

令和6年5月2日

小野市議会議長 山本悟朗様

派遣議員 山本 麻貴子

議員派遣報告書

先般、実施しました議員派遣について下記のとおり報告いたします。

記

1 派遣日

令和6年4月18日（木）～令和6年4月19日（金）

2 派遣議員

安達哲朗、前田昌宏、掘井ひさ代、山本麻貴子、宮脇健一

3 派遣先

全国市町村国際文化研修所 JIAM（滋賀県大津市唐崎）

「第1回市町村長等・議会議員特別セミナー」

参加人数：217名（会場137名、リモート：80名）

- (1) 国家戦略特区の取組と地方創生 ～養父市の挑戦～
講師：廣瀬 栄 氏（兵庫県養父市長）
- (2) 吉本興業の地方創生の取り組み
講師：泉 正隆 氏（吉本興業ホールディングス（株） 副社長）
- (3) 地域マーケティングによる挑戦的なまちづくり
講師：益満 環 氏（秋田大学教育文化学部 准教授）
- (4) 地域ブランディングのケーススタディ
講師：矢田部 美里 氏（株式会社 CARTA 代表取締役）

4 研修内容

▶ 4月18日（木） 13:15～14:45

(1) 国家戦略特区の取組と地方創生 ～養父市の挑戦～

講師：兵庫県養父市 市長 広瀬栄氏

I. 養父市の状況

人口：22,129人(R2国勢調査)

面積：422.91 km²

高齢化比率：40.17%(R6.2現在)

地域指定：市全域過疎地域、豪雪地帯

II. 国家戦略特区の活用

1) 課題

- ・人口減少と高齢化の進行
- ・農業の担い手不足と耕作放棄地の増加

2) 方針

全国画一的な施策ではなく、養父市自らが施策を考えて実施すべき
→特区制度を活用し中山間地域の価値を創造

3) 規制改革メニュー

① 農業委員会と市の事務分担

【課題】農地の権利移転等の手続きに時間がかかる

【改革】養父市と養父市農業委員会との同意に基づき、養父市内全域の農地について、農地法3条第1項本文に掲げる権利の設定又は移転に係る事務を養父市長が行うこととし、手続きの迅速化により、農地流動化を促進。

② 農業生産法人の要件緩和

【課題】農業生産法人の設立要件が厳しい

【改革】自社の農業生産に関連する事業（加工・販売等）を行う法人では、農作業に従事する役員が1人でも農業生産法人と同様に扱うことができるようにして、六次産業化を推進（従来は役員の過半が農作業に従事することが要件）

③ 企業による農地取得の特例

【課題】企業（農地所有適格法人以外の法人）は農地を所有することができない

【改革】農地を取得して農業経営を行おうとする企業（農地所有適

格法人以外の法人)が一定の要件を満たす場合には、農地の取得を認める特例を設け、企業の農業参入を促進(5年間+2年間の時限措置)

④ 農業への信用保証制度の適用

【課題】中小企業等が農業を行う場合は、信用保証協会の保証を受けることができない

【改革】商工業とともに農業を行おうとする者には商工業用保証制度を適用できるように要件を緩和。商工業者の資金調達の円滑化によって新規参入や規模拡大を促進。

⑤ 農用地区域内に農家レストランを設置

【課題】農用地区域内に地元食材を提供する施設をつくれない

【改革】主として同一市内で生産された農畜産物(それを原材料として製造加工したものを含む)を提供する農家レストランは農業用施設として農用地区域内に設置することが可能となり、6次産業化の推進、所得向上、雇用の確保に寄与。

⑥ 古民家への旅館業法の適用除外

【課題】古民家を宿泊施設として活用したいが、旅館業法の要件を満たせない

【改革】歴史的建造物を宿泊施設とする事業において、玄関帳場(フロント)の設置義務を緩和。地域の歴史文化資源を有効活用し、地域の活性化に寄与。

⑦ 高年齢者等の雇用の安定に関する法律の特例

【課題】長時間働く希望を持つ高年齢者に就業機会を提供したい

【改革】シルバー人材センターの業務のうち、派遣・職業紹介に限り、就業可能時間を引き上げ。週20時間から週40時間までの就業が可能となり、高年齢者の就業機会の確保とやりがいの獲得に寄与。

