

平成30年度 第3回徳島市まちづくり総合ビジョン推進評価委員会 会議録（要旨）

日 時 平成31年2月21日（木） 午後3時～午後5時
場 所 徳島市役所8階 庁議室
出席者 委員5人、担当部局職員、事務局

1 政策横断型プロジェクト「徳島市未来チャレンジ総合戦略」の評価について

（委員長）

最初に、総合戦略及びその評価の概要について、事務局から説明をお願いしたい。

（事務局）

概要を説明。

- ・「徳島市まちづくり総合ビジョン」は、平成29年度からスタートしており、今後10年間のまちづくりの指針となるもの。
- ・「徳島市未来チャレンジ総合戦略」は、2060年に人口24万人超を維持するために取り組む「人口減少対策の方向性」を示したもの。
- ・「徳島市未来チャレンジ総合戦略」は、「徳島市まちづくり総合ビジョン」において、代表的な「政策横断型プロジェクト」として位置づけているもの。
- ・「徳島市未来チャレンジ総合戦略」は、4つの「チャレンジ」「基本目標」を設定している。（雇用創出数の5年間の累計 1,000人以上等）
- ・「徳島市未来チャレンジ総合戦略」に基づく具体的な事業を示したものが、「アクションプラン」であり、これらの事業を総動員することで、基本目標の達成を図り、人口減少の克服に繋げようとしている。
- ・今回、評価をお願いするのは、「アクションプラン」に掲げた事業のうち、国の地方創生推進交付金を活用した事業についてであり、全部で5事業となる。
- ・本日、いただいた「評価・ご意見」は、国への「報告資料」とするほか、担当部局と情報共有を行い、PDCAサイクルを適切に運用していきたいと考えている。

（委員長）

続いて、それぞれの事業について、事務局から説明をお願いしたい。

評価シートNo. 1 とくしま新未来産業のブランド創出とグローバル展開戦略

（事務局）

概要を説明。

- ・この事業は、徳島県等と連携して、徳島市の「藍製品」をはじめ「木工・木製品」「食材・食品」などの「地域産業の高付加価値化」に向けた新商品の開発支援や域内消費の拡大、販路拡大に取り組むもの。
- ・この事業における、具体的な取組は、「とくしま地域資源活用支援事業」、「農商工連携等支援事業」、「中小企業販路拡大支援事業」など、5つである。
- ・「資料6」に、事前に、委員からいただいた「評価」と「意見」を、まとめている。「評価」については、「非常に有効であった」「相当程度有効であった」「有効で

あった」「有効ではなかった」の4つから、選択していただいている。
本事業については、各委員から「相当程度有効であった」「有効であった」という評価をいただいている。

- ・「資料7」に、事前に、委員からいただいた「質問」及び「質問に対する市からの回答」を、まとめている。「No. 1」から「NO. 10」までが、この事業の該当箇所となっており、その概要を併せて、報告させていただく。

(委員)

「地産地消推進事業」は、質問「NO. 10」において、どのような判断をして、「想定していた事業効果が得られなかった」としたか、その根拠を確認したかったのだが、説明をお願いしたい。

(担当部局)

継続性に欠けていたと考えている。

(委員)

「地産地消推進事業」の今後の方向性は「廃止」となっている。事業を取捨選択して、止めると判断することは良いことだと思うが、止める時に、きちんと評価して、良くなかった点を分析し、改善することを考えておかなければ厳しいと思ったので、お聞きしたところ。その点は考えられているか。

(担当部局)

これまでの取組は、時点での効果はあるが、一過性のもので終わってしまい、継続して繋がらず、単発に終わってしまっていた。

(委員)

クーポンを配ったり、マップをつくったり、スタンプラリーを行ったりしているが、これらの取組は地産地消の販売促進に繋がっていなかったのか。

(担当部局)

スタンプラリーは、前年度の取組が難易度が高いものであったため、スタンプの数が少なくても参加できるようにするなど、参加者が増えるための改善をしたが、約70しか応募がなかった。アンケート結果を見ても、それほどIPPIN店の来客者増に繋がっていなかったが、IPPIN店の趣旨は認知され、利用しようとする流れはできていると思う。

