

「たかまつ創生総合戦略（仮称）【素案】」のパブリック・コメント実施結果

本市では、平成27年9月7日から10月2日までの期間、「たかまつ創生総合戦略（仮称）【素案】」についてのパブリック・コメントを実施しました。いただいた御意見の要旨及びそれに対する本市の考え方を以下のとおりまとめましたので、公表いたします。

1 意見総数 27件（4人）

2 いただいた御意見の要旨及びそれに対する本市の考え

※ 提出いただいた御意見は、趣旨を変えない範囲で、簡素化若しくは文言等の調整をしています。

※一人の御意見で複数項目ある場合は、項目ごとの回答としています。

内 容	御意見（要旨）	市の考え方
総合戦略全般について	<p>抽象的な表現が多く、具体的な方向性が不明確である。 市民が理解できる適切な事例を明示すべきである。 高松市の現状把握が欠如している。問題点を理解して、各施策の関連性を図るべきである。 もっと地についた戦略でないと実行性に乏しい。</p>	<p>人口ビジョンにおいて、人口の現状分析や市民アンケート、様々な分野の委員で構成する懇談会の御意見等から、本市の現状と課題を整理し、その内容を十分に踏まえるとともに、できる限り、懇談会意見を取組内容として反映させることで、より具体的な表現で分かりやすい総合戦略となるよう努めてまいります。</p>
	<p>人口減少社会に対応する戦略に教育も加えた方が良いのではないか。課題を見つけ課題を解決できる人を育てる</p>	<p>教育につきましては、人口減少を抑制する戦略の中で、確かな学力の育成に取</p>

		ことの必要性を感じる。	り組むとともに、家庭や地域と連携して、豊かな心と体を育てることとしております。
		市民のための多くのより良い方策に感謝ではあるが、中央集権型や縦割り行政のままのように感じる点が気になる。	人口減少対策の推進に当たりましては、従来の縦割り行政では実効性あるものとはならないと考えることから、複合的、戦略的、集中的に施策を実施するとともに、地域間連携も図ることで取り組んでまいります。
		子孫繁栄のため、各施策を充実させ、目標を持って取り組んでもらいたい。	今後、本市においても人口減少が避けられない状況にあることから、本市の実情に応じた取組を着実にを行うことで目標人口を実現するとともに、本市における持続可能な社会の実現を図ってまいります。
基本目標について	【基本目標1】 創造性豊かで人間中心のまちを創る	「人間中心のまち」の表現は誤解を与えるため、別の表現を望む。(人間中心=環境問題とイメージする人は多く、人間らしいなら納得できる。)	市民が真の豊かさや幸せを実感し、誰もが住みたい、誰もが幸せと感じられるまちづくりを目指してまいりたいとの思いで「人間中心のまち」としているものです。
	【基本目標4】 高齢者が健やかで心豊かに	「健やかに暮らし続けられるまちづくり」をもっと具体的な表現で市民が理解しやすいものとしてください。	施策毎に総合戦略を推進するために実施する事業を掲載するとともに、事業内容も掲載することで、より分かりやすい

	暮らせるまちを創る		総合戦略となるよう努めてまいります。
		健康で元気に暮らせる環境づくりには期待するが、高齢者に限らず全ての人たちに必要なのではないか。高齢者が健やかで心豊かに暮らせるまちを創ることは超高齢社会に重要なことではあるが、どこか表現がおかしいように感じる。	健康で元気に暮らすことは、全ての人に必要なことであると考えておりまして、高齢者になっても、健康保持と生活の質の向上を支援することで、住み慣れた地域で生きがいを持ち、健やかに暮らし続けられるまちづくりを目指してまいります。
	【基本目標5】持続可能なまちを創る	「地域コミュニティを軸としたまちづくり」について、自治基本条例で明記されている地域コミュニティにほど遠い現状についての認識を明確にしてください。	地域の実情を踏まえ、引き続き、地域コミュニティ協議会の組織運営や取組について周知・啓発を行うとともに、幅広い世代の地域住民が、積極的にまちづくり活動に参加し、気軽に地域貢献できるような環境づくりに努めてまいります。
講ずべき施策について	中央商店街の活性化	中央商店街の活性化は、商店街の歴史と文化を見直し、それに見合った活性化策を効果的に、持続性をもって行うべきである。	高松中央商店街は、8つの商店街がそれぞれ異なる歴史や文化を持ち合わせており、それが個々の商店街の魅力となっていることから、今後も、各商店街の個性をいかした商店街活性化策に取り組んでまいります。
	生鮮食料品等流通の強化	食育に対する認識を加えるべきである。	「3-1-①子どもの心身の健やかな育ちへの支援」の施策の取組として、子

