

総務委員会行政視察報告

日 程：平成 24 年 10 月 30 日（火）～平成 24 年 11 月 1 日（木）

視察先：北海道函館市、埼玉県さいたま市、東京消防庁世田谷消防署

参加者：宮川誠子、池田隆興、大江弘康、高橋典弘、小川宏子、赤木達男、中曽義孝、下村昭治
執行部職員 3 名、事務局随員 1 名

● 北海道函館市（10月30日、10月31日）

【人 口】280,035 人

【面 積】677.95 k m²

【財政力指数】0.48

◆視察事項 「市民活動支援について（函館市地域交流まちづくりセンター）」（10月30日）

1 函館市地域交流まちづくりセンターの設置目的

NPO・ボランティアなどの市民活動を積極的に支援し、市民への交流の場の提供、市民活動団体及び観光情報など地域情報の提供・発信を通じ、地域のコミュニケーションやまちづくり活動をサポートする。

2 施設の概要

【構造】 鉄筋コンクリート造 地上1階、地下5階 延床面積 7,418.86 m²

【沿革】 大正 12 年 丸井今井呉服店函館支店として、3 階建てで建築し、昭和 5 年増築。

昭和 44 年 市が土地建物を購入、翌年から市役所分庁舎として使用

平成元年 市の景観形成指定建築物等に指定

平成 19 年 4 月 函館市地域交流まちづくりセンター設置

3 事業運営

(1) 指定管理者：NPOサポートはこだて

(2) 組織体制：常 勤 6 名 センター長 1 名、副センター長 3 名（情報発信統括 1、総務経理統括 1、利用管理統括 1）
職員 2 名（事業管理 1、受付管理・会計 1）

非常勤 5 名

(3) 事業費

支出 2 億 3,289 万円（H22 年度～H26 年度の 5 年間）（※4,657 万円/年）

（人件費 1 億 2876 万円、事業費 1394 万円、光熱水費 2625 万円、維持管理費 5669 万円、事務費 725 万円）

収入 2 億 3,289 万円（H22 年度～H26 年度の 5 年間）（※4,657 万円/年）

（委託料 2 億 1239 万円、利用料 2050 万円）

4 事業展開

(1) 主な事業内容

①市民活動支援事業：講座開催、情報収集、情報発信、相談業務等

②社会参加促進事業：生涯学習、ボランティア、リーダーバンク

③移住サポートデスク：移住者と市民の交流、情報発信

- ④提案事業：情報発信、情報誌発行、おすすめ散策ルート、歴史と祭事コーナー運営、各種講座開催、喫茶（1 階 café ）運営（委託）等
- ⑤自主事業：講座開催、備品貸出等
- ⑥総合窓口：情報の一元化

(2) 利用状況

開館時間：午前 9 時～午後 9 時 休館日 ：12/31～1/3
平成 23 年度入館者数（4 月～3 月）128,840 人
※1 か月平均 10,737 人



5 主な事業内容

(1) 1 階 情報発信施設

- 市内の社会福祉施設で作ったパン、雑貨等の販売コーナーを設置
- マルシェ（物産市）：カフェ定休日の水曜日に開催。少しでも多くの方にセンターに来ていただくとともに、にぎわいを創出
- パンフレットコーナー：函館市の観光パンフレットだけでなく、近隣市町村、北東北 3 県のパンフレットを置き、年間 7 万人程度の観光客がセンターを訪問
フリーペーパー、市民活動団体のイベントチラシも充実
- 市民活動団体に関する情報をフリーペーパー、コミュニティ FM と連携しながら、ホームページで積極的に情報発信

