

伊勢原市総合戦略推進会議（第3回）会議録

〔事務局〕 企画部経営企画課

〔開催日時〕 平成27年9月2日（水）午前10時00分～午前12時00分

〔開催場所〕 伊勢原市役所 3階 議会全員協議会室

〔出席した委員〕 13名

小崎 敏 男（座長）  
荒木 淳 子（座長職務代理）  
小薄 宏 三  
笠原 浩  
川副 正 教  
熊沢 学  
西郷 公 子  
佐藤 清  
篠崎 文 一  
菅谷 裕 子  
原 昭 智  
引田 道 人  
吉池 沙 季

〔欠席した委員〕 3名

魚見 なつみ  
大谷 健 治  
辻 敦 史

〔事務局〕 7名

宍戸 晴 一（副市長）  
武山 哲（副市長）  
志村 功（経済環境部長）  
山口 清 治（企画部長）  
黒石 正 幸（経営企画課長）  
熊澤 信 一（経営企画課副主幹）  
飯嶋 智 雄（経営企画課主事）

〔公開可否〕 公開

〔傍聴者数〕 1名

《議事の経過》

1. あいさつ

2. 議 題

(1) 「伊勢原市人口ビジョン」及び「伊勢原市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定について

3. その他

(事務局)

それでは、定刻となりましたので、第3回の伊勢原市総合戦略推進会議を開催させていただきます。会議が円滑に進行するよう、皆さまのご協力をお願いいたします。会議開催にあたりまして、本日、傍聴の方が1名いらっしゃいます。傍聴人の方にお伝えいたします。お手元にございます「傍聴を希望される方へのお願い」をよくお目通しくくださるようお願いいたします。会議が円滑に進行するよう、皆さまのご協力をお願いいたします。

それでは、本日の委員の出席についてですけれども、お手元に出席者名簿をお配りしてございます。3名の方から欠席のご連絡をいただいております。2番目にございます市民公募の魚見さん、それから農協の大谷さん、辻ファーム代表の辻さん、3名の方が所用のために欠席というご連絡をいただいております。また、神奈川新聞の西郷さんにつきましては、少し遅れるようなご連絡をいただいておりますので、後ほどみえられるかというふうに思っております。

また、市の方の出席でございます。本日、事務局の他に、宍戸副市長、それから武山副市長、ならびに、まだみえておりませんが、関係部署であります志村経済環境部長に出席していただくことになっておりますので、よろしくようお願いいたします。

それでは、まず、会の開催にあたりまして、小崎座長より一言ごあいさつをお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

(座長)

おはようございます。皆さん、お忙しい中お集まりいただき、どうもありがとうございます。今日は第3回ということで、だいぶ話も煮つまってきているとは思いますが、今日もどうぞよろしくようお願いいたします。

(事務局)

それでは、本日の会議ですけれども、12時までをめぐりに開催したいと思っておりますので、皆さまのご協力をよろしくお願いいたします。

ここからは、会の議事進行につきまして、小崎座長にお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

(座長)

それでは、早速、次第に入りたいと思います。

それでは、事務局の方から、「伊勢原市の人口ビジョン」及び「伊勢原市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定についての説明をお願いします。

(事務局)

—資料について説明—

(座長)

どうもありがとうございました。

これから、市がお示したところの基本目標の素案で目標が4つあるというところで、時間が限られていますけれども、20～30分ぐらいで一つずつ少し見ていこうと思います。それでは、目標の1番目、いわゆる産業の話ですけれども、これに関して意見をお聞きしたいと思います。まず、関係者の意見を集中的にお聞きして、それから皆さんで議論したいと思います。A委員は産業界の代表というかたちですので、1の産業のところに関して何かご意見があればお願いしたいと思います。

(委員)

4ページの施策②と③に関するのですが、日経新聞に地方創生のことが書かれていまして、「金太郎飴」という言葉を使いたくなるのですが、商業に関する振興というのは、「伊勢原だからこうなのだ」というよりは、全国的にいえることが書かれているのではないかという気がします。

5ページに関しては、伊勢原特有の経済活動に応じたことが書かれているような気はするのですが、たとえば、空き店舗の活用とか、経営改善支援というのは、むしろ、駅周辺は結構空き店舗が少なくなっている状態で、お店を住宅に変えて店舗になっているところが少し残っている程度で、店舗を探している人の方が増えてきているのではないかという感覚が私はします。

ですから、大山地区でこれから観光産業を伸ばしていこうというのであれば、大山の参道で空いているところで新たにそこで商売をやりたい人を結び付ける

ような施策、空き店舗施策なんていうのはこれから力を付けていくであろう観光産業で行っていった方がいいのではないかと。

あと、空き旅館対策。今、伊勢原の宿泊者数が少ないというのであれば、空き旅館というのも出てきているでしょうから、賃貸業の人に旅館経営を斡旋したりといった施策を打ち出した方がいいのではないかと、話を聞いて思いました。

あともう一つ、5ページの方ですが、伊勢原の観光地を大山と日向に限定しているような書き方に見えます。県の施策を見ると、これが地域にあって地域資源を観光地化していこう、新たな観光として磨き上げていこうなんていう施策が実際に県のランドデザインから読み取れる部分もございまして、外国人観光客は何に興味を示すか分からないということもあります。

たとえば鎌倉ですと、極端に台湾の観光客が多いのですが、よくよく調べてみると、お寺ではなくて、アニメのバックにたまたま江ノ電の駅だったと。そこに押し寄せる観光客が非常に多くなっているという事例がある中で、やはり大山と日向に限定するのではなくて、市内にある今の資源がどういった見方をされるのか。現時点の段階では地域を限定せずに、市内どこからでもそういった場所が出てくるのではないかということ想定して、見込客数や外国人観光客数は、市内全体でこれだけ上げていこうという目標を立てた方がいいのではないかと感じております。

あと、伊勢原の強みとして、大学の施設がたくさんあります。産業能率大学や東海大学といった既存の学部がある大学はもちろんですし、それ以外にセミナーハウスや合宿所も多くあります。そういうところに来た学生にもっと、せっかく伊勢原に来てくれたのだから、たとえば半日かけてこういったところを体験できます、観光できますといったアプローチをすればいいのではないのでしょうか。セミナーハウスに来た学生は、普段学校に通っているところとは違うところに来ているでしょうから、そういったところにアプローチしていくのも、大学生を絡めた観光施策としては有効ではないかと感じております。

(座長)

どうもありがとうございました。それでは、次に、B委員の方から、少し意見をいただきたいというふうに思います。

(委員)

はい。資料を拝見しました。ありがとうございました。かなり明確にいろいろなことを示していただいております、非常に分かりやすいと思ったことがまず第一の印象でございます。ただ一点だけ、1ページ目ですが、1ページ目の下段

