

視察（研修）報告書

令和 5年11月 9日

府中市議会議長 様
創生会会長 様

会派名又は 創生会
議員名 真田 光夫

日 時	令和 5年 7月31日（月） から 令和 5年 8月 1日（火）
研 修 先	全国市町村国際文化研修所（JIAM）
研 修 コ ー ス	令和5年度第1回市町村議会議員特別セミナー（オンライン）
研 修 タ イ ト ル	まちづくり
参 加 者	真田 光夫 参加人数：87名
研 修 内 容	目的： 日々めまぐるしく変わりゆく国内外の情勢の中で、地方議会の議員には、様々な行政課題について学び、施策を提案していくことが求められています。 今回のセミナーでは、「まちづくり」というテーマのもと、各分野でご活躍の先生方から講演をいただき、改めて地域を見つめ直すとともに、地方議員に求められる役割について多角的に考え学びます。
研 修 内 容	タイトル：脱炭素先行地域「真庭」の挑戦 ～地域資源を生かした真庭市の戦略～ 講師：岡山県真庭市市長 太田 昇氏 研修内容 1. 真庭市の姿 <ul style="list-style-type: none">・人口：4.3万人・面積：約828km²、特徴：市域の約8割が森林・財政規模：一般会計343億円、特別会計203億円・真庭市の経営方針 地域資源循環型の地域経営 林業、木材加工業活性化と再生可能エネルギー産業 環境型低コスト産業の推進 高齢化社会に対応する共生社会・真庭市のエネルギー自給率62% →再生可能エネルギー自給率100%のまちを目指す。・RESAS（地域経済分析システム） 地域経済循環率69.4%（2010年）→75.5%（2018年） 2. 真庭ライフスタイル <ul style="list-style-type: none">・行政は市民の幸せづくりと知育の魅力、 地域価値の増進を「応援する」条件整備会社・真庭市の主人公は「市民」行政の守備範囲は、条件を整えること。 解決すべき問題（逆転の発想）

少子化→ 少ないからこそできる個性に合わせたきめ細やかな教育
高齢化→ 知恵と経験のある人がたくさんいる
中山間地→ 豊かな自然、精神的安らぎ、自立性の高さ
山はお荷物→ 地上資源の宝庫、エネルギー自給、エネルギー雇用、観光事業等への創出を実現

3. 真庭市の「脱炭素・SDG s」に向けた取り組み

1992年 21世紀の真庭塾
2005年 バイオマスタウン真庭構想
2007年 バイオマスツアー開始
2014年 バイオマス産業都市に選定
(真庭バイオマス発電事業、有機廃棄物資源化事業等)
2015年 真庭バイオマス発電所稼働、生ごみ資源化事業開始
2018年 SDG s 未来都市に選定
2019年 地域循環強制圏プラットフォーム選定
2020年 ゼロカーボンシティを宣言
2022年 第1回脱炭素先行地域に選定

4. 地域資源を生かした「回る経済」を確立する

① バイオマス産業のまち

発電能力：10000KW（年間発電量約7.9万MWh）
使用燃料：地域の未利用資源（間伐材等）を約11万トン使用
売上：約20.8億円 燃料購入：約14.2億円
(山林所有者に燃料代の一部を還元550円/t 合計還元額：約2.5億円)
石油代替：約38億円相当
※経済効果：市内バイオマス産業により付加価値額が約52億円増加
木を使いきる仕組みで
再生可能エネルギー自給率100%を目指す
(現在は、地域エネルギー率：約62%)
①第2バイオマス発電所構想
②地域マイクログリッド構想
③林業、木材、木造建築教育、研究ゾーン構想
公共5施設（真庭市本庁舎、北房小学校、こども園等）
エネルギーコストを年間約2100万円削減
CO₂は年間約1000t削減
年間約1200万円を地域に還元

② 生ごみ・し尿液肥化事業

キッチンからバイオマス
家庭の生ごみをメタン発酵させ、液体肥料として再生、資源の地域内循環
①燃えるゴミを約40%削減
②年間約840tの液体燃料として再生
ごみ処理費：約2億円削減

③ 真庭あぐりネットワーク

小規模農家+大規模農家=農産物を生産（年間売上9億円）
→市内の直売所を共通のPOSシステム化し売れ筋や販売情報を入手
1号店：大阪府高槻市「真庭市場」
2号店：滋賀県守山市「真庭市場」
その他

