

とくしま“トクトク”事業の実施

徳島県

人口：800,825人

面積：4,146.55km²

担当部署：財政課

概要

限られた財源のもと、広く県民の皆様のノウハウ、パワー、ネットワークなどを最大限に活かすため、これまで以上に県の創意工夫と県民の積極的な御協力を基本とする『21世紀の新しい行政のかたち』を目指して、「ゼロ予算事業」、「県民との協働事業」、「県民スポンサー事業」を推進する。

選定理由

(総務省コメント)

資源（職員のマンパワーやノウハウ、既存の施設など）と機能（ネットワークなど）を有効に活用し、決して派手ではないが特段の予算措置を必要とせず、職員一人ひとりが創意工夫することにより、着実に住民サービスの向上を図っている事例であり、実施事業数も年々増加している点を評価し、選定した。

背景

庁内外の「徳（トク）を積んだ人材」を活用し、予算を沢山使わなくても十分納得（トク）していただける知恵と工夫を盛り込んだ特（トク）色のある事業に取り組み、その結果として財源もお得（トク）、といった「おせったい文化」を誇る徳島らしい、県民の皆様と心が通じあえるような事業を育てていきたい、という思いから事業を創設した。

平成19年度より、そもそも県職員のマンパワーそのものが、最大の予算であるという観点から、「ゼロ予算事業」を本格的に導入し、個々の職員が持つノウハウや民間団体とのネ

ットワークなどを最大限活用することで、新しく「〇〇事業何百万円」といった予算措置をせずとも、一つ一つは派手ではないが、職員の知恵と工夫を最大限に発揮することで、きめの細かい県民サービスに取り組むこととした。

平成20年度は、この発想を更に発展させ、県民の皆様との関わり合いをさらに強め、県民の皆様の主体性をより高めるため、新たに、「県民との協働推進事業」及び「県民スポンサー事業」を加えた3本柱に育てた。

具体的内容

<ゼロ予算事業>

行政サービスの提供には必ず予算を伴うとの考え方から脱却し、県職員の活動が最大の予算事業として、知恵を絞り工夫を凝らして施策を推進する。

(事業例)

◆県広報媒体交換事業◆

本県が発行している広報紙「県政だよりOUR徳島」やメールマガジン「とくめる」に他府県の情報コーナーを設け、その代わりに、他府県が発行している広報紙などに本県の情報を掲載してもらう。

◆マイバッグでお買い物推進事業◆

レジ袋削減の取り組みを県下全域に広げていくため、県下10市町村において、「マイバッグ推進とレジ袋の削減」についての講演会、意見交換会を開催した。参加した市町村、商工会、消費者団体等の関係者に対して「マイバッグ推進とレジ袋の削減」についてPRした。

<県民との協働事業>

県民の皆様の積極的な参加により、県民と行政が、また、県民どうしが協働し施策を効果的に推進する。

(事業例)

◆とくしまの森を守るネットワークづくり推進事業◆

企業やNPO等のネットワークによる民間主導の森づくり組織を育成し、放置林や里山林の整備を行う新たな「県民参加の森づくり」体制を構築する。



↑企業との打合わせ風景



↑植林活動の様子



<県民スポンサー事業>

県の施策推進に当たり、県民の皆様から、まさに「スポンサー」として、もの・お金・人材などの支援をいただき、施策をより一層強力に推進する。

(事業例)

◆国体応援キャンペーン◆

「国体応援キャンペーン」は、県体育協会と連携し、県内の各小売店等のキャンペーン協賛店を募集し、各競技団体が推薦する「県代表国体候補選手」に「国体強化指定選手証」を発行し、協賛店で「選手証」を提示すれば各店独自の割引等のサポートを受けることができる事業。

◆県立図書館応援事業◆

県民に多くの雑誌を提供するため、雑誌の購入費用を負担いただくかわりに、提供雑誌の最新号と雑誌架にスポンサー名を表示し、同時に最新号裏面に広告を挟み込むことができる事業。

事業数の推移

	平成 19 年度	平成 20 年度	平成 21 年度
ゼロ予算事業	75	81	92
県民との協働推進事業	—	21	29
県民スポンサー事業	—	18	21
計	75	120	142

取組中の課題・問題点

<ゼロ予算事業>

◆県広報媒体交換事業◆

自治体間で広報媒体を交換することについて合意することが必要となるが、自治体によって融通できる紙面に差があることや、昨今の厳しい財政状況から広報紙の発行回数等を削減する自治体がある中で、交換するスペースが確保できるかどうかは課題である。

◆マイバッグでお買い物推進事業◆

関係者、関係団体が広範囲であり、地区内の商工関係事務所及び消費者団体全てを参集させることが困難である。

<県民との協働推進事業>

◆とくしまの森を守るネットワークづくり推進事業◆

景気の悪化により森づくりに資金面で協力頂ける企業等が減少傾向にあるため、ネットワークの拡大に向け、働きかけの強化や、企業側のメリット・インセンティブの付与等が必要となっている。

