

新潟市総合計画審議会 第2部会（第3回） 会議概要

開催日時	令和4年8月17日（水） 午前10時から正午まで	
会場	新潟市役所本館5階 全員協議会室	
出席者	委員	小宮山部会長、池田委員、遠藤委員、北川委員、志田委員、古津委員、星委員、吉田委員
	事務局等	政策企画部長、観光・国際交流部長、文化スポーツ部長、経済部長、東京事務所長 ほか
<p>1 開会</p> <p>2 前回意見の集約 前回審議した内容の意見集約について確認を行いました。</p> <p>3 パブリックコメントについて 6月から7月にかけて実施した、パブリックコメントの意見を報告しました。</p> <p>また、前回審議した際の質問事項について回答しました。 (中川経済部長)</p> <p>政策指標である「県内就職率 58.6 パーセント」というのが、他の都市、例えば、関東甲信越のほかの都市と比べてどうなのか。この率をどうとらえればいいのか」という意見をいただきました。</p> <p>振り返っていただきますが、147 ページをご覧ください。「分野5 産業・交流」の「政策8 地域経済に活力を生み出す産業の振興と雇用の創出」で、ご審議を頂く中で 151 ページの政策指標として A、B、C、D と四つございました。そのうち「B 大学等新規学卒者の県内就職率」。現状値として、令和2年度は 58.6 パーセントとなっているけれども、これはどうなのかという質問でございました。</p> <p>それについての回答ですが、新潟労働局で単独で調査して数値化しているものでございまして、全国統一の統計ではないということの中で、なかなか比較できる状況にはないというのが結論でございます。新潟労働局に確認してみたのですが、約 10 年前の平成 25 年の数値でいきますと、平成 25 年 3 月の卒業生が県内で就職した率は 68.7 パーセント。令和2年3月で 54.9 パーセントということで、現状値は 58.6 パーセントで若干は上がっている傾向ではございますが、この 10 年間は微減という形で順次下がってきたというのが現状でございます。</p> <p>県内就職率の向上に当たりましては、前回もご説明させていただきましたけれども、新潟労働局を中心にハローワークですとか、我々なども入って、新潟新卒者等人材確保推進本部なるものを設置して、あの手この手で何とか県内就職率を上げようということに取り組んでいるところでございます。</p> <p>あと、同じように公表しているところもありましたので、ご参考までに申し上げます。北海道労働局は、新規学卒者の道内の就職率が 68.4 パーセントと高くなっています。他には、宮城労働局では 42.5 パーセント、秋田で 45 パーセント、石川で 45 パーセントというような数字が近県といたしますか、ホームページで見つけられた数字となっていました。あくまで参考という形でお伝えさせていただきます。私からは以上でございます。</p>		

4 審議内容説明

(上村観光・国際交流部長)

皆様おはようございます。観光・国際交流部長の上村洋と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。「政策 10 魅力と拠点性を活かした交流の促進」についてご説明いたします。

159 ページです。人口減少時代において、交流人口の拡大は、地域経済の活性化や都市の活力向上、持続可能な発展などにつながる重要な政策であると認識しております。現在は、主役となる観光関連事業者が、感染症の拡大によりまして大きなダメージを受けております。そして、その機能を守り抜くことを最優先に現在、政策を展開しております。

こうした状況の中、今後の政策における基本的方向性としてしましては、ポストコロナに適した観光スタイルを構築し、新潟市への観光マインドを活性化させること。加えて、おもてなし態勢の強化、新潟の魅力や拠点性を活かした誘客を展開し、観光需要の回復・拡大につなげていくことです。

国際交流では、姉妹・友好都市との交流を積み重ね、国際都市としての発展と、シビックプライドの醸成につなげるとともに、交流先との国際情勢に左右されにくい信頼関係の構築によって、究極には世界平和への貢献を目指していきたいと考えております。

次に、現状と課題についてです。新潟市の拠点性の部分では、国内外の様々な都市と航空路や新幹線などで結ばれているという、優れた拠点性の活用が重要です。また、交流人口による経済効果では、具体的にイメージしていただけるよう、定住人口1人当たりの年間消費額が、外国人旅行者なら8人分、国内旅行者なら23人分と試算される旨を記載しています。

次に160 ページ、一つ飛びまして、「観光需要の回復・拡大に向けて」です。こちらでは、官民を問わず、関係者が一体となって様々な取組を展開していること。また、来訪者の満足度やリピート意欲の向上、自治体連携によるエリアとしての取組、デジタル技術の活用、SDGsへの貢献といった視点が重要であることを記載しています。

飛びまして、161 ページをご覧ください。「姉妹・友好都市等の交流」です。現在、姉妹・友好都市を中心に自治体交流や市民交流が行われています。こうした交流を継続的に取り組むことが重要と考えています。「文化・スポーツ・食など様々な分野の交流」では、青少年交流や文化イベント交流を展開していくこと、そして、スポーツ分野におきましては、大規模な国際大会やオリンピックの事前合宿誘致に成功している旨、記載しております。「国際的な都市としてのポテンシャル」では、新潟市が国際的な都市としてのポテンシャルを有していることを市民と広く共有することが重要であること、「デジタル技術の進展と国際交流」では、デジタル時代における国際交流のあり方について記載しています。

次に、162 ページをご覧ください。施策についてです。「施策1 新潟の魅力と優れた拠点性を活かした交流人口の拡大」です。現状と課題を踏まえまして、大きく二つの柱にて取り組みます。柱の一つ目は、「①持続可能な観光の推進とおもてなし態勢の強化」です。安心・安全、SDGsへの貢献をキーワードとして、持続可能、いわゆるサステナブルな観光への取組みを官民一体で進めてまいります。また、新潟空港や新潟駅といった拠点において、おもてなし感の醸成を進め、来訪者からよい第一印象を持っていただけるよう取り組みます。そのほか、体験型観光の充実、外国人旅行者へのおもてなし態勢の整備、古町芸妓をはじめとした「新潟ならではの」の魅力向上、各区の地域資源の磨き上げ、デジタル技術の活用などに取り組んでいきます。

二つ目の柱、「新潟の個性・魅力と拠点性を活かした誘客の促進」についてです。ハイレベルな国際会合等を含むMICE誘致、県内外の自治体との広域連携、食と酒、みなとまち文化、マンガ・アニメなど、新潟の個性、魅力を最大限に活用することにより誘客を進めます。また、航空路線の充実、外国人誘客、クルーズ船の誘致、様々なメディアを活用した情報発信に継続的に取り組んでいきます。そのほか、旅行者動態調査等により、データに基づいた誘客活動を行いたいと考えています。

163 ページをご覧ください。「施策2 世界とつながる国際交流の推進」についてです。柱は一つで、世界各都市との交流促進です。新潟市が国際交流に取り組む目的は、交流人口の観点はもとより、自治体交流や市民交流を重ねることによって、交流先と強い信頼関係を構築し、究極には、こうした信頼関係が世界平和に貢献すると考えているからです。加えて、市民レベルでのグローバル・パートナーシップの活性化やシビックプライドの醸成、国際都市にふさわしいまちづくりにもつなげていきたいと考えており、こうした方向性を5項目にて整理しております。

最後に、政策指標についてです。「A 延べ宿泊者数」は、市内の宿泊施設に宿泊した日本人及び外国人の1年間の延べ人数です。国が毎年四半期ごとに実施する宿泊旅行統計調査をベースにしております。「B 観光入込客数」は、市内の観光施設入館者やイベント参加者の1年間の総数です。日帰りの観光客数を表すデータとして毎年、算出してしております。Aの延べ宿泊者数とセットでお示しすることで、経年比較も行います。そして、交流人口の状況をより分かりやすく表すのではないかと考えております。「C 新潟市は国際的なまちだと思ふ市民の割合」につきましては、新潟市は国際的なまちと思ふ市民の意識の高まりが、国際交流の深化やまちづくりにつながると考え、設定いたします。新たにアンケート調査を実施しまして、日本人と外国籍市民別にデータを収集いたします。国際的だと思ふ理由、思わない理由もあわせてお聞きすることで、施策の次のステップにつなげていきたいと考えております。私からの説明は以上です。

