

## 2017年第4回定例会代表質問

### 1.新宿ブランドについて

最初の質問は、新宿ブランドについてです。

平成27年第4回定例会で、同テーマについて代表質問をいたしました。今回はその経過を確認させていただき、意味も込め、改めて質問をさせていただきます。前回、新宿ブランドの確立について質問をさせていただいた際、新宿自治創造研究所で区の魅力の要因や強みを多角的に掘り下げて分析されることをご答弁いただきました。すでに分析結果のレポートは公開され、今年3月には新宿区自治フォーラム2017でもその成果が発表されました。また、今年度はインタビューや実地調査の手法も用いながら、街の魅力についてさらなる分析が行われています。

新宿自治創造研究所のレポートにより、新宿区内外の方々が新宿区に魅力を感じていることを再確認できました。しかし、公費で研究を行なっている以上、レポートを作成することをゴールにするのではなく、今後の区政に活かしていくことが求められます。

今回のレポートに限ったことではありませんが、各種データに基づき、各事業の改善を行うことは有効だと考えています。事業の質の向上は、ブランドイメージの確立にも直結します。

ブランドイメージを確立する上で見逃せない要素は、民間です。特に新たな価値を生み出すスタートアップを新宿区内に増やすためにも、ブランドの確立は有効です。

例えば、福岡市や神戸市等の自治体は、スタートアップをブランドとして確立しています。

一方で新宿区は、研究所レポート2016に掲載されていたイメージ・地域資源に関するランキングによると、IT・先端技術の街では全国5位、そして都内では1位です。

すでに区内にスタートアップも多く、全国的にも優位性があると言えるでしょう。

メディアを活用した戦略的なPRを行い、ブランドイメージの確立することで、新宿区がIT・先端技術ブランドを確立し将来的な街の発展に繋げることが必要です。

また、今年度の新宿自治創造研究所による研究においても、IT・先端技術に関連するインタビュー調査や実地調査を行うことで実態を把握することが効果的だと考えます。

ここで、3点お伺いいたします。

- 1.研究所レポート 2016 は、現時点で区政にどのように活用されていますか。また、2017 年度の研究の、現在の進捗状況はいかがでしょう。
- 2.2016 年、2017 年の研究結果を踏まえ、ブランドイメージの確立のために、区政情報課と連携して積極的な情報発信を行うことが効果的だと考えますが、いかがでしょう。
- 3.2017 年の研究として、IT・先端技術を伸ばすために、最先端の研究を行う大学やスタートアップ等にもインタビュー調査や実地調査が必要と考えますがいかがでしょう。また、スタートアップが集まる街としてのブランド確立について、どのようにお考えでしょう。

区長のお考えをお聞かせください。

次に、ご当地ナンバーについてお伺いします。

2017 年 5 月に国土交通省から、「地方版図柄入りナンバープレート導入要綱」が新たに公表されました。緩和の動きもあり、導入条件は対象地域内の登録自動車数が 10 万台を超えていることですが、複数の自治体が連携し、かつ、登録自動車概ね 5 万台を超え、表示名称が当該地域を称するものとして相当程度の知名度を有することになりました。

例えば、江東区でご当地ナンバー導入を想定したアンケート調査が行われるなど、23 区内でも動きがあります。12 月にはご当地ナンバーの受付が始まりますが、改めて現在の進捗状況について確認をさせていただきます。

新宿区は、単独でご当地ナンバー導入の条件を満たすまでには至っておりません。これまでも近隣区と協議が行われていましたが、その後の進捗について新宿区からの情報発信等はありません。区民の方から、「規制が緩和されたとしても、導入に向けて検討して頂けるのか不安に感じます。」というご意見もいただ

いております。23区内でも新たな動きが始まっている今こそ、改めて近隣区と協議を行う必要があると考えております。

もちろん、現在の練馬ナンバーであることに問題はありません。中には愛着を感じている方もいらっしゃると思います。これまで新宿ナンバーや副都心ナンバー等が検討されていましたが、区民がどの程度新宿ナンバーを求めているかを把握するためには、練馬ナンバーにどの程度愛着があるのか調査が必要です。意識調査等でアンケート調査を行う際に、確認できるのではないかと思います。

また、他区との協力が難しい場合は、国にさらなる条件緩和を求める姿勢も必要だと思います。そして、もし区民にニーズがあれば、今後の条件緩和が行われ、単独でのナンバー申請が可能になる可能性を考慮し、今から積極的な行動を起こすことは有効であると考えています。

