

- 計画期間として15年先を見据えた長期的展望に立つとあり、15年先に名古屋をどんな都市にしたいのか、なっているべきなのかという議論と5年間の話と両方ある。5年間の施策の組み立てなら確かに良いが、15年先の都市像の議論とした時に今やっていることの積み重ねでは弱い。
- 3つの課題はどれも大事な課題で、近い将来や今我々が思っている課題があって、課題にどう対応するかということで都市像が出てくる。それはひとつの大切な流れであるが、15年先の名古屋がそれだけで描けるのかが疑問である。「めざす4つの都市像」が物足りない。これで名古屋は15年間打って出ることが表現しきれていない。
- リニア中央新幹線によるストロー現象とか都市間競争と書かれているが、4つの都市像を見た時に、これで名古屋をこんなまちにしたいと東京で大きな顔をして言えるか。その議論をした上で、バックキャストिंगをすることも必要ではないか。
- 総合計画はどの自治体でも作るが、小さい自治体は持っている資源が少ないので、それひとつに賭けて計画を作る可能性が高い。一方で、名古屋は色々持っているが、計画を読むとそれが活かされていない。
- アセットマネジメントという言葉が出ているが、維持管理を効率化しているだけで終わってしまっているのが実情である。本来を考えるとこの地域の資産が何かを選択するところから始まっていないといけませんが、そういうプロセスがない。
- 環境都市基盤と魅力あるまちが別のセクションになっているが、本当はその手前で何を魅力としていくのか選別したうえで分かれていくべきである。抽象論で終わってしまっており、名古屋の固有名詞を出してどうするという話を盛り込む必要があるのではないか。
- 南海トラフ地震の時には津波は海から来る。物理的な話では防潮堤もあるが、大事なのは名古屋は海に面しているということを市民がいろいろな場面で理解し、体で感じる構造にしないといけない。名古屋は実は海に面していて、それによる恩恵もリスクもあるという構造をもう一度どう取り戻すのかということがある。
- 大きな中で名古屋はどのような場所にあるか、日本地図で名古屋市の位置を見れば伊勢湾に面しており、後ろには木曾三川流域がある。その中で名古屋がどういう立ち位置かという議論をしなければならない。
- 港がどれだけ価値があるのかというのは、裏を返したら災害時に損なわれたらどれだけ困るのかということとリンクしていて、そういうことをデータ等で示す必要があるのではないか。施策のひとつひとつをつぶしていくだけでも大変かもしれないが、ひとつひとつの重みを市民に伝える努力も必要ではないか。
- 持続可能な都市名古屋を作るとするのが大事なキーワードである。持続可能性は裏返せば持続不可能な部分がたくさんある。ひとつは地震かもしれないし、重点課題にあ

る人口減少社会は生産年齢人口や高齢者、子どもの問題含めたソフトな社会面での持続不可能なのかもしれない。

- 名古屋の持っている力、活用しなければならない資源は何なのかが持続可能性につながっていく。都市構造でも「集約連携型都市構造」という言葉は出てきているが、名古屋のまちが将来何によって立つのかを言わないと、個々の施策の足し合わせだけになってしまう。
- 本来は総合計画があつて、それを受けて個別計画ができるはずだが、実際には10年毎に改定していくので追いかけて追いかけてになっている。だからこそ個別計画を足し合わせたものではなく、個別計画が改定していく時に、先の名古屋の姿を見せるのが名古屋の総合計画と思っていくべきである。
- 総合計画を立てるということであれば、東京に行った時に名古屋はこんな計画を作ったと本当に良い意味で自慢できるような計画にすべきである。その自慢すべきという意味では、大きな地域の中で名古屋がどのような立ち位置でこれからまちを作っていくかを明確に打ち出せば、名古屋らしくなる。
- 他の市町村の計画より、名古屋市はもう一段上の計画が出来たらすごく良い。足し合わせて全部網羅することも必要だが、むしろ一番上にある「長期的な展望に立ったまちづくりの方向性」の議論をきちんとして出せる方が良い。
- 「快適な都市環境と自然が調和するまち」を見ても、項目として並べただけである。この項目を足し合わせても目指す姿にはなかなか見えない。そもそものレベルとして、低炭素社会は他を包含するかもしれない。都市像の議論が出来ていないからなんとなく並列で並べることになりがちである。
- めざす姿の各項目に重みが付いていても良い。本来は物語がこの手前にあるはずである。地域としてこうしたいから都市機能はこうであり、低炭素、循環型がこうであるといったことが、資料として書くと箇条書きになるかもしれないが、文章でどう重みを捉えているか書き直してみると良い。
- 「集約連携型都市構造」とか「駅そばまちづくりの推進」といった時には、駅周辺の集約化された都市機能や、周りで自然などをどう取り戻していくのかを全部セットにして名古屋の都市構造が言えることになる。自然との共生や水循環といった個々のことを足した時に名古屋がどういうまちになるかが見えない。
- 「都市間競争に勝ち残れる」ではなく「都市間競争を勝ち抜く」の方が良いのではないか。「勝ち残れる」と言うと脱落していくイメージがある。
- 「勝ち抜く」ということがどういうことであるかが抽象的なままでは個性が出てこない。例えば、ここだけが子育てがしやすいエリアになっていて、京阪神、首都圏よりも人が集まってくるといった、特色や差別化戦略がないといけない。名古屋らしさが含まれていないと、大小関係で勝敗がついてしまい、いつまでも東京には勝てない。

