

1 調 査 事 件

行財政の効率的運営及び重要施策の推進について

2 調 査 概 要

(1) 四市複合事務組合

ア しおかぜホール茜浜について

しおかぜホール茜浜は、船橋市・習志野市・八千代市・鎌ケ谷市の四市で構成された四市複合事務組合が運営する公営の斎場であり、火葬業務・式場業務（通夜・告別式）・霊柩運送業務を行っている。

この施設の概要は、「敷地面積」25,000㎡、「構造・階数」鉄筋コンクリート造一部鉄骨造2階建て、「延べ面積」9,947.㎡、「駐車台数」302台、「火葬炉」12基、「告別室・収骨室」各5室、「待合室」15室、「式場」4式場、「遺族控室・宗教者控室・控室」各4室、「霊安室」1室（14体収容）、「その他」として、売店、子ども用トイレやキッズルームなどを設けている。

この施設が建設されるまでの経緯としては、船橋市の既存施設である馬込斎場が開設20年を迎えた平成12年当時、高齢化による将来の火葬件数の増加を見据え、新たな斎場が必要と判断され、構成市とともに施設整備の実現に向け取り組んだ結果、習志野市から、当斎場の掲示があり、平成27年に基本計画等の実施計画の作成、平成29年契約、工事等が進められ、令和元年10月に供用開始に至っている。

なお、この施設の建設の際には、建設方針として「すべてに優しく思いやりのある施設」をモットーに、「①環境調和」「②効率的な運営」「③利用者に優しい配慮」を重要な3つの視点として取り組まれた経緯がある。

施設の主な特徴としては、「火葬部門」「待合部門」「式場部門」「管理部門」の4部門構成されていることである。「火葬部門」では、1告別室・1収骨室を1組としたものを5組配置し、遺族のプライバシーを確保している。「待合部門」では、遺族が火葬の待ち時間を過ごす空間として、海が見える2階に配置している。また、直近の階段やエレベーターを利用して、「待合部門」と「火葬部門」との移動がしやすい配置となっている。

「式場部門」では、1階に2式場、2階に2式場の契4式場を配置し、各式場の会葬者の動線が交差しないよう、それぞれに風除室（出入口）が設けられている。また、葬祭場の出入口を式場の裏側に設け、会葬者との動線を分けている。さらに「管理部門」では、運営面から、アプローチ全体を見渡すことのできる中央の位置に事務室を配置したことなどが挙げら

れる。

今後の課題として、現在、友引日に火葬を行っていないが、超高齢化社会の進展に伴い、火葬需要が急増する中で、火葬待ちが発生しないよう友引日の火葬など、ソフト面で効率的な運用を検討しているところである。

(2) 習志野市（人口 174,684人）

ア シティセールス推進事業について

習志野市では、より多くの人々が、地元で暮らすことに幸せや魅力を感じ、あらゆる世代にいつもでも「選ばれるまち」であり続けるよう、これまで取り組んできたまちづくりの更なる向上を図ろうと、その役割の一部を担うシティセールスを推進するために、これまで築かれてきた「まちの魅力」を検証し、新たな魅力を創出し、効果的に発信することにより、都市としてのブランド化（習志野ブランド）の確立を目指して取り組んでいるところである。

このシティセールスの推進にあたっては、基本的な考え方を示すものとして、平成29年に「コンセプトBOOK」を作成後、現在の情報に合わせアップデートしたかたちで令和2年3月に、「コンセプトBOOK 2nd」を作成し進めている。

このコンセプトでは、大きく「第1部」ブランディングと「第2部」のターゲティングに分けられている。「ブランディング」とは、地方自治体が自らの地域を魅力的なブランドとして確立し、地域活性化を目指す戦略的な取り組みであり、具体的には、地域の資源や魅力を再発見し、それを効果的に発信することで、観光客の誘致、企業の進出、移住・定住の促進、地域住民の愛着向上などを図ることである。

そのため、習志野市では、まず、地域ブランディングにおいて、まちに対する市民の誇り（シビックプライド）を醸成し、まちのファンを育てていくことが重要であると考え、そのまちの中心となるもの（コア）を探求することとした。

同市のコアは、大きく2つに分けて考えられている。一つは、「地域資源」である。具体的には「交通の便が良い」「音楽のまち」「東京都のベッドタウン」「ガス・水道が市営」「習志野高校」「公立らしからぬ教育への投資（音楽、スポーツ）」などが挙げられた。

また、もう一つは、「同市の本質に根ざすもの」ということで、新しいことに先駆けてチャレンジしてきた「進取の気風」というキーワードと「自然と都市と調和のとれたまちづくり、子育て・教育における先進

都市、音楽とスポーツを愛するところを育んできたということで「文教住宅都市」をキーワードとしている。

これらの地域資源とコアを礎として、さらに習志野ブランドのイメージを広く伝えていくために「ブランドメッセージ」が有効な手段であると考えた結果、平成30年1月に作成された候補6案の中から「あしたのハーモニーが響く考えてまち」が選ばれている。

このブランドロゴデザインは、原則として申請なしで、誰でも自由に使うことができることとなっている。これを活用することで、市の魅力を効果的に発信していくことができ、市民が誇り、愛着を持つことができる「習志野ブランド」を確立していこうとしている。

