

第六回長野市住宅対策審議会における住宅マスタープランに関する意見とその対応

■第六回長野市住宅対策審議会 住宅マスタープランへの主な意見			
発言者	資料・箇所	意見・質問等	回答・対応
湯本委員	資料3 52頁 テーマ4 4-1 ②新たな住まい方の潮流を踏まえた移住・定住促進	「ホームページやSNSなどを活用し～」とあるが、ホームページやSNSへの誘導はどの様に考えているか。（移住定住の雑誌等があればそこへ広告打つなど）	・移住希望者が市のホームページをみて住宅課へ問い合わせるケースが多いため、住宅課から移住・定住の担当課へ案内できるページにしたい。 ●移住定住の雑誌への広告について 空き家バンク物件については、無料で「田舎暮らしの本」（宝島社）で紹介しており、引き続き掲載していきます。 一方で、移住専門雑誌への広告は、20万円以上と高額なため、費用対効果が疑問であることから、各種セミナーの開催及び開催内容をアーカイブ化しYouTubeへ掲載、TVerへの広告など、Web中心の方針としています。 ●HPへの誘導、SNSの活用方法 現行の市HPでは、移住・定住（サブサイト）において、情報を一元化するような仕様になっています。（コンテンツの充実が課題となっていますが） 県外を中心としたライフスタイルの魅力発信では、シティープロモーションと密接しているのので、今後はシティープロモーションのHPの中で移住・定住情報も発信します。 これにより、漠然と長野市への移住を検討している方々へ情報を発信し、移住相談へ結び付けていきます。 一方、移住専用サイトは民間開設を含めて多々（有料・無料）あることから、費用面や認知度を勘案し、より効果的なサイトを選択して情報発信するよう運用しています。 また、今後、LINEのセグメント配信が可能となることから、移住・定住に特化した情報発信を予定しています。一方現行のFacebook、Twitterやインスタは、市のあらゆる情報が配信されるため、移住情報はその一部となることから、効果は小さいと思われます。これらについては、効果的に情報提供（周知）できるか課題であると思います。
池森委員	資料3 42頁 テーマ1 1-3 総合的な住まい・住生活情報の発信と相談体制の充実	テーマに限らず、総合的なPR方法が一つあるといいと思う。移住希望者、住宅をどうにかしたい人など、住宅に関してはここから情報が得られるようなシステムにして、PRが出来るのとより良いのでは。	
	資料3 全体	計画書の言葉が難しいところがある。二地域居住と二段階居住、lotなど分からない人には難しい。最後がページの下部の説明を付けてはどうか。	説明が必要な言葉に印をつけて、計画書の後ろに用語集として解説を付ける。
市川(専)委員	資料3 44頁 テーマ2 2-2 ①民間賃貸住宅を活用した住まいの安定確保	「長野市成年後見支援センター」は、「長野市権利擁護センター」でないか。組織替えがあり、長野市青年後見支援センターとおひとりさま相談窓口は横並びになっている。	地域包括ケア推進課に確認し、訂正しました。
柳澤委員	資料3 45頁 テーマ2 2-3 他	県との協力についての記載はあるが、国との関係・連携などの記載がない。 例えば「災害時の住まいの確保」や「被災住宅の再建支援」については、県だけでなく国とも打合せなどがあると思うが書かなくてよいのか。	実際には、国と県で話し合いがあり、「県を通じて」という意味合いでこのような記載となった。ご指摘の通り、国とも関係はあるため、記載内容は検討したい。
高村会長	資料3 51頁 テーマ3 重点施策 ゼロカーボンの実現に向けた取組	スマートハウスという言葉の定義は広く、ZEHなど別の言葉がある中でスマートハウスにした意味はあるか。省エネであればZEHでもいいのか。	現在、策定中の長野県住生活基本計画との整合性も踏まえて、「高性能省エネルギー住宅（ZEHなど）」の表記に変更する。