



第1委員会視察研修報告書 2016年7月26日～28日

小長谷順二

東日本大震災で犠牲者ゼロだった洋野町の防災対策

岩手県の沿岸最北に位置している洋野町では、東日本大震災の津波高は10mを超えました。しかし、沿岸住民の避難対応がよかったことや津波到着まで約40分程度の時間があった事、そして役場所在地の種市には高さ12mの防潮堤があったことで三陸沿岸の市町村では唯一、人的被害がゼロでした。しかし基幹産業である漁業は、漁場、漁業施設等に壊滅的な被害を受けました。

同町では昭和三陸津波が襲った3月3日に毎年、早朝に防災訓練を実施してきましたが、参加者が年々減少することをうけ、消防署が中心となり、2006年から防災訓練の在り方を見直してきました。

住民アンケートを行い、訓練を日曜日の日中に変更し、07年には消防団員の退避行動や08年には低地に続く町道の道路閉鎖が、訓練のメニューに加わり、それが消防団員の意識を変えました。「数年前までは、地震後も沿岸で潮位を見守る団員もいたそうですが、消防団が率先して退避すれば住民も必死に逃げるはずだ」という方針を打ち出し、訓練で「逃げる」ことを徹底してきたのに加え、08年以降、各地で設立された自主防災組織の活動が、住民意識を高めてきました。

防潮堤の整備されていない八木北地区の自主防災組織は、高台に上る避難路の除草や整備を行ってきました。避難路の掃除は、逃げる道筋を頭に焼き付けるのに役立ったそうです。過去の大津波の経験者から話を聞く場も設け、「かつて津波で多くの犠牲者を出した八木地区では“逃げるが勝ち”という意識が強い。自主防には全戸が加入し、顔が見える関係を構築したことが、今回の避難で生かされた」ということでした。

防潮堤というハードに頼らず、住民の命を守った八木地区の活動では、教訓に学び、それを生かす訓練がいかに大切かということでした。

被災後の八木地区では県が防潮堤の整備を実施しています。その規模はTP12m、延長は420mで、財源は社会資本整備交付金で行っています。

障害者の対策としては、現在、災害時要援護者支援計画の策定に取り組んでおり、全体計画は今年度中に、個別計画は来年度中に策定する予定になっています。

まちを守る津波対策は発災後の津波到着時間と地形や地域産業等でそれぞれ異なっており、伊豆市でも現在「海と共に生きる観光防災まちづくりみんなで考える会」でワークショップを開催しています。今年度中に伊豆市“海と共に

生きる”観光防災まちづくり推進計画(案)の答申を行っていく予定です。いつ起こるか分からない大地震に備え、推進計画の策定と計画の実行を望みます。

### 岩手県久慈市議会報告会・がだって会議

NHK朝の連続テレビ小説「あまちゃん」の舞台となった岩手県久慈市は、議会改革の取り組みが評価され、第9回マニフェスト大賞で全国2,223件の応募の中、優秀成果賞を受賞しました。

久慈市議会では2014年3月14日に「じえじえじえ議会基本条例」を制定し、抽象的かつ内容も難しい議会基本条例について、市民に親しみやすくするため、条例前文に方言を用いた。市民にとってだけでなく、各議員にとっても方言化を試行錯誤するなかで条例が自分たちのものであるという実感を高めています。議会基本条例のなかでは、議会報告会の開催の他、常任委員会及び特別委員会の正副委員長の所信表明を行うこと、ICTを積極的に活用すること、そして市民と議会が協働する場としてワールドカフェ形式の“かだって会議”を設置すること等を定め、実践しています。

各自治体の議会報告会の現状は、報告内容や、特定の人だけが話して、他の参加者が発言できずに終わってしまうこと、行政に対する不満や陳情要望に終始してしまうこと、そして参加者数の伸び悩みなど、いろいろな課題ができています。

久慈市の議会報告会では、今年度の取り組みとして、従来の対面式から“かだって会議”のようなワークショップに近い形式で「ギカイと語ろう“しゃべり場”」を企画しています。

かだって会議は、話し合いの手法を～ワールドカフェ・スタイル～としてカフェのようなオープンでリラックスした雰囲気の中で、各テーブル4～5人単位のグループをつくり、組み合わせを変えながら話し合いを進めていきます。

議員がテーブルファシリテーター（ホスト役）となり、市民メンバーを迎え入れ、議員は喋りすぎないように事前に模擬練習を行い、参加する市民メンバーは無作為抽出の形で募集をしています。

また、久慈市議会では平成27年4月から通年議会性を導入しています。一般的にそのメリットとしては、常に活動できる状態にあるので、突発的な災害等が発生した場合にも迅速に対応できること。時宜に叶った適時適切かつ柔軟な委員会の活動等ができる事。本会議や委員会等の日数・時間が増え、充実した審議が行える事などです。

デメリットとしては費用弁償等、議会開催の経費が増大すること。議員の発言取消・訂正権の問題や会議録の確定と調整作業の問題などが挙げられています。

す。この制度の導入にはいくつもの検証が必要になってきます。

伊豆市議会でも本年の3月に伊豆市議会基本条例を制定し、5月に市内4カ所で議会報告会～みんなで語る会～を実施しました。議員全員で行った初めての報告会でしたので、いろいろな課題もみえてきました。議会報告会実行委員会、全員協議会等で課題の洗い出しをおこない、いろいろな世代の人たちと、町の問題や課題はどんなところであって、この町をどんな町にしたいのか、前向きに楽しく、課題解決に向けた話し合いができるような報告会を目指して行きたいと思います。

