

令和2年度

さいたま市外部評価委員会

評価報告書

令和3年3月

さいたま市外部評価委員会

本報告書は、さいたま市外部評価委員会の活動実績と、その活動の結果が市政にどのように反映されるのかを取りまとめ、市民向けに広く公表することを目的として作成されたものです。

目 次

	ページ
第1章 はじめに	
1 さいたま市外部評価委員会の位置付け	1
2 外部評価と市のPDCAサイクルとの関係	1
3 委員会開催スケジュール	2
4 外部評価（事業に対する意見交換）の進め方	2
（1）主眼	2
（2）意見交換の前提となる用語の整理	2
（3）事業の評価における観点	4
（4）具体的な進め方	4
（5）意見の取りまとめ	5
5 外部評価（事業に対する意見交換）の対象事業	5
第2章 外部評価の結果	
1 東日本連携（地方創生推進交付金を活用している事業）	8
（1）市の説明資料	8
（2）委員会からの意見と市の今後の方向性	24
資料	
さいたま市外部評価委員会設置要綱	-1-
さいたま市外部評価委員会 令和2年度委員名簿	-3-
さいたま市外部評価委員会への意見聴取の対象となる4つの計画の概要	-4-

第1章 はじめに

1 さいたま市外部評価委員会の位置付け

さいたま市外部評価委員会（以下「委員会」という。）は、「さいたま市総合振興計画後期基本計画実施計画、しあわせ倍増プラン2017、さいたま市成長加速化戦略及びさいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲載された施策及び事業に関する進捗度及び成果等について意見を聴取するため」（設置要綱より）に、平成30年5月に設置されました。



図1-1-1 さいたま市の4つの計画

2 外部評価と市のPDCAサイクルとの関係

各事業の実施状況については、事業所管課が自ら、事業評価シートを用いた点検を実施しており、各事業について、前年度の達成度の評価（A、B、C評価）を行うとともに、組織連携や広報・周知活動の状況など多面的な観点での振り返りを行っています。（以下「内部評価」という。）

委員会は、市民目線や専門的見地により、事業等に対する意見交換を行います。（以下「外部評価」という。）

内部評価及び外部評価はいずれも、市の4つの計画をPDCAサイクルに基づき進行管理する上での「Check（チェック、評価）」に当たるもので、市はこれらの結果を踏まえて事業等の見直し・改善（「Action（アクション）」）を検討していくこととなります。

3 委員会開催スケジュール

令和2年度の委員会は、新型コロナウイルス感染症の状況を鑑み、書面による意見聴取形式で開催しました。

開催スケジュールは表1-3-1のとおりです。

表1-3-1 さいたま市外部評価委員会 令和2年度開催スケジュール

	書面開催の期日	内 容
	6月24日(水) ～7月2日(木)	・委員長、副委員長及び委員長職務代理者の選出
第1回	7月1日(水) ～7月10日(金)	・議題(1)(東日本連(地方創生推進交付金を活用している事業)) ○「東日本広域連携事業」 ○「東日本連携拠点を核にしたビジネス交流の推進」

4 外部評価(事業に対する意見聴取)の進め方

(1) 主眼

外部評価は、市側と委員が“対立”するのではなく、“ともに”事業をより良くすることに主眼を置いて行っています。

例年、外部評価委員会はワークショップ形式で実施していましたが、今年度は各委員がそれぞれ書面により専門的見地からの意見やさいたま市へのアドバイスなどを出し合いました。

(2) 意見聴取の前提となる用語の整理

意見聴取の前提となる施策体系とその中で出てくる用語について、ここに整理します。(一般的又は学術的な用語としてではなく、さいたま市の施策体系における用語として掲載するものです。)

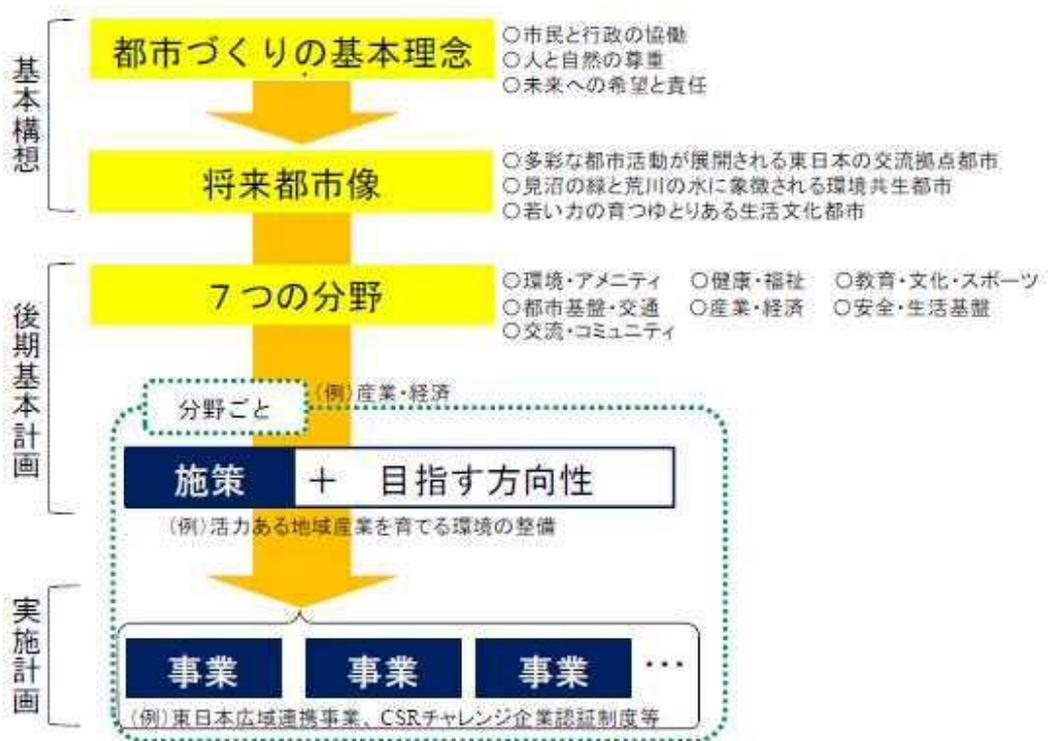


図1-4-1 総合振興計画の施策体系

【出典】令和2年度第1回さいたま市外部評価委員会におけるさいたま市からの説明資料

●「基本構想」、「基本計画」及び「実施計画」

総合振興計画は、本市の将来都市像や行政施策の大綱を掲げる「基本構想」、基本構想に基づき各行政分野の施策を総合的・体系的に示す「(後期)基本計画」、(後期)基本計画に定められた施策を展開するため、具体的な事業を定める「実施計画」の3層から構成されています。

このうち、「実施計画」については、内部評価及び外部評価の結果等を踏まえて、必要に応じて年次改定を行っています。

<総合振興計画の計画期間>

平成(年度)																	令和(年度)		
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	元	2
総合振興計画	基本構想 (H14.12議決)																		
	基本計画 (満了)										後期基本計画 (H25.12議決)								
	実施計画 (満了)				実施計画 (満了)				実施計画 (満了)				実施計画						

