

**第7期 第11回 静岡市行財政改革推進審議会 会議録**

1. 日 時 平成29年9月12日（火） 9：30～12：00

2. 場 所 静岡庁舎新館9階 特別会議室

3. 出席者 **【委員】**

岩崎清悟会長、内野孝宏委員、狩野美佐子委員、小林敏宏委員、酒井康之委員  
の場啓一委員、種本祐子委員、望月啓行委員

**【行政】**

大長総務局長、吉井総務局次長、三宅総務局参与、吉永参与兼行政管理課長

〔関係局〕

総務局（広報課）、企画局、観光文化交流局、都市局

〔事務局〕

遠藤行政管理課行財政改革推進担当課長、水野副主幹、兵庫主査

4. 傍聴者 なし

5. 会議内容

(1) 第3次行財政改革前期実施計画の進捗管理について

審議の進め方について

(2) 実施計画達成状況の報告等（審議）

①「積極的な情報発信」についての取組

(3) 市施策案の工程等について（報告）

①ユニークベニューの推進について

②駿府城公園のあり方の再検討について

③駐車場・駐輪場の民間活力の導入について

〔審議会内容は以下の会議録のとおり〕

岩崎清悟会長：それでは、次第に沿って進めたい。はじめに「(1) 第3次行財政改革前期実施計画の進捗管理について」、事務局から説明願いたい。

《略：事務局説明》

岩崎清悟会長：続いて、次第の（２）「実施計画達成状況の報告等」について、まず、審議案件だが、先ほど事務局から説明があったとおり、前回に引き続いて、計画より遅れていたり、課題を抱えている施策を取り上げて議論していただき、その内容を他の事業の見直しや検討にもつなげていきたいとのことなので、ご承知おきいただきたい。それでは「積極的な情報発信」についての取組について、事務局と総務局から説明願いたい。

〈略：事務局・総務局（広報課）説明〉

岩崎清悟会長：ただいまの説明に対して、各委員からご意見ご質問をいただきたい。広範囲の話になるので皆さんもご意見を出すのが難しいと思う。広報は重要な仕事で、今話を聞いただけでも相当多くの問題があることが分かる。範囲を限定せずに、広報のあり方等も含めてお考えいただきたい。どうすればいいのかという方法論に留まらずに、少し範囲を広げて皆さんのご意見を伺いたい。私が気になったのは、補足資料２の「市政の運営に関心を持っている市民は 75.8%」とあるが、これは確かに計画の目標よりは低い、一般的な関心度からみれば合格点である。この調査の母数はどのくらいなのか。

広報課：市民意識調査を用いたが、5,000人の市民の方が対象だ。

岩崎清悟会長：5,000人はどういう形で抽出したのか。

広報課：無作為に各年代を区切って抽出し、郵送法で実施した。28年度の実績でいうと、5,000人を対象とし、回収数が2,581、回収率でいうと51.6%となっている。

岩崎清悟会長：こういう調査を行うと、関心のある方が返事をくださるとするのが一般的なので、この数字の捉え方は非常に難しいと思う。普通は75%の人が関心をもっていけば何が問題なのかと思う。だが、母数からしてみると、関心のない人は返信をしないから、半数は関心がないということになる。厳しい言い方だが、企業であれば、何も返事をくれないということは関心がないと否定的にとらえる。この辺も、指標の問題として十分気を付けていかないと大変なことになると感じる。

内野孝宏委員：市民アンケートの調査結果で、関心があるかないか、という質問を大雑把に聞いて判断していると思うのだが、そもそも市の情報発信で、どういうスタンスで関心を持ってもらいたいのかということがはっきりしていない。分野の中で一つでも関心があればいいのか、関心のレベルとしてただ情報を知ってもらいたいのか、それとも、もう少し多くの情報を知ってもらうことを関心があるとして捉えるのか、市の情報発信の目標や戦略をもう少し明確にしないと、方法論として、ただやったということで終わってしまうと思う。例えば、観光などを見ていた場合には、今は広域観光、着地型観光などと言われるが、静岡市だけではなくて周辺の観光情報などもリンクしてくれてあると有り難いと思う。分野を限ってやるともう少し関心があるのかないのかが明確になってくると思う。ざっくりやられると関心があるとは一体どういうことだろうということになりかねない。

種本祐子委員：私は静岡市と東京と両方で生活をしている。東京に行くと、静岡市出身の若い方々と交流することが多いのだが、彼らは意外と静岡市の情報を知らない。「静岡市のいいね架け橋」をご存知か。静岡市からちびまるこちゃんの名刺がもらえる。静岡市のいいところを首都

圏やそれ以外の地域に発信する人に公式な名刺がもらえ、私も申し込みをしたのだが、すごくかわいい名刺である。東京の若い子が自分達もやりたい、静岡の情報を東京に発信したいと思っているのだが、意外と情報を知らないのが、私が東京に戻るたびにこういうものを持って帰る。首都圏の若い方たちは、静岡新聞をダウンロードして見ている子たちもいて、実は静岡市に興味を持っている子がすごく多いのだろうと思う。このアンケートには入っていない人たちだと思うが、おそらく大学に行って首都圏や静岡県以外に出た人たちの中には、静岡市に20代30代で戻って来ようかと考えている人たちがたくさんいると思う。広報の内容を誰に向けて発信したものにしているのかということがある。ホームページを見ると、既に静岡に住んでいる人をターゲットにしていると思うのだが、ホームページは日本全国、世界に発信できるものなので、もう少しターゲットを広くする。静岡市民だけではなく、プレ静岡市民というか、今後静岡市民になる可能性のある方々、今後観光で訪れようとしている方々、Iターンして来たいと思っている方々、老後を静岡で過ごそうと思っている方々がどこを見たら（彼らの欲しい）情報があるのかと探すと、ホームページを見る限りそういう情報はないように思う。今のARの動画のまるこちゃんダンスもいいのだが、できればホームページにもっと動画を入れて、例えば静岡ライフとはこういうものだということをオンタイムで動画で配信すれば、静岡市に住んでいない人も見られてすごく助かるのではないかなと思う。広報がどこに向けられているのか、静岡に住んでいる人のためのものなのか、あるいはホームページ、スマホなどの媒体を使って、もっと広く発信したいと思っているのか、ターゲットがよく分からないと感じている。

広報課：確かにターゲットにより、広報手法を変えるということは必要だと思う。広報紙は市内に配布していることから市民の皆様、文字情報として活用されたいと思っている方をターゲットにしている。一方、ホームページは、ご指摘いただいたとおり、いろいろな情報があり、ほぼ無尽蔵というか、たくさんの情報を詰め込むことができるから、どうしても総花的になってしまうことがある。その中で、画面の構成などの工夫を凝らして、ここを見ればこのコンテンツがあるといった、より見やすいホームページの構築に努めているつもりではあるが、より一層洗練したものにしていきたいと考えている。

