

令和4年度稲沢市まち・ひと・しごと創生戦略会議 会議録

【日 時】 令和4年9月28日（水） 午前10時～午前11時30分

【場 所】 稲沢市役所政策審議室

【出席者】 稲沢市まち・ひと・しごと創生戦略会議委員（敬称略）

秀島栄三 名古屋工業大学大学院工学研究科教授

小森昌哉 共栄食品株式会社代表取締役

森奈緒美 稲沢金融懇話会幹事

後藤 靖 連合愛知尾張南地域協議会代表

上杉裕子 公募

鈴木純子 公募

中島健太郎 公募

〈事務局〉

浅野隆夫 市長公室長

吉川修司 企画政策課長

丹羽将也 企画政策課統括主幹

山口裕介 企画政策課主幹

大屋 彩 企画政策課主任

【会議次第】

- 1 委嘱状交付
- 2 あいさつ
- 3 協議事項

- (1) 『第2期稲沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略』の進捗状況について
- (2) その他

【会議の概要】

- 1 委嘱状交付
- 2 市長公室長あいさつ

皆様こんにちは。市長公室長の浅野と申します。よろしくお願いいたします。

委員の皆様におかれましては、この度は本戦略会議の委員を快くお引き受けいただきまして誠にありがとうございます。

また、本日はお忙しい中、会議にご出席をいただきまして誠にありがとうございます。重ねてお礼申し上げます。

本市におきましては、地方創生の取り組みを進めるため、委員の皆様のご協力のもと令和2年度に第1期の総合戦略の総括を実施し、その結果を踏まえて令和3年度から第2期の総合戦略をスタートしております。

本日は第2期総合戦略の進行管理ということで、主に令和3年度の取り組みにつきまして、ご議論

をいただきます。今後の総合戦略の推進に当たりまして、限られた時間でございますが忌憚のないご意見をいただければ幸いです。よろしくお願いたします。

3 協議事項

(1) 『第2期稲沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略』の進捗状況について

[事務局]

『第2期稲沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略』の進捗状況について説明【資料1】

=質疑=

[委員]

基本目標(1)「市のポテンシャルを生かした定住を推進します」の基本的方向①「市のブランドイメージ向上」の目標が定まっていなように感じます。名古屋圏における本市の存在感の向上を目指すにあたり、観光や、スポーツのまちなど、色々な方向に向き過ぎていて浸透していかないように感じます。これまで、「稲沢ってどんなまち？」と聞かれると「植木のまち」とずっと言ってきたのですが、「稲沢といえばコレ」というものが一つあれば深く知られる機会が増え、ブランドイメージが向上して、それに伴って他の事業や実績も知られていくのではないのでしょうか。

[会長]

これに賛同のご意見や、こうすればいいのではというご意見がありましたらお願いします。

進捗を確認する場ですので、今のご指摘について進捗状況をどう受け止めるかなどのご意見でも結構です。

[事務局]

ブランドイメージの向上は、定量的に測るのは難しいところもあります。また、本市のイメージというと、植木のまちやはだか祭のまちというのが一般的だと思いますが、そうしたイメージは本市を説明する時には有効ですが、「住みたいな」と思っていたくことにつながるかというと、話は別だと思います。シティプロモーション事業を始める前に、近隣の先行自治体に話を聞いたところ、「尾張地方の自治体はどこも『名古屋に近いけど、緑が豊か』というイメージで差別化が難しい」とのことでした。本市も同様ですが、それでも「名古屋から国府宮駅まで特急で最初の駅」であることはアドバンテージであると思っています。

