

秋田市シティプロモーション基本方針（原案）へのご意見とご意見に対する考え方

1 意見募集期間

令和2年12月21日（月）から令和3年1月22日（金）まで

2 意見提出者数と意見数

33名、61件

3 寄せられた意見および本市の考え方

番号	該当箇所	ご意見（要旨）	ご意見に対する考え方
1	基本方針 （原案） 全体	<p>○市民が、自身が住む地域（町内会、施設、行事等）と係わることができる頻度が多ければ多いほど、その市民は自身が住む地域への当事者意識を醸成することができると思うことは、基本方針のとおりだと思う。それを、具体的な事業にブレイクダウンさせる考え方が重要で、その事業の主体を誰にするかが大事だと思う。</p> <p>町内会組織が果たす役割は重要であると考え、秋田市では都市部と郊外でその組織率や活動内容に相当の格差がある。町内会組織を活用して地域と行政の関わりを増やすことで、住民の当事者意識を高めることができる。この問題に特効薬はなく、日々の活動の中で当事者意識は少しずつ醸成され、日々の生活の中で浸透していく。</p> <p>○秋田市が町内会に依頼できるもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一定の区域（公園、花壇、歩道等）を町内会が管理する ・市有地に町内会が主体となった施設を新たに設置する（管理含む） ・社会教育主事等による「地域の歴史」講演を大人と子どもが一緒に受講する 	<p>本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>
2	P2等の 図表について	<p>○P2～P4の図表の単位がわからない</p> <p>○目次の「P」は削除してもわかるのでは</p> <p>○P3エの図がわかりづらい。太字、色付きセルの意味は？</p> <p>○P7の図は件数か%のどちらかの表示で十分では？</p> <p>○P8の図について全ての課所を表示する必要があるのか？</p>	<p>よりわかりやすい標記等に訂正します。</p>

3	P 4	○国際教養大には全国から優秀な人材が集まっているが、県内企業への就職率が低い。企業側でも英語力に優れた人材を積極的に活かす努力も必要だと思う。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 1 2	○統一した「キャッチコピー」「ロゴマーク」が既にあるとのことだが全く思い出せない。市民でもわからないのは問題。もっとインパクトのあるPRが必要。	本市課所室が、それぞれの事業効果やイメージの向上を図るため「キャッチコピー」や「ロゴマーク」を作成し周知を図っているところであります。 ブランドメッセージとする「ちょうどいいから 住みやすい」を含め、今後は、取組の方向性やターゲットを意識し、効果的な発信に努めてまいります。 本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 2 3	○「ちょうどいいから 住みやすい」は良い言葉だと思う。市民がその良さをわかっていないと思う。逆に、「こんな良いところもあるのに」と思っている人も沢山いるのでは。良いところを集めて物語性をもってPRすべき。	本市に対する「誇り」や「愛情」をもった市民自らが情報発信することは、本市が目指そうとする取組であり、その仕組みづくりなどについて検討してまいります。 基本方針に賛同いただける意見として承りました。
4	基本方針 (原案) 全体	○進学や就職で転入、転出した100人位の若者をSNS広報大使に任命して秋田の暮らしや里帰りの際に感じた良さなどを発信してもらってはどうか。その頻度等により謝礼やクーポン券などのインセンティブを与えると良い。役人が一生懸命発信するより効果がある。	基本方針に賛同いただける意見として承りました。ご意見を参考としてより効果的なPR手法を検討してまいります。
5	基本方針 (原案) 全体	○若い世代の秋田市への好感度、強みと弱みの調査結果は参考になる。ハード面に対する要望が多いが、認知度、魅力度、情報接触度、居留意欲度を高める方策として「あきた学園都市」として発信すれば、コロナ禍では安全、安心な都市として反響があると思う。 「あきた学園都市」には、首都圏の有名大学の分校（研究機関）として誘致し、関係人口、交流人口を活発化させることにより定住人口の増加に繋げる。 誘致先は秋田大学の競技場であれば秋田駅へのアクセスもよくイベント等の開催による集客力にも期待できる。	基本方針に賛同いただける意見として、また、本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。

