

令和6年5月 17 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6年4月16日 ～ 令和6年4月18日
調査先	①奈良県生駒郡斑鳩町（4月16日） ②③広島県広島市（4月17日） ④広島県江田島市（4月18日）
調査項目	研修テーマ： ①広域観光、地域版 DMO について 講師：斑鳩産業株式会社 代表取締役 井上 雅仁氏 ②広島型地域運営組織「ひろしま LMO（エルモ）」について 広島市企画総務局コミュニティ再生課長 松田貴志氏 他 ③エディオンピースウイング広島の取組について 広島市都市整備局スタジアム調整課長 藤川由美氏 他 ④江田島市の移住定住について 講師：江田島市 企画振興課 課長 飴野 秀樹 氏 一般社団法人 フウド 代表 後藤 峻 氏 他

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。）

①広域観光、地域版 DMO について

〈調査活動の目的〉

・世界遺産法隆寺を核とした観光戦略や地域ブランドの推進、まち歩き観光拠点整備と地域活性化、広域観光の推進の事例を知ることによって当市の観光振興策への提言につなげたい。

〈調査先等での説明者〉

・斑鳩産業株式会社 代表取締役／WEST NARA 広域観光推進協議会事務局長 井上 雅仁氏

〈説明等の内容〉

◎地域の観光業界の主たるプレイヤーである中小・小規模企業の現状

- ・現状あらゆることが下手
- ・中小企業のポテンシャルは高いがマネジメントが下手
- ・需要があるのにアプローチが下手
- ・利害調整が下手

→すなわち起業家精神の欠如／JCやYEGはそういった点を学ぶことができる

→「黒字倒産」「財政健全企業の休廃業」「先行き不安によるあきらめ廃業」が増加

→すぐ近くの名前と顔の一致する人へ事業承継する地方版のM&Aが進めば地域はまだ戦える

◎地域を元気にするためには

- ・ため池（マーケット）からどうやって水をひくのか考える地域間競争が多い
 - ・地域でやらないといけないのは水かさを増やす仕掛け（地方創生／環境事業／インバウンド）
- パイの取り合いしない
- ・組織をつくる／役職は断らない／認定を受ける／事業（スピード感）
 - ・地域活性化のカギは巻き込み力！各種団体等とのつながりが大事

◎「地域ブランディング」をどうするのか

- ・地域で飛びぬけた企業を作る、もしくは飛びぬけた企業を連れてくる（スタバが良い例）

◎空家再生 滞在型観光の促進

- ・法隆寺周辺エリアは第一種低層住居専用地域
- ・第4次斑鳩町総合計画審議会、斑鳩町歴史まちづくり推進協議会に委員として参加
- ・斑鳩町歴史的風致維持向上計画が国土交通省の認定
- ・条例を制定し、滞在型まちあるきをスタート

◎着地型観光の促進

- ・地方創生のキーワードは観光と事業承継
 - ・100人の定住人口増加より10万人の交流人口増加の方が簡単
- 産業が広がる、その結果として移住者も増える
- ・地元紙も大事だが、全国紙（特に日経）に掲載されると社業へのインパクトが大きい
 - ・産学官金宗との連携や新たな組織の設立
- 大学生のインターン→そのまま雇用も
- ・世界文化遺産法隆寺 周辺 45 体験プラン

→民泊 150 泊程度（1 棟貸）、長くて 2 週間の滞在、戸建て賃貸 or 民泊 需要があるのはどちらか

◎協議会の設立

- ・コロナ禍での観光客激減、観光資源があるものの観光地として認識されていないという課題も
- ・観光客にとって行政区割りは関係ない、通過していれば止めればいい

（目的地を目指すには体力・知力が必要）

- ・「通過してゴミしか落ちない」という自治体はもっとやれることがある

→これまで各自治体が単独で観光事業を実施していたが、2020 年コロナ禍に入り状況変化

→奈良県北西部 6 市町（大和郡山市、平群町、三郷町、斑鳩町、安堵町、王寺町）が相互連携し、WESTNARA 広域観光推進協議会を発足、市町をつないだ周遊観光、旅行商品の企画・販売など、広域での観光振興策を打ち出せるようになった

