

## 桐生市議会 経済建設委員会 行政視察報告書

視察都市	石川県加賀市（人口：68,920人 6/1現在）
視察日時	平成 28年 9月 27日（火） 午後 2時 ～ 午後 4時
視察項目	・加賀市産業振興行動計画スマートウェルネス KAGA への 行動計画について

### ◎視察概要

#### （1）説明要旨

「加賀市産業振興行動計画スマートウェルネス KAGA への行動計画」とは民間の力を引き出し、市民の総力を結集し、新たなチャレンジを行うことにより、地域資源を活かし、健康・医療・福祉・介護での新たな産業群の創造や、関連する成長産業であるロボット研究の推進などを重点的に行っている。その中では「2つの最重点施策」①ロボット研究の推進、②「健康・医療・福祉・介護分野」の産業群の創造・戦略的企業誘致と、「5つの重点施策」①若者・女性などの人材育成と学修環境の充実、②農林水産業の6次産業化の推進、③温泉・農林水産資源・伝統工芸技術の活用・開発、④坂網鴨などの食のブランド化の推進、⑤企業集積ゾーン候補地選定と更に、「3本の柱（戦略）と主な施策」として「Ⅰ 地場産業の強靱化 ～地場産業の基礎強化～」、「Ⅱ 地域資源の活用～メイドイン加賀の展開～」、「Ⅲ 新産業の創出 ～新たな産業を創造～」を展開し、未来都市像として、魅力ある企業と地域へ成長と創造を目指している自治体である。

#### （2）主な質疑応答

・行動計画の内容説明後の質問

飯島委員：3本の柱と主な施策の中で「Ⅲ 新産業の創出」について、企業誘致については専門官2名の選定した事についての説明と、1年間実施してみた効

果、超高級高齢者施設等のターゲット企業を絞れたのか？

A：企業誘致専門官の2名を選任した。東京（住宅メーカー勤務後。中小企業基盤整備機構で企業誘致却に携わっていた方）、大阪（信用金庫を退職後、中小企業基盤整備機構で産業用地売却に携わっていた方）に各1名のノウハウを持った人材を配置した。契約は1ヶ月15日勤務、大阪では230社を訪問。東京も100社以上訪問済み。しかしながら、都会より富裕層の高齢者の方々へ、温泉を利用した誘致計画を行っているが、実現性は難しい。

飯島委員：その企業誘致専門官の契約金額はいくらか？

A：一人1日の活動で15,000円、月額225,000円になります。

田島委員：高級高齢者施設でなく、サービス機能付有料老人ホームはあるか？

A：通常の老人ホームはある。加賀市民が住むのに利用する施設はある。差別化する事で高級高齢者施設（上のもの）を考えている。

飯島委員：「I 地場産業の強靱化」の所で、技術開発の強化、ロボット研究の推進の所で「ロボレール国際大会」等、プログラミング必修化について詳しくお伺い致します。

A：文科省の時期の教育指導要領にプログラミング教育が組み込まれる予定ですが、その前に加賀市では小学校4年生以上を対象に、希望者を募り土曜日学修として実施している。

田島委員：農林水産業の6次産業化の推進の所で、具体的に進んでいる所はあるか？

A：体験型観光のりんごの1時間、取り放題（食べ放題）から採ったもので料理が出来、併設のレストランで加工出来る会社【有）三井農園】が1社ある。また、かぼちゃの加工（アイスクリーム）、ブロッコリの加工品を市内業者が販売し始めた。6次産業化は民間事業者へ推進させて行きたい。

周藤委員：金融機関からの市役所への出向者（派遣職員）について詳しくお伺い致します。銀行窓口で行っている方との違い、効果はあったか？また、契約費用は？

A：支店長経験者を派遣して頂いている。市役所で窓口を置く事で、創業ネットワークとして年間20件目標を目指している。ただ、相談者が月で5、6名増えた。店舗立地支援事業（最大100万円交付、市が1/2負担、当初予算で6件予定が10件利用あり）としてサービス業（飲食店）の補助金説明、資金調達、起