		<p>国際教養大学との差別化を図るには研究機関には下記の分野を設置し全国へ情報発信することにより広く研究者、学生を呼び込むことが期待できる。</p> <p>ICT AI研究 バイオマス研究 生産工学研究 宇宙工学研究 etc</p>	
6	P 4	○秋田大学に魅力的な学部がなく、優秀な生徒は県外に進学するしかない。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 7	○市公式SNSとテレビ・ラジオを若い人が見るとは思えない。この2つが1位2位になっているのが少しずれているように思える。SNSは若手インフルエンサーに広告費を払って発信してもらおうほうがいい。	若い世代の望む情報発信と本市情報発信の現状との乖離を含め、各世代を意識した情報発信に努めてまいります。本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 1 1	○アンテナショップが品川にあるが分かりづらい。 秋田市に正式なフィルムコミッションがない。全国でもめずらしいと思う。	品川にあるアンテナショップ「あきた美菜館」は、首都圏に「本物の秋田」を売り込む拠点として特産品の販売のほか、郷土料理や地酒等を提供しております。「あきた美菜館」は、県の所管でありますので、場所が分かりづらいとの意見については、県の担当部署にお伝えいたします。 また、本市には、現在、公的フィルムコミッションはありませんが、県や自治体、民間団体等で組織する「あきたロケ支援ネットワーク」に参画し、ロケ地選定や撮影協力などについて連携して取り組んでおります。
7	基本方針 (原案) 全体	<p>○とてもわかりやすくポイントを得た原案である。秋田市を好きな方が多いのに人口減少となる結果を踏まえ、徹底的に改善すべき。</p> <p>県や市の発行する無駄と思える紙類のパンフ等が多い。</p> <p>本県、本市の魅力は十分わかっているのだから「イヤなところ」を減らすべき。</p> <p>会社と同じで、新人が入ってこないなら、今いる人が長く勤めたいと思うように大切にすべき。</p>	<p>シティプロモーションによる効果は、本市に対する親近感を育むとともに、人口減少問題に関連する具体的対策を側面から支援するものと捉えております。行政と市民が一体となって様々な活動を行い、自らの住む地域に関わる当事者意識を持った市民が増えるよう努めてまいります。</p> <p>基本方針に賛同いただける意見として、また、本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>

	P 2 5	○「市民等をパートナーとした取組の促進」は是非具体的に進めてもらいたい。	基本方針に賛同いただける意見として承りました。
1 0	P 6	○秋田市の魅力となる「自然が豊富、お酒がおいしい、治安の良さ、住みやすさ」は年配の方にとってはとても魅力的な部分だと感じる。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 1 3	○「地方移住への関心が高まっている」ことから若者の転出抑制は諦めて50代以上の人口増を目指す対策も必要では。一度県外に出た方も戻ってきたくなるようなPRが必要。	現在本市では、主に若者や子育て世代をターゲットとした移住施策を実施しておりますが、「選ばれるまち」となるためには、全ての世代が住み続けたいと思える魅力あるまちづくりを進める必要があると捉えております。 市民一人ひとりが健康で心豊かにいきいきと暮らすことができるよう、若い世代が子どもを産み育てやすい環境づくりや、その生活の基盤となる魅力的で安定した仕事の場づくり、地域資源を活用した人を惹き付けるまちづくりに加えて、福祉をはじめ市民のくらしの安全・安心を守る取組など、まちとしての総合力を高める施策を実施してまいりたいと考えております。
1 1	P 2 7 ア	○「定住人口に関する情報発信の取組」で、市役所に苦情や要望等をすぐに処理する部署を設けてはどうか。小さい事はすぐに、大きい事はどのように進めていくかをよく説明して理解を得るよう努力すれば、秋田市のイメージが良くなると思う。	行政サービスの向上が市民の本市へのイメージ向上と、市民自らの情報発信に繋がるものと考えております。本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
1 2	基本方針 (原案) 全体	○基本方針は立派だが理想論を並べているだけに感じる。本気で秋田をよくするつもりなら、もっと泥臭い方針にした方が住民に対して本気度が伝わると思う。 「だれが、何を、いつまでに」をしっかりと決めないとズルズル時間だけ過ぎて人口はどんどん減少する。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
1 3	P 2～P 4	○人口動態について20代の転出が顕著なことを示すためには、前段のデータ解析は冗長。	P 2 から P 4 の人口動態に関する記載は、本市の現状を認識していただくとするものです。ご理解くださるようお願いいたします。
	P 5～P 6	○意識調査でデータとして利用しているのは「好き」と考えている若者が7割程度いることだけ。また、強みと弱みを含めてマイナス要因の解決や取組についての言及	本基本方針(原案)は、本市の現状を整理したうえで、今後取り組むべき方向性を定めようとするものです。具体的な取組については、P 2 2以降の「推進の方向性」に添った

