

令和8年3月25日

豊川市議会議長 神谷 謙太郎 様

総務委員長 加藤 典子

## 総務委員会所管事務調査報告書

本委員会の所管事務調査についての調査結果を報告します

### 1 調査事項

- (1) シティプロモーション戦略プラン、及び活動方針について  
都市一極集中の懸念により、地方の住みよさ、特色を再評価する必要性がある一方、それらを地方自治体自らがどう認識し、また周知するかが課題となる。少子高齢化が加速する中、高齢人口は定住を望む一方、生産年齢人口は雇用形態やライフスタイルに合わせて移住する傾向があり、本市の魅力をいかにブランディングできるのか調査する。
- (2) 移住促進施策について  
上記の理由に伴い、持続可能な自治体運営と切り離せないのが人口増の施策となる。若年層の都市部への流出は避けられない一方で、地域経済や雇用の確保策はもとより、ニーズに沿った住居情報を丁寧に提供することも移住に直結する具体策となり得る。移住を求める層のニーズを測り、分析をもとに、より魅力を感じさせる情報提供のあり方を調査する。
- (3) シティプロモーション戦略について  
(1)に同じ。
- (4) オンライン市役所について  
デジタル化の加速する今、行政の効率化、利便性向上に向け、市役所でも様々な手続きや業務のオンライン化が進んでいる。人口減とはいえ、社会課題の多様化で行政業務はより複雑化している一方、デジタル人材の育成も課題である。市民サービスとしても、よりわかりやすい業務の簡素化も図る必要があり、今後の新本庁舎建設に向けたシステム構築の様々な手法を調査する。
- (5) 生成AIの活用について

現代社会で生成 AI の発展は目まぐるしく、文書作成や表計算だけでなく、多言語対応や画像生成など含め、学習能力を高めた生成 AI は人間の入力するプロンプト（指示文）の精度を高めることで、その能力が発揮されることが周知となっている。しかし、学習させていないものに関しては、ハレーション（誤情報）も懸念されており、生成 AI を利用する側の情報精査やリテラシーの課題に対する社会問題も浮き彫りになっており、市民の混乱を招きかねない。情報の正確性をどのように学習させ活用しているのか調査する。

## 2 調査内容

別紙の通り。

## 3 調査結果

### (1) シティプロモーション戦略プラン、及び活動方針について

#### ① 本市の状況

広報大使やゆるキャラ、SNS の活用、イベント促進など、関係交流人口増施策はこれまでも進めてきたが、他自治体と遜色ない PR から脱却するため、近年は代理広告店のプロモ起用や、組織改革機構により新たな部署が設置（元気などよかわ発信課）され、本格的な本市のシティセールスがスタートしたと言える。マーケティングにあたっては途上であり、シビックプライドの醸成に取り組んでいる最中である。

#### ② 先進市の状況（茨城県守谷市）

守谷市の立地として都心からの移住などに注力する必要がある、シティプロモーション（以下 CP）事業は近隣自治体との差別化が図られる重要施策であったと推察する。当初、職員として CP マネージャー配置を試みるも、条件に見合う人材には恵まれず、戦略プランやブランドメッセージなどの業務委託などを経た上で、現在は秘書課が担当する。インナープロモーション（市民、団体対象）では庁内情報の集約発信、アウトタープロモーション（市外者対象）では守谷の魅力発信を対外的にするなど、体制を明らかにし、“未来におせっかい”として市民記者の SNS 運用や、職員アイデアの細やかな事業が展開されるが、その根底には市民、職員だからこそそのシビックプライドと行動、挑戦が垣間見える事業であった。

#### ③ 総評

マーケティングの基本は対象者（ペルソナ）設定であり、インナー・アウトターそれぞれの対象ごとの戦略を位置付けることは行政 CP の要とも言える。また、シビックプライドの醸成は属性で測る必要もある。高齢者層はすでに文化歴史等で形成されるが、こども・若年層へ訴求する場合、街の魅了はお店や環境、暮らしやすさなど、生活に直結する情報提供が効果的なのかもしれない。守谷市でのシンボルキャ

クター、絵本・グッズ展開や市民記者の活用など参考にしつつ、シビックプライドは行政側の細やかな挑戦で醸成されると認識されたい。

## (2) 移住促進施策について

### ① 本市の状況

固定資産税の補助や空き家バンク、学生の市内就労支援、創業・就農等支援で雇用促進との相互作用を目的として様々な支援メニューは用意している。しかし、どの自治体も同じようなメニューは存在しており、決め手になるとは言い難い。現在は移住定住促進サイトを立ち上げ、“お客様の声”ならぬ“住民の声”として本市の魅力を語ってもらい記事の更新を継続するほか、移住の補助や支援メニュー等も視覚的にわかりやすく発信している。