→2015 年エリア内観光入り込み客数 350 万人／2025 年 500 万人へ目標

→奈良県には 3 つの DMO あり。奈良県西部を観光圏にしたい。民間なので 300 万円で運営している。

→自治体によってはそこまでやることにに対してネガティブな意見もあるが、地域のためには絶対必要

→総会と代表者会議 年 2 回 / 担当者会議や部会は年 14 回

- ・PDCA がバラバラの組織、バラバラの人がやると上手くいかない、行政はそうなりがち。

一つの人や課で回すと上手くいきやすいし、失敗しても次に活かすことができる。

- ・そのまちが輝いて成長するためには、そのまち固有の強みを生かさなければならない。

- ・行政は「人」を呼んでくる（プロモーション）、民間が「円」を得る（リピーターにする）

→その両輪を回すことが大事

〈本市に対する考察〉

“紀伊山地の霊場と参詣道” が世界遺産に登録されて本年度で 20 周年の節目を迎えた。インバウンドや観光産業はこの 20 年で国の基幹産業となり、本市も関係各位のご努力によって、観光地として大きな注目を集めるようになった。コロナ禍の厳しい局面も乗り越え、本年は過去最多のペースでインバウンドの宿泊数が推移するなど、本市の観光戦略や DMO の先駆けとなった田辺市熊野ツーリズムビューローの取組は全国的に見ても成功事例として挙げられている。ただ過去の一般質問で取り上げたように、まだまだ成長の余地があるのも事実である。現在、田辺市の観光戦略は欧米豪の個人旅行客が主なターゲットとなっており、香港や台湾、中国、韓国といった東アジアの国や地域の観光客は少ない。一方でお隣の白浜町には東アジアの観光客がメインであり、関空からのバス移動や JR を使って白浜に向かうインバウンドのその多くは田辺市を“通過”しているだけとなっている。研修時にもお話があったように、「観光客にとって行政区割りは関係ない、通過していれば止めればいい」という視点が必要だと考える。過去に「なぜ東アジアの方が熊野古道を訪れないのか」と関係者に聞いたところ旅行に対するニーズが違うということだった。東アジアの観光客はビーチや温泉、海の幸、テーマパークを求めて和歌山へ来るため、熊野古道は刺さらないのである。それであれば、白浜に訪れながら飲食は味光路を中心とした田辺市内へ、もう一晩は中国の方が愛する“龍”のまち龍神村への誘致といったプランは描けないだろうか。この 20 年間、田辺市は熊野古道のおかげで観光立市となった。一方で、すべての観光戦略や観光プランを熊野古道ありきで考えてしまう面は否めない。WESTNARA のようにエリアで集客することを熊野古道とは別の切り口で行っていくことが、観光地としてさらなる成長を果たせるのではないかと研修を通して考えさせられた。



講師：斑鳩産業株式会社 代表取締役 井上 雅仁氏

②広島型地域運営組織「ひろしま LMO（エルモ）」について

〈調査活動の目的〉

・小学校区を活動範囲として市民主体のまちづくりを行う広島市。少子高齢化社会において住民自治のあり方やその運営についてどの自治体も頭を悩ませている中、先進事例と呼ばれる「ひろしま LMO」の事例を学び、田辺市における小規模多機能自治の運営のヒントを得たい。

〈調査先等での説明者〉

- ・広島市企画総務局コミュニティ再生課課長 松田貴志氏
- ・広島市企画総務局コミュニティ再生課課長補佐 鉤流章吾氏
- ・広島市企画総務局コミュニティ再生課主査 高橋啓司氏
- ・広島市企画総務局コミュニティ再生課主査 北島利喜氏

〈説明等の内容〉

○広島市地域コミュニティ活性化ビジョンの策定

- ・令和 4 年 2 月に策定
 - ・小学校単位で地区社協や町内会単位で地域をどうしたいか話し合ってもらう
 - ・地域の関係者がまちづくりの思いを話す→それぞれの得意分野で活躍してもらう
 - ・意欲のある地域が目標とする地域づくりができるようにサポートしていきたい
- 役所として総力をあげて取り組んでいく

