

平成28年2月12日

草津市議会議長 西田 剛 様

総務常任委員会  
委員長 木村 辰巳

平成27年度総務常任委員会研修結果報告書  
標題の研修結果は、下記のとおりでありましたので報告いたします。

記

1. 期 間 平成28年1月28日(木)～1月29日(金)
2. 日 程 1月28日(木) 富山県射水市 午後1時30分から午後3時30分  
・「地域振興会によるまちづくりと、コミュニティセンターの指定管理について」  
・「大江(おおご)コミュニティセンター現地視察」  
1月29日(金) 富山県富山市 午前9時30分から午前11時30分  
・「シティプロモーション推進事業について」
3. 参加者 委員8人、執行部職員2人、議会事務局職員1人 計11人  
(委員長) 木村 辰巳 (副委員長) 山元 宏和  
(委員) 西田 剛、杉江 昇、西垣 和美  
八木 良人、中島 美徳、安里 政嗣  
(同行) 総合政策部総括副部長 岡野 則男  
まちづくり協働部総括副部長 岡本 寿幸  
(随行) 議会事務局 能政 大介
4. その他 詳細は別紙復命書のとおり

# 総務常任委員会研修復命書

平成28年2月12日

草津市議会議長 西田 剛 様

草津市議会総務常任委員会  
委員長 木村 辰巳

## 1. 出張の目的

草津市議会総務常任委員会研修

## 2. 出張先

富山県射水市、富山県富山市

## 3. 出張の経過

■平成28年1月28日（木） 13:30～15:30 富山県射水市  
「地域振興会によるまちづくりと、コミュニティセンターの指定管理について」  
「大江（おおご）コミュニティセンター現地視察」

■平成28年1月29日（金） 9:30～11:30 富山県富山市  
「シティプロモーション推進事業について」

## 4. 研修出席委員名

（委員長） 木村 辰巳、（副委員長）山元 宏和  
（委員） 西田 剛、杉江 昇、西垣 和美  
八木 良人、中島 美徳、安里 政嗣

## 5. 執行部同行者・随行者

総合政策部総括副部長 岡野 則男  
まちづくり協働部総括副部長 岡本 寿幸  
議会事務局 能政 大介

## 射水市の概況

人口等	93,301人／34,004世帯(平成28.1.1現在)
面積	109.43km <sup>2</sup>
歳入歳出総額	406.4億円(平成27年度一般会計)
沿革等	<ul style="list-style-type: none"> <li>射水市は、富山県のほぼ中央に位置しており、東西を県下2大都市である富山市、高岡市に隣接している。また、半径約7kmのまとまりある地域であり土地面積は109.43km<sup>2</sup>で、県土面積の約2.6%を占めている。</li> <li>国道8号や472号などの幹線道路沿いには沿道サービス型店舗、運輸業などが立地しており、新湊地区東側には、射水市の基幹産業であるアルミ産業などの工業団地が広がっている。また富山新港はコンテナ貨物取扱量が順調に伸び、物流の拠点となっており、漁港では、白エビ、ベニズワイガニなどの富山湾の魚が水揚げされている。</li> <li>平成17年11月1日に新湊市、小杉町、大門町、大島町、下村の1市3町1村が合併し射水市が誕生した。</li> </ul>
議会について	<ul style="list-style-type: none"> <li>議員定数22人</li> </ul>

進行：議会事務局庶務課 議事調査課 長面 課長

挨拶：総務常任委員会委員長 伊勢 司 議員

説明：市長政策室まちづくり課 谷口 課長 坂井 課長補佐 今野 主任

大江コミュニティセンター センター長

### ◎「地域振興会によるまちづくりと、コミュニティセンターの指定管理について」 「大江（おおご）コミュニティセンター現地視察」

#### 1. 地域振興会によるまちづくりについて

- 平成19年度を「市民との協働によるまちづくり元年」と位置づけ、市民協働について積極的な取り組みを実施。
- 平成20年度～22年度にかけて旧小学校区を基本単位とした27地区に地域の各種団体が連携・協力する組織「地域振興会」を設立。
- 平成23年度から公民館をコミュニティセンターへ移行し、「地域づくりの場」「生涯学習活動に関する場」「地域住民の交流の場」として、地域のシンボリックな施設と位置づける。同時に指定管理者制度を導入し、「地域振興会」にコミュニティセンターの運営を委託。平成27年度においては27施設中20施設が導入施設である。また、「地域振興会」に交付金を交付し、地域の課題解決や地域コミュニティの活性化、地域の魅力を高める自主的な事業を地域が実施することにより、市民ニーズに的確に対応できるよう事業を行っている。
- 主な地域振興会への財政的支援について
  - ①地域型市民協働事業交付金（120,053千円）（参考2・参考4）

