

平成30年度第2回我孫子市まち・ひと・しごと創生有識者会議 議事要旨

(1)会議名称	平成30年度第2回我孫子市まち・ひと・しごと創生有識者会議			
(2)開催日時	平成30年8月30日 10:00～12:20			
(3)開催場所	我孫子市役所 議会棟 第1委員会室			
(4)出席者	委員			
	出	熊田 雅弘	出	山内 智
	出	大炊 三枝子	出	白土 健司
	出	門脇 伊知郎		
	事務局			
	【企画課】相良主幹、井下田主査長、滝川主査			
(5)議題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 平成29年度地方創生推進交付金の活用における効果検証について 2. 重要業績評価指標（KPI）の見直しについて 3. 我孫子市まち・ひと・しごと創生総合戦略の中間評価について 4. 今後のスケジュールについて <ul style="list-style-type: none"> ・10月2日午前・・・第3回有識者会議（グループワークによる評価） ・10月31日・・・第4回有識者会議（評価のまとめ、市長への報告） 5. その他 			
(6)公開・非公開	公開			
(7)傍聴人の数	0人			

(8)会議の内容

1 平成29年度地方創生推進交付金の活用における効果検証について

第1回会議で効果検証シートの事業内容について事務局から説明したが、改めて事業ごとに実績値等を確認し、検証を行った。

意見等
<ul style="list-style-type: none"> ■ 農産物直売所の来場者数は、オープン直後は多かったが、その後は落ち着いている。JBFのあった11月やさくらプロジェクトのあった3月は増えている。やはり、イベントをやれば増える。冬場は日が短く、人も少ない。天候にも左右される。そこをどうクリアするかが課題である。(大炊委員) ■ 30年度から31年度に来場者を7,000人増するには、何かしらイベントを実施しないと厳しい。(山内委員) ■ 前年度、どの月にどんなイベントを実施したのか分かる資料が欲しい。(門脇委員) ■ 来場者が多い日と少ない日の原因を知りたい。どういうイベントで集客があったのか。リピーター化することによって、ベース（何もやらない日）の数を上げていく。イベントが増加するキーとなる。(白土委員) ■ イベントが即売上に響く状況になっていないが、周知するきっかけだと認識している。リピーターは増えている。(大炊委員) ■ KPIについて、「いくらお金が落ちたか」であれば内容が良いかどうかの判断ができ

る。人を増やすKPIだと、本質が見えず中身の評価は難しい。(門脇委員)

- 鳥の博物館と農産物直売所はあまり連携できていない。(大炊委員)
- 人数を増やすなら、団体を呼ぶのが効果的。そういったところへPRするとよい。(山内委員)
- 鳥のカレンダーを作っているようだが、知名度がない。水の館などに置けば、PR効果があるのではないか。(大炊委員)
- シティセールスの事業について、この施策が転入者が増えた原因と言えるかは分からない。特に、外国人の増加には関係ないといえる。行政のホームページは住んでいる人向けで、市に来た人が見ている感じ。基本的に、観光する訪日外国人は見ない。(門脇委員)
- 転入者向けのアンケートは平成30年1月から実施している。有効回答数は3割ほど。そこでは「シティセールスを見たことがあるか」「我孫子に引っ越しきっかけになったか」などの設問を設けている。現在800件ほど集計しているが、シティセールス事業を見たことがある人は13%ほどであった。転入理由の大半は、仕事の都合が多い。(事務局)
- 首都圏が一番多い理由が不動産。マイホームの購入や職場から近いなどである。我孫子市は完全に都内への通勤圏であり、実際、新しくできるマンションの広告が常磐線にバンバン出ている。その広告には「座って行ける」というキラーメッセージが載っている。そこで名前だけでも覚えてもらうのがシティプロモーションでは重要。「〇〇駅から徒歩〇分」とあっても、それがどこにあるのか知らない候補からはずれてしまう。知ってもらってれば、ちょっと検討してみようかなとなる。(門脇委員)
- 自然が豊富というのをアピールした方がよい。流山もおおたかの森を前面に出して自然をアピールしている。ただし、今は森を削って緑が少なくなってしまうと聞く。我孫子はまだまだ水と緑が残っていることを親子にアピールすべき。(大炊委員)
- 東京シティアイで発信しているのは、あくまで観光向けであり、たまに、丸の内のOLなどが見ることもあるかもしれない。観光から定住につながるのは、沖縄とか北海道、この辺りでは長野や山梨など地方での話である。そういう地域は、まず、旅行で行ってから移住するというステップを踏む。首都圏にはその理論はあまり通用しない。首都圏向けには、「東京へ通える」「電車で座って会社に行ける」など居住の条件を優先した方がよい。観光も大事だが、別々に考えた方がよい。白樺派ゆかりの地だからという理由で引っ越し人はなかなかいない。それよりも、「座って行ける」という方がメッセージとしてはすごく強い。(門脇委員)
- ターゲティングを少し見直してはどうかということか。(熊田委員)
- 起業・創業の支援について、起業したい人へPRが足りているか疑問である。不特定多数にPRするよりもピンポイントにした方がよい。(山内委員)
- なぜ我孫子で起業するのか、「なぜ」を詰めていく。起業が定住にすぐつながるか疑問。時間はかかるが、企業誘致が必要である。(白土委員)

