

第8回マニフェスト大賞 応募内容



琵琶博之（蘭越町議会議員）

2013.10.1

マニフェスト大賞とは

■趣旨

マニフェスト大賞はこれまで注目を集めることの少なかった地方自治体の首長、議員や地域主権を支える市民の活動実績を募集・表彰し、発表することで、地方政治で地道な活動を積む人々に名誉を与え、更なる政策提言意欲の向上につながることを期待するものです。

第7回大会は、「地域から新しい日本をつくろう」を大会のテーマとし、昨年の東日本大震災や全国各地で多発する災害を受けて、「震災復興支援・防災対策賞」を新設し、自治体間のネットワーク、首長・自治体職員、地方議会・議員、民間企業・市民団体などによる活動や政策提言の内容を表彰しています。

■受賞特典

記事を毎日新聞にて紙面掲載。大会冊子やホームページにて掲載され、広く自治体・メディア等に周知されます。

- * 受賞者には賞状とトロフィーが贈呈されます
- * 大会冊子に掲載され、各メディアで紹介されます



各賞概要

■ マニフェスト賞

(審査対象)

会派や首長で、選挙に際しマニフェストまたは公約を発表し、活動を通じて政策が実現していること。また、マニフェストの検証・進捗チェックなどマニフェストサイクルとして政策実現のために活用していること。市民団体は、国政・地方選挙を問わず、マニフェスト型公開討論会・マニフェスト評価大会の開催、市民マニフェストの作成など地域でマニフェストを市民レベルで推進している優れた取り組み。

(応募資格)

会派、首長、市民団体

※会派は複数会派での申込可。1 人会派でも可。会派に属さない議員に限り個人名の申込も可

■ 成果賞

(審査対象)

マニフェストの有無を問わず、議会活動を通じて政策を実現させ、成果を上げていること。

(応募資格)

地方議会、会派、委員会

※会派は複数会派での申込可。1 人会派でも可。会派に属さない議員に限り個人名の申込も可

■ 政策提言賞

(審査対象)

マニフェストの有無を問わず、議会活動を通じて提案した政策のうち、優れているもの。実現に至ってなくてもよい。政策提言については、提案の背景・提言方法・質問後の取り組み等も評価する。

(応募資格)

地方議員

■ ネット選挙・コミュニケーション戦略賞

(審査対象)

ネット選挙解禁を受け、ネットを活用した新しい選挙のあり方を実現、提言した内容。新しい自治に向け、ICT を戦略的に活用した優れた取り組み。「ホームページ」「ブログ」「SNS」「ツイッター」「広報誌」「会報」「ちらし」などを通じ、住民への情報公開および情報発信に積極的に取り組み、住民と情報共有・情報交流が活発になされているもの。

(応募資格)

地方議会、会派、地方議員、政党支部、地域政党、首長、市民団体

■ 復興支援・防災対策賞

(審査対象)

東日本大震災や全国各地で起こる様々な災害を受け、自治体間のネットワーク、自治体と民間企業の連携、地方議会・議員、市民団体などによる復興支援や防災対策の活動と提言内容。

(応募資格)

地方議会、会派、地方議員、政党支部、地域政党、首長、市民団体

審査委員

■ 審査委員長

北川正恭(早稲田大学院教授・元三重県知事)

■ 審査委員 * 順不同

曾根泰教(慶應義塾大学院教授)

塚本壽雄(早稲田大学大学院教授)

江藤俊昭(山梨学院大学教授)

廣瀬克哉(法政大学教授)

藤森克彦(みずほ情報総研主席研究員)

千葉茂明(月刊「ガバナンス」編集長)

西尾真治(埼玉ローカル・マニフェスト推進ネットワーク)

人羅格(毎日新聞社論説委員)

杉尾秀哉(TBS テレビ解説専門記者室長)

定金基(NPO 法人カットジェイビー理事)

■ 特別審査委員

箭内道彦(クリエイティブ・ディレクター)

秋吉久美子(女優)

■ 事務局

〒103-0027

東京都中央区日本橋 1-7-1 国土施設ビル 3 階

早稲田大学マニフェスト研究所内

TEL & FAX: 03-6457-6852

E-MAIL: mani@maniken.jp

<http://www.manifestoawards.jp/>

応募内容一覧

	成果賞	政策提言賞	コミュニ ケーション賞	ネット 選挙賞	マニ フェスト賞
1.温泉ソムリエ		○			
2.ギーンズ		○	○		
3.ハイセンス写真				○	
4.議会基本条例		○	○		
5.議員インターンシップ	○	○	○		
6.メディアミックス			○		
7.ふるさと納税		○	○		
8.ネットミュージシャン	○	○	○		
9.フェイスブック祭り	○	○	○		
10.一括エントリー	○				○

1.温泉ソムリエ 政策提言賞

■取り組み概要

（背景）

蘭越町にはお米と温泉の資源がある。お米に関しては、らんこし米として道内でも一定の評価を得ており、国、道、町のいろいろな政策を通じて、取組みを強化してきた現状がある。しかし、温泉に関しては、町内に7つの温泉郷があるにもかかわらず、これまで何ら政策を展開していなかった。議員になって初めての予算特別委員会にあたり、町民からパソコンと携帯電話を利用して予算の使い方や町の課題などの意向を確認するWEBアンケートを実施した。その際にも温泉など観光の取組みが弱すぎることや町外への発信が不足している課題への解決を期待する声が多くあった。

