

# 視 察 ・ 研 修 報 告 書

## 1. 視察・研修日

令和 7年11月18日（火） ～ 19（水）

## 2. 視察・研修内容及び講師

11 / 18（火）

①10:00～11:30（衆議院第二議員会館 会議室）

『日本の社会保障政策について』

厚生労働省 政策統括官付 政策統括室 政策第一班 白崎 仁 氏

11 / 18（火）

②13:00～14:30（衆議院第二議員会館 会議室）

『過疎地域における持続的発展の取組』

総務省 地域力創造グループ 過疎対策室 企画係長 内山 弾 氏

11 / 19（水）

◎10:00～11:30（東京交通会館）

『各県のアンテナショップ事業及び観光事業について』

③アンテナショップ『ザ・博多』

④和歌山県東京観光センター 相談員 田邊 幸紀 氏

令和 7年11月21日

高山 正信

①10:00～11:30 （衆議院第二議員会館 会議室）

『日本の社会保障政策について』

厚生労働省 政策統括官付 政策統括室 政策第一班 白崎 仁 氏

1. 研修の目的

本研修は、少子高齢化が急速に進行する中で、社会保障制度の最新動向と国の方針を理解し、八女市の福祉施策に活かすことを目的としている。

2. 研修内容の概要

厚生労働省より、日本の社会保障政策の全体像について説明があり、特に以下の点が示された。

- ・急速な人口構造の変化（高齢化・生産年齢人口の減少）
- ・医療・介護・年金財政の持続性確保
- ・地域包括ケアシステムの深化
- ・子育て支援策の強化（伴走型支援、経済支援、働き方改革との連携）
- ・少子化対策を社会全体で支える「こどもまんなか社会」への転換

3. 学んだ点

- ・社会保障費の伸びを抑えつつ、必要な支援を維持するためには「早期予防」「地域の支え合い」「データ分析に基づく合理化」が不可欠。
- ・少子化対策は、単発の支援では効果が薄く、妊娠期からの切れ目ない伴走支援が国の方向性と確認。
- ・高齢者福祉は、地域ごとの実情に合わせた生活支援・移動支援の体制整備が重要。

4. 八女市への活用・今後の方向性

- ・子育て支援の体系整理  
妊娠・出産・子育ての各段階での支援を、市として一元化して分かりやすく市民に提示する必要。
- ・地域包括ケアの強化  
高齢者・障害・生活困窮等を包括的に捉える地域支援体制を各地区で再点検する。
- ・予防と地域支え合いの推進  
健康づくり、フレイル予防、地域ボランティアの育成を市として後押しし、将来的な介護費増を抑える。



②13:00～14:30 （衆議院第二議員会館 会議室）

『過疎地域における持続的発展の取組』

総務省 地域力創造グループ 過疎対策室 企画係長 内山 弾 氏

### 1. 研修の目的

過疎化・人口減少が進む八女市において、中山間地域の維持・活性化策を検討するため、国の過疎対策の方向性を学ぶ目的である。

### 2. 研修内容の概要

総務省 過疎対策室より、最新の過疎対策と各地域の先行事例について説明があった。主なポイントは以下のとおり。

- ・ 過疎法に基づく財政措置（過疎債・特別交付税措置）
- ・ 地域公共交通の維持、デマンド型交通の導入支援
- ・ 地域運営組織（RMO）による生活サービスや地域資源管理
- ・ 移住・定住支援の強化（住宅確保、空き家対策）
- ・ 小さな拠点づくりを軸にした地域機能の集約
- ・ 農林業の振興と地域ブランド化

### 3. 学んだ点

- ・ 過疎地域の課題は“人口減”だけでなく、生活サービスの縮小・交通の不便・住宅確保の難しさが複合して深刻化している。
- ・ 地域運営組織（RMO）の整備は、役員負担の軽減・若手参加・事業収益化など持続性をもつ仕組みづくりがカギ。
- ・ 過疎債は「ハード整備」から「地域の持続性につながる投資」への転換が国の方針。

### 4. 八女市への活用・今後の方向性

- ・ 地域運営組織の育成と役割明確化

従来の行政区活動を超え、地域運営・生活支援・移住受け入れなど、多機能型の地域運営組織（RMO）を段階的に育成する必要がある。

- ・ 移住者向け住宅の確保

空き家バンクの実働性向上、改修支援、地域団体と連携した住まいマッチング体制の整備が急務。

- ・ 地域資源の磨き上げと産業振興

八女茶をはじめとする農林資源のブランド化、観光・6次産業化との連携による地域内経済循環を強化すべき。



### ③アンテナショップ『ザ・博多』

東京都千代田区有楽町2丁目10-1 東京交通会館 地下1階

#### 1. 視察の目的

首都圏における自治体アンテナショップの運営方法や販売戦略を学び、八女市の特産品振興や情報発信の参考とするため、東京交通会館内の福岡県アンテナショップ『ザ・博多』を視察した。