今後は、ホームページ上で情報提供を行うなど、予算をかけない方法でも、事業を継続していけるのではないかと判断したところである。

(委員)

事業の概要で、域内消費の拡大と、外に売り出していく、2つのことを掲げている。

2つのことを同時に実現するのは難しいので、施策の考え方を整理してもいいのではないか。最初の事業を設計する段階では、それができているが、評価する段階では、2つのこと（外で売る、中で売る）を評価すると、分かりにくくなる危険性があるので、政策目的に応じて分割するなど、評価シートを作成する際の工夫をお願いしたい。

(事務局)

委員ご指摘のとおり、計画作成の段階では、事業は、対外的と域内という両方の視点を有したものとしていたが、評価するためのKPIは、対外的なものだけに止まっているという課題がある。

こうした中、「地産地消推進事業」の見直し等もあるため、来年度の評価の仕方、評価シートの作成にあたっては、改善を検討する必要があると考えており、来年度の課題とさせていただきたい。

(委員)

よろしくお願ひしたい。

資料7 別紙1に写真を付けていただき、綺麗な藍製品が開発されたことが分かるが、藍製品を外向けに売っていくのか、自分たちが愛着を持って着るのかという話にも繋がっていく。

1つの政策で2つのことを叶えるのは難しい。外向けには、今実施しているように、インフルエンサーを活用して発信していくのは、有効な方法だと思うが、域内で広めていくためには、別の政策の枠組みが必要になると思った。

(委員)

食材ブランド化や地産地消は、徳島市だけの問題ではなく、県といかに連携して進めるかが、大きな課題であると思う。

徳島市として独自にやるべき事業として、どの点に焦点をあてるのかと感じた。

(委員)

この事業は、徳島市だけで解決しない課題も含まれているが、予算が付いており、徳島市事業に対する評価はしなければいけないという難しい問題がある。

(委員)

取組の中には、越谷市と連携した取組を書かれているが、徳島市としての意図や考え方はどうか。

(担当部局)

越谷市は、以前から阿波おどりを通じて連携している。越谷市では、徳島市の食材を販売していただく店舗があったり、学校給食にも利用していただいたりと、利用が拡大しているという成果があった。

ただし、徳島の市場ルートとして、継続して出荷しようとしているのは、東京などの首都圏であり、越谷市との連携は上手く進んでいるものの、徳島の農林水産物の継続的な首都圏への展開には繋がっていないという課題がある。

過去にレストランなど催しも行ったが、継続性に繋がっていないので、一旦、見直しを図ろうというものである。

(委員)

越谷市との連携は、県と一緒にやっているのか。県と連携して行っていることはあるのか。

(担当部局)

越谷市との連携は、徳島市独自の連携である。

「農商工連携」において、6次産業化・商品開発は、県と連携して取り組んでいる。

(担当部局)

これまで越谷市との連携に取り組んできたが、首都圏までは、なかなか繋がっていない。越谷市に固執しても、上手く展開しないので、京阪神にシフトするのも、1つの方法ではないかと考えているところである。

(担当部局)

生鮮品は、首都圏の場合は距離が長く、鮮度を保てるのかという課題があり、元々、農業は京阪神を中心にルートができているため、首都圏は、ハードルが高い。こうした中、首都圏に対して試してみたところであるが、継続的なものに繋がらなかった。

(委員)

県では、県出身者を集めて、県の食材を活用した試食会を開くなどのビジネスモデルを考えたりしているが、徳島市でも、少しターゲットを変えた試みを行っているか。徳島市単独で行うのか悩ましい面もあると思うが。

(担当部局)

以前に行ったことはあるが、継続的に繋がっていなかった。

また、(例えば)スタヂにしても、徳島市だけで生産しているものではなく、市外のブランドもあり、徳島市単独で行うのは、限定され過ぎてしまい難しい面もある。

(委員)

