

第 20 回薩摩川内市行政改革推進委員会 議事録

1 開催日時 平成 24 年 8 月 28 日（火） 13：30～17：00

2 開催場所 川内文化ホール 第 2 会議室

3 出席者

- （１）委員 米盛会長、笹野委員、山田島（稔）委員、川畑委員、齋藤委員、西村委員、水流委員（7 名出席）
- （２）事務局 行政改革推進課長、同課長代理、同課行政改革グループ員 1 名
- （３）傍聴者 なし

4 会 次 第

（１）外部評価（6 回目）

	事務事業名	主管課・室
1	障害者福祉サービス自己負担等助成事業	障害・社会福祉課
2	シティセールス情報発信・広告事業	観光・シティセールス課
3	観光・特産品・定住・セールス事業	観光・シティセールス課
4	保健対策推進事業	市民健康課

5 資 料 別添のとおり

6 概 要

4 事務事業の外部評価を行った。

7 会 議 録

（１）外部評価 1 件目 障害者福祉サービス自己負担等助成事業（障害・社会福祉課）

①説明及び質疑・協議

会 長	主管課の説明をお願いします。
主 管 課 長	（資料説明）
会 長	質問はないか。
委 員	利用者が 400 名程度いるということだが、どのサービスの利用者が多いのか。
主 管 課	生活介護や就労支援の利用が多い。
委 員	助成対象は、自宅で受けるサービスなのか。
主 管 課	入所の方はこの助成の該当にならない。対象は、すべて在宅か通所になる。
委 員	市が目指している自立支援というのはどのようなものか。この事務事業は、国が、応能負担から応益負担に変わった際にできたものだと思う。他市にはない市独自の事業と理解しているが、市として明確な方針に基づくものではないのか。本市が独自に始めたことに理由があるのではないか。 また、他市にはこのような助成は、ないということだが、単に何もやっていないということなのか。ほかの取り組みがあるのではないか。
主 管 課	自己負担上限額の設定はあるものの、障害者が受けたサービスの値段に応じて、その 1 割が必ず請求されることになり、低所得者にも負担が発生することとなった。市として、対応できないかということで、これを助成しようとしたものである。 平成 22 年度に自己負担上限額の再設定があり、低所得者も生活保護受給世帯同様、自己負担上限額が 0 円となり、この助成を受けることなく、無料で障害福祉サービスが受けられることとなった。この際、一般世帯に対する市の助成は、据え置いた経緯もあり、今回、やむを

	得ず縮小の方向性としたところである。 県内の主な市については、障害福祉サービスに係る市独自のサービスはないと認識している。
委 員	障害者の社会参加を促し、障害者の自立支援を行う必要があると考えているが、これに結びつく事業なのか。単に障害福祉サービスの利用料の軽減にとどまっているのなら、他市のようにこのような助成事業は必要ないのかなと思う。
主 管 課	障害社会福祉サービスには、さきほどのとおり就労支援のサービスも含まれており、利用も多いのが実情である。利用料の助成により、生活介護が受けられるということのほかに、就労支援がより受けやすい環境づくりにも大きく結びついている。
委 員	国が応能負担から応益負担に方針変換をした際、障害者からは不満があった。これに対応するため薩摩川内市は、独自の助成を始めたものだと思う。これまでやってきた助成を、縮小したり廃止したりするのは難しいと思う。慎重に取り扱う必要があると思う。
委 員	縮小の具体的な内容は何か。
主 管 課	一般１の４割助成を２割助成に、一般２の２割助成を廃止する形があるのではないかなと思う。その後、一般１への助成の廃止も検討を行う。
委 員	それは、来年度からを予定しているのか。
主 管 課	まだ、全庁的な協議にも至っておらず、そのような早い時期ではないと考えている。
会 長	他市にもない事業であって、よい事業であれば、継続をすればよいとも考えられる。単に財政難だとかではなくて、何か縮小の大義名分というか考え方はないのか。実際に縮小する場合、市民からの抵抗があるかもしれない。
委 員	主管課としては、市全体の財政状況を考えることも重要であるが、現状のまま継続で主張していただきたい気持ちもある。
委 員	４００名程度の利用者がいるということだが、年齢の分布はどうか。
主 管 課	７０％以上が６５歳以上となっている。
委 員	利用者の声は聞いているか。
主 管 課	この縮小の件については、何か決定しているわけではないので、声を聞いていない。もし、そのような方向になれば、利用者に理解を求めていくことになると思う。現在の助成内容については、有効な制度であると利用者から聞いている。
委 員	所得により自己負担上限額の設定や助成率が異なるが、このことが、障害者の就労意欲の影響を与えることはないのか。
主 管 課	一般１という所得区分には、利用者４００名程度のうちで３０名程度しか該当しない。ある程度の所得を得た結果、該当するもので影響はないと考えている。
会 長	今度も障害者数は増加するのか。
主 管 課	７０％以上が６５歳以上であるとおおり、市民の高齢化に伴い増加することが予想される。ただし、高齢の障害をお持ちの方が市民税を課税されることはほとんどなく、この制度の対象者数、つまり所得区分が一般である者が、増えることはないと考えている。
委 員	所得区分が一般２というのは、どのような者か。年収１０００万円を超えるような世帯か。
主 管 課	まず本市には、この区分に該当するものは、現在のところいない。そのような数字になると考える。
委 員	もともとの国の制度は持続可能なものなのか。障害者はこれから増えていく一方、国も地方自治体も税収は減っている。
主 管 課	もともとの国の制度に市は、年間約１０億円支払っており、一障害者当たり、約２５０万円の支出を行っているのが現状である。
委 員	民生費の支出が、市の財政をひっ迫させているのが、現状だと思う。

