

令和元年度第1回我孫子市まち・ひと・しごと創生有識者会議（A班）

会議録

1. 日 時 令和元年7月22（月） 午後2時30分～午後4時
2. 会 場 我孫子市役所 分館1階 大会議室
3. 出席委員 熊田委員、山内委員、白土委員、門脇委員
4. 議 題
 - (1) 今年度の会議の流れについて
 - ・令和元年度我孫子市まち・ひと・しごと創生有識者会議 年間スケジュール【資料1】
 - (2) 平成30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
 - ・地方創生推進交付金の活用における効果検証シート【資料2】
 - ・平成31年度地方創生推進交付金の活用【資料3】
 - (3) 平成30年度施策評価について
 - ・我孫子市まち・ひと・しごと創生総合戦略施策評価表（平成30年度分）【資料4】
 - (4) その他

○熊田副委員長

では、改めまして、これからグループワークということなので、作業を進めていきたいと
思います。一応、議題に従って2、3という順番で行っていききたいと思いますけれども、き
ょう、白土委員が3時過ぎに早退ということもありますので、ここは協力して、白土さんの
ほうから、先にここについてお話しさせてほしいということがあれば、そこから進めていき
たいと思いますけれども、白土さん、どうですか。

大きく分けると、資料2と資料3に絡めた地方創生推進交付金についての意見を先に進め
るか、資料4について、去年までと同じような事業を進めるかということですが、

○白土委員 順番でいいと思います。

○熊田副委員長 いいですか。わかりました。

それでは、資料2、まず地方創生交付金について、効果検証シートのほうを見ていただき
たいと思います。事業名が「手賀沼を核とした水辺のにぎわい創出事業」と1枚目の上のほ

うに書いてありますけれども、この目標に対して、2ページ目、KPIの事業評価はどうだったかということをご意見いただければと思います。

あわせて、資料2の補足説明ということで、水の館の入館者数、アビシルベとミニSLの利用者数とホームページの閲覧回数集計が出ていますので、参考をお願いいたします。

では、まず、確認になりますけれども、KPI①、手賀沼沿いの交流空間となる施設（手賀沼親水広場・農業拠点施設）の入場者数というところで、これが事業開始前が40万人としましたけれども、目標となる増加分までには至らず、2万9,907人でした。

次にKPI②、アビシルベの来訪者数。こちらも増加分を期待しているところだったのですが、前年度の来訪者数を下回ってしまった。1,575人低かった。

次にKPI③ですが、スポーツボランティアの養成講座の受講者数。これは新しい取り組みでしたので、当初は40人を目標にしたところから7人の増加を考えていたのですが、実際のところは27人減ってしまったということです。数字だけを見ると、事務局側の説明のとおり未達という状況にはなるのですが、こういう言い方をするとちょっとあれですけれども、KPIを達成するように向けた取り組みとしてどうだったかということで検証していきたいと思います。

ちょっと読み上げますか。KPI未達成の理由として、KPI①については、施設の魅力づくり、新規顧客やリピーター確保に向けた効果的なPRが弱かった。これを見直す案として、施設に来てもらうターゲットを明確にし、施策に取り組むことで入場者の増加を図る。

アビシルベの来訪者数については、来訪者は開館した年度の2万人未満から8年連続して増加し、4万人を超えるまでに至ったが、29年度から頭打ち。定期的に開催している集客イベントも来訪者の数が固定化してきている。これについては人気展示のブラッシュアップを行い、新たな取り組みを検討・実施し、新規の来訪者獲得を図る。

3番目です。スポーツボランティア養成講座の受講者数ですけれども、講座に参加しやすいように開催期間を3日から1日に変更したけれども、魅力的な内容とは感じてもらえなかった。であるならば、積極的にスポーツ関連団体へ周知していくほか、内容を体験型に変更するなど、講座内容の魅力向上を図るといった見直し案になっています。

それでは、交付対象の事業内訳のところに行きたいと思います。1番については特にないので、2番の手賀沼沿いウォーターサイド整備事業になります。これについてと、そこから右側のページです。①の手賀沼沿いエリアの活用・整備、それから、④の我孫子産農産物の品質向上のための生産履歴システムの導入といったところに行きます。

対象事業について、まず、手賀沼親水広場のじゃぶじゃぶ池については、設備の老朽化や故障による池の水のろ過や滅菌に支障をきたしている。また、経年劣化により生じた池底や池縁の亀裂から、わき水、土砂が流入して水質悪化やポンプの故障の原因になっているため、子どもたちが安全に遊べるように改修工事を行うために、基本設計と実施設計を行った。ここについては、何かご意見はございますか。

ことは委託料で池の改修設計費のみ計上させていただいていますけれども、シート3のほうには、平成31年度はこうしたいといったところで、委託料、それから役務費、需用費としています。

○**白土委員** 設計だけでなく、この3つの項目全部の評価ですね。

○**熊田副委員長** そうです。その上で、まず、じゃぶじゃぶ池はどうでしたかというところですね。

○**白土委員** そうですね。当然、設計がないと、その先へ進まないの、これは必須の項目ということですね。当然、効果の有無というのがその後につながるのだと思いますけれども。

○**熊田副委員長** そうですね。

○**白土委員** そうですよ。効果がはかれるのかというのが難しいですけども。

○**熊田副委員長** ただ、取り組み内容を見て私が感じたのは、設備の老朽化、それと経年劣化という記述があります。老朽化とか経年劣化というのは、ある程度予測した上での設計なのではないかと思っています。私は設備業なので特に感じるんですけども、そのあたりで、設計内容というのか、そういうものは本当に専門家の話になるのだらうとは思いますが。どちらかという、これは水質悪化や子どもたちが安心して楽しく遊べるようにするための改修工事ということですよ。

○**事務局** すでに壊れてしまっていたポンプもあり、そのままでは水の循環がうまくいきません。ですので、ポンプの修繕も含めた改修の設計です。

○**白土委員** これ、変な話ですけども、経年劣化とかポンプの修繕というのは、過年度には対応していなかったということですか。ちょっと前に戻ってしまうような話になるかもしれませんが。

○**事務局** 27年に県から移譲を受けたのですが、そのときから地底のヒビ割れやろ過装置の故障がありました。

○**白土委員** もう傷んでいたということですね。だから、実質的には老朽化を放っていたわけではなくて、移譲を受けたときに既に老朽化していたので、直さなくてはいけないというこ

とですね。

○熊田副委員長 じゃぶじゃぶ池は行かれましたか。山内さん。

○山内委員 いえ、行ってないです。

○白土委員 7月20日オープンとさっきおっしゃってましたので。おとといぐらいですから。天気もよくないですし。

○山内委員 そうですね。その日だけちょっと晴れてくれました。

○白土委員 そのときは晴れましたね。暑くなれば結構来るのではないですかね。

○事務局 そうですね。土曜日に寄ったときには、十何人か遊んでいる子どもがいたので、もっとお日様が出れば。

○白土委員 我孫子市ってプールはあるんですか。市民プールみたいなものは。

○事務局 市民プールはもうありませんが、小学校のプールを開放しています。

○白土委員 じゃあ、小さい子どもなんかは来るかもしれないですね。プールがないから。

○事務局 幼児から小学生低学年ぐらいの子たちは遊んでくれると思います。

○熊田副委員長 では、3ページ目に進めます。

手賀沼沿いエリアというところで我孫子新田、高野山新田地区の活用・整備。こちらは手賀沼観光拠点、水の館について、小さい子どもに人気の高いじゃぶじゃぶ池のリニューアル、それから、リピーターを増やすための取り組みを引き続き行いますと。手賀沼公園では、ドクターイエローを購入しましたといったところです。

