

平成 28 年度 政策評価表

総合的に取り組む重点課題	所沢ブランドの推進とまちの活性化	ゼネラルマネージャー	経営企画部長 三上 昌美
--------------	------------------	------------	-----------------

後期基本計画で掲げた取り組み方針

- 1 まちの魅力の発信
- 2 地域・経済の活性化
- 3 まちへの誇りや愛着の醸成
- 4 総合的推進に向けた連携体制

1. ゼネラルマネージャーによる活動計画

計画期間における方向性	新たなブランド発掘を進めながら、既に確立されたブランドや都市イメージの効果的な活用を推進し、まちの活性化にもつなげていきます。			
各年度の目標	H27(実績)	H28	H29	H30
	目標に関わる施策確認と始動 ・まちの魅力の発信 ・地域・経済の活性化 ・まちへの誇りや愛着の醸成	目標への調整・方向づけ ・まちの魅力の発信 ・地域・経済の活性化 ・まちへの誇りや愛着の醸成	目標に向けた施策推進 ・まちの魅力の発信 ・地域・経済の活性化 ・まちへの誇りや愛着の醸成	目標に向けた進捗総括と評価 ・まちの魅力の発信 ・地域・経済の活性化 ・まちへの誇りや愛着の醸成
各年度の活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・みどりの豊かさや自然環境の魅力を発信するとともに他のブランドとも連携させた「みどりのふれあいウォーク」を実施した。 ・ふるさと応援寄附制度のなかで、市と地場産業をPRする御礼品の提供を開始した。 ・所沢ロケーションサービス事業として、市内でのテレビ撮影などを積極的に誘致した。 ・SNSを活用した情報発信を行った。 ・文化と自然が共生した、「住んでみたい」「誰もが訪れたい」地域づくりを進める構想である「COOL JAPAN FOREST構想」を策定した。 ・中心市街地のにぎわい創出を目的として、商店街と連携し「所沢ソラバル」を実施した。 ・音楽のあるまちづくり推進に向けて、音まちコンサート、まちなかコンサートを実施した。 ・ブランドの効果的な活用等について、他自治体の取り組みを研究した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・広報紙やホームページ、SNS、マスメディアなどの各種情報発信ツールを活用し、効果的にまちの魅力やブランド施策を発信する。 ・まちのにぎわいの創出と経済的な波及効果を精査しながら、豊かな自然と良好な住環境を維持しつつ、観光・商業等あらゆる資源の有効活用により、まちづくり施策の実施を図る。 ・所沢らしさを再認識し、だれもが選ぶまちとなり得る風土づくりを進める。 	<ul style="list-style-type: none"> ・広報紙やホームページ、SNS、マスメディアなどの各種情報発信ツールを活用し、効果的にまちの魅力やブランド施策を発信する。 ・まちのにぎわいを創出と、経済的な波及効果を促し、豊かな自然と良好な住環境を維持しつつ、観光・商業等あらゆる資源の有効活用により、まちづくり施策の充実を図る。 ・だれもが選ぶまちとなり得る風土の拡大を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・前年度までの活動内容の振り返りを実施し、継続・拡大を図るもの、縮小、統合するもの等を考察する。 ・必要に応じて施策の見直し、再構築を行う。

2. 計画期間における目標指標

指標名	単位	策定時の数値	H27年度実績	H27年度目標値	H27年度における達成率	将来目標(H30)
所沢市の定住意向率	%	78.0	72.9	78.5	92.9%	80.0
全国住みよさランキング	位	372	408	250.0	—	100.0
観光客数 ※実績値は年単位	千人	5,739	6,089	6,100	99.8%	7,000

3. 第5次所沢市総合計画後期基本計画内にある施策のうち「充実すべき施策」と感じている市民の数(「平成27年度所沢市市民意識調査」の結果)

節名称		「充実すべき施策」と感じている人数(2,125人中)	割合	全42節中順位
第6章「環境・自然」	第2節「みどり保全・公園の整備」	773人	36.4%	13位
第5章「産業・経済」	第4節「観光」	760人	35.8%	15位
第5章「産業・経済」	第2節「商業」	602人	28.3%	29位
第4章「教育・文化・スポーツ」	第5節「市民文化」	486人	22.9%	35位