種本祐子委員：「静岡気分」は電子版を作る予定はないのか。

広報課：ホームページに電子版を掲載している。電子ブック、あるいはPDFで掲載している。

望月啓行委員：広報というのは考え方や捉え方が非常に広く、一概に言えないのだが、先ほど説明いただいた広報事業やコンセプトは非常にすばらしいと思う。これまで広報はなかなか効果が見えないと言われていた。どれくらい投資したら効果があるのかが分からないと言われていたが、ARやビックデータを利用することで効果が見え始めているのではないかなと思う。先程内野委員もおっしゃったが、ざっくりしたデータだけでなく、どういうものが効果があったのか、費用対効果が優れているのかなど、もっと細かくデータを出していただくと面白いと思う。関心があるかどうかということについては、一番重要なのはコンテンツである。その意味で市政が一番重要なのだと思う。市政が面白ければ関心が上がるし、市政がつまらなければ関心が上がらないということだ。広報で分野を絞っても関心がないのだとすれば、市政自体が（問題だという捉え方もできるので）、広報と中身（コンテンツ）との連携を強くすることも必要な視点ではないか。ジャンルによって広報手段を変える、広報の場所を変えるということをや

ひ検討した方がいい。最近、企業の広報のスタイルとして、自分たちが広報するだけではなく、消費者にも広報してもらっている。例えばアンバサダー制度など、登録すると優先情報をもらえるのと同時に自分のSNSで情報発信してもらおう。市政に使えるかどうかは分からないが、広報を活用して楽しんでいただく、市民の方々にも広報していただく、そのような発想もあるといいと思う。

広報課：広報の効果はなかなか金額としてはじき出せない部分があり、非常に難しいものだと我々も考えている。いま、導入したARや特にパソコン関係のものはアクセス数などの数字で出てくるので、今後指標の一つにすることも検討したい。また、事業によって、あるいは知らせたい相手によって広報手法を変えることはまさにメディアミックスという考え方だろうと思うので、その辺を踏まえながら広報を進めていきたい。

小林敏宏委員：広報は大変な仕事だと思う。資料2の取組概要で、「市民はもとより、市外に向けたより広範囲で効果的な情報発信」とあるが、市民向けはこれ以上はできないのではないかなと思う。自分が、情報が欲しいなと思って、発信ではなく受信する、情報を取りに行くということだと思う。先程市政に関心がある、ないという話があったが、要は、何となく静岡に魅力を感じないということではないか。例えば、浜松市は浜松まつりに象徴されているが、一極集中のような感じで、市民がものすごく燃えるし、一年を浜松まつりのためにみんなで頑張るといったところもある。そういうものが静岡にないのが残念だ。補足資料3を見て、31のイベントが掲載されているが、この中で全国ネットでアピールできるのは、2番の大道芸、18番のホビーショーなどだ。29番の子育てしやすいまちというのは、静岡市が政令市で1番ということだと思うが、静岡市民がどれだけ知っているのか。まんべんなくではなく、一極集中で、予算も限られているだろうから、静岡はこれだというのを作ることが必要だ。ちびまるこちゃんもいいが、ちょっと違うのではないかな。大道芸にしても、全国版の番組などで発信して、少なくとも市民や静岡出身の近隣の方が参加したいと思うような盛り上げが必要だ。それには一極集中が必要である。静岡ホビーショーもすごいイベントだが、残念ながら行政側の関わりがすごく少ないとイベント関係者から聞いている。これこそ全国にアピールできるものだから、全国から来てくれた人達に静岡を知ってもらうような仕掛けをつくる必要があるのではないかな。何となくまんべんなくやっているような気がしてならない。子育てしやすいまちNo. 1というのは、ぜひ静岡のキャッチフレーズにして全国にアピールしてほしい。ちびまるこちゃんよりもこちらの方がよい気がする。

種本祐子委員：静岡市の公式インスタグラムが見当たらないが。

広報課：インスタグラムはまだ実施していない。

種本祐子委員：今、静岡市だけでタグ付けされているものを見てみると、3,762件ある。大道芸など、市民の人達がまちのスナップなどを日々インスタグラムで情報発信してくれている。例えば、どこかのお店や企業の商品を使ったという投稿をすると、その会社の公式インスタグラムからお礼が来たりして、すごく嬉しかったりする。公式インスタグラムはコストが全くかからない。フェイスブックの「いいね」も、今日も誰かが投稿していて、市が行っていると思うが、あまり面白くない。今はテレビや映画を見る人はすごく少ないと思う。映画のCMなどではなくて、SNSの時代に、フェイスブックももう終わったと言われている中で、やはりイ

Instagramである。すぐにできると思う。

狩野美佐子委員：広報紙「静岡気分」についてだが、数年前までは一か月に2回発行されていた。

今はどう変わってきたかという、文字数が紙面に対して多すぎると感じており、お年寄り世代にとってはどうかなという感覚がある。やはり、情報の更新が、一か月に1度だとかなり制約を受けると思う。その辺はインターネットで補填するのだろうが、やはり広報紙の文字数は少なくしてほしい。表紙は四角い写真があったり丸い写真があったりと雑ばくな感じがするし、四角の囲いの部分の記事は「ですます調」で書かれているが、文字を少なくする工夫ができると思う。編集の方法をもう少し検討してはどうか。また、気になったのが、資料3の指標値だが、平成28年度に既にホームページでは1761万件の実績が出ている。平成29年、平成30年はそれぞれ1681万件、1689万件と実績値よりも低い計画値になっているが、何か理由があるのか。

広報課：まず、広報紙のことだが、おっしゃるとおり、平成26年度から月2回発行を月1回に変更した。これは行革の流れの中で変更することになった。限られた紙面の中に、諸々の情報を詰め込まなければならないということで、確かに文字も多くなってしまった。我々としては、より見やすくするという編集方針で行っているが、掲載しなければならない情報との兼ね合いの中で努力しているということをご理解いただきたい。今後もイラスト等を効果的に使用しながら、より少ない文字数の中で情報が伝わるような紙面構成を研究していきたい。また、計画の指標と実績についてだが、28年度は実績として計画を大幅に上回る結果となったが、ホームページのリニューアルなどを行った結果、より洗練されたデザインになったという背景もあり、アクセス数も増えたと考える。そうした特段の要件を除き、過去のアクセス数の推移を見つつ、計画としては1,600万台後半に設定している。28年度の1,761万というのは有り難い数字ではあるが、特段の要素を取り除いた、本来だったらこれくらいであろうという推測のもとで指標を設定したということである。29年度の数字が出たところで、それが特段の理由ではなく、これだけ定着したファンがいるのだ、アクセスがあるのだということが見出しやすいのであれば、30年度の数値を考え直すことを検討したい。それから小林委員のご質問についてだが、確かに広報というものはターゲットの明確化が非常に大事だ。市民、市外の区分が必要であると考えている中で、諸々のツールを使って、それぞれのターゲットに即したものを提供していきたいと思う。おっしゃっていただいたように、今は市民の方も自分から積極的に情報を取りに行くというアクションをされるので、欲しい情報をすぐに入手できるように、ホームページも広報紙も、見やすさ、分かりやすさにより一層心掛けていきたい。浜松まつりは確かにものすごく盛り上がりがある。それに対して静岡はこれだというものを、広報する我々としても、どれを一押しにしようかと考えるところはある。なかなかThis is 静岡というようなイベントが絞り切れない状況ではあるが、今のスタンスとしては、資料3に挙げたように、28年度は31の事業を挙げてより力を入れていこうと、少し総花的になってしまうが、それぞれのイベントや事業の内容、ターゲットを精査し、それに即した媒体を使って広報しているところである。それがメディアミックスであると考えているが、電子的な方法としても、これが静岡だというのが明らかになったところで、それを一押しするような力強い広報を進めていきたい。

