

弘前市の 20 年後の将来都市像（めざす姿）

■ 将来都市像（めざす姿）

弘前市は、白神山地などの豊かな自然がもたらす恵みや400年の歴史と伝統に培われた文化を背景として、観光のまち、りんごに代表される農業のまち、伝統工芸などを産み出すものづくり産業のまち、高等教育機関が集積する学都であるとともに医療の充実したまちなど多くの特徴を持つまちです。

また、弘前市は、津軽地域の中心市としての役割を担うまちでもあります。

このような特徴を背景に、文物、歴史的遺産などのアドバンテージをさらに磨き上げ、活かしていくことで、外部環境の変化に惑わされない、弘前独自のライフスタイルを作り上げることができる可能性をもっています。

弘前市は、この独自性を活かし、行政や市民、地域、民間事業者が互いに連携し、オール弘前で地域経営を行なっていきます。そのためには、弘前という地域を将来どのような姿にしていくのか、その地域づくりの理念・目標を定め、計画に関わる各主体で共有することが必要です。

本計画では、地域づくりの理念・目標を「弘前市の 20 年後の将来都市像（めざす姿）」として計画の中に位置づけ、次のように定めます。

弘前市の 20 年後の将来都市像（めざす姿）

子どもたちの笑顔
あふれるまち 弘前

■ 将来都市像に込めた想い

人口減少・超高齢社会の到来など、弘前市をとりまく社会経済の将来的な見通しは非常に厳しいものと予想されます。しかしそうした厳しい状況の中でも、私たちには、先人たちによって培われた郷土の歴史や魅力、様々な財産を、次世代へ引き継いでいく責任があります。

地域の持続性・自立性、豊かさを守るためには、生活を支える安定した社会基盤の構築と、他都市に負けない活力・競争力の高い地域をつくりあげることに、私たち一人ひとりが努めていかなければなりません。

「子どもたちの笑顔あふれるまち」という言葉には、こうした現在と未来の弘前へ希求する想いが込められています。

子どもたちの笑い声が地域に響きわたり、笑顔で楽しく過ごしていることは、地域の持つ魅力や豊かさが高まり、隅々まで行き渡っていることを表しています。

子どもたちの笑顔は、その地域の安心感、そして活力をうつす鏡であり、子どもからお年寄りまですべての世代の人たちの生活の豊かさを象徴するものです。

弘前をそんな「子どもたちの笑顔あふれるまち」にする、その決意をもって、私たちはこの将来都市像を掲げます。

■ 地域づくりの4つの観点

地域づくりとは、地域に生活する人々の元気、暮らしぶりの豊かさ、営み（生業）の活発さ、街の住みやすさといった、その地域を構成する要素の価値や魅力を高めていく諸活動を指します。

「子どもたちの笑顔あふれるまち 弘前」という将来都市像を実現するためには、「ひとづくり」「くらしづくり」「なりわいづくり」「まちづくり」といった地域づくりを構成するそれぞれの観点から、総合的に進めていくことが必要です。



< 地域づくりを構成する4つの要素と観点 >

したがって、この「ひとづくり」「くらしづくり」「なりわいづくり」「まちづくり」の観点からも、それぞれの理念・目標となる将来都市像（めざす姿）を次の様に掲げます。

■ ひとづくり

郷土への愛に裏打ちされた自立心を持つ 多様・多才な「弘前人」が躍動するまち

- ・子ども達がのびのびと健やかに、夢に向かって育っている
- ・郷土への愛と自立心を持った人材が、地域の抱える様々な課題を解決している
- ・個性や多様性を尊重する気風を備え、国際的に通用する力を持った人材であふれている

■ くらしづくり

郷土の豊かな歴史や伝統・文化に囲まれ 生き活きと安心して暮らせるまち

- ・長い歴史の中で育まれた郷土の伝統・文化を尊重し、その豊かさが将来にわたって継承されている
- ・だれもが自分自身の持てる力を生き活きと発揮し、健康に暮らしている
- ・事故や災害への対応力があり、安全・安心に暮らせる環境が整えられている

■ なりわいづくり

高い競争力を持った地域産業が育ち 多くの人々が訪れ楽しめるまち

- ・グローバル経済の中でも通用する産業競争力を持ち、豊かな生活を維持するための所得を得ることができている
- ・地域の資源を活かす技術力を高め、確固たる産業基盤が保たれている
- ・次世代を思い多角的な農産物の生産を可能とする態勢が整備されている
- ・市内外の多くの人々がまちに訪れ、まちの活気が地域内に循環している
- ・老若男女がそれぞれの生活スタイルに合わせ、生き活きと働いている