●「施策」、「目指す方向性」及び「事業」

総合振興計画では、市の描く将来都市像の実現に向けて、7つの行政分野に整理してさまざまな「施策」が示されています。

各「施策」に対しては、「目指す方向性」が掲げられており、市の目指していく方向性が定性的に述べられています。

市は、各「施策」を「目指す方向性」に向けて推進していくために、さまざまな「事業」を実施しています。

●「成果指標」と「目標指標」

施策や事業の進捗状況を可視化して把握するため、各施策の目指すゴールとして「成果指標」が、各事業の目指すゴールとして「目標指標」が設定されています。（成果指標は、市の事業実施による成果が必ずしも数値の増減に直結するものではないため、一つの“物差し”としてとらえる必要があります。）

（3）事業の評価における観点

事業の評価は、個々の事業がその上位の施策の「目指す方向性」や「成果指標」の実現・達成に結び付くように実施されているか、また、令和元年度の指摘を十分踏まえて取り組まれているかという観点で行いました。

以上の観点を踏まえた評価の視点を具体的に示すと、次のようになります。

◇ 事業の評価（個々の事業を評価する）

例えば…

- 事業の目標指標は適切か
- 事業ターゲットが施策の目指す方向性からずれていないか
- 事業の進め方は適切か
- 解決すべき課題があるか
- 事業をより良くするための方策（アイディア）はあるか

（4）具体的な進め方

事業の評価では、市の事業担当課が作成した市の説明資料に基づき事業の内容を確認し、その後、各委員がそれぞれ事業の課題や問題点、事業をより良くするための方策（アイディア）等について、意見書に書き出しました。

(5) 意見の取りまとめ

事業に対し各委員から書面で提出された意見を「委員会意見の要点」として取りまとめました。

5 外部評価（事業に対する意見聴取）の対象事業

外部評価（事業に対する意見聴取）の対象となる事業は、さいたま市により表1-5-1のとおり選定されました。

表1-5-1 令和2年度の外部評価対象事業

選定の観点	外部評価対象事業
国の地方創生推進交付金を活用している事業	(東日本連携（地方創生推進交付金を活用している事業)) ① 東日本広域連携事業 ② 東日本連携拠点を核にしたビジネス交流の推進

【事務局注記】

国の地方創生推進交付金を活用している事業について
東日本連携に係る2事業で地方創生推進交付金を活用しており、これら2事業は「さいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の中で位置付けているものです。
これらの事業は、令和元年度に実施した外部評価委員会においても評価対象事業となっています。

第2章 外部評価の結果

(1) 市の説明資料の見方

○ 計画の概要資料：

評価対象事業が位置付けられている「さいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方や計画期間、基本目標などがまとめられた資料。

○ 事業説明資料：

事業概要、事業イメージ、具体的な事業内容、事業の結果、内部評価概要及び委員会開催時点で事業所管課が考えていた今後の方向性についてまとめられた資料。

○ 昨年度の外部評価とそれを踏まえた取組状況：

昨年度実施した外部評価における委員会からのメッセージ等を踏まえた具体的な取組状況や、依然として残る課題についてまとめられた資料。

○ 令和元年度の取組について市が実施した内部評価

市が実施した内部評価の結果。(委員会開催時点の暫定稿)

令和元年度事業評価シートの最終決定稿は市ホームページでご覧になれます。

トップページ > 市政情報 > 政策・財政 > 計画・構想 > 総合振興計画

> 実施計画 > 後期基本計画後期実施計画 > さいたま市／総合振興計画
後期基本計画 後期実施計画の令和元年度実施状況について

<https://www.city.saitama.jp/006/007/004/011/006/001/002/p076151.html>

(2) 委員会からの意見と市の今後の方向性の見方

○ 委員会意見の要点：

各委員より提出された意見をもとに、対象事業に対する課題や問題点、事業をより良くするための方策（アイデア）を委員会意見としてまとめ、掲載しています。

○ 委員会からの意見を踏まえた市の今後の方向性：

委員会意見の要点を踏まえて、事業の今後の進め方について、市の令和2年12月現在での方向性や考えを示しています。

※ 新型コロナウイルス感染症を踏まえた意見とそれに対する市の方向性については、別途整理しています。

1 東日本連携（地方創生推進交付金を活用している事業）

（1）市の説明資料

さいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略

第1章 基本的な考え方

1 総合戦略の位置付け

(1) 法律及び国の総合戦略との関係

- ・「さいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「本総合戦略」）は、まち・ひと・しごと創生法第10条の規定に基づき、国の「総合戦略」を勘案して定めるとともに、東京圏に位置する本市ならではの地方創生の形を盛り込むことで、本市のみならず、日本全体のまち・ひと・しごと創生に寄与することを目指した計画

(2) 市の他の計画等との関係

- ・本総合戦略は、「さいたま市総合振興計画」「しあわせ倍増プラン」「さいたま市成長戦略」の取組を踏まえ、「人口減少克服」の観点から国に合わせ再構築を図った総合的かつ体系的な計画

(3) さいたま市人口ビジョンとの関係

- ・本総合戦略は、「さいたま市人口ビジョン」における「目指すべき将来の方向」「人口の将来展望」などを踏まえた6年間の具体的な取組を取りまとめた計画

2 まち・ひと・しごと創生に関する本市の考え方

- ・本市の基本的視点及び基本的な考え方を、次のとおり設定

(1) 人口増と「住みやすさ」の向上

- ⇒ 若い世代にとって子育てが楽しくなる施策推進等による、年少人口・生産年齢人口の増加
- ⇒ 都市の利便性、身近な自然、安全なまちといった本市ならではの「住みやすさ」を一層向上

(2) 全ての世代の活躍

- ⇒ 急速かつ大規模な高齢化への対応として、全ての世代が健康で活躍できる環境づくりを目指す

(3) 産業の創出・強化と地域経済の活性化

- ⇒ ビッグイベント等により交流人口を増やし、都市イメージの向上で更なる定住人口等を増加
- ⇒ 高い付加価値を生み出せるものづくり産業の創出・強化、交通アクセスを高めることによる「東日本のハブシティ」としての発展

(4) 広域連携と交流強化

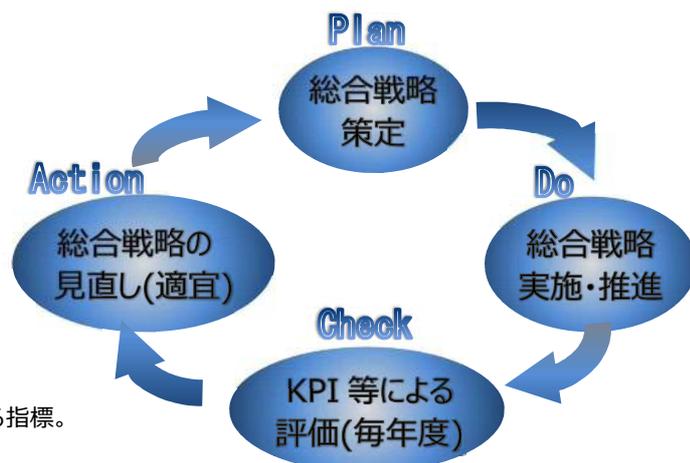
- ⇒ 東京圏と、北海道、東北地方や上信越、北陸地方との広域的な連携・交流の強化

