

1 事業概要（背景・目的・事業費）

〔背景〕
 ○人口減少及び高齢化が進む中で、それぞれの地域の特性を生かし、持続的で自立的な地域社会の実現を図るために、広域連携による地方創生・地域活性化を推進することが重要である。
 ○さいたま市では、持続的な成長・発展を目指し、「東日本の玄関口」、「交通の結節点」といった立地優位性を生かし、広域連携を行うことにより、交流人口の拡大を図り、地方創生を推進している。
 ○平成27年度より東日本の新幹線沿線自治体による広域連携を実施する体制として「東日本連携・創生フォーラム」を継続して開催している。令和2年度より福井市が新たに加わり、現在、本市を含め26都市が参加している。
 〔目的〕
 ○交通の結節点としての地の利を生かし、東日本各都市と連携し、まるまるひがしにほん（東日本連携センター）を中心としたビジネスマッチング機会の創出や販路拡大、大宮駅周辺の大規模商業施設などから構成される「東日本連携推進協議会」等の東日本地域と連携した民間活動の活発化により、本市の産業振興及び交流人口の拡大を図る。
 〔事業費〕
 ○14,439千円（うち地方創生推進交付金充当額：6,333千円）
 〔事業開始年度〕
 ○平成27年度（広域連携事業としては平成24年度）

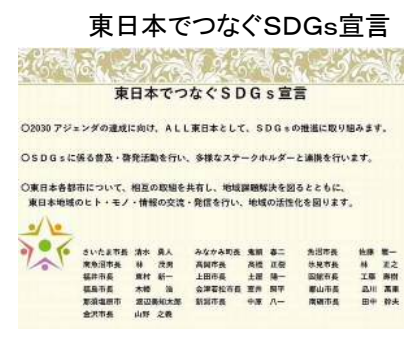
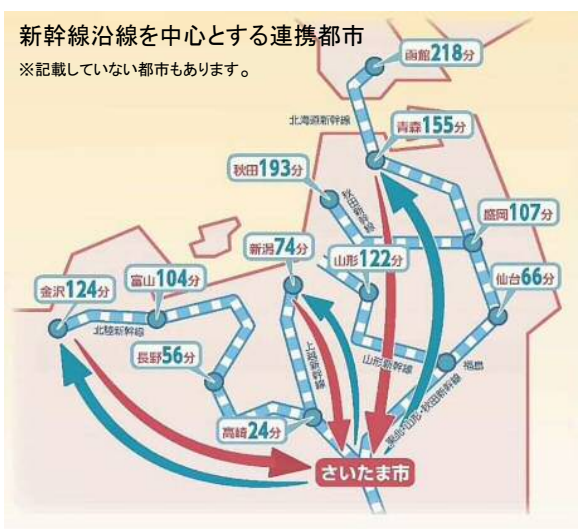
～連携都市～
 函館市、青森市、八戸市、盛岡市、秋田市、山形市、仙台市、福島市、会津若松市、郡山市、宇都宮市、小山市、那須塩原市、みなかみ町、新潟市、三条市、魚沼市、南魚沼市、高岡市、氷見市、南砺市、金沢市、長野市、上田市、福井市、さいたま市

2 事業イメージ

★対流の促進による地域活性化・地方創生の実現



第6回東日本連携・創生フォーラム
 新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため、オンラインで開催



大宮からの挑戦状
 大宮駅周辺で行った謎解きイベント。コロナ対策のため、従来より開催期間を長くし、スマートフォンアプリを活用。

3 具体的な事業内容

○東日本全体の地域活性化と地方創生を推進するため、交通の結節点としての地の利を生かし、東日本各都市・商工会議所・観光協会・市内事業者との連携により、交流人口の拡大と地元経済の促進を図る。
 ○具体的には、大宮駅と新幹線につながる沿線をはじめとした26都市の首長による「東日本連携・創生フォーラム」を実施し、連携事業を検討・実施している。
 ○また、東日本地域全体の地域活性化及び地方創生を目的に設立した東日本連携推進協議会と連携し、東日本を中心とする地域の商材の販路拡大と市内経済の活性化を図る。

4 事業の結果

連携事業数(目標数値を令和元年度に上方修正)				
年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
目標	—	15事業	28事業	30事業
実績	12事業	27事業	28事業	27事業

