

次期総合計画の策定に向けた取組及び まちづくり市民意識調査の結果について

第5次長期総合計画の計画期間が2020年度に終了することから、次期総合計画策定に向けた、現在の検討状況を報告します。

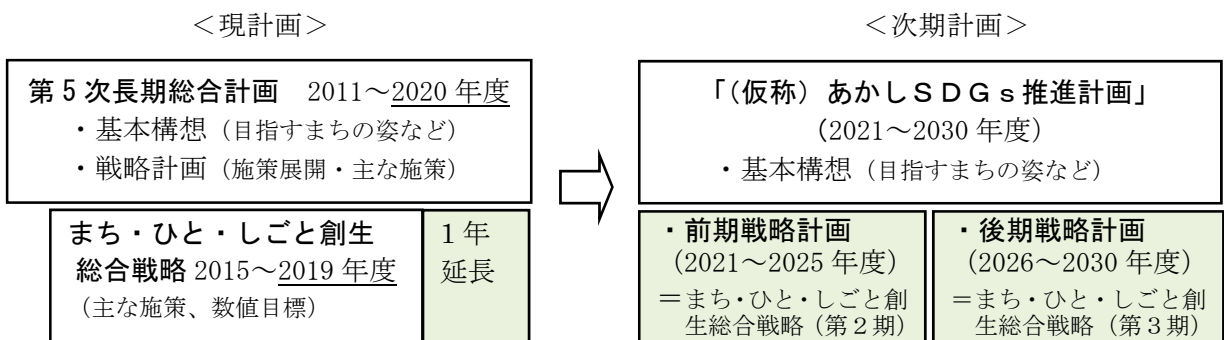
また、次期総合計画の策定に生かすため、市民の満足度やまちづくりに対する考え方、意識・行動について調査する「まちづくり市民意識調査」を実施いたしましたので、調査結果の概要を報告します。

1 次期総合計画の策定

(1) 総合計画とまち・ひと・しごと創生総合戦略の統合

総合計画とまち・ひと・しごと創生総合戦略の一体的で効率的・効果的な推進を図るため、現在の総合戦略の計画期間（2015～2019年度）を1年延長し、計画終了期間を合わせます。

次期総合計画としては、現在の長期総合計画を「(仮称)あかしSDGs推進計画」に見直し、その戦略計画として、まち・ひと・しごと創生総合戦略を位置付けます。



(2) 構成(案)

① (仮称)あかしSDGs推進計画

- 次期総合計画として、SDGsの理念を反映した、めざすまちの姿やまちづくりの方向性を示した「(仮称)あかしSDGs推進計画」を策定します。

項目(案)	ア めざすまちの姿 ◆「SDGs未来安心都市・明石」 ～いつまでも、すべての人に、やさしいまち～ イ まちづくりの方向性 【ポイント】 ◆SDGsの理念の反映 ・持続可能、誰ひとり取り残さない、パートナーシップで取り組む ◆やさしいまちづくり ・2020年に制定を予定している「やさしいまちづくり」の指針となるインクルーシブ条例の内容を反映
計画期間	10年(2021～2030年度)
議会の議決	議決事項(明石市議会の議決すべき事項等に関する条例第2条第1号)

② (仮称)あかしSDGs推進計画・戦略計画(前期・後期)

- 「(仮称)あかしSDGs推進計画」の方向性を踏まえ、前期・後期に分けて、優先的に

取り組む施策、各分野の主な施策を盛り込んだ戦略計画を策定します。

- ・ 国が策定を求める「明石市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に位置付けます。

項目(案)	ア 優先的に取り組む施策 イ 数値目標の設定 【ポイント】 ◆SDGsとの対応(17個の目標との関連) ◆やさしいまちづくりに合致した施策 ◆各分野の主な施策(個別計画との連動) ◆KPI(業績評価指標)
計画期間	前期:5年(2021~2025年度)「まち・ひと・しごと創生総合戦略(第2期)」 後期:5年(2026~2030年度)「まち・ひと・しごと創生総合戦略(第3期)」
議会の議決	議決を要しない