3 計画期間

- ・本総合戦略の計画期間は、2015（平成27）年度から2020（令和2）年度までの6年間
※本総合戦略は、令和元（2019）年度改定において計画期間を1年延長し、令和2年度までの計画としました。

4 フォローアップ

- ・本総合戦略を実効的に推進していくため、数値目標や重要業績評価指標（KPI*）を基に、(1) 各年度における達成度の評価及び効果の検証、(2) 必要に応じた総合戦略の見直しといった「フォローアップ」を適切に実施



【用語】 * K P I : Key Performance Indicator の略称。

施策ごとの進捗状況を検証するために設定する指標。

第2章 5つの基本目標

基本目標(1) 次代を担う人材をはぐむ 「若い世代をアシスト」

★数値目標 ①年少人口	172,500人
②転入超過数	12,300人/2020年

- 基本的方向① 安心して子どもを産み育てることのできる環境づくり
- 基本的方向② 次代を担う子ども・若者の育成

基本目標(2) 市民一人ひとりが元気に活躍する 「スマートウェルネスさいたま」

★数値目標 ①65歳の健康寿命	男19年、女22年
-----------------	-----------

- 基本的方向① 市民一人ひとりの健幸づくり
- 基本的方向② 高齢者が活躍するまちづくり

基本目標(3) 新しい価値を創造し、革新(イノベーション)する 「産業創出による経済活性化」

★数値目標 ①法人市民税法人税割額の納税義務を負う企業数	14,900社
②市内事業所数	42,600事業所
③市内事業所従事者数	549,900人

- 基本的方向① 企業間競争を勝ち抜くための高付加価値の産業創出
- 基本的方向② 多様な人が働ける環境づくりと就労の促進

基本目標(4) 自然と共生しながら、都市の機能を向上する 「上質な暮らしを実現できる都市」

★数値目標 ①市民1人当たり温室効果ガス排出量	3.13t-CO ₂
②さいたま市内駅乗降客数	2,000,000人/日

- 基本的方向① ライフスタイルの転換を促す低炭素なまちづくりの推進
- 基本的方向② 東日本のハブシティに向けた都市機能の向上

基本目標(5) みんなで安全を支える 「安心減災都市」

★数値目標 本市に「災害に強く、治安のよいまち」というイメージを持っていると回答した市民の割合	32.0%
---	-------

- 基本的方向① 日頃から支え合う地域づくりの促進
- 基本的方向② 災害に対する備えの強化
- 基本的方向③ 広域防災拠点都市づくり

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、大宮駅と新幹線でつながる沿線をはじめとした25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、東日本連携推進協議会において市内民間事業者と情報交換を行い、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

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	—

○令和元年度の連携事業数28事業(主な事業は以下)

①東日本連携都市との連携事業

- ・東日本連携EXPOでは、まるまるひがしにほんで連携都市が合同でシティプロモーションを実施するとともに、第5回東日本連携・創生フォーラムを18都市参加により開催。東京2020大会を契機とした連携事業について検討し、実施が決定。
- ・南魚沼市の雪を活用した暑さ対策など17の連携事業が行われた。

②東日本の商材の販路拡大事業の実施

- ・そごう大宮店で2回、大宮高島屋で1回など、東日本の商材を販売する催事等が7事業行われた。
- ・埼玉りそな銀行主催「農と食の展示・商談会」で東日本の事業者5者の出展をサポートなどが3事業行われた。

③大宮駅周辺回遊事業

駅周辺の回遊促進と東日本連携PRのため、謎解きイベント「大宮からの挑戦状vol.2」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〕

○百貨店による催事をはじめ、ホテルのレストランを活用した取組などにより、民間事業者による東日本の商材、地域文化の紹介が行われると同時に東日本の事業者の取引機会が創出されている。また、令和元年度から東急ハンズ大宮店が東日本連携推進協議会の事業を新たに始めるなど、東日本の「ヒト・モノ・情報」の新たな流れが生まれつつある。

○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、令和元年度は約3,100人の参加（平成30年度は約1,000人）があり、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〕

○令和2年度の東京2020大会を東日本全体の経済活性化の契機と捉え、訪日外国人を対象に日本酒の魅力を伝えるとともに、日本酒の試飲・販売を行い、新たな顧客層の開拓を目的としたイベントを開催し、東日本地域へのインバウンドの推進をすることとしていた。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、本大会が延期となったため、本イベントも今年度の開催を延期としたが、令和3年度の企画に向けて、連携都市と検討を続けている。

6 今後の方向性

○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。その一つの取組として、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。

○東京2020大会の開催後の連携に向けては、今年度の東日本連携・創生フォーラムにおいて引き続き議論し、新たな連携事業を企画していく。

○令和2年度に地方創生推進交付金が最終年度を迎えるため、財政支援の確保のため内閣府と調整していく。

[東日本連携①] 東日本広域連携事業

1 平成30年度の取組に対する委員会からのメッセージ

メッセージ原文を事務局で項目ごとに整理しています。

(1) 東日本連携による市内経済への効果の追跡

KPIとして、連携事業の数をあげているが、それによって市内企業がどれだけ売り上げを伸ばせるのか、市内企業のメリットを一層明確にするなど、東日本連携による市内経済への効果を追跡していくことが必要ではないか。

(2) さいたま市と連携するメリットの打ち出し

また、さいたま市が東日本の連携拠点であることを、市内だけではなく東日本全域で一層浸透させていくためにも、さいたま市と連携するメリットを、さらに打ち出していく必要がある。

この事業においては、東日本の復興に寄与するという視点は堅持して進めるべきであると同時に、県内市町村にもPRの場としてさいたま市を一層活用してもらうことでメリットをもたらすなど、近隣自治体との連携の深まりにも期待したい。

(3) 戦略的地域ブランディングの確立

いずれにせよ、この事業は、さいたま市のブランディングという点で、大きな可能性を秘めており、戦略的地域ブランディングをいかに確立していくかの議論を深め、今後の事業展開につなげていくことを期待したい。

2 委員会からのメッセージを踏まえた市の今後の方向性

(1) 東日本連携による市内経済への効果の追跡

東日本連携による市内経済への効果を追跡していくことについては、経済効果は景気など、さまざまな要因により影響されるため、明確に示すことは困難と考えます。このため、今後もKPIとしては連携事業の数を掲げてまいります。

(2) さいたま市と連携するメリットの打ち出し

なお、大宮駅周辺の大型商業施設などから構成される「東日本連携推進協議会」が各大型商業施設や共同プロモーションにおいて東日本の特産品を取り扱う様々なイベントを行うことで、大宮に東日本の特産品が集まるイメージが定着化しつつあるものと認識しており、この取組が東日本及び市内の企業へのメリットを生み出しているものと考えております。

県内市町村との連携については、まるまるひがしにほん（東日本連携センター）において、5月に連携協定を締結した小江戸川越観光協会及び従前から連携協定を締結している秩父観光協会と合同でイベントを開催いたしました。今後も、県内市町村との連携も含めて、東日本連携の取組を広げたいと考えております。

