

令和5年9月18日

田辺市議会議長 尾花 功 様

会派名 大志会

代表者名 浅山 誠一

出張調査（研究・研修会参加）報告書

下記のとおり出張調査（研究・研修会参加）いたしましたので、その結果をご報告いたします。

記

参加議員	浅山誠一
期 間	令和5年8月20日 ～ 令和5年8月22日
調査先	・宮崎県宮崎市 研修会場：宮崎市役所、KITEN ビルコンベンションセンター 大会議室、宮崎市民プラザギャラリー 相手方等：宮崎市長 清山とものり氏、田鹿 倫基氏、 高橋 弘樹氏、宮崎市都市戦略局都市戦略課等
調査項目	①直近2年間で10倍以上の実績をもつふるさと納税の取り組みと空港設置のふるさと納税自販機について ②みやPORT 宮崎市公民連携総合窓口について ③宮崎市版エンディングノート「わたしの想いをつなぐノート」 ④清山宮崎市長の講演及び意見交換「宮崎市の取組と若手市長のこれまでとこれからの挑戦について」 ⑤地域を元気にする取り組み（講師：田鹿倫基氏 宮崎県日南市マーケティング専門官） ⑥政治系メディア発信のあり方 講師：高橋 弘樹氏

報告書は別添のとおり（案内・パンフレット等関係書類を添付すること。）

テーマ①直近 2 年間で 10 倍以上の実績をもつふるさと納税の取り組みと空港設置のふるさと納税自販機について

〈調査活動の目的〉

・令和 2 年度の 5 億円から令和 4 年度は 56.5 億円(全国 17 位)と 2 年で 10 倍以上の寄附額を集めた宮崎市のノウハウを学ぶことで、田辺市のふるさと納税の寄附額増加につなげたい。

〈調査先等での説明者〉

- ・宮崎市総合政策部都市戦略局都市戦略課 課長補佐兼ふるさと納税推進係長 阿部博光氏
- ・宮崎市総合政策部都市戦略局都市戦略課 ふるさと納税推進係主査 藤島武尊氏

〈説明等の内容〉

○寄附額の推移

令和 2 年 5 億円(全国 333 位) 令和 3 年 26.5 億円(同 54 位) 令和 4 年 56.5 億円(同 17 位)

○寄附額が伸びた要因

前提：ふるさと納税は寄附か？ショッピングか？「配送日の変更・寄附のキャンセル・クレーム」がでる＝ショッピングと定義して数々の改革を進めていった。(体験型は来訪者増加という面も)

- ① 返礼品の増加：寄付者ニーズに沿った返礼品のラインナップを拡充することが何よりも重要
R1/約 200 品 R2/約 500 品 R3/約 800 品 R4/約 1,000 品
- ② 寄附受付ポータルサイトの増加：寄附額増が期待できるポータルサイトから順に追加
R1/4 サイト R2/4 サイト R3/7 サイト R4/10 サイト
- ③ 返礼品ページのブラッシュアップ：返礼品の魅力がより伝わる画像に適宜差し替え
- ④ SEO 対策の徹底：寄付者に返礼品ページを探してもらいやすいよう商品名称など工夫
- ⑤ 多様な広告の実施：紙媒体の広告ではなくネット広告に注力(選択と集中で広告費を投じる)

→寄附額を増やすことが担当課のミッション。ショッピング＝消費者目線。市場ニーズに沿って「売りたいものを売る」のではなく、「売れるものを売る」ことを先に進め、売りたいものを売るようにした。尚、寄付者の約半分が首都圏からとなる。

