

令和元年度行政評価委員会 議事要旨

会議名	葛飾区行政評価委員会 第5回第一分科会
開催日時	令和元年8月1日(木) 午前10時から正午まで
開催場所	葛飾区役所5階 庁議室
出席者	【委員5人】 大山委員、折登委員、鈴木委員、久保委員、長谷委員 【区側11人】 事務局(政策経営部長、経営改革担当課長、事務局職員4人) 産業経済課(産業経済課長、経済企画係長、経済企画係職員1人) 地域防災課(地域防災課長、自助共助係長)

会議概要

1 開会

(事務局より資料の確認)

2 事務事業ヒアリング及び事務事業評価

(1) 葛飾産野菜販売経路拡大支援事業

<産業経済課より「葛飾産野菜販売経路拡大支援事業」に係る参考資料等についての説明>

産業経済課：前回の委員会のご意見や本事業の事業内容を踏まえ、事務事業名は「葛飾産野菜販売促進事業」とし、活動指標については、「直売による葛飾元気野菜販売実績」から「葛飾産野菜を買ったことのある区民の割合」に変更したいと考えている。

A 委員：ホームページのアクセス数は年々下がってきている。常設の販売所は柴又の1か所のみしかないため、葛飾産野菜の認知度が低いのではないかと。柴又ではなく、テクノプラザなど葛飾の中心地や公の場所で販売してはどうか。柴又の直売所はわかりづらい。

産業経済課：柴又の直売所は柴又街道沿いにあり、目立つが知ってもらえていない。販売経路拡大より知ってもらうことが大事だと考えているので、事業名を「葛飾産野菜販売促進事業」と変更し、葛飾産野菜の取扱店の紹介等を掲載している「パワフルかつしか」を年4回から年6回に発行回数を増やしたり、即売会等で知ってもらえるようにPRを強化している。即売会は、開始時間前から多くの方に集まっていたり、販売開始15分ほどで完売することがあるほど人気である。

A 委員：品評会の後の販売会も好評だと思う。販売方法の工夫が必要である。
役所で販売会をしても身内が購入するだけである。

産業経済課：農家を取りまとめている JA と、どのような方法があるのか協議していく必要があると考えており、区としても PR などの面で協力していきたい。JA にも投げかけていきたい。

B 委員：販売方法は区が関与できる余地は少なく JA や農家が努力することであり、区の関わり方として、道の駅のような、購買者が立ち寄りやすい駐車場のある常設販売所を整備してはどうか。

A 委員：特産物を使用した料理を提供するレストランを併設し、客寄せしてみてはどうか。

産業経済課：柴又直売所には、駐車場・駐輪場はある。常設販売所の増設については、JA に投げかけることはできると思う。

<基本情報・実績情報>

C 委員：菖蒲まつりなどイベント時に直売してはどうか。区民に限らず、多くの方に知ってもらえる機会になると思う。農地を一度、宅地などに転用してしまうと、農地に戻す際には莫大な労力と経費がかかると聞いた。農地と担い手の確保を考えたいうえで、生産物の販売を検討すべきではないか。

産業経済課：他の事務事業で、農地保全や担い手に関する取り組みは行っている。また、菖蒲まつり期間の日曜日や他の大きなイベント時には、即売会を開催している。

<今後の方向性・コスト>

D 委員：本事業は、生産者と JA が葛飾産野菜を販売する上で、ホームページ運営委託などの販売促進に係る一部の経費を補助する事業であるという理解でよいか。

産業経済課：そうである。

D 委員：ホームページのアクセス数は非常に少ないと思う。また、ワード検索からではなく、葛飾区ホームページからアクセスしている方が多いと考えられるため、葛飾産野菜の周知はできていないと思う。

B 委員：本事業は、何を生産するかや、どのように販売するかを検討するものではなく、農地の保全のため、区として葛飾産野菜の PR や即売会の場所を提供する事業であると理解している。

E 委員：ホームページに農家の写真や生産物の紹介をしてみてもどうか。

A 委員：野菜の収穫時期は短いので、都度ホームページの更新が必要である。

- B 委員：本来は JA の業務ではないか。
- E 委員：販売促進をしていくなれば、人が集まる商業施設や観光名所の近くで販売してはどうか。また、もう 1 店舗、直売所を開設してはどうか。
- A 委員：生産者の顔をわかるようにし、葛飾産野菜をスーパーで販売してもよいのではないか。
- B 委員：常設販売所を開設してはどうか。
- D 委員：常設販売所を開設しても、販売する野菜の絶対量がないのではないか。
- 産業経済課：生産量は限られており、柴又直売所に卸すだけで精一杯である。
- B 委員：農家は本事業についてどう考えているのか。
- E 委員：生産量が限られているのであれば改善策を出すのも難しいのではないか。