	何か対策はないのか。
主 管 課	御指摘の点もあり、今回の内部評価としたところである。
会 長	市は、この制度のためだけに10億円支払っているということで良いか。全体はいくらなのか。
主 管 課	この助成のもととなる福祉サービスの提供のため約10億円支払っている。国の制度で、国が2分の1、県と市がそれぞれ4分の1を負担することとなっているため、全体として約40億円になる。

(2) 外部評価2件目 シティセールス情報発信・広告事業(観光・シティセールス課)

①説明及び質疑・協議

会 長	説明をお願いします。
主 管 課	(資料説明)
会 長	何か質問はないか。
委 員	甌島への観光客は昨年度の1.5倍、4年前の2倍とあるが、入来の武家屋敷や祁答院の藺牟田池等の本土地域はどうか。
主 管 課	甌島の数字は、旅行会社が主催する団体及び個人のお客様の数であり、増加傾向がみられる。現在のところ、本土地域のみの旅行会社主催ツアーは行われていないのが現状である。藺牟田池や市比野温泉での合宿等はある程度、利用されている。甌島を基本に本土地域との連携を考えており、たとえば、平成24年1月18日の朝日新聞に掲載された「鉄旅オブザイヤー2011」で第9位になった「九州新幹線と甌島の旅3日間」では、1泊目が甌島、2泊目が市比野温泉というパターンである。そういった形のツアーで売り込んでいけたらと考えている。
委 員	広告の関係で、新幹線の車両で市のPRを行うことを検討されたり、今後、検討する余地がないかお聞きしたい。
主 管 課	現在、広告料に約700万円を支出している中で、実効果についても検証が必要である。新幹線での広告は、競争が激しいのかなと考えており、現在のところ、市としては取り組んではない。こしき海洋深層水会社の商品が九州新幹線の車内販売されており、パッケージには甌島や薩摩川内市の文字、薩摩川内スピリッツのロゴマークを入れていただいている。
委 員	九州新幹線での広告と併せて、県外の在来線での広告も効果があるのではないかとと思う。参考にさせていただきたい。
委 員	広告は、単なるイメージアップとかではなくて、実際の効果を上げなければならない。情報発信・広告事業費にかかる効果額試算では、平成22年度より平成23年度はより効果が出ているとなっているが、実際の効果はどうか。
主 管 課	知名度・広告としては、効果が上がっていると思うが、観光客やそのリピーターが増えているかという点では、現在のところ、甌島のツアー客の増加のみである。また、現在、パブリシティ※を積極的に行っている。県外のテレビ局などが、何かネタがないか本市に問い合わせがあった場合、対応するわけだが、観光客に来てもらえることとどれだけ連動しているかは、これも未知数の段階である。
委 員	事業費のほとんどが、役務費として、看板広告料等に支払われていると思うが、これらの単価は、基本的に看板主の言い値で決まるものなのか。市として、交渉ができていないものなのかお聞きしたい。
主 管 課	広告の基本は、一つの場所とその定価から始まるわけだが、結局は交渉である。定価のままで結論を出すことはまずない。タイミングなどをみながら、可能な限り経費削減に努めている。
委 員	広告事業の効果として、リピート率の増加というものも重要である。
主 管 課	委員の言われるとおりである。薩摩川内市におけるリピート率は4割と数字があるが、これは観光客だけでなく、ビジネス客も含まれており、ほぼ実態に近い数字と思われる。ただし、厳密には観光客に絞ったリピート率をまずは把握する必要があると考えている。
委 員	市の観光・シティセールス課と観光協会は、同じような事業を行っている認識しているが、違いはどこにあるのか。
主 管 課	今、市が行っている事業はすべて観光協会で実施可能なのではと考えている。ただ

