

総務常任委員会

(平成25年2月1日)

早川新平委員長

おはようございます。

それでは、ただいまより総務常任委員会を始めさせていただきます。

本日の議題は、所管事務調査、シティセールスについてでございます。

議員の皆さんにお願いを申し上げます。所管事務調査が終わり次第、理事者の方は退席になりますけれども、その後、少し残っていただきたいということをお伝え申し上げます。

それでは、理事者のほうから説明をお願いいたします。

藤井政策推進部長

おはようございます。

シティセールスということで、東京事務所がやっておりますシティプロモーションの関係と、広報広聴課でやっております広報媒体を使ったシティセールスということで説明をさせていただきます。各所長、課長から説明させますので、よろしく申し上げます。

新谷政策推進部理事長兼東京事務所長

おはようございます。

それでは、ちょっと座ったままで失礼いたしますけれども、東京事務所が取り組んでおりますシティセールスと申しますか、シティプロモーション事業、主にイベントが中心の資料となってしまっておりますけれども、その辺の概要につきまして、それから、成果的なものも含めてご説明申し上げたいと思います。

まず、お手元の資料を開いていただいて、1ページ目でございますが、東京事務所の取り組みといたしましては、シティプロモーションという観点から、四日市の知名度をいかに向上させるか、それから、いかに多くの方々に四日市への関心、あるいは興味をもってもらうかということに観点を置いて、首都圏でいろんなイベントを含めたプロモーションセールスを行っております。特にここ2年ぐらいは、都内の幾つかのエリアで、注目度の高い商店街とか、あるいはビジネス街とか、あるいは集客施設等を活用してPRイベント等を行っております。

それでは、その資料をもとに、過去の実績、それから、今後25年度の計画案のことも含

めましてご説明申し上げます。

資料1ページ目の1の(1)物産観光PRイベントの開催につきましては、平成21年度から津市と連携してイベントを行っています。津市も東京事務所を私どもの日本都市センターの同じフロアに事務所を構えておる関係もございまして、三重県内の都市ということで、連携してイベントを行っております。

具体的なイベントといたしましては、
、
、
に書いてございますように、
、
については、上野公園、あるいは代々木公園という大きな施設のスペースを利用して、1回限りのイベントという形で物産の販売と観光のPRを中心に行っていました。

、
のところをごらんいただきますと、日本橋プラザ、あるいは東京都庁ということで、これは平成23年度からこのようなところを活用して行っております。これは、今までの単発ではなくて、できる限りたくさんPRを発信することによって機会を多くして多くの人に知っていただくということを主眼に置いて、物産観光に加えまして都市のイメージの向上あるいは販路開拓にもつながるようなイベントという観点から、平成23年度から事業を見直して行っております。

日本橋プラザのスペースにつきましては、位置的には東京駅と銀座の高島屋との間にあり、非常にビジネス街にも近く、また、買い物客も多い通りでございます。ここで物産と観光のPRを行っております。

東京都庁につきましては、地方都市等の観光PR用のスペースが2階にございまして、こちらを活用して、やはり物産の販売と観光PRを行っております。こちらについては期間が非常に長く、1週間程度行っております。主に来場される方は、都庁を見学に来られる観光客の方と、日本国内にとどまらず海外からのお客様も多く来ていらっしゃいます。

それから、(2)の販路開拓イベントという項目がございます。これも平成23年度から実施しているものでございまして、説明にも書いてございますように、都市と産地の交流などで全国から注目されております板橋区のハッピーロード大山商店街のイベントスペースを活用させていただいて、地元の産品の販売と販路開拓、それから四日市の魅力紹介を行っております。こちらについては、それぞれ平成23年度と平成24年度、2日間実施しておりますけれども、将来的にはこちらのイベントスペースを利用して、商品を販売しながら、売れ筋とか、あるいは商品のパッケージの問題、商品の量、ロットみたいなものとかを研究しながら、できればこの商店街の中にございます全国の産品を集めたとれたて村というアンテナショップがございますけれども、そこへも進出ができればということで努力

をしておりますが、非常に消費者の方の目も厳しく、いろいろ助言もいただいて、出店していただいた生産者の方々にとっては非常にいいヒントを与えていただいたりということで、かなり小規模ではありますが成果は大きいものと思っております。ただ、結実するまでには、先ほど言いましたとれたて村というアンテナショップに進出するまでにはまだちょっと道があるかなと、ハードルが少し高いという部分もあります。

もう一つ、説明書きにございます都市と産地の交流という部分につきましては、産地をこの商店街の女性部の方々が訪問されたり、あるいは消費者の方が訪問していただいたりとか、あるいは、逆に、産地の学生、高校生とか、あるいは中学生がハッピーロード大山で販売体験をする、自分たちの郷土を紹介するとかというようなイベント、プログラムも商店街のほうでは考えていただいておりますので、将来的にはそういう形も実現できるように努力をしていきたいと思っております。

そして、もう一つ大きなプラスとしては、こちらについては、板橋区の小中学校の給食の食材に産地のものを使っていただけるというチャンスがございます。具体的には、岩見沢市など、タマネギとか、そういうものを使っていただいたりしているようですが、ここにもできれば進出したいと思っておりますが、これは生産量とのマッチングの問題もありますし、これもなかなか難しいところでございますけれども努力はしていきたいと思っております。ということによって四日市のことを多くの方に知っていただくというのが大切だと思っております。

それと、もう一つとしては、今まで公園でやってきたようなイベントとは違いまして、やはり生活者の方といいですか、目の肥えた消費者の方が多く板橋の商店街にはいらっしやいますので、非常に出店者と消費者との情報交換といいですか、ものをいただいたりして、プラスになる部分が非常に大きいと考えております。出店していただいた方からもそういう声をたくさんいただいております。

それから、(3)の都市イメージ向上イベント、これも平成23年度から実施をしております。(1)で説明しましたイベントの、特に公園でのイベント等についても、今までは四日市の市長、津の市長が来て、市のご当地自慢のようなことをステージでやっておりましたけれども、それをちょっと切り離れた形で(3)の都市イメージ向上イベントという形で平成23年度から、現在ちょっと閉店してしまっておりますけれども、銀座にございましたモザイク銀座阪急のエントランススペースを利用して、特に都市イメージを打ち出したトップセールス的なものをやらせていただいております。

例えば文化面とか、あるいは歴史とか、自然とか、あるいは祭り、それから、農産品というよりも花とかイチゴとか、そういうようなイメージのものも生産しているという、四日市の工業都市というイメージにプラスアルファの部分を強く打ち出すイベントとしてこれを実施しております。

あと、今年度末に新たな取り組みといたしまして、 に書いてございます東海連携イベントというのを考えております。これは、以前この委員会から、東海地方の都市がつながって何かをやることで注目度を浴びるのではないかというご提案もいただいております。そういうこともございましたし、また、東京事務所を構えている東海地方の自治体の間でも、担当職員同士でも協議した中で、こういうことを一遍やってみようという動きが生まれて、当初予算には計上しておりませんでしたけれども、予算の残も活用しながら、平成24年度末、2月になりますけれども、東京タワーのスペースを利用してこういうイベント、主に6都市を周遊していただくことを目的とした観光PR的な部分と、もう一つは、都市で生産されている農産品を食材としたスイーツ、東京タワーにはマザー牧場というカフェみたいなのところがあるんですけれども、そのシェフが協力していただいて、四日市ですと伊勢茶のお茶の味をしたプリンのようなものをまぜたパフェをつくっていただいて、それを先着何名の方に、有料ですけれども、味わっていただくというようなイベントを今、東京タワーからも提案をいただきながら計画しているところでございます。ほぼ固まりつつございますので、また議員の皆様にも事前に告知をさせていただいて、記者発表をしたいと考えております。

(4) その他の部分につきましては、私どもが主体的に実施しているものではございませんけれども、同じ四日市市としてじばさん三重が新宿駅西口でイベントを毎年10月ぐらいに、非常に人通りの多いところでございますけれども、こちらで物産販売を3日間から4日間程度実施しております。

それから、東京ドームでは、ふるさと祭り東京という大きな都市の祭りとか物産を集めたイベントが実施されております。こちらはじばさん三重が主体となって、それから、工業振興課もサポートをしながら実施しているイベントでございます。

それから、 津市イベント協力。これは先ほど申し上げましたように、津市と連携してイベントを実施しておりますので、津市さんのネットワークの中でつながっている土地、神楽坂の文化行事的なイベントがございますけれども、そちらで津市と四日市の文化的なもの、芸術的なものを紹介するということで、特に萬古焼を四日市の場合は紹介させても

らいましたけれども、2日間、展示とPRのパンフレットの配付をいたしました。

それともう一つ、津市のイベントの中で豊島区で実施された江戸川乱歩記念イベントでございますけれども、これも初めての試みでございますが、津市が江戸川乱歩の関係で狂言の公演をやられました。ここへ私どももホールで四日市を紹介するパンフレット等を配らせていただいたという状況でございます。

それから、三重県観光連盟主催の のメディア交流会という事業がございます。これは、県がメディア関係の方々を約300人程度招待して、三重県内の観光、あるいは食材、まち、あるいはホテルとか、交通機関等の紹介をするというイベントでございますが、こちらにも私どもの観光推進室とあわせて出店をいたしております。

それ以外に、ずっと紹介いたしましたのはイベントが中心でございますけれども、それ以外には、ポスターの撮影とか、あるいは四日市に関心を持っていらっしゃる方、ゆかりの方々のネットワークがございますので、そちらへのメールマガジンの配信とかそういうことも実施しております。

