

総務常任委員会行政視察報告書

1 視察日程

令和元年10月10日（木）～11日（金）（2日間）

2 視察市及び項目

(1) 長野県長野市

長野市選挙管理委員会と信州大学教育学部の連携について

(2) 長野県上田市

シティプロモーションの取組について

3 人員

委員長 嵐 芳 隆

副委員長 河 野 慎 一

委 員 植 田 進

江野澤 隆 之

花 島 美 記

緑 川 利 行

宮 内 鋭

書 記 吉 橋 俊 輔

長野市選挙管理委員会と信州大学教育学部の連携について
(長野県長野市)

日時：令和元年 10 月 10 日（木） 午後 1 時 30 分から

説明者：藤橋 事務局長，山岸 主幹

◇視察目的

長野市選挙管理委員会では，平成 28 年の参議院選挙からの 18 歳選挙権適用に伴い，信州大学教育学部と連携し，学生グループ「STAP」による期日前投票所の企画・運営及び主権者教育（出前講座）を実施した。参議院選挙におけるこれらの活動が評価され，平成 28 年 12 月，STAP は総務大臣表彰を受賞した。

本市においては，平成 31 年 4 月執行の千葉県議会議員選挙での投票率が 34.22%（前回比 2.23 ポイント減），令和元年 7 月執行の参議院千葉県選出議員選挙では 46.23%（前回比 6.78 ポイント減）と，近年投票率が低調であり，主権者教育，今後の啓発活動の在り方について，このような先進的な取組を参考とするため視察を実施した。

◇視察概要

■信州大学との連携

- ・平成 28 年 7 月の参議院選挙から 18 歳選挙権が適用されることに伴い，信州大学教育学部の松本康教授と意見交換を行い，主権者教育の必要性や，投票しやすい環境について協議し，期日前投票所の増設について検討を開始した。
- ・平成 28 年 5 月から 6 月にかけて，学生を交えて 6 回のミーティングを実施し，期日前投票所の開設期間，時間，周知方法について打合せを行った。この企画に参加する学生（約 20 名）が STAP（信州/投票率/上げよう/プロジェクト）という名称で活動を開始し，大学内外での啓発活動や SNS（Facebook，Twitter）を開設し活動の報告を行った。
- ・平成 28 年 7 月の参議院選挙では，学生主体による『権堂イーストプラザ

期日前投票所』を企画・開設。実施日時は 7 月 3 日（日）、8 日（金）、9 日（土）の午前 10 時から午後 8 時までとし、投票管理者以外は学生が主となり運営を行った。利用者からは「投票所が明るい雰囲気だった」と好評であった。

- ・参議院選挙後も STAP と連携し、小・中学校での出前講座や模擬投票などの主権者教育を継続し、STAP は平成 28 年 12 月に総務大臣表彰を受賞した。
- ・長野市選挙管理委員会は STAP のほかにも、市内の大学・高校と連携し、学生による期日前投票立会人やポスター図案作成などの活動を行っている。



■活動の効果

- ・権堂イーストプラザ期日前投票所は一定数の利用者があり、周辺住民の利便性向上に寄与している。
- ・出前講座については、受講者（児童・生徒）と世代が近く、「分かりやすい、興味が持てた」など評判が良い。また、教育学部の学生にとっても、教員を目指す者が多く、小・中学生と接する機会が増え、良い経験になっている。
- ・学生が実際に選挙事務に携わり、投票に訪れる様々な有権者の姿を目の当たりにすることにより、選挙の必要性、投票所運営の諸課題について理解を深めている。
- ・すぐに投票率に効果が表れるものではなく、これらの活動による影響は計ることはできない。

■ 課題

- ・ 学生はあくまでも学業優先であるため、試験期間や教育実習などにより、選挙日程に合わせた活動が難しい場合がある。
- ・ STAP は卒業などでメンバーの入れ替わりがあり、今後の団体の発展的な継続が必要となる。

◇ 所感

長野市選挙管理委員会は、高校生や大学生による選挙運営等の活動や、児童・生徒への主権者教育は、直接的な投票率向上に寄与するものではないが、将来的な効果を期待して、今後も継続して実施していきたいとしており、学生も積極的に活動に取り組んでいると感じた。

このような取組は本市においても大変参考となるため、今後の委員会活動等に生かしたい。



シティプロモーションの取組について
(長野県上田市)

日時：令和元年 10 月 11 日（金） 午前 10 時 00 分から

説明者：広報シティプロモーション課 清住課長

◇視察目的

少子・高齢化の進展に伴い本格的な人口減少社会に突入し、地方都市では出生率の低迷や大都市への人口流出により人口減少が深刻化している。都市経営における人口減少は、税収の減少、地域経済の鈍化など、地域の活力の減退を引き起こす。本市においても例外ではなく、令和 9 年をピークに人口減少に転じると推測されている。

人口減少社会への対応として、既に多くの自治体が、まちの特徴や魅力を積極的に発信することで知名度や好感度を向上させ、市外への人口流出を抑え、市外から人を呼び込むための「シティプロモーション」に取り組んでおり、自治体間の競争は激化している。

