

平成 26 年度新宿区外部評価委員会第 3 部会 第 7 回会議要旨

<開催日>

平成 26 年 7 月 29 日（火）

<場所>

本庁舎 6 階 第 3 委員会室

<出席者>

外部評価委員（5 名）

名和田部会長、荻野委員、斉藤委員、中原委員、山田委員

事務局（3 名）

中山行政管理課長、羽山主査、榎本主任

説明者（4 名）

文化観光課長、新宿観光振興協会担当課長、産業振興課長、地域文化部長（地域調整課長事務取扱）

<開会>

【部会長】

それでは、第7回の外部評価委員会第3部会を開会します。

本日は、計画事業の外部評価に当たり、お手元の進行予定表のとおりヒアリングを実施します。会員の皆様は、チェックシートが配られていますので、適宜メモ等の書き込みを行いながらヒアリングをしていただきたいと思います。

それでは、ヒアリングに入る前に、第3部会についてご紹介したいと思います。

外部評価委員会は、テーマごとに委員会を三つの部会に分けており、この第3部会のテーマは「自治、コミュニティ、文化、観光、産業」です。

私は、外部評価委員会第3部会会長の名和田です。部会の委員は、山田委員、中原委員、荻野委員、斉藤委員です。

今年度は第二次実行計画期間の4年間のうち、2年目の評価となります。

外部評価委員会では、今回の内部評価のうち、まちづくり編の中から、半数の事業を抽出して評価することとしています。そして、外部評価する事業はほぼ全てヒアリングを実施させていただくこととしました。

本日は、一つの事業につき30分の想定でヒアリングを行います。

前半15分程度で事業の体系と内容をご説明いただき、その後、各委員から質問を行う形で進めたいと思います。

質問が終了しなかった場合などは、追加で文書による質問をさせていただく場合もあります。それでは、計画事業77「新宿の魅力の発信」という事業についてご説明をお願いします。

【説明者】

文化観光課長です。

それでは、計画事業77「新宿の魅力の発信」についてご説明をさせていただきます。

まず、施策体系についてご説明します。第二次実行計画の164ページをお開きください。「多様なライフスタイルが交流し、『新宿らしさ』を創造していくまち」という基本目標がありますが、これを実現するための個別目標の一つとして、「ひと、まち、文化の交流が創るふれあいのあるまち」があります。この個別目標を実現するための基本施策の一つに、「新しい文化と観光・産業の創造・連携・発信」があります。本事業は、この基本施策の下に実施される計画事業であり、枝事業として新宿フィールドミュージアム事業の展開及び新宿シティプロモーション推進協議会の運営があります。

事業の目的についてです。文化や観光の関連団体、公益財団法人新宿未来創造財団、新宿観光振興協会、公益社団法人日本芸能実演家団体協議会、各美術館や博物館、ホールなどの運営事業者、NPOなどと連携を図りながら、新宿全体で新宿のまちが持つ多様な文化・歴史資源を掘り起こすとともに、その魅力を創造や発信していくことを目的としています。

新宿のまちには豊かな歴史や豊富な人材、資源がたくさんあります。例えば、夏目漱石、坪内逍遙、林芙美子、佐伯祐三、中村彝など区内には多彩な文学者や芸術家が数多く活躍をし、その足跡を残しています。

また、花柳界の江戸情緒をとどめる神楽坂、多くの神社、仏閣並びに新宿御苑などがある四谷、染物産業が集積している落合等各地域で多彩な表情を見せています。

さらに、各地域においては、四季を通じてアート、ファッション、映画、伝統文化、地場産業等を活用したイベントが開催をされ、新たなまちの魅力をつくり出しています。

このように多様性と先端性を合わせ持つ新宿において、既存の地域資源の更なる活用を図るとともに、埋もれた資源の発掘・活用を図り、新宿の魅力として区内外に発信し、にぎわいを創出していくことが本事業の狙いです。

次に、事業内容についてです。まず、新宿フィールドミュージアム事業の展開ですが、この事業の具体的な取組としては、今の新宿を楽しむ文化月間型フィールドミュージアム「来て・見て・楽しい新宿フィールドミュージアム」と、歴史発見型フィールドミュージアムから成り立っています。

文化月間型フィールドミュージアムは、毎年10月と11月の2か月間に区内で行われている多彩なイベントについて区が事務局を担う協議会組織に各イベントの主催者にご参加いただき、各イベントを有機的に連携させ、ガイドブック、ポスター、チラシ、ホームページ、周知イベント等で広く発信しているものです。

歴史発見型フィールドミュージアムは、区内の文化・歴史資源について既存のものに加え、新たな発掘も進め、地区別観光マップ、観光ガイドブック、公式ホームページで広く発信す

るものです。

あわせて、ホテル、駅、文化施設、こちらの文化施設については、公立・私立の博物館、記念館並びに新宿末廣亭、二葉苑等の民間施設に観光案内拠点として協力をしてもらい、マップ等を設置しまして、情報発信の拠点として活用するとともに、文化・歴史資源をめぐるまち歩きツアーにより新宿の魅力の発見を促進していくものです。

次に、新宿シティプロモーション推進協議会の運営です。この事業は、当初、平成22年9月から平成25年3月までを同協議会の設置期間として、新宿区観光協会、新都心新宿PR委員会、新宿未来創造財団、区を構成員として、新宿シティプロモーション推進協議会という協議会を運営してきました。協議会の事業としては、「しんじゅくナビ」というホームページ上での観光案内、映画やテレビドラマのロケ情報の発信等を行ってきました。平成25年4月には協議会設置期間を延長して、同協議会の構成員に新宿区の町会連合会、新宿区の区商連、東京商工会議所新宿支部、公益社団法人日本芸能実演家団体協議会を加え、観光に関わるより多くの団体の皆さんからのご意見を伺いながら、戦略的・総合的な観光振興を担っていく新組織についての検討を行ってきました。

平成25年10月には法人格を持つ新たな観光組織の設立のため、（仮称）一般社団法人新宿観光振興協会設立準備委員会を立ち上げ、それに伴って、新宿シティプロモーション推進協議会は発展的に解散をしました。このことによって、新宿シティプロモーション推進協議会の運営は平成25年度をもって終了となりました。

先に述べた設立準備委員会には、従前のシティプロモーション推進協議会の構成員に加えて、地元企業であるルミネや小田急電鉄様にも新規の構成員としてご参画をいただき、まさに官民協力の下、法人格を持つ新組織についての検討を重ねてきました。その検討結果、平成26年4月に、一般社団法人新宿観光振興協会の設立に結びつけることができました。

事業の手法、手段、評価、今後の方向性等についてです。

まず、新宿フィールドミュージアムの事業展開ですが、観光マップの作成や観光案内拠点の運営等新宿のまちを訪れる方に新宿への関心を高め、イメージアップを図る観点から施策に取り組んでいます。

指標として設定した観光マップ等による区内回遊40万人については、各種観光マップ等のツールの配布枚数によりカウントしています。また、観光案内拠点については、現在、駅などの公共施設、ホテルなどの民間施設を全て含めて140か所以上あります。毎年10件の新規登録を図り、様々な施設において観光情報の発信に努めていきます。また、文化月間型においては、統一ガイドブックやポスター、チラシなどによって多彩な文化芸術イベントを紹介してきました。先ほどご説明をしました協議会においても、参加団体相互の交流を促進するなど新宿の魅力を総合的に発信できたと考えています。

