

第1回総合計画策定懇話会発言要旨

日時 平成22年6月2日(水)午後1時30分～午後3時40分

会場 秋田市役所会議兼応接室

出席者

秋田市総合計画策定懇話会委員(12名中11名出席)

小国輝也委員、木村一裕委員、熊谷佑一委員、今野仁委員、境田末希委員、佐藤裕之委員、中田真一委員、野口良孝委員、前中ひろみ委員、山本まゆみ委員、渡邊剛委員

市側

市長、石井副市長、中川副市長、企画調整部長、企画調整部次長、企画調整課長、企画調整課参事、企画調整課副参事

議事(1) 会長、副会長の選出 (省略)

会長を木村委員、副会長を佐藤委員が務めることとなった。

議事(2) 次期総合計画の策定について

資料1～3に基づき事務局から説明・・・意見等なし

議事の(3) 次期総合計画の構成等について

資料4、5に基づき事務局から説明、以下の意見があった。(以下、 が委員発言、が事務局の回答)

成長戦略について、県の総合計画の策定にも携わった経験から、県と市との整合性の観点で資料を見たところ、県が重点的に取り組むこととした項目については、概ね含まれているものと認識している。

ただし、県民が重視している取組の中で、少子化・人口減少といった現状を踏まえると、医療・保健の充実が市の戦略には含まれていなかった。この部分も市民の安全安心の観点では、非常に重要と捉えているが、含まれていないのはなぜか。

成長戦略は、本市として成長させていく分野に特化して、示すこととしている。医療分野については、行政が担うべき根幹的なものであり、将来都市像別の施策の中で取組を示していく。

戦略6「次世代の育成支援」の重点プログラムには、出産・育児への支援が目立つが、その前段階となる結婚を推進することも、含むべきではないか。

戦略のネーミングは、今後調整するとのことだが、戦略5の「エイジフレンドリーシティ」は市民になじみがうすいのではないか。

「エイジフレンドリーシティ構想の推進」は、市長のマニフェストで掲げているテーマの1つであり、これを浸透させることがこれからの本市の取組となる。なお、

この考え方は、WHOで定める定義があり、簡単に言えば、「高齢者に優しいまち」であるが、本市では、これをより広い意味にとらえ、男女共生、市民協働の観点も盛り込んでいくようにしたいと考えている。

秋田市は、ここ数年全国一の地価下落率である。地価が下がるということは、商業を営みにくい土地、魅力のない土地ということの表れである。こうした土地政策については、この総合計画で記載していくのか。

中心市街地のにぎわいづくりは、本市が抱える課題の一つと認識しており、総合計画に土地政策全般を示すのではなく、にぎわいを創出し、市街地の魅力を高める施策を示すことが、地価の下落にも歯止めをかけることにつながるものと考えている。日赤跡地がこの10年間、空白であったというのは、非常に残念でならない。行政と民間との連携により、はじめて市街地の魅力が高まっていくものと思われる。現在の状況では、インパクトが弱いことから、商業地の有用性をいかに高めるかを我々民間人も行政も考えていかなければいけない。

都市経営が必要である。従来型の商業機能は弱まっている。少子高齢化社会の本格化に向け、医療と地域開発の連動が必要であり、コンパクトシティの推進が、土地価格政策となり得るものと考えられるので、コンパクトシティの実現というものを前面に押し出していくことが必要ではないか。

個別計画に総合都市計画があり、これは法定の計画で計画期間も20年程度と長いものとなっているが、この中でコンパクトシティを標榜しており、そうした取組を進めることとしている。

地価を上げることは、中心市街地の土地利用とも関わってくるところであり、エイジフレンドリーなまちづくりと絡めて出てくるような気がする。

秋田は外貨をどうやって獲得するかが大きな課題であり、日銀の前秋田支店長の高田氏は、「東京、大阪、福岡以外の日銀支店は、お金が外に流れている。秋田は年間で7～8%減っている」とストロー現象を貨幣の流通量から示していた。このため、地場産業を強化して、お金を集められるような方向にしていく必要がある。そのためのフレームづくりが行政の役割ではないか。秋田商工会議所でも、アウトバウンド・インバウンド戦略の重要性を認識して、現在検討を行っているところであり、県・市と商工会議所とがリンクして取り組んで欲しい。

