

第4回鳥取市行財政改革推進市民委員会・会議概要

日 時：平成31年1月28日（月） 午後3時00分から午後5時00分

会 場：鳥取市役所 本庁舎4階 第4会議室

出席者：《委員》

山下 恭史 委員長、山下 博樹 副委員長、川口 有美子 委員、河崎 誠 委員

田村 康悦 委員、徳本 敦子 委員

《鳥取市》

河口行財政改革課長、河上行政経営係長、藤原主任、岩田主任

会議概要（事務局による要約）

1. 開会

河上係長：

それでは定刻となりましたので、これより第4回行財政改革推進市民委員会を開催いたします。本委員会の設置要綱第5条第2項に「委員会は、委員の半数以上の出席がなければ会議を開くことができない」と規定されていますが、本日は全10名のうち6名の方にご出席をいただいておりますので、本日の会議が成立していることをご報告いたします。では、山下委員長より開会のご挨拶をいただきます。

2. あいさつ

山下恭史委員長：

1月も終わりに近づいてしまいましたが、今年初めての委員会ですので、皆様、あけましておめでとうございます。比較的穏やかな新年だったのではないかなと思います。

今年、鳥取市政が明治22年にスタートしてから130周年の節目の年に当たるということだそうです。今年最初の新年祝賀会の時に市長がご報告されていましたが、最近少し話題になっていました宝島社の「住みたい田舎ランキング」で1位に返り咲きました。田舎という少し違和感があるなど、鳥取県の平井知事も言われていましたけれど、ともかく人口10万人以上の都市を対象としたランキングの中で1位になったということは、おそらく施策をきちんと打ち出してこられた結果がこのような評価につながったんだろうと思います。

また、去年スタートしました中核市関連の施策がそろそろ目に見える形になってきているかなと思いますし、秋にはいよいよ市の本庁舎が完成して業務を開始されるということです。施策と建物が上手く合わさって、真の意味での中核市として、この圏域を引っ張っていく、あるいは本当に住みよい、住んでよかった、住みたい都市に少しでも近づくようさらに磨きをかけて行けるような施策が出てくることを期待しておりますし、私たちもそれに市民として少しでも関わって行って、市民委員としての職責を果

たすべく努力していかないといけないなと思っております。皆様のご協力をよろしく
お願いいたします。

3. 議事

河上係長：

ありがとうございました。それでは以後の進行は委員長様にお願いいたします。

山下恭史委員長：

では次第に沿って進めて行きたいと思いますが、内容に入る前に少しお話をさせて
いただきます。次回は事業を実施している担当課をお呼びして、ヒアリングを行います。
今日は対象となる実施計画の資料や、二次評価の際の質問への回答などをいただいて
おりますが、それを踏まえた形で追加の資料要求や意見などを出し合って、次回のヒア
リングの下準備をしていくというのが今回の位置づけですので皆さんからいろいろ発
言いただけたらと思います。

では本題に入っていきます。まず事務局よりご説明をお願いします。

岩田主任：

ただ今委員長より今後のヒアリングに向けての準備ということでお話しいただきま
した。今日は、前回からしばらく時間が経っておりますので、改めてこの市民委員会の
仕事というのを整理させていただくところからご説明させていただきます。

(資料説明)

山下恭史委員長：

ありがとうございました。ただ今の説明を受けて、もう少し追加説明をしてほしいと
か、あるいは分からないということがあればおっしゃっていただければと思います。無
ければ引き続き議事を進めて行きたいと思います。よろしいでしょうか。

では引き続き、事務局からお願いできますか。

岩田主任：

それでは、この後の作業の説明と併せて、今回対象となる4つの実施計画のおさらい
をしていきたいと思っております。

(資料説明)

山下恭史委員長：

はい、どうもありがとうございました。一通り説明いただきましたが、まずヒアリン
グは、前半後半4つずつに分けて実施することとなります。そのうち前半の4つについ
て次回の委員会でヒアリングとなります。この後の作業ですが、以前ご質問いただいた
もの、あるいは資料請求いただいたものについて回答が返ってきておりますので、これ
を受けて、さらにここが分からないとか、こうではないかとか、もっとこういう資料が
ないだろうかというご意見なり要望なりをお聞かせいただけたらと思います。

河崎委員：

後半の事業のヒアリングは平成 31 年度と書いてありますが、いつごろの予定ですか。

山下恭史委員長：

具体的な日はまだ決めていないと思いますが、秋ごろでしょうか。

岩田主任：

はい。平成 31 年度は次の第 7 次行革大綱の議論もありますので、そのあたりとのスケジュール調整をしてということにはなりますが、後半に行う実施計画の中には、8 月頃に指標の数字が出てくるものもありまして、それについてはそういった数字も含めてヒアリングしていただく方が、より深く話もできると思いますので、少なくとも夏を過ぎてから日程を組んでいくことになるかと思います。

山下恭史委員長：

はい、では順番に進めて行きます。まず ID3 について何かご意見などございますか。

山下博樹副委員長：

よろしいですか。この実施計画の評価シートには、指標として地域ブランド力というものが挙がっていますが、この地域ブランド力がどういう算出のされ方をしているのかという、算出方法だとか基準というものが具体的に分からないと、アクションプランとどのように結びついていくのかというのが分かりにくいかと思います。地域ブランド力というのは、たぶんいろいろな項目があってそれを数値化して、トータルで順位を付けているんだと思いますが、その項目がどういうものかというところを教えてくださいたいです。

それからもう 1 つ、今日提供していただいた資料 2-3 で、それぞれの課がこういうことをやりますよ、こういうことを心がけますよと言う風にアクションプランが書いてあるんですが、この検証をどのようにしているのかというのを教えてくださいたいです。

