令和5年度決算

事業評価資料

(1)	移住定住推進事業費(シティプロモーション課)・・・・・・・・	1
(2)	交流観光振興事業費(FUJI&SUN'23開催負担金)	
	(交流観光課)•••	4
(3)	富士山百景推進事業費(交流観光課)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	7
(4)	公園愛護会費 (みどりの課)・・・・・・・・・・・1	0

移住定住推進事業費 事業概要

総務部シティプロモーション課

1 事業の目的

進学や就職を機に10代後半から20代前半の人口の市外流出が続く中、本市の活力を維持し、持続可能な都市づくりを進めるためには、若い世代の社会動態を改善することが求められる。このため、個々の希望やライフステージに合わせた住み替えを支援するほか、本市の強みや本市での暮らしの魅力を広く発信するなど、東京圏等を中心とした県外各地から本市への移住及び定住の促進を図ることを目的とする。

2 概要

(1) 移住定住推進事業の展開イメージ



(2) 個別事業

①移住プロモーション

- ・移住に関心を持つ方へ、市移住ポータルサイト「富士市移住コトハジメ」での情報発信。
- ・ウェブ広告を活用し、ターゲットを明確化したプッシュ型の情報発信。

②相談対応の充実

- ・気軽に相談できる機会を提供するため、週末移住相談会(都内にある県移住相談窓口への出 張又はオンラインで実施)、移住関連イベント等を毎月定期的に開催。
- ・移住者に協力を得て作成した情報誌やタウンマップによる地域情報の案内。

③本市との関わり、来訪のきっかけ

- ・本市を来訪するきっかけとなる移住交流体験イベントや、先輩移住者がゲストとして参加するオンライン移住イベントの開催。
- ・市内企業の課題解決に大学生等がチームで取り組む「大学生等によるワークシェアの社会実 装支援事業 (大学生ワークシェアによる企業コンサルティング)」の実施。

4 移住の後押し

・移住に係る経済負担の軽減を目的とした各種補助金による支援。

■移住就業支援補助金(国の制度)

東京 23 区在住・通勤者が移住した場合、単身 60 万円、世帯 100 万円(18 歳未満の子に 100 万円加算)の移住支援金を交付。

■先導的テレワーク移住者支援補助金(本市独自)

東京圏^{※1} からテレワークの実施を機に移住した場合、住宅取得、住宅賃貸、引越費用、 通勤費用を最大 50 万円補助。^{※1} 令和 6 年度から県外に変更し対象者を拡充

■子育て世帯Uターン支援補助金(本市独自)【R6 新規】

過去3年以上本市に居住経験があり、6歳未満の子又は妊婦がいる子育て世帯が、県外から再転入した場合、自動車や子育て用品の購入費、引越費用などを最大50万円補助。

■地方就職学生支援補助金(国の制度)【R6 新規】

東京 23 区の大学生が卒業後移住し就職することを条件に、地方企業の採用面接を受けるための往復交通費の半額を補助。

⑤移住後の受け皿づくり

- ・移住定住応援企画「富士このみスタイル」と称して、結婚や子育てのタイミングに合わせ移 住する人が希望するライフスタイルを実現できるよう、柔軟な働き方ができる「ワークシェ ア」の推進や、移住者同士の交流促進事業などを実施。
- ・ワークシェア実践団体として設立された民間団体「このみ会」との協働による移住促進。
- ・地域全体で移住定住を応援する環境づくりを目的に、民間の立場から移住定住のサポートを 行う事業者を登録する富士市移住定住応援団制度(R6.8.1 時点 47 団体)の運用。

(3) 実施体制

- ・平成30年度に企画課課内室として移住定住推進室を設置、令和4年度にシティプロモーション課に移管した。移住定住推進室が総合窓口となり、各分野と連携し相談対応を実施。
- ・移住定住に関連する分野の庁内関係課 10 課により組織する「富士市移住定住戦略実行会議」 を設置し、関連分野における事業間の調整及び連携強化、新規事業の立案等を実施。

【構成課】企画課、デジタル戦略課、福祉総務課、こども未来課、産業政策課、産業支援課、 商業労政課、市街地整備課、住宅政策課、シティプロモーション課

3 現状と課題

(1) 現状

- ・静岡県の移住者数は2,890人と過去最高となる中、本市は毎年、県内上位を維持している。
- ・移住定住推進事業経由の移住者数は毎年着実に増加している。

年度	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5
移住者数	28 人	45 人	95 人	102 人	120 人	162 人	241 人	216 人
うち、移住定住推進事業経由	3 人	1人	5人	24 人	35 人	95 人	174 人	180 人

