

佐倉市行政改革懇話会 平成30年度第3回会議 要録

日 時	平成31年1月28日（月）午後3時30分～5時00分
場 所	佐倉市役所1号館3階会議室
出席者	大島委員、坂口委員、戸村委員、水野委員、吉村委員
事務局	小川総務部長、須合行政管理課長、小川副主幹、橋本主査、鈴木主査
記録者	行政管理課 橋本
議 題	(1) シティプロモーションについて (2) 第6次佐倉市行政改革大綱策定に向けての提言について
配布資料	資料1 第6次佐倉市行政改革大綱策定に向けての提言 骨子（案） 別添1 佐倉市シティプロモーション戦略 別添2 さくらでくらす
傍聴者	0人

（事務局）

まず、前回の会議で、証明書のコンビニ交付の説明をした際に、市税の口座振替についてはどのような状況であるかとの質問があったので、回答させていただく。

市税のうち、市民税、固定資産税、軽自動車税の口座振替の状況について、決算の数値から説明する。

なお、市民税とは、市内に住所を有する個人や、事務所を有する法人に課される税である。固定資産税は、市内に存在する土地や建物といった固定資産を所有する者に課される税で、軽自動車税は、市内を主たる定置場としている軽自動車や原動機付自転車を所有する者に課される税である。

平成29年度の決算によると、市税の納付を受けた件数は、149,829件であり、その内口座振替による件数は、40,288件だった。件数の割合としては、全体の約26.9%が口座振替であった。

一方、金額でみると、納付された金額は13,757,078,870円であり、その内口座振替による金額は、5,009,691,336円であった。金額の割合としては、全体の約37.4%が口座振替であった。

口座振替による市税の納付を行うには、市が金融機関に手数料を支払うことになるが、この手数料の額は、納付する税の金額の多寡によって変わるわけではなく、一律の額となっているので、口座振替の金額より、口座振替の件数が増えた方が、行政の事務の効率化という観点からは、望ましいのかもしれないが、現状では金額の割合の方が高くなっている。

また、口座振替の件数の割合を税目別にみると、固定資産税は約44パーセントと高いものの、軽自動車税は約9パーセントと、かなり低くなっている。

原因としては、固定資産税は10数万円の税額を4期に分割して納付することが多いので、口座振替にするとその手間がかからなくなり、メリットが大きいと思われる一方、軽自動車税は数千円の税額を一度に納付するので、口座振替にしても、あまりメリットが感じられないのではないかと思われる。

このように、市税の性格によっても、口座振替の利用率は、影響を受けている。税の納付については、口座振替の他にも、コンビニでの納付も行っており、業務の効率性の向上と、市民の利便性の向上につながるように取り組んでいるところである。

市税の口座振替については、以上である。

(1) シティプロモーションについて

事務局説明

前回の会議において、佐倉市の魅力をどのように発信し、活かしていくべきかという話があったことから、事務局から、佐倉市のシティプロモーションについて、簡単に概要を説明する。

本日は、会議資料の別添として、「佐倉市シティプロモーション戦略」と、「さくらでくらす」の2つの資料を配布している。

「さくらでくらす」については、参考までご覧いただき、私からは、「佐倉市シティプロモーション戦略」に沿って説明させていただく。

では、1ページをご覧いただきたい。シティプロモーションの目的は、当然ながら、定住人口と交流人口の維持や増加、つまり佐倉市に住んでもらう、訪れてもらうことである。その目的を達成するために、佐倉市を知ってもらい、関心を持ってもらい、行動に移してもらうために、シティプロモーションに取り組んでいる。

佐倉市のシティプロモーションの取組については、平成27年度に特命の担当職員を配置して、今年度からはシティプロモーションを主たる業務とする地域創生課を設置し、推進を図っている。