地域振興会が、地域の実情に応じて、地域の裁量で再配分し、使用が可能な自由度の高い交付金。

## 対象事業

### i) 市との協働事業

市が実施するよりも地域が行ったほうが市民ニーズに的確に対応できる事業

(例) 高齢者生きがい対策、公園維持管理、地域防災力向上対策

### ii) 地域振興事業

地域の課題解決や地域コミュニティの活性化等を高めるような自主的な事業

(例) 防犯等の安全・安心、子どもの育成等のまちづくり事業

### iii) 運営費

地域振興会の運営費 (例) 総会等の会議費、広報発行経費

## ②地域提案型市民協働事業補助金(400千円/1団体200千円が限度)(参考3)

地域が抱える問題やテーマを解決し、地域にあったまちづくりの実現に向け、地域振興会から事業の提案を募集し、地域振興会と市が協働で事業を実施。

## 2. コミュニティセンターの指定管理者制度導入について

- ・平成23年4月から地域振興会による、コミュニティセンターの施設の指定管理が開始し、平成27年4月時点で、27施設中20施設で管理運営が行われている。コミュニティセンターの組織体制として、地域振興会事務局長がコミュニティセンター長を兼務し、地域振興会職員がセンターの職員を兼務し、コミュニティセンターと地域振興会の両方の事務を担っている。
- ・公民館のコミュニティセンター化に伴い、公民館活動である生涯学習が置き去りになるとの懸念があったことから、生涯学習推進委員(生涯学習推進委員は地域振興会会長が推薦し、教育委員会が委嘱を行う)を各コミュニティセンターに配置し、コミュニティセンターでの生涯学習事業を実施している。
- ・コミュニティセンターの指定管理を地域振興会で行うことで、センターが地域活動、交流のシンボルとして位置づけられ、より身近な施設として地域の実情に応じた柔軟な運営が可能になり、施設の利用について良くなったという意見が増えている。
- ・導入当初は管理運営にかかる事務量が増加したという声があったが、現在はあまり聞かれず、行政事務手続の不要により迅速な運営が可能になり、行政の指示や指導に束縛されず、地域住民のノウハウやアイデアの柔軟な活用が図られている。
- ・現在は住民の高齢化に伴い、地域振興会職員のなり手が少なく人材不足という課題を抱えている地区がある。

## 3. 大江(おおご)地域振興会によるコミュニティセンターの管理運営について

- ・大江地区は射水市東部に位置しており、人口2187人、767世帯、5つの町内会で構成されており、地区の中では小さな部類に入る。
- ・コミュニティセンターの特徴としては、木造平屋建の研修棟と、バレーコートが1面取

れる体育館と隣にグラウンドがある。これは合併の際に地区の小学校が閉校になることから、公民館建設時に体育施設を盛り込むことを条件にしたためである。

- ・地域振興会の組織については、従来からの自治会組織が母体となっており、自治会が中心となって各種団体をまとめている。
- ・コミュニティセンターの運営については、事務職員が2名、午前と午後に分かれて出勤。夜間も2名体制で勤務を行っている。センター長は週4日9時～17時までの勤務となっている。職員の賃金は時給780円。センター長は月額6万円＋手当て1万円。すべて地域住民から採用している。
- ・指定管理については、修繕をはじめ自由裁量の幅が広がったので、地域の要望や、利用者の声にすばやく対応できるようになっている。
- ・地域振興会と自治会の関係について、地域振興会の中に自治会組織も組み込まれているため、自治会を無くすということも考えられるが、地域振興会と自治会では財源が異なることから、自治会を無くすことは難しい。
- ・高齢化が進んでいる地区であり、若い方、子育て世代の参加が少ないことと後継者不足が課題となっている。

