

岡崎市議会議長 様

支出番号

10

会派名

自民清風会

代表者名

加藤 義幸



下記のとおり、政務活動を実施したので報告します。

政 務 活 動 旅 行 報 告 書

令和2年3月 27日提出

活動年月日	令和元年 7月 29日 (月) ~8月 1日 (木)	
氏名	山崎憲伸 築瀬 太 加藤義幸 杉浦久直 荻野秀範 磯部亮次	
用務先 及び 内 容	1	用務先 北海道 札幌市
	7月29日	内 容 魅力都市札幌シティプロモート戦略について
	2	用務先 北海道 室蘭市
	7月30日	内 容 子育て支援のブランド化について
	3	用務先 北海道 函館市
	7月31日	内 容 ガーデンシティ函館について
	4	用務先 東京都 中野区
	8月1日	内 容 区立保育園民営化の推進と保育サービスの充実について
備 考		



調査研究（研修）視察報告書

報告者：磯部 亮次

視 察 日	令和元年 7 月 29 日（月）
視 察 内 容	札幌市：魅力都市札幌シティプロモート戦略について
視 察 者	山崎 憲伸 加藤 義幸 杉浦 久直 荻野 秀範 磯部 亮次
【札幌市の位置と地勢】 札幌市は、道庁所在地で北海道の政治・経済・文化の中心である。1869 年に開拓使が置かれ、市の創建が始まり、1922 年に市制施行後、近隣町村との度重なる合併・編入によって市域を拡大してきた。1972 年に政令指定都市に移行する。産業構造と手は、第 3 次産業が 88.5%を占める。気候的には、年間降雪量 6m となり、「雪」を生かして、1972 年の札幌冬季オリンピック開催を始め、2007 年のノルディックスキー世界選手権大会、2017 年の冬季アジア大会を開催し、世界的なウィンタースポーツ大会開催都市として選ばれている。四季折々のイベント盛んで、さっぽろ雪まつりなど有名なイベントが多くある。食材も豊富で海産物を始めとする、多彩なグルメを楽しむことができる。昨今はプロ野球日本ハムやプロサッカーコンサドーレの本拠地として、エンターテインメントも多彩である。 魅力都市ランキングでは、2018 年まで 13 年間上位 3 位以内に入っている。 面積は 1,121.26k m²、人口は 1,952,356 人である。 【魅力都市札幌シティプロモート戦略の概要】 「笑顔」がキーワードのシティプロモート [札幌の特長] 1. 人口 国内 5 番目の人口を持つ街 北海道の中心都市 現在も社会増 公共交通機関など充実した都市基盤 2. 業 第 3 次産業に特化した産業構造 88.5% 3. 自然（ポテンシャル 1） みどり豊かな都市 6 割以上を森林が占める恵まれた自然と充実した都市機能が共存する街 日本新三大夜景 長崎 札幌 北九州 日本三大夜景 イルミネーション 4. 雪（ポテンシャル 2） 年間 6m もの雪が降る大都市 200 億円の降雪対策費	
 	

世界的なウィンタースポーツ大会の開催都市として選ばれる

5. 季節

変化の鮮明な四季とイベント(ポテンシャル 3)

大通公園 丸山公園 中島公園 札幌雪祭り よさこいソーラン 大通り公園夏祭り
オータムフェス

6. 食(ポテンシャル 4)

食の宝庫である北海道の新鮮な食材が一大消費地である札幌に集まり「札幌グルメ」が誕生
北海道の全道をプロモート 札幌の一人勝ちはない

7. エンターテインメント(ポテンシャル 5)