それから、2番目、平成25年度の事業計画につきましては、今年度と同様のような事業に加えまして、特に(3)の都市イメージ向上イベントのところに書いてございますけれども、 トップセールスについては、実施する会場として、東京スカイツリーとか、そういうところを今、検討をしております。

それから、東海連携イベントにつきましては、今回の東京タワーと同様のものを、あるいは、丸の内にJPタワーという大きなビルができ上がっておりますけれども、そこに観光スペースがありますので、そこも活用したいなということで、今、計画を考えております。

それから、 は、これは新聞記事等でご存じでございますけれども、三重県が日本橋に営業拠点、アンテナショップ的なものを開設するということが報じられておりますけれども、ことしの夏ごろになると思いますが、こちらもでき上がりましたら、県と協議の上でここでPRイベント等を実施させていただきたいと考えております。

3ページには、先ほどご説明いたしました過去に実施してきたイベントの出店者数とか売り上げ、来場者数、あくまでも推計でございますけれども表記しておりますので、参考にござらんいただきたいと思っております。

以上でございます。

餅井参事兼広報広聴課長

それでは、引き続きまして、資料の4ページでございますが、本市の広報媒体を活用した発信力の強化というところについてご説明を申し上げたいと思います。

市政情報を市の内外に効果的に発信するためにということで、平成23年度に広報戦略会議を設置いたしまして、市政情報発信アドバイザーの方から種々アドバイスをいただきまして、広報媒体の見直しを進めてまいりました。

アドバイザーの方々につきましては、こちらのほうに4人の方を列挙させていただいておりますけれども、それぞれが例えばインターネットであるとか、印刷物であるとか、テレビ、ラジオであるとか、そういった各分野で造詣の深い方々ということでございます。その中で、平成24年度、見直してきた中につきましてご説明申し上げます。

広報よっかいちでございます。平成24年度から、上旬号は特集記事、あるいは、本市の魅力発信する連載記事といったもので構成いたしておりまして、市の施策や魅力をわかりやすく掘り下げてやっているというところでございます。下旬号につきましては、お知らせ記事を集めまして掲載しているという形に大きく見直しをさせていただいております。

また、特集記事につきましては、平成23年度までは制作も含めて業者に委託をしておりましたけれども、平成24年度からは、特集につきましては職員が丁寧に取材をいたしまして記事の企画、作成を全て行います。デザインだけを業者委託にするという形に変更してきております。

その後、平成24年度にどんな特集をしてきたかということで、4月から2月まで列記をさせていただいております。まず、市民生活に密着いたしました市民の関心の深いテーマといったものを取り上げる、あるいは、四日市ならではのテーマといったものを取り上げているという形で、各号おおむね6ページ、場合によっては8ページの特集といった形で丁寧に掘り下げてつくってきているという状況でございます。テーマによりまして、深く語り尽くすような形で細かく書いていくこともございますし、場合によっては市民の方に登場いただきまして、親しみやすい、また臨場感あふれるような、そういった形の特集といったものを各号のテーマによりまして工夫をしてつくってきおるというような状況でございます。

5ページでございますけれども、その特集に加えまして、四日市の魅力の掘り起し、あるいは発信といったことをしたいということで、各号のシリーズ企画といったものを取り

上げております。表紙につきましては、今年度はスポーツで頑張る市民というテーマで、1枚写真で表紙を市内のさまざまなスポーツをされている方々に飾ってきていただいております。そのほか、四日市の日本一ということで、誇れる日本一といったものを探し出しまして掲載をする。あるいは、本市ならではのメニュー、あるいは食材を使ったレシピなどを紹介する四日市のおいしいレシピといったようなシリーズ、それから、各地区がよりすぐりの地区自慢を紹介するということでの四日市の地区自慢、さらには、市民の方々から一押しする四日市の好きな風景写真といったものをご投稿いただく私の好きな四日市といった連載物ということで、平成24年度はがらっと模様がえしてここまでやってまいりました。

これにつきまして、この見直しにつきましての評価の一つの物差しといたしまして、昨年7月にリニューアルアンケートといったものをいたしました。対象といたしましては、インターネットで登録していただいておりますモニターの方、それから一般市民の方でございまして、回答者数は272人でございます。そのリニューアルした広報よっかいち、特に上旬号について、今までの上旬号と比べてどう感じるかといったところを聞かせていただきました。その結果はごらんのとおりでございますけれども、よくなった、どちらかといえばよくなったという比率と、どちらかといえば悪くなった、悪くなったという比率を比べていただきますと、やはり高評価をいただいているんだらうなというふうに感じております。ただ、特に変わらない43%という方がいらっしゃいます。やはり、このあたり、余り読まれていないという部分もございますので、これはさらに読んでもらえるような広報紙づくりをさらに進めていきたいなというふう考えております。

1枚まためくっていただいて、最後でございます。6ページでございますけれども、ホームページでございますが、こちらにつきましても、利用者が目的の情報に素早くアクセスできるホームページ、また、本市の魅力を市内外に効果的に発信できるホームページとするために、平成23、24年度、2カ年で再構築しようと思ひまして、平成24年6月末でリニューアルをしております。

主な変更内容といたしましては、トップページのデザイン変更ということで、見やすく、また、目をとめてもらいやすくするといったところでのデザイン変更。それから、各ページのデザインの統一ということで、これは見やすく、また、安心感を持って見てもらえるといったようなページの構成。それから、新着情報欄の充実ということで、新しい情報がすぐに見えていただけて、確認できるような、そういった形の新着情報欄というものの整備。

それから、よく利用される情報につきましては、それだけをピックアップしておきまして、そこから入っていただけるという形に工夫をさせていただきます。また、イベント情報をアピールするためにイベントカレンダーの新設であるとか、あるいは、観光情報を集約いたしまして観光情報という欄を新たに設けたりといったことをさせていただきます。また、私どもがつくっております市政情報番組、これを対外的に発信するという意味で、ユーチューブのほうに公開しているという形でございます。そのほかにも、大型の告知スペースであるとか、フォトアルバムページ、おすすめランキング、トピックスといったもので本市の魅力をアピールできるような、そういった工夫をしているというところでございます。

さらに、今年度、現在導入作業をしておりますものに、広報よっかいちの電子書籍化ということで、スマートフォンに対応できるような、そういった広報よっかいちの電子書籍化ということ、それから、タブレット端末に対応していただけるように、メニューページを少し変えていきたいということも考えております。それから、各ページにツイートボタンといったものを設置させていただいて、さらに情報が拡散していただけるようにといったことも考えているところでございます。

こういった見直しを進めている中で、現在のホームページのアクセス件数でございますが、平成24年度は12月末現在の数でございますので、平成24年度を1年換算にいたしますと1768万3000件ということでございまして、前年度の伸びに比べましてかなり伸びてきているということで、一定程度の効果が上がっているのではないかなというふうに考えているところでございます。

藤井政策推進部長

今、餅井課長から広報の説明をさせていただきましたけれども、4ページにあります平成24年度の特集の中で、4月号の四日市の魅力発掘と、それから、7月号の環境、それに、2月号の四日市港特集、この分の抜き刷りをしたものをまとめまして、この春に市内の高校を卒業をされる高校3年生の皆さんに配ることについて、今、各学校に説明に行って、公立、私立とも、校長先生も了解していただいておりますということで、この三つで大体四日市のことを外へ行っても語ってもらえるであろうということで、そういう作業を今しております。

以上でございます。

早川新平委員長

ありがとうございます。

大変いいことやと思うので、ぜひとも進めていただきたいと思います。

それでは、委員の皆さん、ご質疑ございましたら発言をお願いいたします。

森 康哲委員

6ページのホームページのところなんですけれども、ユーチューブやタブレット型端末に対応したメニューページの新設とあるんですけれども、フェイスブックは全然検討はしていないんですかね。

餅井参事兼広報広聴課長

フェイスブックについては、今、各自治体を拝見しておりますと、かなり導入されているようなところもございます。

ただ、お伺いしておりますと、やはり即時に双方向で交流するというのがメリットでございますけれども、なかなかそこにつきまして責任を持った発信となりますと、役所としての承認というのをどうしていくかというところで、若干まだそれぞれの自治体も迷っていらっしゃるところもあると聞いておりますので、我々もそのあたりは十分に、どういうシステムでいけば瞬時に交流ができるのかといったところを考えながら、これから導入を検討していきたいなというふうに考えております。

森 康哲委員

セキュリティーの面とか、また、こちらの体制とか、いろいろ検討はしていただきたいと思いますので、ぜひ取り入れていく方向でお願いしたいと思います。

川村高司委員

いつも言っていることは一緒なんですけど、どうしても気になるのが、事業ということで、実績報告と事業計画ということなんですけど、費用対効果というか、例えば幾らそれをやるのにかかってとか、人員はどれだけかかってとかというのは書かないものなんですけど、こういうのは。

新谷政策推進部理事長兼東京事務所長

3ページの表をごらんいただくと、売り上げと出店者数だけしか書いてございませんので、委員おっしゃられるように、どれぐらいのコストがかかって、どれぐらいの人員をしたかということもやっぱり書いておいたほうがよかったかなと思っております。申しわけございません。

各回ごとに実績報告をつくって、内部ではございますけれども、上げておりますし、報告のまとまったものについては、実行委員会形式をとっておりますので、委員の方々にもお見せしているというところでございます。

コスト的な面は、具体的な数字を申し上げることもできますけれども、やはり公園でやってきた平成21年度、平成22年度に比べれば、平成23年度はコストはかなり抑えた形で、平成24年度もそうでございますけれども、やってきております。