3ページをご覧いただきたい。佐倉市が現状、どの程度、知られているのか、認知度があるのかというと、佐倉市が行ったGAP調査など、千葉県外に住んでいる人を対象に行ったアンケートの結果がある。これによると、佐倉市の名前は知っているという人はそこそこいるものの、佐倉市に行ったことがある、よく知っているという人の割合は、おおむね3割から4割となっており、高いとはいえない水準となっている。

4ページをご覧いただきたい。佐倉市をイメージするものとして、どのようなものが挙げられるかということ、前回の会議でも指摘があったが、歴史、文化、スポーツなど、個々の資源はあるものの、一言で表現することが難しく、イメージが確立されていないのが現状であり、それは市としても認識しているところである。

5ページの上の表をご覧いただきたい。対外的な認知度は高くはないものの、市民の佐倉市への愛着度について調査を行ったところ、約80%の市民が佐倉市を好きか、どちらかといえば好き、という結果となった。

5ページの下の方表をご覧いただきたい。市町村ごとのまちへの愛着度を示している。この表は、個別に公表されている結果を集計したもので、設問が統一されているわけではないが、そうであっても、市民の佐倉市への愛着度が高いのと、マイナスの評価がかなり低いことが見て取れることから、市民の佐倉市への愛着度は、他

の自治体と比べても低くはないといえると思う。

ただ、こういった市民の愛着度の高さを定住人口や交流人口の改善に生かしていないというのが課題となっている。この課題を改善するためにも、市外の方に向けて、シティプロモーションを行うことが必要となっている。

6 ページをご覧ください。シティプロモーションとは何かを定義していて、佐倉市においては、「ある目的のために、まちの資源を魅力として発掘し、編集し、磨き上げて、まちの内外に伝え、成果を獲得していくこと」としている。

なぜこのような定義が必要かという点、7 ページの下の表をご覧ください。自治体においては、従来から広報活動は行っているが、従来の広報活動と、昨今盛んとなっているシティプロモーションとは、何が違うのかについて記載している。一番の違いは、シティプロモーションは特定のターゲットに向けたものであるという点である。従来の広報活動は、市民に対し、広く平等に知らせるものなので、ある意味行政的というか、良くも悪くも均質的なものであったのだが、シティプロモーションは、特定のターゲットに向けて情報を発信することとなる。したがって、民間企業のようなマーケティングも必要となってくるので、各自治体も試行錯誤しつつも、自治体間競争で後れを取らないように取り組んでいるのが現状である。

なお、佐倉市においては、広報活動は広報課、シティプロモーションは地域創生課と、所管する部署を分けた上で行っている。

ちょっと飛ばして、10 ページと11 ページをご覧ください。シティプロモーションを推進する体制が記載されている。10 ページの中段に、庁内プロジェクトチームという項目があるが、本日配布した、「チラシ・パンフレットの整理してます！」という資料をご覧ください。これは庁内の職員向けの電子掲示板に掲載された記事である。市役所では、観光や文化など PR が必要な部署が複数あるので、それぞれの部署が作成したパンフレットを見比べて、内容が重複しているものがあれば、時間と費用を節約するため、内容をまとめる作業を行った。また、今後は、効率的なプロモーションを行うため、部署間で内容的な調整も行っていくということである。

13 ページの表をご覧ください。先ほど、シティプロモーションは、ターゲットを特定するという説明をしたが、佐倉市としてどこにターゲットを絞るかの分析を行った表となる。ちょっと見づらいが、縦軸の0の位置を中心に、平成22年時点で「ある年齢」だった人が、5年後の平成27年に増えているのか、減っているのかを、縦軸の0の上下に表している。

グラフ中の①と②の円で示された部分をご覧ください。18歳くらいまでは、人口は増加している。これは、子どもの出生や、子どもの成長に伴う市外からの転入が増加していることを表していると思われる。

グラフ中の③と④の円で示された部分をご覧ください。20歳から30歳くらいの間で、一転して人口が減少している。特に24歳、25歳くらいが大きな谷になっており、この年代の方たちの多くが、5年後には佐倉市からいなくなっている。これは、進学や就職、結婚を機に、市外に転出する方が多いことを表していると思われる。