ただ、それだけでは魅力としては弱いので、本市にはどのような魅力があり、どのようなイメージで売り込んでいけば良いのか悩んでいるところです。

最近、市長もよくスポーツのまちづくりという話をしており、昔視察に行かれた浦和市がサッカーのまちとして有名ですが、そういったブランドイメージの構築が理想と考えているようです。本市では豊田合成さんがバレーボールやハンドボール、バスケットボールのクラブチームをお持ちですが、それは本市にとってとても大きな財産だと思っています。持とうと思っ持っているものではありません。そうしたチームとタグを組んで、色々な取り組みを行いながら、ブランドと言えるまでにしていきたいと思っています。

[委員]

スポーツのまちを打ち出すとのことですが、昔は小学校高学年になると小学校対抗でサッカーやバスケット、水泳などの大会があり、子どもたちの目標にもなっていました。今は無くなっています。市内にせっき企業スポーツクラブがあっても、子どもがスポーツに接する機会が少ない気がします。

[委員]

豊田合成記念体育館（エントリオ）において、豊田合成のウルフドッグスが愛知県のV1所属チームとコラボしたり、愛知県高校総体優勝・準優勝のチームの試合が行われたりといったイベントがあったり、そこに市民の皆さんにも来ていただいているのですが、スポーツのまちづくりの一つのきっかけとして、弊社としてもできることはあるのだろうと思っています。これまでも、小学生や中学校の皆さんにバレーボール教室やハンドボール教室、バスケットボール教室なども実施しています。グッズを配りながら、少しでも本市をホームとするクラブチームがあることや、それによる付加価値を浸透させようとしています。労働組合の立場から見ても、一時的なインパクトはあっても本市のブランドイメージにまで持続させることはすぐにはできないので、市や地域の皆さんとも連携しながらこれから作っていく話だと思います。

本市にスポーツのコンテンツがあると言っても、市の伝統文化という強みやその後ろにある学校教育とも連携しつつ、他の市と差別化していくことも必要です。豊田合成でも色々な地域から職員を採用していますが、どこに住もうかという時に家族で考慮するのは教育の部分だと思います。

教育、防災・減災、治安であったり、スポーツだけではなくそれぞれの強みを全方位的に上手く発信できると良いと思っています。そうした発信力を強化できると良いと感じました。

市も色々な発信していただいているのですが、SNSなど色々な手法がありますし、これまで本市に住んできた方々や新たに住む方々の声を紹介するなど、本市の良さに気づいていただく方法があるのではないかと思います。

弊社でも、一部の人は知っていても知らないケースが組合員、従業員でも多く、説明すると、「そうなんですか、良い取組みをやっているんですね。」という反応があるので、市もそうした気づきをどんどん発信できると良いと思います。

[委員]

基本目標（1）「市のポテンシャルを生かした定住を推進します」の基本的方向①「市のブランドイメージ向上」で2点質問させていただきます。

1点目は重要業績評価指標（KPI）の「シティプロモーション特設サイトセッション数」についてです。「令和2年度は新聞に取り上げられたが、令和3年度は取り上げられなかったためアクセス数が減ってきている」との報告がありました。シティプロモーションはシビックプライドの向上と、関係人口の増加あるいは人口の社会増を目的としていると思いますが、市内外のアクセス比といった分析等も行われているのでしょうか。もし行われているのであれば、どちらの方が多いのでしょうか。

2点目は、ふるさと応援寄付事業についてです。ふるさと納税は流行りですので、多くの自治体に取り組んでいる以上、乗っていかねばいけないと思います。その中で、どの用途を指定している割合が高いのか、市長におまかせコースが一番多いのかなどを分析していくと、市のポテンシャルとして何が求められているのかが分かるのではないのでしょうか。

[事務局]

シティプロモーション特設サイトセッション数につきましては、市内からのアクセスか市外からのアクセスかまでは把握できておりません。ただ、シティプロモーション事業の中でジオターゲティングによるWeb広告を実施しており、例えば、名古屋駅や栄等で働いている20代30代の女性をターゲットにして、グーグルやヤフーで広告を打っております。

ターゲットを絞った広告を行っているのですが、ご指摘のとおり詳細なアクセス分析も今後の課題と認識しております。

[委員]