資料5の成長戦略を見ていると、ブランドという言葉が踊るが、もうすでに他都市でやっている、似たような取組が並んでいるという印象を受けた。少子・高齢化社会や人口減少など、市が抱える現状は大変厳しいものがあるが、高齢者が住みやすい、高齢者が集まるまちを目指すこと、つまりシルバーシティになることがコンパクトシティにつながっていくことであると思っている。高齢者がどこよりも、買い物しやすい、動けるといった視点からのまちづくりが面白いのではないか。産業を呼び込むことは、なかなか難しいが、人々が欲しいと思うものが結果としてブランドになるので、今求められているものから逆算して見出していくことが重要である。ブランドは、戦略1「都市イメージ、ブランドあきたの確立」に掲げており、これ

は、戦略の大きな取組の方向を示すものである。戦略2から6の中でブランドに繋がる取組も当然あるものと認識しており、エイジフレンドリーシティはもちろん、観光も環境も都市のブランドになり得るシーズであると考えている。このため、戦略1は、戦略の表紙のようなものをご理解いただきたい。

ブランド化するのにすべてやってしまうとイメージが曖昧になる。どこに力を入れるのかを示せばよいと思う。

この資料を読むと「市民協働」が総合計画の通奏低音と受け止めている。中央街区、商業地活性化など、これまで課題として山積している中で「この事業を伸ばしていく」というところに、民間企業や市民等との協働という観点で秋田市としてどこまで踏み込んでいくか。新たな公共サービスの担い手として市民セクターや民間企業がクローズアップされる中においても、市がさらに一步踏み込むことが必要である。スケジュールとも関わるが、期間計画が21年度で終わっており、懇話会の中で第11次総合計画のレビューをする予定はないか。あるとすればいつか。

現在の第11次総合計画では、第9次・第10次総合計画の総括を、基本構想に記載しており、同様の形で示すことを想定している。なお、19-21期期間計画は、今年度が空白となることから、1年延長して今年度までのものとしている。

成長戦略の中で「教育」というキーワードが見つからない。第11次総合計画を見ても、小中学校や美短など市が取り組むところは見えるが、大学と行政の連携といったところが見えてこない。どこかに盛り込むことは考えられないか。

人材育成、教育の視点の盛り込み方について、検討したい。

都市部における農業が変わってきている。今農業に取り組む若者は、「作るだけではおもしろくない。これを加工したり、売り出したりするところまでやりたい」という希望を持っている。そのためには行政の支援も必要であり、そうした意見も踏まえた戦略メニューを検討して欲しい。

農作物を作ることから売ることまでを一貫して付加価値を高める取組を行政としても支援したい。また、若い就農者への指導者も必要であり、県では、研修事業などを行っており、そうした人材育成の視点も必要であると認識している。市として固まりでやっていくような仕組みを作り、戦略的に持って行く必要があると思う。この総合計画で大事なビジョンを策定することになると思うが、将来都市像で掲げている要素は、他地域よりも持ち合わせていると思う。市の中心部に公園があり、緑もある。再構築というよりも、活力を取り戻す方法を考えれば良いのではないか。重点プログラムを見ると、多方面にわたっているが、例えば観光ではどういう人を対象とするのか、エイジフレンドリーシティといっても、高齢者だけではにぎわいに欠けるので、一定の方針のもとで、それぞれが取組を進めれば良いのではないか。中心部は徒歩で買い物や通院などができ、周辺部は車での移動を中心にするといったような連携の取れた青写真があればと思う。

