

## 令和3年度第3回我孫子市まち・ひと・しごと創生有識者会議 会議概要

日時：2022/1/21 9:00～10:40

場所：議会棟 B 会議室

出席者：熊田副委員長、山内委員、門脇委員、川名委員、大炊委員

### 【議題】 令和2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

(委員からの意見)

- ・ふるさと産品は、認定したらそれで終わりではなく、ブランド価値を高めて売上が伸びるよう、認定後の継続的支援が大事である。
- ・シルバー人材センターの会員数は、3年ぐらい前から逆転して退会者数が申請者数を上回っているが、対象者（母数）が何人いて、申請割合がどのくらいか、また、退会の理由はなにか。このような状況を把握して取り組んでいかないと、評価は難しい。
- ・コロナ禍での小売業においては、今までシルバー人材センターにお願いしていた単純作業を社員が行うという傾向になっている。それを加味すれば、例えば庭師など専門性のある業種を担う人が減っていないなら、ほぼ順調と評価できる。その辺りが把握できるよう、業種を分類したうえでの登録状況をシルバー人材センターからもらっても良いのではないか。

(評価)

「2. ほぼ順調」とする。

#### 基本目標 1－(2) 産業の振興・創業支援と企業誘致の促進

(委員からの意見)

- ・県内では、駅前にスタートアップオフィスを設置しているところがある。そこでは、社労士がほぼ毎日常駐し、相談にのっている。また、月1回の企業家による講習を実施するなど、非常に発展的な運営をしている。我孫子もぜひ参考にしてほしい。
- ・コワーキングスペースは民間が運営していることが多くて、行政が乗り込んでいくのは難しいところがある。我孫子がコワーキングスペースを作るのであれば、創業塾と関連付けると良い。例えば、創業塾の講師に運営してもらい、創業後のサポートが受けられるなら、利用者も増えるのではないか。
- ・コワーキングスペースはとても増えており、利用者もそれに比例して増えている。人によっては、自宅に居づらい人もいる。かといって、外に出てカフェにずっといるわけにもいかない。そうなると、コワーキングスペースがポジションとして一番良い。あとは、どこを使うかってなると、利用料が安いところとか、最低限の設備が整っているところになる。それに勝るものとなると、誰が運営してて、どういうサポートがあるか。あとは、住所登記ができるなど、様々な起業の支援がそのままついているよう

なスペースにすると、とても魅力的になる。

(評価)

「2. ほぼ順調」とする。

### 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

(委員からの意見)

・学校給食への地元野菜の供給では、市と農家で年間計画に基づく契約をしたらどうか。例えば、とうもろこし 5000 本を作付してもらえますかっていうアプローチをすれば、5000 本の契約は成り立つと思う。そういうことをしないと、永遠に小さい農家は 200 本、300 本とかっていうレベルでは、いつまでたっても、伸びていかない。そのため、どこかの段階で農政課がまとめて束ねて、それを契約してもらおうとこまでいかないと、展望的なものは難しいのではないか。

・コロナ禍により直売所でのイベントがほとんどできなかつたようだが、テイクアウト需要の影響か、売上げは上がっている。イベントで一番難しいのは、何が目的で実施するのかということ。直売所で物を一気に売るイベントのやり方と、プロモーションのイベントは趣旨が全然違ってくる。

・付加価値を高める取組みとは、やはり生産物に対してだろうと思う。農産物そのものが、例えばビタミンが豊富だとか、そういうものが高まった農産物を育成して、販路に向けて仕掛ける。そういった取組みがみえないと、評価は難しい。

・農産物の地産地消もいいが、やはりもっと外に出していかなきゃいけないだろうなと思う。我孫子の商品がいいから、差別化して高級なものを作って、外に出していくとかそういうマーケティングしてかないと伸びないのだろうなと思う。

(評価)

「3. 順調とはいえない」とする。

### 基本目標 2－(1) 我孫子の魅力を活かした定住の促進

(委員からの意見)

・若い世代の住宅取得補助金について、補助額が 17 万円から 15 万円に減額したため申請者数が減少したという分析をしているが、引っ越しする人が 2 万円減額になったから他の町にしようという判断になるとは考えづらい。それなら撤廃して違う使い方を考える方が良くもしいない。

・東側地区での住宅取得者となると、やはり交通アクセスが大きな課題である。とはいえ、成田線の複線化や増便が難しいため、根本的な解決は非常に厳しい。そうになると、我孫子に住むメリットというのを、若い世代の方たちに今以上に訴えていく必要がある。

・メディアで取り上げられた回数という K P I については、本来はどこに取り上げられてどういうふうに出たかっていうことの方が大事。少し前に、カンブリア宮殿で流山市の特集があった。これは、アド街ック天国で流山市が取り上げられたのが皮切り。ワイドショーでもちらほら取り上げられている。メディアの回数でいえば数回だけかもしれないが、民放局に取り上げられればとても効果的な P R になる。

(評価)

「2. ほぼ順調」とする。

#### 基本目標 2- (2) 大学・企業との連携強化

(評価)

「2. ほぼ順調」とする。

#### 基本目標 2- (3) 地域資源を活かした観光振興による交流人口の増加

(委員からの意見)

- ・シティセールス動画における費用対効果を検証するには、1回転あたりいくらの費用がかかっているのかを調査すべき。番組一本当たりの製作費ではなく、その番組を1人見せるのに幾らかけているか。これがすごくかかっているなら、他の手法を考えたいほうが良い。
- ・コロナ禍で公園機能を有する場所に行く人が増えており、親水広場の来場者も増加している。それに伴い、農産物直売所の集客にも繋がっている。腰掛けるベンチなど、くつろげる場所としての環境整備を整えると来場者が定着していくのではないか。
- ・手賀大橋の向こう側にある「道の駅しょうなん」がリニューアルオープンしたにもかかわらず、親水広場や農産物直売所の来場者は減っていないということは、地元の方の利用が多いと推測できる。そうすると、市外の人向けのプロモーションは特別に力を入れて行う必要がないかもしれない。現在の道の駅はスーパー化しており、品揃えのために全国から仕入れている。朝採れの野菜も売っているが、午後になると観光客向けの高い商品しか残っていないこともある。我孫子の直売所はそれと違い、地元向けに良いものを安く提供していることを考慮すると、交流人口とか、そういうことじゃないかもしれない。取り組みの方向を間違えて、それで単価を上げたり豪華なものを作ったり、下手に外向けのことをやりすぎると、来場者の求めているものとずれてしまうかもしれない。観光振興とか交流人口にあまり傾かない方が良い気がする。
- ・じゃぶじゃぶ池があるなら、ぜひザリガニの池もつくってほしい。体験型の施設があれば、さらに来場者が増えるのではないか。

(評価)

「2. ほぼ順調」とする。