

## 【第4回】石狩市総合戦略推進懇話会開催結果報告書

平成27年11月24日

【日時】 平成27年10月27日（火）15:00～16:20

【場所】 石狩市役所3階 庁議室

【出席者】 15名（15名中）

役職	氏名	出欠	役職	氏名	出欠	役職	氏名	出欠
会長	角川 幸治	○	委員	酒井 志津子	○	委員	武部 正芳	○
副会長	竹口 尊	○	委員	坂下 和広	○	委員	徳光 康宏	○
委員	木村 秀裕	○	委員	佐藤 勝彦	○	委員	林 美香子	○
委員	河野 明美	○	委員	白井 かの子	○	委員	原 俊彦	○
委員	小林 卓也	○	委員	高梨 朝靖	○	委員	松崎 英樹	○

※正副会長を除き、あいうえお順

□オブザーバー 北海道石狩振興局地域政策部：田辺戦略策定支援担当部長、高田地域政策課主査

□事務局 石狩市企画経済部：加藤企画経済部長、佐々木企画課プロジェクト担当課長、青木企画担当主任

【傍聴者】 1名

【次第】 1. 開会

2. 総合戦略について

- ・パブリックコメント結果について
- ・総合戦略（案）の最終確認について

3. 閉会

### ==== 会議内容の記録 =====

以下、○は委員発言要旨、●は事務局発言要旨。

#### 1. 開会

#### 2. 総合戦略について

- パブリックコメント結果について事務局より説明
- 総合戦略（案）について事務局より説明

#### 意見交換

○札幌市が希望子供人数を独自調査した結果、約1.6しかなく1.8には届かなかった。今回、「若い世代の結婚・子育てについての意識調査」の中に、希望数についての設問があるが、石狩市でも札幌市と同じような結果が出ているのか。

●理想の子供数が2人以上という回答が97%であった。ここは明るい結果が出ている。今回の調査結果を、今後の施策の検討に活用していければと考えている。

○P4に「広報やHP等による情報発信に努めるとともに」という記載があり、これはSNSの活用を考えているのではないかと思うが、KPIには「サイトアクセス数」しか出てこない。今後のことを考えると新しいメディアの活用についてもどこかに記載があると良いと思う。

●FacebookやTwitterなど、様々な媒体を活用して情報発信に努めたい。

- P21 (3 段目) において、ソフトボールアスリート育成事業の KPI が「フォーラムへの参加者数 200 人」とあるが、フォーラム参加 200 人が育成といえるのか疑問である。もう少し高い数値目標があった方が良いのではないかと。
- この事業は先行型事業のため、KPI には今年度の目標値を記載している。8 月頃に既に実施され、小学生から大人まで約 240 人の参加者があったと聞いている。今後、次の目標を検討していかなければならないと考えている。
- P25 「(3) 時代・地域に即した交通体制の推進」については、地域の人々の関心が高い部分だと思うが、KPI が「バスの利用者の利便性を向上する取り組み件数 5 年間で 3 件」というのは、どういうことを想定しているのか。
- 記載の様に、市街地におけるバスロケーションシステムの導入を検討していきたいと考えているが、その他については具体的なイメージはまだ無い。5 年間で何かコーディネート出来たら良いということでも 3 件を目標としている。
- 公共交通の問題は 2 つ論点があると思う。1 つは通院などによる札幌などへの長距離移動、もう 1 つは日々の買い物など地域の中での移動である。高齢化が進む中で、これからは福祉運送などをテーマに考えるべきではないかと思う。システムそのものよりも、身近な地域力を活かした交通のあり方ということをも命題化するべきではないかと思う。
- 地方創生は一時盛り上がったが、その後は盛り下がっている。せっかく計画を作っても、住民に関心を持ってもらわないと無駄になってしまう。説明会を開くなど、関心をもってもらおう仕組みが必要ではないか。
- 計画をつくるだけではなく、実際にどんなことをやっているかが肝だと思っている。「空き家活用促進事業 (P25)」など、今年度の実績を参考に、SNS などを活用しながら良い広がりをつくっていければと考えている。
- 空き家対策に関しては、町内会役員もかなり関心がある課題である。安全安心なまちづくりの観点からも、空き家を活用したふれあいサロンの開設など、地域住民が空き家を利用できるような方法を検討してはどうかという意見もある。
- 空き家対策に関しては、銀行でもローンメニューなどを用意しているところが多い。北海道銀行では、解体費用のほか、老朽化して売れない物件をリフォームして賃貸する場合も対象としている。
- 空き家対策における助成金については、子育て支援とリンクさせ、子どもの数に応じて助成額を増やすというやり方もあるかもしれない。子どもの数で差をつけることは、平等性に問題もあるが、若い世代をどう呼び込むかは大きな課題である。
- ホームページでの情報収集は、ある程度の年代になると難しい。やはり地域の人に周知するには広報紙が重要であると思う。多くの人が見ているので、全面的にインパクトのあるものにするなど、そういうところに力を入れてほしい。
- 広報は紙面に限られているので悩ましいが、基本的に 1 年かけて色々な施策を市民に紹介しようという方向性で作成していると思う。
- 広報 11 月号には、この総合戦略策定のベースとなった第 5 期石狩市総合計画の特集を掲載する予定である。市民とともに進めていくまちづくりというコンセプトが伝わるよう、計画策定時に藤女子大学の学生だった審議会委員の方に出会っていただいた。今後も、地方創生に関連する事業の実施状況などについて、広報を利用した周知などを心がけていきたい。