小林敏宏委員：ぜひ、広報として、どこに集中したらいいかということ、市長などトップの方に、逆にフィードバックしていただければいいと思う。今の状態は、静岡は知られない市、何も特徴がない市になっている。こういうものが静岡にあるのだというのを、まんべんなくではなく、予算に限りもあるので、どこかに絞って広報していく必要があるのではないかと期待している。

酒井康之委員：私のところの職員が、学生時代に友達と各市の広報紙を集めて評価したところ、静岡市は評価が高かったという話をしていたので申し上げておく。広報の評価をどのようにするかであるが、資料3で見ると、この取組の効果として、情報を広範囲に実施することで市のイメージの確立やブランド化を期待するという事になっている。そういうものを期待していることと、市政に関心があるかとか、総アクセス数という指標が、少し結びつかない気がしている。それがいま皆さんが一番悩んでいる部分なのではないか。もう少し細分化して、こういう目的でやるということに対してどのような指標をとればいいのかを考え直してはどうかと思う。広報に対する評価は一つだけではないと思う。静岡市全体のブランド化を図っていく、市民がより行政に関心を持ってもらおう、ということの一つの項目で評価するのは難しい気がする。市に関心がある人が何パーセントという数字があるが、実際に関心があるかないかと問われれば、関心がないこともないなということで、関心があるという回答に丸を付けると思う。でも、回答者ご自身が市に関連した何かに参画したことがあるかといった裏付けがあれば、こうした数値に意味があると思うが、ただ関心があるかないかと聞くのは、あまり意味がないと思う。ホームページのアクセス数についても、いろいろと状況が変化し、高齢者もインターネットを見るようになったため、アクセス数自体が増えていると思う。アクセスしたことと、その情報が役に立ったのかというのは別の問題である。もう少し掘り下げて、目的に応じてどういう手法にするのかを検討した方がよい。若い方に対してであれば、当然SNSなどを充実することになると思う。一方で、先日、私の会社の内職さんが、自分の住んでいる地域の第一避難場所を知りたいと市のホームページにアクセスしてみたら、防災計画の一覧表は載っていたが、避難場所がたくさんあって、自分の町内がどこにあるかを知りたくても上から順に追っていかなければならなくて非常に見にくかったと言っていた。その内職さんは、結局分からなかったものだから、それ以降市のホームページは見ないと言っていた。ホームページを使う方がもっと使いやすい構成になるように気を付けていただけると、ホームページを見たことによる行政への関心、行政がやりたいことへの関心が高くなっていくのだと思う。

広報課：ご指摘いただいた指標の設定方法、市政に関心があるとか、総アクセス数を指標にすることの妥当性については、我々も悩むところである。個別事業であればイベントに参加した入場者数などを指標にすることが可能であるが、広報という広い分野の中で、どれを指標にした方がいいのか、正直悩んでいるところであるが、皆さまからいろいろとご意見をいただいたので再検討したい。また、ホームページについてだが、なかなか欲しい情報までたどり着けないというのは私も感じる所だ。それぞれのページは各所管課で作成しているため、補足資料1の課題の③で挙げているが、全庁的な広報マインドの底上げ、つまり、市民の皆さま、あるいは市外の方々が、情報をすぐに入手できるようなホームページや広報紙の作成、様々なツールによる出し方や見せ方というものを、職員ひとりひとりが考えていけるように、広報課で研修

を進めているが、その意識を少しでも高めていけるようにしていきたい。その結果が市民の皆さまの利便性の向上につながると考えている。

的場啓一委員：補足資料1の中に、「政策と広報は車の両輪」とあるが、そのとおりだと思う。

ただ、各事業を所管する課に対して、各種広報ツールを活用し積極的な広報を行うよう働きかけているということだが、この表現からすると、各課の事業については各課任せということだと思う。その意味でいけば、各課へのアドバイス、広報の仕方、もっとこういう情報を流した方がいいというようなアドバイスは、広報課の任務になるのか。それは具体的に機能しているのか。また、2点目に、一方的な情報発信ではなく、情報を受け取る側に立った情報発信、伝わる広報を推進しているということだが、具体的に伝わる広報としてどういうことをされているのか。私も静岡市のホームページはいろいろと見るのだが、やはりなかなか欲しい情報に行きつかない。本当に情報が欲しいという人の側に立った情報発信がされているのかというのが非常に疑問だ。それから3点目は、情報発信するときは、市民、それから市内の企業向けの情報と、市民以外をターゲットにした情報とを明確に意識して情報を作ることが非常に重要だと思う。いつも調べていて思うことは、いろいろなホームページなどを見てみると、よくある質問というコーナーがあって、そこを見ると大体は自分が欲しい情報と質問があって、そこをクリックすると大体はたどり着けるのだが、よくある質問が、できれば、課ごとのページにあれば非常に探しやすいのではないと思う。それから、全庁的に広報マインドを引き上げるということだが、何をされているのかというのが全然見えてこない。いろいろな自治体に話を聞きに行くと、各課に情報推進員のような職員を置いているという話を聞くのだが、静岡市としては具体的にどのような体制で取り組んでいるのかについて教えてほしい。昨年度、静岡県内の各市町の広報を全部調べて分析した。外部から見てもっとも情報発信が上手だと思ったのが長泉町だった。実際に長泉町に行って話を聞いたところ、長泉町は今、一番出生率が高くて県外からもどんどん人が来ているが、それはそれなりに県外、東京などでも努力されている。どういう努力かという広報活動である。パンフレットなども見せてもらったが、これは役所が作ったものなのかと疑うほどに洗練されている。先程文字が多いという話があったが、文字はほとんどなく、一文で「東京から50分」それだけだ。それを東京で配れば若い人が飛びついて、そして、子育てしやすいまち、ショッピングモールもある、などと口頭で言えば、問い合わせもたくさんくるのだという。それから素晴らしかったのが、動画である。動画で、いかに自分達のまちは他のまちと違うか、差別化できているかというのを徹底的に発信する。それも5分くらいになると若い子たちは見てくれないから、1分から1分30秒の短い時間で見せる。私は浜松に住んでいるのだが、広報部門に聞いてみると、浜松市では20程度の広報媒体があるが、どの程度市民の人が知っているのか意識調査をしたら、広報紙は9割以上の人が知っているが、SNSなどそれ以外の媒体は1割程度の人にしか知られていないという。大学生など若い人たちを対象にアンケート調査をすると、若い人たちは広報紙などを見ていない。何で行政情報を仕入れているのかと聞くと、大体がホームページやSNSである。では、SNSではどこの自治体が一番興味を引くかを聞いてみると、磐田市だと言う。なぜかという、ハッシュタグがやたらとたくさん出てくるのだと言う。何かの検索キーワードで入れると磐田市がすぐに出てくるらしい。浜松市はハッシュタグが非常に少なく、全然引っかからない。それから、

