

出張報告

報告日 2025年4月25日

会 派 名	柏盛クラブ
報告者氏名	三宮 直人
種 別	☐ 調査研究（ ☐ 行政視察） ☒ 研修会 ☐ 要請・陳情 ☐ 各種会議
用 務	研修参加 令和7年度第1回市町村長等・議会議員特別セミナー
日 時	令和7年4月21日（月）13時00分～4月22日（火）12時20分
場 所 （会場）	オンライン研修
調査項目等	
概 要 所 感	1. 講演1「偽・誤情報問題：その現状と求められる対策」- 国際大学グローバル・コミュニケーション・センター 准教授■■■■氏 ① SNS時代の選挙の課題 ・SNSのメリットは政治への関心を高め、裾野を広げやすいこと。SNS時代の選挙の課題は、過激な情報が拡散しやすく地方都市でも社会の分断が起こる可能性があること。 ・平和を脅かすフェイク情報。自分は大丈夫という人ほど騙される。ネットだけの問題ではなく、フェイク情報として友人知人、家族などとのリアル会話での拡散が一番多い。 ② 情報検証行動をとる ・情報源はあるか？、その分野の専門家の意見は？、他ではどういわれているか？、その画像は本物か？、知り合いだから信じていないか？、表やグラフを疑ってみたか？、その情報に動機（誰が損して得するのか）はあるか？、ファクトチェックをしたか？ ③ 政治家のSNS活用 ・市民社会とつながり、身近な声を政治に反映するためのツールとして、SNSは非常に有効。過剰な萎縮をせず実態を知り、適切に、効果的な運用を行う。 【講演1の所感等】私自身は出所が確かな大手新聞や地方新聞の情報、公的機

関の情報を正とし、インターネットや SNS で裏付けるようにしている。しかしフェイク情報が溢れているのも確か。情報の動機（誰が損得）とファクトチェックを強化していく。

2. 講演 2 「持続可能な地方行財政のあり方」 - 総務省総務審議官■■■■氏

① 「日本は人口が減る」を前提にどうするか

- ・地方創生の始まりは増田レポート、消滅自治体が転機。少子化対策、給食無料化、住居の支援など実施。地方は出生率が高いので地方に移住すればなんとかなるのではないかの発想。これが地方創生の始まり。
- ・ところが人口は減り続けている、増えている自治体もあるが他自治体から移ってきただけで全体は増えていない。日本人の人口は 90 万人減っている、外国人が 35 万人増えている。首都圏でも日本人は減っている、外国人の増でなんとか凌いでいる。
- ・人口が半分になっても倍の一人当たり生産性にする。そのために AI, DX 等を活用する。でも地方は人がいない。人口減＝需要減、生産性で供給力を上げていく。悲観する必要は無い。

② 今までの延長戦は通用しない

- ・災害も多発（能登、山火事など）、感染症もある。地元の消防だけでは対応できない、共通のデジタル化で国と県と自治体との役割見直し、国はもっとお節介が必要。災害後の道路、港の復旧は国がやる。そんな時代になってきている。

③ 総務省の対応例

・（地方自治法の改正）

国は地方公共団体に対し、その事務処理について国民の生命等の保護を的確かつ迅速に実施するため補充的な指示ができるようになった。

・（持続可能な地方行財政のあり方）

大都市圏でも人がとれない。過疎地域だけの問題ではない。合併しても問題解決しない。県が雇って専門人材（デジタルなど）を回す。国だ、県だ、自治体だと言ってる場合じゃない。役割を見直す。

・（地方への人の流れの創出・拡大、地域経済の好循環）

石破首相が施政方針演説で「ふるさと住民登録制度」に言及。地域おこし協力隊の地方財政措置の拡充（R6→R7）、地域活性化起業人の拡充（R7～シニア型創設）、地方公務員の働き方改革の推進など。

【講演 2 の所感等】 DX や AI などを使い生産性を高め供給力を向上していくことは同意見である。生き残るには維持するには、この方法しかないと思える

時がある。自分ができることは何か考えていく。

3. 講演3 おにぎりから世界へ - (社)おにぎり協会代表理事 ■■■■氏

① おにぎりは売れている

- ・総菜市場の市場シェアは米飯類が1位で増加中。
- ・惣菜市場全体でおにぎりは2位、首都圏では1位。
- ・おにぎりは家で作るものから買うものに変化。
- ・おにぎりは世界で売れている (FINDI の三角おにぎり型ポーチ)。日本人、外国人が外国でおにぎり専門店開設、オックスフォード大辞典に ONIGIRI が掲載。外国には3角形の食べ物は無い。
- ・国内のおにぎり専門店2000件超、小スペースで出店可能。