(3) 戦略的地域ブランディングの確立

本市は、将来都市像として「東日本の交流拠点都市」を掲げ、新幹線6路線が乗り入れる大宮駅を有する「東日本の玄関口」という地理的優位性を生かして、東日本地域全体の活性化を目指した取組を進めています。今後も東日本連携・創生フォーラムにおける情報共有の機会やまるまるひがしにほん（東日本連携センター）という拠点を生かしながら、各自治体にとってのシティプロモーションや地域交流の場として、企業にとっての販路開拓やテストマーケティングの場としての本市のブランディングを進めてまいります。

3 1 及び 2 を踏まえた令和元年度の具体的な取組状況や課題

(1) 東日本連携による市内経済への効果の追跡

市内で実施される連携事業には一定の集客効果があり、それにより周辺施設への人の流れを生み出していると考えています。例えば、東日本連携都市の南魚沼市の雪を活用した連携事業は「東日本連携による雪を活用した熱中症予防対策実証事業」として環境省の事業に採択される取組であり、東京2020大会での実施に向け、さいたま市と連携して取組を行いました。令和元年度は大会本番に向け、競技会場として予定されていた埼玉スタジアム2002及びさいたまスーパーアリーナで雪のクーラーやスノーパックを用いて熱中症予防対策を実施しました。こうした連携の取組は年々増加しており、平成29年度が12事業の実施だったのに対し、令和元年度は、28事業に取り組んでいます。

また、東日本連携推進協議会が開催した謎解きイベント「大宮からの挑戦状vol.2」では、東日本の特産品等をPRしながら大宮周辺の回遊促進を図りました。参加者には協議会参加店舗で使えるクーポン券の配布や東日本の特産品を景品としてプレゼントし、3日間で約3,100人が大宮に集まりました。

東日本商材の販路拡大については、埼玉りそな銀行主催の「農と食の展示・商談会」への出展サポートを行っており、東日本の商材を市内外の企業とマッチングする機会を創出しています。平成30年度は4社の参加でしたが、令和元年度は5社の参加となりました。今後は、商談会など販路拡大については、まるまるひがしにほんにおいて開催を企画していきます。

(2) さいたま市と連携するメリットの打ち出し

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」では、構成員の各大型商業施設の催事や共同プロモーションにおいて東日本の特産品を取り扱う様々なイベントを行い、販路拡大の機会創出を図っています。また、協議会事業に東急ハンズ大宮店も加わり、より東日本の魅力を発信する機会が増加しています。

例えば、大宮高島屋は東日本各都市と連携し、物産や観光情報を集めた「東日本グルメ紀行」を開催し、高島屋のバイイングノウハウを生かして実演販売等を行いました。

また、大宮駅周辺の回遊と東日本連携のPRを目的としている協議会の共同プロモーション「大宮からの挑戦状vol.2」（謎解きイベント）は、市内の全小学校にチラシを配布したこともあり、参加者が平成30年度の約1,000人から令和元年度は約3,100人に増え、イベントの認知度の高まりが伺えます。

これらの取組により東日本の特産品が大宮に集まるイメージが定着化しつつあるものと認識しており、商材の販路拡大により東日本及び市内の企業へのメリットにつながるものと考えています。

また、県内市町村との連携については、さいたま観光国際協会が連携協定を締結した小江戸川越観光協会及び従前から連携協定を締結している秩父観光協会との合同イベントをはじめ、北本市、白岡市、川越市がシティプロモーションイベントで活用するなど、県内市町村の利用も増え始め、活用事例の提供や広報活動により施設の認知度が向上していると考えられます。今後は、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」と協力し、シティプロモーションイベントと連携することで、市内の地域活性化及び東日本商材の販路拡大を図り、さいたま市と連携するメリットとしていきたいと考えています。

(3) 戦略的地域ブランディングの確立

本市は、国の定める「国土形成計画 首都圏広域地方計画」において「東日本の対流拠点」と位置づけられています。

また本市の次期総合振興計画の中でも目指す将来都市像の一つとして「東日本の中枢都市」を掲げており、拠点性を生かした広域的観点での役割が期待されています。

三位一体による大宮のまちづくりを定めた「大宮駅グランドセントラルステーション化構想」では、この拠点性の機能強化を目指しており、大宮に「ヒト・モノ・情報」がさらに集まり、交流することで、東京圏と北海道、東北圏、北陸圏との連携の拠点としての本市の価値が高まっていくと考えています。

[東日本連携①] 令和元年度 事業評価シート

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	令和元年度	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)	14,581社 (R1)	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するため。				
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。				
令和元年度の取組内容 (計画時点)	交通の結節点としての地の利を生かし、東日本連携都市による「東日本連携EXPO」を開催し、フォーラムの実施と東日本連携センターを活用した連携シテ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。				
令和元年度	当初予算額(円)【前年度繰越額を含む】	割合	決算額(円)【翌年度繰越額を除く】	割合	
事業費<A>	34,194,000	100%	33,650,539	100%	
財源内訳	一般財源	19,874,000	58.1%	19,372,312	57.6%
	国・県支出金	14,347,000	42.0%	14,278,227	42.4%
	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 (1.80 人) × 職員1人当たりの人件費		15,091,200		
総コスト(円)<A+B>			48,741,739		

Do(結果)

事業の達成度	B	令和元年度の取組実績 (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】連携事業28事業実施 【未達成】なし			
事業としての目標指標	達成度	分類	平成29年度(参考)	平成30年度	令和元年度(評価年度)	令和2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	
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

令和元年度の取組について市が実施した内部評価

㉔Check(評価)

事業を取り巻く外部要因の変化	定量的変化	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、昨年度の参加人数1,000人(2日間)を上回る約3,100人(3日間)が参加し、東日本連携の取組みについて認知度は上がっています。	
	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	・東日本連携各都市との連携事業の拡大を目指します。 ・東日本連携各都市と情報交換を行い、市内で行う催事・イベント等で東日本地域のPR活動方法等を検討します。	
	取組結果	東京2020大会を契機とした連携事業の検討をはじめ、新たな連携事業の取組みがありました。また、東日本連携EXPOでは東日本連携7都市が東日本連携センターで連携シティブロモーションを行い、それぞれの地域のPRを行いました。	
事業の項目別評価		評価区分 評価	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	東日本各都市、各地域の商工会議所や市内民間事業者等と連携し、東日本の商材を販売する催事及び地域文化を発信するイベントの開催に加え、東京2020大会を見据えた共同プロモーション「大宮からの挑戦状」(謎解きイベント)による街の活性化やインバウンド向けのパンフレット作成支援などに取り組みました。また、金融機関が実施する農業と食に関する展示・商談会において、東日本各都市の生産者の出展ブースを設けました。(農と食の展示・商談会出展した東日本都市の企業数は5企業。)
	I 取組を行っている II 取組が不足している	I	東日本連携EXPOの開催について、公募型プロポーザル方式により業者選定を行うことで、民間事業者のノウハウを最大限活用した効果的な事業を実施しました。また、農と食の展示・商談会では、出展者の費用負担の考え方を整理し、1出展者あたりにかかる市の負担額を減らし、出展者を昨年度の4企業から5企業へ増加しました。
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	東日本連携推進協議会の実施する催事等を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」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。(3日間で約3,100人が参加)
	I 貢献している II 一定程度貢献している	I	個別連携事業をフォーラムの場で報告してもらうことで、これまでも上田市のスポーツコンテンツを利用した連携など、他の連携都市への事業の横展開が図られており、その取組の一環で東日本連センターで有名選手のトークショーなどスポーツと地域連携のPRを行い、多くの来場者があり、大宮の街がにぎわったことから、中長期的にみて成果指標の向上に一定程度貢献していると考えます。
施策(成果指標)への貢献度 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		評価区分 評価	評価理由

