

伊勢崎市議会議長 新藤 靖 様

伊勢崎市議会 有志会
会長 堀地 和子

令和 4 年度政務活動費支出状況報告書（第1四半期）

伊勢崎市議会政務活動費の交付に関する条例第7条の規定により、次のとおり令和 4 年度第1四半期（4月から6月まで）の政務活動費支出状況を報告します。

1 支出状況

（単位：円）

科 目	今期支出額	左のうち、 今期概算払受領済額	備考
調 査 研 究 費			
研 修 ・ 会 議 費	13,672		
資 料 作 成 費			
資 料 購 入 費			
広 報 広 聴 費			
要 請 ・ 陳 情 活 動 費			
人 件 費			
事 務 所 費			
合 計	13,672		

2 交付限度額 1,540,000 円

3 既交付額 円

4 今期請求額 13,672 円

5 未交付額 1,526,328 円

6 添付書類

- (1) 領収書
- (2) 視察等報告書
- (3) 会計帳簿の写し
- (4) その他政務活動費の支出に係る証拠書類



令和4年度 政務活動費会計帳簿

交付限度額	1,540,000
既交付額	
支出額計	13,672

会派名： 有志会

整理 番号	日付	科目	内 容	収 入	支 出	差 引
1	6/30	研修・会議費	自治体・公共WEEK2022(東京ビックサイト) 参加のための交通費及び宿泊費		13,672	-13,672
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						

令和 4 年度政務活動費領収書等貼付用紙

整理番号

会 派 名	有志会	議員氏名	小基笑鯉子
支出年月日	令和4年6月30日 (第 / 四半期)	支 出 額	13,672 円
按分した場合	(金額) 円 × (按分率) % = 円		
使 途 区 分	1. 調査研究費 ②. 研修会議費 3. 資料作成費 4. 資料購入費 5. 広報広聴費 6. 要請・陳情活動費 7. 人件費 8. 事務所費		
備 考	自治体・公共Week2022に参加のための交通費と宿泊費。 (※開催場所=東京ビッグサイト)		

◎貼付欄 (領収書等は、重なりや折れがないように貼付する。)

領収証 有志会 様

ご利用日付 2022年06月30日
時刻 07時29分

取引内容: 乗車券類
購入金額 金1340円

お支払方法 内訳
現金 金1340円

伝票番号: 29412

龍原駅 券103発行
JR東日本

この領収証は大切に保存してください。
ご利用ありがとうございます。

領収書 有志会 様

ご利用日付 2022年06月30日
時刻 09時10分

取引内容: 乗車券購入 金390円

伝票番号: 49963

新 橋駅 券106発行
株式会社ゆりかもめ

この領収書は大切に保存してください。
毎度ありがとうございます

領収書 有志会 様

ご利用日付 2022年06月30日
時刻 17時19分

取引内容: 乗車券購入 金390円

伝票番号: 43266

東京ビッグサイト駅 券103発行
株式会社ゆりかもめ

この領収書は大切に保存してください。
毎度ありがとうございます

お名前 伊勢崎市議会有志会 様

2022/06/30 063084125229

金額 ¥11,552-

但し ご宿泊代として

上記金額正に領収致しました。

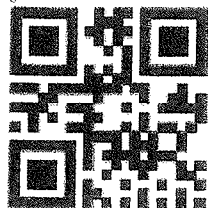
税 付 印
務 に 紙
署 つ き 税
承 認 申
済 済 告
町 納

発行元 株式会社ロイヤルパークホテルズアンドリゾーツ
〒100-0004 東京都千代田区大手町2丁目7番1号

ザ ロイヤルパークホテル アイコニック 東京汐留
〒105-8333 東京都港区東新橋1-6-3
TEL: 03-6253-1111 FAX: 03-6253-1115

セミナー受講券

本紙を「印刷したもの」 または 「スマートフォン上に表示したもの」を セミナー受付にてご提示ください



セミナー会場

東京ビッグサイト 東展示棟 展示会場内

セミナー会場は複数ございます。詳細は6月中旬頃に決定いたしますので、下記URLより必ずご確認ください。

https://www.event-week.jp/doc_seminar_access/

お申込み情報

この受講券は、下記に表示されているセッションで使用できます。

複数のセミナーが表示されている場合は、本券1枚で全てのセミナーを受講できます。

セミナーコード	セミナー名	講演日	講演時間
JE-3	時代に求められるイベントづくり	06月30日	10:00～11:00
JE-4	レジャー&テーマパーク復活のカギ! DX推進	06月30日	12:00～12:45
GP-6	教訓から取り組む地域防災	06月30日	14:00～14:45
JE-5	SNS活用で成功するイベント集客	07月01日	10:00～11:00
LE-7	先端ライブ演出	07月01日	12:00～13:00