民間の事業者等がイベント等の活動を担い、区が協議会の運営、広報物の作成等を担い、個々の団体では発信力が弱く十分にPRできない中、鉄道事業者、ホテル等区の持っているネットワークを活用し、周知の強化を図ってきました。官民の協働のあり方や役割分担も適切と

考えています。

今年度も引き続き参加団体相互の更なる連携を強化するとともに、参加団体のネットワークづくりを促進し、協議会の外でも自主的な文化活動につなげられるよう努めていきます。

次に、新宿シティプロモーション推進協議会の運営です。

同協議会の運営については、ホームページの運営、ロケ地マップの作成等によるロケ地情報の発信などの事業を計画どおりに進めてきました。

また、先ほどご説明をさせていただきましたが、平成25年10月、シティプロモーション推進協議会を一般社団法人新宿観光振興協会設立準備委員会に改組し、法人格を持つ新組織設立をにらみ、集中的な検討を進めてきました。半年に及ぶ検討の結果、4月には新宿区観光協会、新宿未来創造財団の観光課、区の観光事業、これらを統合した新組織を設立する運びとなり、計画以上の成果が上げられたと評価しています。

また、ロケ地情報活用事業では、平成25年度については、区内の三つのエリア、神楽坂、早稲田、高田馬場、それに四谷、市ヶ谷を紹介する新宿ロケ地マップを発行しました。

平成26年度は新たに、新宿駅の周辺、落合、大久保のな三つのエリアを紹介するロケ地マップを作成しました。これらにより区内のロケ地の紹介は全て終わりましたので、本事業は終了とさせていただきます。

最後に、今後の課題ですが、課題としては、設立して間もない新宿観光振興協会において組織体制の整備をするとともに、オール新宿での取組、官民を挙げて、あるいは、新宿全地域を挙げてのオール新宿での取組を強化していくために民間事業者等の傘下の拡大を図っていきます。具体的に申し上げますと、会員の更なる増強を図っていきたいと考えています。また、観光マップの作成、ウェブ、観光情報誌での情報発信、各種イベントの実施、会員拡大のためのPRを積極的に実施していきます。新宿フィールドミュージアムについては、ソーシャルネットワーキングサービスも活用したより効果的な情報発信と更なる参加団体間のネットワークづくりが課題として挙げられています。区としては、参加団体間の一層のコーディネート、ネットワークづくりを促進することを区の役割としては求められています。

これらの取組を通じて、新宿のまちが持つ文化・芸術・観光など多様な資源をいかし、官民協力の下、オール新宿の取組によって新宿の魅力を創造・発信できるよう取組を今後とも強化をしていきます。

それでは、委員の皆様から事前にいただいたご質問についてお答えします。

平成25年度の実際的な取組として、多彩なイベントをリーフレットやインターネット等で広く紹介したとあるが、どこへどのような形で紹介したのか、というものです。まず、広報・宣伝媒体についてですが、区が作成しているポスター、チラシ、オフィシャルガイドブックがあります。出張所を初めとした区の施設や鉄道事業者、博物館などの民間文化施設に依頼して、施設内の掲出・掲示又は配架の協力を得ています。

また、イベント等、これは区のフィールドミュージアム主催イベントになりますが、こちらのイベント等でも配布しました。

平成25年度について新たな取組としては、J R新宿駅、東京中央郵便局の跡地の再開発の東京シティアイなどにも広報物を設置して広く発信することができました。そのほか、区や財団の広報紙、あるいは、しんじゅくナビのウェブサイト、フィールドミュージアムで開設したフェイスブック、駅周辺の大型ビジョンのほうでも紹介しました。また、パブリシティの実施状況については、民間紙を初めとする新聞各紙にも掲載することができました。

これら周知宣伝活動を集中的に展開したことにより、58イベントにおよそ60万人弱の方に参加・観覧をしていただきました。説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

それでは、委員のほうからご質問をどうぞ。

【事務局】

新宿シティプロモーションですが、枝事業としては平成25年9月で事業終了ということでしょうか。

【説明者】

はい、シティプロモーションのほうが観光振興協会のほうに移りましたので、シティプロモーションはその目的を達したということで終了ということになります。

【部会長】

今、日本にいらっしゃる外国人の観光客が増えていると言われていますが、新宿にどのぐらいいて、それで、新宿の魅力の発信という事業でどのぐらい取り込めているのでしょうか。

【説明者】

新宿観光振興協会担当課長です。

直近のデータが手元にないのですが、5月に日経新聞で報道された都の調査によりますと、かなりの数の外国人が東京都に來ているということで、その中で新宿区が1番ということが報道されています。今持っている数字が平成24年度の数字ですので、その数字でもってご説明させていただきます。これは平成24年度に都が行った調査で、各観光地点、イベント等に入られた数を延べで記したものです。平成24年度に都全体では述べ4億7,400万人來たというデータが出ているのですが、その中で新宿区に來た方の数というのが、36.7%になります。その内外国人の訪問者が27%という数字が出ていますので、新宿のまちを歩いていまして多くの外国人の方がいらっしゃいますが、かなりの方が來ているということです。

それから、新宿観光振興協会の会員のホテルの場合、大体のところ、西口のホテルでは6割から7割が外国人のお客様ということのようです。

【委員】

この目標設定の観光案内拠点の数ですが、これは新規に年に10か所と書いてあるのですが、具体的にどういうところを目標にしているのでしょうか。

【説明者】

新宿観光振興協会担当課長です。

観光案内拠点についてですが、これは公共施設も含んでいます。その中で大体半分ぐらいが公共施設になっていますが、残りの90か所ぐらいについては区内のホテル、駅、各百貨店、商店、スーパーに置かせていただいています。

それから、区外になると、成田空港、都の公共施設にも置かせていただいているところです。

【部会長】

拠点にするための基準みたいなものはあるのですか。

【説明者】

新宿観光振興協会担当課長です。

拠点について特段の基準というものは無いのですが、常時置いていただけるということがまず重要です。そして、店主の方たちと調整をさせていただいて、新宿のご案内というような表示が書いてあるラックに入れてもらうというお約束をお願いしているところですので、例えば、人が何名来なくてはならないといった基準があるわけではありません。ご協力をいただいているところを拠点としています。

観光案内拠点といいますと、そこで色々な方がご案内してくれるのではないかとと思われるかもしれませんが、百貨店、あるいは、スーパーなどにそこまでお願いするというのは難しいというのが現状です。

【委員】

チラシを置いておくだけでもこの拠点ということで捉えているのでしょうか。

【説明者】

新宿観光振興協会担当課長です。

従前はそのような形で、置いていただけるだけでも観光案内拠点になっています。

【委員】

そうすると、昔、新宿駅に観光案内所ってありましたよね。ああいう感じのものは考えておられるのですか。

【説明者】

新宿観光振興協会担当課長です。

観光案内所については、まさにこの新宿観光振興協会ができて新宿の魅力を発信していくための場所が必要だという認識はしています。ただ、現在のところそういった場所が新宿駅周辺あるいは神楽坂や早稲田とかという場所でなかなか厳しい状況にありまして、これからの新協会の課題であると認識しています。

【委員】

観光振興協会のほうの構成員はどういう方々なのでしょう。

それから、内部評価においては計画どおりということでしたが、先ほどのご説明だと所期の計画以上の成果が上がったというように聞こえました。その辺りのことで、何か成果があったのであれば、具体的にどういうことか教えてください。

【説明者】

新宿観光振興協会担当課長です。

まず、新宿シティプロモーション推進協議会の構成員についてです。当初の構成員については先ほど説明した新宿区観光協会、新都心新宿PR委員会、新宿未来創造財団、新宿区の4団体でした。その後、拡充していく中では、やはり、新宿の魅力というのはオール新宿で取り組んでいく必要があるだろうということで、町会連合会、商店会連合会、商工会議所が入りました。