			<p>どもの健康で豊かな人間性を育むため、乳幼児期からの適切な食事の摂り方や望ましい食習慣の定着に取り組むことにより、食育の推進にも寄与するものと考えております。</p>
	特産品の育成・振興	後継者の育成事業を明記する必要がある。	<p>後継者の育成等については、伝統的ものづくり産業における重要課題であると認識しており、今後は、関係者や伝統的ものづくり振興審議会の御意見等を踏まえ、効果的な人材育成事業を検討してまいります。</p>
	文化芸術活動の推進	各文化施設の連携・強化を図るべきである。	<p>美術館を始め、各文化施設の連携強化、ネットワークづくりを推進してまいります。</p>
	観光情報の効果的発信	情報の一元化及び公共交通の整備を図るべきである。	<p>情報の一元化については、「観光情報発信・受入態勢整備推進事業」において、今後も本市の観光ホームページ「高松旅ネット」等を活用した情報の一元化と効果的な発信に取り組んでまいります。</p> <p>また、今年度、高松駅に設置を予定しているバス案内板の整備を始め、公共交通の利用促進に向けた情報発信も積極的</p>

			に努めてまいります。
男女共同参画の意識づくり	教育や市民の意識改革が必要であり、従来の方策の繰り返しでは無意味である。	男女共同参画の意識の醸成が特に重要と考えており、さらに工夫を重ねながら、参画週間行事の開催など、様々な機会を通して意識啓発を行うとともに、男女共同参画センターを拠点として、あらゆる世代の男女を対象にした学習機会を確保してまいります。	
確かな学力の育成	各世代ごとの生涯教育が求められる。	本市では、生涯学習センターやコミュニティセンターを中心に、各世代に応じた講座を実施するなど、様々な学習機会の提供に取り組んでいます。幼年期から高齢期までの、多様な学習ニーズの把握に努め、今後とも、民間では対応が困難な現代的課題に関する講座や他団体との連携事業を含め、魅力ある学習事業や地域の課題を解決する取組を展開してまいります。	
地域包括ケアシステムの構築	コミュニティの再生が求められる。 まちづくりが急務であり、何よりも優先事項である。	高松市版地域包括ケアシステムの構築に向け、地域コミュニティやNPOなどと連携しながら、高齢者が住み慣れた地域で、一人ひとりの状態に応じて、様々な支援が切れ目なく提供される地域づくり	

			を推進してまいります。
救急活動の推進	広報の充実と講習会をきめ細かく実施するべきである。		救急車の適正利用につきまして、各種広報媒体等を活用し、広報に努めているところではありますが、更なる充実に努めてまいります。 また、応急手当講習等につきましては、定期的に実施しているところではありますが、今後も、救命率向上のため、きめ細かい指導に努めてまいります。
市民及び地域の防災意識と防災力の向上	具体的な対策の明示が必要である。 防災センターの整備、活用。		市民や地域の防災意識と防災力を向上させるためには、日頃からの積み重ねや様々な角度からの取組がありますことから、現在、整備しております危機管理センター（仮称）においても、市民の防災意識が効果的に啓発できるような方策を、検討してまいりたいと存じます。
人と環境にやさしい、持続可能な公共交通サービスの導入	超高齢社会を迎えるための具体的な方策を明示すべきである。		今年度策定中である、地域公共交通再編実施計画に基づき、基軸となる鉄道（新駅整備事業等）と既存のバス路線の再編及びコミュニティバス路線の維持・拡大等を推進し、持続可能な公共交通ネットワークの構築を図るとともに、ＩＣカードを利用した高齢者割引等のソフト施策

			を合わせるにより、超高齢社会に対応した公共交通サービスの提供に努めてまいります。
快適な自転車利用のための環境整備	バリアフリー化を目指すべきである。		本市では、「高松地区における自転車を利用した都市づくり計画」（平成20年11月策定）に基づき、歩行者や自転車が安全で快適に通行できるよう、自転車道や自転車走行指導帯等の整備を始めとする、自転車利用の環境整備に取り組んでおります。 今後におきましても、「ちゃりんこ便利都市」にふさわしい、自転車の快適な利用環境整備に積極的に取り組んでまいりたいと存じます。
広域鉄道ネットワークの整備促進	安全安心を重視し、防災を配慮した鉄道を目指すべきである。		四国の鉄道の高速度化等に向けた香川県JR四国線複線電化・新幹線導入期成同盟会において、安全・安心で防災に配慮した鉄道ネットワークの整備に向け、協議してまいります。
タイムリーな情報発信による回遊促進	一過性でなく長期的な視野が大切である。		市民や来街者等に対して、魅力的な空間や関心を持つことができるタイムリーな情報発信を行うとともに、今後においても、長期的な視野も持ちつつ、まちの

