

令和元年度 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 平田 仁
------------------	------------------	------------	----------------

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(実績)	H29(実績)	H30(実績)
	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。 ・株式会社そごう・西武と連携したふるさと応援寄附制度を開始した。 ・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。 ・KADOKAWAとの共同による「COOL JAPAN FOREST構想」の実現に向け、推進会議「TEAM START」を発足した。 ・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"> ・所沢ブランドの情報を集約し、効率的に周知することを目的としたホームページを新たに立ち上げた。また、所沢ロケーションサービス事業やイメージマスコット「トコロん」を通じ、市の魅力を発信した。 ・「みどりのふれあいウォーク」や「ところざわ埋文まつり」等を通じ、所沢の豊かな自然や文化財の魅力を感じていただいた。 ・「採れたて！農産物直売とことこ市」や「ちよいBAL別館」等を通じ、所沢産の農産物や商品の普及と地産地消の推進を図った。 ・「COOL JAPAN FOREST構想」について各種イベント等を通じPRを行った。 ・東京オリンピック・パラリンピック推進事業として、リオオリンピック・パラリンピックに出場する本市ゆかりの選手を応援し、また、観光大使の活躍や「音まちコンサート」「景観まちづくり展示会」「ところざわまつり」「所沢シティマラソン」などのイベントを通じ、まちの誇りや愛着の醸成を図った。とりわけ、観光大使については、所沢出身で初の幕内力士となった北勝富士関を新たに委嘱し、広くアピールした。 	<ul style="list-style-type: none"> ・所沢市ロケーションサービス事業やイメージマスコット「トコロん」を通じ、所沢を市内外にPRした。また、「みどりのふれあいウォーク」「ところざわ埋文まつり」を開催し、所沢の豊かな自然や文化財の魅力を発信した。 ・農商工連携に向け、推進会議や勉強会を開催した。また、「所沢農産物親子料理コンテスト」「採れたて！農産物直売とことこ市」「体験学習型所沢農産物PR事業」「ちよいBAL別館」を通じ、地産地消を推進した。 ・「ソラバル」「とことこタワーまつり」等を開催し、中心市街地のにぎわいを創出するとともに、市内各商店街の取組に対し補助金を交付し、地域・経済の活性化を図った。 ・「空飛ぶ音楽祭」「市民フェスティバル」「所沢シティマラソン」「景観まちづくり展示会」等のイベントを通じ、まちへの誇りや愛着の醸成を図った。 ・KADOKAWAとの共同によるCOOL JAPAN FOREST構想を効果的に推進するため、推進会議「TEAM START」で協議・調整を行った。 ・COOL JAPAN FOREST構想推進事業として、文化創造会議、情報紙発行、説明会開催、出前講座等を実施した。 ・所沢市民体育館がスポーツ庁のナショナルトレーニングセンター競技別強化拠点施設(ゴールボール)の指定(平成29年4月1日～平成31年3月31日)を受けた。 ・イタリアオリンピックチームの事前キャンプ誘致を契機に、文化的な相互交流及び地域の活性化を図ることを目的に同国のホストタウン登録を行った。 ・大相撲所沢場所にて、所沢市観光大使である北勝富士関が地元で凱旋し、にぎわいを創出した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドを含めた観光客誘致に向け、観光ガイド等の多言語化について検討を進めた。 ・本市の地域資源や特性を活かした魅力ある特産品の創出支援及び認定・販路支援・情報発信により、所沢ブランドの創出及び地域経済の活性化を図った。 ・「市民文化フェア」「ところざわまつり」「所沢市民フェスティバル」「所沢シティマラソン大会」を通じて、所沢の魅力を市内外にPRした。 ・「景観まちづくり展示会」「ところざわ埋文まつり」「所沢市文化財展」を開催し、所沢の良好な景観や文化財の魅力を発信した。 ・SDGs先進度調査環境部門において全国1位を獲得した。 ・「みどりのふれあいウォーク」を開催し、所沢の豊かな自然に触れる機会を創出した。また、上山口堀口天満天神社周辺里山保全地域の指定、上安松まちなかみどり保全地区の指定及び駒ヶ原特別緑地保全地区の都市計画決定による指定拡大を行った。 ・「所沢農産物親子料理会」「採れたて！農産物直売『とことこ市』」を開催し、所沢農産物の消費拡大を推進した。また、「所沢ソラバル」の開催や市内商店街の取組を支援し、地域経済の活性化を図った。 ・COOL JAPAN FOREST構想を推進するため、TEAM START会議で協議を行った。また、文化創造会議の開催、家庭教育学級等への講座や情報紙の発行を通じて市民への周知を図った。 ・休館中の市民文化センターに代わる他施設でのアウトリーチ事業等を企画・運営した。 ・武蔵野美術大学と「文化芸術等における官学連携・協力協定」を締結した。 ・所沢市観光大使北勝富士関による地元への凱旋や埼玉西武ライオンズのリーグ優勝パレードを通じて、まちのにぎわいを創出した。 ・イタリアオリンピック委員会と事前キャンプ実施にかかる契約を締結した。またイタリア競歩チーム及びヒョーリ旗手団との交流事業を実施した。さらに、ゴールボールのナショナルトレーニングセンター競技別強化拠点施設として、所沢市民体育館の環境整備を行った。 ・産業の発展と豊かな市民生活の実現に寄与することを目的として、上田市と「産業交流に関するフレンドシップ協定」を締結した。

