

総務文教委員会行政視察報告書

令和5年8月31日

つくば市議会議長 五頭 泰誠 様

総務文教委員長 木村 修 寿
(公印省略)

本委員会は、下記のとおり行政視察を実施したので、報告します。

記

1 視察期間

令和5年7月19日(水)から令和5年7月21日(金)まで

2 視察先及び視察事項

(1) 東京都足立区

シティプロモーションについて

(2) 宮崎県宮崎市

不登校児童生徒に対する支援について

(3) 宮崎県都城市

ふるさと納税について

3 視察目的

本委員会所管に係る上記事項について調査研究し、本市総務文教行政の発展に寄与する。

4 参加者 計9名(委員7名、議会局(随員)2名)

委員長 木村 修寿

副委員長 黒田 健祐

委員 中村 重雄、山中 真弓、小森谷 さやか、木村 清隆、
小野 泰宏

議会局 中島 一美、小野村 裕美

5 研修内容

(1) 東京都足立区【7月19日(水) 説明：政策経営部シティプロモーション課】 「シティプロモーションについて」

区民を対象にした平成21年度世論調査において、「足立区に愛着を持っている」が7割だったのに対し、「誇りを持っている」は3割だった。そこで、民間のノウハウも取り入れながら、足立区のマイナスイメージを払拭すると同時にプラスイメージを創出することで区民の「まちに対する誇り」を高め、足立区を自慢できる・誇れるまちへと進化させることを目標とした、23区初のイメージアップ専管組織「シティプロモーション課」を創設し、「区内・区民」をメインターゲットとしたプロモーションに取り組んできた。

今あるもの・今ある魅力をブラッシュアップして不満要因をなくす「磨く」プロモーションの1つとして、区民に届く広報物制作に取り組んだ。伝えるだけでなく、ターゲットに「伝わる」ことにこだわり、区役所内の小さな広告代理店であるシティプロモーション課が、年間400件以上の制作支援をしたり、研修を行ったりしている。

新しい魅力を意図的につくり出す、満足要因をつくる「創る」プロモーションの1つとして、大学やNPO法人と区民参加型のアートプロジェクトを共催したり、様々な魅力や力をつなぎ、更なるイメージアップ戦略を展開する「繋ぐ」プロモーションの1つとして、鉄道事業者とコラボレーションして、スタンプラリー等のイベントを行ったりした。また、ターゲットを明確にした上で、広報媒体を選択し、全ての成果を効果的に発信する「戦略的報道・広報」にも取り組んだ。

その結果、足立区を誇りに思う区民の割合は、令和2年度には5割を超え、地方自治体のシティプロモーションを評価・顕彰するシティプロモーションアワードにおいて金賞を受賞した。これは、順序立てた戦略を、瞬間的ではなく、約10年の歳月をかけて徹底し、着実な成果に結びつけた点が評価されたものである。

今後は、区外に向けてのシティプロモーションを本格的にスタートする。



(2) 宮崎県宮崎市【7月20日（木） 説明：教育委員会学校教育課】
「不登校児童生徒に対する支援について」

宮崎市では、学校に登校することが難しい児童生徒の社会的自立を支援し、集団生活への適応や基礎学力の補充、基本的な生活習慣の改善を図るため、サテライト教室2か所を含む市内8か所の教育支援教室において、学習や相談、体験活動等に取り組んでいる。

学習体制を整備する事業として、今年度から、大学関係者、フリースクール等の職員やPTAの代表者等で構成される「不登校支援の在り方協議会」を設置した。様々な立場の方から意見や要望を伺い、年々増加する不登校児童生徒に対する現状と課題や、個々の児童生徒に応じたきめ細やかな支援策について協議する予定である。協議した結果は、今後の支援に反映する予定であり、その際は、限られた予算を有効活用するために、事業の見直しも必要であると考えている。

また、教室に入れない子供たちのために、市内小中学校10校に校内教育支援教室を設置、教員免許を有する校内教育支援指導員を配置し、別室登校の児童生徒への受入体制の充実を図るとともに、不登校支援等にかかる教職員の負担軽減を図っている。

次に、スクールカウンセリング等事業として、小学校9校、中学校16校に会計年度任用職員であるスクールアシスタントを設置している。スクールアシスタントは、主に不登校児童生徒の家庭訪問等を行い、家庭と学校をつなぐ役割を担っている。また、宮崎市独自でカウンセラーを3名雇用し、教育相談センターにおいて、不登校等についての相談を実施している。

さらに、「あたたかな人間関係づくり」サポート事業として、不登校やいじめ等を防止・改善するため、学級集団の状況を把握し、児童生徒一人一人に応じた対応をしていくことを目的に、小学校5年生及び中学校1年生の全学級を対象に、アンケートを2回行っている。1回目を終えた後、教職員向けに、アンケートの分析の仕方やそれをどう生かすかについての研修も行っている。



