

松戸市まち・ひと・しごと創生懇談会（第4回）開催概要

日 時	平成29年2月21日（火）	10:00～12:00
場 所	松戸市役所 新館7階	大会議室
出席者 （敬称略）	影山貴大、角畑博文、高橋正剛、高山健太郎、平岩光現、 眞壁哲夫、吉原康夫	（欠席：秋田典子）
事務局	松戸市総合政策部まつど創生課	

次第1 「開会」

出席者からひとこと 事務局の紹介

次第2 「懇談テーマ」

松戸市総合戦略等の検証について

事務局より資料1、資料2について説明

（事務局）

- ・今日の懇談会のねらいは、KPIと呼ばれる重要業績評価指標を、行政だけでなく外部有識者の皆さまと見ていくことで、年に1回、総合戦略の検証をしようというものです。これは松戸市総合戦略にも明記していますし、国からも要請されています。一つひとつの指標に具体的に や×を付けていくというよりも、全般的な意見や指摘を皆さまからいただき、本日の懇談会の議事録的なものを庁内で共有し、今後の事業展開につなげていきたいと考えています。

（影山氏）

- ・全体をとおして、前回の懇談会から半年ということで、そう大きな数値の変化は無いかなと思う一方、人口に関してもしっかりデータを追っているのは大事なことだと思います。
- ・KPIを見ていくにあたって、数値が増えている背景も含め、何故増えているのかということが重要です。
- ・ハード面に関するKPIで、施設をいくつ整備した、というのがありますが、結局そ

のうえで、そこを利用する人の満足度はどうなのか、住民の声というのも重要な指標になります。事務局もご存知でしょうが、政策を見て転出入する人はそう多くないというデータがありました。その施設を求めて来るといよりも、松戸に入ってきてから、松戸にはこういう施設があるんだね、ということが、長く住み続ける愛着形成になっていくのではという気がします。シビックプライドとも言いますが、市民がいかにまちに愛着を持つのかというところに注目して、できあがった施設について今後は、満足度になるのか何になるのか、その人たちの声を聞きながら、そういったものを追っていくと、転出抑制にはなるのかなと思います。何をもって松戸に魅力を感じ、居続けてくれるのかなと。

- ・すべての事業に当てはまるわけではありませんが、事業を行うときにいかに住民を巻き込んでいけるかというのを、最近痛感しています。お達しされた事業だと、住民がどうしても受け身になってしまって、サービスを受けるのが当たり前、逆にサービスが行き届かなくなってしまうときに、その事業が無かったときよりも評価が下がってしまうこともあります。サービスの維持とかサービスを創っていくときにも住民の声をうまく取り入れて。昔から住民参加とは言うものの、どうしても意見聴取だけの流れになってしまっています。事業を立てていくなかでどのように参加ないし参画まで創っていくかというのも、愛着形成にとっては大事だと思います。民間の人にも事業を知っていただかないと。周りの人に聞くと、総合戦略をつくったことすら知りません。毎回インターネットで見えています、という人のほうが少ないとは思いますが、うまく伝えていける場があれば、より効果が出てくるのかなという気がします。これは事業全体に対してです。

(角畑氏)

- ・松戸市という地域柄からも、人口に関して社会増は当然かと思っています。自然増を追求して行って頂きたいです。出生率を上げるというのは市だけでは簡単ではありませんが、子育てしやすいまちとしてのランキングも高いところにありますし、三世代同居も推進しています。そういったものがおそらく出生率を上げていくことにも繋がると思います。日本全体を見れば、社会増がいくら増えても、その裏には社会減が起こっている地域があるわけで。松戸市の特徴として、自然増をするまち、いかに子育てしやすいくて、子どもを産みやすいまちであるか、ということを追って行けば、それがまた松戸の評価を高め、社会増にも繋がっていくことになると思います。ぜひ自然増に力を入れていただければと思います。
- ・KPI等で、施設の数、という話が先ほどもありましたが、やはり数よりも質だろうと思います。住民の方々の声はしっかり追っていただきたいと感じました。

