

# 報 告 書

令和5年1月17日

北九州市議会議長 鷹木 研一郎 様

総務財政委員会

委員長 田中 元

次のとおり報告します。

## 記

- 1 派遣議員 田中元、奥村直樹、宮崎吉輝、戸町武弘、富士川厚子、森本由美、大石正信、篠原研治、井上純子
- 2 目 的 (1) 自治体DXの取組  
(2) スマートで優しい市民サービスの実現に向けた取組  
(3) 地方創生の取組  
(4) シティプロモーションの取組  
に関する調査研究
- 3 派遣場所 三重県、神戸市 及び 兵庫県明石市
- 4 派遣期間 令和4年7月25日（月）から  
令和4年7月27日（水）まで 3日間
- 5 用務経過
  - (1) 自治体DXの取組について（三重県）

三重県では、令和元年度からスマート改革を掲げ、ペーパーレス化や社会全体のDXなどを横断的に推進してきた。そのような中、コロナ禍でも誰一人取り残さない、人に優しいデジタル社会の実現を目指し、社会全体のデジタル化に向け

た取組を一層推進するため、令和3年4月、その司令塔として常勤の最高デジタル責任者（CDO）を置き、CDOを支える実行組織として、知事直轄のデジタル社会推進局を設置した。「誰もが住みたい場所に住み続けられる三重県」をデジタル社会形成に向けたビジョンとして掲げ、みんなの想いを実現する「あったかいDX」を進めている。

今回、上記の取組について、三重県デジタル社会推進局から説明を受けた。



## 【概要説明】

### ア これまでの取組について

- 働き方改革が進む中でコロナの感染拡大を迎え、デジタル化DXの取組が進展し、令和元年度は、主要会議、部長級会議等のペーパーレス化の実施、RPA等自動化ツールの試行・導入に取り組んだ。
- 令和2年度からは、庁内の専門人材の育成、行政手続の押印廃止などオンライン化の検討を行った。
- またコロナ感染症対策の一環としてWeb会議を導入、テレワークの推進でリモートデスクトップ方式による在宅勤務システムの導入、モバイルパソコンを使用したモバイルワークを推進した。
- スマートオフィス構築による働き方の見直しとして、ICTを活用した先進的な働き方を実証する場をデジタル社会推進局に用意した。
- 試行実施したビジネスチャットのSlackを積極的に活用してコミュニケーションの活性化を全庁的に拡大した。
- 目指す姿として、「県民サービスが変わる！」、「仕事の進め方が変わる！」、「職員の働き方が変わる！」の3つを掲げ、それを実現するための7つの重点項目、人材の確保・育成、DX推進基盤の整備、行政手続のデジタル化、データ連携・利活用、デジタルコミュニケーションの推進、業務プロセス改革の推進、働き方改革の推進に取り組むこととした。

### イ 県庁DXの推進について

○県庁DXの目指す姿を実現するための職員の目指す姿として、学び直す意識の定着、デジタル技術をフル活用した生産性の向上、データを駆使して社会問題の解決に挑戦という3つを掲げている。

○具体的には、各部局のDXをけん引するコア人材としてDX推進スペシャリストを年20名、令和28年度までに100名程度養成し、また、各所属のデジタルツール活用全般のサポート等を行うデジタル活用推進員を1名～2名配置することとした。

○さらにDX推進スペシャリストやデジタル活用推進員だけでは、県庁全体の風土や文化を変えたり、仕事の進め方や働き方を変えたりすることは難しいと考え、職員全体の知識やスキルの底上げ、フォローシップを醸成していくために、令和4年度から階層別の研修を実施した。

#### ウ 「みえDXセンター」について

○県内外のDXをけん引する専門家「みえDXアドバイザーズ」や企業「みえDXパートナーズ」と連携して、県民や県内事業者、行政機関（市町・県）のDXを推進するためのワンストップ相談窓口「みえDXセンター」を令和3年9月に開設した。

○「みえDXアドバイザーズ」「みえDXパートナーズ」に登録された専門家や企業は、相談者からの依頼に基づき、人材育成に関するセミナーや情報提供、専門家や企業が有する知見によるアドバイスなどを実施している。

