

平成30年度第4回鴻巣市まちづくり市民会議 次第

日 時 平成30年8月29日(水)
午前 9時30分～
場 所 鴻巣市役所 本庁舎3階
302・303会議室

1 開会

2 会長あいさつ

3 前回の議事及び本日の進行について

4 次回審議日程の変更について

5 議事

(1) 対象施策及び重点基本事業の、課題や問題を解決するために提案する取組の検証

(Aグループ 3-1 : 学校教育の充実
Bグループ 5-3 : 観光の振興)

(2) グループ審議の報告と、提言内容のまとめ

6 その他

・ 次回の審議会の予定等について

7 閉会

成果向上に向けた取組提案シート【施策 3-1】

政 策	3 教育・文化に関する政策
策 画	1 学校教育の充実
☆施策の目指す姿	⇒ 豊かな心と創造性を持ち、はつらつとした学校生活を送っています。
重点基本事業	6 学校・家庭・地域の連携と教育力の向上
☆基本事業の目指す姿	⇒ 学校、家庭、地域が相互に協力・成長して、児童生徒を育む環境を構築しています。
☆重点基本事業に選定された理由	⇒ ① 第6次総合振興計画策定時における、新規顕在化事業として、対策方向性が打ち出されたこと。 ② 子育て環境の充実化による、自然人口増加に寄与する基本事業であること。 ③ 学校・家庭・地域の相互連携による、個人意識啓発から更に踏み込んだ基本事業であること。

◆ 成果指標の動向と評価

No	指標名	単位	目標方向性	H27	H28	H29	目標値(H33)
施策指標①	学校での生活に満足していると回答している児童生徒の割合	%	➡	90.8%	90.1%	92.7%	93.5%
	指標・目標値設定根拠	児童生徒が学校生活に充実感を感じているかを測る尺度として設定しており、過年度の平均増加率(+0.55%)を考慮しつつ、H33は93.5%を目標値として設定した。(埼玉県学力・学習状況調査の児童生徒質問紙調査による)					
重点基本事業①指標①	学校・家庭・地域が連携していると思う保護者の割合	%	➡	92.4%	92.1%	92.3%	92.4%
	指標・目標値設定根拠	重点基本事業の目指す姿である「学校・家庭・地域の連携と教育力の向上」を測る尺度として設定しており、H27の高い数値を維持することを根拠として、H33は92.4%を目標値として設定した。(PTA役員によるアンケート調査による)					
重点基本事業①指標②	学校応援団を含めた学校ボランティア数の児童生徒に対する割合	%	➡	38.6%	38.3%	41.6%	46.0%
	指標・目標値設定根拠	重点基本事業の目指す姿である「学校・家庭・地域の連携と教育力の向上」を測る尺度として設定しており、H24～26で最も高かった46%を目指すことを根拠として、H33は46.1%を目標値として設定した。(学校応援団の推進に係る調査による)					
重点基本事業①指標③	研修や研究会での成果を教育活動に積極的に反映させていると回答した学校の割合	%	➡	48.2%	63.0%	63.0%	85.2%
	指標・目標値設定根拠	重点基本事業の目指す姿である「学校・家庭・地域の連携と教育力の向上」を測る尺度として設定しており、H27では「よく行った」と回答していた学校が13校であったが、H33は23校を目指すことを根拠として、85.2%を目標値として設定した。(埼玉県学力・学習状況調査の学校質問紙調査による)					
指標値の向上に特に貢献する事務事業	事務事業名			事務事業の成果動向			
	地域人材活用事業			成果があがっている			
地域に居住している専門知識等を有している経験豊かな人や教職を目指す大学生を計画的・意図的に活用することにより、地域に開かれた特色ある学校づくりの一層の推進を図る事業 【H29実績】 ○グスタブリーダー・・・522名(小学校435名・中学校87名) ○学校応援団・・・小・中全27校で組織(小学校2631人・中学校1020人) ○大学生学習ボランティア・・・15名(小学校13名・中学校2名) ○中学校部活動外部指導者・・・中学校8校(運動部48部・48人・1440回) ○学力向上支援員・・・9名(小学校19校で活用) ○理科支援員・・・5名(小学校8校へ配置) ○バランピックキャラバン・・・中学校全8校で実施							

