

茂原市総合計画推進会議 議事録

令和4年9月26日 午後1時15分から
於：茂原市役所101会議室

(事務局)

本日は、委員の皆様におかれましてはお忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございます。

始めに申し上げますが、茂原市では、情報公開条例により、会議は原則として公開することとしておりますので、ご了承くださいますようお願いいたします。

なお、本会議は定刻までに傍聴の申し込みがありませんでしたので、公開会議とした上で、傍聴者なしとして進めさせていただきます。

改めまして、総合計画推進会議を開会いたします。

本会議は、今年3月に第1回を開催し、今回が第2回目となります。

年度の切り換えに伴いまして、お配りした委員名簿にありますとおり、茂原市小中学校校長会におかれましては、松村様から金澤様に、連合千葉外房地域協議会長生茂原地区連絡会におかれましては、中村様から木村様に、委員の変更がございましたのでご報告させていただきます。

なお、お二方におかれましては、本日欠席の旨連絡をいただいております。

続きまして、齋藤企画財政部長より御挨拶を申し上げます。

(齋藤部長)

本日はお忙しい中お集まりいただきまして誠にありがとうございます。

また皆様には日頃より、市政の各般にわたりましてご協力いただいておりますことを重ねて感謝申し上げます。

さて、3月に開催いたしました総合計画推進会議では、令和2年度をもって計画期間が終了した、前の茂原市総合計画と、茂原市まち・ひと・しごと創生総合戦略について、ご評価をいただいたところでございます。

本日の会議では、新たな第二期茂原市まち・ひと・しごと創生総合戦略に基づく、令和3年度の取り組みについて、忌憚のないご意見・ご提言をお寄せいただき、今後に活かして参りたいと考えておりますので、どうぞよろしくようお願いいたします。

以上簡単ですが、ごあいさつとさせていただきます。

(事務局)

それでは今年4月の人事異動に伴いまして、初めての会議になりますので、事務局職員を紹介させていただきたいと思っております。

改めまして齋藤企画財政部長です。

企画政策課主幹兼政策推進室長の鶴岡です。

課長補佐の永棟です。

企画調整係長の深山です。

同じく主査の小川です。

同じく主事の市東です。

同じく主事の佐藤です。

政策推進室主事の犬塚です。

私改めまして課長の佐久間と申します。よろしくお願いします。

会議の進行につきましては、茂原市総合計画推進会議設置要綱第6条「推進会議は、会長が招集し、その議長となる。」に基づき、関谷会長に議長をお願いいたします。

(関谷会長)

それでは、会議を始めさせていただきたいと思います。よろしくお願いします。

今の話もありましたように、今日の会議は、茂原市まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価について、今の動き等について、皆様方から忌憚のないご意見を頂戴しながら進めていきたいと思っております。よろしくお願いします。

それではまず、議題1つ目ということで令和3年度の茂原市まち・ひと・しごと創生総合戦略の効果検証について、事務局から説明をお願いいたします。

(事務局)

それでは着座のまま失礼いたします。

茂原市まち・ひと・しごと創生総合戦略における令和3年度の効果検証につきましてご説明を申し上げます。

総合戦略は、四つの基本目標、及び横断的な目標を定めまして、基本目標ごとに目標値を設定してございます。

また基本目標の下に施策の基本的方向、さらに具体的な施策を定め、それぞれKPI、重要業績評価指標を設定してございます。そして、総合戦略の基本目標を達成するために、47の主要事業を実施しているところでございます。

令和3年度は、第二期総合戦略の初年度となります。

資料1ページをご覧ください。

基本目標1「産業が力強く成長するまち」でございます。

まず、数値目標の実績値でございますが、市内事業所数の令和3年度の実績値は、2,272件で、数値目標の2,293件を下回っておりますが、基準値は上回り、順調に増加しているところでございます。

次に、KPIの実績値です。

(1)の①、企業立地奨励金等の交付を受けて企業立地した件数は1件、②の創業支援等事業計画に基づき創業した件数は、6件となりました。

(2)の①、販路拡大の取り組みの支援は1件、②支援制度の利用による空き店舗への出店件数は1件、商店街の入り込み客数の調査は、こちらにつきましては隔年実施のため令和3年度は実施してございません。

③の認定農業者数の累計でございますが、こちらにつきましては61件で、数値目標を上回りました。新規就農者の累計は19件でございました。

次に、2ページをご覧ください。

基本目標2「結婚、出産、子育てを応援するまち」でございます。

まず、数値目標の実績ですが、合計特殊出生率につきましては、毎年11月ごろに数値が発表されるため、実績値は、参考として令和2年の数値を掲載してございますが、1.17で数値目標及び基準値を下回ってございます。

出生数は412人で、数値目標及び基準値を下回っております。

「今後もこの地域で子育てしていきたい」と回答した市民の割合ですが、こちらにつきましては後年に実施する予定でございまして、令和3年度はアンケートを実施してございません。

KPIの実績値でございますが、(1)①思春期から妊娠・出産・子育て期までの支援の取り組み数でございますが、2,527件、特定不妊治療費等助成金交付件数は、80件で、数値目標を上回りました。

(2)の①、家庭づくり関連講座の参加人数が255人。

②の地域子育て支援拠点事業所の数が4ヶ所、子育て支援施策の利用者数が2,267人。

③のファミリーサポートセンター会員数は合計118名で、マッチング件数は36件でございました。

関連講座の参加者の減、支援施策の利用者の減は、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響によるものと思われまます。

