

平成 19 年第 4 回定例会(第 4 日 12/5)

16 時 28 分開議

●議長(村田一郎) 休憩前に引き続き、会議を開きます。

日程第 1 の一般質問を継続します。

長谷川大議員。(拍手)

[長谷川大議員登壇]

●長谷川大議員 それでは、通告に基づきましてご質問させていただきたいと思いませんけれども、決算特別委員会がこの間終わりました、いろいろお世話になりました。ありがとうございました。こっちは余り発言をなさらなかった。あっちの、この裏の、カメラの向こうの人たち、お疲れさまでした。

大変いい議論というか、委員会を終えさせていただきました。委員会の部屋の内外でいろいろと打ち合わせをさせていただいたり、話し合いをさせていただいたりということが終わることができまして、4 年のブランクがあったんですけれども、何とか、そろそろもとに戻ってきたかなという感じで、やっと一般質問をやらせていただける状況になりました。

ただどうも、決算委員会のときにも言わせていただいたんですけれども、議会と執行部がどういう関係なのかなということになりますと、いまだにちょっとまだ、何となくまだすっきりしないのが、我々議会は執行部の下にあるような感じのさまざまな事象が最近でも見受けられたものですから、それはそれで場外でちょっとやらせていただきたいというふうに思っております。

今回は、通告をいたしました件につきましてご答弁をいただきたいということでございます。

まず 1 番目、・と・と・というのがちょっと微妙に絡み合うんですけれども、船橋市の子育て支援についてというのと、船橋の福祉についてというのがちょっとダブる部分があるんで、船橋市の児童福祉と高齢者福祉について全体的なことを、将来のことも含めてどういうふうにお考えになっているかということをおさらいというか、やっと感覚が戻ってきたんで、これから次の定例会ですとか予算委員会とか、いろいろなところで

反映させていただきたいんで、基本的に考えていることというか、これから船橋市の児童福祉と高齢者福祉というものをどういうふうに考えているかということをお答えいただきたいというのがまず 1 点ですね。

それから、似たような話でありますけれども、教育について。これも非常に重要なことだというふうに認識をしております、これにつきましても、これから船橋市の教育をどのように考えていくかということ、大所高所というんですか、どっちもそうなんですけれども、お答えをいただきたいということです。

それから、3 番目と 4 番目、行政の仕事における創造性についてと船橋市の歳入増を図ることについて。これは、実は、行政の仕事における創造性というのは、実は、昨日の先番議員のご質問の中にもう 100% 網羅されてしましまして、アンケート云々というお話があったんですけれども、私の手元にも同じアンケートが来て、同じような感想を持って、こういう仕事の仕方ってありなのということちょっと感じたもんですから、その当時、この通告をさせていただくことになったものですから、仕事における創造性についてということを書かせていただいたんですけれども、先番議員がいろいろとお尋ねいただいたもんですから、私の方ではその部分は避けさせていただきまして、3 番目と 4 番目、歳入増を図ることについてと一緒に答えいただきたいなというふうに思います。

決算特別委員会では、いろいろなシーンで財政課長の答弁をお伺いしていると、非常に船橋市の財政というのは厳しい、未曾有の危機とでもいうんでしょうか、そういう状況にあるというふうに私は感じました。

ところが、そういうふうに感じているのは、財政部だけじゃないかというふうに思ったわけでありまして。決算委員会における財政部以外の答弁では、この財政的に非常に厳しいんだと、少しでもむだを省いて歳出削減をする、歳出抑制をする、あるいはどこから別の歳入、お金が入ってくる方法を見つけてくるというようなトーンが皆無だったと思います。

私から見ると、地方自治法の 2 条、最少の経費で最大の効果をということ、いまだに予算は必ず使い切るべしという意味に解釈をしているカメラの向こうの人たちがほとんどだったように思えるわけでありまして。

私が平成 15 年の 1 定、ここに顔を出さなくなる直前ですけれども、市が行う広告媒体の開発についての質問をさせていただきました。当時、戸籍住民課かな、住民票なんかを出すところの封筒の現物寄附ですね、入れる封筒に広告を載せて現物をいた

だくというような経費の削減方式でこの事業をさせたことについて、私はこれを非常に高く評価をして、これからも頑張っただけというふうに申し上げたところであります。

それから事情があって、私は4年間、この市議会から離れていたわけですが、再びこの市議会に戻ってきて、非常に楽しみにしていたのが、この広告媒体の開発、そしてその広告によっての収入増ということだったんですね。