指標値の向上に特に貢献する事務事業	事務事業名	事務事業の成果動向
	特色ある学校づくり事業	成果があがっている
指標値の向上に特に貢献する事務事業	事務事業名	事務事業の成果動向
	体験的な活動や地域の方々の教育力を生かした特色ある教育活動を行うことにより、保護者や地域の方々から信頼される学校づくりの一層の推進を図る事業 【H29実績】 ○生活科や理科、総合的な学習の時間での福祉体験や農業体験(高齢者との交流、米づくり体験、野菜栽培等) ○保護者や地域ボランティアの方々を招いての自然体験活動(菊栽培、花育活動、ホテル飼育等) ○地域伝統行事・祭り等への参加(ささら獅子舞、お囃子、和太鼓、鼓笛隊等) ○保護者や地域の方々为主体となった活動(人形づくり、餅つき、昔遊び、手打ちうどんづくり、おやじクラブ等)	

担当課の評価	<目指す姿の実現に欠かせない考え> 豊かな心と創造性を持ち、はつらつとした学校生活を送ることができる児童生徒を育成するためには、学校・家庭・地域・関係機関等が連携を深めながら、地域に根ざした特色ある教育活動を推進していくことが重要である。
	<目指す姿の実現に向け、課題と考えている事項> ①教職員の指導力・授業力の向上 ②幼・保・小・中の校種間によるさらなる連携 ③家庭・地域の教育力の向上及び地域人材の発掘・活用

◆まちづくり市民会議における審議事項 【施策 3-1】学校教育の充実

審議①
 当該基本事業についての課題や問題
 (市の課題認識についての見解・問題点)
 (委員の皆さんが不安や不満に感じている点 等)

検討課題 (問題)提起	現状と問題点
虐待問題の解決	① 子育ての成功事例を知る機会が少ない。 ② 虐待問題については、虐待の事実より成功をイメージできる教育をなすべきである。 ③ 虐待をする親を生み出さないために、親になる前に命の大切さを伝えることが必要である。
研究事業の効果的な活用	① 「研修や研究会での成果を教育活動に積極的に反映させていると回答した学校の割合」が48.2%→63.0%へ大きく向上しているのは、県の委嘱を受け研究事業を行った成果と考えられるが、この数字を維持・向上させるためには更なる研修制度を設けるべきである。 ② 教員の意欲が授業力の向上にもつながる。
鴻巣の文化を子どもたちに伝える	① 地区により子どもが鴻巣の文化に触れる機会が限られている。 ② 親が地域と関わりを持つことで、子は鴻巣の文化を学ぶ機会を得る。地域と連携して文化を子どもたちに伝承し、将来的には地域の外へ「まち自慢」できる子を育てる。 ③ 「自分たちが文化を作っている」意識を持たせる教育方法を検討するべきである。
子どもの創造力を伸ばす	① 勉強以外で「心を育てる」授業を組む余裕を教員が持つことは困難である。 ② 授業に地域の方の知恵を取り入れ、教員も同時に学べる仕組みがあると良い。
子どもとの関わり方の見直し	① 昔と比べ、子ども同士の縦のつながりが希薄化している。上級生と下級生が関わりを持つことで、子ども同士で解決できていた問題が今では親や教員が介入することが多い。 ② 大人が思う以上に子どもは強く、自分の意思を持っていることを認識し、力を発揮できるよう育てていくことが重要である。

審議②
 課題や問題を解決するために提案する取組
 (行政の対応が求められる点 等)

○1回目に出た項目を暫定的に記載しました。
 2回目の精査時のご参考になさってください。

解決するための取組方策	
改善項目	説明
子育ての成功事例を共有する	○ 義務教育において命について考える授業を取り入れる ○ 学力以外の情報(個性や過去のいじめ問題等)を小学校から中学校へ連携する。
学校教職員の研修制度の充実	○ 研修で得た知識、経験を次のステップへ活かす仕組みをつくる。
親子で文化を体験する	○ 鴻巣に現状ある資源を活用し、親子で体験できるイベントを企画する。 (例)コウノトリ、人形、自然 等 ○ 文化に触れるきっかけを、わかりやすく提供する。 (例)鴻巣版キッズニア(農業体験、文化体験、スポーツ体験等を一カ所で行う) ○ 働き方改革による余剰時間を、親が子どもと文化に触れる時間に充てる。
地域と連携した講座の開催	○ 夏休みに教室を活用したサマースクールを実施し、勉強だけでなく、地域の力を借り魅力ある授業に取り組む。
親の教育をサポートする	○ 子どもの意思を反映できる場所・聞ける場所を作る。 ○ 教育を学校任せにせず、親が地域やPTA活動等に積極的に参加する。