#### エ 「デジタル花咲かプロジェクト」について

○デジタル格差解消のため、携帯電話会社主催のスマホ教室と連携した業務委託の実施のほか、メディア等による話題性を喚起し、県内でDXの取組に向けた機運が醸成されることを目的に令和3年デジタルの日を契機として様々な事業を実施した。

#### オ 高齢者のデジタル活用事業について

○スマートフォン等の利活用に不安がある高齢者を対象とし、スマートフォンの基本操作やセキュリティ対策等について、国（総務省）事業が開催されない地域を対象に、市町と連携し、高齢者のデジタル活用事業に取り組んでいる。

#### 【主な質疑】

##### ● リモートデスクトップと仮想デスクトップのすみ分けについて

→在宅勤務に対応する仕組みとしてリモートデスクトップ方式を導入した。DX推進基盤整備計画の中で、端末を外へ持ち出せるようになれば仮想デスクトップは

基本的にはなくなると考えている。

- DX推進スペシャリストやデジタル活用推進員の人材育成について、その後の昇給など報酬面で何か工夫はあるのか。  
→報酬に関するインセンティブはない。ただスペシャリスト等が活躍できる環境づくりは必要であり人事課等と協議している。
- モバイル端末の普及率や使用端末の選定について  
→パソコンは全体で約6,000台、モバイルが約2,000台で普及率は3分の1である。パソコンのスペックは、メモリーが8ギガバイトで調達している。
- ペーパーレス化について  
→文書保存は、総合文書管理システムで文書決裁、保存のシステムを運用している。電子決裁の普及は所属によって差があり、どう戦略的に高めていくのか検討している。
- スマートオフィスにおけるWi-Fi化について  
→本庁については議会棟も含め令和3年度に実施済み。他の総合庁舎については順次Wi-Fi化する予定である。
- 職員の勤務管理について  
→在宅勤務においては、1日の業務計画をSlack上で共有し、終了時に業務実績の報告を行っている。
- スマートオフィスにおけるフリーアドレスの弊害について  
→個人差はあるが特に弊害はない。デジタルツールを使用することにストレスを感じないようにすることが大事である。
- RPAの活用による業務改善について  
→公募による提案を受けて支援するやり方をしている。業務によっては8割、9割削減となり、大きな効果を上げている。
- 「みえDXセンター」の予算と「みえDXアドバイザーズ」や「みえDXパートナーズ」との契約について  
→予算は1,000万円で、基本的にはこちらが任命し、相談の際、1時間に1万円で、1案件3回までという報酬規定を設定した。
- 個人情報について  
→個人情報保護については、情報公開課が所管し、デジタル社会推進局は個人情報も含めてシステムでのセキュリティを担当している。

## (2) スマートで優しい市民サービスの実現に向けた取組について（神戸市）

神戸市は、平成29年に働き方改革推進チームを設置し、翌年、働き方改革（業務改革）ロードマップを策定した。令和3年から新たなビジョンとして、人間中心の「ヒューマンで優しいスマートシティ神戸」を掲げ、DXにより市民サービスと職員の働き方における「新しい行政のスタイルとバリューを創造」していくこととし、長期的には更なる進化により「スマート自治体」を目指す姿として位置付けている。