	<p>④蒜山 ⇄ 晴海プロジェクト 2019年 隅研吾事務所デザインにより「CLTパビリオン」を晴海に建築 2021年 真庭市蒜山に移築（年間17万人の来場者で大きな経済効果） シェアオフィス：蒜山ひととき 湯原温泉街：ゆフィス（ワーキングスペース）</p> <p>⑤真庭市デジタル地域通貨「まにこいん」 2023年1月 真庭市の加盟店で使用できる電子マネー運用開始</p> <p>5. 地方創生に向けた「SDGs」の推進 真庭SDGs円卓会議：マクロ的な真庭市全体の方向性を共有する場 真庭SDGsミーティング：具体的に考え、取り組みをする場</p> <p>○真庭SDGsパートナー ①パートナー宣言を行った企業・団体・個人 ②環境、教育、福祉、医療、産業などが登録 ※2023年5月19日現在：389団体、16個人が登録</p> <p>6. ゼロカーボンシティまにわ ・第1回脱炭素先行地域に選定 ・COP26国連機構変動枠組条約第26回締約国会議で事例発表 ・G7広島サミットでメディア向け政府広報展示スペースに出展</p> <p>7. 多彩な地域の個性を育てる ・見つけ出す→磨く→価値を高める ・真庭なりわい塾：農山林における新たな生き方と多様な働き方を模索し、創造する人材を育成する塾 2016年5月～参加者172名、オンラインセミナー1195名聴講した 6月入塾、1月卒塾（年間8回、1泊2日 16日開催） 農業体験、古民家の改修、こんにやく作り、子どもキャンプ等 移住者：10名</p> <p>8. ライフスタイルを実現する可能性の進化 ①こどもはぐくみ応援プロジェクト ②安心な生活を地域で支え合う（健康・福祉） ③成年後見制度利用促進</p> <p>9. 共生社会の実現に向けて 市民だれもが参加できる「対話の場」づくり</p>
<p>所 感</p>	<p>この研修を通じて真庭市は地域資源を活かし、独自の取り組みで脱炭素先行地域としての地位を確立されておられる。 特に再生可能エネルギーの活用や地域経済の循環率向上など、環境に配慮した経済活動が注目されている。</p> <p>地域特有の課題に対する逆転の発想が素晴らしく、少子化や高齢化を地域の強みに変えている姿勢に感銘を受けます。</p> <p>また、SDGsへのコミットメントや地域全体の共感を得るための円卓会議やパートナーシップも積極的で、共生社会の構築に向けた努力が感じられる。</p>

研 修 内 容

タイトル：未来の年表
～人口減少日本で地方に起きること、すべきこと～

講師：一般社団法人 人口減少対策総合研究所 理事長 河合雅司氏

2022年 日本人の人口動態

○コロナ禍で出生数減がさらに加速

- ・年間出生数：77万747人（過去最小）
前年比5.0%減少、4万875人減少
- ・合計特殊出生率：1.26（過去最低）
- ・年間死亡数：156万961人（過去最低）
- ・自然増現数：△79万8214人（過去最低）
- ・年間婚姻件数：50万4878組（3年ぶり増加）
（1年生と6年生：15%位減っている）

少子化対策：出生数は最低100年減少。勤労世代が当面減る。
外国人労働者：日本人の減少幅が大きく”穴埋め”ならず。
AI&機械化：機械や消費は納税せず。人手不足は解消は限定的。
地方移住：転出抑制を優先。若い女性流出なら出生数減。

出生率が増加しても出生数が減少

年代	合計特殊出生率	出生数
2005年	1.26	106万2530人
2015年	1.45人	100万5721人
2022年	1.26人	77万747人

総人口の将来推計

年代	総人口	65歳以上	15～64歳	14歳以下
2020年	1億2614万人	3602万人	7508万人	1503万人
2045年	1億880万人	3945万人	5832万人	1102万人
2070年	8699万人	3367万人	4535万人	797万人
2095年	6651万人	2650万人	3408万人	591万人
2120年	4973万人	2010万人	2517万人	445万人

- 2020年 高齢化率 28.6%
- 2050年 高齢化率 37.1%
- 2043年 高齢者数のピーク 3953万人
- 2070年 高齢化率のピーク 38.7%

高齢社会の4大特徴

- 高齢化する高齢者
- 女性高齢者の増加
- 1人暮らし高齢者の増加
- 貧しい高齢者の増加

人口減少で地域に起こること

- ・運転手不足：バスや物流の遅滞
- ・技術者不足で修繕・メンテナンスが進まず
- ・利用者減少によるガス・水道代の高騰
- ・自治体職員の不足・地方議員の定数割れ
- ・税収の減少&行政サービスの低下

