

令和5年度 柏市地方創生総合戦略評価委員会 補足

1. 考えられる未達要因や達成に向けて今後必要と思われる取組み・アイデア
2. 事前意見・質問に対する補足説明

令和5年12月18日（月）

基本目標1

妊娠から子育てまでの総合的支援

- ・柏駅前に開設準備している（仮称）子ども・子育て支援複合施設は柏駅周辺に分散している子育て関連施設を集約することで利用者の利便性は向上するとおもうので、利用しやすい施設とするための情報発信は重要と考える。
- ・送迎保育ステーションは鉄道やバス利用者以外にも車での利用も考えられるので近くに駐車スペースを整備できればより利便性が向上すると思う。

基本目標3

柏市ふるさと産品認定制度の促進

- ・千葉県がメディアに取り上げられるときに、柏市の農産品などの露出が少ないと感じている（南房総や外房などはよく報道されている）。
- ・千葉県に対するPRやタイアップなど、もっと積極的に行っていく必要があるのではないか。
- ・ふるさと産品認定数は目標値を超えているが、事業者の販路拡大等による収益増を一つの目的としているため、市内に多くのふるさと産品販売コーナーの常設が出来ればより一層充実してくると思う。
- ・開発情報等街づくりにかかわる情報開示や勉強会等を民間企業と行う場がさらにあれば一層の活性化がみられると考える。

事業 ～はぐはぐひろば（地域子育て支援拠点）事業の整備運営～

基本目標1

子育てに関する情報の充実

事業

～「子育てサイトはぐはぐ柏」、「はぐはぐ柏公式LINEアカウント」及び「はぐはぐ柏Instagram」の運用～

どのようにWEBでの事業促進や、Instagram、LINEへの登録を促しているかより詳しく伺いたいです。（自発的に市民はHPを見ないと、情報を得ることができないのか等）

保育園・幼稚園・こども園、子育て支援施設や近隣センター等の行政施設へ、子育てサイトはぐはぐ柏やInstagram、LINEの登録を促すポスターを掲示しています。また、妊娠子育て相談センターで母子健康手帳を交付する際に、啓発物として周知用カード入りポケットティッシュを配布しています。

今後の課題方針にある「年齢別のセグメント配信」というのは、子どもの年齢別ということでしょうか。また、サイトの機能に「予約や申込み」の機能の付加を検討とのことですが、どれくらいの見込みや、現在の方法との置換が期待されとお考えでしょうか。

「子どもの年齢別」のセグメント配信を令和5年10月より開始しています。「予約や申込み」機能の付加については、現在関係各課に予約・申込機能の導入状況や導入予定の照会を行い全体像の把握を行っているところです。

子育て情報啓発物等の周知は、出生届受理時などのタイミングでも情報提供しているのでしょうか。

出生届受理時のタイミングではなく、妊娠子育て相談センターで母子健康手帳を交付する際に、啓発物として周知用カード入りポケットティッシュを配布しています。

今後は必要な人へダイレクトに情報を届けることができる、公式Instagramや公式LINEのフォロワー数も指標の一つとして採用しても良いのではないかと感じました。

基本目標 1

妊娠から子育てまでの総合的な支援

重要業績評価指標 ～子育てに関する支援に対する満足度～

アンケートの満足度低下の要因はどのようなものと分析されていますか。回答者からの具体的な意見内容はどのようなものがありましたか。

子育てに関する支援に対する満足度が、基準値33.5%、令和3年度32.4%に対して、令和4年度は29.8%となっています。数値が下がった理由があれば教えてください。

子育てに関する支援に対する満足度の指標では、令和4年度低下していますが、利用者はどのような支援を望んでいるのかなどの、分析結果があるのでしょうか。

据えている指標は、毎年度対象者を新たにWEB調査で行っているため、年度によって回答いただいた年代や属性にバラつきが生じております。満足度と各事業との因果関係など、本指標を据えたことについての是非については今後検討していく必要があると考えていますが、結果においては真摯に受け止めております。回答結果を分析したところ、満足していると回答した人の割合は低下している一方で、不満であると回答している人の割合は低下、どちらともいえないと回答している人の割合は大幅に増加しております。推察される要因としては、市民に向けての情報発信及び周知という側面の不足、事業効果の観点からは、新型コロナウイルス感染症の影響により、地域子育て支援拠点利用を完全予約制・定員数制限となったことや、子育て支援施設も利用人数や利用時間に制限を設けており、十分な支援ができず、時間をかけた丁寧な対応ができなかったことも要因もあると分析しています。

5つの事業の自己評価ですが、それぞれ指標としている「子育てに関する支援に対する満足度」が年々低下していることとの関連が表記されていません。特に関係ないということなのか、意識していないのか、この指標をどのように使っているのでしょうか。