(2)課題

- ・若い世代の移住者増加は少子化対策に寄与することから、結婚や出産を希望する人や、子育て 中の世帯に対する移住プロモーションの強化と支援の一層の充実が求められている。
- ・東京圏に近く、新幹線駅があるなど、全国的に見てもテレワーク移住の適地として優位性が高い本市の強みを活かし、テレワーク移住者の更なる増加につなげる必要がある。
- ・移住者の中には、慣れない土地での生活に馴染めず孤独を感じる人や、活躍の場を求める人な どがいることから、移住前後の不安の解消や希望の実現に向けた取組の拡充が求められている。
- ・移住に関する相談は多岐にわたるとともに、行政だけで対応できないことが多いため、他分野 連携や官民連携を進め、ワンストップで対応できる体制づくりを推進する必要がある。

4 今後の方針

コロナ禍を経て働き方や価値観の多様化が進み、東京圏を中心に若者の地方移住の関心が高まっている。このため、引き続き、移住までの段階や関心レベルに応じた取組を行うとともに、本市ならではの暮らしの魅力を積極的に発信するほか、多様化する移住ニーズを踏まえ、ターゲットを明確にして戦略的に事業展開する。また、移住後に本市に移住してよかったと思ってもらえるよう、地域全体で移住定住を応援し、歓迎する機運の醸成を図るなど、長期的に移住定住を促進するものとする。

当面の課題の解決に向けては、下記の対策を行う。

- ・子育て世代を対象とした移住イベント等を実施するとともに、令和6年度創設の「子育て世帯U ターン支援補助金」のPRを強化し、子育て世帯のUターン増加を図る。
- ・ワークライフバランスの充実を求めテレワーク移住を検討する人が増えていることから、豊かな 自然やゆとりある住環境、生活利便性の高さなどを本市の魅力として積極的に発信するとともに、 実際にテレワーク移住する人への支援を引き続き行っていく。
- ・移住後の受け皿づくり事業を継続して行い、移住後の仲間づくりや活動を支援し、移住者一人ひとりの満足度の向上を図るとともに、移住者を通じて本市ならではの暮らしの魅力を発信する。
- ・産業振興、就職支援、空き家対策、子育て支援、高等教育機関誘致などの他分野施策との連携強化とともに、移住者や富士市移住定住応援団の協力のもと官民連携による施策を推進する。

令和5年度決算 富士市議会事業評価シート(シティプロモーション課)

		亚压业务	02 - 01 - 06003 - 001
No.	1	評価対 <i>家</i> 事業名	移住定住推進事業費

							,	T I I 17
			R3事業実績	R4事業実績		35	R6事業予算	R7以降の計画
			い事未天限	114	予算	実績	110尹未了昇	(年度まで)
	概	要	受け皿づくり、中小 企業等奨学金返還支 援補助金、先導的元 ワーク移住者支援補助 金、移住就業支援補	移住相談対応、移住 受け皿づくり、中小 企業等要学金返還支 接補助金、先導的元 ワーク移住者支援補助 金、移住就業支援補 助金 ほか	移住相談対応、交流 体験(^`ハト、移住受 け皿づくり、大学生 ワーウシェア社会実装支 援、先導的アレワーク移 住者支援補助金、移 住就業支援補助金 ほか	移住相談対応、交流 体験(ハント、移住受 け皿づくり、大学生 ワーヴェ7社会実装支 援、先導的テアーク移 住者支援補助金、移 住就業支援補助金 ほか	移住相談対応、交流 体験(ハント、移住受 け皿づくり、大学生 ワーヴェ7社会実装支 援、先導的テレアーグ移 住者支援補助金、移 住就業支援補助金 ほか	移住相談対応、交流 体験イベント、移住受け 皿づくり、大学生ワーク シェア社会実装支援、先 導的テレワーク移住者支援 補助金、移住就業支 援補助金 ほか
	直接	等業費	34,654	39,495	63,208	60,985	75,047	78,500
歳		旅費	1	116	127	110	170	200
		需用費	197	159	291	289	493	500
出出		役務費	561	561	990	990	2,185	2,000
ш		委託料	8,894	6,107	7,970	7,970	8,417	8,500
		負担金、補助金及び交付金	25,001	32,552	53,605	51,401	63,332	67,300
		償還金、利子及び割引料	0	0	225	225	450	0
	特定	財源	22,168	25,500	39,728	38,529		
歳		国•県	22,168	25,500	37,574	36,375	44,199	44,450
入		地方債						
^		その他	0	0	2,154	2,154	1,987	0
	一般	財源	12,486	13,995	23,480	22,456	28,861	34,050