業後のフォローを含め相談を受け、相乗効果になっている。銀行へ負担金として月額 28 万円支払っている。

新井委員：「ロボット研究開発事業」の地場産の工業出荷額があるか？

A：実際はありません。しかし、今後の各工場の少人化に向けて、工場ラインにロボットを組み込む等の活用の研究等を行っている。ロボット技術の向上も研究して行きたい。北陸大学と連携したロボット研究会に対して、本年は 130 万円の補助金を出した。年内に 1 つ研究サンプルを提出させ起業の販路開拓に繋げる。

山之内委員長：「ロボット研究」と「健康福祉・医療・介護」との重点施策の関係、今後の方向性についてお伺いしたい？

A：方向性は商売に繋げる事で、介護ロボットを研究し、加賀市は健康産業の集積地として行きたいが、販路開拓も必要で、医療関係の商社勤務のメンバーも研究員に入れて平成 27 年度に立ち上げたが、誘致等が中々難しい。

### (3) 参考となる点及び課題

「加賀市商工業の概要」資料より

・自治体比較（平成 22 年度国勢調査）

	加賀市	桐生市
人 口	68,799	115,856
第 1 次産業就業者割合	3.2%	1.5%
第 2 次産業	35.8%	22.0%
第 3 次産業	61.0%	76.5%

産業別従業員数 総数；31,372 人中

製造業：9,860 人、卸売・小売業：5,596 人、  
宿泊業、飲食サービス業：4,770 人、医療・福祉：3,924 人

産業別従業員の推移	平成 11 年	13 年	18 年	21 年	24 年
製造業	9,588	8,618	9,066	9,375	9,860 人
小売業	6,097	5,777	4,876	4,956	4,349 人
旅館他	5,551	4,319	3,665	2,875	2,688 人
建設業	2,596	2,446	2,009	1,958	1,568 人

商店数の推移	平成6年	9年	14年	19年	24年
小売業	1,203	1,109	1,026	837	727人
卸売業	249	222	184	186	199人

従業者数の推移	平成6年	9年	14年	19年	24年
小売業	4,967	5,270	5,614	4,622	4,349人
卸売業	1,889	1,647	1,396	1,231	1,247人

市内温泉への観光入込（宿泊、日帰り）の推移（3温泉の総数）					
昭和31年	61年	平成14年	20年	26年	27年[北陸新幹線開業]
47万人	397	241	194	180	197万人

課題：

- ・加賀市は産業別従業員数において、製造業が約30%占める。
- ・産業別従業員の推移は製造業の従業員数が最も多く安定して推移している。一方で、小売業、旅館、建設業などが著しく減少している。
- ・商店数、従業者数ともに減少傾向が続く。
- ・温泉観光では山代温泉、片山温泉、山中温泉とも昭和61年のピーク時の397万人から、現在は197万人と49.6%減少している。

◎視察成果による当局への提言または要望等

・ターゲットを明確にした産業創造と企業誘致戦略

加賀市では、今後の成長が見込まれるロボット産業を、新産業創造に向けたターゲットとして位置づけ、人材育成や既存事業所のノウハウの活用研究を進めている。桐生市においても、徹底したニーズ・シーズ調査に基づく、ターゲットの明確化と戦略的な企業誘致をすすめるべく、加賀市の取組みを研究頂きたい。

・民間の知恵の集約

加賀市では「加賀市産学官連携円卓会議」により、民間の知恵(若手経営者の声を積極的に反映)を集約した具体的な行動計画を策定している。本市においてもこうした専門会議を設置し、今後の地域産業振興に向けた積極的な議論の場を継続的に設ける仕組みを研究頂きたい。

・スペシャリストのノウハウ活用

加賀市では、企業誘致のスペシャリストとして、中小企業基盤整備機構のOB 2名を「企業誘致専門官」として任命し、首都圏、関西圏に派遣している。本市でも、こうしたスペシャリストのノウハウを積極的に取り入れ、生かせる仕組みを研究頂きたい。

