

意見概要	委員	担当局	意見への回答・対応状況
<p>今後のコロナ禍において、どのように交流人口を増やすのか。インバウンド、国内、県内各地から本市に来てもらう発想も重要であり、その戦略があれば良いと思う。</p>	坂本委員	経済観光局	<p>令和2年度では、旅行商品割引事業などの消費喚起策を実施し、その対象を全国、九州、県内と感染状況に応じて柔軟に展開してきた。また、来るべきインバウンド需要回復期を見据えた受入環境の整備に重点的に取り組んだ。 今後も感染状況を見極めながら事業を実施するとともに、新型コロナの影響による「都市から地方へ」の流れに連動した、効果的な首都圏プロモーションを展開し、本市の関係・交流人口創出を図る。</p>
<p>令和2年度は大きな変動があった年である。例えば市内総生産額、観光、出生数など、ある程度予測可能なもので、変化があると思われるものがあれば教えていただきたい。KPIの見直しもそのことを踏まえる必要がある。</p>	宮下委員	政策局	<p>資料1にお示しのとおり、令和2年度は観光消費額をはじめ、出生数や有効求人倍率、地域活動など数多くの項目で落ち込み・停滞が見受けられた。各種KPIの見直しについては、新型コロナウイルス感染症の今後の影響が必ずしも明確に見通せないことから、現時点においては従前の目標値を維持させていただきたい。</p>
<p>転入超過について、どこから熊本市に来ているのか。コロナによって首都圏からくるという期待もあると思う。このあたりの分析も必要。</p>	坂本委員	政策局	<p>社会動態については、令和2年度（R1.10～R2.9）も引き続き転入超過となったが、特に熊本県内市町村や九州各県からの転入超過が顕著であり、関東や福岡県などのいわゆる都市部に関しては転出超過となった。転出・転入の理由としては、職場の転勤や進学・就職したい仕事があるなど、主に仕事に関連する理由が大きな要因であった（熊本市転出入者アンケートより）。本市としては、これらのデータや根拠を参考にしながら政策立案に努めるなど、EBPMの視点を意識しながら地方創生に取り組んでまいりたい。</p>
<p>転入・転出について、ある調査結果では、熊本市から東京都への転出者は全国トップレベルであった。数字を追うだけではなく、その要因、データをどう使っていくかが重要。</p>	田邊委員		
<p>行政が持つ住民データをどのように使うか。それをバックデータにしてどのような施策・仮説を立てていくか。</p>	田邊委員		

意見概要	委員	担当局	意見への回答・対応状況
<p>総合戦略の基本は人口ビジョンであり、人口をどうするかが一番の肝である。このため、自然増の令和元年度の落ち込みはもっと重要視すべきと思う。出生数の問題なのか、出生率の問題なのかも含め、これに対する対策を検討する必要がある。</p>	坂本委員	健康福祉局 政策局	<p>安心して子どもを産み育てられるまちの実現に向け、それぞれのステージに合わせた施策を重点的に行っている。具体的には、結婚、妊娠、出産の推進として、婚活イベントの助成や、不妊治療費の助成、妊婦健診、乳幼児健診、乳児家庭全戸訪問等に取り組むとともに、子ども・子育て支援の充実として、子育て支援センター等を拠点とした交流の場の提供、保育サービスの充実、待機児童の解消に向けた保育量の拡充やそれを支える保育士の確保、子ども医療費の助成等、切れ目のない支援に取り組んでいる。なお、現時点における出生数等の分析については別添資料のとおりである。</p>
<p>出生数について、生活スタイルの多様化など全国的なトレンド要因と記載されているが、それに対する政策との関連を分析・検証する必要がある。政策の効果が上がらなかったこととの関連など、もう少し突っ込んだ分析が必要と考える。</p>	鈴木委員長		