○令和2年度の連携事業数27事業(主な事業は以下)
 ①東日本連携・創生フォーラム
 ・第6回東日本連携・創生フォーラムを14都市の参加により開催。東京2020大会を契機とした連携事業等について検討し、実施が決定。
 ②東日本でつなぐSDGs宣言
 ・SDGsの推進をオール東日本で更に盛り上げ、加速させるために、第6回東日本連携・創生フォーラム参加都市により、「東日本でつなぐSDGs宣言」を行った。
 ③大宮からの挑戦状
 ・大宮駅周辺の回遊促進と東日本連携のPRのため、謎解きイベント「大宮からの挑戦状vol.1.3」を開催。

5 内部評価（成果指標への有効性・貢献度等）

〔有効性・貢献度〕
 ○東日本連携都市に、令和5年春の北陸新幹線延伸が予定されている福井市が加わり、また、株式会社ジェイコム埼玉・東日本さいたま北局が東日本連携推進協議会に参加し、令和元年度7社から2年度は8社へ増加したことから東日本連携事業の認知度は向上している。
 ○東日本連携推進協議会の共同プロモーション「大宮からの挑戦状」（謎解きイベント）は、大宮駅周辺の回遊促進と東日本地域のPRを目的とする事業で、令和2年度は約2,700人の参加があり、コロナ禍にもかかわらず、昨年度の参加人数約3,100人に匹敵する参加で、事業の認知度向上及び東日本地域のPRに貢献している。
 〔事業の執行過程で判明した課題〕
 ○新型コロナウイルス感染症の影響により、東日本連携各都市との個別連携事業及び東日本連携推進協議会の事業が実施できない、又は事業を縮小して実施せざるをえなかった。

6 今後の方向性

○新型コロナウイルスの影響で大きく落ち込んだ市内経済を早急に回復するため、市内事業者に対する東日本連携の効果は今まで以上に波及させるため、本市、さいたま商工会議所及び公益社団法人さいたま観光国際協会の3者で「東日本連携推進会議」を組織した。疲弊した市内経済を東日本連携の枠組みで強力に後押ししていく。
 ○まるまるひがしにほんなどの活用により、東日本の「ヒト・モノ・情報」を集め、東日本都市との交流の機会を増すことで、市内企業のビジネス交流の機会創出を図る。
 ○令和2年度で地方創生推進交付金が終了したため、連携都市からの負担金徴収、まるまるひがしにほんにおける利用料金収入の増加及び販売手数料徴収並びに国等の補助金・交付金の活用の検討を進めることで、自主財源及び財政支援の確保に努め、限られた予算内で大きな経済効果が得られるよう、事業を推進していく。

[東日本連携①] 東日本広域連携事業

基本情報									
事業コード・事業名	総振	5104	東日本広域連携事業						
関連計画コード	倍増	—	成長	—	総合戦略	32301	KPI有	再掲	—

施策情報				
分野・節	産業・経済の分野	活力ある地域産業を育てる環境の整備		
目指す方向性	地域産業の足腰を強化するための基盤づくりと活性化に取り組みます。			
成果指標	指標項目	平成25年度	令和2年度	令和2年度(目標)
	経営状況が安定している企業数(法人市民税法人税割額の納税義務者数)	10,430社(H23)	14,523社(R2)	12,460社
	—	—	—	—
施策展開	中小企業者・創業者の経営基盤の強化			

Plan(計画)					
事業課 (左上欄:とりまとめ課)	経済政策課	—	—	—	
事業の対象	市内企業及び市民				
事業の目的	東日本全体の地域活性化及び地方創生を推進します。				
事業の内容	東日本の連携都市によるフォーラムを開催するとともに、フォーラムの協議内容等を基に、連携都市間の連携事業、東日本連携推進協議会による連携事業、その他連携都市間のつながりを通じた民間による連携事業を実施します。				
令和2年度の取組内容 (計画時点)	交通の結節点としての地の利を生かし、フォーラムの実施と東日本連携センターを活用したシティプロモーション及び連携都市間の連携事業の推進、また東日本連携推進協議会による連携事業を実施することで、東日本を中心とした地域の活性化及び地方創生を推進します。				
令和2年度	当初予算額(円)【前年度繰越額を含む】	割合	実績額(円)【翌年度繰越額を除く】	割合	
事業費<A>	37,094,000	100%	14,438,811	100%	
財源内訳	一般財源	18,243,000	49.2%	8,106,344	56.1%
	国・県支出金	9,751,000	26.3%	6,332,467	43.9%
	地方債	0	0.0%	0	0.0%
	その他特定財源	9,100,000	24.5%	0	0.0%
事業に関連する民間資金	—				
概算人件費(円) 	※人工 (1.36 人) × 職員1人当たりの人件費		11,402,240		
総コスト(円) <A+B>			25,841,051		