■ まちづくり

雪に克ち、古さと新しさが交わる 魅力とやさしさにあふれるまち

- ・必要な都市機能が拠点ごとに集約され、拠点を結ぶ公共交通が確保されている
- ・豪雪をはじめとした災害に強く、被害が最小限に抑えられている
- ・豊かな自然環境と清潔・魅力的な都市生活環境が保たれている
- ・自然エネルギーが積極的に活用され、地域内の生活需要が満たされている
- ・誰もが快適に、安心して暮らせる優しさが保たれている

(仮称)弘前市経営計画 オール弘前 スタートアップ プログラム

平成25年11月2日(土)

オール弘前スタートアッププログラムの位置づけ

弘前市が掲げる将来都市像である「子ども達の笑顔あふれるまち 弘前」を実現するためには、行政と市民等が目標、情報を共有し、これまでの協働の考え方を進化させ、行政、市民等がそれぞれの立場で役割を果たしていくことが大切です。

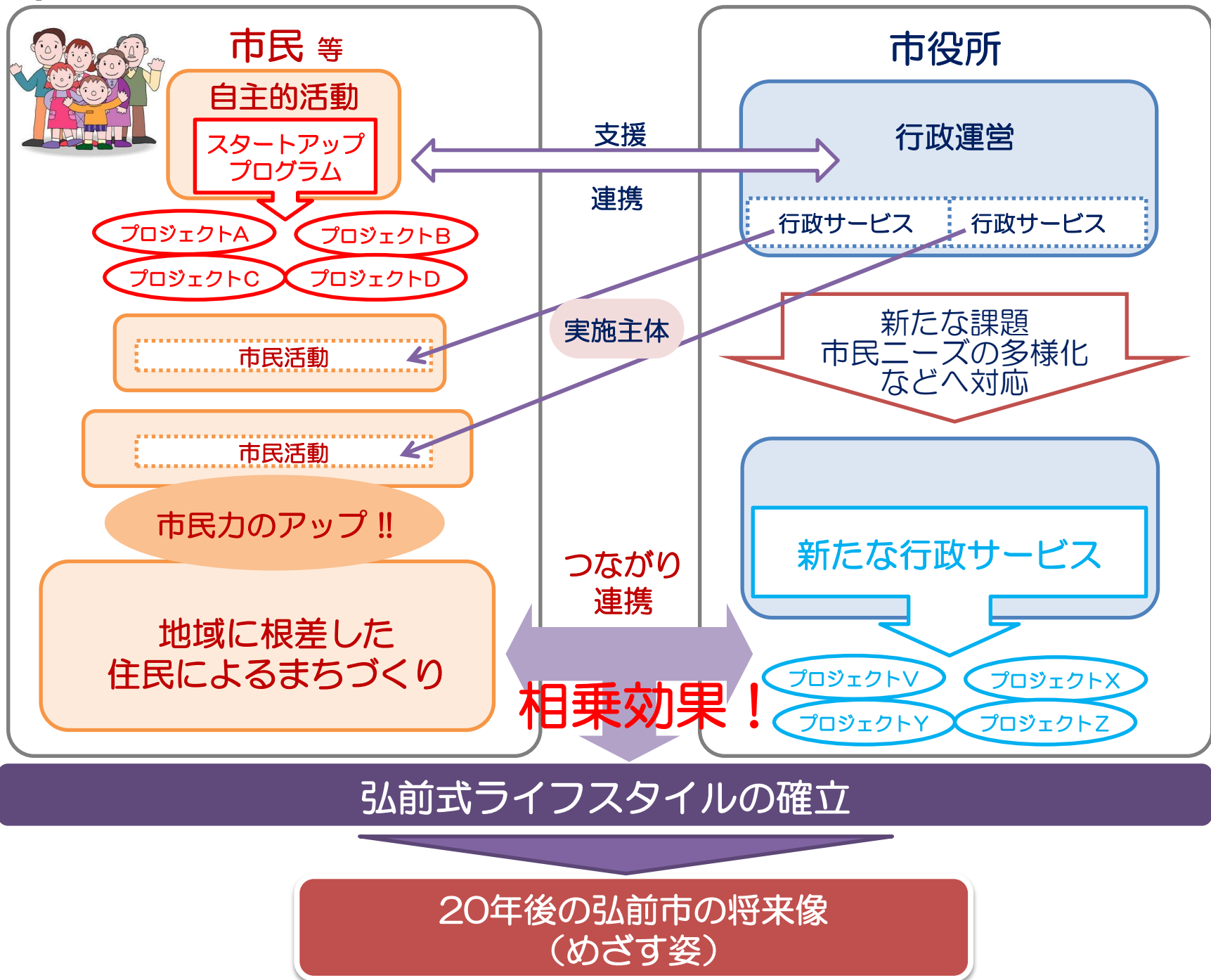
そのために、市民等による取り組みをオール弘前スタートアッププログラムとしてまとめ、20年後の弘前市の将来に向けて第一歩を踏み出すものです。

