

2014年4月28日

泉大津市議会議長 中谷 昭殿

報告者
市民クラブ 南出 賢一

視察報告書

下記の通り、ご報告申し上げます。

記

日時 2014年4月28日（月） 流山市
視察先 千葉県流山市
目的 ①ICTを活用した議会改革の取り組みについて
②マーケティング課の取り組みについて
③保育送迎ステーションの取り組みについて

○流山市の概要

流山市は東京都心から25キロ圏内、昭和30年代より開発が進んできたベッドタウン。約200年前より白みりん製造が盛んであった。人口約17万人、市域35.28km²。つくばエクスプレスが開通した平成17年（8月）より、人口は年間約2000人ずつ増加。平成25年度一般会計予算は498億円。内議会費は436千円（0.9%）。議員定数28人。

○議会改革（広報広聴とICT）の取り組みについて

説明者：松野豊議員・加藤議員

流山市議会は「市民に開かれた議会」の実現に向けて、平成23年3月に「流山市議会ICT推進基本計画」を実施する決議を全会一致で採択し、種々の具体的施策を実行している。日本経済新聞をはじめ、各種調査において議会改革度トップとなったり、メディア掲載も数えきれないほどあり、全国の市議会からも注目を集める市議会である。

流山市議会における議会改革に向けての動きは、平成12年4月の地方分権一括法の流れを受けて、平成15年頃より起こっている。大まかな流れは以下の通り。

平成17年：対面縁談方式の導入

平成18年：市議会本会議インターネット中継導入

平成19年4月：流山市議会議員政治倫理条例の策定

平成21年3月：議会基本条例が全会一致で可決

- 平成 21 年 9 月：議会活性化特別委員会が設置
- 平成 21 年 10 月：①「市民に開かれた市議会」の実現に向けて、「更なる情報発信と情報通信技術（ICT）の推進を求める決議を全会一致で採決」
- 平成 22 年 2 月：②議会広報広聴特別委員会の設置
- 平成 22 年 4 月：日本で初めて委員会での Ustream 中継を実現
- 平成 22 年 9 月：③市議会でのスマートフォン採決（各議員の賛否明確化とHP掲載）
- 平成 23 年 3 月：①流山市議会 ICT 推進基本計画を決議
正副議長立候補者所信表明演説会実施要項制定
- 平成 23 年 5 月：議場傍聴席用モニターの設置
- 平成 23 年 11 月：議会運営委員会、各常任委員会、特別委員会での Ustream 中継を決定
④一般質問時における議場へのパソコン持込み許可
※23 議員中 14 人がパソコン、プロジェクターとスクリーン活用して
一般質問を実施した。
- 平成 24 年 5 月：⑤市民参加でつくる議会ホームページ提供を目指して、早稲田大学、NTT
アドバンステクノロジーと議会ホームページ共同研究開始
- 平成 24 年 7 月：議員及び事務局職員に 1 人 1 台タブレット端末配布
- 平成 24 年 10 月：⑥市議会ホームページを市のホームページから独立しリニューアル
オープンデータ化の実験着手、推進
- 平成 25 年 3 月：議会広報サポーターを 2 名公募（情報ツールの充実に向け、専門的知見者
1 名と 2 名を公募）
- 平成 26 年 2 月：フェイスブックとツイッターの運用ガイドラインを作成
- 平成 26 年 4 月：議会ホームページリニューアル⑥（オープンデータトライアル）

すべての行動は市民に開かれた議会を目的とし、結果として議員の資質向上、議会機能向上、議会の政策立案能力につながると考えている。
今回説明を受けた、上記下線部について補足説明をする。

- ① 「市民に開かれた市議会」の実現に向けて、「更なる情報発信と情報通信技術（ICT）の推進を求める決議を全会一致で採決と「流山市議会 ICT 推進基本計画を決議」について

市民に開かれた議会による市民との信頼構築や政治参加のためには、情報発信、双方向の情報のやりとりをするためのツールの充実が不可欠であり、ICT 技術の活用は各国の議会でも実施されている。市議会単独でのインフラ整備は予算の関係上困難であることから、前段の決議で市に要求を強めた。結果として、市で ICT 推進の計画が策定され、それに合わせて市議会でも基本計画を策定。これに基づいて、様々な ICT 技術を活用した議会における施策が展開されていくこととなる。

