

第8回 橿原市総合政策審議会

日時：令和3年8月31日（火）午後1時30分～

場所：大和信用金庫八木支店3階 会議室1

出席者

- 委員：東委員、飯田委員、大城委員、桐山委員、小西委員、佐伯委員、清水委員、高山委員、土井委員、中澤委員、久委員、平田委員、前川委員、牧野委員、榊谷委員
- 市：亀田市長、深田教育長、山崎企画部長
- 事務局：戸田企画部副部長兼企画政策課長、池田企画政策課長補佐、谷本統括調整員、友井係長、日野主査、大前主査、田尻主事

1. 開会

2. 市長挨拶

亀田市長

橿原市長の亀田でございます。本日は、公私ともご多忙のなか、橿原市総合政策審議会にご出席を賜りまして心から感謝を申し上げます。

このたびは、橿原市総合政策審議会委員への就任をご承諾いただきましたこと、心よりお礼を申し上げます。

本年3月に皆様のご協力のもと、橿原市第4次総合計画及び第2期橿原市まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定いたしました。

計画の策定段階からご協力いただいている方、この度新しく委員に就任していただいた方の両方の委員がいらっしゃいますが、委員の皆様には、この第4次総合計画が計画どおり進行しているかどうか、第2期総合戦略が効果を上げているかどうか、専門的な視点で評価・審査をいただきまして、橿原市の発展につなげていきたいと考えています。

全国的に人口減少の時代ですが、橿原市においても平成22年に約12万5千人であったのが人口減少の波にのまれて現在12万1千人となっています。しかし奈良県内でも王寺町、広陵町、斑鳩町など人口増の都市があります。橿原市は奈良県内において1番交通利便性の高いところだと思っておりますが人口減少に歯止めがかからない、これは交通利便性だけでなくくらしやすさにも取り組みを進めていかなければならないと同時に感じています。くらしやすさとは防災、子育て、教育、高齢者対策、デジタルの推進などのいろいろな要素があると思いますが取り組んでいきたいと思っております。最近では、このまちが環境にどのような取り組みをしているかを調べて移住する人もいると聞いております。そのような人たちに環境・歴史・交通利便性等の橿原市のくらしやすさをPRしていくことにより人口減少を食い止め、人口増へもっていききたいと考えています。

橿原市第4次総合計画及び第2期橿原市まち・ひと・しごと創生総合戦略の検証を行う中で皆様のご専門的なご意見を積極的に取り入れ、橿原市の発展に取り組んで参りたいと存じます。皆様のお力添えを賜りますことをお願い申し上げます。冒頭のご挨拶といたします。

3. 出席委員紹介

事務局より委員紹介。

4. 会長・副会長選任

久委員を会長に選任。
久会長が飯田委員を副会長に選任。

5. 諮問

市長より久会長に諮問。

6. 議事

檀原市第4次総合計画の概要並びに檀原市第4次総合計画前期基本計画に基づく施策等の進行管理及び評価の方向性について

久会長

次第に沿って進めてまいります。事務局より説明をお願いします。

事務局

(資料説明)

久会長

本日は評価の方向性を皆さんにご意見を賜り、ご意見を参考にしながら市で評価を進めていただき、次回の審議会で評価を一緒にさせていただくという流れです。本日は大きな話、あるいは様々な観点からご意見を賜ればと思っております。

事務局の説明では、資料1の3ページ目のピラミッドで書かれている図がありますが大きくは基本構想、基本計画、実施計画の3段階構成になっておりまして、それぞれ政策、施策、事業に対応しております。生駒市では先行して総合計画を審議会で評価していますが、ピラミッドの上2つ、政策レベルと施策レベルを審議会で評価しております。生駒市での事務事業の評価は市役所内で自らPDCAを回してくださいとお願いをしております。なぜその話を持ち出すかと言いますと、本日の実施計画の冊子、189もの事業評価は市役所内でしていただくことは必要ですが、ここのレベルまで審議会が見るのかどうかというところもご意見を賜ればと思います。事務局からは政策レベルの評価ではなく、施策レベルの評価と事務事業レベルの評価をするということでお話をいただきました。