(2) 2 階 市民交流施設

- フリースペース、研修室：イベント、講演会、作品展、各種講座で利用

(3) 3 階 市民活動支援施設

- 印刷室、パソコン、会議室、貸ロッカー：活動に必要な機器、スペースの確保
- 1 2 区画の事務ブース：市民活動団体の事務所として利用（4 m²月額 3000 円）
- センター長が作成した「事業評価の方法」、「効果的な会議の進め方」、「組織改革ためのワークショップの手法」、「効果的なチラシ作成法」などを個別に文書にまとめておき、市民活動団体が困った時、ケースに応じて使用できる「まちづくりの宝箱」を設置
- 市民活動団体のデータベース機能：センターを利用する 200 を超える活動団体の運営規約、活動実績（新聞スクラップ）等がファイリングされており、自由に利用できる。
- 市民活動団体相談窓口：市の、生涯学習部門・ボランティアセンターと連携したボランティア、NPO に関する相談、各種活動の紹介を行う「まちのチカラサポートデスク」
- 市内 8 大学の学生の活動・研究

(4) その他（センター長説明から）

- センターは、特定の分野に特化せず、教育、福祉、NPO などあらゆる市民活動団体について、「中間支援する組織」として機能している。
- センターの役割の一つは、「点」の市民活動団体を「つなぐ」こと。センターのスタッフが支援、連携のコーディネーターとなる。
- 利用者の意思をできるだけ反映させたい。
- 飲食、飲酒、喫煙は自由。トラブルになったことはない。

【委員の感想】

- センター長の発想、工夫、やる気が利用者増に結びついている。まちづくりセンターの掲げる、「皆さんの宝探しの場所として、「ノー」や「分かりません」とは言わない」、「多くの願いをかなえられる場」、「もっと良いやり方を求め進化する場」、「来庁者に居心地の良い場所」などのテーマや、情報発信などの着眼点について見習う点が多い。
- 地域のさまざまな課題を解決・サポートする機能は、多くの事例にきめ細やかに対応されている。自由な発想のもと、色々な仕掛けがあり、大いに参考となった。
官の言う、公平公正の固い型にとどまらず、民意を吸い上げる様が多く見て取れた。
- NPOやボランティアなどの活動の場、市民の交流の場、地域情報の発信の場として様々な市民の方々に利用されていて活気のある施設だったが、説明された丸藤センター長の熱意によって運営されているという印象が強かった。
- 丸藤センター長を中心にスタッフ11名で、朝9時から夜9時まで利用できる。主な事業の中で、生涯学習支援（月1回）は子ども対象が多い。運営委員長は当時19歳の女性、現在22歳。全て独自の発想で取り組み、平成23年度入館者は128,840人（月平均10,737人）行政がタッチしないことで、責任を持って豊かな発想で運営されている。
- 改修した分庁舎の活用について検討を重ねた結果、市民活動支援の取り組みの拠点として、地域交流まちづくりセンターが設置され、指定管理者としてNPOサポートはこだてが管理している。600を超えるNPO等団体のうち、200を超える団体がこのセンターで活動している。常勤6名と非常勤5名で5年間の人件費1億2,876万円には驚かされた。一番は、丸藤センター長の器の大きさと行動力には感心させられた。
- 施設は、1階を情報発信フロア、2階を市民交流フロア、3階を市民活動支援フロアと位置づけ、多様なグループ活動、個人活動を下支えできる要件を満たしていた。もちろん、市、コミュニティFM、フリーペーパーなどと連動し市民に多くの情報を発信できる市民活動基地となっている。特筆すべきは、アイデアと発想の柔軟な対応にあり、より効率的な市民活動をサポートできるよう、市が多く介入することなく指定管理費の許す範囲内で管理者が自由に運営しているところであり、今後本市の事業展開にあたり参考にしなければならない。本市の今後の課題として、NPOやボランティア団体、4大学の学生共同事業など様々な市民活動を誘導しなければならないため、早期に市民活動支援センター機能、情報受発信機能、学生会館機能、市民交流機能などを一括する市民活動拠点の設置を急ぐべきと考える。
- まちづくりセンターのセンター長の発想・行動力が素晴らしい。地域の中には有能な人材が存在しており、要は、その人材を活かすか否かという事だ。ある意味、破天荒で行政の常識とかけ離れたこのような人材を登用する函館市及び市長が素晴らしいと感じた。
- 一市民、民間人の立場で地域おこし、まちづくりに関わってきた人材を活用した「函館市地域交流まちづくりセンター」の運営は学ぶ点が多かった。感性豊かで個性的なマンパワーにもよるが何よりも、行政からの過ぎた干渉・関与が控えられていることが、課題やニーズに即したフレキシブルでタイムリーな企画や運営が行われる要因だと思った。市民協働のまちづくりを進めるにあたって、埋もれた人材を発掘し、登用・活用する行政の柔軟性が必要と感じた。

