2025 年 9 月【堀内議員】一般質問　要約

子育て支援策の PR とふるさと納税の未来志向の活用に関する一般質問のまとめ（富雄議員）

---

1. 議論の前提となる市の現状と取り組み（事実ベース）

市の答弁によると、庄原市の子育て支援に関する現状と取り組みは以下の通りです。

- **市のこれまでの具体的な取り組み**:
    - 市の最上位計画である「第 2 期庄原市長期総合計画」および「庄原市未来子どもプラン」に基づき、子育て環境の充実に継続的に取り組んでいる。
    - 市民への情報提供として、「広報しょうばら」で子育て支援の特集を組んだり、妊娠期から高校生までの支援内容を時系列でまとめた「子育てカレンダー」形式のガイドブックを配布したりしている。
    - 市の公式ホームページにも「子育て支援一覧」を掲載し、情報発信を行っている。
    - 出生した家庭には、庄原市産のヒノキで作られた積み木か写真立てを、生後 3〜4 ヶ月の家庭には木製のおもちゃを贈呈している。
    - ふるさと納税の寄付金の使い道として、「子育て支援」を含む 7 つの事業区分を設け、寄付者が選択できるようにしている。
- **市が認識している現状と課題**:
    - 市の子育て支援策は、妊娠・出産期から学童期に至るまで、一定以上の水準は確保されていると認識している。
    - しかし、その充実した内容が市民や市外の人々に十分に伝わっておらず、より分かりやすい周知（PR）が必要であると感じている。

- ふるさと納税の使い道については、寄付者の意向が多岐にわたるため、特定の分野に一本化することは現状考えていない。子育て支援への一本化による効果（寄付額の増加や市のイメージ向上）については、検証が必要であるとの立場を示している。

2. 議員が提示した現場の現状と調査結果

堀内議員は、市の取り組みを評価しつつも、現場の実感との間にギャップがあることを指摘しました。

- **議員自身の経験に基づく指摘**:
  - 議員自身が結婚や子育てを考える独身者の視点で市のホームページを見た際、情報が探しにくく、具体的な子育てのイメージが湧きづらいと感じた。特に、市が工夫しているという「子育てカレンダー」までたどり着けなかった経験を述べた。
  - 議員の近所に住む夫婦が、庄原市と松江市の子育て支援を比較検討した結果、松江市での子育てを選択した事例を挙げた。後日、その夫婦から「よくよく調べたら庄原市の支援と大差なかった」と聞き、市の魅力が伝わらない PR のあり方に悔しい思いをしたと語った。
- **独自の調査に基づくデータ**:
  - 子育て中の家庭を対象に独自にアンケートを実施し、現場の切実な声として以下のような意見があったことを報告しました。
    - 「高校卒業後の教育費支援が欲しい」
    - 「生活に必須な車の維持費の負担が大きい」
    - 「児童手当だけでは足りず、日常の生活費が苦しい」
    - 「給食の無償化や習い事の補助を望む」

3. 議員の質問と市への訴えの要点

これらの現状認識を踏まえ、議員は市の姿勢と具体的な行動を問いました。

- **具体的な質問内容と提案**:
    - **PR 手法の抜本的見直し**: 支援内容が充実しているにもかかわらず、それが伝わっていない「非常にもったいない」状況を改善するため、PR の仕方を根本的に見直すべきではないか。
    - **見える化と付加価値**: 支援の流れをイメージで伝える「見える化」や、庄原産のお米を出産祝いに加えるなど、他市との比較で金額だけでなく「庄原ならではの付加価値」を PR できないか。
    - **市民参画型の PR**: 市民（特にお母さん方）が主体となって SNS で発信するなど、行政と市民が共同で PR に取り組む仕組みは作れないか。
    - **ふるさと納税の戦略的活用**: ふるさと納税の使い道を「子育て支援」に一本化、または重点化することで、「子育てを第一に考える町」という市の姿勢を全国に強く発信すべきではないか。
    - **「未来への投資」という視点**: 子育て支援を単なる福祉政策ではなく、10 年、20 年先の庄原市を担う人材を育てるための「未来への投資」と位置づけ、市としてその覚悟を示すべきではないか。
- **議員の最も強い訴え**:

  議員は、支援制度を増やすこと以上に、**「市の姿勢をどう見せるか」という点を繰り返し強調しました。単に制度があるだけでは市民の心には響かず、市の本気度やビジョンが伝わって初めて、市民は安心して子育てができ、市外の人も庄原市に魅力を感じると訴えました。また、行政が支援をしっぱなしにするのではなく、市民が「共に町を作る」という「参画」の意識**を持てるような仕組みづくりを強く求めました。

4. 議員と市との間で活発に議論された場面

今回の質問では、特に市の PR 戦略とふるさと納税の活用法について、議員と市の間で認識の違いが浮き彫りになり、議論が深まりました。

- **【議論 1】子育て支援の「伝え方」の問題**

  議員は、知人が松江市を選んだ事例を挙げ、「支援内容は大差ないのに、伝え方で負けているのは悔しい」と述べ、市

の PR 不足が移住・定住の機会損失につながっている可能性を指摘しました。これに対し市は、ガイドブックやホームページでの工夫を説明しつつも、議員が指摘する「来てもらえるような PR」の必要性を認め、「検討する」と答えました。議員はさらに、市民（お母さん方）が主体となる SNS 発信や、庄原産のお米を贈るなど、市のブランドイメージを高める具体的な PR 手法を提案しましたが、市は既存の取り組み（木製品の贈呈など）を説明するに留まり、新たな提案については「研究・検討する」との回答でした。

- **【議論 2】ふるさと納税を「未来への投資」と位置づける覚悟**

  議員は、ふるさと納税の使い道を子育て支援に集中させることで、「市が何を最も大切にしているのか」を明確にすべきだと主張しました。これは単なる財源確保策ではなく、「市の未来への投資に対する覚悟」を内外に示すための戦略であると位置づけました。市側は、寄付者の意向が多様であることを理由に一本化には慎重な姿勢を示し、「各分野とも重要」と答えました。これに対し議員は、子育て支援が「緊急ではないが、最も重要な領域」であり、「本当の緊急事態になってからでは間に合わない」と危機感を表明。市民と共に未来を作るという市の明確なメッセージ発信を再度求めました。

5. 市の答弁と今後の方向性

議論全体を通して、市は以下の姿勢を示しました。

- **直接的な回答**:
  - ふるさと納税の使い道を子育て支援に一本化することについては、「基本的には変更予定はない」と明確に否定しました。
- **今後の対応**:
  - 子育て支援策の PR 手法については、議員からの指摘を受け、今後「分かりやすさ」を意識した効果的な方法を「検討・研究する」と複数回にわたり回答しました。
  - 議員が提案した具体的な支援策や PR 手法については、直接的な導入の可否は明言せず、「研究する」との回答に留めました。

- **回答を留保した点**:
    - 議員が提案した「車の維持費補助」や「お米の贈呈」といった、他市にないユニークな支援策の具体的な導入可能性については、明確な回答をしませんでした。
- **最終的な市のスタンス**:

  市は、子育て支援策の内容そのものには自信を持っているものの、その魅力が市民や市外の人々に十分に伝わっていないという「PR 面の課題」は認識していることが示されました。今後は、情報発信の「見せ方」や「伝え方」を改善していく方針です。一方で、ふるさと納税の活用法については、現状の多分野にわたる支援を継続する姿勢を崩さず、子育て分野への極端な重点化には慎重な立場を維持しました。