#### 2. 事業概要

「ザ・博多」は、福岡県産の食品・加工品・酒類・菓子など、幅広い商品を取り扱う県公式のアンテナショップである。主な特徴は以下のとおり。

- ・福岡県全域の特産品を取り扱い、特に食品系のラインナップが充実
- ・博多名物に加え、筑後・筑豊など地域性の異なる商品も扱う
- ・季節ごとの限定商品やフェアを展開し、リピーターの来店を促している
- ・店舗スペースを活かした“見せる陳列”によって、商品を手に取りやすい工夫がされている

(※物販が中心で、観光案内・移住定住パンフレット等は片隅に置いているだけ)

#### 3. 視察内容と学んだ点

- ・売れ筋商品・季節限定を入口付近に配置するなど、購入動線を意識したレイアウトが参考になる。
- ・加工食品・酒類・冷蔵商品の比率が高く、福岡県産品の“食”を軸にした販売戦略が明確であった。
- ・特産品の「ストーリー」よりも、味・人気・価格帯の分かりやすさを重視して商品構成を組み立てている印象。
- ・来店客の多くは、東京在住の福岡県出身者や出張客など“帰属意識”のある層が中心で、安定した需要がある。
- ・店舗は観光PRよりも純粋な物販を重視しており、アンテナショップの形態は自治体によって大きく異なることが確認できた。

#### 4. 八女市への活用・今後の方向性

- ・八女茶は福岡県内でも認知度が高く、単独フェアやコラボ商品の展開など、アンテナショップ内で目立つ仕掛けが可能。
- ・都市部では、種類を増やすよりも「売れ筋」を強化したほうが成功しやすい。八女市の看板商品を明確に打ち出す必要がある。
- ・東京の新規層ではなく、既存の福岡ファン・八女ファンが買いやすい商品の整備が重要ではないか。
- ・新商品やデザイン刷新した商品を期間限定で置くことで、市内事業者にとっても実証の場として活かせる。
- ・八女市として単独店舗は現実的ではないため、県アンテナショップ内での売り場確保や企画連携が今後のポイント。

## 5. 総括

「ザ・博多」は、観光情報・移住定住情報よりも物販に徹した店舗運営であり、“売れる商品を前面に出すことがアンテナショップ成功の鍵”であるのではないかと考える。

八女市としても、特産品の磨き上げと情報発信のあり方を整理し、県との連携を深めながら販路拡大に取り組む必要があると思われる。



## 1. 視察の目的

全国の自治体が首都圏に設置している観光情報拠点について、その運営方法、相談体制、情報発信の仕組みを学び、八女市の観光振興や情報発信の体制整備に活かすため、東京交通会館内にある「和歌山県東京観光センター」を視察した。

## 2. 事業概要

和歌山県東京観光センターは、県内各地域の観光情報を首都圏に向けて発信する拠点として運営されている。物販は行わず、観光案内・情報提供・相談対応に特化している点が大きな特徴である。

主な機能は以下のとおり。

- ・県内各市町村の観光パンフレット・冊子の提供
- ・観光相談カウンターでの個別対応
- ・和歌山県全域をカバーした情報発信（自然・温泉・世界遺産・グルメ等）
- ・首都圏からの旅行需要に応じたモデルコースや交通案内
- ・イベント・キャンペーンの案内
- ・PRぬいぐるみ等による来所者に親しみやすい雰囲気づくり

（※写真にあるとおり、棚一面に市町村別のパンフレットが整然と配置されており、来訪者が自由に持ち帰れる仕組みとなっていた。）

## 3. 視察内容と学んだ点

- ・情報発信を物販に頼らず「観光案内一本」で成立させている点が印象的であった。
- ・パンフレットは市町村別に分類され、視認性が高く、初めて来る人にも分かりやすいレイアウト。
- ・相談カウンターが入口に近く、来訪者が気軽に相談できる配置になっていた。
- ・田邊相談員より、首都圏の旅行者は「自然」「温泉」「世界遺産（熊野古道）」のニーズが高いとの説明があった。
- ・SNSよりも「紙のパンフレット」を求める層が依然として多く、東京交通会館という立地と相性が良いとのこと。
- ・東京交通会館は金額は具体的には不明ながら、自治体単独での出店は相当な負担となるとの説明があった。

## 4. 八女市への活用・今後の方向性

- ・八女市も東京圏での露出を高めるため、紙媒体の整備・デザイン統一・分かりやすい市町村別パンフレットの配置方法など、和歌山の方式は参考になる。
- ・和歌山県同様、観光で興味を持った人が移住情報に進むケースは八女市でも期待できるため、移住パンフレットの同時設置や案内方法を検討したい。
- ・福岡県アンテナショップや東京の地方情報スペースで、八女市単独の観光／茶イベントコーナーを期間限定で展開する価値がある。
- ・世界遺産や自然遺産のような強力な素材がなくても、八女茶文化・寺社・古民家・

伝統工芸など、“テーマごとの棚”にすると来訪者に伝わりやすい。

## 5. 総括

和歌山県東京観光センターは、観光案内に特化した首都圏向け情報発信拠点として、非常に整った運営がされていた。物販を行わず、「観光情報を届けること」に特化して成功している点は、八女市の情報発信の在り方を再考する上で大きな示唆となる。今後、八女市でも県との連携や都市圏での情報発信の強化を図り、観光誘客や関係人口創出につながる取り組みを検討する必要があると思われる。