◆視察事項 「シティプロモーションについて」(函館市 10月31日)

1 事業概要

- (1) 事業名：はこだてブランド映像制作事業「はこだてCM放送局 ～HakoTube～」(H20～)
- (2) 目的：函館の観光入込客数が漸減している状況(H10：539.2万人→H19：481.8万人)を踏まえ、従来のポスター・パンフレット・ビデオ等の作成や観光キャンペーンの他に、新たな情報発信ツールを開発し効果的なプロモーションを行うことで入込客の増を狙うことが必要とされていた。このため、特にインターネットを頻繁に利用する若者をターゲットに、独創的で先見性のある観光資源情報を、1分間程度の短編映像によりYouTube上で配信することとした。
- (3) 制作条件等：コンペ方式により、1分間程度で観光情報を紹介する映像を30本以上制作し、インターネットの無料動画配信サービスを利用し配信する。
※受託した業者に「自由に作成するよう」市から指示
- (4) 事業期間及び委託料等

年度	H20	H21	H22	H23	H24
委託料	228万円	200万円	164万円	244万円	299万円
動画配信本数(累計)	34	19(53)	12(65)	13(78)	11(89)

(5) 動画の種類・概要

- ①イカール星人②行きたい!③知りたい!④観たい!⑤食べたい!⑥住みたい!

- ・①のイカール星人シリーズ(通算5本)が特に人気となった。

あらすじ：イカの姿をした宇宙人「イカール星人」は、イカばかり食べる函館を憎み、イカ型ロボットで侵略を始めるが、函館のランドマークである五稜郭タワーがタワーロボットに、函館山・五稜郭も宇宙戦艦・要塞に変身し、函館を防衛する。(高度なCGを使い、面白く迫力ある映像であると同時に観光資源をキャラクターに活用している。)

- ・②～⑥では、函館の名産品、イベント、観光スポットなどを紹介

2 事業効果等

(1) 動画配信回数(H20.12.1～配信開始)

H21.3.23	H21.5.31	H21.11.31	H23.8.4	H24.6.31
約29万回	約63万回	100万回突破	200万回突破	約230万回

※H24.6.31現在230万回中、イカール星人シリーズのみで約158万回配信

(2) 配信回数増の理由

- ・受託先がコンペで、プレスへのリリースに力を入れるとしており、H20.12にプレスリリースを行い、1か月間に3回、100社のマスコミに宣伝用の画像を収録したCDを含め資料を送った。最初にインターネット上で話題になり、H20.12に角川グループ映像コンテスト最高賞(応募総数3100作品、パフォーマンス部門最優秀賞)を受けたことで、道内の地方紙、全国紙、東京のテレビ局の順に報道され、爆発的に視聴回数が伸びたと考えられる。その後、コンテストで受賞するたびにプレスリリースを行い、宣伝を繰り返した。「インターネット上の映像配信は作っただけだと見てもらえない。お知らせしなければいけない。」との説明を受けた。

(3) 関連事業

- ・ H21. 6. 1～30 街頭ビジョンで放映（新宿アルタビジョン、仙台アオバビジョン）：199.5 万円
- ・ H21. 6. 22～28 JRトレインチャンネルで放映（山手・京浜東北・中央各線）：420 万円

(4) その他

- ・ H22 年度に、市でイカール星人の着ぐるみを購入し、各種PRに活用
- ・ 次年度以降は、制作した映像を活用した事業展開を行いたい
- ・ 参考情報：函館市は、地域ブランド調査 2009 において、「魅力度ランキング」初の全国 1 位（前年 2 位）となり、全国で最も魅力的な地方自治体となった。（同調査の一部である「行ってみたい観光地」でも全国 1 位を獲得している）