（２）家具転倒防止対策

<地域防災課より「家具転倒防止対策」に係る参考資料等についての説明>

地域防災課：施策については、家具転倒防止器具の設置により、発災後に迅速な救助ができ、また、救助のための人員を他の作業に割くことができるため迅速な普及活動につながると考え、「施策 03 災害発生時に地域で救援・応急活動を迅速に行えるようにします」に位置付けている。コスト内訳の人件費欄の 30 年度の職員数については、0.20 人と記載があるが、このうち 0.15 人が正規職員、0.05 人が再任用職員である。

<基本情報・実績情報>

- A 委員：民生委員や町会の回覧板で周知はしているが、申込をしたいという方は少ない。どの程度の費用がかかるかわからないことが申請数の少ない要因の一つではないか。
- B 委員：65 歳以上の世帯は全額無償でやるというのであれば手は上がると思う。補助金額上限の 3 万円を超過した分は負担しなければいけないとなると、申請しないのではないか。65 歳以上の世帯数はどのくらいか。
- 地域防災課：約 5 万 8 千世帯である。
- E 委員：対象者にダイレクトメールを送付したらどうか。
- A 委員：民生委員に協力を依頼してみたらどうか。
- B 委員：施工実績では、1 世帯あたりの平均コストはどのくらいか。
- 地域防災課：ほとんどの方は、補助金額上限の 3 万円に合わせて設置している。
- A 委員：民生委員に取り付けまでしてもらってもよいのではないか。

B 委員：65歳や70歳の大半の方は自身で取付できるのではないかと。

E 委員：民生委員に協力依頼したことはあるのか。

地域防災課：今まではない。

E 委員：民生委員が訪問する際の話題にもなるのではないかと。

D 委員：やりたい人がやればよいのではないかと。

B 委員：もうすでに設置している世帯も多いのではないかと。

E 委員：30年度の家具転倒防止器具補助実施数は57件とあるが、申請者は、どのように本事業の情報を入手したのか。どのように情報を入手したのか把握し、今後のPR方法を検討する上で参考とするべきではないかと。

地域防災課：調査は実施していないが、広報かつしかに掲載した後はお問い合わせが増加する。その他、2階の福祉窓口や地区センターに置いてあるチラシを持参する方もいる。

E 委員：広報かつしかに本事業のちらしを折り込んでみてはどうか。

地域防災課：広報かつしかには、年1回ではなく補助申請募集期間ごとに年3回、掲載依頼をしている。町会の回覧板も年1回お願いしている。

E 委員：町会の回覧板も年3回やるべきである。

<今後の方向性・コスト内訳>

B 委員：活動指標の目標を達成していなくても、やっていることが大切な事業だと思う。

C 委員：消防庁が発行しているパンフレットなどを活用して災害対策の啓発をしてみてもどうか。

A 委員：消防署でも家具転倒防止対策のパンフレットを配布しているが、見えていない方も多いと思う。

地域防災課：防災訓練の際、消防署からも区の助成事業について紹介してもらっている。また、65歳以上の方を対象に消防署職員が訪問する防火防災診断の際にも本事業の紹介をしてもらっている。ただし、マンパワーは限られているので、訪問エリアが限定されているため広報効果も限定されている。

B 委員：対象者の65歳以上というのはどのように設定したのか。65歳以上が対象で申請が少ないのであれば60歳以上としてもよいのではないかと。

地域防災課：自身で取り付けのできない方の目安として高齢者である65歳以上とした。

A 委員：申請は職員など誰かが代筆してあげるようにすれば、申請もしやすいのではないかと。

地域防災課：PR 方法については、防災訓練の起震車体験と同時に本事業の紹介をしている際は、区民のみなさんの反応も良いため、有効だと考えている。

C 委員：乳幼児や小さな子どもがいる世帯は助成対象とならないのか。

地域防災課：本事業はあくまで自身で取り付けができない方を対象としているため対象とはしていない。

3 その他

(事務局より事務連絡)

4 閉会