○宮崎市ふるさと納税新規返礼品提供事業者セミナー

・毎月、第 4 週にセミナーを実施。事業者の制限をしていないことがハレーションの起きない理由の一つと捉えている

○業務実施体制

- ・令和 5 年度から「ふるさと納税推進係」を新設
- ・従来の 3 名体制から 9 名(正職員 6 名＋会計年度任用職員 3 名)に拡充

○宮崎空港に設置したふるさと納税自動販売機

- ・2023 年 6 月 24 日宮崎空港 1 階に設置
- ・ふるさと納税をして宮崎牛やうなぎ、肉巻きギョーザなどの返礼品を空港内で受け取ることができる
- ・金額は 4,000 円から最高で 36,000 円
- ・運転免許証での本人確認、クレジットカード決済、引換券を土産物カウンターにて交換という流れ

〈本市に対する考察〉

私はこれまで一般質問等でふるさと納税の拡充と近年は市税の流出が増加しており、返礼品の商品代や事務手数料等を含めると赤字化に陥っていることへの危機感を訴えてきたが、田辺市はこれまで「過度な返礼品争いはしない」という立場を取っていた。寄附額の過去最高額は令和3年度の1億2088万3千円で令和4年度は31自治体（和歌山県含む）中26位の約9,168万円だった。本年度から初めて返礼品の開発を民間会社に委託したことで順調に増加しているが、県内の他市（令和4年度寄附額1位有田市48.86億円／2位湯浅町34.21億円／3位和歌山市18.63億円／4位紀の川市13.88億円／5位御坊市12.07億円）や宮崎市の56.5億円に比べると伸長率は乏しい。

今回、宮崎市でそのノウハウを学んだが、何よりもまず大きかったことは担当職員が自身のミッションを「寄附額を増やすことがミッション」と置ききり、過去を否定しながら行動変革を起こしていったことだと感じた。担当者の言葉を借りると、「寄附額を増やし、黒字化することで社会資本に投資するというサイクルを作ることが地域や市民の福祉向上につながる。そのためにふるさと納税にありがちな地元の伝統工芸品や知る人ぞ知る名店の逸品といった「地域の売りたいもの」を売るのではなく、まずは「売れるもの」を売って顧客を獲得した後に売りたいものを売る。「売れるもの」とは今現在、全国で売れているものであり、それが成功というスタンスに立って分析、優先順位をつけて返礼品の拡充につなげていった。地域の「売りたいもの」は主観が入っており、市場との温度差もあり、結果的に寄附額が増加しないことは自治体として無責任である。」とのことであつた。昨年度までの田辺市はこの「売りたいもの」に固執していたため、返礼額が低調していたと考えられる。ふるさと納税が日本全国に広がり、従来の“ふるさと応援”という寄附ではなく、ショッピングや節税という側面が強まっている以上、市場の動向に則って田辺市も宮崎市に倣って寄附額増加に向けたより強力な取り組みが必要だ。

また宮崎空港1階に設置されたふるさと納税ができる自動販売機は市外からも多くの人が利用する空港に置くことで寄附額のさらなるアップを狙っているが、メディアにも取り上げられ、宮崎市そのもののPRにもつながっているとのことだった。この自販機は全国的にゴルフ場やレジャー施設での広がりもあるようで、田辺市でも観光客が行き交う紀伊田辺駅周辺や熊野古道沿い等での設置も十分考えられると感じた。



宮崎空港に設置されている自動販売機と特設スペース。利用者は即時にふるさと納税ができる。

②みやPORT 宮崎市公民連携総合窓口について

〈調査活動の目的〉

・財政的に厳しく、職員数が減少する中、複雑多様化する市民ニーズに 대응していくためには地方自治体だけの取り組みでは難しい時代となっている。そのような時代において、キーとなるのは公民連携による持続可能なまちづくりである。公民連携総合窓口「みやざき CITY PORT」を開設し、公民連携を進める宮崎市の先進事例を学び、田辺市にいかしたい。

〈調査先等での説明者〉

- ・宮崎市総合政策部都市戦略局都市戦略課 課長補佐兼公民連携推進室長 岩見健太郎氏
- ・宮崎市総合政策部都市戦略局都市戦略課 公民連携推進室副室長 崎原秀利氏