プラネタリウムのある親水広場に関しては、季節ごとに年4回、星空解説とテーマ番組をつくって、土日と平日の上映を実施したほか、春休みや夏休みには平日も上映したと。平成30年は811回上映して、1万4,985人の入場者があったと。

もう一つ、手賀沼公園のほうは、2月末にミニ新幹線（ドクターイエロー）を購入し、春休みから運行を開始しましたということになっています。

○白土委員 プラネタリウムは定員何名ですか。

○事務局 最大で50人です。

○白土委員 大体、20人弱ということですね。

○事務局 そうですね。1回あたりは20人弱です。

○山内委員 このミニ新幹線は雨の日は中止になりますよね。雨模様というときも、大雨が来るぞというときにも中止になりますよね。その辺の天候予見がすごく左右する乗り物なので。ことしは雨が多くて大変ですけれども、そういう意味ではまたKPIは厳しいかなと思いま

す。雨が降るとすごく客数が減るんですよ。その辺が、言い訳になってしまいますけれども、入れるのは難しいですよ。KPIはそこら辺がないので。

○**白土委員** そうですね。安定しているわけではないので。

○**山内委員** 水の館も工事をしているししばらく使えなくて、オープンが今月ですから、当然減りますよね、使えないわけですから。農業拠点のレストランができたと言っても、どうでしょう、1、2回行ったらしばらく行かなくなりますから。毎週毎週は行かないと思うんです。

○**白土委員** ですね。実は私、普通はまかないがあるので行ったことがなかったんですけど、先週の金曜日に行ったらいっぱい入れなくて。そのときは集団で来ていたんですけどね、14～15人だったかな。反対側は普通の人が入っていました。入れないなと思って、やはり繁盛しているのかなと思ったんですけども、実際はどうなんですかね。11時40分ぐらい。12時を過ぎなければ入れるだろうと思ったら、需要が違うんですね。我々の感覚ですと、勤めている人は12時から食事ですけども、そうじゃない方がほとんどだったので、早めに。

○**事務局** どちらかというと、高齢の方が買い物して、レストランにもちょっと寄ってみるという人が多いです。

○**白土委員** そんな感じですね。何か集まりがあって、その後来たようなイメージもあります。天気もそこそこ、金曜日はよかったです。農産物直売所も結構入っていました。昼間でしたけれども。

○**事務局** 広い駐車場を整備したので、時々観光バスがとまっている時もあります。

ただ、直売所の経営状況としては、今、大炊さんがいらっしゃらないので詳しくは聞けません、黒字の月もあるけれども、赤字の月の方が多いということです。コーディネーターを呼んで改善策を聞いていろいろ頑張っている最中ではありますけれども。

○**白土委員** それはもう完全に販売数量と来店客数の問題ですか。

○**事務局** 野菜の販売以外に、製菓を開発したりなど様々な取り組みを実施していますが、その辺が多少赤字として出てしまっているというはあるようです。コーディネーターからは、黒字化できるような事業を集中特化してやったほうがいいというアドバイスを受けています。

○**白土委員** いろんなものを置いていますよね。

北口のヨーカ堂さんの1階にある、我孫子プラザの野菜とかを売っているところ、あそこはどうなんですか。

- 山内委員** わくわくさんは順調みたいですね。
- 白土委員** 何となくコンセプト的には似ているかなというイメージですけど、あそこもいつも混んでいますよね。
- 山内委員** 午前中がすごいですね。ある程度品物がなくなってくると、ぐっと減りますけれども。
- 白土委員** そうなると立地の問題というのも当然あるのかもしれませんが。まあ、コーディネーターさんがついてますから、私が言うのも何でしょうけれども。
- 熊田副委員長** 門脇さん、K P Iの①に「新規顧客やリピーター確保に向けた効果的なPRが弱かった」と分析されています。事業の見直しのところで、ターゲットを明確にした施策に取り組むということで、これだけのコンテンツがあって人がなかなか入らないというのは、セールス的に見るとどうなんですかね。
- 門脇委員** こんなことを言ったらあれですけど、まずそもそも「効果的なPRが弱かった」というのが分析ではないです。感想です。何のPRをしたかもわからないし、どこにどうしたかもわからないのに「弱かった」というのは個人の感想なので、ちょっと分析とは言い難いかなというのと、来てもらうターゲットを明確にして施策に取り組むというのは大事だと思いますけれども、これまではターゲットをどう見ていたのかとか、これまでのいろんなことをちゃんと分析しないと見直しはできないのかなと思います。K P I①については、大幅未達は多分工事のおくれが原因だと思いますけれども、違いますか。
- 事務局** そうですね、じゃぶじゃぶ池ができるものとして想定していたので。
- 門脇委員** 1年間事業がおくれているから。多分、それで数字をつくっているのかなと思いました。おかしいですね、いきなり6万人増やそうと。前の年は6,600だから、当該の池が改修されると見込んでの数字だったので、それができていないから、数字的にはしょうがないと思うのですが、ただ、分析に関してはちょっと甘いという気はします。だから、もうちょっとちゃんと分析したほうがいいです。何とも言えないです、これだけだと。感想も言いようがない。
- 山内委員** 以前にも言ったんですけど、水の館に行った人のカウントで、実は駐車場にとめて直接公園に来る人はカウントされないんです。
- 白土委員** だから結局、これがイコールではないんですよね。
- 門脇委員** 前に観光の方に連れて行ってもらったときも、駐車場はすごい埋まっているんですけどお店の中にはなくて、結構走っている人がいるんですよね、散歩したり。