今回、上記の取組について、神戸市企画調整局から説明を受けた。



## 【概要説明】

### ア DXによる神戸市の業務改革

- 阪神淡路大震災を契機に職員数は、平成7年の約2万1,000人から令和2年の約1万2,000人と約40%の削減。職員が減ったから仕事が減ったわけではなく、職員一人当たりの負担は増し、社会情勢においても新たな課題も出てくる中で、職員一人一人の生産性を上げることとした。
- 目指す姿として、スマートなワークスタイル、働きやすい職場、スマートで優しい市民サービスの3つの視点を掲げた。
- 具体的な取組として、業務の生産性向上を図るため、行政事務センターに区役所や本庁部署で取り扱うような郵送や電子申請のバックヤード処理を集約化した。また併せてコールセンターも集約し、各種入力作業を、RPA、ロボット化等のツールを使って一元的にコールセンターに集約することで、区役所などの負担軽減に努めた。
- 職員のモチベーションを上げるため、職員の働く環境・条件を整えフレードレスやフレックスタイム制度の導入、在宅勤務制度の取得要件緩和、内線電話のモバイル化などに取り組んだ。
- グループウェアの導入により、所属部署に限らず全庁職員のスケジュールが閲覧可能となり、調整の手間が省けるなど利便性が大きく向上した。
- コミュニケーション不足解消のため、グループチャットの活用を推進し、LINEのような1対1のやり取りだけではなく、ルームという形で関係する複数の職員が、業務に必要な情報を共有している。
- 無線LAN等を導入することでペーパーレス化を推進し、紙の使用量削減がかなり進んだ。ペーパーレス化の取組は、市長、副市長等トップの意向が大事であり、市長、副市長へのレクチャーや説明も完全にペーパーレスで行っている。

### イ DXによる市民サービスの向上

- 市民が手続を待つ時間をできるだけ短縮することを念頭に置き、質問形式でナビゲーションするようなK O B Eスマートナビや、24時間いつでも回答が得られるA Iチャットボットなどを導入し、市役所手続の利便性の向上に取り組んだ。
- オンライン申請・審査・電子交付・カード決済機能等を備えたW e bサイト、e-K O B E（神戸市スマート申請システム）を導入し、約1,000件の手続、申請件数で290万件のうち約70%を令和7年までに電子申請するような形を目指している。
- スマート区役所の検討では、区役所に来なくても手続を終えることで、区役所に来庁する市民の数を減らし、本当に相談に乗ってほしい市民には門戸を広げ、十分な時間を取るとことで多様な市民ニーズへの対応に取り組んでいきたいと考えている。
- デジタルディバイド対策では、社会全体でデジタル化が進んでいく中、誰一人取り残さないということで、高齢者等の体験スマートフォン教室を実施している。神戸市は学生が多い町で、学生講師を活用して高齢者との世代交流という観点も進めながら、スマートフォンの体験教室等を実施している。

## 【主な質疑】

### ●職場でのフリーアドレス化について

→フリーアドレスは、全ての職場で導入されているわけではなく、令和3年は3分の1の所属で導入している。今後は導入の効果や課題について検証し、フリーアドレス化を徐々に進めていきたい。

### ●スマート区役所における相談者のすみ分けについて

→区役所における相談者のすみ分けは、来庁者数を40%減という目標はあるが、まずは3区役所で試行的に実施している。最終的に、相談に来庁したい市民、来庁しなくてもいい市民という仕分がどのようにできるのかは今後の課題である。

### ●特別定額給付金の申請で日本初の音声通話による申請状況の自動案内(T w i l i o) について

→当初、特別定額給付金の申請はコールセンターのみで受付しており、進捗状況などの問合せが1日に4万件ぐらいあったが、対応できないため、ウェブ検索サイトにて進捗が分かる簡易な仕組みを提供した。なお、ウェブが使えない方には音声通話のプッシュホンで操作ができるプログラムT w i l i oを導入し、ウェブとは別に電話での対応も行なった。また、通話料は利用者負担である。

●デジタル化専門官について

→専門官は6人で、各部署のDX推進に関する指導及び助言を行う。任期があり更新制にはなるが、最長5年である。

●スマート区役所の実現に向けた課題について

→スマート区役所としてどこまでやるかというのは非常に難しい。9区役所あるが同じ業務について少しずつやり方に特徴があるため、まずは業務の標準化、共通化するという過程が必要。スマート区役所により、仕事が奪われると感じることへの抵抗感をどのように克服していくのかということが一番の課題である。業務の標準化作業では、職員の協力の下地づくりというのが今一番苦勞している。

(3) 地方創生の取組について (神戸市)