その後、設立準備委員会を立ち上げるに当たり、ルミネ、小田急等に入っていました。小田急については、小田急電鉄の会長にお入りいただいたのですが、小田急グループとしてホテルや、電鉄や、百貨店も持っているというところで、新宿のまちの色々な現状を把握されているということで入っていました。ルミネについては、最近、南口のほうも新宿の新たな顔となってきているので、入っていただいたというところです。現在の新宿観光振興協会の役員については、更に拡充をして、大日本印刷などにもお入りいただいています。また、会員さんについては、もちろん駅周辺だけではなく各種様々なエリアの方、大学なども含めてお入りいただいて、皆で新宿のまちを盛り上げていこうという体制づくりができています。

それから、計画以上の成果があったというところですが、この計画事業については、シティプロモーション推進協議会の運営というところでは既存で掲げていた事業内容を予定どおり達成したという部分で内部評価に書かせていただいたのですが、最終的にはそこが発展して新たな組織をつくり上げられたということでは、計画以上の成果があったと説明したところです。

【委員】

いずれにしても、新宿の魅力の発信というのがテーマですね。ですから、そういった意味で、魅力の発信がテーマであれば、観光客の増加ということも含めて整理し、それとともに、それを受けとめる組織がオール新宿にふさわしいメンバーがそろったという辺りが非常にポイントではないかと思うわけです。

【委員】

平成25年度課題に対する方針というところで、参加団体の自主的な活動を引き出すとともに、参加団体間の連携をより深めてネットワークづくりを進めていく、とあり、平成26年度の新たな課題のほうでも、地域商店街、企業、文化団体等の連携を更に強化していく必要がある、と繰り返し述べられているので、ここは継続的な部分として認識されていると思うのですが、この点に関してどういう働き掛けをされたかということをお教えください。

【説明者】

まず、フィールドミュージアム事業のほうについては、協議会というのを組織していますので、この協議会の中で参加団体の皆様が相互に交流できるように、ただ単に単純な会議体とするだけではなく、そこで交流会のようなものを設けて、参加団体間のより一層の連携が図れるような場を設定させていただきました。

あわせて、実際のイベントについては、NPOや、それぞれ専門性を持った方々がそれぞれの地域でイベントを行うわけですが、その際、なかなか地域との結びつきが難しいもので、そ

の辺りは区がコーディネーター役として、その地域の町会や地区協議会などにも呼び掛けを行うなど地域の諸団体とイベントの実施団体を結びつけて、それぞれのイベントが地域の中でも根付いていく、あるいは、地域の方に多くのご参加をいただくようにしています。そのような役割を果たしてきまして、平成26年度も10月、11月の月間を目指して、この辺りを特に積極的に取り組んでいきたいと考えています。

【委員】

しんじゅくナビは、日本人より外国人のほうが見ている人が多いのですか。

【説明者】

新宿観光振興協会担当課長です。

旧財団のほうで運営していたしんじゅくナビについては、日本人が見ているほうが多いという感触です。

【部会長】

英語のページもあるのですよね。

【説明者】

しんじゅくナビのほうについては、もうナビを閉じてしまったので現在はないのですが、そこらは、基本的には日本語版でした。現在の新宿観光振興協会のほうでは外国人向けのホームページも立ち上げています。

【委員】

すみません、そうすると、フェイスブックなどの広報ツールは全て新宿観光振興協会が運営するという形態に今後変わっていくという理解でよろしいのですか。

【説明者】

そのとおりです。

【部会長】

多分、我々も評価しにくいところがあるのですが、あくまでも昨年度行われた事業に対する外部評価ということで考えていきたいと思います。

【委員】

マップも何も全部、区では何もしなくなるということなのですか。

【部会長】

区の直営事業としてはほとんど残らないということでしょうか。

【説明者】

文化観光課長です。

今まで区が補助事業で、財団との関係で行っていたものについては、ほとんどが観光振興協会のほうの事業、あるいは、それを区が観光振興協会に委託をして行う事業という形になります。

【部会長】

今までも外郭団体に補助金という形でやっていただいていたというところは、大きくは変わ

らない、直営事業がなくなるわけではないということです。

では、この辺りでよろしいでしょうか。

これでヒアリングを終了します。どうもありがとうございました。

<説明者交代・委員紹介・趣旨説明>

【部会長】

では、計画事業79「にぎわいと魅力あふれる商店街支援」について、ご説明をお願いします。

【説明者】

産業振興課長です。よろしくお願いします。

計画事業79「にぎわいと魅力あふれる商店街支援」についてご説明します。

まず、施策体系についてです。「多様なライフスタイルが交流し、『新宿らしさ』を創造していくまち」という基本目標の中に、「ひと、まち、文化の交流が創るふれあいのあるまち」という個別目標があります。その中に、「誰もが訪れたいくなる活気と魅力あふれる商店街づくり」という基本施策があり、本日のヒアリング対象となっている産業振興課所管の3事業は、この中に位置付けられているものです。

簡略に申し上げますと、商店街の支援の一つはイベント事業、例えば、季節のイベントやスタンプラリー、リサイクルのイベントなど、商店街が行うものについて都・区合わせて3分の2の補助金を出しています。したがって、商店街の自己負担が3分の1となります。

そして、もう一つが、活性化事業と称しているもので、これはイベント以外の、例えば、商店街のホームページの作成費やカラー舗装、ポイントカードを導入したいなどというときに、都・区合わせて3分の2の補助金を出しています。したがって、自己負担は3分の1となります。

このように、大きなこの二つの事業をもってにぎわいと魅力あふれる商店街支援事業という計画事業を構成しています。

実施内容についてはそういったところですが、目標については、イベントの事業支援件数や活性化事業支援件数を設定しています。平成25年度の実績で申し上げますと、イベント事業については94件で94%、活性化事業については、8件で80%という達成率でした。

事業評価についてです。

サービスの担い手、目標設定、効果的・効率的な視点、目標の達成度についてはそれぞれ適切、効果的・効率的、達成度が高いという評価をしています。

それから、総合評価についても、目標値をわずかに下回っていますが、ほぼ達成したということで、計画どおりと評価しています。ちなみに、現時点で商店会の数は104となっています。そのうち、イベント数は94イベント、活性化は8件という結果でした。

進捗状況や取組方針についてです。平成25年の課題として、提出書類の作成が高齢化によって困難になってきたことを挙げています。これは、都・区の補助金を受けるに当たり、補助金の額が高額なこともありまして、かなり書類の作成を求められています。こちらについて、な

かなか十分に作成できなくて、イベントも練れなかったという反省点がありました。

それから、毎年繰り返しのイベントということがありますので、もう少し商店街にリピーターやファンを増やすような提案を事業説明などで行っていくというようなことで、平成25年度は行いました。

そうした結果、やはり、書類作成や企画についてなかなか手助けがないとできないという実態がありましたので、今後も引き続き、より良いイベントをするための後方支援をしていく必要があると思っています。

それから、平成26年度の新たな課題の最後に、経常事業563「地域商業イメージアップ促進事業」との統合も検討する必要があるとさせていただいているのですが、事前質問にもあったのですが、この地域商業イメージアップは何かと言いますと、一昨年サンセット事業として新規事業で行いまして、商店会だけに対する支援だったのですが、例えば、早稲田には古書店、古本屋さんが集積しているということもありまして、商店会だけではなく、同業種や地域で集積している産業についても助成することとし、商店街の活性化を支援するということで、古本屋のイベントへ年額50万の助成を2年間行いました。それから、今年は、ある商店街のイベントに更に追加補助という形で行う予定です。統合する効果というよりも、サンセット事業で一定程度実施して、役割が一度終わったという評価をしているわけで、また、商店街の活性化で力を入れてやっていこうという形で今のところ事業終了としています。