	はない。	かたちで、本市と市民等が一体となった取組を促進したいと考えております。
P 1 2	○「キャッチコピー」や「ロゴマーク」について不要と考える課所室の割合が多いが、効果的なものをつくらうとしていないから不要としているのではないか。基本方針も同じ感覚で策定されては効果が低いと考える。	シティプロモーションは、人口減少や地方創生などの社会的背景や本市の魅力発信の現状などを踏まえた取組であります。本市職員の意識醸成も含め、新たな視点で取組んでまいります。
P 1 5	○市役所の認識不足の改善を、この基本方針に入れる必要はなく、問題としているならば、自ら速やかに改善しておくべき。	本市シティプロモーションは、新たな視点を持って全庁一丸となって取り組もうとするものであり、課題や問題点等を踏まえた推進の方向性を示す一定の方針が必要と考えておりますので、ご理解くださるようお願いいたします。
P 1 6	○課題③に対する記載があまりないが、郷土への誇りの醸成、魅力への理解には、教育等が時間はかかるものの重要な取り組みと考える。地域を知る、歴史を知る、人を知るなどを通じて、地域への認識を新たにしてもらう取り組みを推進してほしい。	本市では、小学校3年生、4年生の社会科の授業において、秋田市や秋田県の歴史地理、文化について学習するほか、小学校、中学校ともに、総合的な学習の時間において、地域の史跡や産業等について調べたり、施設訪問を行ったりするなどの活動をとおして、郷土に対する「愛着」と「誇り」を育てております。 今後も、郷土に根ざした教育のさらなる充実を図り、郷土の発展に積極的に関わろうとする意識の醸成に努めてまいります。
P 2 3	○「ちよどいいから 住みやすい」は高齢者向けのキャッチフレーズとして受け入れられるかもしれないが、本方針の重要なターゲットとしている20代には、そこそこの市としてむしろマイナスイメージとなる恐れがある。 県内内陸主要都市に比較してとあるが、人口減少している県都秋田市が、より過疎の進む県内他市と比べて、住みやすいとしてどうするのか。	ブランドメッセージとした「ちよどいいから 住みやすい」は、本市を取り巻く様々な環境を俯瞰した言葉と捉えております。また、県内主要都市との比較は、本市内において県内各地の食文化が堪能できることや積雪量の少なさを表したものでありますが、ご指摘のとおり誤解を招く恐れもありますので、「県内内陸主要都市に比較して」の部分を削除いたします。
基本方針 (原案) 全体	○自然環境、周囲の人々、行政等の取り組みなどにより、生活、成長していることへの感謝を持ってもらえるような施策がシビックプライドの醸成に必要である。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。

14	基本方針 (原案) 全体	<p>(一部抜粋)</p> <p>○秋田に住むメリットって何かあるか。 自然豊か、治安が良い、静か、綺麗、美味しいものが沢山ある(P6)、確かにそうだが弱すぎる。 時間的にも金銭的にも、もっと都会に行きやすくなれば良いと思う。 仙台や東京にもっと気軽に行けるように交通や制度を整えば、秋田に住む人は増えると思う。アクセスの悪さが本当に欠点。アクセスさえよければ田舎でも遊ぶ場所がなくてもOKだと思う。元の良さも活かすことができる。</p>	<p>ご指摘の首都圏等へのアクセス等につきましては、秋田新幹線こまちや航空便、高速バスなどにより、一定のアクセスは確保されているものと認識しております。</p> <p>首都圏や仙台圏とのアクセス強化については、今後も、県や周辺市町村と連携し、高速交通体系の充実に向けた要望等を行ってまいります。また、秋田空港リムジンバスにおける交通系ICカード決済の導入などの利便性向上策も進めてまいりますのでご理解くださるようお願いいたします。</p>
15	基本方針 (原案) 全体	<p>○出生率が県平均より低い。県都であり人口の最も多い本市が出生率で県平均より低いのは改善できる。 他の市町村よりも出産後の祝い品を豊富にするなど、他市町村以上のサービスを展開することで、県都としての魅力を10～30代の世代にPRできるのではないかと。子育てに対する支援も全県で一番の支援をするなど県都にふさわしい支援を試みる必要もあると思う。</p>	<p>本市では「秋田市子ども・子育て未来プラン」を策定し、同計画に基づき、安心して子どもを産み育てることができる環境づくりに取り組んでおり、第一子からの保育料無償化の実施や、在宅で子育てをする家庭にはクーポン券を発行するなど、本市独自の子育て支援を行っております。</p> <p>今後も子育て環境の充実に取り組み、本市の魅力のひとつとしてPRできるよう努めてまいります。</p>
16	P16	<p>○多くの若者が「秋田が好き」でも県外に行くことに共感する。進学したくても大学や専門学校が少ない。その先の就職も不安。市や県から大手企業への誘致や安価な土地の提供など、働ける人たちが住みやすくなる秋田になってほしい。</p>	<p>本市では、電子デバイス関連等の製造業や、若い世代の活躍が期待されるICT関連産業等をターゲットにしながら、県と連携し、積極的な誘致活動を展開しております。</p> <p>今後も、首都圏企業等のリスク軽減を図るとともに、テレワーク、ワーケーション等の新しい働き方に対応した地方分散化のニーズを踏まえ、本市独自の優遇制度の拡充を図ってまいります。また、教育や子育てなど良好な立地環境のPRに努め、新規企業の立地や既存企業の事業拡大を推進し、雇用の確保につなげてまいります。</p>