	し、現在の観光協会には、人的及び資金的な課題があり、実施が難しいと考えている。 市が色々な事業を行う場合、やはり限界があって、たとえば協賛をもらって企業と一緒に取り組んでいくような形がとれない。こちらからはパートナーとなる業者を選定できないといったことである。一方、観光協会が事業を実施する場合にも、地区コミュニティ協議会との連携や、一般市民を巻き込むという形はなかなか難しいようだ。役割分担をしっかりと、重複がないようにしている。市長は、観光協会が主体的に市の観光PRや実際の観光客増に取り組んでもらい、地元企業が潤うことによりさらに地元企業が観光に投資するという形を作りたいと考えている。現在、市から4名の市職員が、観光協会に派遣されており、市の業務の移行及びその取り組みの準備段階である。
委員	阿久根市では、各店舗に阿久根市観光案内店の掲示をしているし、ほかにも「アクネ うまいネ 自然だネ」のブランドマークを活用し、食に対する取り組みを積極的に行っている。いちき串木野市もまぐろラーメンなど食の取り組みが盛んである。薩摩川内市の場合は、川内駅を降りて、客を連れて行くところがない。そういう観光の基本的な部分がかけているのではないか。この対策を行うことが観光・シティセールス課の使命だと思う。たとえば、商工会議所や観光協会と連携した事業になるのではないかと考えている。
主管課	委員のおっしゃるとおり、市外からの客をどこに案内したらよいか、どこで食事したらよいか、市民の共通認識は、現在のところないと私も考えている。 そのことを料飲業組合であるとか、ホテル・旅館の方々と協議している。シティセールスパートナーの登録店の掲示や特典制度の活用について営業を行っているが、そのような制度があるだけではなく、最終的には、お客様の評価をいただかないといけないと認識している。まだ評価をいただく段階にはなく、もうしばらく時間をいただければと考えている。 重要なのは料理を出す側の技術と気持ちである。若手の方とも意見交換をやっている。
会長	情報発信・広告事業費に係る効果額試算というものはあるが、経済効果の試算はないのか。
主管課	経済効果の試算はない。シンクタンクに依頼をした場合、1,000万円から1,500万円の経費が必要になると考えている。
会長	5年に1度でも10年に一度でもよいので、観光・シティセールス課が多額の事業費で取り組みを行ったものについては、検証を行う必要があると思う。 観光PRは、県内での取り組みもだが、県外での取り組みももっと必要ではないのか。
主管課	まずは、地元でも元気があることや話題性があることが重要なかなと思う。県内であれば、霧島、桜島、指宿がある中で、薩摩川内市も元気があるぞってことを旅行会社に認めてもらう必要がある。鹿児島県内向けに地道な活動を行いながら、旅客機広告を行うなど、旅行会社に注目してもらえよう他市とは異なった大々的な取り組みも行っているところである。
会長	ロンドンオリンピックで銅メダルを獲得した全日本女子バレーチームが、薩摩川内市で合宿したことは、もっと大々的にPRしてもよいのかなと思うがどうか。
主管課	昨年11月のフジテレビ等で放映された合宿の様子では、体育館の薩摩川内スピリッツのロゴマークを出来るだけ多く放映してもらえよう働きかけを行った。昨年8月のワールドカップのTBS等の放送も同様である。
委員	甕島は確かに魅力的ではあるが、本土地域の観光については、花火大会と綱引きにある程度の観光客が来るくらいで、そのほかにはイメージが難しい。
主管課	福岡、熊本、大阪方面の旅行会社の方と協議をする機会があるが、旅行会社の方も話題を探していて、担当が年間100本企画をして、当たるのは2・3本である。2・3年継続するものはめったにないと聞いている。それくらいお客のニーズをとらえることが難しくなっている中で、薩摩川内市には何があるかということになる。興味をもってもらっているのは、「きゃんぱく」なのかなと思う。花火大会の観覧席も好評でツアーの話も来ている。ただ、併せて宿や食事、お土産の対応が課題である。