ジオターゲティングによって、近隣の20代30代の女性等、今後、本市への移住等が想定されるような方々への認知度向上に努めているということですね。

[事務局]

はい、そうです。

ふるさと応援寄付事業につきましては、『稲沢市ステージアッププラン（第6次稲沢市総合計画）』の四つの重点戦略を用途として選べるようになっていますが、五つ目の市長におまかせ事業を選ぶ方が多い印象です。

また、ふるさと納税ポータルサイトで用途を選ぶ時に、一番目の用途がデフォルトで入力されていますので、もしかしたらそのまま選択している方もいるかもしれないともあります。用途の選択に関する分析も、今後行っていきたいと思っております。

[委員]

シティプロモーションの特設サイトはとても見やすいと思ったのですが、市のYouTubeは別になっており、「稲沢_動画」で検索しないと出てきません。本市のことを調べようと特設サイトを見ている方も動画が見られるようなリンクがあれば良いと思います。

また、国の総合戦略では横断的な目標としてSociety5.0を推進していますが、本市においてもいなりなッピーをメタバースに登場させるなど、世の中の関心が高いことに早めに取り掛かると、全体の基本目標の底上げになるのではないのでしょうか。

[事務局]

YouTubeに掲載している市公式動画がありますが、そちらは秘書広報課が作成している市民向けの動画が主です。企画政策課のシティプロモーション事業はターゲットを20代から30代の女性に絞っていることもあり、秘書広報課が作成している、広く浅く、どんな方でも見ていただけるような動画とは今のところリンクをさせていないというところはあります。

[事務局]

広報は、広く浅く市民の方に情報を流すことが目的です。一方で、シティプロモーション特設サイトは間口は広いのですが、ターゲットを絞る形で定住移住を最終目標としております。市をPRする動画を作っている自治体があることは認識しており、何分の動画にするかにもよりますが、動画を見ていただくことはとてもハードルが高いと感じております。もし動画を作るとしたら、いかに訴求力のあるものを作るかというところは検討しなければいけないと思います。どうせ作るなら尖ったものを作りたいという思いはあり、それがいなッピーのメタバースなのかもしれないですが、検討はしたいと思っております。

先ほどSociety5.0の話がありましたが、本市の総合戦略の中にAI・RPAの取組みは記載しているものの、今の市役所ではSociety5.0の手前の4.0あたりに取り組んでいるのが現状です。ただ、国が推進しておりますとおり、今後はDXを進めていかなければいけないと思っており、今の業務を単にデジタル化するだけでなく、抜本的にやり方を改める必要があると思っております。今後の課題と認識しております。

[会長]

尖った動画を作成するという考えも良いとは思いますが、委員のご指摘では、サイト間でリンクが無いという話でした。そこはできないでしょうか。

[事務局]

特設サイトには本市の観光スポットも掲載しているのですが、稲沢市の観光協会へのリンクが無いとの指摘を受けてリンクを作った経緯がありますので、YouTube動画へのリンクについても、必要に応じて対応していきたいと思っております。

[会長]

KPIで評価するのが基本ですが、それだと数字しか見ないということになりがちです。今いただいたご意見の数々は、数字ではなくて方策や行動として市がどうすれば良いか、また、植木のまち、スポーツのまちなどより大きな話として市はどうなっているのかという意見・質問でした。

昨日アジア大会について愛知県庁の人から聞いたのですが、レガシー効果ということで、アジア大会開催によって何がその地域にイメージとして残るかということを考えている、という話がありました。ある取組み、イベントを実施したから必ずこういうイメージが残る、と言い切れないところが難しいところだと思うのですが、本市がどのようなイメージを定着させたいかを決めた上で、思い切って何かバツサリと捨てて一つのイメージをつくり上げるという考え方もあるのではないかと思います。漠然と「スポーツのまち」というよりは、特定のスポーツに絞った方が良いのではないかと思います。