17	基本方針 (原案) 全体	<p>○若者の転出として</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学びたい学部がないので学びたい学部のある大学に行く ・働きたい会社がないので働きたい会社があるところに行く ・豊かな生活をする為、収入の多い所で働く <p>○若者の転入、移住のために</p> <ul style="list-style-type: none"> ・税優遇などを通じて企業の本社機能の地方移住を促す ・子育て世代が地方移住しやすい環境を整備する ・東京と地方の賃金格差を是正する ・地方IT環境を整備し在宅勤務などのテレワークをしやすくする(リモートワーク移住) 	<p>本基本方針(原案)P2からP4でお示ししているとおり、若い世代の転出が顕著な状況であります。</p> <p>一方でコロナ禍において地方移住が注目されるなど、暮らしや働き方に対する意識の変化が窺えます。今後の社会情勢を俯瞰しながら、地方への関心の高まりを捉え、柔軟に本市施策へ反映させる必要があると考えております。本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>
18	P5	<p>「若い世代への意識調査結果」</p> <p>○本市に住み続けるために必要なもの</p> <p>娯楽施設の増設やレジャー施設を設けたとしても遊ぶには先立つものが必要である。</p> <p>現在、地方の賃金体系はまだ低く、改善が必要である。特に企業別の労務単価見直しや時給単価の改善が求められる。また就職するにしても魅力ある企業が少なくとも県外流出の要因になっている。そこで考えることは魅力ある企業の誘致である。<例:パート従業員等の時給単価は千円超の改善が必要である></p> <p>次に交通機関関係であるが、現在、首都圏及びその他大都市へは新幹線や航空機の利用により利便性が高い。しかし、市内の交通体系は路線バスとタクシーであり特にバスについては運行本数が少ないことが欠点である。そこで考えられるのが市電の復活である。是非実現してもらいたい。</p> <p>次にアクセスについてである。現在、秋田空港へはバスとタクシーであるが、料金面から安価とは言えず、また、時間がかかりすぎる。そこで考えられるのがモノレールの新規建造、またJRでの線路増設であり、四ツ小屋駅から空港までの延長が考えられる。モノレールについては、秋田駅前</p>	<p>①企業誘致について</p> <p>高い賃金水準が期待される企業の立地に向け、本市では電子デバイス関連等の製造業や、若い世代の活躍が期待されるICT関連産業等をターゲットにしながら、県と連携し、積極的な誘致活動を展開しております。</p> <p>今後も、首都圏企業等のリスク軽減を図るとともに、テレワーク、ワーケーション等の新しい働き方に対応した地方分散化のニーズを踏まえ、本市独自の優遇制度の拡充を図ってまいります。また、教育や子育てなど良好な立地環境のPRに努め、新規企業の立地や既存企業の事業拡大を推進し、雇用の確保につなげてまいります。</p> <p>②交通政策について</p> <p>本市では、人口減少・高齢社会の進行などの課題に対応するため、将来にわたり持続可能な公共交通ネットワークの構築を目指し、令和3～7年を計画期間とする第3次秋田市総合交通戦略および第3次秋田市公共交通政策ビジョンの策定を進めており、今後、鉄道・バス・タクシー等の連携による公共交通網全体の再編を検討することとしております。公共交通利用者の減少と併せ、バス運転士の減少も続いており、バス運行本数の増加は困難ですが、路線の見直しにより、適正</p>

		<p>からとだと用地買収に無理がある。しかし四ツ小屋駅から空港までと考えた場合、困難なことではないと考える。用地買収も容易であり、秋田駅から四ツ小屋駅までのアクセスも容易である。</p> <p>「メリット」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・時間短縮が図れること ・料金面で安価に設定できること ・市外からの利用も考慮することができること ・四ツ小屋駅を新幹線の停車駅として利便性を確保することができること <p>「調整」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JRとの協議が必要であること 	<p>な運行形態を検討し、利便性の向上を図ってまいります。なお、市電および秋田空港へのモノレールについては、仮に四ツ小屋駅－秋田空港間であってもその整備費は莫大なものとなり、また、JRとのダイヤ調整など課題も多いことから、その実現は困難です。</p> <p>魅力ある企業の誘致や都市内交通の整備による利便性の向上が、本市の魅力を創出する重要な役割であることを改めて認識し、業務を推進してまいりますので、ご理解くださるようお願いいたします。本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>
19	P7	<p>○周知方法について、市の職員がSNS等で発信するより、秋田市に住んでいる方（色々な年代の方）魅力を発信する人を募集して、本当に秋田が好きで秋田にずっと住み続けたいと思っている人から秋田の良さを発信してもらう方が心にひびく。また、良いところだけでなくマイナスイメージ（冬の積雪のことや日照時間が少ないこと等）のことは、それを逆手にとりそのことによって起こる利益等を発信していくようにするといいいのではないか。（例えば、子どもがいる家庭で、雪に触れたり、雪遊びができるなど）ない場合は、「日照時間は少ないけど〇〇は多い」など別の良い点をあげてマイナスイメージを払拭するのが良い。（色々な都道府県ランキングで最下位に近いことが多いのでマイナスイメージが定着している）</p>	<p>本市の認知度等の向上を実現していくためには、行政だけでなく市民、市民団体、企業、大学など様々な主体によるプロモーションが必要であります。また、その取組を市民等へ波及させるためには、市職員全体の意識の醸成が肝要であると考えております。</p> <p>ご指摘の周知方法については、市民等自らが本市の魅力等を発信するような取組の促進に努めたいと考えておりますので、ご理解くださるようお願いいたします。その他のご意見については、本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>
20	若い世代への意識調査結果	<p>○若い世代への意識調査結果で、本市好感度について「好き」が70%になっていることがわかった。大都市圏で暮らしたいというのは憧れもあると思う。東北の中でも憧れるような町になるよう願っている。大変簡単で申し訳ない。計画が達成できるよう願っている。</p>	<p>基本方針に賛同いただける意見として承りました。</p>

