

## 第5回鳥取市行財政改革推進市民委員会・会議概要

日 時：平成31年3月29日（月） 午前9時30分から正午

会 場：鳥取市役所 本庁舎4階 第3会議室

出席者：《委員》

山下 恭史 委員長、山下 博樹 副委員長、河崎 誠 委員、田村 康悦 委員、

徳本 敦子 委員、松本 公彦 委員、小草 真帆 委員、谷口 稜 委員

《鳥取市》

政策企画課／平田広域連携係長、松原主任

地域振興課／田中地域振興課長、金森主事

鳥取砂丘・ジオパーク推進課／小谷課長補佐

市民税課／富田課長補佐、浜部ふるさと納税係長

行財政改革課／河口行財政改革課長、河上行政経営係長、藤原主任、岩田主任

---

### 会議概要

#### 1. 開会

河上係長：

それでは定刻となりましたので、これより第5回行財政改革推進市民委員会を開催いたします。本委員会の設置要綱第5条第2項に「委員会は、委員の半数以上の出席がなければ会議を開くことができない」と規定されていますが、本日は全10名のうち8名の方にご出席をいただいておりますので、本日の会議が成立していることをご報告いたします。では、山下委員長より開会のご挨拶をいただきます。

#### 2. あいさつ

山下恭史委員長：

おはようございます。朝早くからお集まりいただきありがとうございます。委員に就任していただいてから今回で5回目となり、期間としても10カ月程度経過いたしました。この委員会の雰囲気であるとか議論の内容というものもだいぶ理解してきていただいているんじゃないかなと思います。ただ、今回のヒアリングというのはこのメンバーでは初めてでありますし、戸惑われることもあるかもしれませんが、しっかり議論していただいて、委員としての務めを果たしていきたいなと思います。12時までの長丁場になりますがよろしくおねがいたします。

#### 3. 担当課への聞き取りおよび意見交換

河上係長：

ありがとうございました。それでは以後の進行は委員長様にお願いいたします。

**山下恭史委員長：**

では最初に事務局の方から説明をお願いします。

**岩田主任：**

では今日はヒアリングということで、全部で4つの課にお話を聞いていただくということになります。

(以下、ヒアリングの進行の説明)

**山下恭史委員長：**

はい、それではこれよりヒアリングを行っていきます。

私、平成28年度からこの委員会の委員長を務めております山下でございます。第6次鳥取市行財政改革大綱の実施計画につきましては、平成28年8月から、今のメンバーになる前の代の委員会で議論やヒアリングを行ってきました。そして平成30年の2月に一度報告書を出させていただきましたが、その後6月に委員会のメンバーが入れ替わっております。それから新たな視点で実施計画を検証して、先代の委員会とは別の実施計画を、今回ヒアリングの対象として抽出しております。担当課の皆様には本日に至るまでに、事前質問や資料請求などにご回答いただきありがとうございました。さらに今日は年度末で異動も重なるなど、非常にお忙しい時期にヒアリングの設定となりましたことお詫びいたします。先ほども申しましたが委員会も新しいメンバーですので、これまでと重複する質問であるとか、施策を必ずしも理解しきれていない状態での質問があるかもしれませんが、ご容赦いただければと思います。またより広く市民に施策を理解してもらおうんだというような気持ちで議論に臨んでいただけたらと思います。よろしく願いいたします。

では最初は「シティセールス戦略プラン（SQのあるまち）に基づく取り組みの推進」ということで政策企画課さんにおいでいただいております。まずは10分程度ご説明をお願いしたいと思います。

**政策企画課 平田係長：**

おはようございます。改めまして政策企画課でシティセールス（SQのあるまち）の担当をさせていただきます平田と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

**政策企画課 松原主任：**

同じく松原と言います。どうぞよろしくお願いいたします。

では早速ですがSQのあるまち鳥取市シティセールス戦略に基づく取り組みの概要について説明させていただきます。まず戦略の策定に至った背景ですが、人口減少や経済活動の縮小によって、本市を取り巻く状況は今後ますます厳しくなっていくということが予想されています。日本中に様々な自治体がある中で、鳥取市が、行ってみたい、住んでみたい、と思ってもらえるような選ばれるまちになるには、鳥取市の魅力であるとか他のまちとの違い、つまり鳥取市らしさというものを発信していくということが必要になっています。このような背景がある中で、これまでの市の取り組みとしては、

平成26年度から「すごい！鳥取市キャンペーン」というものを実施してきました。また、鳥取市にゆかりのある大相撲の石浦関ですとか元バレーボール全日本代表の山本隆弘氏に鳥取市のスペシャルサポーターにご就任いただきまして、いろいろなイベントにお越しいただきPRをしてきました。

そのような取り組みを行うことと併せまして、平成29年2月に、シティセールスの指針となる「鳥取市シティセールス戦略プラン」を策定しました。この戦略のブランドスローガンとして「SQのあるまち」というものを掲げています。このSQに込められた意味ですが、Service Quality（質の高いサービス提供）、Safety Quality（安全・安心に暮らせる環境）、Sightseeing Quality（優れた魅力資源）という3つのSQがあるまちを目指していこうというものです。

平成29年度には、鳥取市のブランドイメージの確立と普及を目的に、ブランドロゴマークを作成しました。これはSを鳥取砂丘と日本海、Qをしゃんしゃん傘に見立ててデザインされたものです。そしてこのシティセールスの戦略は、取り組みの過程としてステップ1とステップ2に分かれていまして、まずステップ1は、「SQのあるまち」というものを旗印に、職員一人ひとりが常に意識して鳥取市らしい質の高いサービス提供や高品質な施策の展開に取り組もうという内容になっています。

具体的には、クレドカードというものを全職員に配布しておりまして、そこに職員行動指針を記載することで、職員が常に意識していこうというものですとか、各所属でアクションプランというものを作成するなどしています。戦略では5つの目標を設定しておりまして、そのうち1つを選択して、その実現に向けたプランを毎年度実施しているものです。

次にSQプロジェクトチームというものを立ち上げています。これは部局を横断して政策課題を検討していくことを目的としたもので、それに加えて職員の政策立案能力の向上といった人材育成も併せて促すというものです。このようなものがステップ1の取り組みです。次にステップ2ですが、ここではまち全体が一体となったオール鳥取市、行政・市民・企業・大学などでシティセールスを発展させていこうというものです。

先ほど、戦略で5つの目標を設定しているとお話ししましたが、それが市民愛着度、市民サービス満足度、地域魅力度、年間観光入込客数、延べ移住者数となっております。2020年の目標達成を目指しているものです。なお、今回の第6次鳥取市行財政改革大綱の実施計画では、この中の地域魅力度を成果指標としています。

ステップ2の具体的な取り組みですが、まず1つが、鳥取市のインターネット放送番組を平成30年10月から月に1回YouTubeでライブ配信しています。内容としてはMC、コメンテーター、市民の方がそれぞれの視点から鳥取市の魅力について語っていただくというもので、見ている方に鳥取市の魅力を再発見していただくことを目的としています。それが鳥取市の情報発信力であったりとか市民愛着度の向上に繋

がると考えております。番組に関しては、毎回、例えば移住であるとか鳥取市の農業であるとかのテーマ設定をしているほか、ライブ配信をいろいろなところから行っておりまして、前回の第6回の放送は砂丘のビジターセンターで行いまして、鳥取砂丘の魅力についても触れて番組づくりをしています。

もう一つの取り組みが、S Qのあるまち推進事業というもので、これは、鳥取市の魅力やイメージを高めることが見込める事業にかかる経費を補助するものです。この制度では、まず誘客や滞在の促進につながる事業、次に魅力を発信する事業、最後に観光資源の発掘や魅力向上、地元の食材を利用した新たなメニューの開発などの地域の特性を活かした事業といった3つの事業が対象となっております、今年度は4件を採択して実施しております。

このような取り組みを通じて、職員は日々の業務においてワンランク上の質を目指していくということと、もう一つは先ほどお話したようなインターネット放送などの事業を通じてS Qのあるまちというものを実現していくことで、鳥取市が、行ってみたい、住んでみたいと言ってもらえる、選ばれるまちになるように、そういったものを目指して取り組みを進めているところです。概要としては以上です。

#### **山下恭史委員長：**

はい、どうもありがとうございます。ご説明を受けまして、ご質問ですとかご意見等があればいただければと思います。どなたからでも結構ですので、あれば発言していただけますか。

委員の皆さんからすぐには出ないようでしたら私の方からよろしいでしょうか。まずこの戦略プランの冊子に、課題のところに「砂漠、地味、遠い、何もない、わからないなどのマイナスイメージから、快適、安心安全、高品質、観光地などプラスイメージへ転換させます。」とありますが、砂漠というのはマイナスのイメージなんですか。例えばこれまでも言い尽くされていますけど、県知事が「スタバは無いけど砂場はある」と言ったり、商工会の青年部さんなんかも一生懸命タイアップしてやっておられるけれど、何もないから星空がよく見えると言ったりしています。このように実態を踏まえた売り出し方をしておられるんですね。ここでは砂漠とか何もないということをやマイナスという捉え方をされていて、それをプラスイメージに転換させますと書いてあるんですが、例えば快適とか安全安心とか高品質というのをどういう風にイメージさせようとしてらっしゃるんですか。鳥取市の快適とか安全安心とか高品質というのは、要するに他の地域と差別化しないといけないと考えておられるんでしょうけれど、そのプラスイメージというのはどういうものかが私はちょっと湧いてこなくて。例えば隣の松江と比べて快適さはどうですか、安全安心はどう違うんですか、品質はどう違うんですかと聞かれたときに、どのようにお答えになられますか。

#### **政策企画課 平田係長：**

山下委員長から、マイナスイメージをどうプラスに変えていくのかというご質問い

ただきました。確かにイメージの話になってしまうのでなかなか直接的な回答にならないかもしれませんが、よく鳥取の方にお聞きしても「鳥取には何もない。」という表現をされる方がおられます。逆に言えば、県外の方から見れば、何もないというのはいろんな可能性があるんだという、捉え方の違いとも言えるかと思います。鳥取市に対する市民の考え方を、そういった県外の方のご意見もいただきながらプラスに変えていくというイメージなのですが、それが具体的に、快適について、安全安心についてそれぞれにどのようなプラスのイメージを、課として、市として持ち合わせながら進めるところまで今のところは至っておりませんので、ご指摘のとおり何がマイナスで何がプラスなのかという定義と言いますか、まずはそこをしっかりと捉えなければいけないというところでは。

