

令和3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

部門	取組名	担当課	① 取組の概要	③ 取組の内容	④ 取組の効果	賞
フリー	スマートフォン決済アプリによる収納の導入	市税総務課 保険課 保育課 学校安全課 資産税課 市民税課 給排水業務課	市税等の納付について、令和3年5月からPayPayなどスマートフォン決済アプリ（以下「スマホアプリ」という。）を利用した収納方法を新たに導入した。	<p>スマホアプリによる収納とは、カメラ付のスマートフォン等により、納付書に記載されたバーコードを読み取り、クレジットカード、銀行口座を通じて納めるものである。導入したスマホアプリは、LINE Pay、PayPay、ゆうちょPay、はまPayの4つである。</p> <p>既存のコンビニエンスストア収納業務の内容を拡充する方法であるため、基幹業務システム等の改修やテストの導入費用がかからなかった。</p> <p>収納に関する手数料は市が負担するが（1件あたり57円+消費税）、スマホアプリ使用にかかるデータ通信料は利用者の負担となる。</p> <p>対象となる税目・料金は、市県民税（普通徴収）、固定資産税・都市計画税、軽自動車税（種別割）、国民健康保険料（普通徴収）、保育所保育料、学校給食費、水道料金・下水道使用料の7科目である。</p> <p>周知方法として、広報紙、市ホームページ・市SNS、納税通知書への記載、報道機関への情報提供等を行った。</p>	<p>【サービス面】利用者にとっては、市役所や金融機関の窓口、コンビニエンスストア等に出向かなくても、自宅や出先等で納付が可能になったことである。サービス開始の令和3年5月から令和4年1月までの9か月間で市税では約9,000件、保険料をはじめとする料金で約4,000件、水道料金・下水道使用料で約4,700件の利用があった。</p> <p>【経費面】通常は収納チャネル拡大に際して、基幹業務システム等の改修費用や収納に関するテスト費用が発生するが、既に実施しているコンビニエンスストア収納を拡大する方法で行ったため、これらの費用がかからなかった。</p> <p>【業務効率】通常、収納消込に関する業務が増大するが、スマホアプリによる収納の消込は、コンビニエンスストア収納の消込と同時に行うため、業務量の増大がない。</p>	グッジョブ大賞
フリー	ひそかに減塩&歩いて健康ポイントゲット！！～「食事」と「運動」から脳血管疾患予防～	健康づくり課	小田原市の健康課題である脳血管疾患死亡率の低下を目的に、原因疾患となる高血圧症等の生活習慣病を改善する「食事」と「運動」面に特に力を入れて取り組みを行った。	<p>【食事】</p> <p>コロナ禍により外食を控え、「中食」を利用する人が増えていると言われているため、小田原市内のセブンイレブンに、令和3年9月より店内のお弁当やサラダコーナー等に、「野菜プラス1皿」のポップ掲示と、食生活改善のチラシを配架を依頼した。さらに令和4年1月からは、ヤオマサ(株)、(株)小田原百貨店と協力し「野菜たっぷり(ひそかに減塩)弁当」(管理栄養士監修)を開発し販売を始めた。</p> <p>【運動】</p> <p>日常生活で身体活動を増やす具体的な手段が歩数を増加させることであるため、まず11月に「かってにマーチ」「歩き方教室」を共催した。また、運動習慣の獲得には間隔を開け過ぎないことが効果的と考え、10万歩達成すると健康ポイント事業のポイントと協賛品を獲得できる「春を探しに10万歩14DAYSチャレンジ」を2月1日から開催中である。運動企画として、「歩いたあとに整える！ヨガストレッチ入門教室」を開催した。</p>	<p>【食事】</p> <p>セブンイレブンについては、2月現在野菜の売り上げの変化、従業員の意識変化、お客様の声等のアンケートを実施している。スーパーマーケットの弁当については、メディアに取り上げられたこともあり、日によっては昼前に完売してしまう日があったり、店内の弁当の売り上げの上位5位以内に入るなど好評であると聞いている。市民が他の弁当と比べて「野菜たっぷり(ひそかに減塩)弁当」を購入することで減塩や野菜摂取量の増量が普及啓発出来たと考えている。</p> <p>【運動】</p> <p>「かってにマーチ」 延べ参加者数:2,472人 グッピーヘルスケアアプリ 新規登録者数:141人、「春を探しに10万歩14DAYSチャレンジ」実施中、運動企画の「歩き方教室」「歩いたあとに整える！ヨガ ストレッチ入門教室」は延べ50人余の申込があり、運動のきっかけづくり、歩くための身体づくりに役立つ企画であった。</p>	グッジョブ大賞
フリー	富野由悠季氏関連事業	観光課 広報広聴室 下水道整備課 経営総務課 商業振興課 市税総務課	小田原市出身で世界的にもファンの多い『機動戦士ガンダム』の生みの親である富野由悠季氏の作品を活かした様々な施策を民間団体や複数課と連携し、実施した。	令和2年2月にバンダイナムコグループが展開する「ガンダムマンホールプロジェクト」が始動し、本市が『機動戦士ガンダム』の総監督である富野由悠季氏の出身地であるなどの理由から同プロジェクトとして初の2枚のガンダムデザインマンホールの寄贈を受けた。マンホールの設置箇所やデザインなどについては、官民連携組織である「小田原城誘客プロジェクト」にて民間のアイデアを取り入れながら検討をした。この寄贈を契機に、富野氏が小田原ふるさと大使に就任し、富野由悠季氏関連事業として、ガンダムマンホールプロジェクトを活かし、ハルネ小田原内の階段5箇所にガンダムのキャラクターと小田原城等と一緒にデザインされた階段アートの設置やガンダムデザインマンホールカードの配布、交通安全啓発と本市のPRを目的としたガンダムがデザインされた小田原初の原動機付自転車のご当地ナンバープレートの交付など様々な施策を実施した。	マンホールカードについて、配布の初日、2日目にはそれぞれ2,500人以上が全国から来訪し、1万枚が17日間という異例の早さで配布終了となり、その話題性の高さや誘客の効果が伺えた。マンホールや階段アートを見学に訪れた人数を算出することは難しいが、Instagramでは『#ガンダムマンホール』というハッシュタグが付いた投稿が500件を超えるなどSNS上での拡散が多く見られ、今後も波及していくと考える。また、ご当地ナンバープレートは、令和4年2月15日現在、市民向けに約1,100枚交付し、新聞、テレビはもちろん、インターネットニュースやそのインターネットニュースのSNS拡散など多様なメディアに掲載され、本市のPRに繋がっている。これらのアニメコンテンツを活用した事業展開により、若年層へ新たな小田原観光のイメージを想起させ、誘客が図られたとともに、更なる小田原ファンの獲得ができたと考えている。	銀賞