

■令和4年度第一回我孫子市まち・ひと・しごと創生有識者会議 A 分科会議事概要

日時：2022/9/14 10:00～12:00

場所：我孫子市役所分館中会議室(オンライン開催)

出席委員：大炊委員、山内委員、門脇委員、荒井委員

事務局(企画政策課)：高見澤次長、吉岡課長補佐、河合総括主査、鈴木主任

会議の公開/非公開：公開

傍聴人：0人

【議題】令和3年度施策評価について

○基本目標1-(1)地元企業への持続的な支援と雇用の安定化

〈発言要旨〉

委員：「2. 我孫子市商店街活性化事業補助金を活用した事例件数」について、商店街の活性化という名目の補助事業ではあるが、実態としては街路灯の整備が大半であり、純粋に活性化の取組に対する補助と言えるものは、14件の実績中3件である。施策の主旨を鑑みると、この3件のような活性化の取組に対する補助の件数を評価すべきだが、この評価表からは、その推移が読み取れず、評価が困難である。

事務局：この補助金制度自体が補助対象を広く捉えたものとなっており、ご意見の通り、現総合戦略の「商店街の活性化」という指標に対しては直接的に結びついていないと考えられる。次期総合戦略においては、指標を「商店街団体等への年間支援数」とし、表現に齟齬が無いよう工夫しているが、具体的に商店街の活性化に寄与した件数についても測っていけるよう所管とも調整させていただく。

委員：「3. 我孫子市ふるさと産品の品数」について、事業者の都合による品目の削除があったようだが、どのような理由からか。

事務局：うなぎ焼きというお菓子を扱っていた事業者が廃業されたため、品目を削除しており、やむを得ない事情と認識している。

委員：品目によって売上にも差があり、ふるさと産品としての貢献度という視点も必要ではないか。また、ただ黙って並べているだけで売れるものではなく、PR活動や販路の拡大にも力を入れる必要がある。今後は、特に貢献度の高い商品などをさらに拡販するような産学官連携の取組を考えていただきたい。

事務局：先日上野駅で開催された常磐線産直市に参加したところ、商品の売上が非常に好調であり、PR の取組が大事であると再認識したところである。今後も機会を作って取り組んでいくよう所管課と調整する。

委員：アビシルベでの売上を見ると、令和 2 年度が 45 万 7000 円であるの対し、令和 3 年度は 65 万 8000 円と増加しているが、要因はどんなことが考えられるか。

事務局：ふるさと納税のポータルサイトの契約数を増やしたことや、イベントでの PR など、地道にできることを行った結果と考えている。特に、先ほどお伝えした上野駅の常磐線産直市での売上も貢献しているのではと考えている。

委員：農産物直売所での商品の売上状況としては、食品関係は安定して伸びている印象である。白樺派カレーの 50 円引きセールをしたときは、事前に告知をしたこともあり、お客さんに興味を持ってもらえ、売上も伸びたので、こうした PR は必要と感じた。また、我孫子らしいふるさと商品の開発という観点で言えば、商品に我孫子を感じられるようなストーリー性を持たせることも重要と思われる。これは、事業者さんだけではなく、みんなで考えていく必要があると感じる。

委員：先日 SNS で、市内のケーキ屋さんが東京のパティシエのコンテストでファイナリストに残ったというようなトピックが流れてきて、SNS 内でシェアさせてもらった。SNS でこういった情報を知り、実際に買ってみたいかなと考える人もいると思われるので、ふるさと商品の PR や地域を盛り上げるツールとして、紙媒体のみに頼るのではなく、SNS を積極的に活用していくことが有効と考える。

委員：「4. 地域職業相談室により就職した人の割合」について、最近の若者はネットの就職サイトを活用して就職活動をしているのが一般的である。年齢層の高い方であればハローワークなどのサービスが合っているが、この施策のターゲットが若者なのであれば、あまり需要とマッチしていなく、活用率は上がらないのではという印象を受ける。

委員：私どもの会社でも、ハローワークを経由して面接に来る方はほぼなく、民間の就職サイトや SNS やアプリの活用による就職活動がほとんどとである。

事務局：ご意見を伺い、施策のターゲット層が曖昧でどっちつかずという印象を受けたので、改善の余地について所管課と研究させてもらう。

委員：「5. シルバー人材センターの会員数」について、多くの企業が定年を65歳まで引き上げている世の中の流れを鑑みれば、会員数が伸びない状況も当然かと考える。今まで働いてきた仕事を続けられる方が働き手にとっても負担は少ないと考えられるので、働きたい人が働ける環境なのであれば、当初設定した目標値には届いていないが、一概に遅延しているというわけではないと考える。

事務局：市としても、企業が定年を延長している中で、シルバー人材センターではなく、現役で民間企業で活躍されている方が増えているという印象を持っている。市役所でも、窓口業務などにおいて会計年度職員として男性職員も多く受け入れており、雇用の受け皿はシルバー人材センターだけではないものと考えている。

＜事業1～5の評価＞

「2. 概ね良好」とした。

○基本目標1-(2)産業の振興・創業支援と企業誘致の促進

＜発言要旨＞

委員：「7. 企業立地の支援制度数」について、先日、鎌ヶ谷市の職員の方が訪問され、パンフレットを置いていった。鎌ヶ谷市内の企業立地の用地や奨励制度のPRを地道にされていて、我孫子市においても、こういったPRをして奨励制度の周知を行えばもう少し注目してもらえるのではと感じた。