ご質問でもご意見でもけっこうです。ほかの市町村で総合計画の評価をお聞きいただいている方もいると思います。そこのご経験を紹介していただきながら意見交換をできたらと思います。

高山委員

1 点質問がございます。施策評価については市民アンケートによって評価しているということですが、どういったジャンルの方、何人の方にアンケートをとりましたか。それによって数値等の見え方も変わってくると思います。

事務局

令和 2 年 9 月と令和 3 年 2 月に、ジャンルや年齢等を問わずにアンケートしました。ホームページ上やミグランスに QR コードを載せたところからの回答、ほかには紙ベースでご回答をいただき件数的には 400 件あまりとっています。橿原市では 380 件ほどの回答があれば正確な統計がとれるということで総合計画の冊子にも掲載しています。

前川委員

前回、前々回の会議で人口についての質問をしました。その際には保留だったかと思いますが、外国人や留学生を人口に含むのかということに関して教えてください。

事務局

12 万 1 千人の人口の中で外国人の方は 1 千人ほどです。外国人の方も含めて人口を考えております。

前川委員

そのように考えますと、奈良医大との連携が政策の中でいろいろと出てきていますが、人口のありかたもだいぶかわってくるのかと思います。たとえば留学生を多く入れての大学づくり、将来の介護職に外国人を迎え入れての職場づくりといったビジョンが左右されるのではないのでしょうか。どのようなかたちで連携していくのか教えてください。

事務局

総合戦略のほうとかかわってくる部分が多いところですが、県立医大との連携で特色をもって行っていきたいと考えています。ただいまのご質問は留学生の受け入れ、介護職の受け入れを人口増に向けて施策を行っていくのかというご質問かと思います。留学生の受け入れであったり、介護職の受け入れであったりを大学側と協議したり、また橿原市としても外国人を受け入れる方向には向いていない状況です。大学との連携に関しては、留学生を受け入れるのかなどの情報を仕入れながらとはなりますが、委員の観点を参考にしたいと思います。

久会長

今のお話の延長で言えば生駒市は市民意識調査をとっていますが、今回から工夫をされており、ライフスタイルや価値観を問うような項目があります。それにより市民を 5 つのタイプに分ける取り組みをしております。市民自らがまちをよくしていこうと積極的に取り組んでいただいている層が 2・3 割いらっしゃいます。また一方で社会的な関心がない消極層もいます。そしてそういった考えをもたずに日々の暮らしを楽しんでいる層もいるなど典型的な 5 つのタイプがあってそのタイプごとにそれぞれの考え方を分析することを行っています。その結果、積極層はまちに対する愛着が高く、なおかつ自

らがいろいろなことに取り組んで解決を目指しています。今まで市民を分けるとなれば男女や年代で区切っていましたが、市民の意識によって分けることをしたのが生駒市です。そうするとざっくりと市民で分けるよりも面白い結果が出てきましたので、先ほどの前川委員のご質問で言うところの何人増やすかという量の問題だけでなく、どういう市民なのかという質も問いながらこれから評価していったほうがよいのではないかと感じます。今後のアンケートの取り方で工夫していただくと、ピントが合った見え方がしてくるのではないかと思いますので、参考にしていただければと思います。

佐伯委員

立案の段階で KPI 設定の際にコメントしましたが、主観的なインデックスと客観的なインデックスの併用をしたほうがよいと思っています。主観的なインデックスについては市民アンケートの結果は重要だと思います。ただどういう対象者にこれを聞いているのかということは結果の信憑性について非常に根本的なことだと思います。今会長がおっしゃったようにどういう対象者の答えなのかを意識して理解することも大事だと思います。あとは答えが市民全体の意見を反映しているのかという観点も大事だと思います。たとえば先ほど事務局の回答であった、ホームページや QR コードで調査した対象者はデバイスに長けた人の答えに偏っていないか、あるいは回答者の年齢分布が住民全体の年齢分布とどれだけ乖離しているかを知ったうえで結果を見ることが重要だと思います。事務局の回答でアンケートの回答人数が足りているという話がありましたが、統計学的に無作為抽出が成立していた時であってもそれは理論であって、実際にはランダム抽出で選ばれた市民に調査票を送付しても回収が 100 パーセントになることはないのだからあてにはできない部分もあると思います。そういった点から言いますと、どのような対象者が答えた内容かを理解して結論としてもっていくことが現実的ではないかと思っています。もちろんランダムで送付した人からしか得られない回答もあると思いますので、現状の回答者の特性をみて確認いただけたらと思います。