(小宮山部会長)

ありがとうございました。続きまして、政策11について、ご説明お願いいたします。

(中川経済部長)

165 ページ、「分野5 産業・交流」の移住・定住に係る「政策11 新潟暮らしの魅力発信と移住・定住の促進」でございます。基本的方向では、コロナ禍等により、テレワークの普及により柔軟な働き方が可能になったことで地方暮らしの関心が高まっているという現状を1行記載させてもらっています。その中で、二つの項目を記載しています。一つ目が、新潟市ならではの都市と田園の調和による暮らしやすさの魅力発信とあわせ、様々な支援策などにより、新潟市への移住を促進するとともに、移住後の生活を安心して送れるよう、定住に向けた取組を行いますということです。二つ目が若者の市内就労への意識醸成や、市内企業を知ってもらうための取組や支援を通じて、市内就労を促進します。外から引き込む移住のほかに、雇用確保の面でも、市内に多くいる若者に市内企業を意識してもらえよう取組、市内就労を図っていききたいと基本的方向を書いたものでございます。

続きまして、新潟市の現状、将来を見据えた課題でございます。以前、政策8の説明の中でも触れましたけれども、「若者の転出超過」の実態でございます。一つ目の○新潟市は、職業を理由とした20歳から24歳の県外への転出超過が多くなっているということです。この転出超過が多くなっていることとあわせて、若い世代の居住地選択理由としては「希望する進学先・就職先があるから」ということで、最も多く挙げられています。22ページのグラフを見ていただきたくと、下の方のグラフで、希望する卒業後の移住先を選択した理由として、やはり一番高いのが「希望する進学先や就職先があるから」が圧倒的に男女ともに高くなっています。次に上の方のグラフを見ていただきたいのですが、希望する職業・職種は男性と女性で分かれておりまして、男性は「まだ決めていない・いまのところわからない」が1位で20.2パーセントです。対しまして、女性の場合は「医療、保健、福祉関係」が31.7パーセントで一番希望する職種であるという現状でございます。

こういった現状を踏まえ、165 ページ右の項目、「企業の認知度」についてです。市内企業をどれくらい皆さん知っているのだろうかという調査では、高校時代までに地元の企業のことを知っていたという人ほどUターン希望が多いという結果がある一方で、新潟市の場合は、若者の5割が市内企業

のことをよく知らないという結果が出ています。

次の166ページのグラフにありますように、＜出身市町村へのUターン希望＞のグラフにもそのことが記載されています。また、その下の＜新潟市内の企業の認知度＞のところにも、あまり知られていないということが50パーセント近くあるという結果が出ているところでございます。

続きまして、次の項目、「県外から新潟市への転入理由」でございます。この転入理由では、下の方にグラフがあるのですが、「実家があるから」、「就職」、「転職」に続いて、「住環境にひかれた」や「自然環境にひかれた」という理由も多くあります。「住みやすさ」も新潟暮らしの魅力の一つではなかろうかというところで、それを上手く活用しながら、移住・定住の促進に取り組んでいくところでございます。

最後に右の項目です。「地方移住の関心の高まり」で、一番上の○のところ、新型コロナウイルス感染症の流行の影響もあり、東京圏在住者の地方移住への関心が高まっております。下のグラフにあるように、全年齢で見ても、地方移住への関心というものが年を追うごとに微増ではありますが高まってきています。東京23区においても同じ傾向です。こちらは全年齢のものでございますが、新潟市の場合、20歳から24歳まで、いわゆる20代の方々の転出超過が多くなっていますので、20代の方々の地方移住の関心度については、45ページの真ん中のグラフをご覧ください。地方移住への関心について、東京23区在住の20代では、コロナの影響もあろうかと思いますが、若干ではあるが高まってきているという傾向があるという現状でございます。

これらの現状、課題に対しまして、167ページで施策を記載しています。「施策1 多様な支援による移住・定住の促進、関係人口の創出」として、移住・定住を増やしていくこと、その前提となる関係人口を増やしていくこと。これらを大きな柱として取り組んでいきたいというところでございます。

「① 新潟暮らしの魅力発信」、まずは新潟を知ってもらうための取組を今もやっていますが、これからもやっていかなければいけないと当然考えております。二つ目の○、インターネットやSNSなどを通じてとありますが、これは手段でしかないので、これらの手段をより有効にしていくという辺りを考えていきます。すでに移住されてきた方々、もしくは新潟に住んでいる方々の生の声を何とかこういうツールを使って、より多く、効果的に発信していくような方法はないかということで、日々、取り組んでいるところでございますが、これをもっと分厚くしていきたいと考えています。

次に、「② 市内への就労促進」でございます。地元の子どもたちに地元で働いてもらえるよう、市内就労への意識の醸成や、市内企業を知ってもらうための取組を推進することが○の一つ目。また、市内企業の働きやすい職場づくりを支援することで、職場環境の魅力向上とその認知度向上を促進していきたいというのが○の二つ目となっております。

右の項目でございます。一度、市外へ出られた方々を市内に戻ってきていただくなども含めた取組みといたしまして、「③ 移住・定住（U I Jターン）の促進」です。主な取組としては、○の一つ目に書いています、新潟暮らしの魅力のPR、移住相談、移住検討者への情報提供をやってきたいというところでございます。○の二つ目は、あわせてU I Jターンによる就職者の支援。最近、実数は少ないですが、テレワークが増えてきておりますので、このテレワークというところに力を入れていきたいというところでございます。○の三つ目は、移住してきていただいた後のサポートという面で、移住後の生活サポートを行うなど、移住してくださった方々の定住に向けた取組を記載しています。やはり移住・定住につきましては、情報の発信が大事なのですけれども、とにかく人の協力、力を借りながら取り組んでいきたいと考えています。そして、来ていただいた方々のフォローも含めて取り組んでいきたいと考えています。

最後、「④ 関係人口の創出」についてです。市外の方々が多様な形で新潟市とつながる機会を創出し、将来のUターンや移住を見据えた継続的なつながりを持ち続ける関係人口創出に取り組みます。新潟につながりを持ってもらう、関わりを持ってもらい続けるということを様々なことをしながら進

めていきたいと思っております。

最後 168 ページに政策指標を記載しています。先ほども説明いたしましたように、政策 8 産業・雇用のところでも使いました、「A 大学等新規学卒者の県内就職率」としており、これは【再掲】と書いています。「B 職業を理由とした県外との転出入数」、そして「C 関係人口の創出につながる施策を通じて、新潟市の暮らしに興味を抱いた人の割合」です。これは新規調査で、なかなか把握は厳しいのですが、どういう形にしようか内容は検討しています。移住・定住の関係の促進につきましては以上でございます。

(小宮山部会長)

ありがとうございます。関連がありますので、審議する政策に対応する重点戦略についても、先にもどおり説明いただいた後に、また議論していきたいと思えます。重点戦略 4 と 5 について、ご説明よろしくお願ひいたします。

(政策企画部長)

政策企画部の三富でございます。

冊子の 72 ページをご覧ください。改めまして、重点戦略の全体像をお示します。72 ページ右側、一番下にブルーで市民活躍から右側の環境まであって、今ほどの説明は中ほどの産業・交流という中の交流人口拡大と移住・定住の話でございました。今ほど部会長からありましたように、「重点戦略 4 魅力と拠点性を活かした交流人口の拡大」と、その下の「重点戦略 5 新潟暮らしの魅力発信と多様な支援による移住・定住の促進」が関連する重点戦略です。