若い人たちは市政の情報よりも、その市の観光名所、グルメ、イベント情報から入ってくる。今日どこどこで役所主催の審議会がありますという情報は引っかけでもスルーする。それよりも、新しいイベントをやるとか、なにが美味しいとか、そういうことをきっかけに深く入っていく。だから、見せ方というのが非常に重要だと思う。もし、今回の意識調査の中で、年代別にどの媒体を一番よく使っているかという結果が分析できるのであれば、ぜひ試してみたい。（この資料の結果を見ると）非常に面白いのが、20代は回答者が136人、30代が306人、年代が進むにつれて回答者が多くなっていく。ということは、やはり若い人は役所の情報を全然見てくれない。だったら、若い人はどういう情報を日々手に入れているのか、どういう情報を望んでいるのか、それから若い人を引っかけにはどうしたらいいのか、そういうことを分析されてはどうかと思う。参考にされるのであれば、磐田市のハッシュタグである。ツイッターなどは、土日関係なく、のべつまくなし24時間365日更新されている。（その作業は）広報課に配属された職員の宿命だと言っていた。それくらいしないと、若い人は見てくれない。あとは、長泉町の、本当にシンプルなパンフレットと、短い動画で自分達と他市との差別化をアピールする、それがあれば若い人はかなり飛びついてくれるのではないかと。それから冒頭に言ったように、市民向け、市内企業向けと、市民以外の人、外部の人向けの情報を意識してつくるのが重要ではないかと思う。

広報課：意識調査の中で、性別、年齢、情報の入手先をクロスさせた集計も取っているため、年代や性別で求めるツールの適正な使い方を分析することが必要だと認識している。磐田市や長泉町のケースはぜひ参考にしたい。広報課の役割についてだが、それぞれの事業の広報は本来各所管課ですべきものと考えている。我々は情報発信にあたってのツールの提供や見せ方、発信方法を助言している。広報アドバイザーという非常勤職員を置いていて、どんな形でやるのが効果的かという相談にも乗っているし、各課からの相談を待つだけではなく、例えば庁内の各種会議に私も出させていただいて各課で進めている事業の情報収集を行い、それをこんな方法で広報したらどうか、というアドバイスや支援につなげて、情報発信を行うように心掛けている。また、広報マインドが必要だというのは常々思うところであり、これまで各課の広報の責任者を課長補佐級の職員にお願いしていたが、今年度から課長に変更した。これは市長の強い思いがあつたことだが、所属長自らが事業の情報発信に大きな責任と自覚を持つということで、所属長を対象にした研修なども行っている。バックアップという形になるが、広報課としてはそういうことも含めて全庁的な情報発信の強化に努めていきたいと考えている。ご指摘いただいたようなターゲットの明確化についても合わせて進めていきたい。

的場啓一委員：長泉町の話だが、役所の人間だけで考えても限界があるとおっしゃっていた。役所は宣伝に慣れていないので限界がある、だから、お金はかかるが、最初は宣伝広告会社の知恵を借りたことである。そういう方たちと1年間くらいお付き合いをしながら、宣伝広告について理解を深めていけば、それ以降はノウハウを生かしながら独り立ちができると思う。

（長泉町の方も）最初から自分たちで考えていたらできなかったと言っていた。静岡市も、民間の企業とお付き合いをされているかどうかは分からないが、静岡気分の発行が月2回から1回になったことで浮いたお金を回して、一度宣伝広告会社の知恵を借りるのもよいのではないかと。大学でも、今まで広報を自前でやっていたところを宣伝広告会社に依頼して、ロゴを変え



たり、テレビでコマーシャルを流したりすると、3倍から5倍に入学者数が増えたという話もある。専門家の知恵を借りるのも一つの手だ。

種本祐子委員：びっくりしたのだが、今見てみたら、磐田市のインスタグラムのハッシュタグが17万強だ。磐田市のオフィシャルも、市のいろいろな課の職員の方が毎日投稿している。

的場啓一委員：だから、若い人たちにとって磐田市はすごく魅力的だというのだ。

種本祐子委員：私の会社もブログなどをやっていたのだが、今の若い人たちは活字を読まない、新聞は読まない、活字に辟易していて写真でなければダメ、しかもオンタイムでなければダメだと言われ、やはりインスタグラムをやったらどうかということになって、各店舗の若い社員たちが自分のお店の写真をどんどん投稿するようになった。今日はこんなイベントがあるということと全部写真で発信していくようにしたら、今までダイレクトメールを出してもレスポンス率が悪かったのが、すごくよくなった。広報部門が行うというのも必要で、磐田市のオフィシャルのようなものを作らなければならないと思うのだが、各部の職員の方たちがどんどんあげるだけでも全然違うと思う。

的場啓一委員：毎日1回はみんなで磐田市のオフィシャルを覗く、という感じだ。

種本祐子委員：インスタグラムを見ると、磐田市で就職しませんか、とかをこんなに可愛い職員の方が言っている。

的場啓一委員：新しくどこそこのお店でこんなメニューができました、などをのせると、やはり若い子たちは興味があってそこに行くそうだ。そこでお金を使ってくれれば、磐田市も少しは税収入がプラスになる。

岩崎清悟会長：いろいろなご意見が出たが、例えば長泉町はものすごく政策を絞っている。若い人を他のまちから集めよう、ここで子どもを産んで育ててもらおうということに税金などを集中して投入している。だから、あの程度の規模のまちにしては珍しいくらいのいろいろな施設が整っている。それはすべて暮らしやすさを求めた施設である。つまり政策が集中している。また、大企業の誘致もあって税収もたっぷりあるが、その税収をその政策に振り向けている。そこでの広報は、まさにそういう政策に絞っていて、しかも東京から近いということもあって、東京もターゲットにしている。そういう形で（広報を）展開したのだと思う。ただ、これは長泉町だからできるということではなくて、静岡市もイメージの確立、ブランド化を目的として、効果として求めていくのであれば、ある意味でこういう尖がったことをやらなければならないのではないか。みなさんからいろいろな話がでてきたが、政策として何を絞って訴えていくのかは、いろいろある広報の中でもすごく大事なことだと思う。全てを伝えなければならない広報とは別のものであると考えなければならない。これを同列にみて、一つの媒体で伝えようとしたら、本当につまらないものになってしまう。やはり、専門家の知恵を借りながら、指標と効果をどういうふうに判断してやっていくかということについてもプロは手法をもっているから、その手を借りながら組み立てていったらいいのではないかと。ここはものすごく改善の余地があると思うし、静岡市がいま抱えている人口流出を何とかしたい、特に若者に関心をもってもらいたいという大きな命題があるわけだから、それに対して広報はものすごく大きな力を持っていると思う。ぜひよろしくお願ひしたい。広報課が調整役ではなく、リードしていくくらいの構えでやっていただければと思う。ここで5分ほど休憩としたい。

<休憩>

岩崎清悟会長：それでは再開する。次第の「(3) 市施策案の工程等」について、こちらは報告案件となるが、所管から説明をお願いしたい。

《略：ユニークベニユーの推進について企画課より説明》

岩崎清悟会長：最下段に書いてある今後の進め方について、何かご意見はあるか。「基本方針を策定」とあるが、原案ができた段階で皆さんにご意見をうかがう機会があると考えていてよろしいか。