この4年間でいろんな自治体のいろんなシーンで、随分民間企業の広告を入れているものを見かけることが多かったものですから、当然船橋でもやってるもんだというふうに思ってたわけですが、残念ながら、年間どれくらいですかね、3万部くらいですか、全戸配布をされて3万部くらい発行されているんでしょうか、市民便利帳、いまだに広告が掲載されておられません。

何となく嫌な予感がしたんですけれども、通常は特定の区域内で発行される冊子というのは、数万部発行されていけば採算のベースに乗るという話が聞こえておまして、本市では20万世帯以上あるにもかかわらず、そういう状況であるということです。

それで先日、本市が広告媒体から得ている収入額について資料請求をさせていただきました。そこに書かれていた数字を見て、非常に衝撃を受けたわけでありました。収入184万円、物品の寄附による支出削減が100万円。すなわち財政効果は、一般会計約1500億円に対して280万円という非常に切ない数字であったわけでありました。あれから4年間の成果は、ホームページのバナー広告分の184万円のみだったということになります。

ちなみに、こういったことの先進市、もう既に本まで出ているんですね、ぎょうせいから出ていますけれども、横浜市になります。この横浜市は、18年度1兆3000億円の歳入の中で、広告収入は1億8000万円で、これは全体の0.1%で、皆さんご存じの日産スタジアムの4億8000万というのは含まれておりませんので、非常に大きな額になっているわけですが、先ほど申し上げたように、船橋市は1500億円の歳入の中で280万円。そうすると、パーセンテージで言うと、0.002%ですね。このパーセントの数字を単純に比較しますと65倍、横浜市は船橋市の65倍の金額を自分たちの知恵と汗で稼いでいることになるわけですね。いろんな媒体を開発して、これだけお金をつくっているわけです。

財政部には、私は大変気の毒だと思うんですけれども、少なくともこのことを所管する企画部には財政状況の危機感が全く伝わっていないのが明らかではありません。

大体、財政部でいろんな、今どんな仕事をしているんですかという話をしますと、国体の準備もあって、何々もあって、何々もあってというんですけれども、国体の準備の方はこっちの方に、生涯学習で僕は非常にお金を使っていると思うんですよ。特に人件費は。決算委員会でも言わせていただきましたけれども、国体の準備なんか——国体の準備なんかという言い方は大変ご無礼ですからちょっと訂正しますけれども、国体の準備はそっちからこっちへ投げちゃえばいいと思うんですね。人はたくさんいるし、人件費たくさん使っているんだから。生涯学習が本来、社会体育って担っているわけですから、どこにも属しないから企画部だという言い方でこっちに振られたようすけれども、そんなことをきっちりやりながら、こういう財政状況をどうするんだとか、仕事の上で大事なことをやるのが企画部の仕事だと思うんですけれども、それさえもできていないということですから、大変残念に思っております。

じゃ、横浜も含めてですけれども、いろいろな市でどういうことをやっているのかということ、これは素人でも思いつくようなことをちょっと述べさせていただきます。

どうして1日乗降客数が13万人もある船橋駅の南口の再開発ビルにオーロラビジョンのようなものがないのかということですね。

それから、市船のサッカー部、大変頑張っていらっしゃるわけですが、ユニホームはアシックスのものを着ているようです。これが全国大会に出ると、プロのサッカーリーグの選手を見ていればわかるんですけれども、この媒体の露出効果というのは非常に大きなものになるわけですから、これらを何かの収入に変えることはできないのかということを考えるべきでもあると。

それから、ここの建物になりますと、1階のちばぎんのカウンターのところ、あそこは、ATMのところもそうなんですけど、ちばぎんの広告がいっぱい張ってあるんですよ。で、ほかのカウンターの前も民間企業の広告なんかを張ることができるスペースだってあるはずなんです。そういうことを全然考えていない。

それからね、今度、北部清掃工場の建て替えが行われるようすですが、その建て替えの清掃工場のネーミングライツを売って、北部清掃工場とか南部清掃工場というんじゃなくて、受注企業名をそのまま工場名にする、その代わりそれなりの費用をいただくとか何かという話にすればいいんじゃないのっていうこともあります。例えばで言うと、業界でいうと、荏原とかいろいろな会社があると思いますけれども、荏原清掃工場船橋とか、(笑声)そういうのもありなのかなというふうに思うわけでありませう。

