

■令和5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

日時：2023/9/29 9:30～11:30

場所：我孫子市役所議会棟議長応接室

出席委員：熊田副委員長、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、吉岡主幹、大山課長補佐、河合係長、鈴木主任

会議の公開/非公開：公開

傍聴人：0人

【議題】令和4年度施策評価について

◎基本目標1 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:5-2 住環境の保全とまちなみの魅力向上

〈発言要旨〉

委員：「空き家バンク累計登録件数」について、我孫子市の空き家バンクのチラシを見ると、空き家を放置することによる倒壊の危険性や治安の悪化など、ネガティブな情報から空き家を抑制する方向性が見受けられるが、空き家を活用することによる金銭的なメリットなど、家主にとって得になるようなPRも効果があるのではないかと感じる。また、空き家を貸し出すことをメインに想定されていると思われるが、住宅メーカー側からは、新築に建替えて売り出す需要の方が高いケースもあるので、その点も考慮する必要がある。

委員：「市営住宅の入居率」について、特定の市営住宅に応募が集中した理由は何か。

事務局：立地が影響しているものと考えられる。常磐線沿いの団地は人気があり、逆に成田線沿いの団地は低い傾向にある。

委員：市営住宅を利用されている方は、将来的にはマンションや戸建て住宅に移りたいと考える方も多いと思われるが、市域東側で宅地が更地になって新築の家がどんどん建っている状況を見ると、空き家に移り住むというよりは、新築の方が魅力があるのかなと感じる。

委員：空き家バンクという制度が始まってだいぶ経つが、元々は地方の利用されていない空き家に都心部からの移住者を呼び込むような趣旨でスタートしたもので、首都圏と地方ではニーズも使い方も違うものと考えられる。我孫子は住民が思っているほど田舎ではないので、元々の空き家バンクのニーズとはマッチしない印象だが、我孫子独自の使い方として、定住化策で行っているように、この制度を活用して引っ越してきた家族の事例や、逆に家主側も制度のおかげで資産活用がで

きた事例などを情報発信していったらよいのではないか。

委員：市営住宅については、エレベーターが設置されていないことから、高齢者や子育て世帯にとって利用は厳しく、高層階の部屋が空いてしまとなかなか埋まらないであろうことを考慮すると、今後も目標の達成は困難ではないかと思われる。空き家バンクについては、駅前の新しいマンションなどの入居者は市内移転者が多いと聞いており、人口の増加につながっていない面もあるので、もっと市外からの移住者を増やすことができれば、空き家の活用にも相乗的に効果が出てくるのではと感じる。

委員：我孫子市に移住してくる方は、若い世代も多いと思うが、若い方にとって老朽化した空き家に移り住むメリットがどれだけあるのか疑問。新しい家で生活したい方の方が多いと思うので、更地にして新築する方が需要があると思われる。

委員：全体を通して、今の我孫子の住環境の質の向上についてもっとできることはあるのではという意見が多かった印象であり、今後に期待したいという気持ちも込め評価したい。

〈施策の評価〉

「良好とはいえない」とした。

○施策名称:5-5 利用したくなる公園の整備

〈発言要旨〉

事務局：指標にはなっていないが、令和4年度の取組として、手賀沼公園のオープンカフェを紹介したい。平成29年度の都市公園法の改正により、Park-PFIという制度が新設され、行政と連携した地域の賑わいにつながるような飲食店の設置が可能となり、本制度を活用して実施したもの。かねてより住民からは手賀沼公園内に飲食店を誘導することについて要望が多く寄せられており、それに応える形で事業者を募集し、令和4年7月からオープンした。オープン以降、令和5年3月までで集客が概算で1万5,000人、売上は1,000万円程度となっており、現在も順調に稼働していると報告を受けている。単純に公園を維持管理するという視点だけではなく、より魅力的な公園づくりにつながる取組として紹介させていただいた。