企画課：行革審にはフィードバックしなければならないと思っている。また、おそらく一回策定したら終わりということではなく、どんどんレベルを上げていく作業は必要だと思う。

岩崎清悟会長：ある意味ではプラットフォームというものが継続的にこういうものを検討する場になるのではないかと思う。行革審への報告は必要だと思うが、日常的にはそこに持っていきけるような形にしていただけるとうまく回っていくのではないかと思う。その辺りもご検討いただきたい。

企画課：了解した。

的場啓一委員：資料4-1の下段、右端の注のところに「全庁的課題の検討結果によっては条例等を整備」と書いてあるが、ここでいう条例とはどのようなものを想定されているのか。

企画課：横ぐしを刺して市民の方にご利用いただくための条例が整備できるのではないかというのが一つである。普通は施設ごとに条例を持っているので、施設ごとに必要な改正をしていくという、その2パターンがあると考えている。

岩崎清悟会長：他に何かあるか。それでは次の説明に移りたい。駿府城公園のあり方の再検討について説明をお願いしたい。

《略：駿府城公園のあり方の再検討について緑地政策課より説明》

岩崎清悟会長：最初のご説明にあったが、今できることはどんどん進めていこう、というものと並行して、公園のあり方の再検討を進める、ということか。

緑地政策課：ユニークベニユーとしての活用については、今の姿で、我々のできることを、やってみようことをどんどんやっていくということだ。今ある形でどんどん活用していく。ただ、公園のあり方についてはやはりじっくり検討していく必要があることから、来年度しっかりとした委員会で検討していくとしている。性質が違うものだから、なかなか並行というのがいいのか分からないが、ユニークベニユーについてはどんどんやっていく。ここに記載している青空カフェについても、一昨々日の土日から今年度も始めており、お堀のボートについてもフェスタしずおかで先般開催したところだ。

狩野美佐子委員：駿府城公園の仕事というのは、緑地政策課も絡んでいけば公園整備課も絡んで

いるし、紅葉山公園については歴史文化課も関わっていると聞いている。これらの課がどのような噛み合わせで動いているのか、教えてほしい。

緑地政策課：駿府城公園は都市公園ということで、公園の管理は公園整備課が行っている。緑地政策課は、公園をどうしていくかという計画や、方針の決定というところを担っている。駿府城公園の現在の管理をするのは公園整備課であるが、今回のように今後のあり方を変えていこうというのは我々緑地政策課が行っている。歴史文化課は、通常は公園の管理に全く関わらないが、駿府城公園は歴史的な部分があり、巽櫓や坤櫓の復元であったり、歴史がらみの文化的なところの管理のノウハウは公園整備課よりも歴史文化課の方が持っているということもあって、指定管理者の監督部署として、昨年度から歴史文化課に移管して行っている。

狩野美佐子委員：心配しているのが、縦割り行政ではなく、柔軟な横断的な委員会のようなものは開かれているのか。

緑地政策課：駿府城公園に限定された委員会はないが、中心市街地の活性化などの関係で、当然駿府城公園も入ってくるので、そういう場であったり、必要に応じて指定管理者の選定をしていこうとか、指定管理者を決めるときの審査会だとか、いろいろな場面で関係する課が集まって協議する機会はたくさんある。そういう意味で横の連携は図られていると思っている。

狩野美佐子委員：今後も風通しを良くして、意思の疎通を円滑に図ってほしい。

岩崎清悟会長：平成30年度に業者発注で業務委託を計画されているが、どのような業務を委託する予定なのか。

緑地政策課：委員会の運營業務を委託するというので、事前に資料を作ったり、図面を描いたりという作業が必要になってくるため、そういう作業を委託する予定だ。

岩崎清悟会長：答申では、市民の方々にお集まりいただき、これに使いたい、これがいいといった議論をするだけでは方向性を見い出せないで、都市公園としての駿府城公園のあり方について、もう少し広い視野で見えていただき、ご意見をいただけるような専門家を入れて委員会をつくったらどうかということであったと記憶している。

緑地政策課：委員会のメンバーについては、おっしゃるとおり、幅広く、多くの知見をいただけるようなメンバーの選定を考えている。ここでいう委託というのは、検討委員会の運営補助、我々が運営するにあたっての補助を考えている。委託を受けた業者が、委員会で意見を言ったりするのはではなく、委員会の運営の補助をしてもらうということである。例えば、運営に先立って資料を作ったり、図面を引いてイメージ図を作成することも場合によっては考えられる。そのような技術系の作業について絵を描けるような業者に委託して、検討委員会で使う資料の作成も含めて、委託することを考えている。

岩崎清悟会長：どちらかというとハード面での内容ということか。

緑地政策課：委員会で皆さんに協議していただくための資料を作るにあたって、やはり専門技術がいるということだ。

小林敏宏委員：メンバーが非常に大事だ。まちづくりの観点から専門のプロデューサーを選定して、そういう方を中心にやったほうがいいのではないか。この間、市長との懇談の中で話があったのだが、天守閣に関しては小嶋市長のときに、歴史とかお城とかの専門家を集めて行ったら、やめた方がいいという結論になった。それはやはり偏った意見だと思う。そうではなく、

もう少し、この公園が静岡のポテンシャルになるようなまちづくりを考えながら、専門家の意見というよりは市民代表とか民間などを入れて、静岡の活性化に対してのいろいろな利用の仕方といった意見が出されるようなメンバー構成をぜひ検討していただきたい。

岩崎清悟会長：検討委員会を発足するにあたって、市のプロセス上、政策決定が必要になるのか。

緑地政策課：やはり天守台・天守閣に関することは重大な項目なので、意思決定機関、大きな会議に諮っていくことになると思う。

岩崎清悟会長：そこが一番のポイントだ。これまではどちらかという、復元ということで歴史的なところに重みを置いてやってきたが、いま求められているものは、答申にもあったようにまちづくりということを大きく一貫して掲げていこうということだから、この答申をトップでもしっかりと念頭に置いていただかないとならない。議論が始まってしまうと、またいろいろなものが入り込んできて、なかなか方向性が見いだせないということになりかねない。これは大方針なので、市の意思決定にぜひ、しっかりと反映していただくことをお願いしたい。

的場啓一委員：この検討会は条例設置の会議になるのか、それとも要綱設置の任意の会議になるのか、どちらなのか。

緑地政策課：要綱で考えている。

的場啓一委員：ということは任意の会議ということか。

緑地政策課：条例でこの委員会を、ということではないと思っている。

的場啓一委員：事務局に聞いた方がいいのかもしれないが、要綱設置の会議というのは静岡市では認められているのか。

総務局次長：ご指摘のとおり、要綱設置の委員会については、裁判事例も若干出てきている中で、今年度中に整理をしなければならないということで、整理している最中である。このような委員会については一括の条例を設置して、条例に位置付けた委員会にしようと準備中である。最終的にはそのような形に整うものと考えている。

岩崎清悟会長：他には質問等はないか。概ねこういう方向で具体化されていくということによるのか。それでは次のテーマである「駐車場・駐輪場の民間活力の導入について」所管課より説明をお願いしたい。