### ② 先進市の状況（栃木県那須塩原市）

避暑地として自然豊かな土地柄もあり、アウトドアアクティビティや温泉など観光地として知名度は高いが、その魅力をさらに移住へ繋げるため、移住促進センターとしてワンストップの相談窓口を開設。窓口、電話、オンラインで土日祝日も受け付け、働く世代に配慮された運営が魅力だ。移住条件の聞き取りにより、自然エリアと利便性エリアなどを特定しつつ、オーダーメイドの現地案内ツアーを実施。不安解消のため、災害リスクや移動手段の有無なども丁寧に説明し、R1年度16人だった移住者はR6年度322人まで増加した。（うち東京圏からは70%）

### ③ 総評

地域おこし協力隊の支援や観光地としての魅力を活かした那須塩原市の事業だが、移住の受付案内としてコンシェルジュ的な要素をもち、具体的な移住の寄り添い型サポートは非常に手間をかけている。（一組半日かかるツアーとのこと）すでにこの土地（自然環境や首都圏へのアクセス）に魅力を感じて相談に来ることを想定すると、その段階からの努力が本市の課題にもなりうる。

## (3) シティプロモーション戦略について

### ① 本市の状況

(1) ①に同じ。

### ② 先進区の状況（東京都大田区）

都内の住宅価格高騰により、経済的負担から子育て世帯の転出超過が課題となっている。そのため、CP事業ではターゲットをこどもを包含する子育て世帯中心に定め、暮らしに焦点を当てた発信を行っている。羽田空港を源とした羽根のブランドモチーフを起用。庁内の広報情報の共有がなされておらず課題としている。SNSに依存している感があり、効果計測としては懐疑的な部分もあるが、市長自らの発信などは大田区らしさを表現している。

### ③ 総評

庁内の広報情報連携が課題とされていたが、ワーキンググループを立ち上げているとのこと。ただ、広報情報は集約した上で全て発信せず精査する必要もある。(市民が受け取りたい情報、行政が発信したい情報は別) 関係部局への配慮が必要となるため、プラットフォーム化は良い提言であった。SNS に関しては、ユニークおおたのフォロワーが 1,800 (R8.2 現在) に対し、本市公式は 12,000、イナリン公式でも 3,800 と本市のこれまでの実績を評価したい。

## (4) オンライン市役所について

### ① 本市の状況

本市でも国のマイナポータルや愛知県の電子申請届出システムなどにより、引越し、子育て、介護、国民健康保険、パスポートなどのオンライン申請はすでに可能となっている。書かせない・待たせない・来させないの 3 ない窓口実現のため、これまでも DX 化、国の標準化に伴い情報政策課で推進してきたが、新本庁舎建設に向け、窓口業務の洗い出しやデジタル化を前提にした設計が必要であり、先進事例を参考にする必要がある。

### ② 先進市の状況 (神奈川県藤沢市)

藤沢市 DX 推進計画を R4 年 4 月に策定。デジタルプラットフォームのあり方として、市民・まち・職員の三方よし (近江商人の心得) を定め、一人一人のニーズに合った簡素化された申請をどこでもできる。さらに AI・RPA 技術の利用促進やキャッシュレス化にも取り組み、本格的なデジタル市役所の実現を目指す。市民ポータルサイト『ふじまど』提供により、令和 6 年度末では 703 手続きがオンライン化完了しており、利用率は 76% に上る。また『コンタクトセンター』では外部委託によりオペレーターのワンストップ対応を実現、23.8% が一次対応で完結している。

### ③ 総評

市民ポータルサイトの構築にあたっては、ノーコード、ローコード開発ツールである Salesforce 活用によって構築されているため、プログラミングコードなどの専門知識を有さない職員でも申請フォームが作成可能となり、都度業務発注が不要になり、より自治体に沿った市民サービス向上が狙える。コンタクトセンターに至っては、デジタル田園都市国家構想交付金等の活用を含め 2 億 1500 万円ほどの構築、運用費用に対し、23.8% の完結率をどう受け止めるかである。しかし、22 万件以上の年間問い合わせ件数を 8 時~21 時までオペレーター対応している点は、明らかに業務の軽減には値している。

## (5) 生成 AI の活用について

### ① 本市の状況

ホームページに表示される AI チャット bot 活用は以前から取り組んでいる。総合窓口対応に当たる機能ではあるが、精度が高いとは言い難く、学習している情報だけでは市民サービスに直結できていない。また、行政職員は異動すると新たな業務に対応せざるを得ないため、その知識量・情報量は膨大なものになるが、過去の採用抑制の影響から中間年齢層の職員割合が下回る現状で、市民サービスを維持するために AI 活用が生かされるのかの過度期である。