成果指標①(単位)	R3実績	R 4 実績	R 5 実績
移住定住推進事業の実施から移住に繋がった人の人数(人)	95	174	180
成果指標②(単位)	R3実績	R 4 実績	R 5 実績
移住定住推進室の窓口・電話・メール、相談会、移住イベントでの 移住相談受付件数(件)	145	412	398

R5のF	R5の成果に関する分析						
評価	В	成果指標①は令和4年度実績を上回っている。 成果指標②は令和4年度実績を若干下回ったが、問い合わせフォームの導入等により 相談者の利便性向上は図られている。					
A:期	A:期待以上の成果があった B:ほぼ期待どおり C:期待を下回るが、一定の成果があった D:成果が上がらなかった						

R5の ³	費用対効果	具に関する分析						
評価	В	総事業費に対する移住者1人当たりのコストは令和4年度と比べ増加したが、これは、 国の制度変更で移住就業支援補助金の交付世帯のうち18歳未満の世帯員1人につき 100万円を加算することになり、交付1件当たりのコストが増加したためである。 一般財源に対する移住者1人当たりのコストは125千円(22,456千円÷180人)である が、令和4年度市民1人当たりの市税が192千円であることを踏まえると、定住者が増え ることで市税収入の増加が見込まれるため、費用対効果は十分あるものと判断してい る。						
A:期	A:期待以上の効果があった B:ほぼ期待どおり C:期待を下回るが、一定の効果があった D: 効果がなかった							

R7以	降の取組の しょうかん しょうかん しょうかん しょうかん かんかん かんかん かんかん かんかん かんかん しょう かいしゅう しゅう かんしゅう かいかん しゅう	考え方				
方向性		県外企業等に在籍するテレワーカーや、本市出身の子育て世帯のUターンにターゲットを絞り、効果的な施策展開を図る。移住後の満足度を高める取組を官民連携により推進し、本市への移住のイメージアップ及びプロモーション強化を図る。また、他分野との連携を強化し、戦略的に移住定住の促進を図る。				
ア:継	ア:継続する イ:改善し継続 ウ:大幅な見直し					

交流観光振興事業費 (FUJI & SUN'23負担金) 概要

産業交流部交流観光課

1 事業の目的

「FUJI&SUN」は、衛星放送局WOWOWをメインとした実行委員会が主催する音楽とキャンプを融合させたフェスであり、富士山を本イベントのシンボルとして、毎年5月中旬に富士山こどもの国を会場に開催されている。

本イベントには、全国から多くの方が本市を訪れることに加え、 イベント関係者による市内での宿泊や飲食など消費につながるほか 地元業者による会場設営や出店など様々な経済効果が期待できる。

また、イベントをきっかけに本市が全国、世界に周知されることや来場者のSNS等の拡散による市への来訪者の増加なども期待できることから、毎年特別協力として3,000千円を負担している。

令和6年度も、負担金として3,000千円を支出。



1970 A STATE OF THE STATE OF

2 概 要

映像配信事業の多様化による視聴スタイルの変化やコンテンツ権利料の高騰など、業界内で事業者間競争の激化が起こっている中、WOWOWがこれまでの実績やノウハウを活用し、放送外収入の確実な確保を目指すことを目的に実行委員会を立ち上げ、企画した音楽キャンプフェスが「FUJI&SUN」である。イベント会場を探していたWOWOWから、平成29年度に候補地の照会があり、富士山こどもの国を提案し令和元年の初開催となった。

【開催実績】

年度	開催日	来場者数	備考
令和元年度('19)	5/11.12	1日目:約3,000人 2日目:約4,000人 計 約7,000人	来場者のうち、2,500人は招待 等
令和2年度('20)		新型コロナウイル	スの影響により中止
令和3年度('21)	5/15.16	1日目:2,166人 2日目:2,228人 計 4,394人	新型コロナウイルスの影響により、来場者数等を制限
令和4年度('22)	5/14.15	1日目:2,160人 2日目:2,340人 計 4,500人	新型コロナウイルスの影響により、来場者数等を制限
令和5年度('23)	5/13.14	1日目:2,444人 2日目:2,082人 計 4,526人	新型コロナウイルスの影響により、来場者数等を制限