## 桐生市議会 経済建設委員会 行政視察報告書

視察都市	富山県富山市（人口：418,586人 5/31現在）
視察日時	平成 28年 9月 28日（水） 午後 1時 ～ 午後 2時30分
視察項目	・富山市シティプロモーション推進事業について

### ◎視察概要

#### （1）説明要旨

「富山市シティプロモーション推進事業」とは事業化前進の平成18年度より若手職員で構成された「選ばれる街作り研究会」としてスタートし、その後、企画調整課に班が臨時政策担当部局として一時的に出来て、本年度より担当部局として「シティプロモーション推進係（広報課）」が設置された。

「AMAZING TOYAMA（アメージングトヤマ）」ロゴを使用しそのロゴの中から見える景色や、直訳すると「驚くほど見事な様子」となりますが、普段の一人一人の生活の中にこそ、AMAZINGが存在し、市民の皆さんが当たり前で享受していたものが、あらためて驚きのある新鮮なものとして感じられるためのキーワードの意味で「シティプロモーション」その街（市）の魅力を発信して行く事、その自治体の全国的な認知度を向上させる事で、観光、ビジネスの来訪者を増加させる、最終的には交流人口の増加となる事を狙う政策となる。これに対して「シビックプライド」とは直訳で市民の誇り、市民をはじめとした富山市に関わる多くの方々が、富山に誇りと愛着をいだくことを意味しており、地域の愛着と誇りを高めて行く事で、地域を良く知り、好きになり、地域に係わる様になって行く事で、転出者の減少を狙っている政策でどちらも少子高齢化、人口減少において人口維持に施策を行っている。

この事は過去に3回行ったアンケートの中でも「富山市に住み続けたい理由」として「地域になじみや愛着があるので」が全体の半数以上を占める。同様に「市外へ引っ越したい理由」としても「地域になじみや愛着がないので」が全体の約3割以上を占めた事からも、人口減少に対しても、地域に対する思いが

非常に大事な要素として考えている。また、シティプロモーションでは、対外的な市の魅了の情報発信と、市民と地域に向けた情報発信、シビックプライドの醸成を図り、車輪の両輪の様に展開する事の様に考え、よい意味での富山市の知名度を向上させる、良い循環させて転出者の減少、人口減少対策事業展開を行う事がこの事業である。

## (2) 主な質疑応答

### ・推進事業内容説明後の質問

飯島委員：若手有志職員の研究会の経緯、テーマ、人数について？

A：研究会へは各部署より 10 名程度が指名され、コンパクトシティー研究会も同様であり、今年度も 4 つの事業をタスクフォースとして 4 月、5 月に 7, 8 名が指名されている。

飯島委員：その内容の仕掛けているのは人事課であるか？

A：人選は人事課で、発案は市長なり政策担当官が国から出向し、派遣されていた。スタートはトップダウンである。

飯島委員：ショートアニメムービー「鷹の爪団」閲覧状況については？

A：年間 3 話か 4 話を製作し、YouTube 動画にアップするのでアクセス数は新作をアップした月は伸びて、その後は徐々に減って行く、アクセス数はジグザクのパターンで、4 月の閲覧数は新作をアップした月なので 40, 000 件を超えた。

飯島委員：政策参与 18 名と富山市地域づくりマネージャーの報酬は？

A：市の政策参与は年間 17, 000 円で、任期は 2 年となります。地域づくりマネージャーは「ANA 総合研究所」と人員派遣として業務委託契約し年間 1, 080 万円です。

森山委員：ショートアニメムービーの予算額は？

A：今年度はキティちゃんがあり、キャンペーン等込みで 1, 500 万円、去年はキティちゃんがなしで 1, 000 万円（鷹の爪団製作込み）でした。

森山委員：ANA の機内広告料は？

A：昨年度の決算額で、奥田瑛二さんプロモーションビデオ製作費で 669 万円、WINGSPAN 雑誌の広告、記事掲載で 550 万円、国際線、国内線の機内映像放映で 324 万円かかりました。