〈説明等の内容〉

○設置の経緯

- ・R4.2 清山市長が民間企業のノウハウや資源を活用、公民連携の窓口の一元化を公約に掲げ、就任。
- ・R4.4 都市戦略課設置 幅広い分野での公民連携を推進
都市戦略担当参与新設 公民連携機能強化、産学官連携による政策立案
- ・R4.5 公民連携総合窓口設置 公民連携の拠点且つ窓口を担う

○設置の背景

- ・多様化、複雑化する行政課題（人口減少／安心・安全／低炭素・循環型社会／高度情報化社会／グローバル経済／経済・雇用環境／健康増進・福祉の充実／新庁舎・公共施設維持 等）
- ・自治体の限られた人的リソースとひっ迫する財政状況
- ・行政主導で対応することが困難な事例も多くなっている
- ・課題解決の手段として、経済を担う主体である民間と行政との連携が不可欠

○目的

- ・民間と宮崎市がつながり、パートナーシップのもと、政策や価値を創造して成長を目指すこと。

○公民連携とは

- ・民間と行政が協力して、地域の課題解決や利便性の向上を目指し、民間が主導で事業を実施、行政は支援をすること。「民間主導・行政支援」

○公民連携総合窓口「みやざき CITY PORT」

- ・多様な市民ニーズに対応すると共に、コロナ禍のもと、明るい未来を創出するため経済を担う民間と行政とが連携し、宮崎市の成長を目指す。
- ・民間からの提案は市のホームページにて 24 時間 365 日受付。
- ・課題は①指定テーマ②自由テーマで募集。①指定テーマは企業版ふるさと納税、マイナンバーカードの普及促進、複合施設の整備と持続可能な施設運営、宮崎市新庁舎建設における民間施設の成立可能性

○窓口の効果

- ・民間の専門性やノウハウを活用した事業の創設
- ・オープンな窓口による公平性、透明性の確保
- ・窓口の一元化による提案環境の向上
- ・市役所内外の公民連携の意識醸成

○取り組み実績

- ・ R4.5.12 の設置以来、R5.8.16 時点で 80 件の民間提案があり 19 件が事業化
- ・ 移住イベント、パイロット研修を活用した実証実験、タブレットを活用した高齢者の生活サポートの実証実験、食と農に関する連携協定、家族葬のホールを活用した地域住民の健康増進・交流促進や災害時の支援等々の実績。

○事業化のフロー

- ・ 提案受付→提案に対する意見交換→実施主体は①宮崎市②民間か
- ・ ①で市の負担あり 事業化検討（委託事業）→事業者選定（公募型プロポーザル）
- ・ ①で市の負担なし 連携協定等の検討（財政負担し事業化すべきとなれば事業化検討へ）
- ・ ②で市の負担あり 事業化検討（補助事業）
- ・ ②で市の負担なし 連携協定等検討（財政負担し事業化すべきとなれば事業化検討へ）
- ・ 協定書は全て所管課が起案、対応
- ・ 大きな案件は市長まで、小さなものは部長決済

○今後の成果目標と課題【市職員】

目標：成功事例の積み重ね

課題：公民連携への機運醸成、指定型テーマの掘り起こし

課題への対応：職員研修の実施、成功事例の周知、担当職員による各担当課への営業

○今後の成果目標と課題【市民・民間事業者】

目標：公民連携による市民サービスの向上、地域経済の活性化

課題：民間から質の高い提案を促す仕掛けが弱い、地元事業者からの提案が少ない

課題への対応：提案者へのインセンティブ付与の検討、地元事業者への周知と提案募集の説明会開催

〈本市に対する考察〉

・本市では3社の包括連携協定、180を超える個別の連携協定を結んでおり、公民連携は順調に進んでいるように見える。一方で、連携協定を結んだもののそれっきりということも散見されており、目的に対してしっかりと実効性を持たせることができるのかといった検証作業やPDCAサイクルを回すといった面は改善の余地がある。また個別の連携管理は各課でなされており、全体管理をしている所管がないことから、市としてどのように進捗を把握し、全体管理をしていくのかという点についても課題がある。さらに近年は田辺市にも民間から多くの相談が持ち込まれているが担当課毎の対応となっているという状況もあり、これらの課題解決のためにも宮崎市のような一元管理を行う担当課を新設することも検討すべきだと感じた。