神戸市では、令和2年度までの5か年にわたる神戸の都市像、まちづくりの方向性を示した神戸2020ビジョンが終了したため、その後継計画として、令和7年度(2025年度)までの実施計画である神戸2025ビジョンを策定し、本ビジョンに基づき、「海と山が育むグローバル貢献都市」の実現に向け、取組を進めている。

今回、上記の取組について、神戸市企画調整局から説明を受け、また雇用創出の取組事例として、神戸名谷ワークラボAOZORAを視察し、受託事業者のパールテンプスタッフ株式会社から説明を受けた。



【概要説明】

ア 神戸2025ビジョンについて

(ア) 人口減少・少子高齢化

- 神戸市の人口は、平成22年の154万人をピークに減少傾向が続き、現在は152万人ベースとなっている。
- 人口の推移は、平成22年までは人口が増加していたが、近年は減少しており、特に自然減が大きく、人口減少に歯止めがかからない状況である。

- 高齢化率は、昭和45年ぐらいは6%程度であったが、令和2年には29%となり、神戸市においても高齢化が進んでいる状況である。
- 合計特殊出生率は、全国平均1.33に対し県が1.39、神戸市は1.27で、いかに子育てしやすい町かというところも地方創生の大事な切り口になっている。

#### (イ) 神戸2025ビジョンの策定

- 神戸2025ビジョンは、海と山が育むグローバル貢献都市をテーマに、魅力的な仕事の創出と産学連携による経済成長、妊娠・出産・子育て支援と特色ある教育環境の充実、多様な文化・芸術・魅力づくり、災害や感染症などを踏まえた安全な社会システムの構築、安心・健康でゆとりあるくらしの実現、将来にわたって持続可能な都市空間・インフラ、多様な市民の参画による地域コミュニティの活性化の7つを基本目標とした。
- スタートアップ支援では、ビジネス交流拠点「ANCHOR KOBE (アンカー神戸)」を三宮の中心部に開設をし、企業、大学等が集う交流拠点とした。
- 六甲山上スマートシティ構想では、令和2年に策定したスマートシティ構想を基本に、六甲山上に宿泊もできるシェアオフィスを拠点としたワーケーションの推進や遊休施設等を活用したオフィス整備支援を行った。
- 食都神戸の推進では、農村地帯も多く、地元で農業が盛んになっており、農家が市内にマーケット (Farmers Market) を開催。神戸市庁舎のすぐ南側の公園では、ほぼ毎週土曜日に農家の方が集まってマルシェや野菜を販売し地産地消の取組を行っている。
- リノベーション神戸では、古くなった町をよみがえらせていくという取組で、女性もより安心して暮らせるように、町なかの街灯を約14.4万灯と1.5倍に増設し、2年間で市内全ての街灯をLED化した。  
ほかにも防犯カメラを2年間に2,000台追加し、小学校区を中心に半径500メートルのエリアで平均10台整備することで、明るさと防犯を併せた安心なまちづくりに取り組んだ。
- 全国的なSDGs推進の考え方にに基づき、特に自然環境の保全ということで脱炭素のまちづくりとして、ゼロカーボンシティの挑戦に取り組んでいる。
- 神戸市は国際的な町で、韓国・朝鮮、中国、ベトナムの方が多く、政令市でも5番目に外国人が多く居住していることから多文化共生の社会の実現にも取り組んでいる。

### 【主な質疑】

- 工業、観光業、サービス業なども充実しているのに人口が減っている要因について  
→川崎重工や神戸製鋼などの重工業はあるが、東京や大阪に比べて選択肢としての大企業が少なく、多くの学生は卒業後、東京、大阪に就職している。また、下請けなど中小企業は多く、採用があっても学生には人気がないなどの背景が要因と考えている。
- 街灯の設置状況と費用負担について  
→市が管理している街灯が対象で、2か年で市土木事務所が全て直営で工事し、費用は20億円くらいである。
- 外国人労働者について  
→統計では5万人程度おり、主にベトナムや韓国または朝鮮の方は市内の中小企業で働いている方が多い。母国語しか話せない方も多く、コミュニケーションが取れずに孤立してしまうこともある。これについては外国人材を市で採用し、集まりの場の提供や簡単な日本語教育を行っている。

