都市イメージ向上に関する検証について

1 身近な区役所で多くのサービスが受けられます

市内が5つの「区」に分けられ、それぞれに区役所が設置されます。

現在、市役所本庁(または総合支所)だけでしか手続き等ができない市民サービスが多くありますが、区役所が設置されれば、日常生活に密着した多くのサービスが最寄りの区役所やその出張所で、受けられるようになります。

また、市議会議員や県議会議員の選挙も区単位で行われます。

財源が増え、市民生活をより充実させることができます。

政令指定都市になると、市が行う事務が増えるため、それに伴い市が支出するお金も増加します。 このため、地方交付税が増額されたり、国や県から新たに財源が移されるなどの措置がとられ、市 が使用できる財源が増加します。また宝くじの発行もできるようになります。

この増加した財源は、基本的には新しく増えた事務に対応するためのものですから、全てを新しい事業に使えるわけではありませんが、財源を有効に活用することで、市民サービスをより充実させ、豊かなまちづくりを行うことが可能となります。

2 市民のニーズに、より的確に対応できるようになります

県が行っている事務のうち、市民生活 に関わりの深い事務の多くが市に移るこ とで、効率的な事務が行えるようになり、 行政サービスのスピードアップが図られ、 市民のみなさんの要望に対応しやすくな ります。



市民生活に関わりの深い事務や 知事の許可・認可などの権限が 県から市へ移ります

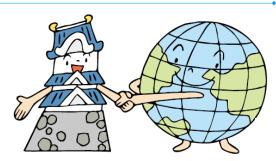


4 都市のイメージがアップします。

現在、指定されている政令指定都市は、どの都市も全国的に知名度が高く日本を代表する都市です。

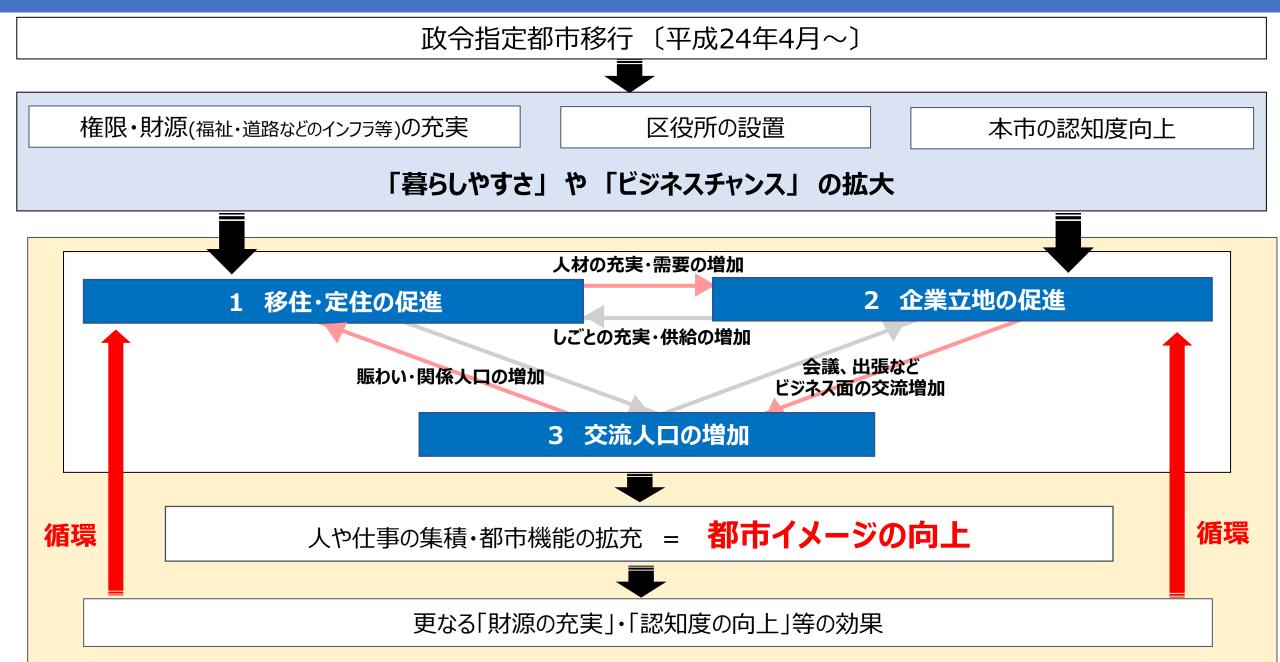
政令指定都市となれば、全国的・国際的に知名 度が高まり、都市のイメージアップが図れます。 その結果、人・モノ・情報の交流が進み、企業