（提言方法）

予算特別委員会の総括質疑(H25.3.14)において、温泉の取組みがなされていないことを指摘し、町長からは「必要性を認識しているが、いい政策がないので、何かあればぜひ提案してほしい」との回答を得ていた。その後、自ら自己研鑽を行い、温泉ソムリエの認定を取得(H25.3.22)した。その上で、定例議会(H25.6.24)の一般質問において、観光協会や温泉施設の関係者が温泉ソムリエの認定を受けて、町をあげて温泉の取組みを強化していることをアピールすべきと政策提言した。町長からは、「温泉の町としてイメージ強化を図るためにも有効な手段である」「温泉ソムリエ資格の費用を行政が支援する方法も検討したい」と提言を受け入れる答弁があった。なお、再質問にて、町長を含め町幹部職員や議員も自ら温泉ソムリエを取得していく姿勢が必要であると伝えている。

（質問後の取組み）

議会や委員会等において、町での取組みの進捗状況を確認していくことはもちろんのことであるが、あわせて次のことに取り組んでいるところである。

- ・町内の温泉施設やペンション経営者との意見交換会に出席し、主体的に温泉ソムリエの取得をしていく必要性を説明している
- ・他議員に対して、温泉ソムリエの取得方法等についてアドバイスを行っている
- ・温泉ソムリエの取得によるまちづくりに関して、隣町であるニセコ町の資格所有者と情報交換を行い連携を模索している
- ・facebook やブログによる情報発信だけでなく、温泉ソムリエのサイトを作成している。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

（生活者起点）

日々の議員活動のみならず、WEB アンケートによる町民からの町課題に対しての意見を反映した取り組みである。

（アイデア）

ネットで検索してみたが、町長や議員、関係者などが温泉ソムリエの資格を取得して、町をあげてイメージ向上を図っているところはなく、創造性がある政策提言だと考えている。

（地域の実情）

町内に 7 つの温泉郷があることは町の貴重な観光資源であるが、温泉施設や観光従事者の議員がおらず、温泉に関する取り組みがなされていなかったという課題があった。また、町長が 76 歳と高齢であり、イメージ戦略や情報発信が苦手という側面もあった。

（地域主権）

温泉という地域資源を活用し、個性のあるまちづくりを推進していくことは地域主権そのものの考え方である。

（その他）

- ・一般質問による政策提言を行う前に、予算特別委員会で温泉の取り組みがされていない課題の共有認識を持ったこと及び政策提言をしてほしいと答弁を引き出している。
- ・単に提言を行うだけでなく、自らが主体的に温泉ソムリエを取得した姿勢が説得力を増している。
- ・予算措置というありがちな施策ではなく、自助と公助の役割を考え、継続性と拡張性が期待できるイメージ向上という政策を提言するように心がけた。
- ・行政に任せるだけでなく、自らも他議員や温泉施設の従事者に働きかけるようにしたり、隣町との連携強化による更なる展開を検討している。

2.ギイーンズ 政策提言賞・コミュニケーション賞

■取り組み概要

(背景)

全国町村議会議長会の町村議会実態調査結果によると、北海道の町村議会議員の平均年齢は、男性で62.3歳、女性で60.9歳である。蘭越町議会議員では、さらに平均年齢が高い状況であった。議会活性化委員会等において、議員が何をしているかわからないとの町民の声に応え、情報公開や住民とのコミュニケーションを深める必要性について何度も訴えかけてきたが、議員個人間で特段の取り組みがなされることはなかった。そのため、他町村との若手議員のネットワークを作り、切磋琢磨をしながら、地域住民との距離を縮めていくことの方が得策だと考えた。そのことが、次の統一地方選挙において、管内全体での議員のなり手不足を解消することにもつながると考えていた。

(取り組み)

蘭越町が所在する後志総合振興局の管内20市町村において、私の呼びかけにより、当選時20代と30代の新人議員5名で、後志若手新人議員の会を設立(H25.10.1)した。各町村間の移動距離も考え、ネットを活用し、facebookのグループにて議会活性化や一般質問などの取り組みについて緊密に情報交換を行っていた。会として、さらに一歩進んだ取り組みにより、住民との接点やコミュニケーションを強化していきたいと考えるようになった。そこで、後志若手新人議員バンド「ギイーンズ」を結成し、おたる浅草橋オールディーズナイト(H25.7.13)とニセコ倉庫邑(H25.7.14)のイベント出演を行った。通常、バンドではメンバー紹介の時間があるが、かわりに管内の市町村紹介を行うなど自治体のPRにもつとめている。イベント出演というリアルな場所での露出を増やすだけでなく、イベント前後には各メンバーがfacebookなどのSNS、ホームページ、ブログなどで情報発信を行い、住民とのコミュニケーションを強化している。ギイーンズの取り組みは、話題となり、これまでにラジオに出演したり、北海道新聞などにも掲載されている。

(今後の展開)

イベント出演を通じて、新たなコミュニケーションやチャネルができるなどの有効性は十分に感じているが、あくまでも議員活動がメインであるため、イベント出演は年に数回だけにする予定である。今後は、会としてニセコ町のインターナショナルスクールの視察(9月上旬)を行うなど議員活動に注力していくことにしている。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

(生活者起点)

議員自らが地域のイベントにどんどん参加して、積極的に住民とふれあっている。

(アイデア)

