

第 6 次鳥取市行財政改革大綱  
実施計画外部評価結果報告書  
(案)

令和 2 年 3 月 16 日

鳥取市行財政改革推進市民委員会

## 《 目 次 》

委員名簿 .....	P1
1. 委員会の目的 .....	P2
2. 委員会の開催経過 .....	P2
3. 外部評価の内容 .....	P3
4. 評価の結果 .....	P4
(1) 第6次鳥取市行財政改革大綱実施計画の担当課評価への外部評価 ...	P4
(2) 個別の実施計画に対する評価および改善案の提言	P4
シティセールス戦略プラン(SQのあるまち)に基づく取り組み推進	P5
地域推進型移住定住の促進	P6
砂像のまちとつとりの推進	P7
プレミアム付きふるさとプレゼントの推進 ほか	P8
放課後児童クラブの運営のあり方の見直し	P9
すごい！鳥取市婚活サポートセンターの運営	P10
鳥取砂丘・いなば温泉郷を核とした観光ブランドの確立	P11
利便性が高く効率的な生活交通網の構築	P12
資料：二次評価票 .....	巻末添付

## 第9期鳥取市行財政改革推進民委員会名簿

氏名	所属	役割	備考
やました やすし 山下 恭史	親和商事株式会社顧問	委員長	
やました ひろき 山下 博樹	鳥取大学地域学部	副委員長	
かわぐち ゆみこ 川口 有美子	公立鳥取環境大学環境学部	委員	
かわさき まこと 河崎 誠	日本海ケーブルネットワーク株式会社	委員	
たむら やすえ 田村 康悦	鳥取商工会議所青年部	委員	
とくもと あつこ 徳本 敦子	NPO 法人 鳥取・森のようちえん 風りんりん	委員	
ながや ゆきみ 長屋 幸美	連合鳥取東部地域協議会	委員	
まつもと きみひこ 松本 公彦	株式会社鳥取銀行	委員	
おぐさ まほ 小草 真帆	公募委員	委員	
たにぐち りょう 谷口 稜	公募委員	委員	

## 1. 委員会の目的

市民委員会の役割は、「鳥取市行財政改革推進市民委員会設置要綱」で以下のように定められています。

- ・行財政改革大綱の決定、推進及び見直しに際し、意見を述べること。
- ・行財政改革の実施計画に盛り込むべき制度やシステムについて研究立案すること。
- ・実施後の行財政改革実施計画の結果に対して、評価を行うこと。

## 2. 委員会の開催経過

市民委員会では、任期中(平成30年6月4日～令和2年3月31日)次のとおり会議を開催し、第6次鳥取市行財政改革大綱及び実施計画の外部評価を実施しました。

	開催日	主な内容
第1回	平成30年 6月4日	第6次鳥取市行財政改革大綱及び市民委員会の説明
第2回	9月19日	各実施計画(H29年度実績)の説明及び二次評価の実施
第3回	11月9日	二次評価結果の報告及びヒアリング対象事業の選定
第4回	平成31年 1月28日	ヒアリング(一回目)の事前質問項目の抽出
第5回	3月29日	担当課ヒアリングの実施(一回目)
第6回	令和元年 5月30日	ヒアリング(一回目)の結果を基にした委員会意見の集約
第7回	8月28日	ヒアリング結果報告の作成及び6次大綱 H30年度実績報告 ヒアリング(二回目)の事前質問項目の抽出(後日メール提出)
第8回	11月14日	担当課ヒアリングの実施(二回目) 各実施計画(H30年度実績)の二次評価の実施(後日メール提出)
第9回	令和2年 1月30日	ヒアリング(二回目)の結果を基にした委員会意見の集約
第10回	3月16日	外部評価結果報告書の作成

### 3. 外部評価の内容

#### (1) 第6次鳥取市行財政改革大綱実施計画の担当課評価への二次評価

評価対象	① 平成29年度実績(75実施計画) ② 平成30年度実績(67実施計画)
評価期間	① 平成30年9月19日～平成30年10月10日 ② 令和元年12月13日～令和2年1月14日
評価方法	各実施計画の評価シート(担当課自己評価済み)を確認し、各年度末時点の担当課評価の妥当性について外部評価を実施した。