子育てに関する支援に対する満足度は重要な指標であるにとらえていますが、総合的な指標となっており、各事業レベルとの関係性について捉えにくく、具体的な指標設定から体系的に紐付けが出来ていないものと反省しております。また、政策形成プロセスを示す体系、職員の課題意識の醸成やロジカルシンキングの習得に努めているところではありますが、思考の定着や指標を体系的に意識した事業推進が行き届いていないことも課題です。次期総合計画を踏まえた第三次地方創生総合戦略については、指標と事業、自己評価の体系化を事業課と対話を通じて整理の上、設定してまいります。

基本目標2

生活習慣病の推進

重要業績評価指標 ～健康寿命～

指標として設定している「平均寿命増減値」と「健康寿命増減値」と事業評価の内容との関連がわかりません。紐づけていただけますでしょうか。また、この指標を使用する場合、課題としている若い世代や働く世代を対象にした場合、効果はどのように測るつもりでしょうか。（なお、若者・働く世代については、昨年度も課題として検討することを委員会で指摘したと思いますが、まだ何も対応できなかったということでしょうか。理由を教えてください）

1997年から市民と協働で健康と福祉のまちづくりを推進する中で、ウォーキンググループの組織化やウォーキングパスポート事業の推進等、「歩くことが好きな市民」づくりに取り組んだ結果、2014年には後期高齢者が最も転ばないまちとして評価され、その後も運動機能低下者割合が低く、健康寿命も県内トップレベルを維持しているところから、指標として設定しています。事業内容として、より若者・働く世代に対して活用して頂くため、ウォーキングパスポートの申請を窓口のみからWEBフォームを利用し、申請後、郵送対応出来るようにしました。また、市内企業等にも配布を行い、アプローチを図ったところですが、当該世代と「平均寿命増減値」と「健康寿命増減値」をどう測定するかについては、引き続きの課題事項となっています。

事業 ～ウォーキング推進事業～

ウォーキングパスポート約2000冊配布されたとのことですが、実際の利用者（到達申請及び景品の受け取りに来た方）は何人程でしょうか。

ウォーキングパスポート配布数（申請数）：R4 2,124冊(延べ 208名) / R3 2,139冊(延べ 150名) / R2 2,256冊(延べ 72名)

どのようにWEBでの事業促進や、Instagram、LINEへの登録を促しているかより詳しく伺いたい。（自発的に市民はHPを見ないと、情報を得ることができないのか等）

ウォーキングパスポートは市役所や近隣センターなどで配架してあります。ウォーキングパスポートの到達申請については、窓口のみで実施していましたが、新たにWEBフォームを活用して申請を行えるようにし、窓口への来所が難しい方でもウォーキングパスポートを活用できるよう事業促進に努めました。

基本目標2

フレイル予防の推進

事業 ～高齢者の就労・社会参加促進事業～

指標の「社会参加に取り組む高齢者の割合」を累積で見ると理由を教えてください。窓口来訪者は、毎年新規ということでしょうか。重複している場合は、純増とは言えないと思いますが、また、高齢者対象の場合、オンライン参加やハイブリッド開催は現実的でしょうか。端末やアプリなど利用できるための対策は考えていらっしゃいますか。

「社会参加に取り組む高齢者の割合」について、一度の来訪で社会参加活動へ繋がることが最良と考えますが、うまく繋がらない場合でも、複数回来訪し、他者に関わろうとしている意欲も含めた評価としており、重複でカウントしております。他方で、窓口来訪者数で測ることが適切なのか、また、委員ご指摘のとおり累積で確認する必要性を含め、見直しを図る必要があると考えています。

オンラインについては、セミナーの開催にあたり、コロナ禍により外出に抵抗がある高齢者の方が参加できるよう、現地に加えオンライン参加も可能とするハイブリッド開催で実施しました。開催に先立ち、希望者やうまく利用できない方については個別に対応いたしました。

事業 ～かしわフレイル予防ポイント制度～

フレイル予防のポイント付与とはどのような事業でしょうか。

本制度は、市民の自主的な介護予防に資する活動を後押しし、介護給付費の抑制と健康寿命の延伸に取り組む事業です。市内に住民登録のある40歳以上で希望するかに、かしわフレイル予防ポイントカードを発行し、市が指定するサロンやウォーキングなどの「活動への参加」や、「ボランティア」に参加すると1年度につき、カードを介して最大5,000ポイントまでポイントを付与します（活動参加で20ポイント、ボランティア活動で1時間以上100ポイント、2時間以上で200ポイント）。得たポイントはWAON加盟店でお食事やお買い物等に使うことができます。

基本目標3

手賀沼・東部地域を核とした観光・交流の創生

重要業績評価指標 ～手賀沼・東部地区流動人口（4月休日）～

4月休日だけを対象にした流動人口が年々減少していますが、年間ではどのようになっていますか。コロナ沈静化や道の駅のリニューアル後も減っていますでしょうか。

流動人口の評価指標を図っているRESASでは、年間の流動人口を算出することができませんが、千葉県が実施している「千葉県観光入込調査」では、令和2年以降、増加傾向にあり、令和3年から令和4年にかけては約70万人増加しております。特に道の駅しょうなんについては、令和4年の入込客数がリニューアル前と比較して70万人のうち50万人程度増加しております。