この質問をするに当たって、私がここ2~3日でちょっと業界誌ですとか他の自治体発行の冊子を調べただけでも、私どものこの船橋の企画部が4年間仕事をさぼっている間に、ほかの市では次のような媒体が開発されているわけがあります。

市民便利帳、これはだれもが考えつくことだと思うんですけども、それから同じように市の広報、これもそうですね。それから公共施設の壁面などの事例というのは、もう当たり前過ぎてもう数え切れないほどです。

「宣伝会議」という雑誌があるんですけども、業界の人が読むんですけども、これの6月15日号にそういうものの特集が載ってまして、そこにいっぱい書いてあるんです。いっぱい書いてある。この4年間で本当に物すごくふえているんですよ、そういう広告、自治体が行う広告というのが。それだけ皆さん大変な思いをしているし、財政状況が苦しいということで知恵を絞っているんですよ。ところが、ここは何もやっていない。

もうちょっと細かくお話をさせていただきますと、学校で配る給食の献立、あの献立の裏側に、ある市では生協の広告を載せている。それから職員の給与明細、皆さんに配られますけれども、これの裏側には銀行の広告が載っている。それから税金の納税通知書、これはおもしろいんですね。ある市では、コンビニエンスストアとタイアップをして、商品の割引クーポンを刷り込んでいて、どういうことかという、コンビニで税金も払って、払った後にその市民が封筒を出すと、クーポンでおでんを買ったり何かできるわけですよ、そういうふうになっている。そういうところまでもう進んでいるんですね、ほかの町では。だけど、何もやっていない。

あとは、ここにもありますけど、エレベーターの壁面って、どこでもエレベーターに乗ればわかりますよね。壁面に、あるいはドアのところにも——ドアはないかな、中に広告が張ってあったりします。それから、市の指定のごみ袋、これはもう十分考えられることだと思います。それから、介護保険の通知書ですとか病院の領収書、それから子育て支援のガイドブック、何か船橋も出してますけども、ある自治体では、ここをベビー用品のメーカーさんがやっばりスペースを買って広告を載せている。それから図書の貸出票。船橋の年間の貸し出し数は220万冊ぐらいらしいんですけども、1人が1回平均5冊借りたとしても、45万枚ぐらい発行するわけですよ。こういう貸出票のちょっとスペースに広告を載せて、その紙代を節約するとかいうこともあり得るということですね。

それから、媒体の開発以外でも経費の削減策として考えられることがオフィシャルドリンクで、市の公共施設、全部の公共施設ですね、ブランドを統一しちゃうんですね。

例えばの話ですよ、船橋はサッポロビールがありますから、サッポロに協力してもらうのかもしれないんですけども、サッポロビールを船橋市のオフィシャルドリンクにするというふうにして、市内の全施設、全部サッポロの自動販売機にすると。

どういうふうに協力してもらおうかという、災害時にだれでも無料でとれるような仕組みを機械につけておいて使えるようにすると。これは国内じゃなくて、ニューヨークか何か、どこかあっちの方の市みたいですけども、そういうことだとか、それから製菓会社とのタイアップで防災訓練への物資の提供。うちは町会で缶入りの乾パン買って町会員に渡しているんですけども、これなんかもどこかと提携をすればいいんじゃないかなというふうに思います。

それから、この間、議案質疑で某政党の船橋市議団の方が、バス停とベンチと上屋という話があったんですけども、これなんかだて、何も市がやる必要ないんですよ。やっぱりある自治体では、設置費だとか維持費というのをを出してもらって、しかもストリートファニチャーみたいな形でしゃれたデザインのをぽんと置くということをやるわけですね。そうすると、市が関与しますから、町の景観にもちゃんと配慮したものになるということが、もう既に導入されているところもあるわけですね。

船橋市には船橋市なりにこれらが実施できない理由があるんだと思うんですけども、何かなと思ったら、船橋には屋外広告物規制条例なんて厳しい条例があって、随分取り締まりしているんでしょうね。だからそういうことが進まないんだと思うんですよ。多分そうだと思うんですね。