**山下恭史委員長：**

戦略としてはその次の段階で、「鳥取らしさ（魅力・価値）を全国に浸透させる」と書いてありますよね。だから担当課さんが考えるプラスのイメージというのがないといけないんですよ、鳥取の魅力や価値を全国に浸透させると言われてるんですから。ですからこういうイメージを定着させようとか、こういうイメージをもっとPRしようというのがない、何に向かって行くのかあるいは何をPRしていくのかというのが出てこないように思うんですが。ですから端的にいうと担当課さんが考えておられる鳥取市らしさってなんですかということになるんですけど。

**政策企画課 平田係長**

砂漠という表現については、不毛の地帯という意味合いで捉えられている言葉ではございますが、砂丘は鳥取市の貴重な資源ですので観光地として活用できるように、イメージ的にも転換させていきたいと考えているところです。

**山下恭史委員長：**

砂丘が不毛の地帯というイメージと言われましたけれど、県内の入込客の数でいうと砂丘エリアは全体の30%くらいが来ておられます。一方大山は13%弱ですし、境港は17%です。こうして比べると全体に占めるウエイトは高いので、砂丘に不毛の地帯というイメージは無いと私は思います。県内最大の観光資源を持っているわけですけど、それをマイナスイメージと捉えられているのはちょっとおかしいのかなと感じます。特に回答はいただかなくて結構ですけども、ほかの方のご意見も聞いてみましょう。

**山下博樹副委員長：**

よろしいですか。最初の委員長の質問への回答に、市としてまだそういうイメージがきちんと持っていないということでしたけれど、ちょっとそれはないんじゃないかなと思いました。担当課がそれを持っていないというのはあまりに無責任な話なので、じゃあそのイメージというか、鳥取市民がどういう暮らしを望んでいるのか。例えば鳥取をはじめとした地方都市の暮らしというのは、大都市のようにどこに行くにも車を使わなくても移動できたりというような便利な生活かということそうではないですよ。

それとは違った魅力というものを僕らが理解していないと当然発信できないと思いますので、そこを具体的に何を魅力として我々が考えるのかというのを、イメージだけではなくて、これが売りだ、というところをはっきりと言葉にさせていただきたいです。それに市役所というのはまちの司令塔みたいなところですから、その職員の皆さんがそれをよく理解してもらって、それで発信していくということをしていかないと、いくら市民が「鳥取には何も無い」と言うのを変えたいといっても難しい話だと思います。何も無いわけではなくて、あるものの良さを理解していないだけのことだと思うので、それは誤解ですよというところから変えていかないといけないと思います。最近ほどの自治体でも何も無いなんて言うところはないですよ、あるいは何も無いと言いつつも、そのありふれたものに魅力がある、価値があるという風に捉えていくというのが今のまちづくりの主流だと思いますから、そのところは市の職員の皆さんがそんなことを言わないでほしいなとお願いしたいところです。

**政策企画課 平田係長：**

ありがとうございます。イメージを具体的な言葉として持たなければいけないという、副委員長様からご指摘いただきました。今の鳥取市では、便利さや、海や山といった豊かな自然が共存しているという点を、移住定住していただく方々には売り込みをしているところですが。

**山下博樹副委員長：**

鳥取での生活って便利ですか。

**政策企画課 平田係長：**

ある程度は便利な場所ではあると。

**山下博樹副委員長：**

鳥取に移住してくる人は、多くの場合は鳥取よりも都会的なところから来られるわけですよ。その人たちから見て鳥取が便利だって思ってもらうっていうのはちょっと無謀なんじゃないですか。

**政策企画課 平田係長：**

多数ある地方の自治体の中での比較論になってしまいますけれど、ものすごく不便なところよりは多少便利さもまだ持ち合わせている方かなという意味で考えているところです。

**山下博樹副委員長：**

便利というところをあまり前面に出すのはちょっと首をかしげてしまいますけど。

**徳本委員：**

私は東京から来ましたけど、車があれば便利だなと思います。コンパクトなまちで、自然の中にもショッピングセンターにも 20 分くらいで行けますし、通勤にもそんなに時間がかからないし、という意味では便利だと思います。

**松本委員：**

私も地元のことを振り返るとそうなのですが、自分の地元の良いところってなかなかわからないというのがここで表れていると思うんですけど、住みたい田舎ランキングとか、そういうことがあることで逆に気づくということもあると思います。事前の質問の中にもあったんですが、市民に向けてというのと外に向けてというのはいっぺんにはなかなか難しいと思うんですけど、「あ、外がこんな風に評価してくれるんだ」というのに乗かって、市民の皆さんにもこういう良いところがあるんだよと浸透させるということも必要なのかなと思います。鳥取と吉祥寺を比べた広報なんかは、確かすごい！鳥取市の流れのものだと思うんですが、すごい印象的でした。都会向けに出したものが地元から見てもとても印象的だったので、ああいうやり方は非常にいいなと思いました。その広報の中でも、都会に比べて何もないということが贅沢に思われていますというような言い方だったと思うので、そういうやり方が良いなと個人的には思っています。変な言い方ですが、鳥取らしくないPRの仕方だなと思って、すごく面白かったです。

#### **山下恭史委員長：**

先ほど副委員長が不便、徳本委員が便利とそれぞれおっしゃっていましたが、鳥取市が移住された人にアンケートを取ってらっしゃいますよね。その回答で「満足していること」を見ると、住環境とか自然環境とか食事というのが満足されているということなんですけども、逆に「不満なこと」では、近隣都市への交通、地域内交通というのが1位2位なんです。ですから移住して実際に住んでみて不満なところに挙がっているので、便利さというのはちょっと売りにはならないんじゃないかなという気がしています。もちろん感じ方は様々なので一概には言えませんが、少なくとも鳥取市が取っているアンケートの実態としてはそういう結果が出ているので、それを踏まえずに便利な都市ですよというのは、少し売り込み方としてはいかがなものかなと思います。

他の方からも何かありますか。

#### **谷口委員：**

これは鳥取市に限った話ではないんですが、やっぱり車がないと移動がちょっと、というところはあって、特に僕らみたいに車を持っていない年代というのは長距離の移動ができないので、その辺りは厳しいものを感じています。ですが逆に住みたい田舎ランキング1位ということで、実は僕の地元も鳥取市と同率1位を取らせていただいたんですけど、住民からしてもかなり誇りといいますか、強い支えになっているということがあります。ですからこれは一つ推せるところではないかなと思います。

#### **小草委員：**

テーマとして満足度というフレーズが上がっていますが、満足度っていうのはすごく抽象的で感覚的なものだなと感じています。例えば交通が不便だということで鳥取市は住みにくいと思う人もいれば、一方で自然が豊かなのが良いついでいうことで鳥取市に住みたいと思う人もいるので、本当に人それぞれだと思います。今回は鳥取の魅力

さらに上げるということで、特定の事業に費用を助成しておられますけど、そこで誰に対してどういった魅力をアピールしていきたいのか、例えば子育て世代に対して子育てがしやすいまちだと伝えていくとか、とにかく事業を行うにあたって誰に対して魅力を発信していきたいのかというのを考えるのが大事かと思います。せっかくご担当の方が来てくださっているのです、先ほどの説明で採択されたと言われた4件について、どういった計画で、どういった人に向けて、どういった満足度を向上させたいのかわかるのをまた具体的に教えていただけたらなと思います。

**政策企画課 松原主任：**

例えば、鹿野のNPOが事業主体になっている案件なんですけれど、地方に移住を考えておられる家族の方に、2泊3日で鳥取市の鹿野町に滞在していただいて、地域との交流であるとか藍染体験などを通して鳥取に暮らす豊かさを味わっていただくという事業に対して助成をしています。それからもう一つは、先ほど子育てという言葉も出てきましたが、鳥取市の魅力というものをテーマに親子で写真を撮影して、参加者同士で意見交換をして展示会をすることで子育てがしやすいまちというようなイメージの発信をしていくような事業に対しても助成を行っているところです。

**山下恭史委員長：**

他には何かございませんか。

**徳本委員：**

SQはサービスと安全と魅力資源ということで3つということですけど、具体的にはどういうことに取り組んでいるんですか。

**政策企画課 松原主任：**

アクションプランというものを各所属で作成しております、例えば市民課ですと「朝礼で快い対応の言葉を唱和し、来庁者が気持ちよく利用できる窓口になるように心掛けます。」というような行動計画を策定しています。もちろん内容としては当たり前というか、前提としていかないといけないことであるんですけども、それを明文化することで職員に見える化して行動に繋げていこうというものです。それが先ほどのサービスになります。

**徳本委員：**

安全についてはどのようなことをされているんですか。

**政策企画課 松原主任：**

安全についても市民の方が鳥取での日々の暮らしの中で安全安心を感じていただけるような環境を目指すということです。

**徳本委員：**

具体的にされていることってというのはどのようなことでしょうか。

**政策企画課 松原主任：**

SQの直接の事業というわけではありませんが、現在新本庁舎の建設を行っていま

すけれど、あれも防災機能の強化という側面がありますので、そういった面でも安心安全な生活には繋がっていくのかなと思います。

**徳本委員：**

地域住民が安全に暮らせるようにということで具体的にしていることは、今はないということですか。

**政策企画課 松原主任：**

シティセールスの事業としては今のところありません。(※1)

(※1) ヒアリング当日、担当がこのように回答しておりますが後日改めて確認したところ、アクションプランの中で「安全・安心に暮らせる環境」に繋がる取り組みがございましたので訂正し回答させていただきます。