## イ 神戸名谷ワークラボAOZORAについて（現地視察）

### 【概要説明】

- 神戸名谷ワークラボAOZORAは、神戸2025ビジョンのうち魅力的な仕事の創出として、民間企業を活用した代表的な施設であり、雇用創出の場としてのジョブシェアセンターと地域活性化の場としてのカフェや地域の方が利用できる家庭菜園、コラボレーションスペースからなる。
- 当施設については、名谷エリアで若年子育て世帯の流入促進、流出防止や多世代交流を図る目的で、閉園した神戸市立名谷あおぞら幼稚園を活用し、地域の働く場、地域活性の場を創出するための整備、管理運営を行う事業者を公募した。結果、パーソルテンプスタッフ株式会社が受注し、地域交流、地域活性、雇用創出の場としてジョブシェアセンターを開所し、現在80名程度が就業している。
- ジョブシェアセンターでは、データ編集、入力や軽作業等、多岐にわたる受託業務を運用し雇用の創出を図っている。
- 同社では、公共機関や民間企業などから仕事を受託しているが、業務については、ほかの同社の施設（埼玉県浦和市、大阪府茨木市、東京都東村山市）ともシェアしている。
- 働き方のスタイルが変わり、労働者を確保していく上では、子育て環境の整った中で働けることが重要と考えた。働きたいが制限があって働けない、子育てでフ

ルタイムは難しい、介護があり時間制限で働けないなど潜在労働力を顕在化していくところにスポットを当てながら運営している。

○神戸市としても土地、建物の利活用が図れた。また、都心まで行かず、郊外のこのエリアでも勤務できる場所が生まれ、潜在労働力が顕在化できた事例と考えている。

### 【主な質疑】

#### ●施設の開設について

→都心ではなくて郊外というところがポイントになると考え、人口分布などのデータを分析し、待機児童が多く、働きたいのに働けない方が多いのではないかと推察を基にこの場所に開設した。

#### ●施設の業務運営について

→神戸市からの外注案件を優先すべきという公募条件は一切なく、民間企業としての自助努力で案件を見つけることが大前提になっている。

#### ●業務に対する人材確保について

→人材確保は一番の不安点だったが、働きたいと思っている方は年齢を問わず多くいることが分かった。開所後は募集をしても人が集まらないで困ったことはない。企業や公共機関からの受注に対応するため、求人調整などハンドリングが重要である。

#### ●人材育成について

→地域から管理者層を育てていかないと根づかない。リーダーは正職員という考えはあるが、サブリーダーや業務単位のリーダーは、地元のスタッフから登用し、ある程度の業務が維持できれば、いずれは正職員のリーダーになっていくような人材育成を行っている。

### (4) シティプロモーションの取組について（兵庫県明石市）

明石市の総人口は、平成22年から平成24年は3年連続で減少していたが、平成25年からは増加に転じ、その後も増加傾向が続いている。社会動態については、転入者が転出者を上回り、自然動態においても出生者が死亡者を上回るなどプラスの傾向が続いている。明石市の強みとなる地域特性と市政の方向性を踏まえ、明石市の魅力を積極的に発信することで、認知度や関心を高め、交流人口および定住人口の増加、地域活力の向上につなげている。

今回、上記の取組について、明石市シティセールス推進室から説明を受けた。



## 【概要説明】

### ア まちづくりのコンセプトについて

- 現市長の泉市長が平成23年4月に就任し、「子どもを核としたまちづくり」というビジョンを掲げ、専門組織の創設、予算のシフトによる財源の確保により子育て支援を重点に推進してきた。
- 具体的には、市役所組織の再編により、職員数を1割の約200人を削減したほか、給料も一律4%削減した。また、下水道整備計画の見直しで予算総額を20年間で600億円から150億円に削減し予算の捻出を図ってきた。
- 組織については、市政の安定性、継続性を保ちつつも、一方で緊急の課題への速やかな対応を図るため、適材適所に人員配置を実施している。