グラフ中の⑤の円で示された部分をご覧ください。30歳から45歳くらい

の間で、平均的に増加が続いている。これは、子育て世帯などが、佐倉市内で住宅を購入し、転入してきたことを表していると思われる。

このようにライフステージにより、人口の変動に特徴があるが、担当者から聞いたところ、③と④の部分の動きについては、大学や勤め先が都心に多く存在するという社会的な要因がとても大きいため、この部分の減少幅を縮小させるのは、なかなか難しいという話であった。

⑤の部分の動きについては、初めて佐倉市に住んだという方のほかにも、進学などを機に佐倉から市外に転出したが、住宅購入を機に佐倉に戻ってきたという方も含まれていると思われる。したがって、③④の減少幅の縮小より、⑤の増加幅の拡大の方が、シティプロモーションの効果が現れやすいのではないかと認識している。

15ページの中段の5行の箇条書きの部分をご覧ください。以上のことから、佐倉市では、シティプロモーションのターゲットを「小学校就学前のお子さんのいるファミリー」「都心に勤めている」「現在は都心まですぐの賃貸物件に住んでいる」「広い持ち家に住みたいと考えている」「子どもの育つ環境が重要だと考えている」方に設定している。

このターゲットとなる方たちを重点的に、佐倉市に関心を持ってもらえるようプロモーションを行っている。

取組の考え方や方法につきましては、以降のページをご覧ください。

シティプロモーションについては、以上である。

質疑

(委員)

ペルソナの想定が、お子さんがいて、都心に勤めていて、都心近くの賃貸物件に住んでいるファミリーとあるが、共働き世帯ではなく、父が働いていて母は家庭にいるという世帯を想定しているのか。

(事務局)

シティプロモーションの成功例としては、流山市が有名だが、流山市はターゲットを共働き子育て世帯とはっきりと打ち出している。佐倉市においては、流山市と条件が違っているということもあり、共働きとは限定せず、資料記載の5つの要件に該当する方をターゲットとしている。

(委員)

現在のモデルケースの設定が、どれぐらいの期間において有効なのかも考えておかないといけないのではないかと。流山市と佐倉市では交通事情などが違うのはわかるが、この仮定がどれぐらいの期間、存在し続けられるのかは、いろんな議論があると思う。佐倉市は長時間通勤のお父さんが住む街というイメージが固定しないよう、例えば女性が就労しやすい企業を誘致するなどの取組も行ったらどうか。

(事務局)

担当職員にも伝えておく。

(委員)

こういった自分のことを売り込むことは、自治体が一番苦手なことだと思うが、

よくこのような動きが出てきたと思う。ただ、資料にあるシティプロモーション自治体等連絡協議会への参加企業や自治体もそれほど多くはないし、本を読んでみても、まだ本格的には取り組まれていないのだと思う。

佐倉市はこういったことに割と早く着手する方だと思うが、それだけで終わることも多いように感じる。佐倉市にもマーケティングで有名な大学の先生がいるし、DMOの設立など頭を使って本格的に取り組んでほしい。

(2) 第6次佐倉市行政改革大綱策定に向けての提言について

事務局説明

資料1をご覧いただきたい。まず、市が第6次行政改革において目指すべき大きな目標は何か、ということで基本理念という項目を設定させていただいた。

今まで行ってきた、佐倉市の行政改革の取組においても、高次の目標を掲げてきた。前回までの会議において提示されたキーワードを記載し、また、庁内の研究会の素案で示された基本理念も記載したので、参考としてほしい。このような形でなくても構わないが、行政改革の究極的な目的を掲げる必要があると考えている。

