

令和6年度第2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

開催日時	令和6年8月9日（金）午前10時00分～12時05分
開催場所	我孫子市役所 議会棟 第一委員会室
出席者	委員：熊田副委員長、遠藤委員、大炊委員、山内委員、門脇委員 事務局（企画政策課）：吉岡課長、河合課長補佐、鈴木主任、西田主任、岡村主任 （商業観光課）：大阿久係長、角田主任主事
公開／非公開	公開
傍聴人	1人

【議題】スマートサイクルの導入について

デジタル田園都市国家構想交付金を受けて、我孫子市自転車観光推進事業を新たに開始し、スマートサイクルの導入を行う予定となっている。交付金の活用に当たり、事業実施後に有識者による効果検証を実施するため、スマートサイクル導入前に商業観光課より事業説明を行った。

【議題】令和5年度施策評価について

◎基本目標2 あびこの魅力があふれ、にぎわいを生むまちづくり

○施策名称：6-2 自然環境の保全

<発言要旨>

委員：ボランティア数や回数が指標となっているが、その数が増えれば手賀沼が綺麗になるということに直結するのか。

委員：参加することで改めて手賀沼の状態を間近で確認することができ、きっかけ作りとなるのではないかと。

委員：企業としてボランティア清掃を実施しているが、親子参加型にすると、教育的な意味からも参加率が上がり、若い世代の参加促進となっていることから、参加者増加に向けて工夫が必要である。

委員：CODの目標値が令和9年度までずっと7.7mg/Lとなっているが、実績値は横ばいとなっている。目標達成に向けた取組みや近隣自治体との連携状況はいかがか。

事務局：東日本大震災による放射性物質の影響により、COD 低下のための堆積した泥の回収ができていない。ナガエツルノゲイトウの繁茂が生態系にも影響を及ぼすことから、まずは千葉県や近隣自治体と連携した対応を行い、COD の低下に向けた繁茂対策の取組みを進めていく。

委員：企業も CSR に取り組んでいるので、上手く参加を促せるイベントを企画できると参加者が増加するのではないか。千葉県の事業でバスツアーに対しての補助事業があるので、上手く活用して、ごみ拾い+バーベキューのような企画をしても面白いのではないか。

委員：施策評価のコメントが昨年と変わっていない部分がある。市民との環境保全活動を推進していくと記載があるが、市民としては動きが見えてこなかった。学校や市民団体などに PR をもっとすべきである。

<施策の評価>

「良好とはいえない」とした。

○施策名称：戦略的なシティプロモーション

<発言要旨>

委員：指標となっている地域ブランド調査は全国調査であり、我孫子市に適しているかどうかは考えるべきだと昨年から申し上げているところで、指標名にブランドとあるが我孫子市にとってのブランドとは一体何なのかという思いもある。手賀沼がその1つと言えると思うが、展開内容における移住促進に関して言うと自然環境を守りつつ人口流入を目指して行ってほしい。指標についても我孫子市に適しているものをもう一度考えるべき。

委員：全国順位は重要視する必要はなく、どちらかといえば上昇していれば良い程度のものと捉えている。この順位で1位になるのは難しく、徐々にこの施策での取組が功を奏しているのであれば、評価すべき。

委員：メディアでの取り上げ回数でいえば、昨年度は映画でのフィルムコミッションの話題もあり「我孫子」というワードが耳に入ってきた印象がある。指標は未達成だがやろうとしていることは徐々に伝わってきているのではないかと捉えている。

委員：課長のコメントにもあるとおり、転入超過が継続しているということなのであれば、指標として評価すべきは転入者の数だけでも良い。シティプロモーションはそのためのものであり、我孫子市の様々な部署が色々な施策に取り組んでいることをいかに魅力的に吸い上げて外に出すかが業務の本質である。

委員：メディアでの取り上げ回数は、ネット記事は転載が多く、1つのサイトに掲載されると自動的にほかのニュースサイトに流れるという形があり1つずつピックアップされているわけではないことに留意すべき。