D。(結果)						
令和2年度の事業の達成度	B		令和2年度の取組実績 (未実施・未達成の目標指標がある場合はその要因分析)			
事業としての目標指標	達成度	分類	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度(評価年度)
① 連携事業数	B+	目標		15事業	28事業	30事業
		実績	12事業	27事業	28事業	27事業
総合戦略KPI	改定情報		—	—	令和元年度目標指標上方修正	令和元年度目標指標上方修正

Check(評価)			
事業を取り巻く外部要因の変化	定量的変化	今年度から新たに福井市が東日本連携都市に加わりました。また、東日本連携推進協議会が大宮駅周辺で行う謎解きイベント「大宮からの挑戦状」では、コロナ禍にもかかわらず、昨年度の参加人数(約3,100人)に匹敵する約2,700人が参加したことから、東日本連携の取組における認知度は向上しているものと考えられます。	
	定性的変化	新型コロナウイルス感染症の影響により、東日本連携各都市との連携事業及び東日本連携推進協議会の事業が行えない、又は、事業を縮小して実施せざるをえない状況です。	
前年度に計画したAction(改善)に対する取組結果	計画内容	東日本連携推進協議会と東日本連携センターのそれぞれの企画の連携を図ります。	
	取組結果	東日本連携協議会事業において、東日本連携センターの出展自治体との連携によるシティプロモーションを実施しました。	
事業の項目別評価		評価区分	評価理由
①組織連携・PPP・協働 (事業を進めるうえで、他課、他団体、市民等と連携しているか)	I 連携している	I	東日本各都市との個別連携事業の実施や、「まるまるひがしにほんの店(東日本の特産品を取り扱う飲食店等)」をはじめとする市内事業者との連携に取り組みました。
	II 取組が不足している		
	I		
②効率性 (事業の費用対効果を高めるための取組を行っているか)	I 取組を行っている	I	フォーラムをオンライン形式で開催することで、会場使用料等の経費を削減しました。
	II 取組が不足している		
③広報・周知活動等の結果 (事業を知ってもらうための広報、営業活動等により対象者にアプローチできているか)	I アプローチできている	I	東日本連携推進協議会の実施する催事等について、大型ビジョンでの放映や東日本連携センターでのチラシ配布等により情報発信を行うとともに、「大宮からの挑戦状」については対象年齢に合わせ、市内の全小学校への案内送付により周知しました(約2,700人が参加)。
	II アプローチが不足している		
	I		
施策(成果指標)への貢献度		評価区分	評価理由
事業の取組内容がどのように施策(成果指標)に寄与しているか	I 貢献している	I	東日本各都市との個別連携事業及び東日本連携推進協議会事業の実施や、「まるまるひがしにほんの店(東日本の特産品を取り扱う飲食店等)」をはじめとする市内事業者の販路拡大支援等は、地域経済の活性化、すなわち成果指標の向上に中長期的にみて一定程度貢献しました。
	II 一定程度貢献している		
	I		

Action(改善)		
改善内容と事業の方向性	改善する項目	改善内容
	① 組織連携・PPP・協働 ② 効率性 ③ 広報・周知活動等の結果	ウィズコロナ・アフターコロナを踏まえたオンラインツールや各都市の広報ツール等を相互に活用した、情報発信及び広報活動に取り組みます。
	③	改善理由 情報発信及び広報活動を通じて、連携事業数を拡大できると考えるためです。
	事業の方向性 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、連携事業の中断などの影響が出ている状況ですが、地域経済の立て直し及び地方創生の推進を図るため、新たな連携事業の検討を引き続き行います。	

総合振興計画 後期実施計画(計画期間:平成30年度~令和2年度)の実施状況に対する評価				
計画期間の事業の達成度	最終目標	実績	達成度	
B	目標指標①	令和2年度までに30事業	28事業(令和元年度)	B+
	目標指標②	—	—	—
	目標指標③	—	—	—
	目標指標④	—	—	—
	目標指標⑤	—	—	—
	目標指標⑥	—	—	—