【委員の感想】

- 業務委託した民間事業者が作成した「イカール星人」シリーズの映像を通して観光客の誘致に成功している。本市も何を「核」にして情報発信するのが「キー」となるが、メディアを通じ、何を「ターゲット」に進めるかが今後の課題と思われる。シティプロモーションの 1 つの成功事例として参考となった。
- 函館の観光客が漸減していることで、職員が積極的にキャンペーンに取り組んでいる。特に YouTube 上で配信したイカール星人が話題になり、観光キャラクターとして活躍。昨日のセンターにも通じることだが、一人ひとりが責任を持ち、互いを信頼する風土を感じた。
- シティプロモーション事業は、観光ブランド推進課を新たに設置し取り組んでおり、観光ブランドとして、函館の歴史、海産物、異国情緒を観光の目玉としており、観光ガイド役のイカール星人を函館のマスコットとして全国に函館観光をPRしており、ユニークな発想に感心する。
- イカール星人というイメージキャラクターをその中心に据え、プロモーションも多角的に展開していく手法には、民間事業者のノウハウの良さもあるが、行政としてその自由度には、将来を見据えた想いにしっかり立脚しているように感じ入った。広く民間の意見を行政に反映させる手法には参考にする点が多くあった。
- 函館市は人口 28 万人、歳出決算額 1300 億円のうち 3 億円が観光に関わる予算で、初めてユーチューブを利用したPR方法は注目したい。
- 函館市は、全国が注目する新たなシティプロモーションを展開している。その 1 つが当該事業である。従来式の広告手法から、新たな情報発信ツールであるインターネットを使ったメディア戦略により、効率的・有効的・合理的にシティプロモーションを行っている。もちろん、「安い経費でより効果を出す」考え方が今の発想になっていると感心する。1 分程度の短編映像を YouTube 上で配信する発想は実に先進的であり、「イカール星人」シリーズは各関係者を驚かせた。再生回数 200 万回以上など話題性が話題性を呼び、マスコミ、メディアの注目の的となり、数億円を超える宣伝効果となっていると考えられる。函館市職員の発想力、頭の柔らかさが成功をもたらしている。既成概念では自治体競争に勝てない。自由な発想から ICT 利活用など今の時代に最も効果をもたらす手法を模索し、情報発信する大切さを改めて確認させていただいた。本市も多いに参考にするべきである。
- ユーチューブの活用、イカール星人などの観光戦略が成功しているが、そこに至る発想が素晴らしい。プレスへのリリースに力を入れるのがコツだとのこと。マスコミ等を有効に活用し、また、イカール星人を生み出した民間事業者を発掘するなどの民活が上手だと感じた。発想力である。
- 「イカール星人」のキャラクターとストーリー性は別として、まちの特性を活かしたプロモーションには、意外性の発揮が必要なのかも知れないと感じた。

●埼玉県さいたま市（11月1日）

【人 口】1,216,892 人

【面 積】217.49.24 k m²

【財政力指数】1.03

◆視察事項 「行財政改革の取り組みについて」

1 「さいたま市行財政改革推進プラン2010」の概要

◆理念：「すぐ実践！日本一の行財政改革」をスローガンとし、できることからすぐに実践し、生産性の高い都市経営を推進することによって、「日本一開かれたまち 日本一身近ではやい行政 日本一しあわせを実感できるまち」を実現する。

そのための3つの柱として、「見える改革（開かれた市政への改革）」「生む改革（創るための改革）」「人の改革（挑戦する意識への改革）」を掲げる。

※3つの基本目標は互いに連動し、スパイラルアップ（相乗効果）しながら進化

◆プランの位置付け：プランは、本市の上位計画である「さいたま市総合振興計画」及び「しあわせ倍増プラン2009」を推進する“エンジン”であり、これらを下支えするためのプランと位置付ける。（※しあわせ倍増プランは、市長マニフェストによるもの）