川村高司委員

民業ではないので、費用対効果ばかりではなく、数字だけではあらわれない部分も多分にあるので、このイベントの目的は何なのかということも含めてまとめていただいたら、別に来場者が多かったらよしとか、そういう単純なものでもないというのも理解した上で、このイベントをやるとどれだけの費用なり人員がかかるんですというのは、ちゃんとわかるようにしていただいたほうがいいかなと。

本市の新たな魅力を発信するというイベントの開催なら、新たな魅力というのは、具体的に何になるというか。物産観光というのは、津市とイベント協力事業ということなんですけど、津もどっちかという観光弱者というか、桑名の長島温泉が600万人とか年間動員していて、鈴鹿サーキットで200万人弱とか、伊勢、志摩、鳥羽とか、三重県は観光でにぎやかなところがあるんですけれども、そうでない弱者がタイアップして何をやったのかなと。済みません、うがった見方をしますけれども。

だから、何が目的で知名度を向上されたいのか、誰に対して知名度を向上したいのか、よくわからないんですよ。万人に知ってもらいたい、ただそれだけ、名前を売りたいだけなんですかね。

新谷政策推進部理事長兼東京事務所長

まず、広く浅く四日市のことを多くの方に知ってもらおうということも大切だと思ってお

りますけれども、平成21年度、平成22年度、大きな公園を活用してやってまいりましたときには、やはり出店者の方々からも、委員がおっしゃられるように、何を目的としてやっているのかわからない、あるいは、来場されたの方々にとっても、どこの市が何のためにやっているのかわからないというお声もございました。

そういうところも踏まえて、平成23年度以降については、ある程度ターゲットといえますか、区域を限ってやっていくという形に切りかえてまいりました。大山の商店街でしたら、より目の肥えた消費者の多いところでございますので、そういうところからいろいろ意見をいただきたい、あるいは、出店者の方々からも、そういうところでの販売の方法とか、あるいは、どれぐらいのニーズがあるのかというのを把握してもらうための機会にさせていただきたいという部分でやってまいりましたし、日本橋では、ビジネス街でございますので、やはりビジネス客の方々とか、あるいは、先ほど申し上げた高島屋とかの百貨店、デパートがありますので、それなりに高級志向の方々にとって何が売れるか、どういうものが売れるかということも見たいと思ってやっております。それから、都庁については、先ほど申し上げたように、観光客とか、そういう方ということになります。

それと、新たな魅力ということはどういうことかとおっしゃられる部分でございますけれども、首都圏とか、四日市あるいは三重県外の方々にとって余り知られていないような魅力というようなものも知っていただくということがまずは大切かなというところで、コンビニートとか、公害、環境問題とかという部分ではない四日市のイメージ、農産品もとれますというようなところとか、観光、あるいは祭りというところで訴えていきたいということで実施しております。

川村高司委員

東京というのは世界都市で、魅力にあふれたまちなので、よっぽど本当の魅力がない限り注目を浴びるのは相当難しいエリアかと思うんですよ。

市長みずからシティセールスを実施されたとあるんですけれども、知名度のある方、例えばレディー・ガガがアイ・ラブ・ジャパンと言えば日本が注目される。じゃ、レディー・ガガが四日市と言ったら、何でやろうという興味で世界中から間違いなく注目を浴びる。すごいシンプルで。だから、市長よりもここはこにゅうどうくんがやったほうがよっぽど私はいいのかなと思ったりします。

つい先日の日本経済新聞とかに四日市の特集とかを書いてもらっていますけど、一番最

後に観光というので、コンビナートで3000人来たと。でも、近隣年に何百万人規模で観光客が来ていただいている中で、よう日本経済新聞も書いてくれたなと思うんですけど、コンビナートクルーズで3000人だという。でも、ここに書いてあるのは、世界的な工場の技術集団を企業はつくろうとしているという。となれば、やっぱりそこは世界的な売りなので、対ビジネスマンに対して果敢にアピールする。技術集団がここにはいるんだよということで、ほかの方が、違う大学で言っていましたけれども、個人的にはマサチューセッツ工科大学の分校を四日市に誘致するとかして、そうなったらそれこそ世界的な技術集団の拠点になって、自然とふえるじゃないですかとか、そういうさすが四日市やなというような発想はないんですかね。

藤井政策推進部長

川村委員がおっしゃるように、四日市の本当に誇るべきものは何なのかということをもう少しきっちり考えるという意味で、例えば上野公園でやったのを代々木公園でやったものに変えたというのは、まずそういうことなんですな。

一つは、やっぱり産業のまちだけれども、農産物もありますよというふうにアピールしようと思えば、やっぱり持続的にそのことについてウオッチできる場所でやらないと、もう見てもらっておるかどうかわからんようなところでお金だけかけても余りよくないというので、平成23年度からやり方を変えた。ハッピーロード大山をなぜ狙ったかという、あそこは本当に米でも量り売りをするぐらいで、いいものであればちゃんと買ってもらえると。その辺を出店者にも理解してもらいながら、実際、四日市の農家でも銀座で米を売っておるような大きな農家さんがみえるわけで、そういう商売も築いてもらうということも含めて。

あと、おっしゃいましたように、公害を克服したという感覚的な言葉で言うんじゃなくて、例えば固定資産税の機械・装置に係る償却資産分は東京23区の次に来ています。これを次、どういうふうにやるかというのを今みんな考えています。あるいは、製造品出荷額等が都市では11番目なんだけれども、そういう意味で集積がある、だから、研究者も多い、このまちの知的な集約化されたものをどうやってアピールするのかというのは、もう本当に来年ぐらいはそういう攻め方をしていけないと、公害に関する資料館もつくっていく時期ともぴったり合いますので、やっていかなあかんと。

だから、さっきちょっと補足で言いました高校生にお知らせする特集が、四日市のいい

ものというのを掘り起こして、港はこういうふうな歴史があってということと、あと、真ん中に環境を入れているのは、その辺はやっぱり高校3年生の頭の中に入れてもらえれば外でしゃべってもらえるだろうと。だから、この辺はやっぱり狙いどころとしてはだんだん絞れてきておるもんで、平成25年度はその辺にもう少し軸足を置いて、さりとお金を使えばいいという話ではないので、じわじわっといけるように効果的な取り組みをさせてもらいたいというふうに思っています。

それから、主要施策実績報告書で、先ほど川村委員ご指摘のどうやってどういう効果があったかというのは、ある部分その辺については、平成24年度決算の資料には若干なりともご意見を反映できるように努力をしてみたいと思います。

川村高司委員

物産観光PR、シティプロモーションという言葉は、私もこの2年弱の間に何回か耳にしたことがあるんですけど、わくわく感とか全く感じないんです、個人的に。申しわけないんですけど。こういうのはやる側がこんなことを企画していますというようなものでないと、伝わるのはその2割、3割伝わるかどうかなので、もうちょっとわくわく感のあるというか。世界的な企業が、東ソーも100人ぐらい技術者が来ているとか、そうなったら大学の工学部のところへ回って行ってPRするとか、それが人を呼び寄せるとか、もうちょっと何か魅力を本当に伝えてもらったほうがいいかなと思います。

最後、ホームページに関してなんですけど、新しい情報が瞬時に確認できるということが書いてあるんですけど、この新しい情報というのはどの程度の新しい情報なのか。結構、新聞メディアが四日市市発信の情報を伝えて、それを見て私らが初めて見る機会も、私も情報収集能力が不足しているので、たまにあるんですけど、ホームページというのは、情報発信のスピーディーさに一番たけているツールかなとは思いますが、どの程度の情報までを情報発信するのか。基準か何かあるのか。

餅井参事兼広報広聴課長

ホームページの見直しですけれども、ここに書かせていただきましたのは、まさに形を整備したということでございます。ですから、これに伴った新しい情報をここへ蓄積していくとか、出していくという体制をつくっていかねばなりません。そこにつきましては、やはりまだまだなのかなというふうに感じております。例えば一つの例として、

議会のほうでよく指摘されます会議開催についてもなかなか出てこないよねという話はございます。やはり庁内的な、ホームページというものを生かして、新しいものをすぐに出していくという、そういう意識づくりといったものを広報広聴課がさらにやっていかなければならないなと思っております。

したがって、基準というよりも、新しい情報というものをすぐにホームページに載せていくという、そういう職員の意識というものを持たせていくというところに力を入れていくべきだろうなというふうに思っております。

川村高司委員

きょうの新聞に三浜小学校の統廃合が載っていましたが、ああいうのはホームページには載らないんですか。

餅井参事兼広報広聴課長

市として、それを掲載することが妥当と判断するものであれば、それらを当然載せていくことがホームページの質の向上につながると思います。そこはやはり各部局がこれはどうなのかということを取捨選択していただいてということになります。

藤井政策推進部長

議会にお知らせしてマスコミにも出しておるようなものについては、できるだけおくれないように上げるようにしていきます。もうそれはやっていかなあかん話ですので。

もう一つは、記者発表のときに、各部がいろんな記者発表、記者会見とかで出すんですけども、今、整理させておるのは、部単位で、部局ごとに1年間で何を何件出して記事に取り上げてもらったということを一覧見える化して、効果的な情報を出しているか出していないかということも各部において自己点検してもらうようにもしていこうと。庁内的にそういう情報の感度を上げるということは当然やっていかなあかんですけど、それを言っておいたら10年たってもできやんもんで、今できることは広報広聴課のほうで対応をさせていただきたいと思っております。