※巻末資料(二次評価票)参照

#### (2) 個別の実施計画に対する評価および改善案の提言

評価対象	市民委員が選定した8実施計画
	① シティセールス戦略プラン(SQのあるまち)に基づく取り組み推進
	② 地域推進型移住定住の促進
	③ 砂像のまちとつとりの推進
	④ プレミアム付きふるさとプレゼントの推進 ほか
	⑤ 放課後児童クラブの運営のあり方の見直し
	⑥ すごい!鳥取市婚活サポートセンターの運営
	⑦ 鳥取砂丘・いなば温泉郷を核とした観光ブランドの確立
	⑧ 利便性が高く効率的な生活交通網の構築
評価期間	平成30年6月4日(第1回委員会)～令和2年3月16日(第10回委員会)
評価方法	各実施計画の評価シートの確認に加え、担当課との意見交換なども行うことで、さらに詳細な取組内容の評価を行った。また、その結果を基に、新たな取り組みへの提案を実施した。

## 4. 評価の結果

### (1) 第6次鳥取市行財政改革大綱実施計画の担当課評価への二次評価

担当課が実施した平成29年度及び平成30年度の各実施計画の実績に関する自己評価の妥当性を二次評価した結果、全体を通して概ね「妥当である」との評価が多くありました。一方で「妥当ではない」もしくは書面での情報だけでは「判断できない」との評価もあり、実施計画の内容だけでなく、評価シートの記載方法など、行財政改革大綱の運用管理方法そのものの課題も見受けられました。

下表では、行財政改革大綱の実施計画全体に共通する事項として、委員から挙げられた意見を取りまとめました。

評価コメント	内容
指標の設定について	成果指標の中には、実施計画の成果を的確に表しているとは言い難いものが見受けられる。また、当初の目標値の設定が低いのではないかとと思われるものがあり、適切な目標値設定が必要である。このようなことから、計画期間中であっても必要に応じて指標を見直す仕組みが必要ではないか。
費用対効果について	移住定住の促進など、取り組みとしては必要性を感じるものの、参加者の少ないイベントに人や経費を投入しており非効率と思われるものがある。また、投資する費用を増額したにもかかわらず実績値の上昇に繋がっていないものも見受けられる。費用対効果を考慮しながら必要に応じて柔軟に取組を見直していくことが必要ではないか。
評価シートの記載内容について	実施計画によっては記載内容が不十分であり、取り組みの内容が分かりにくいものや、担当課による進捗度や達成度の自己評価の判定理由が不明なものなどがあつた。特に、年度計画を変更したものについては、なぜ計画を変更したのか、計画変更までの過程はどのように決定されたのかなどが分かるよう、資料を追加するなどして、説明責任を果たす必要があるのではないか。

※個別の評価およびコメントについては巻末資料(二次評価票)を参照。

### (2) 個別の実施計画に対する評価および改善案の提言

市民委員により選定された8つの実施計画について、担当課との意見交換等も行いながら評価した結果として、その妥当性や今後の取り組みに関する提案等を実施計画ごとに取りまとめました。