検証の結果、1～4の事業の評価は「②効果があった」とする。

2 重要業績評価指標（KPI）の見直しについて

第1回会議で総合戦略施策の「1. 集団化が完了した企業数」を「産業拠点創出事業取組み地区数」に変更したい旨を事務局から説明したが、第2回会議では、目標値を1地区にしたい旨を説明。

異議がないため、総合戦略施策のNo. 1は、「産業拠点創出事業取組み地区数」とし、目標値は1地区とする。

3 我孫子市まち・ひと・しごと創生総合戦略の中間評価について

第1回会議に引き続き、施策について評価を実施した。

基本目標1・2グループ

12. あびこ型「地産地消」推進協会会員数

13. 学校給食への地元野菜提供量

14. 農業拠点施設の年間延べ利用者数

- 12は遅延となっている。毎年、会員を募集しているが、入ってくれる人が少ない。さらに、今までの会員が高齢化などの理由により、脱退している。会員の多くが現役を退いた方々なので、定年延長の流れも影響していると思う。昔は、定年が60歳だったが、今は65歳になっている会社が多い。65歳から農業活動となると、体力的にも厳しくなる。(大炊委員)
- 協会では、どのような活動をしているのか。(白土委員)
- 援農、食育交流、エコ推進、給食、総務、広報など、様々な部会に分かれて活動している。ボランティアだと、意識に個人差があり、継続できない人も出てくる。(大炊委員)
- 地産地消の活動内容の評価が、会員数だと結びつきづらい。市民が我孫子産の野菜を食べているかを調べるのか、市内で生産する人を増やすのか。生産したら販売しないと買えないので、そういう仕組みを整えるのか。どのあたりを地産地消の活動として評価していくのか。(門脇委員)
- 現在、部会が多方面になっている。スタートは、農業者にエコ農産物をつくってもらったことだった。そうすると、農薬を減らすため草取りをする人員が必要となる。それでは、援農ボランティアを増やしましょうというのがきっかけでスタートした。活動していくうちに、生産したものを販売するボランティアが必要などと幅広くなっていた。しかし、会員が増えないため、部会長を兼務する人も出てきている。(大炊委員)
- 部会は減らせないのか。(白土委員)
- 会員が増えない以上は、原点に立ちかえって考える必要もある。(大炊委員)
- 組織が大きくなってしまうと、何が目的かぼやけてしまう。(白土委員)
- 地産地消という言葉は使いやすいが、農家にとっては地消じゃなくてもよい。そこが難しい。ただし、今は高齢化が進み、JAが設けている基準量まで作れなくなっている。そうすると、直売所や地元スーパーのコーナーに置いてもらうかたちになる。(門脇委員)

- 市内で消費されれば、流通コストが下がる。それが続けば、学校給食にもつながる。
(大炊委員)
- 定年が60歳から65歳となる社会の動きのなか、ターゲットとしていた層が崩れてきた。内容について見直しを検討した方が良いかもしれない。(熊田委員)
- 13と14については、「ほぼ順調」という評価をしてもよいのではないか。(熊田委員)

15. 若い世代の住宅取得補助金申請受付件数

16. 住宅リフォーム補助金活用件数

17. メディア(新聞)で取り上げられた回数

- リフォーム補助金が達成していないのは、周知されていないからなのか、利用条件が厳しいのか。(白土委員)
- 周知はされていると思うが、リフォームなので件数に限界があるのではないか。30年度には住宅金融支援機構と協定を締結している。また、大阪のブロック塀倒壊の事故を受け、家の改修と併せてブロック塀の改修をすれば、補助金の対象となるため、活用をPRしている。(事務局)
- この補助金は、シティプロモーションで発信しているのか。引っ越す人は、家の補助や子どもの医療費補助については、よく考えている。(白土委員)
- 15と17は達成、16は順調という達成状況から、「ほぼ順調」という評価としたい。(熊田委員)

