

第8回茨城県央地域定住自立圏共生ビジョン懇談会会議録

- 1 会議の名称 第8回茨城県央地域定住自立圏共生ビジョン懇談会
- 2 開催日時 令和元年6月27日(木)午後2時～午後3時50分
- 3 開催場所 水戸市役所4階 中会議室4
- 4 出席者 別紙「出席者名簿」のとおり
- 5 議 題
定住自立圏共生ビジョンに係る取組状況及び評価(2018年度)について
- 6 会議資料の名称
 - 資料1 茨城県央地域定住自立圏共生ビジョンの懇談会委員名簿
 - 資料2 茨城県央地域定住自立圏共生ビジョンの取組状況及び評価(2018年度)
 - 資料3 茨城県央地域定住自立圏共生ビジョンの一部変更について
 - 別紙 茨城県央地域定住自立圏共生ビジョンに係る取組に関する意見票
- 7 発言の内容
 - 【委員】
(定住自立圏の取組全体の取組について)
厳しい言い方になるが、この事業が定住自立圏としてやるべきなのかということに疑問を感じる部分がある。定住自立圏であるからこそできるという説明が不足しており、それが必要ではないかと思う。
昨年度の評価について、資料2の1ページに事業数とKPI、達成度評価を掲載しているが、これは他の地域の定住自立圏と比較したとき、どのくらいの進捗状況や評価なのか。(事業No.16 エコライフチャレンジについて)
この事業の参加者について、各自治体別に数値を出し、さらに全体数を記載しているというのはどのように解釈したらよいか。
 - 【執行機関】
全体的な評価の部分については、他の地域の定住自立圏の事業数や事業内容にばらつきがあるということもあるため、比較するのは難しいところである。ただ、この県央地域定住自立圏でいうと達成度評価等から、おおむね進捗としては順調に進んでいるということの評価をしている。

事業No.16については、こういった参加者を広く集めることで環境に対する意識啓発を図ってこうという取組である。本事業は、小学校単位でも参加を呼びかけ、小さなころから意識を持っていただければ、より環境の意識付けが高まるのではないかとこのころで、より参加者を増やしながら、環境意識を向上していきたいと考えている。

自治体ごとに数値を出している理由については、各自治体の住民の方にもこの取組状況等はお知らせをしているところであり、自分の自治体ではどのくらいの参加者がいるのかを知ってもらうとともに、他の自治体よりも自分たちが参加するというような意識付けにもつながる部分もあるかと考えており、自治体別に数値を出している。

【委員】

(医療分野について)

今後、医療は茨城県において、最大の問題になるものであり、県内の医療圏を3つくらいに集約する意見も出ている。このような流れの中で、県央地域定住自立圏という比較的小さな圏域で取組むのは少し無理があるように感じるが、取組の規模感についてはどのような考えなのか。

(定住自立圏の全体の取組について)

この定住自立圏で実施している事業を進めていった結果、将来はどういったビジョンを目指しているのか。

【執行機関】

医療の件について、茨城県全体をみると、医師が不足、高齢化している状況であり、茨城県も取り組まなければならない重要事項と伺っている。それについては県央地域としても同じような状況であり、まずは県央地域として医師や看護師等の人材確保に努めながら、県央地域に住んでいる方が安心して暮らせるように、9市町村で連携しながら施策を進めているところである。もちろん県全体で考えていくといった考え方も重要だと認識しているので、そこは県と連携しながら、県央地域さらには県北地域を含めた形でのバランスの良い医療というものを考えていければと思っている。

将来ビジョンについては、定住自立圏が、圏域の人口流出を防ぐことと、圏域での経済等の活性化を図るという考えのもと進めているものであり、共生ビジョンの事業を実施しながら、将来像として、安心して住み続けられる圏域というものを目指している。圏域の人口も、今後減少傾向にある中で現状を維持していければという大まかな数値目標を掲げ、事業を進めているところである。

【委員】

(定住自立圏の全体の取組について)

結果概要のKPIの数値に対する評価はわかるが、一番大切なのは費用対効果だと思う。21の事業について、KPIと事業費を含めた一覧表を作成してほしい。今の記載方法だと、予算が3,000万の事業も60万の事業も一緒くたになっており、この概要の1ページだけで評価が判断できるのか非常に疑問である。もう少し費用対効果を追求しないとい

けないと思うためよろしくお願ひしたい。

(事業No.15 周遊型観光の推進事業について)

国内向けツアー7本の造成について、どうしたら県央が発展するのか、定住してもらえるのか、市民県民向けの動きを踏まえたうえで検討したと思うが、このツアーはどのようにして決めたのか伺いたい。