その結果、人・モノ・情報の交流が進み、企業 の進出や雇用の拡大、重要プロジェクト・国際的 イベントの開催などが期待できます。



出所:政令指定都市をめざして 熊本市作成

政令指定都市移行に伴う都市イメージ向上の効果

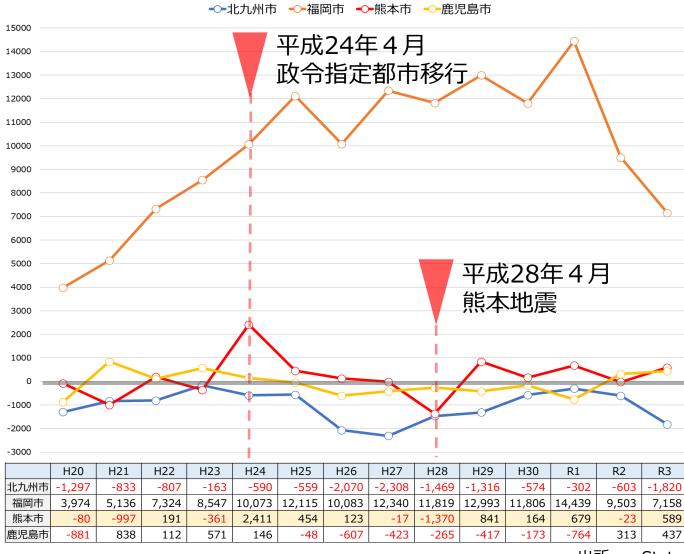


- ・指定都市移行後、熊本市の人口の社会増減は、 平成27年、平成28年、令和2年を除いて転入増加 (社会増)となっている。(平成24年の社会増は、 九州新幹線全線開業による効果と思われる。)
- ・指定都市である北九州市、九州新幹線沿線の 鹿児島市と比べ、相対的に転入増加傾向を維持 している。
- ・九州新幹線全線開業及び政令指定都市移行に伴 う拠点性や都市ブランドカの向上、都市基盤整備が、 移住・定住に一定の効果を与えていると考えられる。





北九州市、福岡市、熊本市、鹿児島市の社会増減数の推移

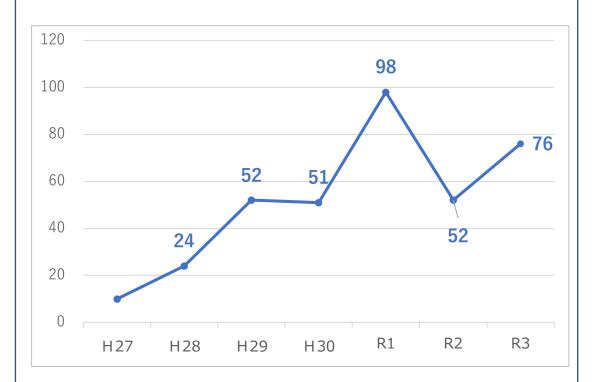


出所:e-Stat

1 指定都市移行後の状況 【移住・定住】

- ・UIJサポートデスク等を介した就業者数は増加傾向にある。
- ・熊本市に住み続けたい市民の割合も増加傾向であり、シビックプライドの醸成にも寄与しているものと考えられる。

U I J サポートデスク等を介した就業者数



※ R元年度は、移住サイトの制作、日本最大規模の就職面談会兼移住ツアー(くまもと大内覧会)の実施等、移住施策を重点的に行ったことにより移住者は大幅に増加。R2年度にはコロナの影響を受け減少したものの、サポートデスク相談等の継続的な支援によりR3年度には増加傾向となった。