81 ページをご覧ください。「重点戦略 4 魅力と拠点性を活かした交流人口の拡大」でございます。一番トップにある戦略展開の方向について読ませていただきます。

新潟市には、国内外と結ばれた広域交通基盤に加え、開港五都市として培われてきた花街、古町芸妓に代表される「みなとまち文化」や、G7、G20 などの国際コンベンション開催時にも発揮されている市民の高いホスピタリティといった強みや魅力があります。また、各区には、地域に根差した歴史・文化や民俗芸能、地場産業や果樹・野菜といった自慢の農産物があり、多種多様な魅力が詰まった都市であることも大きな強みです。

さらには、多くの市民・県民から愛されているプロスポーツチームもあり、リーグ屈指の観客動員数を誇っています。人口減少時代において交流人口を獲得していくことは、来訪者の消費行動が地域経済の活性化につながるなど、都市の活力と持続可能な発展に向けて欠かせない戦略となります。そのため、ポストコロナに適した観光スタイルを構築・推進し、新潟市への観光マインドを活性化させます。併せて来訪者へのおもてなし態勢を強化しながら、文化やスポーツ、食や農をはじめとした多彩な魅力を磨き上げるとともに、高速交通ネットワークを有する拠点性を活かした誘客活動を積極的に展開しますという方向感でございます。

その下にある具体的な施策につきましては、今ほど、観光・国際交流部長が政策 10 で説明したものをオーバーラップさせておりますし、右側の 82 ページの左側、「特色ある文化の発信」、「スポーツによる活性化」については、第 1 部会で文化・スポーツの部分を議論する中で、同じように説明をさせていただきます。

次に 83 ページ、「重点戦略 5 新潟暮らしの魅力発信と多様な支援による移住・定住の促進」です。同じように、戦略展開の方向について説明いたします。

新型コロナウイルス感染症の拡大は東京一極集中の危うさを顕在化させた一方で、若い世代を中心に地方暮らしへの関心が高まる契機となりました。東京圏から地方への分散が進み始めている社会変化を的確に捉え、新潟市への移住・定住促進策を積極的に進めていくことが重要となります。新潟市

は日本海拠点都市としての活力と田園のゆとりを併せ持ち、田園は四季折々の恵みで都市を潤し、また、都市はその活力によって田園を豊かにしています。日々の食卓を彩る食の豊かさはもちろん、住民自治や地域コミュニティの力が地域の防災・防犯や子育て、教育の面などでも発揮され、安心して暮らせる新潟市を支えています。こうした新潟市の暮らしやすさを一層高めていけるよう、働く場の確保や住民福祉サービスの向上策など分野横断的に取組を進めていきます。東京圏で開催される移住セミナーで新潟暮らしの魅力をPRするなど積極的な情報発信を行うとともに、移住・定住に関する多様な支援策を講じます。併せて若者に対する市内就労への意識醸成や市内企業を知ってもらう取組を強化していくこととしております。

具体的な施策につきましては、今ほど経済部長が説明した政策 11 で書いてあるものがここに載っています。

5 審議

(小宮山部会長)

ありがとうございました。続いて、次第5「審議」に入っていきたいと思います。政策 10 及び政策 11 について議論し、重点課題のところは主に戦略展開の方向についてとなります。

まず、政策 10「魅力と拠点性を活かした交流の促進」について、素案に反映させるべき意見が何かございませんでしょうか。質疑については、その意見を引き出すための前段階としてお願いいたします。質問でもいいですし、何か素案に反映させるべきところで、ここを聞いておきたいということがありましたら、質問いただいた後にご意見をいただけたらと思います。

(北川委員)

162 ページの右側なのですけれども、②の部分の真ん中あたりに、リピート消費意欲の向上につなげると書かれています。質問ですが、これまでリピートですとかリピーターですとか、消費意欲あるいは新潟でお金をどれくらい落としたかといった調査というのは、どのような形で行われているのでしょうか。

(上村観光・国際交流部長)

消費動向調査、旅行者動態調査ということで、平成 29 年に 1 回、主に大手旅行会社に委託し顧客に対してアンケート調査をやったことがあります。結構な費用がかかるものですから、本当は毎年できればいいのですけれども、何年に 1 回という中の 1 回目が平成 29 年であるということで、2 回目以降は行われていません。

(北川委員)

ありがとうございます。私のように古町で商売をしているようなお店は、観光客を呼んで、1 回だけではなく、リピーターというものが非常に大事なのです。1 回来て、いくら落としてくれるか、2 回目来て、いくら使ってくれるかということが非常に重要な点になるので、その辺は調査していただいて、こういった施策に言葉として反映していただきたいと思っています。

最後の行に、データに基づいた効果的・効率的と書いてありますが、例えば来訪者アンケートなどや動態調査といった言葉をつけ加えていただけると、より分かりやすいというか、私たちに伝わりやすいのではないかと思います。

(上村観光・国際交流部長)

ありがとうございます。確かに、データに基づいただけでは、ぼんやりして比較的分かりにくいのではないかとご指摘かと思しますので、そのような方向で検討させていただきたいと思えます。

(古津委員)

古津です。よろしくお願いします。

私が気になった点としては、国内外の方が新潟市内で交流していただくことを支援していく中で、海外からの誘客にも力を入れていくということがありましたが、実際に外国人の方々のお金の使い方や、一人当たりの消費量というのは大きいとっていて、新潟市の資源に対してかなりお金を落とさせていただけるようなイメージがとても大きいです。外国人への誘客は具体的にこういった施策を行っていて、今後こうしていきたいということがあればお聞きしたいと思えます。

(上村観光・国際交流部長)

ありがとうございます。外国人誘客ですけれども、基本的にはセールスに行って、新潟市の魅力をアピールして、新潟に来る旅行プログラムを組んでいただいて、新潟に来ていただくというのが基本的なやり方です。ところが今、ご承知のとおり新型コロナウイルス感染症で海外に行けないものから、これまで海外に直接セールスに行っていたときにネットワークを作っており、そういった人たちと日ごろから電話なりオンラインで結ばれていますので、現在はそういった手段によって、航空路が再開したときに備えて誘客活動をしております。

(古津委員)

現状は代理店のような形で契約しながら、という感じでしょうか。

(上村観光・国際交流部長)

ざっくり言うとそういう感じになります。

(小宮山部会長)

新潟市だと、どこの国あたりがターゲットでしょうか。

(上村観光・国際交流部長)

最近では、東南アジアの需要が非常に高まっていますし、昔からといいますか、香港、台湾になります。特に台湾についてはチャーター便を向こうの旅行者が準備してくれて、開けば、新潟にすぐ行きたいというような状況ですので、新潟空港が開けばすぐに来ていただけるような状況は整っているということです。

(志田委員)

志田です。お願いします。今、話題にあがったことについて意見なのですが、海外に向けての誘客というのはすごく大事なところになると思うので、もうやっているのかもしれないのですが、海外などに向けてドラマや映画のロケ地に新潟をアピールして使っていただくと、そこに行きたいというような感じになって、海外の観光客がたくさん来るというのも期待できますし、海外から多くの方が来ると、国内においても新潟の良さが再認識されて、また国内の観光客も増加が見込めるといったことが期待できるのではないかとと思うので、そういったことを検討していただけるといいのではないかとと思えます。

(小宮山部会長)

事務局いかがでしょうか。162 ページに「様々なメディア」と様々の一言で終わっていると思うのですが、いかがですか。そのあたりはとても重要な点だと思うのですが、いかがでしょうか。

(上村観光・国際交流部長)