**【「安全・安心に暮らせる環境」に繋がる取り組み】**

- ▶危機管理課「日々防災情報の習得に努め、住民からの問い合わせに対して的確な情報提供を行います。」
- ▶健康支援課「健康づくり、感染症の予防等の正しい知識の普及と保健・医療体制の整備を推進します。」
- ▶建築住宅課「執務室内に取組目標を掲示し、常に意識した業務・行動をとります。」
- ▶河原町総合支所「地域パトロール事業（青パト事業）、地域美化推進事業などを実施し、助け合いの風土づくりと防犯意識の高揚を図ります。」

**田村委員：**

3つのS Qのお話が出ていまして、内容としては快適だとか安全安心だとかそういうことはすごく必要なことだとは思いますが、そこが鳥取のブランド力というところに具体的に結びついていきにくいと思うんです。やってらっしゃる内容は今日お伺いする限りでは良いものだなと思う部分もありますし、市民に対して浸透させていく必要もあると思うんですけれど、どうしても分かりづらさが先に立ってしまうなと感じました。

**山下恭史委員長：**

以前、事前質問を出させていただいておりますが、この委員会では必ずしもこのS Qのあるまちというブランドスローガンには、もろ手を挙げて賛成というのはなかなか言いづらいところだろうなと思っています。まあよく見てみるとこれは職員の行動指針なので、そういう意味ではこれはこれかなとも思うんですが、けれどそれは職員さんがすることなので対外的にPRすることとはちょっと違うなと。なのでこれとは別に鳥取市のイメージをアップさせていく取り組みはあるんじゃないかなと思います。以前もこの委員会で発言したんですが、ここで目標に挙げている地域魅力度100位というのは、本当に目指しておられるんでしょうか。どうもそれに対する施策は打っていると思えないので。ちなみに今の魅力度って何点ですか。

**政策企画課 平田係長：**

13.1点です。

**山下恭史委員長：**

13点ですね。例えば県のお話をしますけれど、鳥取県がこの10年間で7.7点上げま

した。これは上昇率で言えば全国8位です。じゃあ鳥取市は目標達成するために、今の13点から何点上げないといけないかという、少なくとも4.5点くらい上げないといけないんです。今直近では何位でしたか。

**政策企画課 平田係長：**

鳥取市は13.1点で171位です。ちなみに100位が17.6点です。

**山下恭史委員長：**

そうですね、今治市が100位です。それで、100位のランキングに入っているところを見ると例えばこの山陰では出雲が26位、29位、39位ときて今は41位まで落ちていきます。それから松江は52位、68位、93位となって直近では100位ランキング外となっています。一方で、上位のところを見るとあまり変わっていないんですよ、函館だったり、京都だったり、それ以外も札幌、小樽、神戸。やっぱりそういうところって私たちのイメージってあるじゃないですか。まあ都市の規模や資産というのが違うので一律には比較できないかもしれませんが、やはり売り出し方っていうのはあるんだろうと思います。それは私はS Qとは違うような気がします。いろいろな取り組みもやってらっしゃるというもの良くわかるんですけど、もう少し変わった展開を考えられないと、対外的には難しいような気が個人的にはします。これはまたこの委員会でも別の機会に議論したいと思いますので、委員会としても意見をまとめて報告させていただきます。

**河崎委員：**

いいですか。インターネット放送番組の制作・配信なんですけど、今まで6回されているということですが、その視聴回数とか、効果検証のようなところを教えてくださいませんか。

**政策企画課 平田係長：**

第1回目の放送が約19,000再生でした。2回目から6回目につきましては概ね4,500～5,000程度の視聴回数となっております。ちなみに昨日配信しました6回目についてはまだ配信が始まったばかりですので298となっております。

**河崎委員：**

なかなか難しいかも知れませんが、効果のようなものはどのように考えられますか。

**政策企画課 平田係長：**

自治体が配信している番組としましては、大体1,000回の再生回数があればいい方じゃないかと言われておりますので、そこを目標としておりましたけれど、実際のところはそれを5倍程度は上回っておりますので、一定の効果はあったのではないかなと考えています。

**河崎委員：**

1回目がものすごく多かったのは何か理由があるんですか。

**政策企画課 平田係長：**

1回目は県内に広告を打ったということがありました。

**田村委員：**

これはどこの地域の方が見てらっしゃるとかは分かるんですか。

**政策企画課 平田係長：**

それは掴めないです。

**河崎委員：**

県内向けの番組ということなんですか。

**政策企画課 平田係長：**

先ほど松本委員さんからもありましたが、まずは鳥取市あるいは鳥取県内の方に魅力を再認識していただきたいという思いで制作しております、その後は当然県外にも発信されていくものではありませんが、まずは再認識というところに重点を置かせていただきました。

**山下恭史委員長：**

ではまた質問等があれば事務局を通じて投げかけることとして、もう一度報告書を作るまでに議論したいと思いますので、ひとまずこれで終わりたいと思います。ありがとうございました。

**山下恭史委員長：**

それでは続いて「地域推進型移住定住の促進」ということで、地域振興課さんよりお願いしたいと思います。

**地域振興課 田中課長：**

地域振興課長の田中と担当の金森でございます。よろしくお願いたします。まずは鳥取市の移住定住に関する主な取り組みについて概略を説明させていただきます。鳥取市では移住を促進するために、平成18年9月1日から、鳥取市定住促進Uターン相談支援窓口を設置いたしました。平成18年12月からは専任相談員を1名配置して、その後増員を図りまして、現在では地域振興課に3名の相談員を配置しております。また平成24年12月からは首都圏と関西圏、具体的には東京と大阪でございますが、それぞれに1名ずつの相談員を配置して現在に至っております。それから平成28年1月10日からは鳥取駅前に移住・交流情報交流ガーデンを設置しまして、そこに移住定住のコンシェルジュを3名配置し、全体で8名の相談体制で取り組んできているところでございます。

移住に関する支援策に関してですが、平成30年4月から、相談員による無料の職業紹介をできるようにしております。それからUJIターン者に関しまして、住宅の活用推進ということもしております。また、鳥取市の暮らしを体験していただいた中で移住を検討していただきたいということでお試し定住体験事業を、中心市街地を初めとして総合支所管内を併せて8カ所に置いて実施しております。それと、空き家の運営業務委託事業ということで、地元の団体に空き家の管理運営を委託しまして、早めに多く

の空き家情報を収集することでの確な管理を可能にし、移住定住者の増加を図るとい  
う取り組みをしてきております。第6次行革大綱の実施計画の中で成果指標としてい  
るのはこの空き家業務委託のところで、現在は、河原町の西郷地区、用瀬町の用瀬地区、  
佐治町全域、鹿野町全域、気高町の逢坂地区、青谷町全域で取り組んでおります。平成  
29年度の指標につきましては、この委託による支所エリアの移住定住世帯数12世  
帯を目標としておりまして、実績としては11世帯となっております。本日で平成30  
年度は終了するわけですけれども、平成30年度の目標は14世帯としておりました  
が、実績としては件数がかなり減りまして2世帯というところでございます。その他、  
移住者への支援策としましてはUターン支援登録制度というものを設けておりまして、  
登録していただいた方には折に触れ仕事や住まい、暮らしに関する最新情報を提供し  
ています。それと、ふるさと鳥取市回帰戦略連絡会もございまして、これは官民連携に  
よります連絡会というものでございますが、こちらでの情報共有や新たな施策の検討  
も行っております。平成29年度は連絡会を2回、大阪での相談会を1回開催いたしま  
したし、平成30年度は大阪での相談会を2回開催いたしました。そのほか移住・交流  
情報ガーデンでの取り組みですが、鳥取体験ガイドワーホリツアーというものがござ  
いまして、鳥取市の観光スポットでありますとか仕事探しでありますとか子育て体験  
といった、好きなプランをご本人に選択いただいて、それをガーデンのコンシェルジュ  
が2日間に渡ってご案内するというものであります。このほか、今年度からではござ  
いますが、県外から民間住宅に入居した若者夫婦世帯や子育て世帯に対しまして家賃の  
一部を助成する制度と、もう一つ、Uターン者の就職活動を支援したいということで、  
鳥取市内で行われます就職活動、採用試験でありますとか就職面接会等の参加に要す  
る交通費の一部を助成する制度というものを平成30年度7月から実施しております。

移住定住の取り組みについての概要は以上でございますが、一点、事前にいただいた  
ご質問の項目の中で、「空き家に関してのニーズがあっても住める物件がないのが実情  
で、ここを解決しないと移住定住者が増えないんじゃないか」という内容をいただい  
ておりました。これに対する回答に「現在2つの異なった空き家バンク制度を持ってい  
ます。一つはどなたでも利用できるもので、もう一つは移住者向けです。」と書いてお  
ります。この「どなたでも利用できるもの」というのは、中心市街地整備課が主管して  
おります空き家情報バンクを指しておりますということを補足させていただきます。私  
の方からの説明は以上とさせていただきます。

**山下恭史委員長：**

どうもありがとうございました。では委員の皆さんからご質問とかご意見があれば。

**山下博樹副委員長：**

私からよろしいですか。今ご説明いただいた中で、移住定住を促進するためのいろ  
ろな補助的なものとかサービスメニューを用意しているということなんですけれど、  
例えばこういう相談を受ける時に、相談する側の立場で考えると、いろんな不安だと

知りたいことだとか、あるいはどこのまちに住むかまだ決めていなくて迷っている状況だと思います。そこでこういう補助があるというのはもしかしたら魅力の一つかもしれないけれど、でもそれは決定打ではなくて、やっぱりそこに住みたいという積極的な気持ちを持ってもらえるかどうか大きいのではないかと思います。そうすると、この一つ前にヒアリングしたシティセールスもそうなんですが、鳥取の魅力というのをどういう風に皆さんが伝えているかというのがすごく大きいんじゃないかなと思うんですけれども、例えば住みやすさってどんなものですかと聞かれたときに、それに答える用意というか、マニュアルではないかもしれないけれど、どういう風に答えるんでしょうか。鳥取には何もないという市民の方もいるかも知れないけれど、職員の皆さんも何もないと言ってしまうと身も蓋もない訳ですよ。鳥取が住みたい田舎ランキングで1位になりましたけれど、じゃあその田舎暮らしの魅力は何なのかというのを職員の皆さんがどういう風に伝えられているのかというのを教えていただけたらと思います。

