

熊本市しごと・ひと・まち創生総合戦略検証委員会

<議事概要>

日時：令和元年 12 月 24 日（火）

13：00～14：30

場所：熊本市役所駐輪場 8 階 会議室

● 次第

1 開会

2 委員長挨拶

3 議事

（１）第２期「熊本市しごと・ひと・まち創生総合戦略」【素案】

（２）今後のスケジュールについて

4 閉会

● 議事概要

■事務局より議事（１）の説明後、以下のとおり審議を行った。

○ 鈴木委員長

質問、意見、提言があればお願いしたい。

○ 小林副委員長

分断されていたリーディングプロジェクトが基本戦略と合体されたかたちで整理されたのでよかったと思う。全体として読みやすくなった。もう一回見て気づいたが、今回どこの市町村も持続可能な開発として SDGs を組み入れて、そのなかで、熊本市の場合は「しごと」に力点を置いた総合戦略を展開するという立ち位置は分かっているが、例えば、基本戦略やリーディングプロジェクトは SDGs の何に関連しているのか、という標記は入れる必要はなかったのか。SDGs を推進するというスタンスは最初につくってあるので分かるが、基本戦略とどうリンクしていくのか、という書き込みはしなくてよかったのか。もちろん関連性があるのは分かるが、他都市では、マークを入れて何番と合致しているという標記をしているところもあるので、熊本市の場合はどうするのかお尋ねしたい。

○政策局

SDGs については、理念を掲げるということで最初に記載をしている。しごと・ひと・まちということで、「しごと」は経済、「ひと」は社会、「まち」は環境ということから親

和性は高いと考えている。そこで理念として掲げさせていただいた。関連する分野を記載してはどうかということについては、確かにそのような考え方はあるので、検討をさせていただきたい。

○鈴木委員長

総合計画の見直しでは SDGs のロゴは入っているのか。

○政策局

総合計画においては、個別具体的な取り組みを進めていく部分については、各章ごとに SDGs マークを載せて関連性を示している。

○鈴木委員長

総合戦略においても、より分かりやすくするという意味で記載を検討していただけないか。

○荒川委員

よく網羅的に出来ていると思う。基本的なことだが、基本戦略・リーディングプロジェクトとあるが、基本目標にリーディングプロジェクトがリンクするようになっているのか。KPI についても、基本目標に設定するのか、リーディングプロジェクトに設定するのか。全体のつくりとしてどのように考えているのか。

○政策局

基本目標 1 が「しごと」、基本目標 2 が「ひと」、基本目標 3 が「まち」の部分という体系づけになっている。それぞれ KPI を設定し、事業を推進していくというのが基本目標の内容である。リーディングプロジェクトについては、熊本市の強み、特徴、例えば農業や観光の分野、そういったところを特化して進めていくということで作っており、KPI については基本目標のなかに設定されているという考え方をもとに、リーディングプロジェクトには KPI を設定していない。

○荒川委員

この 3 つの目標を達成するために、リーディングプロジェクトがあるということでのいいのか。

○政策局

先ほどの SDGs に関しては、総合計画ではそれぞれの分野ごとに整理をしている。総合計画は全部の事業を網羅しており、総合戦略はその部分集合としてつくっているので、総合計画との整合性を取って、事業ごとに SDGs の観点から整理をしたい。また、もう一つの KPI については、基本目標と KPI との関連は、3 つの目標に KPI が設定しており、リーディングプロジェクトはその 3 つを先導するもので、基本目標に毎にリーディングプロジェクトがあるのではない。例えば農業分野のリーディングプロジェクトでは、しごとを生み、安心して暮らせるまちを実現し、地域社会を実現するという、3 つ目標に効果的かつ先導的な役割を持つものを定めている。基本目標にそれぞれあるのではなく、基本目標 3 つを相対的に引っ張るためのものとして、リーディングプロジェクトを定めて

いる。

○鈴木委員長

リーディングプロジェクトは基本目標の複数にまたがる場合があるということだと思う。MICE の誘致活動の展開やスマート農業の展開などは、ともに基本目標 1 に含まれている。そういう意味では基本目標の全体としてリーディングプロジェクトを達成しているということであると思う。