※P5～P12「実施計画別 外部評価結果」を参照。

## 実施計画別 外部評価結果

実施計画	シティセールス戦略プラン(SQ のあるまち)に基づく取り組み推進
担当課	政策企画課
手 段	SQ アクションプランの策定・推進 インターネット放送によるプロモーション事業の企画・実施
現 状	鳥取市では平成 28 年度に「SQ のあるまち」をブランドスローガンとして掲げたシティセールス戦略プランを策定し、鳥取市のブランドイメージの確立に取り組んでいる。取り組みの内容としては、大きく二段階に分かれており、一段階目は、職員行動指針である3つの S(Service Quality、Safety Quality、Sightseeing Quality)を体現するため、各職場において毎年度アクションプランを作成し、市民サービスの向上などに努めている。二段階目は、行政だけでなく市民や企業、大学などを含めたオール鳥取市でのシティセールスに発展させていこうというもので、インターネット放送番組の配信や鳥取市の魅力発信に繋がる事業への補助を行っている。本実施計画の成果指標は、地域ブランド総合研究所が発表する「地域魅力度ランキング」の順位としており、平成 26 年度時点の 197 位を令和元年度に 100 位まで上昇させるという目標を設定しているが、平成 29 年度実績では 232 位という状況である。
総 評	目標達成に繋がる具体的な取組の見直しが必要
	<p>現在取り組んでいるアクションプランは職員の行動指針であり、また、インターネット放送は市の魅力の再認識を主な目的とした県内向けのものであると担当課から説明があったが、これらの取組はどちらも役所内、県内という内向きのものであるため、直接的には県外の人が感じる地域魅力度の向上に繋がるものとは考えにくい。地域魅力度を向上させるという目標に対し、このシティセールス戦略プランでそれをどう達成していくのかという具体的な手法を改めて検討し、取組を進める必要があると考えられる。</p> <p>そのためにも、まずは鳥取市の魅力というものが何なのかを明確にする必要があるが、何をもちて魅力と感ずるかは人それぞれである。自然が豊かなことで満足を感じる人もいれば、交通の便が悪く不満を感じる人もいる。このことから、移住者へのアンケート結果など客観的な情報もしっかり踏まえ、鳥取市の魅力を具体的に打ち出していくべきと考える。</p>
個別意見等	
1	移住者アンケートでは居住環境や自然環境、食といった面で満足度が高いという結果が出ている。また、「住みたい田舎ランキング1位」となった際に評価された項目もある。これらを具体的な鳥取市の魅力として打ち出していけばいいのではないか。
2	移住者アンケートでは、不満なことの上位に交通の便が悪いことが挙げられている。コンパクトシティという考え方からすれば、車があれば便利と言えなくもないが、学生など車のない人もいる。そういった人に対し、カーシェアリングやライドシェアといった、公共交通を補完するような取組を打ち出すことで、不満を解消していくことも必要ではないか。
3	鳥取市に住んでいる人以外の声を取り入れることも必要ではないか。例えば移住相談員を通して、県外の方がどう感じておられるのかや、鳥取市から転出していった人に、どうして転出を考えたのかを聞いてみるなどすれば、鳥取市の魅力や不満なところを考えるヒントになるのではないか。
4	実際に鳥取市を売り出していく際には、なるべく目を引くやり方が必要である。以前鳥取市が吉祥寺で行った広報は「都会に比べて何も無いということが贅沢」という良い方がされていた。このような視点での売り出し方は印象に残って良いと思われる。
5	現在の取組の一つに、職員にシティセールス戦略の研修を行うとあるが、職員がシティセールスをしようと思うなら、県外の先進的に観光 PR を行っている地域に出向いて、自分のまちを思いきりアピールする力を身に付けてくるようなやり方が良いのではないか。

## 実施計画別 外部評価結果

実施計画	地域推進型移住定住の促進
担当課	地域振興課
手 段	空き家確保及び運営業務委託
現 状	鳥取市では、支所エリア(河原町、用瀬町、佐治町、鹿野町、気高町、青谷町)において、地元団体に空き家の情報収集と適正管理を委託することで、移住希望者への空き家提供や情報提供に取り組んでいる。本実施計画の成果指標は、この事業による支所エリアへ移住定住世帯数としており、各年度の目標値と実績値は、平成 27 年度目標 12 世帯に対し実績 8 世帯、平成 28 年度目標 15 世帯に対し 14 世帯、平成 29 年度目標 12 世帯に対し 11 世帯という状況である。このほか移住定住を促進するため、鳥取市定住促進 U ターン相談窓口の設置や首都圏及び関西圏への相談員の配置、移住・情報交流ガーデンの設置などによる相談業務のほか、都市部での移住相談会の開催、移住希望者への無料職業紹介やお試し定住体験事業の実施、U ターン者の就職活動の交通費支援など様々な取組を行っている。

総 評	費用対効果も考慮しながら引続き取組を進めていただきたい
<p>これまでの様々な取組によって、移住定住については一定の成果が現れてきていると思われる。今後、これらの取組についてはいかに効率的に継続していくかも考えていただきたい。特に移住フェアなどのイベントについては、多くのスタッフを派遣しているにもかかわらずブースに来られる相談者の数が少ないことから、費用対効果を考えるとスタッフ数の見直しなど効率化を図る必要があるのではないか。一方で、ブース相談を継続していくのであれば魅力的な企画を実施するなど相談者の目を引く努力がさらに必要になると思われる。</p> <p>また、ふるさと回帰フェアなどを主催する「認定 NPO 法人ふるさと回帰支援センター」によると、近年は移住希望者の約7割が 20～40 代を占めるようになってきたことや、移住先としては、農村や山村でのいわゆる田舎暮らしではなく、比較的仕事のある地方都市の人氣が高まっていることが報告されている。今後さらに移住定住を促進していくには、このような移住希望者のニーズに沿った施策の展開や住まいの提供等の取組を検討していくことも必要と考える。</p>	