○地域コミュニティの現状と課題

- ・アンケートの実施（団体／団体役員／市民）
 - ・課題を 5 つに整理
- ①団体運営：役員の高齢化と後継者不足／団体間の連携不足
 - ②活動の担い手：参加者の減少／地域活動への関心が薄い
 - ③地域特性：都市地域 地域の帰属意識が低い 中山間、島しょ部 少子高齢化
- 組織の多様化 面積約 906 km² 行政区（8 区）小学校区 140

横並びで他地区のやり方をあてはめても上手くいかない

④活動内容：活動拠点の維持管理費用やスタッフの確保が難しい／補助金が使いにくい

⑤行政からの支援：補助制度の拡充／行政書類の負担軽減

○これからの地域コミュニティ

・地域を代表とする組織 新たな協力体制（概ね小学校区内の全住民を対象とする諸活動の調整・支援を行う組織）

→各地域、団体に出していた補助金を一本化かつ上乗せし、結果的に支援が行き届く形をとる

→町内会の加入、未加入は関係なく地域住民全員に対してどうしていくか

〈重要な視点：持続可能な組織運営とするために〉

①多様な主体の連携：町内会や地域社協、NPO や学校、地域外の人材等との連携

②新たな担い手の発掘・育成：日頃からの交流の場を作り将来のリーダーを育成

③地域特性に応じた活動：都市部、中山間、島しょ部の地域特性を生かした活動

④活動基盤の強化：住民が気軽に立ち寄れる活動拠点づくり、財源確保（行政補助金）、ICT 活用

〈段階的な取組〉

話し合いの場づくり→住民の生活課題・地域の将来像の共有→住民の生活課題の解決に向けた取り組み

→地域の新たな協力体制へ移行（広島型地域運営組織「ひろしま LMO」 Local Management Organization）

※「ひろしま LMO」とは、概ね小学校区を活動範囲として地域の実情に応じて、地区社会福祉協議会や連合町内会・自治会等が中心となって、NPO や企業など、多様な主体と連携しながら、地域課題の解決に向けた様々な活動等に取り組む組織（＝新たな協力体制）であることを広島市が認定した団体

〈認定の流れ〉

ステップ①ひろしま LMO づくりに取り組む地域からの応募 令和 6 年 4 月現在 51 地区から応募

ステップ②地域の新たな協力体制を構築／地域の実情や検討の熟度に応じた伴走支援

ステップ③ひろしま LMO として認定 現在 31 の団体を認定（将来的には 140 小学校区全てで構築されるよう支援していく）

○ひろしま LMO への支援

〈支援体制〉

・職員や社会福祉協議会と地域の話し合いを徹底する

・職員は前例にとられない発想が大事

〈人的・物的支援〉

・職員だけでなく、まちづくりコンサルや税理士、社労士も派遣

・市有施設を提供（学区集会所、地域福祉センター、遊休施設）

〈財政支援〉

・ひろしま LMO 設立時助成金（1 回だけだが 50 万円補助率 100%）

・ひろしま LMO 運営助成金（人件費 300 万円補助率 100%／活動拠点維持管理・地域課題を解決する事業支援 300 万円補助率 100%）毎年市が拠出

・ひろしま LMO 一括交付金（これまで市から補助金を支給されていた団体が構成員となった場合）今までは市から直接交付金を支払っていたが、広島市社協からの一括交付金に変更→地域に一定の裁量をもった補助金として活用できる→地域が主体的に動きマネジメントする仕組みへ

○ビジョンに基づくその他の取組

- ・ひろしま型地域貢献企業認定制度の創設
- マーク使用／市 HP への掲載／市の入札制度での優遇措置
- ・地域コミュニティづくりのリアルな現場を学ぶスタディツアー

○地域コミュニティと行政との関係

- ・これまでの行政主導型の公共サービスから市民、行政協働型の公共サービスへ
- ・自助、共助、公助の一体的な機能発揮が地域の持続可能性を高める

質疑応答：

①人口規模、面積での差が不平不満を生むのではないか

- ・人口規模やテナント料も違うため不平不満が出やすい。今後考えなくてはいけないポイント

②組織体制は

- ・会長、副会長、会計、監事がいるパターンに各団体から人を出す等、地域によって決める

③職員の地域派遣について

- ・地域に精通している職員というわけではない
- ・異動はあるものの継続して関わっていくような形をとっている

④参画しない地域への対応は

- ・強制ではなく挙手制、手も挙げていない地域は様子見していると感じている
- ・既に取り組んでいる地域から講師派遣し、実際の声として伝えていく仕組みを考えている
- ・事例集等もケースごとに取りまとめて発信していきたい