清水委員

実施計画の事務事業すべてをご説明いただいても理解するのは難しいと思います。施策レベルの 27 項目を実感として効果が上がっているかどうかをアンケートされると思いますが、そう簡単に改善するかどうかはわかりません。したがって、ご提案ですが施策レベルでよかったものや悪かったものがあるとすると、事務事業レベルでの要因を検証したうえでご説明いただけると意味のある事が出てくるかと思っています。

久会長

評価のしかたには先行事例がいくつかありますので事務局で参考にしてください。橿原市なりの評価シートを作っていて評価されるのも 1 つかと思っています。生駒市の例も参考に申し上げます。橿原市の総合計画の 26・27 ページが 1 番目の施策になっています。保育・育児・教育の目指す姿で「子どもが自分の個性や能力を伸ばし、夢と希望を描いています」と目指す姿があります。ここに向かっていくかどうかを評価していただいています。この KPI、指標が 27 ページの「幼少期の子どもの笑顔が輝き、のびのびと育っていると感じる市民の割合」なのですが、これだけで測れるわけではありません。ですので目標に向かって少しずつでも進んでいるのかということそれぞれの担当課に指標を作っていて、「この指標が上がっているから目標に近づいているんですよ」といった示し方を生駒市にはしていただいています。そうすると我々審議会の委員も、「この数値が上がっているからこういう評価をしたのか」だとか「こういう課題が残っているからこういう評価をしたのか」と共有しやすくなる、というやり方をしています。佐伯委員さんがご指摘されたように生駒の場合はなんでも量で表しているのではなく、質的なものも含めて表示していただいています。そのようにすると評価シート1枚を見るだけで、「なるほどそういう理由でこのような評価をしたのか」、「この評価は甘いのではないか」、あるいは「市民の実感としてはありませんね」といったやり取りができます。お互いが意見交換できるようなシート

ができれば互いにわかりやすくなっていくと思います。どうやって示していくかは難しいところですが、その知恵を絞っていただくことでわかりやすい評価ができることを期待しています。

飯田委員

私も会長の考えに賛成です。この資料の 8 ページに PDCA が書いています。盲目的にこれが書かれていることもあります。これに従ってさえいけばよいというのは間違っていると思います。PLAN、DO のところは国のほうでも変わりませんが、分析のところでは何のために分析をするのか、事業評価をするのかといいますとそれは報告をするため、結果を誰かに伝えるためにします。分析した結果を活用できるようにするために分析をする、ということがこれからの事業のサイクルになると思います。東委員がお詳しいと思いますが、世界的にもそういう評価に変わっていくと思います。ですので会長がおっしゃった筋道で、新しい事業評価の時流を捉えた評価をしていくのが新しい総合計画を評価していくうえでよいと思います。事業評価のトレンドを踏まえた形で質を生かして、分析した結果をどう活用するか、活用するためにはどう評価するかを見据えたかたちでの評価となるとよいと思います。

東委員

内閣府のほうで EBPM 推進チームが立ち上がっていて政策評価の方針が毎回出ています。それらを参考にしながらどういったロジックモデルを組むのかということでもあります。一方で、市民の幸福度評価をどう考えるかという議論が世界的に出ています。何をもちいて幸せと測るのかということもありますが、新しい指標を作ろうかという動向も地域づくりのなかで出てきていますので、それを見ながら榎原でどう考えていくのかということでもあります。

あと市民のアンケート以外にも、加古川市ですとスペインのバルセロナで使われているようなオンラインのプラットフォームを内閣府との意見交換で使っています。また名古屋市でも和製のコミュニケーションプラットフォームを市民が使って名古屋の計画を皆で作るなど新しいツールを使っています。アンケート以外の方法で、ソーシャルにやっていると若い人たちの意見がかなりフィードバックされます。その結果若い人たちの意見がかなり入りました。よく言われる Z 世代とか α 世代ですが、だいたい小学生が α 世代ですから 24 歳くらいまでの Z 世代の人たちの意見をどうやって吸い上げていくのかはまたやり方が変わってくるということもあります。これからデジタル庁もできますが、世代に応じてツールを変えながら幅広く市民の意見を集められる工夫をされるとよいのかなと思います。