ありがとうございます。まさに志田委員がおっしゃるとおり SNS の時代ですので、例えば、聖地巡礼というのがありますが、発信力の高い人に巡っていただいて、聖地がその人のバックに写っている形でアピールできると、かなり魅力発信につながるのではないかと考えています。今後、新潟市にゆかりのある方で、SNS のフォロワーがたくさんいらっしゃる方、Instagram が中心になると考えていますが、そういった方に情報発信していただくような取組を来年度以降していければと考えております。

もう一つ、新潟の魅力といえばアニメ・マンガというところで、世界にファンがたくさんいらっしゃるということで、こういったことも SNS と絡めながらやることで、外国人誘客につなげていけたらと思います。

(小宮山部会長)

インフルエンサーに働きかけるのは素晴らしいので是非ということと、すでに聖地になったところをアピールするだけではなく、今、ご提案があったのは、そこを選んでもらえるようにする。観光系のもものは新潟市も観光業界がいっぱい写真等をあげているのですが、背景で選んでもらうだけでも、例えばマンガの背景で選んでもらうなど、少しでも選んでもらえればみんな気づきますから。SNS でありますので、そこで写真を撮りたいなど。漫画家に写真を送って使っていただき、聖地にしていければなんて、学生と考えたこともあります。こういうところがあると気づいてもらうような仕組み、またはそういったことが色々できるような。例えば、古町でご商売されている方がその風景みたいに、それこそマンガの背景に使いたいというところがあると思うので、集めて発信できるような仕組みがあるといいと思っております。

(上村観光・国際交流部長)

大いにそういう方向性で取り組んでいきたいと思っておりますので、ご協力よろしくお願いたします。

(吉田委員)

今ごろ聞くのも何なのですが、「にいがた 2 km」のポテンシャルのところ、2キロという距離を活かして、片方の発信にある程度誘因力がないと効かないと思うのですが、中央区古町側の発信の誘因力というのはどのようなイメージを想像しているか教えていただければと思います。

(上村観光・国際交流部長)

ありがとうございます。観光サイドで第一にイメージしているのは、やはりみなとまち新潟をいかに発信していくか。その重要なキーワードになるのがやはり古町芸妓かと思っています。あとはそこに歴史的な、昔、北前船で栄えたという豪商文化の名残もあります。旧小澤邸など、そういったところを新潟の魅力として駅とつなぐ部分で発信していけたらと考えております。

(小宮山部会長)

これはとても重要なところだと私も思います。今のところ、例えば小澤邸を維持していくには、今、ボランティアの方だったり、青陵大学の学生だったり関わっております。古町のあたりだと白

山まつりなどとても素晴らしいお祭りがあります。他にも、千灯まつりとか素晴らしいお祭りなどがあって、歴史を維持していく方々がイベントに役立つと思うのですけれども、それを支えているのはボランティアなのです。私が一番気になったのは、関連する他のところなのでしょうけれども、もっとボランティアを育てていくとか、歴史を維持しイベントを維持していくのは実はボランティアの方が多いため、そこを維持するというのは、海外のところでは草の根みたいなことが若干書いてあるのですけれども、実は国内のところでもそういったところがすごく重要ですので、そういうところの文言が少しあると、実際にやっている人たちも頑張ろうという気になると思います。

(高田文化スポーツ部長)

文化スポーツ部の高田と申します。今の部会長のお話ですけれども、116ページをご覧くださいければと思います。こちらは別の部会のほうでご議論いただいているところなのですけれども、左側にあります「地域に根差した文化の保存・継承」というところで、ご趣旨のようなところ、地域に根差した文化が衰退しないように適切に保存・継承していく必要があるというところで、問題意識として出させていただいております。

(遠藤委員)

観光という分野で、私も旅行業協会に所属していますので、まず、皆様方に伺いたいのですけれども、観光、特に皆様自身が観光地を選ぶ、どこに行こうかと選ぶときに、何を基準に選ばれているのでしょうか。例えば、この秋に奇跡的に3日4日の休みが取れると。それで、好きなところどこでも行けるようになった場合、もちろん、新型コロナウイルス感染症等は1回置いておいて、どこに行きたいと思いつかれますか。

仮に北海道が思い浮かんだとします。そうしたら、何をしに行くか。例えば、札幌市なら観光なのか、京都であれば寺社仏閣を見るところかという形が考えられると思うのですけれども、観光地を巡りたいという、昔はやはり団体旅行というのが非常に主ということもあって、名所名跡というものがある都市が圧倒的に強いということもあったと思うのです。

今は団体から個人という旅行形態に変わり、なおかつ新潟市。これは新潟県で言うとまた話が変わってくるのですけれども、新潟市で考えると、すみません、私は新潟市出身ではないので、あえて厳しい言い方をするかもしれませんが、観光地というか観光の目玉となるものが、外から見ると、新潟市は何を見るのかなかなか出てこないという部分があるかと思います。その場合、やはり、先ほどからもご意見がでていますが、新潟市に観光客を呼ぶという、やはり食であったりお土産物であったりといったものにクローズアップしていくのが一番、誘客ということで考えると近道になるのかなと。

特に、先ほどインバウンド、訪日の関係の話も出ましたが、では、外国人はどのような基準で日本へ来て東京、京都、大阪以外にどこの都市に行くのだと。2回目、3回目といえば、日本、特にリピーターという方に関して、最近では飛騨高山であったり、いわゆる日本らしい、中山道の宿場町、馬籠とか、そういった、少し普段の都市とか観光地以外で、昔からある魅力的なまちであったりということで、意外と日本ではそんなにびっくりするほど人気ではなくても、外国人の目からしたら、これってというものがあつたりすると。

そういった部分も、これからもちろん日本国内の需要並びにインバウンドの需要を伸ばしていこうという、当然、新潟市として考えていらっしゃると思うのですけれども、これからやっていくべきことは、せつかく新潟県で言うと越後湯沢もあつたり、雪というものがあつたり、これから港も空港も、それから新幹線も通るといって、大きな玄関口が三つもあります。世界遺産登録が控えている佐渡とのつながり、佐渡に直接トキエアが飛ぶという話も出ていますけれども、いかにそのお客さんを新

潟市へ泊まってもらおうかということが、これからの新潟市の観光という部分を、観光客を伸ばすということ、決め手になってくるのかなと思います。そういった部分を、県内の他市町村とも交流を深め、情報共有をしながら、いかに新潟県内の宿泊を増やしていくかということを考えていかれるべきのかなと思います。

少し話が長くなって恐縮なのですが、3月まで山梨県に勤務しておりましたが、山梨県は基本的にインバウンド、海外のお客様、特に山梨の場合は長野と静岡が隣接していますので、そこと比べられるということで題材として出されていました。山梨県内、インバウンドで宿泊する方も平均して1日程度なのです。長野、静岡については4、5日いるというのです。これは長野で言えばスキー、白馬はオーストラリアのお客様が多いという形の滞在型。当然、1泊当たりの支出額も多くなるということで、県として潤うと。静岡も同様に県内にいくつも宿泊したいという土地があるということなのです。山梨県は河口湖周辺に泊まって富士山を見て終わり。なかなか甲府に泊まってくれないということが同じように議題として上がっていました。

新潟市に関しても、これから海外の方が、よくライバルとしても話に出る金沢辺りに来て、そこからいかに新潟市へということを検討していくのが、これからの周遊型ということで考えた、新潟市へ誘客することの一つのポイントになるのではないかと。意見としてお話しさせていただきました。

(上村観光・国際交流部長)

ありがとうございます。まさにおっしゃるとおりで、新潟市単独で観光誘客というのはなかなか難しく、新潟の魅力をいかに発信していくか、そのためには他都市の魅力とセットで、これが広域連携とか自治体連携ということで、エリアで観光誘客するという考え方がこれから大事になってくるのだらうと思います。

それから、遠藤委員は、いわば観光のスペシャリストなわけです。私どもも行政の立場でそういった旅行事業者、それから宿泊事業者から成る協議会を作っていますので、そういった専門家のノウハウも入れながら、一緒になってこれから誘客活動をしていけば、必ずや新潟にいろいろな方が来てくれるのだらうと思っていますので、引き続き、よろしく願いいたします。

