

第五次総合計画後期基本計画策定 第4回魅力・文化分科会 議事概要

- 1 日 時 令和3(2021)年6月22日(火) 午後2時00分から午後3時45分まで
- 2 場 所 柏崎市産業文化会館 第2会議室
- 3 出席者
 - (1) 委 員 霜田真紀子会長、飯塚政雄副会長、大塚絵里子委員、寺澤朋法委員、飛田成雅委員、原嘉子委員、前澤佳奈子委員、矢島衛委員
 - (2) 庁 内 総合企画部長、企画政策課長、元気発信課長、市民活動支援課長、商業観光課長、農林水産課長、農政課長代理、都市計画課長、文化・生涯学習課長、水球のまち推進室長、博物館長
 - (3) 事務局 企画政策課企画係員

4 会議資料

【事前配布】

資料1 令和3(2021)年度 柏崎市第五次総合計画進行管理報告書(案)
(令和2年(2020)年度実績分)～第5章～

資料2 柏崎市第五次総合計画基本計画 主要施策の基本方向一覧
●第五次総合計画基本構想・前期基本計画(冊子)

【当日配布】

資料3 第4回分科会席次表

5 会議概要

進行管理報告書の構成と評価方法について、事務局が説明した後、主要施策ごとに、各担当課長が「主な取組と成果」「課題と今後の展開」について説明し、質疑・応答を行った。

発 言 者	発 言 概 要
第1節 主要施策1 柏崎の魅力高め、良さを伝える	
委 員	進行管理報告書1ページの施策の目標指標1「柏崎駅周辺の整備に対する市民の満足度」のところだが、柏崎駅周辺に関するアンケート調査の詳細を教えてください。
企画政策課長	令和2年度に実施したまちづくり市民アンケート調査の結果において、柏崎駅周辺の整備に関する項目は、満足が4.4%、どちらかという満足が24.7%であった。端数の関係もあるが、両方含めると29.2%である。
委 員	満足という言葉が曖昧である。何に対して満足なのか、それぞれの主観的な評価もあるため、より具体的な調査の方が良い。回答する市民も少しぼやけた回答になってしまうと思われるため、改善の余地があるのではないかと。
企画政策課長	別の分科会でも同様の意見があった。今の意見を参考に検討していきたい。
委 員	2ページの「地域の活性化を創出するシティセールスの強化」に関して、ふるさと納税の件数や金額が増加傾向にあるが、これらの件数や金額は全国的に見てどの水準にあるのか教えていただきたい。
元気発信課長	全国水準を示した資料はないが、県内では中間より少し低い状況である。寄付件数や金額は、全国的な知名度の高い有名ブランド等があるか否かで決まってくる。例えば、燕三条では金属製品などの工業品がかなり有名であるため、高額になっている。本市の主流はお米だが、ここ2、3年で寄付件数が増加した。当課が創設される以前は1億円に満たなかったが、返礼品の創設や更新などを行い、件数、金額を

伸ばしてきている。ブランドとして取り立てて有名な部分がない中で、かなり努力して引き上げたと思う。

委員 返礼品は、今後、更に重要になってくると思われるが、今後の取組の予定はどうか。また、事業者に対して商品開発を促していくのか。

元気発信課長 株式会社カシックスに中間事業者として委託し、そこで返礼品開発と新たな事業者発掘ということで、アプローチしていただいている。また、市長の記者会見でも発表したが、工業製品等で新たに創設しているところであり、少しずつ裾野を広げている。

委員 柏崎は工業のまちという部分はあると思うが、最終製品は製造していない部分で燕市とは違っている部分であり、工夫してほしい。

委員 3ページ目の「地域資源と特性を活用した柏崎ブランドの確立」だが、米山プリンセスは食味値、石貫機や有機肥料を使用しているなど、選定基準があると思うが、ただおいしいお米というだけでは売り上げにつながらない中で、ブランドの価値をどう捉えているか。

農政課係長 おいしいお米だけでは、消費者の皆様に伝えられないと考えている。客観的な指標が必要と考え、令和2年度は米山プリンセスの生産に携わっていただいた農家12名が、米山プリンセス JA 柏崎研究会という統一チームで「米・食味分析鑑定コンクール」に出展した。そのうち、1名が2次審査へ進んだが残念ながら賞はとれなかった。来年度は優勝を目指し、頑張ってもらっている。

委員 そのコンクールで優勝すれば、知名度が上がるなど価値が生まれると思うが、2位以下は評価してもらえないのではないかと。順位で争うのではなく、他の地域が同等のものをつくることできないようなもの、例えば、ストーリーやコンセプトが唯一無二であることがブランドであると思っている。