上田市では、平成 28 年の NHK 大河ドラマ「真田丸」放送決定を契機に、平成 26 年にシティプロモーション推進室（現広報シティプロモーション課）を設置し、各種施策に取り組んでいる。本市においては本年 4 月にシティプロモーション課が初めて設置されたところであり、先進的な取組について参考とするため視察を実施した。

◇視察概要

■上田市の現状

- ・上田市の人口は令和元年 6 月 1 日現在 154,470 人であり、平成 12 年をピークに減少に転じ、今後も減少傾向が続き 20 年後には 12 万人にまで減少すると推測されており、上田市にとって人口減少の抑制は喫緊の課題となっている。
- ・上田市全体の人口が減少する中、年少人口と生産年齢人口も減少傾向にある一方で、老年人口は増加傾向にあり、20 年後には人口全体の約 4 割に

達すると予想されており，若年層の流出抑制，上田市を離れた若者の地元回帰の拡大，子育て世代の交流移住・定住促進を図る必要がある。

- ・上田市を訪れる観光客数は，平成 26 年までは 400~500 万人の間で増減を繰り返していたが，NHK 大河ドラマ「真田丸」の影響により，放送前年の平成 27 年から増加し，平成 28 年には 700 万人を超え，大幅な増加となった。

■地域のつながり，人のつながりの構築

- ・東日本連携・創生フォーラム（さいたま市が核となり北海道・東北・山形・上越・北陸の各新幹線沿線の東日本 25 都市の自治体の首長による新たな広域連携）への参加により，加盟都市間の商工・観光連携の推進，上田市から一番近い 100 万人都市であるさいたま市に向けたシティプロモーションの推進を図り，交流人口の拡大，都市間の対流の創出により地域の活性化を目指している。
- ・行政と市民をつなぐ役割として，市民視点の新しい切り口や生活の中で感じる市の魅力の掘り起こし，魅力発信に関わることで地域への愛着向上を目的に，市民リポーターの養成を行っている。現在 7 名の様々な年齢層の市民リポーターがおり，幅広い視点で情報を発信している。



■ 各種メディアの効果的な活用

・平成 28 年の NHK 大河ドラマの放送では、テレビによる情報発信が市の知名度向上と観光客増加に大きな影響を与えたことから、その後も情報発信のツールとして活用している。

・テレビ・新聞・雑誌等の影響力の大きいメディアの活用には多額の費用が必要となるため、限られた予算の中で PR 効果を高めるため、以下のトリプルメディアの特性を生かし、それぞれを連動させ効果的な情報発信を進めている。

ペイドメディア

影響力・PR 効果が高い
が多額の費用を必要とする

・テレビ、雑誌、新聞などの有料番組、広告

アールドメディア

信用や評価が得られ、費用も発生しないがコントロールできない

・Facebook、LINE、Twitter、YouTube など

オウンドメディア

詳細な情報が掲載でき、情報のコントロールが可能

・広報誌や公式 HP など

① ペイドメディアの活用

有料広告等だけではなく、テレビ・新聞・雑誌などに番組や記事として取り上げてもらうための取組としてフリーパブリシティも積極的に推進し、効率的な情報発信を進めている。

- ・テレビ：首都圏向けテレビ番組の放送
- ・新聞・雑誌：首都圏向けタブロイド紙への特殊記事掲載
- ・ラジオ：市内外向け情報発信番組の放送
- ・ネット広告：首都圏向けネット広告掲載

② アールドメディアの活用

情報の受け手はその情報を更に多くの人に発信し、共有・拡散が可能。しかし、発信者が情報をコントロールすることができず、意図しない情報が拡散する場合もあることから、こうした側面も十分考慮し発信を進めている。

- ・Facebook：シティプロモーション用として様々な分野にわたる上田市の魅力発信、テレビ・ラジオ番組の告知やシティプロモーション用 HP とも連動した情報発信。

- ・ Twitter：行政情報や様々な分野にわたる上田市の魅力発信，テレビ・ラジオ番組の告知やシティプロモーション用 HP とも連動した情報発信。
- ・ YouTube：上田市 PR 動画「旅 RUN」配信，上田市行政チャンネルの配信。

③ オウンドメディア

従来の広報誌・公式ホームページに加え，市の魅力発信に特化したシティプロモーション専用のホームページを開設，民間事業者の発信する観光，イベント情報等，幅広い分野の情報を集約している。

■ 市職員の広報マインドの醸成

- ・ 広報誌やホームページへの記事掲載のポイント，メディアが取り上げたいくなるプレスリリース作成テクニックなどの実践事例を示すことで，職員の意識レベル向上とスキルアップを図る「上田市戦略的広報活動の手引き」を策定。
- ・ 担当課だけではなく，組織の中での横断的な連携が必要なため，全職員に広報マインドを浸透させるための職員研修を定期的に行っている。

◇ 所感

「やれることはとりあえずやってみる」と清住課長がおっしゃるように，シティプロモーションにゴールはなく，すぐに効果を実感することは難しいが，様々な方法で常に情報を発信し続けることが必要であると感じた。

新たな魅力発掘，情報発信の方法など，本市におけるシティプロモーションの取組の参考とし，今後の委員会活動等に生かしたい。