音楽という世代を超えたツールを活用したこと、ギーンズというバンド名そもものもユニークである。イベントにバンド出演することは、新たな住民とのチャネルやコミュニケーション強化にもなっている。

(わかりやすさ)

若者の投票率低下が叫ばれているが、バンドなどのわかりやすい方法で認知してもらい、そこから本来の議員活動を伝えていくも有効であると考えている。メンバーはブログやfacebook等ですでに活動内容も公開し、また頻繁に情報を発信しているため、興味をもってもらうきっかけがあれば、住民とのコミュニケーションは深化していく。

(地域の実情)

各市町村単位では若手の議員はほとんどいないため、後志管内の若手議員をネットワーク化して、アクションをおこしていることに価値がある。

(その他)

・地域を元気にするためには、まずは議員自らが楽しむことが必要であり、ギーンズの取り組みはそれを実践したものと言える。

・facebookなどSNS等での情報発信により、住民との双方向でのコミュニケーション強化を図っている。その他、you tubeでの動画公開はもちろんのこと、ギーンズのサイトも作成している。

3.ハイセンス写真 ネット選挙賞

■取り組み概要

(背景)

ネット選挙解禁の動向を見据え、地方議員としてネットによる発信力を強化する必要がある。ネット選挙解禁は、選挙期間中にネットの更新ができるだけであり、自分が選挙に立候補する際の新しい選挙戦を見据え、日頃から情報発信力を高めておくことが大切である。

(考え方)

インバウンドのブログに関しては、ほとんどの地方議員は更新頻度が低すぎると考えている。そのため、更新頻度を高め、SEO 対策をきちんと行い、狙ったキーワードで検索順位の上位に表示されることが重要である。アウトバウンドの facebook に関しては、ほとんどの地方議員はプロフィール写真のみしっかり撮影されているが、それ以外の自分の写真については、訴求力が低いものとなっている。そのため、ハイセンスな写真を投稿することで、「いいね」を増やし、より拡散できることが重要であると考えていた。

(取り組み)

ブログに関して、2012年2月6日以降、毎日更新を続けており、大手検索エンジンのカテゴリ登録など SEO 対策をきちんと行った。結果、ヤフーの検索エンジンで「議員 ブログ」のキーワードで全国1位(H25.8.18 現在)に表示されている。facebook に関して、フリーのプロカメラマンと長期契約による安価な撮影料金を実現させ、訴求力の高い自分の写真の蓄積を行っている。*通常、プロカメラマンは1時間あたり10,000円程度の撮影料金であるが、著作権フリーで1時間あたり1,000円の契約としている。

(効果)

- ・ブログに毎日 500~1,000 程度のアクセスがあり、地方議員ではトップクラスの情報発信力を誇っている。
- ・ブログに自分が狙ったキーワードのカテゴリを設置することにより、そのキーワードで上位表示され、選挙に有利な仕組みを作ることができている。*例:「北海道 維新」で1位に表示され、サポーター募集のコンテンツに誘引し、支持者を獲得している。
- ・プロカメラマン撮影の写真を投稿した場合、「いいね」が10%~50%程度増えている。

(その他)

選挙期間中に、ネットを活用し、自分がどの候補者に投票したかをしていることは言うまでもない。今回の取り組み内容は他議員でも容易にできることなので、水平展開されることを期待している。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

(生活者起点)

議員活動をフルオープン化させ、毎日、ブログにて情報発信を行うことで、議員は何をしているかわからないとの住民の声にも応えている。

(費用)

facebook は無料であり、ブログの月額料金は 125 円であるため、費用対効果としても申し分ない。

(わかりやすさ)

文字よりも写真の方がインパクトがあり、訴求力としても高い。

(オリジナル)

政党においては、プロのカメラマンによる撮影写真を見かけることがあるが、地方議員個人においては、皆無の取り組みである。

(拡張性)

- ・今後、検索エンジンで狙いたいキーワードが出てきた場合でも、ブログにカテゴリーを設置することで、上位表示が見込まれる。
- ・現在、ハイセンスな写真を 100 点以上蓄積しており、電子出版やオリジナルの専用サイトを作成する際などにも活用できる。

4.議会基本条例 政策提言賞・コミュニケーション賞

■取り組み概要

(背景)

蘭越町は人口 5,200 人ほどの小さな町で、私を除くと他の議員の平均年齢は 60 代半ばであり、議員は名誉職と化しており、日々の活動をまったくしていない。議員になって初めての予算特別委員会にあたり、町民からパソコンと携帯電話を利用して予算の使い方や議員に対しての意見ヒアリングする WEB アンケートを実施(H24.3.7)した。住民から議員が何をしているかわからないといった意見が多数あった。一方、蘭越町議会として数年前から機会あるごとに議会基本条例や議会活性化の研修に行っているが、成果を出すどころが議論している様子すら一切なかった。そのため、ブログを通じて、町民とのコミュニケーションを図りながら、すべてのサイクルを公開し、1 人で議会基本条例案を上程しようと考えた。

(取り組み)

- ・議会基本条例案の構想スタート(H24.5.20)→
- ・条例案の論点公開(24.5.23)→
- ・議会上程までの進め方を公開(H24.5.24)→
- ・議会基本条例のたたき案を公開(H24.5.28)→
- ・議会事務局にチェックを依頼(H24.6.1)→
- ・新聞折込にてパブリックコメントを募集(H24.6.28~H24.7.15)→
- ・結果及び各議員からの意見を公開(H24.7.18)→
- ・修正案を公開(H24.8.15)→
- ・定例会に議案を提出(H24.9.24)→
- ・各議員の賛否や討論の様子を公開(H24.9.26)
- * すべてのサイクルや進捗状況、各議員の意見や賛否等をブログにてフルオープン化