の（２）の「魅力の効果的な発信により、多彩な人の流れをつくる」と。おっしゃっていることはそのとおりだと思うのですが、下から４行目の後ろに、「交流から定住への好循環につながる」とあります。しかし、私は、ここに来るといふことと住むといふことは別次元のことだと思っておりますし、観光に訪れたからといふて、それがすぐ住むといふことにつながるとは思っていません。ですから、そこは切り離してしっかり考えて、人を呼べば、認知度を上げれば来るといふことは少し違ふのではないかと思ひます。

あくまで定住をしていただく、住んでいただくといふのは、他の、たとえば医療や学校や職住近接の話といつたところが、皆さんも考えればオーソドックスに「住む」といふ非常に基本的な感情になると思ひるので、交流をすれば定住につながるといふのは少し違ふといふところがあります。そこは明確に分けて考えた方がいいかと思ひます。

私は観光の人間なので、観光は本当に外貨を取るためといふところに割り切つて位置づけて、かつ、伊勢原の特色を出すといふところで、定住は、子育てとか、医療とか、住むとか、働くといふふうに分けてしまつた方がいいのではないかと思ひます。

（座長）

どうもありがとうございました。あとは、金融関係の方から少し意見をいただきたいと思ひます。Ｃ委員、どうでしょうか。

（委員）

はい。そもそも「まち・ひと・しごと創生」とよくいわれます。語呂がいいから「まち・ひと・しごと」の順番になるのかなと思ひますが、私はやはり「しごと」が地域の活性化には最優先になるのではないかと思ひております。金融機関の委員の言ふことですが、前回もお話をいたしました、人口が減少していくといふ前提の中でまちづくりやひとをどうするかといふのは、今までとは同じことをやつては難しいと思ひます。今、問題になっている事業承継とか、わりと早めに着手できる、手が打てるところを戦略として少し重点を置いていただく方がよろしいと思ひます。

もう一点、金融界の委員といふことではなく個人的な意見です。今、お話ししたのは短期的にすぐ着手できるものであつて、もう一つは、伊勢原は農業分野が発展している地方だといふ認識を私はしているのですが、今日は、辻ファームさんや農協さんが残念ながら欠席されていらつしやいますけれども、個人的には農産物のブランド化を図る。時間がかかるかもしれませんが、工業・商業・農業・観光のうち、もしかすると、優先的にやるのは、農作物など

のブランド化を図って地域の活性化につなげるところが必要なのではないかと  
思っております。以上です。

(座長)

ありがとうございました。D委員の方から何かあればお願いします。

(委員)

商業の振興のところの経営支援とか、それから空き店舗の活用というのは、  
私のところは信用金庫ですので、もともとこういう細かいところは得意な分野  
でございます。空き店舗に関して、たとえば伊勢原市の方で認定を受けていた  
だくとご融資の金利を引き下げるといった商品も、うちの方では実際にいくつか  
ございます。

伊勢原もそうですし、近隣のところではやはり商業の力がだいぶ弱くなって  
います。それから、製造業に関しましては、こちらの方がなかなかうまく進ん  
でいないというのが現状でございますので、今挙げていただいているのですが、  
われわれができるところは協力していきたいと思っていますので、いろいろな  
細かな施策を作っていただければと思っています。

それから、今、C委員からお話があったとおり、伊勢原は調整地域が多いと  
いうことが発展の妨げになっているのかなど。昨日の広報に、そちらが調整か  
ら一部外せるという記事が載っていました。そういうのをもう少し促進してい  
ただいて、座長が前に言われたように道路網の整備をしていただいて、住みよ  
い環境を早急につくっていただければ、定住もある程度図っていただけるかた  
ちでいい町になるのではないかと思います。

(座長)

どうもありがとうございました。それでは、他の委員の方から意見があれば  
お願いします。

(委員)

私はものづくりをやっているのですけれども、新しい企業の誘致というのは  
当然重要で、先ほど土地の話もありましたけど、新しい企業を誘致していくこ  
とはもちろん非常に重要だと思います。しかし、実際に周りを見ていると、誘  
致を図るのですが、企業はどんどん閉じていく、統合していくということがあ  
ります。そのときに、今あるところを拡大するのか、やめているのか。既存の  
ところに対する方策もなければ、新しいところが来るのはいいのですが、出て  
いく方が多くなるということが実際にあると思います。

一時期、神奈川県は企業誘致をかなりやっておられました。そのときにはいくつか成功しているのですが、過去を見ていると企業がどんどんいなくなっている。その後に対するそういう方策が必要だと思います。

(座長)

企業誘致の後のアフターケアが重要だということですね。他にはどうでしょうか。

(委員)

企業誘致の件について6ページにいろいろ書いていますが、企業の土地だけでなく、働く方々の住む場所をどこまで支援してあげられるのかというところがセットになっていないと、人口を増やすというところにはなかなかつながっていかないので、住宅支援という部分がここにも入ってこないとまずいと思います。確かに9ページに、「市内の生活環境を整えて」というところで書いてはいるのですが、セットになっていないとまずいという感じがしましたので、ぜひそのところをお願いします。

もう一つ、われわれ組合関係で言いますと、介護や育児の関係の課題、費用などいろいろ制度を整理しています。その中で、今回の資料の中にもある「女性の活躍」というのがこれから法的に出てきたときに、われわれも女性委員ということで組合関係を含めて話し合う中で、壁になっているところがあります。保育所も当然そうですが、小学校に上がったときの学童保育というのがどうしても、預かってくれる時間が非常に決められていて、そのところで、活躍しようにもその「小1の壁」があるという声が挙がっています。

(座長)

今、学童保育は4年までですか。6年まで拡大されていますか。

(事務局)

6年までです。

(座長)

時間は5時までですか、7時までですか。

(事務局)

7時までです。

(委員)

延長を含めたところの話も出ていました。これは企業の対応ではなかなか難しいところがあって、そんなところも整理して、力を入れてアピールしてもらえるといいなど。そうすると、これからの次代のところで流れに沿っていけないのではないかと思いますので、そんなところをぜひお願いしたいと思います。

(座長)

どうもありがとうございました。他にはいかがでしょうか。今は、①の地域産業の振興のところを集中的に話をしたいと思っています。ページ数でいきますと、報告書の7ページまでです。どうぞ。

(委員)

今、女性活躍についてお話があって、保育所や学童の整備もありますが、もう一方で会社の働き方をもう少し柔軟にするとか、時間を短くするというのも女性の就労支援に特に関わると思います。企業側の意識も変えていったり、働き方も変えていくような施策を企業側が世に出せないかと思っています。

座長が挙げてくださいしている記事にもありますが、大企業が中心ですが、たとえば中小企業が、母親が子連れで出勤することを認めるですとか、農業もパートタイマーで女性を使っていくというふうに、もちろんできる範囲は限られていますけれども、女性の就労支援というときに、女性が企業に合わせるだけでなく、企業側が割り切っている程度女性ができる範囲の仕事を短時間でできるものを任せるというふうに、企業側も働き方の改革が必要ではないかと思っています。