(星委員)

よろしく申し上げます。施策1の「① 持続可能な観光の推進とおもてなし態勢の強化」で、その前の160ページのこれまでの調査では、新潟市に対するイメージは米、雪、酒、海、魚介類が多数ということで、それは多分、今でも変わっていないかなと思います。

遠藤委員の話に少し乗っかる形になるかと思うのですが、そこに対して、施策1の①で「古町芸妓をはじめとした『新潟ならではの』文化や各区の地域資源の観光コンテンツとしての磨き上げや掘り起こしを進めます」ということなのだと思いますが、どうしても古町芸妓をはじめとしたところが、中央区にフューチャーされていると感じてしまう部分があります。

新潟市は駅から海まで15分という、全国的にもそういった市街から海水浴場への距離がこれだけ近い町はなかなかないらしいのです。なので、プラスしてそういった海を打ち出さしてもらったり、田園の広がりみたいなものがあったり、豪農の館みたいなものは観光コンテンツとして非常に面白いなど、来たときに思ったのです。少しその辺の書き方を、海とか食とか田園とかも入れていただくと嬉しいなと思います。

(上村観光・国際交流部長)

実は、まさにそのとおりだと思っていて、もしかしら文字が小さくてお気づきではないかもしれませんが、162ページの下に、今の「古町芸妓をはじめとした」というところに、本当はこれを

全部書きたいのです。海とか食とか地域資源の部分の解説を少し載せさせていただいているのですが、私どもとしては、なるべくスマートにするためにこれくらいの表現にとどめていますが、もし皆さんから見て、少し長くてもこういう具体例を本文に入れたほうがいいのかということであれば、その辺も少し検討させていただきたいと思うのですが、部会長、逆にいかがなものでしょうか。

(小宮山部会長)

多分、先ほど遠藤委員が、旅行に行くときにどこを選びますかという話で、海はどこでもあるのですけれども、例えば、ニュースとかSNSで、来週末は地引き網がありますとかこのようなイベントがありますと言ったら、ではたまには鯨波ではなくて関屋浜に行ってみようとか、今回はこれがありますなど。そういうことを考えますと、活性化しているところを何か書けるといいのかと感ずきます。前回の部会でもありましたが、もう少し具体的な魅力があるとわくわくしてくるような気がします。

(上村観光・国際交流部長)

それでは、今の「古町芸妓をはじめとした」というブロックの各区の地域資源の観光コンテンツという部分の一括りではなく、二つ三つ、具体例を交えながら、できれば海を入れながら書いていくことを検討させていただきたいと思います。

(星委員)

ここまで細かくなくてもいいとは思いますが、もう二つ、三つあったほうがいいのかという気がしました。お願いします。

(志田委員)

今、部会長がおっしゃったところに少し絡めてなのですけれども、情報発信をしていく相手なのですが、全く新潟を知らない人にアピールするよりも、少し新潟を知っている人のほうが、多分、とても実感が沸いて、また行ってみたいとなるような気がするのです。なので、交流人口の拡大のところに、対象とする人を、例えば、大学生だったら県外から新潟に来ている学生とか、転勤とかで県外から新潟にいらっしゃった方、そういった方をターゲットに発信する何か情報サイト、例えば、ライングループでもいいのですけれども、お友だちになっていただいて、そういった人に新潟の良さをどんどん発信していくみたいな感じで、その人がまた県外に出ていく可能性が非常に高いので、出ていかれても情報発信を続けることで、また新潟に行ってみようとなるのではないかと思います。ターゲットをそういった感じで絞ってもいいのかなと。そこにも是非、取り組んでいただきたいと思っています。

162 ページの②の下から2番目の○に「様々なメディアを活用した効果的な情報発信を行います」と書いてあるのですが、ここがやはり、様々なメディアだとやはり、もう少し具体的に何か記載があってもいいのかなという感じで、これを読んだだけだと、では、一体何を使ってやるのかと漠然として、非常にイメージしにくいところがあるので、新潟市で取り組んでいることがあるのであれば、もう少し具体的なものを盛り込んでもいいのかなと感じます。

(上村観光・国際交流部長)

どうもありがとうございます。ターゲットを意識したというような言い方になるのかなと思って、少しお伺いしていました。

様々なメディアについては、ぼんやりとしているというご指摘と思いますので、少し工夫をさせて

いただきたいと思います。できれば、様々なメディアという部分を少し工夫した表現にしつつ、効果的な情報発信という部分を、ターゲットを意識した何かという形でやると良いかと思いましたが、少し検討させていただければと思います。

(志田委員)

なかなか、県外に出ていった後も発信を続けることで、その人がまた色々な人達に、新潟はこんなことをやっていて良いまちだとアピールしてくれるような気がするので、その辺ももう少し上手に活用されるといいのではないかと思います。

(上村観光・国際交流部長)

PRの拡散につながるような仕掛けづくりという感じでしょうか。ありがとうございます。少し検討させていただきます。

(中川経済部長)

情報発信の補足になります。

ターゲットを絞るというのは大事で、それをどこにするかということは我々がいつも事業を立てる中では、絞りきれないで少しぼやっとなることもあります。的を絞って情報は伝える必要がある中で、市が中心ではないのですけれども、県と新潟日報と新潟大学でやっているにいがた鮭プロジェクトです。登録制になっていまして、逆に、登録していただいたかにプッシュでこちらから送れるというものがありますので、プッシュ型で何か送れる仕組みを作っていくと、鮭プロジェクトの場合は移住・定住を目標にしてやっている部分がありますので、観光と移住・定住は合体というかほとんどつながりがあるものなので、観光をきっかけに引っ張ってこようというところがあるものですから、そういう面では連携、連動していかなければいけないかなと思って聞いていました。

(小宮山部会長)

続きまして、移住・定住、政策11についてはいかがでしょうか。

(北川委員)

北川です。よろしくお願いします。

新潟の魅力発信ということで、観光でも定住・移住でも魅力度がキーワードになると思うのです。先ほど、観光でもお話がありましたけれども、例えば、台湾とか、日本人もそうですけれども、仮にコンサートや会議で新潟に来たからといって、新潟でお金を落とすというと、恐らく限られていると思うのです。逆にストロー現象でまた飛行機に乗って京都に行くとか、あるいは東京に行って観光するとか、飛騨高山でお金を落とすといった現象もあるのかなと考えています。

それで、新潟の暮らしの魅力自体をどのように図っていくか、どのように洗い出していくかという点で、県内の人が見る魅力と県外の人が見る魅力と、商業的には海外の人が見る新潟の魅力は違うと思うのです。その辺、むしろ細かく調査して翌年度につなげるのが重要なのかなと考えたら、168ページの政策指標なのですが、これで十分なのかなと私は感じています。

私が学生のときに、新潟市の魅力について、新潟は住みやすいと思いますかとか、仕事をしてみたいと思いますかという質問ではなくて、逆に不満足度調査というものをやったのです。そうしたら、割と不満が爆発するような、潜んでいる問題を顕在化するのに非常に役立ちました。私が学生のときのデータですけれども、結論を言うと、新潟はマイナスでもプラスでもないのです。思いつくところにはない。寧ろ良い意味で存在感があまりないのが実際の結果だったのです。ですので、調査、魅力

調査についても、少し目線を変えて考えていただきたいと思います。

(中川経済部長)

今、政策指標のCのところはこういう表現をしているのですが、要は、新潟市を知ってもらおうとか、良いも悪いも含めてなのですからけれども、新潟市に関わり続けてもらうという辺りで、何か指標はないかということで、当初、設定していなかったのですが、市議会のご意見として、新潟市と関わり続けてもらえる人を増やしていくというところからこの指標を設定しています。