お客様情報

受付番号 503607
氏名 小暮 笑鯉子 様
会社名 伊勢崎市
部署名 市議会

注意事項・ご連絡事項

- ・セッションの録音、写真、動画撮影などは一切禁止させていただきます。都合により、講師・プログラムの内容が変更になる場合がございます。
- ・都合により予告なくテキスト配付の無いセミナーもございます。予めご了承ください。
- ・なお、お申込みの有無に関わらず、ご参加頂けなかった方へテキストのみの配付はいたしません。
- ・有料講演の申込後のキャンセル、返金は一切お受けできません。ご了承ください。

<<新型コロナウイルス感染拡大防止について>>

- ・セミナー会場内では受講者の入場数を制限させていただく場合がございます。
- ・本展示会では会期中さまざまな感染拡大防止対策を行っております。詳細はHPにてご確認ください。< <https://www.event-week.jp/ja-jp/conference/measures.html> >

- 来場された方には、今後、DMや電子メールなどにより、弊社の展示会・セミナー、関連サービスの案内をさせていただきます。また、報告書などに本展の来場者として氏名を伏せた上で社名、所属、役職を掲載することがあります。掲載を希望されない場合は次の□にチェックを入れ、本紙を出力してセミナー事務局までお持ちください。 □ ※セミナー受付用に1枚、提出用(案内・掲載停止依頼用)に1枚の、計2枚をご準備ください。
- 展示会来場者数の認証のため、来場確認のお電話をさせていただく場合があります。
- 感染者発生時には、最低限必要となる個人情報を政府機関・自治体の要請により開示することがあります。
- 弊社は個人情報について細心の注意を払っています。弊社の方針はホームページをご覧ください。

お問合せ

主催者 RX Japan株式会社 (旧社名: リード エグジビション ジャパン)
Japan Event Week / 自治体・公共Week セミナー事務局
〒163-0570 東京都新宿区西新宿1-26-2 新宿野村ビル18階
TEL: 03-5259-9056 (10:00～18:00 土日・祝日を除く)
E-mail: event-week-con.jp@rxglobal.com

スマートフォンに送る

令和 4 年 7 月 2 2 日

視察等報告書

整理番号

|

会 派 名	有志会	報告者氏名	小暮 笑鯉子
日 時	令和4年6月30日（木）・7月1日（金）		
事 項	自治体・公共WEEK2022、Japan Event Week2022		
場 所	東京ビックサイト（東京都江東区有明3丁目11-1）		
参加者氏名	小暮 笑鯉子		
(目的・理由・内容) 別紙のとおり			
(成果・所感) 別紙のとおり			

※（目的・理由・内容）及び（成果・所感）は別途報告様式に替えることができる。
なお、（成果・所感）は、参加者全員が記入する。

研修視察の意見・感想

氏 名	小暮笑鯉子
委 員 会 名	伊勢崎市議会 有志会
視 察 年 月 日	令和4年6月30日(木)、7月1日(金)
視 察 先	自治体・公共 Week2022、Japan Event Week2022
場 所	東京ビッグサイト（東京都江東区有明3丁目11-1）

■1.参加したセミナー

No	テーマ	セミナー日時
①	時代に求められるイベントづくり	6月30日 10:00~11:00
②	e スポーツをビジネスとして活用する可能性	6月30日 11:00~12:00
③	レジャー&テーマパーク復活のカギ！DX推進	6月30日 12:00~12:45
④	教訓から取り組む地域防災	6月30日 14:00~14:45
⑤	ストリートファイターリーグから見る e スポーツの未来 2022年の新たな取り組み	6月30日 15:00~16:00
⑥	SNS活用で成功するイベント集客	7月1日 10:00~11:00
⑦	先端ライブ演出	7月1日 12:00~13:00
⑧	スマートシティの先進事例	7月1日 14:00~14:45
⑨	人気テーマパークの集客・成長の秘訣	7月1日 16:00~16:45

