

平成26年度「グッジョブおだわら」における上位賞の結果と取組内容

実施事業名	取組の内容	主な効果など	課名	審査結果
魚ブランド化促進事業	<ul style="list-style-type: none"> 小田原の魚の価値をもっと「知って」、「買って」、「食べて」もらうため、3つの柱（「人をつくる」、「ものをつくる」、「流れをつくる」）に基づき、活動を展開し、小田原の魚の認知度の向上と消費拡大を推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> 「小田原の魚」の良さを多くの市民や観光客に「知って」・「買って」・「食べて」もらうことができた。 「未利用・低利用」の魚の認知度の向上及び消費拡大が図られた。 かます棒を小田原の名物化とする一步を踏み出せた。 オール小田原水産で取組み事業を展開していることで、一体感を醸成できた。 「小田原の魚」の良さを知ってもらう機会になった。 	水産海浜課	グッジョブ大賞
防犯灯E S C O事業	<ul style="list-style-type: none"> 自治会が管理している防犯灯約15,000灯を市に移管し、E S C O事業を導入してL E D化が済んでいない防犯灯について、一斉にL E D化を行った。 単年度でのL E D化と電気料金の削減、市による防犯灯の一元管理の実現と、防犯灯にかかる自治会の財政的負担や管理する手間の軽減を図った。 	<ul style="list-style-type: none"> 一斉にL E D灯に交換し、安全・安心なまちづくりを実現した。 10年間の債務負担行為を設定することで、支出予算の平準化を図った。 例年の市の防犯灯関係予算と同等程度で、E S C O事業の実施と実施後の電気料金を賄うことができた。 自治会が負担する防犯灯に係る電気料金及び整備費・補修費が、年額約3,000万円節減できる（試算額）。 防犯灯データの一元管理が行えるようになった。 故障等についてはコールセンターで受け付け、市民からの通報に対し迅速に対応できる体制となった。 自治会においては、防犯灯の維持管理にかかる経費や手間が軽減され、他の自治会活動に費用や時間を充てるようになる。 温室効果ガスの削減による低炭素社会の構築へ寄与した（年間460t-CO₂/kWh）。 	地域安全課	金賞

平成26年度「グッジョブおだわら」における上位賞の結果と取組内容

実施事業名	取組の内容	主な効果など	課名	審査結果
<p>保険料徴収の意識改革と効率化～お願い納付から債権回収へ～</p>	<p>・全滞納者に対し、限られた職員数で効率よく滞納整理を行うため、個の力だけではなく組織としての力も発揮できるよう徴収業務をマネジメントする。</p>	<p>・限られた職員の力を集中させる項目を、徴収業務の開始時に吟味して決定したことで、滞納整理の効率化が進み、前年度よりも実績が大幅に増加した。</p> <p>【選択と集中の成果】</p> <p>収納率 現年度 前年度比0.69ポイント増加 過年度 前年度比2.86ポイント増加</p> <p>差押え 差押件数 130件→264件 取立金額 2,100万円→3,700万円</p> <p>執行停止 停止件数 604件→1,246件 停止金額 8,800万円→1億3,780万円</p>	<p>保険課</p>	<p>銀賞</p>
<p>市民の手による魅力あるハルネの空間づくり</p>	<p>・ハルネ小田原は、小田原のヒト、コト、モノが集まる新スタイルのショッピング&コミュニティ空間としてオープン。市民の手による魅力あるハルネの空間を実現するため、開業告知ポスター「HaRuNe's PEOPLE」や床面マップイラスト、壁屋総本舗等を展開した。</p>	<p>・開業告知ポスター「HaRuNe's PEOPLE」は、ハルネ小田原だけではなく、中心市街地や小田原全体の魅力を発信するポスターとなった。</p> <p>・床面マップイラストでは、市内の小学生100名以上が参加し、地下街に愛着や誇りを持ってもらうきっかけとなった。</p> <p>・壁屋総本舗の運営開始の1月後には、空き待ちが20区画ほど生じる人気となっており、市民ニーズにマッチした企画が実現できた。</p>	<p>中心市街地整備課</p>	<p>銅賞</p>

平成26年度「グッジョブおだわら」における上位賞の結果と取組内容

実施事業名	取組の内容	主な効果など	課名	審査結果
あかりの響宴～デジタル掛軸～	<ul style="list-style-type: none"> 7月の小田原ちょうちん夏まつり開催に合わせて、『あかりの響宴』と題し、本市の象徴である小田原城天守閣をキャンパスに「デジタル掛軸」の技法を用いたライトアップを行った。 デジタル掛軸により、これまでに演出されたことのない小田原城の姿を夜の闇に浮かび上がらせ、多くの市民や観光客を誘客するとともに魅了した。 	<ul style="list-style-type: none"> 小田原ちょうちん夏まつりの入込観光客数は、平成23年は65,000千人、平成24年は90,000人、平成25年は95,000人と推移してきたが、あかりの響宴～デジタル掛軸～を実施したことにより、平成26年は3年間の平均値に対し36%増、前年比では27%増の130,000人が来場した。 デジタル掛軸に彩られた天守閣は、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、神奈川新聞など新聞各紙に取り上げられ、本市が持つ歴史的資産の魅力を発信することができ、大きな効果が得られた。 フェイスブック小田原シティプロモーションでは、デジタル掛軸を投稿した記事のリーチは12,000人を超え、過去類を見ないほどの情報の広がりを見せ、相乗的な情報発信が行えた。 	観光課	銅賞
行政財産有効活用の方策 (自動販売機等の設置における貸付手法の導入)	<ul style="list-style-type: none"> 行政財産への自動販売機等の設置について、従前の目的外使用許可による設置から、行政財産の貸付による設置に切り替えるとともに、設置事業者の選定に公募や見積合せを導入したことで、従前の目的外使用許可に比べ、約9倍の歳入増加が図られた。 	<ul style="list-style-type: none"> 目的外使用許可から公募や見積り合わせによる貸付への更新により、約1,464万円の歳入増加が図られた。 また、貸付を活用し新規設置することで、約1,354万円の歳入増加が図られた。 よって、貸付の導入により、全体では約2,818万円の効果が得られた。 	行政管理課 他13課	身近な改善 大賞