

様式第2号（政務活動実施報告書）

平成31年1月24日

井原市議会議員  
西田 久志 様

井原市議会議員 三宅 文雄

下記のとおり政務活動を実施しましたので、報告します。

記

1. 実施期間	平成31年1月16日（水）～1月17日（木）
2. 研修会等の開催地 または視察、要請・ 陳情活動先	東京都中央区京橋1-7-1 戸田ビルディング TKP 東京駅八重洲カンファレンスセンター
3. 研修会等の名称 または視察、要請・ 陳情活動内容	1月16日（水） 14:00～16:30 議員20年の経験から話す こんな時どうする？議会質問編 「政策実現のために、質問後に動く議員活動の仕方」  1月17日（木） 10:00～12:30 議員の仕事 基礎編 ～議会と会派と議員のありかた～ 14:00～16:30 議会から仕掛ける シティプロモーションとマーケティング
4. 研修会等の講師名 または視察、要請・ 陳情活動先の担当者 名	1月16日（水） 14:00～16:30 日本公共経営研究所 代表 宮本正一 様  1月17日（木） 10:00～12:30 14:00～16:30 麗澤大学地域連携センター 客員研究員 松野 豊 様
5. 活動内容	別添のとおり

1. 報告書は、政務活動終了後2週間以内に提出すること。
2. 活動内容欄のスペースが足りない場合は、任意の様式により活動内容を取りまとめ、活動内容欄へは、「別添のとおり」と記載すること。

## 5. 活動内容

◇1月16日(水) 14:00~16:30

《議員20年の経験から話す こんな時どうする?議会質問編》

「政策実現のために、質問後に動く議員活動の仕方」

### I 質問と答弁を年次計画で考える

- (1) 年間活動戦略シートを作成する
- (2) 年間原稿作成シートを作成する
- (3) 答弁マトリクスシートを作成する(質問項目ごとに)

### II 議会権限をもう一度見直す

- (1) 議決権
  - ① 条例を設け又は改廃すること
  - ② 予算を定めること ⇒ 予算が通らないと執行できない
- (2) 増額修正権(地方自治法97条) ⇒ 議会は予算について、増額してこれを議決することを妨げない。但し、普通地方公共団体の長の予算の提出の権限を侵すことはできない。
  - ① 予算案全体との関係
  - ② 当初予算案にない新事業の追加はできない
  - ③ 予算発案権、予算編成権との関係について

### III 地方議会の役割 ⇒ 首長との関係をもう一度見直す

- (1) 公聴会、参考人制度の活用
- (2) 議員提案の試験的挑戦
- (3) 政務活動費用の変更(視察・図書費)

### IV 議員活動を再考(地方議員の二つの活動)

- (1) 政治活動:政治上の目的をもって行われるすべての行為
- (2) 選挙活動:特定の選挙において、特定の候補者を当選又は得しめるために、選挙人に働きかける直接又は間接の一切の行為
- (3) 広報活動:議員活動を効果的に行い、市民に向けての広報活動につなげる
  - ① 辻立ちは、ストレッチ運動だ ⇒ 毎日やらなくてもよい。残像を残すことが大事
  - ② ポスティングは、有酸素運動だ ⇒ 質問内容と視察を記事にして、最低年1回発行
  - ③ 市政報告会は、筋トレだ ⇒ 後援会活動と合わせて、年1回は集大成として行う

◆ 宣伝をしないで商品売るのは、暗闇の中でウインクするようなものだ。

(フィリップコトラ教授)

◆ 生き残る種とは、最も強いものではない。最も知的なものでもない。それは、変化に最もよく適応したものである。(ダーウィン)