(効果)

議会基本条例案を否決したことで、住民から各議員に対して厳しい意見があったため、結果として、情報公開など議会活性化の取り組みが進んだという効果があった。

(その他)

結果として、議案は否決されたが、議員ではなく町民とのコミュニケーションを重視したことや 1 人でも議案提出できる権利を活用して実行したことは価値あることだと考えている。また、情報公開をメインとして議会基本条例案をどの議員がどのような理由で反対したのかをすべてオープンにできたこともこれまでにない取り組みだと考えている。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

（生活者起点）

日々の議員活動のみならず、WEBアンケートによる町民からの議員が何をしているかわからないという声に応えようとする取り組みである。

（情報公開）

ブログにて、検討段階から審議結果までのすべてのサイクルを完全公開したことは価値がある。また各議員の意見や賛否などもオープンにしたことが重要である。

（パブコメ）

町内のネット利用率も考慮し、新聞折込にてほぼすべての世帯へチラシを折込したことは大切なことである。

（スピード）

パブリックコメント期間も入れて、約 4 ヶ月で条例案を議会上程させたことは、政治ではなく民間のスピード感を実践したものと言える。

（オリジナル）

条例案の条文に「議員は、ホームページ等を利用して、活動内容を広く公開するものとする。」と記載したのは全国初の内容である。

（効果）

議会基本条例案を上程しようとする動きが明るみになってから、これまでまったく進まなかった議会活性化の取り組みが成果を出せるようになった

- ・定例会後の議会だより発行を 1 ヶ月早めた
- ・議会だよりに町民参加型コンテンツ(傍聴感想等)が追加した
- ・町 HP で一般質問の件名を掲載するようにした
- ・町 HP で議会だよりのバックナンバーを掲載するようにした
- ・町 HP で議会の会議録を掲載するようにした など

（波及性）

蘭越町は後志総合振興局の管内にあるが、管内の 20 市町村では議会基本条例が制定されていなかった。そのため話題性もあり新聞記事にも掲載され、他議会でも議会基本条例の検討が進み始めている。

5.議員インターンシップ 成果賞・政策提言賞・コミュニケーション賞

■取り組み概要

（背景）

町の課題は、らんこし米や温泉などの資源をいかに町外向けにアピールしていくかであった。日頃の議員活動においても、またパソコンと携帯電話を利用して町の課題等を町民からヒアリングした WEB アンケート（H24.3.7）でも明らかであった。このことは、町長が 76 歳と高齢であり、町外向けのアピールが不得意な分野であることが大きな要因であった。これまでに議会活動を通じて、何度も指摘してきたが、納得のいく取り組みされることはなかった。

（取り組み）

NPO 法人ドットジェイピーが提供する議員インターンシッププログラムにより、平成 25 年 2 月と 3 月の 2 ヶ月間、累計 100 時間以上の活動条件で、初めて大学生のインターン生 2 名を受入れた。インターン生には、他議員の受入れのイベント参加、事務所対応、挨拶回り、議会傍聴など社会に出ても役に立たないと思われる活動を一切させず、すべて 1 人称で活動し、議員そのものになってもらうことにした。ゴールとしては、町長に対して政策提言を行うことを設定した。結果、インターン生だけで、15 人の町民や町出身者から町課題のヒアリングを行い、まちづくりプランをまとめた。その後、副議長との skype による意見交換を経て、最終的には町長に対しての政策提案を実現した。主な提言内容は大学の学園祭でらんこし米の出店をし、幅広く町やお米の宣伝をしてはどうかというものであった。町民からヒアリングを行い、町課題に対する提言であったため、町長も了承し、ぜひ支援したいとの申し出があった。後日、町からお米の支援を受けて、インターン生だけで北海道大学の学園祭（H25.6.6～6.9）に出店し、らんこし米や蘭越町のアピールを行った。後志管内の町村ではインターン生を受入れた議員がいなかったこと、及びインターン生が主体的に活動を行い、町長への政策提言を実施したことから話題性となり、新聞やラジオなどメディアにも取り上げられている。なお、記者対応及びラジオ出演もインターン生のみで対応してもらうなど、私の分身として議員活動を展開してくれた。

（継続性）

インターン生がお米支援のお礼のため、学園祭後に結果報告をかねて町長を訪問したが、町長からは来年もぜひ実施して、町やらんこし米をアピールしてほしいとの話があった。

（周囲への影響）

インターン生という若者で町外者の提言を通じて、町長、議員、町民が町の課題を再認識することにより影響を与えている。また全国でも例がない議員インターン活動のため、ドットジェイピー北海道支部のモデルケースとなり、またインターン生は 71 名のインターン生で周囲に一番影響を与えたということで特別賞を受賞している。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

（意識改革）

活動がスタートする前に、インターン生に対し、受身ではなく自らが実践することの重要性を繰り返し動機づけを行った。

（環境の整備）

議論やプレスト以外はリアルな場での会議を禁止し、打合せは skype を活用するようにした。またサイボウズでプロジェクト管理を行うなど ICT もフル活用した。なお、ドットジェイピーによると、このような ICT 活用は前例がないとのことであった。