② おにぎりは参入しやすい商材

- ・日本人なら誰でも知っている、具としてコラボできる食材が国内に豊富。食品業界、装置機械業界 (おにぎりマシン)、旅行業界などと連携しやすい。13自治体と連携 (県内では村上市の鮭、魚沼市の米) し、地元PRとしての取組み例多数。

③ 継続のための仕組み化

- ・全国組織 (社)おにぎり協会：ブランディング、人材開発
- ・自治体組織 全国おにぎりサミット：地域・企業の情報発信
- ・地域組織 おにぎりサミットローカル：満足度向上・売上増加

【講演3の所感等】小売店でのおにぎりや専門店が増えているとは感じていたが、国内、海外にここまで浸透・拡大してきていたとは驚きだった。おにぎりという身近な食材が秘める力に気づかされたし、片手で食べられるスタイルは今の若い世代に合っているのかもしれない。食材以外でも、普段あたりまえに触れている日本古来、日本にしかない物や事に価値を見いだす目を持ちたい。

4. 講演4 「地域の歴史・文化資源を生かしたまちづくりーしあわせ実感都市瀬戸内市の取組」ー 瀬戸内市長 武久 顕也氏

① 太陽のまちプロジェクト

- ・閉鎖した塩田を太陽光発電所として再開発。負の遺産の購入であり市民の了解は得られない。しかし、債権者 (銀行) にとってはポンプの費用、堤防の維持管理など維持費が莫大になる。銀行に無償にする理屈を示し無償譲渡、事業スタートに踏み切る。
- ・運営は瀬戸内 Kirei 太陽光発電所、維持は瀬戸内市。
- ・総事業費1100億円、企業出資200億円、融資額900億円、基

金 101 億円（跡地維持管理 61 億円、まちづくり 40 億円）、コーポレートファイナンスではなくプロジェクトファイナンス。

② 国宝「山鳥毛」里帰りプロジェクト

- ・瀬戸内市周辺は、平安時代後期から日本刀の産地として長い歴史と伝統を重ね、数多くの名刀を生み出してきた。国宝「山鳥毛」もこの地で制作された。以前、新潟県上越市でも購入の計画があったが断念した。かねてから市民より瀬戸内市で購入の希望が強く、今回の里帰りプロジェクトの実施に至った。

- ・持ち主の希望額は 5 億円。鑑定額は 3.2 億円、なぜ 5 億円で買うのか市民から理解が得られない。里帰りの価値を評価（鑑定額＋観光や教育の活性化など）し 5 億円となった。

- ・資金はふるさと納税やクラウドファンディングで調達。目標 6.4 億円に対し 8.8 億円が集まった。オンラインゲーム「刀剣乱舞」とのコラボ後、寄付額が急増した。

- ・このプロジェクトで学んだことは、反対者の「人切り包丁を買うのか」の発言に賛成者が奮起したこと、反対者にも思いがあることを理解した。

③ 食のしあわせプロジェクト

- ・市内の保育園、こども園、幼稚園、小学校、中学校に、安全で生産者の顔の見える地場産物を優先的に提供することで、子ども達や保護者に食を通じたしあわせの実感を提供し、それによって地域内での農業や漁業の循環の輪を地域内のみならず域外にも波及させ、瀬戸内市の魅力の向上を図る。

④ 4 期 16 年の市長経験でわかったこと

- ・稼ぐ自治体になること。
- ・行政の大きな目的の一つは正当性を作ること。
- ・一般財源（市独自の財源）を使うのは最終手段であること。
- ・ふるさと納税、財産収入などの税外収入は貴重であること。
- ・地域の価値、自治体の価値、自分自身の価値のバランスをとること。

【講演 4 の所感等】瀬戸内市の武久市長は、4 期 16 年の任期の中で何度か出処進退を考える状況に追い込まれ、その都度自らが先頭になって動き、政策への賛成者、反対者を問わず周りを巻き込み政策の正当性を説きながら凌いできたようだ。その姿勢を一人の議員として市民として取り込んでいきたい。