1 事業概要（背景・目的・事業費）

〔背景〕
 ○人口減少に伴う市場の縮小等に対応し、地域が持続可能性を有する社会を実現するには、市域を越えた連携を「広域」かつ「幅広い分野」で実施することが必要不可欠である。
 ○さいたま市では、持続的な成長・発展に向け、「東日本の玄関口」、「交通の結節点」といった本市の強みや優位性を生かし、交流人口の拡大を図り、地方創生を推進しているところ。
 ○平成27年度より「東日本連携・創生フォーラム」を継続的に開催し、東日本の新幹線沿線をはじめとする自治体による広域連携を実施する体制を構築し、連携拠点・情報発信拠点の設置の検討をしてきた。
 ○平成31年3月28日にまるまるひがしにほん（東日本連携センター）を開設し、これまでの来場者数は約148万人。（令和3年3月31日時点）当初設定していた目標の31万4千人を大幅に上回った。
 ○センターは、1階が「食」を中心とした地場産品及び地域情報の紹介などを行うシティプロモーションの場、2階が各種商談会や企業が会議セミナーを行うビジネスマッチングの場となっている。
 〔目的〕
 ○交通の結節点という拠点性を生かし、東日本各都市と連携し、まるまるひがしにほんを中心としたマッチング機会を創出する。
 〔事業費〕
 ○107,093千円（うち地方創生推進交付金充当額：53,433千円）
 〔事業開始年度〕
 ○平成27年度

2 事業イメージ

東日本の「ヒト・モノ・情報」が大宮に集合
 交流・発信・活性化を促す地方創生の場



3 具体的な事業内容

○東日本を中心とする各地域と連携し、東日本連携センター（まるまるひがしにほん）に「ヒト・モノ・情報」を集め、交流・発信拠点として、1階でシティプロモーションイベントを開催し地域の魅力発信をするとともに、2階では東日本各都市の商工会議所の連携等による商談会等を実施することで、市内事業者の取引拡大及び東日本地域の商材の販路拡大及び東日本全体の地域活性化を図っている。
 ○また、市内民間事業者と情報交換等を行い、東日本の商材を扱うイベントや市内事業者と東日本の生産者のマッチング機会創出を支援している。

4 事業の結果

センター等での商談・打合せ件数				
年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
目標	—	50件	70件	80件
実績	実施計画策定	0件	68件	40件

○令和2年度は東日本地域のシティプロモーションを19回実施し、約70万人の来場者に東日本を中心とする地域の魅力を発信した。また、セミナーや商談会を実施したほか、市内事業者等と連携し地域を盛り上げる取組も行った。
 ○しかしながら、目標指標であるセンター等での商談・打合せ件数については、新型コロナウイルス感染症の影響により実施が見送られた案件があり、また、市内企業と東日本地域の企業の連携及びマッチングが不十分であったため目標である80件を達成できなかった。
 ビジネス交流サロン利用実績（令和2年度）：商談・打合せ 40件 会議・セミナー 28件 イベント15件
 コワーキング 14件
 シティプロモーションフロア利用実績（令和2年度）：39件

5 内部評価（成果指標への有効性・貢献度等）

〔有効性・貢献度〕
 ○1階シティプロモーションフロアについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、センターを休館する期間があったこと、利用のキャンセルが相次いだこともあり、利用が令和元年度よりも少なかった（令和元年度58件）。そのような中でも、オンラインツールを活用し、現地の生産者とまるまるひがしにほんを訪れた消費者を繋ぎ、実演販売を実施する等、ウィズコロナ/アフターコロナにおけるシティプロモーションについて模索した。
 ○2階ビジネス交流サロンについては、民間事業者による会議室予約システムによる効果的なPRを行い、利用件数の向上に努めたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、直接対面による打合せ、商談が避けられたため、コロナ禍における事業者等の利用ニーズに合わせた活用方法を検討し、コワーキングスペースとしても貸出しを行い、テレビ会議システムを導入した。
 〔事業の執行過程で判明した課題〕
 ○1階シティプロモーションフロアは、出展自治体数の増加までは至らなかった。
 ○2階ビジネス交流サロンは、認知度向上に努めたが、想定したほど利用が進まなかった。