したがって、平成26年度の事業の方向性については継続としています。取組方針ですが、商店会サポーターが非常勤で4名、商店街と行政のつなぎ役、アドバイザーとして雇っているのですが、そのいった方も活用して、書類の作成のお手伝いや指導のほかに、商店街のリピーターやファンを増やすための色々な情報を集積・集約しまして商店街に伝えてよりいいイベントにしていきたいと考えています。

それから、事前にご質問として、補助金で定着した事業や、地域ごとの特色ある取組は何か、というご質問をいただきました。特に定着した事業ですと、例えば、一番有名なところは神楽坂まつりがあります。ほかにも、エイサー祭りなどは13年目を迎えて定着しています。それから、薬王寺などでサンバカーニバルを商店街が行っていますが、そちらも定着しています。

地域ごとに特色ある取組としては、やはり派手な演出があるエイサーまつり、神楽坂まつり、阿波おどり、ほおずき市などもそうではないかと、我々は思っています。

それから、先進事例として何があるかというご質問もありました。今年度初めて実施しますが、西早稲田商店会では街バル、ここ最近全国でも流行っているのですが、まちの商店会の飲食店に安い一律のチケットを販売して、どこのお店でも、例えば、500円でお酒とおつまみが出るというイベントを実施しています。バルとは、元々はスペインの立ち飲み屋のことを指すのですが、そういったものを今年初めて新宿でも行います。この街バルについても、商店会サポーターが全国の情報を、メリット・デメリット、あるいは失敗例・成功例などを伝えた上で実施していきます。

それから、サポーターを含めた総合的支援について、商店街の活性化から特に重要な役割を

果たした事例があれば教えてほしい、というご質問もありました。こちらは、先ほどのご説明と重複してしまうのですが、やはり、リピーターを増やすために、ただイベントを行うのではなく、そのまちの象徴的な何かを景品に出す、あるいは、スタンプラリーなどを、そういったサポーターの色々なアドバイスによって行ったということがあります。

それから、本事業の補助金のほかにも商店街には色々な補助制度があります。都、国、そういったところの情報も商店会につなげて、こういう補助金を使えるならやってみたらどうだろうという持ち掛けも行っているということもあります。職員数が少ない中、商店会サポーターはほぼ毎日商店街に出向いて、時には会長の抱える色々な問題の話し相手になることもあれば、まちの様子を見に行ったり、空き店舗の状況を見に行ったりというような活動を毎日行っていて、非常に重要なポジションを占めています。

それから、商店街の人材育成についてどういった事業を計画しているか、というご質問もいただいています。こちらについては、全国的な問題もありまして、例えば、都では商店街にお店を開きたい方の募集や商店街リーダー塾なども行っています。区としては、こういったものにももちろんつながるのですが、中小企業診断士が無料で何度でも現地へ行って色々な指導を行うという、ビジネスアシスト新宿という事業がありますが、そういったもので人材育成や後継者の事業承継の問題、業態転換などもご相談に乗っています。説明は以上です。

【部会長】

最後の事前質問は、おそらく、商店会そのものの運営支援をしてはどうかという質問ではないのでしょうか。

【説明者】

商店会に対する支援とすれば、商店街リーダー塾などももちろんあるのですが、商店会連合会と日々情報交換をしていて、実際のところ、リーダーがいなくなかなかまとまらないという実態があります。そのリーダーたちがやはり高齢化しているということがあることと、組織力が低下していて、例えば、空き店舗ができて、そこにコンビニが入ったりしたときに、その方々はなかなか商店会の会員になってくれないということがあり、そうすると資金力がなくなってくるということがあります。最近是这样いことがありまして、運営も人材育成ももちろん大切なのですが、組織力強化というのが区として非常に重要視してまして、例年、コンビニ協会やスーパーマーケット協会、チェーンストア協会に区長と商店会連合会の会長自らが訪問して、加入の要請をしています。少しずつは入ってくれてはいるのですが、そういったことも含めて、商店会の組織力強化を図っています。

【部会長】

補助金関係の書類をきちんと書けないというのも、その手の問題と関連しているのかなと思いました。

では、委員のほうからご自由に質問をお願いします。

【委員】

商店会サポーターは、扱いとしては別事業ですね。

【説明者】

今回ご説明した事業は、全く補助金だけの事業です。イベントや活性化の事業に対して助成金を出すという事業です。

その補助事業を完遂させるために、別の経常事業で商店会サポーターという非常勤の方を雇っているのですが、その方々が側面支援をしているという関係です。

【部会長】

我々、以前商店会サポーターの評価もしたことがあったと思うのですが、なかなか良い事業だったと思いました。

【委員】

サポーターの事業も大事だし、この事業も大事だと思うのですが、区が重点を置いている協働という概念をもう少し導入して、地元住民やNPOの方々などもこの事業に巻き込んで展開していけば良いですね。

【部会長】

おそらく、商店街振興の基本が商店会支援になっていると思うのですが、商店会等の「等」の意味するところは、商店会以外のところも助成対象になるということなののでしょうか。

【説明者】

「等」というのは、商店街振興組合や商業組合などのことで、そういったところも補助対象になっています。ただし、我々商店街振興施策として、区として補助金を出そうとしたときに手を挙げるのは、ほぼ商店会と商店街振興組合ということになります。

ちなみに、NPOとの関係で言えば、商店会連合会のホームページを今年リニューアルするのですが、区からNPOへの提案事業として、NPOの方たちに商店会の魅力などを取材して記事としてホームページに載せてもらおうということを予定しています。そのような形なるべく利用者の視点、NPOの視点を取り入れて一歩ずつやっていきたいと思っています。

【委員】

確認ですが、人材育成の事業は区もやっていて、それは何だったのでしょうか。

【説明者】

区はビジネスアシスト新宿という事業で、中小企業診断士の派遣を行っています。それは、もちろん個店だけではなくて商店街についても、現地へ行って、商店街の診断をしています。

【委員】

イベントを毎年100件、活性化が10件という目標ですが、この100件というのは、商店会が104団体あるから100件ということなののでしょうか。

【説明者】

はい。

【委員】

全ての団体を受け入れるようにということで100件ということなのですね。

それで、活性化事業なのですが、先ほど、商店会の高齢化という話がありましたが、若い方

というのは大体割合的にどのぐらいなのでしょう。

【説明者】

若い方は確かにいるのですが、ほとんどがご高齢の方ですね。

【委員】

書類を書くのが大変になったということですが、なぜ大変になってきたのですか。

【説明者】

都の関係の書類が大変になりました。なかなか現場には負担が大きいですね。

【委員】

同じ商店会といっても非常に幅がありますから、それを一律に同じものを要求したら大変でしょうね。

【説明者】

現場は大変だと思います。都は、そういったこともあって、法人化することを勧めています。法人化すると、例えば、補助金に回数制限があるのですが、その制限が緩和されます。そのようにして、なるべく法人化させて、決算あるいは責任体制を明確化させようという方向です。

【委員】

件数的に目標を達成しているということなのですが、とてもご苦労されているのはひしひしと伝わってきました。とはいいながら、補助金を出した効果がどうだったという評価は、どのようにされているのでしょうか。

