

行政視察等報告書

平成31年 2月18日

境港市議会
議長 柗 康弘 様

会派名 きょうどう
代表者 米村 一三



下記のとおり行政視察（調査・研修）を行ったので、その結果を報告します。

記

1 視察等期間	平成31年1月21日（月）～平成31年1月23日（水）
2 視察等先 及び内容	平成31年1月21日（月） 東京都文京区役所 「給食の食べ残しを激減させた手法について」 平成31年1月22日（火） 東京都 豊洲市場 「観光客集客の施設を研究する」 平成31年1月23日（水） 埼玉県三芳町 「若者にもっとも読まれる広報誌について」
3 視察等議員	米村 一三、岡空 研二、柗 康弘、平松 謙治、森岡 俊夫
4 総 経 費	合計（ 5名） 318,650円 （一人当たり 63,730円） ※一人当たり経費に端数が出る場合は円未満切り捨て
5 所 見 等	別紙のとおり

訪問先： 東京都文京区役所
報告者： 森岡 俊夫
説明者： 金富小学校栄養士栄養教諭 松丸 奨（まつまるすすむ）氏

視察報告

○給食の食べ残しを激減させた手法について

2016年3月放送の「世界一受けたい授業」で独自の食育により、給食食べ残しを激減させた東京都文京区教育委員会栄養士の「松丸 奨 先生」に伺った。

（1） 取組む以前の状況は・・・・・・・・・・

以前の残食率は、約40%。その食べない理由は、生徒の問題ではなく、美味しくない給食にあった。そして、どう美味しくないのかを追及するところから始まった。

（2） どのような方針で取り組みを行ったか・・・・・・・・・・

食べ残しが、多いのは、魚、野菜、豆類が多いことから、子どもたちの味の嗜好に合わせた調味方法や食べにくい魚の骨を取るなど食べやすくして美味しい献立を提供する。具体的には麺の配膳時には、冷めないように手袋ではなくトングを活用したり、調味にはできるだけ、出汁（昆布、カツオ等）を多くする使用するなど本物の味を子供たちに提供することを心掛けた。また、苦手なものを克服するため、嫌いな野菜をタイのガパオライスに混ぜるなど、子どもたちがわくわくする献立をつくった。

（3） その方針はどのようにして決定されたのか・・・・・・・・・・

調理員、栄養士が校長先生、教職員と話し合いの上、学校給食の方向性を十分理解してもらうとともに児童とのコミュニケーションを大切にすることを目的に全クラスを巡回し、子どもたちと一緒に給食時間を過ごすことを実践していった。あわせて、子どもたちが関心を持つように全国の郷土料理や地場特産品を取り入れた食育事業を行った。

（4） 給食事業の運営形態は・・・・・・・・・・

運営形態は、民営である。積極的に調理員さんの意見を伺いコミュニケーションを図る。そして、その意見は、校長先生へ伝え、取り入れてもらいながら、民間の調理員さん達が働きやすい環境を作っていくことを心掛けた。

（5） アレルギー対策について

基本的には、アレルギーのある食材を除去しながら対応している

(6) その他

休日には、東京の地場野菜農家へ足を運び、収穫のお手伝いや給食食材として利用できるよう交渉するなど、生産者や配達業者を巻き込んだ食育事業を通じ子どもたちが食材の大切さなどを実感したことが、食べ残しを激減させることにつながった。

また、明らかに給食の残食量と学習意欲には相関関係が認められるとの見解を明言されており、本市においても、学校給食を通じての食育のあり方を再考するとともに食材の大切さや食べ残し対策を講じる重要性を実感した。

視察先： 東京都江東区 豊洲市場
報告者： 平松 謙治

視察報告

○観光客集客の施設を研究する

☆豊洲市場の概要

東京都中央卸売市場のひとつとして豊洲市場がある。取扱物としては、水産物・青果物。管理施設棟、水産卸売場棟、水産仲卸売場棟、青果棟で構成されている。新市場の特徴として、温度を適切に管理するために閉鎖型施設にし、商品の温度管理（コールドチェーン）により鮮度を保つ。市場内の効率的な物流環境。市場見学設備の充実。