- 広報も大事だが、ホームページも手を抜いてはいけない。市のホームページを見ると、見づらいと思うことがよくある。費用の問題もあるが、やっぱりプロの人がやらないと難しいと思う。
- 石狩創生のロゴマークを作るのはどうか。施策を発表するときや公表するときには必ずロゴマークを付けるなど、機会があるたびにロゴマークをつけるとブランドとして定着し、興味を持つようになるかもしれない。
- P23（1段目）に関連する「石狩さけまつり」の入場者数に関しては、今年は32,000人であり、去年の32,800人から若干減っている。これは、PR不足と取り組みが遅かったことが原因だと思っている。また、地域との連携が図れておらず、マンネリ化していると感じている。地元石狩のお祭りと思ってもらえるように、地域の人達ともう少し連携しながら取り組んでいかなければいけないと思う。
- 人口が減ってきているので、同じことをやっても参加者は減ってくる。毎年ターゲットを広げていくなど、新規開拓をしていかないと、せっかく努力しても来る人間がいなくなる可能性はある。
- 鮭の即売は、午前の部と午後の部に分けたほうが良いと思う。初日は1時間以内に売り切れていた。札幌からかなりの人が鮭を買いに来ているが、買えずに帰ってしまう。従来のやり方と変えていかないといけないと思う。
- P13（3段目）のKPIに「学校給食における、米及び主要な野菜の全使用量のうち石狩産食材の割合45%」とあるが、どうしてここに水産物が入ってこないのか。
  - 確認し、可能性があれば追加する。
- P13（4段目）にある「新規振興作物の開発」「加工品の開発支援」については、石狩の農水産物を味で勝負するレベルに持っていかないといけない。わざわざ食べに来たり取り寄せたりするものが石狩にはない。農業総合支援センターでは、新しいものを作って満足してしまっているところがある。新規作物を作るなら、売り方や加工法まで示さないと、農家が6次産業化をするのは難しいと思う。
- レストランや業者と組んでアドバイスを受け、農作物の開発をすると良いかもしれない。消費者のニーズをうまく農家につなぐ仕組みが必要ではないか。仮に良い物が出来たとしても、必要としている人がいないとその良さは伝わらない。必要としている人のリクエストに合わせて、オーダーメイドで作るといったやり方もあると思う。
- 石狩食材をメインにした食べる場所がない。そのため、美味しい野菜を作っても、それを一般に知らしめる場所がない。
- ブランド化という部分では、石狩のものを石狩の人たちに届けるだけでは駄目だと思う。いかにそこから広げられるかという視点を最初から持って取り組んでいかないといけない。あるホテルで、各部屋に1個15円程のドリップコーヒーを置いていたが、良いものを提供したいということで、それを1個100円程のオリジナルコーヒーに替えた事例がある。諦めずに良いものを作り、いかに高品質かということのをうまく外へ伝えていければ、逆に市外で食べたり飲んだりした人が石狩に来てくれるかもしれない。地域から少し外に向けた発信を、意識的にやっていくことがすごく大事だと思う。
- 研究者や生産者のほか、実際に石狩デリバリーを提供している徳光珈琲の様に、人脈も情報もある方たちが一緒に、石狩の農業をどういう風にブランド化していくか、きちんと考えた方が良いと思う。
- 常設のレストランを造るという発想もあるが、まず地元の人に食べてもらうためのイベントなど、地域の人にもレストランにも求められるような、消費者に向かった作物づくりという発想も必要ではないか。

