

令和 8 年度総務常任委員会行政視察報告書

1 視察日 : 令和 8 年 7 月 6 日 (月) ~ 7 日 (火)

2 視察地 ① 群馬県みどり市 (面積 208.42 km² 人口 48,921 人)
・地域おこし協力隊について

② 埼玉県北本市 (面積 19.82 km² 人口 65,403 人)
・シティプロモーションの取組について

③ 埼玉県入間市 (面積 44.69 km² 人口 144,723 人)
・地域コミュニティづくり事業について

3 参加者

委員長 石塚 政行

副委員長 渡邊 英子

齋藤 典子

議長 宮本 莊山

関 由紀夫

佐貫 薫

石井 侑男

執行部 小野 陽子 秘書広報課課長補佐

随員 山下 友太郎 議会事務局主査

行政視察報告書

1 みどり市の地域おこし協力隊について

みどり市の地域おこし協力隊は平成 28 年から受け入れを開始し、現在は林業、農業、移住・定住支援の分野で 6 名の現役隊員が活動している。

特筆すべきは、任期満了で退任した 21 名のうち 16 名が市内に定住しており、定住率は 76.1%と全国平均を上回る実績を挙げている点である。

この高い定住率を支えるため、一般財源を活用した退任後最長 3 年間の定住支援補助金(月額 5 万円)や、特別交付税を財源とした起業・事業承継を支援する補助金制度を設けている。また、採用後のミスマッチを防ぐ「おためし地域おこし協力隊」プログラムや、月 1 回の広報誌での活動日記掲載など、市民への情報発信と地域への溶け込みを重視した支援体制を構築している。

2 視察の目的

みどり市における地域おこし協力隊の先進的な取組を調査することにより、地域コミュニティづくりや定住促進に関する知見を深め、もってこれらの取組を今後の矢板市のまちづくりや議会活動等に活かすことを目的とする。



3 視察概要

- 視察日時：令和 8 年 7 月 6 日(月) 10:00～11:30
- 視察先：群馬県みどり市役所

4 視察内容

みどり市役所において、地域創生課担当者より地域おこし協力隊の活動状況、退任後の行政からの支援、今後の展望について説明を受けた。その後、質疑応答を行い、以下の点について詳細な意見交換を実施した。

- 採用とミスマッチ防止：2泊3日の体験プログラムを通じた適性判断の重要性について
- 定住支援と事業承継：高齢化で閉店した商店の技術を協力隊が引き継ぐ事業承継の検討状況について
- 情報発信と地域連携：市のウェブサイトや紙媒体を活用した活動の「見える化」と、地域行事への参加を通じた住民との関係構築について

5 総括

今回の視察を通じ、地域おこし協力隊の定住には、単なる経済的支援だけでなく、行政による継続的な伴走支援と、市民が活動を理解・応援する「見える化」の取り組みが不可欠であることを再認識した。

特に、担当職員が隊員と密接に関わり、人事異動に左右されない支援体制を維持しようとする姿勢は、矢板市においても大いに参考となる。今回の視察で得た知見を持ち帰り、今後の矢板市のまちづくりに活かしていきたい。



行政視察報告書

1 北本市のシティプロモーション戦略について

北本市は、人口減少社会において「消滅可能性都市」からの脱却を目指し、移住者を呼び込む「アウトタープロモーション」から、既存市民のまちへの愛着を醸成する「インナープロモーション」へと戦略を転換した。豊かな自然環境や災害に強いまちという特性を活かしつつ、マーケット事業を主軸とした市民参加型のまちづくりを推進している。

2 視察の目的

本視察は、北本市が実施するシティプロモーションの先進的な取組を学び、特に以下の点について知見を得ることを目的とした。

- 市民の愛着醸成（インナープロモーション）の具体的な手法と効果
- マーケット事業を通じた地域コミュニティの活性化と文化醸成
- 客観的指標（mGAP）を用いたシティプロモーションの成果測定
- 若年層の流出防止及び地域参画を促すプロジェクトの運営

3 視察概要

- 視察日時: 令和8年7月6日(月) 14:30~16:00
- 視察先: 埼玉県北本市役所

4 視察内容

(1) 戦略の転換とターゲット設定

多額の費用を投じる移住促進策ではなく、市内の25歳から39歳までの女性をターゲットに絞り、市民がまちに誇りを感じ、自ら活動に参加する「北本ラブ」の市民を増やすインナープロモーションへ舵を切った。

(2) マーケット事業の推進

市役所の芝生広場を活用した「&green market」を主軸とし、市民が主体的に関わる場を創出。単なるイベントではなく、ヒト・モノ・コトといった地域資源を知る場として位置づけ、市民参加型のワークショップ「マーケットの学校」を通じてマーケット文化を市内に浸透させている。