多彩な楽しみ 野球 サッカー スキー ショッピング クラシック ジャズ

8. 札幌への思い

札幌が好き 93.2%

札幌に住み続けたい 86.4%

9. 魅力都市ランキング

13年連続3位以内

ほぼ同格に函館市がある

都道府県別で北海道はずっと1位

【戦略策定の背景・過程】

人口減少社会の到来

50年後約50万人減少 生産年齢人口半数に

生産年齢人口の減少による経済規模の縮小

将来に対し、対策を行っていかねばならない。

都市の魅力に胡坐をかいてはいけなない。

観光を中心に伸ばしていく→シティプロモーション戦略へ H22

有識者へのヒアリング 市内関係者によるシティプロモート戦略会議

→楽しいライフスタイル

→独自のライフスタイルの価値を発信していく

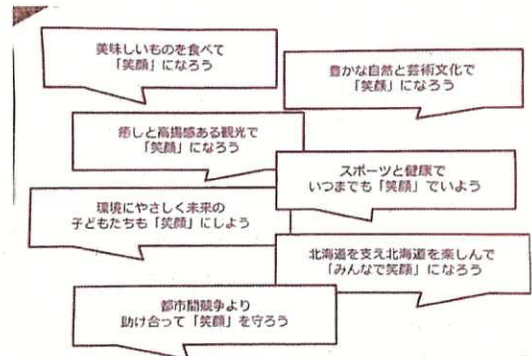
札幌の魅力は、「笑顔」で楽しんでいる市民の生活そのもの=ライフスタイルにある

ロゴの選定

SAPP_URO

笑顔になれる街
MAKES YOU SMILE

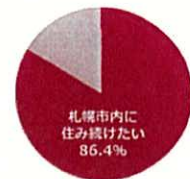
让笑容常在
웃음꽃 피는 도시



8. 札幌への思い -みんな「札幌」が好き！-

札幌が好きですか？

札幌に住み続けたいですか？



【1999年市勢調査結果】

MICE 映画・コンテンツ 食 滞在期間の拡大 創造的な活動による都市活性化

ロゴの活用によりおもてなしを

バッチ ポスター ステッカー

指標を大きくクリアーして上方修正した

シビックプライドの更なる増進へ

行政の仕組みとしても、H22当初は、シティプロモート担当課が、各推進業務の中核となり、各課との調整役を果たしたが、その後、コンテンツに合わせ、担当部局が積極的に推進を図る

	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	目標値
A・B・C 取組数	78団体	154団体	278団体	372団体	492団体	573団体	350団体



織形態となっている。

何よりも、シビックプライドを増進させるために、企業、団体との関係性を有効に利用していると感じる。本市が苦手な部分を札幌では十二分に成果を出しているといえる。

話をお聞きしてうれしかったのは、お世辞にも、岡崎のシティプロモーションを参考にしている。HP も見るし、担当部局にも問い合わせをしたことがある。と言っていただきご評価いただけたことは良かった。

本市は、シティプロモーションも、フィルムコミッション、コンベンションビューロなども、全てバラバラに進んでいる感が否めない。

先進都市の仕組みをもっと模倣して、本市独自の形に展開することも良いのではと考える。

観光推進をしていく本市において、シビックプライドを高めていくはっきりした方向性は必要に感じる。

○すでに観光地としてのブランドを確立している札幌市がブランドに胡坐をかくことなくさらに「笑顔になれる街」をキーワードとしてブランド戦略を推進していることに感心するとともにかなわないなと思った。

また、札幌市だけではなく北海道全体が発展する試みをしていることに王者、札幌の貫禄とすごさを感じた。

○「住む人も笑顔、訪れた人も笑顔になれる街さっぽろ」

キーワードは『笑顔になれる街』シンプルであるがゆえに分かりやすい言葉である。

札幌市は、この言葉をキーワードに札幌グルメ等、魅力を国内、海外に発信している。魅力都市ランキングでは、10 年以上もベスト3に入っており、インバウンド客からも、絶大な支持を得ている。何よりも素晴らしいと思ったことは、札幌だけでなく、北海道全体が発展することを望み、そのための施策を実行していることだ。見習いたいものだ。

○札幌市は言うまでもなく、北海道の道都として、またオリンピックの開催や雪まつりなど、全国、世界的にも高い知名度を誇る都市である。その札幌市が平成 23 年度に策定したシティプロモート戦略について視察を行った。

ロゴマークの「SAPP_RO」さっぽろスマイルが印象的な取り組みは、笑顔になれる街をコンセプトとし、「MICE」、「映画・コンテンツ」、「食」、「滞在期間の拡大」、「創造的な活動による都心活性化」の5つを重点分野とした多様な事業が行われている。その中で本市が特に参考とすべきだと思う点が、このロゴマークを活かしたパートナーズ事業と、成果指標として、このロゴ認知度とパートナーズ登録団体数を設定したことである。

岡崎市においては、シティプロモーションのロゴとして岡崎ルネサンスが設定されているが、オカザえもんやさくらピンバッジ、ルネガールなどが前面に押し出され、ルネサンスのロゴが充分には活かされていないように感じる。例えば、札幌市のホームページにおいては、この「SAPP_RO」ロゴがトップページ上に出てきて、シティプロモートのサイトや、観光協会のサイトへのリンクがこのロゴを目印にして進んでいける。一方、岡崎市ホームページ上にはロゴが見当たらず、ルネサンスのページを探すことでやっとたどり着ける。また岡崎市観光協会のサイト「岡崎お出かけナビ」にもこのロゴは出てこない。岡崎市の農林産物ブランド化推進シンボルマークや、観光協会による岡崎市公認のお土産品、「岡崎プレミアム土産品」のマークにも、全く使用されていない。

サッポロスマイルパートナーズとして民間事業者の登録によるロゴ使用が推進され、ロゴの認知度向上とともに、登録団体数もしっかりと増加してきている状況と比べ、岡崎市の現状は嘆

かわしいと言うしかない。

オカザえもんや、ルネ、さくらピンバッジが成功していることは確かであり、そこを否定するものではないが、長期的な計画としてシティプロモーション戦略を立てている本市としては、もう少し行政内での調整や、シティプロモーションとしてのロゴ使用推進を図って定着させていく必要があるのではないかと痛感した視察であった。