事業 ～インフォメーションセンター運営事業～

取り組み内容に「施設のネットワーク化、情報発信などを行う」とあります。施設のネットワーク化とは具体的にどのような取り組みでしょうか。また情報発信手段についても伺いたいです。

施設のネットワークについては、かしわインフォメーションセンターにおいて、令和4年度から「まちの駅ネットワーク」という公共施設、個人商店等の既存施設を活用し、地域情報を提供・共有して交流を促進する意味でのネットワーク事業を開始しました。これにより、まちの駅それぞれがネットワークを共有し、地域の魅力発信の拠点として活動しております。情報発信の手段については、当課のSNSの活用のほか、かしわインフォメーションセンターにおけるSNS及びホームページにより情報発信を行うとともに、各種マップを作成し、柏市の魅力を発信しています。

基本目標3

柏市ふるさと産品認定制度の促進

事業 ～柏市ふるさと産品認定事業～

ふるさと産品の宣伝のイベントとはどのようなものでしょうか。

市内外で実施される各種イベントに出店し、ふるさと産品を販売しております。令和5年度では、NECグリーンロケッツの柏市ホームタウンデー、千葉県誕生150周年記念事業オープニングイベント、柏レイソルのホームタウンデーでの出店のほか、柏市ふるさと産品を中心としたバルイベント「手賀沼オータムバル」を令和5年11月3日に開催いたしました。

ふるさと産品を購入できる場所は「道の駅しょうなん」の他にどこがあるのか。

道の駅しょうなん以外では、J R 常磐線沿線NewDays（柏駅、南柏駅、北柏駅等）、イトーヨーカドーアリオ柏店等で販売しております。

公民学連携によるまちづくりの推進

重要業績評価指標 ～柏北部地域の定住人口（柏の葉・柏たなか・大室東）～

柏北部地域の定住人口が増加しているとのことですが、3エリア（柏の葉、柏たなか、大室東）の中で、一番増加したエリアはどのエリアになりますか。

柏北部地域の中で、一番増加したエリアは、柏の葉（北部中央地区）で、前年比＋1,531人となっております。

基本目標3

柏駅周辺のにぎわいと魅力の創出

事業 ～公民学連携によるまちづくりの推進～

柏北部地域、柏中心市街地、どちらも「公民学連携によるまちづくり」を推進しています。北部地域と柏中心市街地、それぞれの取り組みの違いがあれば教えてください。

柏北部地域では、大学や国等の公的研究機関が立地していることと、つくばエクスプレス沿線の土地区画整理事業により形成されている新市街地であることのポテンシャルを活かし、公・民・学が連携した先端的な都市づくりに取り組んでおります。一方で、柏中心市街地は、郊外のショッピングモール立地やそごう閉店などにより、賑わいや“商業都市”として求心力が低下しつつあるため、行政、地域住民、企業等が危機感を共有し、駅や街の東西を含めて連携を図り、魅力あふれる融合都市のリデザインを目指し、戦略的なまちづくりを進めています。

事業名が「公民学連携によるまちづくりの推進」となっていますが、北部地域の事業名と同じですか。北部地域は柏の葉地区ですが、柏駅周辺の賑わいも、公民学で推進しているということですか。民と学は具体的にはどこで協働しているのでしょうか。「柏セントラルグランドデザイン」の内容を教えてください。

「柏駅周辺のにぎわいと魅力の創出」の一環として、柏北部地域と同様に柏駅周辺においてもまちの魅力や活力を高めるため、公民学連携によるまちづくりの推進を行っております。主な連携先は、UDC2をプラットフォームとした柏商工会議所や駅周辺の地権者、商業者、市民や東京大学、麗澤大学、芝浦工業大学などで、これらと協働して社会実験や調査研究を行っております。また、柏セントラルグランドデザインは、UDC2が2018年に策定したまちづくりの4つのテーマと15の戦略により、柏駅周辺の今後20年間で目指すべき将来像をより具体的に描いた基本構想となっております。

マスコミ報道では、物流の停滞が懸念される「2024問題」への対応として、IC周辺などに広がる「市街化調整区域」を対象に、倉庫など物流施設を整備しやすくするため規制を緩和するようですが、緩和された場合、まちづくりに利用できるのでしょうか。

具体的な規制緩和の内容や手続の詳細が示されていないところですが、千葉県「柏都市計画都市計画区域の整備、開発及び保全の方針」や柏市「次期総合計画」、「柏市都市計画マスタープラン」を踏まえ、将来にわたり、安定的かつ持続可能なまちづくりを推進していきます。