2. 計画期間における目標指標

指標名	単位	策定時の 数値	H30年度 実績	H30年度 目標値	H30年度における 達成率
所沢市の定住意向率	%	78.0	80.8	80.0	101.0%
全国住みよさランキング	位	372	347	100	—
観光客数 ※実績値は年単位	千人	5,739	集計中	7,000	#VALUE!

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30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 (2,073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」	353人	17.0%	10位
第5章「産業・経済」	第4節「観光」	219人	10.6%	19位
第5章「産業・経済」	第2節「商業」	164人	7.9%	31位
第4章「教育・文化・スポーツ」	第5節「市民文化」	154人	7.4%	32位

4. 政策を構成する主要事業の進捗状況

事業名	H30 決算額 (単位:千円)	成果指標				
		指標名	単位	H30 実績	H30 目標値	達成率 (%)
所沢ブランド推進事業	7	所沢市への定住意向率	%	80.8	80	101%
所沢ロケーションサービス事業	72	関係したロケ数	件	67	74	91%
ふるさとのみどり啓発事業	2,643	ふれあいウォーク参加人数	人	1,624	2,000	81%
文化財公開活用事業 埋蔵文化財普及公開事業	4,832	施設見学者等事業参加者延べ人数	人	10,639	9,800	109%
農商工連携きっかけづくり事業	50	きっかけづくり交流会参加者数	団体	47	40	118%
地産地消推進事業	3,694	所沢産農産物の直売所への出荷割合	%	63.9	68	94%
COOL JAPAN FOREST 構想推進事業	5,613	COOL JAPAN FOREST 構想の認知度	%	43.8	80 (H31目標値)	55%
東京オリンピック・パラリンピック推進事業	1,738	意識啓発を目的とした事業の実施回数	回	25	10	250%
音楽のあるまちづくり推進事業 (「空飛ぶ音楽祭」開催事業を含む)	75	集客数	人	3,500	2,600	135%
所沢市観光大使事業	0	市主催イベント等への協力回数	回	24	34	71%
景観まちづくり支援事業	809	都市景観や街並みの満足感	%	65.9	66.9	99%