<p>熊本市の出生数は、女性の人口減少も大きな要因となっている。女性の数の減少をどう食い止めていくかが重要である。女性の雇用の確保を含め、そのことを念頭においた政策展開を是非お願いしたい。</p>	澤田委員	経済観光局 文化市民局	<p>女性が働きやすい労働環境の整備に向け、働き方・テレワークセミナーの開催や、働く女性を支援し女性の力を活かした地元企業の活力向上や地域経済の活性化を図るため、女性活躍に向けた事例発表会等もあわせて実施しているところ。これらの取組により、関係部署間で連携しながら、女性の雇用の確保や労働環境への取組を行っている。</p> <p>また、令和2年度より、女性を含めた様々な求職者に向けた就労支援として、オンライン合同就職説明会を年4回開催。加えて配信内容をYouTubeにて後日アーカイブ配信を行うことで、いつでも好きな時間に視聴可能となったことから、子育て中の方等、時間的な制約が多い方でも参加可能となり、利用しやすい就労支援の仕組み作りを行っている。</p> <p>更に、令和3年度には、就労等において新型コロナの影響を受けた子育て中の女性を対象に、再就職準備セミナーや再就職実践講習、企業面談会等を実施予定であり、特に女性の正規雇用に向けた就職支援を開始したところである。</p>
<p>そもそも、人口減少の地方創生の議論が始まった際、根本の数値は女性人口に焦点を当てたものであった。男性より女性が減っている状況を踏まえてでないと解決はできない。女性にとって暮らしやすい、労働環境、生活環境、その辺りを意識した施策は重要となるだろう。</p>	鈴木委員長		
<p>熊本市内の渋滞について、政令市ワースト1ということもあり議論が固められているので、単に公共交通機関の利用促進を図るということだけではなく、重要な問題と認識したうえで、街づくりを含む問題として検討していただきたい。</p>	坂本委員	都市建設局	<p>熊本都市圏の交通計画については、「熊本地域公共交通計画」や「熊本県新広域道路交通計画」を作成し、各地域拠点に伸びる基幹公共交通軸の機能強化やコミュニティ交通の導入、総合交通体系の基盤としての道路の役割強化やICT・自動運転等の技術の進展を見据えた道路施策の検討など、熊本都市圏における公共交通の利用環境改善や更なる利便性向上に向けた取組を行っている。今後もこれらの取組を継続して進めるとともに、多様な交通モードを効率的に組み合わせ、地域特性に応じた都市交通体系の最適化を図るベストミックスの実現に向け、公共交通機関相互の役割分担や近隣市町村を含めた連携強化のもと総合的に交通戦略を推進していく。</p>
<p>交通の問題では、自動運転など大きな技術的な進展もある。このような中、熊本都市圏の交通計画や都市圏の都市計画をどのように考えていくのか。</p>	宮下委員		

意見概要	委員	担当局	意見への回答・対応状況
個別の施策の充実は言うまでもないが、戦略としてどういうものを目指していくのかというところが重要である。	鈴木委員長	政策局	本市の総合戦略は、自然減対策としても社会減対策としても重要な「しごと」に力点を置き、名称も「熊本市しごと・ひと・まち創生総合戦略」と設定するなど、「しごと」を中心に様々な施策をまとめ、多面的に展開することを大きな方向性として掲げたところである。また、ご指摘のとおり本市の最上位計画である第7次総合計画では、「上質な生活都市」をめざすまちの姿として掲げており、これを実現するためには、人口減少の克服と地方創生は必要不可欠な要素である。ご指摘のスローガンやキーワードの設定については、第8次総合計画や第3期総合戦略を策定する際の検討項目とし、市民にとってわかりやすい計画となるよう努めてまいりたい。
総合計画があって、そこで熊本市が目指す姿を示している。総合戦略はそれに連なる戦略であるので、総合計画のキーワードを掲げてもいいと思う。	鈴木委員長		
総合戦略にスローガンのような言葉がない。基本目標の上に必要ではないかと考える。存在目的のようなもの。誰が見ても納得いくようなものがあるともっと見やすい、もっと素晴らしい戦略になると思う。	田邊委員		