森山委員：この事業の総合的なプロデュース等は誰が行っているか？

A：代理店は存在せず、プロジェクト毎に政策参与の誰かが携わっている。統一性はないが、その分で自由に製作されている利点がる。

飯島委員：選ばれる街づくりとしてシティプロモーションとして「立山あおぐ特等席。富山市」のキャッチフレーズは、現在はどの様になっているか？

A：合併前の富山市の旧キャッチフレーズになり、現在は「AMAZING TOYAMA」を使用している。旧キャッチフレーズは廃止していないが使っていない。今後は配布資料、名刺等で「AMAZING TOYAMA」を利用する様にしかけている。

山之内委員長：政策参与 18 名の構成は？地元の方はいるのか？ また、富山市出身や、この事業との係わりはどうなっているか？

A：色々な分野の方で地元出身者の方は少ない。18名の全員を把握していないので、後日、議会事務局より資料を送付します。18名の人選は人それぞれの経緯になります。市長の友人であったとか、何かの事業で富山市に来てくれた人、別の場所で市長と対談し意気投合した結果等になります。自薦他薦は多様になる。

田島委員：「アエラムック（富山市 by AERA）」の発行経緯と売上げ状況について？

A：担当職員が着任する前の事業実施の為、詳しい経緯は存知上げません。売上げ状況 980 円（税込）で販売し、6月での確認では7,000部発行、5,000部ぐらいを販売している。1回の刷り切りで増刷はしないので、一定数は在庫を残す。

### （3）参考となる点及び課題

- ・アート、デザイン等、総合的なシティプロモーション、「AMAZING TOYAMA」が人口減少対策に効果を発揮する自治体の先進事例となる。
- ・若手職員で構成された「選ばれる街作り研究会」等の新しいアイデアでの「街おこし」を実行し、事業の功績を上げる政策を実施している。
- ・自治体規模が大きいから可能となるが、毎年、多額の広告宣伝費用の予算計上が必要となる。
- ・この事業の効果、検証は難しいと思うが、数字としての転出者の減少と人口維持に施策に絞り効果を図っている。



## ◎視察成果による当局への提言または要望等

### ・シティプロモーションという考え方

人口減少の中で「選ばれるまち」を目指すという意識をもっと強く持つべきではないか。そのためにも、本市においてもシティプロモーションという考え方が是非欲しい。

### ・「シティプロモーション(魅力発信)」と「シビックプライド(地域への誇り・愛着)」の相互取組み

富山市は、膨大な予算的裏付けを背景に、シティプロモーション事業を展開しているが、同時にそれらの根底にある、自分たちの住む地域への誇りや愛着という部分の醸成にも力を注いでいる。このように、「外」に向けての発信だけでなく、「内＝根底」にある市民意識の醸成にも光を充てながら施策を展開するという取組みは、是非、本市においても参考にして頂きたい。

### ・これまでの行政運営の枠に捉われない人材登用と知恵の集約と活用

富山市のシティプロモーション推進事業に大きな役割を果たしているのが、「政策参与制度」と呼ばれる制度で、各界の著名人(大学教授・俳優・建築家・映画監督など)が市政へのアドバイザーとなり、様々な提案や協力をしている。本市においても、従来の地方自治や行政運営という枠に捉われることなく、あらゆる人脈と知恵を集約できる仕組みを研究し、魅力発信と地域への誇り・愛着の相互作用を起こして頂きたい。

## 桐生市議会 経済建設委員会 行政視察報告書

視察都市	富山県南砺市（人口：52,760人 7/1 現在）
視察日時	平成 28年 9月 29日（木） 午前 9時30分 ～ 午前11時45分
視察項目	・アニメによる地域振興について ・定住施策について（婚活支援、移住・定住、空き家対策事業）