（生活者起点）

各業界の 15 人の町民及び町出身者からヒアリング(1 人×1 時間×15 回)を行ったため、政策提言内容は住民起点に基づくものである。

（創造性）

政策提言の内容については、一切アドバイスを行わないようにするなどインターン生の視点や感性に配慮していた。

（オリジナル）

インターン生に主体的にすべての活動を実践してもらい、首長に政策提言まで行ったのは、全国の議員インターンシップでは初めてのことである。

（町民とのコミュニケーション）

町内のほぼ全世帯に対して、新聞折込を 2 回実施し、インターン生の活動理解を促すようにした。また、ブログにてインターン生からの町民へのビデオメッセージなども行っている。

（影響度）

新聞やラジオなどメディアにも取り上げられている。またドットジェイピースタッフとインターン生投票による、一番周囲に影響を与えたということでインターン生が特別賞を受賞している。

（実現性）

町の課題を踏まえ、インターン生だけでできる身の丈にあった政策提言を行ったことで、町からの米支援をうけ、学園祭に出店するなど政策が実現できている。

（効果）

らんこし米おにぎりの販売(1,000 食)、宣伝用らんこし米の配布(500 袋)、蘭越町パンフレット配布(200 部)、来場者に対して、のぼりや看板によるらんこし米と蘭越町のピーアール。

6.メディアミックス コミュニケーション賞

■取り組み概要

リアルな場での議員活動におけるコミュニケーションの他、「ブログ」「facebook」「新聞掲載」「新聞折込」「ラジオ」「テレビ」「ネットマガジン」「ホームページ」などの各種メディアをミックスさせ、住民への情報公開および情報発信に積極的に取り組んでいる。全国の地方議員の中では、トップクラスの情報発信の高さであると考えている。

・ブログ

2012年2月6日以降、毎日更新を続けており、議員活動をフルオープン化させている。ヤフーの検索エンジンで「議員 ブログ」のキーワードで全国1位(H25.8.18 現在)をキープしている。

・facebook

2011年7月よりfacebookをスタートし、議員活動の情報発信を行っている。友達は1,500人以上(H25.8.18 現在)。特筆すべきは、自らが「蘭越町フェイスブック会」をメンバー72名で設立(H25.2.1)し、facebookグループにて積極的に情報交換を行っている。

・新聞掲載(H24.9.1～H25.8.18)

議員活動の取り組み等により、新聞に約20回掲載されている。

・新聞折込(H24.9.1～H25.8.18)

議員活動の取り組み等により、町内に新聞折込を6回入れている。

・ラジオやテレビ(H24.9.1～H25.8.18)

議員活動の取り組み等により、ラジオに2回、テレビに2回出演している。

・ネットマガジンなど(H24.9.1～H25.8.18)

議員活動の取り組み等により、約10回掲載されている。

・ホームページ

議員活動に関連する4つの専門サイトを作成し、情報発信を行っている。

* ブログの毎日更新、フェイスブック会グループでの双方向交流、新聞での掲載頻度、新聞折込の多用、専門サイト作成などは他の地方議員にはない差別化であり、かつメディアミックスさせているところが最優秀コミュニケーション賞に値すると考えている。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

(1) ブログ等にて、議員活動に関する情報を住民に提供している。また 2012 年 2 月 6 日以降、毎日更新しており、更新頻度も申し分がない。

(2) ブログ等のネットにて、議員活動だけでなく、政策の計画～実施～検証～反映などすべてのプロセスを可視化している。また新聞折込等多用するなど紙媒体の活用も行っている。

(3) 平易な言葉の使用、画像の多用、カテゴリー分け、専門サイトなど住民にとってわかりやすい方法で情報発信をしている。

(4) facebook での対話、ブログではコメント欄やメール送信の設置など双方向性も重視しながら、情報発信を行っている。

(5) メディアミックスにより、住民とのコミュニケーション強化を図っている。

7.ふるさと納税 政策提言賞・コミュニケーション賞

■取り組み概要

（背景）

ニセコの雪質は世界ブランドとなっており、蘭越町にはニセコエリアの中で、最もパウダースノーが楽しめる町営のチセヌプリスキー場を有している。町外から観光客を呼びこめる唯一の重要な観光施設である。リフト老朽化により廃止の方向であったが、存続問題により、人口 5,200 人の小さな町が全国から注目されることになった。

（経過）

- ・議会定例会の所管事務調査報告にて、廃止を前提に休止という報告があった。(H24.12.18)
- ・すぐにブログで、チセスキー場廃止の動きがあることを情報発信した。(H24.12.25)
- ・年明けから、愛好者から存続を求める署名活動がスタートした。
- ・議会の一般質問にて、町長の見解を確認し、存続のための政策提言を行った。(H25.3.11)

（政策提言の内容）

ピンチをチャンスに捉えて、愛好家はもとよりフェイスブック会、観光協会、ふるさと会の全体を巻き込み、ふるさと納税制度で寄付者に自己負担額以上のメリットが享受できる仕組みを構築し、チセスキー場の存続問題、税収入のアップ、特産品提供による商工業者の売上拡大の三方三得により、町課題を一気に解決させていく。

（提言のポイント）

- ・単なる存続や廃止だけでなく、コストの面を解決する方法を具体的に提言している
- ・さらにその仕組みを活用し、町が抱えている他問題も解決する方法を提言している
- ・他の町村の実績額を調べあげて、具体的に提示することで説得力を高めている
- ・情報公開及び交流により、スキー場利用者等の現場の声が町に届くようにしていた