- 白土委員** 公園のほうに直接行ってしまっているんですね、遊歩道のところに。
- 門脇委員** 遊歩道のところを歩いたり、走っている人とかが結構いて、その人たちが車で来ているんですね。
- 事務局** そうです。スタート地点にということ。
- 門脇委員** スタート地点にされていて。中では写真展とかやっているんですけど、写真展には一人もいないという状況だったので。
- 白土委員** 実際に親水広場の利用者数はもっと多いかもしれないですね。
- 門脇委員** 何となくその辺のカウントが、お店の中だけと考えると……。知っている人は多分朝来ているんじゃないですか。仕入れ状況をどうしているか、さっきのわくわくさんとかもそうですし。
- 白土委員** 物がたくさんあるときに結構来ていて。
- 門脇委員** 普通の産直の場合はどこでも午前中にいいのが入って、地元の人はみんな午前中に買いに来てしまうんです。残りは大体ゴルフ客のお父さんがお詫びに買って行くようなものが午後なので。と考えると、どこでどうカウントしていくかというところもあるのかなと思います。
- 立地はもちろんヨーカ堂さんに比べたらだめ。でも、ヨーカ堂さんのターゲットと違うかもしれないです。周辺のマンションに住んでいる方が圧倒的に多いと思うので、それとはまた違う話なので、そこがターゲットの明確化にもつながるのかなとは思ったりします。
- 熊田副委員長** そのK P Iのものと付随しているんですけども、農産物の品質向上のための生産履歴システムの導入と。システムの導入委託費というところで、農政課が生産履歴システムを3月に導入して、運用は秋からというようなことですね。
- 門脇委員** この生産履歴システムってヨーカ堂さんとかも入っているんですか。どういうやつですか。
- 山内委員** 農薬を使っていないとか、何回使ったとか。農薬を何パーセントに薄めて、何回やったとかが出てくる。
- 門脇委員** それは全部生産者が登録しているんですか。
- 山内委員** そうです。
- 白土委員** 番号とかを入れていく、肉なんかと同じイメージなんですか。
- 山内委員** それができないと、認証できない。
- 門脇委員** エコ農産ですか。なるほど。

○熊田副委員長 条件になっているんですか。しょうがないと言ったらいけないですけど、そういうものなんですね。

○白土委員 なるほど。認証手続をするためにそれを入れなくてはいけないというものなんですね。

○山内委員 まあ、安心・安全ですね。コストがかかります。

○白土委員 これは全て自己申告なんですか。

○山内委員 そうですね。

○熊田副委員長 そういうわけですと、K P I 達成に向けた取組みとしては、何とも難しいところですが、大いに効果があったとは言えませんよね。どうですか。あまり効果がなかったとも言にくいですよ。

○山内委員 そうですね。先行投資ですから。

○白土委員 必要な投資をただけですから。

○熊田副委員長 ここに「期待した効果が得られなかった」というのがあるといいですね。(笑声)

ということで、一応効果はあったというところで、有識者の意見としては、今言われたような形ですかね。

○山内委員 門脇さんがおっしゃったように、工事中で本当に500人なのか、1,000人なのかというのを捉えないと、31年度の目標プラス7,000人も、工事で来なかったお客さんが戻ってくるということですね。知らないところにPR活動すれば来るはずなんです。そこのところがきちんと分析されていないと、効果は測定できないですよ。工事で戻ってきて、よしよしと拍手しているだけでは、一生懸命PR活動しているんだけど、それは無駄だったというふうになってしまうから。

○門脇委員 池だけで確保できてしまうということですね。PRは要らないということになってしまいます。

○白土委員 そう考えると逆にことしの目標の7,000という根拠は、どういうことで7,000なのか。

○事務局 もともとは3年間で2万人増やすというのが、計画をつくった当初の目標だったわけです。割る3にして1年間で6,600とか7,000とか、そんな数字になったのですが、真ん中の突出した6万というのが、もともと29年度のときは、まだ4月と5月はオープンしていなかったんで、10カ月分の数で見ていたんですけど、30年度は1

2カ月分の数で見るので、そうすると2カ月分の入場者数として4万人ぐらいは上乗せできるのではないかと。それにじゃぶじゃぶ池の効果を加えて、6万人増加というのが、農政課と手賀沼課の協議の中で出てきた数字です。

○**白土委員** では、1万5,000ぐらいは2カ月分で大体賄えてという感じですか。じゃぶじゃぶ池の効果がなかったから。

○**事務局** そうですね。月に2万人ぐらい見ていたと思いますね。

○**白土委員** であるならば、30年度はじゃぶじゃぶ池がもう少し多くてもいいような気がしないでもないですね。

○**門脇委員** そうですね。これから本稼働なので、そういう意味ではもうちょっと乗せてもいいのではないかと。

○**白土委員** すみません、それは今回の議論ではないかもしれません。

○**熊田副委員長** 資料3をあわせて見ていただきたいのですが、来年またKPIをはかる上で、ことしの取り組んだ内容の中に入ってくると思いますが、ここに書かれているのは恐らく維持管理するための内容で、継続してやっていきますよという内容ですよね。手賀沼を核とした水辺のにぎわいを創出する新しいことだとか、新しいアクションというわけではなくて。

○**事務局** そうです。今の取組みの延長線という形で、じゃぶじゃぶ池をきれいにするための清掃や、水質検査を行います。あとは、「ドックポールの設置工事」というのは、犬を散歩している人たちを取り込もうということで、米舞亭付近へのドックポール設置を新たな取り組みとして入れています。

それ以外だと、基本的には延長線上ということで31年度に取り組む予定です。

○**熊田副委員長** 例えば、その取組内容の中にこういったターゲットをしたのかという明確性を出したほうが、もしかするとわかりやすいかもしれないですね。

ありがとうございました。

では、続けて3番の「我孫子の魅力発掘・発信・シティーセールス推進事業」というところで、アビシルベの来訪者数、こちらも▲1,575名というところになっていますが、情報発信の推進というところになっていますね。我孫子の魅力を発信する各種プロモーション、駅、街頭ビジョンによるプロモーションビデオ放映、それから、ホームページの保守点検ということであれば、運用ということになるのかなと。それから、この中ではベトナム人向けにベトナム語の対応を行いましたということですね。

門脇さん、数年来からこのあたりについていろいろな場面で議論していますけれども、魅力発信されているなという感じはしましたか。

○門脇委員 毎回言っているんですけど、なかなか変わっていませんね。結局、何を誰に向けて発信しているかというのが大事で、結局、発信している数だけなんですよ。だったら、言い方は悪いですけども、ビデオの内容はどうしてもよくて発信した数だけでカウントがとれてしまう状況に今ある。

我孫子市は、何をどういうふうに編集して誰に伝えていくかというときに、最適なメディアはどれかという選択をしなければいけないですけども、予算内でできるメディアが先に選択されているような予感がちょっと見ている感じなんです。だから、YouTube だったらいけるだろうとか、本屋さんのブックカバーとか、どう考えてもそういう系の代理店さんが持ってきた企画なんじゃないかなと思ってしまう。何で本屋さんなのと。本のブックカバーの印刷をしてやるというのは結構あるんですよ。ほかのまちでもやっているところがあつて。

○白土委員 ブックカバーって、普通のブックカバーですか。

○門脇委員 本屋さんで買うと、カバーをつけますかとか言っていて、紙のをつけてくれるじゃないですか。あそこにいろいろ書いてあるんですよ、チラシみたいに。それが広告になるという感じです。そのときも僕は言ったんですけども、要するに、その人、買っている人は多分見ないと思うんです。じゃあ、外にアピールするかというと、手で押さえられていて見えないんですよ。だから、そこにインパクトのある写真とかだったらいいですけども、そのデザインにもいろいろ問題があつて、本当はそこまでいろいろ考えなければいけない。本屋に来る人をターゲットにしているのか、というところに立ち返ったりする。そういうことなんですよ。前にも言いましたけれども、YouTube の回転数とか、数じゃないですよということをずっと言っているんですけど変わらないので、多分変わらないと思います。