ただ、それは国がやることかもしれませんが、伊勢原市が特徴を出すとする、市内の企業にそういう取り組みを促進するとか、埼玉県では、子育て期の女性が就労するときに、そういう女性のためだけの問い合わせ先があります。介護もそうですけれども、子育てをされていて限られた時間だけだけれども働きたいという女性と、市内の企業で、短時間でも働いてほしいところをうまくマッチングさせるような、サービスするのはすごく大変かもしれませんが、ハローワークみたいなところの相談窓口もそうですし、そういうものができる、市内の企業の人手不足も緩和されるのではないかと思います。

(座長)

どうもありがとうございました。基本的に、マクロの状態と、企業の置かれている状態が変わってくると思います。前回も一番最初に話したと思いますが、直近は分かりませんが、伊勢原市は失業率が非常に高い地域です。逆に

言うと、労働が余っている状態になっていますから、本当の都心で人手不足が本当に深刻だという地域とは少し違うような状況ではないでしょうか。

人手不足が非常に深刻であれば、われわれがそんなことを言わなくても、人材を獲得するために企業が知恵を出して、自分たちの働き方を変えていかなければ人材が集まりませんから、そういう指導メカニズムも働くと思いますが、現在見ているとそういう状況になっていないというのは、やはり、基本的に、マクロの状況を勘案しなければいけないというふうに思っているところです。

もう少し言いますと、一番最初の報告書を読んで思ったのは、1番目のところの言葉に「農業の付加価値向上」という言葉があります。これは、人口減少と絡めて言うならば、ここに一言も出てきていない言葉があつて、それは付加価値と共通しているもの、いわゆる「生産性」です。生産性をいかに上げていくかということは、人口減少の社会において最も重要なことで、われわれが知恵を出さないといけないところです。生産性という概念、あるいは言葉が報告書に一つも載っていないというのは、非常に私は違和感を感じました。

特に企業のところで言えば、高い生産性が高い賃金を生み出すということであり、それによって人が集まってくるという好循環が生まれてくるわけですから、生産性をいかに高めるかということ。そのところで、先ほども話が出ましたが、たとえば道路網の整備といったものが生産性と結び付いてきます。

あともう一つは、ロボットなんかもそうです。私の資料の高齢者のところの次のページの図7をご覧ください。これを見ると、頭の中によく入れておかないといけないのは、このままいくと2040年までに伊勢原市の生産年齢人口が、2010年と2040年を比較すると、15～64歳の人口、つまり生産年齢人口ですけども、これが3割減少します。65歳以上と0～14歳は減るのですが、65歳以上の人口が増えて、現在から2割増えることになります。つまり、生産年齢人口が3割減る。3割減るというのはすごく大きいことで、成長会計から言えば、他の条件を一定にすれば、いわゆるGNPが3割減るということになります。それでもって従属人口が2割増えるわけですから、結構大変な状況になるということをもまず頭に入れて考えないといけないということです。

それからもう一つは、一番最初の資料の2番目に出てきている「現状認識と課題」というところの2番目、「少子高齢化社会への対応」というかたちで少子化に関してうたっているのですが、多分後で議論になると思いますが、高齢化に関してはほとんど触れられていません。実は、これから問題になるのは、そこに書いてあるように90歳以上の人たちが今の人口の5倍になるということです。あと25年ぐらいで、90歳以上の人たちが5.5倍になるということをしちんと認識して対応していかないと、非常に困難な状況に直面するだろうということが考えられるということです。

ですから、もう少し「生産性」という概念、あるいは1番目のところに関しては、「産業の振興」というところは、基本的にはマクロの状況、たとえば失業率とか非正規の関係なんかも入ってくるので、なかなか縦割りで記述するのは難しい。いろいろなものがくっ付いてしまっている部分があるだろうと思います。

他にいかがですか。どうぞ。

(委員)

農業の話が出てきたので、私も農作物を扱う仕事をしておりますので意見を申し上げます。伊勢原市の農作物が、たとえば梨やぶどうのように、取れたそのままのもので価値があるものもありますが、お米に関しては付加価値が付いていない部分があります。それ以外の農作物を見ていますと、取れたままの新鮮な状態で販売するというのは、周りに消費者がいるからいいのでしょうけれども、それを加工して、農作物をブランド化するというのが県内の周りの市町村に比べると弱いのではないかと思います。

その前の資料3の2ページの(2)の「ミシュラン2つ星の」のところ、「広域観光の推進」と「他産業との連携」が消されていますが、もし多くの観光客が訪れてくれるのであれば、そういった方へ伊勢原のブランド化された農作物を結び付けるというのは非常に有効だと思います。たとえば、ロマンスカーに観光客を乗せてきて帰すというものがあると思うのですが、伊勢原からロマンスカーで帰るのあれば、帰りに、伊勢原でできた農作物をアピールする。ロマンスカーというのは座席に座って、食べながら、見ながら過ごす乗り物ですから、そういうものをPRできるいい機会、そういった伊勢原のブランドをそういう人にじかに手渡して、試食してもらって絶好の機会ではないかと感じました。

伊勢原を訪れた人に伊勢原のブランド化された農作物を提供するという道筋を付けてあげることは、行政の方でやっていくべきではないでしょうか。それこそが地方創生ではないかと感じましたので、これは私の意見として申し上げます。

(座長)

貴重なご意見をありがとうございました。今のご意見に関連しますけれども、伊勢原がふるさと納税をやるということですから、そのふるさと納税の品物としては、当然、伊勢原で取れた農産物というものになるだろうと思います。そうなればそれがPRの一つになっていくわけですから、そういったようなところで有機的に結び付けるということだろうと思います。どうぞ。

(委員)

今の意見に追加です。伊勢原の中で個人的に、今日はおみえになっていませんが、辻さんのようにトマトを一生懸命やろうとか、自分たちでいくつかの農家をまとめて株式会社化してお米をやっていこう、そしてそれを都内のマンションなどに売っていこうという努力をされています。それ以外にも自然薯（じねんじょ）をがんばるとか、海老名のサービスエリアの中に自分たちで自前のお店を出すとか、いろいろな努力をされています。しかし、行政がまとめて、たとえば“伊勢原マルシェ”みたいなかたちで新宿駅の中にお店を一定期間出すというやり方をやるのであれば、それは一個人の力よりは行政の力をお借りした方がやりやすいし、効果も出ると思います。

ですから、そういった個店の努力の範囲と、行政ができる範囲というのはやはりスケールメリットが違うはずなので、そういったところもより具体的に示していただけると、農業従事者の人口の推移において好循環になっていくのではないかと思います。