市の財政が危機的状況である以上、私がもし市の職員なら、これらの障害を突破し、少しでも歳入増・歳出削減に努めようというふうに考えるんですけども、ここで質問をさせていただきますけれども、ネーミングライツということ、さっきもちょっと使わせていただきましたけども、これが何か知らない部長さんいらっしゃいますかね。もしいたら手を挙げてもらいたいぐらいなんですけれども、ネーミングライツというのがもうお金に換わっていくもんだということぐらいはわかるんだと思うんですけども、それは冗談として、企画部ではこの4年間、どうしてこういう媒体開発の事業をさぼってきたのか、この理由をまず聞かせていただきたい。

それから、いろんな理由を並べるんだと思うんですけども、少なくとも各市でもうこれだけいろんな形で公になっている一般的な媒体について、じゃ、うちで、この船橋でやったらどういうふうになるか、数値化したデータぐらいは用意してあると思いますので、それについてのご見解、あるいはデータを提示していただきたいと思います。

以上でございます。

[健康福祉局長登壇]

●健康福祉局長(須田俊孝) 船橋市のこれからの児童福祉、高齢者福祉をどう考えているかというご質問についてご答弁申し上げます。

少子化対策をめぐりましては、国の方でも戦略的に見直そうという新しい動きがありますので、まずそれをご紹介させていただきたいと思います。

国の全閣僚が参加する少子化社会対策会議というのがございますけれども、それが昨年6月に新しい少子化対策についてという文書を決定しております。それによりますと、出生率の低下傾向の反転に向けて、少子化の背景にある社会意識を取り直し、家族の重要性の再認識を促し、また若い世代の不安感の原因に総合的に対応するため、少子化対策の抜本的な拡充、強化、転換を図っていかねばならないというふうにしております。

より具体的な記述でございますけれども、子育ては第一義的には家族の責任であるが、子育て家庭を国、地方公共団体、企業、地域等、社会全体で支援する。親が働いている、いないにかかわらず、すべての子育て家庭を支援するという観点も加えて子育て支援策を強化し、在宅育児や放課後対策も含め、地域の子育て支援を充実する等々が記述されております。

また、国立社会保障・人口問題研究所の調査を調べてみましたところ、専業主婦を続けておられる女性と、それから就業を継続しておられる女性との出生率には大きな差がないということが示されております。

国の「子どもと家族を応援する日本」重点戦略検討会議というのが今、動いております。それによりますと、我が国は子供を欲しいと考えている女性の約6割が出産後の就業の継続を希望しているにもかかわらず、現実には第1子出産の半年後に就業している女性の割合は約3割であると。就業継続と子育てとが二者択一となっているということが少子化の進行の背景にあるとしており、ことしじゅうにも少子化対策の重点戦略を策定するというような動きがございます。

船橋市でございますけれども、出生率は平成18年度で1.25ということで、全国平均を下回っております。都市化と核家族化の中で、孤立感や子育てへの不安感、負担感を感じたり、また実際に子育て力の低下が指摘されている子育て世帯、こうした方々に対して、地域社会、企業が協力して子供と両親を支え、子育ての楽しさや喜び

を感じる事ができるように支援を行っていく必要があるというのが基本的考え方かと思
います。

具体的には、保育所、それから放課後ルーム等を通じました就労世帯の支援のみ
ならず、2カ所の子育て支援センター、19カ所の児童ホームなどを活用いたしまして、
非就労世帯を含めた総合的な子育て支援を行うとともに、子育て情報誌の作成、配
布、また家庭児童相談室において、児童虐待等を含む子育て相談等を現在行ってい
るところでございます。

今後の課題といたしましては、特に非就労世帯の子育て支援策について、さらなる
工夫、強化が期待されているというふうに認識しております。

また、保育行政については、待機児童の解消に向けた取り組みとともに、さらなる行
財政改革の推進、それから保護者や子供への必要な支援、それから幼稚園や小学
校、教育部門との連携強化、さらには非就労世帯も含めた地域の子育て力の強化に
保育所がどのようなさらなる貢献ができるかといったようなことが課題となってい
るというふうに考えております。

来年度からは、あいプラン後期計画の策定に向けた検討も開始することとしており
ます。今後とも船橋市の子育て支援対策のあり方については、国の検討、動向も踏
まえながら、必要な調査等も行いつつ、引き続き検討してまいりたいというふうに考
えております。

続きまして、高齢者福祉でございますけれども、我が国の高齢社会への移行のスピ
ードというのは、極めて速いものがございます。スウェーデンで85年間、比較的短い
ドイツで40年間、高齢化率が7%から14%になるまでかかったわけでございますが、
その道のりを我が国は24年間でやり切ってしまったと。今後とも世界で類を見ないス
ピードで、かつ高い水準にまで高齢化が進むということが確実視されております。