次に、もう少し具体的な取組に関する項目として、基本目標という項目を設定させていただいた。基本目標は、量の改革、質の改革、市全体の取組の3つに分類した。

量の改革は、歳出削減や歳入確保といった、従来型の取組を指している。これまでの会議での意見や研究会の素案を参考に、4つの項目を記載した。

「職員数の適正化」は、今後行政需要が増大していくとしても、無制限に職員数を増やしていくことはできないので、持続可能が行政運営のためにはどの程度の職員数が適正なのかという課題から、この項目を設定した。

「事務事業の見直し」は、当然のことではあるが、既存事業の社会的意義や費用対効果を検証し、限られた財源の中で、どのように取捨選択、スクラップアンドビルドをしていくのかということで設定した。

「公共施設の効果的なマネジメント」は、施設を本来とは別の目的で使用したり、機能の集約により床面積の縮減を図ったりという、効率的な取組を行う必要性から設定した。また、施設の老朽化により突然橋が落ちたりといったことを防止したり、人口も減少していく中で公共施設の規模はどの程度が適正なのかという課題もある。

「使用料、手数料の見直しの継続」は、第5次行政改革で取り組んだ内容であるが、今後、行政サービスを維持していくには、不断の見直しを行い、行政の負担と利用者の負担はどうあるべきかという課題から設定した。

次に「質の改革」で、こちらは市政運営の効率化に向けた取組としている。直接、歳出が削減されたり、歳入が増加するわけではなくても、効率化によって結果的に財政にも寄与する取組として記載している。

「民間活力の更なる活用」は、民間委託や指定管理者制度を効果的に使って、行政サービスの維持、向上を図ろうということから設定した。

「職員の意識改革・働き方改革」は、市役所でも長時間労働が多い部署もあること

から、ライフワークバランスを重視し、効率的に業務を行おうということから設定した。

「生産性の向上」は、例えば似たような窓口業務が縦割りになっているのを集約できないかということから設定した。また、BPR は、最近の行革において頻出する言葉なのだが、事務のやり方の一から見直して、最適なやり方を組み合わせて、再構築する取組であり、町田市が取組がよく紹介されている。

「ICT の活用」は、前回の会議で話があったが、マイナンバーカードは、コンビニ交付や図書館の貸出しなど、IC カードとして独自の利用を行うこともできるので、その利活用として記載した。AI や RPA は、保育園の入園選考に AI を利用したり、ふるさと納税の手續に RPA という自動化された仕組みを取り入れたり、ということの一部の先進自治体で行っていることから記載した。

次に「市全体の取組」で、こちらは「量の改革」にも「質の改革」にも該当しないものとしている。

「シティプロモーションの推進」は、市の魅力を向上し、発信して、定住人口を増加できないか、「自主財源の確保、税収の向上」は、企業に佐倉市に来てもらい、生産年齢人口を増加できないか、「情報の発信」は、埋もれているような市の魅力をわかりやすく発信できないか、「市民と共に進めるまちづくり」は、市民協働を進めて、公的サービスを市役所だけではなく、市民団体などもある程度担っていけるのではないかということから記載した。

最後は、3つの基本目標を進めることによって、基本理念を実現するという形をイメージした図となっている。

以上であるが、あくまで案なので、これに囚われずに議論していただきたい。

(委員長)

これまでの各委員の意見、発言を踏まえると、今後の人口減少や高齢化の進展に対してどうするか、公共施設の更新のため支出が増加するがどう乗り越えるか、という論点があった。特にここは大切であるとか、追加すべき削除すべきといった意見があれば、各委員から一通り意見をいただきたい。意見が一致しているところはそのまま提言に取り込み、意見が一致しないところがあれば、討議して、集約したいと思っている。事務局の資料は、基本理念、基本目標、イメージ図と分かれているが、今の段階では、この区分で区切らないで構わないので、自由に意見をいただきたい。

(委員)

ICT は大学でも積極的に取り入れるように言われているが、BPR や AI、RPA とはどのようなものなのか。

(事務局)