- 以前は生産者が野菜を作り、漁師さんといずしや鮭と交換していた良い時代があった。  
海も山もある石狩だから出来ることで、そういう物語をきちんと見せて、「こうやってできたのがこのいずしです。」と言うと、消費者も興味を持つと思う。
- 物々交換は面白いかもしれない。農家だけではなく、市民も自分で売れるものを持ち寄るなど、フリーマーケットの原点のようなことをやるまちがあると面白いかもしれない。
- 売るのは難しくても、みんなが持ち寄って、食の文化祭のような形でイベントにすると、またそこから製品作りに繋がることもあると思う。そういう意味では、P13「(2) 石狩ブランドの推進」は固めの施策事業が多いので、例えばさけまつりの時などに、そのような住民が参加できるものが一つくらいあっても良いと思う。
- 道外で実施される北海道物産展では、札幌・小樽・函館などマンネリ化してきているので、今は、道外のバイヤーも石狩に目を向けている。ただ、観光協会でも地元のを全部把握できているわけではないので、美味しいものがあれば情報提供いただけるとバイヤーに伝えることができる。
- 浜益では、漁師も農家もそれぞれの家庭でいずしや漬物を作るので、色々な伝統の味があるが、今は高齢化で作らない人が増えてきている。伝統の食文化が無くなっていくのはもったいないので、継承していくことを公な形で出来ないかと思う。
- 食材の活用方法を考えるだけでなく、技術的なことを聞いて、調理方法と合わせて一つの名物としていく方法もあるのではないか。
- 「食の匠」などという名前をつけ、おばあちゃんに頑張ってもらうなど、実現可能な方法はたくさんあると思う。
- 八幡町高岡の方が、毎年手作り味噌を教えている。そういうやり方だと、市民の方々も参加しやすいのではないか。
- これは、P6「町内会館などを利用した各種講座等（町内会カレッジ）の開催支援」にも繋がっていくのではないか。
- 労働者の立場から見ると、KPI や数値目標は、適切な働き方のもとで実現していければ良いと思う。子どもをもっと欲しいと思っても、若者が働きやすい環境や子育てしやすい環境でなければ難しいと思う。
- 食に関する事業者が非常に少ないと思う。地元産の良いものがあるのであれば、それを加工品にできる人に起業してもらえるようにするべきである。そのためにも、まちづくりの機運を高めていく必要があると思う。金融機関としては、芽が出た段階で、創業支援という形で応援していくこともできる。
- 金融機関はマッチングにも力を入れている。色々な地域に各支店があり、様々な情報を持っているので、事業者等と情報を共有化し、役に立てればと思っている。
- 色々なことに手を広げて始めるのではなく、プロの視点で、出来ることを具体的にアドバイスしてもらえると、起爆剤となってそこから広がっていくと思う。
- 節税対策としてふるさと納税をする方はいるが、石狩の長芋やいずしなどは知らないと思う。ふるさと納税の返礼品として、鮭は当然だが、長芋や花など、石狩ならではのものを送ることにより、宣伝効果があると思う。
- P14 (1 段目) の農業への理解を深める体験型講座の記述について、もう少し具体的にイメージができ、市民も参加してみたいと思えるような書きぶりにしてはどうか。多くの市民が参加し、石狩の美味しいものを再発見できれば、そこから産業化など、次の展開へ繋がっていくのではないかと思う。

### 3. 閉会

平成 27 年 11 月 24 日 議事録確定

石狩市総合戦略推進懇話会 会長 角川 幸治