

2026 年度 会派議員派遣報告書

会 派 名	新風
議 員 名	田中 裕規、角広 寛
議員派遣先名	自治体・公共 Week2026（東京ビッグサイト） 東京

派遣費用

科 目	支出額	摘 要
研究・研修費	128,400	旅費
合 計	128,400	

1 三原市での課題と派遣の目的（本市の現状と課題を明確に）

全国の自治体や官庁、公共機関が抱える様々な課題を解決し、「住みやすい街づくり」「地域の活性化」「業務効率化（DX）」を実現することを目的とした日本最大級の専門展示会に参加し、本市の課題解決に参考になるものがないかを調査した。

2 実施概要 （1カ所目）

実 施 日 時	派 遣 先	自治体・公共 Week2026 東京ビッグサイト
2026 年 5 月 13～15 日	担 当 部 局	自治体・公共 Week 実行委員会

報 告 内 容 ・ 所 感	<u>I. 展示会について</u> 本展示会は下記の目的や役割を持って開催された。 1. 地域の課題解決と最新トレンドの情報収集 全国の自治体職員や公共機関の担当者が一堂に会し、各地域が直面している「少子高齢化」「インフラの老朽化」「防災対策」などの課題を解決するための最新テクノロジーや製品、サービスを直接比較・検討する場を提供している。 2. 多角的な専門テーマによる総合的なアプローチ このイベントは単一の展示会ではなく、自治体の関心が高い以下の専門展（構成展）で組織され、それぞれの分野での最先端の解決ツールを紹介している。 - 自治体 DX 展： 業務効率化、生成 AI の活用、セキュリティ対策、DX 人材育成 - 地方創生 EXPO： 地域の魅力発信、観光振興、移住促進、産業活性化
---------------------------------	--

報告内容・所感	・ スマートシティ推進 EXP0： MaaS（次世代移動サービス）、通信ネットワーク、ゼロカーボン化 ・ 地域防災 EXP0： 防災 ICT、水害・地震対策、非常用通信、災害に強い街づくり ・ 自治体インフラ維持管理・老朽化対策展： 道路や橋梁などの点検技術、予防保全、長寿命化 ・ 地域福祉 EXP0： 子育て支援、高齢者・障害者向けの見守り、ヘルスケア 3. 次年度予算化に向けた「具体的な商談」の場 開催時期（5月中旬）は、自治体が次年度（翌年4月～）に向けた予算編成や新規事業の企画・本格検討を始める重要なタイミングにあたる。出展企業にとっては「現場のリアルな課題やニーズ」をヒアリングし、自治体側にとっては「予算化に向けた確度の高い情報収集とビジネスマッチング」を行うための実務的な商談の場となっている。 4. 国の指針や成功事例を学ぶ（セミナー開催） 中央官庁（総務省など）の担当者や、先進的な取り組みを行う自治体の首長らが登壇するセミナーが連日開催され、国の最新の公共施策・指針を正しく理解し、他自治体の成功事例を自地域へ横展開するためのノウハウを共有するという教育・啓発的な目的も持って開催されている。 Ⅱ. 参加セミナー概要 1. 観光をとりまく現状と今後の観光振興：観光庁観光地域振興課 近藤拓也 ● インバウンド旅行客数は2025年4,268万人となり、旅行消費額は9.5兆円で自動車産業に次ぐ重要な産業となっている。 ● その中で、地方部へのインバウンド宿泊者数率は2025年33%まで上昇し、三大都市圏から地方へ流れが向いている。 ● 観光は、人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口の拡大や旅行消費によって地域の活力を維持し社会を発展させるための切り札である。 ● 2030年までに6,000万人、消費額15兆円を目指し、地方誘客及び旅行消費拡大を推進する。地方の観光地をより魅力的にし、地方誘客を促進していくうえで、DMOが果たす役割は大きい。 ● DMOの常勤職員数の平均は13人。正規職員の割合は41.1%で出向職員や非常勤職員が多い。 ● 現在DMOは、8割が「財源確保」と「人材確保・育成」に課題を抱えている。公共性の高い活動をしており、一定の財源支援が必要である。
----------------	---