さらに財政が硬直化している田辺市において今後は自主財源の確保に向けた連携協定や新しい形での契約手法も検討が必要である。例えば庁舎移転後の残った什器や備品を再利用し、換金化するための公民連携やPFS成果連動型民間委託契約方式（自治体が民間事業者に事業を委託する際に事業で解決すべき行政課題についての成果指標を設定し、支払額を成果指標の実現度合いに連動させる契約方式であり、医療・健康、介護、再犯

防止の分野で既に実績も出ている」といった新しい契約方式も田辺市で取り組めないか調査研究を積極的に進めていただきたい。

いずれにせよ、ただ待つて提案を受けるのではなく、積極的に今の田辺市には何が足りないのか、何が課題なのかを認識し、その課題解決のために民間との共創も選択肢の一つであるというアンテナを全職員が常に高く持つことが大切である。行政は失敗を恐れるが、前例のない課題が山積する現代社会においては例えば2年間の期間を定めてスモールスタートのうえでまずはやってみるというスタンスも必要ではないだろうか。そしてやってみることで課題やニーズの検証ができるだけでなく、新たな仲間が現れることがあるのが、公民連携・官民共創の時代である。田辺市のさらなる取り組みに期待したい。



主に説明を頂いた崎原氏

③宮崎市版エンディングノート「わたしの想いをつなぐノート」

※時間の都合上、資料配布のみとなってしまうため別添資料として添付

④清山宮崎市長の講演及び意見交換「宮崎市の取組と若手市長のこれまでとこれからの挑戦について」

〈調査活動の目的〉

・令和4年2月に就任した清山市長。就任以来、数々の改革を進めてきた内容を市長から直接伺うことで田辺市の行政運営にも活かせるポイントを学ぶ。

〈調査先等での説明者〉

・宮崎市長 清山知憲氏

プロフィール 出典：宮崎市 HP <https://www.city.miyazaki.miyazaki.jp/mayor/profile.html>

昭和56年 宮崎市生まれ

平成12年3月 宮崎県立宮崎西高等学校 卒業

平成18年3月 東京大学医学部 卒業

平成20年4月 沖縄県立中部病院 初期研修

平成21年7月 ベスイスラエルメディカルセンター内科研修医

平成23年5月 宮崎県議会議員（1期目）

平成27年5月 宮崎県議会議員（2期目）

平成31年4月 医療法人社団ひなた 理事長

令和4年2月 宮崎市長就任

〈説明等の内容〉

○市役所の組織改革 「組織」は「政策」を立案・実行するための OS

①改革推進課の設置

- ・ビジョンの策定と浸透
- ・市役所改革の計画と実行
- ・各課の業務の見える化（BPR）→規模が大きいので民間委託

②市役所改革推進ビジョン

理念：市民の幸せのために全力を尽くす

経営方針 透明性、当事者意識、自己研鑽、多様性、生産性、成果主義

→これに沿って徹底的に日々の業務にあたってもらう

③情報公開・積極的広報

- ・職員との関係

→適切な距離感、風通しの良い職場風土

- ・メディア

→丁寧なメディア対応、記者会見前に余裕をもって資料配布、わかりやすい意見の発信

- ・市民とのコミュニケーション

→SNS で生の言葉を届ける、直接対話を通したコミュニケーション

○市役所の組織改革 外部民間人の登用

- ・4 人、コンプライアンス推進参与（管理職研修）、CIO 補佐官、動物園社長、経済アドバイザー
- ・内部も多様な人財を登用
副市長（市の職員）、副市長（県職員×大学教授）、財政部長（若手官僚）