新潟市の魅力って何と言われるとなかなか出てこない。先ほど遠藤委員からもありましたけれど、元々来る予定はないとか、通り過ぎる一経路でしかない。佐渡に行く途中で新潟に寄ったとかよくあるのです。ただ、私たちは、逆に言うと、一経路でもかまわないので、一旦来ていただいたときに何か新潟のあれが少し心に残ったとか、頭の片隅に残ったというものが残せていければと思っています。そういったものをどう伝えていくかという辺りで、ターゲットを絞った、届けたい人に届けたい情報を届けるということが大事なのかなと思っていますので、その辺を考えていきたいと思っています。

指標の中で、さすがに不満足度調査までは踏み込めないのですが、新規に調査を設定していると考えていますので、この中でその部分が拾えるかどうかまでは、少し検討してみたいとは思いますが、正直言ってなかなか難しい気もしています。

(北川委員)

政策指標は、次の問題解決につなぐ項目の洗い出しという位置づけでもあると思いますので、来訪者目線の部分で細かいデータがあると、成果ですとか反省点というものが見やすくなると感じました。

(吉田委員)

県ならびに各地方都市で一斉にやっていることですが、いわゆるスタートアップについてです。新潟はご長寿企業がたくさんあって、それぞれが非常にしっかりした経営をされておられるのだけれども、廃業も少ないけれども起業も少ないのが特徴ということですが、スタートアップの育成機関などを作って、一步一步成果を上げています。そういうものを政策指標の一つとして挙げられるようなものがあつたらいかかと思えます。

(中川経済部長)

今いただいた起業・創業の部分で言うと、前回議論させていただいた政策8のところ、ページ数で行きますと148ページで、我々の現状認識として148ページの左下のところ、起業・創業の促進という項目を挙げております。今、吉田委員がおっしゃったとおり、新潟市が政令指定都市20市の中で、前回もご説明しましたが、開業率は14位です。その代わり、廃業率は20位で逆に一番少ない、なくなるお店が少ないということで、良し悪しがそれぞれあるということです。やはり、スタートアップという部分は我々も取り組んでいかなければいけないということがありますので、スタートアップにつきましては、単純に単発の事業をやれば来てくれるとか企業が育つではなくて、大きい構造、きちんとしたベースのものの考え方を作っていくのではないかとということで、来年度以降の中で考え方をきちんと整理しましょうというところに手をつけたいと考えております。その中で目標を設定していきたいと思っていましたので、政策指標ではなくて、個別の事業といいますか構想の中で目標を立てていきたいと考えております。

スタートアップは、福岡ですとか浜松ですとか、結構力を入れてやっていて、それなりの結果が出ていますので、そこを少し参考にしながら取り組んでいきたいと思っています。

(古津委員)

今、少しお話に出たので、それに追加してお話しさせていただきたいのですけれども、スタートアップというお話が出たのですけれども、スタートアップの定義みたいなのは、市としてはどのように捉えているか、お聞きしたいと思います。

(中川経済部長)

一般的な答えにしかならないかもしれないのですけれども、これから急成長が見込めるベンチャーというイメージを我々は持っています。

(古津委員)

ありがとうございます。特に、私自身も感じているところなのですけれども、スタートアップの定義とかベンチャーの定義はけっこう千差万別なところがあるなと思いますので、そのところを定義させていけるといいかなと思っています。

また、スタートアップという観点に関してなのですけれども、かなり助成金とかデットと言われるような金融機関からの借入れ等を用いるという手法よりも、どちらかというエクイティと言われるような投資家からの調達、ベンチャーキャピタルからの調達もしくはCVCと言われるような事業会社からの調達のようなところを用いながら急成長していくということを考えたときに、前回の会議のお話になってしまったかもしれないのですけれども、そういった機関が少ないなと個人的には感じています。新潟市内でも少し立ち上がったところにお金を入れてくれるようなファンドや新潟ベンチャーキャピタルとか存在するのですけれども、より早い段階、エンジェルラウンド、プレシードと言われるような、本当にたまごの、そもそも市場があるのかどうか分からないような場所に対して出資を行うというようなスキームはないのかなと感じているのが1点です。

もう1点は、そういった経済的なリターン以外にも社会への貢献性だったり、社会インパクトという部分に対しての評価軸を持ったようなファンドであったり調達手法のようなところの強化を、県外だとかなり行政主導でやっている部分があったりするので、そういったところも新潟市に反映させていければとてもいいなと感じています。

(吉田委員)

それに関連してではないのですけれども、経済同友会で福岡にスタートアップの視察に行ったり、また、秋田に交流に行ったりした中で感じたことなのですが、福岡はスタートアップの件数が圧倒的に多いのですが、あらかた飲食なのです。みんな、スタートアップというとITベンチャーみたいなものをイメージするけれども、これは一部で、圧倒的な件数、やはり飲食とかそういう形です。そういうものを大切にしていかないと、産業の活性化というのはできないのだろうと思っています。

秋田は人口減少率が新潟の比ではないわけです。それで、あらゆる産業がGDPを落としているのです。唯一前年比二桁アップしているのが農業セクターです。これは米ではなくて野菜。しかも、それに関連して、その野菜を直接首都圏のユーザーなどとするIT系の企業がどんどん起業して、そういうビジネスが秋田の新しい産業として伸びているという話を聞いて、この辺を大切にするような動きをしていかないと、現実的には、スタートアップは出てこないのではないかと感じています。

(中川経済部長)

今、古津委員から言っていた、支援の仕方といいますか手法については、我々や浜松などもやっていますけれども、ベンチャーキャピタルへのファンドという形で、特に首都圏の投資家を活用して、市内のスタートアップ企業を支援してくれたらというような形の、既存の投資家と行政と、そ

して、頑張ろうとしている方々、この3者の関係で制度を作り上げてきているなというところがありますし、結構な額を浜松市も投入しているところで、まだまだ議会でも結果が出ていないとか言われているのですけれども、長い目で見てくれと。やはり10年、15年見ていただきたいという話がされているように、やはり最後は人を育てていくということなので、そんな一日二日でできる話ではない、1年2年でもできない話なので、そういう意味では企業、地元で人を育てていくという視点で、支援のあり方は考えていかなければいけないかなと思っています。行政は事業をやっても続かないところもありますので、そうならないためには民間の力が必要で、仕組み作りが必要だと思っています。

併せて、投資の結果、例えば、株価が上がったから利益が出た、それでオーケーではなくて、スタートアップの方々が出てきて、既存の地元企業の方々と連携していく。そして、連携して何かをやっていって、地元にも元々ある伝統的な技術と新しいスタートアップの方が組むことによってさらに昇華していくということも含めて、評価というのは単純に株価が上がったから、利益が出ただけではなくて、評価の仕方はいくつかあるかと思しますので、どういうあり方、考え方で我々が起業・創業していくかということは、ベースから作り込んでいかなければいけないと思っていますので、とてもありがたい意見だと思って聞いておりました。参考になりました。ありがとうございます。

また、吉田委員からのお話でいただいたように、やはり、福岡が飲食、浜松で自動車のスタートアップがものすごく多いというところがありまして、そういったところを考えたときに、何でもいからスタートアップではないと。例えば、新潟の特色・特徴って何、新潟だったらこれが活かせるのではないかとといったところは、きちんと現状を把握したうえで、どの分野に投資をしていくのかというところは大事だと思っておりますので、そこも踏まえて来年度以降検討して取り組ませていただきたいと考えております。

(小宮山部会長)

よろしく申し上げます。スタートアップの定義はとても重要だと思ひまして、必ずしも急成長がすぐできるかということ、分からない。特にこれからの時代、本当に不透明なので、需要があるかどうか分からない。しかし、これからAI時代の需要になりそうだとこのころにチャレンジしていくような人を支援できるような。多分、そこは行政の方でも支援できると良いかと感じます。