**地域振興課 田中課長：**

鳥取の様々な分野を紹介するガイドブックというものがございまして、それを中心に相談員が話をしております。本市のホームページで公開しておりますけれど、各分野の項目が載っております。移住相談者の方もいろんな分野に関心を持っておられますので、これを中心に、あとは現地の生の情報も加えながら紹介させていただいているという状況です。その他にも関係パンフレット等も準備しておりますので、必要に応じてそのようなものもお出しして見ていただいております。

**山下博樹副委員長：**

まあパンフレットはパンフレットで必要だとは思いますが、それを使って説明される方が、どういう熱を持ってアピールできるかだと思いますので、そこまで踏み込んで考えていただく必要があるのかなと思いました。

**山下恭史委員長：**

他の方、徳本委員さんはいかがですか。前の発言と重なっても構いませんので。

**徳本委員：**

はい、やっぱり費用対効果が心配です。私が行った大阪の麒麟のまちのときも、明らかにスタッフの数が多くて、こんなに必要なのかなと思いました。鳥取市の説明ができる方と移住アドバイザーの二人でもいいんじゃないかなと感じました。それから移住アドバイザーも行ってしゃべるだけじゃなくて、現地に早く着いていたりもしますので、会場設営をしてもいいんじゃないかという気もします。たぶん鳥取市に人が増えたらいいなと思っている方がアドバイザーになっていると思いますので、その辺は力になってくれると思います。

**松本委員：**

私も定住機構さんのイベントに出ることがあるんですが、そこでは鳥取市さんのブ

ースが一番お客さんが多いなと思います。鳥取銀行もブースを出すんですけど、誰も来ないので。ただ一方で、大きな移住相談会だと1人とかっていう風になっていますので、そういう所はもう少しドライにやってもいいのかなと思います。

**徳本委員：**

このあいだ石浦関が来られた時はよかったですね。たくさん人が来られて。

**地域振興課 田中課長：**

75人来られていました。

**徳本委員：**

あの多さは初めて見ました。ああやって企画を立ててやれば人は集まるんだなと思いました。それともう一つは、移住イベントに行くとき毎回いらっしゃる方がいますよね。2年くらい移住を迷っている方とか、あとは例えば大きいイベントになると何かプレゼントがあるからそれを目当てに来る方もすごくおられます。その中で本当に移住を考えておられる方がどのくらいいるのかなというところも、ちゃんとデータを取っていかないといけないのかなとも思います。

**地域振興課 田中課長：**

今おっしゃっていただいた大阪での取り組みは、ちょうど2月の寒い時で、もともと来られる予定の方も来られなくなったりしました。これについては2回目の鳥取市ふるさと回帰戦略連絡会の中でも、時期が悪かったという反省がございました。スタッフの数が多のかなということにつきましては今後の取り組みの中で検討していきたいと思います。それから東京の方のイベントにつきましては、我々も100名程度を目指してやっておりましたが、結果的に75人ということで、それでもかなり来ていただいたとは思っております。鳥取市スペシャルサポーターの石浦関をゲストに迎えたということが大きかったと思いますが、とにかく来ていただいて、鳥取市の魅力的なところ、砂丘などの自然環境というようなものを一人でも多くの方にPRしていくことで移住先の検討の候補にしてもらうということを考えてやっております。ただおっしゃられる様に費用対効果については少し、時期的なことや参加者も含めて今後検討する必要があると感じております。

**徳本委員：**

あとは広報ですよ。今やっていることでは結局結果が出ていないので、何か方法を変えるなり、例えばSNSに力を入れるのも手だと思いますが、もっと違う方法も考えていかないといけないかなと。私は子育て世代のアドバイザーとして行っているのですが、もっと子育てのことを知らしめたいなと思っています。例えば子育て支援センターに鳥取のチラシを置いてもらうとか、そういう場所に相談員が定期的にお話に行って直接お母さんたちにPRするとか、そういうマンパワーとか草の根運動的なこともすごく手間はかかるんですが効果的かなという気がしますので、そういうこともできたら良いなと思います。

### 地域振興課 田中課長：

現在の東京や大阪の相談員の実態としては、県の定住機構さんと一緒になって相談会に行って、相談ブースを設けて相談を受けるというやり方になっておりまして、あとは大学等についてもそういった枠組みでやってきております。県の定住機構との連携というのが非常に強い状況でございますので、今おっしゃっていただいたような違った角度で相談の取り組みができないのかということも含めまして今後検討させていただきたいと思います。

### 山下恭史委員長：

その他ございますか。よければ私から少し質問させていただきます。

東京に、各自治体と連携して移住相談を受けているふるさと回帰支援センターというのがありますよね。直近では年間4万件の相談があつて、過去最高の相談件数であったとのことなんですが、やはり移住希望者っていうのはまだまだおられるんだと感じます。そしてそこが毎年県単位の移住希望先ランキングという上位20位までの統計を出されています。それによると鳥取県は2012年に8位というランクでしたけれど、それ以降はずっとランキング外になっています。ちなみに中国地方では広島や岡山が出てきています。そんな中でそのセンターさんもいろいろ分析されていまして、今は20代～40代の相談者が70%を占めているということです。それと、求めているのは農村とか山村ではない、いわゆる田舎暮らしではないんだという統計があるようです。仕事を見つけやすく、生活スタイルに極端な変化がないところが望まれていると。具体的には県庁所在地であったりとか中核市といういわゆる地方都市での暮らしで、条件としてはまさに鳥取がぴったりのところだということになります。そういう状況の中でいろんなところがいろんなことをやってランクアップしているのを詳しく見てみると、先ほどセミナーの話がありましたが、例えば女性向けのセミナーだったりとか起業のセミナーだったりとか、従来なかったようなセミナーを個別にやっているようです。他の県も試行錯誤しながら、なおかつ都市間の競争になっていますので、同じような施策を打っていたら負けてしまうというか、さらに落ち込んでくると私は思っております。このたび田舎暮らしで一番になったことについては、担当課さんや市の努力の結果だと思うので敬意を表します。ただ、田舎暮らしというのが売りにならなくなっているという現実も、先ほど紹介した統計や分析から出ています。それで、このランキングというのはいろんなものがあつて、どれを頼りにしたら良いのか分からないというのはあるんですが、例えば日経新聞がやっている「シティブランドランキングー住みよい街ー」というのがあります。これは全国で働いている世代を対象にとっているランキングです。鳥取県からは鳥取市と米子市が挙がっていますが、残念ながら100位以内には鳥取市は入っておりません。唯一山陰地区では松江が100位になっていますし、中国エリアでもベスト7には鳥取市は入っていないという、こんなランキングもあります。また、東洋経済新報が「住みよさランキング」というものも出しておられ

まして、これも全国800都市を集計したものです。これについては安心度だったり利便度だったり住居水準の充実度だったりを評価しているものですが、ここでもトップ50には入っていません。そのほか鳥取市が多少頑張っているかなと思うものに関連したランキングで、日経新聞が発表している「共働き子育てしやすい街ランキング」というものがありまして都市圏と政令指定都市と県庁所在地が対象になっているものですが、残念ながらランキングとしては20位以内には入っていないという状況です。このようにランキングというのは多くの種類がありますし、それぞれが力を入れているものもあるでしょうし、実際に居住している人が回答しているものもあるんですが、必ずしも田舎暮らしのように上位に入っていないものもたくさんあります。先ほど挙げた、共働きや子育て、あるいは安心安全や住居の快適さが十分でないとか生活インフラがまずいとかっていう状況もあります。さらに他のもので、健康への取り組みのランキングもあります。中国地方では津山市がランクインしていますが、鳥取市は入っていない。何が言いたいかというと、たくさんの自治体がある中で、鳥取や鳥取県の資料をとりあえずは見てみようもしくはブースに行ってみようと思ってもらわないと、足も運んでもらえない、パンフレットも手に取ってもらえないということなので、鳥取市のブランドイメージにも繋がるかもしれませんが、鳥取市が売り出すものって何？来てもらおうと思ったときに何があるの？っていう部分を、もっと他の都市と差別化していかないとまず関心を持って見てはもらえないんだろうなと思います。もちろんいろんな施策をされているのはよく分かっておりますし、それが宝島社の住みたい田舎ランキング1位に繋がっているのだと思いますが、また他の近隣自治体と比べてみれば、弱いところがあるだろうし、強みもあるだろうから、そこで鳥取市は何を売りにしていくんだということをもう少し明確にしていかないと、先ほど紹介したような個別のランキングにも入っていかないんだと思います。実際移住定住をしようと思われる人は、相談ブースに行くだけじゃなくていっぱい資料を集められますよね。その中でいろんなランキングに毎年入っている都市というのはあるわけで、そういう所は市長のコメントで「こういう取り組みをしているのでランキングに載ってきました。」というものも良く掲載されています。是非市長さんにそう言ってもらえるような施策を展開して、なおかつ自らの市を売っていく努力をしてもらいたいし、実際に移住されて住んでおられる方のアンケート結果も必ずしも良くない、先ほどのランキングでもまだまだ不十分だという部分もあるので、細かい分析をして対策していく必要があるんだろうと思います。さっき費用対効果のことも話がありましたけれど、何でもかんでも全部やっていくと大変なお金がかかるので、テーマを絞りながらやっていくというのも考えていかないと、平均的では選んでもらえないという気がしております。

**河崎委員：**

質問よろしいでしょうか。事前にいただいた資料に、鳥取市の移住定住に関する主な取り組みについてというものがあって、この中の(7)の表にある「移住相談」という

のは移住を希望されて相談に来られた方だと思いますし、「市民」はそのまま市民の方だと思いますが、「移住者」というのはもうすでに鳥取に住んでおられる方ということですよ。

