

平成20年12月22日

三鷹市議会議長 石 井 良 司 様

総務委員長 高 谷 真一郎

総務委員会管外視察結果報告書

本委員会は、平成20年度管外視察を下記のとおり実施したので報告いたします。

記

1 視察期日

平成20年10月22日（水）から10月23日（木）まで

2 視察先

仙台市（宮城県）、多賀城市（宮城県）、福島市（福島県）

3 視察項目

(1) 仙台市シティセールス戦略プラン（仙台市）

本市では、平成17年度に民学産公の連携により知的創造の場を形成すること等を目的とした「三鷹ネットワーク大学」が、平成19年度には観光と産業の総合的な振興を図る「みたか都市観光協会」が設立された。このような組織の設立も踏まえ、企業誘致に関する条例制定などの検討が課題となっている。また、パブリシティの活動や三鷹の魅力の全国発信などの取り組みも進めている。今後は、これまで各セクションで個別に実施しているさまざまな取り組みを、戦略的な視点に立って全市的に展開していくことが課題となっている。このことから、市議会としても、「仙台市シティセールス戦略プラン」に基づく取り組みの効果と課題を把握するため、先進事例の視察を行った。

(2) 「わが史都角（わがまちかへど）」等での市税等の納入（多賀城市）

本市では、市財政の健全性を維持するため、市歳入の根幹である市税等の収納率の向上に取り組んでいる。平成19年度に税目を拡充して実施したコンビニ収納を広く周知し、利用率の向上を図るとともに、平成20年度にはマルチペイメントネットワーク(MPN)収納サービスを本格的に実施し、納税者の利便性の向上と収納率の向上に努めている。地方自治法では、現金以外の税金納付

について、小切手など限られた方法しか認められていないが、今後は、納付手段のさらなる拡大等が課題になってくるものと考えられる。このことから、市議会としても、商店のポイント等で納税や公共料金の支払いができるという、新たな取り組みの効果と課題を把握するため、先進事例の視察を行った。

(3) 福島市総合評価一般競争入札（福島市）

本市では、平成17年度に制限付一般競争入札における地域要件の緩和や工事成績及び社会的貢献度に対する評価等を入札参加資格要件に反映するなどの入札制度改革を実施した。さらに、平成19年度には、地域貢献度等の評価項目として「三鷹市との災害時における支援等に関する協定を締結している者で活動の実績を有する者への評価」を追加するなど、入札制度に対する継続的な見直しを行っている。しかしながら、三鷹市では、著しい低価格入札による不適格事業者の参入や工事成績の不良といった事案がないことから、総合評価方式の導入にはいまだ至っていない。このことから、市議会としても、各自治体で導入が進んでいる総合評価方式による入札の効果と課題を把握するため、先進事例の視察を行った。

4 出張者

(1) 総務委員

高谷真一郎、嶋崎 英治、寺井 均、渥美 典尚、伊東 光則、
石井 良司、栗原 健治

(2) 同行職員

総務部調整担当部長・職員課長事務取扱 佐藤 好哉

(3) 随員職員

議会事務局調査係 藤井 泰男

仙台市シティセールス戦略プラン

1 シティセールス戦略プラン策定の目的と経緯

仙台市では、平成14年に「日韓ワールドカップにおけるイタリア代表チームのキャンプ誘致」や「フィンランド健康福祉センタープロジェクト誘致」に成功した。この2つの事業を誘致する過程で、仙台市の都市としての魅力をアピールするためには、市長自身のトップセールスによる迅速で柔軟な対応と、地域資源を洗い出して組み合わせることが高い効果を生み出すことを体験し、全市的なシティセールスの必要性を実感した。そして、平成15年4月、企画局総合政策部に交流政策課が設置され、庁内の調整、全体の企画等を行う体制が整備された。その後、庁内での検討委員会（関係する課長級で構成）がスタートし、仙台商工会議所などとの意見交換を図りながら、平成16年4月、仙台市の魅力を積極的に外部に働きかけるための「仙台市シティセールス戦略プラン」を策定した。

