

令和7年度第2回我孫子市まち・ひと・しごと創生有識者会議（A分科会） 議事概要

開催日時	令和7年10月6日（月）午後2時00分～3時55分
開催場所	我孫子市役所 議会棟 A B会議室
出席者	委員：熊田副委員長、遠藤委員、大炊委員、山内委員、門脇委員 事務局（企画政策課）：吉岡課長、河合課長補佐、鈴木主任、 西田主任、岡村主任、原田主任主事 (商業観光課)：迫田課長補佐、大阿久係長、小林主事
公開／非公開	公開
傍聴人	1人

【議題】新しい地方経済・生活環境創生交付金（第2世代交付金）活用事業の効果検証 (我孫子市自転車観光推進事業)

<発言要旨>

・令和6年度から第2世代交付金を活用して実施している自転車観光推進事業について、商業観光課から説明があった。

委員：1人の方がどれくらいの時間使用しているかのデータはあるか。

事務局（商業観光課）：20分100円の料金で、客単価でいうと2百数十円なので、40分程度ということになるが、あくまで平均値の把握しかできていない。

委員：現状土日の利用が多いということで、商業施設も同様だが、土日しか使われないというのは非常に難しい。平日5日間の赤字を土日で埋めるという形になってしまふ。安定的な運営を行うためには、今使っている方が1人2時間ぐらい乗ってくれれば、収益が倍ぐらいになると想定できる。ビジネスマンなど通勤で使われている方は除いて、あくまでも土日の利用者の使用時間を延ばす。例えばあびこ農産物直売所「あびこん」の食事処に寄って30分飲食してもらうとか、名物のパン屋さんとかお蕎麦屋さんとかがあったら「行ってみようか」となるかもしれない。

今の運営状況でいけば、将来的に税金で補填していかなければいけないということが見えているので、利用時間を延ばしていければ、多少芽が出てくると思う。

委員：利用されている時間帯を見ると、7～8時台と16～17時台というのは観光というよりは日々の移動のために使われているということが見て取れる。それが悪いとは思わないが、土日に関しては当然観光目的で長い時間利用してもらえる人を増やす必要があるのと併せて、平日の利用も何か工夫次第で赤字分を埋められないかと思う。

委員：実績を見る限り、見込みにも達していないので結果が出ていないと捉えられるが、担当課としてはこれでOKという感覚なのか、そのニュアンスをお聞きしたい。

事務局（商業観光課）：利用が多いという意味ではうまくいってるが、収支には課題を感じているというのが率直なところ。担当課としては、住民の皆さんにも便利に使っていただくのも大事であり、それが観光にも繋がっていくということも非常に大事だと考えているので、観光振興の軸として収支で自立しながら継続していきたい。その収支をどうするかというのは大きな課題として認識している。

委員：パンフレットに空港からのアクセスも掲載しているとのことだが、現状のサイクリングマップのターゲットとしてはずれているように思う。
ポータルサイトの利用状況はどのように測っているか。

事務局（商業観光課）：Googleアナリティクスの基準でアクティブユーザーを把握しており、一人3ページくらいの利用があったことになる。毎月利用が増えてきており、新規の割合がほとんど。増加の要因としては、新規サイトのため、検索エンジンからだんだんと認知されてきたのではないかと考えている。

委員：土地の名前プラス観光で検索すると、大体の観光地の自治体では観光協会系のホームページがヒットしてきて、観光制度がほぼ機能してないところでは自治体のホームページがトップに上がってくる。ホームページのコンテンツをいくら増やしても、直接訪れる人が増えるわけではないので、誘導策、SNSの工夫や、広告などもやっていければよいが、自治体では予算をつけるのは難しいということも理解している。また、各グラフには単位を振ってほしい。

委員：曜日毎と時間帯のクロス集計ができれば、例えば土日の利用者は昼間使っていて、平日は朝や終電後の夜間使っている、というようなことが見えるとわかりやすい。

観光で使っている人が多いかもしれないが、実はリピーターはサラリーマンが多いとか、そういうことがわかったりすると、他の施策にも役立てていけるのではないかと思う。ポートを増やせば確実にサラリーマンの利用は増えると思うし、団地とかの近くに置いたりすれば、さらに利用者は増えるかなと思う。

自転車の日稼働率は把握できているか。

事務局（商業観光課）：数字として取れてはいないが、実感としては同時に稼働しているのは2、3台だろうと思っている。

委員：非稼働率が高く、停まっている台数が多いのであれば、例えば平日に6時間フリー利用で1時間とか2時間の料金でいいですよ、といったサービスをするとか、どうせ動いていないのだったら、長時間乗ってもらって便利さを体感してもらうことも考えられる。自分も都内でLUUPを使用するが、途中でメーターを止められないということがネックで、買い物などには使いづらい。そのような施策をすれば、時間を気にせずに利用でき、少しでも稼働率と収益が上がるのでは。都心のやり方を真似するのではなく、観光地でLUUPをしっかり運営しているところは少ないので、うまく実績を作っていただいた方がいい。データを取りながらマーケティングをして、クーポンの出し方とかも戦略を考えていけばいいのかなと思う。