㉕Action(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	①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。
		改善理由
	①	①連携を深めることで、両者の東日本連携の取組を効率的にPRするとともに、東日本の商材の販路拡大の機会を増やします。
	事業の方向性(次年度・次期実施計画も含む)	
新型コロナウイルス感染症の影響により、連携事業の中断などの影響が出ている状況ですが、令和3年度の東京2020大会を見据え、新たな連携事業の検討を引き続き行います。		

[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

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78万人。（令和2年3月31日時点）

○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〕

○122,103千円（うち地方創生推進交付金充当額：50,769千円）

〔事業開始年度〕

○平成27年度

2 事業イメージ

施設のコンセプト

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



施設の外観



会議・セミナー



製品のプレゼン



交流体験(会津若松市)



地域の方との交流イベント(長岡市)



特産品PR(上田市)



商談会(函館市)

3 具体的な事業内容

- 「ヒト・モノ・情報」の交流・発信拠点であるまるまるひがしにほんを運営し、東日本を中心とする各都市との連携により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、東日本全体の経済活性化と商材の販路拡大を行った。
- 地域の方との交流イベントを開催し、交流人口の拡大を図った。
- 東日本連携推進協議会の事業との連携、市内事業者への特産品情報の提供など民間企業者との連携も行った。

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	—

- 商談・打合せ件数 68件
東日本の自治体及び商工会議所による市内企業との商談会や飲食店を対象とした特産品の調理法の紹介と試食会、センターに配置しているビジネスコーディネーターによる商談会やセミナーなどビジネスマッチングの取組のほか、個別の商談での利用があった。
(2階利用回数：会議・セミナー56回、商談68回、イベント31回 計155回)
- 民間企業の会議・セミナー利用、自治体の移住相談会など2階の利用目的は多岐にわたる。
- シティプロモーションイベント 58件
連携都市をはじめ、延べ90自治体・団体が実施し、地域の魅力発信や特産品のテスト販売や市民との交流イベント等を行った。

5 内部評価（成果指標への有効性・貢献度等）

- [有効性・貢献度]
○東日本を中心とする地域とのネットワークを構築しながら継続的に情報交換を進め、市内企業へ魅力的な特産品の情報発信をすることで販路拡大の機会を創出し、各企業の商品・サービスの向上が図られ、「ヒト・モノ・情報」の交流を促進し、新たなビジネスの創出などの取組により東日本全体の経済活動の活性化を推進している。
- [事業の執行過程で判明した課題]
○市内企業と東日本地域の企業との取引機会を拡大するため、ビジネスコーディネーターによる企業向けの意見交換会やセミナーを行ったが商談・打合せ件数は目標を下回った。市内外の事業者に施設についての周知を徹底し、商談での利用を増やすことが課題である。
- 東日本の特産品を取り扱う市内事業者「まるまるひがしにほんの店」は、令和元年10月から募集して現在11店舗（令和2年5月時点）の登録があり、本施設にイベント出展する自治体の特産品情報やセミナー・試食会の情報を登録店舗に発信した。今後は、店舗情報を当施設の来場者に発信するなど店舗との連携を促進し、店舗を増やすことで販路拡大の機会を創出し、市内の消費拡大につなげることを目指す。

6 今後の方向性

- 2階では、コーディネーター主催の商談会等をきっかけにビジネスマッチングした事例を施設で紹介するほか、今後は製品のテスト販売やPRの場を提供することで事業者に魅力的な施設とする。
- シティプロモーションイベントを魅力的に発信し、集客及び関係人口の拡大を目指し、「まるまるひがしにほんの店」を連携させた取組を実施することで、商材の販路拡大と地域経済の活性化を図る。
- 令和2年度に地方創生推進交付金が最終年度を迎えるため、財政支援の確保のため内閣府と調整するとともに、自立化を見込み施設運営ができる組織の検討を図る。

[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

1 平成30年度取組に対する委員会からのメッセージ

メッセージ原文を事務局で項目ごとに整理しています。

(1) 収益構造の確立と市内企業への利用メリットの浸透

東日本連携センター“まるまるひがしにほん”は、オープンから3か月を経過した現在(※)、所管課の想定を上回る集客実績を上げているが、収益構造の確立や、市内企業への利用メリットの浸透という点に今後の課題が残されている。

これらの課題を克服していくためにも、東日本の連携拠点がなぜさいたま市にあるのかという点のアピールや、企業のマーケティング上のテストベッドとしての有効性をさらにアピールする工夫が必要である。

特に、ビジネス交流拠点としての機能を高めていくのであれば、市内の中小ものづくり企業への寄与など、市内企業のメリットやそのための戦略を明確にすべきであり、ものづくり企業のアピールの場としての魅力向上(1階でも企業の技術のPRができるようにするなど)を期待したい。

※委員会を開催した令和元年7月時点

(2) プロモーション機能の向上と既存アンテナショップとの差別化

シティプロモーション機能に関しては、駅構内からも出展中の自治体が見えるような工夫や、近隣の店舗とのコラボレーションなど、周辺と一体となったプロモーション機能の向上を図ると同時に、既存のアンテナショップとの差別化を意識した事業展開が必要である。

2 委員会からのメッセージを踏まえた市の今後の方向性

(1) 収益構造の確立と市内企業への利用メリットの浸透

まるまるひがしにほん(東日本連携センター)は、令和元年12月時点で開設から8か月が経過し、東日本の特産品が買え、日本酒が試飲できる施設として、市民を中心に認知され始めたところです。

一方、収益構造の確立が課題であるというご指摘については、当課でも認識していることから、稼働率向上の対策として、シティプロモーション機能を持つ1階については、行政のシティプロモーションだけでなく、東日本連携に資する民間の利用も、今後検討していきます。また、ビジネス交流サロン機能を持つ2階については、貸会議室やコワーキングスペースとしての活用を促進できるよう、ホームページ、店頭及び広報誌等による周知を進めてまいります。併せて、施設の有効活用という観点では、店頭でのにぎわい創出や2階への導線について、看板やのぼり、案内など改善を重ねていくところです。

次に、市内企業へのメリットの浸透という点については、市内企業にとってより魅力ある施設にするため、ビジネス交流サロンに配置した専門のコーディネーターが市内ものづくり企業を対象にニーズ調査を行いながら、本年は企業向けの意見交換会や本市の強みである産業分野をテーマにした光学産業サミットなどを実施したところです。引き続き、市内企業のニーズ・シーズマッチングの場としての検討を行い、市内企業へのメリットを訴求してまいります。