○札幌市は国内５番目の人口規模を持つ政令市で、社会増が主なもので自然増での人口増加ではない状況で、６割以上を森林が占め冬季の降雪量は約６メートル、除雪経費は２００億円であるとのこと。

一方では、札幌を中心に周辺市町村から一大消費地である札幌に新鮮な食材が集まり、札幌の大きな魅力となっている。

過去１３年間で魅力都市ランキングでは６度も「最も魅力的な都市」に選ばれている。

今後、５０年間で５０万人の人口減少する将来見通しから、平成２３年度から市内関係者によるシティプロモーション戦略会議を５回開催し「楽しいライフスタイルや生活文化があり住みやすい街」「恵まれている素材や独自のライフスタイルの価値を、市民が気づき、世界に発信することが必要」であると意見をまとめ、札幌の魅力は「笑顔」で楽しんでいる市民生活の生活そのもののライフスタイルにあるとし、３つの基本方針として、①魅力の再発見、②魅力を味わい発信する、③魅力を想像することからサッポロスマイルロゴを通じた「魅力発信」や「おもてなし」を行っている。

本市においても統一的なロゴマークにより行政・民間企業・市民が一体となって進める必要がある。

政策調査報告書

報告者：杉浦 久直

視 察 日	令和元年7月30日（火）
視 察 内 容	室蘭市：子育て支援のブランド化について
視 察 者	山崎憲伸、加藤義幸、荻野秀範、磯部亮次、杉浦久直

＜室蘭市の概要＞

北海道の南西部に位置し、太平洋に面した絵鞆半島を中心に市域が広がる。明治5年の開港以来、天然の良港を活かし、交通の要衝地、また製鉄、鉄鋼、石油化学、造船などの北海道屈指の工業地として発展した。人口のピークとなる昭和45年には16万人を超えていた人口が平成31年3月末現在では83,534人となっている。面積80.88㎢



＜子育て支援のブランド化開始の経緯＞

平成27年5月の選挙にあたり、青山室蘭市長の2期目の公約として掲げられた「7つの戦略・50の取り組み」のうちの、戦略の1つ目が「子育て支援のブランド化」であり、子育て関連の取り組みなどの各種施策が、子育て支援のブランド化として、その後行政として推進されることとなった。

＜事業内容について＞

広範な取り組みが子育て支援のブランド化に含まれており、特徴的なものをいくつか挙げる。

- ・保育所は全て民営化されているが、保育士人材バンクを設置し、職員確保による、待機児童解消を果たしている。



- ・子育てガイドブックは受託した民間事業者が毎年広告料を元に作成することで、市費負担なく作成されている。

- ・子育て応援企業等登録事業は市内247団体が登録され、地域全体で子育てを応援している。

- ・中学校の跡地活用として、生涯学習センター「きらん」が建設されたが、子どもの屋内遊び場と多世代交流の場の整備がなされた。

- ・むろらんの“器”スタート事業として、市内で生まれた赤ちゃんを対象にものづくりのまちの象徴となる地元企業製作のメラミン食器を進呈。

- ・学校の統廃合も進められているが、空き教室を利用した、放課後子育て支援が、スクール児童館として開設され、土曜日や長期休暇には送迎用のバスが運行されている。



また、室蘭市のホームページにおいて、市長の公約の達成状況として、各種施策取り組みの内容が公開されている。

〔感想・岡崎市への反映〕

室蘭市の子育て支援のブランド化は市長公約における子育て関連の一連の取り組みをまとめたものであるが、それを公約のトップに持ってきていたことは、日本中で人口減少が深刻化する中で、ある意味では人口減少の先進地である室蘭市としての、果たすべき役割を、昭和52年生まれの子育て世代の市長として重点を置いていたからであろうと思う。子育て世代支援はもちろん、学校の統廃合、跡地の活用、民間事業者の協力による行政運営等、全国の自治体が現在、そして将来直面する課題に対して、積極的に取り組んでいる様子が感じられた。



宿泊したホテルの隣が子育て生涯学習センター「きらん」であり、市役所での説明前に内部の見学をしてきたが、中学校の跡地活用について、民間ホテルの誘致と合わせた複合型公共施設整備の中で、子どもの読書環境と、遊び場を充実させた様子を見ることができた。

観光立国の取り組みが進められる中で、ホテルの誘致を観光にも力点を置く室蘭市として進めるだけでなく、子育て世代支援の施設整備で、なんとか定住人口を伸ばそうという取り組み、そして市民活動支援、世代間の交流などの機能を複合化することで、将来にわたり室蘭市が住み続けられるまちにしていこうという想いを感じることができた。