野呂泰治委員

ちょっとお聞きしたいんですけど、要は、シティセールス、シティプロモーションとは、

四日市をどう売り出していくかということだと私は思うんですけど。宣伝、PR、もっと言えば投資。それを日本の中で、四日市はこういうまちですよと、こんないい点があるんですよと、過去はこういうことでしたということをしかりとわかるように、いろいろイベントなんかを企画されてみえるんですけども、例えばいつも僕、言うんですけど、こういうシティセールスと、いわゆるまちを売り出していく、産業、商業もあるんですけど。そうすると、本当に行政は縦割りであって、その辺の情報について商工農水部はどう考えておるのかということがわからないというか、皆さんとは協議はなさってみるんでしょうけれども、その辺がちょっとどうかなという点に疑問があるんです、はっきり言って。

そして、もう一点、四日市市と国内で提携都市というか、姉妹都市というか、そういうことをやっている都市ってあるんですか。海外なんかはシドニーとか、ロングビーチとか天津とかありますけど、国内はあるんですか。

藤井政策推進部長

国内での姉妹提携というのはやっていないです。

野呂泰治委員

例えば姉妹都市であれば、四日市と同じような都市もあれば全く違う異質の都市も提携してもいいんです。そして、お互いに違った中でいい面をお互いに意見の交換、いろんな情報の交換、あるいはいろんなことを知り合いながら、そして新しいものをつくっていくとか、そういう発想というのは、民間はよく業務提携とか、あるいは、いろんな他産業と連携しています。世界的な競争になっていますので。日本だって都市がもう既に800を超えています。もっともっと人口が減れば減るほど競争が厳しくなっていくんですわ。財政的にも恐らくなかなかお金もないであろうし。だから、いろんな工夫をしてやっていかないかん。

きのう、たまたま総合交通政策特別委員会で、両備ホールディングスの小嶋代表が来ていましたので、ちょっとお話を聞かせていただきましたら、おもしろいことがなかったら人は来ないよと。何で来るんですかといったら、何かおもしろいことがあるで人が寄ってくるんだと。こういうふうなことをおっしゃってみえました。ああ、なるほどなと思ったんですけどね。

だから、先ほどから、公害をどうのこうのと言われましたけど、公害を四日市はなくし

た、きれいにしたからこそ、今日がよくなったのであって、今の中国の北京の、皆さん、テレビ見られたと思いますが、放っておいたら四日市もああなったと思うんです。我々はそれを克服してきたんですね。せんだって四日市港管理組合議会で、森委員もみえますけど、ベトナムと香港に視察に行かせていただきました。そのときにも、四日市公害についてのいろんなことも質問を受けました。海外でもそういったことについては共通の悩みなんです。共通の問題なんです。

だから、四日市はこういうことをしてきましたよ、だから、四日市は価値がある都市なんだということを堂々とみんなにストレートに言えば、ああ、そんないいまちやったら一遍行ってみようかと思うんですよ。例えば、議会改革に関することで、本当に日本全国から議員さんが視察に来る、議長、この間、視察1000人目の記念品贈呈をされてみえましたけれども、そういうことなんですわ。

いかに四日市の存在価値がいいかということ考えた中で、いろいろ工夫していってもらうことが私はシティセールスだと思います。そうすると、人口もふえる、人もそこで住んでみようと、こういうことになると思うので、その辺、ちょっとお考えがあったら聞かせてください。

藤井政策推進部長

姉妹都市、国内で提携という話では、表立ってそういう形ではやっていませんけれども、例えば北九州とか川崎とかが入った工業都市の担当課長会議というの、もう30年近くやっていますし、それから、焼き物の町の中部地方でいけば、瀬戸や多治見や常滑やというところとのネットワークというのもやっていますし、それから、名古屋中心に東海の都市の連携会議というの二十数年やっています。防災なんかの応援協定は別途やっていますが、かなりいろんなネットワークはそれぞれの部局において、もう20年を超えるような結びつきはやっておりまして、そこでベンチマークといいますか、向こうがやっているいいこともこっちも参考にさせてもらう、こっちのやっていることも向こうに伝えるという形で人脈づくり、ネットワークづくりというのはやっています。

そういうことを踏まえて、今、委員ご指摘のように、さっきも川村委員のご質問にもお答えしましたけれども、四日市のまちというものはこういうふうな積み重ねでやってきた、その上でこういういいものもありますという形で総合的にシティセールスに励んでいくということは、よりストーリー性というのが重要になってきますので、それに意を払いたい

と思います。

それから、商工農水部との関係ですが、当然、東京事務所が政策推進部所管の組織でございますけれども、商工農水部、工業振興課、あるいは農水振興課については、折々にその辺については連携をして、一体的な取り組みというのはさせてもらっていますし、観光推進室との連携も図っております。やはり都市全体、こういう歩みをやって、どう情報発信するのかということになっていきますと、これはやはり総合行政という側面もございますので、いろんな部局が一体となって横断的にやっていく、その強みを皆さんに知っていただくということも重要になってまいりますので、より一層漏れがないように努力をさせていただきますというふうに思っております。

野呂泰治委員

例えば施設においても、四日市ドームという立派な施設もあるわけです。平日はあいておるわけですね。せんだって私たちも東京ドームでイベントがあるということで行きましたけれども、ちょっと時間的にいろいろあったんですけれども、とにかくそういう行政の施設があって、名古屋ドームでもそうです、大阪ドームでもそうです、みんなあいているんです、野球場であっても、競技場であっても。そのあいたときに何をするか、何をイベントとして、市が、何も行くだけが能やないんですわ。来てもらうんですわ。来てもらって、売ることによって、地元のお店屋さんで土産の一つも買ってもらったり、あるいは宿泊もしてもらったり、各議員さんが来ていただいたときの視察も本当は四日市で泊まっていたのが一番ありがたい、全部が全部じゃないかわかりませんが、いろんなことをしての四日市を売り出して使ってもらう。四日市を利用して、何かあったらイベントに手を挙げていくだけの、それだけのものもなければいかんし、なければつくっていかないかん。今度の10年先の国体でもそうなんですわ。

だから、そういう意味で一つずつ、空き家にしておくんじゃなくて、それこそ宝の持ち腐れですわ。そういうこともやっぱり考えて、イベントを積極的に調べて。何か、せんだっては、菊の東海地区か中部地区か、全国大会をしようと思ったら、いろんな諸々の問題があってできなかったということも聞いておりましたけれども、ほとんど大きな全国大会というのは、四日市が一番人口も多いし、設備が一番たくさんあるからできるんですよ。それに対応していかないかんわけだね、結局。それは商工会議所とか、いろんな横の産業界との話し合いもあるでしょうけれども、積極的にやっぱり話し合いをして売り込んでい

くべきでしょうね。お考えがあったら。

藤井政策推進部長

四日市においていろんなことをやるということについては、中断していますけれども、ふるさと産物祭りというのもやった長い歴史もあったんですけれども、その辺も、どういう形でやればいいのかということもやっぱりひとつ考えていく時期にも来ていますし、リーディング産業展が今度ありますが、そこでのタイアップというのも当然やっていますので、あるものを有効に活用する、地元において市民も含めて幅広くいろんなところから来ていただくということにつきましては、もうちょっと知恵を出さないとだめだというふうには認識していますので、再度この辺については具体的な方向について庁内議論もしてまいりたいというふうに思っています。

野呂泰治委員

最後にしておきます。

とにかく持続していく行政でなきゃいかん。持続可能な社会でなければ。口では簡単です。だけど、それは何をするかといたら、やっぱり四日市をこういうまちにしていくんだと。明るく非常にいいところだと、あそこへ行くと何でもあるし非常に便利で非常にいいところだねというふうなことを、人から、みんなからそういうふうに見られるようなまちというか、そういうまちに政策として打ち出していくことが一番大事ですので、そういうことをひとつしっかりとお願いしておきます。

早川新平委員長

先ほど1ページ目に販路開拓イベントのところ、板橋区の小学校の給食についてお話があって、量的な問題とかいう話があって、そのところでは、今、野呂委員がおっしゃたように、販路拡大するならば、それに対応できるバックボーンがないと上っ面だけになって、その問題とか、それは各部局なんかにかかってくる。

それから、この三つの柱があって、物産観光PRイベントをまずやって、その後は販路拡大イベントがあって、都市向上のイベントという、この三つの柱が基本的にあって、それでやられておるんですよ。先ほど一つの事例として、給食に四日市の食材を使っていただけという話をちょっと伺ったので、そういったところも他部局と対応してもらわん

と、何やあったんやけど手を出したらだめやったという、そういったところをやっぱり、川村委員がおっしゃったように、何が目的なんだと、絶対これ売り込むんだという姿勢がないと上滑りになるのかなという、お話を伺っていてそういう気はしたんですけども。

新谷政策推進部理事長兼東京事務所長

おっしゃられるとおり、特に大山商店街でのイベント、販路開拓を目的としたイベントになっておりますけれども、ここについては、商工農水部、特に農水振興課とのほうと入念に打ち合わせをしながら、一回一回のイベントの中で扱う品物についても、時期的なものとか、四日市としてこの時期ならこういうものが売り出せるとか、そういうところも調整しながらやっております。

あと、給食に使っていただけるというのは、そういう大きなメリットもあるということ商工農水部とも情報を共有しながら進めております。ただ、委員長、それから川村委員がおっしゃられるように、ある程度強い信念を持ってやっていくというのは大事だと思っておりますので、今後、そういう形も踏まえて力強くやっていきたいと思っております。

早川新平委員長

よろしく申し上げます。私ら考えておって、食材を四日市から東京へ送っていくと、コストがネックになってくるのが多いんですよ。先ほど言った東海エリアとか、輸送費がかからないとか、そういうところを考えていかんと、スーパー関係だとMD方式ができないところは各ブロックで分けておるといふのがあるので、そういうことも考慮していただかないと、PRだけならいいんですけども、販路拡大という、それにバックボーンがないと進んでいかないのかなということ、さっきの説明を伺っていてちょっと気になったので発言をさせていただきました。

