

令和7年度 市長との対話集会（内外海地区）議事要旨

日 時：令和7年9月12日（金） 19時00分～20時30分

場 所：内外海コミュニティセンター

参加者：38名

テーマ：①新幹線と共に歩む小浜市の将来像

②人口の減少（若者流出）をふせぐには

③農林水産業（内外海地区）を活性化させるには

1 参加者からの主な意見

(1) 新幹線開通と人口増・雇用機会創出

- ・新幹線開通による小浜のベッドタウン化、人口増への期待。
- ・企業誘致の推進による人口増と雇用機会創出への要望。
- ・就職先を増やすことで地元雇用を促進し、人口減少を防ぎたい。

(2) 観光振興と魅力向上

- ・小浜市が「どういうまちを作るか」という具体的なビジョン（見える化）の提示が必要。
- ・新幹線開通による宿泊客減少の懸念があり、宿泊に頼らない観光メニューの必要性（自然を生かした体験・マリンアクティビティなど）
- ・勝山の恐竜博物館のような、目的地となるランドマーク整備（例：水族館、関電による水力PR館等）
- ・道の駅やアンテナショップを設置し、小浜の海産物・農産物を全国にPR。新幹線車内広告などで生産者の顔が見えるようなPRも有効。
- ・新幹線開通までの宿泊施設やお土産店などの受け入れ体制の事前整備。
- ・小浜の魅力の再認識と、SNSを中心とした時代に合った情報発信の強化。
- ・地域イベントの継続と、街中での食べ歩きなど手軽な観光コンテンツの開発。
- ・エンゼルラインを活用したジップライン（日本一を目指す）の設置。
- ・小浜の特産物を使った駅弁開発、観光モデルコース作成。
- ・天候に左右されない屋内施設の開設。
- ・観光地、お寺文化のさらなるPR、美味しいもの・お酒のアピールによる夜の街活性化。

(3) 農林水産業の活性化と担い手確保

- ・養殖業の発展、自然を生かした観光客相手の仕事の創出。
- ・農林水産業の高齢化・担い手不足対策として、関西圏からの短期人材受け入れ、移住促進。
- ・県大小浜キャンパスと水産系大学との連携による、水揚げ状況や栽培漁業の取り組みを全国に発信。

(4) 交通インフラ・アクセス改善

- ・新幹線利用者限定のデマンドタクシーやタクシーの無料化。
- ・新駅（東小浜駅）と在来線駅（小浜駅）間のアクセス充実、中心市街地の空洞化・衰退化防止。
- ・路線バスの本数増加、バス停での待ち時間対策。

(5) 若者・子育て世代の定住促進

- ・新幹線通勤者・通学者への交通費補助制度の創設による人口流出防止。
- ・都会からの移住者への補助金、空き家・空き地活用による住居確保。
- ・通勤等のガソリン代補助制度の創設。

- ・子どもたちの「見てみたい」「やってみたい」という夢を叶えるまちづくり、大人たちの頑張る姿を見せることの重要性。
- ・コンビニの増加、集いの場所（勉強場所など）の設置。

(6) 情報発信・地域活性化

- ・百人一首、気球、夜間キャンプなどのイベント増加。
- ・市民全員による市長の SNS フォロー、市長のインスタライブ（お悩み相談など）による情報発信。
- ・有名人、アニメ、漫画を使った小浜の宣伝。

2 市長からの主な回答

(1) 新幹線開通と人口増・雇用機会創出

- ・新幹線開通によるベッドタウン化は、京都・大阪が通勤圏となり、土地価格の優位性から居住エリアとして選ばれる可能性があると認識している。
- ・企業誘致は、単なる雇用数だけでなく、従業員が「ここで暮らしたい」と思える子育て・教育環境、食の魅力などを高めることが重要であり、小浜で暮らすことの価値を高めることで相乗効果を狙う。
- ・企業誘致は、全国的な競争であり、小浜のまちづくりに合った企業に来てもらうため、地域の特徴を色分けして打ち出し、東京や大阪等でのアプローチも強化していく。

(2) 観光振興と魅力向上

- ・宿泊客減少の懸念に対し、宿泊したくなる仕掛けを皆で考え、弱みを強みに変える視点を持つことが重要。（朝日や夕日など宿泊しないと見られない景色などを PR）
- ・道の駅やアンテナショップは、小浜が目的地となるような仕掛けが必要であり、来てもらうための PR はブランド戦略の柱となる。
- ・生産者の顔が見える PR は、再訪やリピート購入に繋がる有効な手段であると認識している。
- ・SNS を活用した魅力発信の重要性は認識しており、紙媒体だけでなく、必要な人に届く SNS の有効性を活かして推進していく。
- ・地域で開催しているイベントは、知ること興味を持たれる可能性があるため、積極的に発信する。
- ・エンゼルラインを活用したジップラインのアイデアは面白い。
- ・小浜独自の「変わらない強み」（自然、歴史文化、食）を再認識し、それを活かしたブランド戦略と情報発信の強化が不可欠である。
- ・ナイトタイムエコノミー（夜の街活性化）は宿泊に繋がるため、夜を過ごす魅力づくりを検討する。
- ・学べる場、体験できる場の充実は教育旅行などにも繋がり、小浜の強みとなる。

(3) 農林水産業の活性化と担い手確保

- ・担い手不足に対し、ワーケーションなど多様な働き方を許容する小浜の強みを活かしていく。
- ・水産系大学との連携は、漁業の DX や先端技術活用に繋がり、企業誘致戦略にも組み込んでいる。

(4) 交通インフラ・アクセス改善

- ・デマンドタクシー無料化について、外部からの観光客にはお金を落としてもらい、その収益で市民が安く交通手段を利用できるような仕組みが重要である。地域で稼ぎ、地域住民の生活を豊かにする方向を検討していく。
- ・路線バスは、観光客輸送と住民の生活の足としての融合を検討。小さな目的地に魅力を感じてもらい、バス利用を促進する。

(5) 若者・子育て世代の定住促進

- ・観光客の流入だけでなく、流出を防ぎ「住みたくなる」「暮らしたくなる」まちづくりが重要。若い世代が挑戦できるまちづくり、まちづくりに参画できることが重要。
- ・子どもたちの夢を叶えるまちづくり、アイデアにチャレンジできる事業を増やしていく。

(6) 情報発信・地域活性化

- ・百人一首など、小浜の強みだが外部に伝わっていないものを積極的に発信していく。
- ・SNS を積極的に活用し、外部に魅力を発信していく。