⑤構成団体の縛りは

- ・地区社会福祉協議会と地区連合町内会・自治体が連名で応募する形にしている
- ・協定を結ぶ際に地域で話し合った形を取る、可能な限り多様な団体が参画し権力集中しないよう配慮している

⑥どの地域も行政から地域へ権限移譲をしているが、その中で大事なことは

- ・市は財政的な支援をしているが、地域が考え主体的な動きがとれないと LMO は上手く回らない
- そういった仕掛け、仕組みが LMO で大事なポイントとなっている

⑦既存団体の補助金の支給方法を変えることでのハレーションや財源不足対策は

- ・今までの既存団体への説明やその補助金へ上乘せする形にしている
- ・今年度から始まったためまだ地域の声は集まっていない状況

⑧会計基準や手続き方法は

- ・補助金の一本化は精算が大変という部分を軽くしたいという思い
- ・各団体が監査したものを LMO がチェックすることで精算事務を簡素化する

⑨一括交付金の窓口が社協だが業務負担が増えることへの社協への対応は

- ・昨年度に市からの派遣職員を 4 人、プロパー 2 人増員した
- ・今年度は派遣職員をプラス 1 人、プロパー 4 人を追加増員した

⑩町内会未加入者等の普段関わりの薄い住民の参画が進んだのか

・若い世代向けのイベントや多世代を巻き込むイベントを行うことで地域の活動に興味を持つ方が出てきたというのは事実

・あわよくば町内会への加入促進につながれば良いと考えている／令和４年度町内会加入率 54.1%

⑪財源はどうしているのか

・一般財源で拠出している

⑫ひろしま型地域貢献企業認定制度の認定状況は

・令和４年７月からスタートしたが１５社程度

・自社発信の取り組みが増えている中、地域団体と協働してというのは難しいという声も

・要望が増加しているため市が間に入って紹介するようにしている

〈本市に対する考察〉

少子高齢化、人口減少によって全国の多くの自治体で地域コミュニティの衰退や住民自治の担い手不足が課題となっている。田辺市でも同じく大きな課題となっており、現在は田辺らしい自治のあり方を模索しているところである。ひろしま LMO はいろいろな団体が小学校区単位で一つの団体を作り上げ、その団体を広島市が認定し、運営助成金を交付するシステムとなっている。運営助成金も行政にありがちな使途が縛られているというのではなく、人件費、活動拠点維持管理・運営費、地域課題を解決するための事業経費として合計で年度上限額 600 万円が毎年交付され、その使い方はみんなが話し合っ
て使うことを前提として、自由となっている。その狙いは、みんなが仲良くできるシステムを広島市全体に再構築すること。全市展開が実現したら、広島の住みやすさは変わるという信念で取組が進められており、他の自治体でも取り入れられる要素は多々あると感じた。田辺市でも広島市と同様で限られた人が地域の中で活動しており、その活力が年々低下することが懸念されている。人口規模・財政規模は違うものの、市域が広く横並びで他地区のやり方をあてはめても上手くいかないという行政課題は同じである。まだ始まったばかりのひろしま LMO であるが、地域の団体を今の時代に見合った形で小学校区を目安にして再編成することや予算配分の考え方を補助金方式から自由に使える交付金方式に変えることなど、今まで行政側が思っていたも取組めていなかったことに対して積極的にアプローチをしてお
り、そのスタンスを含めて田辺市でも取り入れるべき内容が多く、今後も事業の推移をフォローしたい。



説明をしてくださった広島市企画総務局コミュニティ再生課の皆さん



※ 構成メンバーは地域の実情に応じて決定

ひろしま LMO のイメージ (出典：広島市 HP)

③エディオンピースウイング広島の取組について

〈調査活動の目的〉

・日本で初めての都心交流型スタジアムパークであるエディオンピースウイング広島。都市の規模やプロスポーツの興行といった面では田辺市とは大きく違うが、大型施設整備にあたっての整備手法や考え方、財源確保、事業費の縮減については学ぶ点も多く、これからの公共施設整備に活かしていきたい。

