

## 会 議 録

会議名	平成25年度 第3回 相模原市経営評価委員会		
事務局	企画部 経営監理課		
開催日時	平成25年9月24日(火曜日) 午後6時00分～午後8時00分		
開催場所	市役所本庁舎 本館2階 第1特別会議室		
出席者	委員	出席委員10人(別紙のとおり)	
	市	18人(高齢者支援課長 他17人)	
	事務局	5人(経営監理課長 他4人)	
公開の可否	公開可	傍聴者数	1人
公開不可・一部不可の場合は、その理由	/		
会議次第	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 傍聴者確認</li> <li>2 議事 <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 事務事業評価に係る2次評価ヒアリングについて</li> <li>(2) その他</li> </ul> </li> </ul>		

主な内容は次のとおり。

- 1 傍聴者確認
- 2 議事
  - (1) 事務事業評価に係る2次評価ヒアリングについて
  
  - (2) その他
    - 次回委員会開催日程の調整を行った。

(以下質疑応答・意見交換 委員の発言、事務局の発言)

(1) 事務事業評価に係る2次評価ヒアリングについて

ヒアリングについては、事前に頂いた質問への説明後に、再質問を一問一答形式で行う。

【高齢者大学運営事業】

1 講座内容をネット上で学習する方法等の検討について

動画やネット上の学習方法は承知しているが、あじさい大学の目的は、初歩的な学習の場の提供と生き甲斐づくり、最大の目的を仲間作りとしているので、集めて講座を開催している。

また、受講できない方の対策として、公開講座を3回程度開催している。

2 緑区西部地区への対応について

平成20年度に相模湖地区において、当時人気のあった書道の学科を予定したが、20人の募集に対して、1人の応募であった。

また、津久井地区においても、健康に関する講座は48人の募集に対して、6人の応募であった。

こうした状況から高齢者大学運営委員会の意見を伺い、多数の市民の方が集まる駅前や公共施設で開催している。

3 希望者が多い講座への対応について

学科については、運営委員会の意見を伺い見直し等を行っている。

パソコン教室は、23年、24年、25年で1つずつ講座を増やしており、その時代にに応じて人気の学科を増やしている。

講座の応募状況や受講者へのアンケートにより、講座の構成には努めて行く。

4 OB会の活動場所などの支援について

昭和56年から事業を行っており、平成24年度末で180団体のOB会が結成されている。

OB会は、自主的に生き甲斐活動、仲間づくりをしているもので、市としては、活動の場所の相談や団体の繋がりなどの側面的支援をしている。

学校の空き教室については、相談を受けた場合に教育委員会を紹介するなどの対応が考えられる。

5 受講者の費用負担の現状及び今後について

平成15年度の受益者負担の在り方の基本の方針を踏まえ、平成17年度から6,000円、その後3年ごとに委員会の意見を伺い、6,000円を継続している。

当時は、受講生の意見を伺い、概ね8割の方が受講料を出しても受講したいとの希望があり、平成17年度から6,000円の負担をいただいている。

今も受講生から不満の声も無く、受益者負担の観点から適正であると考えている。

平成24年度に受益者負担の在り方の基本方針を出しているので、今後、方針に沿って、受益者負担額を検討して行く。

## 6 講座に対するニーズの把握について

受講生にアンケートを行い、その内容でニーズを把握し、運営委員会に諮りながら市が決定して行く。

### 質問

津久井地域で2回講座の開催を予定したが、参加者が少なかったとのことだが、ニーズはあると思うので、検討をお願いしたい。

ご意見として、運営委員会に諮りながらニーズに沿って検討して行きたい。

費用負担について、6,000円の妥当性について伺いたい。

PC教室などは、民間の教室もあるが、競合について教えてほしい。

平成15年の方針で、福祉的サービスの度合いが強いものは、3割程度の負担が妥当であるとの市の方針があり、この事業は概ね2千万円の事業費で、受講者の1,000人で割ると2万円となり、その33%ということで、概ね6,000円となる。

民間との比較というより、市の方針に沿って設定している。

価格の設定については、方針に沿って設定したと理解した。

民間でも同じような教室を行っているので、そこの競合についても考えていくべきではないか。

あじさい大学については初歩的な内容と生き甲斐づくり、仲間づくりが主眼であるので、比較はしたことがない。ここで見直しをするので、民間との比較も検討して、新しい負担は決めて行きたいと考えている。