2 シティセールス戦略プランの特徴

(1) 都市ブランドの持つ力の重視

都市ブランドとは、都市名が単なる名称であることを超え、他都市とは違う良好な資源・環境の提供を受け手に約束するイメージを持つに至っているものであり、独自の価値を感じさせ、受け手が「住みたい」、「訪れたい」、「ビジネスをしたい」という具体的行動を起こす気持ちを誘引する力である。都市ブランドの構築には、都市に固有の素材から生み出されたものであること、他都市とは違う個性をアピールするものであること、多くの人々が共有・共感できるものであること、受け手へのメッセージ性を持つものであることの4つの要素に留意する必要がある。仙台市では、核となる「杜の都」というイメージを大切にしながら、「潤す」、「魅せる」、「拓く」という3つの方向性を定めている。

(2) セールスネットワークの重視

仙台市では、シティセールスを単に「都市を売り込む」宣伝活動ではなく、都市づくりの観点から、必要な資源（ヒト、モノ、カネ、情報など）を獲得するために都市外に働きかけ、取り込んでいく活動であるとしている。仙台市のシティセールス戦略は、交流人口の増加、成長分野産業の誘致・対内投資の推進、高次の技術やノウハウの蓄積、人的資源の獲得・活用という4つの目標を達成するために、全体戦略であるブランド戦略を中心とする6つの戦略（産業誘致・経済交流戦略、観光集客戦略、コンベンション集客戦略、学術・文化交流戦略、スポーツ交流戦略）を全市的な視点で相互に関連づけ、有機的に結び

つけながら展開している。

3 ネットワーク型シティセールスの事例

(1) 海外との交流

ア 仙台に留学経験がある中国の「魯迅」を歴史資産として生かしたさまざまな事業の展開～魯迅と仙台in上海2004、国際シンポジウム「魯迅の起点仙台の記憶」、NPO法人劇団仙台小劇場による「遠い火」中国公演など

イ 2007年を仙台におけるフランス・レンヌ年として、仙台市・レンヌ市姉妹都市提携40周年記念コンサート、ストリート・スペクタクル（ブルターニュ民俗音楽・舞踊団、パフォーマンス集団、仙台版マルシェ）などを実施

ウ カリフォルニア州リバサイド市との国際姉妹都市提携50周年を記念して、東北大学、カリフォルニア大学リバサイド校を加えた4者で「仙台宣言2007」を締結し、さまざまな分野での交流活動を検討

(2) 商工会議所との共同事業

ア 「杜の都・仙台」の活用運動

イ 地元「食材」等の積極的活用

ウ 祭り・イベントなどの魅力向上

(3) シティセールスサポーターの会（仙台市民みずからによる仙台の魅力発信）

ア 情報発信ホームページ「仙台カフェ」（2005年1月オープン）

イ ロゴ・キャッチフレーズ募集等各種シティセールスイベント開催

ウ 杜の都フォトコンテスト開催

エ サポーターの会イベント開催

4 平成19年度シティセールス関連事業概要

(1) ブランド戦略

シティセールス推進（ブランド推進、海外シティセールス、仙台のタベ、外国メディア関係強化）、広瀬川創生推進、景観行政推進

(2) 産業誘致・経済交流戦略

産学連携推進、産業立地促進、クリエイティブクラスター創成、国際プロジェクト推進、フィンランド健康福祉センタープロジェクト推進、国際経済交流

(3) 観光集客戦略

デスティネーションキャンペーン、国内・海外プロモーション、観光施設整備、ビジターズ産業振興、三大まつり・市民創造型イベント支援、空港・港湾セールス、仙台城跡整備推進事業