⑧ 特定非営利活動法人(NPO法人)の設立手続きの迅速化

【課題】NPO法人の設立手続きを円滑に行いたい

【改革】設立認証申請及び定款変更認証申請などの必要書類の縦覧期間が1ヶ月間から2週間に短縮され、設立に係る手続きを迅速化。

⑨ 過疎地域等での自家用自動車の活用拡大

【課題】公共交通機関が不十分な過疎地域等において交通手段を確保したい

【改革】関係者があらかじめ相互の連携について協議した上で、一定の区域内で自家用自動車による旅客運送ができるように

なり、市民や観光客の移動手段が充実。

⑩テレビ電話による遠隔服薬指導

【課題】遠隔診療（オンライン診療）を受けたとき、薬局に行かなくても処方薬を受け取れるようにしたい。

【改革】遠隔診療で処方された医薬品について、テレビ電話を活用して薬剤師による服薬指導（オンライン服薬指導）を受けた後、自宅で処方薬を受け取れるようになり、外出が困難な方やコロナ禍における一貫した診療機会を確保。

※出典：国家戦略特区の取組と地方創生～養父市の挑戦～
令和6年4月18日 養父市長 広瀬栄氏

4) 特徴的な取組

① へき地の若手医師を表彰する「やぶ医者大賞」

② 医療文化経済グローバル研究所

③ 下水サーベイランス事業

④ メタバースを活用した新たなまちづくり

・養父市の構造改革特区としての取組みは多岐にわたり、規制緩和により進められていることが多く魅力を感じた。

→農地、古民家、高齢者雇用。

・教育特区、学校設置会社による学校設置

→広域通信単位制高等学校を誘致した。『第一学院高等学校養父校』

・農家民宿で濁酒（どぶろく）の製造免許要件緩和

→商品名 氷ノ山どぶろく「鉢伏の泉」

公共交通、地元のタクシー会社だけでは地域の交通は担えない。
いつまで自ら車を所有してタクシー事業を続けるのか？という課題があった。→ ライドシェア 「やぶくる」

▶4月18日（木）15:05～16:35

（2）吉本興業の地域創生の取り組み～笑いの力で地域を元気に！～

講師：吉本興業ホールディングス株式会社代表取締役副社長

株式会社よしもとエリアアクション代表取締役社長

泉正隆氏

I. あなたの街に住みますプロジェクト ～2011年4月始動～

1) 狙い

47都道府県に芸人と社員が移住&定住

笑いによる心のインフラ作りを目指す！

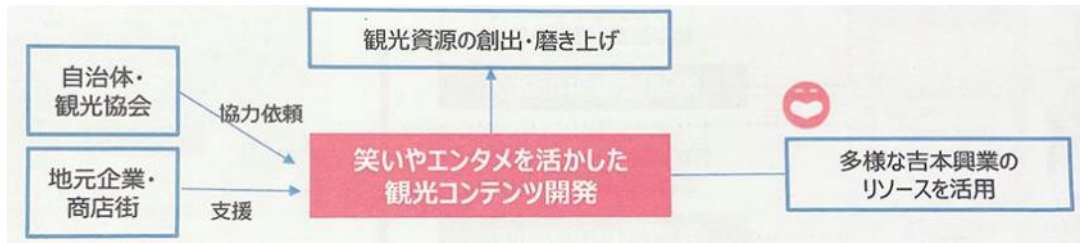
2) 現状・進捗

全国住みます芸人105組147人が47都道府県で活躍中

3) 活動分野・内容

①観光振興

- ・笑いやエンタメを活かした観光コンテンツ開発
→オンライン観光、等



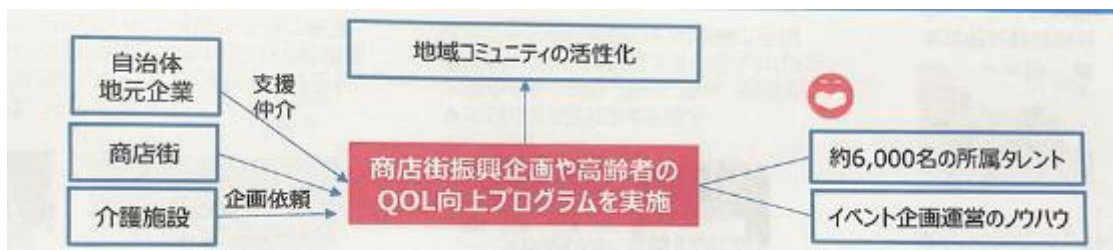
- ・タレントの発信力やメディア力を活かした観光プロモーション
→地域の魅力を全国・海外へ発信、年間 5,000 本の番組制作力
- ・各地域を舞台に映画・CM 作成
→地域発信型映画、地域メタバースへの取組み「F A N Y X」
事例：養父市（2022 年 7 月公開）