（提言後の変化）

（私は所属していないが）所管の総務文教常任委員会と町の検討委員会において、再度、チセスキー場の扱いを調査することになった。現在、継続調査中ではあるが、リフトを更新し、チセスキー場を存続させることで進んでおり、9月の定例議会で継続の方針が示されると聞いている。

（参考：ふるさと納税）

ふるさと納税制度では、所得に応じ、実質自己負担5千円程度で、3万円～5万円程度を自分が指定する町村の特定事業等に寄付することができる。1万円程度の特産品をプレゼントすることで、寄付者、町、商工業者の三方三得の仕組みを構築できる。北海道の同規模の町村では、年間数千万円、累計数億円の寄付実績をあげている。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

（住民起点）

多くの住民から意見を聞いたところ、チセスキー場は町財産であり、存続できるならしてほしいという意見がほとんどであった。農業系の年配議員が多く、観光を理解できる議員がいなかった。高齢の町長は観光施策が不得手ということもあり、観光に関する声を上げにくいという状況があった。その声なき声も丁寧に拾い上げ、またスキー場利用者等の現場の方との情報交流を通じ、政策提言したことに意義があると考えている。

（具体性）

単なるスキー場の存続や廃止というだけでなく、ふるさと納税制度を活用するという具体的な政策提言を行った。

（実現性）

北海道にある同規模の複数町村では、ふるさと納税により、毎年、数千万円の実績をあげていることから、実現性や効果を疑う余地はまったくない。

（タイミング）

単にふるさと納税制度を提案したのではなく、チセスキー場の存続問題という契機を捉え、タイムリーに課題解決型の政策提言をしたことに価値がある。

（関心度）

ブログや facebook にて、積極的に情報公開することにより、北海道新聞にチセスキー場存続の話題が 3 度掲載され、また署名も町人口を超える約 7,600 人が集まるなど関心の高さが伺える。また存続を契機として、ファンによるチセヌプリスキー場の facebook ページも立ち上がった。この関心の高い話題について一般質問を行ったのは私だけであることにも意義がある。

（町の将来）

チセスキー場の問題だけでなく、次の点において、他の町課題や町将来も意識した政策提言であることは特筆すべきである。

- ・商店街などが寂れていく中、特典品提供により、商工業者の売上拡大も可能である
- ・自主財源は 10% 以下という町財政の現状と地方分権の流れも踏まえ、知恵を使えば、自らが税収をアップさせることも可能であると手法を提示した
- ・世界ブランドのニセコの隣町であるという地理的な優位性とその観光源となるパウダースノーが最も楽しめるチセスキー場を有効活用するべきという再認識につながった

8. ネットミュージシャン 成果賞・政策提言賞・コミュニケーション賞

■ 取り組み概要

(背景)

町の課題は、らんこし米や温泉などの資源をいかに町外向けにアピールしていくかであった。日頃の議員活動においても、またパソコンと携帯電話を利用して町の課題等を町民からヒアリングした WEB アンケート (H24.3.7) でも明らかであった。このことは、町長が 76 歳と高齢であり、町外向けのアピールが不得意な分野であることが大きな要因であった。これまでに 1 年目の議会活動を通じて、何度も指摘してきたが、納得のいく取り組みがされることはなかった。そのため、町議として、情報発信力が高いフェイスブックユーザのグループ「蘭越町フェイスブック会」を facebook 上に立ち上げ、住民を巻き込みながら、率先して ICT を活用したまちづくりを実践してきた。* 平成 24 年 9 月までの取り組みは昨年のマニフェスト大賞に応募済み

(今年度の主な取り組み)

ICT を活用したまちづくりの取り組みを更に強化するため、町内において、ネットミュージシャン「Marie」のライブ開催を 2 度実現 (H24.10.13、H25.7.4) した。Marie は ustream、twitcasting、facebook、twitter 等のネットをフル活用しており、抜群に情報発信力の高いミュージシャンである。ライブでの生配信、らんこし米試食と温泉の宿泊体験を通じ、Marie とネットファン等の拡散力を活用し、町資源である米と温泉を町外へ強力に情報発信する取り組みを行った。* 他にもフェイスブックセミナー等を実施しているが、上記の価値ある取り組みのみ紹介

(2 回目ライブの工夫点)

- ・「お米と温泉の町らんこし 1000 いいね挑戦」のユニークな企画を実施し、周辺町村のフェイスブックユーザの情報発信力も活用した。(フェイスブックユーザの料金を安く設定)
- ・Marie に町資源の PR 強化が目的のライブであることを理解してもらい、SNS での投稿回数や内容を意識してもらうように働きかけた。
- ・今後の継続性も考慮し、ライブ終了後に蘭越町長へ表敬訪問を行った。
- ・ネットを活用していない住民にもライブ開催を告知するため、ほぼ全世帯に新聞折込によるチラシを配布した。
- ・高校生までのライブ料金を無料とし、若者世代に対し、住民福祉の向上につとめた。

(町活性化)

フェイスブック会の実績は高く評価されており、町から再三の申し出もあり、今年度は補助金申請をする予定であるが、Marie ライブはメンバーの寄付金等により、行政に頼らず実現しており、住民自治を実践しているモデルである。議員としてフェイスブック会を立ち上げ、住民を巻き込みながら、まちづくりを実践しているため、補助金漬けになっている既存団体、政策提言や実践をしない他議員、ICT を十分に活用しない行政、住民のまちづくり参加に一石を投じている。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