◆計画期間：平成22年度（2010年度）から平成24年度（2012年度）の3年

◆目標指標



◆改革プログラム事業 192 事業：見える改革 68 事業 生む改革 98 事業 人の改革 26 事業

◆評価体系の特徴：次の外部評価を実施

①行財政改革有識者会議による評価 ②行財政改革市民モニターによる評価（33 人）

③行財政改革公開審議による市民委員及び市民モニターからの意見聴取

※市民参加型行財政改革として PR している。

2 行財政改革推進本部主要事業（抜粋）

(1) 公共施設マネジメント推進事業

○概要：多くの公共施設を保有し、今後、大規模改修や建替えの大きな波が訪れるさいたま市において、「これからの 100 年を見据えた公共施設の再編成を行い、安心・安全で持続的な施設サービスの充実を目指す。

○大方針：「さいたま方式」の次世代型公共施設マネジメントの確立・発信

- ・全公共施設を対象　・トップマネジメントによる推進
- ・財政と連動　・市民との問題意識の共有・協働推進　など

○全体目標：目標を守り「なるべく我慢」しながら、「できるだけ工夫」する

【ハコモノ三原則】

- 新規整備は原則として行わない（総量規制の範囲内で行う）
- 施設の更新（建替え）は複合施設とする
- 施設総量（延床面積）を縮減する（40年間で15%程度の縮減必要）

【インフラ三原則】

- 現状の投資額（一般財源）を維持する
- ライフサイクルコストを縮減する（長寿命化、計画的・効率的改修更新、民間活力の活用）
- 効率的に新たなニーズに対応する（バリアフリー、環境、防災など）

○具体的施策

- ・建物、インフラ、土地等の全公共施設を対象に実態調査を実施し、将来コストを試算
- ・公共施設の適切な維持管理を行う公共施設マネジメント計画を策定

(2) 提案型公共サービス公民連携制度

○概要：市が実施している事業について、企業・各種団体など民間からの知恵とアイデアの提案を求め、委託・民営化等による公民連携の提案を募集する。市が実施するよりもコストやサービスの質の面で優れている提案を求めている。現行の事業をそのまま引き受ける委託先の募集ではない。

○対象事業：提案の対象となる事業は、市が指定する特定の事業

H24 モデル実施　催事情報システム、区ガイドマップ作成、介護の日フェスタ、校庭芝生化事業【維持管理】等　10事業を募集→6事業で提案あり

○提案から事業化への流れ

- ①学識経験者等で構成する審査委員会で次の審査を実施し、市に報告
 - ・提案書の書類審査→ヒアリング(詳細内容・疑問点確認)→再審査(実現性、費用対効果、創意工夫等)
 - ②市が事業化を決定し提案者全員に検討結果通知
 - ③事業化決定提案は、改めて事業者を募集し、随意契約、プロポーザル方式、競争入札のいずれかの方法で選定後、実施
- ※すべての提案が事業化されるものではない。
- ※提案の独自性などを踏まえて、事業者の選定方法を決定

【委員の感想】

- 市の現状と課題を指標とグラフで明確に分析し、行政と市民が意識と情報を共有することで「見える改革」に取り組まれている。また、「1円たりとも税金を無駄にしない」無駄の削減、知恵と工夫による選択と集中により目標値を決めた「生む改革」に取り組まれている。こうした取り組みを職員一人ひとりが当事者意識を持ち、日常的に改善改革を行う「人の改革」を図りながらスパイラルアップされている点は実に参考になった。
- 行政改革　すぐ実践！　日本一の行政改革を理念に、見える改革・生む改革・人の改革を理念に掲げ、職員の意識改革が進んでいる。ここでも市民のモニター制度を取り入れており、大変参考になった。生産性の高い都市経営は本市も見習っていかなければならない喫緊の課題である。国際展開の支援事業においては、市の積極的な取り組みに驚いた。これからはどの自治体