久会長

少し補足させていただくと、今までは皆で集まってワークショップで議論して意見を出し合うのをやっていた。それをネット上でやっていく、そこに職員がかかわっていくという方法でやり取りしながら計画を作ったり評価をしていくということですね。新しい道具を使うと若い人たちの参加が増えてくるので今まであまり声が届かなかった人の声の反映で様々なことができることとなります。いくつかの道具を組み合わせながらやっていくことが良いかなと私も感じました。

事務局

貴重なご意見ありがとうございます。アンケートの件も含めてゼロベースで評価のしかたを考え直しているところです。第 3 次総合計画までも行政評価はやってきましたが、評価がしっかりとできていたかは微妙なところもありましたのでゼロベースで検討いたします。もう 1 つ、自己評価をすることを検討いたします。市役所で評価をするとなると 4 段階や 3 段階で評価をするとなると中央の B 評価をつけがちです。できてるできていないを自己評価できる体制を見直していきたいと思います。次回の審議会で具体的に提示させていただきたいと思います。

久会長

我々大学のほうでも学生の能力開発をどれだけすることができたか、指標を用いて改善をしています。同様に行政職員もそのしごとの内容で、市民の生活の質が上がっているのかどうか、まちの魅力が向上しているのかどうかを評価しながら、しごとの内容が効果を上げているかを今回いっしょに評価していきたいと思います。まずはこの1年間でPRしたいことを施策のなかでアピールしてほしい、一方で成果が出なかったこと、課題が残ったことをメリハリをつけてお示しいただいて改善の方向性を示していただいたらわかりやすい評価になると思います。わかりやすいシートをいっしょに開発していきたいと思います。

第1期樫原市まち・ひと・しごと創生総合戦略効果検証及び第2期樫原市まち・ひと・しごと創生総合戦略について

事務局

(資料説明)

久会長

すでに我々も作成に携わった第2期に入っていますが、第1期の総括ができましたのでそれのご報告とその反省のもとに第2期どのように進めていくか、何かアイデアも含めて意見交換をできたらと思います。ご質問、ご意見等ありましたらよろしくお願ひします。

飯田委員

効果検証ですが、縦割りだという印象を受けました。皆様が危惧されている人口には神経をつかうべきだと思いますが、人口をどうしたら維持できるのか、増やせるのか考えるべきです。転入・転出の点だけではなく、なぜ人が増えるのかを考えると、人が産み・育て・教育する基本線が見えてきますが、子どもだけではなく親がどういう生活をしているのかを併せてみていかなければなりません。戦略では具体的施策が全部横にわかれて出てきていますが妊娠・出産から切れ目ない子育て支援は目標3にぶらさがっています。一方目標1にぶらさがっている若い世代、女性、Uターンなどの就業支援などは全部関連してくるはずで、評価としては施策が子どもと親とでそれぞれ連動して働いているかどうかという視点がないと人は増えてこないと思います。横串はよいが縦串が有効に機能しているかの視点もあってもよいと思います。そうするといろんな連携、クロスセクターが見えてきます。先ほど東先生がZ世代と言われていましたがその世代の生活、特に嗜好の部分などでの話を聞きますと想像以上に環境問題には意識が高いです。特にファッションなどの部分で海外ではロハスに基本ベースを置いていないとそれはダサイとみられてしまいます。そこに対してZ世代、いわゆるデジタルネイティブな世代は敏感で、余暇活動の過程で環境問題が刷り込まれています。たとえば京都では量り売りの店がすごく増えています。地元の農家と契約して、いい野菜を仕入れて値段は高いがとても売れるなど、その世代が好んでいます。総合戦略のなかで地場産業の項目、ここでは「グルメの開発やPRの支援」の項目ですが、人口を増やすことをやっていると地元のブランドづくり、グルメの開発にもつながってきます。