（高山氏）

- ・ だいたい皆さんと同意見ですが、私が以前から一番申し上げてきたのは、三世代同居支援です。空き家の問題、高齢者が駅前のマンションに転居し、現役で働いていた頃は遠くてもお父さんが我慢すればいいんでしょという形で住んでいたような、駅から20分くらいの、ちょっと広めな土地に建てた一軒家が、いま空き家が多くなっていると。
- ・ これはどの市もそうですが、例えば船橋市がファミリー層を取り込んでいるのを見ていますと、空き家対策というよりも、どちらかというURが主導して高根公園の再開発をやって、大きなマンション群を例えば戸建に変えてしまったりとか、景観を変えずにきれいな街並みに造りかえたりとか、駅前にスーパーを呼んできたりとか、徳洲会の病院ができたとか、まち全体での住みやすいエリアを造りなおすようなことをやっています。今後は北習志野のURのところを建てなおそうというのが進んでいます。船橋市としても、今後はそこも力を入れていくのかなあと。船橋市はまだ三世代同居支援とか始めていませんが、松戸市は先駆けてやっています。常盤平団地は常盤平団地で独自の文化がありますので、建て替えてしまうというのは色々問題もあると思いますので、そこはそこで慎重に考えなくてはいけないと思いますが、私としては、そちらも取り組んでいただければいいのかなと思います。
- ・ 連合の立場でいいますと、今回ここにデータはありませんでしたが、就業者数が実際どうなっているのかが気になります。組合員でいうと、松戸はどんどん減っているのが現状です。工業地帯もだんだん物流センターに変わりつつあるということもありますので。そういったところもいずれかの段階でテコ入れが必要なのかなと。
- ・ スポーツをやっている割合、という指標がありましたが、スポーツで全国的に有名になると一気に知名度が上がるというのも日本の特徴だと思うんですね。専大松戸高が甲子園に出たときもかなり盛り上がったと思いますし、琴奨菊が優勝したときも。先週の日曜は牛久が盛り上がったと聞いております。出来れば、ということになります。そういったところも何かあればいいのかなと思います。

（平岩氏）

- ・ 事務局から色々説明があったなかで、目標を立てて、既に達成したものや、目標に向けて良い形で推移しているといったKPIがありました。それは凄くいいことなんです。それを使ってどのようにそもそもの都市ブランドづくりに繋げていくかがというのが重要で。例えば三世代同居の件もそうですし、第3子保育料の独自支援の件や待機児童のことなど、とても良いことをやっていて、効果は出ているんですけども。例えば、それを利用してもらう人が100人、目標として達成しましたと。それで終わってしまうのがちょっと勿体無いと思っています。近隣では流山市の合計特殊出生率が高い、という説明がありましたが、制度の恩恵を受けている人だけのイメージアップだけではなくて、母になるなら、というイメージづくりが、まちのブランドにも繋がっていて、上手な戦略だなと思っています。松戸市も、一つひとつ良いことをや

っておられて、いい条件のものがたくさんありますので、それをどういう風に見せて、松戸のブランド力のアップに繋げていくかが重要だと思います。一つひとつの指標を追っかけていくこと、それぞれを達成していくという部分と併せて、どういうイメージとして創り上げていって松戸市を外に発信していくか。住民のかたの満足度だったり評価だったり、そういったものは商業の活性化などにも繋がっていくと思います。

(眞壁氏)