AI とは、ディープラーニングとって自ら学ぶことが特徴である。例えば囲碁であつたら、人間が不眠不休で何千時間もかけて対局しなければ得られない能力が、AI は高速で休みなく思考することで、簡単に取得することができる。例えば保育園の入園選考は、兄弟で一緒の保育園でなければダメだとか、近くの A 保育園と B 保

育園であれば可能だとか、保護者の希望など無数の条件を加味しながら、各自治体の職員が人間の思考で行っているが、ある自治体が AI を使って入園選考を行ったところ、あっという間に選考が終わり、また、AI が出した結果も、人間が出した結果とほぼ同じだったという事例がある。

RPA とは、例えばメールが来て内容を転記して資料を作ったという、人間がやっていた作業を、複合的に機械化して処理することである。ふるさと納税だと、誰々から寄付があつて、返礼品は何であつてと、人間が処理していた作業を全部自動化して、一瞬で作業が終了するといったものである。AI との違いは、自分で考えることはできない点であり、人間が設定をする必要がある。

BPR は、機械ではなくて、人間の作業工程を見直すことである。各自治体は、基本的には似たような事務を行っており、例えば児童手当の事務はすべての市町村が行っているが、各自治体を比べると、それぞれ事情もあつて、実際には事務の内容が微妙に違っている。これを、より効率的に事務を行うため、それぞれの事務のやり方のいいところだけを集めて、今までの事務の方法を再構築するといった手法である。

(委員)

シティプロモーションについては、これからアイデアを出してまとめていく中で変わってくるのだと思うが、お子さんがいて、都心に勤めていてと、ターゲットを絞りながら行うという話であつた。まずは、市への愛着度が高い人達にターゲットを絞って、そこから広めていけばいいのではないかと。

提言の骨子案については、前回の議論を踏襲しながらも、形から入っているのではないかと感じる。もっと、課題であつたり、具体的に何ができるのか詰めてから設計した方がいいのではないかと。最後のイメージ図も、基本目標は設定されているのに、向けられている基本理念はまだ何も決まっていない。個々のどんなことができるかという点を詰めていった方がいいのではないかとという印象である。

(委員長)

何をターゲットとして、どこで勝負していくのかということをはっきりさせるべきであつて、形よりも何をやるのか考えるべきではないかという意見であつた。我々として、何をやってほしい、やるべきだと明確にして提言することは必要だと思う。

(委員)

行政改革は、基本的には、行政、市の方でやらないといけないものなので、骨子案における量の改革や質の改革というものは、両輪としてやっていかないといけないと思う。できることは限られているかもしれないが、継続して取り組む必要がある。

BPR についていえば、例えば本日の会議資料のプリントは、このパソコンの画面でも見られて重複している。さきほどチラシやパンフレットの見直しをしているという話があつたが、印刷や郵送の手間も結構大変ではないか。BPR は大学でも行っていて、今までの業務プロセスをもう一度見直して、会議でいえば、ペーパーレスを進めて、議題はあらかじめテーマを渡しておいて、当日は議題以外の話はしてはいいなくして、無駄が生じない状況と作ったりしている。椅子に座らないで立って会議を行っているところもあるようだが、どこもビジネスプロセスを簡略化して、成果

を出そうとしている。市役所はいろんな層の方が対象となるので、難しい面もあると思うが、市役所内部の仕事の効率化は、ある程度進められるのではないかと。

AI や RPA については、何らかの形で取り入れた方がいいと思うが、金銭的な問題もあるので、何をやるのかははっきりした方がいいと思う。RPA は、既存のソフトもあるので、そういったものを使ったり、市民対応はチャットボットを使ったりすることによって、質の改革が結果的に人員削減にもつながって、量の改革にもつながっていくことになると思う。

基本目標の「市全体の取組」については、今回の行政改革はこれが軸になるのかもしれないが、そうであるなら、具体的にできることは何かということと併せて、同時に大きな夢を語ることも大事だと思う。シティプロモーションは、市外の人に向かって夢を語るようなものであるが、同時に市内の人にも惹きつけることになると思う。これができる、これをやりたい、という大きなものが1つでも2つでも出てくるといいのではないかと。