◆施策全般に関する意見等

中学校の部活動において、強い指導力のある先生に生徒が偏り、地域差が生まれている。外部指導者の協力・連携を強化し、他校で練習できる仕組み等の対策が必要ではないか。

成果向上に向けた取組提案シート【施策5-3】

政策	5 産業に関する政策
施策	3 観光の振興
☆施策の目指す姿 ⇒ 観光客数が増加することによって、市の認知度が高まり地域経済が活性化しています。	
重点基本事業	1 情報発信、魅力PRの強化
☆基本事業の目指す姿 ⇒ 鴻巣市の観光情報が分かりやすく整理され、多くの方が見えています。各種媒体を活用して、鴻巣市がPRされています。	
☆重点基本事業に選定された理由 ⇒① 交流人口増加による、市の認知向上・将来への人口定着への土台として、直接的効果の高い基本事業であること。 ② 地域主体、複数分野との連携など、個人意識啓発から更に踏み込んだ基本事業であること。 ③ 昼夜間人口比率が県内平均より低いなど、賑わい・交流の視点で「市の弱み」として捉えられた分野を含む基本事業であること。	

◆ 成果指標の動向と評価

No	指標名	単位	目標方向性	H27	H28	H29	目標値(H33)
施策指標1)	観光客入れ込み客数	人	▲	1,557,620人	1,598,672人	1,402,186人	1,890,000人
	指標・目標値設定根拠	市内の観光としての集客力を測る尺度として設定しており、過年度の平均増加率(+3%)を考慮し、189万人を目標値として設定しています。					
重点基本事業1指標①	市、観光協会のHPのイベント情報へのアクセス件数	件	▲	170,480件	366,351件	435,839件	250,000件
	指標・目標値設定根拠	重点基本事業の目指す姿である「観光情報が分かりやすく整理され、多くの方が見えています」を測る尺度として設定しており、PCやスマートフォンからのアクセス件数を根拠として、25万件を目標値として設定しています。					
重点基本事業1指標②	マスコミへの露出件数 新聞(朝日、毎日、読売、埼玉) テレビ、ラジオ	件	▲	-	26件	28件	20件
	指標・目標値設定根拠	重点基本事業の目指す姿である「各媒体を活用して、鴻巣市がPRされています」を測る尺度として設定しており、露出件数の実績を根拠として、20件を目標値として設定しています。					

	事務事業名	事務事業の成果動向
指標値の向上に特に貢献する事務事業	ひな人形の街鴻巣PR促進事業	成果があがっている
	■ひな人形の街鴻巣をアピールし、地場産業及び商店街の活性化を図る。 ・予算額 1,152,000円(H30一般会計)観光協会への補助金 主催 (一財)鴻巣市観光協会 主管:鴻巣びっくりひな祭り実行委員会 【H30実績】 期間 2月16日(金)～3月11日(日) 24日間 会場 エルミこうのすショッピングモール(サテライト会場)ひなの里、花久の里、パンジーハウス、コスモスアリーナふきあげ、吹上生涯学習センター 事業費 6,377,275円(H30支出額) 来場者数 444,084人(最終日午後3時半まで)昨年448,591人	

	事務事業名	事務事業の成果動向
指標値の向上に特に貢献する事務事業	こうのす花まつり開催事業	どちらかといえば成果があがっている
	■「花のまち こうのす」を全国にアピールすることにより、鴻巣市を訪れる観光客が増える。 ・予算額 12,915,000円(H30一般会計)花まつり実行委員会への補助金 主催 こうのす花まつり実行委員会(事務局は観光戦略課) 【H30実績】 期間 5月12日(土)～5月27日(日) 16日間 会場 ポピーまつり(馬室会場)、麦なでしこ・ポピーまつり(吹上会場)、花久の里バラまつり、鴻巣オープンガーデン、花生産農家施設見学会、花市場見学会 事業費 15,600,000円(H30予算額) 来場者数 244,100人(昨年230,000人)	

	事務事業名	事務事業の成果動向
指標値の向上に特に貢献する事務事業	コスモスフェスティバル開催事業	どちらかといえば成果があがっている
	■コスモスフェスティバルの知名度が上がり、市内外から多くの観光客が訪れる。 イベントの開催により地元商店業者の活性化につながる。 ・予算額 1,350,000円(H30一般会計)実行委員会への補助金(事務局は商工会) 主催 コスモスフェスティバル実行委員会 【H30予定】 期間 10月27日(土)・28日(日) 2日間 会場 コスモスアリーナふきあげ 事業費 1,377,444円(H29決算額) 来場者数 1,000人(昨年80,000人)	