昭和56年度に開始しており、市が当事業に係わる必要性について、時代とともに変化して行く部分もあるのかと思うが、どのように考えているのか。

直営で行っているが、運営の仕方を民間のノウハウを活用した。

この事業は、大変人気が高いのでキャパシティの問題と全員に受けていただく方策が課題であるが、継続はしていきたいと考えている。

継続という形で拡大を考えているのか。

拡大をして行きたいが、限られた財源と人員で行っているので、人気、不人気などのニーズを見ながら少しずつ増やして行きたい。

学校の空き教室を利用している事例はあるのか。

学校の空き教室の利用は難しいので、他の場所を案内するのが現状である。

現在は、学校の空き教室はないのではないかと。

そのとおりです。

体の不自由な人や遠くて行けない人のために、動画やインターネット等で受講できるような方策を考えてほしい。

今後は、インターネットを通じた学習の機会が増えて行くと思うが、現状では、紙や口頭で説明してほしいとのニーズがある。

今後は、団塊の世代が高齢になる中で、インターネットを活用した学習の方法を事業の拡大に合わせて検討の考え方も出てくると考えている。

パソコン教室の受講者のほとんどは、インターネットでの宿泊の予約や経路の検索、メール程度の学習を求めている方が対象と考えている。

初級の初級を教える民間は少く、60歳代は自分で覚えることもできるので、70歳代を対象に事業を拡大してほしい。

#### 【成人歯科健康診査】

7 口腔がん検診のキャンセルを補欠等で対応ができないか。

10日前までに、キャンセルが出た場合は、再抽選を行っている。

事前に問診票を送付するため、10日前以降のキャンセルは、問診票をお送りできないので対応していない。

今年度からは、当日のキャンセルを見越して、定員を65名にしている。

8 成果実績の受診率は配布件数に対するものでよいのか。

受診券は、年度当初に他の検診との一斉送付により、212,054件送付している。

成果実績の受診率は、配布件数でなく、健康診査対象者である40歳～74歳の人口を分母としており、334,923人に対して1.36%の受診率である。

9 口腔がん検診の受診率が低い原因と改善策等の検討について

胃がん検診が約7%と高い数値であり、口腔がんに対する意識が低いのではないかと思う。受診券の送付時に、定期健診を勧奨する文章を同封するなど、普及啓発を図りたい。

10 ブラッシングなどの改善指導等の方針について

歯科医師などの専門家のケア以外に、ご自身のケアが必要になる。

健診事業以外に、生活習慣予防教室の中で、歯に対する講義や実習、体験を歯科医医師や歯科衛生師が行っている。

成人歯科健康診査を受診された方には、「健口さわやかハンドブック」を健診結果と共にお送りし、ブラッシングのケアなどの周知を行っている。

1 1 口腔がん検診の実施人数は行政としてどう捉えているのか  
同じ40歳～74歳の胃がん検診は約14,000人受診しており、比較すると少ないと捉えている。

1 2 成果実績について

成果実績は、成人歯科健康診査受診率と口腔がん検診受診人数を上げさせてもらっている。

受診率や受診者数以外の成果指標は、8020運動の前段としてある6024運動という60歳で24本という運動もあるので、今後はこういった指標も客観的な状況を捉えることができるものとして、成果指標の一つの候補とすることも考えられる。

質問

正しいブラッシングを若いうちに身に付けないといけないと考えている。小中学校での指導など、予防に対する取組をお聞きしたい。

「相模原市歯と口腔の健康づくり推進計画」を策定中であり、妊娠、胎児期、乳幼児、学童、中学高校、成人、高齢の各ライフステージに応じた取組を考えている。

活動実績としてどの辺りを狙って行くのか。それに対しての活動の取組の改善という視点を検討していただきたい。

#### 【環境監視測定事業】

1 3 指導の際に管理対象ごとに管理指針を定めて実施しているのか。

事業者への立入調査については、環境法令に基づき毎年調査を実施していて、市域全体の判断基準として適合率で判断している。個別の指導については、基準に対する違反の度合いと繰り返しの度合いに応じて、口頭指導から文書による勧告までランクを分け指導を行っている。また、管理指針については行政が作成し、これを基に事業者を指導するものではなく、事業者ごとに施設に応じた管理マニュアルを作成して対応するものと考えている。

