

〈令和元年度 蘭越町議会議員行政視察〉

9月3日（火）から4日（水）までの2日間、蘭越町議会議員管外行政視察を行いました。全国の小規模自治体が抱える共通の悩みの一つに人口減少と少子化がありますが、これらの政策課題に対して、積極的かつ先進的に取り組んでいる町村の事例を学び、本町における今後の町づくりの参考とすることを目的として視察研修を実施したものです。視察先は、東神楽町と比布町の2町ですが、東神楽町においては、「複合施設整備事業」と「ひがしかぐら PR 内閣」、比布町では「SNSを活用した町づくり」について研修してまいりました。

【東神楽町】

東神楽町は、旭川市に隣接し、「花の町」としても全国的に知られており、また、大雪山連峰のふもとに広がる上川盆地の肥沃な土壌を生かし、北海道でも有数の米どころでもあります。

町の面積は68.50㎢と（蘭越町は449.78㎢）、比較的小さな町でありながら北海道の人口増加率第一位を誇る町なのである。

昭和60年代、5,500人程度であった人口が、平成元年から始まった「ひじり野地区」宅地開発（約2千戸分）は旭川駅から6kmの立地条件から、新興住宅地として目覚ましく発展し、平成12年は8千人、平成17年には9千人となり、平成27年の国勢調査では1万人を超え、現在10,300人となっているとともに、15歳未満の年少人口比率においても全道でトップとなっており、人口減少問題と少子化問題を見事に克服しております。

はじめに、「ひがしかぐら PR 内閣」についてですが、町の特徴や政策を PR することを目的として、町長が役場の課長補佐以下の若手職員10名程度を「担当大臣」として任命しております。任命された職員は、名刺に本来の職名に加え、任命を受けた大臣名を記載しております。すべてを紹介することはできませんが、面白いものに、「子育てなんでも相談してね大臣」、「町民みんなを健康にしちゃうぞ大臣」、「楽器寄付ふるさと納税 PR 大臣」、「いつでもどこでも本を身近にしちゃうぞ大臣」などがあり、職員それぞれが自由な発想のもとに命名し、積極的に取り組んでおります。

この制度の効果は、町内外の方に、「町を知ってもらおう」、「町に興味を持ってもらう」、という本来の目的のみならず、大臣は命名権と副大臣以下の役職を任命することができる権限を有することから、自己決定・自己責任が生ずることとなり、自ずと自覚と責任感が醸成され、個々の職員のスキルアップにつながっているとともに、住民との距離がより身近になったということが、非常に印象的でした。

次は、複合施設整備事業についての視察についてです。町の中心市街地に点在している老朽化した公共施設について、個々に整備検討するのではなく、コンパクトなまちづくりを目指し、多機能で利便性の高い複合施設となるよう公共施設の機能の集約化を図るものです。これが実現することにより、行政手続き、医療受診、健康相談、教育文化活動、などが1箇所で行えることから、町民の利便性と行政の効率化が図られることや、各施設ごとに整備されている機能（トイレ、会議室等）や共用施設（ホール、エレベーター、キッズスペース等）を集約することにより整備コストや維持管理費を抑えることができるとの説明を受けました。また、それぞれの公共施設の利用者の年代は異なりますが、それらが1箇所に集約されることで、多世代交流が図られ、結果として「にぎわいのあるまち」の実現が期待できるという、経費削減以外のメリットもあるとのことでした。

現在は基本計画の策定、住民説明会を数回開催している段階で、今後は実施計画を策定し来年度には工事着手し、令和4年度～令和5年度までには完成させることとし、総額では38億円程度を見込んでいたとの説明を受けました。

複合施設整備事業の説明を受けて、町内全域の公共施設すべてではありませんが、町内の主要施設の一定程度が集約されることから、仮に今後、これらの周辺に住宅や宅地分譲開発などの整備がされることで、歩いて暮らせる町づくり（コンパクトシティ構想）の実現も期待でき、近年頻発している、高齢者が加害者となっている痛ましい死亡交通事故、孤独死問題、市街地の空洞化などが解消できるとともに、防災機能の充実も図られるのではないかと感じました。

東神楽町は、稲作を中心とした農業が盛んな町であることや、花の町として、花を生かした環境整備に力を入れていることなど、本町と似通った面が多々ある町ですが、町長をはじめ職員並びに議会議員

