

行政視察等報告書

令和元年12月3日

境港市議会
議長 柗 康弘 様

経済厚生委員会
委員長 佐名木 知信



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	令和元年11月12日（火）～令和元年11月14日（木）
2 視察等先 及び内容	令和元年11月12日（火） 午後1時30分～午後3時 ○視察先 神奈川県三浦市役所 視察目的 「誘客プロモーション事業について」 令和元年11月13日（水） 午前9時30分～午前11時 ○視察先 静岡県熱海市役所 視察目的 「シティプロモーション事業について」 同日 午後2時30分～午後4時 ○視察先 神奈川県秦野市役所 視察目的 「地域包括ケアシステム構築に向けての移動支援の 取組みについて」 令和元年11月14日（木） 午前10時～午前12時30分 ○視察先 静岡県焼津市役所 視察目的 「焼津漁港水産基盤整備について」、「DWIBS法を利用した新たな総合がん検診について」
3 視察等議員	委員長 佐名木知信 副委員長 安田 共子 委員 平松 謙治、米村 一三、永井 章、 築谷 敏雄、足田 法行、松本 熙
4 総経費	合計（ 8名）595,020円 （一人当たり 74,180円） （副議長は別行程により 75,760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

神奈川県三浦市「誘客プロモーション事業について」

取組みを開始した背景として城ヶ島・油壺・三浦海岸など著名な観光地、保養所を擁する三浦市には、昭和45年当時は736万人もの入込観光客数であったが、平成10年にはレジャー志向の変化があり、446万人にも減少した。

平成13年策定の第4次総合計画に於いて3つの危機（地域経済の衰退、定住意識の低下、一体感の喪失）を指摘し、克服するための行政改革を遂行するにあたって5つの宣言を策定し取組み目標とした。

- 1、財政戦略 身の丈メリハリ宣言 ～ 脱・アレもコレも
- 2、人材戦略 実力派仕事人宣言 ～ 脱・年功序列人事
- 3、情報戦略 まるはだか宣言 ～ 脱・閉鎖的ムラ社会
- 4、組織戦略 庁内分権宣言 ～ 脱・あなた任せ体質
- 5、サービス・事業戦略 協働のまち宣言 ～ 脱・官製まちづくり

この5つの宣言実現にあたって、みうらシティ・セールスプロモーション（MCSP）を専門的に行う実戦部隊の必要性から営業開発課を平成16年4月に設置する運びとなった。営業開発課のミッションとしては、地域コンテンツの開発を進めて対外的・専門的にシティ・プロモーションを行い「三浦ファン」を獲得することである。さらに三浦市の市民にわがまちの良さを再認識し、三浦市民であることを誇りに思ってもらうことを掲げて活動することだ。

営業開発課の事業としては、三浦市東京支店事業「なごみま鮮果」の運営で明治大学と連携し千代田区神田にシティセールスの拠点を設けている。

みうら誘客プロモーション事業・国内ツアー誘客で市内イベントを素材にバスツアーを誘客している。さらに地域資源の「三崎のまぐろ」を使ったオリジナルメニューを開発し、寿司を好む長野県・群馬県をターゲットとして誘客活動を行っている。

みうら誘客プロモーション事業・教育旅行誘客では、幼稚園の遠足から大学のゼミ合宿までを「教育旅行」と捉え、幅広い体験メニューの開発と全国の旅行会社へ営業を実施する。平成30年度の営業実績は17道府県105社（支店も含む）となっている。また、平成30年度の教育旅行の実績は、127校9,607人にのぼり、市内での消費額は約7,470万円とカウントされている。当初、教育旅行の受け入れに消極的だった民宿のおかみさんを説得し、地域一丸となつての受け入れ体制の整備や体験メニューの開発に取り組み、受け入れの下地ができた。

みうら誘客プロモーション事業・インバウンド推進では、神奈川県や事業者などと協働してインバウンド推進事業を展開した。実績として、台湾国際旅行博・商談会への参加、モニターツアー受け入れ、台湾からの教育旅行受け入れ、みうら夜市

や三浦国際市民マラソン等への参加呼びかけなどがある。

みうら誘客プロモーション事業・フィルムコミッションは従来から、フィルムコミッション活動を展開していたが、平成16年2月に「みうら映画舎」を設立し官民協働で映像制作支援を行いながら、ビジネスの収益で地域の活性化に貢献し、三崎下町商店街の施行に向けて取り組んでいる。現在までにロケ実績は1,111件にものぼり、ロケの聖地とまで称されるようになった。