一つの例としては、辻堂の **T-SITE** はすごいと思って何度も見に行っているのですが、あそこはツタヤ書店がいろいろなものを集めて、本屋さんの中で好きなように本を読みながら、食べながら、そして、その本を買っていてもいいというやり方をしています。先進的なまちづくりです。今までの伊勢原は、どちらかというと歴史とか、大山とか、観光ということで人を呼ぼうとしていたのですが、多分もうそれだけではありません。今の新しい人たちを呼ぶ仕組みというのはもっと違うもので、伊勢原らしい生き方とか、伊勢原らしい生活の仕方とか、そういうものをうまく企てていかないと人は集まってこないのではないかと思います。

(委員)

今の意見に私も賛成です。具体的には、うまいやり方として、道の駅が、たとえば 246 号線で伊勢原駅より北に行ったあたりは、大山観光の通り道でもあり、渋滞している 246 号線を使う人にとっても必要で、そこに農業や観光、文化・歴史、ちょっとしたミュージアムも含めて人を集めたり、情報発信して、車で来ない人は伊勢原駅とそここの間にシャトルバスを運行したりしてやると、比較的経営資源を集中できます。今言った農業、文化という中でいろいろな人でやると分散してしまいます。

今は経営資源が限られているわけですから、一番効果的で人が集まってくると。集まってきたら買い物もできるし、情報も得られるし、大山の帰りに休憩もできるし、土産も買っていくということもあります。先ほどマルシェの話が出ましたが、いろいろなところにお店を出しても力が分散してしまいます。そ

ういう意味で、考えるポイントの一つではないかと思います。

(座長)

ありがとうございます。いろいろな意見が出ましたけれども、参考にして、いろいろな取り組みを行っていただきたいと思います。他にはどうでしょうか。どうぞ。

(委員)

5ページの「ミシュラン2つ星の眺め、大山を核とする観光産業を振興し」の中に、「何度も訪れたくなる魅力ある観光地づくり」という言葉が入っています。当然、伊勢原市に多くの方に来ていただきたいし、外国人、インバウンドの観光客も含めて求めているというのは分かるのですが、県が第4の観光地と認定したのですが、逆に、受け入れる側のところの市との調整というのがどこまで進行しているのかと。ここに書くこととしては、もちろんこういう方向性を目指すということはよく分かるのですが、目指すものと、受け入れる側のその意向度がすごく低いという気がしてなりません。

やはり、何度も来るということは、魅力を感じて楽しんで帰らないと多分二度と来ません。嫌な思いをしたら来ません。そこが、本当に嫌な思いをさせないで受け入れられているのかということ、決してそんなことではありません。今、いろいろなことが並列に書いてあるのですが、この前も言いましたが、優先順位でどれぐらいやっているのかということところが本当に重要だと思います。観光で言えばこのことについてまず最優先でやらなければいけないということを決めていくとか、そういったところの強弱がこの中にもあっていいという気がします。

(座長)

ありがとうございました。

(委員)

もう一ついいですか。「ミシュランが認めた」と書いてありますが、ご存じのように、ミシュランというのはレストランに星を付けて始まったところで、ミシュランの観光地といっても特に影響力はありません。「ミシュランも」という程度であって、ミシュランがオーソライズしたから大変なお墨付きをいただいたと考えるのは。ミシュランはヨーロッパでお忍びで行って調査して星を付けてやるのですが、それで認定されなかったら自殺が出るぐらい権威があるというのはレストランの話です。しかし、今はミシュランもだんだん評判が落ちて

いて、それでこういう観光地などをやっています。

日本人にミシュランといっても、「ミシュランが認定した。わー。」という人は、私の感覚ではあまりいないと思います。それよりも、ツイッターなどで「伊勢原に行って面白かった」という方がはるかにインパクトがあります。そういう意味で、ミシュランというのが出たから世界遺産みたいな感じで考えるよりは、もちろんそういったことも大事ですが、特別扱いをした方がいいという気がします。

それからもう一つ言うと、予算が限られている中で、特別強化とか重点事項という考え方を無理やり付けて、その中では当然知恵や工夫がにじむようなものが必要になってきます。それは面白いというチャレンジの気持ち、盛り上げるようなワーニング、フレーズというのもちりばめながら、この中にそういう知恵と工夫がたくさんちりばめられていて、戦略がだんだんまとまるに従って、少し多過ぎるから減らしていくぐらいの感じで凝縮された内容でやるスタイル、あるいはこれにどんどん付け加えていくという考え方もありますが、そういうことをやっていく時期に来たと思います。そういう意味で、特に重点ということで、めりはりを付けてやってはどうでしょうか。

私がこれを読んでいて感じたことは、数値目標で効果把握とか結果の評価が書いてありますが、これはやればいいことばかりですが、人と予算は限られています。ですから、重点配分をして、たとえば通常予算と特別予算を足した金額を書くのはぎらぎらし過ぎだということであれば、ポイント制度にして、この中で何ポイントぐらいをこの活動に力を入れていくのかというぐらいの考え方があってもいいのではないかと思います。もちろん、どれもやればいいに決まっていることですが、なかなかできません。通常でもやっているわけですから。そういう気がします。以上です。

(座長)

よくいわれる「集中と選択」ですよ。

(委員)

そうです。

(座長)

どうぞ。

(委員)

施策には異論はないと思いますが、インバウンドの人がどこに行っているか

という情報や、本来は大山に来るはずなのに大山ではないところに行っているということに素早く対応するとか、たとえば空き店舗が埋まりつつあって、しかしもしかしたら空いているかもしれないとか、そういう情報をコーディネートする。外国人が何を望んでいるのか、学生さんが大山にまた来たくするためには何をしてもらえばいいのかということ、説明できるような組織なり、だいたいどこでも観光協会の中のコンシェルジュとか、新しい観光何とかという人を雇ったりして観光地ではやっていますが、そういう行政ではない組織で、そういうものをストーリー性を持たせてつないでいくような人材が育つと、既にあるものをもっと磨いてうまくつなぐことができるのではないのでしょうか。

農業においてもそうだと思いますし、ブランド化してここにあって、こういうふうにしていけばということで、先ほどの話ですと、スローライフ的なものを打ち出すことも、そういう人がいるとできるのかなと思ったりします。

先生がおっしゃっている高齢化の問題や子育ての問題も、市内の大手企業さんがたくさん納税してくれているわけですが、働いている人たちが子育てや課題解決についてどうしたらいいのかということ調べて、マーケティングして、子育て支援につなげていくとか。

高齢化という意味では、今は学童のことも問題になっていますが、結婚の年齢が遅くなっているために、子育てと介護が一緒の時期になってしまうというダブルケアの問題もあります。子育てサービスももちろん構成しなくてはいいませんが、介護の仕組みもセットでしてくれる人が非常に求められているという話がありますので、そういうことを新しい魅力として、「こういうことができます」「こういうふうにすればセットでできます」ということを言える、公然とできるような人材がいるともう少しうまくいくのではないかと思います。

(座長)

