

調査内容

| | | |
|---|------|---|
| I | 調査地 | 鹿児島県日置市 人口48,770人 面積253.06km ² H30.4.1現在 |
| | 調査月日 | 平成30年5月8日(火) |
| | 調査事件 | シティプロモーションについて |
| | 概要 | <p>(1) 概要について</p> <p>日置市は、県庁所在地である鹿児島市に隣接しており、「利便性」と「豊かな自然・文化」のバランスがとれた「ちょうどいい田舎」をキャッチフレーズとしたシティプロモーションを行っている。PRポイントとしては、市の「位置」と「名前」に絞って強調することで、シャワー効果を狙ったPR活動を展開している。</p> <p>※ 平成29年度の主な活動実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 鹿児島県主催の移住セミナーに参加 5日間(東京都4日、大阪府1日) ② かごしま遊学館及びイベント会場におけるPR活動 13日間(東京都11日、岐阜県1日、福岡県1日) <p>(2) 定住・移住に係る取組について</p> <p>地域づくり課定住促進係が中心となり、県内外への積極的なシティプロモーション活動を展開している。</p> <p>移住における重点施策としては、空き家の利活用、補助制度を活用した移住支援に係るアプローチ及び移住サポート体制の構築に取り組んでいる。</p> <p>(3) 効果及び観光等への波及効果について</p> <p>平成29年1月から本格稼働している日置市の空き家バンクは、現在、登録推進に力を入れており、固定資産税納税通知書全てに「空き家バンク登録PRチラシ」を同封して発送したところ、その反響は大きく、特にお盆の時期の前後に問合せが集中している。</p> <p>(4) 今後の課題と展望について</p> <p>メインターゲットを長きにわたり定住が可能な若者に絞り込み、約2,000軒にも及ぶ空き家の利活用の更なる推進や、市民・企業等を巻き込んだ移住PR活動を展開していく。リフォーム補助金については、懐疑的で廃止してもいいのではないかとの見解もあった。</p> |

| | | |
|--|-------------|---|
| | 委員会の まとめ | <p>日置市においては、行政として「地域づくり課定住促進係」を設け、シティプロモーションと連動した「移住及び空き家対策」に積極的に取り組むとともに、商工観光課とタイアップした市の魅力の発信により、交流人口の拡大やシャワー効果を狙ったシティプロモーションを展開している。</p> <p>また、全てのパンフレットに日置市への移住・定住に関する情報が得られるQRコードを掲載するなど、工夫した情報発信に努めている。</p> <p>日置市で取り組んでいる固定資産納税通知書発送時に同封する「空き家バンク登録PRチラシ」は、現に空き家を所有されている方や、今後の不動産管理について思案している所有者に、不動産利活用の選択肢の1つとして、さりげなく訴求する効果がある取組であると考えます。</p> <p>本市においても、空き家対策は、高齢化率の上昇や人口減少とともに今後必ず直面する課題であることから、シティプロモーションとうまく融合した対策を講じていくべきものと考えます。</p> |
|--|-------------|---|

| | | |
|----|------|---|
| II | 調査地 | 鹿児島県阿久根市 人口20,814人 面積134.29km ² H30.3.31現在 |
| | 調査月日 | 平成30年5月9日(水) |
| | 調査事件 | 空き家対策について |
| | 概要 | <p>(1) 空家等対策計画策定の経緯について</p> <p>急激な少子高齢化の進行に伴い、適正な管理がなされない空き家が増加し、防災・防犯・安全・衛生・景観保全等に関する地域住民の生活環境の影響などが、全国的に問題となっている。</p> <p>このような状況から、国の「空家等対策の推進に関する特別措置法」が施行されたことを受け、阿久根市では「空家等対策協議会条例」を制定し、平成29年4月には、「阿久根市空家等対策計画」を策定した。</p> <p>(2) 空家等対策計画の概要について</p> <p>「安全・安心が守られ、災害に強いまちづくり」、「良好な環境で快適に暮らせるまちづくり」、「定住促進による活気のあるまちづくり」を基本的な指針とし、①計画の概要等、②、空家等の調査、③空家等の適切な管理の促進、④特定空家等に対する措置等、⑤空家等及び空家等跡地の活用の促進、⑥空家対策の実施体制に関する事項の6章立ての構成となっている。</p> |