山下恭史委員長：

ありがとうございます。このような内容で、聞いてみたいことを上げていただけたらと思います。もう少し考える時間があるかも知れませんが、私からちょっとお話しさせていただきます。

地域ブランド力というのは、ブランド総合研究所というところがありまして、そこが年に 1 回調査をしております。調査対象は 7 9 1 の全市と東京 2 3 区そして地域ブランドの取り組みに熱心な 1 8 6 の町村を加えた 1 0 0 0 の市区町村です。調査方法はインターネットで、2 0 代から 7 0 代までの男女で、各地域ごとにほぼ同数、日本の縮図にあうように調査されています。直近の調査では有効回答が約 3 万となっております。調査項目がどんなものかと言いますと、例えば、地域の認知度や魅力度はどうですかとか、情報にどれだけ接していますか、観光への取り組みはどうでしょうか、それから、訪問したことがありますかとか、どんなイメージですかとか、あるいはその産

品を買ってみたいですかというような色々な項目がありまして、それをランク付けしております。このあたりは当日担当課からまた回答いただけたと思いますが、私個人の意見としては、平成 30 年度で 120 位、平成 31 年度で 100 位とされている目標というのはとても難しいのではないかと考えています。例えば、平成 27 年度は 144 位で、そこから二年経った平成 29 年度で 232 位と順位が落ちているけれど、そこからジャンプアップしようとされての目標だとは思いますが、じゃあそのための施策というはどうかと言うと、いろいろ見ても足りないんじゃないかと思っています。この実施計画については政策企画課が各セクションのいろんな施策を取りまとめて、それでこの地域ブランド研究所がしているアンケート調査の結果につなげたいとされているんですが、やった施策と評価とが必ずしもリンクしていないかと思っていますので、相当頑張らないといけないと思います。なぜ今こんなことを言うかといいますと、このブランド力の調査対象に県もあるんですが、直近の 2018 年では鳥取県は 41 位です。2017 年も 41 位です。2016 年は 42 位で 2015 年は 39 位でした。ですから、39 位から 42 位に落ちて、それから 41 位に回復してはいますが、大体このあたりなんです。これだけ、地方の新聞やテレビなどに平井知事が出て PR したり、蟹取県や星取県、大山開山 1300 年祭もやったりして、イメージは持ち上げてもらっているはずなんですけれど、それでどうかと言えば先ほどのような順位なので、よっぽど努力してもここまでしかなっていないことだろうと思うんです。それくらい大変だなと思っているので、本当に 100 位を目指すのであれば、多分今の施策をやっているくらいでは足りないんだと思っています。ですから現状を踏まえて、この目標に至るまでの今後の施策の打ち方というのを少し聞いてみたいと思っています。この地域ブランド力の発表が多分 8 月ごろだと思いますから、それに向けてのマイルストーンといいますか、どうやっていっているかということをお教えしてもらえたらありがたいです。

山下博樹副委員長：

よろしいですか。今の委員長の説明でよく分かりましたが、一つ思ったのは、やはり順位というのにこだわらないといけないんだろうかということ。数値目標ですからどうしても順位になってしまうのかもしれませんが。要は鳥取市のことをよく認知している人はもしかしたら多くはないかもしれないけれど、その知っている人のうちのくらいの人が良いイメージを持ってくれているかということが大切で、どういうイメージかという中身のことを考えずに、ただ知っている、知名度があるってことだけで本当に行ってみたい、住んでみたいと思ってくれるのか。そこの中身をもう少し考えていくということが必要かと思っています。こういう数値目標ではもちろん測れないですけど。あるいは逆に市としてはどういうイメージを持ってもらいたいと思っているのか、それが SQ なのか。SQ も漠然としたもので、そこのところちょっと上手くリンクしていないような気がしますし、この順位だけの目標だとカバーしきれないんじゃないかなと思います。その辺を担当課の方がどの程度意識されているのかなと思

いました。

山下恭史委員長：

担当課には地域ブランド力の分厚い冊子があると思います。それには個々の項目の順位が載っていると思うので、具体的な施策を考える時に、ここを上げて行こうというようなことが必要なんだと思うんですけど、今打っているこれこれの施策が、この項目のランクアップになるんだというような考えがいるのかなと思います。私は個人的には順位目標が駄目だとは思っていませんが、この目標が高いので、これに到達しようと思ったら大変ですよ、到達するためには今後どういことをやっていきますかということが聞きたいので、そのためには先ほど申し上げたような細かいところまで分析しないとできないのではないのでしょうかと考えています。

それから SQ のことについてですが、私も SQ ってどうかなとは思ってはいるんですけど、まあこれはこれとして施策で進めておられていて、ブランドロゴについては今後事業者も使っていいですよというものも出ているので、これを広める努力というのはされていると思うんです。が、資料 2-2 のところで、目標値としてある市民愛着度と市民サービス満足度というのは、平成 31 年度調査となっています。これがいつされるのかは分かりませんが、調査した結果少ししか上がっていない、あるいは下がっていた時に、施策として何か打って行って、最終年度まであまり期間がない中で目標に近づけるということが出来るのか。他の入込客数や移住者数は途中で数字を追えますし、本当ならば同じように途中で途中経過をチェックしていくことが必要です。施策をやって最終的に 5 年経ってどうでしたとなった時に、単にできなかったというようなことになってしまいます。これまでの施策の成果と反省を基に次の手立てを考えるという手順を踏まないと、なかなか反省が活かされないんじゃないかと思います。もう少し早いうちに途中経過のアンケート等を取ってみて、順調なんだということが分かれば今までの施策を続けて行けばいいんですが、もしこれではいけないということになれば、手を打たなきゃいけないということになります。担当課は、「現状どうだろう」、「市民の方々は市民サービスが向上したと思っているだろうか」、「愛着は 2015 年よりも上がっただろうか」というのは、行政の立場とすれば非常に気になるところだと思うんです。それが平成 31 年度まで待たないと分からないというのは、非常に宙ぶらりんな状況だと感じますし、ちょっと私たちの組織では考えられないです。やった施策の実績であったり評価というのが、例えば 3 年間とかで中間評価をどこかで持って来ないと、次の施策が打てないあるいは施策の進捗度や到達度が分からないということになってしまうので、このあたりは是非考えてほしいと言いますか、意見交換したいと思っています。