委員：「市民手づくり公園の活動団体数」に関連して、公園に該当するかわからないが、駅前広場に花が植えられて綺麗に管理されていたり、イルミネーションが飾

られていたり、市民団体の頑張りで景観が良く、そういった活動が増えてきているのかなという印象を受ける。

委員：解散した団体が1団体あったとあるが、こうした場合、この公園は別の団体がカバーするという意味合いか。

事務局：単純に他の団体が引き継ぐというものではない。市民手作り公園について補足すると、活動の場の中心となっているのは住宅地の中にある小さな街区公園であり、本来は行政が管理しなくてはならないが、なかなか手が及びきらないところを近隣住民の方々のご協力により綺麗に維持していただいているというのが活動の実態である。

委員：高齢化により解散した団体があったとあるが、おそらくすでに活動の中心は高齢者であろうと思われる。高齢化が理由で解散するのであれば、今後増えていく見込みは無く、指標と現実乖離していく一方ではないか。

委員：この施策の本旨は、所管課が公園緑地課であることから、公園を適切に管理するということであり、市民の参加を促すことは副次的なものと思われる。本来であれば公園を整備した面積や遊具の整備件数などでシンプルに測るのが適切であり、公園管理がしっかりとできているのならば、市民団体数の目標が達成できていなくても施策としては達成とみなして問題ないと思う。

委員：手賀沼公園のオープンカフェは、これから店舗数を増やしていく考えはあるのか。

事務局：手賀沼公園内では現時点では想定していない。それ以外の都市公園では需要があればキッチンカーも含め広げていきたいと考えているところ。

委員：手賀沼公園内にこそ店舗数を増やしていくべきと思われる。市としては現在出店してくれている店舗との競合を避けたいとの思いがあるのかもしれないが、逆に1店舗だけでは、時間が経つにつれ集客性が落ちていく可能性がある。エリア内で複数店舗が共存して出店していることで、利用者も選択肢が増え、滞在時間が長くなったり、公園に行ってみようという動機付けにもつながるのではないか。

委員：店舗の外観が一見カフェと認識しづらく、車で通った方にはなかなか気づいてもらえないのではという印象。良い商品を提供していることは認識しているので、外観を工夫するとさらに利用者が増えるのではと感じる。

〈施策の評価〉

「良好」とした。

○施策名称:6-2 自然環境の保全

〈発言要旨〉

委員:「古利根沼水辺清掃参加者数」について、人数がかなり少ないがどうの実情か。

事務局:古利根沼は、市としても手賀沼のように歩道をきれいに整備して積極的に人を呼び込むような場所としては位置付けておらず、清掃の参加者も周辺にお住まいの方が中心で、少なくなっているものと思われる。

委員:指標とは関係ないが、手賀沼のハスが数年前に急激に減少したというニュースを見たが、原因は何か。

事務局:明確な原因は不明である。ただ、ハスは昔から手賀沼に自生していたものではなく、ここ数年で急激に増えていたもので、生態系には良い影響を与えないとの見方もあった。

委員:「手賀沼のCOD年平均値」について、実績値が10.1で、目標値が7.7とあるが、それぞれどれくらいの水準なのか。7.7を目標値としている理由は。

事務局:2.0~5.0だと少し汚れているが3.0以下ならアユが住めるレベル。5.0~10.0だと汚濁に強いコイが住めるレベル。10.0以上だと大変汚れていて下水や汚水が示すレベルとなっている。目標値の7.7は、県の湖沼水質保全計画の数値を採用している。

手賀沼に関しては、東日本大震災後の放射能の影響により、沈殿した汚泥を取り除く作業ができないという実情もあり、今は我慢の時期と考えている。

委員:この施策に設定されている指標は、取り組みやすいものあれば、今の段階では手が付けられないものなど、色々と事情があることが垣間見えるが、そういったことも所管課の事後評価コメントの中で書いてあると評価する側としてもわかりやすいと感じる。

委員:「緑の確保量」について、生産緑地の指定解除に伴い減少し、未達成となっているが、宅地として有効活用されるのであれば、移住・定住の促進にもつながり、市全体として考えれば悪い話ではないのではないか。

委員：毎年一定の面積を増やしていくような目標値設定となっているが、生産緑地の指定解除の時期は前からわかっているはずなので、本来であればそれを見越した目標値設定をすることが適切である。