(4) コンベンション集客戦略

国際会議誘致、コンベンション誘致事業、仙台城跡整備推進事業（再掲）

(5) 学術・文化交流戦略

新学都づくり推進事業、仙台国際音楽コンクール、産学連携推進（再掲）、
仙台城跡整備推進事業（再掲）

(6) スポーツ交流戦略

仙台国際ハーフマラソン、仙台カップ国際ユースサッカー、国際スポーツイベント等招致、プロスポーツ支援、全国女子駅伝事業

5 事業の評価

産業誘致・経済交流戦略では、製造業・ソフトウェア業の事業所などの立地件数が平成18年度までに45件、観光集客戦略では、市内宿泊客数が平成18年度実績で430万人、コンベンション集客戦略では、コンベンション開催件数が平成18年度実績で273件となっており、平成14年度に設定した平成18年度の目標をほぼ達成している。「仙台カフェ」のアクセス数が多く、市民による情報発信が強化されるなど、シティセールス活動の輪が確実に広がっている。

6 今後の方向性・課題

現在、平成22年に日本で開催予定のアジア太平洋経済協力会議（A P E C）の仙台市への誘致を目指している。今後も国際会議等の積極的な誘致に努めながら「仙台ブランド」の構築と「どこにも似ていない」仙台型シティセールスを推進していくことを目標に、さまざまなネットワーク作りに取り組む予定である。地域的な経済が低迷している中で、地域が個性を生かして生き残るためには、都市の中で新しいものを生み出していく動きも必要ではあるが、都市が持つ個性を売り込みながら、まちの活力を得るための資源を獲得するシティセールスの活動が今後さらに重要になってくる。仙台市シティセールス戦略プランは、平成16年に策定されてから4年以上経過しており、事業の見直しなど戦略プランのリニューアルが検討されている。

◎ 主な質疑

- ・姉妹都市との相互交流を推進する上での基本的なスタンスについて
- ・都市ブランド戦略の新たな方向性について
- ・シティセールス戦略プランを庁内組織で策定した理由について
- ・シティセールス関連事業の予算と費用対効果について
- ・シティセールスの取り組みを継続するための方策について

◎ 主な提供資料

- ・仙台市のシティセールス戦略
- ・仙台市シティセールス戦略プラン

多賀城市

「わが史都角（わがまちか〜ど）」等での市税等の納入

1 事業の概要

多賀城市では、平成18年第4回市議会定例会において、「市内の商店会で発行している商品券やポイントカードを利用して、税金や公共料金を納入できる事業の導入に関する」一般質問が行われた。その後、平成19年2月、協同組合多賀城スタンプ会から同趣旨の要望書が提出された。このような状況を受け、平成19年7月1日から、市内の小売店が加盟する協同組合多賀城スタンプ会の「わが史都角（わがまちか〜ど）の満点カード」及び「共通商品券」で市税や介護保険料、水道料金などの支払いができるようにする事業を開始した。わが史都角（わがまちか〜ど）は、42,000円分の買い物をすると満点になり500円として使える。また、多賀城スタンプ会で発行している共通商品券は、500円と1,000円の2種類あり、額面に記載された金額で利用できる。市民は、満点になったポイントカードか共通商品券を市役所の窓口を持って行けば、現金同様に支払うことができる。この事業は、市民が市税や公共料金などを、納めやすくするとともに、市内商店会の活性化と地域振興を図ろうとする観点から導入されたものである。

2 利用できる市税などの種類

- (1) 税（個人市・県民税、固定資産税、都市計画税、軽自動車税、国民健康保険税）
- (2) 介護保険料
- (3) 保育所入所児童保護者負担金、留守家庭児童学級入級児童保護者負担金
- (4) 市営住宅使用料
- (5) 水道料金、下水道使用料

3 取扱窓口

原則として会計課で取り扱うものとするが、各歳入担当課（市庁舎及び上水道部庁舎内に限る。）においても取り扱いできるものとする。なお、ポイントカードまたは商品券を小切手に交換する取り扱いが必要なため、銀行等金融機関での取り扱いは行わない。