本市において、子育て支援の取り組みは様々に進められているところであるが、なんらかの象徴的なキーワード発信や、施設整備がなされることで、岡崎市が子育て支援に力を入れている住みやすいまちであるというイメージを持ってもらい、定住人口の増加につながるような取り組みが進められることが望まれる。特に屋内子どもの遊び場など人が集まる場所において整備が進められるように期待し、提言していきたい。

○室蘭市は、昭和45年に16万人を超えていた人口が平成31年に83,000人ほどになり、ほぼ半減した。そういった状況でもなかなか定住促進及び子育て支援が進まなかったが、子育て世代の若い市長が子育て支援を公約のトップに掲げて当選し、多くの子育て関連の取り組みを進めてきた。幸い本市はまだ人口増が続いているが人口減は近い将来必ず直面する問題であり、室蘭市の取り組みは大いに参考になると感じた。

○室蘭市においては、子育て世代の定住化を図ることが将来の発展及び活性化に繋がるとの観点から様々な施策を実施している。なかでも、子育て支援を行う企業や団体を「子育て応援団」として協力してもらい、子育て応援企業等登録事業や、子育て世代に対して小売店、飲食店等においてその店舗の負担で割引サービスを実施する制度など、まちをあげて子育て支援をしている事がみてとれる。まちをあげての子育てサポートは核家族が当たり前の現在において大変重要と考える。

○人口減少に苦慮する室蘭市としては、子育て世帯の増加策に対して市長の公約も含め重点的に施策を行っている。事業としては、①子どもの公共施設使用料の原則無料化、②子育て・若年者世代転入者マイホーム購入助成（最大200万円）③子育て世代持ち家住宅促進助成（家屋に係る固定資産税の2分の一相当額を3年間助成）など多くの施策を講じている。

また、公立保育園の民営化を進め昨年度までにすべての公立保育園を民営化した。保育士確保の面から本年度潜在保育士の情報を登録する保育士人材バンクを設置しており、本市においても保育士不足が叫ばれている中、人材バンクを設け人材確保対策を重点的に行う必要があると考える。

各子どもに対する事業の中で、放課後児童対策の中で児童クラブ、児童館、児童センターなどはすべて学校の敷地内に設置しており、本市においても、今後、少子化に伴い空き教室などが発生することが予想され、学校敷地内に児童に関連する施設は設置することを検討していく必要がある。

○市長公約として、「子育て支援のブランド化」に取り組んでおり、政策としては、「子育て応援プラン」として、4項目に42の具体的施策を組み入れて行われている。

多くの事業は本市でも取組まれている。

印象的な施策としては、「子育て・若年者世代転入者マイホーム購入助成」として、最大100万円の助成があるのは、転入増加促進には良い施策と考える。また、転入者対象ではあるが、子育て施設見学会の開催を行うなど良い取組がある。また、「子育て応援企業等登録事業」として、地域の企業にも子育てに関する意識醸成を図り、子育て世代にかかわる企業の間づくりであるのかとも思えた。

具体的には、子育てフリーペーパーの作成、配布、市の実施事業に対する協力や、商品購入に関する特典、子どもを守る家、また、子育てに配慮している企業として、子育てに協力など、様々なメニューにより企業とて協力して多態性を推進しようと目指している。しかしながら、まだこれからの事業という感じであるが、取組としては悪くない。

「子育てガイドブック改訂版の発行」については、情報量が多いとは思ったが、掲載してある内容は本市でも網羅されている。あと、スポンサーを付けて印刷代を捻出する手法も取組的には新しさは感じないが、改めて本市のものの良さがわかるということにもつながった。

保育園に関しては、保育士の人材不足は否めない。保育士人材バンクを設置し、人材不足の解消に繋げ、待機児童の解消に繋げていく施策は良い。

市長の公約として、事業はしっかり推進されていると感じた。古い工業地帯という事、若い世代を増やしていく事が、自治体が残っていくための手立てであると思われる。

海に面し、地域が海によって分断されている8万人程度の市であるので、裁量がそれほどあると思えない。人口減少も進んでおり、工場も多いが財政力指数は0.61ということで、財政的な自由度は薄い。今後、魅力ある街として、若い世代が移り住んで、街が活性化していく事を期待したい。他市を見ることで本市の良さが十分理解できるものとなった。