### 岩手県一戸町 デマンド交通「いくべ号」

一戸町では、急速に高齢化が進んでおり、以前に比べ公共交通の担うべき役割が増大してきていましたが、人口減少に伴い、各交通事業者とも採算性の観点から事業を縮小せざるをえない状況も見受けられます。しかも昨今の自治体財政事情から補助金が抑制され、公共交通の維持が困難になってきており、その影響は特に交通弱者と言われる高齢者などに及ぶと考えられます。そこで持続可能な交通体系を構築し、今後とも地域住民の足を確保するため、利用者の予約に基づくデマンド交通を導入し、住民の利便性の向上を図るとともに、町のにぎわい創出による活性化を図る目的としています。

新たな交通手段として、デマンド型交通について、平成13年頃から勉強を始めていました。特に高齢者に好評という点が町の求めに合致すると考えたが、事業の継続性や経済波及効果等、他自治体事例をそのまま導入することは困難でした。その後、平成15年度に老人クラブの会員1400人にアンケートした結果、76%の方が「自ら移動する交通手段を持っていない」と回答があり、17年度にデマンド型交通導入のための調査を実施すると共に町内の交通事業者と意見交換会を実施しました。

平成18年度～19年度に、町内の老人クラブや商業者、学校関係者、交通事業者等からなる「一戸町におけるデマンド型交通検討委員会」を立上げ、先行自治体の視察等も行いながら協議を重ね、デマンド交通に対する理解を深めつつ、並行して行政と交通事業者からなる組織で事業主体としての有限責任事業組合の可能性について検討しました。その結果、平成20年10月に町・町内タクシー事業者3社・バス事業者1社の計5者の共同出資により「有限責任事業組合一戸町デマンド交通」設立しました。

出資金3,000万円（町：2,800万円 各事業者50万円）、従業員3名（正社員1名、パート2名）、事務所は役所庁舎となり旧保険センター内とし、町内3エリア（中学校区）に区分して、ジャンボタクシー（10人乗り、運転者含む）4

台で運行しています。運賃は同一エリア内 1 回の乗車につき 300 円。エリアを超えるごとに 200 円加算、チケットで支払いをします。運行日及び運行時間は、月曜日～金曜日、午前 7 時～午後 4 時までです。

利用方法は申請により予め利用登録し、利用カードを発行作ります。そしてチケットを購入し、電話等で予約をして利用します。登録者数は 2,516 人（H28.4.1 現在）。

H21 年度からコミュニティバスを廃止して路線バスとデマンド交通で住民の足を確保しています。

伊豆市に於いても集落中心拠点から伸びる支線については、地域ごとの特性や交通手段の現状に応じてバスに替わる公共交通形態としてのデマンド交通の検討の必要性を感じました。

### 盛岡ブランド推進事業

盛岡市では、平成 18 年 1 月に盛岡ブランド推進計画を策定し、盛岡の価値や魅力を盛岡ブランドとして開発し、その普及啓発に努めてきました。

盛岡ブランドの開発に取り組んだ背景としては、近年、人口減少、少子高齢化の進行、地方分権の進展などにより、地域間競争が激化する中、本市が「訪れたいまち」、「暮らしてみたいまち」、「住みつけたいまち」として、市内外の人々から「選ばれるまち」になるため、盛岡の歴史、自然、景観、風土、特産品、文化、先人など、あらゆる角度から、盛岡に誇りや愛着をもち、生活することを目指し取り組んできました。

平成 27 年 3 月に第 2 次盛岡ブランド推進計画を前計画の成果と課題を踏まえ策定をしました。トップキャッチコピーやロゴマークなどの基本的なコンセプトは継承し、まちの魅力を効果的に市内外に発信し、まちの認知度や魅力度の向上を目指す「シティプロモーション」を新たな視線として加えました。

市民・事業者の意識共有『市民への普及啓発の強化』として“盛岡ブランドフォーラム”の開催、“盛岡もの織り検定”の実施、“もりおか暮らし物語”読本の発行などを行っています。

児童・生徒への普及啓発の強化としては、総合的学習の時間での地域学習や、児童・生徒用のリーフレットの共同作成に取り組んでいます。

事業者への普及啓発の強化として、特産品の認証制度の改善を行っています。

情報発信の強化の取り組みとしては、職員の広報活動に関する行動指針である「盛岡市広報戦略指針」に基づき、ソーシャルメディア等の新たな広報・情報媒体の積極的な活用を図るほか、転出者や首都圏等に在住する盛岡出身者等、盛岡に関わりがある人をキーパーソンとする、人と人との繋がりによる盛岡の

魅力の発信に取り組んでいます。

推進体制として盛岡ブランドは次の 3 つの組織を中心、関係団体や市民の皆さんとの幅広い協力、連携の下に推進しています。

1. 盛岡ブランド推進戦略会議
2. 盛岡ブランド市民推進委員会
3. 盛岡ブランド推進本部

◎盛岡ブランドの目指す成果は、市内外における盛岡の魅力度の向上、盛岡というまちに愛着を持つ市民の増加、そして来訪者（観光客、修学旅行生）の増加です。

地域ブランド調査 2015 ランキングで盛岡市は 1,047 地域で 63 位でした。伊豆市のランキングは 23 位です。当市のランキングの現状をどのようにみるのか、議会としても今後の推進事業の政策提案に努めていくべきだと思います。