1 4 民間建築物のアスベストの対応方針について

平成17年に起こったクボタショックに対応するため、平成17年10月に相模原市アスベスト対策方針を策定し、市有施設のアスベスト対策など5項目の基本方針に沿って取り組んできた。その中の1つとして、民間建築物へのアスベスト飛散防止対策の推進について、吹き付けアスベストの除去等の指導、建物の解体時の飛散防止等の指導のほか、個人住宅の吹き付けアスベスト除去工事に対する財政支援などを定めている。

## 15 測定結果の情報提供について

測定結果については市のホームページに掲載し、随時更新している。

また、前年度の結果については、「相模原市の生活環境の状況」として、毎年6月に告示するとともに、「さがみはらの環境」という冊子にとりまとめ、行政資料コーナーで販売している。なお、これらの内容については、ホームページで見ること出来る。

### 質問

管理指針は事業者ごとに作成するものということだが、管理がずさんな事業者もいると思うので、事業者任せでよいのかと思う。

本市では、管理指針という明確なものは作っていないが、違反に対して、基準のオーバーの度合いにより、指導の内容を確定している。

事業者側が提出する改善計画に施設の管理に問題がある場合は、管理指針を作るよう指導をしている。

アスベストについても、飛散防止の観点から、解体工事をする場合は、市が事前に解体の状況を確認し、解体している最中に周辺でアスベストの調査をして、飛散がないことを確認している。

事前の立入調査では、調査票にチェック項目をプレプリントしてあるため、立入調査を行う人によってチェックミスがないよう対応はしている。

活動実績について、法令に基づき行っている事業だと思うが、市の取組として必要な部分や工夫していることはあるか。

ほとんどが法定受託事務で、市の裁量があるのは一部である。アスベストの調査は、相模原市独自で解体工事ごとに調査し、周辺住民の方への健康影響がないことを確認している。

また、ダイオキシン調査も、かつて相模原はダイオキシンが酷かったということで、マスコミ等にも取り上げられたことがあるため、焼却炉周辺では綿密な調査を実施している。

今後の取組の見通しはどう考えているか。

法定受託事務であるため、今後、拡大や縮小することは考えられない。

委託と市の役割分担について教えてほしい。

立入調査は市の職員が行っている。例えば、試料の採取は市の職員が行い、分析は委託業者が行っている。

指導を委託業者が行っているわけではないのか。

そのとおり

評価の効率性に機械の購入があるから民間委託をしていると書かれているが測定などの機械は市で持っていて、分析は委託業者が行っているか。

例えば、水を採取する場合は、柄杓と桶があれば出来る。この水を分析するときに機械がないと出来ない。そういった機械は市では持たずに機械を所有している会社に分析を委託している。

その業者は何社あるのか。

委託業者は、毎年、入札をして決めており、職員が採取した試料を市役所まで取りに来て、それを受け取り、分析を行っている。

業者は1社か。

1年間で1社である。

立入、分析を含めてこの1社が進めているのか。

立入は市の職員が行っている。

分析結果を基に市が指導するノウハウを持っているということによいか。

そのとおり

指導に繋げる分析をこの事業で行っているのか。

そのとおり

#### 【ニート・フリーター就労支援事業】

6月3日に「相模原市総合就職支援センター」をオープンし、市内の4つの就労支援機関が集約されたものになっている。ニート・フリーターを対象としている「若者サポートステーション」、個人的な支援をする「パーソナル・サポートセンター」ここまでがニート・フリーター関連である。職業相談、職業紹介の国の機関「ハローワーク」、相模原市独自で無料職業紹介事業として展開している「市就職支援センター」が橋本のシティ・プラザはしもとの6階にオープンした。

これを踏まえて事前質問にお答えする。

#### 16 事業費が増加しているが制度的に変更があったのか。

平成24年度から新たに内閣府モデル事業である「パーソナル・サポート・サービス事業」に取り組み平成24年度の事業費は増加した。このモデル事業は、平成24年度に終了したが、平成25年度においても市単独事業として支援を継続した中で、総合就職支援センター内で連携強化を図っている。