委員：水の館では、事業がスタートした12月や1月の頃にはほとんど利用されておらず丸々4台が停まっているような状態だったが、最近は全く置かれていなかったり、1、2台しか残っていない状況を見かける。だが使った人の話を聞くと、自転車が置いてあっても充電切れのこともあります、せっかく利用しようと思ってもチャンスロスになっているのではないかと懸念している。充電するには人の手が必要で、費用はかかるてくるものだと思うので、使用頻度の多いところは台数を増やしてカバーすることが必要。収支面でいうと、個人的な考えだが、最初の20分の金額を引き上げて、それ以降の加算を安めにするという方法をとれるとよいのではないかと思う。

また、魅力的な飲食店やカフェなどのお店を巡るコースをSNSで紹介し、土日休みの人以外にもPRするとよいのでは。

委員：12月に始まって、これまで物珍しさもあって一定の利用実績があるのではを感じている。観光地でこの事業をしっかりやってるところは少ないという委員のコメントを聞いて、我孫子に観光で来る人達、例えば手賀沼公園に親子で遊びにくるような層が果たしてLUUPを使って遊びに行くのかということを考える

と、この事業が観光目的で成功するのかというところを考え直してもいいのかもしないと思った。担当課資料の更なる利用促進策はとても前向きで、こういうことをすれば確かに効果が出てくるとは思うが、ターゲットが少しづれているというか、そこを明確にしようとすると、もしかすると選択肢はL U U Pじゃなかったのかもしれないけども、そこをどうやってうまく調和して令和9年まで持っていくのかというのが重要だと感じた。

委員：キックボードの導入予定はないか。

事務局（商業観光課）：元々やっていたレンタサイクルをDX化しようというところからスタートしているので、当初キックボード導入の考えは全くなかった。L U U Pを導入した今改めて考えると、坂道でパワーが出にくいということや、手賀沼遊歩道でキックボードを禁止していることからも、適さないのではないかと思う。

【議題】令和6年度施策評価について

◎基本目標2 あびこの魅力があふれ、にぎわいを生むまちづくり

○施策名称：4－5 交流・関係人口の拡大

<発言要旨>

委員：未達成ではあるが、キャンプ場の実績値の伸びはすごく大きいと思う。令和4年、5年から比べると、ドンと上がって、これはL I N E申請の効果かも知れないが、うまく数字が動いている気がしている。これまで12月から3月は閉鎖してたのを、今年の11月から開けるということだが、実は最近冬場のキャンプは人気があり、特に女性のキャンパーは虫が出ない冬場に行く人が多い。流行っているので、さらに数字が伸びればいいと思う。

その他の指標は、数字が達成している、していないはあまり大きな影響がない気がする。例えばホームページのユーザー数でいうと、数字的には毎年同じような数字で、何か変わった大きなイベントがあったりすれば上がると思うが、そもそも今ホームページの役割自体が落ちてきている時代で、飲食店でホームページを持っていなくてインスタグラムだけというところもある。全体的にあまり大きな問題があるようには見えない。

委員：我孫子らしさというか、施策の目的の「手賀沼をはじめとする地域資源を活用し」というのが、どこに散りばめられているのかがすごくわかりにくいと感じる。既

存のお祭りや施設を活用していくというところはいいのかもしれないが。こういう施策は流行り・廃りのサイクルがあって、それに合わせて手法を変えていくものなのかな。

委員：数字だけを見て観光施策がうまくいっている、いっていない、というものではないと思う。先ほどの自転車もそうで、資料を見させていただくと魅力発信も含めて相当色々取り組んでいる状況があるので、ここの数字だけでなく、しっかりイベントなどをやられていることは評価できると思う。

委員：イベントに関してはほぼ達成しており、コロナ禍が明けてから順調に推移していると思う。施策として良好という評価でもいいかなという感じを受けた。

委員：キャンプをされる方は道具にこだわって自分で持ってくる方も多いのかもしれないが、初めてキャンプしてみたい、というような方にとっては、ある程度キャンプ道具一式が用意してあって、レンタルできるような形もありかなと思う。

委員：今後、KPIが適切なのかというところも含めて、新しい取組を検討する余地はあるのではないか。

<施策の評価>

「概ね良好」とした。

○施策名称：7-2 歴史文化財の保存・継承と文化の振興

<発言要旨>

委員：指標「文化・芸術体験会への参加人数」では、会場を変更するとか、そういった取り組みも検討されたのは良かったと感じる。「めるへん文庫の応募者数」についても、市内の学校を順次回ってチラシを配るといった取り組みも評価できる。

委員：大きな市民会館がない中でこれだけのイベントを分散して実施する苦労は評価してもいいと思う。狭いがゆえにいろんな工夫をされて、お金をかけずに良い形でやっている。市内に向けて発信するのか、市外に向けて発信するかというのは難しいところではあるが、市内向けというのは、個人的に評価している。全国的に発信するような、目立つイベントはないかもしれないが、今の取組をもっとPRしてもいいのではないか。爆発的なヒットにはならなくても、地道に積み上げていけば評価につながると思う。それと、施設の閉館などがあったときには、それ