今朝のNHKで話が出ていたダブルケアの問題です。多分、行政に相談に行くとならば回りになります。ですから、どこか窓口を作って、ワンストップのかたちでそこが対応するというかたちを取らなければなかなか難しいと思います。

時間が押してきましたので、2番目の、交流人口の増加をどうするか、②の「魅力の効果的な発信により、多様な人材の流れをつくる」というところに関して、ここでは8～10ページに関してですが、何かありましたらお願いします。どうぞ。

(委員)

この項目は基本的には社会増というか、転入者を最終的に増やしていこうということが基軸にある目標だと思います。先ほど、委員から、その前の1ペ

一ジの、「交流から定住への好循環につながる」というところが腑に落ちないという指摘がありました。観光のために訪れるということと、そこを定住地として選ぶというのは少し違うのではないかというご指摘だったかと思いました。

確かにそういう見方もあるかと私も思ったのですが、ただ、一方で、ここで言っている「交流」というのは、もちろん観光等もあるわけですが、とにかく伊勢原市というのを知ってもらおうと。全然知らないところを定住の地として選ぶことは、多分あり得ないわけで、やはりこの市はどんなところだとか、それを一つの前提としながら、たとえば教育環境はどうか、医療環境はどうか、交通はどうかといったところで、多分選択肢に挙がってきます。

ですから、ここで言う「交流人口から定住への好循環」という話は、観光といったところも含めて資源を幅広に考えて、その市を知ってもらおう。知ってもらうためにシティプロモーションをしていく、あるいは、その地域の資源を磨き上げてシティプロモーションの材料を用意していくというところと関連付けていけば、「交流から定住へ」というつながりを目指していくことは方向性としてはあるのかなと私は思いました。

(委員)

今のお話はおっしゃるとおりだと思います。ただ、私が思うのは、ターゲットが全部違ってきます。先ほどマーケティングが足りないというお話があったかと思いますが、定住をしていただきたいターゲットと観光で来ていただきたいターゲットが必ずしも一致するとは思えません。それを、それこそ総花的に、「皆さん、知ってください」「皆さん、来てください」「観光もいい、農産物もいい、あれもいい、これもいい」とやったところで、ささらないと思います。

おっしゃるとおり、知らなければ選択肢の挙がりようもないですし、住むということもないと思うのですが、やはり全体的にマーケティングが足りないのかなというところはあります。極論は、先ほどおっしゃったとおりで、知らないところは選びようがありませんし、住まないと思いますけれども、どうしてもターゲットが変わってくると私は思いますし、そこを見誤ると、ニーズのないところに変な提案をしても結局響かないということになると思います。

情報発信として知っていただくという部分では誰でもいいと思いますが、極論を言いますけれども、90歳の方ばかりに住んでもらいたいのかというと、決してそうではないと思います。やはり生産年齢人口の方に住んでいただきたい。お出掛けをする方に住んでいただきたい。その方たちが90歳になっても安心して住める町なのだということだと思うので、やはり、全体的にマーケティングが足りないと思います。ただ、極論はおっしゃるとおりで、知っていただくためにはどんな手段を利用してもいいと思っています。しかし、どうしてもタ

ターゲットが違ってくるのではないかと考えます。

(委員)

今の指摘はそのとおりだと思います。国の総合戦略では、最後におっしゃったように、90歳とは言いませんけれども、50代、60代の方ぐらいに移住していただいて、そこで高齢者としての活躍の場とか、社会進出の場というのをしながら、ゆくゆくは気に入ってもらったらそこで生活していただく、そういうふうな構想に国全体としてはなっています。

ただ、伊勢原というところを考えますと、ターゲットで言うと、やはり子育て世代ということになるのだろうと思います。といいますのは、全体が人口減少をできるだけ食い止めていく、かつ、出生率も上げていこうということであれば、おそらく子育て世代が念頭にあると思います。

従って、シティプロモーション等を含めて、観光という角度とは少し違うかもしれないけれども、そういう角度からのアピール、そして移住につなげていくということが視点としてはあります。それをうまく政策的に展開できるかどうかはこれからになると思いますが。

(座長)

どうもありがとうございます。高齢者の移住に関しては、伊勢原のような都市部のことではありません。国が対象にしているのは、非常に人口が減ってきているいわゆる本当の過疎地。私はよく言うのですが、伊勢原というところは田舎の中の都会で、都会の中の田舎で、まだ都会です。

私の資料の3の2に、地方創生を担当している内閣参事官が秦野に来て講演をしたという話を載せておりますが、そこにはこんなことが書いてあります。「秦野市も東京圏に入っており、人口をもっと減らすべき」という地域に入っているのです。秦野がそうであれば、伊勢原もそういうことです。そういうふうに、「減らせ」と考えている人たちもいるということです。

この近辺に住んでいる人たちは、「とんでもない」という反応をしますが、本当にこの地域に住んでいない人たちはこういう見方をしているのだということを少し頭に入れておかなければいけません。ですから、市の方は、多分、それが念頭にあって、「人口の目標は現状維持」となっています。それが手いっぱいなのでしょう。しかし、現状維持でも、他の条件を一定にすれば、先ほどから言っているように、あと25～30年たつと生産年齢人口が3割減ってきますから、これは何とかして食い止めなければいけないということだろうと思います。

今のところ、転入超過を何とか狙いたいというのであれば、前回から話が出

ていますが、25～29 歳、30～34 歳の人たちが転出するわけですから、これはここに大きな段差があるので、20 代が転入超過になります。その反動として今度はそちらの数年後に転出をしてしまうわけですから、そこをどうしても食い止めたいということであれば、企業誘致をして、そして大学生が伊勢原に職を求める。そういう企業を誘致しなければ、この解決は非常に難しいと私は考えています。

ですから、そのためには、ある程度の高付加価値を持ったところの産業でなければ、あるいはある程度の所得が得られなければいけません。ある地方でいたい年収 500 万で生活している場合、都心では 1,100 万ぐらいの所得がないと同じ生活ができないというふうに試算されているものもありますので、ある程度の所得がなければ、大学を卒業した人たちは出ていってしまうと思います。

あるいは、その若い人たちが生きがいなり、やりがいなり、あるいは 2.5 次産業といわれているインターネットとあるものをつなぐ、あるいは、あらゆるものをインターネットにつないだ情報産業みたいなものをつくるなり、発信するなり、誘致するなりして、若い人たちが働けるようなまちづくりをしない限りなかなか難しい。これだけ交通が発達しているわけですから、伊勢原になれば、当然、新宿や大手町まで出ていってしまうということになりかねません。ですから、そういったことを考えながら施策をやっていかなければ難しいだろうと思います。

(委員)

今の先生のご意見はもっともだと思います。もう一つ、中期的なことと、短期的にできることの2つの概念を持っていなければ、即効薬でうまくいくような話ではありません。人がどんどん来るとか、企業が来るとか、若者が住みたくするにはやはり時間がかかります。そのためには小中学校の教育から、産業のインフラづくり、それから地域の連携でもいいわけですが、それには時間がかかります。地域的な考え方、集中・選択の考え方、その両方をお互い合わせながらやっていかなければ、ここであまり焦ってやっても絶対にうまくいかないというふうに私は思います。