そして、国外向けツアーの造成についても検討中とあるが、県央の地域を活性化することを目指している中で、国外向けというのは意図が違うのではないか。

【執行機関】

費用対効果というのは、非常に重要なものであると事務局においても認識している。今後は、わかりやすい資料作成に努めていく。

【執行機関】

周遊ツアーの決め方については、平成29年にマーケティング調査を実施し、この調査の結果の中で、例えば、「食」や「絶景」といったものが大切であり、いまだ周知されていない、認知されていないものもあるので、そういった魅力ある地域資源を連結させ、地域らしさを出せるツアーにということで設定した。

国外向けツアーの造成については、インバウンド対応、外国人観光客向けの取組を県央地域として行っていこうということで、これまでも様々な事業を実施していたが、今後は、外国人向けのツアーも盛り込み、圏域の活性化につなげていこうという考えである。

【委員】

外国人向けということで理解したが、市民アンケートなどを行ったほうがいいのかという気がする。ほかにも、旅行会社やツアー会社、茨城県近辺の詳しい旅行関係者等でプロポーザルして決めるといった手法もあると思うところである。

【委員】

事業No.15 周遊型観光の推進事業の2018年度の決算額について、内訳を教えてください。

【執行機関】

決算額の内訳については、委託業者への委託料の金額である。この委託内容については、ツアーの造成・販売の他に、旅行会社の冊子やHPなど色々な媒体への掲載、体験プラン造成に係る部分も含んでいる。旅行の中で空いている滞在時間を減らし、観光消費につなげ、こういった体験プラン等を増やして圏域の活性化を図ることも重要だと考えている。「秋のいばらきよいとこプラン」については、JR及び県と連携して、9市町村の職員がツアーの内容を企画したものであり、事業費は数十万程度となっている。

【委員】

(環境分野について)

事業No.17 環境啓発イベントへの相互参加でガイドブックを作成し、関係機関に配布と

あるがどこに配布したのか。また、現物があれば見せていただきたい。

(ガイドブック配布)

このガイドブックはターゲットをどこにおいているのか。誰がどういった情報を基に作成したのか伺いたい。すべてにおいて目指すものは、今後の県央地域を作る世代の人達が流出しないこと。そしてこれから作る世代の人達が定住してくることだと思うが、その意図にあっていないと思って仕方がない。このターゲット層に向けて何かやるのであれば、その人たちが何か行動するものでなければ軸になるものはできない。若い人たちの考え方とすごく乖離しているように見える。私が進めている NPO 団体に、茨城県から県主催の環境系の講座の体験の受入団体にということで要請があり、県央から県北地域で唯一の団体として受け入れることになっている。そういった取組もこのガイドブックには掲載されていない。今までの流れにあったものをそのまま同じように掲載しているだけに見えてしまう。定住自立圏なので、情報を集めるときにターゲットを絞って、どういうところにどのようなアプローチをした方がよいのか、十分に考えたほうが良いと思う。

また、HP の閲覧数についてだが、今若い世代は、HP ではなく SNS が主流だと思う。そういった現実的な部分も踏まえ、どのようにすれば大きなお金をかけずに取り組めるのか考えていただきたい。

環境と観光は非常に親和性が高い。私は、キャンプに関わる事業をしている若者と交流する機会があったが、彼らはすでに何かを起こそうとして動き出している状況である。もう少しポイントをずらして考え、新しいものを進めようとしている若手を入れるというのもいいのではないかと思う。

【執行機関】

ガイドブックについては、各市町村の担当課に依頼をし、各市町村の概要や活動事例、イベント等の情報を報告していただいて、それを取りまとめた内容である。

環境分野でのターゲットについては、若い世代から年配の方まで幅広く啓発活動をしていく中で、特に電気をまめに消すといった温暖化に向けての活動というところでは、幼少期からそういった活動をして早くから学ぶということを目的に、幼稚園、小学生をターゲットとしている。

【委員】

ターゲットに関していうと、転入転出の部分が肝になってくると思うが、これについて環境分野も含めて、全体としてどの年代層に向けてアプローチすべきと考えているのか。

【執行機関】

それぞれ事業によってターゲットや目的が異なっているところだが、県央地域としては、現在住んでいる人達が転出しないようにすることも当然、重要であると考えている。委員

がおっしゃるように、転入者を増やすためには、どういう方をターゲットにするということまでは明確にビジョンに示していないが、若い世代の方々や働く世代の人達が減っていき、そこで取り合いになるとことが想定されるため、そのような人達をターゲットにしていかなければという考えは持っている。委員が言うように今やっている事業がふさわしいのかということだが、全体的にこのような事業を行いながら、まずは県央地域としての魅力を知っていただくということも大切だという視点から、取り組みを進めているところである。