	ほかにも韓国の方に対する肥薩おれんじ鉄道の旅や、知覧と薩摩川内市、出水をセットにした武家屋敷めぐり等が旅行会社に興味をいただいている。
委 員	最近、九州新幹線で南下し、川内駅で降りて、バスで指宿に向かう団体客を目にするが、昼食に利用できる場所がない。せっかく、乗り換えを行っているのに、それでは薩摩川内市は通過点になってしまう。計画的に事業を行わないと、交流人口は増えないだろうし、民間目線の経済効果は上がらないままである。民間でがんばっている方を、観光・シティセールス課が前線まで押し上げてほしい。地域活性化については、危機感を持ってほしい。
主 管 課	委員の言われることについては、現在、民間の方と繰り返し話し合いをしているところである。民間の人に努力してもらわないといけないし、お客様のニーズにも合わせてもらわないといけない。お客様のニーズは、お金をかけたらよい、見栄えが良ければよいというよりは、たとえば地区コミュニティ協議会の活動のようにほのぼのとしたものにあるようだ。
委 員	全日空の翼の王国に15ページ掲載できた理由を教えてください。
主 管 課	市からの売り込みの成果である。甕島という素材がよかったことも大きい。
委 員	観光・シティセールス課の取り組みについては、外郭団体というかコンサルのアドバイスをもらって行っているのか、それとも、市独自の判断で行っているのか。
主 管 課	予算は、少ないが何が当たるか分からないということで、市独自で一生懸命やっている。広告にはいろいろなアプローチがあるし、ターゲットとするお客様も多種多様である。
委 員	全日空の機体には、市名がヘボン式のローマ字で書かれているがこれは何か理由があるのか。
主 管 課	デザインは、全日空側が行った。
委 員	アドバイザーはいるのか
主 管 課	基本的にはいないが、さきほどの全日空の翼の王国の掲載がきっかけで、ANA総合研究所からアドバイスをいただけるようになった。

※パブリシティ：政府や団体・企業などが、その事業や製品に関する情報を報道機関に提供し、マスメディアで報道されるように働きかける広報活動

（３）外部評価３件目 観光・特産品・定住・セールス事業（観光・シティセールス課）

①説明及び質疑・協議

会 長	それでは説明をお願いしたい。
主 管 課	（資料説明）
委 員	活動指標及び成果指標の平成26年度最終目標は、2億円となっているが、現状は、2,000万円程度にとどまっている。10倍の売り上げを確保できる根拠を教えてください。
主 管 課	5倍から10倍程度の結果を出さなければ効果としては、見えてこない。現在、2,000万円の売り上げがあるのであれば、やはり1億円とか2億円とかが目標値になってくるのではないかと思う。
委 員	事業の対象が、市外居住者及び関東、関西、北部九州圏の百貨店となっているが、県人会や薩摩川内会などの郷土会の活用の予定はないのか。
主 管 課	郷土会の方々に人を紹介してもらうような依頼も行っている。実際に、飲食店経営者やバイヤーを紹介していただいた実績もある。
委 員	民間では、現実的な目標値を立て、しかも必ず達成しないといけないものである。つまり、ノルマであって、民間なら、その日のノルマが達成できなければ、会社には帰って来ることができない。民間意識との差が生まれているのではないか。
主 管 課	2億円を達成しないといけないと公言している。達成しないといけない目標であって、2億円ぐらいないと実際に市民はシェリーセールスによる経済効果というものを実感できない。 ただし、売り上げ確保の根拠づくりよりも、シティセールスを前進させたい考えである。
委 員	そのような決意をお願いしたい。
委 員	実際に商品の引き合いというものはあるのか。