県との連携を上手くしたり、相乗りしたりするなど、何か工夫していただけるといい。

(委員)

「とくしま地域資源活用支援事業」について、篠原ともえさんといった著名な方を活用して行っているのは良いことだが、インフルエンサーによる SNS 発信(3回以上)というのは、相応しい数なのか。同様の取組をしている他の自治体でも、明確な数字を掲げて行っているのか。

(担当部局)

その点は確認していないが、業者に委託するにあたり、10万リーチ数を目標に掲げているため、会場に来た方で拡散してくれる方に対しても、拡散していただきたいと、お願いしたところである。

現在のリーチ数は、2月18日現在で、59万1千件程度となっている。

これは、9月に rooms で展示を3日間行い、一般の来場者で興味を持ってくださった方に、アンケートと記念品をお渡しして、発信をお願いしたものであり、篠原ともえさんの発信も一般の方の発信も含まれている。

(委員)

篠原ともえさんのような著名人ならば、インフルエンサーと言えると思うが、来場者のフォロワー数などが分からないため、インフルエンサーとして効果的かどうかの判断ができない。

今回の事業で多くのリーチ数があったことは分かったが、結果として、受注に結び付くなど、もう少し先が見えるようになればいいと思った。

(担当部局)

ご意見は参考にさせていただく。

(委員)

効果の見える化が、難しいものではある。デジタルマーケティングの話にも繋がるものではあるが。

(委員)

大学学部のフェイスブックの年間ビュー数の約3倍の数字であり、インフルエンサーの影響力は大きい。

マーケティングの手法で言えば、(大量に) つくることができないので、デ・マーケティングの手法をとらざるを得ないのでは。ファンになっていただく方を増やす方法をとらざるを得ない。

(委員)

そういう価値をつくることも大事である。

評価シートNo. 2 賑わいコンパクトシティ形成事業

(事務局)

概要を説明。

- ・この事業は、「都市ブランドの向上」や「集約型都市構造の形成」に取り組むことで、「都市のにぎわい再生」と「コンパクトなまちづくり」を推進するもの。
- ・この事業における具体的な取組は、「水都・とくしま魅力発信事業」、「移住窓口WEBサイトのリニューアル」、「立地適正化計画作成事業」の3つの取組である。
- ・「資料6」の「評価」については、各委員から「相当程度有効であった」「有効であった」という評価をいただいているほか、現時点で判断できないとの意見もいただいている。
- ・「資料7」の「NO.11」から「NO.16」までが、この事業についての質問と回答となっており、その概要を併せて、報告させていただく。

(委員)

「水都・とくしま魅力発信事業」について、地域ブランド調査のランキングの詳細、項目やその内容は分からないのか。魅力度と言っても幅が広いので、どこが良くて、どこが良くないのかを分析しているのか。

(担当部局)

一部の公表している内容以外は、購入しなければ分からない。
徳島市は購入しているが、分析には至っていない。

(委員)

徳島は、子育てや女性の暮らしやすさでは上位であると聞いたことがある。徳島市は、医療・介護・保育所などは、比較的、充実していると思われる。

(委員)

ブランド調査は意識調査であり、周りからどう見られているかを、分析していくことが必要である。良い点はPRしていくといい、良くない点は何が要因かを分析するといふ。せっかく購入しているのだから、分析まで進めた方が良いのではないか。

(委員)

この事業は、2つの目的を1つにまとめたことから、KPIと事業内容が一致していないと思われ、工夫が必要である。現在のKPI「徳島市人口の県外との社会増減数」は、都市ブランドの向上に関する取組(の効果)を表すことが、できているはずである。一方で、徳島市のコンパクトシティは、どういった姿なのかイメージを明確にした上で、集約型都市構造の形成により達成できるKPIを追加することが必要ではないか。

また、1点質問であるが、実績値と目標値は間違っていないか。目標値が、実績値よりも低いように見えるが、どうなのか。

(事務局)