ここで、2点伺いたいいたします。

- 1.他自治体との協議を改めて行うことが必要だと考えますが、今年に入ってから進捗はいかがでしょうか。もし、他区との連携が難しい場合は、新宿区から国に対して条件緩和の要望を届ける必要があると考えますが、いかがでしょうか。
- 2.これまでも新宿ナンバーや副都心ナンバーが検討されてきました。新宿区民が、練馬ナンバーに関してどのように考えているかを調査する必要があると考えていますが、いかがでしょうか。

区長のお考えをお聞かせください。

## 2.シェアリングエコノミーについて

次の質問は、シェアリングエコノミーについてです。

昨今、シェアリングエコノミーは急速に拡大しています。今年11月に一般社団法人シェアリングエコノミー協会は、シェアリングエコノミーを活用する自治体をシェアリングシティとして認定する取り組みを始めました。街の課題を解決する手段として、自治体がシェアリングエコノミーを取り入れる事例も増えてきました。シェアリングシティの認定を獲得することが必須だとは考えていませんが、新宿区でもシェアリングエコノミーへの理解を深め、効果的に活用することが必要だと考えています。

例えば、新宿区では自転車シェアリング事業が行われています。民間企業と連携したシェアリングエコノミーの代表的な事例と言えます。一方で、新宿区内にもスタートアップが取り組むシェアサイクルサービスが存在します。自治体による補助金等を受け取ることなく、黒字化を達成する企業も出てきました。事業は、市場を通じて広がっていくものです。日々経営努力を重ねている事業者からすれば、公費が投じられた企業の存在によって市場が歪められ、民業圧迫になってしまう恐れもあります。民間企業を尊重し、今後は公費によるシェアリングエコノミーは控え、縮小することが求められています。

また、世界最大手のライドシェアサービスを展開する日本法人により、飲食店と顧客を結ぶサービスが行われています。新宿区内で宅配を行う方と遭遇することもあります。その際に新宿区の自転車シェアリングサービスを利用していることも珍しくありません。

また、例えば韓国では高齢者による宅配サービスもありますが、日本のシルバーパスに相当する行政サービスによって高齢者が地下鉄に無料乗車できることを利用し、宅配サービスが行われている事例も存在します。

もちろん、行政サービスとして提供されている以上、過度な利用制限を課すべきではありません。しかし、本来であれば民間で負担すべきコストを行政が肩代わりすることは望ましいことではありません。

ここで、3点お伺いいたします。

1.新宿区は、シェアリングエコノミーを街の課題解決に取り入れる意向はありますか。

2.民業圧迫にならないよう、公費によるシェアリングエコノミーは行うべきでは

ないと考えますが、いかがでしょうか。

3.行政サービスを活用したシェアリングエコノミーが生まれないように配慮が必要だと考えますが、いかがでしょうか。

区長のお考えをお聞かせください。

次にシェアリングエコノミーの一種である民泊について伺います。

本来は社会を豊かにする可能性を秘めたシェアリングエコノミーですが、問題が発生する場合があります。その代表的な事業が、住宅宿泊事業いわゆる民泊です。

新宿区は国内の民泊市場としても最大級であり、4000以上もの物件が民泊サイトに掲載されています。一方、区に寄せられた相談・苦情件数は平成27年度が95件、平成28年度は246件、今年度はすでに260件で、増加傾向にあります。具体的には、民泊によるマンションのロビーや廊下における騒音、知らない人が出入りしていることが怖いと感じられる方、あるいはごみ出しの問題等の様々なトラブルが発生しています。

私も目の前にある問題を解決するために、対策が必要なことを十分に理解しています。しかし、本定例会には、条例案が提出され、その内容は、法律以上に厳しいものです。住居専用地域において、家主滞在型民泊と家主不在型民泊が区別されることなく、月曜日から木曜日まで規制が行われる見通しです。この条件で事業者がビジネスを行うことは難しく、事実上民泊を禁止するような内容ではないかと思えます。

行政は規制をすることが主な仕事です。そして、条例等により一度規制が行われると、簡単にルールを変えることはできません。11月20日の日経新聞で「違法営業によるマナーなどの問題が生じていた。きちんとした管理・営業を通じて社会的に受け入れられる環境をつくるのが大事だ」と吉住区長のコメントが掲載されています。この発言からも、法律が整備されることで違法営業の問題が解消し、マナーが守れる環境が整えば、再度ご検討をいただけるのではないかと理解しております。