#### <質疑応答>

Q：総合計画の中の位置づけはどこに当たるか。

A：「みんなで創る開かれたまち」に当たる。

Q：平成26年から第2次総合計画が始まっているが、平成25年までは、各地域振興会で子どもに重きをおいた事業を実施している。このあたりは総合計画との整合性はどのように図っているのか。

A：地域型市民提案事業については、市のまちづくりの施策の方向性というよりも、各地域の将来像と、その地域の実情に合ったまちづくりを進めていく上で事業を展開している。偶然にも25年度までは、子育てや青少年育成の事業に集中した。

Q：地域型市民協働事業交付金について、市で積算した各事業の交付金を、地域振興会がコミュニティセンターの指定管理をすることで、地域の実情にあった再配分をすることが可能になるのか。

A：地域型市民協働事業交付金は指定管理者制度とは別の制度であり、これまで市で行ってきた事業を地域で実施していただくことに対しての交付金である。例えば市で高齢者対策費として200万積算しても、地域では100万を高齢者対策として支出し、残りを別の事業に当てるといった柔軟な執行ができる。

Q：この交付金は順調に執行されていると、市は評価しているのか。順調に地域で執行されているという具体的な事例はあるのか。

A：現場では順調に運用されているという声が多い。具体例としては先程100万の極端な例を出したが、実際には10万円～20万円を節減し、他の事業に充当するというやり

くりが多い。

Q：指定管理について第3者の評価は行っているのか。評価表を見ると何れの項目も評価が高いが、評価はどのように行われているのか

A：現在のところ第3者の評価は行ってはいない。毎月と年度末の実績報告を見ながら市で評価をしている。A評価はあくまでも標準ということであるので、決して高い評価ではない。

Q：交付金、市との協働事業については従前から「敬老会」「地域サロン」などで市がもともと地域に渡していた金額をそのまま渡しているのか。

A：基本的に積算根拠は変わらない。

Q：草津市では各町内会に、町内会の運営に係る費用を行政事務委託料として支払っているが、町内会には何か交付しているものがあるのか。

A：市との協働事業の項目に含まれているので、特別に町内会に支払っているものはない。

Q：交付金の運営費に含まれている報償費はコミュニティセンターの職員の賃金のことなのか。

A：地域振興会事務局の職員の賃金であり、センター長の賃金は別になっている。地域振興会の会長への報償費も出ていない。

Q：他市の事例であるが、地域への交付金の運用実績などを見て、大幅に減額したことがあったが、交付金額の変動については考えているのか。

A：市との協働事業をもう少し地域に移管していきたい思いがあるので、交付金の額は今後増やしていきたい。財政状況が悪いからといって大幅に減額ということは考えてはいない。

Q：自主事業による収入はどのあたりまで認められるのか。

A：自主事業をする場合は、計画書を提出いただき、市で承認をする。負担金の額などを見て承認している。あくまでも地域振興に資するものであることが大前提で、単に営利目的であるとなると承認はできない。

Q：現在27施設中20施設が指定管理となっているが、残りの施設についても今後指定管理を進めていくのか。また進めていくに当たって地域での課題などがあるのか。

A：残り7施設のうち、1施設は複合施設であることから指定管理にはそぐわないので直営となる。残り6施設は改築して間もない、または今後改築する予定の施設であり、改築して3年経過したら指定管理に移行することで、各地域振興会与合が取れている。3年という期間については、指定管理料を3年の平均で算出しているためである。

Q：各地域振興会の人口規模はどれくらいか。

A：小さな地区1,000人。最大で1万人の地区がある。平均で3,000人程度。

Q：27地区の地域振興会の足並みは揃っているのか。交付金の流れについて社会福祉協議会の扱いはどのようになっているのか。

A：地区社協については交付金の対象にはなっておらず、従来どおり、市社協から地区社協へという流れになっている。本来であれば地区社協も交付金の対象としたいところではあるが、まだそこまでは至っていない。

Q：各種団体の似通った事業を統合して、複数の団体が活動を共にする場合に、所管の事項が違うなどでなかなか足並みが揃わないことがあるが、どのように対応しているのか。

A：27地域振興会で地域の特性があるので、決まった対応策があるわけではなく、どの地区でもそのような事は課題になっているが、一部うまく運営できている地域振興会もある。その地域振興会は各役員がしっかりと各種団体の調整を図っていると思われる。