【説明者】

効果測定は非常に難しいです。例えば、我々とするとか来場者数が増えたのか、売上が上がったのかを調べようとはするのですが、人の店のそういったことを聞いて集約するなんてとてもできない、ということになってしまいます。こういったことから極めて難しいというのが現状です。ですので、どうでしたかと感想を聞くしかないのですが、そうすると、どんどん来客が低減していたのが何とか鈍化しているという感想を聞くだけになります。このようなことで、アナログ的な評価しかできないというのが現状です。

【委員】

染の小道は、また別のイベントなのですか。

【説明者】

「染の小道」実行委員会という、要は、染色屋の方やボランティアの方などが実行委員会を設けて、染の小道というイベントを実施しています。そのイベントの中で、各商店に染めたのれんをかけてもらうという関係なのです。区の事業ではないのですが、後援はしています。

【部会長】

それでは、次の事業に入りましょうか。引き続き、ご説明をお願いします。

【説明者】

計画事業80「環境に配慮した商店街づくりの推進」です。この事業は、街路灯やアーケードについて、水銀灯や白熱球のLED化に対して、本来、都・区合わせて3分の2の助成をしてい

るのですが、自己負担3分の1に対し更に区が助成金を上乘せしています。

それから、建替えではなく球だけの交換をするときには、都の補助により2割負担になりますが、そこから更に区が1割補助を独自に乗せています。それによって推進している事業です。

目標ですが、年間10の申請が出てくるという見込みを立てていて、平成25年度は14の商店会から手が上がったということで、140%の達成率でした。

事業評価についてです。サービスの担い手、適切な目標、効率的・効果的な視点、目的の達成度については適切、効果的・効率的、達成度が高いと評価しています。総合評価においては、計画以上と評価しています。申請件数の目標値10に対し実績が14だったということだけではなく、当然、水銀灯からLEDになれば二酸化炭素はもちろん削減できるのですが、実は、みどり土木部で、商店街の街路灯の電気代の助成をしています。その助成金も、LEDに切り替えたことにより電気量が減るので、間接的に区の負担も減ることになります。このことにより、相当な相乗効果があるということで、このような評価をしています。

水銀灯からLEDになると、大規模なところでは3分の1から10分の1に電気代が落ちている例もあります。それから、例えば、蛍光灯や水銀灯というのは寿命があると切れて、また、お金を掛けて替えるのですが、LEDは長寿命ですので、そういった意味でも商店会の負担が掛からないという声も寄せられています。

平成25年度の課題と取組方針なのですが、今、104ある商店会のうち、自分たちで街路灯を持っている商店会が大体70あります。30は区が区道につくっていて、そのうちLED化が進んでいるのは約半数で、まだ半分残っているという現状です。残りの半分以上をどうLED化していくのが課題となっていて、平成25年度については、先ほど申し上げた色々なメリットを相当に周知していこうと考えていました。商店会には例年各会長にお集まりいただき、助成金の説明会を行うのですが、そういった中でもLEDというのは非常に効果的なので是非ということを、具体例を交えながらご説明しています。

それから、ホームページやビズタウンニュース、広報しんじゅくなどで周知しました。特に広報では、LED化した商店街を紹介して、環境に優しい商店街ということで区民にもPR効果があると思い実施しました。周知については、これからは課題ということでもあります。

平成26年度ですが、特に街路灯の建替えの場合、古い商店会ですと掘ると何か色々出てきてお金が余計に掛かったりすることがありますので、事前の調査をよく行うようにしていきます。

それで、事前にご質問をいただいている中で、特にアーチの建替え事業はどういうものか、というご質問があります。アーチというのは、ご想像どおり、道の上に架けるようなもので、古い物は白熱灯を使っています。ただ、それはやはり電気料が掛かるということがありますので、LEDに替えてもらうよう働き掛けています。

そして、未実施の商店街への働き掛けはどのように行われているのか、というご質問です。こちらについては、やはり、一番に効果を伝えます。それでもなぜ踏み切らないかということ、わずかでもあるのですが、商店会の自己負担がある、ということがあります。全額補助金を出すというのは、補助金の性格上なかなか難しいところがあります。区としては、都の規定の補

助率に区が単独で上乗せをして誘致をしているということもありまして、やはり、ここについては技術の進歩でもっと安いＬＥＤが出てくるのを待っています。また、なかなか厳しいとは思いますが、もう少し都の補助率を上げてもらうように要請行動を行っていきたいと思います。いずれにしても、ＬＥＤ化すれば中長期的にメリットがあるというところを理解した上で推進していく必要があると考えています。説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

では、委員からご質問をどうぞ。

【委員】

ＬＥＤ化は、各自で電気屋に頼んで行うのですか。

【説明者】

はい。ただ、補助金の性格上、見積りは取ってもらうようにしています。

【委員】

半分ほどＬＥＤ化されていないということで、それは1割でも自己負担があるからだ、ということですが、理由はそれだけなのでしょうか。

【説明者】

やはり、1割負担のお金を出すのがなかなか難しいというところがあるようです。基本的には、ＬＥＤ化したいとは皆さんお思いだと思っています。ただ、見積りを取ったところ予想よりも高く、1割でもお金を出すのが難しいといったようなことがあるようです。

【部会長】

この場合のＬＥＤは、特に色などについては気にされないのですよね。

【説明者】

色よりも明るさを気にするようです。要は、街路灯ですので、余り足元が暗いといけないうことがありますが。それから、ＬＥＤは直進性の光ですので、少し広げるような光になりますと割と値段の高い球になります。今のところは白色の明るいものが主流なのですが、最近では電灯色のＬＥＤも出てきていて、そういったものを取り付ける商店街も出てくるかもしれません。

【委員】

補助金の交付実績ですが、平成24年度が10件で平成25年度が14件となっています。ですが、事業経費的には、平成25年度は平成24年度の倍以上になっています。これは、何か理由があるのですか。

あと、特定財源が都からの補助金ということでしょうか。

【説明者】

事業経費の大小は、件数よりも街路灯の本数の違いによるところが大きいです。例えば、振興組合などは100本ほど街路等を持っていて、一つの街路灯に四つか五つ球を使います。本数が大きいと、それだけ費用も掛かるということがあります。

それから、特定財源についてですが、街路灯の設置については、まず、区が一度全額出して、その後、都の補助金を特定財源として区がもらっています。なお、球交換だけは都の独自の事業として都が直接商店街に補助金を出してしまっていて、この特定財源には入っていません。

【委員】

商店会への加入について、何らかの強制力を持たせるということも考えたほうがいいのかもしれませんね。

【説明者】

そういったことも、検討の際の一つの要素かと思います。

やはり、私どもがまちを歩いて分かってきたのは、例えば、同じコンビニでも、もともと商店がフランチャイズ化した商店は商店会に入ってくれます。ところが、空き店舗にコンビニが入って、雇われ店長のような場合だと、その店長のポケットマネーで会費を出すしかないようなことになります。ですので、本部からそういった商店街に会費も出すようなことを指示してくださいということを、我々としては要望しています。どうやら本部では、基本的には地域になじむようにしてほしいと各下部組織に言ってくれているらしいのですが、結局、会費を経費として認めるという指示は特にされていないようです。

【委員】

確かに、話を持っていくときにはその管理主体がどこであるかということで話をしないと話にならないのかもしれないですね。そういった点ではぜひそういうふうにやっていただきたいと思います。