【委員】

ガイドブックを拝見したが、各市町村の掲載している内容は、ほぼ新聞記事や市町村のPRと一致しているし、非常によくできていると思う。何かを起こすということや、若手の意見も取り入れるといった委員のおっしゃることもわかります。お金がなくても地道に活動を継続し、認めてもらうことが大切だと思うので、そのような人達を育てるという意味で、この定住自立圏の中で行っていけばいいと思う。すぐに結果が出るようなものではない。この費用でガイドブックが各市町村に配布されているのであれば、私は悪くはないと思う。

【委員】

よく見るところばかりで、今までいろいろなところでやってきたことがまとまっているだけという印象である。

【委員】

地道に活動してこういった効果があるということをしてPRするなど、行動して、初めて評価していただける。名前も活動内容もわからないものについて、お金がないからできないというわけではない。環境はお金がないでもできるので、その活動に対して9市町村が協力し合っていくということでこの懇談会があると私は思う。

【委員】

社会心理学的に何歳くらいの時にどういったことがあれば、田舎や故郷に帰りたくなるのかとか、茨城県で何年に何人流出があったのか、今住んでいる人達は何歳までここに住んでいるなどの色々なデータがあると思う。また、県外の学校を卒業して茨城に戻り、看護師として働いている人もいるので、そのような人の行動を分析することも必要なのではないかと。資料2の16ページに「磯節全国大会予選会」ということが載っているが、磯節が好きな人はわかるが、興味があまりない人が見ても惹かれない。こういうものがあるということを知ってほしいのであれば、違うものを取り入れてその副産物としてこういったものがあるというように掲載する、みんなが飛びつくキャッチコピーのようなものも大事だと思う。

【委員】

定住率を上げるあるいは流出しないようにするというような中で、私の自治体の例を

挙げさせていただく。住民登録をして移住してくれた方にヨーグルト 5 本、母子手帳の届け出をしてくれた方に卵 30 個を贈呈するという事業を、当市の若手職員が企画した。他へ転出するのではなく、うちの市はこんないいことがありますといったPRになるものだと考えている。素晴らしい事業をこの県央地域の中で実施しているとは思いますが、もっとアピールできるようなものが他にもあるような気がする。今後、この圏域の中で様々なアイデアを出し合いながら進めていくに当たって、若手職員のアイデアも素晴らしいので、1つの例として申し上げた。

【委員】

(ホームページのページビュー数の指標について)

ホームページの充実というのが事業No.14 と 18 にあるが、基本的にホームページはそこに興味がある人しか見ないと思うため、ホームページのページビュー数という指標はやめたほうがいいのか。それから、今は場所で検索するのではなく、今日は何が見たいとか、今日の特集は何があるのかといったことを見ると思うため、いかに検索されるかというところに力を入れていかなければいけないと考える。

【執行機関】

現在、お知らせの媒体も多様化し、ホームページの検索も多岐にわたっていると考えているので、ホームページのページビュー数を指標として成果を図っていくというのはかなり難しいのではないかと感じている。今回、いくつか KPI の見直しを出させていただいているが、これで終わりというわけではないため、引き続き、特にホームページの件については見直しを行いながら、より適切な指標の設定に努めてまいりたいと考えている。

【委員】

(事業No.21 公共交通の利用促進について)

KPI に対しての達成率が低かった原因は何と考えているか。

今回、公共交通に関する事業の KPI が変更されているが、最近の地方のバス事業者において、バスの本数が減り、中の密度が薄くなるという傾向がある中で、KPI の指標をバスの系統数と利用人数の二つの指標でみていくということは、この定住自立圏の中の公共交通の利便性を考えれば非常によいと思う。

【執行機関】

ノーマイカーウィークに参加した事業者が伸なかった理由について、実績数としては 9 市町村中 4 市町村の事業所計 106 事業所に参加いただいたが、通勤とかの視点で考えると、公共交通の充実さが異なるという難しさがあったということで分析している。

【委員】

(定住自立圏の全体の取組について)

今、業界用語としてシティプロモーションの地域ブランディングという言葉が使われており、これを活用し、圏域プロモーションでブランディングをするというのはいかがか。

例で挙げるとしたら、15 ページの県央地域魅力発信事業の中で、これだけの方がこの懇談会に参加しているので、全体としてプロモーションを作成し、それに合わせて17 ページのような周遊型観光の推進事業を実施したという説明をすれば、簡単に納得できてしまうと思う。地域ブランディングというのはとても便利な言葉なので、プロモーションとブランディングということをうまく活用しながら、説明していただければいいのではないかと思う。

【座長】

ちょっと理解するのが難しいのですが、シティプロモーションとはどんな意味なのか。もう少し詳しく説明いただけないか。

【委員】

シティプロモーションというのは、自分の地域の魅力を見直すことだと私は思う。県央地域の9市町村の観光客が一気に増えてきたが、後回しになる市町村もあると思う。そうすると、個々の自治体のイメージや圏域、それから茨城といういくつも重層的にイメージがある。例えば、シティプロモーションをみたことで若い人達や今この圏域に住んでいる人達が、この圏域に対してプライドを持つ、そのプライドは県外に転出したとしても、将来的に水戸に戻るとか、この圏域に住みたいといったことに繋がるのではないかと思う。