次に、3ページをご覧ください。

基本目標3「活力とにぎわいにあふれるまち」でございます。

数値目標の実績値でございますが、ハローワーク茂原によりますと、有効求人倍率は0.89倍で基準値と同数、数値目標を下回っております。

観光入込客延べ人数でございますが、29万9,918人で、基準値、目標値を下回っておりますが、これは新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、もばら七夕まつり、桜まつりといった本市の主たるイベントが開催できなかったためでございます。

KPIの実績値ですが、(1)の①、空き家バンクの契約件数の累計12件、②のインターシップへの参加支援人数はゼロでございました。

(2)の①、地域連携による観光振興事業が4回、茂原公園における各種イベント参加人数が、6万5,000人、②の市民ひとり1スポーツを促すスポーツレクリエーションイベントの参加人数が350人、健康寿命の延伸に向けた運動教室の参加者数はゼロでございます。これらのイベント及び教室の参加者の減少は、やはり新型コロナウイルス感染症の拡大の影響でございます。

一方、③のまちの魅力の発信では、茂原市観光協会ウェブサイトの閲覧数は、11万1,910回で、目標値を下回りましたが、Facebookのフォロワー数1,895人及び「いいね」の数1,583人は、目標値を上回りました。

商工観光課ツイッターのフォロワー数は目標値を下回りましたが、順調に推移してございます。

次に4ページをご覧ください。

基本目標4「誰もが安心して暮らせるまち」でございます。

まず数値目標の実績値でございますが、自主防災組織カバー率は、63.24%です。目標値を下回りましたが、順調に推移しております。

刑法犯罪認知件数は379件で、減少傾向にございます。

KPIの実績値につきましては、(1)の①、防災出前講座の参加団体数は6団体、備蓄食料の備蓄率は78.2%となり、②の刑法犯罪認知件数は379件、防犯灯設置数は8,610灯で、目標値を上回りました。防犯パトロールを行う自主防犯組織の数は39団体でございます。

(2)の①市民バス・デマンド交通の利用者数は1万8,380人、②の圏央道インターチェンジの出入量は301万台で目標値を上回り、高速路線バス利用者数は1万8,635人で、目標

値、基準値を下回りました。

次のページをご覧ください。

横断的な目標「地域力が暮らしを支えるまち」でございます。

まず、数値目標の実績値ですが、社会増減数はプラス473人で、目標値を大きく上回り、自治会加入率は、54.5%で基準値を下回り、市民活動支援センターにおける窓口での相談支援件数は46件で目標値、基準値を下回り、市民活動団体の認定数の累計は32団体と目標値を下回ったものの、順調に推移いたしました。

KPIの実績値につきましては、(1)の①は今申し上げた通りで、②の審議会等における女性委員の登用率は24.6%。目標値は下回ったものの、基準値は上回り順調に推移いたしました。

③の地図情報システムによるオープンデータ数は26件、オンラインで完結できる手続きの数はゼロ、申請手続きがオンラインで行われた割合はゼロと進んでおりません。

次に6ページから10ページになります。

こちらにつきましては、基本目標ごとの主要事業の取り組み状況でございますが、47事業の主要事業のうち、A評価が18事業で全体の約38%、B評価が25事業で全体の約53%、C評価が3事業で全体の約6%、D評価が1事業で約2%になってございます。

C評価となった事業でございますが、8ページをご覧ください。

KPIの実績値の(1)②の福祉・介護人材確保対策事業でございますが、こちらは、介護職員の研修費を助成することで、安定した介護サービスの供給を図り、高齢者福祉の充実に寄与する事業でございますが、担当課にヒアリングを行いましたところ、例年申込者が低迷していたところ、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により利用者が少なかったものでございまして、今後は周知方法をさらに検討するとともに、介護サービス事業者と連携を密にし、さらなる制度周知を図っていくとのことでもございました。

(2)②のスポーツ教室事業は、市民の誰もが日常でスポーツができる環境を整備するため、各種スポーツ教室を開催し、スポーツやレクリエーションの推進に寄与する事業でございますが、こちらも担当課にヒアリングを行いましたところ、同様に新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、開催できた教室は1教室のみとなったもので、コロナ禍における開催方法について、今後は開催場所、募集人数の見直しを図るとともに、オンラインでの実施も検討していくとのことでもございました。

次に、D評価となった事業でございます。

こちら7ページをご覧ください。

KPIの実績値、(2)③子育ての公的支援の充実の中、放課後子ども教室推進事業ですが、夏休み期間中の子供の安全安心な居場所づくりと、年齢交流、地域教育力の活性化を目標に、夏休み子供教室を開催することで、青少年健全育成の充実に寄与する事業でございますが、担当課にヒアリングを行いましたところ、やはり新型コロナウイルス感染症の拡大の影響によりまして、会場となる小学校が使用できず、全学校で中止となったということもございます。

今後は新型コロナウイルス感染症が収束するまでは、定員を減らし、また感染防止対策に留意して内容を見直し、実施を検討するとのことでもございました。

総合戦略の全体的な評価としましては、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響による参加型事業が全体的に低迷したところではありますが、企業立地や創業支援の取り組み

は、一定程度進み、妊娠出産の支援、安心して子育てができる環境づくりや、公的支援の充実が図られ、市の魅力の情報発信は、円滑に行われ、災害体制、防犯対策の充実が図られたものと評価しております。