■2.セミナー内容・感想

1.1 ①時代に求められるイベントづくり

講師：(株)グローバルプロデュース 代表取締役社長 クリエイティブディレクター 光畑 直樹

(株)EventHub 代表取締役 CEO 山本理恵

- OnlineEvent、HybridEvent、RealEvent これらのプロデュース力が大事。料理人のような感覚。
- コロナによって、業界の変化が激しい。思っていないほどに。そして、リアルイベントが減った。
- OnlieE（50%）、HybridE（30%）、RealE（20%）の割合での開催が現状。Real=Rremium（特別）へ
- META VERSE の時代がくる！
- 整理してカタチに、そして発信し、言い切る。自分自身をプロデュースし、世の中のものをピュアに取り入れる。
- $1 + 1 + 1 = 100$ になることもある。とりあえず手を出す勇氣。面倒くさがらないことが大切。とりあえずインスパイアする！手を出してみる！
- 人を観察して、社会の流れを読むこと。仕事=プロデュース力だと思う。
- ワクワクは、枠をはみ出ないと作れない。楽しめる人が勝つ！言いたいことをまとめる力が大事。
- テクノロジーで世界の企業とつながる。コミュニケーションDXが加速。
- 今、PC1つでつながれるって、良いと思う。今、交流が大事。オンラインはプレミアム感を！

1.2 ④教訓から取り組む地域防災

宮城県仙台市 市長 郡 和子

- 震災前よりもコミュニケーションが良くなった。
- 人と人とつながる防災。お祭、ゴミ拾いなど、つながり助け合い。学生も子育て世代も町内の行事に参加。
- 防災×テクノロジービジネス：津波広報ドローンの導入。

1.3 ⑥SNS活用で成功するイベント集客

森ビル㈱文化事業部 業務推進部 広報プロモーション担当 シニアエキスパート 洞田 晋一郎

- 森美術館では、都市開発の中に美術館（歴史・芸術）の設置を大切にしている。『美術・文化は、経済よりも上にあるべきもの』そのような理念のもと、美術館開発は大事。
- 森美術館の SNS 広報を 1 人で担当。SNS 活用で来場者が大幅増加に成功している。
- SNS の出し方としては、●ターゲットと決める、●タイトルと決める、●コメントには丁寧に対応。
- SNS の媒体、TikTok,Insuta,Youtube,FUCKR。TikTok が全体の 46%。来場者が激増し、Z 世代が興味を持ってくれた。
- 会場からは InsutaLive など。コンテンツが無くても呼び寄せることは可能。ゴールは『来館』→いつか美術館に行ってみたいと思わせることが大事。壮大なデジタル種まき。
- シンプルに魅力を伝えていく → ブランディング力に！
- 確実なターゲットにリーチをかけていく。→ピンポイント（広く認知を獲得していく→マス告知。何を発信するのか？自前で実施。誰のための投稿なのか？発信ってなんだろう？アートを知らない人達にどのように伝えていくのか！？データ収集がヒントになる。）
- 上のことを行うことで、市場が右肩上がり。Z 世代を中心に認知度高くなった。ダイバーシティーインクルージョン。



1.4 ⑧スマートシティーの先進事例

福島県会津若松市 市長 室井照平

- ICT に詳しい人を各部に配置。各部に IT リーダーを配置。会議で情報セキュリティ理解度のチェックをしている。

- ### 市場規模の目標値

NTT e-Sports

eスポーツファン層をさらに増やし、他のリアルスポーツと同等まで価値を高めていく必要がある。

日本におけるeスポーツの現状（2011）

現状（2011年）

項目	数値
国内のeスポーツプレイヤー数	15万人
国内のeスポーツファン数	30万人
国内のeスポーツ観戦者数	70万人
国内のeスポーツ市場規模	700億円

目標市場の算出アプローチ

1人あたり価値 7万円

市場規模 2013年 (44個門)

382万人

ファン数 7万人

 1. ファン数の設定
国内のeスポーツゲーム人口推定
ファン数推定を提示
2300~2600万人
 2. 1人あたり価値設定
国内のeスポーツゲーム人口推定
eスポーツ観戦者の数
eスポーツ観戦者の数
価値の伸び率から
価値を提示
2700円~


