

総務委員会視察報告書

【視 察 日】 令和5年7月24日（月）～26日（水）

【視察委員】 神戸 好伸委員長、薮崎 正幸副委員長、川島 美希子委員、池田 博委員
石井 通春委員、平井 登委員、油井 和行委員、植田 裕明委員

【視 察 先】 （1）千葉縣市川市 （2）群馬県前橋市 （3）群馬県高崎市

【調査事項】 令和5年7月24日（月） 千葉縣市川市 新庁舎の建設について

①市の概要 人口 約493,000人、世帯数 約256,000世帯 東京のベッドタウン

面積 56.39km² 都心から20km圏内に位置し、臨海部には物流拠点や工業地帯が広がっている。

②取り組みの経緯・内容

【取組の経緯】 8ヶ所だった庁舎の分散ロスに加え、本庁舎の耐震不足、狭隘、バリアフリー化不足、災害対応機能不足、道路への渋滞誘発、駐車場(114台)不足等、多くの問題を持っていたため。

【新庁舎の概要】

（特徴） ワンストップ窓口として、各担当が来庁者の所に来る体制市民が自然に集まれる空間としてイベントスペースを利用できる

（時系列） 2011年「庁舎整備庁内検討委員会」の設置

2013年 新庁舎建設基本設計・実施設計の公募型プロポーザル

2014年 基本設計、実施設計をとおり第1庁舎、第2庁舎へと工事着手

2020年 7月第1庁舎完成後、12月に全フロアで業務開始となる

（◎検討委員会設置から、概ね9年もの歳月が掛かる事に着目）

③今後の課題

（1）ワンストップ窓口

市民は、手続き毎に各課への移動が無くなり良くなったが、1つ手続きの場合には総合受付を経由する分、待ち時間が増えたこと。職員は、執務場所から呼ばれた窓口までが遠く時間のロス。また、呼ばれた窓口まで一人で行く為、万が一のトラブル時に不安。総合受付スタッフは委託だが、ゼネラリスト化が求められている。

（2）新庁舎について

庁舎周辺の日照問題もあり、斬新的なビル形状であるが、ビル全体が植栽の植え込み形状のため、維持管理が経費も掛かり大変である。既存の事務机以外も、丸型や扇型のデザイン机を導入したが、移動や担当の増減等の実務上には不便を感じることや、広い空間では、煩雑さが目立つ。

④本市に反映できると思われる点

（1）1階2階の市民交流スペースは広く、木の持つぬくもりと自然光を活かした開放的な空間となっており、市民活動の拠点となるであろうと考える。（2）ワンストップ窓口は、来庁者のための型式であったが、システム上の一つの端末で全てが賄える形状としないと、業務的無駄や不効率さも生じるため、検討が必要である。（3）市民交流スペースからも見通しのよい、オープンの職員執務スペースは、煩雑さが目立っているため、本市に取り入れるなら細部も検討した上での導入となりそうである。



【調査事項】 令和5年7月25日（火）群馬県前橋市
新市議会庁舎の設備と機能（防災拠点機能含む）について

①市の概要

人口約 322,000 人、世帯数約 154,000 世帯 面積約 312
K m²（東京から 100km） 海拔 100 メートル前後の関東平野
の平坦地。産業構造的には、サービス業、卸売・小売業、
製造業で構成



②取り組みの経緯・内容

【経緯】昭和 41 年竣工から 50 年以上の経過した庁舎であり、耐震性能も基準以下でありユニバーサル
デザインも対応が遅れ、庁舎全体の狭隘化と防災機能の脆弱性が見られる等の問題が見られたため。

【新議会棟の概要】

・元々市議会棟は別棟とする考えであり、1～3 階が行政機能を持ち、4～7 階が議会棟となっている。
総事業費 48 億円。・防災危機管理課は、災害時における一元的な中枢機能を有し、同一フロアにて監視
や情報の収集や市民への発信等を行い、適切な判断を可能とする拠点となっている。・環境省の推奨
する ZEB Ready（省エネ基準）を達成した建築物である。

【時系列】

- 2016 年「市庁舎周辺整備に係る基本方針」策定
- 2018 年「前橋市新議会棟建設基本計画」策定
- 2019 年「基本・実施設計」策定
- 2020 年「建築・電気設備・機械設備の 3 JV（共同企業体）と契約」
- 2022 年竣工 （緊急防災・減災事業債＝充当率 100%・交付税措置 70%の起債）
（起案から竣工まで約 6 年間）

③今後の課題

- ・環境省の推奨する ZEB Ready（省エネ基準）を達成した建築物であるが、24 時間換気の外気導入口
が起因し、暖房の効き目が弱い等、実用性が伴わず不向きである。
- ・職員執務室の床材は床清掃のためタイル張としたが、OA フロアの使い勝手を必要とするため、柔ら
かなカーペットとするべきだった。

④本市に反映できると思われる点

- ・防災危機管理課は、災害時における一元的な中枢機
能を有し、同一フロアにて監視や情報の収集や市
民への発信等を行い、適切な判断を可能とする本
部拠点としているところ。
- ・議場は、市民が傍聴しやすいきめ細かな設計であ
り、大型モニターや親子傍聴室の設置、ゆとりある
議場席、高い天井と採光に気を使った、現代的なレ
イアウトは、見習いたいところである。



【調査事項】 令和5年7月26日（水） 群馬県高崎市 絶メシリストについて

①市の概要

人口 約 368,000 人、世帯数約 171,000 世帯 面積 約 460 km²

優れた立地性と交通利便性を生かし、首都圏と北信越、北関東のネットワークの中心的役割(ハブ機能)を担う都市

②取り組みの経緯・内容

【経緯】 2016 年企画調整課が「高崎ブランド・シティプロモーション」として

- ・高崎市の魅力を全国的・世界的にも発信する仕組みをパターン化していきたい。
- ・高崎市の知名度やブランド力を向上させたい。
- ・継続的な発展のため、新たな情報発信の手法を創りたい。

☆実施に当たっては、上記コンセプトにより、全国からのプロポーザル方式によるアイデアを公募し(株)博報堂の「絶メシリスト」の提案を基に協議を重ねて誕生した。

・地域住民に愛され続けている飲食店にスポットを当て、その魅力をインターネットや SNS を活用し首都圏在住者や高崎市への来訪者、また世界に向けて発信する“市民応援型”をコンセプトとしたプロモーション事業とした。

・民間委託によるプロのグルメライターが実地調査のうえ厳選（2022 年 3 月現在 61 店舗）し、独自の味やこだわり、店主の人柄等の店舗やレシピや後継者募集や市民からは、絶メシ店舗評価投稿コーナーを掲載。

・その後も農業 PR の取組「農 TUBE 高崎」「農家の見方」「旅するサンドイッチ」へと事業拡大へ。



③今後の課題

- ・本市で実施する場合には企画創生部、産業振興部と商工会議所等の連携の基、取り組む事が出来るか検討が必要
- ・「絶メシリスト」の展開は全国化しているが、その手法に公平性があるか、費用対効果があるのか検討が必要。
- ・高崎市の知名度上昇は叶ったが、事業継承等の実質的な効果についての検証の必要性。

④本市に反映できると思われる点

本市においても、惜しまれながら、廃業していった名物店は決して少なくない。そうした事例は、今後も続くものと思われる。市内事業所の活性化、経済効果や本市のブランド力を高めるという観点からも、高崎市の本事業のような施策は考えた方が良くかもしれない。

