

# 政務活動報告書

令和4年10月24日

〔会派名： 無会派 〕

代表者氏名	幸松 孝太郎	印	記録者氏名	幸松 孝太郎	印
視察者氏名	幸松 孝太郎				
視 察 日	令和4年10月19日（水）10時から11時30分まで				
視 察 先	愛知県豊橋市（名張市議会第1委員会室よりオンライン視察）				
目 的	豊橋市「人づくり No.1をめざすまちプロジェクト」の取組みについて調査すること				

## 視察概要

### （1）豊橋市 浅井由崇市長の所信表明の要旨 “人づくり No.1 のまち”

今回の視察の目的は、豊橋市浅井由崇市長の所信表明である人づくりプロジェクトを学ぶことである。R2年11月8日に執行した豊橋市長選の結果、第35代の豊橋市長として、豊橋市のかじ取りを担うこととなった浅井市長の所信表明について、要旨は次の通りである。

『豊橋市は、東海道のほぼ中間に位置し、古くから物流や交通の要衝として多くの人々が集い、行き交う、にぎわいあるまちとして発展を遂げてきた。一級河川豊川がもたらす豊かな水と温暖な気候によって、全国有数の生産額を誇る農業や、臨海部を中心に様々な業種が集積する工業、輸入自動車の金額、台数ともに27年連続日本一の三河港など、多彩でバランスの取れた産業構造を有した、潜在能力が高い地域となっている。』

（中略）

そして、コロナ禍の先にある新たな時代の到来を見据えた施策についても、一步一步着実に推し進めていく。今まさに我が国には、これまでの集中型から分散型へと変化の予兆が表れており、首都圏一極集中から「地方分散へ」という時代の流れを最大限に活かし、移住定住促進など私が訴えてきました、「選ばれるまち」になるための施策を積極的に取り入れていく。

こうした「地方の時代」の実現のため、市政を運営していくにあたり、最も重要な要素のひとつと考えているのは人づくり。この豊橋を、「人づくり No.1 のまち」と呼ばれ、多様な人々に選ばれ住みたくなるまちとするための市政運営に邁進する。

いつの時代においても人づくりは、まちづくりの大切な土台となるものと考えており、人を育て、人がまちをつくり、この土地ならではのにぎわいやイノベーションが生まれる。こうして次代を担う人々が放つエネルギーにより、さらにまちが活性化していく。このようなまちの好循環を生み出すため、これまでにない新たな取組みに挑戦していく。

これからの施策の実施においては、「人を育むまち」を念頭に置きながら、これまでの市政を棚卸し、良いものは引き継ぎつつも、変えるべき施策はしっかりと変えていく所存である。』

## (2) 豊橋市「人づくりNo.1をめざすまちプロジェクトに関する調査特別委員会資料」について

### 1. プロジェクトの趣旨

#### ①. プロジェクトが目指すもの

多くの人から住みたい、暮らし続けたい、将来帰ってきたいと思ってもらえるような魅力のあるまちは、そこに関わる人の手によって作られる。人を育むことで、その人たちがまちの魅力を高めてくれる。そして、一層多くの人々が集い、活気づいたまちは、人が成長する土壌となるといった好循環が生まれる。「人づくりNo.1をめざすまちプロジェクト」（以下、「プロジェクト」）は、豊橋市のまちづくりに携わる人を育んでいくために、まずは、子育てや教育の分野に重点を置き、「人づくり」に特化した施策をとりまとめることを目的とし、令和3年6月に開始した。

このプロジェクトでは、豊橋市が子育てや教育に手厚いまちづくりを進め、それを市民に知ってもらうことが重要だと考え、現在住んでいる市民の方たちに豊橋が住みやすく魅力あるまちであることを実感してもらうことができれば、市外の方も同じように感じていただけると考えている。ずっと住み続けたい、進学や仕事のために転出してもいずれ戻ってきたいと思ってもらえるようなまちになることで、長期的には定住促進、移住促進にもつながっていくものと考えている。なお、首都圏等からの移住を促すためには、魅力的な働く場の創出なども重要であるため、本プロジェクト以外においても事業を実施していく。