(座長)

報告書を書くときに、全体的なところでは長期的なビジョンまで描いて、そして、ここでは5年計画ですから、いわゆる短期から中期にかけてのものが主になるということで、そういったところをうまく使い分けをするということです。

(委員)

それと、短期ですぐやらなければいけない、比較的簡単で、お金がかからずに効果が出やすいものもあるわけですから、それは即やっていくというのもカテゴリーの中に入れておいて、どんどんアクションを取っていくことが大事です。

(座長)

どうぞ。

(委員)

施策展開の方向の主な取り組みのところに、「大学の知を活用し」だとか、「市内大学との提携の推進」というものが書かれています。大学4年生になって就職活動をやるとなったときに、地元で就職した方がいいという情報を大学から感じ取れることがあまりなく、マイナビやリクナビという大きい情報を見て、都内に就職活動に出るとというのがメインでした。主な取り組みで、東海大学や産業能率大学と提携するということは分かるのですが、いったいどんな提携を組むのかというのがまず疑問です。

また、インターンシップで地元企業とつながりを持たせるというのはとてもいいと思うのですが、就業体験したところに就職しようとか、伊勢原に住もうということにつながるかどうかとなると、そこまで強いつながりは持てないのではないかと思います。

先ほど、先生が「付加価値」という言葉を出していらっしゃいましたが、就職先を決めるということは私たちにとって大きいことなので、伊勢原で就職して伊勢原に住むと、子育てがこんなにしやすいということが非常によく分かって、そういうことがつながって就職活動ができれば、大学生も、都内に行くより、せっかくここに来たし、住みやすいところで就職したいという人が増えると思います。

ですから、大学と提携するということが大学生にもう少し具体的に分かるような施策があるといいということと、子育てとも結びつくぐらいのアピールがあると、自分たちも就職活動をする中で、伊勢原に就職しようという視野が広がったのかなというふうに思います。

(座長)

時間が押してきましたので、子育てと絡めて話をお願いしたいと思います。基本的には、今の伊勢原というのは、合計特殊出生率を見ると、全国ベースよりは少なく、神奈川県よりは多いわけですから、当然、今言っているように、

住みやすく、子育ては神奈川県全体から比べれば土地が安いとか、緑が多いといったメリットがあるのだと思います。

それに加えて、定住を促す、あるいは転入超過を生み出すということになれば、この目標の3のところ「縁結びから子育てまで総力サポート、幸せな家庭を伊勢原で」と書いていますが、私は、「家庭と仕事を伊勢原で」というふうにタイトルを修正した方がいいのではないかと思います。当然、仕事も必要なので、目標1のところには仕事の話が入っていますけれども、ここも、「幸せな家庭と仕事を伊勢原で」というキャッチフレーズの方がいいのではないかと思います。これはまた後から意見を聞きたいと思いますが、では、皆さんの方で、目標の3、子育てのところに関して、11～13 ページに関して少し意見をお聞きしたいと思います。

(委員)

私も、先生がおっしゃるように、「家庭と仕事を伊勢原で」というのは必要だと思いました。そのうえで、先ほどあったような企業誘致や雇用をどう確保するかということと、子育てを併せて考えていかなければいけないと思います。

施策の、「ワーク・ライフ・バランスの実現を図る」とか、推進していくというのはすごくいいことだと思いますし、書かれているとおりでと思いますけれども、2番目の施策のKPIで「プレママ・プレパパ交流会の参加率」とあって、仕事と子育てを両方できていい町だと実感できるのは、働きやすさや、プレママ・プレパパは生まれる前だと思うのですが、生まれた後でどれだけ参加できているかということの方が、本人たちの実感としていいのではないかと思います。

一つはKPIの指標に出産後の男性の育児参加率を加える。もし、市民の意識調査や、家事労働時間の調査といったものができればそこに加えるということと、伊勢原に住んでいる方々の役割意識、性別役割運動の意識がどうなっているかをもう少し調べることができればと思います。

個人的に、娘の学校の方は専業主婦の方が多くて、働いている方はあまり多くありません。元からここにいらっしゃる方は、おじいさん、おばあさんもいるので子育てしやすいということでお子さんがたくさんいらっしゃるのですが、仕事をするという意識があまりなく、何となく女性は家庭で育児をして、親と同居されている方が多く、おじいさん、おばあさんの面倒をお嫁さんがみるという意識がすごく強いような気がしています。それが悪いというわけではないのですが、もし、男性の子育て参加率などを見ていくのであれば、小学校の行事に父親がどれぐらい参加しているかというのも少し見ていくといいと思います。

(座長)

ありがとうございます。プレよりもアフターの方が重要だということで、こちらの指標を探していただきたい。それから、先生が今おっしゃいましたが、私が統計データを取って調べたところ、既婚者に関しては、全国平均よりも伊勢原は、すべての年代において家事比率が高いです。つまり、専業主婦が多いということです。ですから、先ほど申し上げたように、田舎の中の都会で、都会の中の田舎です。それが伊勢原にぴったりのキャッチフレーズで、これは伊勢原だけでなく、この近辺ほとんどの市は同じような現象に陥っていると思います。

15～19歳が70パーセントぐらいで、この年代で結婚するというのは少ないと思いますけれども、そこからずっと下がってきて25～29歳、30歳あたりで若干家事比率が増え、そしてその後またずっと下がって行って、50～54歳あたりを底にしながらか家事比率がまた上がっていくというかたちになっています。子育てが終わって労働市場に参加してくるといった、いわゆるM字型を描いているという典型的なパターンです。

(委員)

先ほど、長期的にやることと中期的にやること、すぐできることが区別できるようにというご意見がありましたが、本当にそのとおりだと思います。今のお話の中で、企業誘致は今日、明日でできるものではなく、企業さんに来ていただくとなるといろいろな規制をクリアしなければいけないでしょうし、時間もかかります。

実は伊勢原は新宿までは約60分、町田なら約30分、横浜も相鉄さんを使えば約60分で、確かに職住近接はベストであり、それは長期的には果たすべきかたちだとは思いますが、今どうなのかというと、交通事業者から言わせていただくと、決してそんなに都会らしくありません。今、理想の通勤時間は40分だといわれています。40分は厳しいですが、だいたい皆さん、1時間～1時間半を享受していただいているという中で、新宿・町田・横浜も決して遠くないという事実があるということはもう少しお話をさせていただいた方がいいと思います。もちろん、企業を誘致するのがベストですけれども。

それから、私は子どもがいませんので子育てのところはあまりよく分かりませんが、先ほど、学童が19時までというお話がありました。多分、新宿に通っているお母さんは19時だと無理だろうと思います。私の職場ならとんでもなくて、19時までにはここまで帰ってこれませんので無理だと考えると、やはり、今あるところ、新宿・横浜・町田が商業集積地だということを前提として、では、伊勢原は何ができるのか、何をしているのかというものを、多分やっている

