

【別紙】（令和3年度 地方創生拠点整備交付金事業の効果検証について）

外部有識者による効果検証	
意見等	<p>◆中央市人口の社会増につながる取組について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一時的な移住へのインセンティブ付与以上に、ライフステージの全ての段階で必要なサービス提供やサポートが受けられるという持続的な安心感の提供（利用できるサービスやサポートを“見える化”した戦略的な広報の実施）。</li> <li>・住民アンケートでの「住みやすい」という評価の理由を強みとして維持・強化するとともに、「住みにくい」という評価の原因を解消していく地道な取組みの強化。</li> <li>・シルクハウスに関しては、県内市外、県外の利用者のリピート利用やそれら利用者の紹介による利用拡大（そのための優遇措置）など、交流人口、関係人口拡大の場としての活用を期待したい。</li> <li>・当施設はサッカーの使用を前提としたグラウンドであり、その専門性が高い反面、汎用性は低い施設となっている。</li> <li>・あらゆる年齢層の市民に対応するためには、シルクハウスの無料休憩所としての機能追加（給水・手洗所等・⇒飲食スペースを提供しているにも関わらず、手を洗う施設は別棟のトイレ棟にしか無い）に加え、サッカーグラウンド周辺にランニング・ウォーキングコースを作成したり（外周の距離表示のみでも有効）、安全面を確保できるスペースに健康器具の設置を施すなどの措置も、有効であると考えます。</li> </ul> <p>◆利用団体数の増加につながる取組について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リピート利用者の確保や紹介による新規利用者の獲得のための優遇措置の実施。</li> <li>・情報発信の強化（運営団体WSSのWebページで得られるシルクハウスの情報は不十分で、たとえば、営業日についても「利用者がいない場合はCLOSEする場合がございます」とあるなど、ふらりと立ち寄る気にならない）。グラウンドの「予約状況」以外の更新がほとんどなされておらず、Facebookの最終情報更新も古いなど、潜在的利用者・来訪者を発掘するための情報発信の強化が必要ではないか。</li> <li>・サッカーは団体競技であるため、チームでの計画周知に対しては個人競技よりもより周到な準備が必要であると推察される。それに対し、人工芝のある公園として、県外からの利用者も期待できる施設でありながら、現在の予約方法は電話のみとアナログな方法であり、予約状況の確認をすることはできない。現状では広く利用者を募ることは難しい状況にあり、HP内でのシステム構築が急務であると考えます。</li> <li>・利用者の昼食手配についての案内が、HPに記載がない。 シルクハウスの有効活用や、運営団体の稼働率向上の観点からも、運営団体が作成した弁当メニューページのリンク添付などにより、利用者の利便性向上だけでなく、運営団体の弁当売上増加につながる可能性がある。運営団体の収益向上に資するべく、市側も積極的に関与し、販売促進にも寄与する方策を検討する必要がある。</li> <li>・県内外の利用者を増やすため、施設の周知徹底に努めてほしい。この施設を拠点に周辺施設と連携してこの周辺をより充実した地域にしてほしい。</li> <li>・高台にあり景観が良い一方、アクセスが不便なので、その点がマイナスにならないような取り組みを進めてもらいたい。アクセス方法として、「とまチュウバス」の利便性を高めてもらいたい。</li> <li>・一番近くで一番利用してほしい中央市民の子供から高齢者・障がいをお持ちの方が気軽に行ける場所になるようにしてもらいたい。また、利用者からの意見を聞き、事業発展につなげてもらいたい。</li> </ul> <p>◆その他施設や中央市の魅力を伝える取組等について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットを明確にしつつも、過度に情報を細分化しない、部局横断的で戦略的な広報をもっと意識する必要があるのではないか。指定管理者制度の導入等により施設運営が細分化する中で、各施設の情報発信・更新の強化とともに、市のWebページ・SNSも含めた横断的な情報発信、市を介した運営団体間のイベント等の情報共有の強化による総合的な魅力発信が必要ではないか。</li> <li>・シルクハウスのファサード（正面外観）に、シルクを連想させるものが全くない。</li> <li>・軽食コーナーで提供するソフトクリームも、道の駅で提供するシルクソフトでは無い。運営団体が異なるとしても、市側の施設としてシルクソフトの提供については連携を促すなど、徹底的に「シルク」とシナジーのある製品にこだわる取組が有効であると考えます。</li> <li>・地元農産物や加工品の販売スペースには、中央市の物だけではなく、「シルク」とシナジーのある周辺自治体の製品まで、波及させることも検討すべきである。具体例として、市川三郷町の業者が六次化に成功した桑の葉関連製品や、郡内地方の絹織物など、県外からの来訪者に対する地域資源を活用した「シルク」製品のアンテナ機能も、小規模ながら有すべきと考えます。</li> </ul>