令和5年度の開催状況等

内 容 2つのステージによるコンサートやトークショー、 物販・飲食ブース(富士山ひらら、富士つけナポリ タン)出店、各種アクティビティやワークショップ

出演者 ハナレグミ、EGO-WRAPPIN'、木村カエラほか

客 層 30代~40代の男女で全体の78.8%。また、30代~ 40代の子ども連れが増加。

静岡県約32% 東京都約23% 神奈川県約11%



3 現状と課題

(1) これまでの支援・協力

- ・開催負担金:3,000千円(会場費の一部を負担。)
- ・FUJI&SUN富士市委員会設立(平成31年2月1日開催)
- □ 構成員:市長、議長、商工会議所会頭、商工会会長、町内会連合会会長、富士山観 光交流ビューロー専務理事(会議は初年度のみ開催、次年度以降は実施日に出席)
- ・地元事業者等とのマッチング、地元報道機関との調整
- ・富士山こどもの国の借用、減免等の手続及び静岡県との調整
- ・PRの実施(広報紙、ウェブサイト、新富士駅サイネージでの告知映像放映、ポスター・チラシ掲示、店舗等へのポスター・チラシ配架依頼等)
- ・警察、消防への申請仲介、看護師手配の仲介 ・駐車場の確保、貸与、申請手続
- ・開催当日、富士市・富士宮市合同で観光PRブースを出展
- ・地域住民、協力企業への事前説明同行

(2) 現状

- ①会場である富士山こどもの国を訪れた来場者が、SNS等でこどもの国を発信したり、 別の機会に遊びに訪れたりすることで、こどもの国自体の認知度向上につながって いる。
- ②本イベントは、コンテンツの制作・配信を手掛けるWOWOW主催のイベントであるためメディアへの露出も多くあり、イベント終了後も衛星放送やインターネットでのオンデマンド配信で全世界に向けて映像が流されるなど、広告費換算で約5億8,000万円(WOWOW試算)の市の広告宣伝効果があると示されている。
- ③初開催時よりメインステージの規模や機材を縮小するなど経費削減を図っている ほか、新規協賛企業等の獲得にも努めている。
- ④会場の美化・清掃については、毎年多くの市民ボランティアが参加しイベントをサポートするなど、市民にとっても魅力的なイベントとして定着してきている。
- ⑤本年度開催のFUJI&SUN'24の来場者数は、2日間で5,181人となり過去最高となった。

(3) 課題事項等

- ①初開催となった令和元年度の収益は大幅な赤字、4年度、5年度は国からの補助金を受けていたが、毎年マイナス収支となっている。今後も継続して開催するためには黒字化する必要がある。
- ②開催負担金としての3,000千円の支出は、当初令和4年度までを見込んでいたが、コロナ禍の影響で中止や入場制限をするなど事業の安定化に至らなかったため、事業が定着するまで負担金の延長が求められている。

4 今後の方針

衛星放送局WOWOWが主催する音楽キャンプフェスが本市で開催されることは、本市を全国にPRする絶好の機会と捉え、観光イベントとして定着させていくため、今後も支援を継続する。

- ①令和6年度においては収支改善を指摘しており、引き続き、黒字化に向けた企画・ 運営に努めるよう主催者に要望していく。
- ②本イベントが、多くの人に認知されることで、富士市民の「誇り」となるイベント に成長するよう今後、主催者と協議・検討していく。

令和5年度決算 富士市議会事業評価シート (交流観光課)

			07 - 01 - 06_002 - 001
No.	2	事業名	交流観光振興事業費
		7 7 1	(FUJI &SUN' 23開催負担金)

			D?車業宝繕	R4事業実績		15	R6事業予算	R7以降の計画
			10尹未天限	114尹未天限	予算	実績	110 尹未 7 异	(年度まで)
					衛星放送局	衛星放送局	衛星放送局	衛星放送局
							WOWOWによる	WOWOWによる
	概	要	キャンプフェス	キャンプフェス	キャンプフェス	キャンプフェス	キャンプフェス	キャンプフェス
	邩	女	イベント	イベント	イベント	イベント	イベント	イベント
			「Fuji&Sun」開	「Fuji&Sun」開	「Fuji&Sun」開	「Fuji&Sun」開	「Fuji&Sun」開	「Fuji&Sun」開
			催支援	催支援	催支援	催支援	催支援	催支援
	直接	等業費	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
		補助金負担金	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
歳								
出								
	特定	財源	0	0	0	0	0	0
歳		国・県						
		地方債						
入								
	一般	財源	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000