政策調査報告書

報告者： 荻野秀範

視 察 日	令和元年7月31日(水)
視 察 内 容	ガーデンシティ函館について
視 察 者	山崎憲伸・加藤義幸・梁瀬太・杉浦久直・磯部亮次
計画策定の背景と目的 函館市は五稜郭やわが国最初の国際貿易港など多くの観光資源を有している地域で、近年では、大型クルーズ船の寄港などから海外の観光客や中心市街地活性化事業の進展により新たな賑わいが生まれている。 また、国においては令和2年に開催される東京オリンピック・パラリンピックに向け訪日外国人旅行者数4,000万人を目指す中、北海道は300万人を目指し各事業を推進している。 令和12年度末には、北海道新幹線が札幌まで延伸され東北、北海道における新たな観光ルートの形成が求められている。 そこで、平成28年に歴史と景観に配慮した、デザイン性の高い美しい街並みを整備し、函館のまち全体が、緑あふれる公園やオープンガーデンのような、見て、歩いて、感じて楽しい、美しいまちになるように長期的な計画として「ガーデンシティ函館」が策定された。 事業計画の内容 ガーデンシティ函館を目指す基本方針は、①住む人や訪れる人が、見て、歩いて、感じて楽しいまちづくり ②まちの魅力向上による賑わいの創出と交流人口の拡大③将来にわたって持続する国内屈指の都市ブランドの確立とし、主要施策には、①歴史と景観に配慮した、デザイン性の高い都市空間の形成 ②花と緑あふれる美しいまちづくり ③地域特性に配慮した、統一感のあるまちなみ形成 ③既存観光資源の磨き上げと新たな観光資源の創出として、2030年までの15年間で重点推進期間とし市内を大きく4つの推進地区に分け、西部地区ではDNAを継承した進化と保存の共存、駅前地区は人々の繋がりとふれあい、五稜郭地区では人々の暮らしを繋ぐ拠点、湯川地区は温泉街ルネッサンス(コンベンションホテル)としている。 これら事業は、国県の事業と市の事業、民間の事業に大別され事業展開が図られている。 その中で、国の「景観まちづくり刷新モデル地区」に指定され、具体的な事業としては、①市道美装化、②函館山遊歩道整備、③開港記念館外観修景、④函館山山頂駐車場整備、⑤観光案内版等整備、⑥観光街路灯等整備、⑦視点場整備、⑧函館駅前通整備など国補助金二分の一を受け整備している。 具体的な事業 開港通り美装化事業・・・西部地域と駅前地区を結ぶメインストリートとして、歩道の拡幅、平板ブロック舗装、街路樹花壇の整備、街路灯の統一化 函館駅前通整備事業・・・国が実施する駅前通りの電線地中化、歩道整備に合わせシンボル照明や歩道照明の設置、歩道レンガ舗装のグレードアップ 函館山遊歩道整備事業・・・夜景で有名な函館山に昼間でも気軽に訪れ楽しく安全に散策できるように、遊歩道の整備 本市への反映 函館市は、歴史や景観、グルメなど多くの観光資源を有している。 過去の歴史の中で、1934年(昭和9年)3月21日に北海道函館市で発生した火災。函館大火で死者2166名、焼損棟数11105棟を数える大惨事となった。函館ではこれ以前にも1000戸以上を焼失する大火が10回以上発生しているとのことで、市内には多くの防火帯として幅の広い道路が設置されている。 これら道路の中央分離帯には、樹木や芝生が植えられ、花壇が設置され、市民の公園として活用されている。 市民意識の醸成として、これら花壇や芝生などの管理については、市内各団体及び市内各小中学校の管理協力を得て行っている。	

今後本市においても、多くの観光施設が設置されるが、市民の協力体制をいかに持つか、また、企業、団体の協力をどのように得ていくか十分検討していく必要がある。

○札幌と並び北海道の観光都市の雄である函館の歴史と景観に配慮した、デザイン性の高い美しい街並みの整備の中で、花壇や芝生など市内の各団体及び各小中学校によって管理されており、市民意識の醸成が観光都市にとって必要不可欠であると感じた。

本市においても今後は市民の協力体制をいかに作り上げていくかが課題である。

○ガーデンシティ函館は、H28の新幹線開業が大きなきっかけとなり、2020東京五輪や2030の札幌への新幹線延伸などを見据えての取り組みで「見て、歩いて、感じて楽しいまちづくり」「回遊性と賑わいの創出と交流人口拡大」「将来にわたり持続する都市ブランドの確立」であり、リニア開業を控えた本市の乙川リバーフロント地区整備と類似点も多い。湯の川温泉地区への函館アリーナ整備により大規模コンベンションも開催できるようになり、MICE推進にも大きな役割を果たし、たいへん参考になる事業であると感じた。

ただ、対象エリア周辺の人口が市内の約九割を占めており、合併地域は一割ほどの人口であるので、ガーデンシティのエリアに集中投資することが出来るという点はうらやましいかぎりである。これは、4つのエリアの拠点をつなぎ、すでにコンパクトシティ&ネットワークが形成されていることのメリットであると感じた

○都市ブランドの確立を目指して進められているガーデンシティ函館の取り組みは、ブランド総合研究所の行う都市魅力度ランキングで、近年常に1位2位を争う函館市が、さらなる魅力向上のための景観まちづくり政策である。

観光入込客数が年間500万人を超え、5年後には700万人を目指している函館市として、4つの重点エリアの整備とともに、それを結ぶ路線の整備を進めることで、点在する観光資源を点から線、線から面へのまちづくりにつなげていこうとするものである。