(2) プロモーション機能の向上と既存アンテナショップとの差別化

また、近隣店舗とのコラボレーションについては、東日本地域の特産品やイベント情報を取り扱う市内飲食店等との連携事業「まるまるひがしにほんの店」制度を本年10月に創設しました。引き続き、周辺と一体となったプロモーションを進めてまいります。

今後も、「東日本のヒト・モノ・情報の対流拠点」という施設コンセプトを明確に打ち出した取組を促進しつつ、ビジネス交流機能を有するという本施設の特色を生かした事業展開を図ってまいります。

3 1 及び 2 を踏まえた令和元年度の具体的な取組状況や課題

(1) 収益構造の確立と市内企業への利用メリットの浸透

1階については、行政のシティプロモーションイベントをメインとして活用してきましたが、行政以外の利用もありました。日本スカイランニング協会は上田市（長野県）、三条市（新潟県）、みなかみ町（群馬県）と連携して同スポーツの普及、国内外からの誘客を目的としたイベントを実施しました。また、JAアオレン（青森県農村工業農業協同組合連合会）は独自開発した製法で作ったりんごジュースとその技術のPRを行いました。

2階については、貸し会議室及びコワーキングスペースとしての利用促進を図り、店内外での周知、広報誌やフリーペーパーを活用した幅広い広報を行うことで会議室の利用は増えてきましたが、コワーキングスペースとしての利用はありませんでした。令和2年度は会議室利用とともにコワーキングスペースの稼働率を向上するために認知度を高める必要があると考えています。

また、センターでは専門のコーディネーターによるビジネス交流や意見交流会を通じて市内事業者の技術を生かした商品のプレゼンや、東日本地域の技術を市内事業者に紹介することで、マッチングの機会を創出しています。令和2年度は、栃木県と東京都板橋区と連携して「光学産業サミット」を開催し、光学関連企業や行政、大学関係者参加のもと企業の提携ニーズの紹介などを行い、交流を行いました。

今後は、マッチングをきっかけにして開発された製品をセンターで披露・販売するなどセンターを活用し広く情報提供し、経済活性化を図ることで、それを市内企業のメリットとしていきます。

ご指摘の収益構造の確立についてはまだ解決しておらず、引き続き課題として検討していきますが、これらの取組によりセンターの魅力を高め、施設の稼働率向上を図ります。

※スカイランニングとは、山岳（超高層ビル）を空に向かって駆け登るスポーツのこと

(2) プロモーション機能の向上と既存アンテナショップとの差別化

「まるまるひがしにほんの店」は5月末現在で11店舗の登録があり、シティプロモーションイベントで販売する特産品のリストや試食会の情報を提供し、販路拡大の機会を設けてきました。現在、施設に設置の大型デジタルサイネージとホームページで店舗の情報を発信しており、今後はシティプロモーションでPRする商品を「まるまるひがしにほんの店」で商材の販路拡大を図るとともに市内事業者の集客及び消費拡大を推進する取組を検討しています。

また、函館市（北海道）がシティプロモーションイベントを開催すると同時に、2階ビジネスサロンでは函館商工会議所とさいたま商工会議所の共催による商談会を実施しました。商談会には函館市から7社、さいたま市から10社の参加があり、それぞれ商談を行いました。商談会に参加した事業者は、1階でのテスト販売とアンケート調査を行い、商品開発に役立てました。

シティプロモーションイベントと商談会を連動して地域の魅力をPRできる機能をはじめ、大宮の地の利を生かし東日本の「ヒト・モノ・情報」を集め、交流させることでセンター中心に関係人口を創出し、地方創生に貢献できるのが既存のアンテナショップとは違うセンターの特色であると考えます。

[東日本連携②] 令和元年度 事業評価シート

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	倍増	—	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	令和元年度	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)	14,581社 (R1)	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。				
令和元年度の取組内容(計画時点)	東日本連携センターを運営します。また、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、東日本商材の販路拡大を図る商談会等を実施します。				
令和元年度	当初予算額(円)【前年度繰越額を含む】	割合	決算額(円)【翌年度繰越額を除く】	割合	
事業費<A>	127,496,000	100%	122,102,778	100%	
財源内訳	一般財源	74,867,000	58.7%	71,332,900	58.4%
	国・県支出金	52,629,000	41.3%	50,769,878	41.6%
	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 (1.73 人) × 職員1人当たりの人件費		14,504,320		
総コスト(円) <A+B>			136,607,098		

Do(結果)

事業の達成度	B	令和元年度の取組実績 (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】令和元年度は自治体等によるシティプロモーション等イベントを58回実施し、約76万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、商談会や東日本地域の方との交流会の実施、市内の商店街・事業者と連携し地域を盛り上げる取組も行いました。 【未達成】概ね達成した。			
事業としての目標指標	達成度	分類	平成29年度(参考)	平成30年度	令和元年度(評価年度)	令和2年度
① センター等での商談・打合せ件数	B	目標		50件	70件	80件
		実績	実施計画策定	0件	68件	
総合戦略KPI	改定情報			—	—	—

令和元年度の取組について市が実施した内部評価

③check(評価)

事業を取り巻く外部要因の変化	定量的変化	平成31年3月28日のオープン以来、約1年間で約78万人の来場者があり、当初の見込みを大きく上回りました。本施設のポテンシャルの高さを感じます。
	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の延期が決まり、また新型コロナウイルスの収束までイベントの開催は難しい状況です。
前年度に計画したAction(改善)に対する取組結果	計画内容	東日本各都市との連携事業を継続して行うとともに、さいたま商工会議所と連携しセミナーやイベントの開催、またはビジネスコーディネーターを活用することでセンターでのマッチングの機会創出を図ります。
	取組結果	事業者向けのセミナーや地元商店会と連携したイベントを開催するとともに、自治体のシティプロモーションイベントと同時に県内外企業のバイヤー向けの商談会等も実施しました。また、ビジネスコーディネーターを中心に東日本地域に事業所を持つ企業との意見交換会や光学産業などテーマ性のある講演を実施しました。
事業の項目別評価		評価区分 評価
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
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 II
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
施策(成果指標)への貢献度 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		評価区分 評価
		I 貢献している II 一定程度貢献している I
		評価理由
		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58回実施し、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てきました。
		センターの認知度向上と利用率アップを図るため、東日本を中心とした地域の自治体へメールによりセンターの利用実績や広報誌を送るとともに、地元商店街イベントへの出展によりセンターのPRを実施しました。一方で、2階については、ホームページをはじめとする広報媒体や施設内外での周知を図りましたが、利用は伸び悩みました。
		市内企業や連携市、市施設など300か所へのセンター広報誌、イベントチラシ配架のほか、ホームページ、SNS、テレビ・ラジオなどのメディアを活用し、広く広報活動を実施した結果、平成31年3月28日～令和2年3月31日で約78万人の来場者がありました。
		1階のシティプロモーションイベントと同時開催した商談会等が4回、商談件数が68件(うち36件はビジネスコーディネーターがマッチング)となるなど、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、魅力的な商材を市内事業者が扱うことで集客につながると考えています。