交付金計画の作成にあたっては、KPIについて、最終年度の値まで設定することとなっている。当初の考え方では、計画作成時に「-800人以上」であった県外との社会増減数を、徐々に改善していき、最終年度に「-676人」を目指すものであったが、途中段階で目標を達成した結果、目標値よりも途中段階の数値が良い状況になっている。

(委員)

立地適正化計画自体にはKPIが設定されているが、この交付金計画には、立地適正化計画に関するKPIが設定されていないところ。

立地適正化計画は、どちらかと言えば、この街に住んでいる人達の住みやすさを目指しているように思われるため、目的が2つあるように感じる。

そのため、それぞれの取組が別々にあり、繋がっていないように感じられ、この計画が良く分からないものになっている。

(委員)

アクティが徳島市のランドマークになっている現状はどうか。徳島市中心部としての、特長や分かりやすさが欲しいと思う。

(委員)

立地適正化計画は作成した段階であり、今後どのように進んでいくかが大事である。これを、現時点でどのように評価するか難しい面があったのではないかとと思う。

評価シート No. 3 女性・若者活躍促進事業

(事務局)

概要を説明。

- ・この事業は、女性や若者に力点を置いた就業・創業の支援や人材育成に取り組むことで、誰もが活躍できる活力ある徳島市の実現を図るもの。
- ・この事業における具体的な取組は、「創業促進事業」、「ワークライフバランス推進事業」など4つの取組である。
- ・「資料6」の「評価」については、各委員から「相当程度有効であった」という評価を多くいただいている一方、「有効ではなかった」との評価もいただいている。
- ・「資料7」の「No.17」から「No.21」までが、この事業についての質問と回答となっており、その概要を併せて、報告させていただく。

(委員)

市立高校の、1学年の学生数は何人か。

(担当部局)

1学年に320人である。

(委員)

約25%が市内大学へ進学していることになるが、県の目標は50%であり、それほど高い数字ではない。

(担当部局)

県外の難関大学に行く生徒が多いことも影響している。

(委員)

市立高校生の市内進学率は、どのように評価して良いのか難しいところがある。

市立高校生は基礎がしっかりできており優秀である。市立高校の授業は、県外や海外を意識したものとなっており、市立高校から海外の大学への進学者を出しても不思議ではない状況にある。そのため、市内にこだわる必要はなく、あまり気にしなくて良い数字ではないかと思う。

(委員)

確かに、そういった考え方もある。県外へ出て行っても良いので、(就職時等に)帰って来て欲しいという話も聞く。帰って来たいと思う学生を生み出すことが重要である。

(委員)

この事業は平成28年度から始まっているが、若者をめぐる雇用情勢は随分、変わってきている。平成27・28年度は、リーマン・ショックの影響もあり、とても就職が厳しく、今も非正規で働いている人の割合は少なくないが、新卒に限って言えば、4年制大学の卒業生で、非正規で就職している人はほとんどいなくなっている。

確かに、正規化促進は必要だが、今後は、若者の力を活かすという視点で、方向性を変えていく必要があるのではないかと。

(委員)

この事業は、意外と最も効果が出ている事業と言えるのではないか。

創業支援について、徳島市の支援（セミナーなど）は、地に足がついたものとなり、様々な団体が創業支援の取組を実施しているが、女性がターゲットのものは、徳島市が一番、ピントが合った取組ができていると思う。

(委員)

女性の起業者数は増えている。

セミナーなどの参加者は、かなりの割合が女性であり、女性はしっかりとした考え方を持って取り組んでいるので、支援しやすいと思う。

(委員)

創業することよりも、続けることが大事であると思うが、事業を継続するための取組としてセミナーを実施されている。

創業促進で補助金を出しているが、審査の内容について、教えてほしい。

(担当部局)

事業計画を提出いただき、取組の目的や内容、今後3年間の収支計画などを確認し、審査を行っている。商工会議所や日本政策金融公庫など経営指導ができる方に見ていただき、審査している。

(委員)

事業を始めたばかりの個人事業者の中には、収益と利益の区別がつかない、売上を全額使ってしまう人もいる。創業促進事業の活用者に、そういった方がいた場合は、指導して改善できるといい。