○研修＋仕組みによる意識改革

- ・幹部職員のワークショップ、行動基準の浸透・市長メッセージ、軽微なミスも全件公表化
- ・マスコミや議会へ公表するかあいまいな事案が多く、悩むならと全件公表に踏み切った。

その結果、透明性の向上になる。市民の信頼性向上につながればいい。一方で事務処理ミスとしてあがってきた件数が増えた。市長や職員にとってミスの背景を把握しやすくなり、再発防止に有効。

○市長自身の規律による意識改革

- ・宗教団体への祝電対応の廃止
- ・100 歳以上で逝去された全市民への弔電対応の廃止
- ・初盆参りへの秘書課対応の廃止
- ・お中元、お歳暮のお断り
- ・選挙当選者への秘書課あいさつ回りを廃止
- ・週末や祝日の行事は随秘書無
- ・朝のお茶出し廃止
- ・市長室のドアを開放
- ・市長出退勤時の秘書課の敬礼を廃止

○市長ホットラインの設置

- ・ダイレクトに市民から意見を受け付ける市長ホットラインを設置
 - ・開始後 14 か月で 786 件の受付、回答希望 355 件（344 件に回答済み）
 - ・子育て＞教育＞公共施設＞職員＞福祉
- ※団体の長からは出てこない意見が入ってくるようになった

○働き方改革 職場環境、規制など

- ・ポロシャツ、アロハシャツ解禁
- ・兼業既定の明確化
- ・フリーアドレス導入の施行

○人事改革 人事は組織の要

①採用

- ・採用情報の発信、採用試験、採用数職種、社会人任期付き（奈良市は半数以上が社会人採用）

②評価

③異動・登用

○DX デジタル化の先の変革

- ・職員業務のデジタル化 外部インターネット環境へ
- ・市民手続きのデジタル化 来なくてもすむ市役所へ
- ・地域社会のデジタル化 自治会、交通、観光、飲食の DX

○地域戦略 地域を発展豊かにするために

①経済

- ・付加価値額の向上、人材の確保、経済基盤となる都市政策、観光・スポーツ振興

②暮らし

- ・市営住宅の水回り設備が厳しい、独居高齢者向けに改善をするために取組中
- ・住環境の向上、きめ細やかな福祉政策、エビデンスに基づく保健政策、子育て環境の充実
エビデンスのない保健政策をするなら子供達に美味しいものを食べてもらう方がいい

③教育

- ・教員の働き方改革、学習環境の改善、不登校・児童福祉への対応、生涯学習の充実
- ・学校サポータースタッフの配置

○成長戦略会議

- ・データビークル社 西内氏を招へいし意見交換
- ・EBPM の観点から以下 4 点を指摘

① 質の高い公教育への投資 ②ハイテク産業の育成・誘致

③ 高齢者の就労促進 ④中心部の人口密度を増加させる都市計画

○公民連携

ハード事業：温浴施設の民営化、パーク PFI、新庁舎の立体駐車場、児童館の建て替え（福岡市先進）、
公民館の建て替え

ソフト事業：提案 80 件のうち 19 件を事業化

○ふるさと納税

- ・令和2年度まで赤字、そこからは黒字。手厚く職員を配置。中間事業者に忠実に、返礼品増やす。

〈本市に対する考察〉

・就任約1年半で数々の改革を進めてきた清山市長。そのスピード感や実行力は目を見張るものがあった。ここまで変革を進めると市内でのハレーションも気になるところだが、職員も同じ方向を向いているように感じられた。その理由は最初に市役所のビジョンの策定と浸透にこだわって進めたことにある。市長が掲げた理念「市民の幸せのために全力を尽くす」経営方針「透明性、当事者意識、自己研鑽、多様性、生産性、成果主義」はわかりやすく、民間企業でもミッション経営という名で良く取り入れられる手法だが、市長が何を目標しているのか、何を大切にしているのかという点が言語化されており、市内で浸透していることから短期間でも数々の改革を進めることが出来たのだと思われる。田辺市もトップや組織のメッセージは出しているが、宮崎市のような徹底的な取組は参考になるのではないだろうか。また直接コミュニケーションや組織や人材登用の柔軟性、公民連携やふるさと納税の強力な推進といった点は若手市長らしい市役所運営で田辺市でも取り入れられる部分があるように感じられた。



