

(別紙2) 第6次塩竈市長期総合計画進捗報告会 自由記載

1.しおがま未来創生プロジェクトについて

1	<p>・おむね数値は目標値を越えていたので評価できる。その上で、意識を問う設問は今後に向けて検証が必要ではないだろうか。理由①意識調査はその時代の「気分」や周りからの影響（例：賃金の不満：マスコミがよく取り上げるようになって、生活実感ともフィットしていたことから、みんなで言いやすい）されやすい。仮に間違っていないとしても、その相乗効果（気分）で必要以上に誇張される可能性があり誤ったシグナルを受け取ることがある。②①に関わって、「賃金の不満」のような設問の適切さの検証をお願いしたい。この問いは市役所側では権能外なので、そもそもこの質問項目を設定することが適切（当会議に提出も含めて）なのかと考える。他の問いも検証が必要ではないだろうか。③①の質問の仕方をより実態に近づけるため、エビデンス（数値化できる指標）がとれる設問を工夫して欲しい。しかも「塩釜への愛着・誇りの醸成」の「（神社）などがある」という存在を確認する問いではなく、being⇒doing「知人を1年間で何回、何人つれてきたか。*アナウンスの回数も」を問う質問が大事。</p> <p>最後に、これらの指標が実施計画のどこに活かされていくかという「活用策・予算化」まで言及してくれればもっとよかった。あるいは関係性を示す概念図があるとよかった。</p> <p>その他：①市民や若者が活躍する姿が見えない（市民が意識するだけの指標で検討する限界）。若者が活躍した、ここで活躍、ここに配置したという指標こそが大事では？イノベーション育成策も必要。②実施計画の領域を越えた連携策が見えてこない（例えば小学生アートの商店街での展示等：教育と商業の串刺し）</p>
2	<p>・家計負担の具体的支援の検討を進める。子ども食堂や無料学習塾等。</p>
3	<p>・情報格差についての具体的支援の検討を進める。</p>
4	<p>・塩竈独自の地域シンボルを作ってはどうか。（例）ゆるキャラグッズ（着ぐるみ、スタンプ、ストラップ、キーホルダー）</p>
5	<p>・神社と水産のコラボ。合格祈願したマグロ、サンマなど。</p>
6	<p>・「しおがま未来創生プロジェクト」は、地方創生戦略と関連して設計されています。そのため、単にアンケートを取って、その結果をもとに「市民は満足しています」というだけでは、実態と乖離しているし、折角作った計画も生きてこず、市民の満足度は実際にはもっと低い可能性があります。アンケートをみながら、国の地方創生予算も視野に入れ、プロジェクトを企画して欲しいと思いますし、立案にあたってのアドバイスは惜しみません。</p> <p>市民は具体性を求めていると思います。インパクトある施策を打ち出し、それを「楽しいしおがま」として、行政だけでやるのではなく、市民協働で、みんなが関われるように協働のデザインを施すのがポイントになります。関連して、次世代枠で作成したリーフレットをきちんとPRして欲しい。あのような市民の声やアイデアがしおがま未来創生の源泉となる。</p>
7	<p>・進捗状況を見る限り、概ね順調で喜ばしく、意を強くする。特に「塩釜への愛着・誇り」や「住みよさの実感」の実績値が既に目標値を上回ったのは、驚きである。原因・理由をつきつめてみたい。</p>
8	<p>・元々、塩釜は歴史・文化にせよ、自然にせよ、海の幸にせよ、他地域が逆立ちしても得られない素晴らしい資源・素材がある。それをどう実感し、生かすのかの問題。コロナ課で活動が制限され、逆にそれが足元の見直し、おらが街の良さを再認識するきっかけになったとしたら、「不幸中の幸い」かも。</p>
9	<p>・根拠となるデータは一言。評価する基礎データが1回の市民向け2,000人アンケートだけでは、物足りない気がする。機会あるごとに（例えば、みなと祭り）様々な人（特に市外観光客）に塩釜のイメージ・魅力・不満をリサーチし、判断材料を補強してほしい。</p>
10	<p>・正直に申し上げますと10か年の計画にも関わらず、目標を達成したプロジェクトが3つあることに驚きを隠せません。勿論達成したことに関しては大変すばらしいことだと思いますが、1年間の活動のみで達成してしまうのであれば、計画目標自体が低かったのかと計画策定に参加した者として反省しております。</p> <p>一方、「やりがい実感プロジェクト」に関して賃金面に不満を感じている人の割合が多いということですが、賃金上昇に関しては一朝一夕で叶うことではないと考えておりますので、他のプロジェクトと分けて長い目で達成できるか注視していきたいと思っております。</p>