主 管 課	業者を回れば回るほど、引き合いがあつて、それを一つ一つ対応しているところ。現在、百貨店とのやり取りが多いが、やはり、衛生管理とラベル表示の水準が最も高い。百貨店で通用する商品は、どこでも通用するのではないかと考えている。量販店との取引もという考えもあるかもしれないが、付加価値を保ちたいことから基本的には、百貨店が良いと考えている。
委 員	百貨店で、200の商品うち、28商品しか採用にならなかったという説明があつたが、具体的にはどういうことなのか。
主 管 課	紙のリストを提出したが、まずは価格を見られる。百貨店の場合、販売価格は、500円から1,500円が相場である。最終的には、現場に来ていただいたいて、説明を行い、サンプル品を提供し、会社で試食会をしていただくような形である。
委 員	男性は、防腐剤が入っていようが、何だろうが、値段と見た目が手頃であれば購入するような場合でも、女性の場合は、少しでも体に影響がないものを購入しようとする。防腐剤が入っているからではなく、包装方法によって日持ちがするといった商品開発ができないのか。有機栽培も一つの方法なのかなと思う。
主 管 課	安心・安全は基本的な事項というが、それだけでお客様がつく時代でもなくなっているところもある。
委 員	薩摩川内から何かブームとなるような商品を百貨店で販売できないのか。
主 管 課	百貨店は、ある程度、ブームになってから商品を扱う傾向がある。ブームづくりは、また別の観点になると思う。
委 員	東武百貨店池袋店の第31回大鹿児島展で一番売れた鹿児島県の商品は何か。
主 管 課	つけあげと焼酎である。
委 員	どこの商品か。
主 管 課	つけあげは、鹿児島市内の大手業者であると聞いている。焼酎は、酒販店が出店し、色々なメーカーの商品を取り扱っている。鹿児島展自体は、北海道展に次ぎ、2番目に人気があると聞いているが、北海道展とは、売上単価が違うようだ。
委 員	薩摩川内市の商品で一番売れる商品は何か。
主 管 課	甑島の海産物である。
会 長	かごしま黒牛は、全国的にも知名度がある。個人販売をしている本市の畜産農家の牛肉など、商品力のあるものをシティセールスに取り込むことで、商品販売の相乗効果につなげたり、薩摩川内市の知名度の向上を図ることはできないのか。
主 管 課	現在、われわれは、加工品を取り扱っており、肉や魚のような商品は、独自の流通がある。今後の課題と考えている。
委 員	甑島のつばき油もよいのかなと思う。
主 管 課	商品としては、あるものの量がないという現状がある。大手に使ってもらおうと思えば、高品質のものを大量に生産する必要がある。他のことについても言えることだが、薩摩川内市の現状として、外部から興味はもっていただいているが、実際に案内するところ、食事を取るところ、お土産として提供するものとして、決定的なものがないのが実情である。
会 長	旅行の際には、かならず物産館でお土産を購入するのが定番になっているが、川内地域にはそのような場所がない。

(4) 外部評価4件目 保健対策推進事業(市民健康課)

①説明及び質疑・協議

会 長	説明をお願いします。
主 管 課	(資料説明)
会 長	何か質問はないか。
委 員	市民健康課には他にどのような事業があるのか。事業の重複はないのか。
主 管 課	母子保健事業、健康増進事業、介護予防事業、感染症等予防事業がある。いずれも市民の健康増進に係る事業であるが、重複がないよう事業を行っている。
委 員	211名の食生活改善推進員がいながら、予算は230万円程度である。これらの方は、ほとんどボランティアで活動していると考えてよいのか。
主 管 課	予算のほとんどが、市主催の推進員対象の年3回の研修のための経費となってい