清山市長。当日は地元テレビ局も入り、報道されるなど注目が高かった。

⑤地域を元気にする取り組み（講師：田鹿倫基氏 宮崎県日南市マーケティング専門官）

〈調査活動の目的〉

・日南市油津商店街の再生仕掛人として有名な田鹿氏。その仕事に取り組む姿勢やノウハウ、また油津商店街の事例等を学ぶことで空き家が増加し、空洞化が目立つ中心市街地の活性化を含む田辺市のまちづくりのヒントを得る。

〈調査先等での説明者〉

- ・株式会社ことろど／九州地域間連携推進機構株式会社 代表取締役 田鹿倫基氏
（宮崎市外部参与／元宮崎県日南市マーケティング専門官）

〈説明等の内容〉

○仕事で大切にしている視点

- ・外貨を稼ぐ産業をつくる
- ・持続可能性の高い人口動態をつくっていく

- ・ 思いと数字を徹底的にみる。
- ・ 問題解決＝問題を決めることから始める。
問題は理想と現実のギャップ、課題はその間を埋めるタスク。
- ・ 結果検証&改善は議会の役割
- ・ 数字とデータを把握し、有権者の声ではなく想いを聞く

【事例：小林市のプロモーション映像】

- ・ 増加傾向だった転入者が一転、動画がバズってから減少傾向へ
- ※移住希望者は言葉が通じないところへの不安を感じてしまった？
- 効果検証を議会がすべきだった。結果として全体がやろう！となってしまった
- 検証すべき側がしっかりしないと変な方向へ行ってしまう。
- 議会と行政は車の両輪と言われるが、議会には「ブレーキ」の面も求められる。

○油津商店街の事例

- ・ 人がいなくなった商店街を活性化しようというのがスタート
- ・ 今まではコンサルに計画を丸投げしていたところ、住んでくれる専門家を雇って役所と一緒に頑張ろうという方針に切り替えた
- ・ その結果、4年間で20店舗の誘致（H25 0件→H29 29件）に成功

【一方で・・・】

- ・ それでも油津商店街は再生していない。

過去の賑わいを再現する「昼の人通りを増やして欲しい」という市民の希望に対しては満足度が低く、市での評価は二分している。新しく来た店舗は飲食店やゲストハウス、保育園、IT企業。カフェには少しは人も来るがいつも人通りがあるような状況ではない。坪当たりの相対的価値は時代によって変わることを理解することが必要。例えば過去の商店街にあった小売店を市民が望んでいても事業として成り立たない。補助金で延命が正しいのか。民主主義が求めるものと資本主義が求めるものに乖離がある。

○IT企業の誘致

- ・ 商店街に毎朝120人くらいが働きに来ている
 - ・ 空家になった商店街がリノベーションされて生き返る 一石二鳥
 - ・ 雇用を作ることが必ずしも良いことではなくなった。
- 誘致したころは求人倍率が1.0を切っていたが今は1.23くらい
- ・ IT企業の事務職を誘致していた。専門職ではなく。