（生活者起点）

日頃の議員活動及びWEBを活用した町民アンケートにおいても、町外向けのPR不足が町の課題であることは明らかであった。

（おもしろさ）

ネットミュージシャンのライブをまちづくりに活用している点が非常にユニークである。また、1000 いいね挑戦企画もアイデアにあふれている。

（話題性）

オリジナルな取り組みであるため、新聞にも複数回掲載されている。

（地域の実情）

らんこし米と7つの温泉郷という貴重な資源と町外向けPR不足という課題の両面を上手くマッチングさせている。

（住民自治）

行政からの金銭的なサポートを受けずに、住民自らが町課題に対処するまちづくりを行っている点で住民自治のモデルであると言える。

（実現性と継続性）

1年にライブ開催を2度も実現できている。また新聞折込による住民への理解及び町長への表敬訪問も行っており、継続性も十分期待できる。また、フェイスブック会の基本理念である「お金をかけず、稼働をかけず、知恵を使う」を実践した負担のかからない取り組みである。

（影響度）

自分が支持するミュージシャンが、らんこし米や温泉を体験して、その感想等を情報発信することで、信用性が向上するものと想定している。

（情報発信）

MarieのSNS利用以外にも、ブログやfacebook等にてライブ開催の告知等を積極的に行っていることは言うまでもない。

（効果）

Marieの媒体の多さ、コメント回数、ネットファンの拡散力、フェイスブックユーザの発信力を考えると、測定不能ではあるが、とてつもない効果を出している。

* サンプル例として、Marieのustreamの視聴者は数千人程度。

9.フェイスブック祭り 成果賞・政策提言賞・コミュニケーション賞

■取り組み概要

（背景）

選挙の公約として、「ICTを活用した町外向け PR 強化」という町の課題解決を掲げていた。この課題は、パソコンと携帯電話を利用して、住民から WEB アンケート(H24.3.7)を行った際でも明らかであった。1 年目には、議会活動を通じて、複数回にわたりこの課題に関する政策提言を行ったが、満足のできる取り組みがされることはなかった。このことは町長が 76 歳、また議会議員の平均年齢も約 65 歳と高齢であり、ICTを活用した情報発信が不得手という理由によるものであった。

（政策トライアル）

議会議員として、「蘭越町フェイスブック会」をネット上に立ち上げ施策を実施していたが、情報発信に長けている住民自らが町資源をピーアールする仕組みづくりの必要性を感じていた。そのため、フェイスブックユーザに特典を付与し、その条件として情報を発信してもらう政策を立案した。そして、町のアンテナショップである「街の茶屋」とタイアップし、政策のトライアルを行った(H24.7.25～7.26)。結果、想定以上に情報発信の効果があつた。

（議会活動）

トライアル結果の有効性を踏まえ、定例議会の一般質問にて、全国初「facebook 祭り」開催の政策提言を行った(H24.9.19)。町長の答弁は、「町の活性化や町外向けピーアール強化になる。行政よりも facebook ユーザで実施する方が効果的。町としても支援したい。」であった。

（政策実行）

後志総合振興局の 20 市町村のエリアにて、各市町村の団体や地域住民を巻き込みながら、行政からの金銭的な支援を受けずに、全国初となる「後志フェイスブック祭り」を実施してきている。1 回目(H24.11.24)は食をテーマに 3 町 3 村の 6 店舗、2 回目(H25.2.23)は温泉をテーマに 4 町 3 村の 7 施設、3 回目(H25.5.13～5.16)は facebook セミナーをテーマに 4 町 1 村の 5 会場、4 回目(H25.8.24)は 1 市 6 町の 10 店舗にて開催をした。

（政策サイクル）

SNS 時代の先進的な取り組みとして、リアルな場での打ち合わせを一切行わず、企画の立案から実施、検証まですべて facebook 上にて完結している。結果、約 3 ヶ月に 1 回のハイペースで政策を行っている。また、2 回目は温泉と節電をからめ、3 回目は目的別レベル別の facebook セミナー開催による普及啓発、4 回目はテーマを絞らず意欲のある店舗にて実施するなど PDCA を着実に実行している。

(成果)

約 1/20 の経費と稼働で、約 20 倍の情報発信の成果を出している。通常、後志管内全体でのイベントは 100 万円程度かかるが、フェイスブック祭りは 5 万円程度である。また、1 回のイベント毎に、100 名以上のフェイスブックユーザが地域資源を情報発信し、さらに「いいね」で情報が拡散されている。1 人の議会議員が後志管内の地域全体を巻き込んだ全国初の先進的な取組みは、「えにわフェイスブックまつり」など他エリアにも展開されている。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

(生活者起点)

町外向け PR 不足が町の課題であるというのは住民からの意見に基づくものである。また情報発信は行政が不得手な分野であり、地域資源をいかに発信するかは管内市町村の共通の課題でもあった。

(地域の将来)

食、自然、温泉、人など地域には豊富な魅力があるが、フェイスブック祭りを通じて、情報発信だけでなく、地域住民が地域の魅力を再発見するいい機会にもなっている。

(政策の理解)

ブログにてすべての情報を公開している。また専門のサイトを作成したり、facebook にて政策の理解を促すようにしている。

<http://nisekoweb.sblo.jp/category/2783171-1.html>

<http://biwa72.wix.com/festival>

(住民の巻き込み)