【部会長】

この事業について、よろしいですか。

では、次の事業に入りましょう。引き続き、ご説明をお願いします。

【説明者】

続いて、計画事業81「商店街空き店舗活用支援融資」についてご説明します。

こちらは、商店街の空き店舗の借主と貸主に対して、店舗を改修して店を開いたときのものについては融資の利子、それから信用保証料全額を区が持つという制度です。

まず、創業資金です。これは、借主に対するもので、これから事業を行う者、あるいは、事業を行って5年以内の者に対して、店を開くのであれば、信用保証料と金利の全額を区で負担するという内容です。

それから、店舗改装です。これは、貸主に対するもので、空き店舗を改装して貸すのであれば、信用保証と利子を区で負担するという内容です。

実績としては、非常に件数が少なく、我々としても商店街の空き店舗の活用手段の一つとして融資を用いているのですが、なかなか周知は行き届いていないのではないかとということで、区のホームページも含め色々なところで周知をしています。

借主、貸主どちらにも毎年10件融資をしていこうという目標を立てたのですが、制度の1年目であった平成24年度は、借主が2件、貸主はゼロ、平成25年度決算は、借主はやっと少し増

えて5件、貸主は1件という実績でした。

事業経費については、利子補給と信用保証料の助成金によるものです。

事業の評価ですが、サービスの負担と担い手、適切な目標設定、効果・効率的な視点については、適切、効果・効率的という評価をしましたが、目的の達成度については、実績が低いということで、達成度は低いと評価しました。総合評価としましても、計画以下としています。

進捗状況と取組方針についてです。空き店舗の対応というのは融資だけで全部というわけにはいきませんが、これについてはやはり、資金繰りの大変さが空き店舗を解消するための一つのファクターだと考えていますので、これについては周知を含めて更なる制度活用につなげていかなければなりません。区立高田馬場創業支援センターには創業しようとしている企業予備軍の方がいるのですが、そういった方々に対し、区内で創業するとこれほどメリットがあるということを説明会などでお知らせしています。

それから、既に融資を利用している方には、ビジネスアシストなど含めて診断士を派遣してアドバイスや経営診断などを行うほか、商店街ともなるべく一緒になって活性化を図っていくような取組をしています。それを踏まえて、やはり、貸すだけではなくて、貸した後も総合的に支援をしていく、そして、そういったところを見せて新たな借主をつくっていくしかないということに思い至りました。また、今まで大家さんや商店街を通じてこの融資制度を紹介していたのですが、宅建協会に対しても制度の紹介を行っています。

いずれにしても、この融資制度についてはもっと活用していただいて、一軒でも空き店舗を解消したいと考えています。

最後に、事前にいただいたご質問についてお答えしたいと思います。

まず、空き店舗の発生する原因は何か、というものです。こちらについては、原因がいくつかあるわけなのですが、我々が把握しているところでは、商店主が自宅をビルにして1階をテナントとして貸しているものと、代々店舗を引き継いで営業しているものがあって、後者については、次の世代につなぐことができないで閉めてしまうということがあり、そのために空き店舗が発生しているということがあります。もう一つが、空き店舗があるところというのは、総じて立地が余り良くないから発生してしまうのであって、借り手も少ないのではないかと思います。それから、インターネットでの販売などにより生活様式が変わってきてしまって、小売店で売っているようなものはネットでいつでも注文できて、しかも安いということもあり、なかなか商売にならないということもあります。さらに、そういったことから商店会の組織力がだんだん弱まっていて、全体的に空き店舗が増えていくということがあります。その分析に応じて、都も含めて色々な事業を展開していて、我々もきめ細かい色々な施策を展開しているところです。

一昨年、商店会長を通じて空き店舗についての調査を行ったのですが、4,000店舗に対して68の空き店舗がありました。回答率は8割ぐらいだったと思います。しかし、体感的には、もっと空いているはずだと思っています。いずれにしろ、一店舗でも多く空き店舗を解消していると考えているところです。説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

では、委員からご質問をどうぞ。

【委員】

これは結構難しい問題ですね。昨今の報道でも多くこの話題が取り上げられていますが、空き店舗を活用して新たに地域を活性化させるという施策を行うときに、誰がリスクをとるのかということがあるかと思います。そういった意味で、この事業について区としてどこまで踏み込めるかということがありまして、ここに書いてある範囲であれば、それほど踏み込まれていないように思えますが、逆に言えば、リスクをとる人がいなければなかなか活性化しない、効果をもたらさないと思います。

そういった意味で、どのようにして活性化させるかということになると、一つでもいいから良い事例をつくって、このようにすればうまくいくということでアピールするしかないと思うのです。経済状況を考えると、そもそも区という行政がそういったことをやれるのかとも思うのですが。しかし、そんなこと言っても仕方がないので、これを何とか成功させるためには、やはり先進的な事例を一つでもつくるのが一番だと思います。

【説明者】

日本全体の問題ということでもあるかもしれませんが。確かに、リスクを誰かが負わなければならないかもしれませんが、やはり、阻害要因の一つでも減らしていくことが我々の仕事だと思っていますので、なるべくそうしていきたいと思っています。

商店街というのは身近な買い物の場だけではなくて、まちのコミュニティの場でもあります。商店街がなくなってしまうと、まちもだんだんと荒れてきてしまうこともあるかもしれませんので、今、区全体として、安全・安心のことでも色々なことを支援していますし、あるいは、子育ての担当部署から保育施設の適地がないかということで、当課を通じてご紹介したこともあります。したがって、少なくとも、区全体で取り組んでいかないと、もはや厳しいのではないかと思っています。ですので、区全体でこれからもやっていきたいと思っていますし、もはや商店会だけではなく、NPOとの連携や、地域の観光産業・観光資源との連携など、色々なことをやっていかないと非常に厳しいと思っています。そういったことで、何とか踏ん張っていききたいと思っています。

【部会長】

商店街振興施策の全体を見ると、例えば、生鮮三品小売店活性化事業という事業もあるわけで、全体として業態のことも含めてお考えではあるのですよね。ですが、今のお話ですと、業態をある程度妥協しても空き店舗を埋めるということの一つの目的にされているようですね。この点を、我々としても評価の上で留意しておいたほうがいいと思いました。

【委員】

ある商店街に空き店舗がいくつかあったのですが、そこに内科が入ってきて、その後、隣にマッサージ店が入りました。そうしたら、にぎわうようになってきたということがあります。

結局、人が集まれば何とかなるのではないかと思います。最初、内科が入ってきたときには、商店街の真ん中に病人が集まったら困るのではないかなという意見もあったようです。そうしたら、隣にマッサージ店ができて、今度はそれに通う人も出てきて、商店街全体として人がたくさん歩くようになったということがあります。空き店舗といっても必ず商店を入れるというのではなく、結果的に人が回ればいいのではないかと思います。

あと、事業承継というのはとても大きな問題で、継がせたくても税金などの関係で非常に難しくなっています。そういったことを区が重大な問題として捉えてもらって、何とか取り組んでのでもらいたいと思います。

【委員】

高田馬場の創業支援センターで説明会を行うということなのですが、ああいうところというのは、若い方たちが創業するのですから、商店を創業しようとする方はそんなにいないのではないのでしょうか。その商店街に合わないような業態の人が入っても仕方がないのではないかなと思うのですが。創業支援センター以外のところでも何かやっていただきたいと思います。

【説明者】

とにかく人を呼んでにぎわいを持っていくという路線でいくのか、産業振興という観点で商店街が活性化すればか、やはり、区として、今後まちとしてどうしていくのかという選択の問題が出てくると思います。

ただ、私どもとしては、商店でない限りは空き店舗に入れないというのは、今やタイミングを逃してしまうのではないかと焦っている気持ちもあることは事実です。どれがいいかというのは、なかなか難しい問題があるのですが、そこは商店街とよく相談をしていくことだと思っています。一つの大きなポイントだとは思いますが。