例えば、美術館などでも互いに連携させるということがこれまでなかった。また、県・市で資源を連携させることも必要であり、仙北市とも連携して取り組んでいく

ことも考えられる。

美短を卒業する人は、県外に出てしまったり、異業種に就いたりしている人も多く、惜しいことだ。美短こそがブランドだと思うので、秋田で活躍できる場があれば良いと思う。市でも美短を支えているというアクションは可能ではないか。ブランドとするには常に新しいことが必要だが、美短の生徒の作品が常設されていて、定期的に新しいものを展示するというようなことも面白いのではないか。そうした取組で、市が芸術文化に力を入れているという姿勢も示せる。

中心市街地でも展示スペースはあるので、そのような企画は可能である。

秋田市を元気にするには、市民それぞれが秋田市に自信を持っていなければならないと思う。秋田市の誇れるものは、知ろうとすればあるが、ただ暮らしているだけの人にはわからないのが実状ではないか。また、成長戦略の重点プログラムを見ると、対外的なものが多いが、市民にとって芯になるものが必要なのではないか。成長戦略の捉え方だが、市の業務は非常に幅が広い。通常やらなければならないといったものは、将来都市像に位置づけ、外向きにも今後アピールして伸ばしていくものが成長戦略と考えていただきたい。

市民が誇りを持つという意味では、外から評価されて、初めて良さや本質的な価値に気づくということもあるのではないか。

秋田から県外に出て、また戻ってきたという人に聞くと、外に出て初めて秋田の良さがわかったと言う人が多い。普段の生活では、当たり前になっていて良さに気づかないということが多いのではないか。今は魅力とは感じていないものでも、秋田にはこんなものがあるといった働きかけをすることで、成長のバネにできるのではないか。そのためにも、どういう人に来て欲しいというターゲットが必要だと思う。戦略3の「観光維新あきた」では、市の主体性が見えない。素材としては良いものもあるとは言うが、観光産業として考えると、角館や田沢湖、鹿角、十和田湖などに秋田市の資源では勝てない。秋田市の観光は半日で終わってしまう。県だけに任せずに、市でも他の市町村などと連携する取組が必要ではないか。特区などを活用して、他都市とは違うというような秋田市としてのブランドを作れないだろうか。あまり奇抜なことは出来ないが、ブランドは構築すべきである。

平成9年をピークに観光宿泊客数は落ちてきており、県全体で300万人を割っている。秋田市だけで増やすというのはなかなか難しいが、宿泊施設のキャパシティはあるし、周辺観光のベース基地になれる。例えば、大森山動物園は全国の動物園のベスト5に入っており、入園者数も増えている。観光のタマ磨きとリンクさせれば光るのではないか。来年に向けてカジノを合法化する動きも始まっている。秋田はイーストベガス構想という先駆的な取組をしているが、行政が手を挙げないと進められないので、観光の戦略にそのエッセンスも入れてもらいたい。

第11次総合計画の基本構想には、「地域の自治活動は、町内会はもとより、NPOなどによる活動の重要性が高まると予想される」、「NPOなどによる市民活動は、町内会などとの連携による地域における公共の担い手としての役割も期待される」

との記載がある。町内会活動に近い活動を行うNPO団体を期待するのは、現実的ではないと考える。

市民協働の大方は地域団体が担っており、具体的には市民憲章や公民館活動、西部市民サービスセンターの貸出し施設の指定管理者なども例としてあげられる。市と地域住民との協働を進める必要があると考えているが、そのためには、NPO等の市民活動の支援も大切である。

人材育成、人づくりがキーワードとなってくるのではないかと。また、農業も仕掛け人が必要であり、そういう人材を育成していくことが必要と考える。これは、絆づくりにも同じことが言えるのではないかと。

議事(4) 策定スケジュールについて

資料6に基づき事務局から説明。

議事(5) その他

石井副市長から、「本日は貴重なご意見をいただいた。ご意見も踏まえながら、市民のためになる計画にしていきたい」旨の発言があった。

(文責 企画調整部企画調整課 速報のため事後修正の可能性あり)