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
本市には、自然や農作物、歴史・文化など様々な魅力があり、これらを「所沢ブランド」として捉えて、ホームページや各種メディアを通じ、情報発信を行っている。また、所沢市ロケーションサービス事業やイメージマスコット「トコロん」を活用するとともに、「ところざわ通信」を新たに発行するなど、まちを身近に感じてもらえるよう努めている。具体的な取組としては、「市民文化フェア」「ところざわまつり」「所沢市民フェスティバル」「所沢シティマラソン大会」を通じ、本市の魅力在市内外にPRしている。また、「所沢市文化財展」等を通じ、本市の歴史・文化の魅力に触れる機会を創出している。さらに「みどりのふれあいウォーク」の開催や書籍「トロの生まれたところ」の所沢図書館における特別展示及び「トロの森1号地案内板」の設置等を通じ、狭山丘陵の自然を本市の魅力として発信している。このほか、外国人観光客誘致に向けたインバウンド対策として、観光ガイド等の多言語化について検討を進めている。	「ちよいバル別館」や「採れたて！農産物直売『とことこ市』」の開催等を通じ、地産地消を推進するとともに、「所沢ソラバル」の開催や市内商店街の取組を支援し、地域経済の活性化を図った。また、新たな所沢ブランドの創出に向け、魅力ある特産品の開発・改良を行う事業者の支援を進め、平成30年度は14品目を所沢ブランド特産品に認定した。さらに、クアオルト健康ウォーキングを柱とした、ヘルスツーリズム産業創出支援事業に協議会を設置して取り組んだ。このほか、自治体間連携として、埼玉県西部地域まちづくり協議会(通称:ダイアプラン)に加え、狭山丘陵観光連携事業及び西武線沿線サミットに参画し、広域的な視点から観光事業の推進及び地域経済の活性化を図っている。街づくりの分野においては、街の賑わいと活力の創出を図るため、COOL JAPAN FOREST構想関連事業に伴う周辺環境整備や所沢駅西口周辺の土地区画整理事業及び市街地再開発事業などを着実に進めている。また、経済活動の活性化や雇用の創出を目指し、三ヶ島工業団地周辺地区の市街化区域編入及び旧暫定逆線引き地区の解消に向けた取組を進めている。
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
「市民文化フェア」「ところざわまつり」「所沢市民フェスティバル」「所沢シティマラソン大会」等の認知度が市内外で高まっており、まちへの誇りや愛着の醸成に繋がっている。環境の分野においては、市域全体の再生可能エネルギーの利用や省エネ促進の取組等が評価され、SDGs先進度調査環境部門において全国1位を獲得した。また、東京オリンピック・パラリンピックに向けた取組として、イタリア競歩チームとの交流やゴールボールのナショナルチームの支援等を進め、市域全体で大会の機運を醸成した。このほか、所沢市観光大使「北勝富士閣」の活躍や市内初の相撲部屋「二子山部屋」の開設、「大相撲所沢場所」の開催など、近年、「相撲」を通じて市の活性化が図られている。今後は、埼玉西武ライオンズや埼玉ブロンコスといったプロスポーツチームに併せ、「相撲」も本市の魅力としてPRしていく。	現在、所沢駅周辺及びCOOL JAPAN FOREST構想における開発、書籍「トロの生まれたところ」で紹介された狭山丘陵の自然を保全する取組等を契機に、民間企業や関係団体と連携しながら、所沢ブランドの認知度向上を図っている。また、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。このほか、誰もが住みたくなる文化的なまちを目指し、早稲田大学人間科学部や日本大学芸術学部、秋草学園等との官学連携に加え、新たに武蔵野美術大学と「文化芸術等における官学連携・協力協定」を締結するなど、市内外の学術機関と連携しながら協働によるまちづくりを進めている。

6. 平成30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	R1.7.26
<p>埼玉西武ライオンズ等のプロスポーツ、文化財や伝統文化、狭山丘陵の豊かな自然といった既存の個別ブランドに加え、COOL JAPAN FOREST構想関連事業や東京2020オリンピック・パラリンピック等を契機に生まれる新たな文化・ブランド資源を活用し、まちの魅力発信及びシビックプライドの醸成に努めている。また、インバウンド対策や狭山茶の海外展開に向けた支援を進めるなど、海外の市場を視野に入れたブランド施策にも着手している。今後は、これまで市民及び地元企業等とともに創りあげてきた「所沢ブランド」を着実に発展させていくとともに、市域を超えた広域連携を通じ、広く国内外に向け、まちの魅力を発信していくよう努める。このほか、平成30年度は、SDGs先進度調査環境部門において本市が全国1位となったことやスロバキア共和国ブラチスラバ市とSDGsにおける国際都市間協力を開始したことなど、環境先進都市としてブランド力を発揮した。引き続き、本市の環境施策を個別ブランドに位置づけ、PRを図っていく。</p>		
7. 政策会議における評価	記入日	R1.8.27
<p>平成30年度は埼玉西武ライオンズの優勝パレードや大相撲所沢場所の開催などプロスポーツの知名度を生かしつつ、本市の魅力をPRすることができた。今後は東京2020オリンピック・パラリンピックの開催に向けた取り組みや、COOL JAPAN FOREST構想の拠点施設にあたる「ところざわサクラタウン」と隣接する「(仮称)所沢観光情報・物産館」のオープン、所沢市の文化・芸術の発信拠点となる市民文化センターミュージズのリニューアルオープン等に向けて、日本国内のみならず、海外に向けて「所沢ブランド」を発信していくため、インバウンドに対応した基盤整備をはじめ、地元商店や地域における観光客受入に備えた取り組みを推進し、観光を軸とした魅力とにぎわいのあるまちづくりを進めていきたい。</p>		