【部会長】

では、これでヒアリングは終わりましたか。何かすごく我々も課題をいただいたような気がします。

どうもありがとうございました。

<説明者交代・委員紹介・趣旨説明>

【部会長】

では、計画事業2「NPOや地域活動団体等、多様な主体との協働の推進」についてご説明をお願いします。

【説明者】

地域調整課長事務取扱の地域文化部長です。計画事業2「NPOや地域活動団体等、多様な主体との協働の推進」についてご説明させていただきます。

まず、施策体系についてご説明します。第二次実行計画の141ページをお開きください。

「区民が自治の主役として、考え、行動していけるまち」という基本目標の中に、「参画と協

働により自治を切り拓くまち」という個別目標があります。この個別目標を実現するための基本施策の一つに、「協働の推進に向けた支援の充実」という基本施策があり、その下にこの事業が位置付けられています。地域を支えているNPOまたは地域活動団体など多様な主体との協働を促進するため、協働事業提案制度の推進や協働支援会議の運営、協働推進基金を活用したNPO活動資金助成、NPOをはじめ地域を支える活動団体のネットワークの拡充と情報提供の事業を実施しているところです。

事業内容についてです。

まず、協働事業提案制度の推進についてです。この制度は平成18年度に導入したもので、ボランティア団体やNPOなどの地域活動団体から、その専門性、柔軟性をいかした事業提案を公募して、審査の結果採択された事業を提案団体として、区の所管課が協働して実施するという制度です。この制度は単年度事業ですが、区長が必要と認める事業については3年間継続ができます。1年目を、事業実施を前提とした調査に充てる場合は、最長4年間の制度という形で位置付けをさせていただいています。1事業について予算の上限を330万円、4年間の場合だと単年度で250万円としています。平成26年度は1団体採用して、これまでで20事業について採択させていただきました。

次に、協働支援会議の運営です。この協働支援会議は協働の参画を推進するための仕組みなどの検討を行っていただいている会議です。NPO活動資金助成の審査や協働事業提案制度事業の審査等を行っていただいている、審査会の構成は、委員と区職員2名の計8名となっています。区が実施する協働事業の評価を行うというところで支援会議の運営をさせていただいています。

次に、協働推進基金を活用したNPO活動資金助成です。これは平成16年度に導入した制度で、条例で協働推進基金を設置し、区の一般財源、区民・事業者等の寄附金、基金利子を原資として、区に登録しているNPO法人が108団体あるのですが、それら団体が行う区民対象の社会貢献事業に対して助成を行うというものです。平成25年度は7団体に300万円、今年度は10団体に約290万円を助成しています。この助成事業の審査の過程や事業実績などを広く公開して、多くの区民のNPO活動への理解を促進しています。

続いて、NPOをはじめ地域を支える社会活動団体のネットワークの拡充と情報提供です。区内に本拠地がある社会貢献活動団体のネットワークづくりや地域活動の発信、団体の相互支援、人材育成等の団体の基盤強化支援を実施しているというもので、内容の一つに、新宿NPO協働推進センターの運営があります。これは、一般社団法人新宿NPOネットワーク協議会を指定管理者として、地域を支える社会貢献活動団体等のネットワークづくりの活動拠点とし、廃校となった校舎に手を入れて、平成25年4月に開設したものです。このNPO協働推進センターでは施設の貸出しを行うほか、講座や交流会、シンポジウム等の実施をしているところです。

内容の二つ目として、協働事業紹介冊子編集委員会の開催ということで、区が行っている協働事業の事業内容を紹介するというものがあります。協働事業提案制度については、2回に分

けて、「Let's新宿協働」という冊子を作成しています。それから、NPOの活動資金助成については、「新宿NPO」という雑誌で活動内容を紹介しています。

内容の三つ目として、区民・NPO・ボランティア団体等の地域活動団体及び区が双方向から情報収集・発信可能なネットワークを形成するための情報拠点整備ということで、区民活動支援サイトであるキラミラネットを運営しています。サイト参加者が125団体、ウェブ会員が113人になっています。

引き続き、事前にいただいたご質問についてお答えしたいと思います。

まず、地域課題は非常に多いと思われるが、その中でどういった基準で地域課題を取り上げ、解決を図っていくのか、というご質問です。こちらについては、時代によって異なってくるものと思っています。現在の少子高齢化社会あるいは核家族化問題、人口減少社会においては、従前であれば、例えば、子育てについてもそれぞれの家庭でおじいちゃん、おばあちゃんがいて、お父さん、お母さんがいてとそのような多世代の家族構成の中で子育てができる程度できたということがあります。それから、高齢者の介護等についても同様です。ですから、それぞれの時代の社会的な背景や社会構造の変化によって地域課題というものは変わってくるのだと考えていますので、地域課題は何かと言われたときに、明確に地域課題というものをお示ししづらいのですが、その時代によって個々人では解決できないような課題、地域で解決すべき課題、行政が一定の支援をしながら解決する課題が地域課題であると考えています。この地域課題を解決するために、協働事業提案制度やNPO活動資金助成、NPOの協働推進センター等を活用して、それぞれの課題の解決に向けて努力していくというのが現在のスタンスです。

次に、協働事業提案制度について、どのような経緯で成立したのか説明をしてほしい、というものです。区では平成15年度に協働と参画を具体的に進めるための仕組みづくりとして、その指針となる新宿区地域との協働推進計画というのを策定しています。その具体的な取組として、協働事業提案制度の導入ということがあります。協働事業提案制度の導入に当たっては、平成17年度から支援会議を立ち上げ、平成18年3月27日に協働事業提案制度の導入についての報告書を取りまとめ、平成18年度からこの制度を導入しているというものです。

次に、協働推進事業の実施主体、責任は区にあるのか、あるいは、協働の相手方にあるのか、というものです。また、協働推進基金による財政支援について、その助成が適正か否かの判断は区が行うのか、というご質問もあります。こちらについては、協働事業の展開は様々な形態をとっています。委託、助成、共催、実行委員会形式など、様々な形で協働事業の展開をしていますが、その方法によって実施主体というのは変わってきます。当課で行っている協働事業提案制度による実施事業は、区と実施団体で委託契約を締結して事業を実施するため、実施主体は区又は団体という形になります。NPO活動資金助成による事業実施は、区が実施団体に対して補助金を助成する形で協働していくため、事業実施主体は実施団体です。なお、協働推進基金による財政支援は、協働支援会議における審査結果、これは1次書類審査、2次のプレゼンを踏まえて区が最終的に助成団体及び助成金額を決定しています。また、事業実施期間中に区の職員が事業を必ず視察をするほか、事業終了後は事業実績報告書を提出させ、助成金が適

正に活用されているかを確認しているところです。

次に、協働の実績があるNPOや地域活動団体はどれほどあるのか、また、協働の相手方である団体の活動内容や規模、収支状況等についてどの程度把握しているのか、というご質問です。区では各課で行っている協働事業を調査していて、平成25年度には157の協働事業が実施されています。協働の相手方である団体の活動内容等の把握の仕方は協働の方法によって様々であろうと思いますが、当課で行っている協働事業提案制度、NPO活動資金助成では審査の際には団体の事業報告書や収支計算書などを必ず提出させ、団体の活動の内容、収支状況の把握に努めています。