具体的な数字で申し上げますと、特に高齢者の福祉あるいは介護という問題を考え
た場合には、75歳以上の後期高齢者の動向ということが非常に重要だというふうに
考えております。

75歳以上の後期高齢者、現在は全国で1164万人、その割合は9%という水準でござ
いますが、これが2030年には、約倍の2266万人へというふうにふえます。その割
合は20%というふうになります。また、2055年には、75歳以上だけで27%という割
合になり、それを65歳以上に拡大しますと、実に40%というような超高齢社会が到来
するというふうに予測されております。

船橋市におきましても、平成19年10月現在では全国平均を高齢化率は下回っております。17.9%という水準でございますが、今後は、先ほど申し上げましたような、全国的な高齢化のスピードと同様なペースで高齢化が進展するということが予測されております。

船橋市におきましても、都市化、核家族化の中で、ひとり暮らし高齢者や高齢者のみの世帯の増加、また近所づき合いの希薄化による地域の機能低下が指摘されております。

こうした中、今後、認知症の高齢者の問題を含みます要介護高齢者の増加が見込まれ、福祉サービスのニーズは一層増大し、またかつ多様化していくというふうに考えております。

また、一方で、多くの高齢者がいつまでも元気で生きがいを持って社会生活を送れるよう、介護予防や生きがいづくり対策などの元気高齢者の施策を推進していくということも重要だと考えております。

こうしたニーズにこたえていく必要があるわけですが、そのためには、自助または公助という二者択一ではなく、互助、共助といった地域の支え合いによる共助社会の構築ということが重要であるというふうに考えております。自助、互助、共助、また公助も当然ですが、そのそれぞれが求められる役割が増大していくというのが今後の高齢社会であるというふうに考えております。

こうした中におきまして、公的サービスについては、介護保険に裏打ちされた介護サービス、介護予防サービスを中心に、施策の有効性、効率性、財政的な裏付け、また制度の長期的な安定性ということについては常に検証が必要でございますが、そうした公的サービスにつきましても、地域に密着し、市民ニーズに細やかに対応した真に必要なサービスが確保されるよう努めていくべきであるというふうに考えます。

また、その一方で、繰り返しになるかもしれませんが、地域を中心としたコミュニティ組織、あるいは仲間づくりの延長にあります市民活動を支援し、船橋らしい地域における福祉、支え合いの仕組みの充実というのをあわせて目指していくべきであるというのが考え方でございます。

以上です。

[教育次長登壇]

●教育次長(村瀬光生) これからの船橋の教育をどのように考えるのかとのご質問にお答えをいたします。

教育の目的は、人格の完成を目指し、平和で民主的な国家及び社会の形成者として必要な資質を備えた心身ともに健康な国民の育成にあることは、教育基本法の第1条に明記されております。その目的を達成するため、教育委員会としましては、さまざまな教育施策を展開しているところでございます。

また、昨年12月の教育基本法の改正に伴いまして、いわゆる教育三法も一部改正され、教育改革が進められているところでございます。

新しい教育基本法第16条及び17条では、教育施策策定の義務化及び教育振興基本計画策定の努力義務が規定されております。また、地方教育行政の組織及び運営に関する法律では、教育に関する事務の管理及び執行の状況の点検及び評価の義務化が規定されているところでございます。

現在、本市では船橋市立学校等将来計画検討協議会の答申を受けまして、平成16年4月に策定しました教育ビジョンでありますふなばしの教育に基づきまして、さまざまな教育施策を展開しているところでございます。

しかしながら、これらの法改正などに伴いまして、船橋の教育施策も見直しの準備を進めていかなければなりません。そのため、まず基礎資料となる今年度の各課の事業に対する点検評価の作業をすることが必要であると考えております。現在、その準備にとりかかかっているところでございます。

議員ご質問の趣旨は、船橋市の今後の中長期的なビジョンをどうするんだというご指摘かと思いますが、この中長期的な教育ビジョン並びに教育振興計画の策定につきましては、ただいま実施しようとしておりますさまざまな事業の点検評価を踏まえまして、さらに教育振興基本計画を国が策定する教育基本計画を参考としまして、教育委員会のみならず、市長部局、関係各課とも連携し、全庁的な取り組みを行いまして、本市の実態を詳細に把握し、分析しながら独自のビジョンを策定してまいりたいと考えております。