Q：地域振興会、各種団体の役員の入替わりはスムーズに行われているのか。もし行われているのであれば、こういった手法で行っているのか。

A：役員等が固定化されている地域振興会が多く、後継者不足が課題となっている。

Q：組織体制の中にある「職員応援団」の役割はどのようなものか。

A：市の管理職以上が応援団となっており、主な役割は地域の事業に参加することと、助言・アドバイスを行うことである。

Q：職員応援団の事業参加はどれくらいあるのか。同様の制度を設けたが、日々の業務などでなかなか職員が地域の事業に参加できないという自治体も多くあると聞いているが。

A：職員は地域に貢献するものなので、概ね参加してもらっている。地域によっては役員会などにも出席してもらうこともある。

Q：地域振興会が設立されたのが平成21年で、指定管理になったのが平成24年であるが、3年間で機運が高まったということか。

A：まずはモデル地区を5つ設定し進めていく中で、全体の機運が高まっていった。その後、市から何度も説明に来ていただき、自治会長が最終判断された。

Q：地域振興会がコミュニティセンターの指定管理者になったのメリット、デメリットは何か。

A：メリットは自由裁量が利くようになり、市にお伺いを立てる必要がなくなったので、地域の要望などを迅速に処理できる。

Q：指定管理をするに当たっての仕様などでの制限はあるのか。

A：ほとんどない。指定管理導入に当たっては市が書類の作成方法など、事務について懇切丁寧にサポートをしてくれた。

Q：コミュニティセンターの指定管理をするに当たって責任者はだれになるのか。

A：責任者は地域振興会会長であるが、個人というわけではなく、あくまでも組織として責任を負う。

Q：指定管理モデル地区を設定した後、一気に他の地区にも指定管理を進めていったのか。

A：地域の実情を汲み取り、可能なところから徐々に移行していった。

Q：使用料収入があるが、どういった団体が使用する際に発生するのか。

A：地域住民が5人以上所属しているサークル、地域振興会のメンバーは無料。他の地域振興会や外部団体が使用する際は有料。

Q：賛助会員とはどういったものか。

A：大江地区にはないが、商店や企業がスポンサーのような形で入っているところもある。

### <所 感>

射水市においては、平成20年から平成22年にかけて、27の旧小学校区で本市のまちづくり協議会に当たる「地域振興会」を立ち上げ、平成23年4月から地域振興会によるコミュニティセンターの施設の指定管理者制度に移行している。平成27年4月時点で、は27施設中20施設で指定管理が行われており、残りの施設も、複合施設である1施設を除いて指定管理者制度への移行が概ね決定しているなど、地域振興会の指定管理者制度への理解度は高く、実際にコミュニティセンターを管理している現場からも、指定管理者制度への移行によって、最初は事務手続き等に戸惑ったが、自由裁量が増えたことで、地域の要望に迅速に対応でき、住民のノウハウを反映しやすくなったという意見もある。

この要因としては、①行政と地域の役割を明確にし、地域振興会が主体となって地域の実情にあった事業に重点配分が可能な自由度の高い交付金制度、②移行に伴い地域の懸念事項であった生涯学習事業の存続などの課題解決、③地域振興会立ち上げから指定管理者制度導入までの行政職員による丁寧な指導・助言、④自治会をはじめ地域振興会に属する各種団体内で中心となる団体・役員が明確化されており地域内での意思統一が図られていることが挙げられる。しかしながら、すべての地域で地域振興会の運営、指定管理が順調に機能してはならず、地域によっては、各種団体の意思統一が図られていない地域もあり、地域振興会の交付金の対象に地区社会福祉協議会は入っていないことや、人材不足に伴う役員の固定化などの課題も伺える。

本市のまちづくり協議会による、市民センターの指定管理においては、市民センターでの諸証明の発行業務がコンビニでの発行に切り替わることへの不安があるなど、地域と行政の間で指定管理者制度の導入における考え方に若干の隔たりがあり、まちづくり協議会の方向性についても、一部、各種団体の意思統一が図れていないと考えられる。今回の射水市の行政視察を研修の内容を参考にしながら、今後のまちづくり協議会による市民センターの指定管理について、運営方法や住民周知など所管事務調査で検討し、議会として意見をして参りたい。