私ばかり長く話していてもいけないですね。皆様からも何かありませんか。川口委員さんいかがですか。

川口委員：

このアクションプランというものがよく分からなくて、今日お配りいただいた資料 2-3 では、一つの課について一つの目標と行動内容がそれぞれ書いてあるんですが、これらの内容は SQ という考え方ができて初めて出てきたものなのか、それとも従前からされていたものなのか。SQ のあるまちという概念の導入前後の違いがよく分からないアクションプランだなという印象を受けました。例えば 1 番の総務部総務課だと、取組目標が「ワンランク上の市民サービスの提供」、行動内容が「対面、電話での対応に関わらず、問い合わせされた方の要求を的確に把握し、迅速かつ丁寧に正確な情報提供を行います。」ってこれは多分従前からされていたことで、この SQ のあるまちという考え方が入ってきて、総務課の取り組みの何が変わったのか、変えようとしているのかっていうのが分かりません。これは他の課にも言えることですが、このアクションプランの位置づけというか、それがいまいぢめないなという、そもそもの話かも知れませんが。それとこのアクションプランがどういう風に効果なり成果が上がっているのかを測るには、先ほどから話題に上がっているブランド力が何位だったらいいか、何だか噛み合っていない気がしまして、アクションプランと効果検証というか調査の方法というのが、すんと来ていまして、そのあたりも伺えたらと思います。ちなみにこれは職員の方の行動指針なんですよね。だから日々の業務の中で大事にしなければならぬものを挙げておられるんだと思うんですけど、それがじゃあどうなったかっていうのを市民愛着度とか市民サービス満足度ということで市民の方にお訊ねしているんでしょうけど、例えば一生懸命市役所の方が業務に従事されてこの指針に則って職務を果たされていたとしても、市民の人が「それは公務員として当然でしょう」と思ってしまったり、それはブランド力云々という話ではないと思うんです。それは項目にもよるのかもしれませんが、そういう所がなんだかすっきりしませんが当日ご説明いただけたらありがたいです。

山下恭史委員長：

田村委員さんはいかがですか。

田村委員：

先ほどからの皆さんのお話を伺っていて思うのですが、行われている施策が 2 本立てで、市民向けの内容と、インターネット放送のような県外や市外に対する外向けのことも全て一緒の指標にしているのが、ちょっとそこが噛み合わない原因の一つなのかなと思います。もちろん今回このような取り組みで、指標を立てているのも分かるんですが、市民に向けての市民愛着度を高めるための活動とか施策というものと、外に向けて鳥取のブランド力を高める施策というのは全く別のものになるのではないかなと思うので、そこを少し混同してらっしゃるような感じがします。

山下恭史委員長：

ありがとうございました。そのほか、この ID3 のところでこんな資料はありませんか

とか、ここがよく分からないという質問がありましたらご発言いただいて、なければ次に行きたいと思います。もし今日最終的に時間が余ればまた戻ってご意見を伺いたいと思います。

河上係長：

本日時間が足りないようでしたらメールで送っていただいたら結構です。事務局から資料の説明などを聞いてようやく内容が分かってきたという委員さんもいらっしゃるかもしれませんが、引き続き、他の委員の意見なども聞いていただいたうえで、持ち帰ってから、そういえばこんなことも聞いてみたいというようなことがあれば送っていただければと思います。

山下恭史委員長：

はい分かりました。最終的にはそのような方法で送っていただくこともできるということですが、現時点であれば遠慮なく発言してください。では次の ID に行ってもよろしいですか。

次は ID13 の地域型移住定住の促進というところです。これについての二次評価は、妥当であるが 9 名、妥当ではないが 1 名です。担当課の自己評価は B ということで、概ね順調に進んでいますよということです。ご意見としては、C ではないかとか、移住ガーデンの場所がどうだろうか、あるいは効果が見えないというものをいただいております。この中で確認ですが、移住ガーデンの話は、これは場所が分かりにくいとか利用しづらいという意味合いのことでしょうか。

徳本委員：

まず、どういう人をターゲットに作ったものなのかよく分からないということです。

山下恭史委員長：

なるほど、そういうご意見ですね。分かりました。

山下博樹副委員長：

よろしいですか、評価シートで事業の規模と言いますか、どのくらいの人でやっているかというので従業者数のところと見てみると、大体 5～6 人が投入されていて、予算的にも 5 千万～6 千万の金額が年間事業費として使われているんですが、いわゆる費用対効果を考えた時に、この目標と費用とが釣り合っているのかどうかというところですね。もちろんもっともっと人が来てくれればそれに越したことはないんですけど、実際こういう予算規模でやっていて、今の目標が妥当な数字なのかというところ。

山下恭史委員長：

はい。ほかはどうでしょうか。河崎委員さん何かありませんか。

河崎委員：

二次評価の時のコメントの二つ目にある、「外部委託、ガーデンの効果が見えない。」は私が書いたんですが、事前にいただいた資料ではちょっと分からなかったのも何とも言い難いなと思っています。