2 1	基本方針 (原案) 全体及び	<p>○全体の方向性はいいが、東北六県だったらどこの県にもあてはまるので目新しいものがなかった。</p> <p>○この計画はコロナ後の社会に必要となってくると思うが、それに対応しきれているのか？令和2年の全国の出生率が低下しているが、この先、続く傾向があると思う。若い人たちがさらに少なくなると予想され、リモートや環境問題が非常に遅れている日本の中の秋田市として目指せるものがあると思う。</p>	<p>本基本方針（原案）は、本市が各部局を対象に行った「各部局における新型コロナウイルス感染症による影響調査」の内容を踏まえたものとなっておりますが、シティプロモーション推進にあたっては、今後の社会情勢を俯瞰しながら、柔軟な対応が必要なものと考えております。</p>
P 2 0		<p>○「目的」～当事者意識～秋田市民をはじめ～当の市職員の意識はどうなっているのか？一人一人秋田市が好きなのか？心底どうなのか？担当職員だからとか、仕事だからとかではなく、いち市民としての意識はどうか？まずは一般職員の方がCMに出て「秋田市好きです！」と言って欲しい。秋田県民は自己肯定度が低いので、まずは職員の方々からあげてゆくと市民にシビックプライドが伝わっていくと思う。</p>	<p>本市シティプロモーションの目的として掲げる「自らの住む地域に関わる当事者意識～」について、本市職員の意識醸成は最も重要な事項と捉えており、本基本方針（原案）の「基本方針Ⅰ」および「推進の方向性Ⅰ」に掲げております。本市職員のさらなる意識醸成について努めて参りますので、ご理解くださるようお願いいたします。</p>
2 2	基本方針 (原案) 全体	<p>○本市を元気にするのは賛成。秋田の魅力については、全国テレビ放送ローカル番組でよく見る。県外には親類、友人、知人がたくさんいて「秋田のテレビ観たよ」と連絡くれる。地道ではあるが、ロコミというか、個人的アピールも大切だと思う。秋田県民は、なんとなくおとなしいし、あまり力を入れて取り組む様子もない。</p> <p>「ともにづくり ともに生きる 人 まち暮らし」の実現に向けて厳しい時代に向かって行くが、食べ物、仕事、レジャー、レクリエーション、コミュニケーションをよく理解して広めていきたい。</p>	<p>本基本方針（原案）では、「市民等をパートナーとした取組の促進とまちに関わる当事者意識の醸成」を大きな柱のひとつとしており、行政のみならず、市民レベルでの魅力発信に繋げる取組を図りたいと考えております。</p> <p>本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>

23	P5-3 (2)	○娯楽施設の増設は、これからつくったとしても中途半端なものになるだろうし、電車、バスの増便も利用者が少ない中で厳しいと思う。地方は移動手段に車は必須なので、むしろレジャー、商業施設と駅周辺の有料駐車場の無料はいい案だと思う。そこに駐輪場の無料も駅前のお店が活気づくかも。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P24 (3) ①及び②	○ターゲットの10～30代が講演会にわざわざ出席するとは思えないし、ポスター、チラシ等を制作したところで立ち止まってじっくり見るとも思えない。お金の無駄使いだと思う。	講演会等については、本市職員の意識を醸成するために本市職員を対象にすることを想定しております。また、ポスター、チラシ等については、本市各課所室がそれぞれの事業効果向上を図ることを目的に制作する場合（従前同様に制作するもの）にブランドメッセージを印字するなど、ポスター等をご覧になる市民等のほか全庁的な意識の醸成を図ろうとするものです。
	P24 (3) ⑤	○20代、30代の子育て世代が安心して暮らせるのは子どもの預け入れ先を充実させることだと思う。子どもの突然の発熱等の時、預け入れる施設の予約ができず仕事を休んだが休みにくかったとの話を聞いたことがある。子どもの預け入れ施設の充実が必要。	本市では、保育需要に対応する提供体制を整えるとともに、多様化する保育ニーズにも対応するため、延長保育や休日保育、一時預かり、病児・病後児保育事業などの保育サービスの充実を努めております。それとともに、仕事と子育ての両立支援に向けては、企業や職場の理解等を促進するための啓発を行っており、今後も社会全体で子育てを支援する環境づくりに取り組んでまいります。
24	基本方針 (原案) 全体	○プロモーションの現状と課題に関して、秋田県としてのイメージとのギャップがあるのは、各地域の連携が弱い点。 秋田市が秋田県のベースであると思うのであれば、まずは、各地域のアンテナショップをしっかりとつくり、秋田でまずここに行けば情報が入るなどの魅力や交流人口を増やさないとギャップは埋まらない。情報発信が若年層に対して薄く、若年層におけるイベントの発信、これまでの文化交流に新しいアクセントをつけ人口増を意識した事を行うべき。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。