4 市税等の収納の流れ

(1) 小切手発行の委託

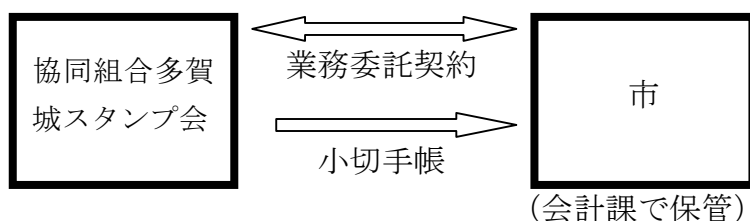
市とスタンプ会は、スタンプ会の小切手を預かることの委託契約を締結し、会計課において小切手帳を保管する。

(2) 市税等の収納

会計課において、納入すべき市税等の全部又は一部を、現金の代わりにポイントカード又は商品券で納入したい旨の申し出があった場合、ポイントカード又は商品券を小切手に交換し、小切手で市税等を納入した上で、納入者に領収書を発行する。各歳入担当課窓口においては、ポイントカード又は商品券を会計課に持参し小切手に交換する。なお、いずれの場合においても、つり銭の生じる使用は認めない。

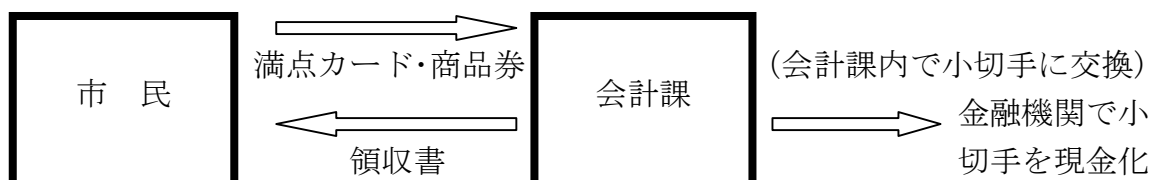
5 「わが史都角（わがまちか〜ど）の満点カード」及び「共通商品券」による市税等の収納（イメージ図）

○小切手発行の委託

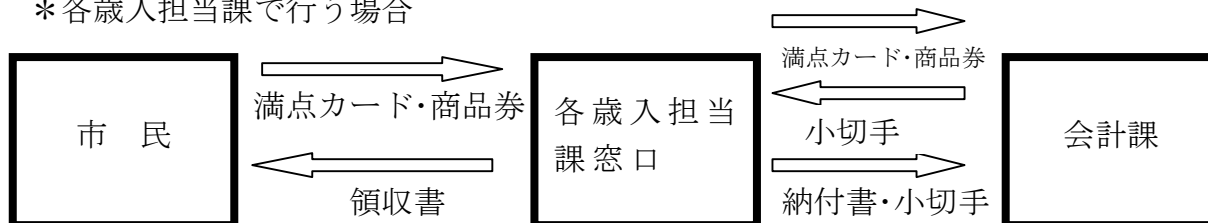


○市税等の納入

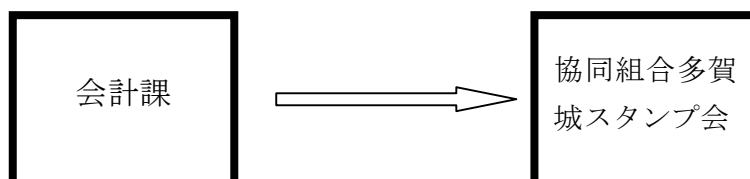
*会計課で行う場合



*各歳入担当課で行う場合



○満点カード・商品券の返却



6 平成19年度「わが史都角（わがまちか〜ど）の満点カード」及び「共通商品券」による市税等の収納状況（平成19年7月～平成20年3月）

税 目	満点カードの取扱		共通商品券の取扱		合 計	
	利用人数(人)	利用金額(円)	利用人数(人)	利用金額(円)	利用人数(人)	券面金額(円)
市県民税（普通徴収）	1	1,500	5	377,000	6	378,500
市県民税（特別徴収）	0	0	0	0	0	0
固定資産税・都市計画税	2	14,500	6	488,000	8	502,500
軽自動車税	0	0	2	3,500	2	3,500
国民健康保険税	5	37,000	7	62,000	12	99,000
介護保険料	0	0	0	0	0	0
保育所入所児童保護者負担金	0	0	0	0	0	0
留守家庭児童学級入級児童保護者負担金	0	0	0	0	0	0
市営住宅家賃及び駐車場使用料	1	54,000	1	1,000	2	55,000
水道料金	1	1,000	1	5,500	2	6,500
下水道料金	0	0	0	0	0	0
合 計	10	108,000	22	937,000	32	1,045,000