次に、11ページをご覧ください。

総合戦略における目標人口と実績値でございます。

まず、市の目標人口と実績値でございますが、茂原市人口ビジョンにおける2040年の本市の人口は7万982人になると推計し、目標人口は8万人としてございます。

本年4月1日現在の本市の人口の動向につきましては、実績値は8万7,664人となり、目標値8万8,101人を437人下回ったところであり、推計値は8万7,229人を435人上回ったところであり、総合戦略の事業実施が一定の効果があったものと評価してございます。

2の合計特殊出生率につきましては、2020年から2025年の目標値を1.55としておりましたが、先ほど申し上げました通り、2020年の合計特殊出生率は1.17となり、前年から0.04ポイント下がりました。

令和2年の数値を掲載してございますが、同年の全国の合計特殊出生率は1.33で前年から0.03ポイント下がり、千葉県は1.27で前年から0.01ポイント下がりました。

本市は全国、県、いずれも下回っている状況でございます。

3の年齢別人口はご覧通りでございます。

次の12ページをご覧ください。

令和3年度地方創生関連事業の効果検証についてご説明申し上げます。

まず1番の、地方創生推進交付金を活用した「効果的な情報発信を目指した地域内人材エコシステムの構築事業」でございます。

これは本市の魅力や、地域資源の発掘から情報発信まで、すべてを市民が行える体制を整備し、その中でも高い情報発信力を持ち、継続して、茂原市に関する情報発信を行うキーパーソンを育成し、官民一体の情報発信体制を構築しようとするもので、本事業は令和3年度を初年度として取り組みを始めてございます。

この事業の決算額は900万円で、そのうち2分の1が交付金、2分の1が市の一般財源でございます。

KPIの達成状況でございますが、②、③はいずれも目標値に至っておりませんが、市のSNSのリツイートとシェアは目標値を大きく上回っており、SNSを活用した情報発信では、本市のPR、知名度の向上に一定の成果があったものと考え、事業評価はBとしてございます。

今後も引き続き、市民と連携し、キーパーソンの育成及び効果的な情報発信に努めて参ります。

次に、2番目の地方創生応援税制、いわゆる企業版ふるさと納税を活用した「茂原市まち・ひと・しごと創生推進計画」でございます。

こちらは、茂原市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げる、課題に対応するすべての事業を対象とするものでございます。

令和3年度につきましては、今年4月に全国公開となりました、本市を含む4市町が全面的に撮影協力をして、市内12ヶ所でロケーション撮影が行われました、映画「今はちょっと、ついてないだけ」こちらを活用したシティプロモーション事業でございまして、企業版ふるさと納税及び一般のふるさと納税合わせ、事業費の合計は2,414万円でございます。

本事業は、映画の制作支援を通じ、本市からの情報発信力を高め、総合戦略に掲げた関係人口の増加を目指すものでございます。

本年4月8日の全国公開に先駆け、3月27日にショッピングプラザアスモにおきまして、監督、出演者によります舞台挨拶と、先行上映会を行いました。

地方創生応援税制につきましては、KPIの目標値の設定はなく、KPIによる評価をしてございませんが、本映画の制作支援及び公開は、本市のPRに大きく貢献し、情報発信、一定の効果があったと考えられることから、事業評価はBといたしました。

最後に、13ページ以降でございます。

新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金事業についてご説明いたします。

新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金は、令和2年4月に閣議決定されました、新型コロナウイルス感染症緊急経済対策におきまして、創設されたものでございます。

令和2年度の本市の交付限度額は12億3,804万6,000円で、このうち一部、令和2年度に事業実施できなかったものは、令和3年度に繰り越して執行いたしました。

本市における新型コロナウイルスの感染拡大を防止するとともに、感染拡大の影響を受けている地域経済や住民生活を支援し、地方創生を図ることを目的とした70事業を実施いたしました。

主な事業といたしましては、中小企業等の支援、ひとり親家庭の緊急支援、介護や障害福祉サービス施設等の職員、また、医療従事者への慰労金の給付、新型コロナウイルス感染予防における避難所備品の整備、公共交通事業者への応援事業、GIGAスクール構想に関する端末等の整備等でございます。

22ページの最後のページですね、一番下にありますが、支出の合計額は、9億4,322万8,679円でございます。

説明は以上でございます。

(関谷会長)

事務局の方から、3年度の事業の実施状況について説明がありました。以上の説明についてご質問、ご意見ありますでしょうか。

(委員)

内容としては、市側の内容になっていて、我々住民としては、これはちょっとわかりません。こういうことやってるよということはあれですよ、これは、一つの小さな組織の中でね、横断的なこういう結果は、なかなか説明しにくいですね。それを担当部門として、どう説明するかですね。これで終わるのか、この結果、一生懸命対応し何を考えてるのかっていうのもわからない。そのため、意思の伝達でも非常に苦労しているんですよ。その辺のお考えはいかがでしょう。

(事務局)

まずですね、この検証結果、今日の会議を受けまして、ホームページで公表させていただきます。

(委員)

我々はわかっているから、それを理解しますが、住民はもう高齢者3割以上になってますよね。ホームページといっても、その辺の境に来てますから。自治会の中で、私も会報を作っているような情報提供してはいますが、読むのは一部の人達です。

市も情報発信によるPR方法をよく考えてください。

(事務局)