### ◎視察概要

#### （1）説明要旨

「アニメによる地域振興について」は独自性のある観光振興、シティプロモーションと言った様な他に例のない施策が必要だと考えた中で、南砺市では3年前から、「ポケモンGO」の様な「GPS機能」（位置情報）、「AR機能」（カメラを使った拡張現実：例としてカメラを通してディスプレイに映し出される「現実」のビジュアルを、ディスプレイ上でタッチするだけで、そのビジュアルにテキストや画像、3Dオブジェクトなど、様々な情報を重ね合わせて表示した新しい機能の事。ポケモンをゲットする画面等が類似している。）のあるアプリ開発を行っている。人口減少も毎年600～700人進んでいる中で、高齢化率（65歳以上）は35.67%と非常に高く、特に若者の流失している対応として、如何に交流人を増やす事を第一と考え、若者に町に来てもらう事を重要と考え、更に近くに世界遺産が2ヶ所ある事から、観光名所もたくさんあり、観光事業促進、事業展開を実施した。

しかしながら、自治体規模も小さい事から難しく、ターゲットを絞り、一元のお客でなく、特に若者のリピーター層を増やす集客、誘客をしかけるプロジェクトを実行し、そのキーワードとして「南砺にはアニメ業界では著名なアニメ制作会社がある。」、「南砺市に来ないと見られないアニメ（地域限定）恋旅～True Tours Nantoの製作」を行い、その「アニメの聖地巡礼」として「城端（じょうはな）地区」等を訪問させるアプリ開発や、アニメファンが市内を移動して、SNS等情報発信する事が多いので、その拡散を利用する事で観光施設

のPRに繋がっている。その結果として、地元の人との地域交流も始まり、リピーターが増え、このアニメ製作、配信事業は総合的な観光事業の促進と拡大に繋がっている。

尚、「定住施策について」は担当部署を「南砺で暮らしません課」を命名し、事務所として、より住民の声を多く聞く為にショッピングセンターの2階に設けている。平日AM10:00～PM9:00の営業、10名勤務、土日休み無し（火曜定休）で勤務している。またその中で、「婚活支援事業」は平成23年度より「あなたと私を結ぶ赤い糸プロジェクトAIP48（年間48組のカップル成立目標）」を実施している。平成25年度、26年度、27年度時実績は14組、9組、8組、今まで合計71組成立させる事が出来たのは、この活動には婚活応援団として、「なんとおせっ会」さん120会員中の20名前後のよい意味でおせっかいな活動とその熱意が実績に繋がった。また、大規模イベントとして昨年は参加男性14名（市内12名）、参加女性18名（関東より3名）中、8組成立させた。今年は「お見合い大作戦2016 10/8-9日実施」予定として埼玉よりも女性参加者もあり、最終的には結婚まで成立させる事を目標としている。

また、「移住・定住、空き家対策事業」では南砺市は8割が山間部にある事から、「山間過疎地域支援事業」として平成25年4月より、その地区に定住した場合の補助制度の実行や「草刈応援隊派遣事業、管理職員派遣」、「住民活動応援事業、10万円」、「活気満ちた集落づくりモデル事業、最大100万円」の実施を行っている。更に「移住体験セミナー」を都内で募り、「親子移住体験ツアー」等を実施している。「空き家バンク」の活用でも「富山県宅地建物取引業協会」と連携して、空き家バンクの運用、Webサイトを利用した活用の促進を実施している。その結果、案内すると賃貸物件は直ぐに契約が入る現状となっている。また、「定住奨励金」、「民間賃貸住宅居住補助金」、「三世帯同居等補助制度」を充実させている。更に「地域おこし協力隊」は現在7名いて、地域型で3名、ミッション型で4名を採用している。更に、本年8月より実施している「フリーランス」全国1,000万の対象者に仲介業者を介して農業体験やイベント、居住環境をメルマガ配信（会員100万人）してもらう事業を新しい取組みとして始めた。成果と効果はこれからとなるが、問い合わせはあり、移住・定住に繋がる事を目指している。最後に「田舎暮らしの本」の「住みたい田舎ランキング」では上位入賞しているが、その企画で「世界遺産地域に住みませんか？」では南砺市54件の応募があり、その地区に1組、他の地区にも1組の家族での定住者が増え、人口減少対策にも繋がっている。