観光産業都市化を標榜する本市として、都市ブランドの確立、都市魅力の向上の取り組みの先進都市である函館市の取り組みは、長期的な視点で進めること、先進的、重点的なモデル地区の取り組みを展開していくことなど大いに参考になった。また、花壇、緑地帯や植栽の管理を、企業や市民の協力を得ながら行えていることは、観光が産業として成り立っており、市民や事業者も、その意識が強いことの現れとして見る事ができる。本市もこれから、観光が産業として儲かる、稼げる仕組みづくりとともに、市民も観光を産業として捉え、都市環境整備が自らの暮らし、周辺環境の向上だけのものではなく、観光資源にもなり得るとの意識を持ってもらえるような取り組みを進めていく必要を感じた。

○平成28年に北海道新幹線が開業したことで、交流人口の増加が見込まれ、大型クルーズ船の寄港も増えており、インバウンドを含め交流人口増加の要素となる。拡大していく交流人口にあったまちづくりの推進が必要となる。令和12年には新幹線が札幌まで延伸していくことで、通過点になってしまう危機感もあり、観光資源やイベントのみに頼るまちづくりからの脱却も図るものであると言える。

交流人口に頼ってきた歴史の中で、既存の観光資源に頼るだけでは、今後の発展はない。長期的視点に立った政策において、まちの魅力を向上させ、住む人も、訪れる人もこのまちで過ごす時間を幸せに感じられることを目指していく。将来に渡り持続する都市ブランドの確立を目指していく。

市内を4つのエリアに分けて、それぞれの街並みに対し、道路整備をするなど新たに整えながら、新しい魅力の創出を実現する。エリアをつなぐ路線整備をしていく事で、点在する観光資源を線で結び、点から線、線から面への街づくりをしていく。

私の感覚ではあるが、住んでいる人々が気持ち良く暮らせる環境は、来訪者にとっても気持ちの良い空間になるはずである。漁師街から、観光都市を経て、更に魅力の向上を目指した時、街の景観を整え、無電柱化も含め、新しくインフラを整え直すことで、都市のブランド化に繋がっていくものと理解した。

2016年から2030年までの15年間に亘る計画期間となり、2012年に提言された「美しい都市空間の形成を目指して」を具現化していくものである。市内では、他の観光都市と同様に、外国人観光客が非常に多く、国際観光都市になっている。路線バスも定着している中で、路面電車もしっかり活用している。観光都市において、路面電車は必須のアイテムになっているのではと思う。まち歩きがコンセプトの中心にあり、気持ちよく歩くための再整備と

なり、持続可能な都市の在り方に直結していくのかもしれない。

函館山、五稜郭、温泉街、と中心になってくる観光資源はうらやましいほどの強烈さである。ここにエントランスとして函館駅の景観が入ってくる。ゾーニングも展開していくのにさほど難しさは感じさせない。また、街の魅力としても、もともとのソフト面での観光インフラは既に整っている。さらにレベルアップを目指すことで定着化が図れていくと思う。本市として、観光都市を目指すとしているものの、観光資源そのものの整備も出来ていない。また、ゾーニングしているエリアにおいても、何が観光資源なのか市民もわからないのが現状である。他の市を見るたびに、本市の政策の遅れを感じるところである。

函館のオールドニューの発想は良いと思う。歴史が今の時代の新しい街並みに溶け込んでいく。港町の独特の空気は本市では真似ができないが、歴史を物語として、しっかり伝える整備と方法が取れば、本市も歴史観光を定着できると思う。しかし、現在は進捗が遅いと思われる。観光都市を目指すなら、現在観光都市である地域を超える魅力を創出して、整備し、プログラムを作らないといけない。本市はそこでは、アイデア不足、経験不足が否めない。さらに推進を図る努力と、人材登用が必要と思われる。

調査研究（研修）視察報告書

報告者： 築瀬 太

視 察 日	令和元年8月1日（木）	場 所	東京都 中野区
視 察 内 容	「区立保育園民営化の推進と保育サービスの充実について」		
視 察 者	加藤 義幸、築瀬 太、杉浦 久直、荻野 秀範、磯部 亮次		

「区立保育園民営化の推進と保育サービスの充実について」

保護者の就労形態や生活スタイルが多様化するなか、長時間の延長保育や産休明け保育、年末保育等の様々な保育サービスが求められるようになってきた。こういったニーズに答え、民間活力を積極的に活用して保育サービスの充実を図っていくことを目的に、現在、公立保育所の民営化計画を発表したり、計画を推進している自治体が増えてきている。

中野区では、区民ニーズに対応した保育サービスの拡充と保育園運営の効率化を図り、将来にわたって安定して多様な保育サービスを提供するため、平成15年度より、民間活力の活用として、区立保育園の民設民営化を進めている。