による影響が分かるように実数を示してもらいたい。

委員：今年の市制施行 55 周年事業の結果にも期待したい。

委員：「文化財施設等の年間見学者数」の数字が大きく減少しているのは工事などの理由があるとは思うが、来年以降の目標値が相当高いと思う。これを本気で目指していくとなると、文化財の保存と活用の狭間というか、そこに必ず引っかかってくる。この人数を増やしていくことが果たして目標として正しいのかという問題も出てくる。毎年未達成になる可能性が高いので、これからどういうふうにやっていくかというのをもう一度考え方を直す必要がある。白樺をはじめ、全国的にファンはいる気がするが。

事務局：講演会を開いたりすると一定のファンの方はいらっしゃるので、そういった方に次も足を運んでいただくなど、この 55 周年というところで予算を投じて盛り上げていくときには、しっかり次に繋げていくような取り組みを担当課において推進していきたい。

委員：本気でプロモーションするなら、例えばプロモーションチームなりを作り、文学系のイベントにも遠征してファンが集まる場所に出ていって「ぜひ来てください」とこちらから乗り込むぐらいの感じでやるのが一番いいだろうが、そこまでやるべきなのかというのもあると思う。ボランティアガイドは結構集まっているのか。

事務局：数字としては来年度しっかり報告させていただければと思うが、長寿大学の方から底上げをしていくというところで、一定数育成と活用ができるだけの人数が揃っているという状況。

<施策の評価>

「良好」とした。

○施策名称：戦略的なシティプロモーション

<発言要旨>

委員：i JAMP とシティリビングを選択した理由を伺いたい。i JAMP は見ている人が特殊で一般への情報展開としては向かないと思う。

事務局：自治体間の情報発信としての意味合いだと認識している。シティリビング

は、都内で働く女性の方に結婚して住む先として我孫子が選ばれるように、このシティリビングが一定程度都内のオフィスに配られ、かつ女性の手に渡っているということを把握して選択している。

委員：フィルムコミッショナリ事業は、民間がやられてるとはいえうまく連携できたら良い。

事務局：NPO法人として活動されているが、市の魅力としてしっかり発信していくため、あびこの魅力発信室が所管事業として取り組んでいる。近年有名になった作品の撮影が多く行われており、今年は市制施行 55 周年ということでこの機を逃すことないよう、市で口ヶ崎マップを制作した。

委員：ファミレス跡地を使った体験ツアーなどのプログラムを作れないか。

事務局：ふるさと納税でツアーの企画を検討しているので、今後活用していければと考えている。

委員：どの事業の影響かをそれぞれ測ることはできないが、転入超過が継続して 1,000 人を超えてるので、シティプロモーションの成果として評価してもいいのでは。

委員：転入超過数のうち、外国人はどれくらいいるか。

事務局：外国人が 810 人である。

委員：外国人が増えることを否定するわけではなく、むしろウェルカムな面も当然あると思う。ただ施策の展開内容で「市民の定住と市外の方の移住促進を図ります」とある中で、昨年の市長との懇談でも市長がおっしゃっていたが、子どもたちが大人になって家庭を持ったときに我孫子に戻ってきてくれる人をどう誘導していくかということも重要ではないか。中長期的なベースの考え方、子どもたちへのアプローチも必要になってくるのではないかと思う。

委員：シティプロモーションする際に、紙媒体に二次元コードを付けてリンクに飛んでもらうというのが一般的な方法になっていくと思うが、民間のチラシでも市の名前が入っていると安心感がある。それゆえに詐欺などもあるため、提携先は慎重に選択する必要があると思うが、そういうスキームが確立していければ市として限られた予算の中で、持ち出しを少なくしつつ、有効なプロモーションができる

くのでは。

委員：移住に関して、市としては若い世代が入ってきてほしいという希望があると思うが、自分の周りでこれまで他市でマンション暮らしをしていたが、手賀沼が好きで、我孫子市の中古物件を買い取ってリフォームして、今とても住みやすく感じているという人もいる。必ずしも若い世代だけではなくて、退職後の人生を我孫子で過ごしたいという方にもアプローチができるはず。ターゲットを一つに絞らないで、いろんな選択肢があるまちということも、アピールできるのではないかと思う。

委員：転入超過のうち8割が外国人ということを聞くと、このシティプロモーション施策の評価が難しい。

事務局：これまで市が進めてきているシティプロモーションとしては、外国人がターゲットというわけではなく、基本的には都内に住んでいる方の移住を誘導するというやり方なので、その結果が結びついているのかと考えたときには、おそらく外国人を除いた300人程度の転入増加のところが成果として見るべき数字で、マイナスにはなっていないというところは幸いとは考えている。

委員：業務委託で1,500万円位使って、その結果300人増加したというところを妥当と考えるかどうか。外国人の転入が増えている要因は。

事務局：近隣の自治体に外国人が多く在籍する大学があるほか、市内にも日本語学校などが増えていることが要因と考えられる。

委員：施策の評価としては概ね良好とするが、付帯意見として、施策の目的、内容に照らして戦略的に取り組んでいただきたいというコメントを加えておきたい。

<施策の評価>

「概ね良好」とした。

以上