

平成30年7月13日

久留米市議会議長 佐藤 晶二 様

総務常任委員長 吉富 巧

## 委員派遣実施報告書

本委員会は、次のとおり委員派遣を実施しましたので、報告書を提出します。

### 記

- 1 日 程 平成30年7月4日（水）～6日（金）
- 2 派 遣 先 北海道旭川市：移住定住促進の取り組みについて  
及び内容 北海道札幌市：魅力都市さっぽろシティプロモート戦略について
- 3 派遣委員 委 員 長 吉富 巧  
副委員長 山下 尚  
委 員 緒方 正子 太田 佳子 秋永 峰子  
石井 秀夫 原口 新五 石井 俊一  
甲斐田義弘 栗原 伸夫
- 4 報 告 書 視察報告書のとおり
- 5 そ の 他 随行 樺島 健太

## 視察報告書

委員会名	総務常任委員会
視察日時	平成 30 年 7 月 5 日 (木) 午前 9 時 30 分 ～ 午前 11 時 00 分
視察先・概要	旭川市 人口：約 34 万 1 千人 面積：747.66 k m <sup>2</sup> 特記事項：中核市
視察内容	移住定住促進の取り組みについて
選定理由	近くに政令市の札幌市がある中で、中核市として、どのように移住定住促進に取り組んでいるのか、本市が今後取り組む参考とするため
調査概要	<p>旭川市議会において、旭川市議会事務局 林事務局長の挨拶に引き続き、地域振興部地域振興課 坂口主査より移住定住促進の取り組みについての説明を聴取し、質疑応答を行った。</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">＜視察の様子：旭川市＞</p>
調査内容	<p>旭川市の人口移動の状況として、札幌市などの石狩管内に毎年 1,000 人転出し、東京圏への転出も多いが、旭川市がある上川管内では転入超過になっている。また、旭川市には 4 つ大学があるが、高校生も高学歴になるほど外に出る傾向にある。そういう中で、移住定住のターゲットとして、東京圏・名古屋大阪圏・札幌圏の、若者・子育て世代・中高年齢者と幅広くターゲットを設定し、さまざまな施策を実施されている。</p> <p>具体的な取り組みとして、移住ワンストップ窓口の設置、雑誌とのタイアップによる PR、東京にある地元企業の店舗などで相談会を開催するなど首都圏等での移住相談会の実施、体験型としては、青年会議所と連携した移住体験モニターツアーの実施、民間事業者と連携した移住体験住宅の運営、若者支援として、若者地元定着奨学金返済補助事業等を行っている。</p>

<p>主な質問・ 応答</p>	<p>問：これから先は海外に目を向けて移住定住の取り組みもやっていくべきだと考えているが、外国人向けの移住定住の取り組みはどのように行っているのか。</p> <p>答：旭川市では特に取り組みは行っていないが、近隣の自治体で、日本語学校を設置し、外国人が日本語を学び、地元で雇用してもらって、定住につなげている例はある。</p> <p>問：移住定住の決め手は、医療、教育などの付加価値をどうつけていくかというところだと思う。そういう部分に対して、これから取り組まれようとしているものはあるのか。</p> <p>答：アクティビティとしては、ニセコのスキーが有名だが、ニセコは富裕層が多いので、そうではない方々に対して、医療、教育とあわせて子育て世代にスキーもPRしていきたいと考えている。</p> <p>問：道の駅に全国各地のナンバーのキャンピングカーやワゴン車がいっぱい停まっていた。こういう方々に対しての移住定住の取り組みは行っているのか。</p> <p>答：来ている方々はアウトドアを楽しむアクティブシニアの方が多い。そういう方々に対して、今後、アウトドアを企画している会社などと連携した取り組みを検討していきたいと考えている。</p>
<p>その他（意見・感想）</p>	<p>行政だけでなく、民間とうまく連携して体験型の施策を実施していると感じた。そのための施設も民間と連携することで整備ができている。本市でも、民間と連携した取り組みを行っているが、もっと民間と連携した取り組みを強力に行っていくことが必要だと思う。</p>