この2番のKITTEさんの観光案内所は、はっきり言うと訪日外国人向けの案内所なんです。TICという、ツーリズムインフォメーションセンターというやつですけど、ここは東京都さんの指定は受けていますけど、KITTEさんは日本郵政さんが運営しているところで、実は指定管理者はJTBなので、うちが郵政さんから委託されて運営しているんですけど、ここは訪日外国人向けがメインなので、ここに移住・定住のプロモーションをかけてどうするかというのは、ちょっと思ったりはします。

○白土委員 地下ですか。

○**門脇委員** 地下です。地下道からつながっていて、KITTEの地下1階になります。

○**白土委員** いつもイベントをやるところ。

○**門脇委員** イベントをやる大きい広場の地下です。飲食とかがあるところです。今は飲食と成城石井かな。

○**白土委員** そんなに大きくないですよ。

○**門脇委員** 大きくはないです。一応旅行のカウンターもあるんです。外国人向けのカウンターとパンフレットスタンドと、あとちょっとイベント広場があって、そこは結構自治体さんが。千葉県も秋にやります。2カ月ぐらいかな。貸し切ってやります。各市町村さんが順番に出てきてやっているんです。その横にPRONTOさんがあるんですけど、PRONTOの中にモニターがついているんです。そこで、去年かな、我孫子市さんが出ましたよ。PRONTOでコーヒーを飲んでいたら、おおっと思いました。

○**白土委員** あまり見ないですよ。

○**門脇委員** そうです。コーヒーを飲んでいるのでそんなには見ないですけど、僕は気づいたので、おお、ここで流しているんだなと思いながら見ました。そこは日本人しかいないんですが、基本的にはKITTE自体は訪日外国人向けの観光案内所です。それが結局、さっきからお話しさせていただいているターゲットと内容と場所があまりガチッとハマっていない。その中で数だけを求めている状況になるので。

一応、KPIがいったらいったで効果があったと言うしかないですが、効果というか、目標には達成しましたというだけだと思います。効果とKPIの達成は多分違う。効果じゃないですよ。達成はしました。

○**白土委員** 地上波とAMのラジオって、宣伝効果はどうなんですか。

○**門脇委員** 基本的には、ラジオもターゲットがすごく絞られます。ラジオの場合は時間帯によって絞られるんです。昼間とか夜とか。夜のラジオだと若い人たちが結構聞いています。それこそ学生さんとかがすごく聞いています。受験生じゃないですけど、夜のラジオというのはやはり若い人が多いです。昼間は、商売している人とかがずっとかけっ放しだったり、あとは営業マンが車の中で聞いていたりというのが主力になります。あとは高齢の方ですね。家で聞いています。でも、やっぱりテレビのほうが圧倒的に強いです。何でラジオを選択したのか。多分ですけど、広告費が安いんです。だから、先ほども言いましたけれども、予算の中でできるところに放り込んでいるのかなというふうに見えるというのがあります。

どこかにケーブルテレビというのもありましたよね。J : COMさんを見ている人って、契約はしていますよ、ケーブルテレビに。だけど、J : COMチャンネルを見ているかという話です。皆さん見えますかと。見ていないのに税金を使ってしまっているというのはどうなのですかということです。だけど、最初から設定しているのが回数だとなれば、回数がいったら効果があったと言うしかないのかなと。それは毎年言っているんですけど、あまり変わらないので。

○白土委員 AMとか地上波は、さっきおっしゃっていましたが、テレビとかも高齢者が多いような気がするんですよ。情報として受け取っているのは。となると、そういう人たちに我孫子に来てもらいたいということなのか、若い人に来てもらいたいということなのか、その辺でやっぱり使うべきか、先ほどおっしゃられた内容でもう一度考えたほうがいいんじゃないですかね。

○門脇委員 と思います。電波は、結構やっぱり年齢層が今は高いです。テレビもラジオも。若い人たちはネット系とか、SNSだったりのほうが。Y o u T u b eは多分年齢層は若いと思います。

そこら辺で、Y o u T u b eでどうやって見せていくか。Y o u T u b eはテレビの何万倍とチャンネルがあります。それこそ個人でチャンネルを立てられます。テレビは普通に考えたらNHKから始まって両手で収まるチャンネルが基本でしかありませんから、一般に考えれば5分の1ぐらいの確率で見られるじゃないですか。その時間帯にテレビをつければ。ケーブルを見ている人は別として。

Y o u T u b eというのはとてつもないチャンネル数の中で選ばれるというのが相当難しいことです。その分、年齢層は若いですし、時間帯関係なく見られます。24時間どこでも見られる。テレビは24時間どこでも見られない。そういうことを考えると、ターゲットと、何を伝えたいかということと、あわせて場所を選択していく。電波だけが全てじゃないと思いますけどね。

○白土委員 そうですね。多分、何か一つ出来事があると、すごく閲覧が増えると思います。去年年の多分、我孫子にディズニーランドと言ったときなんかは、結構やっぱり見ている人がいましたよ。ネットのニュースで。

○門脇委員 テレビ、ラジオの威力は、もう今、本当に厳しいと思います。若い人は。

○白土委員 厳しいですよ。だから、我々もFM局にOBが行っているの、お客さんに行くわけですよ。FMのCM枠を買ってくださいとかと。

- 門脇委員** バイエフエムさんはまだ千葉ですか。
- 白土委員** 今、社長がうちのOBですから、当然行くんですけど、やっぱりラジオのターゲットってどこなのということになると、なかなか難しいですよ、昔と違って。いろいろな手段があるんですよ。訴求したいところに届かない。
- 門脇委員** 子育てゾーンであれば、今は結構ネットを使っている人のほうが多いですよ。
- 白土委員** 多いですね、圧倒的に。だから自分から取りに行くというイメージです。取ってもらうためにどうするんだということを考えたほうがいいのかもしれないですね。
- 門脇委員** 何か難しいですけどね。多分、若い人たちの動きとかを見ていると多分そんな気がします。もう電波はちょっと厳しいかもしれない。費用対効果が合わないかなという気はします。
- 熊田副委員長** 電波も結局、今オンエアしているものを聞くんだったら、多分CMも聞けるんですけど、今の人たちってradikoだのインターネットで番組を聞くじゃないですか。僕なんかも夜聞いているんですよ、昼間のラジオ番組を。
- 白土委員** リアルタイムじゃないですもんね。テレビもビデオでCM飛ばして見たり。
- 門脇委員** 見たい時間帯に見るという時代ですし、テレビも見られるじゃないですか、スマホで。今、うちの娘なんか、アプリでCMを消せるらしいんですよ。
- 白土委員** 消せますね。
- 熊田副委員長** AMでradikoもやっぱりCMは全部カットされています。
- 門脇委員** そういうアプリなんですよ。
- 白土委員** しかもネットで見るテレビ番組ってCMが違うんですよ。夜やっているやつと。
- 門脇委員** YouTubeの広告は違いますよ。
- 白土委員** ビデオオンデマンドとか翌日見られるんですけど。
- 門脇委員** そのあたり、ちょっと難しい戦略ですけど、電波だけというのはちょっと時代的に。もし、若い人を狙っているのであればですね。第二世代の引退した方を我孫子市にというのであればまた別ですけど。
- 白土委員** 税金を落としてもらう人に来てもらわなきゃいけないですからね。
- 門脇委員** 今、ネット戦略、デジタル戦略を自治体さんは今一生懸命やっています。
- 門脇委員** 電波だけやっているのはもうだいぶ減ってきています。自分たちの、逆に言えば動画のクオリティを上げたり、メッセージ性を上げたり。来年から、ご存じですよ。地方創生のキーワードが2期からは関係人口に変わってくる。だから、関係人口を入れていか