25	P16	<p>○若い人たちの70%が本市を好きと回答しているものの、県外流出が続いているのが現状である。課題にある①②③は、秋田市における教育の充実にかかる役割がとて重要であると感じる。市教委との連携がないのは疑問を覚える。郷土秋田に根ざした教育を推進し、例えば県外に出たとしても関係人口であり続けるような人材となるよう、本市の魅力や誇り等の教育を推進しなければならないと思う。</p>	<p>ご指摘の本市教育委員会との連携については、現在市内に部局横断的に組織されている人口減少対策市内連絡協議会において、教育委員会関係各課担当者が参加し、意見を交わしております。</p> <p>学校教育においては、小学校3年生、4年生の社会科の授業において、秋田市や秋田県の歴史地理、文化について学習するほか、小学校、中学校ともに、総合的な学習の時間において、地域の史跡や産業等について調べたり、施設訪問を行ったりするなどの活動をおして、郷土あきたに対する「愛着」と「誇り」をはぐくんでおります。</p> <p>今後も教育委員会と連携し、本市の魅力を実感させる機会の充実を図るとともに、子どもたちが郷土を誇りに思う気持ちをはぐくんでいくよう努めてまいります。</p>
26	I	<p>○本市の人口を増やすことを目的とし、本市を活性化させ豊かさをもたらすことを目的とするならば、自分たちのことは見えづらく気付きにくいものだと思う。他からどのように見えるか、関係人口・交流人口などの意見を聞くべき。もし仮に移住を考えることになったとき、なぜ二の足を踏むのかの理由を知ることが必要。国内全体で人口減少している中で、人の取り合いになっている。秋田で子どもを産み育て生活していく上で何が必要か、具体的な意見を集めるべき。</p>	<p>平成31年度より、本市では移住コーディネーターとして地域おこし協力隊が活動しております。移住者に対してアンケート調査を行うなど、移住に至るまでの問題点等の把握に努めているところであり、今後も様々な機会を捉え、交流人口等に対し、本市のイメージや改善すべき点の調査などを進めてまいります。</p>
	II-2	<p>○若い人は一度は都会での生活に憧れの思いがあると思う。学びたい学科がなく県外の学校に行き、市内には学んだことを活かせる企業がないため秋田に戻らず県外に就職することになる。コロナ禍でリモート学習が適用された。秋田は学校の統廃合も進行している。大学が増えることがより良いとは思いますが、定期的な大学生同士の交流や空き教室を大学のリモート学習に使用するなどできないか。</p>	<p>本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>

<p>II-3</p>	<p>○楽しいことがない、刺激が無いと若い世代が感じる気持ちはとても理解できる。ならば、若い世代は何をもっと求めているのか。もっと具体的な理由を調査したほうがいい。遊ぶ場所、店がないと理由にあるが、それに伴う資金が簡単に手に入ると思っているのか、現実を見て身の丈にあった生き方、暮らし方が秋田ではできると思える環境づくりも考えるべき。</p>	<p>内閣府が実施した「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」によると、「感染拡大前に比べて生活満足度が低下」「仕事以外の重要性をより意識」「テレワークの利用希望の高まり」など、暮らしや働き方に対する意識の変化が窺えるほか、地方移住への関心が高まっているとの結果がでています。</p> <p>このような状況下において、地域住民がより良い地域づくりを行い「誇り」や「愛着」（当事者意識）を持ち、住民自らが「ここでいっしょに暮らそう」といった発信をすることができれば、本市の認知度とイメージを向上させ、本市に関心を抱く人々も増加するものと考えております。</p> <p>本基本方針(原案)で大きな柱としている、地域住民の当事者意識の醸成は、秋田らしい生き方、暮らし方の発信にも繋がるものと捉えております。</p>
<p>基本方針 (原案) 全体</p>	<p>○シティプロモーションという方針はとてもよい取組だと思う。記載されている民間団体等の発想・意見は大事だが一部の関係団体が盛り上がっているだけではその団体と市の自己満足でしかなくなってしまう。市外へ秋田の良さを発信すると同時に、市内でもっと周知し盛り上げる必要がある。他への情報発信が先行し、地元民が知らずに取り残された感をもってしまふとこの計画は空回り。</p> <p>○意見を求めるにしても堅苦しい応募方法ではなく、少し軽い表現で意見を述べやすくすることも必要。様々なイベント時に答えやすいアンケート手法を考えるべき。</p> <p>○ネット上に溢れている情報を体験できない、遊ぶ場所がないという意見があるならば、体験できる場所をつくり、年間計画等を周知する。</p> <p>○時々メディアなどで秋田を紹介しているが、一時的なもので終わるのは地元民の思いに冷めた部分があるのだと思う。例えば紹介されたお店の接客等のマナーが悪ければ気分がよくない。人が温かい、気持ち</p>	<p>本基本方針(原案)では、市民等をパートナーとした取組の促進とまちに関わる当事者意識の醸成を大きな柱のひとつに掲げ、本市職員を含めた市民への働きかけが重要であると捉えております。こうした取組を通じ、本市に対する「誇り」や「愛着」を持った市民自らが市外に対してプロモーションするような気運を醸成したいと考えております。</p> <p>その他、意見の求め方などについては、本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として参考とさせていただきます。</p>