<p>しごとを最優先し、また充実した医療をうたっているにも関わらず、コロナにより街中の経済、お店がなくなっている。熊本市としてしごとを重要視しているという基本理念があるかぎり、こういうコロナの中にあっても仕事を失くさないような支援を行って欲しい。</p> <p>熊本市は、先進的なコロナ対策や9割補助での空気清浄機の導入などの施設改修の補助、PCR検査の実施などを行われており、安全なまちづくりを行った。しかしながら市民はその効果を楽しめていないと思う。</p> <p>税金を使って安全なまちづくりをしたのに、それを無駄にするような、街に行かせないとするような施策を出すのはどうかと思う。経済界としては、感染防止対策を行いながら街中に行きましょうとなって欲しい。</p>	坂本委員	経済観光局 健康福祉局	<p>「仕事を失くさない」支援として、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により一時的に経営が厳しくなっている企業が、解雇という選択ではなく、「出向」を行うことにより雇用の維持が図られることを目的として、企業に対する出向制度の紹介や、出向オンラインマッチング会を実施した。</p> <p>また、既に失業にあわれた方には、オンライン合同就職説明により企業との出会いの場を創出するとともに、新型コロナの影響により失業された方を雇用した企業に奨励金を支給するなど、早期就労の支援を行っている。</p> <p>熊本県が令和3年6月14日に県内統一基準による感染防止対策認証制度と7月12日に認証店に係る衛生管理設備導入等補助制度を開始し、現在、県市連携のもと新たな県認証制度の普及促進を進め、飲食店における感染防止対策の徹底強化を図っている。市民がコロナ禍においても安心して飲食店を利用できるよう環境整備を促進するとともに、感染拡大状況を見極めながら認証店をPRするなど情報発信等に取り組む。</p>

意見概要	委員	担当局	意見への回答・対応状況
<p>熊本市は独自のコロナ対策をたくさん行われている。しかし、発信が必ずしも上手く行っていない気がする。これからは、感染には十分気を付けながら、あるいは店舗側も気を付けながら、街中に行きましようといったメッセージが打ち出せればと思う。</p>	<p>宮下委員</p>	<p>政策局</p>	<p>情報発信については、本市の感染状況をはじめ、支援・補償金制度の告知やコロナワクチン接種スケジュールの連絡など、コロナ禍の拡大に伴い、行政が発信すべき情報は急増している。今後も市政だよりやSNS、新聞、ラジオなどのあらゆる手段を用いて、市民や事業者の不安払しょくにつながる正確で迅速な情報発信を行うとともに、市長会見などの機会を活用して積極的にPRを行ってまいりたい。</p>
<p>小学生へのタブレット端末配布を熊本地震後から取り組んできており、結果としてオンライン授業への移行が非常にスムーズであったが、新型コロナに非常に強い面に対応できたというメッセージが上手く伝わっていない。市としても有機的に捉えて発信すべきだったと思う。</p>			
<p>コロナ対策は熊本市単位で完結するものではない。県境を跨いだものなど、念頭に置きながら対策を打つことが必要である。ご指摘のようにトータルで考えて、対応・メッセージの発信が今後は重要になると思う。</p>	<p>鈴木委員長</p>		
<p>企業版ふるさと納税について、東京、大阪の企業数百社にアンケート調査を行ったところ、是非やりたいと言っている。行政側も企業と一緒に具体的な施策を考え、取り組むことが必要と思う。</p>	<p>田邊委員</p>	<p>政策局</p>	<p>企業版ふるさと納税を活用することにより、企業側は社会貢献活動を通じた企業としてのPR効果、自治体側は新たな民間資金の活用による事業展開など、双方にとって大きな利点があり、積極的にこの制度を活用していく必要があると考えている。本市では、街なかのにぎわい創出や子育て支援、地域活動への支援など、特定の分野に限らず幅広く寄附を募っているところであり、今後も経済観光局や東京事務所などの庁内部署間で連携を図り、企業の皆様に積極的にPRを行ってまいる。</p>
<p>自治体側からすると、企業版ふるさと納税はクラウドファンディング的なものと思う。ふるさと納税で是非バックアップしてくれということが大事だと思う。</p>	<p>鈴木委員長</p>		