(3) 市民参画

以下のとおり、幅広い市民の意見を聞きながら、計画の策定を進めます。

- ① 市民意識調査の実施(2019年6~7月)
- ② 審議会への諮問・答申(2020年1月~2021年1月)
 ※次期総合計画を「(仮称)あかしSDGs推進計画」とすることから、既存の「明石市長期総合計画審議会」を「あかしSDGs推進審議会」に変更します。
 (「附属機関の設置に関する条例」の改正を2019年12月議会に提案予定)
- ③ 市民の声を直接聞く取組(2019~2020年度)
 - ・タウンミーティング(6月~10月)や子育てモニター(8月~)、大学生・高校生(11月~)、あかしユニバーサルモニター(1月~)などとの意見交換
 - ・高齢者(高齢者大学、高年クラブなど)、障害者をはじめとする各種当事者団体との意見交換会など
- ④ 誰もがいつでも気軽に意見提出できる取組(2020年度)
 - ・「(仮称)あかしSDGs推進計画意見箱」(公共施設への設置、インターネットでの受付)
 - ・パブリックコメント

(4) スケジュール

	次期総合計画の策定	
	議会	市民参画
2019年度 4月~6月		◆市民意識調査(6~7月) ◆タウンミーティング(6月~10月)
7月~9月	◎総務常任委員会(9月) (取組状況・市民意識調査結果)	◆子育てモニター、当事者団体等との意見交換 (8月~)
10月~12月	◎議案提案(12月) (附属機関の設置条例改正)	
1月~3月	◎総務常任委員会(3月) (取組状況、次年度の取組)	◆あかしSDGs推進審議会への諮問 (1月~)
2020年度 4月~6月	◎議会委員会(6月)	◆あかしSDGs推進計画意見箱 (4月~)
7月~9月		
10月~12月		◆パブリックコメント(11月) (あかしSDGs推進計画素案)
1月~3月	◎議案提案(3月) (あかしSDGs推進計画)	◆あかしSDGs推進審議会からの答申 (1月)