- ・大学の授業でもまちづくりなどを担当しながら、日本全般、いろいろな所も見ておきますと、どこも住みやすいまち、とか、ブランド、とか、方向性は共通して持っています。共通しているということは、競争はとても激しいなと思うんです。そうしたなかで、松戸市の独自性を打ち出すことはどんどんやっていただいて。その上でさらに、松戸ブランド、という言葉が出ましたけれども、松戸のほかにはないんだ、というものを軸に据えて、そこから多くの人々が松戸に住む場合も含め、立ち寄る場合も含め、来てお金を落としてくれる。そうしたお金を落としてくれる人をターゲットにして、事業をする人が来る。このようなある意味で立体構造をつくるのが大事だと思います。
- ・私はいつも戸定邸戸定邸と声を大にして言っているわけですが、他にはない戸定邸という。前にも言いましたが、昭武さんとその兄の慶喜さん達が幕末の時点で行ったことが、ある意味では、日本がシリアのように内乱状態にならなかった大きな要因じゃないかなと思っているんです。それを前面に打ち出すかどうかはともかく、海外にまでアピールする要素も持っているなあと。そして、少しマンションの陰になりますが、富士山も見える素晴らしい場所であると。高台からずうっと見下ろすと江戸川が流れ、江戸川の向こうは江戸の地で、その先には富士山がという絶好の地と。その富士を見ながら慶喜と昭武が、狩りをしたりしながら、あそこの縁側でゆっくりとお茶でもと。そういう時間を共有できることは、内外にアピールできると思います。
- ・指標に関してですが、戸定邸の入館者数が増えたというのは良いことだと思いますが、この6万2千人という数字と、主要観光スポットの観光客数、これも増えたということですが、278万2千人と、数字にはずいぶんギャップがあって、これはどういうことなのでしょう。それから、滞在人口率という指標が、魅力ある観光拠点の整備、という施策の指標だということで、これは平成26年1.63倍だったのが、27年は1.55倍と減ってしまっていて。数字の取り方もあるのですが、それも含め、実態としてはどのようなことになっていると理解したらよいのでしょうか。
- ・全体を共通して、内外の人を惹き付けるには、どのような施策を打っていったらよいのかを、これからも考えてみたいと思います。

(事務局)

- ・主要観光スポットの観光客数が具体的に何処と何処の人数を足し上げているのか、滞在人口率は何の統計に基づき算出したものか等、後日あらためて皆さまに報告させていただきます。

(吉原氏)

- ・都市部なので人口の増減はこういうものかなと思いますが、商工会議所という立場から申し上げますと、経済関係の指標が低下しているのかなと。松戸市の商業の吸引力が年々下がっていてですね。いろんな意味で松戸の魅力を発信すること、これは当たり前で、どんどん魅力を出していくことは否定するものではありません。しかし商業、経済を活性化しないまちは、なかなか魅力は出てきません。ぜひとも中心市街地の活性化をなるべく急いでもらいたいなど。
- ・資料には、松戸駅周辺まちづくり基本構想が実現し、中心拠点が強化される、という施策の指標に、松戸駅の1日平均乗車客数、というのがあります。27年度が10万人ということですが、31年度の目標が、現状維持、とされています。現状維持で中心市街地の活性化ができるのかなというのがちょっと心配なところでして。
- ・吸引力を高めるためには、商業、中心市街地のブランド力をアップさせないと、昼間人口も減ってきたり。人口が増えてきても、まちとして活性化ができていかないと、なかなかトータルで魅力は出てこないかなと感じています。
- ・後ほど来年度の予算案の説明があるようですが、そうした中身も出てきているようですので、これに期待したいところです。今回はまだ始まったばかりですけども、まちの活性化に何か秘策があればなあという感想を持ちました。

(高橋氏)