## 視察報告書

委員会名	総務常任委員会
視察日時	平成30年7月6日（金） 午前9時30分～午前11時00分
視察先・概要	札幌市 人口：約195万1千人 面積：1,121.26k㎡ 特記事項：県庁所在市、政令指定都市
視察内容	魅力都市さっぽろシティプロモート戦略について
選定理由	地方創生の取り組みが始まってからシティプロモーションに本格的に取り組み出した自治体が多い中で、いち早く戦略を策定し、計画的にシティプロモーションに取り組んでいる札幌市について、本市が今後取り組む参考とするため
調査概要	<p>札幌市本庁舎会議室にて、総務局広報部広報課 大木係長より魅力都市さっぽろシティプロモート戦略についての説明を聴取し、質疑応答を行った。</p> 



＜視察の様子：札幌市＞

調査内容

札幌市では、人口減少社会が到来し、人をどう呼び込むかを考えていく必要性から、平成 22 年にシティプロモート戦略の策定に向け、有識者ヒアリング調査を実施し、「首都圏における集客交流・観光、マスメディア、文化芸術・クリエイティブ産業、小売、流通、不動産開発などの関係者」から「札幌市に住んだことがあり、現在東京にいて活躍している人」、23 名が参加した。その調査結果をもとに、平成 23 年度には、市内関係者による議論、シティプロモート戦略会議を 5 回開催し、「笑顔」をキーワードにしたシティプロモート戦略を策定した。そして、「サッポロスマイルロゴ」を活用し、「オール札幌」でのサッポロスマイルを通じた「魅力発信」や「おもてなし」を行っている。

「サッポロスマイル」のロゴマークの活用は、市職員以外にも、サッポロスマイルパートナーズとして民間企業にも協力してもらい、7 月 6 日現在で、セブンイレブン・ジャパンを初めとする 508 社が会員になっており、会員の具体的な取り組みとして、商品にロゴの貼付、ホテルスタッフのバッジの着用などがある。

今後の展開として、これから交流人口を拡大していくためには、市民による「おもてなし」の実践などソフト面の充実が重要になっていくことから、「おもてなし」の担い手となる市民に「札幌の魅力」を再発見し、体験してもらうことで、おもてなしの実践につなげていく、「街歩き魅力体験会」、「魅力発信コンテスト」、「魅力パネルの設置」などの市民向けの事業を行うとともに、民間企業・団体などと連携して、国内外に魅力を発信していく事業を考えられている。

課題としては、「ロゴマーク、コンセプトのさらなる周知」、「シビックプライドの醸成」、「市民一人一人の「魅力発信」の促進」が挙げられている。

主な質問・  
応答

問：シティプロモーションを広報課が担当されて、似たような業務で観光担当部局が別にあるということで、すみ分けはどのようにしているのか。

答：観光担当部局は海外や市外に向けて観光プロモーションを展開している。私たちのシティプロモーションは、市民に向けて取り組みを展開し、シビックプライドの醸成が中心の仕事になる。ただし、完全に分けるのではなく、業務上重なる部分も持つようにしている。そうすることで、観光担当部局との連携も密になる。

問：札幌市はゆるキャラなどではなくて、ロゴマークだけでPRされているのか。

答：ロゴマークだけである。ただし、PR大使として、ジンギスカンの牛のキャラクターなどがいるが、専属のキャラクターではない。

問：サッポロスマイルの動画は、民間が製作したのか。

答：平成 27 年度にポスター、CM、PVのコンペを行って、その中で、出展されたものの一つで、大手代理店が製作されたものである。ただし、PVの企画については、スマイルをコンセプトで、市民と登場させるということで、市が指定してコンペを実施した。

問：シティプロモーションの展開において、ターゲットを絞っているのか。

答：観光プロモーションはターゲットを絞っているが、シティプロモーションはターゲットを絞らず事業を実施している。



<集合写真：札幌市役所>

その他（意見・感想）	ロゴマークがあり、市民の認知度が高いというのは、さまざまな事業を展開していく上で、かなり強い武器になると感じた。本市では、ロゴマークも戦略も作成していないので、まずは、少しずつ前に進んでいくように取り組んでいかないとけない。
------------	--