② 議会広報広聴特別委員会の設置

市民に開かれた議会の実現には市民との情報共有、市民への説明責任が課題であり、議会基本条例前文に「積極的な情報公開を率先して行い、より一層、市民に開かれた議会を実現しなければならない。また、議会は市民の多様な意見を的確に把握することに日々努力し、常に市民との対話を行い、市民の声を汲み取りながら、議員間で自由闊達な討議を重ね、市民に信頼される議会運営に取り組まなければならない。」とある。これらの忠実な遂行のために、議会広報広聴特別委員会を設置し、スムーズな議論と議会の行動が実現できるよう、体制整備したものである。

③ 市議会でのスマートフォン採決（各議員の賛否明確化とHP掲載）

採決で賛否を明らかにし、リアルタイムで

委員会、本会議でユーストリーム中継

議会改革 15 年間やってきた

採決をスマートフォン。目的は、賛否で名前がわかる。開かれた議会のため

平成 24 年 10 月 HP リニューアル

産官学連携、早稲田、NTT アドバンステクノロジー、議会でも共同で HP 研究開発
費用は全額 NTT もち

Nagareyamasigikai.jp 二元代表制として独立するため

コンテンツマネジメントシステム ブログ書くように簡単に HP 更新できるように

市の HP も平成 24 年 10 月にリニューアル

オープンデータトライアル

市議会 HP でもオープンデータトライアル

現在 31 自治体で行政が持っているデータを公開やっている

流山市の概要

平成 26 年度

人口 17 万 世帯数 6 万 9 千

職員 1020 名 一般会計予算 503 億円

平成 15 年 10 月に日本で初めてマーケティング課を設置

課長、民間公募任期付で採用 現在 4 代目

人口減少に向けて、ブランドマーケティング

人口流入ターゲティング：DEWKS 夫婦共働き

流山市議会の概要

より一層、市民に開かれた信頼される議会

議員定数 28名 現在 27名 1期目 9名で一番多い

議会費予算 4億 2000万円 0.9%

ホワイトボードやポストイット使って、頭の中の見える化

議会と大学のパートナーシップ協定 議会がお金払う

ポイント。共同研究にしている。議会お金払わない

市と市議会セットで企業と

うまくプロデュースすることで企業のってくる

一つニュースに取り上げられることで、また視察や取材に来たりと、波及効果

市と議会が出しているオープンデータをもとにアプリ開発を募集

次世代のIT技術者育成

IT活用して身近な課題解決を

市長がテーマ設定した市の課題に対して、中学生と高校生がアプリ開発

主催はIT関連企業

課題は担当している職員はわかっているが、その他と温度差

Hack 4 Good Teens

議会基本条例

2006 3自治体 9 19 53 79 101 107 93 (2013)

2012年鯖江市がはじめてオープンデータ 会津若松 流山市

2年目18自治体

現在31自治体が取り組んでいる

オープン化することで市民の参加促進を促す。巻き込むため

オープンデータ、オープンガバメントは全世界の潮流

地方議員が主旨や目的を

多数決を取り入れるように

全会一致に対して、憲法学者は議論尽くして、採決をする。少数意見も尊重。

サルがアイパッド使ってる動画や3歳の娘が簡単な動画作ってる様子を見せる

誰でもできるよ、と思わせる

第3者に語らせる

議会広報委員会で、ワークショップ

2班に分けて進める

議会予算を意見まとめて要求

火曜日本曜日しか受け入れしていない

本会議プロジェクター

2日前議運で申し出

前日昼までに資料提示
演台と事務局席にパソコン
スクリーンもプロジェクターも使う時だけ設置
ネットにもプロジェクター画面映るように接続
ユーストリームは委員会だけ。本会議は委託会社に。