<県民スポンサー事業>

◆国体応援キャンペーン◆

20年度には、徳島県運動用具小売商組合加盟店が中心となって事業をサポートしていたが、『地方の小売店では選手の利用が少なかった』等の理由から、組合としての協賛は廃止となった。本年度は、協賛店やスポーツ関連店に限らず、公募により、栄養サポートや心理サポート等の観点から飲食店や映画館等へ拡大して協力店を確保した。選手には好評であるが、協賛店を確保することが難しい。

工夫点

<ゼロ予算事業>

◆マイバッグでお買い物推進事業◆

会場借上代、講師謝礼等全ての経費がゼロであり、市町村及び公民館の会議室を利用。また、講師についても、別事業の講師と合わせたり、担当者が務める等経費が掛からないように工夫した。

<県民との協働推進事業>

◆とくしまの森を守るネットワークづくり推進事業◆

森づくりを協働して実施する箇所の情報について、県が積極的に提供し理解を得ることと、企業やNPOが参画しやすい環境を整えた。

<県民スポンサー事業>

◆県立図書館応援事業◆

職員各自の人脈等を出し合った。また、スポンサーの開拓（電話・訪問）・説明等、マニュアルを作成して対応を統一した。

効果

<ゼロ予算事業>

◆県広報媒体交換事業◆

新たな費用をかけずに、紙面交換先の各世帯に対して本県の情報を発信することができるとともに、交流促進を図ることができた。県民に対して、これまで以上に幅広い情報を提供することで、広報紙等としての魅力アップに繋がった。さらに、メールマガジンの読者層を広げることができた。

<県民との協働推進事業>

◆とくしまの森を守るネットワークづくり推進事業◆

平成20年度は、NPO団体からのボランティア労力の提供、企業等の資金提供（5社、150万円）を受け、県内で6ヘクタールの植林活動が実施できた。

<県民スポンサー事業>

◆国体応援キャンペーン◆

- ・キャンペーン協賛店数 16 店(20 年度) → 20 店(21 年度)
- ・国体成績(天皇杯順位) 47 位(19 年度) → 43 位(20 年度) → 40 位(21 年度)

住民(職員)の反応・評価

<ゼロ予算事業>

◆県広報媒体交換事業◆

他府県住民からは「徳島へ渦潮見学に行きます」とのご意見をいただいたり、紙面をきっかけに徳島でのイベントに参加いただくなど、PR 効果が十分うかがえるとともに、本県住民からは「もっといろいろ取り上げて」と広報紙の魅力アップに評価をいただいている。

<県民との協働推進事業>

◆とくしまの森を守るネットワークづくり推進事業◆

厳しい地方財政状況が続く中、行政だけではなく、県民が力を合わせて森づくりを実施しようとする意欲や、森を次世代に引き継ごうとする環境意識の高まりが図られた。

<県民スポンサー事業>

◆県立図書館応援事業◆

取り組みが報道され、図書館の資料費に対する新聞の投書が相次いだ。

フォローアップ

<ゼロ予算事業>

◆マイバッグでお買い物推進事業◆

県の環境施策及びとくしま環境県民会議事業を通じて、県下 10 市町村での取組団体の組織化等を支援していく。

<県民との協働推進事業>

◆とくしまの森を守るネットワークづくり推進事業◆

平成 21 年度から、「とくしま協働の森づくり事業」へと発展させ、企業向けに「CO₂ 吸収量証明書」の交付や、県民・グループに対し「CO₂ 吸収貢献カード」を発行するなど取り組みを強化した。

<県民スポンサー事業>

◆国体応援キャンペーン◆

各協賛店へのあいさつまわり。

今後の課題

<ゼロ予算事業>

◆マイバッグでお買い物推進事業◆

行政機関・事業所・消費者団体で構成される「マイバッグ推進・レジ袋削減実行委員会」を市町村レベル及び県レベルで組織化していく。

<県民との協働推進事業>

◆とくしまの森を守るネットワークづくり推進事業◆

事業を発展させた結果、取り組みに参加しようとする企業・NPO・県民等が着実に増加しており、新たな参加者の貢献意欲を持続させていくために、引き続き魅力的な仕組みが必要。

<県民スポンサー事業>

◆国体応援キャンペーン◆

民間のトレーニングクラブや、大学・企業のスポーツ施設利用など、トップアスリートが競技に打ち込める環境づくりに取り組む。

今後取り組む自治体に向けた助言

<ゼロ予算事業>

◆県広報媒体交換事業◆

本来は県政情報を県民に伝えるために発行している県広報紙であるが、これを「価値の高い広報資源」として着目・活用することで、県外への情報発信及び交流促進、広報紙の魅力アップといった「一石三鳥」の効果が期待できる。

<県民との協働推進事業>

◆とくしまの森を守るネットワークづくり推進事業◆

平成20年10月に「地球温暖化対策推進条例」を制定し、県民や企業が協働した森づくりの推進を位置づけた。条例と事業をリンクさせることで、事業効果がより発揮されると思われる。

<県民スポンサー事業>

◆国体応援キャンペーン◆

県内でアイデアを集約し、県全体としてコンテンツを絞り、窓口を一本化した上でスポンサーへの協力依頼をするべきであると思う。

アドレス

<http://www.pref.tokushima.jp/>