6 今後の方向性

○新型コロナウイルス感染症の影響により、シティプロモーションや商談会、セミナー等のイベントに影響が出ている状況だが、市内企業のビジネスチャンス拡大を図るため、オンラインツールの活用等によりウィズコロナ/アフターコロナにおいても、東日本地域自治体等のシティプロモーション及び市内企業と東日本地域の企業のビジネスマッチング支援を引き続き推進する。具体的には、ECサイトの構築、ハイブリット会議システムの導入等を進めていく。
 ○販売手数料の導入や、稼働率向上のための料金体系の見直しを実施し、施設の収入を増やすことで、施設の安定的な運営を目指す。
 ○多くの市内事業者を会員とするさいたま商工会議所と公益社団法人さいたま観光国際協会と協力し、まるまるひがしにほんに集積する東日本の「ヒト・モノ・情報」を市内へと拡散していく。また、東日本の特産品を扱う市内事業者「まるまるひがしにほんの店」の登録店舗数を増加し、イベント、特産品及び試食会等の情報や店舗情報を発信していくことで、市内事業者の活性化を促し、東日本商材の消費拡大と販路拡大を推進する。

[東日本連携②] 東日本連携拠点を核にしたビジネス交流の推進

基本情報									
事業コード・事業名	総振	5105	東日本連携拠点を核にしたビジネス交流の推進						
関連計画コード	倍增	—	成長	1—22	総合戦略	32302	KPI有	再掲	—

施策情報				
分野・節	産業・経済の分野	活力ある地域産業を育てる環境の整備		
目指す方向性	地域産業の足腰を強化するための基盤づくりと活性化に取り組みます。			
成果指標	指標項目	平成25年度	令和2年度	令和2年度(目標)
	経営状況が安定している企業数(法人市民税法人税割額の納税義務者数)	10,430社(H23)	14,523社(R2)	12,460社
施策展開	中小企業者・創業者の経営基盤の強化			
	—			

Plan(計画)					
事業課 (左上欄:とりまとめ課)	経済政策課	—	—	—	
事業の対象	市内企業及び市民				
事業の目的	東日本各都市と連携し、東日本連携センターを中心としたマッチング機会の創出など、本市企業のビジネスチャンス拡大を目指します。				
事業の内容	東日本連携センターを整備し、東日本連携各都市とのネットワークを構築しながら継続的な情報交換を進め、効果的な事業(東日本の商材の販路拡大、商談会等によるビジネスマッチング機会の創出等)を実施し、広域連携の輪をさらに拡大します。				
令和2年度の取組内容(計画時点)	東日本連携センターを運営します。東日本を中心とする各地域と連携し、当センターに「ヒト・モノ・情報」を集め、シティプロモーションイベントにより東日本の魅力を発信するとともに、市内事業者の取引拡大及び東日本商材の販路拡大を図る商談会等を実施します。				
令和2年度	当初予算額(円)【前年度繰越額を含む】	割合	実績額(円)【翌年度繰越額を除く】	割合	
事業費<A>	115,510,000	100%	107,092,544	100%	
財源内訳	一般財源	58,285,000	50.5%	53,660,043	50.1%
	国・県支出金	57,225,000	49.5%	53,432,501	49.9%
	地方債	0	0.0%	0	0.0%
	その他特定財源	0	0.0%	0	0.0%
事業に関連する民間資金	—				
概算人件費(円) 	※人工 (0.80 人) × 職員1人当たりの人件費		6,707,200		
総コスト(円) <A+B>	113,799,744				

Do(結果)						
令和2年度の事業の達成度	C	令和2年度の取組実績 (未実施・未達成の目標指標がある場合はその要因分析)	【実績】令和2年度は東日本地域のシティプロモーションを19回実施し、約70万人の来場者に東日本を中心とする地域の魅力を発信しました。また、セミナーや商談会を実施したほか、市内事業者等と連携し地域を盛り上げる取組も行いました。 【未実施・未達成の目標指標】 目標指標①センター等での商談・打合せ件数については、新型コロナウイルス感染症の影響により実施が見送られた案件があり、また、市内企業と東日本地域の企業の連携及びマッチングが不十分であったため、目標である80件を達成できませんでした。			
事業としての目標指標	達成度	分類	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度(評価年度)
① センター等での商談・打合せ件数	C	目標		50件	70件	80件
	コロナ影響有	実績	実施計画策定	0件	68件	40件
総合戦略KPI		改定情報		—	—	—