○坂本委員

資料 2 の 10 ページ、この KPI は前回の意見を受けて、観光客入込数を観光消費額に変えてある。この KPI を達成するにあたって大きな項目として「交流人口の拡大」があり、そのなかに「観光客の誘致を図ります」と書いてある。観光消費額の構造は入込客とその一人あたりの消費額の掛け算だと思うので、例えば、一人当たりの消費額をあげるための何らかの施策が記載されるとよいと感じる。

○政策局

おっしゃる通りだと思う。アトキンソン氏の講演でもあったが、最終的な目標は観光消費額をあげること。単価の安い観光客を大幅に増やすか、単価の高い観光客を少しでもいいので増やすか。とにかく観光客数を増やすことでなく、観光消費額を増やすこととして目標を観光消費額とした。今まで東アジアを中心に行ってきたが、単価の高い欧米豪あたりも戦略的に力を置いていこうということで、観光消費額を KPI に設定させてもらった。それらの違いが分かるような書きぶりを変えたいと思う。

○坂本委員

客の色分け、欧米豪がいくら、アジアがいくらなど、そういう話だけではなくて、我々がその人たちにどれだけの消費活動を起こさせるかという、魅力あるものをつくるとか、魅力あるサービスを提供するとか、我々も開発していかなければならないと経済界としても思っている。そういったところを行政と一緒にやっていけたらと思う。そういうところも書いていただければと思う。

○政策局

欧米豪の話をしたが、当然、例えば観光の指標が出るたびに、いかに宿泊客を伸ばすか、あるいは、いかに滞在時間を延ばすか、そういったところが戦略のポイントになってくるだろうと思っているので、そういったところを分かるように記載をしたい。また、これにもとづいて、中心市街地グランドデザインの部会でも議論しているが、データを活用した観光戦略を作成したいと思っている。そのなかで観光消費額を上げるようなターゲットを明確にした戦略を作成することとしているので、このしごと・ひと・まち創生総合戦略のなかでも、そういうものがにじみ出るような表現を検討したいと考えている。

○小林委員

今、坂本委員がおっしゃったことというのは、具体的な見える化というか、市民が見たときに、このようにして上げるのか、という書きぶりのことだと思う。資料 2 の 9 ペー

ジに「国内外からの観光客誘致を図ります」というところに、個々に取り組みが書いてあるが、「観光消費額の増加に向け」の枕言葉が「観光客の滞在時間延長による」とあるように、割と限定口調で書いてある。観光消費額の増加は滞在時間の延長ももちろんだが、単価を上げることやリピーターを確保することなど色々戦略はあるので、そういうことも含めて観光消費額をあげるためにどういうことをするのか、具体性を持って書かれたほうがいいと思う。あるいは、このように書くのであれば「観光客の滞在時間延長などによる」というような含みを持たせるなど、これだけが観光消費額の増加につながるというのではなく、良質なプロダクトとか、ニーズにあったサービスの提供とか、商店街の連携とか、いろいろなことが必要になると思う。それらは今後観光客の関心の調査・分析にもとづくものになると思うが、そのあたりの書きぶりを考える必要がある。実際お金をおとししてくれることに、どうやったらつながるのか、というところが見えるといいと思う。

○鈴木委員長

KPI に観光消費額を掲げたとき、交流人口を含めた側面が後退する印象を市民がもたれると思う。端的に言って、観光消費額を上げるため富裕層をターゲットとするという一面的な解釈をされると、狙いとは異なると思う。人と人との交流も豊かになりつつ消費額を上げていくというような書きぶりが大切だと思う。

○津留委員

全体的なことだが、リーディングプロジェクトを記事にする場合に一つか二つを取り上げることになると思うが、すべてのことが網羅されていてどれが本当に力を入れるべきなのか、かえって分かりづらくなっていると思う。リーディングプロジェクトのなかでも強弱をつけてみてはどうかという感想を持った。