《略：「駐車場・駐輪場の民間活力の導入について」交通政策課より説明》

岩崎清悟会長：ただいまの説明について皆さんの方から何かご意見等はあるか。最後の放置自転車対策についてだが、説明されたやり方を取っているといつまでたっても放置自転車はなくなる。もともと、駐輪禁止区域なのだから、一度でいいから範囲を区切って、全面駐輪禁止ということをやってみたらどうか。やってみて、どこに問題があるのかということについて商店街を含めて話し合いをしてはどうか。こういう問題の解決にこのようなプロセスを取るのには民主的で見るとよさそうなのだが、おそらく問題解決にはつながらないと思う。やってみれば、どういうところに代替の駐輪施設があればこの問題が解決するのか、ということが出てくる。店の前に停めてある自転車は、実は一日中停めてある自転車だったこともあるのではないか。駅周辺の駐輪場まで行くのが面倒といった理由で、高校生などが通学のために停めて

しまっている。一度、ある一定の区域を全面禁止にして、そこから施策を考えてみるというのはどうだろうか。

望月啓行委員：岩崎会長と同じ意見で、商店街と調整していくというのは、解決できないと言っているようなものである。全員のコンセンサスを得るなどというのは100%ない。やはり、どうしても現状を変えたくない、今までのお客さんが一人でも自転車を使っているから、というように発言になってしまうから、それこそ全ての意見を聞いているとこの施策は進まないと思う。重要なのは、まちがどうあるべきなのかということをして市役所がしっかりと強い信念を持って、それを押し進めるということだ。ダメではなく、どうするかということをもみんなで考えるという視点にしていかなければならない。岩崎会長がおっしゃるとおり、避難措置というか、制度を少し整える必要はあると思うが、一度やってみるということも重要だと思う。実験をやってみてということがあがるが、その結果の検証というのなかなか難しい判断である。将来的にはコンパクトシティ化、もしくは市のまちづくりのあり方をしっかりと市役所の方が持っていて、一度やっていただくというのが一番いい方法かもしれない。このままのやり方だと100%できない、少なくとも5年、10年はできないと思う。よく、商店街が強くて、うるさい人たちをどう説得するのかということになると、世代交代しかない、では20年後、30年後にはみんな一周するからできるかな、などと冗談を言ったりするのだが、やはり民主的に全部意見を通すというのは無理だと思う。やはりそこは強い信念をもってどうにか進める、ということをやっていただきたい。

交通政策課：過去に社会実験として、紺屋町などで国道の方に駐輪スペースを設けて意見交換を行っている。青葉でも駐車場や駐輪場の社会実験をする中で、いろいろな意見を伺っているが、やはり全面合意というのはなかなか難しいということは理解している。他都市の事例では、八王子などが先進都市であるが、理解をもらったところから少しずつやる、ということをしている。そのように、最初にある程度先行して行って、その隣の人からも同意を得るということも事実としてあると思う。ご意見をいただいたことも踏まえ、他都市等の事例も検討しながら行っていきたい。ただ、地元との話し合いだけではどうにもならないと思っている。過去に七間町においては、話し合いの中で、社会実験を通して夜間に停めてあったのが解消されたことがあったので、粘り強く話し合いをする中で、少なくとも社会実験を行うときも地元を無視することは当然できないので、その辺は調整しながらやりたいと思っている。

岩崎清悟会長：地元の方と話をするとき、大事なものは、市がこのまち、街区をどのようにしたいと考えているか、という方針だと思う。静岡市の中心市街地は「歩いて楽しいまち」を志向していると思う。それが市全体の商店街も含めた繁栄に繋がるという方針が既に出ていると思う。そこに、行政がどれだけの想いをもって進めようとしているのかが大事ではないかと思う。だから、やらせてください、ではなくて、この方針でやります、やって問題があれば一緒に解決していきましょう、そういう作戦の方がいいのではないかと思う。民間であれば間違いなくその形でやる。そうしないと、解決手法が見つからない。我慢してくださいとかいう話だけでいくと、本当にパーソナルな意見になってしまって、どうしても合意形成できない。そこはもう少し、行政が、大きなまちづくりという方向性でリーダーシップをとって進めていった方がいいのではないかと。

狩野美佐子委員：マナーの徹底ということだが、静岡市役所の庁舎内にも以前はかなりのたくさんの自転車が止められていた。それが、バリケードを組まれてだいぶなくなったが、そういう物的な手段に訴えないと、市民は動かないのだろうか。

交通政策課：物理的に閉めればそこからは排除になると思うが、使い勝手という面から庁舎の周りに停めることになる。道路を区切ってしまうと、道路がそれだけ使えないデッドゾーンとなってしまうし、歩行者空間にはならない。他のところでは、駐車ラックという自転車を入れるものを道路沿いにつくって整然と並べる形のものを、今多くやっている。

狩野美佐子委員：路上の有料駐輪場みたいなものか。

交通政策課：そうだ。ただ、それについての景観に対するご意見はあると思う。

狩野美佐子委員：お互いの意見を融合させるような方法で解決できれば一番いいのだが。私は以前、自転車対策協議会の委員をした時に、青空実験を体験した。まちから自転車がなくなると、空がすごく大きく見えるし、歩いている人たちがすごくゆったりとのんびりと、楽しんで買い物をしているという雰囲気が直に感じられた。社会実験の回数を増やすことは考えていないのか。

交通政策課：予算の関係も当然あると思うが、目的を明確にして排除する、先ほど会長がおっしゃったような形だが、そういうことも考えられると思う。今できるかというところとちょっとできないのだが。

狩野美佐子委員：いきなりやるのはすごく抵抗があると思うので、徐々にやっていくという形がいいと思う。

交通政策課：先程も申し上げたが、どこかで事例ができてきて、路上に駐車することがよくないということが広がっていくことがわかりよいと思う。社会実験もその一つだとは思うが、そういうことを認知していかなければならない。

内野孝宏委員：社会実験の検証の仕方は確立されているのか。街中の交差点は通行止めにするなどして横断歩道をつくったりしていると思うが、それらの実験結果のフィードバックが見えてこなかった。どういうふうに検証して、そこから何が導き出されたのかということをもう少し明確にする必要があるのではないか。

交通政策課：社会実験について、例えば江川町の交差点については、最初はスクランブル化を目的に行ったのだが、交通渋滞などとのバランスが成立しないということで、横断歩道を2本引いた。平面の通行については従来よりも通行しやすくなった。交差点自体というか横断歩道をコンパクトにしてよくなったと思う。100%ではないが、段階的な整備は進んでいる。自転車についても、いろいろな社会実験をやった中で様々な考察があるのだが、なかなか次に踏み込めるようなところまでいっていないというのが事実だ。江川町の実験については、所管外だが、比較的広報等も使ったりして、いろいろな形を出していたイメージであったが、行き届いていないということであれば足りなかったのかもしれない。

岩崎清悟会長：本件の社会実験などは、商店街の人や自転車利用者だけではなく、歩行者から意見を求めなければならない。これは歩行者、来街者を意識した施策であるため、その意見をどう求めるかという手法をもっていないとならない。むしろ、市としては、そこにスポットを当てた施策であると思う。かつての実験のときに、そういうデータを取られていらっしやるか。