2. 持続可能な観光立国へ : 公益社団法人ふるさと回帰・移住交流推進機構 百木田康二

- 観光は、都市に集積した富を地方へ還元させる「富の再配分装置」である。
2025 年 外国人旅行消費額 9.5 兆円、経済波及効果 19 兆円
宿泊・飲食業等の従業員 900 万人
これを 2030 年までに 15 兆円、経済波及効果 30 兆円を目指す。
- 第 5 次観光立国推進基本計画で 2030 年への目標を掲げ、量から質へ。一人当たりの消費額 25 万円（現在 22.1 万円）、リピーター数 4,000 万人を目指す。地方誘客を図り地方宿泊者数率 50% (1.3 億人泊) へ挑戦する。
- そのためには、地方が主役となり「選ばれる理由」を創る必要がある。
 - ・ 高付加価値化の核心 I : 「Uri」と「Yado」の再定義
富裕層が求めるのは「豪華さ」ではなく地域でしか得られない「本物の体験」と地域の歴史・哲学を感じる上質な「空間」と「物語」を求めている。独自の滞在価値と宿泊環境を整備することで、地域の日常が世界の非日常へ
 - ・ 高付加価値化の核心 II : 「Hito・Kone・Ashi」の三位一体
地域の価値を安定した収益へ変えるためには、実働部隊としての伴走支援が必要。①哲学を語れる質の高いガイド。②グローバル富裕層との直接接続する機会の創出。③交通ネットワークを構築し辺境でもストレスのない移動。
 - ・ 以上の 5 要素全てが、地域（広域）での取り組みに不可欠である。
- 稼げるコンテンツ：農業・食・文化を「参加型」物語へ
地域のアイデンティティを「物語」に変えてグローバルに流通させる。観る観光から参加する観光へ（物語の登場人物にさせる）。
稼げる 4 つのコンテンツ①ガストロボミー、②農泊・滞在型農山村漁村、③伝統祭り・文化行事、④アドベンチャーツーリズム
- 「働いてよし」の実現：観光を「若者が憧れる職業」へ
「住んでよし」「訪れてよし」に加え。「働いてよし」の観光産業の実現へ。観光が「若者が地元に戻って働きたい」と思える憧れの職業になることが、自治体経営における観光振興の真の勝利であり、若者流出の止血と地域の未来への再投資になる。

<1.2 所感>

- 観光は、産業となり得る。本市は地域資源を発掘し磨いて活用する観光戦略にもっと力を入れるべきである。人が集まることによって経済が活性化し、雇用が生まれる。企業誘致はもちろんであるが、観光誘客も本市の活性化に寄与する様、戦略を明確にし、予算もつけてもっと活動すべきである。
- 本市 DMO が苦戦している。観光は DMO に任せるのではなく、どうしたら成果が出るのかなど、官民一体となった観光戦略を考えるべきである。

3. 地方への人の流れの創出・拡大について : 総務大臣政務官 梶原大介

- 出生数の減少と、東京圏への人口移動が続いている。東京圏への転入超過は、大半が10代後半、20代の若者が占めおり、大学等への進学や就職がきっかけになっていると考えられる。
- 「移住・定住対策」の推進として、情報発信・移住体験・住居就職支援などに特別交付税措置をしている。
- 地方移住を検討している方等の窓口として、東京駅八重洲口に「移住・交流情報ガーデン」を平成27年3月に開設している。
- 地方移住や関係人口の創出対策として、次の制度を行っている。

(1) **地域おこし協力隊** : 隊員数は8,196人と増加している。地域おこし協力隊の活動で、地域が変わってきた事例もある。

(2) **ふるさと住民登録制度** : 関係人口の規模や地域との関係性を可視化し、地域の担い手確保や活性化につなげるこの制度について、R8年度中の導入を目指し検討している。現在、モデル事業を7道県、21市町村で実証実験に参加。

(3) **地域活性化起業人制度** : 地方公共団体が、都市部の企業などの社員を一定期間受入れ、そのノウハウや知見を活かし地域活性化を図ることを目的としている。令和7年度にマッチングプラットフォームを構築し、制度活用をさらに推進している。令和7年度の地域活性化起業人数は1,215人。企業派遣型の活用企業数は475社。