成果指標①(単位)	R3実績	R 4 実績	R5実績
来場者数(人)	4, 394	4, 500	4, 526
成果指標②(単位)	R3実績	R4実績	R5実績
県外からの来場者割合(%)	71	85	68

R5の	R5の成果に関する分析						
評価		R3~R5については、新型コロナウイルスの影響で来場者を4,500人前後に制限したが、チケット販売は予定数に達しており、フェス自体の認知度も向上してきている。県外からの来場者割合については、R5から県内者割引が始まったため若干減少したが、規定以上の来場者となり確実に県内外での人気と認知度が向上していると考える。					
A: 期	A:期待以上の成果があった B:ほぼ期待どおり C:期待を下回るが、一定の成果があった D:成果が上がらなかった						

R5の	R5の費用対効果に関する分析						
評価	В	WOWOWは、衛星放送で映像配信しているメディアであり、インターネットのオンデマンド配信も考慮するとその発信力は計り知れないと考えている。富士市がWOWOW主催の音楽フェスの会場に選定されている事は負担金額以上の広告効果(約580,000千円(WOWOW試算))があり、また、来場者も年々増加傾向にある。家族で安全に参加できるキャンプフェスが本市で開催されていることは、市の誇りにもなる。					
A:期	A:期待以上の効果があった B:ほぼ期待どおり C:期待を下回るが、一定の効果があった D: 効果がなかった						

R7以	R7以降の取組の考え方						
方向性	1	本イベントは広告効果を考えると、市にとって有益であることから、主催者が円滑に開催できるようサポートが必要である。一方で、収支改善を指摘し、黒字化に向けた企画・運営に努めるよう、主催者に要望しながら継続していく。					
ア:糸	ア:継続する イ:改善し継続 ウ:大幅な見直し						

富士山百景推進事業費概要

産業交流部交流観光課

1 事業の目的

「市内のどこからでも富士山を見ることができるまち富士市」をPRするため、富士山が美しく見える100エリアを選定し、そこから撮影した富士山の写真を募集する富士山百景写真コンテストを実施する。入賞作品は、市内外での写真展開催のほか、各種メディア等への掲載を通して幅広く活用し、本市から見た美しい富士山の魅力を発信していくとともに、本市への誘客促進を目的に実施している。

2 概要

(1) 富士山ビューポイント

富士山百景エリアの中から、本市ならではの富士山が望める場所で、観光客等に安心 して楽しんでもらえる場所として、駐車場やトイレが整備されている11か所を選定し、 うち9か所に撮影エリアの番号を記したピン型オブジェを設置している。

- ・岩本山公園 ・中央公園 ・富士市役所屋上 ・富士川楽座 ・富士西公園
- ・富士総合運動公園 ・東部市民プラザ周辺 ・ふじのくに田子の浦みなと公園
- ・富士山こどもの国 ・富士山夢の大橋 ・新富士駅富士山口 (※富士山夢の大橋と新富士駅富士山口はピン型オブジェなし)

(2) 富士山百景写真コンテスト

平成17年度より事業が始まり、令和5年度で19回目を迎えた。令和3年度(17回)からはオンライン(インスタグラム・委託事業者ウェブサイト上)で作品を募集している。

【写真展の開催】

受賞作品の展示を年4回程度実施。(富士山観光交流ビューローによる県外での実施を含む。)

(3) 撮影マナー向上事業

富士山の撮影スポットとしてカメラマン等の来訪者が多く訪れる大淵笹場、今宮、龍 巌淵の各箇所において、ピーク時期間限定で交通警備やトイレの設置等を実施。

(4) 茶畑の景観保全活用事業

本市を代表する撮影スポットである大淵笹場と今宮の茶畑において、良好な景観を保全するため、地元まちづくり協議会に管理を委託している。

3 現状と課題

(1) 富士山百景写真コンテスト応募数の推移

令和3年度に応募方法を変更してから、応募点数が大幅に増加した。回を重ねるごとに、インスタグラムからの応募点数も増加傾向にある。

※R3以降の応募人数はウェブサイトを通じた応募者のみ。インスタ応募人数は集計不可。

コンテスト応募数の推移 応募者数(人) 本 応募点数(点) ま うちインスタ応募点数(点) 4000 3500 3000 2,848 2.650 2500 1.988 2000 1 404 1500 1,12 1.101 1000 500 209 226 R2 0 R1 0 R3