山下恭史委員長：

ほかにありますか。今のところすぐはなさそうなので私の方から。今日冒頭でも住みたい田舎ランキングのことをちょっと話題にしましたけれど、鳥取市は人口 10 万人以上の区分でランキングが 1 位ということなんですけど、10 万人未満のランキングというのもありまして、その総合部門の 2 位は鳥根県の飯南町です。10 位以内には他に山陰の街は入っていません。その施策を見てみますと、例えば、一部鳥取市でもやっ
てはいると思いますけれど体験プログラム、田舎暮らし体験とか日帰り農業体験とか、産業体験、あるいは農林業の定住研修というのがあります。それに住宅の情報提供や体験住宅で 1 カ月くらい試しに住んでいいですよというものもされています。行政が民間の空き家を改修して転貸したりしています。このようにいろいろな施策をやってらっしゃる。規模が小さいからこそできるというものもあるのかもしれないですが、そういった、移住定住のための施策を箇条書きでも良いので一覧にまとめたものはありませんか。当日まででいいですが。

河上係長：

ずらっと並んだ表がホームページにございまして、支援策一覧ということで、去年の 7 月 1 日現在のもの、小児特別医療助成なども含めたものになりますが全部で 81 の取り組みが記載されていますので、資料としてご提供させていただきます。

山下恭史委員長：

そのときに、それぞれの施策の利用者というのは分かっていると思いますので、例えばこの施策は平成 28 年度は 3 人の利用者がありました。平成 29 年度は 0 人でしたとかそういう経過のデータがあればもらえたらありがたいです。

山下博樹副委員長：

それは実際に移住した人の実績ということですよ。ということは最大でも個々の評価シートにある 11 とかそういう数になるということですか。

岩田主任：

ここの 11 という数字は、支所エリアで地域の人に空き家を確保してもらって、そこに入った世帯の数ということですので、他の施策を利用した方はもう少し違う数字が出てくると思います。

山下恭史委員長：

それから、首都圏の相談員さんというのはどこにおられるんでしょうか。併せて相談件数なども分かるとありがたいです。

それと東京や大阪で移住定住のフェアをされていると思うんですが、そのトータル
の来場者数、鳥取市あるは鳥取県かも知れないですけど、他の市町村や県といった
ブース単位での来場者数の資料があればいただけたらと思います。たぶん出展されたら
そういう報告書のようなものがもらえるはずですので、そんな資料があれば。

川口委員：

ぜひ移住された方の満足度とか、どうして鳥取市に移住を決めたのか。例えばこの支援制度があったからだよとか、ここに惹かれてというような、数値でなくてもアンケートの自由記述的なものなど、そういう情報もあると良いかと思います。

河上係長：

移住のためのガイドブックというものも作っておりまして、そういったところで先輩移住者の声みたいなものがあったりしますので、そのようなものもご用意させていただきます。

徳本委員：

私、移住フェアにも行ってまして、先日も大阪であったんですが、その時移住アドバイザーとして初めて来られた方がおっしゃってたんですけど、とにかくお客さんがいないと。市の職員の方ですとかふるさと定住機構の方ですとか、私たちが交通費を使って行っているのに、結局1人しかお客さんがいらっしやらなかったです。広報の仕方と集客というのが、明らかに費用対効果がすごく悪いなと思ひまして、私も何か打開できる策がないかと考えめぐねておりましたし、初めて移住アドバイザーとしてきた方でも気が付いてらして、これはどうするんでしょうねということをおっしゃっておられました。これは本当に真剣に考えていかないとお金の無駄遣いになるんですよ。きっと何年にも渡って続けてらっしゃるので。

山下博樹副委員長：

今、ホームページを見たら、東京と大阪だけで年間34回このイベントをやっていますね。

徳本委員：

私、東京から移住してきて、鳥取は本当に子育てにとって良いと思っています。それを東京の子育て世代の方が知ればすごく魅力的なところだと思うんですね。それで私は少しでもそれを広めたくて、例えば都会の子育て支援センターとかで鳥取のパンフレットを置いてもらうとか、すごくマンパワーなんですけど、それとSNSと両方を使うなどして、もうちょっとやり方を考えて行かないと、というのが現場を見てよくないところかなと思います。

山下博樹副委員長：

どうしてこのイベントは都心でばかりやるんでしょうね。土日の都心で、人も少ないのにわざわざ。

山下恭史委員長：

おそらく単純に来てもらいやすいと思ってるということじゃないでしょうか。移住者のデータというのは取っておられるのかと思うんですが、年代別とか、どこから来られたとかそういうのはありませんかね。統計を前に見たことがあって、一番多いのは移住とは言えないのかもしれないけれど、企業に採用されて転入してくるという

のがよくあったと思うんですよ。今回のこの地域推進型移住定住とはまたターゲットは別だと思うんですが、ここが対象とするターゲットの集計というか、データがあったらありがたいと思います。それを見たら、やっぱり東京でやらないといけないなということになるかもしれないし、必ずしもそうではないというのが出てくるかもしれないですよ。今はどこも力を入れていて、1人の希望者の取り合いみたいになっていたりしていますよね。企業誘致の個人版ではないけれど。

川口委員：

移住・定住の定義ってあるんですか。何年住んだら移住がなされたとか定住がなされたとか、そういうのが何かあるんですかね。

山下恭史委員長：

そういうのはもしかしたらないのかもしれませんがね。何年住んだらとかいうのは。

川口委員：

じゃあもしかしたら、鳥取に移住してきて3年住みましたが、よそへ行ってしまいましたということも起きているかも知れませんね。

河上係長：

その定義的なものもあればとは思いますが、数値目標で掲げているものに限って言えば、相談窓口で相談に来られて、その方が移住してこられたら成果としてカウントするような格好になっているのではないかと考えています。

川口委員：

じゃあ仮にその人が1年で出て行ってしまっても、相談窓口に来てとにかく住んだらもう鳥取に移住者が1世帯あったというような実績になるわけですね。

河上係長：

そうですね、おそらくはそういうことになっていると思いますけれど、場合によっては補助金などの関係で何年かは住んでくださいというようなものもあるのではないかと思います。そのあたりも担当課から詳しく説明させていただきます。