○鈴木委員長

プレス発表するときに、どの言葉をピックアップして謳うかというのは重要な点だと思う。概要版を作るときにキータームを絞り込んでいると思うが、意見はあるか。

○政策局

事務的な話をする、この地方版総合戦略には、国の地方創生推進交付金がついてくるので、どうしても幅広く事業を書いてしまうところがある。特に「農水産業の振興によるくまもと創生」プロジェクトにおいては、割と幅広く記載している。報道の際には、リーディングプロジェクト内の事業を具体的にどう打ち出すか、ということを報道の方々のご意見をお聞きしながら考えていきたい。

○坂本委員

参考資料2の62ページについて、前回の委員会で、農業について熊本市が県全体をけん引するようという意見を申し上げた。これに対して、「連携中枢都市圏全体でのPRなど中枢都市として圏域をけん引する役割を担い」と記載していただいて、ありがたいと思う。ただ、現行の「6次産業化」や「オール九州」というのはいい表現であると思っていたが、これはどこに行ったのか。

○農水局

まず、「オール九州」については実証実験的に行ってはいたが、実現がなかなか難しく、連携中枢都市圏をエリアとして取り込ませていただいている。「ブランド化」については、第 2 期では「トッププロモーション」と記載しており、大消費地向けの PR を行っていきたいと思う。「6 次産業化」については、実際に農業者自ら加工品まで手掛けるというのは難しいということもあるので、第 2 期では「農商工連携」という表現にさせていただき、実際に 6 次産業化をしたいという農家については、第 2 期では「セミナー」と記載しているが、このなかで支援をしていきたいと考えている。

○鈴木委員長

現場レベルでは用語の流通度合いは難しく、「6 次産業」という言葉が出てきた当初は、一般の農家の方からすればそれは何という感じだったが、徐々に定着をしてきて、この言葉で通じる層はまだいるとも考えられるが、政策的には「農商工連携」という表現になってきている。いずれにしてもこれらは矛盾するものではないので、読まれる方に幅広く理解してもらえるような工夫があれば考えていただきたい。

○吉原委員

素案の 14 ページ、基本目標 3 のところで「地域活動に参加した市民の割合」とあり、参考資料 2 の 38 ページの第 2 期にも同様の記載がある。目標値について、素案では R1 で 42%、R5 で 44%となっており、参考資料では R1 で 30%、R5 で 32%となっているがこれは誤植か。

○司会

参考資料の目標値は誤植であり、素案の数値が正しい。

○吉原委員

42%や 44%というのはすごい数値だと思うが、どういった市民を対象としているのか。

○市民局

これは総合計画のアンケート結果の数値であり、数値の取り方は自治会・ボランティアなどに参加された市民の方をカウントしている。数値が上がっているのは熊本地震があったことで、参加機運が上がったため上昇したと考えられる。現在は落ち着いており微増となっている。

○荒川委員

居住誘導区域の人口密度で、目標が横ばいになっているのは、人口減少を視野に入れて現状を維持するということで設定してあるのか。

○政策局

居住誘導区域とは、バス停などからは概ね半径 300m 圏内を指しており、鉄軌道敷からは半径 500m 圏内を指している。その人口密度を維持したいということで設定している。

○荒川委員

この KPI を達成するために具体的に何を施策として行うのか。

○都市建設局

居住誘導区域は立地適正化計画に基づいて設定されており、具体的には先ほどあったとおり、駅やバス停から何m以内というかたちで設定されている。居住誘導区域に人口密度を維持するための取り組みとしては、居住誘導区域のほとんどが中心市街地や地域の拠点となるところなので、そこでの活力・魅力の向上ということで、建物の建て替え促進のための規制緩和などを具体的に行っている。複数の拠点があるため、それを公共交通でつなぐということが重要であるので、市電の延伸も議論中であるが、基幹となる交通軸であるバスや路面電車の機能強化を行っていききたい。一つはまちの魅力を上げる、もう一つは公共交通の利便性を上げるということを具体的に行っていききたい。

○鈴木委員長

区域設定など居住誘導区域の定義は理解できたが、これが持っている意味合いを簡単に表現するとどうなるか。

○都市建設局

居住誘導区域は人口減少化においても、商業や医療などの日常生活のサービス、あるいは公共交通などが持続的に維持されるように、一定のエリアを定めて、人口密度を維持していくという区域である。具体的には商業などの都市機能や居住が集積している拠点、中心市街地や各地域拠点、それらに公共交通で比較的容易にアクセスできるエリア、というような定義を定めて、エリアを設定している。