【所感】

平成10年に446万人にまで落ち込んだ入込観光客数は、平成30年には637万人まで回復している。ピーク時の昭和45年の736万人にはおよばないものの、その営業成績は着実に実りつつあると感じた。

人口、面積など境港市とほぼ同規模の三浦市が市民と協働しながら様々な活動を展開して地域の再興に取り組んでいる。活動の視点を様々な切り口で検討しているのと同時に、明治大学や京急電鉄や神奈川県との企画とタイミングよく連携しながら事業を展開されており、情報の収集範囲を広げてゆくことの大切さを教わった。

静岡県熱海市「シティプロモーションについて」

平成25年2月に策定した「熱海市シティプロモーション基本指針」では、シティプロモーションの定義を、市が有する地域資源や優位性を発掘・編集するなどにより価値を高めると共に、市内外に効果的に訴求し、ヒト・モノ・カネ・情報を呼び込み、地域経済の活性化を図る一連の活動とし、住民の生活満足度と、観光客や来訪客の訪問満足度の両方の向上を目指すこととした。

熱海市シティプロモーション基本指針の重点プロモーションとして観光プロモーション、移住促進プロモーション、投資促進プロモーションがある。

最近の取り組みとして、広報の強化策では新聞や雑誌などのメディアに対しニュースバリューのある情報の自主的な提供や広告枠の確保、またウェブサイトやSNSを利用した消費者への直接的な情報発信を行っている。さらに、市役所各部署横断でメディアリストを構築し、プレスリリースの配信、ニュースレターの定期的な配信によりメディアとの良好な関係を築き、露出度の向上を目指している。ニュースレターは約1万件に上る別荘等所有者に対しても、来訪頻度を高めてもらうための情報発信ツールとして活用している。

平成24年度までは、イベントの告知や広告活動を各実施主体がバラバラに行っていたため、熱海に訪れる魅力としての統一感がなかった。そこで、それぞれの部署で予算化していた広告費を見直し、熱海市として統一感のある、効果の高いプロモーションを実施した。それが観光ブランドプロモーション「意外と熱海」である。また、プロモーション事業の委託契約を単年度で行っていたため、年度当初の4～5月はプロモーションが十分に行われず、いわゆる空白期間が生じていた。それを回避するため、平成25年度は委託業者と3年度間の継続契約を結び、年間を通じ

て切れ目のないプロモーションが実施できるようにした。イベントの告知よりも、熱海の街の魅力を伝える取り組みに重点を置いた。四季ごとのテーマを設定し広報・広告活動を展開することとし、春は「花」、夏は「まつりと海」、秋は「文化とグルメ」、冬（早春）は「梅と桜」というイメージで統一した。施設と二次交通がセットになっている熱海発見クーポンは、発売後順調に売り上げを伸ばしている。かつてはシニア世代の団体客が中心であったが、新しいターゲット（若年層や個人・小グループ客）をひきつけるような情報発信に努め、産業界や市民の力を得てコンテンツごとに会議を開き、それぞれの観光資源を対外的に発信する仕組みを確立した。宿泊施設では、従業員の離職や高齢化などにより、その確保が難しい状況にあるが、泊食分離による新しい宿泊スタイルを提案している。

メディアプロモーションのロケ支援事業「ADさんいらっしゃい！」についてはバラエティ番組をはじめ、ドラマや映画のロケ地としてメディア露出を増やし、熱海のブランド向上を目指すものである。番組の企画に見合う素材や施設の情報提供、ロケ先での出演者の調整、撮影の申請補助、ロケ弁の手配やロケ中の宿泊先の情報提供など、番組スタッフ（AD）が日頃苦勞されている作業を徹底的にサポートする。平成24年度から開始し、年度を追うごとにその実績を伸ばしている。