## (2) 主な質疑応答

[ アニメによる地域振興について ]の質問

森山委員：6年前から実施のアニメ事業に掛かった年次予算額は？

A：イニシャルコスト（初期費用）は2,000万円／年、ランニングコスト（運転費用）300～500万円／年（文化庁の補助金額1/2、市の予算1/2。）

森山委員：聖地巡礼の次期構想への展開は？

A：「ポケモン GO」の影響で視察数は増えている。また、アニメグッズ等への水辺展開を行い息の長い事業展開を狙っている。また、インバウンド（多言語）対応の海外向けアニメ作品を制作中である。

森山委員：この事業の経済効果の把握は？

A：飴、ドロップ、和紙等の特産品販売への経済波及効果はあると感じる。また、このアニメアプリのダウンロード数が15,000件あり、その方々が訪問してくれて、お土産等を買ってもらっているので、想像からある程度の試算予測は出来る。旅費交通費を含め40,000円／人程度は使っていると思うが実際の調査は実施していない。また、アニメキャラクターの住民票を発行しているため、その発行枚数での収入もあり集客数も把握出来る。

森山委員：アニメ制作、アプリ開発、運営（DL等）の会社は？

A：全て「株式会社ピーエーワークス」である。アプリの運営（DL等）も別契約で委託している。

飯島委員：ピーエーワークス様（地域資源）の存在その物が決定な事であるがどの様な会社なのか？

A：社長婦人が南砺市出身で、東京でアニメ制作に従事し、平成10年にUターンし城端地区で起業した企業となります。

[ 定住施策について ]の質問

新井委員：婚活事業の成果として、結婚増加に繋がっているか？また、限界集落への定住促進の課題は？メディアでのPR活動はあるか？

A：全体の婚姻届出件数は極端に増えた訳でなく、この事業を行っていない場合はひどい事になっているので、成果は出ています。メディアでの情報発信ツール「さすらいワーク in 南砺」でフリーランスへ実施し始めた。また、課題は空き家の問い合わせは増え、「移住したいのだが？」と要望はあるが、空き家バンクに上がっている物件が少なく紹介が出来ない。これからは、移住したい要望に

答えられる物件を地域と連携して多く掘り起こし、案内する事が課題となる。

飯島委員：婚活支援事業の予算額について？（一般会計予算 330 億円）また、バスツアーの詳細内容について？

A：婚活支援事業は 1,000 万円（400 万円は国の地域少子化対策補助金、残りは過疎対策補助金を利用）。年 1 回のバスツアーで 8 組カップル成立している。

飯島委員：「定住・空き家対策」事業の予算額について？「定住奨励金額」の詳細と予算額は？「民間賃貸住宅居住補助金」の予算額は？

A：1 億 4,000 万円ぐらいです。「定住奨励金額」は平成 26 年度より実施で、予算額は 3,000 万円となり、その中で「転入奨励金」の平成 27 年度実績は新築住宅で 11 件、中古住宅で 8 件あり、「民間賃貸住宅居住補助金」の予算額は 2,500 万円となる。

森山委員：「民間賃貸住宅居住補助金」、「三世帯同居等補助制度」の詳細な平成 27 年度利用実績と決算額について？

A：民間賃貸住宅居住補助金では①転入世帯 31 件、②新婚世帯 6 件、③転入でかつ新婚世帯 35 件、④転入でかつ学生世帯 2 件、⑤山間過疎地域からの高校生世帯 1 件となり、前年からの継続の支給額合計は 2,031 万 5 千円となります。また、三世帯同居等補助制度では①住替え世帯 5 件、②新婚世帯 16 件、前年度分支払いが 14 件で合計 603 万円となり、「三世帯同居推進リフォーム助成」は合計 33 件 783 万 6 千円となります。また、奨励金から平成 27 年度の県への移住報告は 60 名となり、県全体 462 名で南砺市の人口比率からすると高い数字となった。