○政策局

要するに、これから人口減少が進む中でいかに都市を効率的に維持管理していくか、コンパクトに都市をつくっていかうということで、取り組んでいる。中心市街地があって、それぞれの生活拠点、また、地域拠点として健軍・子飼・大江など、日常生活に必要な金融・商業・保健福祉医療サービスといったものを集約して、拠点で歩いて生活をおくれるようにしている。バス停などから概ね 300m 圏内や鉄軌道敷からは半径 500m圏内と設定しているのは、バス停や駅などから歩いて中心部へ向かうことができるエリアで住まいを構えていただくということであり、コンパクトで利便性が高い、また、人口減少のなかでも維持管理がしやすい、市全体の省エネなども含めた将来都市を描いたものである。

○坂本委員

資料 2 の 27 ページの (2) に「移住受入・支援体制の整備」とあり、移住就業の促進などがある。また、(3)「産業の振興」とある。遡ると、(1)に「安心して暮らせるまちづくりの推進」とある。この 3 つがリーディングプロジェクトであることに何ら疑問はないが、タイトルが「持続可能な医療・福祉とコミュニティによるくまもと創生」プロジェクトとなっていることに違和感があると前回申し上げた。もう一つは「産業の振興」という大きな言葉が登場しているが、なかをみると、ヘルスケア産業の振興であったり、医工連携の推進であったりと産業の一部分のみを取り上げている。あくまで医療・福祉絡み

の産業でくくってはいるが、リーディングプロジェクト全体に違和感が残ったままである。どのようにお考えか。

○政策局

「安心して暮らせるまちづくり」と言ってしまうとすべてにかかるし、「産業の振興」と言ってしまうとすべてにかかるので、そのあたりの表現の仕方としては、プロジェクトらしく表現を改めさせていただきたい。熊本市は特に福祉・医療が充実しているが、人口減少が進めば打撃を受ける産業でもあるので、充実しているものを逆に特徴としてとらえて、新たな移住定住などを増やして、人の仕事場を確保していくというのがこのプロジェクトの目的であるので、そこが分かるようなタイトルに修正させていただきたいと思う。

○澤田委員

熊本市の「しごと・ひと・まち創生総合戦略」は独自の構造を持っており、国の枠組みを全くまねしたものではない。悪くないと思っている。一般の市町村の総合戦略は国の枠組みを踏襲しているので、国に振り回されるところがあるが、熊本市はオリジナルな枠組みになっているのであまり影響はないと思うが、先週の金曜に国の総合戦略が閣議決定された。そのなかで4つの目標と6つの施策というかたちで、Society5.0やSDGsなど新しい力の活用することや、人と人との連携共同といったことなど、6つのなかに入っていたものが、外だしされて、4つの目標すべてに対してかかってくるようなかたちとなり、枠組みが大きく変わった。Society5.0といったものが4項目すべてにかかってくることとなったため、他の自治体ではバタバタすると思うが、熊本市の場合はあまりそれには影響されないと思う。Society5.0などがすべてにかかってくるということは交付金を取りに行くとき、よりその関連がどうなっているのか問われる可能性があるため、それを念頭においた文言の設定を工夫していただきたいと思う。

もう一つは、女性の数の推移であるが、地方創生が始まったきっかけである増田レポートでは「消滅可能性都市」というものを謳っており、なぜ消滅するのかと言えば女性の数が減ったためである。女性をどうしていくかというのがポイントであり、女性に対する結婚・出産・子育ての支援とあるが、若い人たちがなぜ結婚できないのかというと、大きな原因の一つが経済問題である。仕事や稼ぎがないから結婚できない。そういう意味でも「しごと」を最初に持ってきている熊本市の総合戦略の構造は、重要になってくると思っている。熊本県全体の人口が2015年の国勢調査のときから、今年までで4万人ほど減っている。そのうち、男性と女性の減り方が4対6で女性の方が多く減っている。おそらく人口流出が女性の方が多いためと考えられるが、女性をいかに留めておくかということが重要になってくる。熊本市は市内の人口ももちろんだが、いわゆる人口のダム効果といったことも発揮してもらいたいところであるので、女性の雇用、結婚、出産、子育てなどをどうするのか考えていただければと思う。