また、先週、広島の人に「名古屋と言えばスケート」と言われ、あまりそういう認識は持っていなかったのですが、言われてみればそうかなと思いました。市役所だけでできる話ではありませんが、イメージ戦略を作ることはできると思いますので、検討いただきたいと思います。

[委員]

基本目標(2)「第2子、第3子が生まれる環境を創ります」の基本的方向②「官民連携を取り入れた保育の質の維持・充実」についてお聞きします。KPIの「民間保育園と合同実施する主目的保育に向けた勉強会の開催」について、勉強会はどこで行われているのでしょうか。また、開催時間は保育時間後でしょうか。内容の充実を図るために目標値を19回と設定していますが、ただでさえ忙しい保育の現場で、保育士の負担が増えるだけではないでしょうか。

[事務局]

勉強会は保育の時間内に行っており、1回につき大体1時間程度です。場所は、市内の勤労福祉会館で行うほか、公開保育でお互いの保育園を公開し、保育士同士が授業参観のように様子を見合っており、現場の情報共有をするなどしています。

昨年度実績は累計18回となっていますが、1人の保育士が18回参加するのではなく、担当する年齢毎にグループ分けして実施されており、例えば年少クラスを受け持つ保育士であれば、この内の2回だけ参加するという形になります。現場の保育士からも、負担というよりは「貴重な情報共有の場」と聞いております。

[委員]

同じく基本目標(2)で2点意見いたします。

1点目は、「父親の子育て応援」事業についてです。基本的にどこの自治体も、妻の妊娠、出産を経たタイミングで参加するような企画が多いと感じています。私自身も第一子が生まれてからパパママ教室などに参加したのですが、初めての子を持つ男性が、出産後にそうした事業に参加しようとするよりも、シティプロモーションでも「子育てするならわざわざいなざわ！」と出しているのであれば、一歩進んだ取組みとして、男性が妻の妊娠に至る前の段階で、出産後の人生プランといった視点を踏まえて、育児前の男性に対するアプローチがあると良かったと個人的な経験から感じています。

また、一般不妊治療の補助は、本市の「すくすくいなッピー」のアプリを入れているとそこからアクセスできると思うのですが、アプリは子どもを妊娠した後に使用することがほとんどだと思います。何か他の方法でのPRなど、本来支援を受けるべき方に対する情報の周知を検討していただきたいと感じました。

2点目は、「学校運営協議会事業」についてです。今年から全32校の小中学校へと展開され、令和3年度の実績としてひまわり畑をつくる取組みを行ったということでした。学校運営協議会のそもその目的が、このひまわり畑を作るという到達によって評価されるべきものなのか、少し疑問

が残ります。

また、市政世論調査の満足度を KPI としていますが、「わからない」と回答した方を除いて「満足」、「どちらかという満足」の方の割合を使用しているとのことでした。対象を子育て世代に絞ってしっかりと調査をした方が良かったと感じます。ターゲットを絞って情報を取り、その上で施策を検討していただくと、この KPI がより達成に近づくのではないかという気がしました。

[事務局]

出産前の男性への PR や、一般不妊治療の情報の提供の手法について、貴重なご意見をいただきましたので、関係課に共有いたします。

学校運営協議会については、これまでも地域の方が学校活動に協力していただいていたのですが、それを一歩進んで協働というステージに進みたいという目的がありました。イメージとしては、子どもの見守りや学校運営等に深く地域がコミットしていくようなところだと思います。ひまわり畑も一つの例として出したもので、もう少し高い次元で協働を進めていくのが理想との思いがありますが、とりあえず動き始めた第一段階の今年の成果としてお考えいただければ幸いです。