は思いますし、私は伊勢原市民ではないので分からないだけで、市でもやっているでしょうし、民間でもやっているでしょうし、そこはもう少しあらっていただいて、長期的なビジョンでは企業誘致をしましょう、そこで定住をやりましょうと。

ただ、そうはいつでも、今の人に辞めてこいとは言えないでしょうから、その人たちに対してもしっかりと働ける、住める、特に生産年齢人口の人たちに住んでもらえるような場所だということをしっかりとまずうたっていった方がいいと思います。特に20~30代、賃貸の方は、これは一般論ですが、比較的動きやすいと思います。次はどこに引っ越そうとか、子どもができたから、伊勢原だったらもう少し広いところを買えるよね、という選択肢に挙がってくる方が、まずは今やるべきことなのではないかと。もちろん、企業を呼ぶことがベストですが。

先ほど、企業が閉めているとおっしゃっていましたが、これだけ海外に行っている以上、正直な話、そこを止めることはかなり厳しいと思います。そうであるならば、横浜にも近い、町田にも近い、新宿にも実は出やすいというところをしっかりと提案して、近隣の自治体は19時で学童が閉まるかもしれないけれどもうちは21時までやるよと。お子さんがいたら24時間いつでも病院が受け付けるから、次の日の朝はお母さんは会社に行ってくださいと。それができる市町村だと言った方が、まずは早いのではないかと思います、いかがでしょうか。

(座長)

今の現状を見るとそのとおりだと思います。長期的には企業を誘致して近くに住んでもらうということがベストでしょうけれども、喫緊であれば、今言われたような施策の方が有効かもしれません。ただ、もうあと1回しかありませんので考えていかななくてはなりません。

仮定の話ですが、2060年に伊勢原の人口の今の現状の10万人を維持するとすれば、年間、どれぐらい人口を増やしていかなければいけないのかというと、減っていく人数を考えて単純に計算すると、年間600人以上という相当な数になるはずですが、人は動くようで動きませんから、労働移動はそんな簡単に動きません。みんなが見て分かるというようなものでないと、なかなか難しいですから、そのためには、たとえば子育てが本当にしやすい、どこから見てもしやすい、あるいは、極端に緑があって子育てがしやすいというような、誰の目から見ても分かるような特徴を持ったものを出さない限り、人を惹きつけることはなかなか厳しいだろうと思います。

(委員)

今の件については、委員がおっしゃるように、小田急線のことをもう少しアピールして、たとえば大学が非常に多くて、通学するときにアクセスが非常にいいところをアピールできると思いますし、言ってみれば小田急線は安いので、そういう面では非常に子育てする分には、将来的な部分もアピールできるのではないかと思います。

先ほどから話を聞いていますと、当然、企業誘致も将来的にはどんどん増やさなければいけないということはあるのですが、今、住んでいる方の中には、私も横浜方面ですが、伊勢原から平塚に通っていらっしゃる方々もいて、そういう方たちに対しても、あるいはそういったことをロコミしてもらって、そういった近隣企業の方に住んでもらうこともやっていかないとはいけません。

たとえば残業をやって、子どもを預けられない、時間帯によっては戻ってこれないということになってしまうこともありますから、たとえばそういうところは、もっと遅い時間までやっている町の施設があるとか、そういったところの方がいいと思います。お金ばかりではなく、補助とかいろいろなところがあるのでなかなかそこまでいかないにしても、何か特色あるアピールができた方がいいと私は思います。

(座長)

この議論は非常に難しく、たとえば24時間保育はいいのですが、そういう世界は健全な社会でしょうか。あるいは残業して、子どもを預けられる社会は本当に健全なのかということも考えなければいけません。ですから、企業も意識を変えないといけません。人手が足りなくなってきたら、そういう使い方をしてはいけないのです。非常にこういうところはデリケートな部分で、真っ向から対立する考えも出てくると思います。

(委員)

伊勢原では7時までファミリーサポートがあつたり、私立で学童で9時まで預かって、しかもバスで家まで送ってくれるサービスがあつたりして、実は結構、影では充実しているのですけれども、逆にそこまでして育児と子育てを両立しようとしている女性の方が少ないというのが現状です。ですから、委員がおっしゃるとおりですけれども、逆に、そこまでして企業で働いて稼ごうという女性たちの家庭が伊勢原を選ばないという可能性もあるのかなと思いました。

それから、たとえば湘南ブランドや藤沢ブランド、鎌倉ブランド、海老名といったブランドがもしかすると効いてしまっていて、そういう女性たちがそちらに行ってしまうと、伊勢原に来ていない可能性もあると思います。ですから、

逆にそこをアピールして、子育てしやすいということをアピールした方がいいのではないかと思います。

(座長)

子育てに関しては、この指標の中に、たとえば待機児童数は入っていませんが、伊勢原はわりと少ないので、本当はこのへんをPRすべきです。それから、お子さんを持っている人は多分どなたも気付いていると思いますけれども、市の財政の負担になるかもしれませんが、中学校のお弁当化。これは、たとえば共働きの家庭は大変ですから、それで給食があればさうとう負担が軽くなって、それだけでもさうとうPRできるはずです。人を惹きつけるためには、当然、市も負担があることをやらなければいけませんし、お金がないからまったくやらないというわけにはいかないと思います。そういったところは少し見ていかなければいけないでしょう。

それから、子育てを見ていて私が思ったのは、先ほど先生がおっしゃいましたが、子どもを産んだ後のケアで、特に女性はメンタルの部分で非常に不安定になります。たとえば、お子さんを産んだ後、男性も女性もそうですけれども、どうやって育てていいかわからないわけです。そのときに保健師さんが巡回で見回って相談にのるとか、そして、そういうものを重要業績指標として出すといったようなかたちを取れば、もう少しPRできるのではないかと思います。他のところはどうでしょうか。

(委員)

今のことに関して、子育ては非常に重要ということで、たとえば2世帯住宅といったものを促進すれば子育てが楽になってくると思いますから、2世帯住宅に対するいろいろな特別な措置があってもいいのではないかと思います。それから、もう少し広げて、親の面倒をみたりするというのも、実は重要です。そういう子育て、結婚、親の介護、そしてもう一つ防災なんかも、たとえば東京近辺ですと、非常に地震や人が流出したら、少し離れたところの方がスペースもあるし、農地もあるし、火災なんかもあるし、防災との提携とか子育て、介護、医療、そういう総合的な視点で考えていく戦略があつていいと思います。次の項目の4番目と関連しますが、そういう気がします。

(座長)