蘭越町フェイスブック会だけでなく、管内市町村の組織(神恵内村魅力創造研究会、ニセコ町フェイスブック会等)や住民を巻き込み政策を実行している。

(住民自治)

行政から金銭的なサポートを受けずに実施してきており、管内全体でまさしく住民自治のモデルを実現していると言える。* 但し、今年度は道の補助金を申請予定

(役割の再考)

一般質問等により首長に政策提言を行った場合、実施可否は行政任せであった。今回のように、管内の住民を巻き込みながら、政策を実行することで、議会や議員はフリーハンドであることを再考させている。

(先進性)

facebook を活用した地域づくりは、SNS 時代の新しい形であり、先進的かつ画期的な取組みである。

(経済性)

後志管内でのイベントの場合、通常 100 万円程度要するが、フェイスブック祭りは 5 万円程度であるなど 1/20 の経費で実現できている。

(効率性)

リアルな場での打ち合わせは一切行わず、企画の立案から実施、検証まですべて facebook にて行うなど SNS 時代にふさわしい効率的な運営をしている。

(話題性)

新聞、雑誌、ラジオなど各種メディアにも取り上げられており、話題性としても十分である。またフェイスブックユーザーに無料などの特典を付与しており、インパクトも十分である。

(発展性)

SNS 時代の PR 手法であるため、様々な取組みにも応用することができる。また恵庭市などでも同様の取組みがされており、他エリアへも波及している。

(継続性)

後志管内のイベントは通常 1 年に 1 回であるが、これまでに 4 回実施してきている。継続性も問題なく、また経費や稼働など負担のかからない方法を実現している。

10.一括エントリー 成果賞・マニフェスト賞

■取り組み概要

（背景）

新婚旅行で、バックパッカースタイルで世界一周をした。スイスで見た光景に憧れ、ニセコでスローライフをしようと思った。しかし、町営住宅に空きがなかったため、たまたま隣町の蘭越町に移住した。半年後、たった1人で選挙に立候補したところ、無競争で当選した。議員の仕事、町、人もまったく何も知らずに議員活動がスタートした。

（公約）

「ICTを活用して、町資源を町外にピーアールする」

（取組み）

- ①町内では、蘭越町フェイスブック会を立ち上げ、ネットミュージシャン Marie ライブを2回（H24.10.13、H25.7.4）開催し、Marie とネットファン等の拡散力を活用した取組みを行った。
- ②後志管内では、全国初となる「後志フェイスブック祭り」を4回開催（H24.11.24、H25.2.23、H25.5.13～5.16、H25.8.24）し、管内の組織や住民を巻き込みながら、フェイスブックユーザの情報発信力を活用した取組みを行った。
- ③札幌圏では、議員インターン生による政策提言に基づき、北海道大学の学園祭にて出店（H25.6.6～6.9）し、らんこし米や町をピーアールする取組みを行った。

（PDCA サイクル）

ブログや facebook 等を利用し、情報発信を積極的に行っている。ブログは、2012年2月6日以降、毎日更新を続けており、毎月の活動評価だけでなく、政策の立案、実施、検証も公開するようにしている。ヤフーの検索エンジンで、「議員 ブログ」のキーワードで全国1位（H25.8.18 現在）となっている。

（効果）

公約に基づく政策実行に加えて、ユニークな取組みにより、新聞やラジオなどのメディアに多数取り上げられている。蘭越町は50億以上の予算、100人程度の職員等を利用してメディアに掲載されることはない。たった1人の議員でも地域の住民を巻き込み、知恵を使えば、1つの基礎自治体以上のピーアール効果を出せることを証明している。

■特に力を入れた点、取り組みのポイント

(基本ポリシーと主な事例)

・議員が何をしているかわからない、との声にこたえる(情報公開)
メディアミックス * コミュニケーション賞に応募

・お金や稼働はかけず知恵を使う
温泉ソムリエ * 政策提言賞に応募
ギイーンズ * コミュニケーション賞に応募
ハイセンス写真 * ネット選挙賞に応募
議員インターン生 * 政策提言賞に応募
ネットミュージシャンライブ * 政策提言賞に応募

・周囲を巻き込む
後志フェイスブック祭り実行委員会
蘭越町フェイスブック会
後志若手新人議員の会
ニセコ町フェイスブック会
真狩村フェイスブック会
神恵内村魅力創造研究会

・単発ではなく仕組みをつくる
後志フェイスブック祭り * 成果賞に応募

・しがらみには屈しない
議会基本条例案 * コミュニケーション賞に応募
TPP 交渉参加断固阻止の意見書
<http://nisekoweb.sblo.jp/article/63716078.html>
JA ようてい補助金の予算
<http://nisekoweb.sblo.jp/article/69993490.html>

プロフィール

■プロフィール

琵琶博之(びわひろゆき)、1972 年生まれ、東大阪市出身。同志社大学法学部卒業、NTT 勤務後、蘭越町議会議員、1 期目。第 7 回マニフェスト大賞優秀賞、議員力検定議員 1 級、議員ブログで全国 1 位、維新政治塾生。

■ホームページ

<http://nisekoweb.sblo.jp/>

<http://biwa72.wix.com/onsen>

<http://biwa72.wix.com/festival>

<http://biwa72.wix.com/music>

<http://biwa72.wix.com/ishin>

■SNS

<https://www.facebook.com/hiroyuki.biwa>

https://twitter.com/hiroyuki_biwa