(委員)

この交付金事業も3年間経過したので、次の段階として、フォローアップが必要である。調査を行い、どういった方が継続できているかを把握することも重要である。

評価シートNo. 4 四国のゲートウェイを起点とした「おどる宝島★とくしま観光・文化プログラム」発信戦略

(事務局)

概要を説明。

- ・この事業は、徳島県等と一層連携し、国内外からの観光客拡大・宿泊者増加等に向けた取組を推進することで、交流人口の増加や地域の活性化を図るもの。
- ・この事業における具体的な取組は、「インバウンド対応事業」と「阿波おどり等宿泊対策事業」の2つの取組である。
- ・「資料6」の「評価」については、各委員から「相当程度有効であった」「有効であった」「有効ではなかった」と様々な評価をいただいている。
- ・「資料7」の「No.22」から「No.27」までが、この事業についての質問と回答となっており、その概要を併せて、報告させていただく。

(委員)

これまでは「DMO事業」が含まれていたはずだが、今年度から分かれたのか。
また、何か理由はあるのか。

(事務局)

今年度から「DMO事業」は別の計画に独立した形になっている。

この計画は、元々、県と連携して観光振興を図るものであるが、県と協議したところ、徳島東部地域DMOは、徳島東部地域 15 市町村という大きな枠組による取組であり、これら全てがこの計画に入り、県と連携するとなると、連携内容が煩雑になる、進捗管理が難しくなる等の課題が想定された。

そのため、徳島東部地域DMOに関しては、別に計画を策定した方が、事業推進上も事業管理上もしやすくなり、良いと考えられ、別の計画を策定したところである。

(委員)

結果として、この計画の取組が少なくなってしまうのが、残念なところである。

(委員)

阿波おどり以外に、徳島市ならではの観光として、何を重点化するかという視点が重要である。阿波おどりは4日間だが、それ以外の361日、何を目玉にして、徳島市に泊まって楽しんでもらえるか。通年で楽しめるために、何を重点化するかが曖昧で見えないところが問題ではないか。

(担当部局)

観光課では、今年、観光のホームページを立ち上げ、それに合わせて、観光パンフレットもリニューアルしたところである。

徳島市には、阿波おどり以外にも、人形浄瑠璃、阿波藍、遊山箱など訴えることができるコンテンツはあると思うが、PR が下手なところもあるので、観光のホームページやパンフレットを活用して、取り組んでいきたい。

また、時代の流れとともに、体験型観光が広まっているが、今後、SUPや藍染め等をどのように売り込んでいくかが課題であると考えている。

(委員)

一種のキラコンテンツを目指すのか、色々なコンテンツをもっと太くしていくのか、難しいところである。

(委員)

キラコンテンツは、川であると思う。

(委員)

キラコンテンツで人が元々集まっているところに、上積みして人が集まってしまうと、オーバーキャパシティを起こすが、徳島は、キャパシティに余裕があるので、その心配はない。

海外から注目されているのは、徳島西部地域の祖谷の自然であるが、他にも、うだつ

の町並み、鳴門市、徳島南部地域のサーフィンなど様々な魅力的な所があり、これらの結節点として徳島市がある。交通が便利であれば、直ぐに色々な所に行けるが、徳島は交通はあまり便利ではないので、徳島市で一泊しなければ、徳島の様々な所に行けない。

このことを逆に強みに活かして、徳島市だけでキラーコンテンツをつくるのが難しいとしても、県内には魅力的な所が各地にあることを情報発信した上で、徳島市に泊まってもらう流れができるといいと思う。

徳島県が努力して、徳島空港に1年のうち3分の1の期間、香港からの直行便が就航することになったが、この影響は有効に利用しなければいけない。一定の搭乗者がいると思われ、県内全域の観光事業を進めるにあたり、徳島市がゲートウェイになるという計画があってもいいのでは。

(委員)

インバウンドへの影響はどうか。

(委員)