**地域振興課 田中課長：**

そうです。相談された中で、現在鳥取市に住んでおられる方ということです。

**河崎委員：**

ではこの「その他」というのはどういう方を指すのですか。

**地域振興課 金森主事：**

行政や報道機関の方です。

**河崎委員：**

報道機関も含めているということですか。それから来所者の年度ごとの数なんですが、平成27年度は1月のオープンなので少ないということだと思んですが、その後平成28年度の1,900人近いところから数が減ってきている状況をどう捉えているのかというところが一つと、平成28年度に1,900人ほどの来所者があった翌年の移住世帯を見ると最多の371世帯という実績になっているんですけど、それが連動しているのかどうかというところの分析をどうされてるのかな、というのを教えて頂けますか。

**山下恭史委員長：**

もしも今すぐの回答が難しいようであれば、また改めてお答えいただいても結構です。時間の関係もありますので他の方からも何かあればこの機会にご発言いただければと思います。(※2)

(※2) このご質問についての回答は、[追加資料1]をご覧ください。

**谷口委員：**

基本的なところですが、相談員とアドバイザーというのは何か違うものなのでしょうか。

**地域振興課 田中課長：**

アドバイザーは移住して来ていただいた方になっていただくもので、移住の際にどういった思いで来られたのかとか、今現在はどうかという経験談を、移住相談の際にお話しいただいております。相談員は市の専門職員で、相談業務を行っている者です。

**山下恭史委員長：**

そのほかよろしいですか。

**徳本委員：**

空き家に関してなんですが、先ほど委員長もおっしゃっていたように、田舎暮らしと言っても、ド田舎に住みたいという人じゃなくて、県庁所在地で自然も便利さも両方楽しんでいる人が多いとしたら、私の幼稚園の保護者さんたちでもそうなんですが、築何十年の古民家に住みたいという人も中にはおられますけれど、どちらかというに住むと

ころはきれいで、だけど周りをごみごみした街なかではない、田園風景が望めるところが良いという人もいます。そういう所だと、例えば宮谷とか、あとは布勢とか里仁とかだと思っうんですが、そういうところはみんな市街化調整区域で、空家もないことはないんだけど貸してもらえないし、建てることもできないという状況です。移住者を受け入れたいんだけど、そのリクエストに応えられていないと言いますか、市街化調整区域という存在がどういふものなのかなというのをずっと考えていました。高速道路も通ったことで、すごく暮らしやすい所になりつつあるのだとしたら、そこを緩和するとか何かの方法で受け入れ態勢を整えないといけないのかなと感じています。

**山下恭史委員長：**

直接のご担当課とは違うと思ひますので、また市街化調整区域の考え方や状況などのご回答をいただければと思ひます。(※3)

(※3) このご質問についての回答は、[追加資料2] をご覧ください。

ではこのあたりでこの実施計画については終わりにしたいと思ひます。地域振興課さんありがとうございました。続きまして「砂像のまちの推進」ということで、鳥取砂丘・ジオパーク推進課にお願いしたいと思ひます。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

鳥取砂丘・ジオパーク推進課課長補佐の小谷と申します。よろしくお願ひいたします。本市の砂像事業といたしましては、皆様ご存じかと思ひますが、鳥取砂丘砂の美術館という施設がございまして、この施設はこの4月で12期目を迎えることとなります。こちらには多くのお客様に來ていただいていることから、鳥取の魅力を発信するという役割は果たせていると考えておりますが、お客様からすれば鳥取砂丘に來て砂の美術館で砂像を見るだけ、という状況であると思ひますし、市民におきまして、砂像というのは砂の美術館に飾ってあるだけ、というような認識になっているというのが現状だと思ひます。そこで、この砂像のまちとつとりの推進というもので、市民の皆さんに、鳥取には全国に誇れる砂という武器があるじゃないかということをお再認識していただけるよう、砂のブランディングを進めて行きたいと考え取り組みを行っているところです。この砂像のまちとつとりですが、主な事業といたしまして砂のルネッサンスというイベントを毎年開催しております。これまで砂の美術館での砂像制作は海外の彫刻家に頼っていたところがございましたけれど、地元の間で、砂の美術館で彫刻を掘れるような人材を育成できないかというのが、この砂のルネッサンスの思ひの1つであります。もう1つの思ひとしては、鳥取市全体が砂というブランドを使ってまちおこしなり全国発信なりをしていける土壌を作れないかというものであります。砂のルネッサンスは、1回目は鳥取駅前風の紋広場で、2回目は鳥取砂丘でと、過去に2回開催いたしましたして、今年はまだ駅前の風の紋広場で開催するということが決定しました。このイベントは、鳥取市が全面的に企画して主催しているというものではありませんで、民間の若手有志事業者ですとかお母さんグループですとか、そういった人が集まった実行

委員会形式で運営しています。その中で今顕著になってきているのが、砂と子どもの教育の関わりというもので、保育園や小学校で砂場というものがだんだん減ってきておりますが、砂に触れることが子どもたちの情操教育に繋がるということで、これは同志社女子大学の先生が提唱されておりまして、その先生と連携して砂場の教育というものに力を入れて取り組み始めたところです。今年は鳥取県の教育委員会と連携して、保育園の先生が砂場についての教育の講習会を受講したり、市内の小学校においても、実際に砂像を作ってみたりという動きが出てきつつあります。また砂のルネッサンスでは、小中学生の砂像選手権というものも開催しておりまして、多数の参加がある状況で、中学校については昨年の出場が4校だったものが、今年は既に5～6校から出場希望が出てきております。このほか、事前質問へも回答させていただきましたが、砂に関連したお土産物や事業化も徐々に進んでまいりました。砂の美術館の売店では2010年時点で砂と付くお土産が60品目でありましたが、現在では120品目まで増えております。売上も2010年時点では670万円ほどでしたが、今では4500万円となっております。砂丘を歩いてみますと砂丘会館ですとか砂丘フレンドというお土産物屋さんがあるんですけども、2010年には砂と付く商品はほぼありませんでした。今では砂丘フレンドさんが大砂丘カレーという風紋を模したカレーを作ってみたり、冬には砂丘に雪が降って真っ白になりますので、それを参考にウィンターバージョンを作ってみたりしておりまして、これはテレビに出てPRしたりもしています。砂丘会館でも女性向けに砂丘サンデーというスイーツを商品化するなど、これまでになかった砂というキーワードに着目した動きも生まれつつあります。これをより一層加速して、鳥取市には全国に誇れる砂があると、市民の皆さんが胸を張って言えるような環境を作っていくために、今後も事業を進めて行きたいと考えております。以上です。

**山下博樹副委員長：**

県外の方と話をすると砂丘が話題になることは多いんですが、結構砂の美術館が知られていて、ぜひ行ってみたいと言われることが増えてきています。ただ、実際に行ってみられた方がどう思われたかというのは私たちは分からないので、そういった満足度などが分かる来場者へのアンケートのようなものをもしもされているのであれば紹介していただけたらありがたいです。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

はい、来館者へのアンケートを取っておりますのでご紹介します。アンケート結果によりますと、まず来館者は県内外からありますが、ほぼ県外の方という傾向です。これら県外の方は、鳥取市内の宿泊施設が少ないということから、三朝温泉ですとか皆生温泉、湯村温泉、遠くでは城崎温泉というところに宿泊する方がおられるということが分かっております。ただ、実際に鳥取砂丘や砂の美術館にお越しいただいておりますので、ジオパークという広域エリアでの観光地としては大きな役割を果たしているのかなと考えております。

**山下博樹副委員長：**

美術館そのものへの評価というのはどうですか。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

砂の美術館そのものへの評価というのは、指標はいろいろございますけれど、今現在いただいているのは旅行サイトでトリップアドバイザーというところがございまして、そちらでは最高の賞と言いますか、エクセレントというものを6年連続で受賞しまして高評価いただいております。

**山下恭史委員長：**

アンケートというのはどこでとられているんですか。何度か県外のお客さんを連れて行ったんですが、一度も頼まれたことがなくて。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

このアンケートは砂の美術館の本館ではなくてサンドパルの方で取っております。

**山下恭史委員長：**

サンプルの数としてはどのくらい取っておられるんですか。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

2000程の数となっています。44万人ご来場いただいている中で、動線が違いますのでちょっとアンケートとしては満足な数字は取れていない状況です。

**山下恭史委員長：**

県外者がすごく多いというので、このアンケートってちょっと偏っていないかというか、正しいものが取れているのかなと思ったんですが、そういう状況があるということですね。わかりました。

他の方はどうですか。

**山下博樹副委員長：**

美術館での展示がこれまで世界各地のシリーズをしてこられて、事前質問の回答には、本市とプロデューサーと指定管理者の三者で協議しているということですが、その三者に世界各地というこだわりがあるのか、今後もそれがずっと続いていくのか、あるいは先ほどのアンケートのようなものでこういう所を見てみたいというようなニーズ調査をしているのかどうかとか、そのあたりをもう少し教えてください。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

作品のテーマですが、何がしたいというような調査は、アンケートの中でいろいろご意見をいただいております。その中では、海外ばかりではなくて日本が見たいですとか、自分たちが知っているアニメキャラクターが良いですとか、あとは鳥取独自のものを、といったような色々な意見がいただいております。そういったご意見も含めたアンケートを月に1回、指定管理者、これは共同企業体ですのでこの中にも三者でございます。ここと鳥取市との四者で協議を行っております。そこで世界旅行というものに固執しているというわけではありませんが、来年はオリンピックの年でありますのでそれ

にちなんだ作品が良いんじゃないかとか、オリンピックで海外の方が来られるんだっ  
たら、逆に日本というテーマで大々的に売り出したらいんじゃないか、というように、  
今後の世の中の流れなども加味して変更も視野に検討しているところです。

**山下博樹副委員長：**

普通、美術館や博物館では常設展のほかに特別展や企画展というの也被れますから、  
そのあたりもまた知恵を出していただけたらなと思いました。

**河崎委員：**

今やっているものはどちらかと言えば固いイメージが強いので、副委員長のおっし  
ゃるとおり、企画展的に子供でも見られるような、アニメで言ったら名探偵コナンとか  
地元のものもあるので、子どもや海外の方も空港なんかにもよく来られているので、そ  
ういうものも織り交ぜていけば、より認知度も上がるでしょうから、可能ならそういう  
ものも取り組んで欲しいなと思います。