オール弘前スタートアッププログラムを、弘前市経営計画の中で、行政が主体となり展開する政策・施策とともに基本戦略体系に位置づけ、計画推進の両輪とし市政発展を目指すものです。

オール弘前スタートアッププログラムに掲げる各プロジェクトを、市民力を主体に推進することにより、行政が主体となり展開する政策・施策の効果、効率が高まるとともに、社会経済情勢の変化などの新たな課題、ニーズに対応する行政の取り組みを促進するなどの相乗効果を生み、市の持続的な成長を図ろうとするものです。

[イメージ図]

2014年



2033年

ひとづくり

① “弘前愛”の育み勉強会

誰と

郷土の研究者、学識者など

誰に

子どもや若い世代

何を

弘前市の歴史、文化など

どのように

公民館などを使って伝承

指標

- 子どもや若い世代の参加人数

波及効果

- 弘前の発展・課題解決に取り組む

ひとづくり

② がんばる弘前人応援団

誰と

市民団体、NPOなど

誰に

活躍している団体、個人など

何を

応援

どのように

試合観戦や活動支援(寄付など)をする

指標

- 団員数

波及効果

- 市全体の一体感が生まれる
- 子ども達が夢をもつようになる

ひとづくり

③ 子どもを守るあいさつ運動

誰と

地域の大人たち

誰に

地域の子ども

何を

子ども達の安全

どのように

あいさつ運動を実施する

指標

- 子どもの被害件数

波及効果

- 地域の連帯感が生まれる
- 子育てに関心が高まる

くらしづくり

① 活気あふれる地域づくり

誰と

地区の町会、PTAなど

誰に

地域住民

何を

地域活動

どのように

多くの住民に参加してもらう

指標

- 住民参加人数

波及効果

- 地区単位の連帯感が生まれる
- 自助・互助・共助の意識が高まる

くらしづくり

② 地域ぐるみの防災

誰と

地区の町会、消防団など

誰に

地域住民(各家庭)

何を

災害時の備えや避難

どのように

家庭の備えや避難訓練の実施

指標

- 避難訓練回数

波及効果

- 安心して暮らせる
- 自助・互助・共助の意識が高まる

くらしづくり

③ 健康いきいき長生き運動

誰と

医療機関、保健衛生委員など

誰に

地域住民

何を

生活改善や健診(検診)など

どのように

実践・受診してもらう

指標

● 健診受診率 ● がん検診受診率

波及効果

- 生き生き前向きに暮らせる
- 社会参加する高齢者が増える

なりわいづくり

① 美味くて安心！地産地消運動

誰と

生産者、販売者など

誰に

住民

何を

地元産農産物

どのように

いまより多く買ってもらう

指標

- 農業所得

波及効果

- 地域産業の活性化
- 地域資源の活用
- 地域の自立力が高まる

なりわいづくり

② 弘前の魅力発信運動

誰と

観光団体、NPO、市民団体など

誰に

住民、事業者

何を

弘前の魅力

どのように

SNSなどを通して県外に情報発信してもらう

指標

- 観光入込客数

波及効果

- 地域産業の活性化
- 認知度アップ
- 地域の自立力が高まる

なりわいづくり

③ 弘前おもてなし運動

誰と

観光団体、NPO、市民団体など

誰に

住民、事業者

何を

旅行者へのおもてなし

どのように

ノウハウの提供と意識の醸成をする

指標

- 観光入込客数

波及効果

- 弘前へのリピーターが増える
- 地域ブランド力がアップする

まちづくり

① 生ゴミ減量作戦

誰と

町会、事業者団体など

誰に

住民、事業者

何を

生ゴミ

どのように

正しい生ゴミの出し方を広め実践してもらう

指標

- ゴミ排出量

波及効果

- 弘前が抱える問題への関心が高まる

まちづくり

② 除雪サポーターズクラブ

誰と

町会、大学生など

誰に

除雪作業ができない高齢者など

何を

屋根雪や間口に寄せられた雪

どのように

連携・協力して除雪する

指標

- ボランティア登録者数・活動回数

波及効果

- 福祉への関心が高まる
- 自助・互助・共助の意識が高まる

まちづくり

③ 季節の色に染めます運動

誰と

観光団体、NPO、市民団体など

誰に

地域住民、事業者など

何を

まちの景観

どのように

季節、イベントを表す色でまちを飾ってもらう

指標

- 観光入込客数

波及効果

- まちづくりへの関心が高まる
- 地域ブランド力がアップする