(池田委員)

私から意見というか要望に近い形になるかと思うのですけれども、企業の認知度ということで、新潟市の若者の5割が市内企業のことをよく知らないという課題があるということです。この辺は制度的なところの問題もあるのかなと思うのですけれども、実際、高校卒業後、就職する方と進学する方でまず大きく分かれると思います。就職する方は、高校生に関してはハローワークで求人すべてをいただいて、それを一覧表にして提供するという流れになっているので、高校卒業後に就職希望する方は、興味があってもなくても、市内の企業名を目にする機会が何度かあるのですけれども、進学する方がそういう機会を逸してしまうことがあると思います。なので、とても頑張っている企業が多くいらっしゃるのですけれども、やはり認知度が低かったり、どうしてもメディアに出ている企業名だったりコマーシャルをやっている企業しか印象に残らない状態になってしまうと思うので、その辺、本当にハローワークとして何かできるかということもあるのですけれども、進学を決めるタイミングではなくて、こちらの167ページの「市内への就労促進」で、市内の中学校に早い段階のところでは就職、進学関係なく、新潟市内だと大きすぎると思うので、例えば住んでいる区の中に、こんな企業があるとか、こんなに頑張っている企業があるということを何かの形で若い方々に知っていただく機会があるといいと思います。

逆に、高校を卒業して進学されてという方の就活だと、自分から情報を取りにいく就活になるので、

どうしても知っている名前から探すという感じで、ネット等の情報発信が苦手な企業がなかなか見つけてもらえないところもあるので、新潟市に働いて住んでいただくというところで、小さい頃から近所のあそこの会社は実はいい会社だよとか、こんなものを作っているよとか、大きな企業ではなくて、日本でシェアを確立している部品を作っているところ等、そんな感じで、授業の一環にするということはなかなか難しいかとは思うのですけれども、そういった形で、地元の企業に触れる機会を中学生等、進路を決める前の段階で機会を作っていただけるといいなと思っています。

(中川経済部長)

ありがとうございます。我々も、子どもや若いときから新潟の企業を、何をやっているかまで知らなくても、頭の片隅に残っててもらえるような、そんな取組はしたいと思ってまして、今、継続してやっているのが中学生向けのキャリア啓発ということで、地元の中小企業の方々に中学校へ毎年行ってらって、例年 30 校前後くらいずつですけれども、企業の方々に直接行ってらって、新潟にはこんな企業がある、私のところではこんなことをやっているよというような形の講座みたいな形の、ワークショップまではいかないのですけれども、そういったお話を中学生向けにやっています。

高校生向けには出前講座をやっていますし、大学生向けは企業の方々と直接ワークショップの交流会とか、小・中・高という形で、それぞれアプローチの仕方は若干違いますし、関わっていく企業の方々も変わるのですけれども、企業の方々の力を借りて、一生懸命やっているところでございます。

併せて、学生だけではなくて、やはり保護者の方の理解も必要なので、保護者向けのセミナーですとか、就活の応援便みたいな形でいろいろなお知らせもしているということで、生徒や保護者向け、小・中・高向けに今、アプローチはしていますが、まだまだ足りていないといえますか、もう少し重層的にやっていかなければいけないのかなと思っていましたので、そういうところを意識しながら、これからもやっていきたいと思えます。ありがとうございました。

(古津委員)

先ほど起業のお話にいつてしまったので、政策 11 の若者の転出超過の部分で、私も 20 歳から 24 歳の層に入っていますが、私の会社の中でもイベントの受託を受けています。県内企業、ベンチャー企業の社長と学生をつなぐようなイベントを行っていく中ですごく感じたのが、やはり企業を知らない、認知の部分にかなり問題があると感じています。また、若者が最近、就活軸として大切にしていることは、挑戦や何かきらきらしているような、なぜ東京へ行きたいのかと聞くと、東京でしかやれるところがないからと言うのですけれども、私はそれをやれる県内企業を知っていて、そういったことをそもそも知らないよねというところがすごく勿体ないなと感じていました。

正直、20 歳から 24 歳、大学生の新卒が流出してしまうこと、やはり都内にあるメガベンチャーと言われるようなキャリアを積めるような場所に思考がいくのは仕方ないとは思いますが、そもそも知らないで行ってしまうという大学生に対しては、何か政策としてないかなと考える中で、新潟市が力を入れてほしいなと思っているところがありまして、それが有給インターンシップ、長期インターンと言われるようなものです。

都内ではかなり活用されている内容で、最近であれば経団連もインターンシップを実際に採用につなげてもいいというような規制緩和みたいなところも挙がっていますが、実際に企業の中に入って、お金をいただきながら実務に撒してみる。それも大学の 1・2 年生の頃から、そういった体験をしていく、それでフレキシブルな意見だったり行動というところを既存の企業に反映させていくような有給インターンシップというものを構造として作っていければなと思っていますのですけれども、この大きな課題が、そもそも企業に受け入れるマニュアルみたいなものがまったくないので、それをゼロイチで、まずは優秀な学生を集める、その方々にどういった業務をやらせるか、実際に機密事項を漏ら

さないような契約書を作ったり、そういったことがまったく整備されていないというところもありますが、行政主導で何かできる場所があったら、それも面白いなと思っています。

(中川経済部長)

ありがとうございました。なかなか難しいなというところがあるのですけれども、少しハードルが高いなという気がしますが、中身については検討させてください。

(小宮山部会長)

とても重要なところだと思います。そもそも、大人とのつながりがすごく重要で、本当は地域活動等をしている間でも、ほとんど新潟市に勤めている人ですから、お宅の企業は何をやっているのですかみたいな、そういうところでの話も実際すごく大きいのかな。

(中川経済部長)

企業とのつながりというのも当然大事だと思って、今、有給インターンシップという仕組みがあると、学生が第一に企業の方とつながりが持てるというところがあるのだと思うのですがけれども、なかなか企業というのはハードルが高いので、学生を地域と何とか結びつけられないかと。仮にその方々が例えば東京へ行ったとしても、その地域の方々とつながりを持っていると、何かあったときに、また新潟に遊びに来ましたとか、田植えの手伝いに来ましたとか、そんなことができるのかなということで、地域魅力探求プロジェクトというのをやっています、毎年、数十名の学生をグループにわけて、地域課題を地域の人と一緒に解決するような取組をやってもらっているところです。

ただ、今おっしゃられたのは、その企業版ということになるので、そこはまた受け入れる企業の方々の調整が必要なのかなと。最終的には、新潟に関わりを持ってもらおうとする場合、やはり受け入れる側がどの程度、準備ができていのか、受け入れる側がどこまで許容できるのかが一番大事で、外部からの人を受けたときに必ず問題は起きてくるので、そのときに受け入れる側がきちんと準備ができていと一緒に解決しようということになるのですけれども、放り投げられたみたいなのところがあると、なかなか課題解決ができないまま、また別な問題になっていくというところもありますので、そういった受け入れる側の準備も含めて検討していかなければいけないかなと思います。

(小宮山部会長)

来年度以降、是非検討していただきたいと思います。

他にいかがでしょうか。そろそろいいお時間になってきたのですが、よろしければ重点戦略のところをまとめて重点戦略4と5について、ご意見いただけたらと思いますが、いかがでしょうか。

(北川委員)

北川です。よろしくお願いします。

そもそも論なのですが、戦略と政策と施策、具体的な施策の違いというのは、どのように分けて載せていらっしゃるのでしょうか。というのは、施策のところ具体的に施策がそのまま載っていたりして、非常に私を悩ませるのですけれども、定義を教えてください。

(三富政策企画部長)