#### 17 若者キャリア開発プログラムの内容について

若者サポートステーションで取り組んでいるキャリア開発プログラムは、専門的なパソコンスキルや簿記知識の取得など直接就職に役立つメニューでなく、社会への適応力や就職への不安を払拭するための講座や就労体験などとなっている。このプログラムを通じ、社会生活での困難に立ち向かえるよう就職観の醸成、意識改革を図っている。

#### 18 進路決定できなかった人へのフォローについて

若者サポートステーションにおいて、就労相談を半年程度受けた若者が就労に結びつく割合は約1/3となっている。それ以外の者に対しては、継続してカウンセリング等により支援を行っている。具体的には、なぜ就

職ができなかったのかななどの課題を洗い出し、その対応策を考えるなど、きめ細やかなカウンセリングとなっている。

#### 19 総相談件数に対する就職率を成果実績に掲げるべきではないか。

成果指標は、本来、サポートステーションで扱っている相談実人数からみた就職者の割合で示していく必要があると考えているが、設定当初、国では実相談数が公表されていないことから、公表されている新規登録者数と就職者数の割合により成果実績を設定した。また、このことにより全国にある160のサポートステーションとの比較ができる。

現在も、実相談数は国では公表されていないが、今後、目標設定を掲げる際に、本市独自に実相談数を示していくのか検討して行く。

#### 20 IT関係の講座を受けても会社で使えないとの声もあるが

パソコン講座はこれまで操作したことのない苦手意識をもつ若者を対象に、基本的な操作ができるまでを目指している。パソコン操作を覚えることで自信を深め、関心をもち、就職に向けた新たなステップにつながるなどの効果も出てきている。平成24年度の講座参加者数は35名で、ニーズは高く、今後も参加者の意識、効果を十分見極めながら事業を実施していく。

#### 21 ニート・引きこもりの教育関連機関との連携について

教育機関との連携では、就労支援機関や教育機関等で構成される「子ども・若者支援協議会」において、ニートや引きこもりの支援について、情報交換を行っている。また、年に1回、県教育委員会が主催して市内で開催される「不登校相談会・進路情報説明会」において、若者サポートステーションの紹介を行うなどの不登校の生徒や保護者、高校中退者等に対し、早期に支援が受けられるように連携を図っている。

#### 22 厚生労働省の「わかものハローワーク」との調整について

フリーター等を対象にした「わかものハローワーク」は、対象者の多い東京（渋谷）、愛知、大阪の3か所に設置され、位置的にも遠いことから直接的な連携は図っていないが、平成25年6月より若者サポートステーション、パーソナル・サポート・センター、市就職支援センター、ハローワーク相模原（職業紹介・相談機能のみ）を「市総合就職支援センター」に集約したことで、厚生労働省の施策と一体となった就労支援を実施している。具体的には、フリーターの相談者が若者サポートステーションを利用しながら、同じ施設内にあるハローワークの求人検索機から全国の求人情報を検索できるようになっている。

#### 23 ニート・フリーターで雇用への理解・協力の課題等について

市内企業との連携は重要であり、現在、就職活動へのステップにしていくことを目的に、市内事業所で職場体験を実施している。協力事業所は、



毎年増加傾向にあり、ニートやフリーターに対する理解は深まってきている。しかし、業種としては福祉関連機関や公益法人などに偏りがあることから、より多様な業種の事業所の協力が必要と考える。

2 4 幼少期の生活環境など根が深い問題である。根本から取り組むべきニート・フリーターは、根が深いとのご意見としていただく。

2 5 対象者の把握、掘り起こしの工夫について

引きこもりは把握が難しく、積極的な情報発信が大事と考えている。対象者への周知は、市 HP、広報、パンフレットの配布等により行なっている。あわせて医療機関や福祉機関などでパンフレットを配架している。対象者の把握では、若者サポートステーションの相談員が高校等へ出向き、校内で生徒からの相談を受ける「学校連携事業」を展開しており、学校を通じ進路等の悩みを抱えている若者の掘り起こしを行っている。

2 6 両事業で重複する部分はあるのか

若者サポートステーションやパーソナル・サポート・センターでは、仕事も通学もしていない若者などを主な対象とし、職業的自立をめざし、キャリアコンサルタント等による専門相談や職業体験、さらには対象者が抱えている困難に対し、関係する支援機関へ誘導・同行しながら解決を図るなどの自立に向けた支援を行っている。また、無料職業紹介事業では、若者や生活保護受給者など就職困難者を対象に、就労に向けた個別カウンセリングなどを行うとともに、職業紹介を行っている。

