人ー 105組 147人（兵庫県ーステボシとモンズーン）

4 吉本興業グループの地方創生6つのテーマ

- ①観光振興②移住・定住促進③地域コミュニティ活性化④文化振興・教育⑤地域の物産開発⑥被災地復興支援

5 滋賀県の住みます芸人、ファミリーレストランとノーサインによる演芸と取組

講義③「地域マーケティングによる戦略的なまちづくり」

秋田大学教育文化学部 准教授 益満 環 氏

1 地域マーケティングとは？

- ・自治体や地域が主体となって、その地域にヒト、モノ、カネを呼び込むマーケティング戦略のこと。
- ・魅力ある商品やサービスを作り、伝えて、地域を元気にする！

2 産学官連携による日本酒造り

- ・産（企業）学（大学・ゼミ）官（自治体）が協力・連携して、日本酒を造り、市の地域活性化に貢献する。
- ・酒米づくり（種まきから稲刈りまで）から日本酒造り・販売・PRまで、一

貫して学生たちが関わる。

(令和3年度から関わり、令和6年度で4回目の醸造)

- ・産学官連携醸造酒『宵の星々』の誕生
- ・商品力ー品質の高い商品(日本人の強み)
- 発信力ー商品の価値を知らしめる(知らなければ、無いのと同じ)
ユーチューブ・インスタ・テレビ・新聞・ラジオ等

3 産学官連携成功の要因

- ①共通の志と目的を共有②資金・人材を確保する③既存の地域資源を活用する
- ④とことんコミュニケーションをとる⑤多くの人・組織・地域を巻き込む

4 地域マーケティングによる戦略的なまちづくり

- ・地域活性化のサイクルと経済活性化のサイクルの2つを回す。
- ・まちづくりに積極的に関わる。(教育・観光・まちおこし・経済)

講義④「地域ブランディングのケーススタディー地域資源を

活用した“香り”とプロダクト開発の道のり」

株式会社CARTA 代表取締役 矢田部 美里 氏

1 株式会社CARTAの紹介

- ・2022年設立、所在地ー福岡市
- ・日本のクラフトフレグランスの企画・商品開発及び販売、日本の地域活性化に関する商品開発・製造・販売

2 なぜ、“香り”の事業なのか？

- ・地域の香りで、都市の生活者と地域の橋渡しができないか。香りは、まちの情景を呼び起こす橋渡し
- ・全国区の地域を徹底的に調べ上げ、九州全土の市役所、県の支所、六次産業サポートセンター等を調査
- ・喜界島のエッセンシャルオイルの開発。通常の10倍の価格で販売。少量生産、希少価値が高い。

3 株式会社CARTAの成長戦略

- ・「香りで日本を呼び起こす」
ブランドの考えの礎は、地方創生。日本の地域社会に根差した香づくり
- ・生産者とともに、未来の産業を創る想いで、まちと伴走
- ・都市と地方をつなげる橋渡しの役割を担う。
- ・販売チャンネルを広げる。市場環境分析を行う。
- ・市場へのアプローチ方法ー贈り物市場に着目し、大きく成長していくことを目指す。

令和6年度 第1回市町村長等・議会議員特別セミナー所感

今回のセミナーは、「まちづくり」をテーマに4つの講義が行われました。

改めて地域を見つめ直すとともに、今後の西脇市行政に求められる役割について考えさせられる内容でした。セミナーには、137名もの議員が全国から参加されており、久しぶりに出会う方々も多く情報交換もできました。

養父市の広瀬栄市長は、「国家戦略特区の取組と地方創生」と題して、構造改革特区や国家戦略特区を活用して、中山間地域における農業の活性化のために規制改革を行ってきたことを分かりやすく話してくれました。私が感心したのは、平成3年10月に策定した養父市まちづくり計画において、10年後「豊かで持続可能なスマートヴィレッジの共創」、30年後「やぶ2050－居空間構想－社会変革を生み出す新たな結の創出」と将来を見通して、まちづくりを進めていかれたことでした。

ただ、これだけ頑張られても、少子高齢化の中で人口減少を食い止められないことでした。4町合併時3万人を超えていた人口は、現在2万人を切ろうとしています。改めて、中山間の地方都市の厳しい現実を痛感しました。

下水サーベイランス事業やウォーターPPPについて、養父市を訪問し、詳しく知りたいと考えています。

㈱よしもとエリアアクションの泉正隆代表取締役社長の講話は、吉本興業の幅広い事業展開についてであり、特に自治体との連携について詳しく説明されました。創業100周年（2012年）にあたっての重点テーマ「地域－地域に根差し、それぞれの地域のオリジナルを見つける、発信する、育てる」に沿って、自治体と連携した取組を精力的に進められていることに驚かされました。

兵庫県内では、養父市と市川町が連携しているとのことでしたが、西脇市も検討する価値があると思いました。滋賀県の住みます芸人のファミリーレストランとノーサインの取組は地域を活性化する起爆剤になっているように思いました。兵庫県の住みます芸人のステボンとモンズーンがどのような活動をされているのか知りたいと思いました。

秋田大学教育文化学部の益満環准教授は、「地域マーケティングによる戦略的なまちづくり」と題して、産（企業）学（大学・ゼミ）官（自治体）が協力・連携したまちづくり実践を報告してくれました。西脇市でも行っている大学との連携は、今後のまちづくりにとって重要な柱になると感じました。

また、株式会社CARTAの矢田部美里代表取締役は、「地域ブランディングのケーススタディ－地域資源を活用した“香り”とプロダクト開発の道のり」と題して、株式会社CARTAの取組を紹介してくれました。眠っている地域資源をどう掘り起こすのかという重要性に気付かせていただきました。