NTT
社会貢献活動推進本部

Z世代の特徴

Z世代はソーシャルメディアであり、他者つながる接続時代の世代であるため、信頼している人のコメントや、パーソナライゼーションを重視し、自己実現・発信欲求が強い傾向がある。また、CSRやSDGsの概念が普及した社会で育ち、社会的責任への興味・関心が高いといわれている。

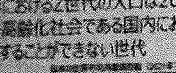
 ソーシャルメディア	従来のメディアの利用割合や利用時間が少ない一方で、SNSや動画共有サービスの利用割合や時間は前世代に比べて高い傾向にある。同プラットフォーム内でコミュニティ形成し、他者との交流を行っている。
 代わり・いる人からのコメント	家族や友人といった現実における親しい人物だけでなく、SNS等における友人やインフルエンサーといったオンライン上の人物からのコメントも信頼しており、購買行動に影響を与えている。
 パーソナライゼーション	広告等においてパーソナライゼーションを望むZ世代は多い。また、そのためには自身の検索や閲覧履歴等を含む個人データを提供して欲しいと考えている。
 社会的責任意識	Z世代はCSRやSDGsといった概念が広まった社会の中で育った世代であり、SNSを中心にZ世代への参加が顕いこと、企業が掲げる社会貢献のメッセージに強く共感する傾向がある。
 自己実現・発信欲求	「インスタ映え」などの言葉に賛同されるように、Z世代はSNS等における自己表現や自己顕示を求め、他世代に比べて積極的に投稿する傾向もある。



Z世代が注目される理由

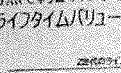
- ✓ Z世代は人口における主要セグメントであり、今後も消費を牽引していく世代である
- ✓ 世界におけるZ世代の人口は2020年時点で約24%であり購買力は約15兆円
- ✓ 少子高齢化社会である国内においてもライフタイムバリューの観点において、無視することができない世代

日本における人口構成推移（2020年）



年齢層	人口（百万人）
0-14歳	10,700
15-64歳	70,400
65歳以上	29,900

Z世代のライフタイムバリュー



一人の顧客から生涯にわたって期待される収益であるライフタイムバリュー（顧客生涯価値）を考慮すると、今後消費の中心となるZ世代は数値的に極めて重要である。

NTT Sports

2020年時点での10～24歳
↓
今年12～26歳

世界的には人口の24%を占める

日本の世代別の人口構成割合

世代別	2020年時点 (%)	今年 (%)
0～9歳	2.5%	2.5%
10～14歳	2.5%	2.5%
15～19歳	2.5%	2.5%
20～24歳	24%	2.5%
25～29歳	2.5%	2.5%
30～34歳	2.5%	2.5%
35～39歳	2.5%	2.5%
40～44歳	2.5%	2.5%
45～49歳	2.5%	2.5%
50～54歳	2.5%	2.5%
55～59歳	2.5%	2.5%
60～64歳	2.5%	2.5%
65～69歳	2.5%	2.5%
70～74歳	2.5%	2.5%
75～79歳	2.5%	2.5%
80～84歳	2.5%	2.5%
85～89歳	2.5%	2.5%
90～94歳	2.5%	2.5%
95～99歳	2.5%	2.5%

出典：United Nations, World Population Prospects: The 2019 Revision

ゲーム動画上におけるコミュニティ

ゲーム動画上、実況者を中心としたコミュニティ

- ゲーム実況者、実況者を中心としたコミュニティが形成されている
- ゲーム実況者、実況者は動画を投稿するゲームのノウハウも通じて、実況者コミュニティでノウハウを共有
- ファンサービスの提供形態で区別