【座長】

(観光分野について)

観光の事業No.13 で観光動態調査を行っていて、その結果がその後の事業に繋がっていると思うので、そのようなストーリーを見せてもよいのではないか。そうすれば何故こういった事業を行ったという裏付けになる。また、この調査の公表ということは考えていないのか。

【執行機関】

マーケティング調査結果をもとに、周遊ツアーの造成や体験メニューの構築といったことを実施している。資料14 ページの事業No.13 のマーケティング調査は平成30年に実施したものになるため今年度公表をする予定である。一昨年度に実施した調査についてはすでにホームページに公表済みである。

【委員】

(福祉分野について)

成年後見制度について、後見人は親族、3 職種（弁護士、司法書士、社会福祉士）、法人後見になっており、相談件数も毎年右肩上がりが増えてくると考えられる。その中で、3 職種、親族後見については、受任する限界がある。私は法人後見を行っているが、今後法人後見も限界が来ると考えられる。このような流れの中で、市民後見人の養成ということがあると思う。一般市民が後見人になるのは、非常に大変なことであり、市民後見と後見監督人というのはセットだと思う。安心して市民の方が後見活動を行うためには、後見監督人をしていただける組織や監督人の養成ということが確実に必要になると思う。よ

って、事業No.9のKPIの指標に、後見監督を行う団体の養成に関するものご設定をご検討いただきたい。

【執行機関】

市民後見人について養成講座修了生の活動件数は現在3件となっているが、養成講座修了生18人のうちの3人ということである。この3人が活動しているというのは、ハローワークにて各市町村の社協の活動に携わせていただいているというものであり、そこで経験を積んでいただき、市民後見人としての活動に繋げていくということで実施している。後見人の監督については、家庭裁判所と協議をしている中で、市民後見人になるにあたって、後見監督人をつけることは必須とのことであった。現在、茨城県には、市民後見人は3人いるような状況であり、18人が現在修了した中で、市民後見人として誕生した際には、まずは水戸市の社協にて監督をするという方向で進めている状況である。後見監督人の養成という意見をいただいたので、そういったことも今後の活動の中で検討させていただく。

【委員】

この懇談会は、自分たちの住んでいる地域を元気にしながら、圏域の定住人口を増やすというようなことのためにやっていると思う。さらに、県央地域の定住自立圏共生ビジョンということで、各首長が中心となり、水戸市が中核市になるにあたり、近隣の自治体と県央地域として連携してやれるものを実施している。今までの取組を評価するということがまとめていただいている、そこから一気に地方創生の観点からみたら甘いのではないかな等の厳しい意見はあるが、私は、もう少し柔らかいスタートをしながらというように考えている。こういった意見があるということを各自治体の定住自立圏取組担当部署に伝えていただきながら、取組が可能なものに取り組んでいただきたい。いきなり大きな成果を出そうとしても、それぞれの自治体ごとに現状も異なるので、難しいところもあると思う。我々が取組状況を評価するに当たっては、大きな流れを掴みながら、より具体的なものにしていければと思う。

【委員】

(公共交通分野について)

事業No.21のKPIの指標は変えてしまうということか。このまま残してもよいと思うかどうか。

【執行機関】

今回の指標の見直しにあたり、改めて事業の名称等も含めて見直しを行い、事業No.21の公共交通の利用促進について、ノーマイカーウィークに参加した事業者数というのが適切なのかということも検討した結果、当初から事業No.20で使用していた指標を事業No.21に切り替え、なおかつ数値を高めたというような形で変更をする考えである。ノーマイカーウィークに参加した事業者数を残したほうがよいのではないかとのご指摘だったが、このような内容でご理解いただきたい。

【座長】

他に御意見はございますか。

(意見無し)

特に御意見がないようですので、本日の議事については以上となります。最後に事務局から連絡事項はあるか。

【事務局】

事務局から次回の共生ビジョン懇談会の日程について報告いたします。

次回は、10月頃に開催を予定しており、2020年度、来年度の取組等についてご協議を頂きたいと考えているためよろしくお願ひしたい。

【座長】

ただいま事務局から次回の懇談会の日程について報告がありました。次回は10月頃に開催し、次年度の取組等について協議をさせていただきたいとのことだが、このような形で進めさせていただくということによろしいか。

(異議なし)

それでは、次回の懇談会については10月頃に開催をしたいと思う。他に意見がないようであれば、皆様に意見票をお配りしておりますので会議終了後で構わないため、事務局までFAXにて提出をお願いしたい。

【事務局】

長時間にわたりご協議いただきありがとうございました。以上を持って懇談会を終了させていただきます。

—以上—