会長 米山プリンセスも神経締めも共通する部分で、良いものができるだけでなくブランド化というところで、もう一段階ステップアップできると良い。

委員 3ページ目の「交流・定住を促す戦略的なプロモーション」の部分、今後の展開において、広報活動とあるが、具体的にどのようなことを考えているのか。移住・定住は働く場所があつてこそだと思っており、自身としても会社を経営する中で、求人を出しているが、エージェント的には柏崎は営業に来て費用対効果が合わない地域で積極的に営業に来ないため、特にマッチングしづらい地域という話を聞く。そのような点をどのように移住・定住に結びつけていくのか。

元気発信課長 法的には行政が職業斡旋することができない。そのため、官民一体となって取り組んでいくことが望ましい。当課としても広報活動を行っていく上では、事業所のサイトをPRしていくしかない。職業斡旋ができない中で、ハローワークに頼らざるをえない。県が提携しているパソナ新潟は多少介入していただける。今後は、その部分を考えてとともに、地域おこし協力隊のミッション型のような取組を含めて検討したい。

委員 2ページ目の「地域の活性化を創出するシティセールスの強化」に関して、ふるさと納税寄付者の共感だけでは、その後の定住にはつながらないと考えている。その人たちに共感していただくだけではなく、アプローチをして体験していただくことやオンラインイベントを実施するなど、ファンクラブに入ってもらえるような取組が必要ではないか。

元気発信課長 シティセールス推進協議会では、オンラインイベントなど現在検討している。また、令和2年度に5周年を迎えたこと、ファンクラブ会員も1万人に達したことから、記念イベントなど、何ができるか推進協議会でも考えている。共感を得られるという部分については、なかなか伝えるにくいところではあるが、納税していただいた方

には、それが何の事業に活用されているかPRしていきたい。そこから移住には結びつけることは難しいが、PRすることで、納税した金額の使用用途が分かり、次の納税につながると思っている。今年度は、柏崎産の木材を使ったベンチを保育園に配布することが決まっている。

委員 移住・定住には人とのつながりが大事である。そこから、柏崎で頑張っている人たちとつながっていけるような仕組みを作ってほしい。

第1節 主要施策2 世界に開かれたまちづくりを進める

委員 普段全く関わりのないセルビア、モンテネグロと交流できるのは素晴らしい。一般市民との交流など楽しみにしている。

水球のまち推進室 長 この2国は大変水球が強く、世界に指導者を輩出しているのも、世界中にネットワークができています。新型コロナウイルス感染症の影響がなければ、セルビア、モンテネグロの事前キャンプにアメリカ及びオーストラリアが参加し、プレ大会を実施予定だった。また、このようなつながりを市民や児童・生徒に波及できるように、取り組んでいきたい。

委員 外国の方々とつながりが広がる中で、何か課題となっていることはあるか。

水球のまち推進室 長 新型コロナウイルス感染症である。8か国のプレ大会が実現できれば、本市で合宿したチームが表彰台に上がった場合、柏崎の名が世界に広がるはずであった。また、小・中学生の水球の合宿において、児童や生徒と様々な交流も展開できる予定であったが、コロナ禍により実現できなかった。

委員 外国人の定住には雇用が重要だと認識している。市では斡旋が難しいと発言されたが、そこは国際化協会が行うのか、また、受入れは充足しているのか。インバウンドは現在、難しいと思うが、来ていただいた方々に対する、おもてなしには言葉が必要になってくるが、そういう人材を増やしていく考えはあるか。

商業観光課長 外国人の就職に関しては、国際化協会には斡旋するような権限はないため、ハローワークへ紹介している。その前段の相談業務について、特に生活の悩みなどについては、国際化協会が対応している。一方、企業側の相談窓口は県で行っている外国人受入サポートセンターが対応している。言語に関しては、国際化協会の事業計画にあるとおり、言語文化サポーターの増加、あるいは、通訳できる方の増加を考えており、市でも支援できるところを行っていく。

委員 水球を切り口にすれば、柏崎の取組はオンリーワンであるため、アフターコロナの活動を楽しみにしている。

第2節 主要施策1 地(知)の拠点を活かした取組を進める

委員 6ページ施策の目標指標「2大学への進学者数に対する市内出身者の割合」に関して、市内出身者の割合が半減しているが、その理由は何か。

企画政策課長 要因は分析できていないが、市内出身者の割合が低くなる一方で、市外出身者の割合が増えていることは悪いことではないと思っている。この指標の在り方については、今後、検討が必要だと感じている。