Check(評価)			
事業を取り巻く外部要因の変化	定量的変化	今年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受け、シティプロモーション等のイベント中止・縮小を余儀なくされたものの、昨年度の来場者数約78万人に匹敵する約70万人が来場しました。	
	定性的変化	各自治体がセンターを活用したシティプロモーション等のイベントを開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響から開催中止・延期・縮小を余儀なくされていますが、オンラインツールの活用等により、ウィズコロナ・アフターコロナを踏まえ、従来とは異なるイベント開催の方法を模索しています。	
前年度に計画したAction(改善)に対する取組結果	計画内容	・1階シティプロモーションフロアについては、利用料金にフロアの使用だけでなく、企画のアドバイスや各種広報媒体を活用したPRを行うなど付加価値をつけて自治体等に案内します。 ・2階ビジネス交流サロンについては、会議室のPR促進のため、民間事業者による会議室予約システムを活用します。	
	取組結果	・1階シティプロモーションフロアについては、上記取組を行ったものの、新型コロナウイルス感染症の影響等により出展自治体数の増加までは至りませんでした。 ・2階ビジネス交流サロンについては、民間事業者による会議室予約システムによる効果的なPRを行い、利用件数の向上に努めました。	
事業の項目別評価	評価区分	評価理由	
	①組織連携・PPP・協働 (事業を進めるうえで、他課、他団体、市民等と連携しているか)	I 連携している II 取組が不足している I	さいたま商工会議所、さいたま観光国際協会及び庁内関係各課と連携しながら東日本連携センターの運営をしました。東日本を中心とした地域の自治体、観光協会等の関係団体と連携し、シティプロモーションイベントを19回実施することで、地域の魅力的な情報を来場者に発信するとともに、東日本の特産品を扱う市内事業者を「まるまるひがしにほんの店」として登録し、特産品やイベント・商談会情報を提供しました。
	②効率性 (事業の費用対効果を高めるための取組を行っているか)	I 取組を行っている II 取組が不足している I	これまでの紙媒体の広報(広報誌、チラシ、ポスター等)を削減し、その代わりにインターネットを活用した広報活動(ホームページの改善、Youtube広告、Google広告、LINE、Facebook)を通じて効果的なPRを行いました。
③広報・周知活動等の結果 (事業を知ってもらうための広報、営業活動等により対象者にアプローチできているか)	I アプローチできている II アプローチが不足している I	新型コロナウイルス感染症の影響により域外への移動規制又は自粛が続いたため、広報誌の発行や自治体訪問等、従来のPR方法を大幅に見直しました。具体的には、Youtubeにまるまるひがしにほんの施設や活用方法を紹介する広告動画を掲載するとともに、公式HPに360度カメラで施設内を撮影した画像を掲載したほか、オンラインツールを活用して自治体へのPRを行いました。	
施策(成果指標)への貢献度	評価区分	評価理由	
	I 貢献している II 一定程度貢献している I	東日本を中心とした地域とのネットワークを構築しながら継続的な情報交換を進め、センターから情報発信を行うことで、東日本の商材の販路拡大、商談会等によるビジネスマッチング機会の創出等につながる機会が増えました。魅力的な商材を市内事業者が扱うことは、各事業者の集客に寄与していると考えています。	

Action(改善)		
改善内容と事業の方向性	改善する項目	改善内容
	① 組織連携・PPP・協働 ② 効率性 ③ 広報・周知活動等の結果	・東日本連携センターを核としたマッチングをより一層推進します。 ・まるまるひがしにほんの店の登録店舗数増加並びにセンターとの連携強化に努めます。
	①	改善理由 市内企業と東日本地域の企業の連携及びマッチングをより一層推進してくことが、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた地域経済の立て直しに繋がると考えるためです。
	事業の方向性 新型コロナウイルス感染症の影響により、シティプロモーションや商談会、セミナー等のイベントに影響が出ている状況ですが、本市企業のビジネスチャンス拡大を図るため、オンラインツールの活用等によりウィズコロナ/アフターコロナにおいても、市内企業と東日本地域の企業のビジネスマッチング支援を引き続き推進します。	

総合振興計画 後期実施計画(計画期間:平成30年度~令和2年度)の実施状況に対する評価				
計画期間の事業の達成度	最終目標	実績	達成度	
C コロナ影響有	目標指標①	令和2年度までの3年間の累計で200件	令和2年度までの3年間の累計で108件	C コロナ影響有
	目標指標②	—	—	—
	目標指標③	—	—	—
	目標指標④	—	—	—
	目標指標⑤	—	—	—
	目標指標⑥	—	—	—