個別意見等	
1	移住フェアなどの効率化のためには、移住アドバイザーにもブース設置などの作業に協力いただくなどして、スタッフの人数を絞っても良いのではないかと。
2	移住フェアなどの効率化のためには、相談ブースに来られるお客さんを増やす取組も併せて必要になる。石浦関を招待したようなイベントや他都市と差別化した魅力の発信など、目を引く企画に積極的に取り組んでいただきたい。
3	県外での移住相談の手法としては、現在の相談ブースを設けるやり方のほかに、移住を考えておられる方が集まる場所に直接出向いて PR するようなやり方も効果があるのではないかと。例えば子育て支援センターのような場所であれば、鳥取市の子育て環境の良さなども効果的に伝えられるのではないかと。
4	鳥取市は「住みたい田舎ランキング」では総合 1 位を獲得しているが、このほかにも世の中には「シティブランドランキング」や「住みよさランキング」などたくさんのランキングがある。これらのうち鳥取市が上位にランクインしていないものなどを参考に、鳥取市の強み弱みをしっかり分析し、何を差別化して売っていくのかを検討する必要があるのではないかと。
5	移住者が希望される住まいの場所としては、便利さと自然が共存している地域が多いが、鳥取市ではそのような場所は市街化調整区域に指定されている。そういった場所では住居を建てたり空き家を借りたりすることに制限があるため、規制緩和などによって移住希望者のニーズに合わせた受け入れ環境を整えていくことも必要ではないかと。

## 実施計画別 外部評価結果

実施計画	砂像のまちとつとりの推進
担当課	鳥取砂丘・ジオパーク推進課(令和元年度時点 観光・ジオパーク推進課)
手 段	鳥取砂丘砂の美術館の運営 砂のルネッサンスの開催
現 状	鳥取市では、鳥取砂丘砂の美術館の指定管理者による運営のほか、砂のルネッサンスを開催することで全国に誇れる砂のブランディングや砂像文化の醸成に取り組んでいる。砂の美術館では砂像の常設展示に加えミニ砂像製作体験やプロジェクションマッピングなど魅力的なイベントを開催している。また併設の売店では平成 22 年から平成 30 年にかけて砂関連の土産物の品数が倍増したほか、砂丘エリアにおける店舗の土産物や関連飲食メニューが拡大している。本実施計画の成果指標は、砂の美術館の入館者数としており、各年度 50 万人の目標に対し実績としては、平成 27 年度が 47 万 9117 人、平成 28 年度が 44 万 8138 人、平成 29 年度が 40 万 5328 人と減少傾向にあったが、平成 30 年度は 44 万 8802 人と若干の回復が見られる。

総 評	引続き取り組みを進めていただきたい
<p>砂の美術館は県外の方にも認知が広がり、ぜひ行ってみたいという声も聞かれるようになった。また旅行サイト等からも高い評価を得ているとのことであり、今後も鳥取を代表する観光地として、さらに魅力を高めていただきたい。</p> <p>砂の美術館の展示については、来館者へのアンケート等によると、アニメ、日本、鳥取など他のテーマが見たいとの要望もあるようなので、今後は市民が親しみやすいテーマでの展示も検討が必要ではないかと考える。また、砂の美術館の集客力や発信力を活かして、地元商店街や企業とのタイアップ、地元商品の取扱いなど、鳥取市全体の観光振興や産業振興に繋げていただきたい。このほか、砂の美術館を含む砂丘エリア全体の魅力向上に引き続き取り組むとともに、市内の他の観光地への周遊や滞在型観光の促進、周辺道路の渋滞対策などについて、関係機関と連携しながら取り組みを進めていただきたい。</p>	

個別意見等	
1	砂の美術館の展示はこれまで「砂で世界旅行」というテーマで続けてこられたが、今後は常設展のほかに企画展などを織り交ぜるなどして、市民が親しみやすいテーマや、名探偵コナンといった鳥取を代表するアニメなど、誰もが知っているテーマにも取り組んでほしい。
2	砂の美術館の売店での地元商品の取り扱いがまだ充分ではないと感じるので、引き続き地場産品や地元業者の商品販売を拡大していただきたい。併せて、指定管理者の企業体には小売業者もおられるので、そちらでも鳥取市の産品を取り扱っていただけよう働きかけていただきたい。
3	砂の美術館だけでなく砂丘エリア全体の魅力向上のため、渋滞対策や新たな事業参入の促進を進めていただくとともに、砂丘内でのキャンプや落書きといったルール・マナー違反を防止する取り組みも必要ではないかと思われる。
4	今後は砂の美術館の経済効果を市内に波及させていくことが必要であると思われる。そのため、現在行われているクーポン配布のような地元商店街や企業とのタイアップ事業を拡大したり、白兔海岸や因幡万葉歴史館といった市内の他の観光施設とも連携しながら、回遊性を高める取組を行っていただきたい。併せて、ホテルと砂の美術館の旅行パックを商品化するなど、どうすれば市内の宿泊を促すことができるかということも検討していただきたい。
5	砂像文化の醸成に取り組んでいるということであるが、例えば雪国の子どもたちがスキーやスケートができるように、鳥取の子どもたちも砂像くらい作れるというくらいまで根付かせることができれば、そのこと自体が鳥取の PR として面白いものになるのではないかと。