委員 人口8万人規模の地域に2大学あることは珍しいと聞いている。地元の高校生の方々は、2大学への進学への想いや魅力を感じていないのかもしれない。また、目標値が30%であるため、それを高めるための取組があっても良い。2大学の地元就職率も微減しているというところで、企業の受入体制の充実やアプローチは当然していると思うが、力の入れ具合はいかがか。

商業観光課長 各大学の学生に市内企業の魅力を知ってもらうため、企業見学会、説明会を繰り返し行っている。新潟工科大学は、市内だけでなく、県内工業会からの期待もあるので、どうしても県内に分散している傾向である。新潟産業大学は、定員が減少して

いく中で、市としても何とかしたいという思いがあるが、見学会や説明会を繰り返し行っていくしかない。

総合企画部長 今ほどの委員の質問に対してだが、7ページに記載してあるとおり、全国的には少子化にも関わらず、令和3年度から三条市に工業系の大学が新設されたことにより、学生にとっては選択肢が広がっている状況にある。詳細な分析には至っていないが、そのことも市内出身者の進学割合が減っている1つの要因だと考えられる。その中で、本市に残っていただきたいということで、本市独自の補助事業である私立大学学生募集支援事業などを行いながら、市内大学の優位性を確保していきたい。

委員 この指標については、正確な情報に基づいて検討した方が良いと考えている。結論から言うと、後期基本計画では、この指標をなくすか、別の目線で指標を立てることが望ましいと感じている。それに当たって、新潟工科大学の数値を調べたため、参考としていただきたい。平成28年の入学者は127人のうち、柏崎出身は8人、その5年後の令和2年は入学者228人のうち、柏崎出身は22人である。この5年間で柏崎出身大学生は14人増えており、市外出身者は87人増加している。この数字だけ見ると、良い数値であるのに、この目標指標だととても悪い数値に見えてしまうため、この指標を見直したほうが良い。この見せ方によって、大学の魅力を下げてしまわないか危惧している。そこも含めて後期基本計画では見直してほしい。

委員 大学の魅力向上を市の事業として行うことは難しく、大学自体が努力しないといけないと思っている。また、主要な事務事業に記載している「大学との連携・共同事業」において、大学生が市内で高校生の目に触れるような機会が増えれば増えるほど、大学の魅力も高まるのではないかと。

企画政策課長 地域との連携はしているが、高校生との交流などの取組はあまり行っていないと思われるため、参考にしたい。

委員 新潟産業大学では、留学生が多くいること、柏崎は外国人割合が高く、特にアジア系が多い印象があるため、国際交流に活用できるといい。

委員 以前の資料にある大学生のワークショップの結果を、大学生本人の意見を大事にするならば、反映させることが必要だと考える。例えば、柏崎は娯楽施設がないということが結果として表れているが、この意見の方向に持っていくつもりはあるのか。

商業観光課長 娯楽施設や大規模な商業施設はないが、それを行政主導で動いて整備するわけにはいかない。民間が収益を考え判断すること。現状から言えば、となりの長岡であれば、そのような施設があり、近くであることから車でも電車でも時間を要さず行くことができる。一方、商業施設や娯楽施設があることだけで、まちの評価が決まるものではない。柏崎は、海や山など自然に恵まれ、楽しみ方はいくらでもある。こうしたことをPRしていく。娯楽施設の整備は難しい。市が整備していくことは現状考えていない。

総合企画部長 民間施設の採算性が合うかどうかが進出の決め手になるため、市が誘致することは厳しい。柏崎は住みやすさでは評価されている。近隣の地域に行けば、大型商業施設などがあり、PRしていくことが必要と考えている。

委員 様々な施設やショッピングモールがあることで楽しいとは思いますが、それがあから魅力があるか、と言われるとそうではない気がする。柏崎の土地柄や自然の景観を活かしながら、また、若年層にもアプローチして魅力を感じてもらうことが重要である。アフターコロナでライフスタイルも変化することが予想されるため、大型商業施設でない方向にベクトルが向く可能性もある。