- ・色々なご意見ありがとうございます。
- ・角畑様が指摘された自然増についてですが、人口ピラミッドをみると、若いほうの部分が細くなっていて、そこが細いということは当然そこから生まれてくる子どもの数も少ないということになります。そうした問題に、いま国を挙げて取り組んでいこうというなか、若い方々が結婚や出産の希望をなるべく叶えられるような環境づくりをしていくことがまずは行政の役割だろうと様々な施策を打っています。特に子育て支援というのは大きな柱の一つになっていて、投入している予算も非常に大きな額を占めております。その効果が数字に表れるかどうかというのは、実際にやってみないと分からない部分もありますが。ただ、そこに向けて何も手を打たなければ社人研推計のとおり人口になってしまいます。自然増が結果として社会増に繋がっていく、という先ほどのご意見はそのとおりだと思います。
- ・行政のやっていることがなかなか伝わっていないというご意見がありました。平岩様からも前回に引き続きご指摘がありましたが、PRの問題。市の一つひとつの施策をどのように発信して、イメージ、ブランドに繋げていくかという問題提起でした。これは特に総合政策部が担当の部分でもありますので一例を挙げますと、市が発信するニュースをメディアに取り上げていただかないことには、なかなか皆さまには届かないと。記者クラブを通しての情報発信が当然基本にはありますが、インターネットが普及しているなか、業界のなかには、1か所に発信すると、そこから拡散して、さらにいろいろなメディアに取り上げてもらえるような、そういう業務を請け負っている会社もあります。先日、テレビ朝日の朝の情報番組で天気予報の中継に戸定邸を使っ

てもらいました。朝の5時台から8時まで、ニュースの合間に4回、全国で戸定にしかない梅などが紹介されました。これも放っておいてこうなったのではなく、市のほうから、PRをつないでいくような、リレーションの業務を発注したりしながら実現したものです。そういうこともしています。

- ・なるべく広く、松戸の名前を知ってもらうことが、いま重要だと思っております。影山様からも指摘がありましたが、転居の際、一つひとつの施策はなかなか比べていただけていない、というアンケート結果があります。例えば上野東京ラインができて、品川など東京の西寄りの人に、松戸がどこにあるかを尋ねると、柏の向こうですか、とか、位置関係が分からない人がほとんどで。住居を構えようというときに選択肢の一つとして頭に浮かぶかどうかというの、結構重要だと思っています。その土俵に上がらないと検討の対象にもならない、と。PRもまずは、松戸、という文字を知ってもらうという意味合いのなかで、品川の駅や東京の駅で広告を打ってみたりということをやっています。
- ・また、各部署がそれぞれPRをやっていくなかで、例えば子ども部では、力を入れている子育て支援をPRするCMを映画館で流したりといったことをやっています。ただそれも、PRをする以前に、良い施策が松戸に無ければPRができませんので、各部署が努力をしています。先ほどご紹介もありました日経関係の子育てランキングでも2年連続で上位にランクされていると。見比べていただくと分かるんですが、2年連続でその位置にいるというのは、なかなか他の市ではありません。それだけ松戸市が資源を投入しているということが表れていると思います。
- ・戸定もかなり力を入れております。元の福島県人寮の土地を市が買い取って、そこを庭園として復元しようと今やっておりますし、地方創生の国の交付金を使って、戸定の名前も国際的に売り出していこうと、室内がバーチャルで見られるような仕組みをグーグルの機能を使って導入したり、案内板の多言語化などもやりました。
- ・市では、これまでの文化観光課に、国際、を付けまして、28年度から文化観光国際課という課にしました。外交団の視察ツアーに松戸に来ていただくと、そこで戸定は大変喜ばれます。甲冑愛好会、紙やダンボールで甲冑を作る活動をされている市民の皆さんの団体がありまして、その甲冑を着てもらうんですが、これが外国のかたに非常に評判が良いそうです。そういう流れの中で、ドミニカ共和国が、ぜひ松戸と関係をつくりたいと。その一環で、ドミニカ共和国で梨を栽培できないかということで、昨年、副市長を先頭に、議会関係者、梨の関係者がドミニカ共和国まで行き、オリンピックのキャンプ誘致も含め、国際的な交流をやってきました。今年の松戸市の七草マラソンにはルーマニアの大使がお越しくださり、市民と一緒に走りました。その後、大使を戸定にご案内して、甲冑も着ていただいたりと。このように今、文化や国際にも力を入れて、そういうところもなるべくメディアの方々にも発信していただけるように情報提供をしています。
- ・事務局からもありましたけれど、今日いただいたご意見は、庁内にフィードバックしながら次の施策につなげていければと思っております。

事務局より資料3について説明

(事務局)