## 実施計画別 外部評価結果

実施計画	①プレミアム付きふるさとプレゼントの推進 ②ふるさと納税ポイント制度の導入 ③ふるさと納税ポイント制度の運用
担当課	市民税課
手 段	ふるさと納税特設サイト及びポイント制度の運営
現 状	鳥取市では、新たな財源確保策としてだけでなく、ふるさと納税の持つ情報発信力を有効に活用することで、地場製品の PR や鳥取市の魅力発信に繋げるため、取組を推進してきた。ふるさと納税を推進するにあたっては、魅力的な返礼品の開発や特設サイトの開設により広報を強化してきたほか、ふるさと納税ポイント制度を導入し、より細かな価格帯での商品設定も可能としたことで、返礼品の数が平成 29 年度時点での 162 品目から平成 30 年度時点で 229 品目へと 1.4 倍に増加した。本実施計画の成果指標は、ふるさと納税による寄附額としており、平成 27 年度は目標 3.4 億円に対し実績 3.5 億円、平成 28 年度は目標 3.6 億円に対し実績 3.8 億円、平成 29 年度は目標 3.8 億円に対し実績 2.2 億円という状況である。なお平成 29 年度のふるさと納税額の大幅な減少については、国が、返礼品割合を3割以下にする制度見直しを行ったことが主な原因と考えられる。
総 評	引き続き取り組みを進めていただきたい
	<p>鳥取市のふるさと納税は、単に寄付金を集めるという目的だけでなく、この制度を活用することで鳥取市の魅力発信に活かしてきたとのことである。平成 29 年度は国の制度見直しにより寄附件数も金額も大幅に減少しているが、ふるさと納税制度をうまく活用し、今後さらに全国に向けた鳥取市の PR や、県外に住む鳥取出身者への情報発信を広げていただきたい。</p> <p>このためには、ふるさと納税の返礼品として、鳥取市ならではの目玉商品が必要になると思われる。目玉商品ができることは企業にとっても大きなチャンスにもつながるため、積極的な商品開発を促すような取組を行っていただきたい。また、ふるさと納税を拡大する方法として、魅力的な返礼品の開発と併せて、鳥取市に寄付をしなくなるような動機付けに繋がるよう、寄付金の使い道などをしっかり PR することも必要と考える。</p>
個別意見等	
1	ふるさと納税のパンフレットについては市内観光施設等での配布のほか、要望に応じて県人会などにも配布しているとのことであったが、今後県外への PR を進めるのであれば、学校の同窓会等にこちらから積極的に配布していくなど、県外に住む人が集まるであろう機会をぜひ活かしていただきたい。
2	現在の返礼品には、倉吉市や境港市、大山町のものなども含まれているが、こういったものが増えていくと鳥取市らしさというものが無くなっていくのではないかとと思われる。例えば宮崎県の都城市は肉と焼酎を中心に多くの寄付を集めていたりするので、鳥取市らしさを売っていくということも考えてはどうか。
3	鳥取らしい返礼品としては、砂丘関連のお土産が増えてきているということなので、そのような砂丘関連のグッズなどをもっと加えてはどうか。または、砂漠地域の民族衣装を着てラクダに乗って写真を撮るコースであるとか、砂の美術館の入場チケットなど、砂丘を活かした体験メニューも増やしてはどうか。
4	目玉商品を開発するにあたっては、企業側が商品開発や投資の意義を感じられるようにする必要があると思われる。例えば大山ブランドのようにふるさと納税返礼品への登録をブランド化していくなど、売り上げに繋がることが期待できるようになると企業の積極的な姿勢も出てくるはずなので、企業へのメリットを打ち出すような仕掛けも必要ではないか。
5	ふるさと納税を集めるには、「よし、寄付してやろう」と思わせることが必要である。そのため、教育や福祉の分野でこういうことに鳥取市では困っているので寄附金を使いたいと明確に訴えかけるとか、あるいは単に砂丘の保全という言葉だけではなく、どこをどうすることに使ったというビフォーアフターも併せて紹介するなど、寄付金の具体的な使われ方をはっきりと見せていくことも重要ではないか。