#### ②. 「人づくり」の定義

このプロジェクトにおいて、「人づくり」とは、子育てや教育に力を入れることで、愛着を持って豊橋に住み続けてくれる人や、市外から豊橋の発展を応援してくれる人など、様々な形で将来の豊橋のまちづくりに携わる人を育むことであると定義した。また、一人ひとりの成長を促すことはもちろん、成長するための環境を整えることも「人づくり」に含まれると考えた。

#### ③. 市内外への情報発信

このプロジェクトにより目指すまちの姿につなげていくためには、最も効果的なターゲットを設定し、ターゲットに合わせたコンテンツ、ツール、メディア、タイミングを選択する必要がある。プロジェクトでは、市民満足度が高まるよう、着実にまちづくりを進める中、ライフステージごとのタイミングを捉え、市内外に情報発信を行っていく。

##### 【情報発信のターゲット】

若い世代の転出入が多いことや、小学生以下の子どもがいる人の約8割がすでに定住する場所を決めているという結果から、施策のターゲットの中でも特に3つにターゲットを絞り、集中的に情報発信を行う。1つは、小学校入学前～低学年の子を持つ世帯、2つは、就職を考えている若者、3つは、結婚を考えている若者とした。

#### ④. プロジェクトの推進

プロジェクトに掲げる事業の企画及び実施にあたっての視点を以下に示すと、

- ・ターゲットに対して訴求力のある、高い効果が見込まれる施策から取り組む。
- ・今後の財政見通しを勘案しつつ、実施時期を精査しながら、戦略的かつ効率的な施策展開に努める。
- ・行財政改革プランに基づき、持続可能で健全な財政運営のもとに進める。