18. 相互連携事業の取り組み

19. 総合型地域スポーツクラブの大学生会員数

20. 総合型地域スポーツクラブの会員数

- 18については、29年度は主に川村学園女子大学との取組みを実績としている。スポーツボランティアのシンポジウムや養成講座を大学と協働で実施した。連携事業以外にもボランティアという立場から、日本女子オープンゴルフ選手権でのPR活動や、あびこんのお弁当開発などでご協力いただいている。(事務局)
- 19については、毎年度0人のままである。既存のクラブは大半が高齢者ということもあり、加入を促す説明会を開いているものの、大学生の加入はない。文化・スポーツ課では、32年度を目途に「新規総合型地域スポーツクラブ」の設立を予定しており、そこで若者達が活動できるよう考えている。
- 18は順調に推移しているので良いとして、19と20はこのままだと不安。所管課でもどうアプローチして良いか分からないのではないか。(熊田委員)
- 内容も高齢者向けになっている。太極拳やショートテニスなど、若者がやるような激しいスポーツではない。(事務局)
- この内容だと、「順調とはいえない」という評価になる。(熊田委員)

21. シティセールス動画へのアクセス数

22. 手賀沼沿いの交流空間となる施設の入場者数(手賀沼親水広場・農業拠点施設)

- 21については、前から言っているが、アクセス数は身内で稼げてしまうので、あまり参考にならない。動画はどのくらいあげているのか。(門脇委員)
- 今までの累計で50～60はあげているが、どれもアクセス数は少ない。(事務局)
- 一つの番組が評判で3万回転したというのと、千の番組が30回転したのでは意味が違ってくる。本来は、誰が見ているのかを把握すべき。アクセス数だけ稼げばいいのなら、庁内で呼びかければそれで済んでしまう。できれば、3万回転する番組を一つつくる目標のほうが良い。最近では、自治体も動画配信に力を入れているが、ニュースになるような有名なものは、100万回転している。別府の市長が、「動画が100万回転したら温泉のテーマパークをつくる」と言ったら、一日で100万回転した。そんななか、複数の動画でアクセス数3万を目指すのは、それほど大した目標ではなくなってきた。(門脇委員)
- 我孫子市の動画は、どの番組も200～300回転に留まっている。(事務局)
- ということは、市役所の職員も見していない。発信している側すら見していない施策がどこまで意味があるのかということ。(門脇委員)
- そうなると、順調とはいえないか。(熊田委員)
- 順調といえないわけではない。設定した指標からみれば達成しているので、順調といえる。ただ、この指標にどこまで意味があるのかは判断が難しい。(門脇委員)
- お金をかければ件数は増えていく。限られた予算の中でなにをやっているか、中身を見ていかないといけない。(山内委員)
- 去年までお手伝いしていた宮崎県小林市が3、4年前に発信した移住定住促進の動画が当時話題になった。フランス人が小林市をフランス語で語っているが、実はそれは宮崎弁だった、というもの。200万回転以上あり、動画の賞もたくさん受賞した。ただ、作るのに数百万円かかっている。(門脇委員)
- 数字だけ見ると順調だが、主力となるアクションが必要だと感じる。(熊田委員)
- 22については、さきほども言ったが、イベントをやらない月は来場者数が落ちてしまう。6月と9月のイベントの間はなにもない。山内委員から子育て世代が来るような仕掛けが必要という意見もあったことから、「親子で楽しむ流しそうめん」をやるかという話になっている。(大炊委員)
- 館内の来場者はカウントできるが、手賀沼にウォーキングやサイクリングに来ている人はカウントできない。そういう人向けにカードを発行して、ある程度ポイントがたまったら、簡単な健康チェックが受けられる仕掛けをつくれば、館内に寄ってくれるのではないかと。ついでに買い物もしてもらえ。(山内委員)
- 21と22については、「ほぼ順調」という評価としたい。(熊田委員)

グループ間での情報共有について

- 3回目の会議で、B班の担当する基本目標3と4のなかで気になる施策を抽出していただく。(事務局)

4 今後のスケジュールについて

意見等

- 3回目は10月2日午前、4回目は10月31日に実施させていただく。(事務局)
- ※10月31日は午前中とアナウンスしていたが、後日、午後の開催に変更となった。