

令和5年8月31日

川西市議会議長 様

会派（呼称）名 日本維新の会 川西市議団

議員名 田中 麻未

管外調査報告書

このたび、管外調査をいたしましたので、その概要を下記のとおりお届けいたします。

記

- 1 調査者氏名 田中 麻未
- 2 調査先 宮崎県 都城市
- 3 調査期間 令和 5年 5月15日
- 4 調査結果の概要

別紙のとおり。

## 都城市行政視察についての報告書

行政視察日程 令和5年5月15日

日本維新の会川西市議団 田中麻未

9：00～10：45 都城市立図書館について

都城市立図書館 図書館長

- ・図書館移転の経緯について
- ・子どもたちの図書館離れしない取り組みについて

中心市街地に3店舗あった百貨店や大型スーパーが相次いで業種転換後、本社倒産により1店舗になった。一方、郊外型大規模小売店やロードサイド店舗が増え中心市街地は通行量も小売り販売店も激減していった。その後最後の砦であった都城大丸が平成23年に民事再生法の申請をして閉店。都城大丸跡地再生が都城市の新たな課題となっていた。

平成24年都城商工会議所会員企業が都城大丸跡地再生の受け皿会社として㈱ハートシティ都城を設立。平成25年に都城大丸跡地を取得した。㈱ハートシティ都城と都城市、都城商工会議所の3者で都城大丸跡地再生方針を検討し平成28年都城市立図書館を含む複合施設整備基本設計を議会の全員協議会で説明し、プロポーザルを経て平成30年4月オープンとなった。都城大丸センターモールを図書館に改修することで、一から建設するより、31億円の費用圧縮を行いながら、旧都城市立図書館よりも3倍の規模にした。図書館と隣接した建屋に行く際にも施設間の道路上にシェルターを設置したことで移動を円滑にできる仕組みを取り入れている。子だくさんな都城市ではベビーカーを押しながら子どもの手を引くママも多く、「ベビーカーを使用するママパパが施設間を移動する際に絶対傘をささせない仕組みをつくろう」という市長意見があったという。図書館はもちろん、隣接する施設には子育て世代が集い交流できる場所がちりばめられており、安心して利用できる工夫があった。図書館での主な取り組みは、サイレントルーム以外は会話してもよいことをはじめ、ファミリーテーブルが並ぶ空間や小さな子どもにも手が届く低書架中心のエリア、また親子でさまざまな取り組みができる「こどものにわ」を設置するなどし、静かにしなければならない図書館ではなくすることで子育て世代にも利用しやすい図書館運営となっていた。

11:00～12:00 都城市役所

## デジタル統括課

### (1) デジタル活用推進事業について

- ・マイナンバーカードの普及率を向上させた取り組みについて
- ・デジタル化をすすめるにあたりパソコンやスマートフォンに不慣れで情報収集が容易でない高齢者等への対応や災害時の情報提供について

都城市のマイナンバーカード普及率は令和5年1月には90%を超え、市区別上位10自治体の中で人口10万人以上は都城市のみであった。また令和5年4月には交付率が95%となり市区別日本一になっている。都城市はデジタル時代のインフラと銘打って、市民課だけでなく企画部門がカードの利活用や普及促進に力をいれ後押しし、タブレットを活用した申請補助も全国に先駆けて行った。主な市民サービスとしては今や当たり前前になってきた各種証明書を平成29年から全国で初めてコンビニエンスストアで発行したほか、市内屈指の集客力がある都城市立図書館にも全国で初めて端末を設置した。また母子健康情報サービスとして、マイナンバーカードを活用し本人確認をすれば市保有の検診や予防接種情報を電子母子手帳アプリに連携できる取り組みを行ってきた。川西市では令和5年度からおくやみコーナーの設置を予定しているが、都城市ではマイナンバーカード活用型のおくやみコーナーを令和元年から設置。特定定額給付金についてもマイナンバーカードを活用し申請開始日午後から給付を開始するという全国最速のペースで迅速な給付を行っていた。