(2) 令和5年度の主な撮影スポットの来訪者数 ※富士山ビューポイント

撮影スポット	来訪者数	摘要		
龍巖淵	13,041 人	桜の開花時期(バスツアー含む)		
大淵笹場	2,277 人	ピーク時のみ		
今宮茶畑	359 人	ピーク時のみ		
田子の浦漁港	71,514 人	田子の浦港漁協食堂		
岩本山公園※	67,680 人	絶景★富士山まるごと岩本山		



(3) 令和6年度の取組

- ①これまでの継続事業に加え、季節や天候の影響により富士山の眺望を楽しむことができない観光客に対処するため、合成フレーム技術の活用により、晴天時の富士山が写った写真撮影を可能とするカメラシステム及び展望デッキを大淵笹場に設置する。
- ②海外インフルエンサーのSNS発信により、外国人観光客が殺到しオーバーツーリズムが発生した富士山夢の大橋において、関係各所との調整を行い、仮設トイレの設置、警備員を配置し、受入環境を整えた。

(4) 課題事項等

- ①富士山百景写真コンテストは、令和6年度で20回目を迎え、グランプリ作品をはじめ多くの入選作品を市内外に広くPRし、誘客に活用するなど、一定の効果は得られている
 - 一方で、市内100か所に撮影エリアが設定されていることを意識 せずに、インスタグラムから応募する方が増えていることから、 コンテストの実施方法等について再度検討する必要がある。
- ②観光客の誘客を目的に富士山ビューポイントを選定しているが、特定の撮影スポットにのみ来訪者が集中し、目的地以外への立ち寄りが少ないことから、街中を周遊させるような事業展開を図る必要がある。
- ③インバウンドを含めた観光客等に向け、ウェブサイトやSNS 等を活用した情報発信にさらに取り組んでいく必要がある。



4 今後の方針

富士山百景の各事業は、本市の観光振興において重要な役割を果たしてきた。今後もその価値を発展、向上させるために写真コンテストとともにビューポイントを積極的に活用した事業を展開していく。

- ①富士山百景写真コンテストについては、作品の募集方法・審査手法等についてさらに 見直しを行い、より効果的な観光プロモーション事業を展開する。
- ②ビューポイントを積極的に活用し、地域の魅力と絡めた周遊コース等を設定することで、市内の回遊性を高める取組を行う。

また、今年度次期観光基本計画を策定することから、策定会議においても今後の富士山百景推進事業の展開について協議していく。

令和5年度決算 富士市議会事業評価シート (交流観光課)

		評価対象 事業名	07 - 01 - 06_003 - 002
No.	3		富士山百景推進事業費

R7以降の計画 (年度まで) ・富士山百景写
 ・宣十川古黒写
真コンテスト開催
・撮影マナー向 上事業
8,993
1,196
0
180
7,017
600
0
522
522
8,471

成果指標①(単位)	R3実績	R 4 実績	R5実績
富士山百景写真コンテストの応募点数(点) (うち、インスタグラム応募点数)	2, 650 (877)	2, 848 (1, 101)	3, 665 (1, 988)
成果指標②(単位)	R3実績	R 4 実績	R5実績
富士山百景写真コンテストの入賞作品貸出点数(点)	67	112	230

R5のF	R5の成果に関する分析						
評価	В	・コンテスト応募点数については、R3年度から応募方法をウェブサイトとインスタグラムに変更したことにより、応募数が増加し、R5年度は過去最高の応募点数となった。 ・入選作品の貸出点数についても、増加していることから、概ね期待どおりの成果があった。					
A:期	A:期待以上の成果があった B:ほぼ期待どおり C:期待を下回るが、一定の成果があった D:成果が上がらなかった						