ないと厳しくなってくるかなと考えると、関係人口の考え方は、電波は全くゼロです。ほぼネットとか個人のつながりとか、そういう世界になってきますから。あとはリアルのとか、普通の消費まで含めてしまう。ふるさと納税まで含めて関係人口だと。

○熊田副委員長 その辺のプロモーションに専門家を入れませんでしたか。

○事務局 入れています。あびこの魅力発信室長がそうです。

○熊田副委員長 その方の役目はもう終わったんですか。

○事務局 いえ、現在も勤めています。

○熊田副委員長 一応来年度も同じような取り組みということで、メディアミックスという手法によりと記載されていますけれども、基本的には大きく変わることなく。

○事務局 大きくは変わりません。ただ、新たに実施する事業もありまして、主に常磐線沿線の地区や都心の方向けに、座って通えることと、都内より安く土地が買えることを盛り込んだPR冊子を配るということを予定しています。これも紙媒体なので、どこまで効果があるのかといったところもあると思いますけれども。

○熊田副委員長 市ホームページのベトナム語翻訳についてですが、市としては外国人向けということで、ベトナム人をターゲットにしているというわけではないですね。

○事務局 はい。そういうわけではありません。外国人を生かしてというのは、そこまで市としては考えていません。現在、外国人が仕事を覚えるための研修所が、我孫子、湖北、布佐と3カ所あります。加えて、隣の利根町にあるウエルネス大学にベトナム人が多く来ていて、布佐に結構住んでいるらしく、ごみの問題などで住民とトラブルになっているケースもあります。それを解消するために、ベトナム人に行政情報を見てもらうことを目的に取り組んでいます。

○熊田副委員長 我孫子市全体のシティーセールスという観点に話がいつてしまいましたけれども、KPIの指標としてはアビシルベの来訪者数ということになっています。それにアビシルベの来訪者数を上げていく取り組みとして、我孫子の駅に来てもらうという取り組みに対しての評価なんですけれども、門脇委員の言葉を借りると、数年来やることも変わらず、効果も出ていないというのであれば、これは思い切って③の効果がなかったでいいのではないかと思います。やり方を変えてもらうことを要求をしたほうがいいですね。何か丸く収めることもなく。それでお願いします。

次に、移住・定住促進につなげるための雇用拡大事業というところで、起業個別相談会の実施と女性支援フォーラムの実施を行っています。企業立地推進課のほうでは、起業個別相

談会を実施して12名中2名の相談者からの起業。それから女性支援フォーラムでは、24名参加してその中から1名が起業したということになっています。

KPIの①、②、③とは呼応しないところですよ。

○事務局 そうです。KPIの設定とは絡みづらい事業ではあると思います。

○門脇委員 スポーツボランティアでしたっけ。

○事務局 そうですね。1番のほうはスポーツボランティアです。

○門脇委員 でも、これは費用対効果から考えたら結構いい効果だと思います。3万円で1万5,000円補助されているということですよ。それで1人起業ですから、相当すごいと思いますけど。これで100万、200万かけているんだったら別ですが、1万5,000円だったら結構すごいと思います。

○事務局 起業したのは生花店です。

○白土委員 4万5,000円で2人起業していたら、まあまあすごいと思います。

○熊田副委員長 KPIと取り組みの内容がちよつとずれているので、なかなか判断しづらいのですが、恐らく企業立地推進課のほうでは、こういったKPIをやっていますということ、達成に向けた取り組みとして継続するんですよ。

○事務局 そうですね。

○熊田副委員長 スポーツボランティアの養成講座については、所轄課はどこになりますか。

○事務局 教育委員会の文化・スポーツ課が行っています。もともと交付対象事業1番の「地域資源を活用したスポーツ推進事業」でボランティア講座の実施を入れ、講師報償費の交付申請をしていました。講座は実施したのですが、大学の先生が無料で講師を務めてくれたので、今回の交付金を活用した事業としては入らなくなりましたので、割愛しています。

○熊田副委員長 そうすると、これは来年度についても、やはり一緒なのかな。

○事務局 来年度も報償費ということで交付申請した結果、決定がおりて、6万円の事業に対して3万円。これが実際また同じ先生が無償でやってくれるのか、はたまた違う方が講師となってこの予定どおり6万円お支払いするのか、その点は事務局に確認します。

○熊田副委員長 我々としてはKPIの③を判断する指標としてこの企業立地推進課のこれを取組み内容として構わないということですか。

○事務局 全体的な取組みとしてKPI3つの判断をすればいいようです。

○熊田副委員長 であれば、手賀沼を核とした水辺のにぎわい創出事業。それから、人口減少ということを考えていくと、企業立地推進課のこういった取組みなんですか。

○事務局 来年度のほうは予算を少し上げてというところですね。

○熊田副委員長 でも、こういう取り組みをするのであれば、もっと予算をつけてお金を使いたいですね。9万円に対する2分の1の4万5,000円で講師報酬費に充てるというよりは、起業してくれた方にもっと効果的な援助、補助なりをしていくほうがいいのではないですかね。

ゼロではないというところで、効果があったということで位置づけましょうか。継続事業というところでもありますので、その年度年度、時代背景によってもまた変わってくるでしょうから、継続して起業個別相談会とビジネス交流会は実施していただき、女性支援フォーラムについては、そういう風が吹いたんですかね、女性を特化して。

○事務局 そうですね、恐らく。

○熊田副委員長 そういう風が吹けば、またやっていただいてもよろしいのではないですかね。というところで、②のということで意見をまとめたいと思います。

山内さん、何か全体を通してこの推進取組みのKPIについてございませんか。

○山内委員 1番のKPIの設定の難しさ。アビシルベは単純に来場者数だけですからいいんですけど、1番は本当にたくさんあるじゃないですか。親水広場、プラネタリウム、農業。この3つが重なっているのが難しいかなとは思いますが。ただ、我孫子の魅力を発信する一つではあるので、やっぱり外に向けたPR活動はしていかなきゃいけない。あわせてシティープロモーションのメディアミックスというのは、どっちがいいというわけではないと思います。多分、バランスの問題であって。うちの会社もそうですが、ネットに一時期シフトした時期がありまして、はっきり言って失敗したんです。それを今、紙のチラシも残っていますし、お店でのPR活動も残っていますし、ネットも残っている。ただ、そのウエートはかなり変わっています。若干戻ったかな、3年、5年前に。またそこから今見直して。