(委員長)

まとめると、市全体の取組については、前向きの施策を進め、夢を語るためにはこれとこれが必要であると掲げ、従来型の改革については粛々と進めるという意見でよいか。

(委員)

そうである。また、企業誘致も大変だと思うが、成田が近いので、例えば女性の雇用を支えるための環境は佐倉市が用意するなど、市が成田空港にプロモーションをするのはどうか。企業の工場など、ハードのすべてを誘致するのは大変なので、今はインターネットで仕事もできることから、目に見える企業というより、「仕事」を誘致して雇用を促進するなどもあると思う。

プロモーションの話でいえば、今後、市民、国民が減っていく中で、夫だけが働きに出ているケースは減っていくと思うし、場合によっては外国人に来てもらう必要があるかもしれないので、フレキシブルに対応すべきであると思う。

(委員)

RPA に関するして調べてみたが、定型業務の多い自治体においては、業務を自動化する仕組みを導入すると効果は大きいですが、紙ベースが大半を占める業務そのものを見直さなければ、紙と電子データの作業が混在し、かえって現場の負担を増やすことになりかねないとあり、先ほどの紙の会議資料の話を示唆していた。

質の改革の話として、永遠の課題ではあるが、組織の縦割りを無くして、横ぐしで連携をとりながら今ある資源をいかして、財源を生み出せないか。

佐倉市の朝日健康マラソンは、参加者が 11,000 人くらいだと思うが、宮崎県では青島太平洋マラソンというのをやっていて、12,600 人くらい集まって、経済効果は 6 億 1 千万ほどあるらしい。立地が都市近郊の佐倉市とは違うが、宮崎県知事はスポーツのイメージを向上させるため、大学の合宿などを誘致している。駅伝の青山学院大学がそうであり、ここで合宿すると優勝できるというようなイメージを醸成し、スポーツによる地方創生のようなことを行っている。いつも思うが、朝日健康マラソンは 11,000 人ものが佐倉市に集まって、たしかその 8 割くらいは市外から来て

いる。その人たちにどういうアピールをしているかということ、何もしてないに等しいと思う。以前マラソンに参加したときに、沿道にたくさん並んでいる人たちを見て、別の参加者がこんなに人がいるのは見たことがないと言っていた。チャンスをうまく生かしきれていないのではないか。

山形県東根市のさくらんぼマラソンは、参加者が 10,000 人である。東根市は人口が 50,000 人である。前夜祭もあって、駅前で小学生のブラスバンドが参加者を歓迎したりして、観光に来てもらうため、うまく利用している。朝日健康マラソンは、佐倉市の産業振興課や生涯スポーツ課が関わっているのだと思うが、うまく連携していないように思う。

シティプロモーションでマーケティングの話があったが、マーケティングとは価値の創造であり、この人にどのような価値を与えることができるのかということの意味している。佐倉市は、生活の場としてどんな価値を与えられるか、訪れる人にはどのような価値を与えられるか、企業誘致では来てくれる企業にどのような価値を与えられるかということである。価値ということ 키워ドとして頭に入れておくと、マーケティングも理解しやすいと思う。

(委員長)

今の「価値」という話は、骨子案でいえば、基本理念に該当する話なのか。

(委員)

そうである。

(委員長)

まとめると、紙ベースでの業務の見直すことが必要ということと、組織の縦割りを排し、今あるスポーツ資源を活用し効果を上げれば、市の収入を増やすことに繋がるという話があり、こういうことをうまくまとめて、佐倉市が与えられる「価値」を持つことができれば、先ほども話のあった、佐倉市の夢を語るという点にも繋がっていくという意見でよいか。

(委員)

そうである。

(委員)