1. 民営化された保育園の割合について

- ・民営化が始まる前は、区立園は41園あったが、現在進めている民営化が終了するのが令和3年度までで、民営化は23園（41園に対して56.1%）になる。すでに、廃止した園が8園（41園に対して19.5%）あるので、区立園は10園となる。今のところこの10園は区立のまま残す予定。

2. 民営化した保育園での保育サービスの内容（充実）について

- ・代表的なものは、延長保育を1時間から2時間にすることと、出産後57日からの延長保育2時間預かりを実施するなど保育サービスの充実が図られている。保育サービスの内容については、募集時に条件として提示することにより、保育ニーズに即したサービスの充実と多様性の確保を図ることができる。

3. 民営化による職員の配置（再配置）について

- ・認可保育所の保育士配置基準に基づいて配置している。民営化に際して、保護者は区と同等の職員配置を希望しているが、民営化後は施設給付で運営しなくてはならないことから、民営化ということでの上乗せはしていない。区立園の職員については、計画的に民営化することにより、定年退職と新規採用のバランスを図り、区立保育園の中での異動で対応しており、民営化により公務員から民間へ転職するケースはない。

4. 一時保育や病後時保育の実施状況について

- ・乳幼児を養育している保護者が一時的に保育できない時、他に保育する者がいない場合には保護者に代わって日中の保育を行う。なお、利用要件により、「短期特例保育」「一時保育」の2種類がある。

①専用室型保育園として、区立直営園（2園）・私立保育園等（9園）（私立保育園等は補助事業）

②欠員利用型保育園として、本町・弥生保育園を除く区立直営園12園で実施している。病児・病後児保育については、区内総合病院、区立仲町保育園、区内乳児院への委託により実施している。病児保育は総合東京病院、病後児保育は区立仲町保育

園と聖オディリアホーム乳児院。

5. 民営化計画について

- ①民営化の方針を、早い段階から周知することが必要。中野区では、区の基本計画である「新しい中野をつくる10か年計画」で示した。
- ②計画では、何のために民営化するのかという明確な目的が必要。中野区では、老朽化した区立園を建て替え、保育環境を充実させることとし、定員を拡大（待機児童対策）するという方針を示した。
- ③施設を建替えるためには、仮設園舎が必要。この仮設園舎を数園が活用する計画とした。
- ④保育を継続しながら民営化するためには、事業者の選定が重要。事業者選定から実際の保育を始めるまでに、保育の引継ぎ期間を設けることが必要。中野区では、事業者が保育を始める1年前から準備することとし、実際に保育士が引継ぎに入る期間を3ヶ月とした。

6. 民営化による課題について

- ①最後まで民営化に納得してもらえないこともある。⇒民営化後は苦情はない。
- ②人材の確保が困難。⇒保育士の配置について条件を付しているが、保育士の勤続年数を満たしていないなどのケースがあった。
- ③新園の建設が計画どおり進まない場合、調整事項が多く困難を極めた。
⇒今年度、オリンピックの影響による資材不足で、計画に遅れが出た。



〔所感・岡崎市への提言〕

市立保育園の民設民営化など民間活力の活用は、将来にわたって安定して多様な保育サービスを提供するための、有力な選択の一つであると感じた。市の財政面においても大きなメリットがあり、老朽化している園舎の建て替えを行っていく上で、民間活力の活用は欠かせないものとなっていくであろう。しかしその実施に当たっては、かなり早い段階から計画的に進めていく必要があるとともに、何のために民営化するのかという明確な目的が必要であることがわかった。

本市には35の公立保育園と18の私立保育園があり、公立が私立の倍近くと多く、今後の保育園個別施設計画の策定にあたり、民間活力を積極的に活用して保育サービスの充実を図っていくことを視野に進めていくとのことだが、保護者の理解を得るためにも、早い段階での周知が重要であることをあらためて認識した。

○中野区においては、経費削減と保育サービスの充実の両面から、保育園の民営化を進めている。現在の民営化計画中の園の民営化が終了すると、全 41 園中 23 園にも及ぶ。民営化後は、延長保育を 1 時間から 2 時間にするなど、サービスの充実も図られているようだ。職員の採用を見送るなどして、職員数に合わせて、計画的に民営化を図ることは理に適っている。全国から事業者を選定していることも、競争の原理も働き、よりよいサービスの充実が図られている一因であろう。10 月から保育の無償化が始まった我が国において、自治体の経費削減のためには、避けては通れない施策である。