○政策局

一つ目の Society5.0 などの部分については、総合計画においても、時代の潮流として受け止めている部分があるが、農水産業のスマート化といったものには含まれている。交付金については、この総合戦略に則ったかたちで別途計画を立てるので、そのときは国の方針を取り入れたかたちにしたいと思う。総合戦略ではそれが読み取れるようなかたちになっているか検証したいと思う。

二つ目については、人口ビジョンをもとに総合戦略を策定しており、望む子どもの人数は2〜3人と把握している。しかし、現実には1.5人ほどであったことから、この希望を叶えるということが総合戦略の根底にある。なぜ、希望が叶わないのかということについて、経済的な要因が大きかったため、「しごと」を最初に持ってきた。その原点に立ち返って若い人たち、特に女性の支援という視点でもう一度見直し、それが現れるような表現をしたいと思う。

○荒川委員

「創業支援」のところで、くまもと森都心プラザ内ビジネスセンターの機能向上とあるが、県内ではインキュベーション施設がいくつかあり、連携して取り組んでいく予定である。また、金融庁主導で「熊本ダイアログ」というものがある。これは創業支援を行う組織である。熊本市が単独で取り組むのもいいが、このようなところと連携して起業家が出やすいまちをつくるということで、そのような連携をぜひ進めてもらいたいと思う。

○坂本委員

参考資料2の20ページに、「商工会議所」が出てきているが、現行の表現は「商工会議所、商工会など様々な関係機関との連携のもと」というかたちで始まっているが、第2期では「商工会議所・商工会をはじめたとした関係機関との連携を図ります」というかたちで差し替えが行われている。何か意図があるのか。

○経済観光局

今までと同様、商工会議所・商工会と連携して中小・小規模企業の強化に取り組むということで、特別の意図はない。

○木村委員

資料2の16ページに「安心して暮らせるまちづくりの推進」とあり、まちづくりセンターの記述があるが、これまで市民の相談窓口として機能してきたと思うが、総合戦略によって、今後まちづくりセンターの機能を強化、市民と積極的に関わっていくような取り組みが始まることを期待している。まちづくりセンターの機能強化についてはどのように考えているか。

○市民局

まちづくりセンターの地域担当職員については、3つの機能があり、一つは相談窓口、もう一つは地域情報の収集と行政情報の発信、もう一つは地域コミュニティ活動の支援という3つの柱で活動をしている。創設して3年が経ち、現在その成果を検証したいと思っている。検証をするなかで次のステップ、どのようなかたちで地域の方と連携を行う

かなど検討していきたい。

○鈴木委員長

目指すところは地域自治まで含まれているのか。

○市民局

目指す姿は自主・自立のまちづくりを掲げていきたい。

○鈴木委員長

資料２の 31 ページの推進体制でイメージ図に総合戦略策定委員会とあるが、これは今はないということによろしいか。

○政策局

現在はないので、修正をさせていただきたい。

○坂本委員

資料２の 21 ページに「クリエイティブ産業の振興」とあり、まさに「しごと」に関する記載となっているが、現行のものにも記載はある。新たな「しごと」の創出は現状どのようなになっているのか。

○経済観光局

クリエイティブ産業の振興という意味では、例えば、ホームページの作成やデザインなど、いわゆるクリエイティブ分野の業者と地場企業とのマッチングを行っている。そのなかで新たな取引が生じることで、新たな「しごと」の創出につながっていると考えている。

○坂本委員

数値で表せるものはあるか。

○経済観光局

商談件数や、商談成立見込み件数は毎年把握している。

○鈴木委員長

ほかにはないので、今回の意見をもとに素案の見直しを行っていただきたい。

■事務局より議事（２）の説明。

○政策局

17 か所で総合計画と合わせて、住民説明会を実施する予定である。

委員の皆様にはぜひ呼びかけを行っていただきたい。

○鈴木委員長

それでは終了時刻となったので、これで委員会を終了する。