委員のご指摘の通りで、市としてこれだけの事業を国の交付金を使い市の一般財源を使って、まさに地方創生に資するための事業として、執行してるわけですが、おっしゃるように、それは市民の皆さんに伝わってないという課題が実際あると思います。

市は確かにいろんな媒体、ウェブページですとか、広報ですとかいろんなところで情報発信をしてますっていうことを言うんですけども、確かに1人1人ですね、この情報が行き渡ってないということも事実だという認識でございます。

今後の市からの市民の皆さんへの情報発信は発信しましたというだけじゃなくて、それがやっぱり1人1人にこういうことを市が取り組んで、こういう検証をしてこういう効果があって今後こういうふうに変更していきたいんだということが、伝わらないといけないというのは、確かにその通りだと思いますので、それは市の課題としてですね、今後市民の皆さんにですね、わかりやすいような情報発信の仕方を、考えていきたいと思いません。よろしくお願ひします。

(委員)

もう一点、先般、33の認定された市民活動団体が活動していますけども、そういう人たちにこういう情報がある程度概略的に示してあげて、変化とか違いを確認してもらおうということが大事だと思う。個々の小さな組織でもこんなことやろうということにつながれば。そういう情報伝達をしてあげないと。

(委員)

ちょっと補足をするんですけど、以前からそうですけれども、総合戦略、各種事業をこういった形で実施しました。KPIはこういった形で結果として出されました。

それをどういうふうにも評価するかっていう形で議論をされるわけですが、あくまでも今回こうした結果だったのは、今回の事業実施を通じて、こういうふうにはなったということ、どちらかという、事業ベースで評価してるっていうところがあると思うんですけども、今おっしゃったことって事業をやったっていうことだけではなくて、例えばこの総合戦略の「産業が力強く成長するまち」では茂原市の産業って、どうなってるんだっていうことを市民は知りたいわけで、数字を言うことはもちろん大事だけれども、今どういう形で動きが出てきているのか、まだまだすぐに結果は出ないっていうのはわかっているけれども、でも今どんなふうにも動き出しているかっていう情報が知りたいんだと思います。

同じように、例えば、安心して暮らせるまちって、安心っていう材料を市民にとってみれば、やっぱりいろんな価値のある材料があるわけで、それが、今後またどんなふうにも展開していく予定なのかっていうことが聞きたいっていうところもあると思いますので、今回の事業結果ということだけではなくて、仮に今回の事業の結果が、ABが多かったけれども、今回この事業がうまくいったとしても、まだまだ不安材料なのは、茂原市はたくさんあるわけですから、それをどのように少しずつ改善を図っていくのかっていう意味での情報も欲しいのだと思うので、それも合わせて今申し上げたことを、噛み砕いて市民に伝

えるっていうのは、難しいってのは重々わかりますけれども、そういう意味での情報を市民は知りたがっているのかなっていうふうに思いますので、念頭においていただければと思います。

その他、いかがでしょうか。

(委員)

11ページで、合計特殊出生率が非常に低く、これを上げるために、事業とかをやってると思うのですが、これ、この事業で駄目だったら辞めて、例えば、他の事業を始めようかといったことはあるのでしょうか。

同じような話ですね、5ページ。社会増減数は目標値をはるかに上回ってるんだったら、この事業は、ちょっとやめて、他の事業にしようかとか、そういうことってあるんでしょうか。

おそらく地域力が暮らしを支えるまちをするためには、こういう社会増減数が増えるといいよね、そのためにはこういう事業をやりましょうっていうような、組みかえのようなことはあるんでしょうか。

(事務局)

こちらの総合戦略に関しましては、3か年実施計画、総合計画の事業と関連づけをさせていただいております。総合計画にひもづきます3年間の実施計画は毎年見直しを行うことになっております。

ですので、総合計画の数値が達成できている、または達成が見込めない、そういった場合については、それぞれ事業を見直す際に、これをやめて、こちらの事業に切り替えたらどうだろうか、そういったことを検討していきたいと考えております。

(委員)

ぜひ、達成できていないのと達成しているのを反映していただいて。

(委員)

この資料全体をみると非常に労力を割いているのだと思います。例えば、長生病院の会議で評価をしてくださいと委員に対して依頼があったのですが、我々住民に事業そのものを評価してもらうのは不可能ですね。当事者は評価できると思うが、それを外部の人たちが評価するのということですが、できないでしょ。それならば、皆さんの評価したことを提示してもらって。これだと外部の代表としての評価にならないから、評価するっていうのは非常に難しく、事務をする人と外部の人は違うので、いかに縮めていくかが問題である。やっていることを分からせるというのは至難の業です。

膨大な資料を全部調べられるわけでもないで、常日頃の仕事が、流れとして常に簡単につたわる仕組みがあればね。

市民に伝えること、いかに理解にてもらうかは難しいが、方法を考えて欲しい。

(委員)

今回の目標に対して実績を出していただいております。それぞれ達成したものもあると思いますが、この数字だと立ち位置がわからない。こちらの的には、頑張っているのか、

いないのかがわからない。企業なんかの資料ですと、同規模他社と比較して、それに対して、ある程度努力というか、わかると思うんですけども、これだけ見て達成したといっても、他市町村に比べてどうなのかっていうのはわかりづらいと思いました。

(事務局)

市の中で同規模他市と比較するものとして、その財務指標ですね、財政状況等に関しましては、例えばその産業の構造であるとかで類型をつくりまして、それで比較をするということを行っております。

