

「行革甲子園 2018」エントリーシート

【取組の内容】

1 取組事例名

若手市役所職員有志による「デートに使える・夏のドライブマップ」の作成

2 取組期間

平成 29 年 5 月～7 月

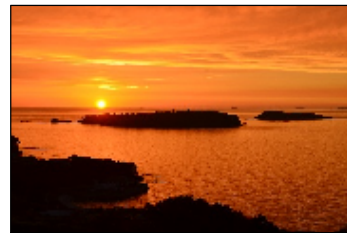
3 取組概要

- ・ 入庁 2～3 年目の市役所職員の有志で、観光シーズンの夏季に向けて、同年代でもある主に 20 代をターゲットにした、市役所職員だからこそ知り得る情報も加味した「デートに使える・夏のドライブマップ」を作成、報道発表を行い、メディアを通じた PR 等により交流人口の増加に貢献するもの。

4 背景・目的

【背景】

- ① 約 3 キロの真っ白な砂浜が続く美しい海岸線、「日本三大急潮」の一つ黒之瀬戸の渦潮、東シナ海に沈む夕日が印象的な阿久根大島などの資源があり、市の目標としても「交流人口の増加」を掲げているにもかかわらず、どこを周遊すればいいかのドライブマップが存在しない



- ② 20 代の若手職員の市職員全体に占める割合が約 25%と経験の浅い若い職員が多い
- ③ 新規採用職員の募集では、1 次募集で予定の募集人員を確保することができず、例年苦慮している。

【目的】

- ① これまで存在しなかった「ドライブマップ」が作成されること（＝交流人口の増加に貢献すること）
- ② ドライブマップの作成を通じて、若手職員が行政マンとして必要な行政経験を積むこと（＝人材育成の観点）
- ③ 成果物（ドライブマップ）は、新規採用職員募集の際には、「若い職員が元気に活動している」事実として、学生に対するアピールに活用できること（＝職員採用における PR の観点）

5 取組の具体的内容

【実施体制】

- ・ 入庁2～3年目までの若手職員を対象に有志を募り、呼びかけに賛同した11名の若手職員が実施。
※ 「3年目」までを対象にした理由：一般的に社会人としての基礎は採用3年目までに修得させる必要があると言われていたことから3年目までを対象にした。採用1年目はその時点では「試用期間」に当たするため対象外とした。
- ・ 若手職員に加えて、人材育成の観点から人事担当課職員、観光等に知見のある観光担当課職員及び広報担当職員もオブザーバーとして参加し、必要に応じてアドバイスをを行った。

【取組内容】

- ・ ドライブマップの作成は、5月より平日の業務後に週2回ペースで、合計15回程度、会議を重ねた。
- ・ 議論を踏まえ、ドライブマップの利用者としてターゲットを若手職員と同年代の20代～30代の若い方とし、阿久根市から概ね2時間圏内の主に市外在住者が、「デート」で使うことを想定して作成。
- ・ 先輩・関係者からの聞き取り、現場取材などを通じて、夏のデートにふさわしい市内14スポットを選定。ドライブマップへの掲載に当たっては、できるだけ「デートの雰囲気」を伝えるために若手職員が自らカップル役を演じモデルとなって休日に写真撮影を行った。



(打合せを重ねる若手職員)



(自らがモデルとなって行った写真撮影)

- ・ 掲載店への事前根回し等を行った上で、完成したドライブマップは市ホームページ等に掲載。併せて報道発表も行った。



(ドライブマップ (左) とその完成を報じる地元地方紙<H29. 7. 25 南日本新聞> (右))

6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

- ・ 市役所職員が有志でこのような取組を行っている自治体は珍しいのではないかとと思われる。（当時ネットで検索した結果、該当するところはなかった）
- ・ 「一石三鳥」の取組であること。つまり、①ドライブマップが出来上がるだけでなく、と同時に、②若手職員の人材育成、でもあり、なおかつ、③職員採用におけるPR、にもつながるものであること。

7 取組の効果・費用

【効果①：交流人口の増加への貢献】

- ・ これまで存在しなかった「ドライブマップ」を作成することができたこと。さらにこれは、地元の市役所職員だからこそ知り得る情報も加味されているという付加価値を含み、またターゲットである世代と同世代の視点で作成することでより利用者のニーズに合ったオリジナルの「ドライブマップ」が作成できたこと。
- ・ このような自治体が作成する観光ガイドマップは、一般的にバランスを取る観点から市内の飲食店・観光地を網羅的に掲載せざるを得ず、ややもすると「本当のおすすめが分からない」「使いにくい」ことが往々にしてあるが、本取組は「ゼロ予算」で市として関与したものではないため、「しがらみ」にとらわれず自由な発想で作成することができたもの。
- ・ なお、本ドライブマップにより交流人口がどれだけ増加したかについて、定量的に把握することは困難であるが、本ドライブマップ掲載後、実際、ドライブマップを片手に市内を訪れる他県から来た若いカップルを見かけることがたびたびあった。

【効果②：人材育成の観点】

- ・ 本取組は、「段取り＝スケジュール感をもって取り組むこと」（夏休みシーズンである7月までに完成させるため、段取りを決めて計画的に取り組むこと）、より高い政策効果を得るために「ターゲットを絞ること」や、「相手の立場に立って物事を考えること」（どういうスポットならターゲットである20代～30代の若い方が2時間をかけてでも阿久根にデートで来てくれるかという、相手の立場にたった視点で考える）という、いずれも行政マンとして大切なスキルを身に付けるためのOJTとなったこと。
- ・ 若手職員が議論を重ね、お互いが協力し、紆余曲折を経ながらも、あきらめずにしっかりと成果を出す（ひとつのものを作り上げる）という成功体験を積み重ねることができたこと。
- ・ また若手職員における市外出身者の割合は年々増加している中で、若手職員が取材活動をする過程で市内の各飲食店の方と面識ができるなど、見知らぬ土地で人とのふれあいを通じて地域を知るきっかけもなったところ。

【効果③：新規職員採用に当たってのPRの観点】

- ・ 当初、「採用説明会」を開催し、完成したこのドライブマップも活用して職場PRを行う予定であったが、平成29年度は採用説明会自体の開催ができなかった。しかしながら、結果的に平成30年4月採用のための職員募集においては、1次募集で必要な採用人数を確保することができ、前年度と異なり2次募集を行うことはなかった。

【費用】

- ・ 予算措置はなく（ゼロ予算）、基本的に費用はかかっていない。また「業務外」の取組である。

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦勞した点）

【苦勞した点】

- ・ 若手職員は「考えること」「議論すること」に慣れてないところがあり、打合せにおいてもどう打開してよいかわからず議論が停滞することがあった。オブザーバー参加していた先輩職員のアドバイス抜きにはドライブマップを期日までに完成させることは難しかったと思われる。

9 今後の予定・構想

- ・ 人材育成の観点からも、平成 30 年度も「新たな」入庁 2～3 年目を対象に本取組を行う予定

10 他団体へのアドバイス

※ 特になし

11 取組について記載したホームページ

- 「ドライブマップ」が掲載された市ホームページ
<http://go-akune.jp/topics/detail/53>
- 「ドライブマップ」の作成過程等を紹介した市広報誌（該当箇所は広報誌の P16 から）
<http://www.city.akune.kagoshima.jp/shisei/koho/kohoakune/documents/2907.pdf>