【所感】

熱海市の取り組みでは、「変化に対応しないと生き残れない」という思いの中、庁内での取り組みや官民一体の取り組み、また大手旅行代理店の協力が大きく集客増へ成果上げ、街のブランド向上と発信力の増強につながっている。平成27年度の宿泊客数は過去10年で最高の水準となり、各種の観光地ブランド調査でもランキングは上昇している。今後は、2020年の東京五輪など、国内外に発信する絶好の機会が訪れる中、このプロモーションを進め、更なる誘客とインバウンドの促進を目指すとしている。境港市においても、これからは観光資源を対外的に発信する仕組みの確立が必要であると考え、「変化に対応しないと生き残れない」と言うように、行政（観光振興課）の改革の必要性や民間の論理による機動的な施策の展開として観光施策の企画立案・実施への民間ノウハウが生かせる仕組み、また、大手旅行代理店との提携や民間的な手法を導入し、各団体との連携した官民一体となった熱海市の取り組みは非常に参考になった。

神奈川県秦野市「地域包括ケアシステム構築に向けての移動支援の取り組みについて」

神奈川県秦野市は、東京圏から1時間あまりのところであり、人口は約16万人で、高齢化率29.6%、介護保険認定率13.95%、介護保険料基準額5,390円である。まだ後期高齢者が少なく75歳以上は約14%である。将来推計は人口減少・少子高齢化により、2040年には、高齢化率39.2%、うち75歳以上が22.5%となり深刻となる。秦野市は、地域ごとに特性があり、利用者のニーズに

応えるには移動支援を含めた介護予防などのサービスを提供しなくてはならないことから、いち早く平成28年1月より、国の補助制度を活用して、介護予防・日常生活支援総合事業の立ち上げを行った。準備にあたり部署を超えての関係者全員の定期的な情報共有、役割分担を決める月1回の打ち合わせと包括連絡会、研究会の実施、さらに、同時期移行の自治体の意見交換会も行った。

訪問型サービスにおいて①従来型の訪問サービス、②緩和した基準の訪問型サービスA、③住民主体による訪問型サービスB、④短期集中予防の訪問型サービスC、⑤住民主体の移動支援の訪問型サービスDの5種類すべてを実施。通所型サービスにおいても、①従来型の通所サービス②緩和した基準の通所型サービスA、③住民主体の通所型サービスB、④短期集中予防の通所型サービスCの4種類の通所型サービスすべてを実施している数少ない自治体である。

事業所側への移行の説明において、供給量調査をして、このままでは、利用者が増えて、訪問サービスをする担い手が不足する。資格がなくてもサービスできる訪問型サービスAへの移行を提案し、移行した事業所に現行相当のサービスを残すことを決めた。通所型においては供給過多となり、点数が高い身体介護が必要な中重度の介護に専念するように勧めた。よって事業所は、サービスAか中重度の介護に分かれた。利用者側においては、地域ケア会議で利用者全数の調査を行い、一人一人に丁寧に説明していった。

財政的効果は、住民主体のサービスもあり、2年と3か月で、1億円の削減になった。

送迎付きの住民主体のデイサービスによる効果は、元気高齢者として楽しく参加できる、高齢者同士の交流が深まり、見守りや支え合いの活動に繋がる、送迎があるので少し遠くても参加できる、家族の負担も減るなど地域住民にもいい影響を与えている。また、通所型サービスBと訪問型サービスDを組み合わせることで、移動支援しているNPO法人のボランティア活動として、地域から孤立し住民主体のサービスになじめない方への支援が始まった。

地域課題の検討においては、地域が広いので第1層協議体研究会だけでなく、第2層の協議体研究会や地域ケア会議を定期的に行っている。高齢者の外出・移動に関するアンケート調査などで実態を把握し、課題を検討した。対策として自治会が中心となって試行的取り組みを行った。それにより利用者の安心感が生まれ、地域で見守るという意識が共有されるようになった。

移動支援の課題として、買い物以外のニーズへの対応、運転ボランティア・コーディネーターの確保から、新たな移動支援の検討、認定ドライバーの養成、活動検討をした結果、移動支援の担い手養成として地域支え合い型認定ドライバー研修を行っている。受講者の多くが70歳前後である。

公共交通事業者との連携による事業展開も行っている。公共事業者向けの認知症サポーター養成講座の開催、バスの乗り方講座を実施している。

移動支援対策を行う留意点として、基本、元気なうちから公共交通機関を利用し、介護予防や健康づくりを推進していく。公共交通機関で対応できないところを福祉部門でどこまで担えるかを検討（バス停まで行くことが難しい方、荷物を持って歩

けない方などへの移動手段を検討)する。秦野市は、交通空白不便地域図を作って、公共交通利用地域、住民主体の自動車運行、乗り合いタクシー運行などに分けているが、一人一人の利用者の状態や意向を踏まえて、充実した移動支援サービスを行っている。

