

建設経済委員会行政視察報告書

日 時	平成25年10月24日（木）午後1時00分から午後2時30分
視 察 先	宮崎県延岡市
視 察 項 目	協働・共汗道づくり事業について
視 察 者	委員長 夏目 豊 副委員長 林 秀人 委 員 古俣泰浩、渡邊眞弓、江端菊和、勝崎泰生、近藤久義
視 察 内 容	<p>延岡市における「協働・共汗道づくり事業」は、市民が普段利用している市道や里道は地域の共有財産であるとの考えのもと、地域に住む市民と市との協働と共汗により、身近にある市道等の簡易な改良工事を行う事業である。</p> <p>具体的には、地域の市道等において、自治会等の団体が実施する簡易な道路舗装工事や道路側溝の蓋掛工事等に対し、必要なコンクリートなどの原材料やコンクリート製側溝などの製品の提供、バックホーなどの機械器具等の貸し出しを行い、その一方では、市職員の技術支援による地元住民の労力提供を受け、共に汗を流しながらその整備を行うものである。</p> <p>市側の直接的な効果としては、工事に係るコストの削減が挙げられ、通常の請負工事と比べて5割から6割の削減効果があると試算されているが、この事業にかかわった市民からは、「作業をするたびに住民同士のきずなが固くなった」との住民間の交流を効果として挙げる声もあることから、地域の団結や活性化、さらには道路愛護意識の高揚にも一定の効果が得られている。なお、事業化された21年度から徐々に予算も増額されるなど、一定の予算措置も得て、事業が推進されている。</p>
所 感	<p>協働・共汗道づくり事業は、限られた予算の中で、市民と市が知恵と汗を出し合いながら互いの利益を生む取り組みであり、その内容は協働の原点を感じるものであった。とかく協働事業では、市民に任せきりになる、市民の負担が大きくなるといった傾向が危惧され、事業の継続性を含め課題として指摘されることも多い。しかしながら、延岡市では、共汗と銘打ち、申請手続に係る書類の作成から地域の負担とならないよう市が可能な限り支援することとしている。また、事業の現場においても積極的に市職員が立ち会うなど、顔の見える取り組みとして行われていることから、協働の実践に係る先進事例と言える。</p> <p>事業の効果としても、市の発注する工事よりも5割程度のコストの削減を実現しているとともに、地区要望と比較して大幅に実現までの期間が短縮されることは、地域住民にとっても大きなメリットである。一方、市の発注する工事に比べ、安全管理、品質管理、出来形が劣ること、また、地元施工となることから、工事経験者がいないと施工ができない場合があることが課題として挙げられていたが、市職員との共汗により一定水準の完成度が補完されており、工事経験者についても地域での調整により現状では問題となっていないとのことであった。</p> <p>本市においても、市道や里道の改修工事などこの事業に該当する地区要望は少なからずあり、長期的に実現が困難となっている現状がある。こうした案件を解決していく上での参考となるとともに、協働事業における市と市民とのかかわり方の観点からも参考となる事業であり、市のみではなく、地域にとっても、また双方にとっても様々な効果を期待することができる事例として大変有意義な視察であった。</p>

建設経済委員会行政視察報告書

日 時	平成25年10月25日（金）午前10時00分から正午
視 察 先	福岡県北九州市
視 察 項 目	北九州フィルムコミッションについて
視 察 者	委員 長 夏目 豊 副委員 長 林 秀人 委 員 古俣泰浩、渡邊眞弓、江端菊和、勝崎泰生、近藤久義
視 察 内 容	<p>北九州市の「北九州フィルムコミッション」は、平成元年から市のイメージアップを目的として設置された北九州市広報室イメージアップ班が中心となって設立した国内初のフィルムコミッション組織で、映画やテレビドラマなどの撮影を全面的にサポートする非営利組織である。その設立のきっかけは、昭和63年に11政令指定都市を対象として行われた住みやすさアンケートにおいて、同市が総合では一位でありながら、イメージ調査では最下位であったことに起因する。</p> <p>一番住みやすい生活環境を有しているにもかかわらず、最悪な生活環境のまちというイメージがあるというギャップを埋めるための一つの施策が、このイメージアップ班や、北九州フィルムコミッションの設立であった。映画やテレビ番組などマスメディアに対し、「北九州市の本当の姿」を積極的に露出していくために、ロケ誘致・支援などを行うとともに、地域への経済効果なども目的とした活動がなされ、現在では、平成23年度実績として、誘致支援件数17作品で、3億5,000万円の直接経済効果があったと推測されている。また、こうした撮影時のボランティア等として約8,000人の市民が参加しているなど、市民の郷土愛の醸成に役立っている。</p>
所 感	<p>北九州フィルムコミッションは、決して多額の予算、多人数の体制ではないにもかかわらず、市のイメージアップ、経済効果、観光客数の増加など大きな効果を上げており、特に、観光客数については、平成元年の359万人から22年には1,164万人へと大幅に増加している。こうした成果の根幹には、同組織の「支援作品を利用したPR活動」、「どのような内容の作品でもまず引き受ける」といった基本姿勢があり、マスコミを積極的に活用した方策として、本市においても検討すべき内容であった。北九州市のように、専門的に市内のロケ候補地の抽出や、市民、企業等の協力のもとで映画やテレビドラマ、バラエティ番組、報道等の撮影に向けて積極的・定期的にマスコミに情報提供を行うための窓口を設ける必要はあるが、情報媒体を活用した本市の知名度の向上やイメージアップによる観光客の誘致に加え、市民に対してもタイムリーに番組の公開時間、放映時間などをPRし、日常以外の知多市を発信することで、経済効果にとどまらず、郷土愛の醸成等も期待できるものである。小規模な誘致からであっても、マスコミ等に取り上げられる工夫をしていくことで、まちづくりの推進につながるものと考え。</p> <p>さらに、取り組みを進める上で、ボランティアの管理もボランティアで行う、市の予算に頼らないよう広報をできる限り撮影や映画配給会社の行う宣伝活動に盛り込むなど、費用を抑えつつも最大限の効果が得られるよう工夫していることなども、大変参考になった。</p> <p>本市においても、知名度の向上やイメージアップを目指し、歴史や文化も含めたさらなる資源の発掘に努めることや、そうした様々なまちの資源の幅広い活用を検討していくことの必要性、また、観光圏による広域的な視点も含めてその可能性が示された視察であった。</p>