交通政策課：前回のときは、紺屋町自体をモール化するというスタンスの中で行っており、そういう意味で来街者の方たちの声も取っているが、直接、駐輪のことをダイレクトに聞くという形ではない。一応、歩行者というか来街者の目線ではある。

望月啓行委員：静岡市というのは、商業が非常にウェイトを占めるから、やはり商業をどうやってこれから盛り上げるかというのが、静岡市全体の発展を考える上で非常に重要だと考える。商業自体で変わってきていることとしては、急速にインターネット化、IT化が進んでいる。皆さんもそうだと思うがアマゾン等でボタンを押せば翌日には商品が手に入る。商店街に何を目的に行くのかということについて、静岡市として民間が共通認識を持っていなければならない。時間をかけて商店街まで足を運ぶ価値として何があるのか、中心商店街への来訪に関する価値の再定義が必要であり、早急にそれを形作って、民間と行政が一致しなければならないと思う。静岡市がそれを考えていないということではなくて、会長から先ほど話があったように、歩いて楽しいまちということと、滞在時間が長いまちということである。商業のデータで滞在時間が長いことは買い上げ金額が高いことに繋がるというものがあるので、どうやったら滞在時間を長くできるかということは非常に大きな課題だと思う。よく言われるのは「モノ消費」から「コト消費」ということで、モノが置いてあるだけでは消費はできなくて、コト消費が重要である。いかに滞在時間を長くするのかということを見ると、例えば自転車をどこかに置いて、街中を歩けるようなまちを早急につくっていかないと、消費形態の変革についていけないと思っている。データを見ても、中心商店街の商業の売り上げ規模がどんどん減っている。危機感を持たなければならないが、やはりその辺りは、行政と民間と一緒に（今とは）違う価値の再定義を行って、それに向かってスピード感を持っていかなければならない。自転車の話とどう絡んでくるかということ、放置自転車、自転車で店の前まで来るのを正当とするのが、これからの消費に合っているのか、コト消費に合っているのかということをしっかり考えて取り組んでいかなければならない。消費の形態はスピード感を持って変わっている。そして、商業エリアの価値が変わってきている。滞在時間を長くすることが、自転車の施策を通して取り組んでいるのかということが非常に重要だと思っている。これは民間も行政も考えていかなければならない。時間は本当に限られている。どんどんIT化は進んでいるし、いまは言葉でしゃべればすぐに商品が届くような機械も出始めている。商店街に何をしに来るのか、ということをもう一度考えて、静岡の中心商店街がこれからも発展していくために、どのように行政としてインフラを整えるかということ、強い意志をもって、それを皆に説明していただいて、スピード感をもって変えていただきたい。それから以前この会議でも話したのだが、やはり民間には受益者負担があるということで、民間にも駐車のコストを少しかけていただくような条例もしくは制度づくりができないか。駐車スペースをたくさん持っている方の一部について、条例でその中の一部を駐輪スペースにするなど、もう少し民間との協力とその強化を図るということである。民間もやはり将来のまちづくり、駐輪に対する問題の対策の負担をしなければならないということだと思う。ぜひ、民間の負担について、どのような負担をしてもらいかということも一度考えていただきたいと思う。

岩崎清悟会長：今日は交通政策課の所管ということで、交通体系ということを中心に検討されているのだが、今のような話からすると、これはまちづくり、あるいはまちの活性化をどう図って

いくかということである。今後を見据えると、商業の形態がどんどん変わっていく中で、どうやって中心市街地を維持していくかということはものすごく大事な問題だ。政策として、そういうものと一緒に打ち出していくことが必要なのではないか。そういう中で、現存する商店街の皆さんにもご理解をいただく。だから、ただ自転車が邪魔だからどけてくれという、交通政策的なアプローチだけではいつまで経っても変わらないと思う。どういうまちにするのか、どういうまちにしないとこのまちは生き残れないのか、そこのところは施策を推進する上ではものすごく大事になってくると思う。これは横串をもう少し刺して進めていただかないとまらない。もっと言えば、市長の方針というところに出してもらわなければならないと思う。

交通政策課：民間の活用についてだが、大きな施設については附置義務条例があり、一定の床面積に対して駐輪場を設置する制度というのがある。民間でも駐輪場をもっているところが結構あるが、我々の方から、例えばそちらの空き情報、駐輪情報を流したいということも話をさせていただいている。自分達で持っている駐輪場がパンクしてしまうと困る、いつも使えない状態であるのは困るというご意見もあり、課題はあるのだが、民間の駐輪スペースは、セノバさんなどのように2時間までは無料など使いやすい形になっている。民間のそういうふうなものの活用というのは、これから一緒にやるべきだと思っている。

狩野美佐子委員：交通政策課とは関係がないことだと思うが、カラオケ屋の前の駐輪は非常にきれいに整理されて、すごく改善された。ただ、その代わりに違法看板がすごく増えて、まち自体がすごく汚されている感じがする。その辺の検討も少ししていただけるといい。これは所管が違うと思うので、別のところでまた議論できればいいと思う。

的場啓一委員：私たちの任期は今年度末までだったと思う。このユニークベニューと駿府城公園、駐車場、駐輪場の方針について、昨年度こういう形でということで意見をださせていただいた。ユニークベニューと駿府城については、ユニークベニューはたくさんの所管課が絡んでいるし、駿府城公園も天守閣の問題があるので、なかなか検討は難しいだろうと、すぐに結論は出ないだろうと考えていた。駐車場、駐輪場についても、方向は民間活力の導入に決まっているので、これについては29年度中に一定の方針が決定されるものが一つくらいはあるだろうと思っていたが、全て平成30年度に方針が決定されて、実施が平成31年度、32年度とまだまだ先になっている。厳しい言い方かもしれないが、もう少しスピード感を持って、少なくとも一つくらいは平成29年度中に方針が決定したと、ご意見いただいたことについてはこうなったので、平成30年度からこの決定にしたがって実施するというような報告があれば、私たちとしても良かったなということになるのだが、このままだと少し不完全燃焼というか、まだこの先どうなるか分からないという形になってしまう。指定管理者の任期があるとか、国との協議があるということで、すぐには決まらないのは分かっているのだが、少なくとも、草薙駅前の駐車場であるとか、市内の駐輪場34施設については、場合によっては平成29年度中に方針決定も可能であったのかなという感じもする。そのことを考えた場合に、草薙駅前の駐車場について、需給バランスの調査検証、あるいは市内の駐輪場34施設について民間活力を導入した管理運営方法の検討とあるが、これを全て行政の職員の方たちだけで調査したり検証したりされるというのが非常に疑問に感じていて、なかなか行政の職員だけではこれだけの調査や検証、分析をするというのは少し大変ではないかと思う。将来のことを思えば、少しぐらい投資



をして、専門の業者や調査機関に案を作らせて、それを行政がたたくという方向で行けば、コストはかかるが、長い目で見ればすぐに回収できるのではないか。スピード感を持って方針が決定できるのではないかと思う。もう平成29年度も半分が過ぎたので、今からということはないかなが難しいが、今後これに似たようなものが出てきたときには、財政当局もバックアップしていただいて、調査費用が付けられるところは付けて、スピード感を持って方針決定をしていくと、静岡市も動いているね、と目に見えてくるのではないかという感想をもった。