ゲーム実況者・配信者

ファンコミュニティ

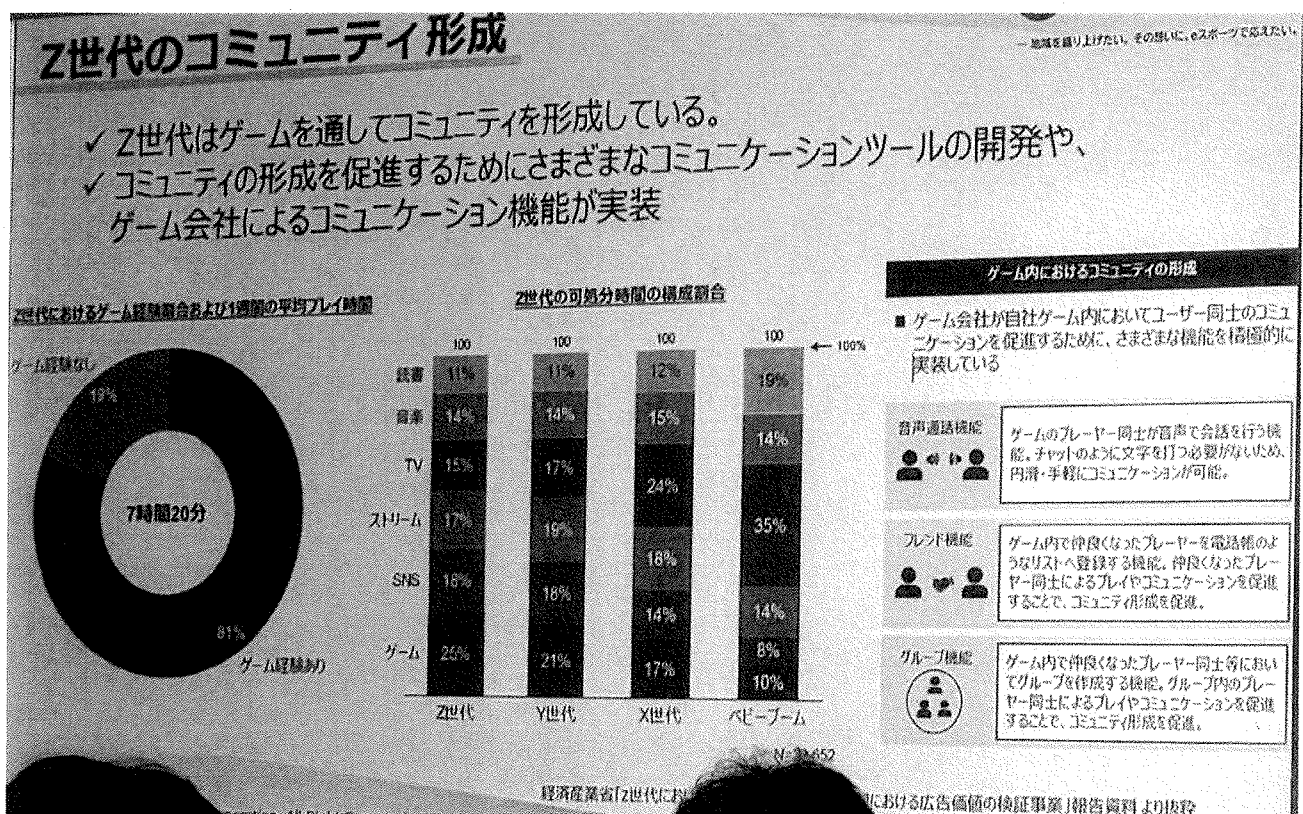
ゲーム実況者・配信者のファンの中心は2世代

- 1代スポーツ選手は動画配信を行っており、そのファンの中心は2世代であるケースが多い

1代スポーツチームの選手のSNS上におけるフォロワー

世代	割合
2世代	25.4%
1世代	16.8%

調査主体 KPA&Kインフラティクス スマート・メディア・インフラ・マーケット調査
 年代別 20歳以下 20〜29歳 30〜39歳 40〜49歳 50〜59歳 60〜69歳 70歳以上
 年代別・性別別調査 男性 女性 調査対象者 男性 女性 調査対象者 男性 女性
 調査日 2020年10月10日