文責 総務常任委員長 木村 辰巳





射水市役所小杉庁舎にて



大江コミュニティセンターにて

## 富山市の概況

人口等	418,979人／171,054世帯(平成27.4.1現在)
面積	1241.77km <sup>2</sup>
歳入歳出総額	1681.5億円(平成27年度一般会計)
沿革等	<ul style="list-style-type: none"><li>富山市は富山県のほぼ中央から南東部分までを占め、北には豊富な魚介類を育む富山湾、東には雄大な立山連峰、西には丘陵・山村地帯が連なり、南は豊かな田園風景や森林が広がっている。</li><li>市内には神通川や常願寺川など大小の河川が流れ、古くから川で結ばれた文化圏を形成しており、海の幸に恵まれた富山湾から登山家たちを魅了してやまない3,000メートル級の山々までが織りなす自然の姿は、世界第一級の景観をなしている。</li><li>全国的に「くすりのまち」として有名であるが、近年は環境、バイオ、IT関連産業の育成に努めるとともに、立山連峰や越中おわら風の盆といった観光資源をいかした、観光産業の発展にも取り組んでおり、公共交通を軸としたコンパクトシティとしても注目されている。</li></ul>
議会について	<ul style="list-style-type: none"><li>議員定数40名</li></ul>

進行：議会事務局 議事調査課 金井 主任

挨拶：議会事務局 議事調査課 丸山 課長

説明：企画管理部 企画調整課 桧物 主任

### ◎「シティプロモーション推進事業について」

#### 1. コンパクトなまちづくりについて

- 人口減少、超高齢社会を見据えて、将来の世代に責任の持てる、持続可能な都市経営、まちづくりが必要であることから、コンパクトなまちづくりを基本方針とし、公共交通を軸とした拠点集中型のまちづくりの実現を目指している。
- コンパクトなまちづくりは富山駅周辺だけが活性化するのではなく、それぞれの生活拠点を公共交通で結び、その沿線に都市の諸機能を集積させることで、それぞれの拠点の活性化につながるものである。ライトレールや市内電車の環状線化、新幹線高架下への乗り入れなど公共交通を活性化し、公共交通沿線への居住促進のための助成を行うことで中心部への人の流れを作り、中心市街地の活性化につなげている。また中心市街地への活性化は税の還流という観点からも合理的であり効果的であるとしている。
- コンパクトなまちづくりの効果として、①転入人口の増加②地価の上昇③ガソリン購入量の減少等が上げられる。またコンパクトなまちづくりをきっかけに様々な居住促進事業が展開されている。(学生の新幹線通学補助、おでかけ定期券事業等)
- コンパクトシティへの取り組み事体が注目され、大きな意味でのシティセールスとなっている。(OECD(経済協力開発機構)にコンパクトシティ先進都市として取り上げら

れ、国際会議へ招聘など)

## 2. シティプロモーションについて

・平成21年度にシティプロモーション推進計画を策定し、都市の総合力を高めるとともに、魅力的な都市像を発信し、市内外の多くの方から選ばれるまちづくりを目指している。計画はあくまでもシティプロモーションの取り組みについて整理したものであり、計画に縛られることなく柔軟に事業を展開している。ターゲットの明確化が基本原則であり、「誰に・何を伝えるか」ということを重要視している。

・具体的なプロモーション

### ①富山市情報全国発信事業

富山市の情報を様々なメディアを通して全国に発信していく。全国規模の旅行雑誌に掲載したり、ミシュランガイドの制作に合わせ、プロモーションを展開したり、映画やテレビを通しての情報発信や、富山市を舞台にしたショートアニメを制作したりなど多岐にわたる。何れの事業もターゲットがはっきりしており、富裕層、登山愛好家、ネット世代など、メッセージの対象を明確化させている。

### ②首都圏での情報発信

東京の丸の内で開催されている、首都圏のビジネスマンを対象とした講座で地域振興をテーマとした座学や実地活動を通して、富山市の魅力を発信し首都圏の関心を喚起させる事業や、東京都内の銭湯の湯船の背景に「立山連峰」を描き、富山市をイメージさせる事業や、モノレール、JR山手線の電車の吊広告（モンドセレクション最高金賞を受賞した「とやまの水」を題材）への掲載で富山市の魅力をPRしている。

