



24 議委 第 71 号
平成 24 年 11 月 30 日

南会津町議会議長 芳賀沼順一 様

総務委員長 五十嵐 司



総務委員会行政視察研修報告書

行政視察研修について、その結果と内容を下記のとおり報告いたします。

記

1. 研 修 日 平成 24 年 10 月 3 日 (水) ～5 日 (金)
2. 場 所 佐賀県武雄市
3. 目 的

武雄市は樋渡啓祐市長の強いリーダーシップのもと、様々な前例のない挑戦を実践し、全国的な注目を浴びている。その成果は視察受入数にも表れており、全国で最も行政視察の多い自治体となっている。特に成果をあげているのは HP をフェイスブックページに移行し、アクセス数を飛躍的にアップさせ、そのネットワークを活用した「F&B 良品」(Fun&Buy ファンバイ良品) という行政が先頭に立ったブランドを立ち上げ、行政自らが地域の農産物や物産品を通信販売していることである。また、武雄市では節電対策の一環として残業禁止に取り組むとともに様々な行政改革を行なっている。これらの取り組みを視察することにより、風評被害に苦しむ現状を打開し、地域の活性化をより推進するための施策提案していくことを目的とする。

4. 研修時間
 - ・武雄市役所 午後 1 時 30 分～午後 4 時 30 分
 - ・武雄市立図書館 午後 4 時 45 分～午後 5 時 45 分

5. 参 加 者
 - ・委 員 五十嵐司・室井実・渡部優・大桃英樹・芳賀沼順一
 - ・随員 酒井直伸 (議会事務局)・小椋恵司 (総合政策課)

6. 内 容

①視察地及び視察概要

武雄市は佐賀県の西部、佐賀市の西約 28km、佐世保市の東約 30km の場所に位置する。地形は低山と盆地と川沿いの平地が入り組む地勢である。市域南東部の武雄盆地の西の端と市域西側の盆地に人口が集中している。他の地域は山地である。視察は武雄市が SNS (ソーシャルネットワーキングサービス) を活用し進める地域活性、機構改革、行政改革について学ぶことを目的とする。

②調査内容

- (1) 市ホームページの Facebook (フェイスブック) 移行について

ア 経 過

- ・平成 21 年 7 月 たけおブログ開設
- ・平成 22 年 9 月 たけおブログ&Twitter 開設 (全職員がアカウント取得)
- ・平成 23 年 8 月 武雄市ホームページの完全 Facebook 化

フェイスブック係設置

- ・平成 23 年 11 月 F&B 良品オープン
- ・平成 24 年 4 月 フェイスブック・シティ課設置（全職員アカウント取得）

イ フェイスブックの性格

- ・実名性⇒荒れにくい
- ・オープン性⇒だれでも見ることができる
- ・拡張性⇒多様な外部サービス

ウ フェイスブックの採用

- ・コミュニケーションの活性化⇒お褒め、苦情、意見、提案
- ・情報提供の機動力を高める⇒誰でもできる
- ・平成 24 年 4 月から全職員アカウント取得
⇒市民等からのコメントへの即位対応など市民生活向上と業務の効率化
- ・低コストで導入できる

エ ファン数

- ・約 19,300 人（平成 24 年 9 月末現在）

オ 月間アクセス数

- ・旧ホームページ約 5 万件⇒フェイスブックページ約 300 万件（60 倍）
⇒これからの武雄市は「共感」発信で「つながる」武雄市を目指す

(2) F&B 良品の取り組みについて

平成 23 年 11 月フェイスブック（FB）内に特産品販売の専門ページを開設したと発表。地元業者などの商品を選定して無料で掲載する。地域活性化や同市のブランディングが狙い。3 年後には約 1,000 点を掲載し、年商 10 億円を目指す。同市によると FB を活用して自治体が通販を行うのは全国初の試み。ページの名称は「F&B 良品 TAKEO」。「FUN（楽しみ）BUY（買う）」という意。ユーザーが利用するには FB への登録が必要。決済まで同市が代行するため出品者が EC サイトを持つ必要はない。

販売商品は市観光協会長や JA 理事、副市長など 5 人が選定委員になって選ぶ。代金回収などは地元業者に委託。ページ開設と今後 1 年間の運用費用は約 76 万円。自治体による初の FB を利用した通販展開で、さらに地域活性化の取り組みを盛り上げている。

(3) 機構改革（残業禁止令）について

平成 23 年 6 月議会一般質問に対し、7 月、8 月の節電対策の一環として「職員の残業禁止」を市長が表明。勤務時間が終わり次第退庁すること、17 時 45 分に本庁、支所は消灯すること、やむを得ず時間外勤務を命令する場合は、2 日前までに副市長宛に許可を申請することとした。

