

2030 赤穂市総合計画策定に向けた まちづくりワークショップ（報告）

1. 目的

「2030 赤穂市総合計画」策定に向け、赤穂市まちづくりに対する問題・課題意識や将来のまちづくりに対する意向等について市民同士が話し合う交流の機会として、また、赤穂市のまちづくりへの市民参画の機会として、まちづくりワークショップを開催した。

2. 実施概要

【参加メンバー】

市 民

- アンケート調査（全世帯市民アンケート及び大学生アンケート）を通じての参加希望者、またホームページ、広報あこうでの募集による申込者で構成
- 参加登録者 58名

【ショップ編成】

- 1ショップ4～6人程度で編成

【開催】

- 開催日及びテーマ

	開催日	開催テーマ	参加人数
第1回	9月4日（水）	キックオフと“アンケート結果を予測しよう”	45名
第2回	9月26日（木）	“現在の赤穂市の紹介メッセージを考えよう”	35名
第3回	10月8日（火）	“2030年の赤穂市の状況を予測してみよう”	31名
第4回	10月29日（火）	“実現したい2030年の赤穂市の紹介メッセージ、キャッチコピーを考えよう”	39名

- 会場、時間はいずれも赤穂市民会館2階中会議室、19時から開催

3. 実施内容

[第1回] キックオフと“アンケート結果を予測しよう”

- ◆アンケート調査設問の中から数問（課題設問）を提示し、その集計結果を各ショップで予測してもらう
- ◆予測というゲーム感覚を交えながら、赤穂市や赤穂市民の実態等について考えてもらうことを期待
- ◆予測後は、なぜそのように予測したのかを含め、各ショップによる発表

開催	方式	概要
第1回	合同 (キックオフ)	[説明会：事務局] ◇WSの目的や「総合計画」についての概要説明 ◇今後の予定 ◇ショップ編成
	WS	[自己紹介等] ◇メンバー各自による自己紹介 ◇ショップリーダー選出 [本日の進め方の説明：事務局] [ショップでの検討] ◇課題設問についてメンバーで話し合い、結果を予測
	合同	[予測結果発表] ◇予測結果について、各ショップから発表

[第2回] “現在の赤穂市の紹介メッセージを考えよう”

- ◆赤穂市の特徴（長所・短所）について、メンバーで話し合ってもらおう
- ◆近隣の自治体と比べるとどうか？など、いろいろな視点で考えてもらう
- ◆特徴を踏まえて、現在の赤穂市を紹介するメッセージを考えてもらう

開催	方式	概要
第2回	合同	[集計結果発表：事務局] ◇課題設問の集計結果について報告 ◇ショップ予測結果との比較
	WS	[本日の進め方の説明：事務局] ◇赤穂市の特徴について、メンバー各自が考え、ポストイットに端的に記入 ◇メンバーの記入したポストイットを並べ、整理してみる ◇赤穂市の特徴を踏まえながら、メンバーみんなで現在の赤穂市を市外の人に紹介するメッセージを考える
	合同	[発表] ◇紹介メッセージについて、各ショップから発表

[第3回] “2030年の赤穂市の状況を予測してみよう”

- ◆2030年の赤穂市の状況について、予測してもらう
(参考資料として、今後予測される将来人口を提示)
- ◆現在よりも良くなりそうなこと、悪くなりそうなことについて予測する
- ◆悪くなりそうなことを踏まえ(その中から特に避けたいことを選び)、そうならないために必要なこと(対策)について考える
- ◆対策については、市民・地域でできること、市・行政がやるべきことについても考えてもらう

開催	方式	概要
第3回	WS	[本日の進め方の説明：事務局] ◇2030年の赤穂市について、現在よりも良くなりそうなことや悪くなりそうなことを、メンバー各自が考え、ポストイットに端的に記入し、それを並べ整理する ◇悪くなりそうなことの中から、特に避けたいことをみんなで話し合っ決めて ◇その避けたいことを実現するために必要な対策について、みんなで話し合う
	合同	[発表] ◇良くなりそうなこと悪くなりそうなこと、避けたいこととその対策について、各ショップから発表