7 今後の課題

本事業は平成19年7月から開始されたものであり、広報活動などを通じた市民へのさらなる周知の取り組みが必要である。また、現在、協同組合多賀城スタンプ会に加盟している86店舗の拡大についても課題となっている。

◎ 主な質疑

- ・ポイントカードを導入するに当たっての市の財政負担について
- ・ポイントカードが利用できる店舗の業種内訳について
- ・ポイントカードの発行枚数と、カード1枚当たりの作成経費について
- ・高額商品を購入した場合のポイントカードの取り扱いについて
- ・商工会や市民からの本事業に対する評価について

◎ 主な提供資料

- ・ 協同組合多賀城スタンプ会「わが史都角（わがまちか〜ど）の満点カード」及び「共通商品券」による市税等の収納実施要綱
- ・ 契約書（多賀城市と多賀城スタンプ会）
- ・ 「わが史都角（わがまちか〜ど）」及び「共通商品券」（見本）
- ・ 「わが史都角（わがまちか〜ど）」及び「共通商品券」による市税等の収納状況
- ・ 関係法令（地方自治法第231条の2、地方自治法施行令第156条）

福島市総合評価一般競争入札

1 総合評価方式導入の目的

近年、公共投資の減少による価格競争の激化の中で、著しい低価格による入札が急増するとともに、適切な技術的能力を持たない業者による、不良工事の発生、下請や労働者へのしわ寄せによる公共工事の品質低下に関する懸念が起きている。こうした状況に対応するため、平成17年4月「公共工事の品質確保の促進に関する法律」が施行され、公共工事の品質を高めるため、価格に加えて価格以外の要素（施工実績・工事成績・配置技術者等や新しい施工方法・施工法上の工夫などの技術提案等）を含めて総合的に評価する方式が位置づけられた。福島市では、高い技術的能力と地域の発展に対する強い意欲を持つ建設業者が成長できる環境を整備することを目的として総合評価方式一般競争入札を導入した。

2 総合評価方式導入までの経緯

平成17年4月	「公共工事の品質確保の促進に関する法律」の施行
平成17年8月	「公共工事の品質確保の促進に関する施策を総合的に推進するための基本的な方針」が閣議決定
平成17年9月	国交省国土技術政策総合研究所が「公共工事における総合評価方式活用ガイドライン」制定
平成18年12月	福島市入札制度検証委員会設置 第1回入札制度検証委員会
平成19年2月	第2回入札制度検証委員会
平成19年3月	国交省が「地方公共団体向け総合評価実施マニュアル」制定
平成19年5月	庁内組織「福島市入札制度検討委員会幹事会」開催
平成19年6月	第3回入札制度検証委員会
平成19年10月	庁内組織「福島市入札制度検討委員会幹事会調査部会」開催 第4回入札制度検証委員会
平成20年1月	第5回入札制度検証委員会 ・入札制度改正に伴う検証改善策の提言について ・総合評価一般競争入札実施及び落札者決定基準における意見の聴取
平成20年2月	総合評価一般競争入札実施（試行）3件
平成20年3月	公告書式、各様式の見直し、評価基準の見直し 入札・契約制度改定に伴う関係要綱・要領の制定及び改正
平成20年4月	入札・契約制度改定に伴う関係要綱・要領の施行

3 総合評価方式の概要

(1) 型式及び評価基準

ア 標準型

評価項目は、総合的なコストの縮減、工事目的物の性能及び機能の向上並びに社会的要請への対応等に関する事項とし、総合評価方式の型式並びに工事の目的及び内容により必要となる技術的要件等に応じ設定する。