あまり評価を横にわりすぎずに、「これとこれとは連動している」という視点を取り入れていただきたいと思っています。

久会長

今の飯田委員のお話を違う観点で整理いたしますと、1つはシナリオですよ。これが動いてこうなっていくから人口が増えていくようなシナリオをもって評価しないといけないという話でもあったかと思えます。もう1つは誰にどういう魅力を発信することによって惹きつけていくかというところの、まさしく総合戦略ですからそこを見える形にしておく必要があるのではないですかという指摘だったと思います。先ほどからの生駒の事例を出しますと、生駒はSDGs 未来都市と認定を受け、全国的にも環境で頑張っていることを発信しています。さらに最近では「いこま市民パワー」という会社を作って電気を売っています。そういう形での全国に先駆けてのアピールということをやらないといけません。事務局のご説明の内容は全国一斉にやっていますから、人口の取り合いになっているわけなので、2歩・3歩以上進んでいかないと注目はされません。橿原市は何で売っていくのか、というところをもう一度考えていく必要があると思います。ちなみにいこま市民パワーですが、生駒市が本社ですからそこで電気を買うと生駒市内でお金が回ります。儲かったお金は違う地域の事業に使うなど、電気を通じてお金の循環が生まれます。あるいは家庭の太陽光発電でできた電気を購入するということもいこま市民パワーがやっていますのでエネルギーの循環も起こっています。こういうことが飯田委員が言われたようなシナリオの中でいろんなものが組み合わさっていく、さらにPR効果も高いという事例です。橿原は今なにを推せるのか、橿原の売り、とはなんでしょか。

事務局

歴史や交通の利便性、スポーツ施設や医療環境などがありますが、横に連携しての売りのものがあるか、若者に刺さるものか、具体的に成果を上げているのか、という点では苦しい部分があります。前向きに活動している市民も多いので、住みやすさのPRを市だけとするのではなく市民のパワーでPRできるのだという方向に持っていけるのが理想です。高山委員もYouTubeで発信されていて、教えていただくこともあろうかと思えます。個々の活動はあっても市全体としての活動ではないので、シテイセールスの業務のなかでも一緒に活動を行うことで、売りを作りたいと思います。市役所内の横の連携の面でも企画政策課が調整を図ってやっていきたいと思えます。

高山委員

YouTubeでの活動を7年間やってきて奈良県の中でグルメや観光地を紹介しているチャンネルで活動していますが、橿原市の場合、気軽に入れる飲食店が多いと感じます。コロナ禍のなかで県内、橿原市にはウーバーイーツがなくて不便を感じる部分はありましたが、テイクアウトに対応しているお店が多かったと感じました。その部分は橿原市の推していける部分だと感じます。あとは新店が橿原市と奈良市中心にできていると感じています。

PRの部分ですが、YouTubeをするうえで感じることは、YouTubeでは動画を見る前にサムネイルという1枚の画像があってそこに投稿者が個性を出しています。以前はたとえば藤原京であれば「歴史のある藤原京」といったタイトルで動画を出すような恰好でしたが、それは効果がないように感じました。視聴者が知りたいのは「歴史のある藤原京」「歴史のある今井町」とかよりも、今井町に行ったときにどういった雰囲気のまちでどういった遊べる場やお店があるのかという具体的などころです。そこを打ち出したほうが見てくださる方が多いと感じています。PRにしてもタイトルを打ち出すのではなくその中でどういった遊びができるのかなどという打ち出し方で行くべきではないかと思えます。

久会長

高山委員のお話を違つかたちですれば資源よりも時間の過ごし方をアピールしていくほうが届くということですよ。1日、半日の観光あればどこでご飯が食べられて、お洒落なカフェがあってどこで子どもを遊ばせるのかという過ごし方です。1年のスパンで言えばどんな暮らし方が橿原でできるのか、そう

いう素敵な暮らしをしている人がいる、というほうがアピールできるというお話かと思えます。市役所はモノとか資源をアピールしがちでしたが、時間の過ごし方をアピールしてはどうですかというご意見だったかと思えます。

