

## 静岡県浜松市

### ■調査項目

#### 防潮堤整備事業について

- ・調査対応者  
危機管理監危機管理課津波対策担当 内野課長  
議会事務局調査法制課 中川主任
- ・調査期日  
平成28年4月26日（火）午後1時30分～午後3時
- ・浜松市の概要  
人口：807,898人  
世帯数：328,810世帯
- ・調査目的
  - ・「静岡モデル」の研究
  - ・CSG工法の研究
  - ・事業への市民参加の手法を学ぶ。
- ・調査内容

#### 【浜松市からの説明】

##### 三者基本合意（平成24年6月11日）

地元創業の一条工務店グループからの巨額の寄付が契機。一条工務店グループは、県に対し浜松市沿岸域の防潮堤整備の費用として300億円を寄付、県はできるだけ早い時期に着工し、完成させる。浜松市は防潮堤整備に必要な土砂を確保する。県と連携・協力し、理解促進のための住民・各種団体への説明を行う。

##### 防潮堤整備の考え方

レベル1津波（100～150年に1回起きる恐れのある津波高）に対する施設整備には国の補助金があるが、レベル2津波（考えられる中で最大クラスの津波高）に対する施設整備には補助金がない。そこで、寄付金を活用して、レベル1津波を上回る防潮堤の整備を促進する。

天竜川由来の広い砂丘と海岸防災林が海岸沿いに存在しているという地域特性を考慮して、既存防災林、砂丘、道路のかさ上げ・補強等による安全度の向上＝減災を図る。（「静岡モデル」）

## 現地に調和した防潮堤の建設

沿岸域の海岸防災林内の防潮堤整備ということを考慮して、「土堤+CSG（良質な土砂にセメントを加え固めたもの）工法」で建設。この工法では、覆土による海岸防災林の再生が可能

### 防潮堤の概要

事業延長 17.5 km

形状 台形（上辺5.5～6.0 m、下辺約50～60 m、高さ 標高13 m程度）

### 防潮堤の「減災」効果

宅地浸水面積は約7割低減、宅地浸水深2 m以上の範囲を97%低減

### 事業への市民参加

地元・民間・学識経験者・行政で組織する各種委員会（景観デザイン検討委員会・自然環境検討委員会・植栽計画検討会）が、景観・利用・防災・環境・植栽について提言し、計画に反映

防潮堤整備推進協議会（地元の15連合自治会長）が設計段階から参画

「会員1社1日100円寄付」運動を実施している浜松商工会議所との連携  
上記の協議会、商工会議所のほか38団体で「みんなでつくろう防潮堤市民の会」を組織し、「オール浜松」で事業を促進

## 【質疑応答】

問 防潮堤整備の財源は

答 一条工務店グループからの寄付（300億円）、民間企業等からの寄付（約10億円）、市は土砂の確保の費用として40億円出費

問 津波対策としての防潮堤整備を考慮すれば、工期は短くする必要があると思うが

答 用地買収が不要な県有地に整備。また、CSG工法はコンクリートのみの場合よりも施工が早い

## 【呉市での展開の可能性】

- ・現地に調和した、自然と共生する工法の採用
- ・社会的影響の大きな公共事業については、特に市民の合意形成が重要になってくる。

## 奈良県

### ■ 調査項目

寄付型クラウドファンディングを活用した事業の実施について

#### ・ 調査対応者

総務部行政経営課 阪本課長 ほか1名

議会事務局調査政務調査課 森本課長・大島主査

#### ・ 調査期日

平成28年4月27日(水) 午前10時00分～午前11時30分

#### ・ 奈良県の概要

人口：1,359,661人

世帯数：584,228世帯

#### ・ 調査目的

- ・ ふるさと納税とクラウドファンディングの比較
- ・ クラウドファンディングのしくみを学ぶ。

#### ・ 調査内容

##### 【奈良県からの説明】

##### クラウドファンディングとは

アイデアやプロジェクトを実現するための資金を、インターネットを通じて多数の支援者から集める手法。類型として、寄付型、投資型、購入型と3つある。近年認知度が高まっており、2012年7月から2015年9月までの約3年間で、国内の主要クラウドファンディングの累計支援額は約3.6倍にふえている。