藤井政策推進部長

東京でいろんなアンテナショップに出たいということ、最終目標にして、今、大山商店街なんかでやっておるわけですけども、やっぱり発想を革新するというか、そういうやり方をしていかなあかんもので、だから、きのう聞いたばかりの受け売りなんですけれども、CDがめちゃくちゃ一時に比べて売れなくなっておる中で、1割弱AKBが売っておると。何で売れておるのかということ、簡単なことで、じゃんけん大会の観覧券とか、投票

権とか、あれをつけておるもので、やむを得ずCDを買ってくれと。こういうアイデア勝負であるというのが、やっぱりシティセールスについてもそのぐらい発想を切りかえていかんと、同じことを毎回やっておったって意味がない。

それともう一つは、50代のおっさんがいろいろ言うておったって話にならるので、去年は農水振興課で20代の女性にかなり中心にやってもらったんですけども、やっぱりそういうことも考えていかんと、わくわくドキドキ感は持っていますけれども、持っておっても感度が大分ずれてきておるもので、もうちょっとそういう庁内的にも若い息吹でやれるようなことも含めて、これはちょっと対応をさせてもらいたいというふうに思っています。そのやり方というのは、幾らでも、別にその課の職員だけを使わんでもええわけですから、そういうことも含めて、今、いろいろご意見いただいたことも踏まえて、ちょっと前向きにもう少しバージョンアップを図っていきたいというふうに思っています。

早川新平委員長

ありがとうございます。

やはり、まかん種は絶対に生えやんで、まくことは大賛成なんですよ。そうした中で、費用対効果と川村委員がおっしゃったけれども、非常に見にくい、推しはかることが難しいところもあるんですけども、それはいろんな企画に、今、部長がおっしゃったように、そういう案とか企画を考えていただいて進めていっていただきたいかなと、これは私の意見でね。

他にご意見ございましたら。

笹岡秀太郎委員

先ほど藤井さんが言われたことが一番大事な事かなと思っておるんですけども、一つは、部局横断でこのシティプロモーション事業というのを取り組んでおるけれども、反面、今、藤井さんが言われたところが生きてこないじゃないですか。平面的に部局横断でいくと。

ある意味で言うと、銀座も活用していこうと思うと、このシティプロモーションというのを例えば事業として特化させる。例えば、樋渡市長がおもしろい切り口でいろんな市政運営をやっているんですけども、例えば物を売るにしても、プライベートブランドでフェイスブックを活用したりとか、そういう大胆な発想を取り入れていこうと思うと部局横断

ではなかなかできない部分があって、特化させた司令塔が要るのではないかなというふうな思いがするんですね。

庁内の人材活用だけじゃなくて、もっとさまざまな人材活用も考えられるんだろうけれども、例えばきょうのこの資料を見ておっても、4番、その他とあるけれども、その他というと、従来どおりやなと思って。その他はその他なのかなと。やっぱり4としてきちんとはこれはその他じゃなく項目として上げて、県や国との連携あたりは、やっぱりもう少し本腰を入れて、本気でお店をやらんと、ああ、その他かと、こういうことになっちゃうんやわな。

そういう意味で言うと、この事業一つをもう少し、例えば四日市市行政内の特区みたいな形に押し上げて、誰が指示をしていくのか。反対に、進む方向についてどんどんやれという本気度が見えてこんとなかなか難しいかなというような気がするんやけれどもね。

藤井政策推進部長

今、ご提案いただいたことを即やるという形には、なかなか私は今すぐにはできませんと言いますが、この辺、どういうふうにやればいいのかという目的意識を明確に持って、平成25年度の中でブラッシュアップして行って、一定の方向をもう少し見極めるということはやっていきたいというふうに思っています。

とにかく従前のことを繰り返しやるという時代はもはや終わっていますので、いろんな形でやれるように。実際、いろんな大山商店街なんかでのイベントについても、民間の方ともコラボをしていますので、その中で積極的に取り組んでいただいている方というのも見えてきていますので、そういう方とのパイプをより太くして、意見を反映できるようにしていくということも含めて、現実的な対応は工夫をしてやらせていただきたいというふうに思っています。

笹岡秀太郎委員

従来のものを売り込むだけじゃなくて、シティプロモーションという事業をメインにして、このための商品を開発するなり、四日市の魅力を見つけていくなりということも一つ大事かなということと、それから、やっぱりそれを引っ張り上げていく誰かが要るんやろうな。多分藤井さんやろうと思うんやけれども、そのあたりをもう少し明確にしていかなと、従来どおりのものを幾ら持っていたってだめだろうし、本気度がなかなか見えてこな

い。わくわくうきうき感というのは、そこで見ようと思っても多分ないんやろうなと。仕掛けというのか、その辺のところ、もう少し何かめり張りの効いたものを持っていくというのが大事かなと。多分同じことを思っておるんだらうというふうなことは思っているんやけど、その辺をもう少し、行政内の組織もいろわんでもええのかな。いろわんでも、部局横断的なものの上に何かそういう一つの目玉のプロジェクトチームというのか、何かわからんけれども、持ってきてもええのかなという気もするんやけどね。意見として。

中川雅晶委員

お話をずっと聞いていて、シティプロモーションが何のためにやっているのかよくわからなかったというのがあります。確かに誇りの持てるまち四日市ということで、市民に対して四日市は誇りを持てるようにするという目的もあるでしょうし、先ほどいろいろ出ていました、例えば商業とか工業とか観光とかというところの部分のプロモーションというものもあるでしょうし、先ほどの販路開拓とか、ハッピーロード大山でやっておられることなんかは、消費者ニーズをちゃんと吸い上げて、それを例えば生産者とかにフィードバックしていくというところの目的というところもわかるんですけど、大枠として行政が何をやろうとして、何をやりたいのかというのがよくわかりませんし、先ほど、もう50代のおっさんがと言われましたが、僕も50代のおっさんなのであれなんですけど、そんなおっさんの頭で考えていてもそれが結論なのかなと思いますし、宮崎フェニックスとか熱海の海岸とか北海道物産展とかというようなレベルの話じゃないのかなと。

となると、型にはまった背広を来た人たちが幾ら考えてもなかなか難しいのかなと、さっき武雄市の話も出ましたけど、武雄市は、言ったら、公務員とはちょっと異質な人を庁内に入れてきて、そんな型にはまった服を着ていない人がいろいろ展開しておるからおもしろい発想が出るのかなと思うと、そこまで持っていかな、本当にシティプロモーションと掲げるのはちょっと今の時代には難しいのかなと思うし、そこそこ消費者ニーズを吸い上げていきたいとか、できることをやったりとか、そこそこのことはできるんですけども、そこそこのことをやっていこうとしていくのか、もっとはじけたことをしようとするのかというところもちょっとよく見えてこないです。

それが、例えば広報よっかいちにおいてもよく見えてこないというところが同じで、アンケート結果にもわかるように、僕も広報よっかいちを見ていて、ちょっと表紙が変わってきたりとかあって、何か努力されているのかなというのはよくわかるんですけども、

でも、特に変わらないが43%あって、読んでいるかということとそんなに読んでいないというところがあるのかなと思うと、そこも、例えば特に広報よっかいちに広く市民に情報をちゃんと伝えなきゃいけないということで、それは下旬号でやりますよと。上旬号は特集でやりますよということで、それはそれで僕はいいいと思うんですけども、じゃ、この特集テーマを誰に読んでもらいたいのかということも、みんなに読んでもらいたいというのはもちろんですけども、特にここに読んでもらいたいと、先ほど、最後、例えば高校生とか、これから出ていく人に四日市のことを話せるようにとか、興味を持ってもらえるようにということであれば、やっぱり中学生から高校生ぐらいの年代にもうちよっつ読んでもらいたいという思いがあるのかなと聞いていたんですけど、となれば、例えばそういう紙面を構成するに当たっては、そういう子供たちの読む側の意見、発想とかいうのをどれだけ取り入れているのかなということ、それもなかなか難しいというか、それもどちらかという型にはまった状態で中途半端なところでやられているという部分で、はじけるといってもないのかなと思うと、どの辺を対象とする気持ちを持っておられるのかちょっとわからないので、それだけお伺いをさせていただきたいなと。

藤井政策推進部長

やはり積極的に四日市のことを自分の口で語ってもらえる市民を多くつくりたいというのが特集の狙いなんですね。ですから、高校生にも読んでもらいたいし、普通の20代のサラリーマンにも読んでもらいたいしというのはあります。ただ、やっぱり、今、中川委員がおっしゃったように、例えば、じゃ、高校生の意見はどんなものと吸い上げるようなことをやるというのも、これも当然、そういうことも一つのプロセスとしてやっていかなあかんわけですね。

今、四日市市役所で基本的に一番欠けておるのは、指示待ち症候群になっておるので、そんなのは仕事をやっていくうちに、担当者としても聞こうかと思ったら幾らでも聞けるわけですね。だけれども、なかなかそれは誰かが言わなやらんと。結局そこにずれが、タイムラグが出てくるということで、さっきのプロジェクトのやり方についてもそうなんですけど、私がきょういろいろいただいておる意見というのは、まさしく我々がちょっと忙しいとかいう理由にしながらちょっと回っていくことをやっていないことについてかなり言われておるもんで、このうちの3分の1でもやっていけば、それだけである程度見える形で変わっていくことをいっぱいいただいていますので、ご意見として、それをまず地道