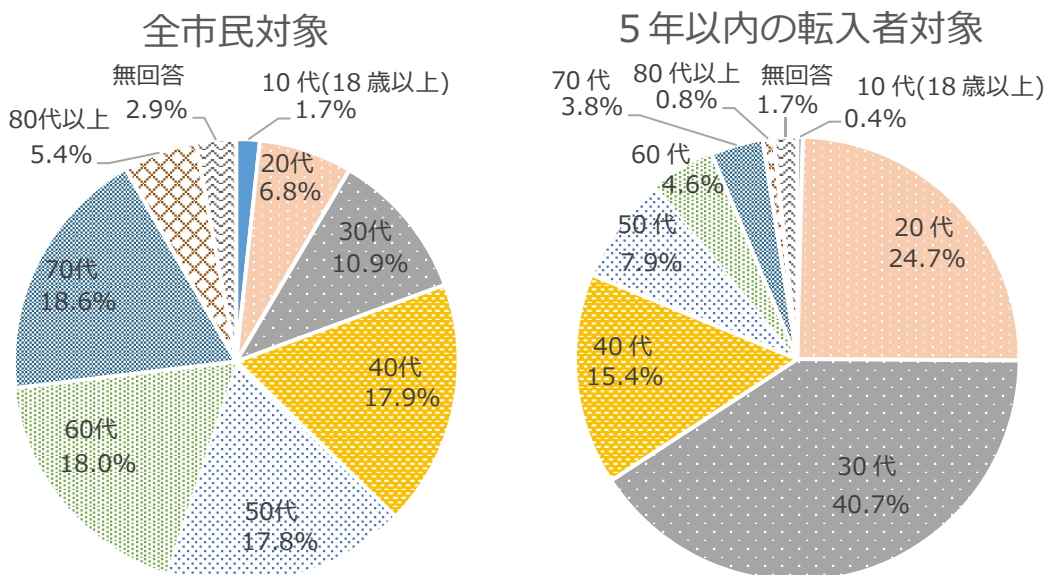
2 まちづくり市民意識調査の結果

(1) 調査概要

(1) 対象	18歳以上の市民5,000人（住民基本台帳からの無作為抽出） ※内2,000人は過去5年以内の転入者を抽出
(2) 方法	郵送調査
(3) 期間	発送・回収：2019年6～7月
(4) 回収結果	回答者数3,265人（回収率65.3%） ①全市民対象（3,000人） 2,097人（回収率：69.9%） ②5年以内の転入者対象（2,000人） 1,168人（回収率58.4%）
(5) 備考	前回の調査：2014年度（2015年2～3月）・回収率52.8%

(2) 主な質問項目の回答状況

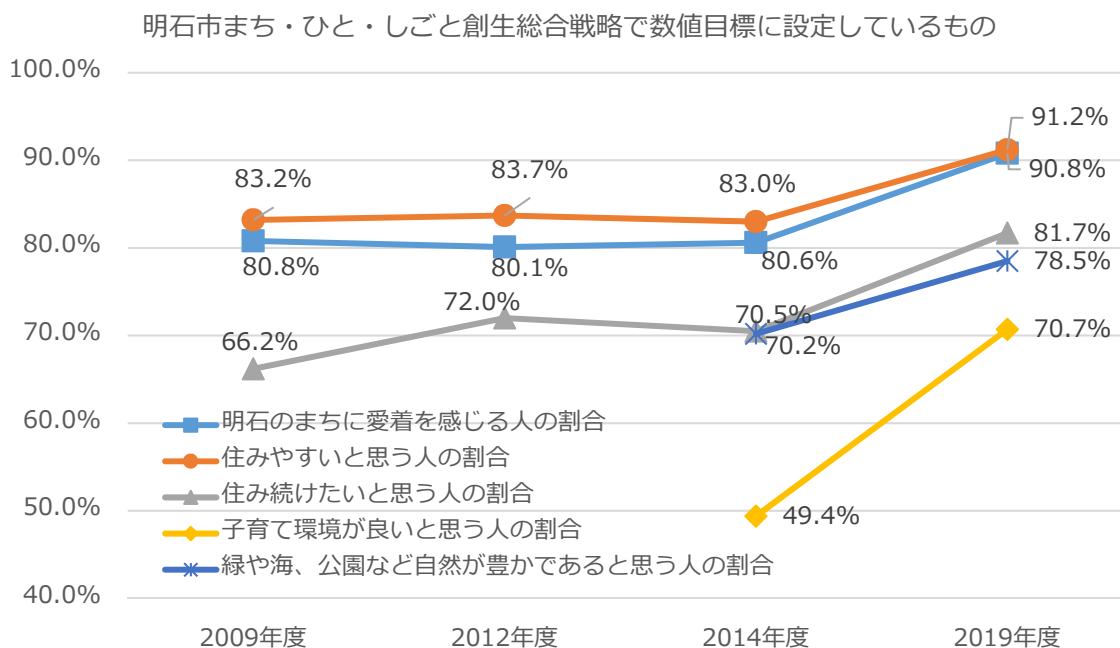
① 年齢構成



年代	全市民対象 (3,000人)		5年以内の転入者対象 (2,000人)		住基上の 年齢構成
10代(18歳以上)	36	1.7%	5	0.4%	2.3%
20代	142	6.8%	288	24.7%	12.2%
30代	228	10.9%	475	40.7%	14.8%
40代	375	17.9%	180	15.4%	18.1%
50代	374	17.8%	92	7.9%	15.2%
60代	377	18.0%	54	4.6%	14.2%
70代	390	18.6%	45	3.8%	14.4%
80代以上	114	5.4%	9	0.8%	8.8%
無回答	61	2.9%	20	1.7%	—
合計	2,097	100%	1,168	100%	100%

② 明石市まち・ひと・しごと創生総合戦略で数値目標に設定しているもの
(全市民対象 (3,000人) の結果)