前川委員

今のご意見とは反するかもしれませんが、橿原市は災害の面で安全な地理的立地条件を備えているように感じます。そういった点から歴史的に橿原は国が始まった場所ということになるのではないのでしょうか。これはセールスポイント、特長になるのではないかと思います。人が作り出したものではありませんが、これほど災害が起こる中で安全性を高めていくような施策をして住みやすさを打ち出すのも1つの手段かと感じております。

佐伯委員

3点お話しします。まず総合戦略は国が目指しているプランがあってそのなかで橿原市がプランをたてています。根本的なところで、なぜ橿原市の人口を増やさなければいけないのかというところで、住民にとってのメリットとつながらないと、戦略にどのような意味があるのかわかりにくいと思います。住みよいかから出ていく人が減り、人口が維持される、だから住んでいる人を大事にする政策を打っていくというロジックならばわかりやすいですが、人口維持という目標が最初にあって、人口流出を防ぐためにサービスをやっていくというのは受け取られ方が違うと思います。あるいは市の外部から的人が入ってくることで税収が増え、地域全体が活性化するという利点があるということを発信などすると住民の方の参画も得られやすいかと思えます。

2つめですがたとえば効果検証報告書の42ページ、こども未来課の待機児童数の判定はBですが着実に減っていています。当初96人から現在2人ならば素晴らしいことだと思います。むしろ目標値が0であり達成していないからBというのは、情報として意味がない。今後どうやっていくのか、どのように理解してもらうのかという観点からすれば情報をロスしている出し方であって、うまくいっている政策なのでアピールして知ってもらうほうがよいのではないかと感じます。一方で48ページの資料、1000人あたりの不登校児童数ですが初期値が14、平成27年で13.1人であったものが21人を超えています。待機児童数と同じB評価ですが、見た方はその原因や市の取り組みを知りたいかと思えます。本当に伝えたいことを伝えられていない状況がありますので工夫していただきたいと思えます。

3つめは奈良医大の学生が卒業するときに橿原市に住んでもらえるように何をしたらいいのか、リアルに考えながらお話を聞いていました。橿原市は県内の基幹病院には短時間で通勤に便利です。交通の便以外では、結婚して子どもができたときに地元の保育所に入所できるなら橿原市に住むメリットは大きいです。教育においては橿原市ではどのような質の教育をしているのか、特に公的な教育でレベルがどうなのか。このあたりが橿原市に住むべきか、市外や県外から通うほうがよいのか、あるいは病院のすぐ近くに住むのかを考えたときに気になることです。20歳くらいの人が毎年50人ほど橿原市に住んでくれるのなら市としても大きいと思えます。考えるきっかけになると思ってお話ししましたがこういう観点でいいところがあるから住んでくださいねとアピールしてもいいのではないかと、あるいはできるような材料をつくるのが一般の方で橿原市に住んでみようと思う人を増やすような第1歩になるのではないかと思いました。

久会長

1番目の話と3番目の話は重なっているところがあると思ってお聞きしていました。人口を増やすという目標を本来の目標としてよいのか、何がターゲットなのか見極めてほしいということだと思います。その1つの事例として県立医大の在校生に在籍の時からPRしておいたほうがよいのでは、ということかと思えますので、そういう意味でそれぞれの層のどういう方にどの時点で何をアピールしていくのかと

いうところはターゲットを絞りながら考えていったほうがよいという指摘だったかと思います。

ちなみに近畿大学は日本で一番受験生を集めています、入学センターが学部の先生と意見交換をします。高校訪問を行います、効果あるのか、という話になりました。ある高校で1時間半話して何人受験しているのか、効果はないのではないか、という話がありました。入学センターの答えが見事で確かに先生が行って効果は数人かもしれない。その数人が集まって10万人になっているのではないですか、という話をされました。だから、10万人を目標にしているのではない、1人1人に近畿大学をアピールすることが積み重なって10万人になっている。今回も1万2千人を増やそうということですが、魅力を1人1人にあわせてアピールすることによってその積み重ねが1万2千人である、そういう考え方をとったほうがよいのではないかと私も思いました。ざっくりと1万2千人を目標にしているのではないですよ、と佐伯先生のお話を聞いていて改めて思いました。