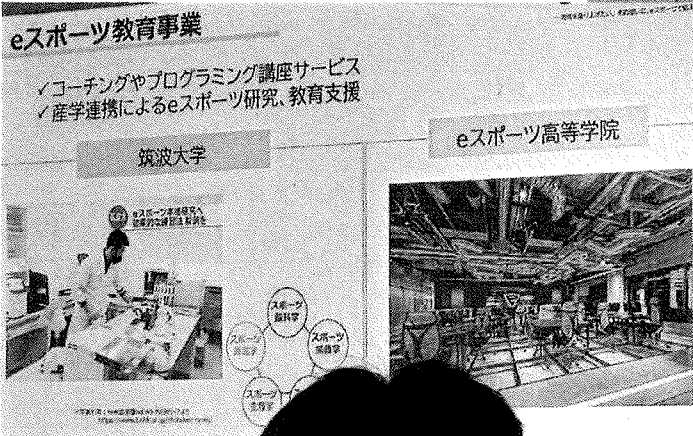
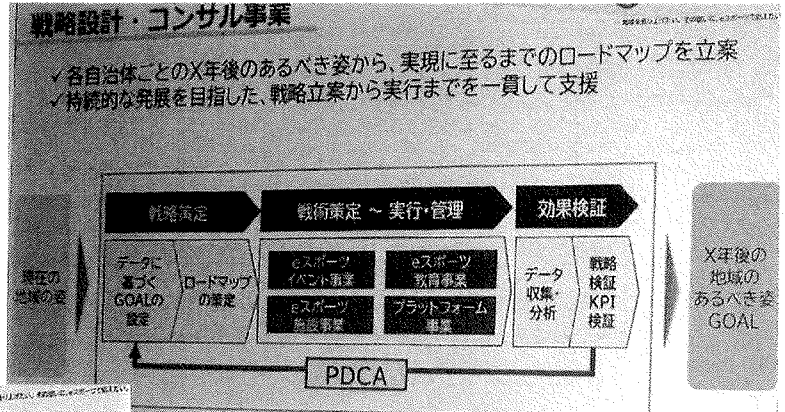
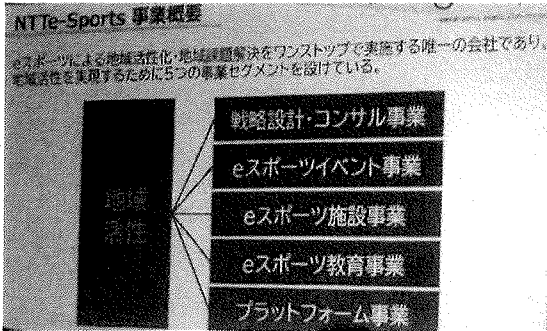
概況まとめ

- ✓ Z世代に対するアプローチとして、eスポーツが注目されている
- ✓ 特に既存メディアに変わるマーケティングや、地域活性につながる取り組みとして大きく期待されている
- ✓ 個人的には、日本ではX+Z世代をまとめてターゲットにすべきと考える

NTTe-Sports 設立経緯

- ・ eスポーツを地域の社会課題解決（産業、観光、コミュニティ、教育、医療、福祉等）に活用したいという自治体の相談を多数受領（2018年頃～）
- ・ NTTが持つアセット（通信、局舎等）とも親和性が高く、社長直轄のプロジェクトチームが発足（2019年1月）

⇒「ICT × eスポーツ」で地域活性化を実現する事業会社「NTTe-Sports」を設立（2020年1月）



【地域活性化事例】北海道上士幌町 **本日ニュースリリース** **NTTe-sports**

『健康で安心して暮らすまちづくり』の実現を目指し、eスポーツを活用した介護予防対策の更なる拡大と活性化を図る。

介護予防・認知症予防の拡充

脳と口を動かす「機会」を作りたい

「人とのかわり」の場を作りたい

健康増進プログラムの待機者縮小（プログラムの増設）

かみしほろ「高齢者向けeスポーツ」プログラム

地域包括ケア（健康増進プログラム）の新たな取り組み

- 対象者： 概ね60歳以上の町民。
- 開催場所： 健康増進センター
- 参加方法： 登録制（登録費無料、参加費要 ※既存プログラムと同等）
- コンテンツ案： リズムゲーム（太鼓の達人等）+ リズム体操