ただ総合戦略に関しましては、置かれる状況がそれぞれ多様でして、特に類型を示して、その中で比較するというようなことは行っていない状況でございます。

ただ今後、先ほど委員からもあったように、市民の方がわかりやすい評価、資料の作り方、そういった中で、茂原っていうのは全国47都道府県ある中でどういう位置にあって、茂原にどんな人が増えているのか減っているのか、周りと比べてどうなのかっていうところは市民の皆さんが気にされる場所ですので、この辺は今後、資料の作り方、また見せ方等を研究させていただければと考えております。

(委員)

一つお聞きしたいんですが、例えば、我々自治会連合は、今コロナでやっていませんが、毎年1回、近隣の市町村を訪問して、そこでの事業をきいて、我々こんなことやってるけど、皆さんどうですかという話し合いをして、同じことやってるな、すごいなということが分かって、違いがわかる。そういった他の市町村との話し合いはあるんですか。

我々がお願いすると断るところもあって、やっぱりいろんな違いが分かります。

例えば清水市は自治会の役員の半分がおばさんたちで、事業の推進を積極的に行っている。女性たちだから集まるとよく話をするんですね。そういうことを通じてね、情報がフォローできるわけ。そうした情報が伝わるといいんじゃないかと思います。

(事務局)

先ほど委員がおっしゃられました、他市との比較の部分ですけども、総合戦略につきましては、各自治体が各地域の実情に応じて独自性を持っていて、一律に比較が難しいというのがまずあるんですが、委員もおっしゃられました通り、市としましては、他の自治体がどういうことに取り組んでるか、どういうところが秀でているのか、どういう成果があるかということの、情報収集はですね、今まさにおっしゃられたように、積極的にやっていくべきだと思っておりますので、そういった意味での情報収集をした上でそれを本市の施策に反映して、なおかつまたそれを市民の皆さんに情報提供をわかりやすくできるように、努めていきたいと思っております。

(事務局)

一つ補足で、他の市町村との連携であるとか、情報共有、情報交換ですね、これにつきまして、実際の市役所の中の縦割りと言われてしまうかもしれないんですけども、やはりそれぞれの分野ごとに、そういった情報交換の組織等を作っていたりします。

私ども企画部門ですと、千葉市さん、市原市さん、四街道市さん、大網白里市さん、東金市さんの間で、ちば共創都市圏という組織を作っております、その中の圏域で事業の

取り組みを行っています。

実際に事業として落とし込めたものとしましては、商工関係ですけれども、中学生を対象に、この地域にこういった企業さんがいて、こういった仕事はありますよという情報提供を、元々の考え方としては理系人材を育成するために、そういった理系部門の企業さんの情報を若いうちから知ってもらうためパンフレットを作成したりしています。何をどうやろうかという枠組みは組織の中で話し合ったりしておりますので、そういったものも活用しながら、取り組み進められたらと思っております。

(委員)

各事業の進捗はこれでいいのですが、以前から申し上げていることですが、事業と事業のつながり、横断的な視点でどういうふうに評価していくのかというのは、なかなか難しいところがあります。

この地方創生の動きってどこに原点があるかっていうと、人材を育成していくということ、例えば茂原市とか、近隣の子供たちが、この地域で仕事を見つけていく、それは既存の企業に就職するということもそうですし、新たに仕事を起こしていくということも含めて、どういうふうにやって、仕事をつくり出していくのか、そのための教育っていうのはどういうふうな形なのか。

仕事を作ってそこで働いてここで生活をしていく。生活をするためには、やっぱり子育て環境を充実させることが大事だよっていうふうな繋がりに全部なっていく。暮らしていくためには、安心・安全が大事だよっていう、そういう繋がりで動いているのですから、パーツパーツで、どれぐらいの事業成果があったのかっていうことを切り出してきても実は、評価の仕方としては半分なんです。それぞれの事業をこうした形でまわしているのはいいのですけれども、例えば今回、「結婚・出産・子育てを応援するまち」っていうような形で、基本的に高い評価が出る事業が多いですけれども、それぞれ子育てを支援するために必要な環境づくりだったり、支援事業をやったりして、でもこれが終わったんじゃない、やっぱり地方創生にはならないんで、要するにこういう子育て環境を少しでもより良くして、この地域に住む若者たちが、ここで生活をしていけるような、環境、動き、投資っていうものがどれぐらいできているか。

願わくば、茂原市に移り住んでこられるような、そういう誘いになっているのか。

総じて要するに、茂原で子育てしたいなっていう思い、それは子育て支援という顔だけではなくて、子育て支援をしていることがこのまちの魅力に、繋がるっていうもう一つの面をくっつけなきゃいけない。

大体どの自治体に行ってもそうなのですが、子育て支援事業は子育ての関連部署で、その事業を終わらせるだけで終わっちゃって、その担当部署の職員たちに、この子育てをこのまちの魅力にしようっていうふうにとれぐらい思ってますかっていうと、ほとんど回答が返ってこない。

つまり、子育て支援事業をやることしか考えない、これじゃ地方創生にならないんです。

子育て支援事業をやることはもちろん大事なんですけれども、それによって何をしようとしているのかっていうことを、やっぱり職員がしっかり踏まえていないと、事業をやりましたで終わっちゃう。

KPIとしても、いい数字が出ました。だけど、地方創生が繋がってないって話に下手を

するとなりかねないところがあるので、そういうつながりを作って、私の理解だとそういうことをするために、この総合戦略を総合計画の中にしっかり位置付けたわけですよ。

今後どのように進捗を図っていくのかっていうことが改めて問われているわけですが、今申し上げたようなつながり、子育て、教育、仕事、暮らし、その辺のつながりを意識していく。