〈調査先等での説明者〉

- ・広島市都市整備局スタジアム建設部スタジアム調整課長 藤川由美氏
- ・広島市都市整備局スタジアム建設部スタジアム工務担当課長 綱木 総氏
- ・株式会社サンフレッチェ広島 事業本部スタジアムビジネス部部长
- ・株式会社サンフレッチェ広島 事業本部スタジアムビジネス部主任

〈説明等の内容〉

◎エディオンピースウイング広島 施設概要

- ・2023年12月28日竣工、敷地面積約49,900㎡、収容人数約28,500人
- ・「恒久平和と、夢や希望を持って明るい未来へ羽ばたく」との願いが込められている
- ・スタジアムコンセプト

→世代や国をこえて、人が集い、楽しみ、歓喜し、憩う、まちなかスタジアム

- ・日本で初めての都心交流型スタジアムパークとして、サッカーの試合日以外もスタジアムと公園がひとつになってさまざまな施設や多目的な機能を融合させ、365日のにぎわいを作ることを目指す

→コンコースは広島市の歩道、広島市の公園があった場所に建設されている

- ・障害者の方向け、パニック障害をお持ちの方でも観戦できるセンサリールームも整備されている

◎事業費について

- ・全体事業費 約 285 億 7000 万円（広島市が建設）
- ・サッカースタジアムの建設や広場エリアの基盤整備などを DB（デザインビルド）方式、
広場エリアのにぎわい施設整備などを Park-PFI（公募設置管理制度）で実施
- ・サンフレッチェ広島が指定管理者として管理・運営

→指定期間 2023 年 12 月 28 日～2033 年 3 月 31 日の 9 年 3 カ月

→指定管理料は総額で 4 億 9900 万円、納付額 12 億 5800 万円

- ・広島県内に本社・支店を置く企業を対象に「年間 1 億円以上、5 年間以上」の条件でネーミング
ライツパートナーを募集、エディオンが年 1 億円×10 年の総額 10 億円で取得

◎財源について

- ・「社会資本整備総合交付金」、「防災・安全交付金」「都市構造再編集集中支援事業費補助金」
「レジリエンス強化型の新築建築物 ZEB 実証事業に係る補助金」国の補助金が約 101 億 2300 万円
- ・サンフレッチェ広島から市への納付金などを償還財源とする市債が約 27 億 1000 万円
- ・Park-PFI 事業による民間資金が約 2700 万円
- ・広島県、市の負担が約 80 億 500 万円
- ・企業寄附は約 70 億 6,000 万円（約 640 件）、
個人寄附は約 6 億 4,000 万円（約 14,000 件）

→ふるさと納税を活用し 1 回 5 万円以上の寄付をした人にはスタジアムの芳名板に名前を刻む特典も

→地元経済団体や、サンフレッチェ広島が積極的な寄附の周知活動を行うことにより、当初の見込みで
ある 63 億円を大きく上回る約 77 億円の寄附が集まった

◎建設コスト縮減に向けた取り組み

- ・Park-PFI 事業により民間事業者が特定公園施設（トイレや遊具等）を整備し、整備費の一割（約 2,700 万円）を民間事業者に負担させることで本市及び県の負担額を縮減
- ・会議室やラウンジ等を試合時以外にも多目的利用することで稼働率を上げ、利用料金収入が上がることに伴い指定管理料の縮減を図っており、また、多機能化施設等の設置に伴う目的外使用料や自主事業収入の一部を市へ納付させることで、年間約 1 億円の収益を上げている
(指定管理者からの納付額－指定管理料＝約 1 億円)

〈本市に対する考察〉

エディオンピースウイング広島のような規模のスタジアムを田辺市内で造る可能性は限りなく低い、整備手法、財源確保、事業費の縮減については学ぶことも多い。まずは整備手法のデザインビルド方式は、設計の契約と工事の契約を同時に行う方式で発注者調整業務の負担減や、設計、施工期間の短縮、コスト削減などのメリットがある。一方でチェック・バランス機能が働きにくいことや計画変更が難しいといったデメリットがある。ケースによっては DB 方式を取り入れることもあっても良いと感じた。また財源確保、事業費の縮減といった点では Park-PFI 事業の有効活用（市内だと新庄総合公園が主な対象）、ネーミングライツ、ふるさと納税を活用した芳名板事業、会議室等の多目的使用による利用料収入といった点は田辺市でも行っていない点であり、現在の施設はもちろん、これから計画が進む田辺