河崎委員：

先ほど話にあった相談会での参加人数とかも出せますか。実質ブースに来た人とか。

河上係長：

例えば東京のフェアのブースにということですか。

河崎委員：

ええ、この相談会でブースに何人きましたよというような。

河上係長：

そうですね、そういった数字も押さえていると思いますので。もしかしたら先ほど見ていただいた相談会の表と併せて、それぞれ来場者数をお示しさせていただくことができるかもしれません。

河崎委員：

そこに鳥取からどれくらいの方が行かれているかというようなことももし分かれば
いいかなと思います。

山下恭史委員長：

では一応この ID13 については終わりたいと思います。次は ID35 のふるさと納税の
関係についてやっていきたいと思います。二次評価の時のご意見等に対しての回答と
追加の資料を付けていただいています。これを踏まえて、追加のご意見とかあるいはご
質問、資料請求のご要望があればお願いしたいと思います。

私自身、このポイント制についてよく理解していないんですが、今は返礼品というこ
とではなくてポイント制に切り替えたということですかね。

岩田主任：

ポイントを付与して、そのポイントの範囲内で商品を購入していただくような形に
なっています。

山下恭史委員長：

だから直接ではなくて、ワンクッション、ポイントを入れたということですか。この
ポイントを入れた意図というのは何かあるんですか。

河上係長：

ポイントは有効期間が2年間ということになりまして、例えば、本当は蟹がほしいん
だけどタイミングが合わなければポイントとして置いておいて、時期がずれたとして
も、2年の範囲でご希望のいい商品を選んでいただくことができるようになります。
ですので単純にプレゼントを返すのとは少し違う制度になっています。

山下博樹副委員長：

返礼割合が5割から3割になったということでしたが、そこは変わっていませんか。

河上係長：

ホームページにも掲載しておりますが、金額千円につき300ポイントとなっております。

山下博樹副委員長：

今までの返礼品という形で、一律に返すというのはもうやめたということですね。要
はこのポイントを使って何々がほしいですと言われないと、市からはオートマチック
に何かを返したりとかはしていないということですね。

岩田主任：

ふるさと納税を市のサイトからされるとそういう形になりますが、民間のサイトを
経由してくると、そこでは商品に最初からいくらというのが書いてありまして、そこを
クリックするとそれはその商品が届きます。その場合は、一応裏側ではポイントを付与
してそのポイントで該当の商品を送っているということになるんですが、利用した方
からするとダイレクトに何千円分の蟹が来るという形になっているということのよう
です。

山下恭史委員長：

出しにくいかも分かりませんが、自治体によっては個々の出品にというか、返礼品の対象になっている企業への補助を行っているところがあると思うんです。これまで返礼率が高かったというのもあると思うんですが、その補助制度を取り入れているにもかかわらず赤字というのが、以前はかなりあったんじゃないかなと。今は返礼率が下がったことなどもあってその赤字はなくなったんじゃないかとは思うんですが、そういった補助というのは鳥取市はあるんでしょうか。

それから、市がやっている通販サイトのとっとり市（いち）にも飛ぶんでしたっけ。

岩田主任：

はい、とっとり市（いち）とも連携しています。

山下恭史委員長：

それと、発送費用はどうなっているでしょうか。先ほどの補助の話と併せて、経費負担のところの話を教えてください。あとは、資料2-4の平成30年度の途中経過の額が出たら教えていただきたいというのと、ふるさと納税の冊子があればいただきたいです。返礼品の内容も変われば冊子を新たに改刷しないといけないので、それもちょっと手間だしお金がかかるなと思いますけれど、去年の夏の段階では県内の市町村のかなりのところが作っていました。鳥取市のものを見た記憶がなかったのでどうかと思いついて。

他の方から何かありますか。

山下博樹副委員長：

観点がずれるかもしれませんが、このふるさと納税をしてくれている方がどんな人かというのは、アンケート調査か何かしていますか。例えば出身が鳥取市であるとか、自分の親の郷里が鳥取市であるとか、あるいは旅行に行つて鳥取のファンになったとか。ただこれがほしいからここに納税しているだけなのか、何か鳥取に魅力を感じてとか繋がりがあつてしてくれているという人がどのくらいの割合いるのか。そういうのが先ほどのSQのような、魅力発信とかシティセールスに結びついてくるような気がするんですけど。

川口委員：

年代は分かりますか。

河上係長：

会員登録が必要となっているようですのである程度は分かっていると思います。

河崎委員：

このポイント制が結構面倒くさいという話を聞いたことがあります。平成29年度から採用しておられますけど、件数実績が半分以下になっているので、こんなのが影響していないのかなと心配してしまいますね。あとこの二次評価の時の質問へ回答していただいている、「認知度の高いポータルサイトの導入」などももう少し詳しい内容を教え

てほしいなと思います。それと「中部圏域をターゲットとした広報」はどのようなもの
をしようとしているのかとか「返礼品の充実」がどの程度のものなのかとか。

岩田主任：

このあたりをもう少し具体的にということですね。

河崎委員：

それにこの11%を低いというのかどうか。

山下博樹副委員長：

中部といいながらこの資料では北信越も含んでいるので、北陸の人は別に蟹は必要
ないでしょうし、鳥取市のふるさと納税に魅力を感じる人とそうでない人が混在する
んじゃないですか。

河崎委員：

それにこの11%を低いというのかどうか。

岩田主任：

そのあたりもどういう風に考えているのかを説明してもらう様にいたします。

山下恭史委員長：

他にありませんでしょうか。では最後のID75砂像のまちとっとりという所に行き
ましようか。これについては二次評価のときのご意見が1つありました。資料として
は前任の委員会の時の報告書など付けていただいています。これも踏まえたところ
でのご意見がいただければと思います。

