

愛南町 × ふるさと納税



ふるさと納税は町の
知名度アップにも

町の活性化に繋がる 職員・事業者の連携

愛南町の令和3年度のふるさと納税の寄付額は7億を越えており、4年度の目標寄付額は10億円。特産の柑橘類をはじめ、魚介加工品や菓子類が人気を集めています。しかし、初めから寄付額が高かったというわけではなく、ふるさと応援寄付金のサイトに掲載する写真の見せ方や、言葉の選び方など細部にわたるまで工夫を凝らし、また近隣町村や全国の競合商品の情報収集に積極的に取り組むなどし、寄付額を伸ばしてきました。また、職員の皆さんが事業者の方々のところへ訪問し、特産品の売り込みや商品開発を考えるなど、連携した取り組みを実施しているとのことでした。愛南町では、ふるさと納税をきっかけに、①町への興味関心を高め、観光客の誘致や関係人口を増やすこと②特産品の魅力を知ってもらい通常の購買を促進させ地域の生産力をアップすることを目指しています。

インターネット上においては地域の格差はないので、積極的かつ効果的な「町の魅力や特産品の発信」が求められます。本町においても、町の活性化につながるような工夫を凝らした取り組みが求められます。

松山市 × 防災



説明を受け質問する委員

大切な命を守るための防災力

阪神・淡路大震災のときよく言われていたのが「自助（一人ひとりが自分の命や生活を守るための活動）7割、共助（一人ひとりが隣人等と協力して地域を守る活動）2割、公助（行政が実施主体となる活動）1割」だったといいます。松山市では自助・共助の役割がとても重要と認識し、市内全域での自主防災組織の結成を促進してきました。今では100%を達成しています。

また自主防災組織の結成だけでなく、南海トラフ巨大地震等の大規模災害に備えるため、地域の防災力向上につなげる取り組みが多く行われています。その一つが、市民の防災士の取得です。自主防災組織の推薦という条件のもと、防災士の資格取得に必要な経費を全額公費で負担しています。全国初のこの取り組みは平成17年から始まり、今では全国一の防災士数を誇っています。年間の防災訓練や研修の参加者は年々増加し、一人ひとりの防災意識の向上につながっています。

東日本大震災から11年が過ぎましたが、あの日の出来事は忘れることなく、私たちの心に生きています。ですが、震災当時を知らない子どもたちも多くいます。近年、災害は複雑化し、全国各地で毎年大きな被害が発生しています。いつ発生するか分からない災害に一人ひとり対応できるよう、防災への取り組みが必要です。

本町では、総合防災ハザードマップが昨年、各家庭に配布されました。また、やまだ防災だよりでは避難所情報や防災情報アプリの活用等、防災に関する情報の周知徹底がなされています。情報の周知だけでなく、どういった防災の取り組みを町では展開していくのか、引き続き調査していきます。

今後の委員会の動き

本町のSDGs事業や防災、ふるさと納税の現状や課題について、委員会では調査を進めていきます。調査後の内容等については、議会だよりで報告していきます。