## 所見

昨年11月14日に、同僚議員と一緒に京都で議員研修を受講した。今回の講師、宮本正一氏はその時の講師であり、前回の研修の内容は、「質問原稿の書き方、政策提案質問の事例」についてであった。このたびの講座の内容はその延長線にあるといえる。即ち、いろいろな事例を参考にして、質問をして、それを政策提案に結びつけなければならないということである。そして、質問後にどう活動していけばよいのか、考えさせられることが多い研修でもあった。私も議員となって2期目、定例議会では一般質問を一回も欠かしたことはなく、毎回やってきた。しかし、全く出来ていない、していないのが、広報活動である。市民に向けてのアピールを全くしていない。全くその余裕はなかったといえれば言い訳になるが、今回の研修で学んだことをしっかり肝に銘じて、今後の議員活動に生かしていきたい。

◇1月17日(木) 10:00～12:30

《議員の仕事 基礎編》

～議会と会派と議員のありかた～

○正範語録(作者不明) ⇒ 武田信玄との説もある

実力の差は努力の差  
実績の差は責任感の差  
人格の差は苦勞の差  
判断力の差は情報の差

真剣だと知恵が出る  
中途半端だと愚痴が出る  
いい加減だと言いつけばかり

本気でするから大抵のことはできる  
本気でするから何でも面白い  
本気でしているから誰かが助けてくれる

○理想の政治家とはどんな人か

自分以外の人のために一生懸命汗水垂らして頑張っている人

≡ Japan Producer (ジャパンプロデューサー)

I 議会改革ブレークスルー(突破口の意) 10の法則

- (法則1) 議員同士の信頼関係を築く
- (法則2) 関係法規を自分の腹に落とす
- (法則3) 第三者に語らせる
- (法則4) チームでアクション・プランを組み立てる
- (法則5) 活動の立ち位置を明確にする
- (法則6) 自分の手柄にしない
- (法則7) 議論の過程を見える化する
- (法則8) 本会議で議決して、期間決定する
- (法則9) 議会事務局を見方につける
- (法則10) 議会基本条例を制定する

○マックス・ヴェーバー ⇒ 政治は粘り強く、あきらめない人間にとっての天職

II 地方議会とはどのような機関なのか

①合議制の議事機関であり、選挙によって選ばれた市民の代表である議員の集合体  
(日本国憲法93条)

- ②議会は民意を反映する場
- ③自治体における最高の意思決定機関
- ④住民が直接選んだ代表者で組織する

III 議会活動と議員活動の違いは?

○M E C E ミーシー(モレなくダブリなく) ⇒ 物事を整理する方法

- ①議員本人と他の議員(衆参国會議員、都道府県議會議員、市町村議會議員)、会社経営者との関係をそれぞれに分類する
- ②作業の「見える化」 ⇒ 作業分解(大タスク、中タスク、小タスク)  
⇒ 仕事を細分化する

### ③地方議員の仕事を分類して整理する

- ◇議会活動 → 本会議 → 一般質問  
→ 討論  
→ 採決
- 委員会 → 議案審議  
→ 討論  
→ 採決
- ◇議員活動 → 公務 → 各種式典出席  
→ 審議会出席
- 後援会 → 市政報告会  
→ 会報誌発行
- ◇選挙活動 → 告示前 → ポスティング  
→ Web サイト  
→ 駅頭・朝立ち
- 告示後 → 選挙街宣  
→ 個人演説会  
→ ポスター

## IV 議会改革について

○コヴィー博士（経営学博士）が語る7つの習慣 ⇒ 成功した経営者には7つの習慣がある

▼第1の習慣 ⇒ 「主体性を発揮する」 → 主体性の反意語＝反応性

「主体性とは、どのような状況に置かれても、自分の価値観に基づいて反応を選択すること」

「反応性とは、その時の状況や感情に流されて反応すること」

▼第2の習慣 ⇒ 「目的を持って始める」

◇自分の本質・将来像から、これからの自分はどうか考え書き出す

◇将来の理想の姿を思い描く。理念を具体的にイメージでき共有できるもの

◇最優先すべきことは家族？価値観を書き出し「ブレない自分」を！

▼第3の習慣 ⇒ 「重要事項を最優先する」

◇時間管理のマトリクスを作成する

第1領域 ⇒ 重要、かつ緊急性を要する (必須)