本市においては、保育無償化により年間 10 億円弱の経費が見込まれており、経費削減のためにも段階的な保育園の民営化を図るべきと考える。

○中野区は保育園民営化事業を実施する前は 41 園あったが、令和元年 5 月現在、区立の保育園は 10 園で 23 園を民営化している。（8 園は廃止）民営化した保育園での保育サービスでは、延長保育を 1 時間から 2 時間としたり、出産後 57 日から延長保育 2 時間預かりを実施するなど行っている。民営化した職員の配置については、保育士配置基準に基づき配置をしており、上乘せ配置はしていない。これら民営化に対する効果としては、建て替え時期となっている園舎など民営化することにより施設建設費が国からあり、区などの経費負担を最小限に抑えることができた。中野区の説明にあったが、公から民への移行のため、保育環境が大きく変わることから保護者の関心は強いものがあり、運営事業者募集などでは、保護者の意見を取り入れ、選定基準に区の保育を基準とし、評価項目も詳細に取り入れ、民営化前に、保護者・事業者・区の三者で共通認識を得るために協議の場を数回設定したとのことであった。本市においても多くの公立保育園を設置して運営しているが、計画的に民営化も視野に入れ検討を進める必要があると考える。

○保育園の民営化には抵抗のある人々も多い。とはいえ、全てではないが、民間の保育園も当然あるわけで、その割合を増やすかどうか議論になっている。そのような中で、中野区では、41 園中 23 園を民営化した。また、時代の実情に伴い 41 園中 8 園を廃止した。計画が完了した時点で、10 園の公立園となる。その園については今後検討。

もともとは、H28 年～H37 年 10 年の計画で、トップダウンで行われた。

そもそも民営化に関しては、児童福祉法第 24 条第 1 項に保育に関する市町村の責任を明示しているが、保育そのものを自治体直営で行うかあるいは民間委託するかは市町村の判断によるものとされている。

メリット

特別保育事業の実施（早朝保育、乳児保育、延長保育、休日保育）をはじめとしたサービスの向上や独自サービス（送迎、独自行事、独自教育等）が期待できる。

市町村の運営費の負担軽減が期待できる。

保育所の数や受入児童数を増やすことができる。

公務員定数を抑える事ができる。

デメリット

制服・備品・教材費の購入など、保護者の保育料以外の経済的負担が増加する可能性がある。

市町村の負担が一時的に増加する場合がある。

一時的ではあるが、保育計画の再策定や保育士等の大幅な交代により、保護者や保育児が戸惑う場合や、移管・代行の作業に時間をとられ、保育児の対応が疎かになる可能性

がある。

指定管理者制度を導入する場合、責任の所在が曖昧になる可能性や指定管理者が有期契約となるため、保育士等の職員を長期雇用しにくく、指定管理者が変更された場合は前行の問題を再度生じる懸念がある。

メリットに挙げられたサービスの向上や独自サービスの展開は、親が対象であり、あずけられる子どもにとっては長時間親元から離される、1人あたりの保育室等の面積が狭くなるなどの不利益が高まる、など一般的には言われている。

その中で中野区は計画的に老朽化した園の建て替えに合わせて保育環境を充実させ、定員の拡大をし、保育士の採用を抑制し、退職人数に合わせて、順次民営化を図った。保育士の配置基準には勤続年数要件なども設定し、経験者の確保を必須にし、保育の質の低下に繋がらないようにしたことにより、1年前からの準備によって民間へ移行することでの大きな問題は発生しなかった。トップダウンとは言え、先進的な取組であることに違いはなく、移行を担当した部署はかなり苦労したと考えられる。また、受け手である事業者も全国に公募をかけて集めている。実際に母体が福岡や鳥取、大阪などの事業者が運営をしている園もある。サービスの劣化など世間は口にするが、そういうことはあまり考えられない。保育士の人材不足の問題は、公民どちらでも同じである。

何よりも、財政に対する影響は全く変わってくる。一般財源から見ると民営化することで、約半分に抑えることができる。これは、民営化に伴う圧縮ではなく、民営化することで、国と県からの特定財源が得られるということである。本市においても無償化により、不交付団体であることから、保育園に関して、自主財源で賄っている。ここは、ポイントと感じる。民間へ移行して、サービスが低下することがあってはならないが、そこを担保できるのであれば、民営化もこれからの在り方かもしれない。いずれにせよ、十分研究をしなければならない。

民営化による誤解

保護者の不安や誤解は、認可外保育施設と認可保育所とを混同している場合がある。

認可保育所の入所は公営・民営の別なく市区町村が保育に欠ける状況等を勘案して決定する。認可保育所の保育料は公営・民営の別なく前年所得額や保育児数が等しい場合、同一の保育料が課される。保育士の配置は厚生労働省令による定められており、公営・民営の別なく遵守を義務づけられる。(0歳児3名に対して保育士1名、1・2歳児6名に対して保育士1名、3歳児20名に対して保育士1名、4歳以上児30名に対して保育士1名)。民営保育所は社会福祉法人が運営している場合が多い。社会福祉法人は一種の公益法人であり、社会福祉法人が行う施設整備には公金から助成金が支出される事や収益事業以外の事業は非課税となる等の特典がある。なお、社会福祉法人には、役所の外郭団体と、純粋に民間経営の2形態が混在している。また、特に保育所の運営費は299号通知等でその用途が制限されており、他の事業に流用することができない仕組みになっている。