も殻を破る挑戦が必要だと思う。

- 行政改革の取り組みは、行政改革プラン 2010 によって進められており、①見える改革②生む改革③人の改革を目標指標として、具体的な数値を示しながら改革に取り組まれている。また、公共施設マネジメント計画の今後 100 年を見据えた公共施設の再構成の取り組みに感銘を受けた。
- 市民とともに実践する“しあわせ倍増”に向けての創造的改革に向け進化している様子が非常によく理解できた。行政コストのデータバンクを綿密に作成され、その中で弱点を整理し、近い将来くるであろう地方自治のあり方を見据えて、税收アップにつながる施策を実践されていることは見習う必要があると感じた。
- 見える改革、生む改革、人の改革の 3 つ目標を掲げ、その数値目標を設定して常に検証し、市民モニター、外部評価制度を設けてチェックしている点は参考にすべきである。
- 「さいたま市行政改革推進プラン 2010」に基づき、見える改革、生む改革、人の改革を柱に行政改革が行われていた。内容は本市の行政改革と変わらないが、「行政改革推進本部」が設置され、ガバナンスの効く体制づくりは、全庁的取り組みの徹底化を促進していると考える。
「行政改革推進本部」が行う①行政改革推進事業②公共施設マネジメント推進事業③事務改善推進事業④民間力活用事業の 4 つの柱が縦軸、横軸とも機能して推進されるためには、市長直轄の推進会議で指揮命令系統が徹底されており、これが有効に機能していると考えられる。
政令指定都市であるため、事業内容、規模については県と同じ機能図式となっているため参考にしにくい、本市の欠点であるガバナンス改革は早期に実現すべきと改めて感じられた。
- さいたま版行革は、市長の肝入りで、市長直轄部局を作り、徹底的な市民参加型行革を行っている。似たような行革は全国にあるが、さいたま市の場合は似て非なるものと感じた。それは市民モニター制度など市民に事業評価を委ねており、行政情報を徹底的に公開することにより、市民との情報共有を実施している点で優れており、他市との決定的な違いである。

● 東京消防庁 世田谷消防署（11月1日）

【人 口】837,185 人 【面 積】58.08 k m²

◆視察事項 「地域防災教育について」

1 消防ふれあい感謝デーについて（H24.3.11 実施）

(1) 目的

- ・地域住民・地域の子どもたちとのふれあいを通じ、消防の仕事の理解を深めてもらう。
 - ・東日本大震災を風化させないために、1 年経過する今、我々ができることを具現化するため、世田谷消防署緊急援助隊が出場した被災地に応援メッセージを贈り、意見交換を行う。
- コンセプト①：被災地に復興に向けた取り組みとして暖かい気持ちを届ける。
- コンセプト②：応援メッセージは、被災した子どもたちと同世代の世田谷区の子どもたちが、支援というより応援できることを主体として、イベント参加者に「応援まとい」へ被災地や被災地の消防職員への思いを書き出してもらう。

(2) 動員計画

- ①近隣町会等に広報、②世田谷区教育委員会後援のもと、近隣小学校 7 校、幼稚園 4 園、保育園

5 園に 2,440 枚の広報を配布し、協力を依頼、③消防団員の家族へ広報
→来場者数実績 453 名

(3) 主な行事

震災の巨大パネル展示コーナー、気仙沼市・気仙沼消防本部への応援まとい作成コーナー、
震災対策コーナー、消防車両の展示・登場体験コーナー、初期消火コーナー、消防官体験コーナ
ー、救助ショー

2 発災型防災訓練について

(1) 概要

「シナリオのない防災訓練」とも言われ、普段生活している市街地（道路や空き地）が訓練会場となる。この訓練は、住民が地震発生からの時間軸を基に行動するもので、住民は地震発生とともに身の安全を図り、自宅の安全確保、周囲の安全確保をしたのち、一時避難場所に集まり、付近で発生する「火災」、「建物倒壊」、「負傷者発生」といった模擬災害に対応する。

訓練時間や訓練内容を知らせず実施するため、住民がその場の状況判断で地域住民と協力し、初期消火・救助活動・応急救護を率先して行うことで、地震発生時の一連の防災行動力が見につくとともに、実際の災害に対し即時対応能力が養われる。

(2) 世田谷消防署実施事例（H23.8）

主催者	会場	主な内容	計画人員	対象者
世田谷消防署	世田谷小学校	小規模火災対応訓練、救助事象訓練、災害時要援護者避難誘導訓練、延焼火災対応訓練、町会本部運営要領	100名	住民