シティプロモーション戦略の 5 ページのところ、佐倉市の住民愛着度のマイナス評価が 1.9% と非常に低く、プラス評価は 79.0% と高いことから、7 ページにあるシビックプライドが高い、まちをよくしていこうという当事者意識を持った人が多いのだろうということがわかる。新町の佐倉一里塚など、いろいろな方達が活動している。

花火大会、健康マラソン、チューリップ祭り、市の美術館や川村記念美術館など、いろんなものを持っている。広報誌もよくできているので、骨子案でいうと「情報の発信」に該当するのだと思うが、すでにあるものをどのように積極的に発信していくかが大事だと思う。

(委員長)

シティプロモーションとして外に向かって発信するだけでなく、広報として内に向かって発信して、佐倉市の暮らしや文化といった売りになる部分を使っていく

という意見であった。

各委員から、行革の課題である人口減少や歳出の増加に対応しなければならず、どのような街づくりをするか夢を語る必要もある、プロモーションはターゲットを絞り、従来型の行革の取組は粛々を行うため、紙ベースでの業務を見直し、組織の縦割りを排し、最新の技術を活用するという話があった。

今の時点でこういうことをやるべきという意見はあるか。

(委員)

今あるいろいろなものを集めて連携して行うという話はいつのときでもあって、前々から市と NPO や市民団体との協働が課題になっているが、具体例がほとんどないのが現状である。前回の会議で、社会保障費の削減のため市と市民団体が連携するという話をしたが、地域包括ケアシステムなどがあって、市の保健師や関連団体の人もいてと、仕組みはあるのだけれど、一つの同じ目的のため取り組むというイメージが明白になっていないと感じる。例えば、健康寿命を延ばすために、運動や食事の改善のほか、一番大事なコミュニケーションの確保として社会参加を促す、といったように、一つの目的のために動き出せば、効果も上がるのではないか。サポートセンターなどもできたが、こういった動きにはなっていないと思う。1つの目的のためにこうやると、地域がこう変わるというイメージがあれば、違ってくると思う。

また、地域をよくするというのであれば、市全体でいろいろやろうとするのではなく、例えば地域の公民館から出てきたアイデアを基に取り組むというのはどうか。地域の公民館から動き出したというケースは全国にたくさんある。公民館は地域のコミュニティづくりで実績があるが、今までと違った役割を与えて、新しいことに取り組んでもらってはどうか。住民発意で何かをやるならば、時間がかかっても、新しいことに手を付けた方がいいと思う。

(委員長)

健康寿命の話であれば、市と市民との協働が進んで高齢者が健康になれば、行政が負担する社会保障費も減って、前向きな行革に繋がるのだが、どのように行うかという、市だけでは実現できないので、市民と協働で行うという話であった。やり方としては、先ほどの地域包括ケアシステムだけではなく、マラソンなどスポーツのイベントについて、地元の商店街や経済界も巻き込んで、売り上げを増加させて、経済効果を高めるといったことができれば、健康寿命の話にも繋がっていくと思う。

(委員)

何か一つのモデルができれば、市民としては取り組む動きが出てくると思う。

(委員長)

マラソン大会もあって、花火大会もあるので、従来型の行革だけではなく、市全体で取り組んで、収入を増やし、支出を減らすという市全体の取組に繋げることができるのではないかということか。

(委員)

定型的な業務は、指定管理者とかに委ねていってよいと思う。市が関わるべきな

のは、主として市民協働などの目的をもった新しい取組とするべきである。地域包括ケアシステムは、社会福祉協議会に委託するようだが、結構難しいテーマなので、本当にそれで良いのかという気がする。以前、サポートセンターを、社会福祉協議会の指定管理者による運営から、直営に戻したが、その意図は、役所は協働の仕組みを作るといふ点に力を注ぐべきだということだったと思う。したがって、今までやってきたようなことは、指定管理者などに任せていいと思う。

(委員長)