②移住・定住促進

- ・自治体プロモーション支援や移住促進企画の実行
→婚活事業プロデュース、
事例：長野県諏訪広域連合主催「よしもとすわ婚」の隊長就任
長崎県や兵庫県でも実施。

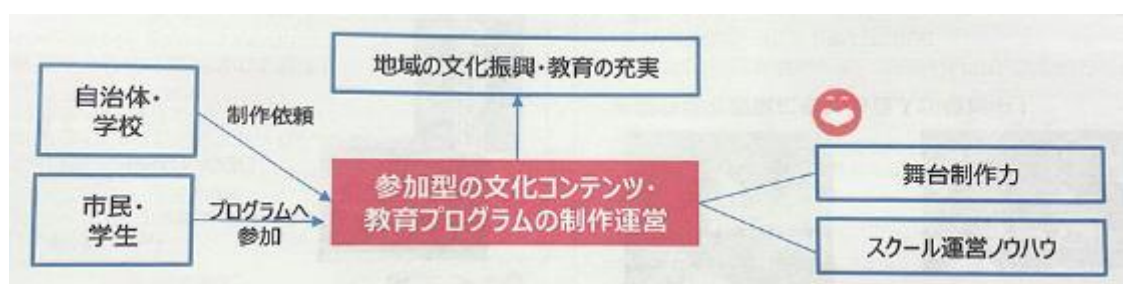
③地域コミュニティ活性化

- ・自治体と連動した街づくり・市民参加型プロジェクトを実行
- ・商店街振興企画や高齢者のQOL向上プログラムを実施
→介護ヘルパー2級の資格者 46 人



④文化振興・教育

- ・参加型文化コンテンツ・教育プログラムの政策運営



⑤地域の物産開発

- ・魅力ある地域産品を発掘し商品プロデュースやPRを支援
→農業すみます芸人、地域おこし協力隊



⑥被災地復興支援

- ・被災地での復興支援企画や安心安全の情報発信

▶ 4月19日（金） 9:00～10:30

（3）地域マーケティングによる戦略的なまちづくり

講師：秋田大学教育文化学部 准教授 益満環氏

I. 産学官連携による日本酒造り

【背景】

- ・秋田県は「美酒王国秋田」と呼ばれ、年間約 500 種もの美味しいお酒が生まれる県である。
- ・秋田県は日本酒の製造量で全国第 5 位、消費量は全国 2 位。
※令和 5 年度国税庁統計より
- ・秋田県内で作った日本酒の約 6 割（約 7,000k1）を秋田県民が消費する『日本酒の地産地消』ができています。

【秋田県大仙市（だいせんし）の紹介】

人口： 約 7.5 万人（令和 6 年 1 月 31 日）

産業： 農業（コメ生産量全国 2 位）

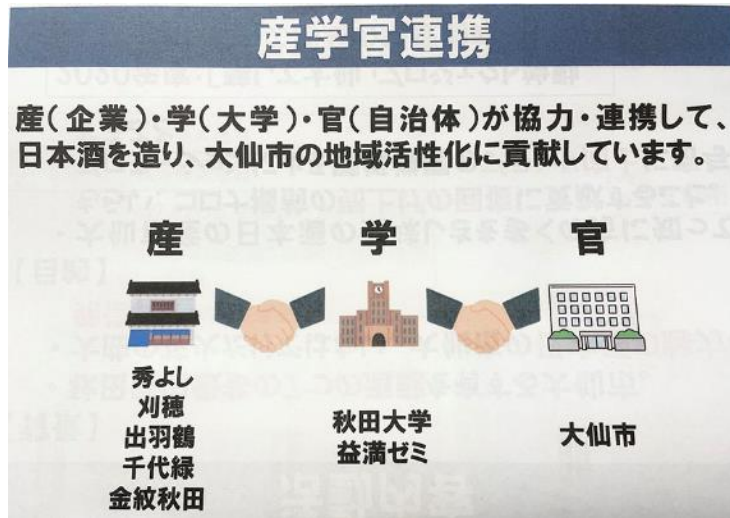
観光： 大曲の花火、刈和野の大綱引き、清酒

【活動目的】

- ・秋田県内最多の 7 つの酒造を有する大仙市の日本酒の魅力を発信！
 - ・プロモーションによる関係機関のブランド向上に寄与！
- 2020 年度「醸して大仙」プロジェクト始動。5 つの酒蔵の調査開始。
- 2021 年度 産学官連携で酒造り開始。

企画モノの日本酒は 4 年で廃れるのが定説と言われている…。

日本酒を造るだけでなく、日本酒を活用した地域活性化が最終目標！



その他公的機関、メディア、小売業者、シンクタンク等とも連携。

【学生たちの1年間の活動内容】

- ・ 4月/種まき・5月/田植え・9月/稲刈り
- ・ 12月/こうじ造り、酒母造、もろみ造り・1月/搾り、瓶詰め
- ・ 3月/販売会

【産学官連携醸造酒「宵の星々」】

酒米づくりから、日本酒造り・販売・PRまで一貫して学生達に関わる。ここまで学生が関わる酒造りは、国内ではレアケース！
いい商品はできたが、それをどうPRしていくか…。