の皆さんが、口をそろえて「北海道で一番住みやすい町」と自信をもって言っておられたということが印象に残り、この度の視察研修を通して、全国の市町村が抱えている様々な政策課題を解決するヒントを頂戴し、多くの学びとさせていただきました。

【比布町】

「世界一大雪山がきれいに見えるまち」と、大雪山に接していないにもかかわらず、堂々と掲げている比布町。旭川市から車で三十分程北東に位置し、昭和五十年代には樹木希林さんが出演したピップエレキバンのCMで、その名は全国区となっていますのでご存じの方もいらっしゃるでしょう。ゆめぴりかの生まれ故郷で稲作地帯、人口も同じくらいの比布町ですが、情報発信の弱い部分を強化することがこの先の自治体には必要だという方針のもと、首長自らSNSを駆使して全国にファンを作っておられる町がどのように変化してきているかをお聴きしてきました。

具体的には、エクスペリエンス・マーケティング（以下エクスマ）という手法を自治体に取り入れたことです。それって何？ですよね。エクスマとは、「モノ」を売るのではなく「体験」を売る視点の藤村正宏氏が提唱するマーケティング手法のこと。商品そのもののスペック説明とかではなく、ワクワクドキドキする体験やストーリー性のあるものが人の心を動かし欲しくなるということです。例えば、

彼氏「どこで買っても同じだろう」

彼女「全然違う！銀座のカルティエ本店で買わなきゃ意味ない！」

彼氏「安売り店で買ったら浮いたお金で温泉行けるんだよ」

彼女「安売り店で買ってもらったなんて友達に言えるわけない」

彼氏「同じものならどこで買ってもいいだろう」

この会話でもわかるとおり、彼女が欲しかったのは「モノ」ではなく、クリスマスに彼氏に銀座本店で買ってもらったという「体験」なのだという考え方です。だから、「ここじゃなきゃ嫌なの～ッ！」ということになります。

藤村正宏氏著書より

自治体も経営主体として町が稼ぐ力、事業者自らが稼ぐ力をつけ、そこに住む住民が面白楽しく世界へ町の魅力を届ける力をつける方向を目指し二年間のエクスマ講座開設へと進んだとのこと。

この事業を立ち上げるに際し、地方創生加速化交付金の「地方への人の流れや地方創生人材の確保・育成等の人材分野」の事業メニューを活用し、人材育成プロデュース費として、1500万を獲得しました。そして、月一回の継続講座を二年間、町民と役場職員が学び、実践していく中で、ユーモアたっぷりの広報や動画を SNS で配信するなど、町民の有志達がどんどん発信力をつけたことで、お店のお客さんも町外者が増えたという効果があったとのことでした。

昨年の胆振東部地震においては、村中町長によるツイッターでの正確な情報提供は町民の不安を解消し、また、町外の親族など比布町関係者への安心材料にもなり、町内外から高く評価されております。もちろん全ての町民が SNS を使用しているわけではないので、アナログ的な紙や掲示板、防災無線などを併用することも大変重要なのは言うまでもありません。

今後、SNS 利用率は上がっていくのは間違いなく、情報発信・受信・コミュニケーションの方法としては必須になると考えられます。

人口維持関係・少子化対策・交流人口の増加、観光客の増加、移住定住のきっかけづくりとして積極的に利用し、同時に町内の各種事業主自身の稼ぐ力をつけるツールとして、住民や町外の方に、正確かつ迅速に伝える手段として有効だと思います。どんどん新しい試みを取り入れておられる比布町の事例を大いに学ぶべきと改めて感じました。また、町長や職員の皆様のプレゼンテーション能力の高さにも感心させられました。聞いていて飽きさせない、分かりやすい、聞き手を引き込むことが上手で、2時間という視察研修があつという間に終わったという感じで、素晴らしい政策を上手に相手に伝える（説明）ことの重要性についても勉強となりました。

お忙しい中、村中町長をはじめ職員の皆様からプロジェクターや資料を駆使しての親切・丁寧な説明、そして町長と中本議長には、視察後も昼食をご一緒して更にお話を聞かせていただき、深く感謝申し上げます。

蘭越町民が面白く愉快地に生きていける様な柔軟な姿勢と発想をもち、それを外へ届けられる発信力をつけ、「蘭越町に興味をもってもらう」、「蘭越町のファンを作っていく」ことがこれからの町に必要なだと強く感じた視察となりました。