| | | |
|--|---------|--|
| | | <p>(3) 関係部署及び関係機関との連携について</p> <p>庁内では、総務課、企画調整課、税務課、市民環境課及び都市建設課などが連携しながら対応している。</p> <p>阿久根市空家等対策協議会では、計画の作成・変更に関することや、計画の実施に関して協議を行う。</p> <p>その他の専門分野に関しては、宅地建物取引業協会（空家等利活用相談、空き家バンクの充実等）、建築士会（解体や改修の相談及び対応）、警察署（危険回避の対応）、区長連絡協議会（空家情報の提供及び跡地の利活用）などの機関と連携している。</p> <p>※ 括弧内は、各機関の主な業務を記載している。</p> |
| | 委員会のまとめ | <p>(4) 今後の課題と展望について</p> <p>現在、約 1,900 軒の空き家が確認されており、その 45%に当たる 860 軒が活用不能又は倒壊のおそれがある状態であることから、早急な解体措置等が必要である。</p> <p>また、活用可能な空き家の活用促進も急務であるが、様々な助成制度の活用により、ここ 5 年間で 90 軒もの利活用があることから、更なる利活用を促しながら定住促進を図り、活気あるまちづくりを目指していく。</p> <p>国全体の人口が減少していく中で、空き家などの対策は多くの自治体にとって喫緊の難しい課題であり、本市においては、まだ深刻な状況には至っていないが、空き家の実態調査や今後の分析を行うなど、早期の段階における対策を講じる必要があると考える。</p> <p>また、空き家や集合住宅の空き部屋などの利活用については、庁内のみならず専門的な知見を持った各機関等との連携を図りながら取り組んでいく必要がある。</p> <p>空き家・空き室を市内事業者の社宅などに活用することも、人口減少対策に効果を発揮するものと考えている。</p> |

| | | |
|---|------|--|
| Ⅲ | 調査地 | <p>熊本県玉名市</p> <p>人口 66,850 人 面積 152.60km² H30.3.31 現在</p> |
| | 調査月日 | 平成 30 年 5 月 10 日（木） |
| | 調査事件 | 地域特産ブランド化及び販路拡大について |
| | 概要 | <p>(1) 玉名市 6 次産業推進事業の概要について</p> <p>6 次産業の推進については、農業・農村の活性化の推進と、生産者の多角経営化支援を目的とし、次の 3 点を柱として掲げている。</p> |

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>① 農林水産業従事者の所得向上</p> <p>② 生産から販売までの一元化による消費者ニーズの把握</p> <p>③ 地域活性化を目指し、雇用拡大につなげる。</p> <p>(2) 事業の目的と効果について 玉名市の土地利用の実態は、田と畑で約50%を占めている。平成27年農林業センサスによると、販売農家数は減少しているものの、1戸当たりが所有する平均の農地面積は伸びている。 玉名市では、中小規模の農家や個人を支援の対象とし、6次産業確立に向けた舵取りを担う組織として、玉名市6次産業活性化委員会を立ち上げた。</p> <p>(3) 市と生産者・法人等との役割について ふるさとセールス課が、生産者や法人への情報発信（販売促進を目的とした催事やフェア、商談会の開催など）や、マスコミ等へのプレスリリースを行うほか、個別相談会の開催などの相談体制を整えるなど、6次産業化推進に向けての取組を行っている。</p> <p>(4) 販路拡大につなげる施策について 首都圏への販路拡大も視野に入れて、玉名市6次産業推進の成果発表の場として、玉名市6次産品フェア（平成28年度は銀座熊本館、新宿高野（果物専門店）にて実施）を開催したり、市内においても各種イベントや市役所庁舎内で販売会を開催したりするなどして、市内外へのPR活動を積極的に行っている。</p> <p>(5) 今後の課題と展望について 事業者が成長を実感できる仕組みを構築していくために、行政は、事業者（農林漁業者）への後押しを通じて、市全体の6次産業の活性化につなげていくことを目指している。</p> |
| <p>委員会の ま と め</p> | <p>支援する行政側は「玉名市」の名前を入れた認証シールの徹底などによるブランド化の推進を目指しているが、生産者は農産品に対するこだわりやコスト面から手間を惜しむなど、双方の着眼点に相違が生じている部分もある。ここに、ブランディングを手がける事業者が入ると両者の思いが1つになり、もっと商品のプロデュースが円滑に進むのではないかと感じた。 本市においても、新たな商品開発に向けた作物の栽培は容易なことではないが、6次産業の技術やノウハウを持ち合わせ、</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | 完成度の高い商品開発や類似商品との差別化を図れるような事業者（加工業者等）への支援を行ったり、6次産業に取り組みたい方へメーリングリストなどで積極的に情報提供を行ったりすることも、時代にマッチした支援施策であると考えている。 |
|--|--|--|