なお、策定に当たりましては、時代の求めるものを取り入れ、市民協働の視点を重視し、市民の声を反映させるものになるよう配慮してまいりたいと考えておるところでございます。

以上でございます。

[企画部長登壇]

●企画部長(三橋勝吾) 有料広告の媒体開発に関するご質問にお答え申し上げます。

既に導入しています有料広告は、市のホームページのバナー広告でございます。また、戸籍住民課や各出張所で住民票などの交付を受ける際、利用していただく窓口用封筒につきましては、広告を掲載した封筒の寄附を受けているところでございます。このほかに、市民文化ホールや医療センターの玄関マット及び市民の皆様への通知などに全庁的に使用しております共通封筒につきましては、現在、広告掲載の準備を進めておるところでございます。

また、平成15年第1回定例会から、特段広告媒体を開発しなかった理由とのことでございますが、この間、企画部が中心となって、市としての広告掲載のための要綱や基準の作成、審査のための組織、導入可能な広告の媒体の評価等を行ってまいりましたが、ホームページへのバナー広告が導入できましたのが平成18年度になりましたことは、少々時間がかかり過ぎたものと考えております。

また、これから導入が考えられる媒体といたしましては、広報紙、各種の冊子、パンフレット、税や使用料等の納入通知書送付用の封筒などの印刷物、公用車、庁舎を初めとする施設、またスポーツ施設等の命名権など、多数の媒体が考えられるところでございますが、数字としてはまだ押さえておらないところでございます。

厳しい財政状況や議員のご指摘も十分に踏まえまして、できるだけ歳入をふやすべく、今後はさらに各部署に広告媒体の導入について促すとともに、導入可能な多くの広告媒体について、各部署と連携して検討を行いまして、他市の導入実績等の状況を踏まえながら、新たな財源の確保に向けて積極的に取り組んでまいりたいと考えております。ご理解願いたいと存じます。

[長谷川大議員登壇]

●長谷川大議員 ご答弁ありがとうございました。

時間もないんであれなんですけど、表に出したくないんですかね。約束と違う。数字が出てこないんですよ。

千葉市では蘇我球技場のネーミングライツとして7350万、市政だよりが522万、ホームページのバナーが480万、年間8552万の広告収入があったということなんです

ね。それから市川、市民便利帳が 535 万、子育て支援ガイドブックが 263 万、ホームページバナーが 270 万、合計 1080 万です。こういう近隣の状況を言えなくなっちゃったんですよね、何もやっていないから。こういう状況なんですよ。全くもって何をやっているのかと。

またカメラの向こうの課長さんたちからこういう声が聞こえてきそうなんですけれども、企画部から促されて自分の課から広告媒体のアイデアを出しても、結局そこで得られた収入は全部財政課に持っていかれちゃう。だから、自分たちでやっても余計な仕事がふえるだけだから、何の得にもならないし、面倒くさいやという課長さんもいるかもしれない。

本来、課長さんであれば、もうちょっと高いレベルで、市長レベルから市の財政を見てもらいたいと思うんですけれども、ここの町の仕事の仕方からしても、この言いぐさも、人情としては若干わからなくもないというわけでございます。

広告媒体を提供して広告主からお金をいただくという作業がどれだけ大変かということは、私も民間の企業にいましたから十分わかっているつもりですし、企画部はこれまで何もしてくれなかったし、第一、この広告事業は、そのほか本来の仕事とは全く関係ない事務であるというふうに思うわけでございますけれども、今のシステムのままですと、例えばの話です、これも例えばの話ですけれども、公民館で事務改善をしようということで、それに燃えている若い職員の方がいたとします。うちの公民館は年間の利用者数が 14 万人以上だから、壁面に広告を入れて、少しでもその収入を得て、自分のいる公民館のバリアフリー化に費用を使えないかというふうに考えても、そういうアイデアを出したとしても、余計な仕事がふえることを嫌がる上司がいるわけです。で、そのアイデアというのがたたきつぶされちゃう、そういう体質なんですね。

私は、この広告事業が 4 年間全くたなざらしになって何もされていなかった最大の理由というのは、このように媒体を持つ事業課、今で言うと可能性ですけれども、自分たちで稼いだお金を自分たちで自由に使えないんじゃないかなという懸念も出てきちゃうから、そういう仕組みが実態の財政としてもあるということもありますから難しいのかもしれない。