住み続けたい市民の割合3.7ポイント増

問:熊本市が住み続けたいまちであると感じますか

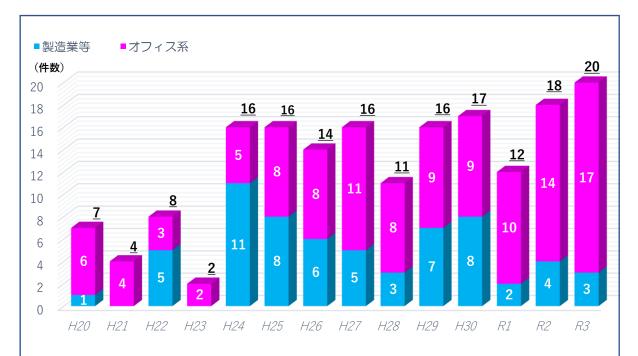


○とても感じる・やや感じる割合 平成23年度 73.2%⇒令和3年度 76.9%に増加

出所:令和3年度熊本市第7次総合計画市民アンケート

2 指定都市移行後の状況 【企業立地】

- ・指定都市移行後、企業からの問い合わせが増加しており、進出先としての本市の認知度や魅力が高まっていると考えられる。
- ・企業の立地件数は毎年10件を上回っており、昨年度は過去最多の20件を記録した。



オフィス系企業の立地件数が約4倍

- ・H20~H23年度平均立地件数(約4件)が、R3年度は17件へ
- ・近年はオフィス系のうちIT関連企業が増加傾向

立地件数の約半数が首都圏からの新規進出

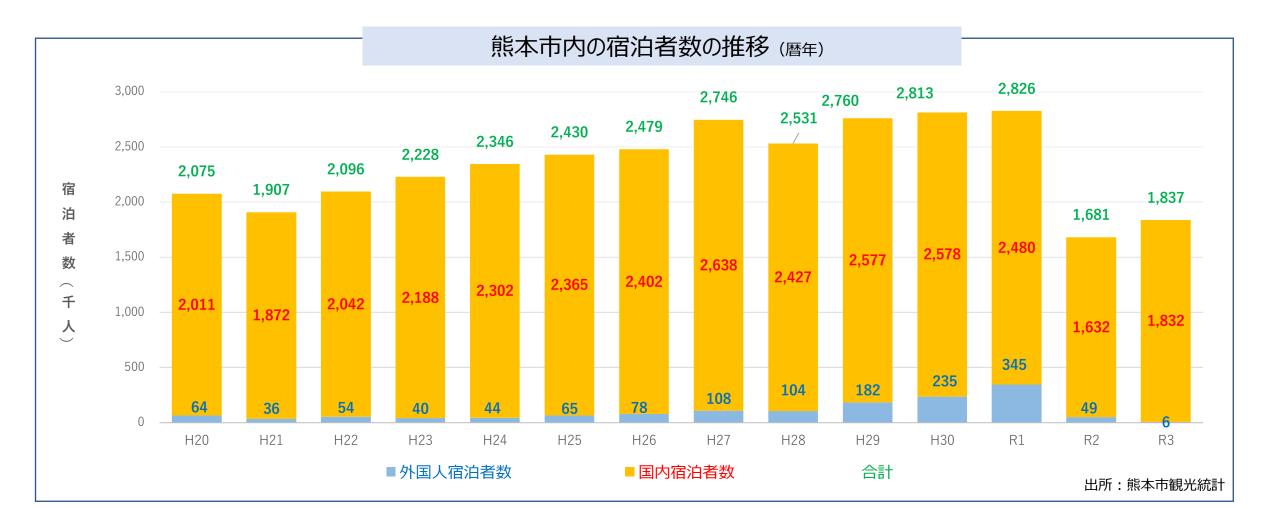
・H30年度以降、オフィス系企業の立地の約半数が首都圏からの新 規進出



○15企業のうち、指定都市移行後に11企業が入居

3-1 指定都市移行後の状況【交流人口(観光)】

- ・近年、本市の宿泊者数は増加傾向で、平成28年の熊本地震により一旦減少したものの、その後、観光地やインフラの復旧が進み、増加に転じた。令和元年には、ラグビーワールドカップや女子ハンドボール世界選手権などの国際大会が開催されたことで、外国人宿泊者数が過去最高の約34万人となった。
- ・しかしながら、新型コロナウイルス感染症の拡大により、令和2年の宿泊者数は対前年比で100万人以上減少しており、現在、LOOKUP Kumamotoキャンペーン等の旅行・宿泊需要喚起策に取り組んでいるが、令和3年もコロナ禍前の状況には回復していない。



3-2 指定都市移行後の状況 【交流人口(国際大会・会議)】

・本市は、指定都市移行によってブランドと情報発信の力も着実に向上しており、令和元年のラグビーワールドカップや女子ハンドボール世界選手権大会、令和4年のアジア・太平洋水サミットといった国際的な大会や会議等の誘致に成功し、開催してきた。