**山下博樹副委員長：**

例えば映画館でも、普段は普通のロードショーの映画をやっているけれど、春休み  
になったらアニメが上映されますよとかよくありますよね。ですからその時その時で  
工夫が出来ればなと思いますね。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

まさにおっしゃるようなご意見が、砂のルネッサンスの中でも出てきていまして、  
学術的、美術的なものも良いんだけど、やはり市民の皆さんに楽しんでいただくに  
はちょっと切り口が違うんじゃないかなという声も多々あります。ですので、第1回  
の砂のルネッサンスでは「日米の文化」と題しまして、スーパーマンの作品ですとか  
鳥取市出身の谷口ジローの作品ですとか、そういったものを作りましたし、今年は、  
モンスターハンターというテレビゲームがあるんですが、そのようなサブカルのコ  
ンテンツを踏まえて皆さんに楽しんでいただけるようなものを実験的に取り入れようと  
試みているところです。ですので、こちらが好評でしたら美術館でもこういったもの  
を取り入れていけたらなという話はしております。

**小草委員：**

私は砂の美術館でインターンを経験したことがあったり、部活で砂の美術館でコン  
サートを開いたりして、結構砂の美術館とは関わりがあるので、美術館にどんな人が  
来ているのかとか館内でどんなことをしているのかということのもなんとなく分かっ  
ているのですが、美術館では県外に発信するという取り組みも大事にしている一方で、  
県内のいろいろな組織と繋がっていきたくとも考えておられます。砂の美術館は入場者  
も50万人近く来ていて発信力はすごくあるので、ここを発信の拠点とすることで県  
内の商店街のような組織とさらに繋がりを深めていけるのではと思います。県内とい  
ろいろ繋がっていくということの一つとしては、先ほど紹介いただいた砂像体験など  
もあるかと思いますが、それ以外にも、砂の美術館で商店街付近の飲食店のクーポン

付マップを配ったりもしています。そのように、美術館の集客力や発信力を活かして地域と繋がっていくという取り組みを、市役所とももっと上手く連携してできたら、より鳥取全体が盛り上がる力になると思うので、様々なことを美術館と関連付けるような取り組みを今後行ってほしいなと思いました。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

ありがとうございます。ただ今おっしゃっていただいたとおり、砂の美術館では、砂丘から中心市街地に周遊していただけるようにクーポンを準備してお客様に配布しております。ですがそれだけでは足りないと言いますか、その他の民間企業でありますとか事業所さんでありますとか、そういったところの連携が不足しているということがあるかもしれません。砂の美術館の指定管理者も、砂丘だけじゃなくて市街地を含めて経済効果を高める旗振り役だというような話をしておりますので、我々としても商業振興を担当している部署とも連携して、何らかの動線確保なりお客様の足が向くような取り組みも検討してみたいと思います。

**松本委員：**

指定管理者が変わったことで、収益的な部分での改善というのはありますか。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

入館者数が増えましたので、入館料は増えております。ただ損益分岐点という正味のところで言いますと、47万人くらいが損益分岐点に設定しております。それが今年45万人弱というところでしたので、入館料だけで言えばまだ赤字ということになります。そこをいかにして物販なりで補うかという所なんですけれど、今年物販が好調だったようなので、黒字までは行きませんでした。少しの赤字で抑えられたというように聞いております。

**松本委員：**

まだこれからというところですか。

**山下博樹副委員長：**

地元の民間企業がスポンサーになったりするようなことはないのですか。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

以前は7社ほど地元の企業がスポンサーについてくれたこともあったんですが、固定的にスポンサーを継続するというのは難しいということもあったりして、今は4社になっております。ただ、この4社に限定しているということではございませんので、今後の募集等について指定管理者も考えていくと言っております。

**山下博樹副委員長：**

美術館の中に留まらずに外も含めてスポンサーとのタイアップとか、何か色々な展開は考えられると思うので、また引き続き頑張っていただけたらと思います。

**山下恭史委員長：**

入館者数については少し目標に届かなかったんですが、今の指定管理者さんには十

分に呼び込める力はあると思いますので、もっと頑張っ外部からお客さんを呼び込む努力をしていただければよい要請する必要があると思っております。個人的には指定管理者が変わったにしては、ちょっともうひとつかなと感じております。それと、先ほど収益の話がありましたが、収益については、売店の商品は若干変わっていますけれど、そう大きな変化はないと感じますので、十分に収益は上がっているのではないかと思いますから、指定管理者にとってはおそらくプラスになっているはずですので、もっと要請をしていただければと思います。個人的に以前の指定管理者の状況が分かっているのこの言い方をしてしまうんですが、当初指定管理に手を挙げられた際の内容と比べると実績が不十分だと私は思っております。それはそれとしまして、その中で地元の産品をきちんと売ってもらうという努力をしていただくように市の方をお願いしておったと思うんですが、そこが売店を見る限りまだ十分ではないなと思われましたので、そこは鳥取市の産品あるいは鳥取市の事業者を使って育てていくという努力をしていただければと思います。併せて、指定管理者さんの企業体には小売業さんもおられるので、そちらでも鳥取市の産品を売っていただけるように市の方からも交渉してほしいと思っております。それから鳥取砂丘の入込客ですが、大体どのくらいですか。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

鳥取砂丘の数字ですが、入り口階段のカウンターで見ますと昨年は100万人を割りまして、98万人くらいでした。年々減少傾向にある状況です。

**山下恭史委員長：**

ここ10年くらいだと、平成25年が140万人ほどあって、それからずっと落ちてきていますよね。結局は砂丘に呼び込む努力をしないと、当然ながら砂の美術館の入館者も増えませんが、砂丘は間違いなく鳥取県の大観光地なので、そこが落ちているということは、その波及効果も縮小するということになるんだと思います。そこで、鳥取砂丘そのものの入込客への対策というのをどう考えているか教えてください。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

まず初めに訂正させていただきたいのが、委員長が言われました、以前の140万人という数字ですが、この数字の考え方でいきますと今の数字は120万人を少し切るようなところなんです。と言いますが、140万人という数字は砂丘カウンターと周辺施設の入込客の数字を足しあげて出しているものでして、先ほど申し上げました98万人は砂丘カウンターのみ数字という違いがあるためです。それから砂丘の入込客の対策ですが、委員長の言われるように、砂丘にいかにか集客していくかというのが砂の美術館の入館者数を増やすことに繋がるものと私も考えております。昨年、これは鳥取市が誘致したというものではありませんが、テレビ番組のプラタモリで砂丘を取り上げていただきまして、それを見た方が多くお越しになった、そしてその影響で砂の美術館も入館者が増えたということがございます。ですから鳥取の観光を考える時には、砂丘をいかにPRして来ていただくかということが、鳥取に経済効果をもたらすと思っ

おります。平成30年度までは観光について、観光戦略課と鳥取砂丘・ジオパーク推進という二つのセクションがございまして、PR経費というのも分かれていましたので、まとまったPRが出来ていなかったという状況でした。平成31年度からは観光・ジオパーク推進課として一本にまとまります。ですからPR経費ですとか広報戦略ですとかも一体的に取り組んでいきますので、その中で砂丘をいかにPRしていくかということが、課題ですし、やっていかなければいけないことだと思っております。

**山下恭史委員長：**

先ほどブラタモリの話が出たので言いますけれど、そういう番組が放送されたら、関心のある方は、白兔神社の不増不減の池なんて見てみたくなるじゃないですか。そうしたらあちらの方ももう少し整備していくとか、そこまでお金が掛けられないなら案内板をきちんと立てるとかした方が良くないかなと思います。以前恋人の聖地として取り上げられておりましたけれど、最近あの辺りは整備されていますか。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

申し訳ないですが、白兔海岸は、鳥取砂丘・ジオパーク推進課と担当が違うものから。

**山下恭史委員長：**

どうしてもそういう縦割りの組織だということも分かっております。ですが、観光客の動線というのがありますので、そういう所を考えて行かないといけないし、担当が違うならそちらの方に訴えていかないといけないと思います。観光振興でお客さんを鳥取市に呼び込もうとしているわけですから、砂丘だけとか砂の美術館だけということにはならないと思いますので、そういうことも考えてほしいなということです。

それと、ちょっと話が変わりますけれど、鳥取県に入って来られる方は7割くらいが自家用車で来られますよね。ですからそこへの対策というのも当然必要ですが、まだまだ不足しているかなと思っております。例えば8月と他の時期は全然違ってまして、ものすごい渋滞ができる時期があったり、浜坂やこどもの国方面に回遊しづらかったりということがあります。管轄が違うということもあるとは思いますが、関係機関に働きかけて、砂丘周辺の駐車場なども含めた環境整備を引き続きしていかないと、キャパシティとしてはまだまだ足りないんだろうなと思いますので、是非その辺りもお願いしたいと思います。

**山下博樹副委員長：**

私からもよろしいですか。例えば北海道の子どもたちであればスキーやスケートなんてお手の物だというように、鳥取の子どもたちだったら砂像くらい作れるよ、という風になって、そういう打ち出し方をしていけるようになれば面白いんじゃないかなと思いました。

**徳本委員：**

先日ある海外の方から聞いたんですが、その方は鳥取のことが好きでよく遊びに来

られるそうで、その時にラクダに乗って写真を撮ったら、人からラクダがいるような国に行ったのと聞かれたそうなんです。確かに砂丘はあそこだけ写真を撮ったら本当に海外みたいに見えるので、そういうことを商売にできないかなと、その方がおっしゃっておられました。何かそういうことっていうのはできるものなのでしょうか。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

今でもラクダと一緒に写真を撮るということを商売にされている業者さんがおられます。

**徳本委員：**

それは申請すればできるものなんですか。

**鳥取砂丘・ジオパーク推進課 小谷補佐：**

それは鳥取市に申請ではなくて、地元の地権者さん、湯山地区になるんですが、その地区内で営業されるということについて、出展者さんと地権者さんのお話しになりますので許認可等は特にありません。大きな機材を持ち込むとか、大きなスピーカーを設置するという事になれば自然公園法という法律に関わってきますので、その中では許認可が必要になるものもあるかと思いますが、例えば衣装を着て写真を撮るとかそういうものでしたら、地元の地権者さんと事業者さんの方の話で可能だと思います。