##### 奈良県寄付型クラウドファンディングの特徴

- ① 県が実施する特定の事業について、クラウドファンディングを活用して寄付金を募集
- ② 民間のクラウドファンディング・プラットフォームを利用することで、民間が有する寄付金募集のノウハウを活用する。平成27年度は一般財団法人ジャパンギビング。
- ③ 事業は100%寄付金で実施し、一般財源は使用しない。
- ④ 集まった寄付金は、手数料を差し引かず、全額事業に充当する。
- ⑤ クラウドファンディング業者への委託料、その他事務経費等については一般財源で予算措置している。
- ⑥ 寄付目標額(事業実施に必要な最少額)を達成したプロジェクトのみ、事業を実施(オール・オア・ナッシング方式)
- ⑦ ふるさと納税と同様に、寄付者は税制優遇が受けられる。

## 仕組みの概要

- ①クラウドファンディング事業者のサイトを見て共感を持った個人から事業者を通して寄付を行う。
- ②県は事業を実施、事業進捗メールや報告レター等で寄付者とのつながりを構築

## ねらい

クラウドファンディングをきっかけに寄付者とのつながりを継続し、奈良のファンになっていただく。

## 【質疑応答】

問 事業実施のきっかけは

答 職員提案から

問 寄付目標額が達成できない場合、その事業はどうなるのか

答 事業は実施しない。イメージとしては、もともとある事業に、上乘せをした、プラスアルファの事業（予算規模としては100万円程度）を行うための資金確保策である。なお、寄付についてはクレジットカードのみで受け付けており、目標額が達成された時点で初めて課金されるシステムになっている。

問 ジャパンギビングを選んだ理由は

答 ジャパンギビングが、寄付に対する意識が高い人が見るサイトであったため

問 業者への委託料はいくらか

答 寄付金額の20%

問 ふるさと納税との違いは

答 寄付金の使途を寄付者が選べること。寄付者への特典がふるさと納税と比べて小額（寄付金の1割程度で事業に関連するもの）。ふるさと納税の特典は、納税額3～5割相当の商品と節税だが、クラウドファンディングの特典は名誉である。

## 【呉市での展開の可能性】

・ふるさと納税と比べて資金調達効率が高いこと、寄付者に市の事業に関心を持ってもらえること、これまで予算化が困難だった新規事業に取り組めるといった職員のモチベーション向上などメリットが多く、本市でも実施してみる価値はある。

・実施する場合、担当部署の寄付金を集める努力が重要になってくる。

## 東京都武蔵野市

### ■ 調査項目

#### 武蔵野プレイスについて

#### ・ 調査対応者

公益財団法人武蔵野生涯学習進行事業団武蔵野プレイス事業部プレイス管理課  
奥野課長

#### ・ 調査期日

平成28年4月28日（木）午前9時30分～午前11時00分

#### ・ 武蔵野市の概要

人 口：143,630人

世帯数：75,096世帯

#### ・ 調査目的

- ・ 武蔵野プレイス整備のコンセプト
- ・ 駅前のにぎわい創出施設のあり方

#### ・ 調査内容

##### 【武蔵野市からの説明】

##### 武蔵野プレイスの概要

平成23年にJR武蔵境駅前の農水省食糧倉庫跡地にオープンした図書館を中心とした複合公共施設。飲食ができる図書館、にぎやかな図書館など、従来の常識からは考えられない運営により利用者数は年々増加傾向にあり、平成26年度の来館者数は160万人を超えた。