次に、事業目的に区民参加を促進し、地域課題の解決を図るとあるが、この事業目的にどの程度寄与できたと思うか、というご質問です。事業目的である区民参加促進、地域課題の解決を図るということですが、地域課題というのは先ほど申し上げましたように、刻々と多様化し、変化をしていると考えています。地域課題に対してどの程度寄与したかというのを数値で測るというのは大変難しいことですが、協働事業提案制度実施事業では、これまで多文化共生、高齢者の居場所づくり、子育て支援等で20事業実施しており、NPO活動資金助成事業では子育て支援など69の事業を実施しています。地域課題に対応して、かつ、多くの区民が参加できるよう事業が行われていて、各事業のアンケートを実施していますが、高い満足度をいただいているなど、相当程度成果が得られているというものと認識しています。

最後の質問ですが、所管部署として本事業が行政運営上どれほど実効をもたらしていると認識されているか、また、今後、どのように力を入れていると考えているのか、というものです。今日、複雑かつ多様化している地域課題に対して、行政が持つ強み、これは、人、情報、資金、場所ですが、限りある資源だけで対応するということは困難であり、仮に行政のみで実施するとなった場合には大変なコストが掛かります。また、行政のみでは実施できない、解決できない地域課題もあります。

このため、行政と多様な主体が持てる力を出し合って地域課題解決を図る協働を推進していくということは重要であり、これからも展開していく必要があると考えています。

区では、協働事業提案制度実施事業として20の事業が実施されていますが、継続事業含めて平成25年度に157の協働事業が実施されています。このように各課において協働による地域課題の解決方法は着実に浸透していて、この実効性は高まっていると認識しています。また、今後、行政とNPOとの協働だけではなく、例えば、営利企業のCSR部門や支援組織等とも協働していきたいと考えています。また、多様な主体でこれらの取組が多く行われていくために、NPO協働推進センターを十分活用し、NPO等の団体の育成を行っていきたいと考えています。説明は以上です。

【部会長】

ありがとうございました。

それでは、どうぞ、委員のほうからご質問、お願いします。

【委員】

NPO協働推進センターの稼働率はどのくらいですか。

【説明者】

平成25年度の稼働率は、全部屋を通じて19.4%です。今年度に入ってから、稼働率が少し上がって、6月現在で39.2%となっています。

【委員】

目標設定についてですが、適切と考えている理由が明確に読み取れません。今設定している数が適切なのだというところで、なぜそのようにお考えなのでしょう。

あと、制度の見直しを平成24年度にされたということですが、見直しをされた概要も教えてください。

【説明者】

まず、協働事業提案制度の実施事業数ですが、予算的な制約がある中で、各年度2事業660万円としています。ですから、継続している事業数は毎年、新規の事業と合わせると毎年2事業ずつ増えていきますので、それに伴って予算の上限は変わってきますが、単年度で見ますと2事業660万というのが協働事業提案制度の目標数となっています。

それから、NPO活動資金助成による助成事業数についても、予算の上限がある中で、1事業最大50万までの助成という形になっています。予算の上限という形で数的には設定しています。

それから、協働事業提案制度について、平成24年度見直しをした内容ですが、一つは、それまでは事業実施は2年間までという形にしていました。その代わり、単年度で500万円だったものを2年で協働事業のフレームを外すというのではなくて、もう少し継続してやりたいという希望を踏まえて、3年間まで延ばしました。ただし、単年度で見た場合の上限は330万にさせていただきました。また、これは前から課題になっているのですが、NPO側と行政側の意思疎通が取りづらいという状況がありましたので、以前にも増して、提案するに当たっては、事前に行政側のほうと十分に打ち合わせをした上で、それを義務づける形で提案してもらうということもさせていただきました。

そして、行政側からの提案がここのところ少なかったのですが、それはなぜ少なかったかといいますと、行政サイドからすると、新たにNPOと組んで協働事業を実施すると人的にも時間的にもかなり負担になるというのが、管理職全職員のアンケート調査をした結果浮かび上がってきました。ですから、行政の執行体制としても内側から課題を提起しやすくなるような仕組みづくりということで、例えば、協働事業を実施する場合においては、人的配慮を含めて区として取り組んでいくということで、区としても提案しやすいような内容という形に変えました。

その結果、平成26年度には、行政側から三つの課題が提起されましたが、三つも提起されたのは初めてで、制度の見直しで行政側からも提案しやすくなったかと思っています。また、NPO側からも14の事業が提案されて、相当多くの事業が提案されました。この制度の改正に伴う改善が実現してきているかと認識しています。

【委員】

各所管課も、課題の提起がしやすくなったということなのですね。

【説明者】

従前から行政側からの課題提起がなかなか出てこないという実情がありまして、アンケート調査でその原因を探りました。その結果、課題提起しやすいような仕組みに変えましたので、今回三つも出てきたのだと思います。

【委員】

具体的にどういう点だったのですか。

【説明者】

先ほど言いましたように、行政側の負担感を減らすということにあります。仮に、協働事業が決まった場合には、その所管課への人的措置も含めて考慮するようにしました。

【委員】

そうすると、行政側からこういう課題があるというのを出して、それを参考にして団体がそこにマッチするように提案を出してくる、という構造なのでしょうか。

【説明者】

そうです。NPOのほうから、行政の提案とは関係なしにこれが区の地域課題だろうということで提案してくることもあります。行政側は行政側でこういうことを解決したいということを出しているわけです。それに対して、それに応じる形でNPO等の団体が事業を提案するという仕組みです。

【委員】

今年度、行政側から出てきた課題はどのようなものですか。

【説明者】

一つ目は、子どもがスポーツを楽しめる場や機会の創出ということで、トップアスリートを招いてスポーツの実技指導、あるいは、子どもたちの交流を図る事業を開催したいというものです。これは、オリンピックのことを踏まえて提案してきていると思うものです。

二つ目は、商店街の活性化に向けたホームページの活用ということで、商店街の活性化のためにホームページを充実させたい、というものです。

三つ目は、地域資料等の組織化事業ということで、図書館が郷土資料や地方行政資料をもっと積極的に収集できやすくなるような仕組みづくりをしたい、というものです。

既に、先日一次審査を終えまして、この三つの課題についてのNPO側からの提案は、一次審査は全て通過しています。

【部会長】

行政提案型の協働事業ってなかなかうまくいかないケースが多いのですが、今のところ三つともマッチングできたのですね。すごいですね。

【説明者】

これから、プレゼンテーションも含めて最終的に判断していかなければいけません。

【委員】

キラミラネットですが、一番初め、区のホームページの非常に見やすいところにありましたが、それを今は見にくいところになってしまって、どこにあるのか分かりづらくなっています。

ホームページをもっとわかりやすいところに置いておいてもらわないと、ホームページで周知しても、そこまで到達できないと思います。

【説明者】

トップページからすぐ見えないということについてですが、今、「協働・NPO」のページにバナーを張って、見られるような形になっています。それから、今年中にNPO協働推進センターでホームページを立ち上げる予定ですので、そういうところにリンクできるように今後検討していければと思います。

【委員】

協働センターのページは、区のトップページから行けるようになるのですか。

【説明者】

協働推進センターのホームページはまだありませんが、今年度中に立ち上げる予定です。その協働推進センターとキラミラネットがリンクするような形にしていきたいと思います。

いずれにしても見やすい形にはしたいと思います。ホームページでお知らせしていますと言いつつも、実際見る方がどこにあるのか分からないということがないように、アクセスまでの時間が短くなるような工夫を検討していきたいと思います。

【部会長】

では、よろしいですか。

それでは、これでヒアリングを終わりたいと思います。

【説明者】

どうもありがとうございました。

【部会長】

では、本日はこれで閉会します。お疲れさまでした。

<閉会>