この結果、平成 23 年 7 月から 10 月までの 4 ヶ月間で、職員に支払った残業手当の総額は 841 万 7,981 円となり、前年同期と比較し 1,277 万 9,187 円の減となった。職員は「作業の見直しを求められ、その調整に終わったがもう慣れた。」と話す。また、武雄市では残業禁止とあわせ、フレックスタイム制も導入している。

(4) 行政改革について

武雄市では、行政改革として水道料金、介護保険料、固定資産税の改定を行なった。これは市長の強いリーダーシップによる改定であり、市民生活の向上を市の活性化に繋げていくことを目的としている。

(5) 市立図書館の指定管理者制度導入について

図書館運営に指定管理者制度を導入し、レンタルソフト店「TSUTAYA

（ツタヤ）」を展開するカルチュア・コンビニエンス・クラブ（CCC）に運営委託する計画である。これにより、無休で 365 日開館し、雑誌や文具を販売するスペース、蔵書を持ち込めるカフェも設ける。貸出カードは CCC の「T カード」を導入し、本を借りてポイントが付く仕組みである。

7. 所 見

- ① まず、説明する職員のいきいきと仕事に取り組む様子が驚いた。「市の役割は市民の所得向上のため、市を PR すること」と職員自ら考え、働く姿は市民にとっても共感を呼ぶことだろう。そのきっかけは市長が全職員に Twitter アカウントを取得させたことに遡り、2 年の時間をかけて育ててきた土壌である。（ちなみに、現在武雄市は視察受け入れ全国一といわれ、相当数の自治体が視察に訪れている。そして、視察の際は必ず市の特産品を視察者に紹介し、購入を促す徹底した方針があり、我々も例に漏れず購入させられた。）
- ② ホームページアクセス数の飛躍的な向上は、単にフェイスブックへ移行するだけでは達成させられるものではなく、職員の市を PR することに対する意識向上が必須である。
- ③ F&B 良品はまさにその集大成ともいえる事業であり、職員と農家や民間業者が一体となってコンセプト作りも含めた商品開発、宣伝、販促を行なっており、市が先頭に立ち PR することで多くの共感を得ている。
- ④ 単なる情報の伝達ではなく共感を呼ぶことを目的に、様々な取り組みを行なっている。例えば、フェイスブックでの情報発信は 1 日 4 回。朝、昼、夕、晩と行なうことで、視聴者を飽きさせない工夫をしている。また、記事に対するコメントの対応は市職員 24 時間体制で行い、即時に返すことで信頼を得ている。さらに、災害時にはフェイスブックやツイッターを活用し、情報発信を行なっている。それらが持つ特性により災害情報や交通情報の伝達を素早く行なうことができている。
- ⑤ 図書館の指定管理者制度導入については、個人情報の問題が残る。貸出カードに CCC が管理運営する「カード」を使う点である。本を借りてポイントが得られ、貸出し履歴に合った新刊情報などが提供されるというが、現状の図書館蔵書貸出システムは本を返却すれば消却されている情報を、民間企業が保存・活用することに疑問が残る。

日本図書館協会では①入館料がない図書館事業は収益が見込みにくい。②運営委託期間に限られるため専門性の蓄積や長期的視点での蔵書、資料収集が保証されない。との理由で指定管理者制度の導入には否定的である。

8. 総 括

武雄市の取り組みのコンセプトは明快であり、それは「市は市民の所得向上、生活向上のために市を全国に PR すること。」と打ち出し、フェイスブックをはじめ SNS を活用し、効果を生んでいる。震災以降、風評被害に悩む本町にとって、大きなヒントになるものと確信する。首長、自治体、職員が最前線に立ち PR し、町の資源を活用した新たな商品開発を行い、販売する。自治体が前面に立つことで消費者に対する信頼度は向上し、生産者のやる気も生まれる。販売が活性化されることで新たな種が芽生える。このような循環を創った武雄市の取り組みは賞賛されるべきであり、地方分権社会における地方から新たな価値を創るモデルとなるに違いない。現在、F&B 食品は全国的に展開され、すでに陸前高田市、那須町、燕三条市、薩摩川内市 5 自治体が加盟し、今後も参加自治体が増えていくと予想される。

風評被害への対応は困難を期するが、現在、本町が行なっている風評被害対策

も実は同じようなコンセプトである。町でお金を出し、首都圏を中心に販促を行ない、売る。また、同様に町が補助金を出し、首都圏から誘客する。同じようなコンセプトで取り組んでいるが結果は大きく違う。その原因はPR力であり、共感と呼ぶPRに至っていないことにあると考える。今、行政に求められていることは、今後続くと予想される風評被害に町内生産者が耐えうるよう、行政が先頭に立ち販売の機会をつくり、そのPR力を高めていくことである。一方、着実な地域資源を生かした商品開発と生産者の育成を図ることである。