第2領域 ⇒ 重要であるが、緊急性を要しない (準備・計画)

第3領域 ⇒ 重要ではないが、緊急性を要する (錯覚)

第4領域 ⇒ 重要でもないし、緊急性も要しない (浪費・過剰)

▼議会基本条例制定状況 ⇒ 平成27年1月現在、全国1788ある自治体の中で742の自治体（41.5%）が条例を制定している

○上杉謙信 ⇒ 理念なき行動は暴挙であり、行動なき理論は空虚である

## V 事実と価値判断を分けて捉える ⇒ 事実と価値判断の違い

▼事実＝人によって解釈が分かれること

客観：事実

主観：価値判断（イメージ）

## VI 「2次的情報」ではなく、自分の五感で「1次情報」を取る

▼ホワイトボード、ポストイットを使うのは …

頭の中の見える化、話の中の見える化

▼議論のプロセスを見える化する

◇1月17日(木) 14:00~16:30

《議会から仕掛ける》

「シティプロモーションとマーケティング」

#### I マーケティング・サイエンスとは

##### (1) マーケティングとは

企業や非営利組織が行うあらゆる活動のうち「顧客(市民)が真に求めるサービス(政策)を作り、その情報を届け、顧客(市民)がその商品やサービス(政策)を効果的に得られるようにする活動」の全てを表す概念

##### (2) マーケティング・サイエンスとは

マーケティング活動の費用対効果や消費者(市民)の態度変容について、調査結果やデータを基にした定量的・科学的検証を加えて、客観的な知見や戦略を導き出す考え方のこと。多様な課題に対して統計学や心理学などを駆使して、マネジリアルな意思決定をサポートする。

#### II STPとは

①Segmentation 市場を細分化して(どう切り分けるか)

②Targeting ターゲット層を抽出し(誰を狙うのか)

③Positioning 競争優位性を設定する(相対的な位置取りをどうするか)

#### III STPの発想(考え方)と自治体広報戦略、議会広報への応用について

①目的(誰に?何を?)や目標(いつまでに?何を?どうやって?)、KPI(指標)を明確にする

②ターゲット(年代、男女)別に、主なメディア(テレビ、ネット、新聞)の平均利用時間を調査する

③Co-CREATE ~一緒に考えて一緒につくる~

#### IV ダイアログ(対話)のルール

①全ての人が発言し、全ての人が話を聴く

②断定や否定をせずに仮説を保留して話す

③体験を語るができる場を持つ

④コントロールされず主体的に選択をする

⑤全体像を見る

⑥役割分担(司会進行、書記、タイムキーパー、発表者)を決める

#### 所見

講師の松野豊氏は、千葉県流山市出身で、平成11年から4期16年の議員経験から講演された。午前中は、議員活動、議会活動、会派、議会改革等について、先人の言葉を引用したりして、幅広く議員の仕事の内容について勉強した。午後からの講演は、千葉県流山市で自身が実際に取り組んでこられた「マーケティングとシティプロモーション」の内容について、時々VTRを交えながら詳しく述べられた。栃木県さくら市からは、18名の全議員が議員研修で来られて受講されていたようである。研修の内容が魅力的だったのかもしれない。人口減少が進む中、自分の街をいかに活性化していくか、実に難しい問題ではあるが避けて通れない課題でもある。講義の途中で講師が全参加者に、3分間に「こう」という字をご自身で知っているだけ書いてくださいと言われた。急に言われてもと考えてはみたが、意外や意外、8個しか浮かばなかった。多い人は何と25個、そして最後に参加者全員の書いたのを発表してもらったら、何と65個にもなった。何を意味するかといえば、執行部という大きな組織と対峙していくには、議会が結束していかなければならないということの意味したかったそうである。確かにそうである。予算についても、決算についても執行部は大勢の人間が関わっている。議員がまとまっていくことが大事であり、政治が良い方向に向かうということでもあろう。よい勉強をさせていただきました。