④Action(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	②1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。
	②	改善理由
		②令和2年度で地方創生推進交付金が終了となるため、センターの自立運営に向け、1階、2階の利用を増やし、収入を確保します。
事業の方向性(次年度・次期実施計画も含む)		
新型コロナウイルス感染症の影響で、センターを4月5月と休館し、今後もイベント、会議等の開催が難しい状況が続くことが予想されますが、収束後に自治体がすぐにシティプロモーションイベントの開催ができるよう密に連絡を取り合いながら準備を進め、センターの稼働率を高めます。		

1 東日本連携（地方創生推進交付金を活用している事業）

（2）委員会からの意見と市の今後の方向性

委員会からの意見と市の今後の方向性

評価対象

東日本連携①「東日本広域連携事業」

委員会意見の要点

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という本事業の目的に対しては賛同するところである。

東日本連携推進協議会との連携による回遊性イベント「大宮からの挑戦状 Vol.2」をはじめ、活動内容は良いが、参画企業が大宮エリアの企業に集中している点については検討を要する。

市内企業への就職促進など連携分野を広げたり、販路拡大事業における市内企業の参画を促したり、回遊性イベントを市内各所で実施するなど、市内の他のエリアへの事業の浸透を図っていくなどの事業展開を検討する必要がある。

委員会からの意見を踏まえた市の今後の方向性

(経済局 商工観光部 経済政策課の回答)

東日本連携推進協議会との連携による回遊性イベントに参画企業が大宮エリアの企業に集中している点につきましては、同協議会がその発足の経緯から大宮駅周辺の大型商業施設などから構成されているため、大宮エリアが中心となっていますが、令和2年度から浦和区に本社を置く(株)ジェイコム埼玉・東日本が加入したところであり、今後も市全域へのメンバー拡大を図ってまいります。

また、回遊性イベントを市内各所で実施するなど、市内の他のエリアへの事業展開を検討する点につきましては、交通の結末点としての地の利を生かし、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を図ることを目的に、同協議会と連携し、民間による東日本連携の活動の活性化を推進しているところです。

令和2年度の共同イベントは、謎解きイベントが毎年好評であることから、「コロナに負けるな!がんばろうさいたま!大宮からの挑戦状 Vol.3」を実施することとし、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、市民が一ヶ所に集中しない取組として、イベント期間を長期化したうえで、スマートフォンアプリを利用し、市民が商店街を回遊しながら問題を回答することで、商店街の

活性化と消費拡大につながる取組を実施しました。

今後、同協議会とまるまるひがしにほんの店を市全域に拡大し、市内商店街等が連携できるような取組を実施し、地域経済活性化と消費拡大を推進してまいります。

その他の意見 (個々の意見は必ずしも委員会の総意を示すものではありません)	
1	大宮駅GCS (グランドセントラルステーション) 化構想をはじめ将来の大宮の計画の中に、広域連携という機能がどのように位置付けられるのか、どのように導入されていくのか、これからの課題の一つである。
2	連携事業の中に、震災などの天災に備えた連携を検討する必要がある。
3	「さいたま市のブランディング」としてシビックプライド醸成も図る方向に行くならば、教育委員会と連動して、「東日本の対流拠点」を学ぶ機会を設けるのが有効ではないか。
4	将来的には、連携都市として東日本にこだわる必要はなく、これまでの連携事業を核としてそこからつながるネットワークに基づき連携都市を増やすことも必要ではないか。
5	事業のスタートアップ時においては、一地区に資源を集中投資することは問題ないが、市の施策として定常的に行う段階へ移行する場合には、公平性の観点から便益ができる限り広範な住民に行き渡る必要がある。B to B の領域で一定の成果が生まれているのであれば、市場取引に任せする方法も検討し、事業を継続するならば行政でしかできない取組 (非営利組織、福祉の領域等) を再検討する必要があると考える。

新型コロナウイルス感染症に関連する委員会意見

新型コロナウイルス感染症の影響を受ける令和2年度については、事業を進展させることが難しい環境にある。この間、各自治体の状況を踏まえながら、リモートによる相互交流や連携都市間での協力による感染拡大防止対策といった形でしのぐことになると考える。

ビジネスを展開する上で必須要素である「ヒト・モノ・情報」のうち、「ヒト」を集めるということが難しい状況下において、連携機運の醸成や、人の移動を前提とするこれまでの取組は厳しいと言わざるを得ず、このような社会背景を踏まえた事業の再構築の検討が必要である。

新型コロナウイルス感染症に関連する意見を踏まえた市の今後の方向性

新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、令和2年10月に開催した第6回東日本連携・創生フォーラムでは、感染拡大防止の観点から、各自治体の首長をはじめ関係機関の代表が集合する対面会議ではなく、新たな生活様式に則り、オンライン会議といたしました。今後も、オンラインによるフォーラムの開催を継続してまいります。

また、フォーラムの議論において実施を決定した東京2020大会を契機とした連携事業及び新規事業の計7事業の内、東京2020大会を契機にした事業の「日本酒PR事業」については、現段階においては外国人の誘客促進を期待した取組となっておりますが、人の移動制限があった場合においても、東日本の酒どころが一堂に会し、オンラインを有効活用しながら国内外に日本酒のPRを実施するなど、withコロナ/afterコロナにおける新たな東日本の「交流人口拡大」「地域経済活性化」のあり方を検討してまいります。



委員会からの意見と市の今後の方向性

評価対象

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」

委員会意見の要点

シティプロモーション機能とビジネス交流拠点をもち東日本連携センターは、大宮の地の利を生かし、非常に高い集客効果を出しているものの、市内企業の参加や認知度向上に向けた課題があり、センターの収益性とビジネス交流拠点としての機能については改善を要する。

貸会議室やコワーキングスペースの稼働率を高めるため、利用状況の確認や予約申し込みをWEB上でできるようにし、需要が増加するであろう Webinar などの利用を想定したコワーキングスペースとするなど、スペースそのものの魅力向上策を検討する必要がある。

ビジネスマッチングにおいては、市内企業の特性を理解することが重要であり、ビジネスコーディネーターが担う役割は非常に大きい。今後は、アンケート等により事業者のニーズや課題を把握しながら、市が育成を図ろうとしている産業分野のマッチングを促す制度の導入や、リモートによる商談の仕組みの検討、さらにはものづくり企業に限定せず、市内に販売ネットワークをもつ他産業（小売業・飲食サービス業など）のマッチングについても検討されたい。

委員会からの意見を踏まえた市の今後の方向性

（経済局 商工観光部 経済政策課の回答）

まるまるひがしにほん（東日本連携センター）につきましては、「ヒト・モノ・情報」の交流を図ることで、来場者が今年度9月に100万人を突破し、交流人口拡大につながっているところです。

これまでも、シティプロモーションイベント開催時には、市内事業者である「まるまるひがしにほんの店」や市内の商店街、百貨店などにイベントや商談会の情報を提供した結果、東日本の特産品の販路拡大につながったことと、東日本の食材を市内飲食店がメニューとして提供した事例も生まれております。