なければ私から、今年は新しく指定管理者さんが変わってから1年目ですね。今
は展示期間が終わったところですが、報告書みたいなものはいつごろ出てきますか。

河上係長：

通常指定管理期間は4月1日から3月31日で切るんですけど、砂の美術館はち
よっと特殊な期間設定をしまして、報告書が出ているかどうかは確認させていた
だきます。

山下恭史委員長：

ついこの間まで展示してましたから、まだかも知れませんね。もし間に合って出せ
るようなものであればお願いします。

山下博樹副委員長：

よろしいでしょうか。今日追加で出していただいた資料2-6に現在の状況が書いて
あるんですが「アンケート結果によると、90.2%が県外」とされていて、その下
にあるいろいろな取り組みを見てみると、駅周辺でのルネッサンスであるとか砂丘での
イベントというような市民向けのイベントになっています。来ている人の大半は県外
者なので、もっと市民の人に来てもらいたいという狙いをもってやっているのか、あ
るいは県外の人がこれだけ多いのであれば、もっと県外に向けてのアピールが必要
なんだろうけれども、その県外に向けてのアピールみたいなことはどういうことをやっ

ているのかというのが分かれば教えていただきたいです。

岩田主任：

確かにこの回答が、もともとのご質問にある、「砂像文化を市民に根付かせるための取り組みは」というところからの回答になっていまして、どうしてもそこに絞った書き方になってしまっていますので、それ以外のということですね。

山下博樹副委員長：

県外からの集客に向けたアピールをどのように取り組んでいるのかお話しいただけたらと思います。

山下恭史委員長：

それは鳥取市がやっていることと、事業者がしていることがありますよね。もともと指定管理者を受ける時に、事業者からはこんなことをやりますよと提案されているはずなので、そのところが実際どうだったかとかそういうことも聞けたらありがたいです。それと、そもそもの目標が50万人としていますよね。それで、このたびの実績がたしか44万8802人でした。対前年では増えたけれど目標までは達していなかったもので、私もこれが高い目標だというのは分かるんですけど、ただ目標として掲げているので、次の施策というのを組まないと、実績を風まかせみたいになってしまうといつまで経っても同じようなことかと思います。今手元にあるのは砂の美術館の実績だけなんですけれど、鳥取砂丘の入込客も前年からの流れがこのままだとすると、対前年で落ち込んでしまうことになります。ですから、市としては東部最大の観光地であるのでそのあたりの対策というものの一つがこの砂の美術館ではあると思うんだけど、砂丘エリアの入込客も目標に達していないので、そのあたりの次の施策というか、どうしていこうと思ってるのかお聞きしたいです。

川口委員：

よろしいですか。展示期間ごとにテーマがありますよね。今回は北欧で、今度は南アジアです。たぶん大きなテーマが砂で世界旅行というものだと思うんですが、これを変えるつもりはないのかどうか。と言いますのが、私も県外からのお客様がある時にお連れして見に行きまして、とてもよかったんですが、例えば小さい子供がいたとして、子供を連れて行きたいテーマかというところちょっと難しいんですよね。私は鳥取に来て数年経ちますが、結構県外からお客さんが来るたびにお連れしていろんな国のものを見させていただいているんですけど、ずっと世界旅行なので、何かもっとそれこそ期ごとにテーマを変えてもいいんじゃないかなと思います。例えばアニメとか去年活躍した人とか、さっぽろ雪まつりなんかはまさに世相を反映しているので毎年行っても面白いんですよね。そのテーマ設定を指定管理の方がどう考えているのか、市も意図的に世界旅行にこだわってくださいと言ってらっしゃるのか、ちょっとそういったところをお訊ねしたいです。

山下博樹副委員長：

今回の南アジアっていうのもなんとなくイメージできてしまってあまり意外性がな
いですよ。

河崎委員：

地元の方は1回行ったらもういいやっとなっちゃいそうですね。

河上係長：

砂の美術館の中では、今おっしゃっていただいたとおりなんですけど、外では例えば
スターウォーズの関係をやってみたり、中心市街地でもアメコミなどに組みんだり
もしています。そのテーマ設定のあたりの考え方も、ヒアリング際に担当課にぜひ聞い
ていただけたらと思います。

山下博樹副委員長：

今ここで取り上げているのは砂の美術館の入場者数ですけど、大きな狙いとして
は砂像文化という言い方をされています。例えば最近駅のお土産売り場に行くと、砂で
作ったいろんなお土産物がずいぶん増えているなと思ったんですが、ああいう関連商
品の売上がどれくらい伸びているのかというようなことももう少し評価に加えてもい
いのかなと思いました。そういう統計があるのかどうかわかりませんが、もしあれば教
えていただけたらと思います。

山下恭史委員長：

砂の美術館併設のショップの売り上げだったらデータはあると思いますし、なおか
つ砂関係の商品であれば品目ごとに売り上げが記録されているはずですから、これは
たぶんできると思いますね。それからまちパルでも品目ごとに売り上げが出ているの
で、できなくはないかと思います。あとは旅館とかいろんなところでお土産を売って
いますから、そういうものをどこまで拾うかということでしょうか。どこか定点であと
シャミネくらいで調査する方法もあるでしょうけれど、教えていただけるかどうかと
いうのがちょっとあるかもしれませんので、まちパルは関連の団体なのでまだ可能性
はあると思いますが。