**徳本委員：**

世界にいろいろ発信されている方なので、そういう人の視点で気付く仕事もあるなと思ひまして、これからインバウンドがもっと進むとたくさん外国の方が起業されたりして営業を始められることも出てくると思いますので、もっと自由にできたら良いなと思ひました。

**山下恭史委員長：**

はい、ではこれでこの実施計画については終わりたいと思います。ありがとうございます。次は「ふるさと納税」の関係ですね。ではよろしくお願いします。

**市民税課 富田補佐：**

市民税課長の富田と担当係長の浜部でございます。よろしくお願ひいたします。まずはこのふるさと納税ですが、ここ1～2年の大きな動きをしてきております。これは国の方針等が変わってきていることを受けて鳥取市の立ち位置も変わってきているということですが、このあたりの説明からさせていただきます。まず一点は、総務省から平成29年4月1日付で通知が出されまして、返礼品を3割以下にしろという新たな方針が示されました。これに鳥取市としては早期に対応いたしました。県内他市は12月ですとかかなり平成29年度の遅い時期に対応されておりました。また全国的に見れば未だにその通知に従っていない自治体も10以上ございます。ふるさと納税が、悪く言えば通販的なものになっておまして、返礼品目当てに寄付をされるという方が大勢を占めております。そういった関係もあって早期に返礼品3割に対応した鳥取市はやはり見劣りがするということで、平成29年度はかなり実績を落としてしま

いました。平成30年度は、これが全体的にどの自治体も3割に横並びすれば鳥取市も同じ土俵となりますので、かなり回復してくるのかなと思っていたんですが、やはり全国の中で対応されていないと言いますか、国の方針に正面からぶつかって、ふるさと納税で寄附、お金を稼ぐんだということを前面に出される自治体が目立ってしまって、鳥取市はその中でなかなか上に上がっていくことが出来なかったということがあります。ただ、平成29年度の実績に比べて平成30年度は若干ですけれども上回ることはできております。さらに今、国から地方税法の改正案が出ておりまして、この中で、言うことを聞かない自治体に規制をかけましょうということで、返礼品が3割であるとか地場産品に限るということを徹底しようという動きがあります。それに伴いまして、4月以降には県を通じて、鳥取市はその基準に沿った寄付制度としている団体ですよということを申請させていただいて、国に認定されれば税法上の寄付金控除の適用を受けることができる団体となります。その基準から外れると、いくら鳥取市にふるさと納税をしても、その恩恵である寄付金控除の適用を受けられないというような大きなペナルティが課されるようになります。法の適用は6月1日からになると思われませんが、4月からその申請に向けて鳥取市としては準備をしなければいけないという大きな状況の変化があります。もう一点、鳥取市役所内の大きな変化としまして、今は市民税課の方にふるさと納税係ということで組織を作っておりますが、この4月1日の機構改革によって、市民税課からふるさと納税の関係が離れまして、新しくできます資産活用推進室というところに業務が移管されます。鳥取市はこれまで、このふるさと納税を推進していくにあたってのスタンスとして、ふるさと納税の持つ情報発信力を有効に活用して地場産品のPRとか鳥取市の政策といったようなものを全国に発信しようという考えでした。ふるさと納税を単に寄附金を集める手段ということだけでなく、情報発信力としてかなり大きなものを持っていますので、その辺の活用を含めてやってきたところです。例えば先ほどのヒアリングでジオパークや砂の美術館のお話しもございましたが、砂の美術館のチラシであるとか、それから移住定住のパンフレットであるとか、そういったものを寄付をいただいた方へのお礼の文章を送る際に同封をして、少しでも鳥取に興味を持っていただけるような取り組みも併せてしております。その中で、本質的には返礼品の魅力もちろんあるんですが、鳥取市そのものの魅力というのがどうかというのが、これからは大きな勝負所になってくると感じておりまして、庁内のいろいろな課の協力が必要かと思えます。例えば先ほど紹介しましたふるさと納税のお礼に砂の美術館のチラシを私どもが入れていたということがございますけれど、逆に砂の美術館の情報を発信することによって鳥取に興味を持っていただきふるさと納税につなげていくということも考えていけるかと思えますし、他にも、鳥取は一次産業が盛んですのでそういった産品を各担当課で発信していただいて、これが鳥取の魅力だということになれば、ひいては寄附金の方に目を向けていただける可能性も高くなると考えております。そういったことも含めた機構改革です。これまで担当し

ていた市民税課は、本来はルーチンワークとして粛々と適正かつ公平に課税をするという部署でございまして、政策を担当するような職員がもともといないということから、なかなか力が発揮できないという状況がございました。それが組織体制が変わりますので、先ほど申し上げたような取り組みも考えていくことになるかと思えます。概要説明は以上です。

**山下恭史委員長：**

ありがとうございました。委員の皆さまからご質問なりあるいはご意見等があればお願いしたいと思います。

**山下博樹副委員長：**

事前にいただいたふるさと納税のパンフレットですが、実は私は初めて見たんですが、これはおそらくホームページなどでも公開されているんでしょうけれど、冊子としてはどのくらい配られているんでしょうか。

**市民税課 浜部係長：**

前年度に寄付をしていただいた方にお贈りする分と、その他にも道の駅ですとか砂の美術館ですとか、観光客がたくさん訪れるところに設置するなどしておりまして、数としては前年度寄付者プラス5,000部くらいを配布しています。

**山下恭史委員長：**

このパンフレットはいつごろから作っておられたんですか。

**市民税課 富田補佐：**

平成25年度からです。鳥取市が初めてふるさと納税に取り組んだ時は返礼品なしでやっております、平成25年度から返礼品を用意しました。その結果、平成25、26年度あたりから寄付が増えてきたという状況でございます。

**山下恭史委員長：**

関西の県人会にも配られていますか。たまたまなのか、そこでは配られていなかったように思ったものですから。

**市民税課 富田補佐：**

県人会の方にも、基本的にはご連絡をいただいておりますし、それから大きな同窓会を開くので送ってこないかという問い合わせもありますのでそういったものには個別に対応しております。

**山下博樹副委員長：**

実は、私個人としてはふるさと納税にあまり良い印象を持っていませんでした。ただ、先ほどご説明いただいたように、それをきっかけにして鳥取にはこんなものがあるんだよというのを、私もこのパンフレットを見て改めて知りました。ですからこういうことで考えれば、むしろ良い取り組みになっていくんじゃないかなと感心しました。金額を集めるのも大切かも知れないけれど、それだけに固執せずこういう波及効果的なことも大切にしながら取り組んでいただくのが良いのかなと思いました。

**山下恭史委員長：**

他にはございますか。

**河崎委員：**

よろしいですか。私もふるさと納税を多少かじるんですけど、何を基準に選ぶかという、やはり梨だとか、そういう鳥取にしかないもの、あるいは普段使いできる水だとかそういうものを選んだりします。あともう一つ挙げればふるさと納税でしか手に入らない限定のもの。それらをきっかけにしてふるさと納税に興味を持ってもらう、ひいては鳥取市に興味を持ってもらうというような目玉が何かあれば、より注目してもらえるのかなと思います。多くの自治体がやっておられることなので、どうしたら目を向けてもらえるかというのも、また考えていただけたらなと思いました。

**市民税課 富田補佐：**

ありがとうございます。頂戴したご意見のとおり、日本人は限定品とかに弱いので、そういったものも考えたことはあったんですが、なかなか商品開発そのものが出来ないということと、鳥取市の事業者さんが自ら投資をするということに少し控えめなところがございまして、なかなかお声かけをしても成立しなかったということがございました。そういったこともあって目玉商品というものがまだ出来ていないというところがございます。

**松本委員：**

事業者さんも商品開発に進んで意義があるのかと悩む部分もあるんでしょうね。大山ブランドのようにブランド化をしていくとかやり方はほかにもいろいろあると思うんですけど、波及するということが可能であれば企業さんからも積極的な姿勢がみえてくると思うので、そういう所をくすぐるような発想もいるのかなと思いますね。

**河崎委員：**

企業にとっても大きなチャンスだと思いますので、これに選ばれて、それが仮に目玉になるような話になれば大きなメリットですよ。

**山下博樹副委員長：**

質問なんですけど、このカタログに載せる基準、あるいは載せない基準というのはあるんですか。

**市民税課 浜部係長：**

一つの協賛企業に対して5品までご希望をお伺いしています。ページ数の制限もありますので、一事業者さん当たり5品までとしておりまして、その他季節限定商品などを載せる場合にはプラス2品で最大7品までという設定をしております。

**市民税課 富田補佐：**

ホームページでは全件公開しておりますけど、このパンフレットを作成するタイミングがこれからの連休にかけての時期であるということと、紙面の関係がありますので、このパンフレットに載せる数だけは制限をしております。そもそもふるさと納税の

返礼品としてそぐわないものを提案されても、それは採用していませんので、そういう意味ではパンフレットにはそういうものは載らないということになります。

**山下博樹副委員長：**

そのそぐわないというのは、具体的にはどういうものですか。

**市民税課 富田補佐：**

一般に流通しているような缶ジュースのようなものなどです。基本は鳥取市内のものとしていますが、例えば大山ハムというのは以前鳥取市に営業所がありまして、そちらから仕入れていたんですが、組織変更で鳥取市から営業所が無くなってしまいました。ですが以前からのお付き合いもあって、かつ鳥取県全体で見れば、砂丘、大山、鬼太郎というものが大きなイメージのものだと思っておりますので、そういったものは引き続き活用させていただいております。ですが全く鳥取県に縁もゆかりもないようなものはお断りをさせていただいております。

**山下博樹副委員長：**

こういうものに興味を持つ人っていうのは、比較的意識の高い人も最近増えてきていると思うんですけど、例えば環境に優しいとか環境に害を与えるものとか、そういうものはふるいにかけてられる対象になったりするわけですね。ですからその辺もホームページやパンフレットに載せる時にちょっと注意を払っていただくと良いのかなと思いました。