- ・プロジェクトの評価については、総合計画の指標や各事業の行政評価などの結果をとりまとめ総合的に評価する。

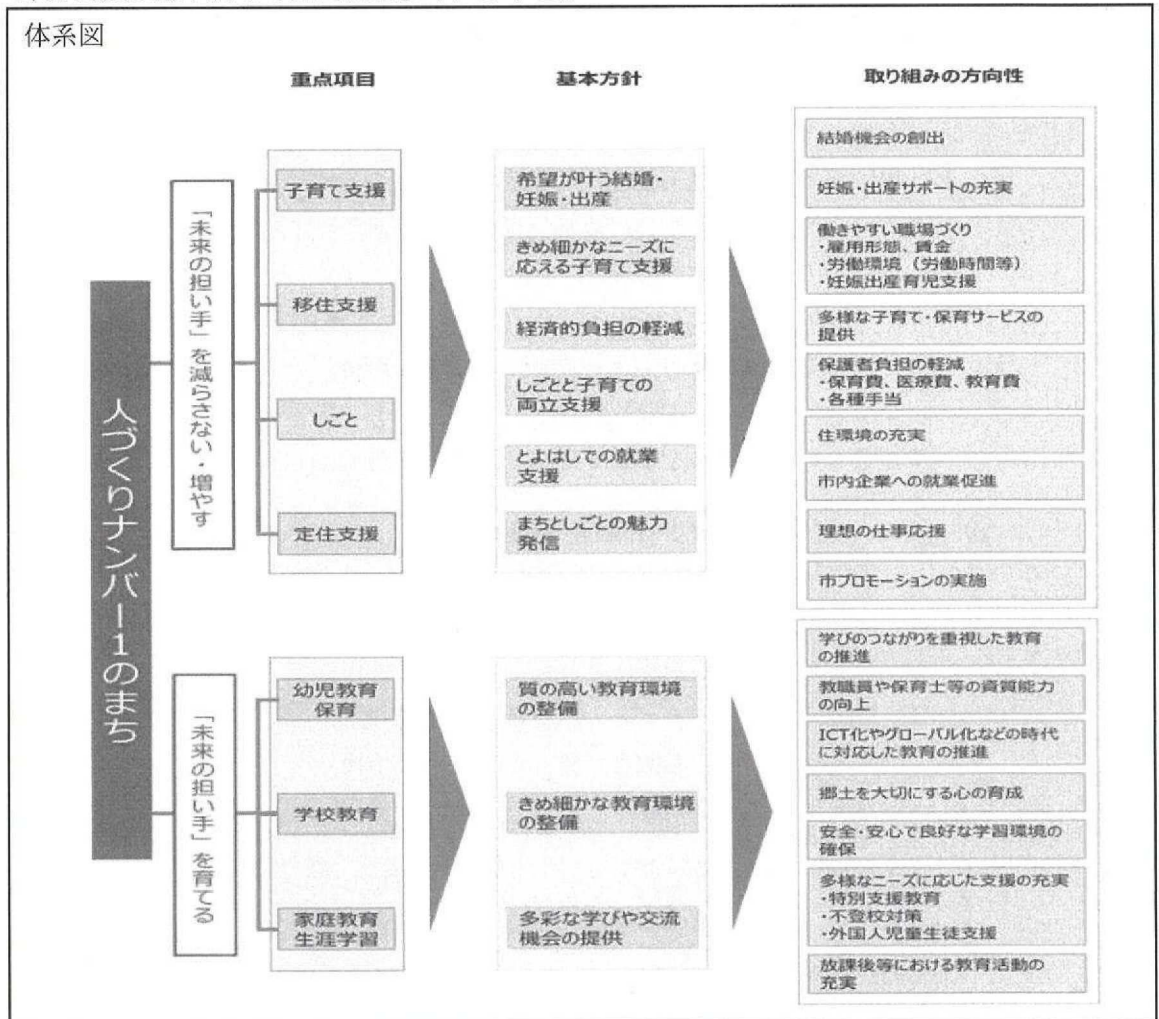
<スケジュール>

令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
調査・検討 ・現状の分析 ・ターゲットの設定 ・施策の体系化 ・次年度新規・拡充事業検討	施策展開 ・進捗状況と課題の把握 ・次年度新規・拡充事業検討 ・次年度事業への反映 ・効果的なプロモーション方法の検討	施策展開 ・進捗状況と課題の把握 ・次年度新規・拡充事業検討 ・次年度事業への反映	施策展開・総括

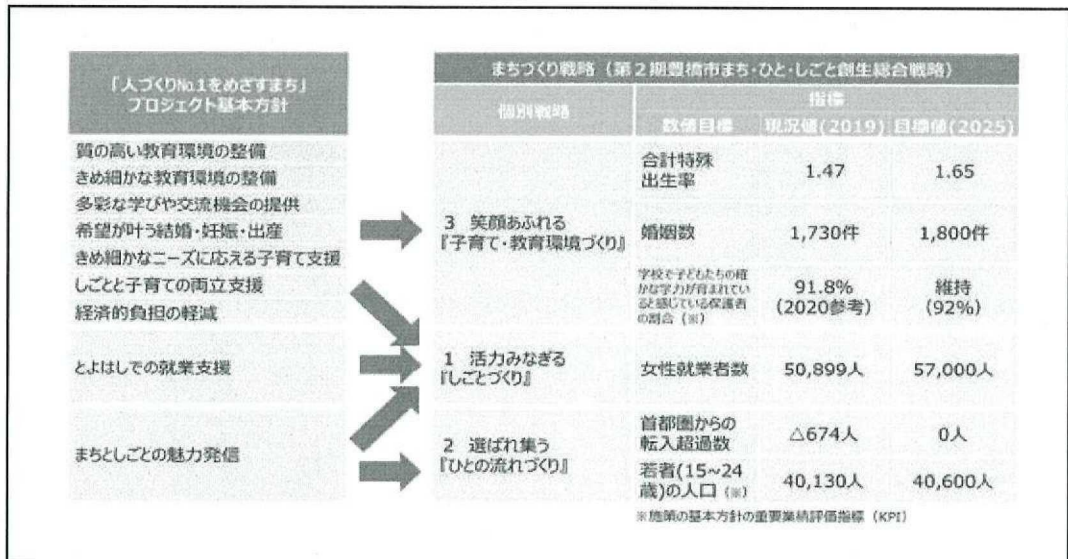
## 2. 「人づくりNo. 1のまち」の考え方について

### ①. 基本方針と指標

「人づくりNo.1のまち」を目指し、ターゲットに合わせた施策を体系化し、重点的に講じていくために、まずは子育てや教育分野に重点を置き、「未来の担い手」の確保に向けた施策の基本方針及び取り組みの方向性を以下に示すと、