(3) 宮崎県都城市【7月21日（金） 説明：ふるさと産業推進局】
「ふるさと納税について」

都城市は、2014年10月に返礼品を大幅リニューアルした結果、全国で唯一、8年連続ふるさと納税寄附額トップ10入りを果たし、更に3度の日本一にも輝いている。

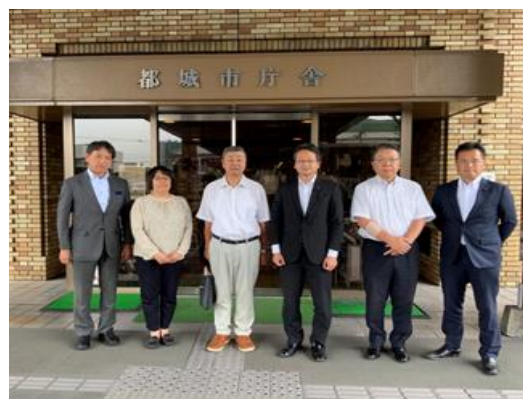
リニューアル内容の1点目は、「肉と焼酎＝都城」をコンセプトとし、返礼品を原則肉と焼酎に限定することで、都城市は「日本一の肉と焼酎のふるさと」であるというブランディングを行い、PRのツールとしてふるさと納税を活用したこと。

2点目は、寄附受付までのスキームについて、①市ホームページでの情報発信②紙及びFAXでの寄附受付、と受け身で煩雑であったものを、①返礼品を提供してくれる事業者と委託契約を締結する形での事業者登録②事業者からの返礼品企画提案③ポータルサイトへの返礼品掲載④情報発信⑤クレジットカードを中心とした寄附受付、へと見直したことである。

ふるさと納税に強い、寄附を集められる自治体に必要な条件は、寄附者ニーズに合い、競争力がある又は競合が少ない返礼品があつて、かつ在庫を確保できることであり、また、ポータルサイトを活用するなど、準備した返礼品をしっかりと周知できることである。多くの自治体が前者で悩み、それを後方でカバーしようとするが、その両方がうまく連動することが重要である。

また、ブレない意思とコンセプトがあり、先頭に立つてふるさと納税を推進するトップがいること、企画力・調整力等が高く、リーダーシップをとれる担当者がいること、地元事業者や議会等の関係者がふるさと納税推進事業に協力的であることも重要である。

更に、都城市には全国唯一の官民一体型の取組として、「都城市ふるさと納税振興協議会」がある。これは、全返礼品提供事業者の負担金によって運営されている協議会で、WEB広告などの宣伝を行っているほか、ふるさと納税川柳等のファンづくりの取組や、地元の活動支援など地域貢献もしている。



【行政視察所感欄】

今回の行政視察では、1日目に東京都足立区の「シティプロモーションについて」、2日目に宮崎県宮崎市の「不登校児童生徒に対する支援について」、3日目に宮崎県都城市の「ふるさと納税について」、以上3つの課題について研修することができました。

東京都足立区は、東京23区の最北端に位置し、人口は約69万人で、区内に6つの大学があり、積極的に大学連携を推進し、活力あるまちづくりや足立区のイメージアップを図っています。東京23区初の「シティプロモーション課」を設置し、まちを売り込む、自治体の知名度向上を図り、年間400件以上の制作支援や戦略報道・広報に取り組むとともに、職員の研修等を行っています。また、シティプロモーションアワードで金賞を受賞し、着実な成果に結びつけている点などが評価されました。つくば市におけるシティプロモーション事業の参考になりました。

宮崎市は、人口約39万8千人で、平成10年4月1日に中核市に移行しました。宮崎市では、不登校児童生徒に対し、よりきめ細やかな支援が必要と考え、不登校支援の在り方協議会を設置し、大学関係者、フリースクール等の職員、PTAの代表者などと今後の支援の在り方について協議を行い、今後の支援に反映させていくとのことでした。また、市内小中学校に、家庭訪問を行い家庭と学校をつなぐ役割を担うスクールアシスタントを設置したり、市独自でカウンセラーを3名雇用し、不登校児童等の相談を実施したりしています。今後のつくば市の不登校児童生徒の支援の在り方を検討するに当たり、参考になりました。

都城市は、人口約16万人で、南九州における産業、経済、教育、文化の中心的役割を担う広域交流拠点都市であります。都城市は「肉と焼酎＝都城」をコンセプトとし、返礼品を肉と焼酎に限定する等、様々と取組を行った結果、ふるさと納税寄附額について、3度の日本一に輝いています。また、都城市には、官民一体型の取組としてふるさと納税振興協議会があり、返礼品提供事業者の負担金によって運営され、広報等の宣伝や活動支援など地域にも貢献しているとのことで、協議会の活動支援の取組は、参考になりました。

結びに、今回の行政視察で学び得ましたことを参考に、本市の行政運営の発展に取り組んでまいりたいと思います。

総務文教委員長 木村 修寿