☆豊洲市場の建設経緯とあゆみ

昭和 10 年に開場された築地市場の老朽化等に伴う、移転先として豊洲市場整備計画が平成 13 年 12 月「東京都卸売市場整備計画（第 7 次）」で定まる。その後、土壌汚染問題などを経て、平成 30 年 10 月に開場した。

千客万来施設事業については、事業実施予定者の辞退もあったが平成 34 年 12 月完成を目指し、進行中である。

☆考察

★観光地としての視点

交通アクセスが良く（近くの駅）国内外の多くの観光客で賑わっている。その理由に観光客受入の体制が整っていることが挙げられる。展示スペース、写真撮影スポット、ガイド付きツアー（有料）など。飲食店については、築地市場と趣が違い、百貨店の飲食店街の様な印象であった。今後、整備がされる「千客万来施設」では、また違った趣を創造させる計画の様である。

本市において整備の進む魚市場も監視通路を活用した見学ツアーが予定されており、広報の仕方と受入体制を整備すれば大いに期待出来る。飲食店については、東京とは違い、平日と休日での来客数に大きな差がある。近隣の飲食店や直売センタ

一の経営努力に期待するところである。

★市場としての視点

築地市場の日本一の水産市場のイメージを引き継ぎ、そこに鮮度・新鮮さを加えた事となるが設備を見た印象として、特に際立った鮮度管理がなされているとは感じなかった。しかし、「日本一の魚市場」のイメージは絶対的なものである。本市においては、高度衛生管理型の漁港そして市場へと、より鮮度と衛生管理に特化した市場が生まれようとしている。如何にブランド力を高め、広めるかが重要である。

訪問先： 埼玉県三芳町

報告者： 米村 一三

説明者： 三芳町秘書広報室 小林俊介氏、同 滝沢 司氏
前三芳町秘書広報室 所属 佐久間 智之氏

視察報告

○若者にもっとも読まれる広報誌について

埼玉県三芳町は人口38,000人で池袋より電車で25分の距離に位置することから、都会でもない、田舎でもないということから東京から一番近い町「トカイナカ」を自称している。

広報誌みよしの発行部数は月に16,000部でシルバー人材センターに依頼し全戸配布を行っている。現在は、印刷以外の企画・撮影・デザイン・テキストのすべて自前で行い、3人の担当者で発行している。動画、ARも自作で制作費0円とのこと。当初は年間予算で1,236万円を計上していたが、年600万円の節減を行い過去6年間で3,600万円の節減を行っている。

現在まで広報誌「みよし」は、全国広報コンクールに内閣総理大臣賞（一枚写真部門）を筆頭に様々な部門で幾度となく入選を果たしている。

このように広報誌「MIYOSHI」が劇的に変貌していくきっかけは、2011年に広報誌担当となった佐久間智之氏の尽力によるもの大きい。現在、佐久間氏は民間の会社に出向中であるが、視察の説明者として参加いただいた。

2011年に広報誌担当となった佐久間氏が目にしたのは、自宅のあるマンションのゴミ箱に広報みよしが捨てられていたことである。読まれない、愛のない広報誌は税金の無駄図解であるとの思いから広報誌のありようを熟慮した結果、発行目的に「三芳町の魅力を伝えること」として、編集方針を「誰が見ても面白い」ものとするよう写真を多用し、文字を減らし「ふるさと三芳町を好きになる」と定めた。

住民が主役であることを徹底して編集を行ってきた。地元出身のアイドル金沢朋子の所属する事務所と交渉し、謝礼なしで広報誌にモデルとして取り上げて若者の関心を引く手法や、西武ライオンズ球団とサポーター契約を結ぶなど読まれる広報誌となるよう知恵を絞っている。

紙面の編集にも多くの改良を加えている。広報誌のタイトルを「MIYOSHI」とすること、文字にUDフォントを使う。写真は多くの町民に登場いただく、同時に目線が読書に向き合うように撮影するなど多くの工夫を加えていくことを徹底していた。

現在、議会報「つなぐ」の編集委員を務めているが、三芳町の編集方針には感服するものが多々あった。広報編集に変革をもたらした佐久間智之氏はノウハウをまとめて次の編集担当者にきちんと引き継ぎして、担当者が代わってもレベルが低下し内容の工夫もされていた。また、編集ノウハウを書籍にして出版もされており、購入して拝読したが、私にも取り入れることができる手法が満載されている。