委員：転入者にはそれぞれの転入理由があるので、どんな理由が含まれていたとしても転入者が毎年増加していれば効果があったと言い切ってしまうのも良いと思う。様々な取組をシティプロモーションとして推進している中で、どれが一番呼び込んで成功したのかどうかはわからないので、指標については転入者の実績値の方が良い。

委員：現在の指標だけでこの施策を評価すると厳しい結果となるかもしれないが、事後評価コメントや取組まで含めて施策評価してはどうか。

委員：中央学院大学の地域連携カイギ部との連携開始の情報共有もあり、評価としてプラスの方向性だと思われるが、指標が全国順位基準となってしまうと難しい。

委員：市民満足度のようなところで考えても良いかもしれない。この全国調査はどのような方々を対象にして調査しているのか。

委員：全国調査であり、年齢や各地域在住の別など分けながら数字をとっている。プロモーション活動をどの媒体に効果的に出していくかが重要で、我孫子市の観光大使のラジオに広告を打つなど、現在のPR方法は軌道に乗っているように感じる。コンテンツそのものやメディア媒体について右往左往する段階は超えているのではないか。

委員：次の視点として、転入者を増やすだけでなく、転出抑制策も推進していくべき。社会増減でしっかり数字を出していけばいいのではないか。

<施策の評価>

「概ね良好」とした。

○施策名称：4－5 交流・関係人口の拡大

<発言要旨>

委員：現在の指標の達成・未達成を重視する必要はなく、そもそもの指標の作り方、設定に課題があるのではないか。例えば、市民のための祭と市内外からの来場者が参加する観光イベントを合算した指標を観光イベントの来場者数として評価することは難しい。また、観光関連施設の指標も手賀沼親水広場が実績のうち91%を占めているうえ、親水広場が観光関連施設に当たるのかという考え方もあり、今後どうしていくかが課題である。

委員：ふれあいキャンプ場については、ソロキャンプが増えている社会的な動向やふれあいキャンプ場にソロキャンパーが惹かれる理由があるのかなどを分析する必要がある。キャンプそのものについては、一時のブームは落ち着いてきているが、東葛地区は人口が密集している地域としてはキャンプ場が多いと言えないため、利用者を増やせる環境はある。利用者層の整理をはじめ、ソロキャンプ向けの整備や、オートキャンプ場も少ないことから充電器や電気設備を備えることができれば、それを期待している利用者層も取り込むことができ、東葛エリア指折りのキャンプ場とできるのではないか。

委員：我孫子市の交流人口のターゲットを考えると、観光や旅行という言葉あまり使わない方が良い。我孫子市の地域特徴としては、全国から観光目的の旅行者が訪問する地域ではなく、近隣だけで多くの人口がいる商圏なので、ターゲットをしっかりと掘んだ施策を実施すべき。また、アビシルベの指定管理者がDMOの形成を目指すのであれば、DMO自体の一番の目的はインバウンドなので、進めていくのであれば、目的の明確化と展開する事業の分析が必要である。

委員：手賀沼親水広場は観光施設というよりは、市民の憩いの場のような位置づけになっていると捉えている。交流関係人口の拡大と観光事業の目的が整理できていないように思われる。

委員：観光の施策に特化したことではないが、社会変化・時代変化のスピードは早いので、目標や指標がずれていくということはある。指標を途中で変更できないという事情もあると思うが、一時はブランド総合研究所の順位はすごく話題になり、多くの市町村でシティプロモーションの指標に移住・定住の観点からもKPIに設定しているところが多かった。最近では、この順位だけでよし悪しを評価していない地域が多く、この順位変動をもとにした評価だけで施策を評価するのは適切ではない。

委員：市民向けの観光イベントに来場者が急激に増えると、今まで何十年も参加していた方は不満を持つと思う。施策としては交流人口を拡大させることが目的であるので、ターゲットを明確にし、市外の人を呼び込む企画作りが重要である。

委員：スマートサイクルについては、導入したから観光客が増えるというものではないので、どのような目的で利用されるかを精査した上で、手軽に借りられるような工夫をお願いしたい。