※東京でやっている仕事を油津でやりませんかという形に

人手不足だが事務職だけ圧倒的に求人が少ない。

- ・ 工場誘致をすると既存の工場から転職、引き抜きが横行

→税金を使って地場産業、今まであったものを潰していいのか？という議論

- ・ とにかく雇用を作る× 若者が求める仕事を誘致する○

- ・ 油津商店街は昔のような商店街ではなく外需産業に重きをおいた店舗設計

→地元の人が求めるものではないため、地元としては難しい評価。

ノスタルジーに引っ張られてしまうが、そうすると経済はまわらない

補助金が財政を圧迫して、よりまちが悪くなるというスタンスに立って改革を進めていた

○持続可能なまちになるために

- ・まちを永續させるためには 地域の人口ピラミッドをドラム缶状に整えること
- ・地域で起こるトラブルの多くは人口ピラミッドが崩れることが大きな要因
- 若い人、若い世代を増やすためにどうするのか
- 若者が希望する仕事をつくる、出会い・出産・育児環境を整える
- 人口の絶対数は減るが、ピラミッドが整っていくはず。愚直に。
- ・地元への就職が増加 雇用数も増加した。
- 若者の転出超過が緩やかになり、30代の女性は転入超過になった

○地方経済の生き残り戦略

- ・事務職ですら人手不足になってきている。有効求人倍率は10年で2倍？
- ・応募数が半分になるのではなく全く応募が無い求人の二極化が進む
- ・外需獲得×生産性の向上しかない。
人手不足から人出不在のビジネスモデルに転換できるかがポイント
雇用創出から雇用喪失への舵をきることができるか
- ・行政のマーケティングは市場と世論
市場の力→民間企業が得意 人々のニーズが動力の源泉
民主主義の力→政治行政が得意 人々の価値観が動力の源泉

○東京一極集中是正の意義

- ①東京は日本の経済成長の足を引っ張っている
- ②東京の中央世帯以下は経済的に貧しい※中央世帯以下とは下位から6割までの世帯
→経済的+時間的にみると東京は最も貧しい。ものすごい金持ちが平均を押し上げている
- ③東京では人が生まれない

〈本市に対する考察〉

・有名な油津商店街の仕掛け人の一人である田鹿さん自らが「商店街再生事業は市での評価が二分されている」というのは衝撃的だった。市民が求める“昔の良かった頃の景色”ではなく、今の時代に沿ったまちづくり、社会構造を市民の方にも理解いただき、再生を果たすことの難しさを感じた。田辺市も中心市街地活性化を目指して商店街の空き店舗対策に取り組んでいる。油津商店街とは違い新たに入居される方は飲食店や小売店が中心で、コロナ禍以前は駅前本通りのほぼ空き店舗が無くなるなど順調に推移していたが、商売に大きな影響を受けたコロナ禍以降は空き店舗が再び目立つようになってきた。田辺市では東日本大震災以降、津波浸水域から民間企業の高台移転が進んだことで中心市街地での民間企業の空洞化が進んでしまっている。逆説的ではあるが、油津商店街のようにIT企業の誘致により強力に取り組むなどをして商店街の空き店舗対策に取り組んでも良いのではないだろうか。

また田鹿氏は民間登用人材だけあり、EBPMを基に政策を進める姿勢が印象的だった。地方に行けば行くほど、人の顔が絵に浮かぶことからどうしても主観や人の思いに引っ張られがちだが、しっかりとエビデンスに基いた政策決定は今後の社会において重要である。人口減少でパイが少なくなる中でいかにして外需を獲得するのか、一人当たりの生産性を向上させるのか。人手不足から人出不在の中でどのように地方が生き残るのか。国も東京の一極集中の是正を掲げるものの想像を大きく上回る形で地方の人口は減少しており、今後人手不足は加速度的に深刻な問題となると予想される。そうなると活性する地方と著しく衰退する地方との二極化が進むだろう。田辺市や紀南エリアが生き残るためには、地方自

治体と地元企業が真に力を合わせ、現実や将来を決して楽観視することなく今まで以上に EBPM を基に取り組んでいかなければならない。



日南市油津商店街の日中の様子。オシャレな飲食店や保育所、IT 企業はあるが話の通り人通りは少なかった。

⑥政治系メディア発信のあり方 講師：高橋 弘樹氏

〈調査活動の目的〉

・テレビ業界での敏腕プロデューサーとして有名な高橋氏。現在はウェブメディアでも活躍をしている。発信チャンネルが多様化する現代社会において、情報発信の勝ち筋を学ぶことで田辺市の情報発信力強化につなげたい。