担当課の評価	<目指す姿の実現に欠かせない考え> マスコミへの露出を増やすため、メディア関係者との信頼関係の構築やメディアに取り上げてもらいやすい魅力の伝え方。 ホームページの見易さ、インスタグラムの見映え。
	<目指す姿の実現に向け、課題と考えている事項> ①馬室会場のポピー農家の高齢化及び駐車場不足対策 ②川幅うどんのさらなるPRと川幅うどんに続く食べたくなるようなグルメ、お土産になるグルメの開発及びグルメのPRをすることで商店が活性化することが必要

◆まちづくり市民会議における審議事項 【施策5-3】観光の振興

審議①
 当該基本事業についての課題や問題
 (市の課題認識についての見解・問題点)
 (委員の皆さんが不安や不満に感じている点 等)

検討課題 (問題)提起	現状と問題点
データ把握の不足 現状分析の不足	○本施策の目指す姿は、計画に示されるとおり、観光客等の増加により「地域経済が活性化」することが目的であるはずだが、それを測る目標が設定されていない。 ○入れ込み客数を「市内外まとめて」「イベント中心」で、集計することは問題といえる。対策が測れないのではないかな？
観光戦略計画の位置づけ、進捗管理	○戦略計画に明記される「観光戦略会議」が行われていないようだが、進捗管理に問題があるのでは。 ○戦略計画に示す「住民参加」の枠組が見えない。 ○戦略計画は既存資源の整理が中心となっており、新しい観光資源の掘り起こしも必要ではないかな。
イベント偏重型観光からの脱却	○「観光」という言葉が、「イベント」を想起させるとともに、市の取組も「イベント偏重」に陥っているのでは。祭り・花火は一過性であり、ここにいつまでも力を入れていくだけでは、自治体間競争に勝ち抜けない。 ○天候や社会要因に左右されやすい「イベント主体」の取組の先に続く、日常的な交流人口の獲得への取組が薄い。 ⇒免許センター来訪客は、既存の交流人口数として非常に大きいのに、活用策がはかられていない。 またソフト全国大会、文化センター、看護協会の研修、こうのすシネマなど、目的に応じ鴻巣市に来訪する人も数多くいるが、その人達がちょっとでも鴻巣市を知る・他に立ち寄りきっかけを与えていないのではないかな。 ⇒人口減少社会の中で、しっかりしたターゲット層の設定と、外国人も含め新規ターゲット層の掘り起こしも行わないと、自治体間競争に勝ち抜けない。
	【中山道関係】 ⇒中山道は一つの売りであると考えるが、宿場会議・鷹狩り行列も一過性で終わってしまった。 ⇒歴史の道景観モデル地区に指定されたが、次のステップが見えない。
	【花関係】 ⇒花で街を売るなら一過性のイベントだけでは、意味がない。 ⇒花の鑑賞は自己満足に近い面もあり、花だけでは売りになりにくい。 ⇒市民や民間との協力体制による、ステップアップ策を考えていかなければならないのでは。

審議②
 課題や問題を解決するために提案する取組
 (行政の対応が求められる点 等)