委員：自転車を借りるところには、我孫子の地域資源、観光にかかわるパンフレットのなものを置くと良いのではないか。

委員：全国というよりは周辺地域からどれだけ呼べるかということと、外国人観光客が成田空港から成田線一本で来れるというメリットをどう生かすかを考えていくと良いのではないか。我孫子市としては手賀沼が一番イメージとしては大きいですが、手賀沼を挟んで隣接している柏市とスマートサイクル事業も含め手賀沼の活用では連携していけると良いのではないか。

委員：基本目標2の達成に向けてブランディングとマーケティングのどちらに主軸を置くのか検討が必要。

委員：地元の事業者からすると、遠方からでも近隣からでも、どこからでもいいからたくさん来てくれた方が良い。そのことをまず理解し、お金を落としてもらえる施策ができれば、マーケティング効果としての交流人口拡大となる。入り込み客数が増加して、お金を落とさなくとも良いまちと思っただけであればそれはブランディングができたことになる。まち全体のブランド化と関わってくるので縦割りではなく、地方創生の枠組みのなかで複数の関係課が考えながら取り組むことで消費額の増加だけでなく最終的には移住につながっていく可能性はある。

委員：関係する課が多いが、横断的な情報共有や意思統一を図ることは重要であると考える。

<施策の評価>

「良好とはいえない」とした。

○施策名称：7-2 歴史文化財の保存・継承と文化の振興

<発言要旨>

委員：新型コロナの影響について所管課のコメントがあるが、コロナ前の基準・状況に戻るということはなく、現在が新しい基準として視点を変えて数値目標を捉えたり、変更したりする必要があるのではないかと。文化・スポーツ課の取組自体の頑張りは読み取れ、生涯学習課との連携も良いように感じる。

委員：指標としてはすべて未達成ではあるが、1つを除いてすべて前年度よりも数値が上昇している。今後は実施しているイベントも含めて飽きられないようにしていくべき。文化施設については指定管理ではないが、観光分野と営業的な要素を取り入れて進めていくと良いのではないかと。

委員：我孫子市にとって文学に関するコンテンツは重要な位置付けであり、歴史文化財と文学の要素がつながるのか、どこまで訴求できるのか、よく分析が必要。

委員：めるへん文庫については、数値が唯一前年度より減少しているが、業務委託してこの状況なのであれば、委託先と結果の要因分析をやらなければ減り幅が大きいので問題ではないかと。ワークショップイベントの実施や SNS での全国発信による知名度向上も取組としては良いものの、応募者がこれだけ減少してしまっているので、業務委託先の手法等について疑問が出てきてしまう。募集の仕方に関わったのか、募集期間に関わったのか、数名の減少幅ではないためよく考えるべき。

委員：高校生の応募が増え小中学生は減ったということだが、学校側からの声掛けをもう少しプッシュすれば件数は伸びるのではないかと。

委員：市民文化祭は湖北地区公民館で開催されており、参加者がどうしても東側の地域に限定されてしまうため、例えば市の中心に近いところに市民会館のような文化施設があると、こういった事業でもっと集客できるのではないかと。もちろん多額の費用がかかることなので、将来的な話となると思うが、文化に対する意識は変わってくるかもしれない。

委員：文化芸術や郷土芸能となると、興味のある人は遠くでも行くかもしれないが、JBF などのイベントと比べるとマニアックな部分があるので、広がりづらいと感じる。どこまで周知できているのか、関心がない方には届いていないと思うので、あらゆる機会を通じて周知やアピールをしていくべき。

委員：若い世代は地元の情報に疎いので、子育て世代や転入してきた方々も含めてしっかり伝えられるような仕組みがあってもいいのではないか。

委員：所管課長のコメントにも新たな視点での情報発信というところもあるので、この点については継続して行ってほしい。

<施策の評価>

「概ね良好」とした。

【その他事務局連絡事項】

- ・本日の会議でA分科会による施策評価はすべて完了した。後日、施策評価結果をとりまとめ共有させていただく。

以上