

様式第2（第9条関係）

政 務 活 動 費 成 果 報 告 書

5年 1月 25日

犬 山 市 議 会

議 長 三 浦 知 里 様

議員名 鈴木 伸太郎

下記のとおり、出張の成果を報告いたします。

(1) 年 月 日	5年 1月 15日(日)
(2) 場 所	東京ビッグサイト・有楽町・後樂園
(3) 形 態	会派（無会派 鈴木 ）：その他（ ）
(4) 内 容	別紙
(5) 成 果 ・ 提 言	別紙



出張報告 令和5年1月15日(日)

移住・交流&地域おこしフェア 2023	(東京ビッグサイト)
ふるさと祭東京	(東京ドーム)
NPO 法人ふるさと回帰支援センター	(東京交通会館)

先の市議会一般質問でも取り上げたが、人口減少を食い止めるための人口の社会増への対策は犬山にとって重要。ただ、この問題は犬山に限らず全国どこも同じで、子育て世代～若年層が減りつつある今では、「パイの奪い合い」の様相を呈している。

一般質問とそれまでのヒアリング他の話しあいでは、犬山市の人口社会増対策は、近隣市町居住者をターゲットにしているとの事であったが、それではまさにパイの奪い合い。犬山より山間の木曽川飛騨川上流地区から呼び込めば、過疎地を疲弊させ私たち犬山市民の水源地を荒廃させかねないし、逆に、名古屋に近い、岩倉・江南・小牧・春日井・扶桑・大口などから呼び込もうとしても、職住の利便性等からそれは難しいと考える。

近隣からの移住転入を狙うのであれば、名古屋市天白区・緑区・中川区・守山区等、名古屋市の辺縁部で、地価が高い割に、栄や名駅などの中心部に1時間以上かかる不便なエリアや、海沿いや海拔の低いエリアなどに焦点を絞り、犬山の優位性をはっきりアピールした方が効果的だと考える。

また、犬山市が作成する移住促進の紙媒体は、観光PRの要素が強く、本当に移住を考える層が求めているであろう、仕事・子育て環境・生活環境・福祉政策等の情報とのマッチングに疑問を感じる。

今回の出張は、市の施策と、そこで受ける私の感覚とのギャップの確認も含め、移住対策・関係人口創出などの全国の動きを学ぶため、また、東京で開催される地方を意識した催事を、首都圏の人がどのように受け止めているのかを調査するためにおこなった。

① 移住・交流&地域おこしフェア 2023 (東京ビッグサイト)

全国の自治体ブースを出していたが、当然、大都市圏の比率は低い。愛知県も出たが、過疎地を抱える東三河・島嶼部に絞ったPRであった。

特徴的だったのは、ほとんどのブースが、移住対策・関係人口創出というよりは、観光PRの色合いが濃いこと。いくつかのブースでそれについて尋ねたが、どこも答えは同じで、まずはその自治体に興味を持ってもらうことが大切とのこと。そういう意味では、観光PRするのもうなずけるが、本質的なテーマとのズレに違和感を感じた。

今回の展示会は土日の2日間開催、通常は両日ともに出展するのが普通だが、土曜日のみ、もしくは日曜日のみ出展の自治体は複数見られた。あるブースで聴いたが、出店料が高く、両日出るだけの効果が見込めないと判断したのでは？との事。これも、移住交流をテーマにした催事の本質と、各自治体が行っている事のズレが、出展による成果

を導き出せていない原因になっているためではないかと考えた。犬山市がこの催事に出展することで、それなりの効果が期待できるのであれば、担当者に提案したいと思っていたが、それは難しいと判断する。もし出展するのであれば、子育て環境・学校教育・交通利便性・水道・・・犬山市の方が首都圏の都市より優位性が期待できる、そんな魅力を前面に出す必要がある。

② ふるさと祭東京 (東京ドーム)

ドーム全体を使った「ふるさと」をキーワードにした有料イベント。グラウンドゾーンでは、全国の祭りやゆるキャラを紹介するステージや食品飲料ブースが設営され、コロナ禍を忘れたかのような賑わい。ステージでは犬山市からもわんまる君が参加していたそうだが、見つけられなかった。飲食系は基本的には各地の食品を販売する物産展の感じ。百貨店の物産展より雑多感が多い出品アイテム、派手な販売手法、高単価の印象。犬山でも市内産品を加工して大都市で販売する事業者が出てきているが、このようなイベントで勝負するにはまだまだ時間を要する気がする。

マラソン開催自治体を集めたブースもあり、各自治体職員が、マラソンイベントや観光スポットを紹介していた。①の移住交流フェアの、焦点がぼやけた出展内容より、こちらの方が情報を出す方も受け取る方もストレートに繋がり解りやすい。

③ NPO 法人ふるさと回帰支援センター (有楽町・東京交通会館)

2002 年、ふるさと暮らしや地方への移住を希望する生活者を支援する目的で設立された団体。東京と大阪に拠点を構えて活動している。全国の移住関連情報を収集し、移住希望者への情報発信、希望者と自治体とのつなぎ、その他自治体との情報交換を行っている。愛知県のコーナーでは、東三河への移住促進PRを展開、尾張部は皆無。県の方角性が読み取れる。

来場者は、ここで全国の移住情報を取得でき、センターの担当者との面談・相談も可能。センターが間に入り、希望者と希望先の窓口をつなぐ役割を果たしている。

同センターの調べでは、UJIターンのうち、Iターン希望者が最も多く、移住条件のウォンツ上位では、移住先選択→就労の場・自然豊か、居住地→地方都市の市街地、就労形態→企業等への就労、居住物件→戸建て賃貸、住居については中古戸建て、となっている。犬山市はこれらの条件を満たしやすい環境にあるのではないかな。

年間 5 万円の会費で会員となれば、犬山市の情報発信基地となり得るので、首都圏からの移住者を本気で受け入れる気があるのであれば、チャレンジする意味はあると思う。

※まとめ

今回の出張で、大都会で暮らす移住希望者の「移住」に対するイメージが、都市部では自

己実現できない「夢」のようなものを、田舎で実現させるという意味合いを持っているように感じた。それは、就職（転職）、進学、結婚等で「転居」する事とは全く違う考え方であった。

私の考えが古いのであろうが、生活基盤の安定しないままの「移住」は危険。仕事、子育て、学校施設、医療福祉、買い物レジャー、、、さまざまな基盤が揃ってから行動に移すのが常套手段であろう。犬山市はそれらの要件をかなり満たせるのでは、と考える。具体的には、待機児童がいない、学校給食のクオリティと費用、少人数学級など犬山の教育、私学志向の強い首都圏にはない公立高校志向の強さ、大都市に近く職住の利便性が良い、自然豊か、近郊に買い物レジャー施設が豊富、水道料金が安い、、、それらをアピールしていくことが首都圏からの移住者獲得に繋がるはず。

人口減対策としての社会増は、近隣市町の住民を奪うのではなく、首都圏や名古屋市内でも都心部へのアクセスが不便な地域などにターゲットを絞りつつ、犬山市在住のメリットをアピールすべき。

現在、人口が増えているエリア（埼玉県南部・名古屋市東部・滋賀県南部など）は、今回の出張では目立たなかった。本当に成功している自治体は、実際に何で成功しているのか、調べるべき。少なくとも観光ではないはず。

以上