【所感】

秦野市と境港市とでは、規模、環境、地域資源など違うので、一概に比較できないが、事業を推進するにあたって、データを基に、検討を重ね、粘り強く説明してきたことがうかがえた。特に高齢者の外出・移動支援の取り組みと住民主体の通所サービスとの組み合わせは、本市においても検討すべきだと思われる。

静岡県焼津市「焼津漁港水産基盤整備について」

焼津漁港は、水揚げ金額全国1位、水揚げ量も全国2位を誇る日本の水産物供給の中核をなす漁港である。この漁港は、「焼津地区」と「小川地区」の2つからなり、前者は、かつお・まぐろの水揚げを主とした遠洋漁業、後者は、さば・あじを主体とした沿岸・沖合漁業が盛んである。平成14年から特定漁港漁場整備事業の展開を図り、総合水産都市「焼津」の核となる都市型漁港と流通加工の拠点の形成を目指している。

私たちは、焼津市水産部漁港振興課、焼津漁協の職員の皆様に説明を受けながら、大型遠洋旋網漁船に対応し、衛生管理型へと生まれ変わった外港第5・第6バース荷捌所を視察した後、冷凍かつお・冷凍まぐろ保管作業の合理化と鮮度保持を可能にした焼津漁協超低温冷蔵庫を視察した。

【所感】

本市と同じ特定第三種漁港である焼津漁港では、かつお・まぐろと高価な魚種が主体という事もあり、水揚げ金額が境港の二倍以上の48,270百万円と全国一位となっている。消費者に対して安全・安心な水産物を提供するために、衛生管理型への基盤整備を進め、水揚げ作業の迅速化・効率化を図るなど、地方卸売市場における水産物の品質管理の高度化を実現しようとする取り組みは、安全・安心な水産物の安定供給に傾注し、地場、漁業・水産業の活性化を図る本市水産業界にも参考となる視察であった。

静岡県焼津市「DWIBS（ドゥイブス）法を利用した新たな総合がん検診について」

視察には、執行部に依頼し、福祉保健部永井次長にも同行していただき、関常司院長はじめ、多くのスタッフの同席のもと、説明を受けました。DWIBS 検査は、MRI を使用して体の広い範囲にわたって、がんや転移を探す全身検査です。平成28年11月頃からがん診療の中でDWIBS 検査を導入し、一般的にがん検査で使われるPET（PET-CT）と異なり、被爆や注射や食事制限の必要がなく、がん治療内の検査で保険適用であれば比較的安価のため、毎週でも毎月でも繰り返し検査が出来るのがメリットであるとのこと。平成29年11月から全額自費で受ける総合がん検診を始めたところ、2か月先まで予約待ちとなり通常診療の予約に影響が出たため、平成30年10月にMRI 装置を1台追加導入し、現在は3台体制で3週間先の予約ができるようになった。平成31年3月にはDWIBS 法を用いた無痛乳がん検診を始め、好評を得ているとのこと。自治体が行うがん検診とは全く別であり、自治体が行う年1回のがん検診の間にもう1回DWIBS 法による総合がん検診を受ける、痛みを伴うマンモグラフィーによる乳がん検診に抵抗がある人の入り口として無痛乳がん検診を受ける、というように活用されている。

DWIBS 法は、MRI 機器のメーカーや仕様によって適用できる、できないがあり、外国製の機器の方が対応しやすいとのこと。関連学会等ではこの検査法についてのエビデンスはまだ得られておらず実施施設も全国で10施設と少ないが、当院ではその有用性にいち早く着目し導入した。放射線科医の技術取得は、先進的に研究している大学や病院で研修を行い、約5カ月の準備期間を要した。2台から3台に拡充して技師を1人増やした。本体1台購入と検査室改装に約2億円、機器のシステムアップに約1億円を要したなど、質疑応答や検査室でのMRI 機器や画像の見学により、さらに詳細な説明を受けた。

【所感】

きわめて先進的な実践だが、今後、医療機関での導入が進んでくれば、行政としては、保険適用外の自費検査費用の助成を積極的に検討する必要があると思われる。また、DWIBS 法など先進的な技法についても、市民の健康推進に資する方法について医療機関と意見交換するなどし、がん検診受診率向上、がんの早期発見に繋がる施策を検討していく必要があると感じた。