さいたま市では、以下の考え方に基づき外部評価を実施してきました。

基本的な考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・所管課による内部評価とあわせて、計画の進行管理におけるPDCAサイクルの点検（Check）として実施。外部評価の結果を踏まえ、事業の見直し・改善を実施。
開催時期	<ul style="list-style-type: none"> ・評価結果を次年度事業へ速やかに反映させるため、毎年度前半に開催
委員構成	<ul style="list-style-type: none"> ・市民委員と産官学金労言士の有識者（10～15名程度）
評価対象	<ul style="list-style-type: none"> ・総合振興計画等の各事業から、以下の観点により選定。 <ul style="list-style-type: none"> ①成果指標のうち進捗に遅れのみられる事業群から選定された事業 ②国の地方創生推進交付金を活用している事業 ・個別の事業だけでなく、施策や上位目標の成果指標を意識した事業群についても評価を実施。
評価方法	<ul style="list-style-type: none"> ・市側と委員が「対立」ではなく、「ともに」事業をより良くすることを主眼とし、ワークショップ形式（付箋を使った自由な意見交換）で問題点を洗い出し解決案をまとめていく。

委員会意見等を踏まえた事業の見直し例

委員会の意見等を受けて、これまでに事業の見直しを行った主な事例として、以下のようなものがあります。

外部評価の結果（報告書より抜粋）			実施計画への反映
【分野】 評価対象事業	委員会からの意見	担当課の方向性	
【環境・アメニティ】 エコ・モビリティ推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・転居を契機に市民の公共交通への利用転換を促すことは効果的であることから、市民向けの取組については、対話によるさらにきめ細やかな働きかけも期待したい。 ・公共交通へ利用転換した人数を計測する等、取組結果の効果測定の実施を将来的に検討されたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・転入を契機に区役所等の窓口でバス路線図等のツールを提供し、転入者の自動車の利用が定着する前に公共交通機関や徒歩、自転車の利用を促進する取組を継続いたします。（中略）担当部局と連携し、新たに健康づくりに係るツールを提供するなど時代のニーズに合った情報を提供してまいります。 ・市民に対する公共交通機関等への利用転換の取組の効果測定を行うこととし、実施計画に新たな目標指標を追加しました。 	<p>【令和元年度計画改定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業内容に「転入者を対象とした啓発ツールの配布その他の啓発」を実施することを明記。 ・目標指標に「市民に対する公共交通機関等への利用転換の取組の効果測定」を追加
【健康・福祉】 高齢者の見守り活動の支援	<ul style="list-style-type: none"> ・活動自体の調査分析ができていない ・目標指標を変更する（例えば、見守り活動への参加者数等）。 	<p>今年度、実施計画を改訂し、見守り活動量調査という指標を新設しました。今年度は指標設定に向けた事前調査を行い、平成31年から活動量の把握をしていく予定です。</p>	<p>【平成30年度計画改定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標指標に「見守り活動量調査」を追加。 <p>【令和元年度計画改定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標指標に「見守り活動の活動者数」を設定。
【産業・経済】 地産地消事業、地場産農産物の農工商連携やブランド化の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・メディアミックスやブランド化のストーリーが大事。 	<p>ブランド化については、目標指標にブランド化農産物の認知度向上を追加し、今年度、ブランド化農産物の認知度調査を行い、現状を把握したうえで、来年度以降に認知度向上のための具体策を検討していきます。</p>	<p>【平成30年度計画改定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標指標に「ブランド化農産物の認知度向上」を追加。
【交流・コミュニティ】 自治会加入促進	<ul style="list-style-type: none"> ・自治会自身の情報発信力を高めるための支援や、未加入世帯が気軽に参加できるような仕掛けの提案、（中略）など、時代の変化に即した自治会の体質改善を促す取組を行う必要があるのではないかと。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自治会自身の情報発信力を高めるための支援としては、令和元年度は、市民活動サポートセンターと連携して広報セミナーを開催し、自治会の情報発信力を高める支援を行います。さらに、今後、市自治会連合会のホームページ構築の支援を行う予定です。 	<p>【令和元年度計画改定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業内容に「自治会活動の情報発信」に対する支援を行うことを追記。

議題（３）に関し御意見を頂きたい点

さいたま市では、新しい総合振興計画においても、外部評価を実施していく予定です。

これまでの実施結果を踏まえ、外部評価をより良いものとしていくため、課題や改善すべき点、期待する点など委員の皆様が感じたことがあれば、御意見をお寄せください。