結局、口コミなんですね。自分のところに来ているお客様がほかのところにも一人、二人と言ってくれないと客数は増えないんですよ。多分、我孫子の魅力を発信するのは、まず身内の人が、「こんないいところだよ」という活動ができるようなものがあって、かつそれが、来てみたらとてもよかったよという満足がないと、次に広がっていかないと思うんです。その全体感で言えば、この起業家もそうですけれども、来てみたら意外と商売しやすかったという身内の話が広がっていかないと、多分だめなのかなと思いますね。

2店舗で商売させてもらっているんで、お金をかけた瞬間にお客さんは増えるんですよ。でも、中で働いている人たちが、本当に接客業というのを突き詰めていかないと、すぐ

離れていっちゃうんです。それはそうですよね。殿様商売していたら、やっぱり離れていっちゃうんですよね。逆にこつこつ、南口なんかは本当に小さい規模でやっているんですけど、こつこつやっていると離れないです。

多分、我孫子の魅力づくりというのは、パーツパーツで今見えていますけれども、常に全体感、串刺しで見ていかないといけないのかなと、ちょっと自分は感じました。

○熊田副委員長 門脇さんは。

○門脇委員 僕は結構話したので。何かもうちょっと時代に合ったことをしたほうがいいかなという気はします。今の時代にという。

○熊田副委員長 ありがとうございます。では、議題2のほうはこれで終了させていただきたいと思います。

あと30分ぐらいになってしまいましたけれども、平成30年度の施策評価について資料4のほうをいただいています。我々のグループは、基本目標1と、それから基本目標2について見ていくということになっています。本年度は、表の中の、事務局からご説明いただいたとおり、30年度を見ながら達成率と達成状況を見て、有識者評価につなげていくということになっています。

早速ですが、基本目標1、「あびこを支える産業を応援し、いつでも働けるまちづくり」といったところで、産業の活性化に向けた支援と就労支援の充実、まずこの2つについて30年度の実績を見ていきたいと思います。

1番の集団化が完了した企業数については終了しています。終了といいますか、産業拠点創出事業取組み地区数というところで、こちらを取組み地区数にしますというところで1地区決まりましたので、100%ということになっています。

2、「空き店舗の補助制度を活用した出店数の累計」というところで、30年度は64件、137%ですので、達成という状況になっています。

「我孫子市ふるさと製品の品数」については、26品。これは100%になっていますので、こちらのほうも達成になっています。

次に4番、「地域職業相談室により就職した人の割合」、こちらが18.6%というところで340%の達成率。

それから、「シルバー人材センターの会員数」が681人ということで、ここは62%の遅延になっています。

ざっとお話しさせていただきましたけれども、事業評価のほうを少し見ていただければと

思います。

1番の産業拠点については、柴崎地区において優先的に進める。空き店舗の活用については、我孫子で美容院が3件、湖北でマッサージ1件と飲食店が2件、合計6件。ふるさと産品のほうは、新商品の「金太郎のショウガねえ〜」、みやま食品。みやま食品が30年に出したんですか。

○事務局 そうです。新商品です。

○熊田副委員長 みやま食品ってもうやめちゃうんですよね。後継者がいないからやめると聞いているな。でも、これは30年に出したということなので。

それから4番の、就職した割合、これは426人。シルバー人材会員数、こちらは申請者数のほうが若干上回っていますけれども、退会者も多かった。

どうでしょうか、ざっと、この1番から5番について何かご意見のある方。

1番に関しては、柴崎地区に決まったというところで、まだまだこれから先に進めなければいけないということだと思います。2番については、我孫子地区で美容院が3件、マッサージ1件と飲食2件。これはどうなんですかね。どう見ればいいんですかね。それからふるさと産品、1件出ました。「金太郎ショウガねえ〜」って知らないですよね。

○門脇委員 知らないですね。今、見えています。まあまあいい値段。

○熊田副委員長 まあまあいい値段なんですか。値段、どこかに出ているんでしょうか。

○門脇委員 750円です。どういうものかわからないですけど。ショウガなんでしょうね。

○熊田副委員長 すみません、事務局のほうでこの1番から5番について、補足資料はこれ以外に何かあるんでしょうか。

○事務局 このページだけです。もともと登録数だけではなくて、売上も本来並行して見るべきではないかというご意見はいただいていたので、商業観光課に検討してもらったのですが、仕入れているお店の売上を確認するのはなかなか難しいということで、せめて把握できるところとして、アビシルベでの販売実績資料をもらっています。内容は、27年度からの4年間の売上の推移です。

○門脇委員 これはアビシルベで売れた数なんですか。

○事務局 そうです。イベントでの出張販売も時々あるので、その売上も加味しています。

○門脇委員 アビシルベで売っているとは知らなかったです。

○事務局 カウンター脇に置いてあるので、気付かないかもしれません。売上は、年度によって上がる年もあれば下がる年もあって、なかなか頭一つ抜けない感じがありますね。

- 熊田副委員長 返納額は、売上から委託を引いた金額ですか。
- 事務局 そうです。売上の何パーセントかを販売委託料という形でもらっています。
- 熊田副委員長 仕入れは、業者ですか。
- 事務局 そうです。これは実際、事業者とアビシルベが契約して販売しているということです。
- 熊田副委員長 ヨーカ堂さんだったら、こういう売り方をしますか。何が言いたいかという
と、新しい商品をこのふるさと産品に入れようかなと思ったときに、これだけものとあると
ころに入れるのは、なんかつまらないなと思ってしまった。消費者ってどうなんでしょうね。
いろいろあったものから選んだほうがいいのか、それとも、少ない厳選されたものを、選ば
ないでそれというふうに買うのがいいのか、よく話に出ていますけど。我孫子といたらこ
れ、みたいなものはないんですか。
- 山内委員 いっぱいあり過ぎると迷って買いづらいというのがあって、多分、うちは白樺派
カレーとクッキーをメインに、イオンさんとか、面のほうをメインにやりながら、多分扱っ
ていないのもあると思いますけれども、通常置いてあるのは絞っています。年2回やるふる
さと祭りは全品やりますけど、多分迷って、お薦めはどれなのと。
- 白土委員 プロモーションのほうから目を向けると、どれが売りやすいとかどれがPRしや
すいとかあるんですよ。
- 門脇委員 逆にヨーカ堂さんみたいな店頭で売るものと、さっき言った出張販売では売れる
ものは全然違います。結構、白樺派のカレーとかはヨーカ堂さんへ行くとレトルトのコーナ
ーにちゃんとあるんです。ほかのものと一緒に。だから、カレーを求めてきた人の目につい
たりします。たまに棚が独立して我孫子物産展みたいな感じでヨーカ堂さんの場合はばーん
と棚どりしているときもあります。通常は多分レトルトのコーナーにあるので、そうなる
と、カレーを求めている人じゃないと行かないじゃないですか。ですけど、物産販売だと基
本的にはワゴンに並ぶので全部を見ますから、となるとビジュアルだったりとか、試食でき
るものとか、いろいろ売上には出てくるのかと。売れ方は全然違ってくると思います。
- これを見ると、一番下のあびこパイと鈴木さんのところのコーヒーだから、何となくお菓
子とコーヒーですから、わかるような気はします。一番上のもろみがめちゃくちゃ売れてい
るのはすごいなと思います。
- 山内委員 これは豆腐とか、ああいうところに入っているんです。
- 門脇委員 そっちに入っているんですね。