委員 大学生が市内企業で働く機会が増えれば定住に結びつくと思っているが、市内企業からは大学生へ求人を伝えているのか。

商業観光課長 企業説明会を開催すると20~30社集まる。実際に結び付くのは半分以下で、学生から選ばれないということが現状である。

第3節 主要施策1 歴史・文化を保全・活用し、継承する

委員 9ページの「歴史・文化資産の保存と活用」において、今後の展開で学校と連携して教育現場での利用促進を図るとあるが、具体的に進んでいる話はあるか。

博物館長 WEBミュージアムは平成28年度から運用されているが、その当時はタブレット端末を各児童に配備することが市単独の予算では実現できず、WEBミュージアムの映像を大きく拡大して、教職員から授業に活用していただいていた。しかし、GIGAスクール構想により、児童にタブレット端末が配備され、令和2年度から教職員向けの研修を開始したところである。まずは、教職員が使用方法を熟知するというところから始めたため、このような記載をしている。

委員 WEBミュージアムが子どもたちの普段の生活でも目に触れるようにしてもらいたい。普通に生活していると、歴史・文化に触れることがないため、子どもが自分で自発的に閲覧できるような取組を行っていただきたい。

博物館長 使用方法が課題になってくると思うが、教職員よりも児童の方がタブレット操作知識が多く、教職員の中でも若い人が使いこなせており、実力差が出ている。教育・スポーツ部会においても、委員がおっしゃった取組を進めていくべきだと意見をいただいたため、コンテンツを増やして閲覧していただけるよう、アプローチを行っていききたい。

委員 9ページの「景観まちづくりの推進」で、建築業者には周知したとあるが、ハード面での意識の向上はできたと思うが、景観の中身や意味などのソフト面も大事である。見た目だけを整備しても、どうしても形骸化してしまう。実際にサービスやプロダクトにつながり、現代においても価値を見出すようなソフト面の整備も必要だと感じているが、そのあたりは今後どう考えているか。

都市計画課長 これまで、まち歩きやワークショップなどを実施し、まちの歴史を知るなどの取組は実施していた。しかし、景観自体が平成30年の事業峻別で廃止になっている。景観計画は存続しているため、届出制度などの推進は行っている。目標指標を見ていただいても、12件から動きはない。何もしないわけではないため、ワークショップなど職員ができる部分を検討していききたい。

委員 8ページの「伝統芸能の継承」であるが、風流踊りのユネスコ登録の見通しはどうか。

博物館長 今年の3月にユネスコ事務局に政府から提案されている。順調にいけば令和4年の秋頃に登録される予定である。

委員 自治体の経営視点でみると、費用対効果が少ないのではないかと。登録しても初年度は良くても、次年度以降に観光客が半減するなど、国内でも世界遺産は多々ある中でもそのような事態が発生しているところは少なくない。登録後の事業計画などがあると良いかがか。

博物館長 有形文化遺産については、普遍性など厳しい審査があると聞いている。一方、無形遺産は、国内の推薦が1番のハードルになる。ユネスコ事務局で審査されるという段階では、2年に1度の制約はあるが、恐らく登録されるものと思っている。1つの保存団体で頑張っていくのではなく、ユネスコは世界で応援するスキームである。また、全国約40団体による連合会ができ、横の連携を図りながら伝承に取り組んでいくというスキームになっているため、ユネスコは1つのきっかけになって

いるものと思っている。

第3節 主要施策2 市民の主体的な文化活動を支援する

- 委員 2ページの「中心市街地の活性化」で、旧庁舎跡地の利活用について、周りの商店街との連携はどのように考えているか。
- 都市計画課長 現在は連携の部分は見えてきていない。中央地区のコミセンの移転と屋根付きの多目的広場の2施設を軸として、民間が参入してくることを期待している。その中で、賑わいを創出させていきたい。
- 委員 今の商店街への波及は難しいところがあるが、ターゲットや方向性が決定した段階で共有し、単発というよりは商店街に寄与するよう、できる限りの配慮をいただきたい。また、投資回収を可能にする事業展開についての視点も十分検討してほしい。
- 商業観光課長 第2節の部分であるが、委員からの意見に対して、当課からの回答を補足させていただく。採用活動支援補助金ということで、企業の採用活動への支援を令和2年度から拡充している。これまでは、求人サイトに掲載する場合のみに、企業に対して補助金を交付するものであったが、今年度からは企業が自社独自の求人サイトの新設、あるいは、拡充するのであれば、上限30万円を交付するものである。経緯としては、学生が就職活動を行っていく中で、企業を見極める判断材料となるのが、自社の求人サイトであるためである。4月から多くの企業が自社サイトのリニューアルに取り組んでいる。企業の魅力を感じていただければと期待をしている。

6 その他

- 今後の開催日時 第5回 7月29日（金）18：30～
第6回 8月23日（月）13：00～