## 2.成果指標について

1	<p>・もともと第6次長期総合計画は塩竈市の歴史を踏まえた創造発展と其中での市民の活躍に視点を置いて策定されてきた。よって、その要求水準は内部的な「やりました」という事実判定の指標だけではなく「勝つための競争戦略的指標」も入っている必要がある。</p> <p>もし前者だけなら必ず思考停止の罠「前例主義、予算の壁、組織の雰囲気」にはまってしまい、本来の目標「(組織の外にある)市民の活躍、夢、幸福」が霧のまた向こうになる。</p> <p>つまり、日々の仕事の成果指標がその延長上にある目標にリンクしていなければ意味がないことである。指標設定は「意欲」の現れともとられかねない。是非、肝に命じて工夫を重ねていただきたい。</p>
2	<p>・概ね良好な成果であり、日々の行政サービスの成果が出ていると思われます。一方で、数値的な定量データだけでなく、定性的なデータも必要になってくると思われました。企業でいうところの、インサイト調査です。また、1) 出来たことと、2) 出来ていないこと、3) 変化に対する対応、の3点がわかりやすい報告のあり方が必要かと思えます。その裏付けとして、数値データが示されると説得力を増すと思えます。どうしても数値が成果指標になっていきますが、そこではみえないものを拾うことも、行政の役目かと思えます。</p>
3	<p>・報告にあった3事例をはじめ、約6割が改善したのはOK。特に歴史・文化の進行の満足度(6-1)は我が意を得たりの思い。反面、気になったのは、特産物を家庭料理に取り入れれない(2-9)、空き家利活用が伸びない(3-7)、家庭ゴミ排出量(3-1)、塩釜港区の取扱貨物量の減少(4-5)、コロナの影響であるが観光客入込数の減少(5-1)や観光案内所の利用者(5-3)。浦戸進行に関しても、市営汽船客数(8-1)や交流事業の集客(8-7)の減少は切ない。浦戸は市全体の「宝物」と思う。客観的には厳しいが、なお一層浦戸進行に尽力を。</p>
4	<p>・塩釜は観光名所も、特産名物も。魅力スポットも、各種「達人」も豊富で恵まれている「点」にとどまる印象。ぜひ市民あげて「線」を「面」に広げてほしい。</p>
5	<p>・成果指標の進捗状況に関しては、目標値を達成したものが6割とお伺いしましたが、指標によって、①目標値を上回る状況を維持するべきもの ②前期目標値を目指し徐々に達成を目指すもの ③目標自体の変化を受け入れつつ毎年達成をめざすもの というように分けて考えても良いのではないかと考えておりました。例えば、①として分野1No.1-2などが考えられますし、こちらに分類される成果指標は多いと思えます。一方②として分野3No.3-2などは長い目で見て評価すべき事象であります。また③として分野5No.5-2などは物価の変化などで、目標値自体の見直しも同時に行ってもよいのではないかと考えます。成果指標の達成率が低いとまるで進捗していないような印象になりますが、根回しが重要になるような事業や短期的な視点で結論を出すにはもったいない事業もあることと思えます。そのような事業が、市民や議会に報告する際にご理解頂けるように工夫して頂けると幸いです。</p>

## 3.個別事業

### (1) 学習支援推進事業

1	<p>・児童生徒の可能性と長期総合計画の関係性を考えるなら、地域価値(自然、食材、地域で活躍する人材、五感に響く芸術)等との連携こそが指標(もしくは関連指標)に選ばれるべきではないだろうか?例えば宮城県で対人口比ミシュラン店舗は県内一。自然=食育=産業を連携させれば地頭のよい子は育つ環境に塩竈市はある。</p> <p>組織交流は大事だが、これだけの評価ではタイトルを説明するには不十分と考える。</p>
2	<p>・中学校の英語教諭を幼稚園派遣する。中幼連携</p>
3	<p>・学校現場は精一杯やっていると思う。ハード面だけでなく、ソフト機能面も含めて、行政でサポートできることは常に考える姿勢が大事になる。その中で、出来ることは実行に移して欲しい。ちょっとしたことが励みになる。</p>
4	<p>・学習による学力のみならず、学習による塩釜の歴史・文化など地元への愛着も必要。</p>
5	<p>・とても良い取り組みの数々だと思います。その上で、もし可能であれば標準学力テストや学級満足度調査に関しては平均のみならず、全体の分布にも着目いただければと思います(体感ですが学力の二極化が進んでいると感じるため)。幼保小、小中の連携に関しては非常に素晴らしいと思いますので、ぜひ中高・大との連携もご検討いただけると幸いです。</p>