99ページをご覧ください。役所の用語・言葉づかいということになりますけれども、政策と施策、その下にぶら下がって事業が並んでいくという形になります。例えば分野1の市民活躍の下にある政策、これが大きな政策になりまして、誰もが個性と能力を発揮し活躍できるまちづくりを推進してい

きましょうという方向感、そのための施策が下に5個並んでいまして、この施策を進めていくことによって、この政策を達成していきますよということでございます。例えば今度、施策の下に、いわゆる実施計画と呼ばれているものに基づいて毎年実施していく事業というものがぶら下がっていくという、そういう三層構造になります。

これは基本的な作りになっていまして、16の政策、44の施策をツリー方式で並べていますけれども、政策、施策の間に跨がっているもの、あるいは政策、施策を一体的に進めていくことで達成しなければいけないというものを重点戦略として10本並べたということでございます。

第1回部会で福田委員からは戦略の下にぶら下がるのは戦術ではないかというお話をいただきました。まさにそのとおりなのですが、その戦術に当たるのが例えば73ページで言うところの戦略展開の方向にある具体的な施策ということで、これはいわゆる戦術に当たるものだというふうに捉えていただきたいと。戦略と戦術の関係にあるというふうに捉えていただきたいと思います。

(北川委員)

具体的な政策と施策というのは、どう使い分けてここに記載されているのでしょうか。というのは、同じ文章が両方に載っているのです、どちらか一つでいいのではないかなと私は感じたのです。

(三富政策企画部長)

例えば、74ページでいうと、左上、緑色のバーに「拠点機能の充実・強化」とあります。対応する箇所として184ページをご覧ください。下の方の「施策3、広域的な拠点機能の強化」、これが施策です。そして、その下の「④ 拠点機能の充実・強化」という青いバーがありますけれども、これが具体的な施策となります。184ページの青いバーと、74ページの緑色のバーが一体、対になっているということなので、緑色のバーの表現というのは施策という表現ではなくて、その下にぶら下がるものだから具体的な施策というような言い方をさせていただいているということでございます。

(北川委員)

違う言葉で書いてあったり、プラスして書いてあれば、なるほどと思うのですけれども、結構同じような文章が載っていたりして、その辺、必要なのかどうかも含めて検討いただけたらと思います。

(三富政策企画部長)

言葉の定義と言いますか整理の問題もあって、どういう言葉がいいのかという辺りを、また考えさせていただきます。

(北川委員)

ありがとうございます。72ページでいうと、8つの分野というところの下に16の政策がぶら下がっているというイメージでよろしいのでしょうか。

(三富政策企画部長)

そうです。

(小宮山部会長)

よろしく申し上げます。同じような表現が、戦略展開の方向のところと、その下の具体的な施策で並ぶのですけれども、逆に言うと戦略展開の方向に載っていないことは多分、下の載らないということもあると思いますので、この文言がとても重要で、ここで書いてあることを、より具体的になっ

て下に載ってきますので、方向性の部分でこれもあった方がというものがありましたら、ご意見いただけたらと思います。

私から1点だけ。重点戦略5なのですけれども、「東京で開催される移住セミナーで新潟暮らしの魅力をPRするなど」と、「など」と書いてはありますが、今までも話が出ているように、市内に住んでいる人たちへのPRがすごく重要という表現があっても良いかと思います。地元の企業、こんなに良いところみたいな、もう少し、新潟市内の人たちが外に発信したくなるような感じになると、関連の人たちが頑張ろうという気になると思います。

(中川経済部長)

最後の段落の2つめの文章、「併せて、若者に対する市内就労への意識醸成」というものが、今住んでいる方に向けになります。前段の部分は逆に市外に出ていった方向けという使い分けで表現をさせてもらっています。

(吉田委員)

定住・移住の前提が交流人口の拡大だと思っているので、この辺、重要なところですが、84ページにガタプラと出ているので良いのかもしれませんが、観光マインド、また、シビックプライドと言いますか、そこに住んでいる人が自分の地域を自慢する地元愛みたいなものが前提にないとなかなか出てこないで、そういう文言が入っていればいいかなと。我々も同友会として観光振興の提言をしたときに、柱としてシビックプライドを大きな項目として強調した経緯もありますので、提案というかお願いですけれども。

(中川経済部長)

今、吉田委員がおっしゃっているのは、81ページの重点戦略4の中に、観光の分野の中にもシビックプライドという文言ということでしょうか。

(吉田委員)

それに近いものが入っていればいいなと。日本語でいいですよ。

(三富政策企画部長)

吉田委員のお話は、大切な部分でありまして、この総合計画を推進していく視点の重要な柱の一つというふうに思っています。

68ページのところで、全体に関わる話でございまして、「④ 政策・施策を推進する5つの視点」ということで、「視点3 新潟への誇りと愛着を育む」と市全体として進んでいきたいと思いますというのを、ここに入れさせていただいておりますので、まず、そんな柱立てをして、入れさせていただいているということをご理解いただきたいと思います。

(小宮山部会長)

重複しないように、コンパクトにという、どうしても先ほどの私のところも、なかなか表現が難しい。短く書かなければいけないので難しいとは思いますが、本当に中心になるのはシビックプライドというか、新潟は素晴らしいところが沢山ありますが、住んでいる人に聞くと、何もないと言ってしまうところがあるので、毒にも薬にもならないと北川委員も学生主体の調査のところでおっしゃっていただきましたけれども、そこが多分、根っこなのだろうなという気がします。

その辺りは、ここは文言にはなかなか反映しづらいのかもしれないですけれども、何かいいアイデ

アがございましたら、私も考えていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

(星委員)

今、やり取り等を議論していると、一番誰が読むのかなというのが気になって、そこに対して議論できているのかなという不安があって、わくわくできる、そういうことはすごく大事だと思っていて、多分、全項目に共通していることだと思うのですが、この素案は多分、これから計画を実行していく、寧ろ行政の皆さんが一番見られるものではないかなと感じています。

行政とやり取りさせていただくときに、特に新潟市の皆さんは熱量をもってやられているのではないかなと感じてはいるのですが、やはり結構若い行政マンも入ってくると思うので、その方々が読んだときに分かりやすかったり、わくわくするような書き方に全般していただけると、それがどんな用語なのかということは私も分かりかねるところがあるのですが、今のシビックプライドの話だったりも含めて、仕事に対して、民間と連携していくのに熱量が一緒でないと一緒に並走できないので、そういった書き方をして、読んだときに仕事に対して前向きにやろうというふうに思ってもらえるような書き方をしていただけると嬉しいなと思いました。

(三富政策企画部長)

この計画の素案づくりも、我々、課長、部長が作っているわけではなくて、全職員、若い職員も含めて作らせていただいている。特に素案づくりについては、どちらかと言えば 30 代の職員が中心になって作っているものでございますので、もう少しわくわく感というものも確かにそうなのかもしれません。ただ外にこのまま出していくときに、我々の思いとしては、やはり市民の皆さんにわくわく感を伝えなければいけないというふうに思っておりますので、概要版などの見せ方で工夫をさせていただければと思います。

(小宮山部会長)

概要版を見て興味を持ったら本編へ行くのですが、やはり市民でも企業でも、みんな行政と連携、一緒に何かをやっていこうという方が見る機会が多いと思っておりますので、その際、様々な地域の方が見てわくわくするような概要版であり、本編を読んだらさらにわくわくするような、そうやっていけばと感じます。反映させるべき言葉や表現など、もっとこうした方がというものがありましたら、今後ご意見いただけたらと思います。

今日のところは時間となったので、ほかにご意見がないようでしたら、今日の部会の第 3 回を終了させていただきたいと思っておりますが、よろしいでしょうか。

本日いただいたご意見については、また私と事務局のほうで整理・集約させていただき、また本日も欠席の委員からいただいた意見も含めて、次回以降、部会で報告したいと思います。それでは事務局に進行をお返しします。

6 閉会