ラグビーワールドカップ² 2 0 1 9 ™

2019年10月6日 フランス代表 vs トンガ代表 2019年10月13日 ウェールズ代表 vs ウルグアイ代表







入場者数(2試合 計) 約5.6万人 ファンゾーン集客数 約5.1万人

2019女子ハンドボール世界選手権大会

2019年11月30日~12月15日 24ヵ国、全96試合



観戦者数(県内5会場 計) 約31.6万人ファンゾーン集客数 約7.6万人

全国都市緑化くまもとフェア

2022年3月19日~5月22日 36年ぶりに熊本で開催









市内3つのメイン会場で約168万5千人が来場

第4回アジア・太平洋水サミット

2022年4月23日~24日 30カ国の首脳級・閣僚級



参加者数 約5,500人 (うち海外160人)

(1)検証結果

九州新幹線全線開業及び指定都市移行に伴う拠点性や都市ブランドカの向上に加え、権限や財源を生かした都市基盤整備や市民サービス向上が、移住・定住に一定の効果を与えていると考える。

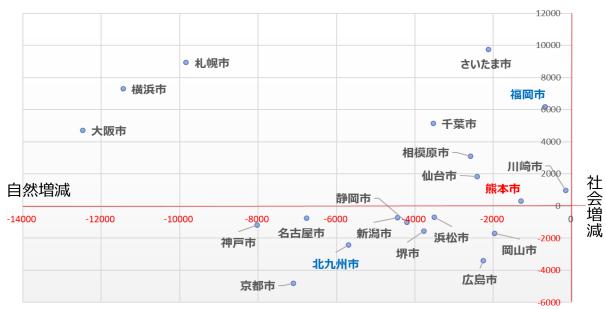
(2)課題

- ・本市の人口動態は、熊本県、九州(福岡県を除く)からの転入超過である一方で、関東、近畿、福岡県への転出超過が続いている。特に若い世代でその傾向が顕著であることから、当該世代が住みたいと感じる地域の魅力向上を図るとともに、しごとを熊本で選ぶことができるよう、引き続き、地場企業を知る機会の創出等に取り組む必要がある。
- ・指定都市は、いずれも自然減の状況に陥っており、充実した医療環境や教育環境、安心・安全なまちなど、本市の強みを効果的に打ち出し、都市ブランディングを戦略的に行い社会減を抑制することで、大都市としての活力を維持していく必要がある。

〔熊本市の転出入者数の地域別推移(直近7年)〕

2000 1000 0 H26 H27 H28 H29 H30 R1 R2 -1000 -2000 -3000 -4000 ■北海道·東北 ■関東 ■中部 ■近畿 ■中国・四国 ■九州 (福岡県・熊本県を除く) ■福岡県 ■熊本県

〔指定都市各市の人口動態 (令和3年)〕



出所:令和4年住民基本台帳人口•世帯数、令和3年人口動態(市区町村別)

4 都市イメージ向上に関する検証【企業立地】

(1)検証結果

本市の認知度向上が、企業立地にあたって本市を選んでいただく一因となっている。

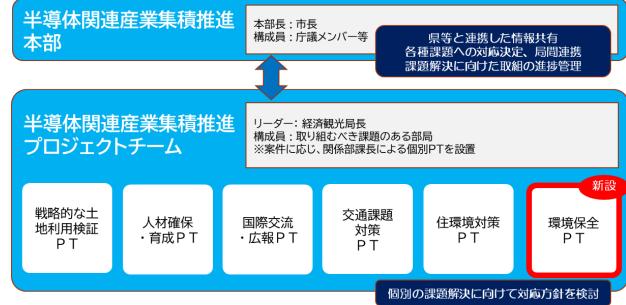
(2)課題

- ・好調なオフィス系企業の進出に対し、企業の進出先となる事業用地不足の課題から、製造・物流系企業の進出が進まない 状況にある。
- ・世界的半導体メーカーであるTSMCの熊本県への進出を受け、令和3年度、県内への半導体関連企業の進出が過去最多を記録しており、その流れを本市へ呼び込み、本市経済の発展に繋げる必要がある。
- ・交通、住まい、教育の環境整備など、将来的なまちづくりを見据えた戦略的な施策の展開により、企業や人の集積を促し、 大都市のイメージを確立することで、更なる企業の立地を呼び込む好循環を創出していく必要がある。