委員：我孫子市は、農地が多く、企業が参入できる用地が少ないため、なかなか誘致を進めるのは難しい状況であると感じているが、市として農地と企業を誘致する土地との棲み分けについて検討し、企業誘致につなげてもらいたい。

事務局：ご意見の通り、産業用地と農地のバランスは重要な視点であり、第四次総合計画においても、土地利用について、農地を保全した上で、適地において産業的利用を進めるという形で示させていただいている。また、一点補足として、この事業の指標である支援制度数について、令和3年度時点で3件を目標値としていたところ、実績は2件であり、未達成となっているが、令和4年度から「我孫子市企業立地促進補助金制度」を新たに創設したため、令和4年度現在では、支援制度は3件確保できている状況である。

委員：空きオフィスなどを利用した企業誘致については、ある程度支援もある印象だが、駐車場や資材置き場、倉庫なども併せて必要とする事業者も多いと考えられ、そういったニーズに応えられる物件はなかなか見つけるのが難しいと感じる。そう

いった企業のニーズの深掘りももう少し必要かと感じる。

<事業6～7の評価>

「2. 概ね良好」とした。

○基本目標 1-(3)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

<発言要旨>

委員：「9. 認定農業者の人数」について、認定農業者の数が増えない要因としては、農業者の高齢化が挙げられる。高齢農業者に対して、認定農業者となることのメリット、デメリットをPRしたとしても、自分の残りの農業を続ける期間を考えるとあまり前向きにはなってもらえない。やはり、若手就農者、これから農業をやろうという方々にアプローチしていく必要がある。コロナ禍にあって、非常に農業の大切さが見直されている中で、時間はかかるかもしれないが、まずは若い方たちの新規就農を支援し、そこから認定農業者へとつなげていくのが有効と考える。

委員：「10. 農産物の加工施設を有する農業者数」について、個人で販路の拡大を進めるのはかなりハードルが高い。農政課や商業観光課など、団体でアプローチしていく必要があると感じる。

委員：保健所の許可も厳しく、個人の農業者が6次産業を始めるのは非常にハードルが高いと感じる。ただ、その中でも冷凍や乾燥などの簡単な一次加工であればそれほど届け出も難しくはないので、農業者に加工の仕方を指導するなどして支援することは有効と考えられる。また、やはり、グループや団体で進めるのを市が支援していくことで突破口が出てくるのかなと感じている。

委員：売り先が不明確であると、銀行が投資をするにあたって二の足を踏むことが考えられるので、やはり個人でのハードルが高い販路の拡大を、行政も含めてサポートしていくことが有効と考えられる。

委員：「11. 農業拠点施設で販売供給する我孫子市産農産物の新開発の加工品数」について、新開発の商品という指標なので、これくらいの品数で少ない印象を持たれるかもしれないが、毎年増えているためトータルでは100種類以上の総菜を提供させていただいている。そういった中でさらに新しい商品の開発というのは非常にハードルの高い指標ではあるが、季節の旬の食材をつかった四季折々の限定商品の開発に力を入れ、目標値としてもなんとか達成できている状況である。

委員：「13. 学校給食への地元野菜を供給した回数」について、我孫子市には19の小中学校がある中で、現在は15校に供給させていただいている。搬送力に課題があり、搬送ボランティアの人数が伸び悩んでいる中で、決められた時間に多くの学校に搬送することが非常に困難となっている。理想としては、全校への供給を行いたい、なかなか目標の達成は困難な状況である。

委員：「14. 農業拠点施設の年間延べ利用者数」について、所管課の事業評価の文面の中では、体験農園事業を開始したことで活性化が図れたとあり、それも効果があったと思うが、利用者が増えた大きな要因としては、新型コロナの影響で家食が増えたこと、また、地産地消の必要性というものをお客様が感じてくださったことと捉えている。平日は買い物目的で来られる方が多いが、休日は、あまり遠出ができない中で、近場の自然の中で遊びながら、ついでに買い物やレストランを利用するといった若い方が、我孫子市民だけではなく、近隣市からの方も含め多く見られた。

委員：利用者の年代がシニア層だけではなく、子育てをしている若い世代も多く利用しているというのは実態としてある。小さい子どもを抱えてあまり遠くへ行けない若い親が、自然を楽しんで、あびこんにも寄って、そのときに必要とするものが売っていればおそらく買うと思われるので、その必要とされる商品を揃えてお客さんを素通りさせないようにしっかりとしたマーケティングが必要である。

委員：道の駅しょうなんとの差別化については、あまり意識する必要はないと考える。最近の道の駅は観光スポットのようになっているが、元々の役割は高速道路のパーキングエリアのようなドライバーの休憩スポットであり、道の駅しょうなんもそういった利用のされ方が多いと思われる。我孫子の農産物直売所は、美味しい野菜を買って食卓に持ち込んでもらう、そういった生活に密着したコンセプトで運営を続け、今利用してくれている方を大事にしていけばよいのではと感じる。

<事業8～14の評価>

「2. 概ね良好」とした。

【その他事務局連絡事項】

・ 次回の会議は10月を目途に開催し、基本目標2の施策評価を行うこととしたい。

以上