山下博樹副委員長：

作っているところはどこでしょうか。同じところがいろんな販売店に卸しているん
でしょうから、大雑把な数字でも掴めたらいいんですけどね。

山下恭史委員長：

そうですね、あとはどういうところまでを砂の関連として調査するかですね。

山下博樹副委員長：

いろいろありますからね、モアイ像とか、昔からあるものだと砂絵みたいなものだと
か砂時計とか、いろんなものがありますけれど、それらも全部ひっくるめてになるか
もしれませんが。そういうものも含めて、売り上げが伸びているのであればある意味で言
えば経済波及効果の面もあるという風に評価したらいいと思います。

山下恭史委員長：

そろそろ時間が迫ってきましたが、他にもご意見があれば伺いたいと思いますが。

徳本委員：

じゃあよろしいですか。先ほど、鳥取市に住んでいる人が1回行ったらもう行かないんじゃないかというお話もありましたが、うちはプロジェクションマッピングの時に行ったら、子どもたちがすごく楽しんでいました。まあ確かにそれは1回見たらそれでいいんですけど、何かそういうものが新たな刺激になったりして、市民の足を向かわせるようなきっかけになるのかなと思いました。私たちはだんだん砂像とかにも慣れてきてしまっていますが、初めて見た人はすごく感動すると思います。もう一つ、本日の資料にありますように、教育の中に砂というものを取り入れているということで、これは本当に鳥取ならではの素晴らしいことだと思います。鳥取県で育った子どもたちが「俺たち昔は砂像作るの当たり前だったんだぜ。」っていうような、そういう子どもたちが日本全国に飛び立って行くっていうのも鳥取らしさを子どもの中に身に付けるというか、育んでいくという素敵なものじゃないかなと思います。

山下博樹副委員長：

小学校の図工の時間に砂像を作ったりということはしないのでしょうか。

徳本委員：

うちの小学校は親子会ではやります。

山下博樹副委員長：

授業ではやっていましたか。

徳本委員：

親子会という学校の取り組みではありますが、純粋な授業ではありません。

山下恭史委員長：

福部はやってたりしますよね。

河上係長：

ちなみに砂のルネッサンス 2018 では学生限定の砂像グランプリというのを開催していきまして、その時には東中、南中、高草中学校といったような市内の中学生の方にも砂像作成に取り組んでいただいたようです。それ以外にも、今日お配りした資料にも載せていますが、いろいろ子供向けの取り組みもやっておりますので、そのあたりも資料があれば次回までにお出ししたいと思います。

山下博樹副委員長：

学校でそういうことをやるのに、市から補助みたいなものはあるんですか。

山下恭史委員長：

講師として美術館の職員が行かれたりするので、それは実質的な補助という言い方ができるかもしれませんが。当然砂も持っていかれるんだろうと思いますし。

徳本委員：

こういう展示って、学校で作ったものを運んでくるんですか。

岩田主任：

これはおそらくこの場所で作っているものだと思います。

徳本委員：

うちの幼稚園の子たちにもやらせたいです。たぶん夢中でやると思います。

山下恭史委員長：

このルネッサンスの広報が意外と少なかったような気がするんですが。駅前の時もそれだけかなとも思っていたので。

岩田主任：

それでも駅前だと作っているところも見えるので、通る人からはそういうのがあるんだというのは分かるんでしょうけれど、確かに砂丘のあたりですとなかなか目にする機会が少なかったかも知れません。

山下博樹副委員長：

美術館の中の大規模なものもいいんですが、こういう、そこまで立派で大きくなくてもいいので、そういうものがあちこちにあるという方が、日常的にいろんなところで目にするという方がアピール度を上げる気がするんですよね。

徳本委員：

そうですね。駅に会った時はとても新鮮で「わあーここにある！」と子供たちと言っていました。

山下博樹副委員長：

駅のコンコースにあったものなんかは、ぱっと目につきましたしね。あとは空港化にもありましたね。

川口委員：

ブラタモリが鳥取砂丘の放送をしたときに、タモリさんの小さい砂像が駅の改札を出たところにありましたね。たぶんNHKが放送をPRするためにしていたんだと思いますが、そういう使い方もあるのかもしれませんがね。企業が自分の番組とか商品とかを宣伝するために砂像をオブジェクトとして置くっていうのはありかと思えますね。

徳本委員：

見たくなりますよね。

川口委員：

ええ、ですから宣伝物や広報物として使うというやり方もあるのかもしれませんがね。

河崎委員：

その辺をひっくるめて県内国内外も含めた広報計画もあったんじゃないかなと思うんですけど、結構県内でも知られていないかもしれないですね。

山下恭史委員長：

来てもらえればびっくりされたり良いなと思ってもらえたりするでしょうけれど、

結局来ないと分からないというところがありますよね。先ほどから話に出る鳥取砂丘の入込客であるとか砂の美術館の入込客、あとは子どもの国も入込客というものもそうなのですが、これは増えてはいないんですよ。いろんな施策を打ってはいるけれど、そこをどうするのか、圏域の中核市になったと言われているんだから、ジオパークも含めて一緒になってエリアに呼び込むという施策を取らないと、今でもすでに西部圏域にはちょっと負けているかなと思いますよね。大山開山 1300 年があったりしてそれだけのイベントを組んでいたりとインバウンドの対策も進んでおられて、それがすぐにこちらで同じように、インバウンドの対応もインフラ整備も整っていなかったりするのでできるとは限りませんが、それでもできることは今まで以上にしていかないと、いつまで経ってもジャンプアップはできないかなと思っています。それで、意見交換の時に、この圏域との連携策というのがどうか。最終的には砂の美術館だけに入ってもらうことだけが目的ではなくて、砂丘エリアとか、もう少し広がって鳥取市内だったりとか白兔とかさらにジオパークエリアとか、そこに人を呼び込むことで、地域の事業者の業績が上がったり、あるいは住んでいる方々にもぎやかになったなと思って活性化して喜んでもらったりという目的があるのかと思います。京都ほどまで行くとそれは影響が大きすぎるかなとは思いますが、まあ生活を脅かすまでは多分ならないと思いますが、そういう風な観点でどういう施策を打たれようとしているのか、特に中核市の圏域やジオパーク圏内の市町村あたりとどうしていくかを聞かせていただきたい。圏域に来られれば鳥取市は必ず結節点になります。西に行くにしても南に行くにしても岩美方面に行くにしても、どうしてもここは通らざるを得ないところがあるので、そういう地理的な条件とそこにある鳥取砂丘という資源の活かし方をさらに考えてもらいたいかなと思いますし、一緒に考えていきたいかなと思いますので、そのところを意見交換したいと思います。