にはやっていこうかなと。地道にやるんですけれども、ある程度は目標として明確に示すということについては、これはやはり部長とか課長あたりが日常的な仕事のやり方の工夫によっては、これは十分対応できますので、それも踏まえて総合的に変化をさせていきたいなというふうに思っています。

広報は、やはり万人好みするということよりも、どっちかという、私が若い人が中心になってもっと読んでもらえればかなり変わってくるなというふうに思っています。ですから、新年度の予算でも、職員提案があったARというのをあえて観光パンフレットじゃなくて広報の特集号で一遍やってみようかというふうな予算立てをしています。これは読者層を10代、20代、30代にもう少し読んでもらうような広報にしていきたいというふうに思っていますので、それも踏まえて総合的に工夫をさせてもらいたいというふうに思っています。

中川雅晶委員

ぜひそういう思い切った、ある意味、広報なんかはもっとはじめてもらってもいいのかなと僕は最近思いますし、そういう若い人に入ってもらって、つくってもらう。この号はもう任せたいというぐらいのことでやってもらってもいいと思いますし、また、職員の方も本当にはじけるような発想も取り入れていただくようにしていただきたいなと思います。

それから、僕は産業のことはよくわからないけど、本市は産業都市とさっき川村委員も言っておられる箇所というのは非常に大切かなと。お隣の愛知県なんかは、もう航空産業で集積していこうと明確に打ち出している中で、本市はちょっとその中に乗りおくれる感があって非常に危惧しています。やっぱりここにはいろんなそういう高度な技術を持った方々が集積しているということであるならば、それをどういうふうに生かしていくかというのも考えていかなきゃならないんじゃないかなというふうにお伝えして終わります。

毛利彰男委員

ずっとお聞きしていて、結論から申し上げますけれども、皆さんがおっしゃっていることは当たり前のことを言うておるんですよね。全く当たり前のことですよ。シティプロモーションをするための企画、その結果、評価、費用対効果、そして今後の方向性、当たり前のことを言うておるんですよ。でも。それが全部押され気味ですよね。そんなに自信がなくてやっているのか。それを参考にして、今後、皆さんの意見を参考にして頑張ってい

くと、そういうお話なんですよ。きちんと答えられていないんです、ほとんど。そんなのだったらやめたほうがいいです。もっと自信を持って、企画、実行する人が燃えないプロモーションなんかやめたらいいんです。という印象ですわ。これ、4年間やってきて、今まさに折り返し地点に来ていると思いますわ。だから、きょう皆さんが言ったことに応えらえて、そして、なおかつ燃えるという、そういう心構え、パッションがなければここはだめだと思うんですよ。

そういう意味で、ことし1年一遍やめて、走りながら考えるんじゃなくて、一回きちっと反省して、そして評価をして、どういう方向に行くか、これは出店者の方がどれだけもうかっているかどうかということもきちんと把握されていないし、公の役割と民の役割の部分の仕分けの部分もきちんと明確にされていない。お金、全体は幾ら使われておるのか、ちょっと私もわかりませんが。

やっぱり今の答弁だったら、全然パッションが感じられないですわ。やっている方、東京事務所の新谷さんが一生懸命やっているのはよく知っていますよ。でも、四日市として、大きなビジョンの中でシティプロモーションをどうしていくのかという、そして、身近なものにするのか、大々的に打ち上げるのか、その辺の話もはっきり区分されていない。そんなのだったら、やっぱりもう一度立ちとどまって考えるときに来ているんじゃないかなということをもっと痛烈に今、感じていますね。惰性でやったらいけないですわ。

どうですか、部長。

藤井政策推進部長

平成21、22年に比べて平成23年からさま変わりをしたということは先ほどご説明しまして、きょういろいろご意見をいただいて、やっぱり足りないところがあるというのは事実ですので、その辺については改善ということは私は申し上げました。

ただ、そうかといって何も効果がないわけじゃなくて、やっぱりものづくりのまちが東京で一つ違うものもありますよと言いながら、ものづくりと違う側面が合わさって魅力がありますよということをアピールすることは、一定の効果があるというふうに、これは確信していますので、そのやり方についてよりレベルを上げることについては、まだまだ工夫は必要であるというふうに考えています。

費用対効果については、3ページにある事業費として使ったものにプラスして、コストということでは職員の人件費が入る、あるいは、本庁からいけば旅費が入るとい

とはありますが、それほど大々的な予算執行をしておるわけではございません。そういう形で、思い切ってお金を使えばいいということにはならないということで、平成23年度からの場所の見直しはしておりますので、その中で最大公約数的に最も効率的な見方でできるように、より精緻なものに努力をしていきたい。

また、その結果についても、これはもう毛利委員がおっしゃるように、堂々と語れるように、かかわる人間が一致団結してそこまで言えるように、より中身を深めてまいりたいというふうに思っております。

毛利彰男委員

これは、今回のシティプロモーションだけじゃなしに全体に言えることなんですけれども、企画立案力が非常に希薄、薄い。力が弱いというふうに私はずっと前から思っておりますよね。企画立案というのは、その効果と、そしてその評価、それから、その5年後、10年後、中長期的にどうするんだということもきちっと企画立案の中に入れて稟議をして、そして、承認を得るんですよ。そのところが、営業戦略的なところが全然ない、この四日市市役所の中には。

だから、きょうの資料だって、最初に川村さんがおっしゃったですよ。効果的な部分、当たり前なんですよ、これ、資料として出すんだったら。営業会議に将来の予測とか、その結果とか、中長期的な展望とか、必ず書いてあるんですわ。そういう資料のつくり方、企画立案の部分、それを稟議して承認するというプロセスがきちんとあるんですか。その部分がしっかりしていないから、あっちへふらふらこっちへふらふらするわけです。企画立案書ってあるんです、この庁内に、しっかりしたものが。

藤井政策推進部長

大きな事業、プロジェクトをやる場合に、事前の調査もする、あるいは調査をしなくてもいろんな既存のデータの中でこういうことをやるということについての一定の意思決定の中の整理はしております。

今回のこのシティプロモーションに関しまして、例えば先ほど所長が販売促進と言っていましたけれども、販売促進というよりも、実際にどういうものが売れ筋なのかとか、どういうものが評判がいいのかということモニタリングするという意味合いはありますが、ある量をもっと売るとかという話じゃない。ちょっと十分じゃなかったと反省しています

けれども、そういう中におきまして、3年後、5年後、10年後、どういうふうな販売目標があるのかというような形でのアプローチはしていません。

ただ、シティセールスという面で今までにないものを打ち出す。それが総合的にある部分、人口の集積の高いところで一定のモニタリングをして、その結果を地元の人にも知っていただくことによって、ああ、やっぱりそういうふうな見方をしてもらっておるのかという形で、四日市にかかわっておる人がもう少しそれをうまく活用するということはやっていきたいというふうなのが基本的な目標には置いていますので、それについて、この予算の範囲でやろうということで、予算見積もりをし議会に出しておるという状況でございますので、それは毛利委員がおっしゃるような、企業あるいは商店なんかで精緻な目標設定ということからはほど遠いと言われれば、もうこれはそうなっておりますというふうに申し上げるしかございません。

毛利彰男委員

僕は前から藤井部長さんには言っているはずなんですわ。政策推進部というのは、企業でいったら研究所なんですよね。シンクタンクの集まりなんですわ。実験しているわけなんです、このシティプロモーションは実験しているわけです。実験してどういう製品をつくりたい、どういう政策をつくりたいという、そういう研究するシンクタンクの部門なんですわ。実験するためには、きちんと計画書、企画書を立てて、そして、どういうデータが出たらどういうふうに評価をして、それをどう戦略に、政策にさらに伸ばしていくかという、それを研究する部門じゃないですか、おたくらは。そうでしょう。思いつきで、ああ、やってみようかじゃないんですよ。

だから、そういう政策推進部の役割という部分が非常に弱体化している。このシティプロモーションだけじゃない、ほかも全部そうですわ。近鉄内部八王子線の問題から、学校の問題から、ちょっと教育委員会は外れるけれども、全部、シンクタンクとして四日市の政策をどう方向づけていくかという一番中枢、会社でいったら研究所なんですよ。その研究所でしっかりした企画立案書をつくって、それに基づいて実験をし、その評価をどうしていくかということは最初にできていなきゃいけないわけなんですよ。だから、これ、4年やってきて、きちんとした方向性を出して、こうですから、次、平成25年度の事業をしますというのがきょうの本当の資料でなければいけないわけよ。えらい失礼な言い方をして、企画書はあるのかと言うたけど、どうもないみたいですね。

おたくらの部はほかの部とは違うんですよ。シンクタンクですわ、ここはまさに。だから、いろんなことをトライしながら、トライ・アンド・エラーをしながら、全国に先駆けるような政策とか、四日市を売り出す政策とかというのをきちっと出していく、そのプロセスを物すごく任されているわけです。研究費もたくさんあるはずなんですよ。少なければ、それは部長の責任ですわ。そういう四日市が生き残って世界にPRしていこうとしたときに、この政策推進部の役割というのは物すごく大きい。そののころをもっと自覚して。それには、企画、立案、実行、評価、そして再評価、中長期的な計画と、そんなものもきちっと立案して、それでみんな納得してゴーというような部分がないと。もちろんトライ・アンド・エラーなんですから、実験なんですよ。