イ 簡易型

各評価項目に対する得点配分は、必要度及び重要度に応じて定める。

ウ 特別簡易型

評価項目毎の得点の合計を加算点とし、加算点は10点から30点までの範囲内で定める。

(2) 評価の方法

ア 加算方式（簡易型・特別簡易型）

[評価値＝技術評価点（加算点）＋価格評価点（ $(1 - \text{入札価格} / \text{予定価格}) \times 100$ ）]

イ 除算方式（標準型・技術提案重視の簡易型）

[評価値＝技術評価点（標準点100＋加算点）／入札価格× α]

ウ 落札者の決定方法

落札者は、入札価格が予定価格の制限の範囲内にあり、低入札価格調査における契約の相手方として不適当でなく、当該工事に係る技術提案が最低限の要求要件（発注提示案）をすべて満たしている者のうち、評価値が最も高い者とする。

エ 学識経験者の意見聴取等

地方自治法施行令第167条の10の2第4項及び同条第5項の規定に基づき、学識経験を有する者の意見聴取は学識経験を有する者で構成される福島市入札監視等委員会において行うものとする。なお、緊急等を要する場合や、市長が必要と認める場合には、学識経験を有する者2人以上から意見を文書により求めることにより、行うことができるものとする。

オ その他

総合評価方式の拡大や対象工事の規定については、今後試行的に行った結果に基づいて調査検討を行い策定するものとする。

4 総合評価方式導入に伴う効果と課題

(1) 効果

ア 特別簡易型

(ア) 地元企業の育成（地元企業に有利な配点により受注機会の拡大）

(イ) 地元貢献の意識拡大（ボランティア活動の推進・防災協定の参加等）

(ウ) 不良・不適格業者の排除

イ 標準型・簡易型 ※現在までの審査実績なし

(ア) 目的物の品質（機能・性能）向上を期待

(イ) 新技術・新工法の採用の促進を期待

(ウ) 地元企業の育成（技術力向上等）を期待

(エ) トータルコストの削減（ランニングコスト含む）

(2) 課題

ア 手続き開始から契約まで時間を要するため、早めの設計積算が必要

(ア) 制限付一般競争入札（39日）

(イ) 総合評価方式特別簡易型（52日）

(ウ) 総合評価方式簡易型（59日）

(エ) 総合評価方式標準型（73日）

イ 手続きに伴う事務量の増大（学識経験者からの意見聴取等）

ウ 客観的な評価項目、適正な評点の設定が困難

エ 技術提案及び地域貢献等の評点の適正な経済的評価が困難

オ 審査・評価体制充実のため、技術職員の増員や配置がえ等が必要

◎ 主な質疑

- ・ 総合評価方式導入に伴う事務量の増加について
- ・ 総合評価方式のデメリットの実例について
- ・ 市内業者の育成と活用についての今後の方向性について
- ・ 市内における営業所等の有無に関する基本的な考え方について
- ・ 元請業者と下請業者の関係についての行政側からの指導について
- ・ 労働法制など社会的公正基準や環境への配慮などに対する加点制について

◎ 主な提供資料

- ・ 総合評価方式導入までの経緯等について
- ・ 福島市入札制度検証委員会について
- ・ 福島市入札監視等委員会について
- ・ 福島市採用の入札制度
- ・ 福島市の入札執行状況
- ・ 福島市総合評価一般競争入札要綱

〔最後に〕

以上、調査事項について資料等による説明、各委員の質疑等によって判明したことを含め、視察の概要を記した。

なお、視察項目の設定に当たっては、三鷹の魅力の全国発信、市税等の収納率の向上、入札制度改革への取り組みなど、本市における現在の行政課題等を念頭に行ったものである。

また、視察時間を有効に活用するため、事前に視察項目に関する資料を取り寄せ、本市事業との比較、検討を行った上で視察に臨んだ。

本委員会は、これらの成果を今後の委員会活動はもとより、市行政に反映させていくことを確認し、管外視察の結果報告とする。