4. 政策を構成する主要事業の進捗状況

事業名	H27 決算額 (単位:千円)	H28 予算額 (単位:千円)	成果指標				
			指標名	単位	H27 実績	H27 目標値	達成率 (%)
所沢ブランド推進事業	4,648	3,722	所沢市への定住意向率	%	72.9	78.5	93%
所沢ロケーションサービス事業	212	209	関係したロケ数	件	91	66	138%
ふるさとのみどり啓発事業	3,257	2,407	ふれあいウォーク参加人数	人	2,311	2,500	92%
埋蔵文化財普及公開事業	1,942	2,561	施設見学者等事業参加者延べ人数	人	5,905	8,600	69%
農商工連携きっかけづくり事業	39	120	きっかけづくり交流会参加者数	団体	30	30	100%
地産地消推進事業	5,882	5,818	所沢産農産物の直売所への出荷割合	%	66	60	110%
COOL JAPAN FOREST 構想推進事業	48,736	390	COOL JAPAN FOREST 構想の認知度	%	—	—	—
東京オリンピック・パラリンピック推進事業	60	1,095	意識啓発を目的とした事業の実施回数	回	11	5	220%
音楽のあるまちづくり推進事業	154	643	観光客数	千人	6,089	6,100	100%
所沢市観光大使事業	99	60	市主催イベント等への協力回数	回	12	3	400%
景観まちづくり支援事業	1,076	1,330	都市景観や街並みの満足感	%	58.60	66	89%

5. 各取り組み方針における進捗状況

1 まちの魅力の発信	2 地域・経済の活性化
<p>所沢市が有している個別ブランドである、自然や農作物、歴史・文化などに関する取り組みについて、各所属において推し進め、各種メディアを活用し、「所沢ブランド」に関する情報発信に努めている。</p> <p>平成27年度については、所沢ロケーションサービス事業において、年間91件のドラマや映画などの撮影の仲介をしたことで、効果的に市の魅力を発信し、知名度を高めることができた。また、ふるさと応援寄附制度のなかで、市と地場産業をPRする御礼品の提供を開始した。</p> <p>イメージマスコット「トコロん」の活用についても、引き続き、グッズによる周知をはじめ、ゆるキャラグランプリへのエントリーと投票活動を通じて、PRを図っている。</p>	<p>市内の商店街の振興と活性化、まちのにぎわいの創出を図るため、魅力ある商店街創出支援事業を進めるとともに、商店街と連携した「所沢ソラバル」の実施や野老澤町造商店との連携、新規開業を促すことを目的とした新規創業支援推進事業等を実施している。また、積極的な地産地消推進事業の展開で地元農産物の消費拡大を図るとともに、農商工連携のためのきっかけづくり交流会などを通して、地元農産物を活用した商品やサービスを創出する農商工連携きっかけづくり事業を実施している。</p>
3 まちへの誇りや愛着の醸成	4 総合的推進に向けた連携体制
<p>所沢らしいみどりや良好な景観、音楽を中心とした文化等や、ところざわまつり・市民文化フェア・市民フェスティバルといった市民に定着しているさまざまな催し物、2020東京オリンピック・パラリンピック事業の一環として所沢市にゆかりのあるアスリートや所沢市観光大使春日俊彰さんの応援イベントを開催するといった様々な取り組みにより、まちへの誇りや愛着の醸成を図っている</p> <p>また、文化と自然が共生した、「住んでみたい」「誰もが訪れたい」地域づくりを進める構想である「COOL JAPAN FOREST構想」を策定した。</p>	<p>平成27年度は、あらためて職員向けマニュアル「所沢ブランドの推進とまちの活性化 取り組み方針」を策定した。</p> <p>また、企業、事業者、団体、大学等と連携し、施策の効果的な推進を図るために設置した「所沢ブランド推進協議会」においては、所沢ブランドの推進に関し支援をいただいた。</p> <p>現在は、所沢市を本拠地とする「埼玉西武ライオンズ」との協定など、地元企業との連携や、知名度を活用したさまざまな取り組みを実施している。</p>

6. 平成27年度における目標の達成に向けた推進状況及び自己評価

記入日

H28.7.1

全庁的に、市が有している個別ブランドをはじめとする「所沢ブランド」を活用したさまざまな取り組みが市内外に浸透してきており、特に地域・経済の活性化や市の魅力の発信につながる所沢ロケーションサービス事業においては、平成27年度目標値を大きく上回る実績数を達成し、また「みどりのふれあいウォーク」では、市外の参加者も多く、本来の目的である、みどりの豊かさや自然環境の魅力を発信するだけでなく、地元企業や他の「所沢ブランド」を連携させる形で実施することで、「所沢ブランド」の魅力をより多く、効果的に発信する事例となった。

このように、個々の事業では一定の成果を得ることができたが、3つの目標指標全てにおいて目標値を下回ったことから、今後は、必要に応じ、弾力的に全庁的かつ外部との組織的な連携が図れるような仕組みを検討していく。また、新たなブランドである㈱KADOKAWAとの「COOL JAPAN FOREST構想」を推進することで、更なる本市の地域・経済の活性化やにぎわいを創出、文化の創造と発信等に取り組むことにより、都市イメージの向上を図っていく。

7. 政策会議における評価

記入日

H28.8.9

今後数年間にわたり、COOL JAPAN FOREST構想、所沢駅周辺開発をはじめとして、「ふるさと所沢」の魅力向上や、新たな魅力の発見に繋がる大きな動きが見込まれます。

こうした機会を上手に活用するとともに、効果的に「所沢ブランド」を広く発信して市内外にアピールできるようにしていただきます。