2 7 担当課と委託先の役割分担について

若者サポートステーションは、厚生労働省の委託事業であり、国が人件費、管理費等を負担し、その他事業に係る経費は市が負担している。運営は、委託先（NPO 法人）が行い、市と協働事業という形で進めている。なお、プログラムの内容は、市と委託先が協議しながら企画して、委託先が実行している。

#### 【職業紹介事業】

2 8 スキル取得のための講座の内容と満足度、効果の把握について

平成 2 4 年度では、「就職活動に役立つ面接講座」や「正しい敬語を学ぶ講座」など就職活動において役立つ講座を 8 回実施した。講座に対する満足度や効果については、その後のカウンセリングの中で、直接、カウンセラーが参加者から把握している。

2 9 職業紹介事業で、雇用の理解、協力の課題等について

就職支援センターでは、求人開拓員 3 名により、職業紹介先となる市内事業所を開拓している。収集した求人先についてはセンター登録者の中から、求職者のニーズにあわせ、紹介している。求人申込件数の推移を見る

と、H23年度の745件からH24年度は938件と約200件増加しており、本事業における企業側の理解・協力は得られているものと認識している。

#### 質問

市と国の事業の違いはあるのか。

総合就職支援センターで言えば、ハローワークが国の機関になり、求人情報など、全国の情報が見られる。

市で独自で行っている職業紹介事業としては、就職支援センターで行っている無料職業紹介事業を展開している。これは、就職に結びつかない人にキャリアカウンセリングを行い、職業を紹介している。ニート・フリーターについては、若者サポートステーションは、基本的に国の事業で、市が事業に係る経費を出すことになっている。パーソナル・サポートセンターは、昨年までは、国のモデル事業として行っていたが、今年からは市の単独事業である。

ハローワークもキャリアコンサルタントのような業務もやっていると思うが？

相談業務を行っている。

市の就労支援センターは市の求職情報のみ扱うのか。

就職が困難な方々の求人開拓を行っている。難しい方々だと承知の上で求人登録をしている。カウンセラーはこの就職先をベースに利用者に合った就職先を見定め、紹介して行くことになる。市の就職支援センターはハローワークより情報を持っていないが、企業側の姿も見え、利用者側の意向や考え方も見え、双方を見据えながらマッチングできるという点できめ細かく行えていると考えている。

ハローワークが同じフロアにある中で重複しているのではないか。

基本的にハローワークは、自ら仕事を探しに来る方をベースにしている。

就職支援センターは、自分がどういう分野に向いているのかわからない、何度受けても失敗するなどのカウンセリングを行い、適正を見つけて行く業務も行っている。予約制の個人面接型でよりきめ細かく行っていると考えている。

就職支援センターは引きこもりの方が対象なのか。

引きこもりの方は、若者サポートステーションやパーソナル・サポート・センターでサポートして、ある程度就労意識が高まってきた段階で、市の就職支援センターが就職に向けたサポートをしている。

総合就職支援センター全体として、効率性とか有効性とかは考えないのか。

ベースは個別の機関の役割を実施する。就職支援センターに来られた方をハローワークの全国の情報を紹介するなどの繋ぐということがある。こういった事例が3ヶ月で155件あり、連携効果や同じフロアにあるということで相乗効果が生まれている。連携方策でイベントや新しい事業を検討していきたい。

若い人のつなぎを円滑に行っているのか。

月に1回、市を含め各機関で情報交換を行い、課題、問題点を洗い出し、課題があれば解決して改善していく取り組みも行っている。

外国人の支援窓口が省かれているが、ニーズがないとの判断なのか。

外国人のニーズも一定規模あると認識しており、簡易な相談はこのセンターでも対応できるが、専門的な相談は中央区のハローワークが外国人関係を行うことで役割分担をしている。