○流山市のマーケティング活動

総合政策部 マーケティング課 阿曾課長

6名中3名が民間から採用、任期は2年、更新は1年後と

マーケティングって何？

売れる仕組みを作ることです。

そのために

何が売れるの？→強みを知る

誰に売れるの？→対象を決める

どうやったら売れるの？→手段を考える

対象を決めたがらないけど、しっかりと決める

流山市はどのように取り組んでいるの？

全国自治体の共通課題：人口減少、長寿社会、経済状況

地方分権の進展と都市間競争

厳しさを増す自治体経営の環境

発展し続ける仕組み作りが必要

流山市の場合

平成17年 つくばエクスプレス開業

まちの強み：森（住環境）＋利便性→都市間競争に勝ち抜く

秋葉原からつくばエクスプレスで20～25分

「都心から一番近い森のまち」

弱み：503億円の予算中、市税収入236億円 内、90%が個人住民税

若年層の人口増加が継続的な発展の鍵

子育て世帯向け施策：駅前送迎保育ステーション・保育園の新設・増設

マーケティング課でd e w k sに訴えかけ（共働きの子育て世代）

良質なまちづくりに向けた施策：

グリーンチェーン戦略・開発事業の認可基準等に関する条例(2010)、まちづくり条例(2012)

シティセールスプラン

都心から一番近い森のまちに基づきコンセプト

例：子育てにやさしいまちづくり、安心安全のまちづくり、良質で元気なまちづくり

都市ブランド向上による住民誘致

流山市シティセールスプランの特徴

「この街を一人でも多くの市外の方に知っていただき、訪れて、住んでいただくためには、
どうしたらよいのかをまとめたもの」

事業/施策：①広告・PR②イベントの企画・開催③シビックプライドの醸成

イベントで流山市のイメージを発信

シビックプライドの醸成

フィルムコミッション：まちづくり顧問によるアドバイスに基づき、計画

首都圏向けPR広告（広告やHP）

平成22年予算900万円

平成23年予算819万円

平成25年予算600万円

検索・リスティング広告（ヤフー、グーグル等）で流山市のHPに引っ張り込む仕掛け
企業とのコラボ

イベント協賛：不動産広告媒体への情報提供

PRサイトへのリンク：PRサイトへ誘因

森のナイトカフェ：夏。子育てしている女性の外飲み、キッズディスコや遊びスペース

南流山屋台フェア

イルミネーション

プロジェクションマッピング

フィルムコミッションについて

経済的効果、平成23年から25年約4000万円

金額換算できない効果、ロケ地としての知名度向上やシビックプライドの醸成

まちづくり達成度アンケート年度別推移 ※写真データ

満足度は50%くらい

今後の課題

更なる市の知名度、イメージを向上

①情報発信②魅力あるイベントを展開③効果の検証（見える化と共有化）

質疑

最初はマーケティング課、機能していなかった。最初は市内でも苦労

やり続けてきたことで結果

大事なところは、ぶれない

ターゲットはdewks 母になるなら流山 都心から一番近い森のまち

イベントは主に、外に対するもの。知ってもらうため

告知は広報官。ミニコミ誌、新聞、雑誌、フリーペーパー、テレビラジオ等に投げかけ

マーケティング課、PRに戦略的に力入れている

マーケティング課作るとき、トップダウン

最初に勉強会をやって、強み弱みを把握したりして、コンセプトを決めていった
住民誘致→子育てと教育に力

マーケティング部と施策進める課はコミュニケーションとっている

電鉄企業も視察にくる

やっていることは同じこと

マーケティング調査に基づいたまちづくり、都市開発

○送迎保育ステーション事業について

子ども家庭部保育課

母になるなら流山

これに基づいて具体的行動必要

平成 27 年 4 月 1 日から制度大幅変更

① 保育所整備

平成 22 年から 26 年

11 施設 2つを廃止して 9 施設

定員 1302 名

② 送迎保育ステーション

駅の近くの分煙機能を併設したステーション

この仕組みに注目したのは、おたかの森駅

保育所建設は一朝一夕にいかない

既存の受け入れ余裕あるところを活用

19 年 7 月スタート

成功要因

渋滞する道路がないので、スムーズにサービス展開

駅前に雨にぬれずに徒歩 1 分のところにある

ライフサイクルが女性の社会進出で変化してきた。時間もお金

安心こども基金を財源。独自財源に切り替えは難しい

平成 19 年からスタートし、今まで一度も事故がない