			回遊促進に取り組んでまいります。
	コミュニティ活動の支援	<p>財政の効率化、透明性の確保や各コミュニティの格差の解消が必要である。</p> <p>環境づくりの具体策を明示するべきである。</p>	<p>個別の事務事業を実施する中で、地域コミュニティ協議会の民主的な運営と透明性の確保が担保できるよう、また、地域コミュニティ間の格差を解消できるよう取り組んでまいります。</p>
	効率的な行政運営の推進	<p>目先の効率性でなく、市民の視点を考慮するべきである。</p>	<p>平成28年度を始期とする次期行財政改革計画の策定に当たっては、「市民の視点に立った改革」、「経営感覚を持った改革」、「人的資源を活用した改革」の3つを基本的な視点として位置付ける予定にしており、常に市民の視点に立ち、市民が真に必要なとしているサービスを適切に提供するよう努めることとしております。</p> <p>また、ファシリティマネジメントの取組につきましても、市民の御意見をお伺いしながら推進してまいります。</p>
人口ビジョンについて		<p>高松人口ビジョンP8に市町村別の流出人口が書かれていますが、これを都道府県別にまとめなおすと、また新たな施策展開が可能と思われます。(三木町への転出は人口としては減ですが、経済圏としては高松なので問題視し</p>	<p>都道府県別の転出者集計については、人口ビジョンへの掲載は行いませんが、集計内容は、今後、実施する事業において、効果的に活用してまいります。</p>

	なくて良いと思われます。)	
高松の魅力について	<p>県外からの移住者として、高松の魅力は「住みやすさ」にあります。確かに都会ほど公共交通インフラもなく、娯楽施設もないですが、適度にコンパクトで、公共交通の時刻表に合わせて生活すると、非常に便利に市内を動くことができます。</p> <p>また、道路事情も良く</p> <p>(1) 道路整備率全国3位 (佐賀、宮崎、香川)</p> <p>(2) 道路密度率全国4位 (東京、大阪、愛知、香川)</p> <p>隅々まで高規格の道路が走っており、車で市内 (県内を含めて) を移動する際でも、到着時間を計算して移動できるたぐいまれなる特性を持っています。人口密度も考慮に入れると、多分、日本一移動しやすい都市ではないでしょうか？</p> <p>次に、食事情ですが、高松はややもすれば全国一とも評価できるほど食環境の整ったエリアです。それは、「明確な旬」「豊富な素材」「食文化の継承」「流通網」の、食の要素を兼ね備えています。20年高松に住み慣れると、もう他県で買い物をする気が起きないほどの魅力があります。</p> <p>同じ仕事をしてても都会の方が給料が良いと言われます</p>	安全や安心度など高松の住みやすさについて、全国データと比較するなどにより可視化し、PRする取組について、総合戦略に掲載するとともに、今後実施を検討してまいります。

	<p>が、たとえ給料を上積みされたとしても、高松の暮らしにはその金額をはるかに上回る魅力があります。</p>	
<p>人口対策について</p>	<p>人口対策を市として手を打つには、4つの戦略（ターゲット）に分けて考える必要があると考えます。</p> <p>一つが（1）出生率の増加、（2）学生の受入（18歳～20歳）、一つが（3）退職後の終の棲家として、そして（4）団塊ジュニアのUターンです。</p> <p>（1）～（3）までは論じられる機会が多いので、ここではあえて（4）について触れます。</p> <p>今回「高松まつり」のポスターにも採用された高松を舞台にした漫画「うどんの国の金色毛鞠」では、主人公が東京で働く香川県出身者です。しかし、親の葬儀を機に香川に戻り定住するというストーリーです。ここに大きな示唆が隠れていると思われます。移住するという大きなエネルギーを使う活動として、見知らぬ土地へ引っ越すよりも、自分が生まれ育った土地へ引っ越す方がハードルが低いのは自明の理です（住居（親族がいた場合）もありますし、生活、交通、教育の状況も十分わかっていますので）。</p> <p>特に団塊ジュニア（40代前後）は現在の社会情勢の都会暮らしで疲弊をして癒しを求めています。そのような層に確実に高松の暮らしの良さを届けると、もう一度生まれ育った土地に帰りたいという欲求が無意識から意識下に</p>	<p>施策展開のターゲットや目的を絞り、効果的な手段を講じることが必要と考えています。</p> <p>このため、高松の価値を効果的に発信する動画サイトの制作を検討するなど、引き続き、旬の食材、地元食材の情報発信の充実を図り、高松の魅力をアピールしてまいりたいと存じます。</p>

	<p>現れる方は少なからずおられると思います。</p> <p>現在、観光交流課、市場業務課で取り組んでいる食の情報発信事業は、「高松の食の魅力を発信する」という表の意味合いと。若い世代（特に団塊ジュニア世代）に食という生命の根幹の部分に訴えかけ、高松回帰を促すそのような意味合いがあると感じております。サラリーマンが主人公のグルメ漫画が多く出版されておりますが、これも都会の生活に疲弊し、食に癒しを求める社会ニーズの表れではないかと感じております。（これを『地域ノスタルジー戦略』と定義づけます。これは、県外出身者として常に持っている感覚です。）</p>	
--	---	--