4年間一生懸命やってこられたことはもうよく知っています。すごい情熱を持ってやってこられた。でも、皆さんからの質問に対する今の答えは、研究所の所長の答える答えと違うわ、それは。せっかく実験をやったのに、みんなもったいないデータですわ。政策推進部の役割というのはほかの部署ではないんだと。リードしていくんですよ。今後、良くも悪くも、四日市全体、31万人市民を引っ張っていくのはおたくらじゃないですか。私らに聞かれて曖昧なことを言っていたらいけないと思う。ほかの部にはそんなきついことは言いませんに。おたくらは研究所なんですわ。そのの違いを前から僕は部長に言っている。お金が足らなければ、それは部長の責任で、それはとってこないかんです。それが左右するんですもの。だから、きついことを言いましたよ。こんなまとめもできていないんだしたら、もう1年間やめたらどうやという言い方をしました。その根底にあるのは、政策推進部の役割というのはそんな甘いものじゃないですよ。情熱を売り、情熱を醸成し、そして実行するのが政策推進部じゃないですかということです。偉そうな言い方をしたことはお許しください。

藤井政策推進部長

政策推進部に対する、前向きな、厳しいんですが温かいエールと受けとめまして、私も、心を新たに一生懸命取り組みをさせていただきたいというふうに思っております。

野呂泰治委員

今、毛利委員が研究所、実験所とおっしゃいましたけれども、もっと言うと、私も最初に言いましたように、いわゆる投資、実験には成功もあれば失敗もありますわ。やったこ

とは全て成功とは、恐らくどんなことでもあるはずはないと思います。あったらごまかしですわ。幾多のいろんなことを、経験とか、いろんなことを考えて、そして、実行に移していく、その金額はともかくとして。だから、それはやっぱりわからなかったら現場へ行って、どこでも行って、そして、その現場、いろんなことを自分たちの目で見て、足で歩いて、人に聞いて、自分たちの肌で感じてつくったものを、これだったら四日市でいけるというようなことをやっぱり出してもらうように、私も切にお願いしておきます。

藤井政策推進部長

モニタリングするということも含めて、自分たちでいろいろ、先ほどの毛利委員のご指摘とも一緒なんですけど、いろんな課題についてはきちりとそのニーズを把握して、本当にそれが検討に値するかどうかも含めて、十分自分の五感を働かせていろいろ意見を聞きながら、それをそしゃくして次に進むということは、当然これは重要なことですので、そういうことを踏まえて、いろんな結果についても報告をできるように、これは私がもう少し各政策推進部の職員に対して、常日ごろ、もう少しその辺、きちり伝達することも努力をさせていただきたいというふうに思っております。

早川新平委員長

他にご意見は。

まだお一人みえるということで、ここで休憩に入ります。

11:24 休憩

11:35 再開

早川新平委員長

休憩前に続いて委員会を再開させていただきます。

川村高司委員

ちょっと改めてなんですけど、シティセールスを目的にして、本市の新たな魅力を、本市のイメージアップも図っていくということを考えたときに、ナイトクルーズを除いて、

コンビナートを避けている感じがするんです。

ここの中に書いてある文章の中にすごく誇りに思う四日市をPRしている文章があって、日本全国の伝統的なコンビナートの姿が四日市で変容しつつあると紹介してもらっているんですね。コンビナートの姿が四日市で変容しつつあって、かつ、これは三菱化学の部長さんが自分のところは今、自動車メーカーとタイアップして技術開発している、ラボをつくっているんだということと、四日市は今や技術開発拠点だ、四日市は今や技術開発型の事業所だと胸を張ると書いてあるんです。四日市の事業所の部長さんが四日市はすごいんだと胸を張ってもらっていることがあるのに、それを使わない手はないだろうと。

もしドラじゃないですけど、こういう四日市のコンビナートがすごいんですというのをおじさま方が説明するよりは、例えば市内で女子高生対象にプレゼンを募集すると。コンビナートについて、四日市のコンビナートはほかのコンビナートとはこんなに違うんだよというのを女子高生がプレゼンするんです。英語バージョンもあったら海外にもアピールできるし、1回そのコンペをやって、東京で企業コンベンションとかあったら、そういうのに旅費を使って、女子高生も招待してあげるとか。コンビナートに女子高生という、もしドラもそうじゃないですか、ドラッカーを女子高生という。ぱくりですけど、ぱくれるものは何でもということで、こういう発想とか。

だから、ここはもうコンビナートのまちなんだというのを直視したときに、その中で新しいことも企業としては動いているので、それをキャッチしない、その価値に気づいていないのはちょっともったいないなということを申し上げて終わります。

藤井政策推進部長

今、川村委員がおっしゃった件については、平成15年に特区の認定を、コンビナート特区で日本で最初にとったときに、その辺を押し出すために企業立地促進条例とか、研究所の奨励制度とかをセットもので打ち出して行って、コンビナートがじり貧なのをぐっと戻すというのを市としてやって、積極的に国にもアピールして認定してもらった経緯があるんですね。

だから、そのことと、確かにシティセールスのときにどっちかというところのイメージを脱皮したというところの間が抜けておるところには、ストーリー性として問題があるというのは、やっぱり反省せなあかんもんで、これはパッケージでもうちょっと語れるようにはやっていきたいなというふうには思っています。

それ以外のご意見については、いろんなことをトータルで整理する中で、使えるものについては検討を深めてまいりたいというふうに思います。

森 康哲委員

物販なんですけど、物販の選定というのは、誰がどの時点でやっておるんですかね。

新谷政策推進部理事長兼東京事務所長

これは、農水振興課等に意見を求めて、それと、あと、過去にやってきましたイベントの中で協力していただいた方にもお声をかけて、次回ここでこういうことをやりますけれども、ご参加いただけますかということで手を挙げていただいた方に参加していただいています。

それと、あと、ことし、ハッピーロード大山でやったイベントといいますか、物販の部分については、今、四日市のほうでマーケティングゼミを受講された若い中堅の生産者さんにちょっと農水振興課のほうからお声をかけていただいて、それで協力していただける方が出店していただいたと、そんなような形で実施してきております。

森 康哲委員

今すごくネット販売で取引されていて、そのネット上で、例えばキンミヤ焼酎とか天遊琳とか、東京でなかなか手に入りづらいもの、こちらでは普通、一般的に酒屋さんやスーパーへ行けば手に入るんだけど、東京ではなかなか手に入りづらいものというのも、魅力ある商品としては、そういうのを採用していくのも一つの手なのかなと思うんですけれども、その辺の考えというのは持っていないんですかね。

新谷政策推進部理事長兼東京事務所長

具体的な話だとあれですけど、例えばなが餅とか、ああいうものについては、大山商店街では扱わなかったですけども、ほかのところでは販売もいたしましたし、それから、具体的な名前を出してしまうとあれなんですけれども、原木シイタケとアオサでつくったのりがありますけれども、これはピンコレですか、フジテレビ系のテレビで取り上げられて話題になって、ネット販売でも手に入らないというようなことがありましたけれども、そういうものも出店していただいたりということはやっております。ですので、今後もそ

ういうことは十分、農水振興課、あるいはネット上の情報とかも踏まえながら取り組んで行きたいと思っております。

森 康哲委員

宝酒造もバイオでマイタケみたいなああいうのをつくっていますよね。そういうのを四日市でつくっているということを知らない人もいますし、そういうのをPRしていくのも戦略的には有効なのかなと思うので、その辺もぜひ取り入れたものにしていただきたい。

それとネット販売。今まで手が出しにくかった分野やと思うんやけど、これだけもう楽天やヤフーショッピングや、いろいろネット上で構築されていますので、そういうところへもぜひ行政として入っていくのも一つのPRの方法なのかなと思うので、その辺も考慮していただきたいと思うんですが、その考え方をお願いします。

藤井政策推進部長

いろんなチャンネルについて、一番効果的な取り組みについて検討して、結果としてやっていないということなら仕方がないんですけども、そういう着想がないということも実際ありますので、このあたりは、先ほども申し上げましたけれども、去年と同じことを繰り返すのではなくて、違った形でバージョンアップできるものについては、来年に向けて鋭意取り組んでまいりたいというふうに思っています。

野呂泰治委員

先ほど川村委員がおっしゃってみえた三菱の関連企業の部長さんの話、以前にも僕、聞いたことがあったんです。それが一つに、塩浜にできている高度部材イノベーションセンター、三重県と四日市と、小久保さんという富士電機の副社長さんをやられて、富士通の社長さんでしたが、あの方が国のほうを説得していただいて、そういう機関をつくっていただいたと。そして同時に、四日市には、すばらしい昭和石油、石原産業、そして、ほかのコスモ石油、いろんな三菱関連のコンビナートで働いてみえた非常に優秀な方がたくさんみえると。そういう方たちがある一定の段階になって、団塊の世代がたくさんおやめになったと。この人たちの考え方は、普通の人と違うんだと。大学教授くらいの知識を持った方がたくさんおみえになるんだと。四日市はそういうところなんだということを東京の本社の大手の会社も知っているわけです。だから、四日市は技術集積のそういう拠点の場

所として、四日市もコンビナートは残しておくという形で現在いろんな方のおかげで残ってやっておってもらわなければならない。

だから、それを行政は恐らく知っているはずなんですね。知らんと言うんだったら職務怠慢です、はっきり言って。三重県はちゃんと恐らくそういうことをして、何とかやらなきゃいかんと。三菱コンビナートはとにかく日本の化学産業の先端ですもので、その才を一つの例として、日本全国にああいうコンビナートがたくさんできたんですよ。

だから、そういうことの中から、四日市というのはもっともっと積極的にいろんな面で隠れたいい面がたくさんあるんだから、新しいものもやっていかなあかんけれども、今までの過去のそういった方の経験とか、そういったことも企業へしっかりとやっぱりお願いして、頼んでいけば。