森山委員：「田舎暮らしの本」の上位掲載の転入効果はあったか？

A：「この雑誌も見て。」とは直接には聞いていないが、県内のセミナー等の問い合わせには 10 万部発行あるのでなっていると思う。

### （3）参考となる点及び課題

#### 【アニメによる地域振興について】

- ・市内の人（高齢者等）がアニメ作品を観る事が出来なかった。誘客だけしか考えていなかった。

対応策→ 出前講座を各所で実施した。

- ・電波環境が悪い場所があり移動しないとダメであった。また、スマホ等の情報機器がない人が放送を観る事が出来なかった。

対応策→ 観光施設に視聴出来る端末を設置した。

- ・アニメに放映時間が数分と短すぎた。飽きさせない取り組みが大事。
- ・自動車以外の市内の交通手段が課題である。移動に時間がかかる。
- ・メディア報道等で話題性があり、一定のアニメファンの来客はあったが、飽きられてしまい新しいファンの広がりが必要で、一般客の拡大が課題である。また、小中学生の上層教育にも繋げたい。

#### [定住施策について ]の質問

- ・新事業である「フリーランス」向けの情報発信、メルマガ配信の今後は効果があるか？更に移住・定住に繋がるかが課題。
- ・各補助金、補助制度を2年越しで実施しているが今後も同様に予算化出来るかが課題。

#### ◎視察成果による当局への提言または要望等

##### ・特色ある地域企業の発掘と連携

南砺市のアニメによる地域振興の一番のポイントは、地元企業 P.A WORKS の存在である。こうした特色ある地元企業のノウハウを地域振興に活かすという発想が、今後更に必要になってくるのではないか。本市においても、老舗、ベンチャー企業問わず、様々な特色ある企業が存在している。行政と企業間の様々な対話のパイプを構築・維持しながら、ノウハウを発掘し、連携強化を図って頂きたい。

##### ・アニメなどのコンテンツの水平展開

アニメなどのインパクトのあるコンテンツは、とかく活用範囲や対象が限られがちだが、南砺市においては、アニメファンの誘客だけに捉われず、地元の伝統工芸品とのコラボレーションや、市民への啓発活動にも上手に取り入れられている。このような、あらゆる分野に向けた水平展開を目指す取組みは、本市としても今後本格化する IoT 活用事業、そして様々な商品開発などにおいても、是非参考にして頂きたい。

・移住・定住者に寄り添う姿勢、意気込み

南砺市では、定住施策について、「南砺で暮らしません課」という非常に分かりやすい組織名で目的意識を明確にしながら取組んでいる。窓口対応にいたっては、ショッピングセンターに移し、火曜定休のみで土日含めて 10:00～21:00 まで営業するという民間感覚に基づき運営されている。人口減少対策として移住・定住促進を目指す本市にも、こうした意気込みが必要であると考えます。

・ガイドブックの充実

南砺市の定住促進ガイドブックは移住者目線に立った素晴らしい内容である。是非、参考にして頂きたい。

・「民間賃貸住宅居住補助金」などの先進事例の研究

多彩な補助事業があるが、中でも、民間賃貸住宅居住補助金については、桐生市への移住のきっかけづくりとしては非常に有効的ではないか？  
以前、民間企業との意見交換の場において、転入の大きな要因である他県・市からの転勤者は、まずは賃貸住宅等に入居後、数年を経て住宅を取得するという流れがあるとの御意見を伺った。南砺市のこの制度は、そうしたニーズに直結するものとして、是非研究頂きたい。