委員：生産緑地を所有しているのは農家さんだと思うが、市街地の一角にある用地なので、まとまった面積もなく、耕作しても生計を立てられるほどの規模ではない。緑が減っていくという見方もあるが、転売して開発されることでその地域が活性化されることを考えれば逆にプラスだともいえる。農業者も高齢化が進み、有効に使用される農地が少なくなってくる中で、本当に保全しなければいけない農地と、都市的利用に転換すべき農地との住み分けをしっかりと行うべき。少なくとも、駅周辺の土地を緑として保全することが本当に大事なのかということは考える必要があると思われる。

〈施策の評価〉

「概ね良好」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：指標として「地域ブランド調査」の順位や点数を用いているが、全国の回答者による評価を指標として設定することにどれだけ意味があるのか疑問。北海道や九州の方の我孫子市に対する認知度などを測ったところで、実際に我孫子市が移住・定住のターゲットとしたい層とはリンクしていないはず。さらに、認知度はネガティブなニュースでも上がるものであることを考えれば、指標として適切ではない。

また、所管課のコメントでは、地価の上昇や人口の社会増を成果として評価しているが、地価の上昇を狙ったプロモーションをしているわけではないであろうし、安易に施策の効果があつたとは言えない。もっと深く考察する必要がある。

「あびこの魅力発信室が発信した情報のWEBニュース等での掲載回数」についても、以前にも申し上げているが、回数ではなく、どんなメディアに掲載されたかが大事である。広告代理店などが用いる広告換算価値のようなもので測ることができれば成果もわかりやすいものと思われる。

東京で我孫子市の動画を目にしたこともあり、色々と頑張っていて取り組んでいることは理解できるので、それがしっかりと評価できるような指標を設定しないと自分たちが損をするのではないか。現在の指標を設定した背景は何かあるのか。

事務局：シティプロモーションの分野は成果を定量的に測ることが難しく、さらに、取

組内容についても長期的な見通しが不確定な中で計画期間である6年間を同じ指標によって評価していかなければならない都合上、ある程度機械的にはなってしまうが、この指標を設定しているもの。ただし、この指標の実績値を見ただけではなかなか取組内容が見えてこないと感じられるので、来年度からは、この指標の実績値の報告に加え、その年度に実施した具体的な取組内容や成果についてもコメント欄等を通じてお伝えし、総合的に評価していただくような工夫を検討したい。

委員：流山市は人口増加率が6年連続1位で、全国的にもシティプロモーションの好事例として評価されているのにも関わらず、「地域ブランド調査」の順位としては高くないことから、この指標では成果を適切に測ることはできないことが窺える。

委員：私どもの会社でも、首都圏をターゲットに戦略を打っていくときに、地方のデータが多分に含まれてしまっている全国平均値を参考にすることはない。我孫子でいえば、東葛地区など近隣のデータを参照して、そこで負けているものがあれば頑張らなければいけないし、飛びぬけているものがあれば、それが我孫子の魅力であると評価できるのではないか。子育て分野などは流山に次いで認知度もあると思うので、適切なデータを用いて評価すべき。

委員：何のためにこの施策に取り組んでいるのかと考えた場合に、我孫子に移り住んでくれる人を増やすことであるため、魅力度や認知度も近隣市の方からの評価に限定した指標の方が適切であろうと思われる。

委員：他の委員と同意見で、これだけマスコミで取り上げられている流山よりも我孫子の方が認知度が高い結果からも、実態とは乖離しているため、この指標で測るのは難しいのだろうと感じる。一方で、明るいニュースとして、地価の上昇が県内一位となり、メディアでも取り上げられているので、認知度も上がり、移住者の増加も期待できるのではと思われる。

<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：「交流人口」は、単純なイベントの来場者数ではなく、消費活動のあった人数を