(4) **ふるさとミライカレッジ** : 若者の力を活かした魅力的な地域づくりや未来の地域づくり人材の育成を加速させるため、自治体が大学等と連携し、学生のフィールドワーク等を受け入れて地域課題解決プロジェクトを支援するものである。

(5) **ふるさとワーキングホリデー** : 都市部の若者などを一定期間(概ね2週間～1カ月)地方に滞在し、働いて収入を得ながら、地域住民との交流や学びの場などを通じて地域での暮らしを体感することで、地域との関りを深めるものである。

(6) **子ども農山漁村交流プロジェクト** : 農山漁村での宿泊体験や自然体験を通じて、学ぶ意欲や自立心、規範意識などを育み、力強い子どもの成長を支えるとともに、受け入れ地域の活性化や関係人口の創出・深化に寄与する。

<3 所感>

- 本市は、地域おこし協力隊員をもっと増やしても良いと思う。そして、上記制度を活用した関係人口の創出活動を積極的に推進すべきである。

1. 地方創生

(1) AI が伝えたいを即解決 ToyTalk : 観光

- ・ QR を携帯で読み取るだけで、多言語で表示や音声説明が可能
- ・ 観光場所に QR コードを設置するだけで、説明をしてくれるので便利
- ・ 説明文や音声は AI が行う、地元で作った文面の入力も可能
- ・ 例えば、駅北の小早川隆景公像に QR コードを設置して、携帯で読み取ると隆景公のような音声で説明が聞けるようになる。各所に設置すれば観光案内が無人で可能となる。
- ・ ソフトは無料。作成は A I か自分たちで作成し入力。取扱いについては、会社がサポートする。
- ・ 株式会社ブリッジウエル

(2) 子ども屋内遊戯施設 : こども支援

- ・ 事業者とダッグを組み様々な子ども施設をトータルで考える企業で、犬山市では、屋内遊戯施設を設置及び指定管理者として運営
- ・ 工事費は 4.5 億円。規模にもよるがこれまで 5 千万円から
- ・ 成田空港、小樽市、横浜市、関市、大磯市等で施設展開
- ・ 株式会社フレーベル館

2. 自治体 D X

(1) 自治体職員向け地方創生データベース「ナレッジシップ」: 政策調査

- ・ 他自治体の取り組みや補助金情報を検索できるソフト
- ・ 全国約 1500 自治体の予算・施設情報や国の補助金・交付金情報を一カ所でまとめて閲覧が可能
- ・ 登録・利用ともに完全無料 2024 年以降のデータ
- ・ 三菱 U F J リサーチ & コンサルティング株式会社

(2) 部活動地域クラブ運営を管理するアプリ”みんクラ”: 部活支援

- ・ 部活動の地域移行が進む中、生徒管理・出欠連絡・会費決済・スケジュール管理・入会申込管理・連絡機能等を持ったアプリ
- ・ 初期費用 30 万円 月額 100 円/名
- ・ これから部活動の地域クラブ移行が進む中で、活用できるのではないか
- ・ PEOPLE HORIZON 株式会社

3. スマートシティ推進

(1) 自動運転車

- ・ 日産、兼松等数社からレベル 4 の自動運転車が展示されていたが、いずれも価格は 1 億円代。国からの補助が 8 割あるが、本年度より管理が厳しくなり、実証試験から実用化に向けた取組をしない場合は全額返金しなくてはならなくなった模様。実証実験だけでは厳しくなった。

(まとめ)

・「住みやすい街づくり」「地域の活性化」「業務効率化 (DX)」の最新の動向や地方活性化に関する講演から、今後の活動に参考にすべきことなど勉強になった。

まずは、新たな産業として観光は地方創生の切り札であること。遅れている本市の取り組みをどう変えて行くかを考える必要があると感じた。

また、最新技術については役立つものが多々あるが、費用の面で取り組めないものが多い。動向をこれからも注視していく必要がある。その中で、無料で活用できるものもある。例えば、A I を活用したQRコードによる観光案内は是非とも導入すべきである。また、地方創生データベースも無料で、他自治体の取り組み状況や補助金情報などを調査するには便利なツールであり活用したい。



※ 施設先の写真・資料等を必ず添付すること。