

平成30年度外部評価会議結果（9/20実施分・評価グループ名【シティセールス】）

<事務事業単位の評価>

事業No.	事業名	【参考】市長評価	委員評価集計	A委員	B委員	C委員	D委員	E委員
117	柏崎シティセールス推進事業	【一部見直し】 かしわざきファンクラブ設立等、シティセールス推進の一定の目的は達成したため、推進官は廃止する。	【継続】:1名 【一部見直し】:4名 【休止】:0名 【廃止】:0名	【一部見直し】 推進官を廃止すべきか否かの判断は材料不足でできない。執行予算が目標の定住人口増加にどの程度寄与したか、費用対効果を明確にし、削減すべき点を洗い出すことが必要	【一部見直し】 アドバイザーである推進官の報酬がかなりを占めるのではないかと感じた。定住を促進するために若者のニーズをとらえた働きかけ、PRが必要と考える。推進官廃止については妥当と考える。	【一部見直し】 少子高齢化の中、柏崎市の将来を考える重要な部署と認識する。各部署連携を図っていることですが、行政主体の婚活、企業誘致も含め、柏崎の将来を託す市長直轄の部署の検討も必要ではないでしょうか。	【一部見直し】 外部の様々な意見を取り入れ、自在に変わっていけるシティセールスであるべき。	【継続】 シルバーUターン(シルバービジネス)にもっと焦点を当ててもらいたい。推進官の廃止の前に人選を広く紹介の公募を考えられないか。

<評価グループ全体を通じての自由記載>

(A委員) 定住人口増加の担当部署であれば、若者も重要であるが、シニア世代含め幅広い世代を考えた策を講じるべきではないか。柏崎ファンクラブの活動は継続すべきだが、既に成果(人口増)を求められる時期であり、そのためにも転出入のプロフィール把握などの分析結果が必要。決して少なくない額の予算である。

(B委員) どの市町村も人口減少対策には頭の痛いことと思うが、一番流出している年代の人口を増加させるには、それ相応のアイデアや取組が必要である。他の市町村にはない、柏崎のウリを作り出すことが必要ではないか。目先のコストではなく、20年、40年後の市の存続のために、今損をして得を得ることも考えていかなければならないのではないだろうか。

(C委員) 目標である定住人口の増加、このことが達成されなければ、財政が厳しくなる中で住民サービスの向上は望めないと思います。最重要課題として取り組んでいただきたい。そのためには魅力のある柏崎の実現と発信をお願いします。

(D委員) シティセールスの主な対象として20～34歳との設定で、地元定着等の中に高齢者も含まれているとのことであるが、中高年に対する考え方をもっと明確にすべきと考える。また、若者世代の定着を考えるには「職」の問題が極めて大きく、その観点について明確な考え方を打ち出すべきと考える(定住推進計画において、「職」についてもう少し踏み込みがあってほしいと感じている)。

(E委員) シティセールス部署の担当と企業誘致部署の担当の連携は推進協議会メンバーで調整とされているが、その他の連携は大丈夫か。その辺りの基本設計などで、コンサル意見や推進官の意見は的を射ているか心配である。