- ・総合戦略の検証の場で新年度予算案の説明をする事務局のねらいは、策定した総合戦略が絵に描いた餅になっていませんよ、総合戦略に基づいて予算の重点配分をしていますよ、ということをおささと確認していこうというものです。人口の動向、指標の状況、予算化の状況を3点セットで見ていくことで、総合戦略の検証をやっていきたいと考えています。

(影山氏)

- ・予算の説明がありました。おそらく各課ごとの事業ということになるのですが、課をまたがってオーバーラップするものも多いのではないのでしょうか。子どもの貧困対策も創業支援もそうですが、うまく課ごとの連携、協働を考えた上で事業を組んでいって頂けると、現場としては助かる部分があります。この課がこの事業、この課はこの事業、とやるよりも費用対効果も上がるのでは、という事業が見受けられます。
- ・まちづくりのなかでも、整備事業が多いなという印象を受けましたが、先ほども申し上げたとおり、策定とか、どういうまちをつくっていくのか、という所に住民参加があることが大事だと思っています。住民側からすると、こういう風な整備をします、と決められたものが下りてくるイメージが大きいので、そこに、いかに地域に住む人の意見を投影できるか、それが愛着形成、定住促進につながるという気がすごくしています。もちろん他の要素もあるでしょうが、自分の住むまちにいかに愛着を持てるか、ということは、定住には重要な部分だと思います。気持ちの面というのは分かりづらく、測りづらいものですが、まちづくりにおいて、そこってもう絶対外せない部分なので。拠点整備とかそういう段階から、うまくそこに住む住民の意見を巻き込むような施策であってほしいです。
- ・松戸はソーシャルビジネスとかコミュニティビジネスを創業していくのに、ある意味適したまちだと思っています。都内などでは若い人がそういった事業を展開していきすけれど。コンテンツ産業もそうですね。ベッドタウンである松戸というのがそういう産業を伸ばしていくのに適したまちであり、クリエイターなどが、松戸で働いて都市部のほうにも行けると。そういう立地なんだろうと思います。松戸の資源、歴史性とかもありますし、梨とかネギとかもあります。松戸の立地性を活かしつつも、若い人たちが新たな仕事を創業していけるような、ソーシャルビジネス、コミュニティビジネスという観点でつなげていくのがいいのかなと思います。それは多分、介護系にもつながることです。女性の創業支援にもつながることだと思うので。そうした観点でまちの魅力を発信していく、ないしは、まちの課題をビジネスの手法で解決していくという方向性をもう少し強く出していてもいいのでは。松戸はそういうことに適したまちだと前から思ってますが、なかなかそうした視点での創業というのは少ないと思うので。まちの課題解決と新しいビジネスの創出、両方を担っていけるのではないのでしょうか。

(角畑氏)

- ・網羅的に総合戦略に沿って予算付けされているなど感じました。当初はそれで良いのですが、進めていくなかで課題をしっかりと見つけて、予算付けの軽重をつけ、課題があるところには重点的に配分することも必要だと思います。
- ・こういう予算付けをしていることを市民によく理解していただいて、影山さんからもありましたが、住民参加型の施策をすすめて頂ければいいと思います。

(高山氏)

- ・全般的に網羅され、よく出来ている予算だと思います。特に、コミュニティバスの実証実験の話がありましたが、この近隣では無いですね、トライされる市町村は。野田くらいですか。免許の返納とか高齢者の交通事故の話題が最近多くなっていますし、今後も増えていくでしょう。こういう取り組みが進めば、いろいろ良くなるなあと思います。松戸市内で車を使って働いている労働者もたくさんいますので、交通安全というのは重要なテーマです。

(平岩氏)