## 実施計画別 外部評価結果

実施計画	放課後児童クラブの運営のあり方の見直し
担当課	学校教育課
手段	クラブ開設及び施設環境の整備 新任支援員への研修会の実施
現状	鳥取市では、放課後の児童の居場所づくりと、発達段階に応じた主体的な遊びや自主性、社会性、創造性の向上と基本的な生活習慣の確立を目的として放課後児童クラブの設置と運営を推進している。平成 30 年度末時点で市内に 62 クラブが開設されており、クラブ数は年々増加している。またこのうち 52 クラブの運営を保護者に、残りの 9 クラブの運営を NPO 法人に委託しており、本市では委託先と連携しながら施設環境の整備等を行っている。令和元年度は、新任支援員への研修にも取り組むなど、さらなる質の向上を図っている。近年はクラブ数や利用児童数の増加に伴い、保護者会によるクラブ運営の負担も増大していることから、NPO 等への転換など運営のあり方を検討しながら取組を推進している。本実施計画の成果指標は「クラブの利用者数」としており、各年度の目標値と実績値は、平成 27 年度目標 2,000 人に対し実績 2,080 人、平成 28 年度目標 2,300 人に対し実績 2,288 人、平成 29 年度目標 2,500 人に対し実績 2,428 人、平成 30 年度目標 2,646 人に対し実績 2,682 人という状況である。

総評	引き続き取組を進めていただきたい
	<p>これまでの取組により、鳥取市内の放課後児童クラブは年々増加し、子どもたちの居場所づくりの推進は図られていると思われるが、利用者が年々増加していることから、さらなる取組が必要ではないか。</p> <p>今後の取組にあたっては、クラブ数を増加させるとともに、施設環境及び指導員の質の向上がより一層求められる。現在、多くは保護者会により運営がされているが、NPO 等へ移行を希望されるクラブも増えているとのことなので、スムーズな移行や新たな参入を後押しする取組も必要と思われる。また支援員を確保するための雇用環境の整備や、支援員の資質向上を図る取組も進めていただきたい。</p>

個別意見等	
1	新たに放課後児童クラブを開設する際に、送り迎え用の車が必要になる場合は団体側で用意しなければならない。また、施設自体も他の施設との併用が認められていないため、水道代や電気代も分けなくてはならない。これらのことが新規参入にあたっての壁となることもあるので、放課後児童クラブを増やしていくためにも、さらなる支援を検討してもらいたい。
2	学校施設を活用している放課後児童クラブでは、施設の入り口を分けるなどして管理を学校側とは分けているとのことであるが、厳密に管理を分けることが難しい施設もあると思われるので、管理面の責任や負担についてきちんと考えていく必要があるのではないかと。
3	パートタイマー的な雇用形態である支援員にとっては、学童に関する専門知識などを習得していただくことが時間的に難しい場合もあると思われる。また、支援員には様々な年代の方がいるので、世代間での考え方の違いからトラブルが起こるということも考えられる。その状況を行政として上手にモニタリングしながら支援員の資質向上を図っていただきたい。
4	現在の雇用・就労環境を鑑みると、今後民間事業者等への転換が必ずしも円滑に進むとは考えづらく、新たな担い手の発掘とともに質の低下を招かないような取組が必要ではないかと。
5	放課後児童クラブの中でトラブル等に対して支援員の手が回らないこともあるという話を聞いたことがある。子どもたちにとってクラブが嫌な思い出にならないよう、何とか大人が手を差し伸べられるような環境づくりをしていただきたい。