このプロジェクトは、「まちづくり戦略（第2期豊橋市まち・ひと・しごと創生総合戦略）」で、短期集中的に実施する取り組みとして位置づけられるものであり、プロジェクト実施後においては、まちづくり戦略の個別戦略ごとに設定した「数値目標」や施策の基本方針の「重要業績評価指標（KPI）」を用いて、成果を確認していく。



## ②. 「未来の担い手」の確保するために、R4年度の主な新しい事業の取組み

### 1. 保護者の経済的負担の軽減

- ◆所得制限なく第2子の保育料無償化と副食費の軽減。
- ◆一時預かり事業の利用料を一部軽減（一時預かり事業を必要とする子育て家庭が安定して利用できるよう、生活保護世帯、市民税非課税世帯の利用料を軽減）

### 2. 保育士等の処遇改善や多様な保育サービスの充実

- ◆保育士等の処遇を改善、◆病児保育室を新設

### 3. 子どもの豊かな学びの充実

- ◆「のびるん de スクール」を全小学校に拡大、◆ICT支援員を配置したGIGAサポートセンターを設置、◆特別支援学級に支援員を配置。

### 4. 市プロモーションの実施

- ◆豊橋への人の流れを加速化させる取組みを進める（首都圏向け豊橋の魅力発信）。

## ③. R4年度プロジェクト関連事業の総括

### 1. 新規・拡充の取組み・・・新規10事業、拡充24事業

R3年度からの増減事業費 + 16.5億円

R6年度想定事業費 35.1億円

### 2. 継続の取組み・・・継続35事業

R3年度からの増減事業費 + 4.2億円

R6年度想定事業費 44.5億円

R6年度には、総事業費を79.6億円と想定している。

※R2・3・4年度の事業費を確認したが、資料がないとのことであった。

### 3. このプロジェクトのターゲット設定

人づくりという視点から事業を検討するにあたり、着実に成果に結びつけていくためには、ターゲットを明確にしたうえで、それに応じた効果的な施策を講じる必要がある。そこで、市民の進学・就職・結婚・出産・住宅購入といったライフステージごとのタイミングのうち、2つのターゲットを設定した。

- ① 小学校入学前～低学年の子を持つ世帯
- ② 就職や結婚を考えている若者

これらのターゲットに集中して施策を進めていくことで、「人づくり」が進み、人口減少対策にもつながっていくと考えたこと。

#### (3) 視察後の所感

今回の視察は、名張市が進めている総合計画に対して、愛知県豊橋市浅井市長が市議会R2年12月定例会において所信表明した「人づくり No.1 のまち」をどのように総合計画に組み込み、この総合計画を実現するために策定した「人づくり No.1 めざすまちプロジェクト」の考え方や現状を学ぶことであったが、視察後の納得感としては、リアルでなくオンラインであったが、やはり直接質疑ができるオンラインでも十分不確かなことを理解することができたとの充実感を得ることができた。

まず、昨年4月からスタートした第6次豊橋市総合計画では、目指すまちの姿「未来を担う 人を育むまち・豊橋」ということで市長の思いである人を育むことを土台とした目指すまちの姿にキャッチフレーズを落とし込んでいた。そして、総合計画を構成する8つの分野において、第1に「子育て・教育」、第2に「産業」、中略、第6に「にぎわい」を市の取組みとしており、まさに当市も同様に新たな総合計画として子育てや教育の分野に重点を置き、人づくりに特化した施策をとりまとめることの必要性を実感した。