就職支援センターの予約の状況は

1つ1時間枠で、相談を受けてから次回は1週間から2週間後になる。

基本的に午前8時30分から午後5時まで埋まっているのか

カウンセラーの日程に合わせた形になるが埋まっている。

利用者はカウンセラーに張り付いているのか。

同じカウンセラーを希望することも、違うカウンセラーでも対応できる。

信頼関係が大切で、就職した後の定着に向けたフォローアップも必要なので、同じカウンセラーの方が効果も上がると考えている。

#### 【観光協会の組織・機能の強化支援】

##### 30 相模原市にとって観光強化の必要があるのか

本市は、他の政令市に比べ知名度が低く、ブランディングが必要であり、その一助として観光が果たす役割はシティセールスの一翼として重要である。

観光振興計画の重点施策として、シティセールスの推進を位置づけていることもあり、観光の分野は非常に重要と認識している。観光は旅行業、宿泊業、運輸業、飲食業と裾野が広い産業で、経済効果も高いと認識している。

平成23年から24年に約330万円の事業費が増加しているが、本年3月1日に観光協会を任意組織から法人化しており、1ヶ月分の事業費、人件費と仮設事務所を2月1日から2ヶ月間開設する経費で増額した。

##### 31 観光や特産物もないのに強化する意味があるのか

団体で観光地を巡るスタイルから個々のケースで体験、交流できる観光スタイルが求められている。

合併により、水源地域の豊かな自然と観光資源を有することになり、観光資源、自然、野外体験、交流事業等を連携させた有機的な観光事業の展開が求められている。

##### 32 観光協会の法人化の必要性について

本市の観光協会は3月1日に法人化した。

アンテナショップ「sagamix」の開設も一つのきっかけになる。

他の市が法人化しているという理由でなく、知名度が低いことから都市のブランディングが必要で、そのために観光の果たす役割が大きい。

観光振興計画において、市民団体や民間事業者、関係団体の協働のもと、実現に向けた具体的な施策の実施主体として、相模原市と相模原市観光協会が、連携して推進していく必要がある。

法人化する前は、商業観光課の職員が全ての事務を担い、組織的にも脆弱であった。

行政組織と協会組織を分離して、それぞれ持つ役割を特化させ、業務の合理化、組織力の強化、機動性の向上が図られ、シティーセールスを踏えて、民間ノウハウによる情報発信力の向上、専門性を持った観光振興が法人化することで期待できる。

旅行会社などの民間経験者に専任の職員として担った方が、行政の役割、民間の役割をうまく分離して、観光情報や本市の特産品情報が充実し、観光サービスや利便性の向上など、さらなる市民サービスの向上につながるということを目指して法人化した。

3 3 資源を掘り起こし、リピーターを獲得することで、豊かなまちづくりに通じると思う。  
ご意見として受ける。

#### 3 4 観光振興に関する方針・考え方について

相模原市は、津久井地域と合併して、旧相模原市域の都市固有の景観や賑わいを楽しむ都市型観光に加え、津久井地域の自然、文化、歴史、観光、レクリエーションの多様な地域資源を生かした新たな観光交流を創出することが出来るようになった。

こういった観光資源を活用して交流人口の拡大による地域の活性化を促し、魅力的な都市の形成を目指して行くことが、観光振興に関する基本的な考えである。

#### 3 5 各観光協会間の関係について

津久井地域に4つ（津久井、城山、相模湖、藤野）、旧相模原市域で4つ（新磯、麻溝、水郷田名、大島）で、市内に8つの地区観光協会がある。

もっとも古いのが水郷田名の観光協会が相模原市の観光協会が設立する前に組織されていた。

地区の観光協会は、市の観光協会の一会員として加入している。

地区観光協会間で情報交換、双方の連携、交流を図りながら各地域における観光振興に努めていただいている。

将来的には、整理、統合ということも考えられるが、各協会の設立の経緯、歴史、実績や地域特性を考えると一律に統合するというのは難しいと考えている。

統合については、時間を掛けて慎重に検討すべき事項だと考えている。

## 【観光情報発信事業】

36 観光として何を狙っているか伺いたい。

余暇の過ごし方の多様化に伴い、従来の名所、旧跡などの観光資源だけでなく、都市としての魅力に加え、自然や地域の人とのふれあいを求める着地型観光への嗜好が高まってきている。