【商品力と発信力のバランス】



【様々な媒体で情報発信】

- ・ テレビ・テレビCM・新聞

- ・Instagram→醸（かも）して大仙 kamosite_daisen
- ・YouTube・ラジオ
- ・広報誌→例えばレシピや、ペアリングの仕方なども紹介した
- ・販売会→自分たちで思うほど知られてないということを実感。
 学生による情報発信の結果…
 →市から予算を得て、多くのメディアを活用
 →将来の顧客となる層にも積極的にアプローチする

【情報発信】

3回で存在に気づいてもらえる。7回で、購入確率が高くなる。

→繰り返すことが大切！

【特に効果が高かったメディア】

- 秋田県民の半数が購読している地元新聞紙（新聞）
- 休日の長寿番組（テレビ）

II. 産学官連携成功の5つの要因

①共通の志と目的を共有する

→月に一度は全員集まって再確認していた（対面）

②資金/人材を確保する

③既存の地域資源を活用する

- ・既存の地域資源（ヒト・モノ・コト）
- ・他の地域や違う世代から見ると、新鮮で魅力的なものに映る可能性
- ・プロジェクトは金銭的・時間的限度がある。無理しない、欲張らない

④とことんコミュニケーションをとる

⑤多くの人・組織・地域を巻き込む

- ・他人事ではなく自分ごと
- ・産学官がそれぞれ Win—Win—Win の関係になるようにする

III. 地域マーケティングによる戦略的なまちづくり

【2つのサイクルを回す】

地域活性化のサイクル と 経済活性化のサイクル



▶4月19日（金）10:50～12:20

（４）地域ブランディングのケーススタディ

講師：株式会社CARTA（カルタ）代表取締役 矢田部美里氏

【会社概要】

株式会社 CARTA

事業内容： 小売業・卸売業

（日本のクラフトフレグランスの企画・商品開発）

取扱商品： MASU/珊瑚ディフューザー

FUKUOKA/ルームスプレー

・移住先の宮崎県日南市で、

「重要伝統的建造物群保存地区 飫肥（おび）」に出会う。

・まちづくり特派員として『DENKEN』に携わる

※重要伝統的建造物群保存地区（DENKEN）を舞台とした期間限定の祭典
（2018年10月13日～21日 5日間で九州を中心に1万人を集客した）

【喜界島】

・喜界島に「柑橘系最高峰の香りがある」ことを知る

・10年前喜界島役場で

在来柑橘をエッセンシャルオイルにする取り組みがあった

しかし、大量生産ができない為、通常のエッセンシャルオイルの
10倍の価格。

・花良治（けらじ）みかんの作り手に出会う

・珊瑚のビーチで落ちている素材（珊瑚）をアロマストーンのように
使うことを思いつく！

拾ったもの（珊瑚）を2万円で販売するための『ブランディング』

・クラウドファンディングに挑戦

→目標額20万を大きく上回る200万円達成！

・花良治みかんの畑を拡大することが目標

→未来の産業になる！

・こだわりのデザイン＝トータルイメージ

・ターゲットを細かく絞る＝ターゲットにしない層がある

・唯一無二のブランディング

プレミアムブランドではなく、ラグジュアリーブランド

・ECサイト販売、eギフトに注力！

5 所 感

地域活性をテーマに4つの講義を受講しました。

養父市は国家戦略特区、吉本興業は笑いの力。

秋田の日本酒は産官学の連携、CARTTAは地域資源で町興し。

秋田の日本酒は、地産地消で、製造した日本酒の6割を県内消費してしまうので、他の地域に知られていないというのは、まさに隠れた名産！地域の強みというものは、地域の中にいる人には当たり前過ぎて気付きにくいものであるということに改めて気づいた次第。

そこを意識して小野市の唯一無二を掘り起こしたいと強く感じました！あるのか？きっとあるはず！唯一無二！

産官学がWin-Win-Winであることが持続していく秘訣。

それにはお金と人材が大切とのこと。ごもつとも…。

吉本興業は2011年に「住みますプロジェクト」を立ち上げた。

地域を盛り上げたい思いを持つ芸人500組から、オーディションで各県1組ずつの47組を選抜し、【あなたの街に住みます芸人】決定。

また、47都道府県でエリア担当社員を地元採用するため募集したところ、約5000名の応募があったという。地元を愛する人達が地元で活躍できる場を作ったプロジェクトはすごい！

小野市も真似していいのではないかな？

各地区に一芸をもつ「もりあげ隊」をつくるのはどうか？

アイデアと情熱が必要だと感じました。