■県内への企業進出状況(令和3年度)

ポフィス系 半導体関連 その他 県 23 22 14 59 市 17 12 20 14 59

■庁内横断的な組織体制



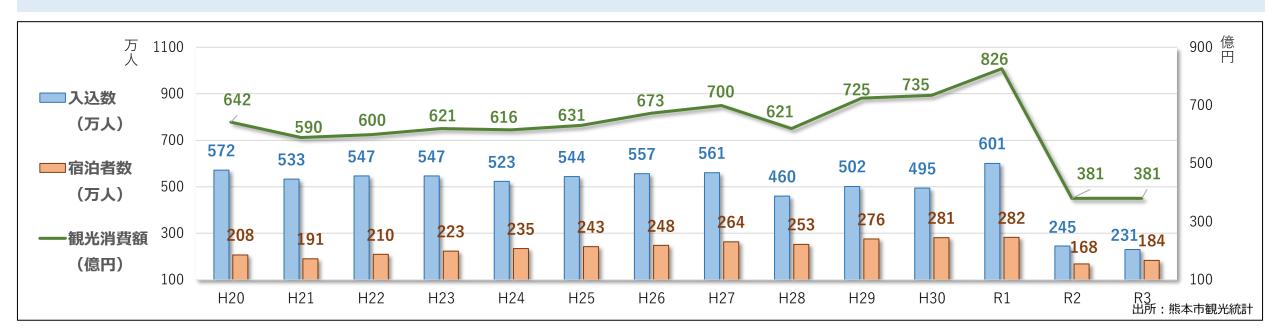
4 都市イメージ向上に関する検証【交流人口】

(1)検証結果

アジア・太平洋水サミットといった国際的な会議やスポーツ大会の誘致に成功し開催するなど、都市としての情報発信やブランド力も着実に向上しており、その開催が観光のインバウンドを後押ししたと考える。

(2)課題

- ・本市への滞在時間を伸ばし宿泊者数を増加させていくためには、熊本城だけでなく熊本城を軸に周遊を行う、着地型旅行の発展に取り組む必要がある。
- ・国際大会や会議の開催及び受入については、これまでの経験をいかし、大会関係者や参加者等の心に残る「おもてなし」や円滑な移動手段の構築など、官民連携による「都市としての受入体制」を強化していく必要がある。
- ・国際大会等の開催実績を積み重ねることが、都市のブランド力を高め、開催地・観光地として選ばれるとともに、大会参加等を 契機とした観光リピーターの獲得に繋がることから、入込数・宿泊者数を感染症流行前、また、それを超える水準まで引き上げて いくためにも戦略的な誘致を展開していく必要がある。



5 熊本都市圏の一体的な発展に向けて

- ・本市は、富合町、城南町、植木町との合併を経て、熊本県や近隣市町村の協力のもと政令指定都市移行を実現したところであり、 指定都市移行の効果を、熊本都市圏はもとより県全体の一定的な発展につなげていく使命がある。
- ・熊本市民、近隣市町村の方々が、本市が指定都市に移行して良かった、熊本県に指定都市があって良かったと思っていただけるよう、 引き続き、区役所を中心とした市民サービスの向上、権限財源を活用した都市基盤整備、更なる都市イメージ向上に取り組んでいく。

熊本連携中枢都市圏構想の3つの分野

① 圏域全体の経済成長のけん引

都市圏域内の多様な資源・企業・人材を動員することで成長のエンジンとなり、地方の経済をけん引する。

・熊本連携中枢都市圏では7事業を実施

(例:「産学連携支援事業」「食の販路拡大・プロモーション事業」「熊本港利用促進」等)

② 高次の都市機能の集積・強化

圏域全体に対して高度で専門的なサービスを提供し、人材を集め住みたくなるような環境を作る。

・ 熊本連携中枢都市圏では6事業を実施

(例:「熊本市民病院における総合周産期母子医療センター」等)

③ 圏域全体の生活関連機能サービスの向上

近隣市町村と連携することで、圏域全体の利便性を向上し、圏域内の住民のニーズに応える。

・熊本連携中枢都市圏では54事業を実施

(例:「病児・病後児保育における圏域住民の利用」、「「健康ポイント事業」、「図書館における圏域住民の相互利用」等)