東委員

人口の観点ですが、加賀市などではエストニアの制度を使おうとしています。エストニアは人口100万人ほどですがe-Residencyという制度があり、外国人でもいわばエストニアの国民カードが持てます。ユーロ圏で1千万人を集めようというところで、バーチャル主義のところから関係人口を作っているとしています。加賀市も人口6万人ほどですが100万人くらい関係人口を作っているという話をしています。そこから徐々に移住してもらえればよいということで、段階的にどうやって住んでもらうかというところで中間目標をいれます。これからデジタル庁ができますし、マイナンバーでIDをもつことで市民か市民以外かの仕分けはすぐにできますから、バーチャル加賀市民の場合は市民同等のサービスを受けられる仕組みを作ろうとしています。目標としては持続的な経営環境を作ることなので定期的に歳入も入り、交付金に頼らずに経営できるようにしようということを一番の目標にしている、そこからどうやって地域が稼げるのかといったところで人口の目標を立てています。先ほど佐伯委員が仰ったように、どうやって何のために人口を増やすのかというところから提案していくというのが1つの例です。

あと樫原の特長で言うと、今後は県立医大が重要なポイントになってくると思います。内閣府では「キラリと光る地方大学づくり」という交付金を大学改革の文脈で増やしています。大学が地方自治体と連携することで新しい就学機会、新しい就労機会を増やす、新しい産業づくりの話に対して支援をしています。文科省の科研費に関しても、COI-NEXTという予算の中で地域共創分野という分野を作っています。今後大学を核として地域を魅力的にし、地域特性を出してくださいという動きで分散させていこうとしています。県立医大がちょうどキャンパスを置かれるタイミングですし、大きな地域での動きが県立医大を中心としてあるとすればそれをまちづくりの軸にすると戦略上もよいかと思います。いろいろな人が集まる大学を軸にどういうまちをつくっていくのか、構内連携もありますし、もっと若い世代中高大とまちづくりを連携していった仕組みを作ると他の奈良県下ではできないような取り組みができるかと思えます。

大城委員

若い世代へのアピールという点で樫原市のSNSの戦略がどうなっているのか質問したいです。高校生・大学生などの若い世代の傾向として文章を読まない傾向が強い、ウェブサイト・HPを参考にしない、情報収集をする際にYouTube、InstagramやTikTokがメインになっています。このような状況のなかで若い人に樫原市に来てもらいたいならば歴史が云々という文章よりもインパクトのある写真のほうがよほどバズるわけです。このような状況での戦略をどのように考えているのかをお伺いしたいです。

事務局

SNS 戦略で言いますと、市全体としてはしておりません。個別の観光分野に関してはプロモーションということで SNS を使って発信していたり、YouTube 等でしたら歴史に憩う博物館が埋蔵文化財を定期的にわかりやすく中高生に伝わりやすく発信するなどしています。現状では市として戦略をもって行っているわけではありません。

大城委員

総合戦略の 18・19 ページに「橿原市公式インスタグラムより」とありますが、公式のインスタグラムはあるのでしょうか。

事務局

申し訳ありません、公式のインスタグラムはあります。市民から写真を送ってもらってそれを広報誌に掲載したり、展示会に使ったりはしています。

大城委員

あくまでも市民から寄せられた写真などをもとに、ということですね。

事務局

はい、市全体として戦略をもって発信しているというわけでは現状ありません。

久会長

近畿大学では広報室でいろいろとツイッターやインスタグラムに投稿しています。そういうことが欲しい、という意見かと思えますので実施をしていただければと思います。

小西委員

飛鳥と平城京は国からの支援が相当入っているのに、藤原京にはなぜ国からの資金が入ってこないのでしょうか。藤原京の活性化にもつながりますし、それがなくて世間へのアピールにも欠けると思えます。市営住宅を解体した跡地を駐車場として、そこから藤原京を散策してもらおうという話があったと思います。現状は杭で囲んで「藤原京」としているだけで心配しております。

久会長

大阪の古墳群が世界遺産の候補になりかけたときに、宗像市に負けましたが、一番大きな違いは市民の盛り上がりでした。宗像市は市民自らが動いてくださったが、大阪府民はそれに比べると温度が低かったため、その差が非常に大きかったです。市民の動きとしてもぜひうちに世界遺産を持ってきたい、国になんとかしてほしいと一緒に協働的に動いていただけると効果的かと思います。