また、市政世論調査の満足度を指標として採用しておりますが、市民全体の中から無作為抽出をして郵送法で回答してもらう方法なので、どうしても子育てと関係がない世代の方については、「知らない」という回答が多くなってしまいかもかもしれません。先程、デジタル化や DX を進めるべきとの意見がありましたが、そうした方向性での新たな手法を今後検討していく必要があると思います。委員が仰る通り「無回答」や「わからない」という回答が、テーマによってはとても多い印象です。一般的な市政世論調査の課題を引きずっているところがあるとは認識しております。

[委員]

「すくすくいなッピー」などのアプリを使って調査を行うことができれば、子育て世代の回答を得られると思います。プッシュ型での調査もご検討ください。

[会長]

回答者の属性で、例えば 30 代だけに絞ってクロス集計して分析することはできないのでしょうか。

[事務局]

クロス集計は可能ですが、サンプル数が少なくなる可能性があります。地域ごとの「住みよい」、「住みにくい」の要因を調べようとしたことがありますが、年代や地域で属性を絞りますとサンプル数が少なくなってきたり、有効な分析ができないということで諦めた経緯があります。

[委員]

人口減少を食い止めるには、市外からの転入が非常に重要です。本市の魅力は地元に住んでいる人はあまり意識しないのですが、都市部や東京から来た人の意見を聞きますと、「こんな良い環境はない」ということを結構言われます。名古屋にも近く、広い家も持てて、田舎と都会のハイブリッドで子どもを育てながら自然と触れ合う機会も多いので、そこが本市の一番の魅力であることを再認識しております。例えば、流山市もはっきり言って何も無いところですが、都心部に近く保育が充実していることで非常に人気が出てきたという事例がありますので、本市でも生かすことができたらと思います。

コロナ禍で地域の産業が非常に大変な状況であり、商工会議所でも必ず話題になるのが人出不足と事業用地がないという話です。コロナ禍なので通常の人員では仕事が回らず、更に人が必要ですが募集しても全く来ないという話をいつも聞きます。

働き方についても、今は最低賃金がどんどん上がっていますので、どうしても三号保険者の方が働けなくなる現状があります。これは市区町村レベルの話ではありませんが、収入を抑えながら働く方が多い現状が変わらないと、地域の雇用を増やそうと思っても難しいと思います。

最近、東海北陸道一宮稲沢北インターチェンジができましたが、せっかく本市の名前を冠したインターチェンジがあるのに、新たな物流倉庫が一宮市で開発されていることも非常に残念です。また、これだけ耕作放棄地、空き家が増えている状況の中では農地をどうしていくかというのも非常に重要な問題だと思います。土地の問題にしても、相続の時に地元にはいない人は放棄するような話になっていて、土地に対する愛着が若い世代の方と団塊の世代の方とでは感覚的に違いますが、それでも、駅前の土地をどうするかという話になると中々進まないようです。国府宮駅や稲島の辺りでも売りたい人と売りたいくない人が混在する中で、話をまとめるのは大変だと思いますが、そうした考えを何とかして変えていかないと、この先どんどん若い人が減っていくと心配しています。

[委員]

私は名古屋市内に住んでいますが、車で稲沢まで20分から30分で来ることができます。大型スーパーなども名古屋はとて混んでいるので、稲沢などの郊外に出た方が買い物もしやすいなど、とても過ごしやすいまちだと感じています。

休日は車で本市の田園風景を見ながらカフェでお茶をするという生活を20年ぐらいしていて、地域の特産物も野菜がフレッシュでとても美味しいです。そこが本市の強みで、名古屋市の人たちも都心から近くてすごく住みやすいまちであるとは感じています。私の部下も名古屋市内に住んでいたのですが、子どもを育てる環境を考慮して、わざわざ本市に引っ越してきたと聞いています。

そうしたイメージがある中、本市の玄関口である国府宮駅前周辺が、ガムやゴミ、タバコの吸殻が落ちていくという状況です。予算の問題もあると思いますが、そうした点をもう少し改善できればより住みやすくなるのではないかと感じています。