R5の§	R5の費用対効果に関する分析						
評価	В	・応募方法を変更したことにより、コンテスト開催に関する写真受付、審査、写真返却等の事務作業が軽減されたほか、賞典を見直したことで、事業費を減額することができた。 ・応募点数も大幅に増加し、期待通りの成果があった。					
A:期	A:期待以上の効果があった B:ほぼ期待どおり C:期待を下回るが、一定の効果があった D: 効果がなかった						

R7以	R7以降の取組の考え方						
方向性	1	・百景写真コンテストは令和6年度で20回目を迎え、一定の効果を得たとの認識のもと、現行の手法を見直していく。・次期観光基本計画の策定のタイミングと重なることから、策定会議において事業の展開について協議していく。					
ア:絲	ア:継続する イ:改善し継続 ウ:大幅な見直し						

公園愛護会費 事業概要

都市整備部 みどりの課

1 事業の目的

市民の身近な憩いの場となっている公園や広場について、主な利用者である地域住民による公園愛護会を組織し、きめ細かな清掃など様々な活動を進めることにより、公園への愛着や地域コミュニティの活性化が図られるなど、美しい都市環境の形成することを目的としている。

2 概要

公園愛護会は、昭和53 (1978) 年に8箇所の公園から始められ、現在では244の愛護会が結成され活動している。公園愛護会の活動は、地域が主体となり清掃、除草、巡視点検などを実施し、この活動に対して報奨金を交付している。

報奨金は、基本額に加え、公園の規模や施設の有無に よる加算をして決定している。

· R6 予算額: 8,943 千円

公園愛護会活動の年間の流れ

4月上旬 新年度の愛護会員名簿の提出

11 月下旬 報奨金交付申請

3月上旬 報奨金交付決定

3月中旬 報奨金の受領

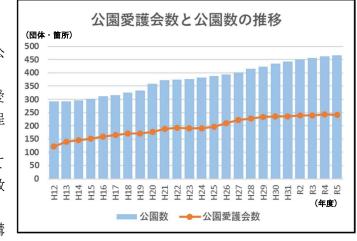
毎 月 ハガキによる活動の報告

3 現状と課題

(1) 現状

① 公園愛護会の現状

- ・ 令和 5 年度末時点では 244 団体の公 園愛護会が組織されている。
- ・整備された公園数に対して、公園愛 護会が組織されている割合は、5割程 度となっている。
- ・公園愛護会の団体数は年々増加しているが、近年では、数件の団体が解散 している。
- ・開発行為等で整備される広場は、購 入者への周知に時間を要するため、公園愛護会の結成が遅れている。

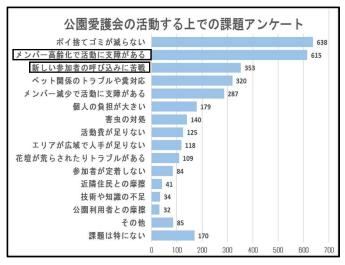


② 公園愛護会の確保を図る取組

- ・公園愛護会活動の周知を図るため、市のウェブサイトのほか、「富士市町内会・区ガイド ブック」に、公園愛護会の制度の説明内容を記載し周知を図っている。
- ・活動内容については、年間スケジュールや手続方法などについて記載した「富士市公園愛護会活動について」の冊子を作成し、実施内容の周知を図っている。
- ・公園愛護会の構成は主に町内会で結成されており、草刈りや剪定、点検などの活動を行っている。なお、公園愛護会から草刈りや低木剪定などの要望があった場合には、業者等に依頼し、公園愛護会の負担の軽減に努めている。
- ・市が公園整備を計画する時に実施している住民参加のワークショップにおいて、整備計画 の検討と併せて、公園愛護会の設立に向けての依頼を行っている。
- ・本年度より、公園愛護会を広く周知させるため「みどりいっぱい富士市民の会」の総会にあ わせて、活動が顕著な団体について表彰する啓発活動を実施した。

(2)課題

- ①関係者の高齢化や若い世代の加入が見込めないなど、公園愛護会への参加者が減少していることを理由として、活動が継続できずやむなく解散するなど、公園愛護会数の維持が課題となっている。
- ②令和3年(2021年)に実施された公園愛護会に関する全国調査では、活動する上での課題
 - として、高齢化で活動に支障があることや、新しい参加者の呼び込みに苦戦していることなどの回答があり、また、本市の公園愛護会からも同様の意見が寄せられている。
- ③市と公園愛護会の連絡について、郵送や電話等の従来の方法で行っているため、手続にミスが発生しやすく、また、修正に時間を要する原因となっているため、事務手続のデジタル化や簡素化が課題となっている。