清水委員

まち・ひと・しごと創生法がつくられたときは、「しごと」は後から加わったのですよね。このしごとという本当の意味は、産業ではなくワークライフバランスなんですね。先ほど飯田委員からも縦割れのという指摘がありました。その点が目立つのが産業の部分です。ワークライフバランスのためのしごとを改善するという趣旨で、そうすれば安心して子育てができる環境になり、人口増につながるという趣旨だったかと思しますので、仕事の部分はそういった意識をもっていただければと思います。

桐山委員

基本目標の4分野というのは、2期も1期と同じですが、目標の文言自体が少しずつ違っています。目標の1ですが、1期は地域の特性を活かしたしごとをつくるということ、2期は地の利を活かしたしごとの場づくりと変わっています。その数値目標の柱が事業所数と従業員数で1期が5360か所、2期は134事業所となっています。また従業員数では1期は52000人、2期では5578人となっているのはどういうことでしょうか。

事務局

目標1の文言に関しては、第1期は地域の特性を活かしたということですが、もう少し具体性をという事で意見をいただきました。そこから京奈和自動車道の発展などをみすえて、地の利を活かすということが策定の時期に出ていましたのでその文言を使用しました。数値目標につきましては、第1期は経済センサス-活動調査の数値をもとにして記載しましたが、この調査は5年ごとの調査で継続的に数値目標が測れないという反省がありました。2期では、製造業を対象とした工業統計調査が毎年実施されていますので、毎年の変動という面でみればこちらのほうが適切だということもありましたので、昨年の策定時に決めました。ただし令和4年度より工業統計調査が廃止されるということが策定の後で公表がありましたので、今後どのような数値目標を設定するかということが課題となっております。

久会長

先ほどの桐山委員のご質問はシンプルで、同じ市内事業所数、従業者数とされていながら第1期から第2期にかけての目標値が1桁異なっているということが理解できないということでした。事務局の回答は、製造業に特化させたから1桁少なくなったということでした。それを誤解のないように書き加えていただいたほうがよい、というアドバイスでもありましたので今後出すときの工夫をできたらと思います。

牧野委員

戦略のターゲットは誰、どのように、いつするのが戦略からはみえてきません。市はこれを進めるのに予算などの裏打ちはどうなっているのでしょうか。これを実施するのにどれくらいコストがかかってどのようなことをするのか、それに伴ってかけたコストに対するあがった実績はどう把握するのでしょうか。今後も予算の裏打ちがあるのかということをお聞きしたいです。

事務局

目標3に対する部分については特に重要にしたい、若い世代がメインターゲットです。事業によってはメインターゲット以外の部分も出てきますが、戦略全体としては若い世代を呼び寄せたいと強く思っています。戦略は方針を示したなかで、事業ごとに横の連携をとりながら進めていきたいと思っております。

す。

予算的な裏付けですが第1期の時も予算部分は出すことができませんでした。機動的に配分することは難しい現状ではありますが、だからこそ歳入の確保と、お金をかけない方法を模索しながらやっていく必要があると思っています。

久会長

2期の戦略は1期に比べてコンパクトにはしましたが、それでもまだ多いと個人的に思っています。しかし戦略にのせておかないと国からの創生の交付金をもらえないというところがあって、金の裏付けが先にあるのではなくて、ここにあげておかないと金がもらえないという仕組みになってしまっています。だから事業や内容が多くなってしまうというジレンマがあります。まずはこれで国の交付金を狙いに行く、とれなかったら工夫をしながら考えていくということの2段階えということですよ。

事務局

そうです。地方創生推進交付金というところで、この戦略にのっているもので民間の力を使いながら、将来自立していく事業には交付金を出すものであったり、企業版ふるさと納税という企業からの応援というものが戦略にのっている分に受けることができるという制度ができましたので企業からの応援を活用しながら進めていきたいと思っています。

7. 閉会

事務局

(今後の総合政策審議会の開催スケジュールについて説明)

以上で予定していた案件はすべて終了しました。皆様、貴重なご意見をいただきありがとうございます。ご意見をもとに今後の進行管理及び評価の方向性を考えていきたいとおります。