そこで、私の方から、私自身の提案です。皆さんがどう考えるかはそっちの勝手なんだけれども、事業課が自分たちでアイデアを出して媒体を開発して、そこで得た収入というのは一般財源じゃなくて、特定財源として翌年度の事業課の収入としていくというようなプログラムをつくる。そして、ある事業課が媒体開発に手を挙げて、少しでも

市の財政を助けようと考えたなら、やっぱりそこは財政部がちょっと後押しをしてやるというようなことはどうでしょうかというふうに思うところであります。

確かに、広告の事業というのは簡単な仕事ではないんですよね。だからこそ、財政の危機を一番認識している財政部こそがこの事業推進の適任だというふうに私自身は考えております。また、既にこのように財政課が広告事業を支援するプログラムを実施している自治体もあるようです。当然、最初は苦労するんだと思うんですけども、先ほども言ったんですけども、もう既に4年前とは違って、もう日本全国のさまざまな自治体でいろいろなビジネスモデルが蓄積されてるわけですね、既に。ですから、本市の中でも幾つかの実績が出てくれば、次第に媒体を利用しない方がおかしいといった雰囲気になってくるんだと思うんですよ。（「それは最初は広告代理店やった方がいいんじゃない」と呼ぶ者あり）

ことしの夏、この庁内で、ちょっと私どもの会派の議員さんのお話だと、怪しげなライセンスのTシャツになるわけですけども、それを着ていない方がおかしいというような雰囲気がありました。木曜日になると、もうみんな着ているわけですよ。市長がリーダーシップを発揮して「着ろ」と言えば、あれぐらい浸透するわけですよ。

だから、金を稼ぐためには、もうあれぐらいなりふり構わず、ありとあらゆる媒体を利用するということを考えていただきたいと思います。

そこで、この4年間、何もしないで、どうせ長谷川なんか戻ってこないんだからといって、相手にもしてくれなかった企画部に聞いてもしょうがないんで、財政の方にちょっとお聞きをしたいんですけども、（予定時間終了2分前の合図）先ほど私が言ったこのようなプログラムの実現性についてはどのようにお考えになるか、ちょっとご見解をお聞かせをいただきたいと思います。

[財政部長登壇]

● 財政部長(上村義昭) 現在、税収入も思ったほど伸びず、また市の預貯金でございます財政調整基金の方も減少してまいりまして、継続事業あるいは新規事業、削減困難な扶助費等々の増嵩など、歳出ではふえる一方で、財政を預かる担当部としましては、毎年予算編成に苦慮しているところでございます。

今、長谷川議員の方から広告収入に関するご質問でございますが、財政状況がこのように厳しい中で、少しでも歳入の増加を図る施策を進めることは当然であると考えております。

地方公共団体は、法令等で定められた歳入で歳出を賄い、予算を執行していくことになれてしまい、みずから歳入を生み出していくという感覚に欠けているというのが現状でございます。

しかしながら、現在の厳しい財政状況や今後の行政事業の増加を考えますと、そのような姿勢では問題があるのは、ご指摘のとおりだと思います。

ご指摘のありました広告料収入をもって、一気に財政状況が好転するわけにはいかないかとは思われますが、額の多寡にかかわらず、歳入の確保に努めていく必要があること、それ以上に職員の仕事に向き合う姿勢が変わり、意識改革が進むことを考えますと、ご指摘のような努力はしていくべきものだというふうに考えております。

みずから開拓した収入の一部を各課が自由に使えるようにすることで、収入の確保に向けて各課にインセンティブが働く仕組みということでございますが、詳細は今後検討する必要があるにしても、実現は十分可能であると考えております。

今後、実施に向けて企画部門、事務管理部門と協議をしまいたいというふうに考えております。

以上でございます。

[長谷川大議員登壇]

●長谷川大議員 ありがとうございます。

カメラの向こうの課長さん方、聞いたでしょう。だから頑張ってもらいたいんですよ。それで、頑張れば、今度は自分たちがやりたいという仕事をきっちりできる可能性が出てくるわけですから、ぜひとも頑張ってもらいたいです。

知恵がないという人がいたら、僕は大学のゼミが広告論だったんですね。うちの大学の後輩のゼミに預けて研究させるのもいいかもしれないので、ぜひともよろしく願います。

どうもありがとうございました。