新宿区民泊問題対応検討会議では、条例制定後の運用に関する議論も行われていました。現在一律に扱われている家主滞在型に関しては、規制を緩めること

をぜひご検討いただきたいです。

また、民泊によって損害を被る可能性のある物件の両隣が許可をすれば問題ありません。一律に規制をかけるのではなく、住民が主体となれるよう、ルールを作るべきではないでしょうか。

そして、シェアリングエコノミー自体が急速に発展することは避けられないため、本定例会で条例を制定した後に、実態に追いつけない可能性もあります。また、独自の規制を設けることで区の仕事が増えることにつながる恐れもあります。それは民泊の対策に税金が使われることを意味するため、望ましくありません。

問題解決の方法を含めて、民間企業はビジネスモデルに組み込む必要があります。本来であれば、問題解決は民間が行い、行政はコストを負うべきではありません。そして、行政が一方的な規制を行うことも望ましいとは考えていません。規制緩和の条件についても目安を提示することで、ごみ出しや、騒音等のトラブルを減らすよう、民間へアプローチをかけることが大切です。

ここで、2点お伺いいたします。

1.条例制定の際に、民泊によってメリットを享受する民間の意見は踏まえられていますか。また、騒音やごみ出し等のトラブルを民間が主体的に減らせるような仕組みも必要だと考えていますが、いかがでしょうか。

2.条例制定後に規制緩和を行う可能性はありますか。また、民泊事業者側が問題解決に取り組むことで、民泊についての信頼回復につながると考えています。どのような条件であれば規制緩和につながるか目安について発表すべきだと思いますが、いかがでしょうか。

区長のお考えをお聞かせください。

### 3.教育について

次の質問は、教育についてです。

社会が変化し続ける限り、子どもたちに求められるスキルも、今と 10 年後 20 年後では変化します。公教育においても社会の変化へ対応するために、一部ではアクティブラーニングなど新たな取り組みが始まっています。知識を詰め込むだけではなく、問題解決能力を高め、社会で生き抜く力を身につけることが狙いです。時代の変化は加速しており、私たちの生活は例えばこの 10 年だけでも大きく変化をしました。様々な業界で、既存の仕組みでは通用しない、不具合が生じるといったことが起こっています。教育においても例外ではないでしょう。これからの子どもたちのためにも、新しいやり方、多様な手法を取り入れていかなければなりません。

民間教育事業は時代の変化を先取りし、学校以上の変化が起きています。民間では AI を取り入れた教材が登場するなど、教育分野でもイノベーションが始まっています。そして、学校とは異なる価値を生み出す民間教育も誕生しています。

先日、小学生のお子さんをお持ちのお母さんから、民間学習塾のノウハウを区立にも導入できないかとお相談をいただきました。その学習塾では「魅力的でメシが食える大人を育てる」という理念が掲げられています。受験や学校の補習に特化した塾ではありません。社会で生きる力を身につけるために、思考力や創造力、数理的な力を伸ばす教育が行われています。授業を見学させていただきましたが、学校教育とは指導法が異なり、すべての子どもたちが主体的に授業に参加する仕組みが構築されていました

もちろん、「食える力」は学力調査で測ることができません。文部科学省の学習指導要領でも、公立学校は「生きる力」を育てることを掲げていますし、公教育でも思考力等を身につけることを目的としています。しかし、その公立学校がありながらも、約 18,000 名ものお子さんが先ほどの塾に通われているということは、価値の高い民間教育が評価されていると考えることができます。

全国には、民間の教育を公教育に取り入れる事例もあります。例えば、佐賀県武雄市では、先ほどご紹介させていただいた学習塾と官民一体型学校の取り組みが行われています。民間と連携するメリットは、すでに実績がある手法をすぐに取り入れられることです。また、学校教員の多忙化等の問題を抱える中で、外部のリソースを効率的に活用することは不可欠だと考えています。

ここで、2点お伺いいたします。

- 1.新宿区は、民間企業の教育に関する取り組みについてどのような調査を行なっているのでしょうか。
- 2.将来的に子どもたちが活躍できるよう、先進的な民間企業のノウハウを常に取り入れることが有効だと考えます。民間との連携、あるいは官民一体校なども視野に入れて検討することはいかがでしょうか。