それを、この基本目標1234から改めて考えていくっていうことですね。

産業っていうのも、この近隣地域の子供たちが関われるよう、先ほど申し上げたように、就職もそうだし、新たに起業するってこともそうだし、或いは後継者づくりに少しでも関わろうっていうふうに思われるってことでしょ。

それはいろいろあるんですけども、そういう、誘いができてこの産業が力強く成長するまちという話になってくるんですけどね。

そういうつながりをどういうふうに評価していく、評価するためには、そういうつながりもあるんだっていう話、ストーリー性をちゃんと考えていかないと、評価って話になっていかない。

多分、この資料は、事業成果として国をはじめ、各方面に出していくデータだと思えますけれども、実質的には今まで申し上げたようなことを、茂原市としてどんなふうに考えて、総合計画の中での位置付けと評価を図っていくかっていう、難しいことを申し上げるのはわかるんですけども、その辺が問われているっていうことは、ぜひお考えいただきたいんですけども、その辺はどうでしょうか。

(事務局)

今お話ありました通り、実際、市役所内の各課が事務事業をやる中で、目標を定めて、その目標を達成するために事業が各担当課で行われてると、あくまでも事業として、各課が実施しているにすぎないと、それはやはり目指すべきところは、事業ごとの成果だけではなくてその先にある地方創生であり、地域の活性化であり、ゆくゆくは移住ですとか定住ですとか、そういうことに繋がっていくということを、各課が意識を持って、職務に当たらないと、事業の実施、実施することが目的になってしまうので、その先にある目標、ここを目指すんだという、そのための総合計画であり総合戦略であり、それを職員が意識して、そこを目指すということをやらないと、それをやるのは我々事業課じゃない企画政策課の役割だと思ってますので、各課がそういう意識を持って事業に臨めるようにするのが、企画政策課の仕事だと思ってますので、そのように取り組んでいきたいと思えます。

(委員)

当然、行政でやれることとやれないことと出てくるわけですが、この進捗状況の見せ方として大事なものは、例えばその産業一つとってもまだまだ、子育て支援一つをとってもまだまだだっていういろんな現状がある中で、市としては、そういう状況の中で、こういった事業を通じて、こういうことやってます、でもまだまだもっとこういうところも力を入れなきゃいけない。

こういう力や支援も出ていかなきゃいけないっていう、例えば市民の力、或いは近隣市町村ともっと連携していく。

この事を進めるためには、そういういろんな行政が事業を通じてやること以外の部分というのが必要になってくるんですけどね。

そういうふうには、やっぱり今後、位置付けてくのかってことがすごく大事で、市民の協力が必要であれば、そういう位置付け方と、そういう見せ方と、そういう誘い方をしているか、市民はどういうところで協力すればいいのかってことが見えなければ、市民はなかなか協力しようがない。

或いはもっと、今後多分いろんな寄付とか投資っていうことも問われてきますけれども、それをどういうところで、どういうことをやろうとしているのか、そこでどれぐらいお金は必要なのか。

それが集まったことによってどんなことができるのかってイメージが膨らんでこなければ、寄付や投資も膨らんでいかないですね。

そういうふうな、ただ行政が税金を使うってことだけではなくて、こういう方向に持っていきたい。そのためにはまだまだ今この部分が欠けているから、もっとこんな力が必要なんだっていう、やっていますよっていう情報の見せ方だけではなくて、こういうことにお金が必要になってきますよっていう発信の仕方ができると、変わってくると思いますので、そういうことも含めて、どんなふうにも今後この評価していくのかってことをご検討いただけたらいいのかなと思います。

あと、事業ということでいいますと、基本目標3の(2)のまちの魅力を生かしたにぎわいづくりっていうので、12ページのところでも、900万円規模で事業を展開されてるって話先ほどありましたけれども、この事業のねらいはちょっと掴めなかったのも、もうちょっとご説明いただけたらありがたいですけども、まちの魅力を発信していくってことですね何をもって、まちの魅力なのかってということも、結構どんなふうにも情報として整理するのかっていう難しさがありますし、またこういうシステムっていうのは、絶対ターゲット想定していかないと、ふんわりした情報で終わっちゃうんですね。

まちの魅力こういうところもありますよ、こんなところもありますよっていう、それだけの情報発信だったら、絶対受け取る側からすれば、魅力ある情報としてこう使い切れない。

だから、こういうターゲット、例えば、移住定住者層だとか、若者層とかっていうふうなターゲットを定めた情報発信、それから、その情報をくみ取ることによって、次のアクション、繋がり、そういう情報発信ができるシステムであって欲しいなと思うんですよ。

それを踏まえて、今どんな感じで進んでるかもちょっと説明いただけたら。

(事務局)

こちらにつきましては、市の魅力の発信なんですけども、シティプロモーションということで、いろんな事業、市の魅力発信で、市が例えば先ほども言いましたように、ホームページですとか、いろんなところで媒体で、情報発信をしていくには限界があると。