		よく過ごせる、そんなことも住みやすさに繋がる。 ○キャッチコピーはあっても良いと思うが、余計な予算は使わないでほしい。例えば今年の緊急の大雪対策に柔軟に使うなど、市民に有益なことに使うべき。	
27	P12 (6)	○マスコットキャラクター、ロゴマークについてあまり知らない。どこにでもありすぎて意味が無い。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P14 (2)	○若い人のニーズにもっと敏感に対応すべき。県民性からか世の中に先駆けることが少なく、後追い感がある。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P23	○旅から帰ったときに秋田は広々としてストレスが少なく住みやすいのになぜ発展しないのかと思うことがある。仙台や東京にも移動しやすく、たまには都会、住むのは低コストの秋田、駅周辺にマンションも増えるのもっとアピールすべき。	本基本方針(原案)の大きな柱として「魅力的、効果的、積極的な情報発信」を掲げており、情報発信するターゲットや発信方法等についても検討し、本市の魅力や良いところを発信するよう努めてまいります。
	P25	○市役所旧庁舎前に花時計があった頃、ボランティアの女性達がお花の手入れをしていたと思うが、今はその様な活動は見かけない。市役所主導で市民が街を綺麗にするボランティア活動などできないか。季節によって市内の道ばたが雑草だらけでだらしく感じることもある。	本市では、市民の郷土意識や連帯感を高め、街の環境美化を推進し、きれいで住みやすい地域をつくることを目的として、年一回、市内各町内会と連携し、全市一斉清掃を行っております。また、市道等の草刈りや街路樹の剪定等については、各市民サービスセンターで対応しているところです。 本基本方針(原案)に掲げる「市民、市民団体、企業等をパートナーとした取組の促進とまちに関わる当事者意識の醸成」は、本市シティプロモーションを推進する上での大きな柱のひとつであることから、ボランティア活動についても、さらなる取組の推進等について検討してまいります。
	P27	○就職先の見通しが具体的でなければ移住は難しいと思う。モデルプランをしっかりと示せることが重要であると思う。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。

28	基本方針 (原案) 全体	<p>○秋田に愛着があるにもかかわらず、なぜ秋田に居続けることができないのか。住み続けたくても若い世代にとっては居ることができない事情がある。</p> <p>○大学進学状況等について 高校卒業時、進学すべき大学が少なすぎる。大学卒業時、秋田に戻りたいと思ってもある程度の収入、専門分野を望む場合、働く場所が少なすぎる。そこが解消されない限り人口減少に歯止めはかからない。</p> <p>○事業周知の課題 首都圏に周知することに期待する効果は主に農業関係。秋田に生まれた若者が県外に転出し、移住就農者に期待しているのはいかなるものか。会社収入が低い分、農業を副業（休暇を利用した）にできないか。</p> <p>○子育て2世帯の移住定住促進 秋田では土地の安いところで持ち家を持つことも可能と思われるが、コンパクトシティ政策で郊外に家は建てられない。市街地に住んでも車がなければ生活できないうえ、雪との生活において道路除雪が行き届かない等、冬の暮らしの現実のイメージが先行している。そのような部分を払拭する取組があってよりよいプロモーションができるのではないか。</p>	<p>本市が今年度新たに開設したWEBサイト「秋田市いいわ」では、本市の移住コーディネーターであり、自らも移住者である秋田市地域おこし協力隊の目線で、本市の雪の降り方や、買い物スポットなど、秋田市暮らしを楽しむための情報を随時更新しております。</p> <p>移住者であるからこそ感じる等身大の秋田市を伝え、移住希望者に寄り添い、本市が選ばれるまちとなるよう努めてまいります。</p>
29	基本方針 (原案) 全体	<p>○一市民として、身近で定住人口、関係人口、交流人口3つに寄与していると感じられることとして、ブラウブリッツ秋田、秋田ノーザンハピネッツなどのプロスポーツによる全国への認知、人の移動等を利用した様々な経済活動があげられる。これらは現在も向上しているし、将来的な定住、関係、交流人口を向上させるための事業の柱として利用できる。(秋田市民としての誇りのひとつになっていると思われる)</p> <p>○今現在行っている活動は継続しながら、定住、関係、交流人口に寄与できている民間事業を絞って、専門家も交え徹底的に議論して、市民を取り込み、この方針を無駄のない責任感のある実行に移していただければと思う。</p>	<p>本市をホームタウンとして活動するブラウブリッツ秋田や秋田ノーザンハピネッツ、秋田ノーザンブレッツのトップスポーツチームの活躍により、交流人口および関係人口の増加や経済効果が見込まれるほか、引き続きトップスポーツチームの地域貢献活動等を支援することにより、市民の一体感の醸成や本市のイメージアップなどが期待されることから、スポーツの力によるまちづくりを推進してまいります。</p> <p>また、本基本方針(原案)に掲げる「市民、市民団体、企業等をパートナーとした取組の促進とまちに関わる当事者意識の醸成」は、本市シティプロモーションを推進する上で大きな柱のひとつであり、行政と市民等が一体となった取組を推進してまいります。</p>

