

□議員名：大井淳一郎

1 空き家対策について

論点	資料1によると空き家の所有者に対する勧告、命令、公表、代執行に至った案件が1つもない。その原因はどこにあるのか。
回答	なるべく所有者と対話して指導、助言に努めているが、所有者の同意が得られないなど困難な事例がある。また、相続人が2代3代にわたっているあるいは遠方に住んでいるために状況が把握できていないことも解決に至らない原因である。

論点	固定資産課税台帳などの情報を市役所内部で利用することで所有者不明の事例について対応すべきではないか。
回答	空き家対策特別措置法の施行により、個人情報の内部利用が円滑になる。法律に基づくガイドラインが示されることにより、これまで以上の解決が図られると思う。

論点	資料2によると市内の空き家総数は4060であるが、推計値にすぎない。実態を正確に把握するための具体策はあるのか。
回答	空き家の利活用という観点からは、二次的住宅、売却用住宅にターゲットを絞って進めていきたい。不動産関係者、行政の役割を考えながら実務的に対応する方法を検討しているところである。

論点	現在、庁内で進めている空き家の利活用についての進捗状況と今後の展望は。
回答	昨年から若手職員によるプロジェクトを立ち上げている。その中で定住促進に当たっての本市の魅力、ニーズや課題、エリア設定など具体的な方策を検討している。さらに調査研究を重ね、平成27年度以降、具体的な取り組みを進めていきたい。

2 成長戦略室について

論点	所掌事務の中に「市立大学の設立に関すること」とあるが、理科大が公立法人化された後も成長戦略室が担当していくのか。
回答	予定では平成28年4月1日の設立を目指している。平成27年度

	限りの業務である。設立後については、ふさわしい組織体制づくりを検討していきたい。
--	--

論点	スポーツ・文化に関する事務も担当しているが、他市のように総合政策部など本来の部署に振り分けるべきではないのか。
回答	平成27年度は現代ガラス展に向けて取り組んでいるため年度途中で変えることはできないが、平成28年度からは本来の部署を決めたいと思う。そうすればもっと横串の機能が発揮されると考える。

3 地域ブランドの活用について

論点	資料3によると前年度より情報接触度の順位が下がっている。市の魅力や情報の発信力を高めるための対策が必要ではないのか。
回答	10周年記念事業として全国ネットの公開番組を予定している。その中で本市の魅力等についてふれる機会がある。これらをきっかけとして山陽小野田市を全国的に知ってもらえればと思う。

論点	他市ではシティセールスについての特定の部署を置いて広報戦略を打ってでている。本市はどのような形で進めていくのか。
回答	この4月から情報発信を専門とする部署を新たに設ける組織体制にはない。現在ある広報係を中心として有効に情報発信できるような体制について考えていきたい。

○条例の対象案件（平成23年～H27.3.2） 資料1

区 分	総 数	解 決	未 解 決		
			総数	所有者 調査中	助言・ 指導
建物損壊	30	19	11	4	7
建築材等の飛散	19	5	14	4	10
樹木・雑草の繁茂	38	27	11	3	8
病害虫が大量発生	2	2			
資材やゴミが散乱	1	1			
火災・犯罪・非行の誘発	2	1	1		1
その他	13	8	5	1	4
合 計	105	63	42	12	30

現在のところ勧告、命令、公表、代執行に至った案件なし

○市内の空き家件数及び空き家率 資料2

住宅総数	空 家					
	総 数	空き家率	二次的 住宅	賃貸用 の住宅	売買用 の住宅	その他 の住宅
29,750	4,060	13.6%	140	1,470	150	2,290

○地域ブランド調査（地域ブランド調査ハンドブックより抜粋） 資料3

	2014年	2013年
魅力度	970位	978位
認知度	854位	867位
情報接触度	921位	892位
観光意欲度	841位	898位
居留意欲度	737位	885位
産品購入意欲度	850位	970位
食 品	880位	944位
食品以外	587位	498位