人口減少が進む中、豊橋市が持つポテンシャルを最大限発揮し「選ばれるまち」となるため、部局横断で重点課題に取り組むプロジェクトを立ち上げ、施策を推進したことに感心した。さらに人づくりに重点をおくために4つのプロジェクトの内、第1として「人づくり No.1 めざすまちプロジェクト」をR6年度に達成目標とした組織を発足した。当市でもプロジェクト「元気創造」「若者定住」「生涯現役」の3つの重点戦略を柱として各種施策を推進してきた。しかしながら、当市はどちらかと言えば3つの戦略の名前をプロジェクトと言っているが、根本的に違うのは、豊橋市の場合、本格的な組織作りと役割を決めたことである。R3年度の立ち上がりは、分析・計画チーム(6名)、事業検討チーム(8名)、2年目のR4年度は、分析・計画チーム(8名)、プロモーションチーム(5名)と少し見直した。

そして、関係会議は、市長・副市長も加わった関係部長会議や政策会議も何度も実施していることであった。当市もプロジェクトを実施するときには、見習う内容である。その中でも特に、市プロモーションの実施については、職員が作った22タイトルの動画の映像や音楽は、プロっぽく見えるものであった。このような活動ができる職員の当事者意識が生まれるに至る取り組みは、なかなか真似が出来ないことであると痛感した。

特に印象に残った点の1つは、このプロジェクトのターゲットを設定する参考資料がユニークなもので、『子育てしやすい環境づくり』では、①子育て世代の経済状況の資料として、(1)収入階級別雇用者構成(全国)では、収入階級別の雇用者の割合を見ると、20代・30代ともに収入300万円～399万円の層が最も多くなっており、399万円以下が20代で約85%、30代で約62%を占めており、子育てや教育にかかる費用が大きいを理由とした方の所得分布で500万から700万円が

高いとか、子どもの数が理想よりも少ない理由など、(2)学習費総額の推移（全国）と GDP に占める教育に関する公財政支出では、日本の所得金額にあまり変化がないにもかかわらず、子ども 1 人あたりの年間教育費は年々増加傾向にある。一方で、GDP に占める教育に関する公財政支出が諸外国に比べて低くなっている資料。②住宅購入のタイミングでは、住宅を購入する（定住地を決める）タイミングは、世帯主の平均年齢が約 37～40 歳であり、第 1 子出生時の父の平均年齢から計算すると、第 1 子が 4～7 歳の頃だと推測できるとして(1)住宅購入時の世帯主の平均年齢（一次取得者/全国）(2)子ども出生時の父の平均年齢（出生順位別/全国）の資料など、子育て世帯における経済的負担の軽減を検討する資料となっている。

2 つには、当市でも市長の公約で若者にターゲットを設定する場合に参考にしたいことで、『若者が成長、ステップアップしやすい環境づくり』を作るには、豊橋で働く若者が、能力や資格の取得等により、生き活きとやりがいを持って働くことができるようにすることが重要。そのために、若者の成長とステップアップしやすい環境づくりを進めていく施策として、ターゲットの考え方は、就職を考えている学生や、更なるステップアップを考えている社会人など、主に 10 代から 30 代の若い世代をターゲットとしていることである。具体的施策として①キャリアアップ支援（正規雇用化）では、企業の成長にとって不可欠である時代の変化に対応できる人材の育成と、市内で働く若者が、自身のステップアップのために必要な能力や資格等を身に着けることのできる環境を産学官が連携を図りながら充実させることで、正規雇用化の促進にもつなげていく事業。取組み例は、とよはし産業人材育成センターを活用した人材育成支援環境の充実や人材育成支援メニューの充実等である。②とよはしでの就業支援では、市内企業で活躍してもらうため、ハローワーク等と連携を図りながら、就職を決める前のできるだけ早い段階から、学生が地元企業について深く知る機会を提供していく事業。取組み例は、高校生の企業面接体験会の充実や大学生向け合同企業説明会における就職活動支援の充実等である。

最後に、シティプロモーションとして市内外への情報発信では、まちのイメージを豊橋市が「子育てや教育に手厚いまち」であるというイメージを浸透させることを目的に情報発信をしている説明は、名張市にもおおいに参考にしている内容であった。当市にも昨年広報戦略を策定しているが、今後は新しい総合計画に沿った必要な戦略は何かをしっかりと考え協議し、進めていけるように当市の魅力発信となるシティプロモーション戦略の策定の必要性など、市政の発展に寄与できるように議会の一般質問等に反映していきたい。

以上