○**山内委員** 圧倒的に通るお客さんの数が違う。

○**門脇委員** あれはセットで買っちゃいますよね。材料とたれを一緒に売っているみたいなのがあるじゃないですか。買っちゃうんですよね。

○**熊田副委員長** 26という品数は、他の行政に比べてどうなんですか。多いんですか、少ないんですか。

○**門脇委員** こんなものです。20から30ぐらいが多いんですけど、ただ、これはもう我孫子市さんの前であれですけど、別に自治体さんの産品に登録されたから圧倒的に売れるかという、それは多分、日本中全部違うんです。あとは、それをどう使っていくかということと、市民の方にどう向けていくかだと思います。一番いいのは、本当はそれをお土産で自分の親戚とかよそに出かけていくときに買って帰る、持って行ってあげるとというのが一番理想だと思います。あとはお中元とかお歳暮とかという感じになるかなと思います。でも、大体20~30ですよ、どこの自治体さんも。10だとちょっと寂しいので、20~30ぐらいかなと思います。ステッカーをつくったり、カタログをつくったりしていますけれども。今、地方はふるさと納税の返礼品によく入ったりしていますけどね。

○**熊田副委員長** 産業の活性化に向けた支援という取組みだけを見ると、順調という形で評価できると思うんですよ。行政ができる最大限のというと、先ほど言われた26品という品数で、これについてどこを売っていかうかという話になると、そこはもう行政がタッチできにくいところになるということでしょうね。

その下の職業相談、就職した人の割合。これはもう340%いっていますから、今は人手不足というところでも、より達成度に加速がついている。

シルバー人材のほうは、何か理由みたいなものがあるんですかね。

○**事務局** もともと前年度も何でだろうねみたいな話が出まして、やっぱり定年が延びて、リタイアする年月が延びたというのが一番大きな理由だろうというところで、現場としてはそれは把握しているようでして、「事業の今後について」にも書いてありますけれども、家事支援型の訪問型サービスというのも新たに取り入れて、掃除や洗濯、皿洗いなど、新たなサービスを追加しています。そういうサービスであればできる人もいるでしょうから、そこで会員増を考えているようです。

○**熊田副委員長** 今の話を聞いてなるほど思いましたけれども、そういう意味では順調と書いていいんですかね。

○**門脇委員** 目標値が高いんじゃないですか。前年度の推移から見てもそんなに落ちていない

ですものね。だから、多分目標値が高いのかな、達成率がこんなに悪いのは。とは思いました。退会の方というのは、基本、お亡くなりということですか。けがとか病気とか、動けなくなっちゃったとか、病院に入っちゃうとか。そこら辺はちょっと目標にしようがないですものね、退会の方たちは。

○熊田副委員長 確かに定年も上がっているなんて言われちゃうと、そうですね。ここは遅延がありますけれども、順調という評価をしていきたいと思います。

続けて裏面になります。起業・創業支援というところで企業立地推進課、それから企業立地の支援制度数、新たな企業立地の支援。38件の起業・創業に対して、平成30年の目標がないですね。

○事務局 そうですね。目標は31年度30件と設定しまして、30年度でもう38件ということで、達成はしているということです。

○熊田副委員長 企業立地支援制度数も目標値3件について、こちらは1件ですね。

○白土委員 柏や松戸の商業地と違って、企業数が圧倒的に少ない我孫子の中でこの数というのは、優良なほうなのかもしれないですね。38件。ここに美容室だとかマッサージとかも入っているんですよね、きっと。

○事務局 そうですね。この取組みを経て起業した件数です。

○門脇委員 この7番は何でしたか。

○事務局 事業評価にもありますけれども、事業用の土地や空き店舗のサポートのため、創業事業物件ナビサイトというのを運営しています。集団化事業が進められれば、それに対応したような支援策を考えようという取組みで入っているのですが、集団化事業自体が進まない状況では、新しい支援策がなかなかつくれません。そのため、ずっと基準値の1件のまま推移しているという状況です。

○熊田副委員長 そうすると、見栄えの問題になるのかもしれないですけども、本当であれば7番を落としてもいいのかなということになりますか。

○事務局 ただ、今後は柴崎地区が動き出しますので、こちらの制度にも反映できるタイミングが近づいてきているのではないかとと思います。

○熊田副委員長 そういう見込みですね。6と7について何かコメントはございますか。なかなか難しいですね。ここは30件の目標に対して38件というところで、132%出ています。それから7番については、事情があって遅延しているという状況が見えているのであれば、ほぼ順調という評価でいいのかなと思いますけれども、いかがでしょうか。

次に、総合戦略の基本的法務（3）で、「地域農業の担い手となる経営体の育成強化による農業の振興」です。8から14までの評価になっています。8番が手賀沼沿い農地活用計画に沿った農地活用面積、9番が認定農業者の人数、10番が農産物の加工施設を有する農業者数、11番が農業拠点施設で販売供給する我孫子産農産物の新開発の加工品数、それから12番があびこ型「地産地消」推進協議会の会員数、そして学校給食への地元野菜の供給量、学校給食への地元野菜の回数。これは同じ13です。後から読み上げたほうになっています。14番、農業拠点施設の年間延べ利用者数という8から14の項目になっています。

まず、8番の事業面に関しては、目標値39.4ヘクタールのところが29.8ヘクタールでした。これも高齢のための農地保全が困難とかが何人かいたというのがあって、それによって面積が減少していると。

次に認定農業者の人数では、目標値37人に対する42人ということで、ここは大幅に600%アップしています。このあたりは、たしか農業人口の維持ができていたということであれば、評価していいのではないかといいところ、継続していけるのかなというふうにも考えてもいいかと思えます。それから、高齢のために農地保全が困難といったところについては、行政としてできることといっても難しいのかなとは思いますが、20%となっています。大きかったですかね、面積が。

○事務局 そうですね。農政課に現状を聞いたところ、あくまでこの手賀沼沿い農地活用計画に基づいて活用している農地のみを算出しています。もう使えなくなってしまったので手放しますという農地は、その農家の親戚や知人などに譲っているみたいです。ただ、譲った先の農地の使い方として、その活用計画に基づいた使い方はしていないため、今回の実績には含まれていないものもあります。

○熊田副委員長 そうすると、8についてはいいのかなと。9は600%ですし、10番は農業者数が8経営体に対して5経営体のまま、実績は上がりません。

○山内委員 設備投資がかかるから、難しいですね。

○門脇委員 加工施設をつくるという段階だとなかなか。

○白土委員 単純に今までやっていた方がそこに手を出すかということ、なかなかちょっと難しいのかなというところがあります。それこそさっきの話じゃないですけど、各スーパーとかの直売とか、加工というよりは皆そっこのほうに流れているのではないかなというところがあります。