○1回目に出た項目を暫定的に記載しました。
 2回目の精査時のご参考にしてください。

解決するための取組方策	
改善項目	説明
・経済活性化の尺度の設定による分析力強化	観光庁が提供する「観光客入込客数統計基準」や「経済波及効果簡易測定」等を利用した、分析力の強化。
①戦略会議実施による取組力の強化 ②近年のムーブメントの的確な把握と仕掛け ③既存資源の見直し	①戦略会議も、地元主体で行うと自己満足に陥りがちであり、外部の声を多数拾える会議になるよう構成すべきである。 ②説明にあった「コスプレ」等も含め、効果があるなら積極的に計画に盛り込み、チャレンジするべきである。 ③豊かな自然環境がある中で、「クライングガーデン」のような施設整備による、交流人口の獲得取組も、効果的といえる。
①施策名の変更 ②外部の声を活かした認知向上事業の実施 ③免許センター客へのアプローチ ④目的来訪者へのアプローチ	①観光というより、プロモーション(どう見せる)が重要なのではないかな ②内部で発想が生まれなければ、外部の声を求めるべきでは。 新宿区の子大生によるワークショップ、板橋区の板橋マニアなどは参考となる。推進に必要な人材は「若者」「バカ者」「よそ者」と良く言われるので、この辺りは考慮すべき。 ③一番知名度のある「免許センター」を逆に使い、PRしてもいいのではないかな。 (例:「免許の街⇒免許繋がり」の仕掛けを沢山増やす) 免許センター通りにおしゃれなカフェなどを整備するなど、取り込む工夫をセットで検討すべき。極端に言えば「バス路線」を廃止し、アーケード等も整備し、歩かせて立ち寄りさせるなどを目標にしてもいいのでは。 (例:サッカー J2長崎のスタジアムへの通りの取組)
・ささら舞や宿場町、人形絵付けなどの体験ツーリズムの実施	○観光資源では大きく「人文的資源」「自然的資源」「生活文化的資源」の3つが資源要素となる中で、最近「生活文化(体験・体感的要素)」でのニーズが高く、満足度も高い傾向となっている。 「生活文化面」での掘り起こしも進めるべき。
・年間を通じて花を楽しめる空間づくり ⇒花を活かした拠点づくり(おしゃれ・インスタ映え) ⇒街全体での花環境づくり	・富良野市のラベンダーから広がった展開は、観光地化の成功事例でもあり、一年中楽しめる仕掛けづくりが、今後は必要。 ・フラワーセンター等に、一年中花で彩られたおしゃれなレストランを作るなど、PR拠点が重要である。 また近年のInstagramのブームなどは、積極的に活用するべきであり、来訪者が撮りたいと思う場所を作ることが、まず一歩と考える。近年の鴻神社の盛り上がりはいい例ではないかな。 ・オープンガーデンとは言わないまでも、外から見て「花の街だな」と感じられるような環境づくりが必要である。

検討課題 (問題)提起	現状と問題点
来街者の受入れ体制の不足	○観光来訪者の窓口拠点たる「ひなの里」は駅から遠く、また駐車場もわからない場所にある。 ○民間へのプロモーション展開が弱い。
宣伝方法の拡充	○市民自体(特に壮年層)が、地域資源・イベントを知らない人も多い。貴重な発信者である市民へのアプローチが弱い。 一人一人が観光大使になってもらう位の積極的な取組が欲しい。 ○プレスリリースの効果はやはり絶大である。指標は件数で設定されているが、費用対効果で測るべき。 ○観光大使が、有効的に活用されているとは言い難い。
広域連携の拡充	○鴻巣市だけの取組でも限界があることが、広域連携で相乗効果を生み出せる可能性がある。 ○近年の川幅日本一の取組を吉見町と進めたような展開が、あまり見受けられない。
インバウンドへの取組不足	○オリンピック、ラグビーW杯も控え、インバウンドの増加が見込まれるにも関わらず、取り込み策が見えてこない。 ○観光協会のHPが多言語化に対応していない。

解決するための取組方策	
改善項目	説明
①エルミなど駅前への観光ブースの設置 ②フィルムコミッションの充実	①駅前の目につく場所に、観光拠点は必要である。 ②説明にもあった今後の充実化させる事業の一つとして、有効的であり、積極的な受け入れ体制の拡充を図るべきである。
①駅等、目につきやすい場所を効果的に活用したPR。 ②市民認知・発信力強化に向けた取組 ③プレスリリースの価値換算による評価項目の設定。 ④観光大使を活用したPR	①市民が魅力発信しやすいように、目につく箇所への積極的・インパクトのあるPRが出来るとよい。 ②フォトコンテストの実施など、SNSなどによる、通年の発信・拡散可能なイベントを実施すべき。
①広域観光バスツアーなどの実施 ②中山道ツアーの充実	・忍城～石田堤での行田市とのコラボ、中山道宿場街道のツアーなど (今年の皆野町とのコラボはいい取組)
・外国人スタッフ雇用による、発信・もてなし力強化 ・観光協会HPの多言語化	・広島のとある島では、外国人スタッフを雇用し、情報発信力の効果・受け入れ強化に努めた結果、効果が出ていると聞く。観光協会でも、例えば中国人スタッフを雇用し、中国人に特化した取組などを検討するべきでは。

◆施策全般に関する意見等

・根幹は「もう一度来たいと思わせる仕掛けづくり」であり、それはイベント観光では成立しないものであり、そのための取組を充実化すべきである。

・本施策のみならず、総合振興計画全体として定住人口を中心に整理するだけでなく、中間流入人口・昼夜間人口・一時滞留人口といった交流人口構成もしっかりと分析・整理したうえで、施策構成・目標設定・推進内容を検討するべきである。

○1回目に出た項目を暫定的に記載しました。
2回目の精査時のご参考にしてください。