- ・先ほどもありましたが、PRの部分、ニュースリリースだとか、頻繁に市役所からご連絡をいただいています。新年度も引き続き取り組んでいただきたいと思います。
- ・松戸市単体でやることもありますが、例えば23区から子育て世帯を引っばって来ようと思ったとき、松戸市単独でやるよりも、柏・流山と一緒に、東葛エリアというブランドで、こういうことに取り組みますよ、というPRを大きくやってですね、23区からそういう人たちをもっと引っぱりやすいイメージをつくっていくとかいうことも考えてもいいのかなと思っています。それぞれの自治体がそれぞれに、あれをやってます、これもやってます、と言うよりも、そういうアプローチの仕方もあるのかなと。そういうものを色々な人に見ていただくことで、ブランド力も上がっていくと思いますし。例えば、こういう子育てとか、まちづくりの施策がありますよ、というのを松戸と流山と柏の対決、みたいな番組を制作して、それぞれの自治体でこんなことをやってますよ、というのを興味を持ってもらうような形でですね。東葛エリアとしてのブランドもそうですし、流山のブランドを松戸が利用するくらいでもいいと思うんですよ。母になるなら、ということで、流山のブランドはある程度先行して確立していますけれども、松戸の待機児童対策は実はこんなにすごいんですよ、とか、流山よりも進んで、松戸はこういうことをやっているんですよ、ということがあると思うんですね。市の内外のかたが興味を持ってもらえるような形の見せ方をして、東葛エリア全体として、またその中でも競争をして、松戸の良さをPRしていくという見せ方も、ひとつ考えてもいいのかなと思います。

(眞壁氏)

- ・色々な部分に気を使って予算を組んでいただいているなと思いました。一つひとつのそういうものをまとめて、もっと有機的に、迫力あるものにしていく、次元を高める、そういう仕掛けをどういう風にしたらいいのかなあとちょっと思いながら皆さんのお話を伺っていました。
- ・天気予報に戸定邸が出たのいうのも一つのコンテンツですが、もっと魅力的な一つのストーリーとなつてのコンテンツみたいなもの、そしてそうしたものを創ろうという芸術家たちが松戸に来たりして、そういう人たちの意欲をかきたてるような仕掛けというか。アイスクリームのレシピが見つかったという話題が以前ありましたが、そうすると昭武さんの頃の他のレシピもあるんじゃないかとか、それを現代風にアレンジしてみるとか、食事だけでなく生活全般を再現してみたらどうかとか、着ていた服とか、使っていた道具とかも復活させるとか。そして、ただ復活させるのではなくて、そういうものを素材にしたコンテンツが創られて、作品として紹介されるとか。そこで紹介された品物を販売する店が戸定邸に行く道の両側に次々とできるとか、そんなところからまちづくりが新たに組み替えられていくとか。総合的にやったらもの凄いことになるんじゃないかと思いながら、どこをどう突けばよいか分からないんですけどね。

(吉原氏)

- ・子育て、高齢者の分野については、色々なプラスの施策を行っているようで、良いと思います。
- ・まちの賑わい、経済活性化の分野では、調査が始まりますよ、というのを含め、新規事業が非常に多くて、大変ありがたいと思います。
- ・こうしたものすべてが、松戸のまちの魅力あるブランドになっていけば、地方創生に向かってうまくいくのかなと思っています。

(高橋氏)

- ・長時間にわたりありがとうございました。
- ・皆さまから頂いたご意見は私どものほうで各部署に伝えながら、結果に結び付けるにはどうしたら良いかということを常に頭に置きながらやっていきたいと思っています。今後ともよろしく願いいたします。

次第3 「事務局からの報告」

(事務局)

- ・次年度の懇談会ですが、2回開催する予定です。おそらく夏場に1回、今くらいの時期に1回と考えています。夏の懇談会は国の地方創生交付金を使っている事業、いま3つありますが、その効果検証を皆さまにさせていただく予定です。もう1回は、新年度予算発表後のこのくらいのタイミングで1回、開催したいと思っています。
- ・この懇談会は条例化した附属機関ではありませんので、委嘱期間という考え方ありません。皆さまには、新年度になりましたら、出席のご意向から再度確認させていただく予定ですが、ぜひまた来年度もこの場で皆さまにお集まり頂きたいと思います。よろしく願いいたします。

次第4 「閉会」

以 上