更に、コンセプトの第2部にある「ターゲティング」で、習志野市の現状を調べている。「ターゲティング」とは、行政機関が特定の地域や属性の市民に対して、効果的に情報伝達を行うためのマーケティング手法であり、具体的には、位置情報、年齢、興味関心などに基づいてターゲットを絞り込み、広報活動やサービス提供を行うことである。

習志野市では「人口推移・振興推計」、「住みやすさ意識と定住意向」、「転入・転出状況」などをもとに、シティセールスのターゲットを3つに分けて分析している。1つ目のターゲットは、市民と習志野市に関わるすべての人、2つ目のターゲットは、大学生、そして3つ目のターゲットは、子育て世代としており、それぞれのターゲットを分析し、「いつかかえりたくなるまち」となるようシティセールスを進めた。

平成28年度から令和元年にかけて「愛着醸成」と「定住促進」を目指し様々な具体的な取組みを行っている。

今後は、さらに、受け継がれてきたまちの魅力を一層向上させ、次の世代につないでいくこととしている。

(3) 金沢市（人口 459,549人）

ア 金沢文化スポーツコミッションについて

金沢市では、金沢の文化とスポーツによる地域コミュニティ・地域経済の活性化、文化とスポーツの活用・振興、そして金沢ブランドの醸成・発信を目的として、平成30年7月1日に金沢文化スポーツコミッションを発足している。もともと、金沢は、文化加賀藩初代藩主前田利家による近世城下町の建設以降、歴史と伝統に裏打ちされた豊かな文化を培ってきており、藩政期から現代まで400年以上により戦禍や災害を免れ、まちの構造や景観を良好に残しながら、絶えず新たな革新を取り組んできた

まちである。その実情を活かし、「する人、観る人、支える人」を一元的に応援する日本一ユニークな組織を目指し取り組んでいる。

まず、その活動には3本の柱があり、1つ目の「誘致・誘客」では、全国初の誘致制度として地元団体の誘致を後押しする同市のユニークな支援制度を活用し、地元団体と連携して、全国大会、国際大会等の誘致に取り組んでいる。2つ目の「普及・交流」では、個人や団体を地域とマッチングさせることにより、競技団体の普及活動をバックアップし、SNSを活用した広報・発信により地域コミュニティとの交流をサポートしている。3つ目の「金沢BRAND」では、金沢ならではの開催として、「文化×スポーツ」のコラボ（文武両道活動）など、金沢らしいしつらえや金沢ならではのもてなしで、金沢BRANDを醸成・発信している。

具体的には、全日本弓道遠的選手権大会（2018年）では、茶道とのコラボレーションにより、予選会で大会参加者にお茶を振舞ったり、西日本レディース卓球フェスタ（2019年）では、大会前日に水引アクセサリ制作体験、大会当日には金箔工芸体験などのイベントを同時開催するなど、文化活動とのコラボレーションを積極的に行っている。

さらに、同市では、文化スポーツイベントの全国大会・国際大会等の誘致を促進するため、金沢文化スポーツコミッションと連携して誘致・開催した地元団体（金沢市内に主たる活動拠点を置く団体）に奨励金、主催団体に開催費補助金を交付する支援制度を設けている。

大会誘致については、営業経験のあるスタッフが競技団体に粘り強くアプローチし、理解と協力を求めている。民間企業で培った営業ノウハウを発揮して誘致につなげている。また、広報活動を担うスタッフは、SNSを活用し、スポーツイベントの案内や開催報告だけではなく、金沢のまちの魅力や日常的な様子等も交えた情報発信に力を入れているなど、民間出身者がこれまでの経験や個性を活かして活躍している。

今後は、新たな魅力によって金沢BRANDをさらに磨きを高め、世界へ発信していくために、文化団体・スポーツ団体と協力し、日々試行錯誤しながらチャレンジングに活動していこうとしている。

イ シビックテック推進事業について

金沢市では、シビックテックによる地域課題解決を目指している。この「シビックテック」とは、「C i v i c（市民）×T e c h（テクノロジー）」を掛け合わせた造語で、市民がテクノロジーを活用して、地域が抱える課題を解決しようとする取り組みや考え方を指している。

同市では、「金沢シビックテック推進協議会」を設置し、シビックテック活動の周知と支援を図っている。

ここでは、まず、地域課題解決プロジェクト事業として、市民等が具体的な地域課題（お困りごと）を地域課題解決マッチングボックス「マッチ箱」に投稿し、課題投稿者と解決に取り組んでみたい方が「マッチ箱」に解決アイデア等を投稿し、解決に向けたディスカッションを行っている。

さらに、将来のシビックテックの担い手育成を目的に、アプリケーション開発、地域課題解決に興味を持つ学生や社会人等を対象に、IT技術者の指導を受けながら、ノーコードツールを用いたアプリケーションの開発や、グーグルが提供している各種ツールについて講義・演習を行うシビックテックスクールを開催している。

また、データを活用した地域課題解決推進事業として、データの収集や活用方法など、データの基礎について学び、自らの課題解決に生かすため、市民や市民団体等向けのデータ活用講座を開催している。

最終的には、情報発信事業として、シビックテックポータルサイトおよびフェイスブックページを運用し、当協議会の事業や募集について積極的にPRするとともに、企業向けPR用デジタルパンフレットを作成し、公開および配布をしている。

今後の課題としては、さらにシビックテックを市民へ浸透していくこと、シビックテックプレイヤーを拡大していくこと、また、課題を持つ方が自らICTを活用して解決していけることを目指して取り組んでいくこととしている。