教育の観点からお話をさせると、金融業界では、今デジタル化が進む中で、銀行に行かなくても家から振り込み等ができるようになってきています。パソコン教育が小中学校に浸透している中で、タブレット等のツールを使っての金融教育など何か学校教育でお手伝いできたらと思っています。要請を頂いた学校と私たちの銀行とで連携して、そうした教育をする場所を作ることができれば、本市のPRに繋がると思っています。

[会長]

シティプロモーションの特設サイト「わざわざいなざわ？」のページに、国府宮駅周辺再整備というコンテンツがありますが、これはシティプロモーションのプラスになるのでしょうか。あまり動いていないと思うのですが。

[事務局]

先程流山市の話がありましたが、先日、会議で流山市長の講演を聞いていましたところ、元々は区画整理事業をかなり大規模にやっていて、それを売り切って早期にコストを回収するためのPRとしてシティプロモーションを実施し、それが相乗効果になったという話でした。シティプロモーションは目的ではなく、あくまでも定住促進のための手段ですが、いわば商品である国府宮駅周辺の再整備や住居系市街地の開発が進んでいないという現状があります。第1期総合戦略から駅周辺の再整備や住居系市街地の拡大は人口減少対策のハード面の柱として取り組んでいます。地権者への働きかけは行っていますが、土地開発に対する考え方がどちらかといえば積極的ではなく、形になっていかないというところがあります。

これまで国府宮駅の再整備については、鉄道の高架化を見据えた形で考えていました。しかし、鉄道高架のB/C、いわゆる費用便益分析を実施したところ便益が一定のレベルを超えない若しくは少し超えただけという結果になり、鉄道高架化については断念ではありませんが一旦凍結をするとの結論になりました。これまでは、鉄道高架化を見据えて仮線や仮駅を作るエリアに堅牢な建築物はできないということで狭いエリア設定をしていましたが、そうした制限がなくなるのであれば、例えば鉄道会社にもプレイヤーに加わっていただき、もう少し広い範囲での再整備ができるのではないかと範囲や手法を再検討し始めたところです。

また、駅周辺の美化について、駅前の放置自転車や路上喫煙の禁止区域を指定する条例を作るなど、結構先進的にやってきたところではあります。町並みが古いと皆さんも美観を気にしない側面があり、まち自体が綺麗になればそうした心掛けに自然となっていくのではないかと考えています。駅前を新しいイメージに再整備する事業は継続的にやっていきたいと思いますが、これも本市だけでは形にならないところがありますので、それを粘り強く、色々な手法で、色々なプレイヤーと今後協議しながらやっていけたらと思います。

[委員]

私も名古屋で勤務しているので毎日 JR 稲沢駅を通りますが、稲沢駅周辺は何もなく古い建物が多いので、せっかく名古屋まで 10 分という立地にも関わらず、寂れているという印象があります。もっと魅力的なまちづくりをすることによって、人口流入に繋げることができるのではないかと思います。

土地の問題は難しいとは思いますが、低未利用地を何とか新しい大きいマンションなどにして人口の社会増を目指していかないと、この先の本市はどうなってしまうのだろうと思うので、名古屋まで近いというアドバンテージを何とかうまく生かせないかと考えています。

私自身も子どもがいますが、病児病後児保育は愛知県内では殆ど実施しており、実施していない市は本市くらいではないでしょうか。「子育て、教育は稲沢で！」と言っている割には病児病後児保育が実施されていないのはいかがなものかと思えます。今は働く女性も多いので、小さなことでも積極的に実施し、他市に負けられないようなメリットを出して、人口の社会増に努めていただきたいと思えます。

また、本市に住みたいと思う人は市のホームページ等をネットで検索すると思いますが、その前段階のアプローチも必要です。インターネット広告で本市をアピールするとか、名古屋市の地下鉄駅にポスターやシールの広告を貼って、他の自治体に住んでいる人に「稲沢市ってこういうまちなんだな、住みたいな」と思ってもらえるようにアピールをして人口流入に努めてもらいたいと思っています。