交通政策課：草薙駅前駐車場と駐輪場については、業務に発注させていただき、民間の力も借りている。言い訳になってしまうが、草薙については、駐車場の上屋を駐輪場で活用しており、そのあり方等も課題として出ている。本来であれば我々も29年度には一定の方針は出すつもりであり、それを具体化するのが30年度になるかと思う。

岩崎清悟会長：可能な限り、早めに進めていただくことが大事だと思う。

種本祐子委員：駐輪場の問題についてだが、商店街の活性化は、歩いている滞留時間が長ければ売り上げが伸びるというような簡単な問題ではない。死活問題である。実際に、七間町はどこを滞留すればいいのか。シャッター通りになってきていて、そのうち自転車もたぶん無くなると思う。商店街の活性化は、自転車の問題よりも行政にはできない問題であって、一店一店の商店にとっては死活問題だ。私の店は路面店で商店街ではないが、酒屋さんのように重たいものを買っていただくことはアマゾンとか郊外のスーパーにかなわないし、もし私の店の前に自転車に来てはいけないという条例がつけられたら、おそらく店が潰れてしまう。たぶん商店街の方の中でそういうことを言われる方は何人かいらっしゃると思う。自分の土地を持っているとか、隣に駐車場を持っていて、駐輪できるスペースができるということであればいいのだが、私どもも自分の店の隣に駐車場と駐輪場を借りて賃料を払っている。静岡市は集客できないわりにはものすごく家賃が高い。家賃が高すぎて商店が出店できない、そういう話をたくさん聞く。それでもコトを売って、モノはネットで売ろうということで、店頭でQRコードを付けてよかったですら見てください、イベントに参加してください、よかったですら買ってくださいと、必死になっている。今は物流費の高騰で、ほとんどの小売店がアマゾン等通販の物流費と物流のスピードに勝てない。だから、商店街を活性化するというのは、歩けば活性化できるということではなく、どうしたら個店が本当に生き残っていけるのか、そこを教えてほしい。人手不足で人件費もすごく上がっているが、そういう中で、家賃を払って人件費を払っている。セノバにしても駐輪場が無料だというのが、テナントが負担している状態だ。それで、出店する利益がどうしたらでるのか、専門の先生方に教えてほしい。もし秘策があるのであれば、ぜひ静岡市の小売店全店に指導していただきたい。静岡市だけは小売業が勝ち残っていける、例えば、家賃が極端に安い、静岡市は小売業を守っていくために呉服町商店街は全部坪1万円以下にしようとか、例えば行政が補助金を出すのでその分イベント、コトにお金を使ってくださいとか、宣伝広告費は補助金が出るとか、何かをやらないと、小売業は生き残っていけない。自転車の話どころではない、ぎりぎりの商店がたくさんある。たたんでいるところ、実際に倒産しているところもたくさんあるし、私たちは他人事ではないと非常に危機感を持っている。歩いて楽しめるまちは確かに青空がきれいである。でも、青空がきれいでも、利益が出なければお店の中は暗い。商店街の活性化と放置自転車の問題を一緒に考えるのであれば、やはり本気

で商店街の活性化に取り組むべきだと思う。歩いて楽しめるまちが利益を出すまちとは限らない。

望月啓行委員：その辺りはいろいろと議論すべきで、個店の力は一番重要なところである。私も商店街にいて、商店街をどう活性化させるかということをいろいろと考えるのだが、基本は個店の力だ。毎日行ける店があると商店街に行く。やはり、いろいろな条件が揃っていくべきだと思う。個店の力も必要だし、インフラも必要だ。滞留時間については、モノからコトへというのが単純な指標ではないと思うが、どういう形に商店街をもっていけばいいのかという一つのヒントにはなると思う。百貨店の売上げがインターネット市場に食われている中で、どういう商店街にしていくかというのは非常に悩ましい問題だ。商店街に来る価値がどうあるべきかをゼロベースで再定義していくことが必要だ。私も本当に苦しい中で店を持っていて、やはり利益も少ないし、このままではまずいと思っている。どうやって取り組んでいくかを考えている。先程も話にあったが、ある程度行政と民間が、同じ方向を向くべきだと思う。まちの方向性としてのベクトルは一緒であるべきだ。個店は個店で自分達の力をつける、インフラはインフラで整える、これらが一緒に進めば最大の効果を発揮すると思う。それから、家賃が高い問題は非常に難しい問題だ。例えば藤枝などには今たくさん店ができていますが、藤枝の家賃は静岡の半分近いという。だから藤枝には魅力的な店舗が増えている。人口も焼津からの流出もあるが増えていると聞く。しかし、だからと言って、オーナーの皆さまに家賃を半分にしてくれと言えるかどうかというのは、難しい話だ。例えば、いまは商店街のオーナーさんも、地元の人ではなく、東京や他県にいる方が持っていたり、投資目的で持っている方が多くいる。そういう方に家賃を半分にしろというのは難しい。こういう難しい状況の中で商店街がどう生き残っていくかは非常に大きな問題であるが、やはり一つ一つ解決しながら、同じ方向を向きながら、自分達は自分達で考える、行政の方々にもスピード感を持ってインフラを整えてもらう、というのが今やらなければならないことだと思っている。だから、(先ほど言ったことだけで)全てがうまく行くことだとは思っていない。

岩崎清悟会長：もちろん個店の力をどういうふうに引き上げるかというのは非常に大事なことだと思うが、行政の役割というのはインフラをきちんと整備することだと思う。仕事がしやすい、商売がやりやすいインフラをどう整備するかは、行政の役割である。いま、三島市は新しい出店がものすごく増えている。これは三島市が意図的にしっかりした歩道を整備して、もともとは戦争で焼け残った道が狭いのだが、三島駅から三島本町、広小路から三島大社へ向かう道まで全部綺麗な道路を整備して、電線も地中化して、夜はきちんと灯りが点くようにした。一台の自転車もない。そういう環境をまず、行政がしっかりつくっていったら、どんどん新しい店ができていく。これは一つの例であり、それが成功例かどうかはもう少し経たないと分からないが、行政のやるべきことは、あるべき姿に向かってインフラを整備していくことであり、その後は個店の問題になる。静岡の中心市街地というのは、全国でも有数の現存している市街地だから、これをまず静岡の看板にしなければならないと思う。そのためにどうインフラを整備していくか、そういう視点が必要だ。各委員がおっしゃるとおり、その先は個店がどうやって魅力付けをするか、あるいは、協働してどういうイベントを行って、きれいになったまちにどういうふうにするか、あるいは人に来てもらうのかということを考えていく、そういう努力を続けていかなければ

ばならない。これはなかなか結論づけるのは難しい話であるが、いずれにしても、この件については市がしっかりとしたまちづくりの方針とリーダーシップを持って進めていってほしいと思っている。この問題については、所管課だけではなく、少し幅広く検討していただきたい。それでは、本日の議題はこの辺までとし、第 11 回行財政改革推進審議会を終了したい。

記名押印 静岡市行財政改革推進審議会

会 長 岩崎 清悟