② 先進区の状況（東京都葛飾区）

葛飾区固有の情報を取り込んだ『葛飾区生成 AI (かつしか Chat)』の全庁利用を R6 年 6 月より開始。例規集や様々な基本計画、契約・会計などのマニュアルなどを学習させ、単なる検索でなく文章の要約やアイデア出しなどの提案まで活用する一方、窓口での対応がマニュアル対応だけで終わらないよう、行政の参考資料出版会社から著作権の使用許可を受け、データとして投入するなどの検証を進めている。入力には窓口での対話音声を認識させて聞き漏れを防ぎ、個人情報の入力を避けるシステムも導入済みであり、確認を人的作業で補うなど、業務の補助として効率化や省力化につなげている。

③ 総評

生成 AI の活用には様々な議論があり、懐疑的な意見も散見される昨今だが、膨大な情報が溢れる中、これらを扱う人的ソースはもはや不足していく一方であり、補助機能として庁内データを一括して学習させることにより、内部統制にも一定の効果が得られるのではないかと推察する。職員の能力低下につながらないかの疑問が一定数あるかとは思いますが、逆に多くの情報量に触れる機会を部局を超えて得られる総合的な能力の開発にも寄与する期待も得られる。

#### 4 総務委員会からの提言

(1) シティプロモーション戦略プラン、及び活動方針について

本市シティプロモーション戦略の新たな策定に向けた視察だが、CP 事業ではどの自治体も『戦略』と位置づけている。策定計画で終わらせてはいけないほど、それぞれの自治体での人口増施策は加熱しているとも言える。シビックプライドの醸成は自然派生するものと捉えず、市民が能動的となる戦略となるよう、細やかな事業展開や市民のアイデアを反映するなど、攻めのマーケティングと行動力を示されたい。

(2) 移住促進施策について

移住相談での内容は多岐にわたるが、行政の立場上、不動産や勤務先などの仲介はできないため、支援は限られ、全てに寄り添うことができないのが実情である。定

住の上での費用対効果も考えながら、自治体としての相談に加え、直営できない部分を民間等と利益共有し、相互負担で協働できる事業展開も検討の余地があるのではないか。地域経済を支える労働力の確保を観点に、移住定住数の目標値も定められたい。

(3) シティプロモーション戦略について

今回の視察では東京郊外の CP 事業の方が効果的に運用されている印象を受けた。都内の住宅価格の上昇は経済効果はあるものの、子育て世帯の転出超過は自治体運営には非常に厳しい一面もある。外部人材の SNS 運営支援を受けているとのことだが、日々変化するトレンドに対応できるのか疑問が残った。避けては通れない情報発信ツールではあるが、学生の起用も視野に入れ、SNS と相性の良い発信に限るなど、目的を定めて運用されたい。

(4) オンライン市役所について

現在のオンライン申請は国、県、それぞれのプラットフォームがあり、併せて市の申請もとなると、藤沢市のように市民の利便性のためにはこれらを統合する必要性が生じる。デジタル庁で進めてきたマイナポータルの精度が上がるのが望ましいが、全国それぞれの申請リストは異なるため、ノーコードツール活用は確かに有用である。様々な自治体ごとのプラットフォーム化が進むが、一度選択したのちは変更がきかないため、日々のサービス事業者の動向も抑えていく必要がある。コンタクトセンターに関しては、市民サービス向上に加え、職員の負担軽減策として費用対効果を換算する必要がある。また、オペレーターの聞き取りの精度を上げ、完結率を向上させていく場合、プロポーザルとはいえ同事業者の随意契約となる懸念も含めて検討されたい。

(5) 生成 AI の活用について

業務効率化に今後生成 AI の活用は避けて通れないが、情報を慎重に扱う行政では職員のリテラシー確保策として利用ガイドラインの研修が必修になる。個人利用範囲から庁内共有まで至れば情報量の精査はさらに進み、相談内容の蓄積記録は市の財産にもなり得る。多言語対応や議事録など AI の進化に助けられる一方、責任の所在が利用する側にあることも認識し、住民サービスに至っては情報や規則の正確性だけでなく、柔軟性で補う窓口対応も AI が対応する日が来るのかもしれない。

別紙

<調査結果>

令和7年 6月 23日(月)

『調査事項、視察項目の決定』

令和7年 7月 29日(火)～ 31日(木)

視察の実施

29日 茨城県守谷市 『シティプロモーション戦略プラン、活動方針について』

30日 栃木県那須塩原市 『移住促進施策について』

31日 東京都大田区 『シティプロモーション戦略について』

令和7年 11月 14日(金)

『調査事項、視察項目の決定』

令和8年 1月 28日(水)～ 29日(木)

視察の実施

28日 神奈川県藤沢市 『オンライン市役所について』

29日 東京都葛飾区 『生成AIの活用について』

<意見交換会>

令和8年 3月 10日(火)