[第4回] “実現したい2030年の赤穂市の紹介メッセージ、キャッチコピーを考えよう”

- ◆2030年に実現したい赤穂市の姿について考えてもらう
- ◆第1回～第3回の議論を踏まえながら、現在よりも暮らしやすく、多くの人に訪れてもらえるような都市のイメージについて話し合い、将来(2030年)の赤穂市の魅力的な姿を紹介するメッセージを考えてもらう
- ◆2030年の紹介メッセージを踏まえながら、赤穂市の2030年の姿(都市像・イメージ)をわかりやすく伝えるキャッチコピーについて話し合う

開催	方式	概要
第4回	WS	[本日の進め方の説明：事務局] ◇2030年に実現したい赤穂市の姿について話し合い、その2030年の赤穂市を紹介するメッセージをみんなで考える ◇紹介メッセージを踏まえ、それをわかりやすく印象的に伝えるキャッチコピーをみんなで考える
	合同	[発表] ◇2030年の赤穂市を紹介するメッセージとキャッチコピーについて、各ショップから発表 [参加者感想] [閉会]

第1回 まちづくりワークショップまとめ

1. ワークショップの目的

赤穂市が目指すまちづくりの方向性を示す最上位計画として、2021年度から10年間を計画期間とする新たな「2030赤穂市総合計画」の検討・策定を進めるにあたり、ワークショップを開催しました。

赤穂市のまちづくりに対する問題・課題意識や将来のまちづくりに対する意向等について市民同士が話し合う交流の機会として、また、赤穂市のまちづくりへの市民参画の機会となることを目的としています。

2. ワークショップの概要

実施日時：令和元年9月4日（水）19:00～21:00

実施方法：市民ワークショップ参加者に対し、くじを引いて各4～6人でグループ分けし、赤穂市の市民アンケート結果を予想する形で、赤穂市の特徴や課題について話し合う形式を取りました。

参加者数：45人

3. ワークショップの手法

開催テーマ：キックオフと“アンケート結果を予測しよう”

- ① 全世帯市民アンケートより、「赤穂市の魅力として他の地域に誇れるものは何か」という問いの答えの上位3つを予想する。
- ② ①で予想した上位3つのうち、最も多いものを予想する。
- ③ 全世帯市民アンケートより、「これからも赤穂市に住みたいか」という問いの結果を予想する。
- ④ ③のうち、「ずっと住み続けたい」、及び「できるなら住み続けたい」と回答した人の比率の合計を予想する。
- ⑤ 大学生アンケートより、「大学卒業後も赤穂市に住みたいか」という問いの結果を予想する。
- ⑥ ④のうち、「住みたい」、及び「できれば住みたい」と回答した人の比率の合計を予想する。
- ⑦ 大学生アンケートより、「赤穂市にどのような印象を持っているか」という問いの答えの上位3つを予想する。
- ⑧ ⑦で予想した上位3つのうち、最も多いものを予想する。

4. ワークショップのまとめ

今回のワークショップでは、全世帯市民アンケートにおいて「赤穂市の魅力として他の地域に誇れるもの」について、多くのグループで「自然環境」や「歴史や伝統」が挙げられました。また、大学生アンケートにおいても、赤穂市の印象について、「自然環境」「歴史と伝統」が多くのグループで挙げられました。

このことから、赤穂市民、大学生ともに、赤穂市について「自然環境」と「歴史と伝統」が赤穂市の魅力としてとらえている人が多くいることが分かりました。

一方で、赤穂市は日本一水道料金が安く、このことから「ライフライン」を赤穂市の魅力として挙げるグループもありました。

定住意向の予測については、全世帯市民アンケートについては、多くのグループで、住み続けたい人が多いのではないかと議論の結果が出ました。

一方、大学生のアンケートの予測では、住み続けたくないかと予測したグループが多く、その背景には「就職のため、都心に流出してしまうのではないか」という議論が多くのグループで出されました。