### (2) 子どもの学習支援事業

1	<p>・NPO、メンター等による課外授業。心の相談。子供の心の壁を取り除ける仕組みも大事では。また。生活困窮世帯はシングルマザーも多いので、カウンセリングなど関係領域との連携も視野に取り組む(部課の谷間に落ちない工夫)必要がある。参考:岡山県総社市のモデル。赤ちゃんの駅からシームレスに取り組む</p>
2	<p>・生活困窮の捉え方を広げる。(ヤングケアラー、ダブルケアラー等)</p>
3	<p>・学校教育と福祉の連携とアウトリーチが求められる。</p>

4	・説明を聞いて、学習支援の委託先との連携がポイントになると感じた。委託して任せるだけではなく、一緒に寄り添う姿勢が大事になる。
5	・せっかくの生活困窮者のための制度だから、一層のきめ細かい施策を。専門家に任せるだけではなく、塩釜得意のコミュニケーション力、まちづくり力の活用を。
6	・対象を小学からにする必要はないのか。
7	・非常に良い事業だと思います。実施対象の拡大として小学生ご検討頂きたいことや、今後の会場として壱番館などですること、参加人数の増加にご対応頂き、ぜひ長く実施いただければと思います。

### (3) 子育て・三世代同居近居住宅取得支援事業

1	・不動産のビジネスモデル支援等、「目のつけどころ」を変える支援策を。ユーカリが丘の山万の取り組みを参考に。
2	・県内大学等と協定し、空き家、公営住宅に学生に住んでもらう。通学代支給+住宅費負担、学生に住んでもらう施策を考えてはどうか。
3	・補助金以外の部分で、どう打ち出せるかがポイントになる。まちづくりと密接な関係を有する。
4	・全国的な移住ブームもあり、空き家対策、定住対策を統合し、活気あふれる街に。申請が近隣からに限られているのは寂しい。塩釜の強み生かすPRアイデアを。
5	・県内の他自治体で行われていることが多いため、移住定住する際の選択肢に入れてもらうために必要な事業だと思いますが、周知への取組がやや弱い印象を受けました。例えば帰省の多い正月や港まつりなどの時期の市報でプッシュすることや、JOIN（※1）等への掲載依頼等、そして住宅取得だけでなく、移住に伴う住宅改修等にも一部認めるなどもご検討頂きますと幸いです。

### (4) 緑と憩い再生事業

1	・公共施設集約化の対象にされやすい事業であるが、満足度を引き続き上げる工夫で頑張ってください。発想の豊富化：緑化から科学・知恵・地頭に優れた子が育つ公園づくり。アイデアは委員会で発言。これからは場づくりが大切になる。
2	・伊保石公園の再整備は期待できる説明であった。面積が広いので、全体のビジョンを描きながらも出来るところから進めて欲しい。
3	・（まだ成果が見えていないという意味で）伊保石公園の売りは？何かシンボル・キャッチフレーズがほしい。アクティビティは良い。
4	・伊保石公園再整備への期待は、市民にとって大きいので、慎重に行った方が良いと思います。塩釜の顔になり得る。
5	・事業の概要等に関しては十分価値があるものだと思いますが、これまでの取組として行っている植樹等に関しては、樹木となると今後長期間での手間や支出が考えられますが、これらは十分ご検討の上で行われているのでしょうか。（調べましたが情報があまりなかったため、見当外れでしたら無視してください。）それぞれの季節の花や一年草等でも構わないのかなと考えました。また今後の展開の方向性として、“安全で安心な”を達成するために、防犯カメラや街灯の充実といった方向性もご検討頂きますと幸いです。

### (5) 「みやぎの台所・しおがま」推進事業

1	・産業の強みをベースに「食の都」を目指す取り組みに産業を位置付けてほしい。スペインのサンセバスチャンは自然と食材、教育、店、研修、人流の工夫（はしごできるように少量のピンチョス提供）など、計算された地域づくりで産業支援。塩釜もできないことはない。ブランド価値が上がれば1杯1000円の海鮮丼が3000円（函館）にできる。場の付加価値をあげてほしい。
2	・ターゲットを明確にする。外国人向けなのか、国内向けなのか、誰にタイ捨て何なのかを明確にした方が良い。
3	・最近の仲卸市場の変化は嬉しい。活気が出てきた感じがする。
4	・水産品・水産加工品の流通拡大は非常に重要であり、それらに取組んでいるというのは素晴らしいと思います。事業の方向性としても良いと思いますので、これからみなと祭りや初詣の出店としての出店や水産以外（酒やみそなど）とのセット売りでの価値の創出もご検討頂きますと幸いです。