- ・数値目標をすべて達成しており、とくに「明石のまちに愛着を感じる人の割合」「住みやすいと思う人の割合」は90%以上となっています。「住みたい、住み続けたい」と思われる「選ばれるまち」の実現に向けた取組の効果が表れているものと考えられます。
- ・子育て環境が良いと思う人の割合が前回よりも20ポイント以上も上昇しており、その他の項目においても、10ポイント程度上昇しています。



項目	2009年度	2012年度	2014年度	2019年度	目標値 (2019)
明石のまちに愛着を感じる人の割合	80.8%	80.1%	80.6%	90.8% ↑	85.0%
住みやすいと思う人の割合	83.2%	83.7%	83.0%	91.2% ↑	88.0%
住み続けたいと思う人の割合	66.2%	72.0%	70.5%	81.7% ↑	75.0%
子育て環境が良いと思う人の割合	—	—	49.4%	70.7% ↑	55.0%
緑や海、公園など自然が豊かであると思う人の割合	—	—	70.2%	78.5% ↑	75.0%

③ 各分野の施策

◆ 良くなった分野

- ・「こどもを核としたまちづくり」の推進により、「子育て環境の充実」が高く評価されているものと考えられます。
- ・総合戦略に掲げる新たなまちの魅力として「本のある文化のまちづくり」の取組が評価されているものと考えられます。
- ・明石駅前の開発などにより、良好な都市環境の整備が高く評価されているものと考えられます。

順位	全市民対象 (3,000人)	5年以内の転入者対象 (2,000人)
1位	子育て環境の充実 (59.9%) [前回1位: 26.8%]	子育て環境の充実 (72.1%)
2位	本のまちの推進 (18.8%) [前回一位: -%]	本のまちの推進 (20.2%)
3位	良好な都市環境の整備 (14.1%) [前回8位: 10.3%]	良好な都市環境の整備 (17.6%)
4位	交通体系の構築 (13.2%) [前回4位: 14.9%]	交通体系の構築 (12.4%)
5位	地域福祉の推進 (12.5%) [前回3位: 16.3%]	観光の振興 (11.6%)

◆ 今後推進すべき分野

- ・全市民対象と5年以内の転入者対象の結果を比較すると2位～4位については、概ね同様の結果となりましたが、1位と5位については年齢構成の割合が反映された結果となっているものと考えられます。

順位	全市民対象 (3,000人)	5年以内の転入者対象 (2,000人)
1位	高齢者支援の充実 (35.8%) [前回1位: 37.0%]	子育て環境の充実 (27.0%)
2位	交通体系の構築 (22.7%) [前回4位: 15.5%]	交通体系の構築 (25.4%)
3位	地域医療の充実 (18.5%) [前回3位: 16.9%]	地域医療の充実 (18.0%)
4位	防災・生活安全対策の推進 (17.0%) [前回6位: 12.8%]	防災・生活安全対策の推進 (17.9%)
5位	就労・勤労者の支援 (16.0%) [前回5位: 15.0%]	学校教育の充実 (17.5%)

④ 転入者の状況 (5年以内の転入者対象 (2,000人) の結果)

- ・転入するきっかけとしては、結婚や就職・転職・転勤などの新たな生活を始める機会において、多くなっています。
- ・住宅環境としては、交通の利便性や日常の買い物が便利であるといった生活上の利便性に加えて、子育て支援施策の充実が評価されているものと考えられます。

順位	転入するきっかけ	転入先を決める際に考慮した住宅環境
1位	結婚のため (23.3%)	電車やバス、道路など交通の利便性が高い (43.0%)
2位	就職・転職・転勤のため (22.9%)	日常の買い物が便利である (27.9%)
3位	家族や親族と同居・近居するため (13.1%)	勤務地や学校に近い (18.6%)
4位	より良い住宅を求めて (9.1%)	親や子供の家に近い (18.4%)
5位	より良い周辺環境を求めて (6.3%)	子育て支援に関する施策が充実している (18.2%)