3 可搬式スタンドパイプの導入について

(1) 概要

可搬式スタンドパイプは、主に火災発生時の消火活動で使用する資器材であり、消火栓に直接接続してホースをつなぎ放水することにより消火を行う。災害時には消防車が全ての火災に対応することは不可能であるため、地域での消火活動が大切となる。また、細街路の地域には消防車等が進入出来ないこともあり、そのような場面でも地域住民による初期消火活動が被害を最小限にする力となる。そこで可搬式スタンドパイプや可搬式消防ポンプが有効に活用できる。

スタンドパイプの取扱いは比較的簡易で原動機も燃料も搭載していないため、メンテナンスがあまり必要ないのも特徴である。逆に原動機で作動する可搬式消防ポンプは、慣れないと地域住民による操作が難しい。スタンドパイプは水道が使用可能な場合は半永久的に消火活動が可能で、消火栓の圧力で放水する仕組みとなっている。なお、価格は一式 15 万円と安価である。



(2) 世田谷区における導入状況

(H24.10.31 現在)

全体	導入	設置率	備考
95 町会・自治会	58 町会・自治会	61%	95 町会・自治会で 100 台導入 1 町会・自治会当たり複数（2～5 台）設置があるため

※町会・自治会購入時、補助制度あり

【委員の感想】

- スタンドパイプは、住民がその場の火災状況と判断で消火栓からの立ち上げ器具に放水管を接続し、消火活動ができる。自営消防団が欠員する本市にとっては、画期的な消火活動につながるのではと研修できた。1分1秒が左右される消火は、この改善で市民の財産、安全安心に寄与できると考える。
- 発災対応型防災訓練は大変参考になった。東京で一番怖いのは火災である。そのため、98 町会（自治会）のうち3分の2が消火栓に直結するスタンドパイプを備えている。消防ふれあい感謝デーでは様々な体験コーナーがあり、本市も行ってほしい。
- 今後の地域防災教育について説明を受け、これからの本市地域防災のあり方について参考となった。
- 東京都の中で最も建物密集地域である世田谷では、予備防災のさまざまな取り組みが実践されている。中でも既存の消火栓に接続する初期消火のためのスタンドパイプは、町会単位で所有され、かつ使用の訓練が常に行われている。自治会が簡単に使用できる消火器具と訓練の仕組みは大変よいと感じた。
- 発災対応型防災訓練を自治会単位で行っているのは参考にすべき。スタンドパイプ（一式 15 万円）は初期消火に有効であろう。
- 消防ふれあい感謝デーにおいて、東日本大震災を風化させないため、教育委員会等との連携により、幼稚園、保育所、小学校などに 2,440 枚の協力依頼を配布し、被災地に応援メッセージを送っている。これは、復興支援でもあり、区民の防災意識の高揚につながる素晴らしい取り組みであると感じた。
- 自主防災については、地形、街の形態など、住宅密集地ならではの取り組みが見られる。防災訓練について、本市で行っている「会場型防災訓練」ではなく、普段生活している街中を訓練会場とし、現実災害を想定したシナリオのない「発災対応型防災訓練」を行っており、時間軸をもとに行動し、模擬災害に対応する手法は実に参考となり、本市でも導入すべきと感じた。加えてこの訓練のマニュアルも本市でも早急に作成するべきである。
- 発災対応型防災訓練である「シナリオのない防災訓練」は素晴らしい。住民自らが考え、組織をつくり、行動する訓練を日ごろから行えば、実戦力になるはず。マニュアル頼りで誰かに指示されなければ何もできない従来型訓練から脱却することを本市も学ぶべきだ。
- 人口密集の連たん地域であり高層ビルの密集する大都市圏での消防活動と、幾つものコアがあり、過疎と過密が併存する広域な消防活動の抱える課題の差は大きいと思った。しかし、市民の防災意識と地域防災力の備えを充実させる必要性は共通しており、東日本大震災救援活動などの経験などを活かしたイベント、スタンドパイプの設置は学ぶべきと思った。