○熊田副委員長 我孫子産農産物の新開発。これは5種に対して11種。これは川村学園の動

きが。

○事務局 そうです。川村学園の学生と連携して開発しています。そのほか、製菓部門で野菜を取り入れたお菓子の開発をしているので、メニューの数は多いです。

○熊田副委員長 31年度も引き続きお客様を飽きさせないようなところがあるので、いいのかもしれないね。

○事務局 そうですね。今後も川村学園の学生とは新たなお惣菜の開発をしており、秋の販売を目指して、動いているみたいです。

○熊田副委員長 こういう言い方をしているのかちょっとわかりませんが、山内さんから見て、これって趣味の世界ですか。それとも、ビジネスとして見えますか。ビジネスと言ってはいけないか。新開発しているという切り口で物事を見ていいですかね。

○山内委員 つくるのは自由だと思うんです。ただ、販路を確保していないと。例えば、ローソンさんと組んでやるとかとしないと、数は伸びないですよ。開発して、次に数を売っていくのか、それでもその数をたくさん、カタログのように蓄積していくのかという目標ですよ。

○熊田副委員長 農業の付加価値を高める取組みとして見るのは。

○山内委員 大きいと思います。

○熊田副委員長 ということであれば、8から11に関しては、10番以外は結構順調にきています。10番はちょっと難しい側面が強いので。

次に12番、目標値、地産地消の協議会の会員数210人に対して152人。事業評価のほうに書いてあるとおりになんでしょうけれども。

次に13番は、学校給食への地元野菜の供給回数、144回目標に対して133回。

これはKPIの数字で見ると遅延だけでも、事業評価のほうを見ると、ここはむしろプラスの方向に動いていますよという評価ですかね。

農業拠点施設の年間延べ利用者数は29万人。それに対して37万7,000人。

きょう、大炊さんがいないところですけど、ほとんど全てが農政課の取組みにある中で、10番の設備投資に関するところ以外は、農政課の動きとしては、ほぼ順調と順調の間ぐらいなのかなというふうに思います。10番に関しては、そもそも、これは指標として挙げるのにはちょっとハードルが高かったところですよ。甘く見積もったらということもどうなのかなと思いますけど、違うアプローチができるといいかもしれないですよ。農業人口がキープできているということも、多分、高評価につながるのかなと思います。

門脇さん、今、世の人々って、農業が一時すごく盛り上がってはやったような気がしますけれども、正直どうなんですかね。

○門脇委員 別に引き続きという感じは、あるいはもっと若い人たちが地方へ行って農業をやっているのは、別に今も。

○熊田副委員長 今もですか。

○門脇委員 手賀沼周辺だと柏の人たちも、若い人たちが結構やって、何か変わった野菜をつくったりというのは結構いますよ。人口は増えているんですけども、さっきの設備投資で考えると、あまり利益はよくないです。だから、もちろん自分が食べていくとかぐらいはいけるとは思いますけれども、設備投資までしてやるかというぐらいの規模というのは、難しい。何人かで組んで農業法人なんかでしていかないと、多分個人では投資も。

今の地方での投資ですと、若い人たちも自治体さんとかも、JAさんとか組合のほうでトラクターを無償で貸したりとか経費がかからないようにしてやっているのでもいいんですけど、自分たちで全部機材とかを買い始めたら、本来やっていけないぐらいのレベルだと思うんですね。

農業をやるという人は別に減ってはいないと思いますよ。増えているかどうかはわかりませんが、そういうサラリーマンを辞めてという若い人たちは。

○熊田副委員長 ただ、施設整備の支援に対する補助金の交付があったと書いてありますよね。

そうすると、そういう動きをしている団体もいるということですか。

○事務局 既存の経営体のうち、餅つき機を購入したところがあります。

○門脇委員 持っているものにプラスしているというだけなので。

○事務局 完全にゼロからというのではない。

○門脇委員 そこがポイントなんですよ。

○熊田副委員長 そういうことであれば、既設の設備更新、改修ですとか、そういったことも一つの評価基準にしていく方向でもいいかもしれないですよ。加工施設を充実させる。これはそういうことなのか。

結構な設備投資が要るわけですか。全然、検討がつかない。

○門脇委員 なかなか難しいですよ。既存の機械を入れるパターンと新たにつくるパターンがあって、例えば、このものをこういうふうに加工作りたいとなったら、新たな工業機械になってしまうんですよ。逆に熊田さんはご存じでしょうけれども。そうすると、設計から全部入っていくと、オリジナルの機械になってくる。

ただ、新商品開発ってそのケースのほうが多いんですよ。今まで誰もやったことがないとか、この食材を今までは、例えばこういうふうにしていたけど、こういうふうにはできないかとかとって新たにチャレンジして、それがうまくいくと機械で大量にやりたくなくて、その機械がいま日本にないという状況からスタートするので。

昔、竹炭が流行ったときに、竹をチップにする機械というのがなくて、それを九州だかどこかが初めてつくったところがあって、それをみんなまねしない限りは、何千万というのが、要するに売っていないんですよ。オーダーでつくらなきゃいけない。そのあたりもあるのかもしれないです。

○熊田副委員長 そういう意味だと、農政課がイメージしているのはそういうことではなくて、6次産業だったり。

○門脇委員 パッケージだけとかならそんなに難しくないでしょうけど。

○熊田副委員長 今思い出しました。北海道に製粉メーカーをつくらうと。製粉メーカーって今ないんですか、日本に数社しか。北海道で地元の小麦を全部そこで製粉できる施設をつくった。そういうのが6次産業なので。

ちょっと脱線してしまいましたけれども、30年度の農政課の動き全体としては、なかなか10番については難しいという側面が理解できていますので、そう考えると順調という評価をつけてもいいのかなと思いますけれども、いかがでしょうか。よろしいですか。

○各委員 はい。

○事務局 予定の4時を過ぎてしまいました。ちょうど今、切りよく基本目標1が終わったところですので、基本目標2については次回の会議で諮っていただくということでよろしいでしょうか。

○熊田副委員長 よろしいですか。

○各委員 はい。

(グループ別の意見交換終了)

○事務局 予定時間を超過してしまいましたけれども、本日、第1回のまち・ひと・しごと創生有識者会議をこれにて終了させていただきたいと思います。本日はどうもありがとうございました。

最後に、次回についてのスケジュールをお知らせします。どちらの班もまだ施策の評価が途中になりますので、この続きを行っていただきます。冒頭で事務局から2回目は11月に

行いたいとお伝えしましたが、それだとだいぶ空きすぎてしまいますので、8月か9月あたりに皆様のスケジュール調整をさせていただきます。もしよろしければ、そこに合わせて公共施設の視察なども兼ねながら、残りの施策評価をしていただければと考えています。また日程調整をメールでさせていただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。

それでは、これで第1回目の会議を終了したいと思います。お忙しい中、ありがとうございました。