委員からお話がありましたように、それが市民に、伝わってないですよということがあるんですね。市が幾ら一生懸命言っても、伝わりにくい部分がありますんで、これを市民の皆さんも一緒になってですね、受け取るだけではなく、市民と連携して市民の皆さんが市と一緒に発信をしてもらうことを目指すんですけど、まずはそのシビックプライドの醸成ですね、市民の皆さんがこんなところなんだって知る、そのきっかけを作ると、ロケツアーリズムというのは過去3年間やってきましたけどもそれも一つの手法ですし、茂原市にいろんな魅力が既存の魅力ありまして、例えば撮影が来るですとかそういうことで、再発見をしていただくと、それを情報発信するのは市がやるだけじゃなくて、今いろんな様々

なSNSの媒体がすごく、簡単に情報を発信するようになってきましたので、市が発信する情報だけじゃなくて、市民の皆さんが発信することによって他の方が見たときに、市が言うのは自分で手前みそになっちゃいますから、市民の方が発信してる情報ってすごく信憑性だとか、信頼があるというところを市だけじゃなくて、市民の皆さんと一緒に発信してってもらいたいと。それにはまずシビックプライドの醸成ですね。

それをした上で、市民の皆さんが、私たちが住んでる市はこういう魅力あるんですよっていうことを発信し、茂原市だけじゃなくて市民の皆さんと一緒に、発信していきたいというところを目指しています。

(委員)

魅力っていうのはどういうところにあるのかっていうのはすぐにわかることでもないし、またそこにいろんな付加価値というか、いろんなものを加えていかないと様々な魅力として、形づくらなきゃいけないっていうのもあると思いますので、それを含めていろいろ情報共有しながら進めていけるといいと思います。

この辺もどういう射程で考えるのかっていうのが大事で、地方創生の中で、この辺の視点って非常に重視されてるんですね。

プラットフォームを構築していくっていうのは、これは過去に大きな課題になってる。だから地方創生で茂原市の魅力だったら茂原市の魅力を高めていくためのプラットフォームを形成して、そこにいろんな情報が入っていくような体制を整えて、そこでいろんな話合いが行われて、プロジェクトがつけられてっていうことが、立場を超えてできるかどうかっていう、そういう場をつくれるかどうかすごく問われている。

今後の行政は、直営の事業は減らしていかざるを得ない。

逆にこういうプラットフォームを、どれだけ魅力ある、そして機動力あるものとして作っていかれるかがかなり問われる。直営でいろんな分野の事業をやるよりも、プラットフォームをとにかく的確に、いろんな機能あるいはもっとこう横断的になるようなものをつくっていかれるかどうかっていうところこそ、むしろ行政の役割を発揮していくべきだろうというふうな流れにどんどんなっている。そういう意味では、こういうシステムを今後どんどん拡充していくことが問われると思います。

そのときに、イメージ的には、こういったこともあって、他方では、地域のいろんな課題が発信されて蓄積されていく。他方では、その課題解決に繋がるようないろんなリソースっていうものがどんどん引き出され、育てられ、結びつけられていく。これが、わかりやすくいうと、マッチングさせられるかどうかっていうことが非常に大きなやっばり課題になっていて、一方でいろんな支援があるんだけど、どういう課題にどう生きるかっていうか全然わからないから、全然引き出してないし、育てられないし、一方で、いろんな課題はあるんだけど、この課題解決にこういうところでこうした力が必要とされてるんだっていうふうな情報発信がされないから、いろんな人たちも、なかなかこう出てこれなかったりする。

そういう意味では、双方向的な情報ってのはどういうふうに引き出して結びつけられるかっていうと、情報プラットフォームとして、すごく今問われていて、多くはないですけど、いろんな自治体で動きが始まってきているんですね。

そんなふうな方向になるってすごくいいのかなって思います。

さらに言うと、そういう動きっていうものをもうちょっと物的な面で見ると、これは国

も言っていますけども、シェアリングエコノミーなんていう発想ってをどういうふうにもっていきけるか。

シェアリングエコノミーは、地域にある遊休資源を意味するんですよ。

もうすでに始まっているところでは、例えばカーシェアあるいはシェアオフィス、ルームシェア、民泊だとか、そういったところではどんどんいわゆる空いてる物件みたいなものを、共有していくことでそれをビジネスの手法でいろんな動きにつなげて、地域の課題解決につなげて、なんて動きがどんどん出てきて、これをもっと活かしていく。今は犬の散歩がビジネスになる時代ですからね。

そういう意味では、空いてる時間っていうのは一つ遊休資源ですし、そういう時間をどういうふうな、その時間を必要とするところにつなげられるかっていう。

例えば子供たちを預けることができていない。柔軟に預けられないっていうような状況がある中で、もっとその子育て世代と高齢者世代がタッグを組んで、例えばそういう預かり合いのような形で、そこで時間を共有し、労力を共有し、あるいは家事シェアリングが本格的に考えられてるんですね。

そういうふうにして、必要などころに必要な時間とか労力っていうものを結びつけられる。そのためには、茂原市は子育て状況がどんな状況なのか、そういうところに力を出せる人たちでどんなところどんなふうにいるか炙り出していかなければ、マッチングだって話になっていかない。

どんなふう結びつけるのが、茂原市らしいことなのかって話になかなかならない。

まあ、いろんな情報というのはとにかく引き出しながらつないでいくってことが大事です。

今すぐって話じゃないですが、こういう方向でいくべきだったら、今の国の主導している地方創生の一つのポイントだったりする。まだまだイメージも膨らんでいないところで、そういう方向に向けて、茂原市はどんなことができるかっていうことを少しずつ考えていけるといいかなっていうふうには思います。併せて申し上げさせていただきます。