市街化調整区域が 9 割程あるという中でありますが、企業誘致も積極的に行い、何とか企業からの税金などを増やし、本市全体を良くする糧にしたいと思っています。

[事務局]

日本全体で人口が減る中、人口を増やすのは簡単ではありません。リニア関連を見越して名古屋駅周辺で開発がされており、そこで働く人口が 1 万人程増えることを想定し、そうした方々が本市に移住していただけるような取組みは必要です。一方で、高齢者のボリュームゾーンが減るとともに出生率が向上しない中では人口減少は不可避ですので、人口減少に現実的に対応していく必要もあります。それを考えると、人口が減って活力や市民税などが減る中で、安定的な基幹財源として固定資産税を確保していくには企業誘致が一つの手段だと思えます。

病児病後児保育も考える必要はありますが、子育て支援の前提としての保育士の数が足りず、奪い合いのようになっています。教育についても学校の教員の確保が難しく、対岸の火事と思っていた教員不足が本市でも問題になる状況になっており、教員や保育士を確保するためにも学校の環境整備や人的支援策を充実させる必要があると思えます。保護者に対する直接給付的な事業よりも、そうした根元のところに取り組む必要があると最近思うところです。

また、シティプロモーションで行う広告ポスターはとても高価です。ポスターを 1 枚 1 週間貼るだけで 2 万円ぐらいかかります。一時期他市が名古屋駅のポスタージャックをやりましたが、恐らく 400~500 万円かかっています。その時は、国の補助金を活用していたようです。国の補助金が出る時のみ割り切って実施するのも一つの手法であるとは思いますが、一般財源を使ってまでやるという判断にはなりにくいのが正直なところです。

お金をかけず実施できる取組みとして、本市への転入を考える方にとってのプラットフォームと

なる特設サイトを充実させることが当面の課題と考えています。住居系市街地が開発される見込みが出てきた時に、メディアミックス的にポスター等のプロモーションを行い、相乗的な効果が出るようにPRしていくことを考えていきたいと思っています。

現段階だとまだ区画整理などが進んでいない段階ですので、今は地盤固めで特設サイトのコンテンツ充実に取り組んでいるところです。

[会長]

多くの意見ありがとうございます。では、まとめたいと思いますが、原則として数値目標や指標はコロナ変えることなく管理をするものだと思っています。コロナで実績値が落ち込むことはあると思いますが、何とか色々な方法を考えて目標達成に努めていただきたいと思います。それとともに、数字だけではわからない部分が多くありますので、取組内容については随時見直しをお願いします。

では、協議事項についてはこれで終わります。事務局から「その他」として何かありますか。

(2) その他

[事務局]

本日、いただきました貴重なご意見につきましては関係課へも報告をし、今年度の事業の実施や検討の参考としてまいります。

また、来年度につきましても8月から10月頃の期間で、今回と同様の進行管理の会議開催を予定いたしておりますので、今後ともご協力をお願いいたします。

事務局からは以上でございます。

[会長]

では、以上を持ちまして本日の協議事項はすべて終了いたします。

委員の皆様におかれましては、活発にご議論いただきましてありがとうございます。来年度以降も何かとご協力をお願いします。

その他事務局から連絡事項等ありましたらお願いします。

[事務局]

事務局からは特にございません。閉会にあたりまして、浅野市長公室長からあいさつ申し上げます。

[市長公室長]

数多くの貴重なご意見をいただきましてありがとうございます。いただいたご意見は関係課と共有させていただいて、市政全般に生かしてまいりますのでよろしく願いいたします。

[事務局]

それではこれにて、令和4年度のまち・ひと・しごと創生総合戦略会議を終了いたします。

お忙しい中、会議にご出席いただきまして誠にありがとうございました。お帰りの際は交通事故等にお気をつけください。