第2回 まちづくりワークショップまとめ

1. ワークショップの目的

赤穂市が目指すまちづくりの方向性を示す最上位計画として、2021年度から10年間を計画期間とする新たな「2030 赤穂市総合計画」の検討・策定を進めるにあたって、ワークショップを開催しました。

赤穂市のまちづくりに対する問題・課題意識や将来のまちづくりに対する意向等について市民同士が話し合う交流の機会として、また、赤穂市のまちづくりへの市民参画の機会となることを目的としています。

2. ワークショップの概要

実施日時：令和元年9月26日（木）19:00～21:00

実施方法：市民ワークショップ参加者に対し、くじを引いて各4～6人でグループ分けし、赤穂市の現在や未来について意見を出し合い、KJ法※によりまとめていただきました。

参加者数：35人

※KJ法：カードに書き出した意見や情報などに対し、グループ分けとタイトルづけを行い、関連性を見いだすことで、意見や情報をまとめる手法です。

3. ワークショップの手法

開催テーマ：“現在の赤穂市の紹介メッセージを考えよう”

- ① 赤穂市について、紹介したい人を決める。(例)観光客、友人、両親、外国人観光客、等
- ② 紹介するにあたり、キーワードとなるもの、紹介したい場所、項目等をポストイットに書き出す。
- ③ ポストイットに記入した内容について、ショップ内で共有する。
- ④ ポストイットの内容について、似ているものや関連しているものを模造紙の上にまとめる。
- ⑤ そのグループにタイトルをつける。
- ⑥ グループに関連するものがあれば、矢印等を使って図式化する。
- ⑦ 赤穂市の紹介メッセージを作成する。

4. ワークショップのまとめ

今回のワークショップでは、1回目のワークショップと同様に、赤穂市の魅力について、海や山と言った「自然」、赤穂浪士といった「歴史」に関するアイデアが多く集まりました。また「住みたくなる」というフレーズや、赤穂の方言を使用した紹介メッセージもあり、赤穂市に対して愛着をもつ市民が多くいることも考えられます。

また、議論においては「水道料金が安い」「人が優しい」といった、自然や歴史以外の「ライフライン」「人」に関する赤穂市の魅力について、アイデアが出されたグループもありました。

そのため、今後の赤穂市の情報発信としては、歴史や自然に加えて、生活のしやすさと言った点についてもアピールポイントとなることが考えられます。



第3回 まちづくりワークショップまとめ

1. ワークショップの目的

赤穂市が目指すまちづくりの方向性を示す最上位計画として、2021 年度から 10 年間で計画期間とする新たな「2030 赤穂市総合計画」の検討・策定を進めるにあたって、ワークショップを開催しました。

赤穂市のまちづくりに対する問題・課題意識や将来のまちづくりに対する意向等について市民同士が話し合う交流の機会として、また、赤穂市のまちづくりへの市民参画の機会となることを目的としています。

2. ワークショップの概要

実施日時：令和元年 10 月 8 日（火）19：00～21：00

実施方法：市民ワークショップ参加者に対し、くじを引いて各 4～6 人でグループ分けし、赤穂市の現在や未来について意見を出し合い、KJ法※によりまとめていただきました。