### ③市内での取り組み

シティセールスを後押しするために、事業者や市民団体等が大都市圏のイベント等に出席する事業や、包装紙等への「富山」標記事業に補助金を交付する、シティプロモーション認定事業を行っている。この他に、富山の食材で健康に良いもので美味しいものを選定し、「富山やくぜん」としてブランド化する事業や、公共交通を利用したラッピング広告、高齢者向けの施策などを行っている。特に高齢者と公共交通を結びつけたことで、高齢者の外出頻度が高まり、歩数が増えることで健康増進にもつながっている。

また、くすり瓶のガラスから連想し、「ガラスのまち富山」のブランドビルディングを30年以上前から取り組んでおり、ガラス加工の専門研究所を誘致し、新素材のガラスを研究し、人材育成、産業や芸術振興に努めている。現在は市内のガラス作家の作品を、飲食店の食器に使用してもらうなど、富山の食とガラスのPRを行うなどの事業を展開しており、昨年8月にガラスのまち富山のシンボルとしてガラス美術館が完成した。

### ④企業との連携（ANA）

平成26年にANA総合研究所と連携協定を結び、ANAグループで培ったノウハウを有する客室乗務員を「富山市地域づくりマネージャー」として常駐派遣いただいております。世界各国へのフライト経験がある乗務員から、知識、アイデア、おもてなしのこころなどを職員が学ぶことで、シティプロモーションの活性化につなげている。

またANAのネットワークを活かして、国際線の機内誌に富山市のPR記事の掲載やPR映像を流す事業や、客室乗務員を招いて、市内モニターツアーやワークショップを実施し、市民と共に地域活性化や地元の魅力の発掘などをおこなう事業など、様々な連携事業を展開している。

### 3. シビックプライドの醸成について

#### ・AMAZING TOYAMAキャンペーン

市民一人ひとりが「わがまち」に対して愛着や誇りが持てるよう「シビックプライド」を醸成することがシティプロモーションにとって重要であることから、富山市民が当たり前に享受していたものが、あらためて驚きのある新鮮なものとして感じられるためのキーワードを「AMAZING TOYAMA」とし、象徴となるモニュメントの設置と関連事業を1つのパッケージとして展開している。モニュメントの設置や、街なかでのロゴの掲載に加え、職員の名刺の表面にはロゴを表示し裏面には自分がお勧めの富山野風景の写真を載せたり、フレーム状の「AMAZING TOYAMA」を商業店舗などに表示いただいたりするなど官民間問わず取り組みが展開されている。

また「AMAZING TOYAMA」フォトプロジェクトとして、著名な写真家による富山市内の風景をテーマにした写真教室を実施し、市民が撮影した写真を公共事業における工事用仮囲いにデコレーションするなど、多くの市民を巻き込んで行われている。

この他にも「市民の暮らし」をテーマにした雑誌AERAのムック本(雑誌(magazine)と書籍(book)の融合本)「富山市 by AERA」を制作し、富山市で活躍している、登山家や料理人、クリエイターや、富山市出身の著名人のインタビュー等を掲載し、富山市の魅力を発信することで、シビックプライドの醸成を図っている。

#### <質疑応答>

Q:「ガラスのまち富山」のブランドビルディングにはどれくらいの市民団体が参加しているのか。

A:具体的な数字は分からない。30年以上続けてきているが「富山＝ガラスのまち」と認識している市民は少数。昨年に完成したガラスの美術館で市民にも認識してもらえるのではないかと考えているが、まだまだ浸透はしていないと感じる。現在は小学校の授業でガラス工房での体験などを取り入れてもらい、小さな頃からガラスを身近に感じてもらえるような取り組みを進めている。

著名なガラス作家や、高度な技術を研究できる学校などもあることから、ガラスの業界では富山市の認知度は高いので、外から評価されて、市民が気づくということになるのではないかと思う。

Q:広報やメディア戦略が充実しているが、どれくらい予算があるのか。

A:紹介した内容は、市全体のプロモーション事業を集めたものであり、総額は分からないが、当課のシティプロモーション推進事業での予算は1億5千万円。電通や博報堂などの大手代理店に依頼するのではなく、アニメーションを手がける会社や地元のデザイン会社、提携しているANAなどのネットワークを駆使して、様々な取り組みを実施し