## 実施計画別 外部評価結果

実施計画	すごい！鳥取市婚活サポートセンターの運営
担当課	政策企画課
手 段	鳥取市婚活サポートセンターの運営 婚活イベント及びアフターフォローの実施
現 状	鳥取市婚活サポートセンターでは、イベント開催や会員への婚活相談、企業・団体が行うイベントのサポートを行ってきた。イベントはパーティ形式で、参加費は飲食に係る実費のみとしている。参加者へのアンケートでは、料理やスポーツといった趣味趣向に合わせた内容や行政が行う安心感から好評をいただいている。本実施計画の成果指標は、婚活事業による5年間のカップル成立見込み300組のうちの2割となる「成婚組数60組」としており、平成30年度までの実績は15組という状況である。なお、平成30年度までのカップル成立数は296組となっており、中には成婚報告がなされていないカップルもいると考えられることから、今後は成婚報告を促す取組も必要と考えている。また、平成31年3月からは麒麟のまち圏域の連携事業と位置づけ、対象を岩美町、若桜町、智頭町、八頭町、香美町、新温泉町まで拡大し、さらに取組を推進していくこととしている。

総 評	取組の必要性について再検討をしていただきたい
<p>県のえんトリーや民間事業者等との共同企画を開催するほか、登録対象者を麒麟のまち圏域に拡大するなど、新たな取組も展開されている。しかし、取組内容としては民間で実施することが可能なものであり、行政が取り組む意義が見いだせない。さらに、平成30年度末までの4年間の実績は、カップル成立は296組となっているにもかかわらず、成婚組数は目標45組に対し15組となっており、年間約1千万円を投じる事業としては、費用対効果に疑問が感じられる。このようなことから、本実施計画の取組については、改めて行政が行う必要性を検討する必要があると考える。また、継続にあたっては、行政でなければできないという独自性のある取組とするほか、より費用対効果が上がる内容となるよう見直しが必要と考える。</p>	

個別意見等	
1	婚活サポートセンターに登録できる条件が、圏域に在住・在職している人か移住を検討している人ということであったが、この条件をもう少し拡大してこの地域と関わりを持っている人も登録できるようにすれば、それをきっかけにUJIターンに繋がるきっかけにもなるのではないかと。
2	40代以上の婚活支援もぜひ力を入れていただきたい。
3	倉敷市などでは、移住相談と婚活を合わせたようなことや、地元のNPOや他の事業者と組み合わせた取組をやっている。このような取組は個々の事業者が独自に行うことは難しいことだと思われるので、行政としてはこういった取組を実施していただきたい。
4	目標及び取り組み内容の見直しが必要であるように思われる。
5	圏域にまで広がった取組になったことから、周辺自治体にも事業費負担していただくなど、共同で実施していくという方法もあるのではないかと。
6	婚活サポートセンターの登録者から登録料や年会費のようなものを少し負担していただくようにすれば、興味本位での登録ではなく積極的に活用しようという動きに繋がるのではないかと。

## 実施計画別 外部評価結果

実施計画	鳥取砂丘・いなば温泉郷を核とした観光ブランドの確立
担当課	観光・ジオパーク推進課
手 段	地域連携 DMO「麒麟のまち観光局」の設立及び運営支援
現 状	鳥取市では、従来から外国人観光客サポートセンターの開設や外国人タクシーの運行のほか、アジア圏の観光客が多い関西国際空港からの格安バス運行など独自の観光施策を展開してきた。さらに、広域での観光振興を展開するため、平成 28 年度に岩美町、若桜町、智頭町、八頭町、香美町、新温泉町を含めた圏域による鳥取因幡・北但西部観光グランドデザインを策定するとともに、平成 30 年度に地域連携 DMO「麒麟のまち観光局」を設立した。麒麟のまち観光局では新たな市場開拓のため、成田・羽田空港からの欧米外国人をターゲットに、航空事業者と連携しながら情報発信等を行っている。本実施計画の成果指標は「鳥取砂丘・いなば温泉郷周辺入込客数」としており、平成 27 年度は目標 2,940 千人に対し実績 3,010 千人、平成 28 年度は目標 2,990 千人に対し実績 2,874 千人、平成 29 年度は目標 3,040 千人に対し実績 2,633 千人、平成 30 年度は目標 3,090 千人に対し実績 2,685 千人という状況である。なお、平成 28 年度以降の入込客数の減少については、高速バスの移動距離による値上げや鳥取県中部地震、大雪といった自然災害等の影響が主な原因と考えられる。

総 評	引き続き取り組みを進めていただきたい
<p>観光振興として、鳥取市では羽田空港や関西国際空港を利用する外国人観光客が増加しているとのことであったが、指標としている鳥取砂丘・いなば温泉郷周辺入込客数は年々減少傾向にあり、交通機関の値上げや自然災害等が原因であるという説明であった。これらの原因については、全国的な観光客の動向も含め、より詳細な分析が必要ではないかと思われる。</p> <p>さらに、鳥取県と島根県が連携して取り組む広域連携 DMO「山陰インバウンド機構」が推進する出雲・松江などからの誘客に鳥取市としても取り組むことや、鳥取市から距離的に近い、関西からの誘客にさらに力を入れていく必要がある。このほか、外国人観光客を受け入れるための環境整備など、より一層推進していただきたい。</p>	