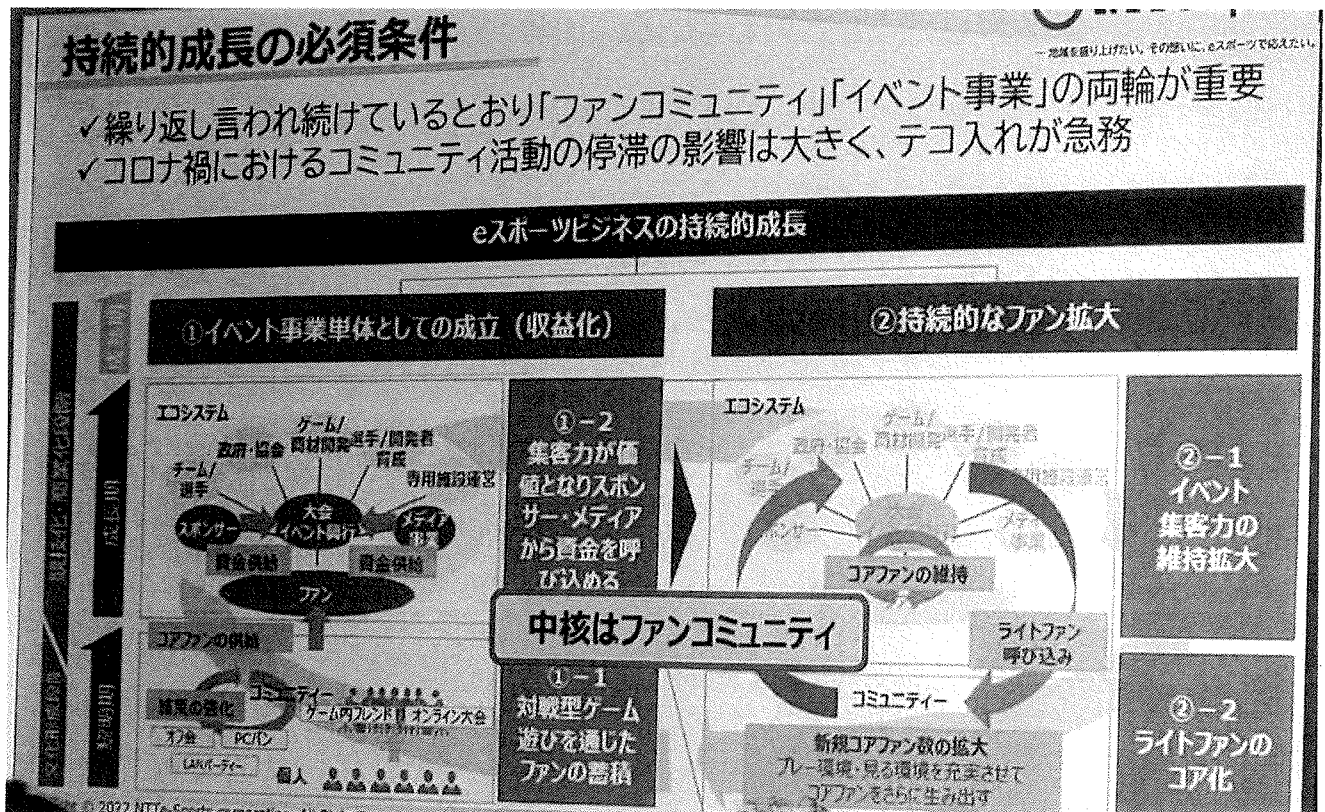
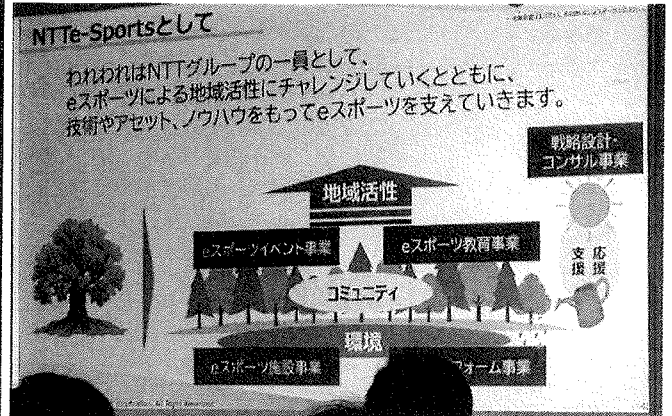
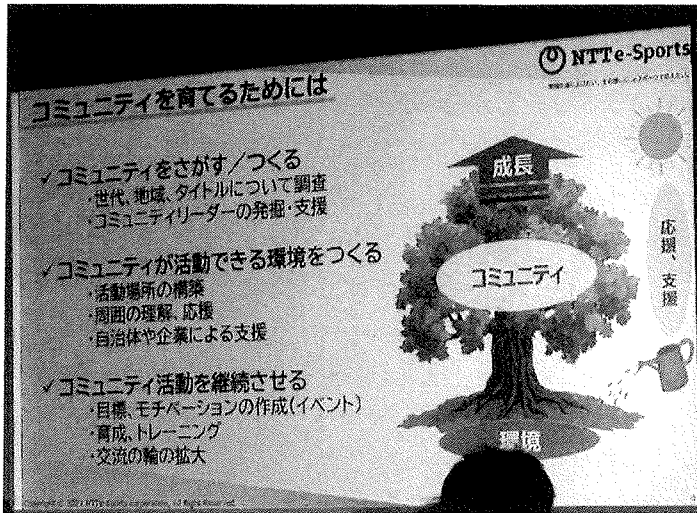
ファシリテーター（促進者）/音楽健康指導士（日本音楽健康協会・第一奨励）