##### 武蔵野プレイス（地上4階・地下3階）の4つの機能

##### ①図書館

1階（雑誌）・2階（児童書・生活関連）・地下1階（一般書）・地下2階（青少年・音楽・アート）を配置

##### ②生涯学習支援

##### ③市民活動支援

- ・ 3階に会議室・ラウンジ
- ・ 4階に有料のワーキングデスクやフォーラム（多目的スペース）

##### ④青少年活動支援

- ・ 地下2階に青少年が予約なしで自由・気楽に立ち寄り、集い、憩うためのスペースを設置
- ・ 同じフロアに、クライミングウォールや卓球などの運動施設、バンド練習のための防音室、ダンスや演劇の練習ができる施設も設置

上記4つの機能が有機的につながって、混合・連携している。例えば、地下2階では青少年活動支援関連の施設の近くに、青少年・音楽・アート関連の図書を設置している。

#### 武蔵野プレイス整備のコンセプト

- ・人々の交流が自然に生み出される「場」を提供する
- ・本や活動を通して、人と人とが出会い、それぞれが持つ情報を共有・交換しながら、知的な創造や交流が生み出されることで、地域社会が活性化するような公共施設を目指して整備＝市民文化の創造拠点
- ・幼児・児童から青少年、子育て層、勤労者、高齢者、あらゆる世代のニーズと活動に対応したサービスを提供

#### 【質疑応答】

問 多くの来館者が訪れる理由は

答 来館者が来館目的以外の偶然の出会いがあるからではないのか。例えば、調べ物をするために来館した人が、ガラス張りの部屋でやっているワークショップに興味を沸いて参加するといったように。

また、1階のカフェでは、夕方になるとお酒も飲める。来館者が思い思いの楽しみ方ができる、居心地のいい施設であることも理由だと思う。

問 施設整備までの経緯は

答 平成10年の市議会特別委員会より提出された食糧倉庫跡地の利用方法に係る報告書を契機に、専門家会議などで話し合いを重ね、途中、市長交代に伴う設計見直しなどの紆余曲折を経て整備に至った。

#### 【呉市での展開の可能性】

- ・「複合多機能化」を念頭に置いた今後の公共施設整備
- ・そごう跡地の活用にも、武蔵野プレイス整備のコンセプトは応用できるのではないか。
- ・本事例を参考にした、老朽化が進む中央図書館のあり方の再考

長野県長野市

■調査項目

シティプロモーション事業について

・調査対応者

企画政策部企画政策課 花立主幹・轟係長  
議会事務局総務議事調査課 横地課長・矢野係長

・調査期日

平成28年4月28日(木) 午後3時～午後4時30分

・長野市の概要

人口：382,708人  
世帯数：159,188世帯

・調査目的

・他都市におけるシティプロモーション事業の具体的取り組み

・調査内容

【長野市からの説明】

シティプロモーションとは

地域の魅力を国内外に発信し、都市のブランド力を高め、元気で活力のある都市を創る取り組み

市民がまちに誇りを持ち、地域への愛着を高めることが図られ、自分たちのまちを良くしようとする意識の向上が期待できる。

事業ターゲットの設定

市内(市民)…長野市の魅力の認識・再認識をしてもらい、地域への誇り・愛着の醸成を図る。市民一人ひとりがセールスマンになり、市民パワーによるシティプロモーションの展開

市外(市外の人)…当面は、首都圏、北陸圏、大阪圏を重点エリアとし、長野市の魅力の認識・再認識をしてもらい、「観光交流人口」「定住人口」の増加、「企業誘致」を図る。

事業展開

- ①ながのシティプロモーション推進プランの策定(平成24年度)
- ②専用ホームページの開設・運用(平成25年度～)
- ③新聞のほか、若者をターゲットにしたLINE等による広報宣伝(平成25年度～)
- ④キャッチフレーズ・ロゴマークの制作・管理(平成25年度～)
- ⑤プロモーションビデオの制作・活用(平成25年度～)
- ⑥小学生向け魅力のリーフレットの製作・活用(平成26年度～) など