ただ、単身赴任の方が多いんですわ、男性の方の。なぜかと言ったら、四日市に来たって、土曜日、日曜日、どこに行くの、どこへ連れていってくれるのといったときに、この地方では文化的な施設もないわけなんです。だから、私は東京におるんですというふうなことをおっしゃってみえた方もみえましたので、あらゆる面で四日市を本当にいいまちにしていくなら、いろんな面で考えていかないかんということも申し上げておきます。

芳野正英副委員長

このシティセールスを所管事務調査でやりましょうと言ったのは僕なんですけど、何でもかという、いろいろあるんですけど、一つは、先ほど藤井部長も平成25年度ぐらいにいろいろ調査研究してやっていくというお話をされていましたが、今年度の初めにも同じようなことを言っておって、平成24年度にちょっと研究しますというようなお話をされていたと思うんですよ。

第一次推進計画の戦略書でも、例えば映画、テレビドラマの誘致の可能性等について調査研究を平成24年度にやると。私が今年度商工会議所がやるフィルムコミッションの話をさせてもらったときも、それはうちでうちでやっていこうやと考えておるんやと、だから、市としてはそこには余り入り込まないみたいなお話をされておったので、この2月ぐらいですから、これからのシティセールスの戦略みたいなのが出てくるかなと思ったんですけど、まだ出てこないし、やっぱり平成25年度にずれ込んでいくと。

そうすると、やっぱり現状でのシティセールス、今、いろいろ委員の皆さんからもお話があった指摘なんかも、平成23年度の決算の中でもいろいろ話をされているのを見せて

もらったので、そういう点で言うと、まだ四日市としてはシティセールスに対する、今やっていることはあれですけど、それ以降の答えというのはまだないのかなと思うんですよ。その点はどうですかね。

藤井政策推進部長

今、副委員長が言われたフィルムコミッションに向けて、テレビとか映画のプロから見、例えば平たく言うとアド街ック天国みたいな番組、あるいはドラマで使えるかというようなことも含めて、今、プロの目でどういうふうに分析するかということの調査をやっておる真ただ中です。まだ申しわけないですけど、きょうの段階で成果を申し上げられない。ちょっと立ち上がりが遅かったもので、まだ今調査の最中であるということですが、3月中には一定の整理をして、商工会議所の青年部さんがやっているフィルムコミッションで効果的に売り込むときには、それも活用してもらおうという感じでは考えています。

それも含めて、やっぱり売れるもの、アピールできるものをどういうふうに自信を持ってカードを出していくかということのためにそれをやっているわけですけども、それ以外に、やっぱりシティセールスも都市イメージを変えるという言葉で踊るんじゃなくて、やっぱりきょうもいろいろご意見いただいていますけれども、四日市が持つておる積み重ねたよさというのはどうなのかということを出していかないと本当には浸透しないし、アピール力も弱いというふうに思っていますので、この辺は必ずそういう取り組みにチェンジをしていきたい。

そこの一環として、総務常任委員会からも高校を卒業する生徒さんに何らかのものを渡せやんのかという宿題もいただいていたので、今、先ほど申し上げましたように、広報の特集の3点セットについては、卒業式に必ず配ると。それについて、全ての高校3年生が同じような反応はしないと思いますけれども、やっぱりそれが5年先には何らかの形でフィードバックされるという期待も持っていますので、それも含めて、やっぱりとにかく動いていくということでシティセールスに励みたいというふうに思っています。

芳野正英副委員長

きょうの報告の中では、プロモーション事業のほうは出していますが、セールスアドバイザー事業のほう、多分さっきおっしゃった部分なんかセールスアドバイザー事業のほうでいろいろもんでもらっておると思うんですけど、そちらの部分が過去からの積み重

ねがまだちょっと見えないなというのが僕の感想なんです。これは多分来年度予算にも入ってくるんだろうなと思うんですけど、一度、折々の、毎年毎年で決算の実績報告書でもそうですし、シティセールスアドバイザー事業でどんな方が今アドバイザーとして入っていただいているのかというのはわかるんですけど、どういう話し合いがされて、どういう提言をもらっているのか、示唆をもらっているのか、それをどういうふうに施策につなげているかという部分が見えないので、そこは委員の皆さんもやはりそういう不満もたまってきたのかなと思うんです。そこは少し明確にさせていただきたいというのが1点。

それから、さっきから課長も今、眉間にしわを寄せていますし、新谷さんも森さんも、さっきからずっと皆さんの顔を伺っていると眉間にずっとしわが寄っているんですよ。まさにさっきの50代の話じゃないですけど、僕も別に追及しているわけじゃなくて、せっかくいいものをつくるのやったら楽しくやっていったほうがいいですし、逆に言うと、僕はもう行政としてシティセールスというのはもっとも苦手な分野じゃないかなと思っているので、先ほども話が出ていた、きのうの総合交通政策調査特別委員会で両備ホールディングスの方が見えたときに言っていたんですけども、要は、これからの行政のこういう部分というのは、逆に言うともう民間に任せて、委託じゃないですけど、どういう形であれ任せて、行政としては施策に反映するとか、環境整備をするという部分をしていくのも、先ほど若手職員にいろいろ意見を聞くというのも一つですけども、若手職員以上にもう外部の血を入れると。武雄市も、そうやって、中川委員が指摘されたように、よそから呼んできたりしますから、よそから呼ぶか、要するに託すかというようなことも、外部の血というのもやっぱり入れていくことが必要かなと思うんです。

だから、その2点、シティセールスアドバイザー事業に対してのもう少し詳しい結果、検証というか、それがどう施策に結びついているかをまた資料として私はいただきたいと思うので、時間がかかってもいいので、それから、外部委託というか、シティセールスや観光の部分というのはある程度外部へ出してやっていくほうがいいんじゃないかと。だから、フィルムコミッションなんかもそうやって立ち上っているんだったら、もうそこにはんとやらせて、そこに対しての財政的な支援とか、いろんなアドバイスをやっていくというほうがいいんじゃないかなと思うんですけど、その点はいかがでしょうか。

藤井政策推進部長

シティセールスアドバイザーというのは広報戦略会議のことですよ。広報戦略会議に

については、随時広報戦略には使っております。シティセールスについては、一つは、シティセールスも含めて、地域活性化のアドバイザーが、東京に工業系とマスコミ系と1人ずついますので、その人たちにいろんなこともアドバイスもいただいておりますので、この両面について足跡がわかるようにまとめて、またお出ししたいと思います。

それから、外部の活用については、本来、役所がやることは国も自治体も一緒に、財政出動をやる部分もあれば環境づくり、規制改革する部分と両方あると思うんですけど、そういうことこの地域の中でたけておる人がおれば、パートナーとして一緒に仕事をしたいと私は思いますが、正直な話、まだなかなか頼れる人は余りいないと。そういうことにおけば、やっぱり市の職員がもうちょっと頑張らんとまだあかんのかなという、私はそういうふう意識を持っています。

ただ、できる人を知らないだけで、もっとおるかもしれませんので、その掘り起こしも含めてもうちょっとアンテナを高くしたいなというふうに思っています。いろんな面でいい人があれば人材は活用していく時代に入っていますので、できる人にやってもらえばいいわけで、そのためにはどういうふうに行行政としてしっかりとした指示出しができるかと、これはずっと皆さんにおっしゃっていただいた、自信を持って言えるのかということに尽きると思いますので、それも含めて幅広くやらせていただきたいというふうに思っています。

芳野正英副委員長

余り長くなるとあれなんですけど、なかなか私の考えが部長には届かんという部分もあるんですけど、言っていた地域じゃなくて、全国から引っ張ってこなあかんのかなという気がするので、武雄市にしてもやっぱり横浜から人を引っ張ってきていますから、地域性というよりは、シティセールスですから、全国から公募をかけるというやり方もありますし、逆に言うと、そういう企画会社にコンベンション形式でシティセールスを出して提案を受けながら選んでいくというやり方もあると思うので、そういう部分も私としては効果的なんじゃないかなというふうに思いますが、意見として述べておきます。

早川新平委員長

きょうは副委員長の強い思いで、シティセールスについてということで、委員の皆さんから多くの意見、厳しい意見もございました。政策推進部としては、ご指摘もあったよう

に、行政の中枢部やというふうに私らも当然思っております。シティセールスをするところが是非かというところまでいきました。

ただ、結局、方法論としてどのようにやるかということに、今、副委員長が最後におっしゃいました、民間に任せたらいいんじゃないかという、選択肢が大きく二つに分かれるところも踏まえて、ご意見にありましたように、遊び心をやっぱり持たないと、かみしもを着てこういうセールス的なことはできないんじゃないのかなということも肝に銘じて、委員からのきょうの意見も真摯に受けとめていただいて、今後に生かしていただきたいというふうに思っています。東京事務所長、本当に遠いところどうもありがとうございました。

調査の報告書は、2月定例会議会の委員会で正副委員長案としてお示しをさせていただきます。それをお伝えして、理事者の方は退席をお願いいたします。どうもありがとうございました。

事項書の2番目の議会報告会、シティ・ミーティングでの市民からの意見について、1月21日の議会運営協議会で報告をさせていただきました。配付した資料のとおり取り扱うことに決定したということをご報告申し上げます。

また、この二つのご意見、各常任委員会で協議すべき意見、要は、総務常任委員会で諮るということを前回は皆さんの中で確認をしていただきましたので、正副委員長のほうから担当部局に対応について回答をもらうよう申し入れ、皆さんにご報告を申し上げますが、それでよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

早川新平委員長

じゃ、担当部局のほうに正副委員長から伝えて、また、それに対する回答をいただくように申し入れをさせていただきますので、どうも本当にありがとうございました。

以上で本日の総務常任委員会を終わります。

11:59 閉議