(6) 観光プロモーション事業

1	・今後は観光地づくりではなく、目的地づくりを構想してほしい。参考：徳島県神山町、鹿児島県甑（こしき）島、島根県群言堂 空き家も資源になる。甑島の山下商店は空き家と移住と起業家育成を指定管理でやりのけている。
2	・マスコミリリースしてはどうか。
3	・プロモーションは、マーケティング用語であるが、まずプロダクトがあって、それをプロモーションの順序である。プッシュ戦略とプル戦略を明確にし、戦略的に進めるべき分野である。
4	・人口減少の中で塩釜の強みと狙い目は「交流人口」の拡大。観光面では、来年1,300年祭を迎える多賀城との連携を。（塩釜まで足を伸ばす）
5	・自治体によるプロモーションの推進は必須となってきたと感じておりますので、事業としては素晴らしいと思います。一方内容としてはあまりコスパの良いものではないと感じました。特にSNSやWeb広告が重視されている中、なかなかそちらに力が入っていないように感じられましたのでどうかそちらの方向もご検討頂けますと幸いです。

(7) 中学校アートプロジェクト

1	・飾る場所も必要。商店街に飾れば両親・祖父母が財布4つで訪問。
2	・こうしたソフト面での支援はいいモデルとなる。時間がかかることは課題であろうが、探求学習やPBL学習なので、取り組みを継続して欲しいし、学生の創造性を育み、塩竈らしい教育の一つになる。
3	・（今後の取り組みを見たい意味で）塩釜独自の塩釜らしい取り組み。ぜひ継続・拡充してほしい。
4	・子どもたちに様々な機会を提供しており、また学校外の方との交流もあり素晴らしいと思います。また今年度は壁画ではなく布にされたのも、壁画アートはキャンパスに限界がきてしまうと思うので、非常に良いと思います。ただ、作成後の活用がなかなか内容ですので、吉番館やみなと祭りでの展示や成人式での展示等に活用いただければと思います。また港町にちなみ、大漁旗等の作成も見てみたいです。

(8) 新婚さんいっしゅい事業

1	・イベントは芝生敷事業や清掃事業のように単純でも、そこに生まれる連帯意識やコミュニティづくりのきっかけとなる。表彰で終わればイベントだが、地域づくりを成功させた地域はここをきっかけに次に動いていった。そこを考えるのが関係課・企画課である。蛸壺排除の事例として、集中的に研究してもいいのではないだろうか？
2	・カップル祝い金（新婚、再婚、同性婚）としてはどうか。結婚式を挙げたカップルにお祝い金は。
3	・ユニークで面白い事業、祝い金を受けた対象者へのフォローも考えてほしい。
4	・ご出席された方の感想を読ませて頂いた限り、非常に良い取組だと思えます。一方名称に関して、TV離れが進み、元ネタが分からない中で“いっしゅい”といわれると移住者限定かという印象を受けました。またR3年度で終了したすし券の代わりに、広告込みで出資（商品券やサービス券、割引券など）してくれる企業を募り、お渡ししたりは難しいでしょうか。“新婚さん”をターゲットに広告を出したい企業はあるのではないかと考えましたので、ご検討頂けますと幸いです。

(9) 浦戸再生プロジェクト推進事業

1	・できない理由を越えて取り組みをとということで、クライナガルテン（アトピー、喘息対応型）やイノベーション特区構想（造語）を総務省等に相談して、施策展開を試みてもいいのではないだろうか？6に挙げた甑島の取り組みは参考になる。
2	・観光ブランディングの段階であると感じた。松島湾の一部であることによる制限があると思うが、浦戸リゾートのような視点で、非日常のサービスを提供できるポテンシャルがある。伊保石公園同様、企業に対するサウンディングをしてはどうだろうか？
3	・がんばってほしい。担い手、人材確保が急務。島民の協力を得て、打って出る勧誘策を。
4	・桂島海開き情報をもっとPRするべき（SNS、LINEなど）
5	・移住につながるかわからないが、塩釜へ足を運んでくださるきっかけになる。
6	・浦戸は塩釜の素晴らしい資源のひとつだと思っておりますので、こちらの事業は大変重要だと考えます。取組等も良いものだと思いますので、ブラッシュアップしたものを期待しております。また浦戸の資源として、外部から少し距離があり、手厚い支援のある学校もどうか着目してもらいたいと思います。