

# 平成30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
	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"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・SNSを活用した情報発信を行った。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・「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。</li> <li>・「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。</li> <li>・「COOL JAPAN FOREST構想」について各種イベント等を通じPRを行った。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・農商工連携に向け、きっかけづくり交流会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。</li> <li>・「ソラバル」「とことこタワーまつり」等を支援し、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。</li> <li>・「空飛ぶ音楽祭」「所沢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。</li> <li>・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。</li> <li>・COOL JAPAN FOREST構想推進事業として、文化創造会議、情報誌発行、説明会開催、出前講座等を実施した。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・必要に応じて施策の見直し、再構築を行う。</li> </ul>

### 2. 計画期間における目標指標

指標名	単位	策定時の数値	H29年度実績	H29年度目標値	H29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	80.0	79.5	100.6%	80.0
全国住みよさランキング	位	372	462	150	—	100
観光客数 ※実績値は年単位	千人	5,739	5,527	6,700	82.5%	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29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 (2,197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」	996人	45.3%	11位
第5章「産業・経済」	第4節「観光」	996人	45.3%	11位
第5章「産業・経済」	第2節「商業」	746人	34.0%	27位
第4章「教育・文化・スポーツ」	第5節「市民文化」	584人	26.6%	36位

4. 政策を構成する主要事業の進捗状況

事業名	H29 決算額 (単位:千円)	H30 予算額 (単位:千円)	成果指標				
			指標名	単位	H29 実績	H29 目標値	達成率 (%)
所沢ブランド推進事業	7	44	所沢市への定住意向率	%	80.0	79.5	101%
所沢ロケーションサービス事業	72	209	関係したロケ数	件	74	113	65%
ふるさとのみどり啓発事業	3,059	2,155	ふれあいウォーク参加人数	人	1,767	2,000	88%
文化財公開活用事業 埋蔵文化財普及公開事業	4,000	4,776	施設見学者等事業参加者延べ人数	人	9,450	12,900	73%
農商工連携きっかけづくり事業	40	30	きっかけづくり交流会参加者数	団体	35	40	88%
地産地消推進事業	3,629	4,737	所沢産農産物の直売所への出荷割合	%	67	66	102%
COOL JAPAN FOREST 構想推進事業	5,839	6,746	COOL JAPAN FOREST 構想の認知度	%	42.1	80 (H31目標値)	53%
東京オリンピック・パラリンピック推進事業	461	2,570	意識啓発を目的とした事業の実施回数	回	10	10	100%
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)	3,446	624	集客数	人	102,700	52,600	195%
所沢市観光大使事業	29	120	市主催イベント等への協力回数	回	34	49	69%
景観まちづくり支援事業	666	1,164	都市景観や街並みの満足感	%	63.6	66.9	95%

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活用し、情報発信に努めている。</p> <p>具体的には、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」を活用し、市の魅力をPRするとともに、観光ガイドブック等を市内の公共施設及び一部の民間施設で配架し、市の観光情報を発信した。</p> <p>さらに、平成29年度は、「空飛ぶ音楽祭2017」を開催し、音楽のあるまちづくりを推進した。このほか、COOL JAPAN FOREST構想の浸透を図るため、文化創造会議、情報誌発行、説明会開催、出前講座等を実施した。</p>	<p>「所沢ソラバル」「とことこタワーまつり」を支援し、中心市街地に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。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促進するとともに、農商工連携のための交流会において、事業者同士の情報交換・ビジネスマッチングの機会を創出し、地元農産物を活用した商品開発や需要拡大を促進した。さらに、「所沢ブランド特産品創出支援事業」を立ち上げ、所沢ブランドの創造及び地域経済の活性化を図るため、魅力ある特産品の創出(開発・改良)を行う事業者等に補助金を交付する。このほか、COOL JAPAN FOREST構想推進事業として、周辺環境を整備し、産官共同で文化事業や企業誘致等を行っている。</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>「所沢シティマラソン」「所沢市民フェスティバル」等市民に定着しているイベントや所沢のみどり・良好な景観資源を通じ、まちへの誇りや愛着の醸成を図っている。一方、東京オリンピック・パラリンピック推進事業では、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、同国のホストタウン登録を行うなど、市の活性化に資する取組を進めている。また、大相撲所沢場所では、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。このほか、航空記念公園多目的運動場の人工芝化について、県と連携し、様々な競技で利用ができるよう整備を進めている。</p>	<p>所沢駅周辺及びCOOL JAPAN FORESTにおける開発や、緑地確保に関する具体的な活動が進行しており、これらについては、民間企業や関係団体との連携のもと、様々な情報発信の手法を活用し、所沢市及び所沢ブランドの認知度向上に貢献している。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。</p> <p>また、「産業振興ビジョン」及び「文化芸術振興ビジョン」をそれぞれ作成し、長期的な展望を持った施策を展開する基礎的な考え方を示した。</p>

6. 平成29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 H30.6.18
<p>市の現状を把握するとともに、今後のあるべき姿を見据えるために、「産業振興ビジョン」及び「文化芸術振興ビジョン」を作成し、それぞれの政策に関する長期的な方針を示した。</p> <p>新たな取り組みとしては、音楽のあるまちづくりに向け「空飛ぶ音楽祭2017」を開催したほか、所沢産狭山茶の販路を拡大するため、フランスの現地調査を実施した。今後は、日本農業遺産に認定された「武蔵野の落ち葉堆肥農法」に続き、狭山茶の農業遺産登録を目指すとともに、地元特産品のブランド化・海外展開への支援を併せて進めていく。</p> <p>さらに、COOL JAPAN FOREST構想関連事業、所沢駅周辺のまちづくり事業、三ヶ島工業団地の市街化区域編入に向けた取組などを通じて、まちの賑わい創出・誇りや愛着の醸成を図った。</p> <p>なお、目標指標においては、定住意向率のみが目標を達成しており、住みよさランキング及び観光客数は目標を下回っている。今後は、必要に応じ、個別ブランドにかかる施策を有機的に連携させるとともに、地元企業・市民との協働体制を強化し、市の魅力の効果的な発信に努めていく。</p>	
7. 政策会議における評価	記入日 H30.8.28
<p>新たな取り組みである「空飛ぶ音楽祭2017」とともに、市民に定着している「所沢市民フェスティバル」「所沢シティマラソン」等のイベントを通して、所沢市の魅力発信、地元への愛着の醸成を図ることができた。また、地元特産品や狭山茶のブランド化を推進し、積極的にPRすることで、「所沢ブランド」としてより効果的に市内外の関心に繋がられるよう、発信等について継続的な取組みが求められる。</p>	