ている。

Q：プロモーションの効果についてはどのように検証を行っているのか。

A：現状しっかりした検証は行えていない。PDCAを意識して事業を行ってはいるが、プロモーションの効果をどこで計ればよいのかという悩みはある。

Q：シティプロモーションの最終目標はシビックプライドに繋げていくことなのか。

A：北陸新幹線が開業し、多くの方が訪れるようになったので、市民一人ひとりがまちに対する誇りや愛着を持っていないと、訪問された方をおもてなしすることが出来ないことから、市民の意識を根本的に変えていき、市民の方々が富山の魅力を発信していくことで、県外からの定住促進や、住みよいまち、選ばれるまちにつながってっていくのではないかと考えている。

Q：富山県が既にブランド化したものを、市は有効的にブランドとして押し出しているが、この手法についてはどのような考えをもとに行っているのか。

A：富山市は北陸新幹線や空港があり、富山県の玄関口であることから、富山市を拠点としてあらゆる所（富山県内の観光地など）へ行っていただけるベースキャンプシティとして売込みを行っている。

Q：市内各所にあるレンタル自転車の利用率はどれくらいか。

A：所管部署が異なるため、正確な数字は分からないが、平成27年度で1日の無料利用（15分以内の利用）が多い月で200回程度あるとされている。ステーションの数が増えてきていることから考えると利用率は高いと思われる。

Q：「AMAZING TOYAMA」で掲載されている写真は市内中心部が多いと見受けられるが、合併前の旧の市町と富山市のシティプロモーションに対する意識の差はあるのか。

A：合併前の旧の市町と、富山市で意識の差はほとんど感じてはいない。中心部の写真が多いことについては、中心市街地を活性化させることで税収入を増加させ、過疎が心配される地域などに還元していくという考えでまちづくりを進めているので、中心部の写真が多くなる傾向にある。

Q：いくつかの施策で、一度富山を離れた方に再び富山に戻ってきてもらう事を促進する事業があるが実績はどのくらいか。

A：この施策については今年度始めたばかりで、まだ実績値は出ていない。

Q：草津市のシティセールスは重点事業ではないが、富山市ではどのくらいの位置づけかまた「まち・ひと・しごと」の中ではどのように盛り込まれることになるのか。

A：シティプロモーションは重点事業になっている。市長からのトップダウンの企画も多く、当課でそれを調整しており、「まち・ひと・しごと」ではどのように盛り込まれるかは現状では分からないが、来年度の予算については観光に特化した内容が多くなっ

ている。

### <所 感>

富山市のシティプロモーション推進事業は、コンパクトなまちづくりにおける公共交通の整備が、まちなか居住の推進や中心市街地の活性化につながり、それらが市民意識の変化（シビックプライドの醸成）を生み出すものという大きなコンセプトのもと、市内だけでなく、富山の資源を駆使しながら富山市を内外に発信する事業である。情報発信は、誰に（対象者の明確化）、何を（対象者に応じた情報提供）、いつ・どのようにと明確な意図をもって構築されており、発信媒体については、富山市特有の公共交通や、マスメディアの有効活用など時流を踏まえて行われており、戦略的かつ効果的に広告展開されている。一方で、「ガラスのまち富山」のイメージ形成に30年以上取り組むなど、粘り強く行われている事業もある。

富山市のシティプロモーションに共通する事項は、秀でたリーダーの豊富なアイデアを形にする行政とそのアイデアに積極的に参加する市民による官民総力のプロモーションにあると考える。行政のシティプロモーション事業に、市民自身が参加することで、自分たちのまちの魅力を再発見してもらい、そのことがシビックプライドを醸成し、まちの総合力を高めていくという正の循環が形成されている。シティプロモーション事業は効果測定が難しく、予算が確保しにくい事業ではあるが、富山市では予算が年々増加しているということから、この事業がまちづくりにおいては重要なものとして位置づけられていると考える。

本市と富山市では都市規模とシティセールスにかかる予算額で大きな差があるが、富山市同様に、今あるものの魅力を再発見し、その地域資源を誰に、何を、いつ・どのように発信するのか明確な意図をもってシティセールスに取り組むことが重要であると考えます。

今回の富山市での行政視察の内容を参考にしながら、今後の草津市のシティセールスについて検討して参りたいと考える。

文責 総務常任委員長 木村 辰巳

