

総務

佐賀地区防犯協会負担金

〔質問〕負担金を財源として、自治会に対する防犯カメラの設置補助を行っているが、内容や実績はどうなっているか。

〔答弁〕防犯カメラの設置補助金は、1台あたり経費の2分の1が補助対象。上限は5万円。予算額は50万円。補助の



防犯カメラ

文教福祉

GIGAスクール等機器整備事業

〔質問〕タブレット端末は学校だけでなく、家庭で使用することも想定しているのか。

〔答弁〕令和3年9月から本格的に運用することになっており、現在、ようやくタブレット端末が子どもたちの手元に届いた状況である。今後、学校で練習し、持ち帰っても大丈夫となった後に、学校閉鎖等になった場合は、家に持ち帰ることも考えている。

〔質問〕学校ではアクセスポイントを整

執行状況は、平成30年度は5件の補助枠に対して5件の執行、令和元年度は10件の補助枠に対して7件の執行、令和2年度は10件の補助枠に対して10件の執行となっている。

〔質問〕この3年間で執行件数が、5件、7件、10件と増えているが、自治会からの聞き取りは行っているのか。

〔答弁〕聞き取りは行っている。内容は、防犯カメラはあったほうがいいという声が多かったが、一方では防犯カメラは必要だが、自治会の役員が2年ごとや毎年交代することから、管理が難しく制度を利用できないとの声もあった。

常任委員会（決算審査）

備しているが、家庭でWiFi環境がない場合の対応は考えているのか。

〔答弁〕家庭にWiFi環境がない場合については、現在、検討中である。

〔質問〕教室不足と言われる中で、タブレット端末用の充電専用機器を並べれば教室1つ分ぐらいがなくなるのではないかと思うほど大きい。今後、この機器の設置について何か対策は考えているのか。

〔答弁〕給食の準備などに支障となっている教室があるのは事実である。しかし、子どもたちがすぐにタブレット端末を取って使えるようにと考えた場合、教室の近くに設置しなければなら

シテイプロモーション事業

〔質問〕事業の効果測定はどのように行っているか。

〔答弁〕ホームページのアクセス数が令和元年度は5,239件であったのが、令和2年度では1万5,368件に増加した。プロモーションムービーの「本当にあったぬるい話」は4万3,685回再生、「佐賀市なんもな課」は35万6,300回の再生回数を達成している。

〔質問〕動画を見て楽しむだけでなく、具体的な移住に関する情報への連携が必

要だがどのようにしているか。

〔答弁〕東京圏への動画の発信に併せて、ウェブ広告で佐賀市ホームページの移住促進のページに誘導し、佐賀市に移住した人たちの感想などのコメント等を見ることが、佐賀市の良さを知ってもらい、動画と移住をつなげていくような情報発信を行っている。

〔審査結果〕全ての議案について、認定すべきものと決定。

ない。そのため、各学校に工夫をお願いしている。学校から設置場所等について相談があった場合は考えていきたい。



国民健康保険税

〔質問〕滞納による給付制限の件数は。

〔答弁〕1年以上の滞納がある場合で

短期証になった件数は令和元年度が1,292件、令和2年度が1,092件、資格者証発行件数は令和元年度が284件、令和2年度が264件、いずれも令和2年度は前年度より減少している。

〔質問〕給付制限の件数が減ったのは、新型コロナウイルス感染症の影響で収入等が減少し、減免制度が適用されたことが要因と考えてよいか。

〔答弁〕短期証や資格者証になる前に減免制度が適用されたことが件数の減少に大きく影響していると思われる。

〔審査結果〕全ての議案について、認定すべきものと決定。

経済産業

観光広報PR事業

〔質問〕 広報PRのターゲットを決定したり、各媒体の利点等を考慮して広報手段を決定する時の、関係部署と共通した方針を持っているのか。

〔答弁〕 広報のターゲットによって個別に検討しており、全庁的な方針はないと認識している。

〔質問〕 各種広報媒体についての特長や弱点等をまとめた全庁的なマニュアルはあるか。

〔答弁〕 今後には必要になると考えられるため、関係部署と連携し研究したい。

〔質問〕 ウェブやSNSを活用した件数が少なく、偏っていると思うがどうか。

〔答弁〕 予算を伴わない広報手段として、LINE等を用いた情報発信を行っており、少しずつフォロワーを増やしなが



常任委員会（決算審査）

建設環境

通学路合同点検対策事業

〔質問〕 対策工事を9カ所行ったとのことだが、詳しい内容は。

〔答弁〕 市内の小・中学校の通学路の危険箇所については、警察、道路管理者、学校、教育委員会等の関係機関が合同で点検をしている。調査の結果、危険箇所と判断したところは、路面標示や転落防止柵設置等の安全対策を講じている。令和2年度は7校区で9カ所の対策工事を行い、道路の護岸補修や路面のカラー化、カーブミラーや転落防

止柵の設置などの交通安全施設の対策を講じた。

川と親しむ事業

〔質問〕 令和2年度はコロナ禍で河川清掃の参加人数が少なかったために、前年度に比べて河川等に水草が多く、除草などの件数も多かったのではないか。

〔答弁〕 通年の参加人数は、令和元年度が9万572人、令和2年度が5万3,817人。このうち、春の川を愛する週間は、令和元年度の約4万5千人に対し、令和2年度が約9千400人であった。秋の川を愛する週間では、例年と変わら

取り組んでいる。

〔質問〕 新聞および雑誌を利用した広報PRで、同じ事業者に複数回依頼しているものがあるが、同業他社との比較検討は行われているか。

〔答弁〕 特集記事の企画提案を受けて委託したものもあるが、それぞれのイベントや事業ごとに費用見積もりを比較する等の検討を行っている。

〔質問〕 広報PRをより効果的に行うためには、広報媒体の選択を戦略的にすべきであるがどうか。

〔答弁〕 インターネット等での広報をより積極的に活用し、随時改善を図りたい。

令和2年度は約4万4千人が参加された。そのような状況下で除草、しゅんせつの要望件数も多くなっており、予算内でできる範囲の除草、しゅんせつを行っている。

〔質問〕 春は参加人数が少なかったということは、秋に残った水草やごみが多く、秋の参加者が多かったとしても、作業は非常に大変だったのではないか。

〔答弁〕 春の清掃作業では手が届かなかった区域もあり、秋の作業量が多かったと聞いている。河川ごみの回収量を見ると、秋に頑張っていた分も含めて、年間を通すと例年と変わらない量が出ている。

〔質問〕 インスタグラムを活用した歴史民俗館PRの詳細は。

〔答弁〕 福岡方面への情報発信を目的として、福岡市在住のインスタグラマーが在籍している事業者と契約し実施した。約1万3千人のフォロワーを持つインスタグラマーによって4回情報発信がなされ、約5万5千件の閲覧があった。今後、このような取り組みを増やそうと考えている。

〔審査結果〕 全ての議案について、認定すべきものと決定。



〔審査結果〕 全ての議案について、認定すべきものと決定。