(3) 客観的指標「mGAP」の導入

シティプロモーションの成果を測るため、全国で初めて「修正地域参画総量指標（mGAP）」を導入。まちへの「推奨」「参加」「感謝」の3意欲をアンケートで数値化し、施策の妥当性を客観的に評価・検証する体制を構築している。

(4) 若年層向け施策

「ふみだスコーレ」等のプロジェクトを通じ、高校生や大学生が地域の課題解決に挑戦する機会を提供。若者が地元で活動する成功体験を積むことで、地域への愛着を深め、市外流出の抑制を図っている。

(5) ふるさと納税と広報の連携

ふるさと納税を単なる財源確保ではなく、市外の人々との接点を持つプロモーション機会と捉え、シティプロモーション広報担当が所管。広報紙の特集面と連動させ、市の魅力を一貫して発信している。



5 総括

北本市の取組は、行政主導のイベントから市民が主体的に関わるまちづくりへの転換に成功している点が極めて示唆に富む。特に、曖昧になりがちなシティプロモーションの効果を mGAP という指標で可視化し、データに基づいた議論を行っている点は、他自治体にとっても導入の価値が高い。

また、広報とシティプロモーションを同一部署で所管することにより、情報発信の親和性を高め、限られた予算と人員の中で効率的なプロモーションを実現している体制も特筆すべきである。今後は、今回学んだ「市民の愛着醸成」という視点を矢板市の施策にどう反映させるか、具体的な検討を進める必要がある。



行政視察報告書

1 入間市の地域コミュニティづくり事業について

入間市では、自治会の担い手不足や役員の固定化といった「暮らしの土台」が揺らぐ危機的状況を受け、令和4年度に「地域コミュニティづくり事業」を立ち上げた。本事業は、行政が答えを押し付けるのではなく、現状と課題をデータで「見える化」し、解決の糸口を自治会と共に探る「伴走支援」を基本姿勢としている。最大の特徴は、民間のマーケティング専門人材をコーディネーターとして起用し、行政の内輪目線では気づきにくい課題の抽出や、民間発想のPR手法を取り入れた点である。

2 視察の目的

自治会活動の衰退という全国共通の課題に対し、入間市がどのように現状を把握し、支援策を講じているかを調査することを目的とした。特に、外部人材の活用による客観的な課題分析、自治会への過度な依存を避けるための「伴走支援」のあり方、及び自治会加入促進や運営負担軽減に向けた具体的な施策について学び、矢板市の施策展開の参考とすることを主眼とした。

3 視察概要

- 視察日時：令和8年7月7日(火) 10:00～11:30
- 視察先：埼玉県入間市役所

4 視察内容

視察では、以下の取り組みを中心に詳細な説明を受けた。

- **現状把握と課題整理：**自治会役員、市職員、一般市民を対象とした大規模アンケートを実施。担い手不足、参加者減少、知識・手法の不足といった課題を数値化し、市と自治会が共通認識を持つための土台とした。
- **具体的な支援策：**
 - **いるま自治会支援協力員（大学生）：**地域行事への派遣やデジタル支援を通じ、若年層の参画と担い手確保を推進。
 - **自治会優待カード：**市内協賛店での特典付与により、加入のメリットを可視化。
 - **自治会ハンドブック：**運営ノウハウを1冊にまとめ、新任役員の負担を軽減。
 - **ICT支援：**タブレット整備やウェブ加入申し込みの導入により、運営の効率化と若い世代の接点拡大を図る。
- **伴走支援の徹底：**市が主導するのではなく、自治会の自主性を尊重し、横に並んで歩く距離感を維持することの重要性が強調された。



5 総括

本視察を通じ、地域コミュニティの活性化には以下の3点が不可欠であると総括する。

第一に、「現状の見える化」である。推測ではなく、アンケート等で数字として課題を共有することが、市と自治体が同じ方向を向くための出発点となる。

第二に、「入る理由」と「続けやすさ」の両立である。優待カードのようなメリット提示と、ハンドブックやデジタル化による負担軽減をセットで進めることが、遠回りのようで最も確実な近道となる。

第三に、「伴走支援」の徹底である。市が先回りして決定するのではなく、自治会の自主性を尊重し、地域ごとの特性に合わせて柔軟に対応していく姿勢が、持続可能なコミュニティづくりには不可欠であると学んだ。

本視察を通じて得た知見は、矢板市でも大いに参考になると思うので、今後の政策立案や事業推進にしっかりと反映していく。