参加者数：31 人

※KJ法：カードに書き出した意見や情報などに対し、グループ分けとタイトルづけを行い、関連性を見いだすことで、意見や情報をまとめる手法。

3. ワークショップの手法

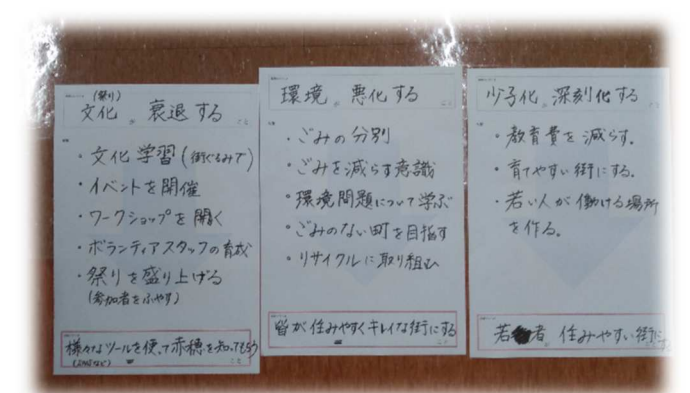
開催テーマ：“2030 年の赤穂市の状況を予測してみよう”

- ① 10 年後の赤穂市の最悪のシナリオを書き出す。
- ② 書き出した内容をグループ分けする。
- ③ ショップの中で、特に回避したい最悪のシナリオを 3 つ選択する。
- ④ 選択したシナリオを回避するためにできる対策を書き出す。
- ⑤ 対策から回避シナリオを書き出す。

4. ワークショップのまとめ

今回の最悪シナリオの中で、3 グループから「文化の衰退」というキーワードが出てきました。赤穂市に根付く伝統文化は、しっかりと今も市民の中に根付いていると言え、計画策定においても重要なところだと考えます。

人口減少が引き起こすシナリオは全てのグループから挙がっており、どのキーワードも元を辿れば、人口減少によって引き起こされる事に繋がります。人口を増やすことはもちろんですが、減少している中でどうやって次世代に赤穂市を繋げていくかは、今回のワークショップの対策が活きてくる場所だと考えます。



第4回 まちづくりワークショップまとめ

1. ワークショップの目的

赤穂市が目指すまちづくりの方向性を示す最上位計画として、2021年度から10年間を計画期間とする新たな「2030 赤穂市総合計画」の検討・策定を進めるにあたって、ワークショップを開催しました。

赤穂市のまちづくりに対する問題・課題意識や将来のまちづくりに対する意向等について市民同士が話し合う交流の機会として、また、赤穂市のまちづくりへの市民参画の機会となることを目的としています。

2. ワークショップの概要

実施日時：令和元年10月29日（火）19:00～21:00

実施方法：市民ワークショップ参加者に対し、くじを引いて各4～6人でグループ分けし、赤穂市の現在や未来について意見を出し合い、KJ法※によりまとめていただきました。

参加者数：39人

※KJ法：カードに書き出した意見や情報などに対し、グループ分けとタイトルづけを行い、関連性を見いだすことで、意見や情報をまとめる手法。



3. ワークショップの手法

開催テーマ：“実現したい2030年の赤穂市の紹介メッセージ、キャッチコピーを考えよう”

- ① 「実現したい赤穂市のイメージ」をポストイットに書き出す。
- ② ポストイットに書き出した内容を模造紙上にまとめて、分類分け（整理）する。
- ③ グループごとにキャッチコピーを考える。
- ④ グループごとに書き出したキャッチコピーを発表する。

4. ワークショップのまとめ

今回のワークショップでは、「歴史」「自然」といった、赤穂市が有する地域資源を活かしたキャッチコピーが3件、「安心・安全」「若者・高齢者が住みやすい」という、生活に関するキャッチコピーが2件、「未来」「主役」といった赤穂市の今後について重視するアイデアが4件という結果になりました。

以上のキャッチコピー、及びグループでの議論から、赤穂市の海や山といった自然や、赤穂義士、忠臣蔵に代表される歴史に誇りを持ち、このことを広く赤穂市について世の中に発信したいという意識があることが考えられます。加えて、赤穂市について、より活気があり、子どもからお年寄りまで安心してらせるまちづくりにニーズがある事も分かりました。