ONE 未来デザイン構想、市民総合センターの利活用についてもこれらのアイディアを積極的に検討し、財源確保や事業費の縮減につなげていただきたいと思います。



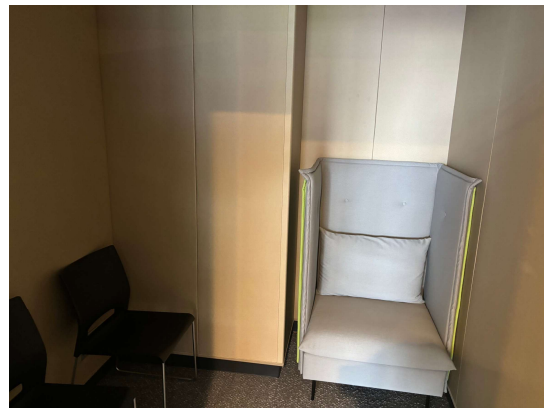
スタジアムの案内はサンフレッチェ広島の森重氏（中央）



観客席とフィールドの近いスタジアム内部



外部からの刺激を遮断することで、気持ちを落ち着かせることができるカームダウン・クールダウンスペースも完備



センサリールームの様子



広島市の歩道と一体化しているコンコース

④江田島市の移住定住について

〈調査活動の目的〉

・広島県内でも人気の移住地であり、企業誘致でも実績を積んでいる江田島市。その取組を学ぶことで、田辺市の移住政策や企業誘致政策に活かしていきたい。

〈調査先等での説明者〉

・江田島市 企画振興課 課長 飴野 秀樹 氏

- ・江田島市 企画振興課 課長 渋川 智寛 氏
 - ・江田島市 政策推進課 専門員 川上 建司 氏
 - ・江田島市 議会事務局 次長 長原 範幸 氏
- 一般社団法人 フウド 代表 後藤 峻 氏

〈説明等の内容〉

■フウドプロジェクトについて 一般社団法人フウド 後藤 峻氏（41 歳）

○風が海を介して土と交わる フウドの事業

- ・コミュニティスペース フウド
年間利用者数 2218 人（R5）、イベント開催年 30 回程度
- ・移住支援、空家紹介事業
移住希望者への相談対応及び対応事業
- ・企業誘致
首都圏から 3 社の IT 企業を誘致
富士通社のワーケーション誘致
インスピツアー開催、江田島市とのワーケーション協定締結
官公庁「ワーケーション推進モデル事業」
- ・観光交流事業
広島市都の業者と組んでアドベンチャーツーリズム、教育旅行、貸別荘、マリンスポーツ
- ・人材育成事業
江田島をフィールドとした越境学習型人材育成プログラムを提供
- ・海洋教育、環境保全事業
子供達への里海体験イベント、プログラム、清掃、藻場再生等
- ・情報発信
江田島市の魅力的な人物を紹介するコンテンツ 江田島人物図鑑
note を使って発信、アクセス方法、歴史、ビーチ等のテーマで記事化
- ・その他（講演、メディア）

○フウド

・後藤さんが地域おこし協力隊の際に「移住担当」だった。しかし、集まる場所がなかったためまずはコミュニティスペースを作り、イベントを仕掛けて人を巻き込んでいった。

○移住支援・空家紹介事業

〈移住支援・空家バンクの傾向と課題〉

- ・移住者層は幅広い
- ・広島市や呉市が通勤圏内であることは江田島市の立地優位性
- ・住民ニーズは幅広い
賃貸相場が意外と高い（物件少ない／新しい物件は高い）