### イ 主な取組の成果と課題について

- 具体的な子育て施策としては、高校3年生まで子ども医療費の無料化、第2子以降の保育料の完全無料化、おむつを無料で届けるなど市独自の取組を行った。
- ほかに区画整理による住宅開発の活発化、駅前の再開発の完了や大規模マンションの開発などにより経済が活性化し、税収入が増加した結果、さらなる子育て支援に財源が確保されるなど、好転のループが生まれてきている。
- 平成26年から9年間連続で人口が増加中で、出生率も5年連続で増加し、令和元年には一時低下したが、合計特殊出生率では令和2年で1.62、一番高かった平成30年は1.7という状態であった。人口も30万人を突破し、税収入も増加する中で、町ににぎわいが生まれ、明石駅に新規出店が目標の2倍、29店舗の出店という結果が続いており、地価も連続して上昇している。
- 平成28年12月にオープンした駅前再開発ビル「パピオス明石」の中に、公共施設として、市民図書館やこども健康センター、また市役所に来なくても駅前で事が足りるように総合窓口を備えている。この結果、駅周辺には子供連れの親子が集まりにぎわいがある空間へと生まれ変わっている。
- 少子化対策について、当初は市議会からの強い反発もあったが、施策を評価した

子育て世代が流入したことで人口が増え、市民及び議会側の賛同も得られるようになった。

- 今後の課題は、子供の人口増加に伴い、保育所や幼稚園の待機児童数の急増が起こり、その解消のための緊急対策を実施している。兵庫県内では待機児童数が1位で、4月当初は100名の待機児童がいた。引き続き保育所の受入れ枠の拡大、新規保育所の建設、また公立幼稚園の教室を一部民間保育所として活用するなど対策を実施し、きめ細やかな対策を進めている。

#### ウ 広報戦略（シティセールス）について

- 広報戦略（シティセールス）としては、将来にわたり住み続けてもらう、将来の住まいとして明石市を選んでもらう、明石市の認知度（ブランド力）を上げて明石市を訪れてもらうという3点を目標としている。
- 広報課は広報紙やケーブルテレビ、新聞、テレビなどのメディアを通じて市民にアピールし、郷土愛の醸成を図る。シティセールス課は市外の方々に明石市を知ってもらい、明石市を選んでもらうためのシティセールスを行っている。
- 広報課のミッションは、広報あかしの発行で、市長は市民へのラブレターと称しており、市民と行政をつなぐツールとして大切にしている。また、昨今高齢者の単身世帯やスマホ等の普及により新聞を取らない家庭が増えたことから、ホームページやSNSを活用し広報紙を発信するなど、見てもらえるような取組を進めている。情報の拡散は、明石市を知るきっかけづくりと考えている。
- シティセールス課のミッションは、移住・定住人口の拡大、観光部門として交流人口の拡大のための取組を進めている。さらにはふるさと納税の黒字化で、財政課が所管していたふるさと納税のPRを担当、平成30年より制度運営自体をシティセールス課に移管し、平成30年7月から新制度としてスタートした。

#### エ 発信ツールと手法について

- 発信ツールとして、特別サイト「笑顔のタネあかし」を立ち上げ、移住ターゲットである子育て層を意識した特別サイトとなっている。市の公式サイトとは異なり、デザイン等に関しては、ターゲットに合ったレスポンスWebデザインを活用している。
- 口コミの広がり期待ができるSNSを活用し、子育てのしやすさや住みやすさに関する市の特色ある施策、旬の情報などを発信している。少しでも市外からの移住・定住につなげていきたいというのが一つの考えである。
- シティセールスニュースをはじめとする市の情報を不動産会社に発信し、活用していただけるような働きかけをしている。また、民間の広告紙に市の施策などの

情報提供したものが織り込まれている。移住・定住には大手賃貸会社や不動産会社によるアプローチが大きなきっかけとなることから、子育て層を呼び込む官民協働による戦略の一部となっている。