eスポーツ活用企画・管理（NTTe-Sport/NTT東日本）

上士幌町（存続福祉課、生涯学習課、ICT推進室）

健康生活のまち かみしほろ

社会福祉協議会



山形県

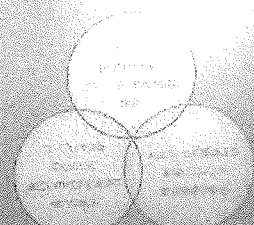
長井市

長井市の課題

人口減少に対応した
「生活の質の確保」
「地域産業の活性化」

課題解決に向けた戦略

- 1 eスポーツをトリガーとしたコミュニティ形成の場の提供
- 2 コアプレイスを中心とした幅広い世代が交流する機会の創出
- 3 eスポーツに関連する新規ビジネスや新規産業の創出

eスポーツ施設「Ne-st」・定期的イベントを核とした 市民の交流、コミュニティ形成、関連ビジネス・産業創出

具体的な取組内容

eスポーツ施設「Ne-st」の構築

高品質なPC・配信機材を初め、市民が利用しやすい環境を整備し、地域産業の活性化を図る。

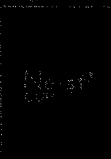


eスポーツ施設「Ne-st」の運営サポート

市民が安心して利用できる環境を整備し、地域産業の活性化を図る。

プログラム教室、eスポーツ体験会、eスポーツ大会の実施

市民が安心して利用できる環境を整備し、地域産業の活性化を図る。

今後の計画

コミュニティ形成及び活性化の機会として定期的なイベントの開催
eスポーツ施設「Ne-st」の単体運営・黒字化に向けた施策の企画・運営
県内外との交流促進によるeスポーツビジネス・産業の創出

詳しくはスタッフまでお問い合わせください！

神奈川県

横須賀市

横須賀市の課題

人口減少や少子高齢化の進行に伴い、社会保障関連費や公共施設の維持修繕費用の増加が見込まれる中、税収の確保が必要。
そのために、今後の社会情勢等、状況の変化が起きても対応できる産業構造を確立することが急務。

課題解決に向けた戦略

- 1 eスポーツやBMXといった新たなスポーツ文化の創造と発信
- 2 横須賀に来る目的の創出と、観光関連の促進
- 3 教育を含めたサービスの充実による「住みたいと思う街」の実現



eスポーツを活用し、子供たちが希望をもって成長し続けることができる街の実現と、
市民が誇れる「横須賀ブランド」の確立を目指しています

具体的な取組内容

YOKOSUKA e-SPORTS PROJECT

「YOKOSUKA e-Sports CUP」の開催 （今年で第3回開催）

「Yokosuka e-Sports Project」の一環として、e-Sports文化の定着を目的に、全国の高校生を対象にしたeスポーツ大会を毎年開催



ICT教育施設 「スカピア」の開設

NTT横須賀局舎ビルを活用し、eスポーツエリア等を有し、最新のICT教育が受けられる学習教育施設を開設



横須賀市内高等学校の eスポーツ部創設支援

希望のあった高等学校にゲーミングPCを3年間無償貸出
横須賀市内に各校導入済み
ネットワーク環境のコンサールeスポーツのコーディングも実施



今後の計画

- 市内高校生から世界で活躍するeスポーツプロを輩出
- eスポーツプロチームのホームタウン誘致
- 若者へのeスポーツ教育・育成メニューの充実化、地域への定着浸透

詳しくはスタッフまでお問い合わせください！



■3.全体の感想



最先端の先進地の事例、民間がコロナ禍をどのように乗り越え、行政と連携していくのか！？大変勉強になりました。特に、DXを使った費用対効果を上げた事例、SNSの利用方法で奇跡を起こせるノウハウが一番の収穫です。そして、成功している方々の生き様、勇気と覚悟に大きな感銘を受けました。

刺激的な2日間。しっかり、得たものを議員活動に活かしていきます！

以上。