	<p>・医師の高齢化&患者不足で病院撤退 ※過疎地域ほど生活コストが高くなる</p> <p>戦略的に縮むという成長を！ 経営モデルの転換：薄利多売の終焉、ニーズに対し高付加価値化 1人あたりの生産性の向上：個々の「稼ぐ力」向上、勤務時間を濃密化 連携強化によるトランスフォーメーション： 人、もの、金、情報を積極循環、強みの掛け算 ※「捨てるものを捨て、残すものを磨く」</p> <p>人口減社会で自治体に求められること ○自治体の枠を超える視点：民間事業者の撤退を防ぎ、生活機能を維持。 ○多極集住に向けた人口集約：エリア内2地域居住などで都市の拡散防止。 ○地域自立型企業の立地：海外進出できる企業。地域内で完結。 ○移住促進より若い女性の流出防止：出産期の女性の減少は致命的。女性向け雇用創出。</p>
<p>所 感</p>	<p>未来の年表によれば、2022年の日本は人口減少の影響を受け、少子化が進行している。コロナ禍により出生数が減少し、合計特殊出生率は過去最低の1.26となっています。これに伴い、将来の総人口推計も示されており、高齢化が進む一方で、若年層の減少が懸念されています。</p> <p>少子化対策として、外国人労働者やAI・機械化の活用が提案されていますが、これにも限界があります。地方移住の促進が重要視され、若い女性の流出を抑制することが出生数増加に繋がる可能性が示唆されています。</p> <p>人口減少が進むと、地域には様々な課題が生じることが予測されています。運転手不足や技術者不足により、交通や施設の維持が困難になる可能性があります。また、高齢社会の特徴として、1人暮らし高齢者や貧困高齢者が増加することが指摘されています。</p> <p>戦略的なアプローチが求められ、経営モデルの転換や生産性の向上、連携強化が提案されています。自治体には、枠を超えた視点や人口集約、地域自立型企業の育成が求められ、若い女性の流出を防ぐための施策も重要視されています。</p> <p>未来の展望として、人口減少社会においては柔軟で効果的な対策が求められ、様々な分野での協力が不可欠であると言えそうです。</p>
<p>研 修 内 容</p>	<p>タイトル：Z世代のこれからのまちづくり</p> <p>芝浦工業大学 デザイン工学部教授 教育イノベーション推進センター 教授 原田曜平</p> <p>70～74歳：団塊世代：ビートたけし、 61～69歳：ポパイ：明石家さんま 56～60歳：新人類：ダウンタウン、とんねるず 50～55歳：バブル世代：ロンブー敦 34～49歳：団塊ジュニア：スマップ、嵐、浜崎、ホリエモン 24～33歳：ゆとり（さとり）世代：自殺者も多い、 23歳以下：脱ゆとり世代：Z世代</p>