- 年1回発行しているシティセールスニュースは、民間によるランキングを提示することで、外部の目や価値観を通して、本市を客観的に市内外の人に知っていただく機会となっている。特に配布先が市外の人との接点となる約300社の不動産会社や大手賃貸会社で、移住に興味を持っている市外の方への情報提供手段として目的を果たしていると考えている。
- 広報あかしは月2回発行し、時事や市の施策として掲載したいものを特集として組み、市民に分かりやすく、地域の抱える課題を行政と市民が情報を共有し、解決に向け一緒に考える問題提起型の広報紙となっている。
- 広報あかしの配布方法は、新聞折り込みを主とし、新聞等を購読しない方で希望する方には、シルバー人材などによるポスティング、また若い世代にはアプリによる配信なども行っている。ほかには小・中学校やコミュニティセンターなど市の公共施設、ショッピングセンター等に設置し、できるだけ多くの市民に情報が届けられるように努めている。
- 令和元年市民意識調査では、市民全体の世代別では他市と変わりはないが、直近5年以内の転入者対象となると、子育て世代の20代から40代が全体の8割を占めており、子育て世代の転入増加を証明していると考えている。
- また市民意識調査の結果の中で、町に愛着を感じる、住みやすいと思うなど、比較的高い数字が10%上がったほか、住み続けたい、子育て環境によいといった項目に関しましては、多くの方々から賛同を得ている。市の施策が人口増加のきっかけとなっていると考えている。

## 【主な質疑】

### ●具体的な市民サービスの向上について

→特に児童相談所では、臨床心理士や精神保健福祉士など専門職を国の約2倍配置している。また母子手帳交付時において、ファーストコンタクトとして約1時間保健師が面接を行い、そのお母さんの見守りの必要性、子どもへの虐待やネグレクトとかの状態を確認している。

### ●子育て交流施設について

→明石駅前にあかしこども広場があり、明石市の子どもたちは無料で遊べる。これ以外に天文科学館や文化博物館などは高校生までは無料にしている。できるだけ

親の負担を少なくし、社会との接点や少しでも子育てのストレスが親から軽減されるようなシステムづくりができていると考えている。

●子育て世代の方が移住するきっかけや移住するタイミングについて

→令和元年の市民意識調査で5,000人を対象とした中で、回答率は65%。この5,000人のうちの2,000人は5年以内の転入者を対象としてピックアップし、5年以内の転入者に関して58%の回答率であった。5年以内の転入者に転入するきっかけの1位は結婚のためが23%、就職、転職、転勤が23%、家庭、親族との同居や近居などが13%、よりよい住宅を求めてが9%、よりよい周辺環境を求めてが6%であった。

また、実際転入先を決める際に考慮した住宅環境に関しては、電車、バス、道路、交通の利便性が高いところが43%、日常の買物の利便性が28%、勤務地、学校に近いことが約18.6%、親とか子供の家に近いもしくは子育て支援に関する施策が充実しているが18%であった。

●シティプロモーション、シティセールスに関する予算について

→シティセールス事業としては、1,200万円程度の予算で消耗品や交通費を含めており、実際に委託費としては600万円から700万円程度である。できるだけお金をかけないというのが基本である。

●施策を実現するための財源確保について

→予算に関しては、10年間で下水道事業を600億円から150億円に削減し捻出した。明石市は市域が狭く、下水道、水道関係はほぼ99%網羅されている。しかし下水管、水道管は50年を経過し改修が必要となるが、25～26年前の地震で改修しており、今後は大規模修繕の必要はないと判断した。また、職員給料の一律4%カットや職員を約200人削減したことで予算を生み出している。

●今後の中長期的に見た雇用確保をしていく上での産業振興について

→移住・定住に関して、空き家は紹介するが移住に対しての補助はなく、自力で来てというのが明石市の方針である。雇用も同じでそのために企業誘致するという考えはないが、明石市に住んで生活していく上で、子どもにかかる費用は、医療費が高校生まで無料、給食の無料化、保育所も第2子から無料化を行っている。

●市長のプロモーションについて

→メディア等の取材依頼に対して市長はほぼ受けており、どんなに忙しくても対応している。メディアとして市長本人が出てくれるとなれば取り上げられやすく、少しでも表に出ればコマーシャルになると考えている。