旅行商品をつくるのに1年かかると言われているが、今年は、国際便の決定からフライトまでの期間が3カ月と短すぎて、その時間がなかったが、以前より移動時間が短くなり有利になったので、来年度以降、国際便に関連した事業を計画してもいいと思う。

評価シートNo. 5 徳島東部地域におけるDMO推進

(事務局)

概要を説明。

- ・この事業は、徳島県東部地域15市町村及び民間事業者が連携し、徳島東部地域DMOを設置し、官民が一体となって、観光振興を推進することで、交流人口の増加や圏域の活性化を図るもの。
- ・「資料6」の「評価」については、各委員から「相当程度有効であった」「有効であった」という評価をいただいている。
- ・「資料7」の「No.28」から「No.33」までが、この事業についての質問と回答となっており、その概要を併せて、報告させていただく。

(委員)

DMOが事業を行っているが、その中での徳島市の役割はどうなっているか。

(担当部局)

徳島市は、DMOの構成員の1つである。

DMOに15市町村入っているが、ワーキンググループを立ち上げて、それぞれの地域の課題を共有したり、提案したりして、DMOの旅行商品造成などに役立ててもらっている。

現時点では、旅行商品造成にまで至っていないが、ワーキンググループの意見を取り入れたモニターツアーを実施している。

(委員)

15 市町村間での連携はあるのか。

(担当部局)

ワーキンググループの発表会も行っており、その中で、連携を図っている。

(委員)

この事業の効果はこれからと思われるが、危惧していることがある。

香川県は広告がとても上手で 瀬戸内国際芸術祭が始まる。徳島東部地域は出遅れているが、旅行会社が観光ルートをつくる際に、瀬戸内海という括りになり、こちらに来てくれない可能性を心配している。

(担当部局)

DMOをつくる際、当初、鳴門市は正式なメンバーではなかったが、DMOを立ち上げた際に、鳴門市に入っていたことは、大きな成果であり、DMOの枠組みの中では、鳴門市から徳島市に来る流れができたと思う。

関西圏からの観光客誘致を図る必要があるが、関西国際空港から徳島に入って来る人は、1%を切るとのことであり、伸び代はある。今後、これらの人を、どう取り込んでいくかが大きな課題であると考えている。

(委員)

モニターツアーは、今までにあったコンテンツを繋ぎ合わせたものが多い印象があり、DMOにしか発見できない洗い出しが、未だ弱いと感じる。

徳島市の観光振興とDMOの観光振興について、役割分担をどう考えているのか。同じ方向を向いているのか。

(担当部局)

DMOは、着地型の広域観光である。県内の宿泊客数の約半分が徳島市内であり、徳島市に泊まっていただき、15 市町村の観光地をまわっていただく周遊コースができれば、Win-Win の関係になるのではないかと考えている。

徳島市としては、インバウンドに力を入れており、特に香港・台湾をターゲットにした事業を進めている。これは、DMOのインバウンド向けターゲット地域とも一致しており、国内のターゲットも東京・大阪と同じで、方向性は一緒である。

(委員)

徳島は2回目又は3回目の来日の人が関心を持つ場所であり、1回目の方は東京や大阪などが多い。ゴールデンルートを経験した人が、2～3回目に、四国に目を向けてくれる。DMOは、インフルエンサーを活用したり、リピーターの確保を目指した旅行商品の造成ができると良い。

また、高松は国際便が4地域あり先行しているが、四国の魅力をどう伝えるかにより、競争が激しくなるだろう。

(委員)

徳島東部地域であるのか、四国であるのか、ということも戦略的に重要である。

松山に多くの人が訪れているが、松山以外にも色々な所に行きたい人が多くいるので、四国を巡って関西に入っていくということも考えられる。

(委員)

KPI の宿泊者数は、コンベンションなどDMO以外の取組でも動く数字ではないかと思うので、それ以外の指標も見た方が、効果をはかることができるのでは。

(委員)

アウトカム指標が望ましいところが、インパクト指標になってしまっている。

(委員)

例えば、観光施設の入場者数、タクシーの利用者数、お土産屋の売上増減などが、効果をはかる指標として、考えられるのではないか。

(委員長)