	る。活動については、一部他の市予算による報償費で、事業を依頼する場合があるものの、ボランティア活動が多い。
委員	研修会の2,000円と食生活改善推進員出会時の3,900円の根拠はなにか。
主管課	研修を受ける立場の場合、市の規定により2,000円となっている。食生活推進員として事業を実施する場合は、料理実習を伴うため、3・4時間拘束することになる、また事前の企画・食材の準備があることを考慮し単価を定めた。様々な有資格者の推進員がいる中で、一番低い単価となっている。
委員	食生活改善推進員制度は、他の市町村にもある制度なのか
主管課	そのとおりである。
委員	地区コミュニティセンターで食の伝承塾が行われているが、定員はあるのか。
主管課	調理室がある施設の場合、5・6テーブルで30名程度の定員となる。その他の場合は、地区コミュニティセンターの施設の規模や、参加者が団体の場合は、その会員数になる場合もある。 平成21年度は育児期の親子を対象に、平成22年度は働き盛りを対象に、平成23年度は高齢者を対象に事業を行っており、地区内の対象者数で限定される場合もある。 参加人数の多寡はあるが、3年間で全48地区コミュニティ協議会での開催を行ったところである。
委員	3年間で、目標は達成できたと考えているのか。
主管課	地区コミュニティ協議会の関係では、組織ごとに温度差があったり、食生活改善推進員がいない地区コミュニティ協議会がある中で、3年間である程度、食生活の推進が達成できたのかなと考えている。食生活の改善は、家庭や地域の取り組みが重要であるため、地域の推進員が地区コミュニティ協議会で実施したことで、地域の意識を高めることが出来たと考える。
委員	食生活改善推進員の年齢は把握しているのか。若い人には若い人がPRした方がよい場合もある。
主管課	食生活改善推進員の養成講座への参加はできるだけ若い世代の方に声をかけている。しかしながら、どうしてもボランティア活動になるので、子育て世代は難しい面がある。30代や40代の推進員もいるが、60代が一番多いのが現状である。70代や80代の方もおり、平均としては、60代後半だと考えている。
委員	この事業は、医療費の抑制や生活習慣病の予防の目的もあると思うが、実際の成果は上がっているのか。
主管課	直接、効果を図る指標というのは難しいが、事後にこれまで同一内容のアンケートを実施しており、「野菜を食べるようになった。」とか、「塩分を控えるようになった。」というような市民の具体的な行動に結びついているところである。
委員	子どもに対する対策は十分に行っているのか。
主管課	6ヶ月検診時の教室や離乳食教室は、過去3年継続して行っている。他にも平成21年度は別に育児期の親子を対象に44回の教室を行った。平成24年度は、市内の全保育園の給食担当者及び保育士を対象に講話と調理実習を行っている。受講後は、保育園で継続して実施してもらえればと考えている。
委員	高齢者は、健康診断があったり、サロンで健康づくりに取りくんでいたり健康に気を使っているが、30代から40代の若者層は、カップめんやコンビニ弁当ですませる食生活を送っている場合が多い。このような市民を対象に対策は行っているのか。
主管課	平成22年度に、働き盛りの市民を対象に教室を行った。各地区のまちづくりの壮年の会に声かけを行い、アルコールの問題にも取り組んだ。今後は、職域の会やPTAのおやじの会といった団体にも対象を広げていきたいと考えている。
会長	食生活推進の具体的な指標にはどのようなものがあるのか。
主管課	健康づくり計画の指標に「バランスのとれた食生活・食習慣の実現」という項目がある。他にも「自分と家族の健康管理」という項目には、肥満者の割合等の指標があり、これらが関係性の深い指標となるのではと考えている。
会長	人口が10万人であることを考えると、なかなか市民には浸透していないのではないのか。
主管課	食生活の推進は、料理実習を基本としており、一回で100人とか200人とかい

		った手法が取れないのが現状であるが、全地区に広く推進している。	
会	長	食生活改善推進員の教室等に参加できる人は、努めて参加しているのかもしれないが、比較的余裕のある市民ではないかと考える。真に食生活の知識や改善が必要な市民への対応も今後、考えてほしい。	
主	管	課	今後の課題として、取り組んでいきたい。
委	員	健康づくりは、自立した市民が自らの責任で行うものだと思う。	