

会派視察・研修報告書

会派名 新生自民

代表者名 林 美行

1 日 に ち	令和6年7月3日（水）
2 視 察 先 研修名、主催者及び会場	明石市役所
3 参 加 者	林美行、葉狩拓也、亀井芳樹、獅子野真人
4 調査・研修の テーマ	明石市のシティセールス事業（移住定住促進）について
5 主な内容	明石市は 10 年以上、人口増加を達成している。移住定住促進事業をどのように行い、どのようにブランディングに繋げているか
6 所感、提言事項、課題等	【議員氏名】 林 美行 2024 年 7 月 3 日、都市経営における「シティセールス」という視点について調査するため、明石市役所を訪れました。 前回、流山市において「シティプロモーション」について視察を行いましたが、多治見市や流山市と同じような立地をしている明石市を調査することで、人口減少という大きな問題を抱える多治見市の人口問題の解決策を見つけることができるのではないかと考えての視察でした。 明石市役所では政策局広報プロモーション室の担当者からシティセールスという視点について、多くの説明を受けました。 2010 年から人口の漸減傾向が生まれ、当時中核市への移行を計画していたこともあり、人口減少の動きに注目。ちょうどその時（2011 年 4 月）、泉前市長が「子供を核としたまちづくり」を公約として当選。 ・ 子ども支援「あれもこれも」、質についても「早く、近く、広く、高く、長く」を基本に推進 ・ 所得制限を設けない（市独自） ・ 関西初の支援策を多面的に推進 ・ 子ども支援に関わる予算 8 年間で 2 倍に増額 担当職員を 3 倍に増員

6 所感、提言事項、課題等	・ 予算の捻出・・・職員数の1割、および給与一律4%削減、下水道整備予算を25%圧縮 等、基本的な施策を徹底的に行い、2013年以降「5つのV字回復」（定住人口・出生数・交流人口・市政収入・地域経済）を実現。この結果、中核市に移行している。 このような都市経営を進める中、広報戦略の大切さ、市民総参画で行う街づくりという視点に着目して、政策局に広報プロモーション室が設置された。広報プロモーション室は、広報課（11名）、シティセールス課（5名）、天文科学館（15名）、あかし市民広場（7名）から構成されており、シティセールス推進体制として、職員全員がセールスパークソン、市民30万人がセールスパークソンとなり、市外の人にあかしを選んでもらう！このために「シビックプライド」の醸成を大切にするというものであった。 このためのシティセールスの目標は、「今明石市に住んでいる人たちに、将来にわたり住み続けてもらう」「将来の住まいとして、市外の人を選んでもらう」「全国の中で明石市の認知度（ブランド力）を上げてまちを訪れてもらう」こととした。 まちを上げて課題解決に向かう、課題解決には徹底した政策立案と事業を実行する。まさに、市民のみなさんの幸せのために総力を挙げていくという、自治体のあるべき姿が明確になっていました。 個別行政計画の積み上げが基本になっている総合計画を、都市経営の武器とするためには、総合的な経営戦略が必要であり、それは政治＝市民が行政を大きく動かすという動きが必要になると強く感じました。 【議員氏名】 葉狩拓也 明石市の政策局広報プロモーション室より、シティプロモーション制作、移住定住政策についてお話を聞いた。 明石市では、2011年より子供を核としたまちづくりを掲げ、11年連続の人口増を達成しており、毎年コンスタントに1,000人前後の転入超過の状態が続いている。当市においては、人口の流出、転出超過の問題が深刻である。そこで今回どのような政策、どのようなプロモーションを行い、転入を増やしてきたのか、その部分を重点的に聞くことができた。 明石市も、当市と似て大阪市・神戸市のベッドタウンである。面積は当市の半分しかない。市内に大きな企業や大学がないなど、当市と特徴がよく似ていると感じた。そんな中で前市長の政策により、職員の意識改革や大規模インフラ工事の中止を実行し、子育て政策に財源を投入することにより大きな成果を得た。 ただ、やはり明石市の成功の要因は、他の自治体が行っていない時期にトップランナーとして子育て政策を行ったことが一番だと感じた。やはり現在、明石市や流山市の成功例をそのまま踏襲したとしても、同じような効果は得難いだろうという意見も聞くことができた。当市も今後子育ての街として転入超過を進めていきたいのであれば、現在、他自治体が行っていないような、大胆で真新しい政策を立案していく必要があると強く感じた。
----------------------	--

【議員氏名】 亀井芳樹

人口増で有名な明石市ですが、1980 年以降は一貫して年少人口が減少していました。2011 年 4 月に、前市長の泉氏が「子どもを核としたまちづくり」を掲げ当選した後、子ども支援「あれもこれも」や、質についても「早く、近く、広く、高く、長く」を基本に施策を推進しました。また、市独自で、所得制限の撤廃を行い、子ども支援に係る予算を 8 年間で 2 倍に増額させ、担当職員を 3 倍に増員しました。

予算の捻出については、職員数の 1 割及び、給与を一律 4%減らし、下水道整備計画に基づく予算も 4 分の 1 圧縮したそうです。それにより、2013 年以降、定住人口、出生率、交流人口、市税収入、地域経済など「5 つの V 字回復」を実現したとのこと。また、近隣自治体からの転入者が増加し、出生率も県 1.36 に対し、1.62（2020 年）を達成しました。

シティセールスに関しては、広報活動や官民連携などを行っているものの、特段、大きな動きはなく、ベースとなるものは、早い段階で子供政策を打ち出したことにあると考えます。つまり、他市に先駆けて政策を行うことで、ブランディングを向上させ、その恩恵により人口増が続いているという理解をしました。

本市においても、まずは移住定住が必要なため、他市に先駆けた先進的な政策がより進むと、人口増に寄与すると考えます。

【議員氏名】 獅子野真人

明石市は兵庫県南部に位置し、人口約 30 万人の都市です。ここ 10 年以上にわたって人口が増加し続けており、その理由の一つは「子どもを核としたまちづくり」のコンセプトに基づく包括的な子ども支援策にあります。

明石市の子育て支援施策は、「子どもを核としたまちづくり」を中心に展開されています。具体的には、5 つの無償化、保育所の整備、子育て世代包括支援センターの設置など、多岐にわたる施策を実施しています。これらの施策を実現するために、子ども支援の予算を過去 8 年間で倍増し、担当職員も 3 倍に増員しました。

子育て支援の予算を捻出するために、財政運営においても、明石市は大胆な改革を行いました。職員の 1 割削減、給与一律 4%カット、下水道整備計画の予算を 4 分の 1 に圧縮するなど、厳しい財政措置を講じました。

さらに、外部人材の活用も積極的に行っています。シティセールス課には一般企業の職員を導入し、外部の専門知識を活かした施策を推進しています。これにより、自治体運営の効率性が向上し、より効果的なまちづくりが実現されています。

子ども支援を中心とした施策が、地域の魅力を高め、住民の満足度向上に寄与していることが明らかです。今回の視察を通じて、多治見市でも明石市のように包括的な子育て支援プログラムを導入し、予算や人材を積極的に投入する必要があると感じました。また、優先度の高い施策に必要な予算を確保するための大胆な財政改革を検討することも重要だと感じました。

7 写 真 等

※視察の場合は必須、研
修の場合は任意



※視察先、研修先ごとに1枚作成すること。

※「6 所感、提言事項、課題等」は、参加者全員分を記載すること。