他は皆さんから何かありますでしょうか。無ければ今日の議論は終了して、事務局の方から何かあればお願いします。

4. その他

河口行財政改革課長：

本日は非常に良い意見をたくさん出していただきまして、ありがとうございます。私、今財政で予算編成をしているところでして、新聞記事にも載っておりましたが、平成 31 年度は鳥取市始まって以来の 1000 億台の予算を組もうかと考えております。これは、冒頭の委員長の挨拶にもありましたように庁舎が今年建ちます。それからこれまで取り組んできた連携中枢都市圏としての圏域の発展のための事業というのも考えております。そういった中で、今日いただいた意見というのはもっともだなど感じるどころです。

少し補足させていただきますと、ブランド力のところだと、確かに指標と我々の取

り組みが繋がっていないなと思いました。それから川口委員が言われたように、我々が作っている SQ のアクションプランが、本当に効果があるものなのかというのが、私ももう一度見まして、総務課のものなんかは確かにそうですね、今までの取り組みを SQ でさらに何に取り組むんだらうなというのをちょっと感じましたので、こういったご意見はどんどん言っていただければ、鳥取市の職員が我に返ってもう一度取り組みを見直すという機会には本当によかったなと思っております。満足度の取り方も確かに一番いいタイミングでとらないと施策に反映しないので、行政の考え方は私もそうなんですけどどうしても年度ごとのタイムスケジュールになっています。それだとあまり意味がないというのも気づかされたなと思いました。

それから移住定住はまさしくその通りでございまして、一人のためにどれだけ費用対効果を掛けているんだというのを実際に委員さんに言っていただくことで、本当に我々も移住定住を一生懸命やらないといけない、これは施策の方針ですので、ただそれが実際どこまでの費用対効果があるかというのは、やはり説明責任がありますので、これは我々が責任をもって改革していく必要があるのかなと思いました。あとは移住フェアの集客についても、言われたような状況の中でどうやってこれから取り組んでいったらいいのかなというのを考える機会になったかなと思います。

ふるさと納税につきましても、委員長から平成 30 年度の数字がどうかとご質問がありました。これは実は少し伸びています。2 千万程度ですから 1 割くらい。2 億 2 千万だったものが 2 億 4 千万くらいにおそらくなってくるだろうと思っておりますが、やはり分析の仕方が、なぜ鳥取市にふるさと納税していただいたのかという原点に戻って集計するのも重要なのかなという風に思いました。ふるさと納税は全国でいろいろ賛否両論あります。国がしっかり進めようとしている中で、例えばふるさと納税だけでその市の財政規模くらい集めたというところもあります。これもあまり良い集め方じゃないんですけど、そういったところもあったりして、制度的に本当にどうなのかなという議論も確かにあります。ただまあこれも財源として重要な予算となりますので、やる以上は少しでも多くなるようにしていく必要があるのかなと思います。企業側に補助金を出すというスキームは今は無いという風に考えておりますが、そういったものも含めて、より伸ばしていくような対応を取って行くことが必要かと思っております。またポイント制については我々非常に良いと思っていたんですが、確かに面倒だなと言われたらそうかも知れないと。これはやはりもう一度検証する必要もあるのではないかと思います。

最後の砂の美術館につきましては委員長から言っていただきましたが、今年度入館者は増えました。何年も減ってきた中で V 字回復できたというのは少し効果があったのかなと思っております。ただプロジェクトマップは実は 1200 万くらい掛けて年末にやりました。これはもともとやる予定ではなかったんですが、やはりお客さんを伸ばさないといけないという中で、市が負担をして行ったところです。費用対効果か

らすれば少し高い事業とはなったんですが、ただやはり集客するというところに大きな意味がありますので、その部分はしっかり考えていかないといけないところです。それから先ほど言われたモアイ像のようなもの、これは経済効果が大きいのでどんどん開発して伸ばしていく。気高の方に作っているところがあるんですが、こういったところとタグを組みながらもっともっとやっていくことが大事なのかなと思います。あとは先ほど子供目線というのが全くないというお話がありましたが、実は砂の美術館というのはその時々世相を反映してテーマを決めています。検討委員会というのがありますのでその中でしっかり議論していますが、例えばオリンピックとかワールドカップとか、ただその時の世相で国を選んでいるだけの話なので、もっと抜本的に変えるという斬新なご意見だったなと思っております。こういったこともどんどん出していただけたらなという風に考えております。

本日は我々だけで回答できずに申し訳ございませんでした。いただいたご質問等は担当課の方にしっかり伝えて、当日にはお答えできるようにさせていただきたいと思っております。

今日はどうもありがとうございました。

5. 閉会

山下恭史委員長：

はい、ではこれで、第4回の鳥取市行財政改革推進市民委員会を終了いたします。次回は3月の下旬ということで、年度末でお忙しい方もいらっしゃるかもしれませんが、また事務局の方から日程調整させていただいて、担当課の方も出てきていただけたということなので、議論がより進んだり深まったり、あるいは新たな展開も期待できると思います。是非私たちも勉強してより良い議論をしていきたいと思っておりますので何卒よろしく願いいたします。それでは今日はこれで終わります。ありがとうございました。