もう時間がなくなってきましたので、4番目のところでもし何かあれば、どなたかお願いします。

これは高齢化の部分と関係してきます。どこに高齢化が入ってくるのかこれ

をみただけでは分かりませんが、健康寿命が入っているので、多分ここかなというふうに思います。施設に関しては、特養などはこれから不足が出てくる可能性が十分あって、今のシステムではだめなので、たとえば、元気な高齢者をそういう施設に活用して、活用した人が将来、自分が困ったときに優先的に入れるとか、そういったことを考えていかなければ、今のシステムではこれから20～30年、とてもでないけれどももたないという気がします。ですから、そういったことも少し考えていかなければいけないだろうと思います。

それで、データを一応出して、2ページ目に、伊勢原市の介護者認定の推定を私なりに書いておきました。全国平均よりは認定者が少なく、介護者認定者割合が、75歳以上になると23パーセントで、65歳以上であれば17.6パーセントで計算したものをそこに示してあります。これは要介護と、全部含まれているところの人数です。

一番最後の4番目のところはどうでしょうか。このところは、高齢者の最後のところがほとんど記述がない。私に言わせると、ないということです。何かの伊勢原のところに載っていたのですが、「いつまでも安心して暮らし続けられる伊勢原市」ということをうたって、介護のところを当然重点的に記述をして、人口減少には2つあって、1つは少子化で、少子化の裏返しは高齢化ですから、本来であれば上と同じぐらい必要です。ですから、国が高齢化に関して、「地方に移住させましょう」といった戦略を打ち出しているのはそういうことなのです。

ですから、このところは本来であれば、老老介護を何とかうまく、元気なお年寄りの人たちを何とか人的資源を活用しながら介護を乗り切るような施策を考えていかなければいけないと思います。そういうところの記述に関しては、もう少し工夫していただければと思います。どうぞ。

(委員)

今後高齢化になったときに、保険行政みたいなものは、子育てと同じく非常に重要だと思います。伊勢原の場合は県がやっていて、神奈川県の前所長さんを前に申し訳ないのですが、そこがリンクしていないケースが結構ある気がします。つまり、横浜や川崎は保険行政を自分たちでやっているので、本当に住民と一緒にやって介護などいろいろできるのですけれども、そうでない、たとえば県がやっていて地方自治体が保険行政の機能を持っていないというケースのときに、どうリンクさせていくのかというその主体をもう少し意識してやっていかないとなかなか厳しいものではないかと思っています。

特に、最初の方に出てきた病院職員が人口何万人あたりに何人かというのは伊勢原が断トツです。そこを使うときに、全体の削除の仕方は伊勢原市の縦割

りを感じてしまうところがあるのですが、つまり、予算をどう使うかとか、そういうふうにはばばらにならないように一つにまとめて、先ほどの住宅施策もまとめた医療とか県内で最高の医療機関を持っている、人数を持っているところをどうパワーを引き出すかということを真剣に今から考えること、そして、県の保険行政をどうリンクさせてそういうふうにするかということが結構重要な施策だと思います。アイデアですが。

(座長)

どうぞ。

(委員)

また商業の話に戻って申し訳ありません。短期的な政策という部分に関して、短期的には機動力が非常に必要であって、私は商店街で活動させてもらっているのですが、今、商店街というのは、「攻めと守り」という言葉で表現させていただきますと、既存のお客さんに販売することは「守り」、外から来る観光客に商店街に来てもらうことは「攻め」です。この「守りと攻め」を一つの商店街の中で同時にいろいろやっていく中で、実は伊勢原市役所の中でも、「商工観光振興課」といっておきながら商業と観光というのがそこで分かれていたり、また、商工会があったり、観光協会があったりして、こちらが提案したことがその中でぐるぐるたらい回しにされてしまうということが、私の経験上、多々あります。

その結果、はじき飛ばされて、今回は本当に県にもお世話になった部分もあるのですけれども、やはり、先ほど先生がおっしゃったとおり、中間支援するようないわゆる観光協会、観光協会も市から早く独立して独立採算でやれと言われているようなのですけれども、そういったところにもっと支援してあげて、私たちの臨機応変な機動力を発揮できるような組織づくりというのをぜひ、市役所の方をお願いしたいと思います。それはいろいろな分野で出てくるでしょうけれども、商業としても今はそういった環境にありますので、そのへんはぜひお願いしたいと思います。

(座長)

どうもありがとうございました。時間が来てしまいました。まだ意見があるかもしれませんけれども、もし言い足りない方は、後ほどメールか何かで事務局の方をお願いしたいと思います。一応、これで第3回の会議は終りたいと思います。どうもありがとうございました。

(事務局)

事務局の方からご連絡をさせていただきます。本当に建設的な意見、また問題提起、いろいろな意見をいただきまして、本当にありがとうございます。様々な面からご意見をいただきました。今回は素案をお示ししましたが、まだ素案ということでこれから直していきますので、またそのへんを見ていただければと思います。

今回、事務局から2点ご連絡をさせていただきます。まず1点目です。今回、2時間の会議だったのですが、まだ言い足りないことや、持ち帰ったらこういうことを思い出したということがあれば、9月15日までに事務局の方にメールでいただきたいと思います。

また、2点目です。次回4回目の推進会議の日程ですが、11月に予定をしておりますが、実はまだ日程の調整ができておりませんので、日程が決まり次第、またあらためてご連絡をさせていただきますと思います。

当初お示ししましたスケジュールですと、第4回目が最終回ということになります。そうしたことで、ある程度決まったかたちで原案を示したいと思っております。そうしたことで、今回、KPIの指標だとか、いろいろ設定をさせていただいたのですが、まだ数値までお示しができておりません。また、今回意見をいただいた中で、いろいろと提案をいただきましたので、事務局の方でこれを直します。そうしたことで、この4回までの会議の間に資料のやり取りをさせていただいて、資料については郵送いたしますけれども、会議を行わずに資料のやり取りで確認をしていただいて、ご意見等、メールのやり取りでさせていただきたいと思っております。それにつきましては、10月の中旬以降、素案を改正したものをお送りしたいと思っておりますので、会議を開催せずにそういったかたちでやるということでご了承いただければと思います。

冒頭お話ししたとおり、まだ人口ビジョンの素案を示しておりません。今、アンケートを実施中だというお話をしましたけれども、そのへんにつきましても、人口ビジョンもまずお手元にお送りして、それも意見をいただきたいと思っています。4回目の開催までの間で少しそういったかたちでやらせていただきたいということで、お願いしたいと思います。

また、今回、小崎先生からも若干意見をいただきましたが、基本目標の下にキャッチフレーズを書いてあります。これは第1回目の会議の中でこういったものを示したらどうかということで意見をいただいておりますので、できましたら9月15日までにこのキャッチフレーズの内容も、こんなものでいいのかというところでご意見をいただければありがたいと思っております。以上、事務局から2点のご連絡です。

(座長)

他には何かありますか。それでは、以上をもちまして本日の推進会議を終了したいと思います。どうもありがとうございました。

以 上