指標については、色々考えられるということ。

他に「未来チャレンジ総合戦略」の評価について、ご意見はあるか。(意見等なし)

それでは、続いて、「徳島市未来チャレンジ総合戦略への意見について」、事務局から報告をお願いしたい。

2 徳島市未来チャレンジ総合戦略への意見について

(事務局)

- ・「資料8」は、徳島市未来チャレンジ総合戦略が、平成31年度に最終年度を迎えることから、次期総合戦略の策定等にあたり、参考とさせていただくため、各委員からいただいた、ご意見をまとめたもの。
- ・「SDGsの実現寄与に対する関連性を明記することが重要」などのご意見を次期総合戦略の内容を検討する際の参考にさせていただくなど、今後の総合戦略の推進にあたり、工夫していきたい。

(委員)

評価に関して、中間値の指標を用いる場合は、参考として、前年度の同月の値も表示するようお願いしているところであるが、対応は可能か。

(事務局)

同じ時点で比較することは重要であると思うため、工夫していきたい。

(委員)

SDGsに関するご意見も出ているがどうか。

(事務局)

次期総合戦略の策定にあたってのご提言と受け止めており、策定時には、検討していきたい。

(委員)

SDGsは、国連で採択された17の目標のことである。

計画をつくる際に、17の目標のうち、どの目標に近いかということマークで示すのが流行になってきている。

次の総合戦略では、世の中を良くしていこうとする物差しとして、SDGsの何に関連しているかを示されると良いのではないかと、私も思う。

(委員)

頑張っていることや、良くなりつつあることが、沢山あるにも関わらず、市民の目に触れていないことが残念である。もっと市民に伝わる形で、PRされると良い。

(委員)

ご意見のとおり、役所は良くない点ばかりが取り上げられるが、良い点もPRした方がいい。

(事務局)

総合戦略の取組については、議会への報告や、ホームページでの公表のほか、推進評価委員会を公開で開催するなどしているが、工夫して、良い点を取り上げられるようにしていきたいと思う。

(委員)

全国紙の方は、全国にない取組、徳島らしい取組であれば記事にしてもらえる。頑張っているのは分かるが、その点が薄いので、ぜひ外を見る工夫をしてほしい。

(委員長)

他に「未来チャレンジ総合戦略」への意見について、ご意見はあるか。(意見等なし)

それでは、続いて、「平成31年度版徳島市まちづくり総合ビジョン推進プラン(案)について」、事務局から報告をお願いしたい。

3 平成31年度版徳島市まちづくり総合ビジョン推進プラン(案)について

(事務局)

- ・平成31年度版「まちづくり総合ビジョン」は、昨年7月・8月の「総合ビジョン推進評価委員会」でいただいた、ご指摘・ご意見を踏まえ、各担当部局での検証・点検を行い、「改善及び見直し」を図るとともに、平成31年度当初予算と連動する形で、とりまとめたもの。
- ・平成30年度に実施したPDCAサイクルの運用結果を踏まえた「平成31年度の重点事業」について、平成31年度から33年度までの推進工程や目標値をお示ししており、全部で171事業となっている。

- ・ 171 の重点事業の内訳は、
「新規事業」が、「とくしま在宅育児応援クーポン事業」など 11 事業、
「見直し事業」が、「鉛製給水管対策」において「水道メーターの取替にあわせて
鉛製給水管の取替を実施」といった取組を追加したものなど、61 事業であり、
これらが重点事業の全体に占める率は、「42.1%」となっている。
その他の 99 事業については、「継続事業」となっている。

(委員)

先程の話（良い点をPRする）にも出ていたが、新規事業にマークを付けるなど、分かりやすく示す工夫があった方がいいのではないか。

(委員長)

他に「総合ビジョン推進プラン（案）」について、ご意見はあるか。（意見等なし）
それでは、意見交換を終了し、事務局にお返しする。

4 閉会

(事務局)

あいさつ、事務連絡（会議録等の確認のお願い、今後のスケジュール説明）