**山下恭史委員長：**

ほかにはありますか。

**谷口委員：**

事前質問にもありますが、ポイント制度が面倒だという話を私も聞いたことがあるんですが、担当課さんはどう考えてらっしゃるのかなというのをちょっと教えて頂きたいです。実際ややこしいなと言うような話が挙がることはあるんでしょうか。

**市民税課 浜部係長：**

ポイント制度につきましては、特にご高齢の方から分かりにくいという声もお聞きするんですが、実は会員登録しなくても入れる入り口を作っていて、「ふるとり」という、ホームページの掲載にはなるんですけどもそこからであれば会員登録不要でお申し込みいただけます。ポイント制度では、ポイントを使って選ぶことができるのはこのパンフレットの場合と市のサイトでお申し込みをされる場合のみで、これ以外の「ふるさとチョイス」や「さとふる」のような外部の受付サイトからお申し込みをされる場合は寄付金額しか提示しておりません。そちらからのお申し込みが85%くらいを占めていますので、そういった点ではポイント制度を回避されることもできているかとは思っています。

**市民税課 富田補佐：**

すこし補足をさせていただきます。そもそもポイント制度を考えたのが、寄付者の方のた

めというよりは、返礼品を提供していただく事業者の方への配慮という面があります。と言いますが、これまでは固定の価格帯で返礼品を作って提案してくださいという方式で、それがやりにくいという声がありました。要するにもう少し細かい刻みでできないかということでした。交換レートでいけば100円、1000円単位で自由に事業者さんが価格を設定することで、いろいろな返礼品や組み合わせができるということで、ポイント制度を採用したという経過があります。それもあって、制度を始めた平成29年度が162品目であった返礼品が現在229品目と、約1.4倍にまで増えておりまして、そういった意味では一定の効果を上げているのかなと考えております。

**山下恭史委員長：**

そのほか、小草委員さんいかがですか。

**小草委員：**

パンフレットを初めて見て返礼品の数がすごく多いなと思ったんですが、この中で、だいたいどのくらいの値段でこういった返礼品を希望される方が多いのかなと思いました。

**市民税課 浜部係長：**

返礼品で多いのは梨と蟹で、それらが大半を占めます。価格帯では1万円～2万円のあたりで選ばれる方が一番多いです。

**市民税課 富田補佐：**

以前鳥取におられたとか、鳥取の方にお世話になったという方がおられて、そういった方から100万円以上の寄付を頂戴しているという事例もあります。

**徳本委員：**

砂丘ヨガとかパラグライダーとか、そういう体験メニューはどのくらいありますか。

**市民税課 浜部係長：**

平成28年度まではパラグライダーは100件弱あったんですが、今年度に関しては1件か2件というところですよ。砂丘ヨガは、平成29年度は2件、今年度はまだ申し込みはありません。

**山下恭史委員長：**

他にはありますか。なければ私の方から。先ほどのお話の中で、基準だとか鳥取らしいものとかいろいろありましたが、やはり少し難しいのかなと思うのは、パンフレットの中に倉吉のものや境港のもの、大山のものがあったりしているので、こういうのが増えてくると鳥取らしさというのが無くなってくるとは思いません。載せるものがないから仕方がないという側面もあるんでしょうけれど、見てみると、他にもこういうものもあるよねと思うものもあります。当然事業者さんが手を挙げてくれるかどうかということがありますが、だんだん鳥取市外のものが増えてくると鳥取らしさというのはなくなってくるので、そしたら鳥取県のふるさと納税でいいじゃないかということになってしまいます。例えば都城市は焼酎と肉に絞って70億円以上集め

ておられるので、何を売っていくかという、やはり鳥取らしさを売っていくというのが一つなんだろうと思いますし、その中で品ぞろえということが課題になるのであればその調整はあるんだろうなとは思いますが。それから、先ほどパンフレットをどのように配っているかということもお聞きしたんですけども、言われたら持って行きますということでした。例えばこのあたりの学校の同窓会であれば、多分学年ごとに年1回はきついていますよね。ですから最初からそこに入れ込ませてもらうということが出来たら良いのかなと思います。経験上、学年単位になるとおそらく半数以上は県外者じゃないかなという気がしますので、そういうところで積極的にPRして鳥取の良さを懐かしんでもらうとか、新たに鳥取ではこういうものもできるようになったのかということを知ってもらうことができると思うので、そういう機会をぜひ活かしてほしいなと思います。寄附金の使い道なんかも分かるようになっていきますので、教育の方にお金を使ってもらおうとか、そういうことを思ってくれる人が少しでも増えれば、本来の意味での運用になるでしょうから、そういうことも考えていただければなと思います。

本日、4つの課のヒアリングをしてきました。鳥取市のブランドロゴSQのあるまちですとか、ふるさとへの移住定住、砂丘や砂の美術館、そしてこのふるさと納税ということで、全てに繋がるのは、鳥取のイメージと言いますか、鳥取をどういう風に売り込んでいくのか、あるいは鳥取にどうやって愛着を持ってもらうのかというところ。なおかつ最終的にどう行動してもらおうかというようなところだったかなと思います。いずれにしても鳥取市というものを良く思っていて、鳥取に行ってみようあるいは鳥取のものを買ってみようという風にしていくためには、やはり個々の担当課さんが自分の部署で以下に力を注いでいただければかたろうと思いますので、ぜひこれからもよろしく願いいたします。

**山下博樹副委員長：**

このパンフレットの寄附金の使い道のところなんですけれども、このパンフレットは返礼品のカタログではあるんですけど、やはり税金を寄付してもらおうわけですから、鳥取市では今何が課題かというのをいさされてはどうでしょうか。例えば教育でこういうことをしたいんですけども財源が足りないからぜひ寄付をしてくださいとか、福祉のところで、今こういうことでお年寄りが困っているんです、というようなもう少し訴えるものがあるといいんじゃないかなと思いました。それに今委員長が言われたように、鳥取を離れて他の場所に住んでいる方が、「よし、じゃあふるさとのこういうことに使ってほしいから寄付してやろう」と思わせるような書きぶりだとかそういうものがあるといいのかなと思いました。

**市民税課 富田補佐：**

ご説明が欠けていましたが、今おっしゃられたようなこともこれから必要だという認識をしております、使い道というものを全面に出した募集の仕方というのも、返礼

品と並行して進める必要があるのかなと考えておりますので、そういう風に進めてまいりたいと思います。

**山下恭史委員長：**

では時間となりましたのでこれで終わりたいと思います。ありがとうございました。

#### 4. その他

**山下恭史委員長：**

今日予定しておりました4つの担当課さんへのヒアリングは終わりました。事務局から何かあればお願いしたいと思います。

**河口行財政改革課長：**

皆様このお忙しい時期にお集まりいただきまして、また貴重なご意見をいただきありがとうございました。

私も聞いていて耳が痛くなるような話で、市として本当にどこまで努力できるのかなど、反省しながらこれからしっかりやっけていかないといけないなと思っております。特にS Qのあるまちですとたくさんのご意見もいただきました。どういう風にイメージを持つかというのも担当課もまだしっかりできていない中で、いろいろ進めてはいるけれど、じゃあこの取り組みって何なのかというところが皆さんのご意見の中心だったんじゃないかなと思います。例えばターゲットを誰に絞るのかとか、職員の努力と地域ブランド力を高める違いというものをしっかりと明確にしていけないといけないかなと思います。安全安心がどうS Qにつながるのかというような、本当に耳が痛くなるようなご意見でございました。この辺をしっかり整理して、何のためにS Qをやるのかという所からもう一度説明出来たら良いかなと思います。それから移住定住については、徳本委員さんからもたくさんご意見いただきました。ただ鳥取市の魅力というのは実はたくさんありまして、子育てなどは今充実させています。18歳までは医療費は530円で済みます。これは全国的にもいろんなところで増えてきていますし、さらに無料にまでしているところもありますけれど、まず最初にやったのが鳥取市です。これを後から県も一緒にやりましょうということになりました。そういった魅力もありますし、鳥取の水というのが大手企業からも商品として出そうという話が出るくらい、我々が普段何気なく飲んでいる水が、全国に売って行けるだけのものを持っている、こういったところも魅力なのかなと思います。こういうものをしっかり整理して言っていけるようにしたいなと思いますし、こういったものを含めて移住定住に繋げられるような費用対効果の高いものに変えていくべきかなと思いました。それから砂の美術館についてはまさしく皆さんが言う通りでございまして、企画展というものをどう織り交ぜていくか、魅力を高めるにはどうしたら良いかというのがこれからの課題で、当然担当課も考えているところなんですけどなかなか提案できていない。そして他部署との連携の面ですね。鳥取市全体で砂丘をどう考えていくか、先ほどのS Qの話しもそ

うなんです、砂というものの魅力をあまり感じていないというところがありまして、これはやはり鳥取市全体で感じるべきものかなという風に思いました。それから最後のところですね、やはり待っていてもなかなか来ませんので、こちらから攻めるPRというのが非常に大事なのかなという風に感じました。こういったものも含めて、担当課の縦割りというものもおそらく皆さんにも見えてきたんではないかなと思いますのでこれを一つの課題として、また、中核市にもなっているわけですので、職員のプレゼン能力もまだ少し質が低いという風に私も感じておりますので、訴える力それから横のつながりというものに取り組んでいきたいと考えております。今日は本当にありがとうございました。

## 5. 閉会

### 山下恭史委員長：

はい、では次回は今日皆さんのご意見やご質問も含めまして、市民委員会としての外部評価、提言というものをまとめていきたいと思っております。もしも追加の質問や資料の要求があれば次回までに事務局にそれぞれお願いしていただければと思っております。それから、もう一方で新しい行革大綱への議論というものも併せて進めて行くようになります。ですから盛りだくさんになりますし、事前に勉強していただくというようなことも出てくるかもしれません。庁舎も新しいところに移っていきますし、市民としてもより良い市政になるように協力していきたいと思っておりますので、委員の皆さんもそのような気持ちでこれからも臨んでいただければと思っております。よろしくお願ひします。

ではこれで、第5回の鳥取市行財政改革推進市民委員会を終了いたします。

---