それは、誰がどういう役割を果たすのかということだと思う。新しい取組については、ふさわしい人がやっていくということであれば、指定管理者も単に業務を行うのではなくて、特別な知見を持っていけば新しいことに取り組めるということはないか。

(委員)

NPOとか、市と市民との間で働けるような団体が育ってくれば、可能だと思う。

(委員長)

行政改革ではあるが、行政だけではなくて、市全体でまとめていく、支えていくことが必要であって、そのためには特に経済効果が生まれることが必要である。遠くから人が来るということであれば、市内に泊まってもらうこともできるが、日帰りだと泊まることはないので経済効果が小さくなってしまう。ではどうやってお金を使ってもらうか、経済効果を生み出すかということ、考えるのは商売している人たちが適当であろう。単に行政組織の縦割りを排するだけではなく、いろんな得意分野を持った人達に力を発揮していただき、効果を上げていく。これができるシティプロモーションとして市の価値を上げられる、価値が上がれば、あそこに住もうと思う人も出て来るということだろう。

従来型の行革の取組である量の改革や質の改革は、これまで通りしっかりやってもらう。それ以外の新しい取組である「市全体の取組」については、行政改革の効果額が結果として出て来るように、知恵を出す必要がある。それには役所だけではなく、シティプロモーションや広報で広くいろいろな人に働きかけて、市全体のサポートを得ることによって、市の魅力、価値、夢につなげていく。

このようなことについて、どうすれば行政改革の効果が上がったとするのかは、とても難しいことだとは思いますが、今日の段階では、みなさんの合意として、このようなことを提言に盛り込んでいこうということではないか。従来型の行革の取組に、新しい形の取組も取り入れる。それは市の持っている魅力、価値、夢につながるような取組であって、行革にも結果としてプラスになるように、市の人達の力を結集する取組である。

それと、これまでの議論にもあったが、従来型の取組としては、どのように公共施設を配置するのか、規模はどうするのか。人口も変化するし、仕事の役割も変わってきている。本日の前段の話にあったように、市民はサービスを受けるのに、窓口に行くのか、口座振替にするのか、あるいはコンビニに行くのか、といった変化もあるので、それはそれで考えていく必要がある。集約すると、以上のような形になると思うが良いか。

誰をターゲットにするのかという話に戻ると、それは東京で働く人なのか、成田市なのか千葉市なのかというところはある。例えば、栄町は子育てをしているシングルマザーが街に戻ってくるのを重視していると聞いたことがある。流山市の話もあったが、それぞれの街が何を売りにしていくのかを考えていると思う。

(委員)

やはり、東京都の昼間就業者数は820万人もいるので、その人たちをターゲットにしないと話にならないのではないかと。流山市長はマーケティング出身なので、市のキャッチフレーズを「都心から一番近い森のまち」や「母になるなら流山市」とした。佐倉市は都心までの通勤時間が1時間30分かかるので、通勤するのに限界の地域だと思うが。

(委員長)

東京をターゲットにするべきかは、議論があるところだと思う。今、東京であれだけマンションが建っていて、東京で暮らして、東京で働く方向に動いている。これでオリンピックが終了したとき、どのようになっていくか。近くにある千葉市で勤めている人もいる。

高齢者が健康であって、今まで65歳まで勤めていた人たちが75歳まで勤めることになれば、その人たちが扶助費を上げることにはならず、むしろ市税収入を上げることになるかもしれない。決め切らずに、広い視点を持って、どうすれば収入を上げられるか、元気な人たちが活躍できるか、お金を払ってくれる交流人口を増やせるか、人々に楽しんでもらえるかということ、どのように集約して提言するかが考えどころになると思う。

大きな方向性については見えてきていると思うので、今日はここまでとする。提言書については、これまでの議論を踏まえて、事務局で案を用意していただきたい。

(3) その他

今後の日程について

(事務局より)

- ・ 第4回は、春頃に日程調整をして、平成31年5月か6月ころに開催することを予定している。

(午後5時00分終了)