## 6 意見交換（8月10日 総務財政委員会）

視察後、委員会で各視察先での取り組みについて意見交換等を行った。

### 【主な意見・所管】

#### （1）自治体DXの取組について

- 三重県では、ビジネスチャットの活用で、情報のやり取りを職員で活発に行い、これにより効率化がかなり進んでいる。情報が行き届かないことが改善されていて、非常に良い取組であると感じた。
- 在宅勤務システムやS l a c k、Z o o mの活用により、緊急事態宣言下のデジタル社会推進局の在宅勤務率が90%で業務を継続したことに驚いた。また、自宅のパソコンから職場のパソコンに接続できるのも効率的でとても良いと感じた。
- セキュリティ対策もしっかり行っているとのことであったが、内部の職員が悪用できないようにシステムをつくることや職員のモラル向上も絶えず図る必要がある。
- フリーアドレスについて、本市でも検討しているのか。  
→本年度、フリーアドレス実証事業で予算化し、デジタル市役所推進室をモデル部署として取組を始めている。
- オンラインで実施することが増えるので、音漏れをしないスペースが重要である。
- 計画の見直しにおいて、市民参画のワークショップを開催し、DXをどうするのではなく、市民が望む社会をイメージして、それを実現するためにDXをどう活用できるかという視点が必要である。

#### （2）スマートで優しい市民サービスの実現に向けた取組について

- フリーアドレス制の導入のメリットについて、いろいろコミュニケーションが取りやすい、席が決まっていないので、その都度メンバーを編成して、仕事が進みやすい、活性化しやすいということであった。今後全部署に導入できるかは難しいとの回答であった。本市においても段階的な導入を検討する必要がある。
- デジタル人材の育成について、職員のスキルアップに対するインセンティブは設けていないということであった。本市において今後人材育成していくうえでどのようなインセンティブを与えていくのかもぜひ検討していただきたい。
- 神戸市は、阪神淡路大震災を契機に市職員の4割削減を伴うDXを、国の動きとは関係なく進めていた。また、グループウェアや行政事務センターへの事務集約など本市で進めていることに非常に似ている部分も多いと感じた。
- 事業説明もモバイル端末を持ち込み、ペーパーレス化が進んでいると感じた。本

市においても率先してモバイル端末を利用して欲しいが、利用環境はどうか。  
→モバイル端末は、昨年の9月以降1,500台導入して、各局に配分している。モバイル端末は主に在宅勤務用で多く使用し、実際にモバイルワークという形で使っている場面は少ないことは認識しており、今後モバイルワークで使えるように取組を強化していきたい。

### (3) シティプロモーションの取組について

- 明石市は、市長自身の発信力が強く、行政サービスの主役は市民ということを基本とし、国を待つことなく明石市から始める、明石市から全国に広げるというスタンスで、トップダウンによりダイナミックに市の施策を実施していると感じた。
- 広報紙は市民へのラブレターという考え方で、市民向けの広報紙を全部市長が目を通して驚いた。
- 市長のリーダーシップで成り立っている町で、町の規模が大きい小さい関係なしに、市長のリーダーシップと広報力で町はある程度変われると感じた。
- 広報については、予算をかけずに全ての広報を代理店に丸投げしていない。市が合理的にどうやってお金を使えば宣伝できるか、PRできるかというのを一から考え直さないといけない。
- 人口が増えている明石市で、子ども・子育て支援に対する政策がメインではあるが、JRや鉄道など交通の便のよさを使った政策によりベッドタウン化が図れ、本市も参考になるのではと感じた。
- 明石市は、子育て支援政策に所得制限を設けていない。本市の人口構成を見ると明らかに14歳から45歳までの人口が極端に少ないということが分かる。人口が増えればいいという議論ではなく、人口のどの年代、年齢層を増やすべきなのかという議論をし、それに特化した政策をつくるべきである。

7 随員職員	議事課委員会担当係長	中島 智幸
	議事課議事係長	福留 圭一