こうした取組を積極的に進めて「まるまるひがしにほんの店」の登録店舗を増やしていくことで、市内全域からの事業者の参加促進に努めてまいります。

次に、センター2階の貸会議室やコワーキングスペースの稼働率を高めるための取組といたしましては、まず、民間サイトを活用した会議室の申込を今

年度6月から可能といたしました。

また、まるまるひがしにほん公式ホームページでは、会議室のPRや予約状況が確認できるよう改修を行ったところです。

更に、店頭ポスターや新聞広告に、2階スペースの利用PRを掲載するなど、センター2階の認知度向上に取り組むことで稼働率向上を図り、センター収益につなげてまいります。

新型コロナウイルス感染症の影響により、テレワークでも利用しやすいように室内レイアウトをコワーキング仕様に改善するなど利便性向上にも取り組んでおります。

ビジネス交流拠点としての機能につきましては、市内企業と東日本地域の企業との取引機会を拡大するため、ビジネスコーディネーターによる企業向けの意見交換会やセミナーを実施しており、ビジネスマッチングに努めています。

令和2年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、企業が集まる商談会を開催することは困難であり、新たな取組として、リモートによるビジネスマッチングを実施し、「市内企業と東日本企業を結び付け」経済活性化の推進に取り組んでいるところです。

今後も、ビジネスコーディネーターを中心に市内事業者のニーズを把握し、ニーズに沿った産業分野のマッチングの仕組みを検討し、まるまるひがしにほんのビジネスマッチング機能を高め、市内の経済活性化と販路拡大を推進してまいります。

その他の意見 (個々の意見は必ずしも委員会の総意を示すものではありません)

1	店舗や企業と連携し、センターに並んでいる商品だけでなく多彩な商材をオンラインで見てその場で買うこともできるように整備するのはどうか。
2	新型コロナの影響で販売に支障をきたしている事業者等向けのイベントを企画してみてはどうか。

資料

さいたま市外部評価委員会設置要綱

(設置)

第1条 さいたま市総合振興計画後期基本計画実施計画、しあわせ倍増プラン2017、さいたま市成長加速化戦略及びさいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲載された施策及び事業に関する進捗度及び成果等について意見を聴取するため、さいたま市外部評価委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(組織)

第2条 委員会は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 識見を有する者
- (2) 関係団体の代表者
- (3) 市民
- (4) 前3号に掲げる者のほか、市長が必要と認める者

(任期)

第3条 委員の任期は、委嘱の日からその日の属する年度の末日までとする。

2 委員が欠けた場合の補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長、副委員長及び職務代理者)

第4条 委員会に委員長を置き、委員の互選により選出する。

2 委員長は、委員会の会務を総理し、委員会を代表する。

3 委員会に副委員長を置き、委員長の指名により選出する。

4 副委員長は、委員会の進行にあたり、委員長を補佐する。

5 委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、あらかじめ委員長が指名する副委員長がその職務を代理する。

(会議)

第5条 委員長は、会議を招集し、その議長となる。

2 委員会は、必要があると認めるときは、委員以外の関係者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

3 委員会の会議は、原則として公開とする。

(委員の代理)

第6条 委員長は、委員がやむを得ない事情により委員会に出席することができないときは、その代理の者（以下「代理者」という。）を出席させることができる。

2 代理者は、委員と同一の機関・団体に属する者で、当該委員が指名するものとする。

3 代理者が委員会に出席した場合は、当該代理者を委員とみなす。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、都市戦略本部都市経営戦略部において処理する。

(その他)

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、別に定める。

附 則

(施行日)

1 この要綱は、平成30年5月2日から施行する。

(さいたま市まち・ひと・しごと創生有識者懇談会設置要綱の廃止)

2 さいたま市まち・ひと・しごと創生有識者懇談会設置要綱（平成28年6月30日都市戦略本部長決裁）は、廃止する。

(施行日)

1 この要綱は、平成30年6月21日から施行する。

(施行日)

1 この要綱は、平成31年4月1日から施行する。

さいたま市外部評価委員会 令和2年度委員名簿

(五十音順)

氏名	団体名・職等
井手 統一	国土交通省関東地方整備局企画部事業調整官
内田 奈芳美	アーバンデザインセンター大宮副センター長（埼玉大学教授）
◎大久保 秀子	浦和大学副学長
★久保田 尚	埼玉大学教授
黒金 英明	さいたま商工会議所事務局長
齋藤 明男	埼玉県雇用対策協議会専務理事
辻 仁成	株式会社埼玉りそな銀行さいたま営業第二部長
長野 基	東京都立大学准教授
東谷 良子	埼玉弁護士会弁護士
度会 康晴	日本放送協会さいたま放送局放送部長

凡例 ★ 委員長

◎ 副委員長兼委員長職務代理

さいたま市外部評価委員会への意見聴取の対象となる4つの計画の概要
(令和2年12月時点)

①さいたま市総合振興計画後期基本計画実施計画

〔実施計画（計画期間：平成26年度～平成29年度）
後期実施計画（計画期間：平成30年度～令和2年度）

さいたま市では、市政運営の最も基本となる計画としてさいたま市総合振興計画（基本構想・基本計画・実施計画）を策定し、長期的な展望に基づいて、総合的かつ計画的なまちづくりを進めています。

（後期）実施計画は、基本構想に掲げる将来都市像の実現に向け、基本計画に掲げられた施策に基づき、個別の具体的な事業を位置付けたものです。

②しあわせ倍増プラン2017

（計画期間：平成29年度～令和2年度）

しあわせ倍増プラン2017は、（後期）実施計画で定める事業のうち、「市民一人ひとりがしあわせを実感できる都市」の実現を目指して、令和2年度までにさいたま市が重点的に取り組む事業をまとめたものです。子どもや高齢者、障害者に関する事業など、市民のしあわせ倍増にかかる「しあわせ倍増事業」と、行財政改革の取組として、市民、また職員にとっても高品質な市役所への転換をさらに進めるための「高品質経営プログラム」で構成されています。

③さいたま市成長加速化戦略

（計画期間：平成29年度～令和2年度）

さいたま市成長加速化戦略は、（後期）実施計画で定める事業のうち、「市民・企業から選ばれる都市」を主眼に置いて、令和2年度までにさいたま市が重点的に取り組む事業をまとめたものです。成長を支える7つのプロジェクトを軸に構成されています。

④さいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略

（計画期間：平成27年度～令和2年度）

さいたま市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法（平成26年法律第136号）第10条の規定に基づき策定した計画です。さいたま市総合振興計画、しあわせ倍増プラン2017及びさいたま市成長加速化戦略における取組を踏まえ、特にさいたま市の人口減少克服と地方創生の観点から、国の取組に合わせて再構築を図ったものです。

**令和 2 年度
さいたま市外部評価委員会 評価報告書**

発行年月 令和 3 年 3 月
編集発行 さいたま市外部評価委員会

(事務局) さいたま市 都市戦略本部 都市経営戦略部
〒330-9588 さいたま市浦和区常盤 6 - 4 - 4
Tel:048-829-1035 Fax:048-829-1997
E-mail: toshi-keiei@city.saitama.lg.jp

この冊子は50部作成し、1部当たりの印刷経費は281円です。

再生紙使用