担当者からは「定額給付金の迅速給付を契機にマイナポータルへの登録も加速した。都城市は原則全手続きのオンライン化対応を目指しており、市役所に出向かなくても手続きができるのが当たり前の世界を構築したい」とし、現在約300もの手続きを可能としていた。

マイナンバーカードの普及率を上げる取り組みとして、令和3年から全国初の取り組みとして1人からでも自宅にお伺いするラッピングカーの「マイナちゃんカー」を運用し窓口まで出向きにくい方にも寄り添った対応をしている。

令和3年からデジタルケア避難所を設置。避難所に高速Wi-Fiを設置し、カメラ式OCRによる身分証読取やマイナンバーカード等で書かずに入所できる仕組みを構築している。そのシステムを構築することで避難所に行く前に避難所の混雑状況も把握できるようにしていた。

国のデジタル活用支援は中心市街地が主になっており、山間部の多い都城市ではデジタル活用を支援するために令和4年から「地域おこし協力隊」を雇用し、公民館や温泉施設等で相談会を実施。若い世代から高齢者等のデジタル技術の相談会などを実施している。高齢者と孫世代が交流できる場としても活用されていた。

13:00～14:00 都城市役所

ふるさと産業推進局 野見山副課長

(1) ふるさと納税について

- ・平成27年から28年にかけて寄付金を8倍に伸ばした要因について
- ・ふるさと納税振興協議会について
- ・ふるさと納税 LINE の活用方法や成果について
- ・令和3年度寄附金増の要因について

川西市とほぼ同人口の都城市は全国トップレベルのふるさと納税寄付金があり、令和3年度は全国2位の実績であった。特に平成27年から28年にかけて寄付金を大きく伸ばしている。背景に平成26年10月にリニューアルがあった。その際に肉と焼酎に特化することを中心に対外的なプロモーションに力をいれた。お米もお茶もあるので究極のえこひいきと言われ地元反発も大きかった。しかしこのPR戦略は市長の肝いりでもあり、参画するすべての企業に市長と担当が足を運び「最大の売りを見てもらってたくさんのお客さんと呼んできます」というスタンスを根強く説明した。最初の一年間は徹底的にブランディングし、納豆といえば水戸、肉と焼酎といえば都城といわれるよう、お肉と焼酎しか出さなかった。当局は「徹底的なブランディングに加え、当時は競合があまりいなかったの伸び幅が大きかったのではないか」と分析していた。このPR戦略2年目以降はお肉と焼酎でしっかりお客さんをつかみ、それ以外を販売する企業も戦略前よりボトムアップした。

また別の要因として、ふるさと納税振興協議会の存在があった。当初協議会に参画したのは15企業だったが現在は155企業が参画しており、都城市が事業者を支払う委託料（返礼品調達とその送付業務）等の2%を協議会が負担している。平成28年4月に設立した際は全事業者のコンセンサスを得ることに非常に苦労されたようである。今後も全ての事業者が加入することがふるさと納税の更なる推進につながると考え、参画されていない事業者にもよさを知っていただくために、協議会事業の企画立案に苦慮しているとのことであった。

ふるさと納税 LINE は情報発信ツールとして寄附者の利便性向上のために整備され、令和5年5月15日時点で約21,000人の登録がある。主にふるさと納税のライトユーザー向けに協議会の認知広告戦略として登録者を増やしている。LINEについて担当局では一旦登録するだけで半数はすぐブロックされるのではないかと推察していたが実際ブロックされているのは3割程度にとどまっているとのことであった。

令和3年寄付額が大きく増加した要因については様々な要因が複雑に絡み合った結果だとしながらも、体制面では市長のぶれない姿勢、また関係者の理解や協力体制（庁

内関係各課、議会、地元事業者)を、そして戦略面ではニーズにあった返礼品を開発できる環境や体制、流通の確保のほかに分析によるポータルサイトの選択と広告戦略があるとのことであった。