教育委員会のお考えをお聞かせください。



#### 4.若者の区政参加について

最後の質問は、若者の区政参加についてです。

昨年第四回定例会で質問をさせていただいた「若者のつどい」についてお伺いします。

これまで繰り返しお伝えした通り、「若者のつどい」は事業自体を見直すべきだと考えております。特にアイドルライブについては問題があります。アイドルライブで会場が盛り上がり、昨年の来場者数が前年の1.5倍を超える1,500人へと大幅に増加した要因であることは認めますが、新宿区に住む若者全体のことを考えると、公費を投じたイベントのあり方としては問題があることを改めてお伝えします。

また、若者のつどいの目的について改めて確認をさせていただきます。昨年第四回定例会の代表質問で、吉住区長から「若者のつどいは、開催当初から、主に20代、30代を中心とした若い世代に、出会い、交流する場を提供し、地域や行政、若者支援団体等とつながるきっかけづくりを目的として開催しており、若者が自分の住む地域や区政に関心を持つ機会の一つとして位置づけています。」とご答弁をいただきました。若者のつどいでは、出会い、交流する場という趣旨があります。確かに、2015年までは出会いや交流に関する企画が行われていました。お笑い芸人の方が会場を盛り上げ、初対面の方と会話をすることが難しい方にも参加しやすい場づくりがされていました。仲良くなった参加者同士でSNSのアカウントを交換するなど、若者の交流にもつながっていました。

今年のイベントでは、各ブースでは区職員や参加団体と交流することはできるかもしれませんが、特に一人で参加された方が積極的に知らない人に話かけるにはハードルも高いです。イベントの目的を達成しながら参加者の方々に楽しんでいただくことが難しい可能性もあります。すでに今年の企画は決まってしまったかもしれませんが、今からでも、開催目的である出会いと交流の場や、区政に興味を持ってもらうきっかけとなるコンテンツを充実させることが必要だと考えています。

ここで、2点お伺いいたします。

1.今年の若者のつどいは、どのような条件を満たせば成功したとお考えでしょう

か。指標や、人数以外に重視している点があれば、教えてください。

2.今年若者のつどいに一人で参加した場合でも、出会いや交流につながるよう改めて配慮をいただくことは可能でしょうか。また、今後も若者同士の出会いや交流を重視する場合、2015年までに行われていた仲間づくりに特化した企画が必要だと考えますが、いかがでしょうか。

区長のお考えをお聞かせください。

次に、選挙に関する情報発信について伺います。

すべての区民に選挙に関する情報が届くよう、新宿区選挙管理委員会は改善に取り組まれています。選挙広報は、新聞折込から全戸配布へと配布方法が見直されました。若者の新聞離れの実態も踏まえ、すべての区民へ情報を届ける努力をされていることに感謝申し上げます。

一方で選挙公報の情報は重要ですが、紙面にも限りがあります。そのため、私は各候補者の情報をインターネット等で調べ、投票行動に反映させていましたが、情報を集めるだけでも膨大な時間がかかります。私は、自身が苦労した経験に基づき、区議会議員になる以前から、インターネットを活用した候補者まとめ記事を公開しています。選挙期間になると私のホームページへのアクセス数は増加傾向にありますが、新宿区選挙管理委員会のページも多く有権者が閲覧されていることでしょう。

一定のアクセスが見込める場合、新宿区選挙管理委員会でも、候補者の情報をまとめたコンテンツを公開することが望ましいと考えています。すでに自治体がそのような情報を公開する取り組みは行われています。例えば、2017年の衆議院選挙の際、東京都選挙管理委員会のホームページ上に特設ページが開設されました。候補者のホームページやSNSへのリンクが掲載されていましたが、PDFで選挙公報を閲覧する以上に利便性も高く、瞬時に必要な情報へアクセスすることが可能となりました。

今後、新宿区長選挙や新宿区議会議員選挙が行われます。若い世代はもちろん、インターネットを利用するすべての方が選挙情報にアクセスできるよう、改善が必要だと考えています。

ここで、2点お伺いいたします。

- 1.新宿区議会議員選挙、新宿区長選挙の投票期間中、選挙管理委員会ホームページへのアクセス数は選挙期間外と比較してどのようになっていますか。
- 2.候補者の情報へアクセスできるように、選挙管理委員会で候補者まとめコンテンツを作成する必要があると考えていますが、いかがでしょうか。

選挙管理委員会のお考えをお聞かせください。