(委員)

おっしゃった中で、それと似たような点ですが、まちの魅力の発信について、先ほどね、市民から発信をという話がありましたけど、茂原市自体がこういう魅力を発信したいんだというのはないんですか。市民にまちづくりを発信っていても全然でないですよ。

最近、茂原市の桜、俄然中身が違う。色が濃くて、立派で素晴らしいですよ。まちづくりの1つの要素として桜が大事だなと思ってたら、一宮川の改修で3分の1くらいがなくなるっていうので。桜が成長するには30年くらいかかり、50年が節目という。

まちづくりのポイントがあればいいが、何かやってくださいと言っても難しい、皆さんが何か市民に提案できないと。

例えばね、お話、私は市内いろんな工場の見学行って、沢井製薬など行ってますよ。

例えばTOTOなんか非常に良い活動してて、今度の15日、16日に本納地域の草刈りをするからよろしいですかと自治会に伝えてきたりしている。是非やってほしいと言っている。他にもゴミ拾いなどやっている。

あと夏祭り、どこから子供や若者が来るんだというくらい狭い駐車場に来て、素晴らしい、有名ですよ。こういうかたちもあるので、桜祭りを盛大にやるとか、工場見学やるとか、市が音頭をとって皆さんに知らしめるってのが大事じゃないかと思う。市民に提案し

てくれといっても、市民にね、提案してくれってなかなかいきませんよ。特に3分1は、65以上のお年寄りで、先が見えてくると人間は横着になりますから、若い人がこういうまちにすると提案しないと、市民からは出ないと思いますよ。

(事務局)

ありがとうございます。

茂原市としての取り組みですけれども、今、教育委員会の方で、子供たちに茂原市をもっと知って欲しい、魅力を知ってもらいたいということで、茂原学というものを行っております。

茂原にこんなところがあるんだよっていうことを知ってもらって、地域に愛着を持ってもらう。それを子供の頃からやっていくということで、教育部門ではそうした取り組みを行っております。

また、TOTOさんのお話は非常にありがたいなと思います。

商工観光課の方で今年度取り組んでる事業なんですけれども、昨年度から継続しているんですが、茂原市の観光とくにコロナ禍の中でマイクロツーリズム、近場でこういった観光とか何かないかっていうふうなことを、いろいろ模索されてますけれども、その中の取り組みで、茂原市の地域の事業者さんの工場見学と、ここ3年間ぐらい取り組んでおりますロケツーリズム、ドラマや映画の撮影現場として活用いただいておりますので、そのロケの現場を見る、そういったものと、あと合わせまして、茂原市ならではのですね、グルメを組み合わせた観光のルートっていうんですかね、

例えば何時間で回るルートという、そういったものはできないだろうかということ、観光事業者さんとタッグを組んで、そういう商品開発を今年度取り組んでいるところで

す。

この辺もうまくいきましたらですね、来年度の同じこの会議でその辺の報告もできればと考えております。

(委員)

例えばね、ねぎぼうず。私は愛用してますけどね。ものは新鮮だけど、形はあまり良くない。あそこでねぎギョウザ、過去あれだけ大騒ぎしたけど、どっか行っちゃったじゃないですか。そんな状態でも駄目ですから、市内で売り歩くとか、イベントやったらどうかと思う。

その辺のPRは残念だけど下手だよな。

(事務局)

委員からあった、葱ッペ餃子ですが、ふるさと甲子園というイベントがございまして、そこで惣菜部門で1位という賞をいただいたという事実があって、そのイベントはコロナで中止になってるんですけども、賞をいただいたという経緯がございますね。

実際それだけ評価されてるんですけども、おっしゃられるようにまだまだ浸透してないという部分がありますので、桜もそうですし、七夕のような祭りに加えて、そういったものも観光資源の一つでありますので、開発されて、それで好評いただいているっていうことをやっぱ情報発信を工夫していきたいと思います。

(委員)

例えば、宇都宮の餃子。餃子と言えば宇都宮というくらいになっていますけども、私の出身が郡山市ですけども、喜多方ラーメンがありますね。

だからそういうのを全国でね世に出てきてるのにそれは補助しないとね。それを応援してあげるとか。まだまだいろいろあると思いますので、応援してあげてくださいよ。市民が求めていることをあなたたちが汲まないよね。お願いします。

(事務局)

葱ッペ餃子ですね、市として市民の皆さんにちょっと浸透してるかどうか、その辺のところはまだ足りないところあるんですけども、私ども企画政策課としまして、ふるさと納税の返礼品で賞を取ったギョウザですと、本納ねぎってというのがありまして、茂原市の特産品なんですよという紹介も含めまして返礼品として出してまして。定期的に寄付いただいて、選ばれているんですけども、またさらに皆さんに知ってもらえるように、いろいろ工夫していきたいと思います。

(関谷会長)

他にありますでしょうか。特になければ事務局からいかがでしょうか。

(事務局)

特にありません。

(関谷会長)

そうしましたら今日予定されていた議題は以上となります。
皆さんのおかげをもちまして議事を進行させていただきました。
それでは事務局お願いします。

(事務局)

はい、関谷会長どうもありがとうございました。
皆さん本当に様々なご意見いただきまして、ありがとうございました。
今後、私ども事業に反映させていきたいと思いますので、よろしくお願いします。
以上をもちまして、総合計画推進会議を閉会とさせていただきます。
本日はありがとうございました。