指すものだが、それを行政が正確に把握するのは難しく、他市ではDMO、観光協会、商工会などが担っている例もある。イベントの来場者数自体は、新型コロナも落ち着き、これから数字が大幅に伸びてくると思われるが、どれだけの人が地域にお金を落としかをしっかりと把握しなければ、商業者サイドからしたらメリットがないことも多々あるので、満足度は低くなる点に留意する必要がある。ふれあいキャンプ場については、直営で運営しているとのことだが、今はキャンプの需要が高いので、しっかり整備して指定管理を導入すれば、収入増も期待できると思われる。

委員：新型コロナの影響で各施設の利用者は減っていたが、手賀沼親水広場については、遠出できない方の利用があったため、むしろ増えていた印象で、直売所の利用にもつながっていた。今後は新型コロナも落ち着き、遠出する方も増えるので、手賀沼親水広場の魅力が純粋に評価されることになると思われる。

委員：新型コロナ禍で縮小した取組を以前の規模に戻すことに主眼を置いた所管課のコメントが多く見受けられるが、新型コロナをきっかけに方向転換している地域もあるのではないかと。

委員：新型コロナ禍でマイクロツーリズムという言葉が流行ったが、先ほどの親水広場の話でもあった通り、遠出を控えた消費者が近場のお店を利用するようになり、お店側も近隣の人をターゲットに切り替えた動きはある。自治体も市町村単位では、広域的に人を呼び込むことより、商圈が狭くても直接的に商業者にお金が入るような支援をすることの方が望まれていると考える。
ただ一方で、新型コロナが落ち着いたこれからはインバウンドに対応した取組にも注力していく必要がある。今年度も、北柏の芸能団体が我孫子市と連携し、観光庁のインバウンド促進に係る補助金を活用して事業を行う予定であると聞いている。

事務局：先日、中国から我孫子市の学校給食を視察に来た団体があった。純粋に観光目的だけでなく、文化的な要素で人を呼び込むのも一つの視点ではと思われる。

委員：物価が上がって一人あたりの消費額も上がっていることから、市内での消費動向について意識することは重要。それがわかる指標があれば本来望ましいが、キッチンカーの売上など、参考資料といった形でもいいので、今後は用意いただきたい。

また、水の館の駐車場について、手賀沼周辺でイベントがあるといっぱいになっ

てしまい、無料であることもあって、ほとんど回転していない状況が見受けられる。手賀沼公園のように有料とすることも含め対策を検討すべき。

委員：6つある指標の4つが未達成となっているが、新型コロナの影響もあり、実態が見えてくるのは今年度以降の実績だと思われるので、注目していきたい。

〈施策の評価〉

「概ね良好」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：歴史・文化は観光資源になる一方、伝統を守る観点からは相容れないこともあり、両立が難しい面もある。単純に来場者などで成果を測っていいのか判断しかねる。「めるへん文庫の応募者数」について、こういった取組なのか。

事務局：元々は古登正子さんという作家の方から、文学を愛する子どもが増えてほしいとの想いで我孫子市に寄附をいただいたことをきっかけにスタートした事業で、20年以上継続しているもの。寄附を元手に基金を設置し、毎年全国の小中高生を対象にオリジナルの童話や小説を募集の上、優秀作品は刊行し販売している。これまで職員や学校の先生に協力いただいて審査していたが、今年度からは出版社に一次審査や広告を委託し、拡大を図っていきたいと考えているところ。

委員：我孫子は歴史的にも文人の活動が盛んであったという背景もあることから、「文学のまち」といったブランディングにもつながる非常に良い取組だと感じた。地方のまちのブランディングは、歴史と紐づけて今の時代に合った取組をしていくというのが、わかりやすく幅広い層からも受け入れられやすい。独自性もあるので、積極的に周知し、前面に押し出していくべき取組とを感じる。

委員：歴史的なものを継承していく取組も良いが、新しく作り上げるという視点では、我孫子は子育てに力を入れていることも加味し、絵本の部門も創設されるとさらに良いのではと感じる。

委員：目標値は未達成だが、基準年度よりは増加しており、全国から130人の子どもが我孫子に向かって発信してくれていると考えれば、プラスに捉えてよいのではと感じる。もっとPRしてほしい。

＜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