〈調査先等での説明者〉

高橋 弘樹氏

経歴

2005 年～2023 年 株式会社テレビ東京 制作局にてバラエティー、ドキュメンタリー、報道を制作

2023 年～ 株式会社 tonari 代表取締役 CEO／株式会社サイバーエージェント（ABEMA）

代表作

テレビ：「家、ついて行ってイイですか？」「空から日本を見てみよう」等

YouTube：「日経テレ東大学」「Re:Hack」

〈説明等の内容〉

○政治系メディア「発信のあり方」

YouTube チャンネル「Re:Hack」が目指すあり方 「オールドメディアの功罪」と向き合う

①オールドメディアの「問題」を解決

= 「魅力を引き出す」

- ・ 権力監視は大切だが、その結果政治家はなりたくない職業、軽蔑の対象となってしまった
- ・ 魅力を描くバランス感覚が大切

②オールドメディアの「限界」を打破

- ・ 地方＝権力との距離、一蓮托生、資本関係
- ・ 国政＝既得権益、記者クラブ
- ・ 出口の問題＝尺、紙面（切り取りへのアンチテーゼ）

③オールドメディア以上の「高い中立性」

- ・ 与野党の公平な尺バランス
- ・ 選挙報道の公平な政策紹介

④メディアたる「マス」指向

- ・ 地上波、新聞、雑誌との「威力比較」
- ・ そのためのエンタメ性

○YouTube の「マス」とは

- ・ 雑誌、新聞と比較して
新聞 100 万部、雑誌 20 万部、YouTube●人
- ・ テレビと比較して
YouTube での再生回数 60 万回＝深夜 12 時台の枠や夕方枠に相当※キー局放送
消費意欲のある 20～40 代が視聴者層のメイン
能動視聴、尺の制限がないため丁寧に描ける

→テレビ、新聞に頼らずとも web で「政治」を盛り上げていける。

オールドメディアの報道の欠点を意識し、補える。

若者に対してはその方が効果的。

訴えかける相手によってメディアを使い分けていくべき

○「政治メディア」を運営するために

- ・ 立体的であるべき：ファクト、中立性にネットはかなり敏感
- ・ SNS の特性、アルゴリズムを理解すべき：YouTube、X（旧 Twitter）、TikTok などの特性とルール
- ・ フィルターバブルに自覚的であるべき：同質性が高すぎる危険性

〈本市に対する考察〉

・ 田辺市でも現在、各課による YouTube 配信、X や公式 LINE ページでの情報発信等々、若手職員を中心に時代に即した市民への情報発信を行っている。また朝日放送グループホールディングス株式会社と包括連携協定を結ぶなど、今後の展開が期待されているところである。一方で多様な発信チャンネルを持つことは重要であるが、その特性や効果、メリットデメリット、アルゴリズム等を真に理解したうえで使い分けることは本業ではない地方自治体にとって簡単なことではない。やはりこれからの時代はウェブメディアでの情報発信が市民とのコミュニケーションには欠かせない。田辺市は現在も意欲的に取り

組んでいる課がある一方で、担当者の知識や意欲の差で担当課毎の取り組み内容にばらつきが生じている印象を受ける。庁内でより横断的な専門性に長けた人材の登用や育成が急がれる。また、他の自治体や政治の世界でも良かれと思って情報発信に取り組んでいることがネット上で炎上してしまうことが散見されている。過去は紙媒体のみで基本的には住民にしか届かなかった情報が、今は住民向けであってもネットを介して情報発信することで住民以外の不特定多数にも届いてしまう。我々議員も含め、そのことを今一度全員が意識したうえで情報発信をしなければならない。



ご講演いただいた高橋氏