個別意見等	
1	出雲・松江から鳥取市の間で、大阪の 1,000 円バスのような格安のルートを開拓しても良いのではないかと。それも単なる都市間移動ではなく、例えばコナンが見たい方は北栄で降りられたりするなど、観光資源をつなぐようなルートになるよう工夫して、観光周遊ができるようになれば良いのではないかと。
2	県のコンベンションビューローで取られたアンケートによると、観光地間のアクセスが非常に不便であるという結果が出ている。現在、タクシーで鳥取駅から観光地を回るという取組をしているが、観光地間の移動がタクシーだけでは観光客のニーズに応えづらいのではないかと。
3	外国人観光客にとっては多言語対応や公衆 Wi-Fi の整備、トイレの問題、文化財の解説の問題、宿泊施設の確保といった環境整備が重要である。そういった環境整備を市と民間事業者が協力して取り組んでいく必要があるのではないかと。
4	「麒麟のまち観光局」が立ち上がり、ロゴ等の発表はなされたものの、情報発信や観光商品造成については不十分ではないかと。

## 実施計画別 外部評価結果

実施計画	利便性が高く効率的な生活交通網の構築
担当課	交通政策課
手 段	各種交通施策(路線バス維持補助、乗合タクシー、市町村有償運送、公共交通空白地有償運送、くる梨)の推進
現 状	鳥取市では、既存路線バスの赤字補填の補助により地域交通の維持を行っている。また廃止バス路線における代替手段の確保策として定時運行や予約制のデマンド運行による、乗合タクシーや市町村有償運送、地域の方々が運行主体となる共助交通(公共空白地有償運送)を実施している。このほか中心市街地の活性化を目的とした100円循環バスくる梨を交通事業者と共同で運行しており、ニーズ調査を基にした路線再編やバスの現在位置が検索できるバスロケーションシステムを運用し利用者の増加を図っている。今後も利用者等のニーズ調査や地域住民の意見を踏まえながら、公共交通の維持・確保に向けた取組を進めることとしている。本実施計画の成果指標は「バス利用者実績」としており、各年度3,251千人の目標に対し実績としては、平成27年度実績3,251千人、平成28年度実績3,228千人、平成29年度実績3,218千人、平成30年度実績3,181千人という状況である。

総 評	引き続き取組を進めていただきたい
<p>鳥取市では既存路線バスの維持のほか、乗合タクシーや地域と連携したバス路線の運行、100円循環バスくる梨の運行などにより、公共交通の維持・確保に取り組んでいるとのことであった。しかし、既存のバス路線等については、採算や運転手不足などの理由から減便や廃止などが進んでいる。今後さらに高齢化が進み、自家用車を運転することができなくなる人が増えることが想定されるため、より一層、公共交通の維持・確保へ向けた取組を推進していただきたい。</p> <p>なお、取組みにあたっては、公共交通の利用者の意見を十分に聞き取りニーズに応えられるような施策を検討していく必要がある。</p>	

個別意見等	
1	鳥取市が取り組んでいる乗合タクシーなども路線や運航スケジュールが決まっているということなので、場合によっては利用者のニーズに100%応えられないこともあるのではないかと。タクシーであれば路線や時間を選ばないうえに、予約を待つ間の人件費も別に支出する必要がなくなるので、純粋なタクシー利用を行政で補助することも検討してはどうか。
2	くる梨の路線再編のために今後市民アンケートを取られるとのことだが、その際はぜひどこで乗って降りたかということだけではなく、どういう路線があったら良いかといったことや運行の間隔などについて聞いていただきたい。例えば朝の通勤時はもう少し感覚を短くするなど、そういったことも含めて利用者にお尋ねされた方がより市民ニーズに合った路線再編に繋がるのではないかと。
3	アンケートの対象者を無作為にすると、普段くる梨を利用しない人にも届いてしまい、あまりいいデータが集まらないかと思うので、より生の声を拾うような方法でやっていただきたい。
4	くる梨は、大丸の前は3路線全部停まっていたいただきたい。買い物後に荷物をもって乗られる方がよくおられるので、商業拠点はすべての路線が通るようにしたほうが良いのではないかと。