本市では、おもてなしのこころがあふれ、個性が光る地域づくりを行うことで、まち、自然、文化を奏でる観光交流都市を目指している。

地域の人とふれあい、地域の特徴や歴史、特産物を現地に行って、発掘する着地型の観光資源が津久井地域にたくさんある。

新相模原市観光振興計画では、観光の交流人口と地域経済の波及効果の拡大を図ることを目標にしており、目標数値として、平成31年度の交流人口1500万人を目標している。

また、一人当たりの観光消費額は、千円を目標にしており、平成21年度から目標を達成している。

37 他市の事例で参考としたことは

相模原市にゆかりのある商品を取り揃えて、イベント情報、観光情報を発信する「saganix」を相模大野に3月15日からオープンした。

物産やイベント、観光施設など市内に点在する観光資源を集約し、有機的につなげていくことが必要であり、「sagamix」が担っている。

市内にアンテナショップを置く事例は、宇都宮に「宮カフェ」があり、他にはなかなか見られない特徴のある店舗を開設したところである。

### 質問

市がこういった形で観光協会に係わっているのか。情報発信のところでは、アンテナショップの補助事業だけ市が係わっているのか教えてほしい。

大きく分けて観光協会は公益的な事業と収益的な事業があり、任意のときは公益的な事業のみ実施していた。

市の支援のあり方としては、自立することが最終的な目標であるが、法人化して間もないこともあり、指導育成していく団体として公益的な事業は市の補助を出している。

アンテナショップについては、収益事業としての位置づけで、その収益で人件費等を手当てしている。

公益的な事業とは、具体的にはPRでよいか。

基本的にはPRで、観光を発信するイベント等の実施事業やホームページを活用した観光情報の発信がある。PR事業、ポスターやマップの作成事業、ホームページの運営、観光の案内事業、菓子祭り、菊花事業などの収益を伴わない事業については、公益性がある観光をPRする事業だと捉えている。

目的が交流人口を増やすということは、相模大野にショッピングに来ることも一つの観光になると思うが、PRの中で観光とはどのように捉えているのか。

昔は、旧所、名跡を見に来るのが観光であったが、今は、見るだけでなく、住んでいる人、地域そのものを観光として捉える見方が広がってきたと考えている。

アンテナショップについては、市の特産品を集約して、PRをしながら買っただけのもので、観光振興のための店舗であると考えているが、ショッピングについて、商業の活性化に繋がっていくと思う。

特産品などの観光の目玉を思惟的に作るのではなく、現地に買っていただくと言うことで、一つ、二つ相模原の特産品として大々的にPRはしないということによいのか。

両方の要素がある。津久井にはいろいろな特産品があるが、相模原市民にも浸透していないのが現状である。相模大野に津久井の特産品も含め相模原の特産品を集中して、まず、知っていただくことが大きな目的である。

着地型観光としては、食だけでなく、土地の歴史や人を体験してもらう。体験の中には、特産品も入ってくるものと考えている。

緑区の西の方は、現地集合、現地解散するには交通の便が悪い、行っていただくことが大事なので、知恵を出して考えてほしい。

メニューについては、観光事業者と連携して作っていくが、交通の部分はネックになる。バスで行くにしても例えば、橋本を発着にして津久井を巡ってもらう方法もあると思う。ただ、西の端の方になると鉄道も通っていないことが大きな課題になると思う。そういうことも含めて考えていかなければならないと思っている。

来訪の観光客の人数が出ているが、市外、市内を合わせたの人数と考えてよいか。

合わせたの人数である。

対外的な認知度はどのようになっているのか。

施設に日を決めて、何人来て、どのくらい消費したかを何日かカウントする方法があるが、どこから来たのかは把握できていない。

外国人の来客もカウントできていない。

県内や都心からの方々が多く、遠くから相模原に来てくれる人は少ない。

比較的近い所から来て、滞在時間も短いというくらいしか把握していない。

## (2) その他

次回については、10月10日午後6時から開催する。

相模原市経営評価委員会委員名簿

氏名	所属団体等	出欠
山口 由紀子	相模女子大学教授	出
川崎 一泰	東洋大学経済学部教授	出
出雲 明子	東海大学准教授	出
霧生 卓	公認会計士	出
田所 昌訓	相模原市自治会連合会	出
長谷川 光明	相模原商工会議所	出
大島 浩之	公募委員	出
西村 初代	公募委員	出
芳賀 貞江	公募委員	出
安田 隆春	公募委員	出