(一般社団法人 みんなの公園愛護会 HP より)

4 今後の方針

(1) 新たな公園愛護会設立に向けた取組について

新たに整備する公園等については、引き続き町内会等に公園愛護会の設立の周知を図り、また公園愛護会の無い公園についても、積極的に設立を働きかけていく。

令和4年(2022年)に実施した公園愛護会に関する自治体の全国調査では、公園ボランティアの担い手として、若い世代の参加や地元企業などの関わりが期待され、また先進都市において実施されている事例もあることから、これらの取組を参考に、新たな担い手の確保や育成・支援する取組について検討を進めていく。

(2) 周知活動の拡大について

公園愛護会の活動を広く周知することや公園愛護会同士の情報交換のため、市のウェブサイトにおいて定期的に活動状況を掲載するなど広報活動の活性化を進める。

また、新たな取組についての情報収集ほか、本年に引き続き表彰制度を実施して、公園愛護会員の意欲向上を図る。

(3) デジタル化の推進や手続方法の検討について

公園愛護会からの活動報告や報奨金の申請 手続のほか、市からの連絡や公園の情報発信 などについてデジタル化を推進する。

システムの導入においては高齢者でも利用 しやすく、また公園情報を広く発信すること ができるよう、既存の電子申請システム(Logo フォーム)の活用や新たなデジタルツール導 入の可否についても検討する。

あわせて、活動報告の回数や提出資料の見直しなど、手続の簡略化についても進めていく。



令和5年度決算 富士市議会事業評価シート (みどりの課)

	4	評価対象 事業名	08 - 06 - 02_003 - 001
No.			公園愛護会費

			R3事業実績	R/1車業宝繕		15	R6事業予算	R7以降の計画
	<u> </u>		10 尹木大帜	八十五大帜	予算	実績	110 尹未了并	(年度まで)
	概	要	公園愛護会 への報奨金 (242団体)	公園愛護会 への報奨金 (246団体)	公園愛護会 への報奨金 (253団体)	公園愛護会 への報奨金 (244団体)	公園愛護会 への報奨金 (247団体)	公園愛護会 への報奨金
	直接	と事業費	8,784	8,868	9,088	8,832	8,943	9,000
		報償費	8,784	8,868	9,088	8,832	8,943	9,000
歳								
出								
	特定	 ≅財源	0	0	0	0	0	0
歩	'''	国・県						
歳入		地方債						
	——船	L	8,784	8,868	9,088	8,832	8,943	9,000

成果指標①(単位)	R3実績	R4実績	R5実績
公園愛護会の団体数	242	246	244
成果指標②(単位)	R3実績	R4実績	R5実績
管理する公園数に対する公園愛護会の割合(%)	53. 0	53. 2	52. 2

R5の成果に関する分析				
評価	С	令和5年度は、新たに3箇所の公園について公園愛護会が結成されたが、解散した公園愛護会が5団体あり、全体での団体数は減少した。 また、公園数に対する公園愛護会の割合も下がったことから、期待を下回るが、一定の効果があったとの評価とした。		
A:期待以上の成果があった B:ほぼ期待どおり C:期待を下回るが、一定の成果があった D:成果が上がらなかった				

R5の費用対効果に関する分析				
評価	В	公園は都市における環境保全、レクリエーション、防災などの機能があり、良好な都市環境を形成する上でも、適切に管理することが必要である。また、公園の管理を公園愛護会が行うことで、地域交流の場としてまちづくり活動に寄与している。コスト面では、現在公園愛護会が管理している公園をシルバー人材センターに委託した場合より、約1,000万円の維持管理費の低減が見込まれることから、事業の費用対効果は高いと評価することができる。		
A:期待以上の成果があった B:ほぼ期待どおり C:期待を下回るが、一定の成果があった D:成果がなかった				

R7以降の取組の考え方				
方向性	イ	公園愛護会制度は、希薄になりつつある地域交流の向上や維持管理費の低減を図る上で有効な施策であることから、今後は広く周知を図るための検討のほか、新たに参加できる団体の確保に向けた方策や手続の簡略化及び公園愛護会との連絡や公園管理についてデジタル化(費用として約100万円)を進めるなど様々な対策を検討し、団体数の確保に向けて、改善し継続していく。		
ア:継続する イ:改善し継続 ウ:大幅な見直し				