○フウドの課題

- ・移住促進実績は上がってもフウドの売上がイコールという訳ではない
- ・若手育成、継承はしているが卒業していつてしまうため育成コストが負担のジレンマ

○Ijuu2.0

- ・コロナも明けて次のフェーズに入っている、次なる移住定住対策が必要

■移住定住 企画振興課 課長 飴野秀樹氏／渋川 智寛氏

○市移住・定住ポータルサイト「hodohodo」による情報発信

- ・空家バンクでVR内覧を県内で初めて導入
- ・購入ハードルが高く、賃貸希望者が多い状況。賃貸物件が少ない
- ・移住先に選ばれる決め手は「人」？
江田島に暮らす人にフォーカスしたサイト開設後に移住相談が大幅増加

○移住定住フェアへの参加

- ・1組あたり相談時間が1時間程度となることもあるため相談件数を伸ばせないことが悩み

○各種補助金の概要 実績はR5年度

〈新築物件購入補助 実績：新築6件〉

江田島への定住を目的とした自らが居住する家を新築または購入した転入者
新築住宅の最大30万円

〈子育て世帯家賃補助 実績：3件〉

江田島への定住を目的とした市外から転入した子育て世帯の方を対象に自ら居住するための
民間賃貸住宅の家賃費用の一部補助 家賃の月額1万円を12か月助成

〈片道交通費補助 実績：7件（東北3件、関東1件、北陸1件、中部1件、関西1件）〉

移住を目的に江田島市へ訪問して活動した方に対して片道の交通費を助成
片道交通費の最大2万円を助成

○移住定住につながった実績数は

R5年度 移住世帯数26世帯 移住人数52人 空家バンク成約件数34件

R4年度 移住世帯数34世帯 移住人数73人

R3年度 移住世帯数22世帯 移住人数47人※令和3年度以降、高い水準で推移している

〈移住者の内訳は〉

- ・広島県内からの移住が大部分を占める（広島、呉の通勤圏内）、その次が首都圏になる
- ・広島や呉からのアクセスの良さ、島しょ部の穏やかな雰囲気、老後を過ごしたいという理由が多い
- ・50代以上が多い

■江田島市のサテライトオフィス誘致の取り組みについて 企画部政策推進課 川上 健司氏

○現在6社が展開中 開業準備が1社 残念ながら1社は撤退（事業が上手くいかなかった）

- ・情報システム、映像に関する業務5社 製造の業務1社
- ・業種ではなく業務ベースで営業をかけている

○間接的な効果（地域マインドの好転）＞直接的な効果（転入者 16 人／空家等活用 6 施設／設備投資 約 6500 万円／市民税 年約 200 万円）

- ・学ぶ機会の提供：出前授業、無料スクール
- ・地域へのノウハウ還流：地域産業、CIO 補佐官
- ・広報効果：テレビ、WEB、各種調査

○アプローチ方法 役割分担で地域内の対応に専念

〈広島県〉広報、新規営業、集客→県外からの呼び込み

〈江田島市〉ワンストップ対応、キーマンとの連携、スピード感

○実施体制 フウドとの連携で柔軟でスピーディーな対応

- ・お互いを補完し合いながら基本的に何でもできる形が整えられている

○支援制度

- ・県の最大 1 億円補助（会社の本社機能のすべてまたは一部を広島に移転／移転に伴う初期費用 50% 補助／県内移住になる社員とご家族 1 人あたり 100 万円を会社に対して提供）
- ・市のランニングコスト補助 36 か月間継続（3 年最大 600 万円）

〈本市に対する考察〉

当市は広大な面積を有し、様々な暮らしを移住者に提供できることから、県内での移住実績はここ数年トップクラスを維持している。（市の移住窓口を介した移住者：令和 2 年度 74 人、3 年度 89 人、4 年度 66 人）地方移住では一戸建ての生活を望む人が多く、田辺市では空家改修補助のメニューを用意しており、年間 10 件前後の申請がある。一方で、江田島市のような「新築物件購入補助」「子育て世帯家賃補助」「片道交通費補助」といった、痒い所に手が届く田辺市独自の補助制度はほぼ用意されていない。また田辺市では「起業支援」が一つのポイント、ある種の移住者のターゲット設定となっているが、現在は転職せずにリモートする方も多く、大半の労働者は起業意欲もないことから人手不足に悩む企業のためにも江田島市のように一般労働者にターゲットを変更した政策を展開していかなくてはならない状況にあると感じた。



フウドの外観



コワーキングスペースとしても活用することができる