30	P 4	○一度県外に出ることは体験として良いと思う。(学部がない。あこがれだとしても) 良くも悪くも違いがわかり、将来、秋田に戻りたいと思える基盤(高校生までの生活体験、魅力)があると良い。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 5	○たとえば、仙台にコストコ、イケアというショッピングセンターがある。定期的に行き買い物して食事、一日中楽しんでくると聞く。SNS でレシピや楽しみ方、使い方が発信されていて人気がある。優先順位は低いだろうが、こういう施設が明応高校向かいの田んぼあたりにできると賑わうのでは。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 1 6	○幼、小、中、高、大と教育のほかに意見を求める。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 1 7	○発信方法として、学生アルバイト(得意な人)に依頼する。かかわり、関心をもってもらうという意味も込めて。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
	P 2 5	○市民体験ツアー、行けそうで行けない。知っていそうで知らない。 <参加して良かった例> 秋田駅前街めぐり、駅前～千秋公園(徒歩) さきがけ新報社見学、下水道、美術大学見学(バス)	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。
P 2 8	○ふるさと再発見ツアー、個人では行けないところもある。学生時代までは住んでいても知らないところが沢山あるはず。年齢が変わると同じ場所でも見方感じ方が変わる。説明、背景を知ることによって楽しさが違う。	本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。	

<p>3 1</p>	<p>基本方針 (原案) 全体</p>	<p>○大阪に住む知人の熟年夫婦は4年前から夏場の3ヶ月間を北海道で過ごしている。道内の多くの自治体を実施している「北海道で暮らそう体験住宅」制度を利用、1ヶ月毎に三か所移動して、その土地々の風物を楽しんでいる。借りられる住宅は一戸建てで、食器や冷蔵庫、TVなどを備えすぐに暮らせるようになっていて家賃は5万から10万円が相場。知人夫婦によれば、北海道は避暑にはもってこいで、新鮮でうまい食材が安く手に入るし、観光地めぐりや山登りなどが腰を据えてできるため、この制度を利用して全国から多くの人が集まっているという。</p> <p>これは「秋田市シティプロモーション基本方針（原案）」の中の交流人口～関係人口～定住人口プランの具体的な実践例といって良いと思う。知人夫婦は秋田市にも同様な制度があれば長期滞在したいと思うと言っている。秋田市には「移住相談ツアー」はあるが、原則一泊二日という短時間で対象者を移住希望者に限っていて敷居が高すぎる。確かに「移住相談ツアー」ではシティプロモーション効果はかなり薄いように思われる。長期滞在であれば、その土地の風物に深く触れることになり、愛着も増してPR効果と経済効果も期待できるし「定住人口」に繋がる糸口になると思う。</p> <p>全国の自治体ではいろいろなプランを実践しているが、限界集落である新潟県十日町竹所を古民家で再生「古民家村」として売り出し移住者を呼び込み見事に蘇らせた例などもある。アンテナを張って参考になりそうな実践例を集め、実りある計画に結び付けてほしい。</p>	<p>本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>
------------	-----------------------------	--	--

3 2	Ⅲ 魅力的、 効果的、 積極的な 情報発信	<p>○「秋田市を好きになってもらう」、次世代へつながる素晴らしい計画だと思いました。</p> <p>若い世代の意識調査によると、全体の70%が「秋田市が好き」であり「嫌い」はわずか10%。郷土愛が育まれている。より共感や親近感が増すように、話題性の優劣がわかりやすい広報や新聞はもとより、アーンドメディアの SNS を中心とした各種メディアへ連携・循環させる仕組み作りを充実してほしい。</p>	<p>基本方針に賛同いただける意見として、また、本市シティプロモーション推進における貴重なご意見として承りました。</p>
3 3	基本方針 (原案) 全体	<p>(一部抜粋)</p> <p>○この構想は結構かと思う。しかし何年も以前から問題点は指摘されおり、人口減少少子高齢化は国家的問題である。</p> <p>○どうすれば元気のでる秋田市を構築できるのか、これは大きな問題点である。</p> <p>○元気、活性化、魅力、環境、自愛の PR するなど、秋田市のやるべき課題は山積している。</p> <p>○いかに実行に移すか、行政が本気を出して市民に啓示活動をすべき。</p>	<p>本市では、今後5年間の市政推進の基本方針となる第14次秋田市総合計画「県都『あきた』創生プラン」(計画期間：令和3～7年度)の策定を進めており、目指すべき将来の姿やまちづくりの大局的な方向性、その実現に向けた政策・施策などを明らかにすることとしております。</p> <p>同計画では、基本理念の副題として「元気と豊かさを次世代に 人口減少を乗り越えて」を掲げ、人口減少対策を「市政の最重要課題」と位置づけるとともに、人口減少対策に的を絞って策定する「秋田市まち・ひと・しごと創生総合戦略」のもとで、人口減少の抑制はもちろん、人口減少下にあっても持続可能な社会の実現に取り組んでまいります。</p>