令和：前期高齢者と後期高齢者の時代

ターゲット層（照準）：団塊ジュニアに絞る（34歳～49歳）

世代：Netflix, instagram, TicTok

Z世代の背景

①超人手不足前提：ゆとり世代 120万人、Z世代 110万人

経済打撃があってもダイヤモンドの卵

chill out 文化：

（不安や競争が減り、マイペースに居心地良く過ごすことを大切）

・リラクゼーションドリンク

・BUTTER Tokyo

・unibody

・ソロサウナ tune

②スマホと共に

中学生：77.6%、高校生：98.5%、大学生 98.9%

広まる SNS、Twitter, Instagram 2強！

（縦型動画メディアで狙うべきはZ世代以下）

・テレビより YouTube, YouTube ショート

SNSによる自己承認欲求の高まり

・友情アピール

・センスアピール

・内面アピール

・外見アピール

海外からの影響

1位：アメリカ、2位：韓国、3位：台湾、4位：中国

「いいね」で育った世代

人気：シーシャ、マッチングアプリ、メルカリ、LGBTQ

Z世代の特徴を7つに分類

①無気力、無感度、無購買男子

消極的な安定志向

広告もあまり見ていない

何事にもお金は使わない

②ミーハーインスタ女子

周りからの影響を受けやすい前向きな安定志向

Instagramから大きな影響を受ける

美容・ファッション中心の消費、買い物は堅実派

③意識高い系多趣味男子

最先端にこだわる野心家

ニュースメディアと Twitter を使いこなす

スマート決済コンテンツ利用多め、多趣味多出費、ブランド好き

④ズボラの発信系男子

社会や人の目を気にしない

どの広告もあまり見ない

価格の安さに関して気にならない

	<p>⑤推し活節約女子 趣味への関心が強く、プライベートを重視する テレビCMの接触率が高く、他メディアも幅広く広告接触 主な消費は趣味、堅実派で気に入ったものはリピートする</p> <p>⑥安さ、節約重視の個人主義 生活に変化や刺激を求めない、安定をも求める SNSで自ら「検索」することはしない テレビ依存度が高く、テレビの接触率が圧倒的に高い</p> <p>⑦「自分」を持った真面目男子 上昇しこうを持つ真面目、前向きな性格 欲しいものはYoutube検索サイトで検索して情報収集する 見栄よりもコスパ重視</p> <p>Z世代の消費行動 7タイプ Z世代の特徴的消費 チル：シーシャ、リラクゼーション、ピクニック、ホカンス、 ミー：間接自慢、MBTI診断、盛り、カスタマイズ、 親子消費：親子留学、親子入社式、親子SNS、 コロナにより高まった消費 海外擬似体験：韓国ブーム、&nd、中国、ビーガン、LGBTQ 絆確認：ものづくりできるカフェ、 変化した消費 推し活：推し活サービス レトロブーム：西武、渋谷横丁、龍乃都飲食街、浅草横丁、</p> <p>まちづくり（協働）・住人として 会社：福利厚生（ネットフリックス加入・女子社員美容代） 若者を取り込みましょう！</p>
所 感	<p>Z世代の特徴や消費行動を把握することは、まちづくりやビジネスにおいて重要な要素となるようです。彼らの嗜好や価値観を理解し、柔軟に対応することで、より効果的なアプローチが可能になるでしょう。</p> <p>また、若者を引き込むための提案も具体的で興味深いものであり、これらのアイデアを実践に移すことが成功の鍵となりそうです。</p>
研 修 内 容	<p>タイトル：その地域づくり古くない？ ～全国280以上の自治体と共創してきた地域づくりの秘訣～</p> <p>株式会社 あわえ 代表取締役 吉田 元晴氏</p> <p>徳島県海部郡美波町 人口：6000人の過疎の町 高齢化率：48.7% 空き家率：17.88% 高校：0</p> <p>自治体支援実績：コンサルティング・マッチング 総務省、財務省、消費者庁他</p>

	<p>全国の都道府県：89.4%（自治体数 285） 広島県内：広島県庁、江田島市、三原市、庄原市、安芸高田市、大崎上島町、世羅町、神石高原町</p> <p>2015年 採用力強化のために 徳島県美波町 サテライトオフィス設立 半 × 半 IT：仕事と個人の大切な「X」を両立する生き方 都市ではできない暮らし方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・波乗り大好き人間 ・出金目に愛犬と狩猟 ・職場の隣で米、野菜作り ・新人研修で88カ所巡礼 ・子育て移住し昼休みは家族と ・もらった漁船で太平洋へ <p>過疎地進出1年で社員数が3倍になった</p> <p>都会の自由と不安 vs 田舎の多忙と安定</p> <p>映画：波乗りオフィスへようこそ 会社を田舎へ移す！ そこには「便利」より「大切なものがあった」 小さな町に奇跡を起こした。 日本一にぎやかな過疎地の再生と感動の物語。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・監督：明石知幸 ・主演：関口知宏 ・出演：宇崎竜童、柏原収史、眞嶋優、上田結他 <p>「2地域居住・2地域就労」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・少子化対策をしながら、縮小を前提とした社会づくり <ul style="list-style-type: none"> ・ゆるやかな縮小にするためにも地域格差を極小化 ・世代交代、役割交代をすすめる ・持続可能であるためには、常にチャレンジが必要 ・若者が減った地方ではチャレンジが絶滅寸前 ・チャレンジの総量を維持、拡大 ・チャレンジの多様化 ・若い世代を奪い合うのではなく、若い世代を分かち合う ・二者択一ではない社会、複数同時選択可能な社会をつくる ・未来なんて変えられる！ ・人口減少下でも挑戦者が集い新たな変化が生まれ続ける” にぎやかな町” ・「にぎやかそ」にぎやかな過疎の町を宣言した
<p>所 感</p>	<p>地方の課題に対する新しいアプローチや挑戦に焦点を当て、地域社会の再生に成功した美波町の事例です。</p> <p>2地域居住・2地域就労の考え方や若者の挑戦の必要性を強調し、持続可能な社会づくりを提案しています。また、映画を通じてそのストーリーを広く伝え、地域への新しい価値観を広めています。</p> <p>二者択一ではない社会、ダイバーシティー（多様性）にしなやかに対応する能力が求められるので、わたし自身も変化しなければと思いました。</p>