- 重点課題に「人口減少社会における人口構造の変化への対応」とあるが、名古屋では東京・大阪に比べて遅れてきたものの都心回帰が始まっている。人口が駅そばに近づくという側面もあるが、帰ってきた人たちや新しく移り住んできた人たちがどうまちづくりに参画していくのかという仕掛けの話がない。
- 都市構造として、人が減っていく名古屋の周辺部を、どうやってきちんと維持管理しながら自然として再生をして機能を上げ、それをまた、中心部の人たちが時には利用する。その仕組みをセットで考えておかないと人だけが減ってくる。
- 「名古屋ってどんなまち」というのを、東京にだけにではなく、どう言っていくのかという視点で考えた時に、何が名古屋の強みで、資産として伸ばすのかにつながってくる。それが出てくると、個々の施策が何のためにやろうとしていて、どうなったら成功したと言えるのかにつながっていく。
- 知的ポテンシャルは人に付随しているもので、人が居なくなると知的ポテンシャルもなくなってしまふ。そういう意味では住めるところでないといけない。名古屋は住みやすいところであるが、それを売りにすることができていないのではないかな。改めてそれをアピールしても良い。
- 緑被率が平成の初めでは3割近くあったのが、今は下がっている。緑被率が3割を切ると市民の満足度が急激に下がる。都市化したから緑被率が下がってしまい仕方がない、ということではなく、問題意識として持たなければならない。緑の割合が下がったことは市民の満足度に大きく影響し、都市間競争につながることである。
- 都市を作っていく時に、市民の力をどう活用するかは大事な課題である。環境面では、1999年のゴミ非常事態宣言の後、大都市の中では例を見ないゴミの減量ができた。平成40年を考えた時に、名古屋のまちを作っていく市民の力、担い手を育てていくのかが大きな課題であり、それは全部につながる。
- 名古屋では中間支援型のNPOが全国的にみて突出して強い、従来から地域で根ざして頑張ってきた組織とNPOと両方の状況を考えた時に、これからの名古屋で市民力をどう高めていけば良いのか。担い手としての市民をどう育てていくかという視点を串刺しにすることが大事である。
- 企業が地域で活動する時に、どのNPOと手を組んでやり取りするかという点で企業はやや及び腰になる。その時に行政が間に入ることで企業は動きやすくなるのでうまく働きかけをすれば良い。企業側はこういう時代なので、やらなければならない、やりたいという想いはあるが、企業だけでは動きにくいところがある。
- すでにある行政側が企業に働きかけるためのチャンネルをもっと活用していくとできるが、その時に16区では小さすぎるかもしれない。名古屋では企業も220万の市民を相手に何ができるかという話になるかもしれないし、もう少し小さな空間的な単位だと企業も自分の事業所のある地域とのつながりが作りやすいかもしれない。
- 企業の社会貢献ということでは、単に社会貢献だけでなく、企業のためにならなくて

は駄目だという話がある。「企業と一緒にパートナーシップを組んで何かやりましょう」として、その中で企業が儲かる話もあれば、結果的に社会貢献になっていることもあるという構図の方がこれからの社会の理想に近いのではないか。

- 産業が落ち込んでいるところこそ、企業は社会貢献も頑張っていて、地域が盛り上がれば自社も浮揚できるだろうということがあるが、この地域は企業がうまくいっているので、あまり貢献しようという気にもならないし、インセンティブも出ないのではないか。そう考えると一緒にやりましょうという構図の方が良いのではないか。
- 企業が参加できる場や仕組みをうまく作ってあげることが大事である。お願いをしに行くと、そう言っているから何とかしないとイケないかな、という関係性になってしまう。企業の持っている技術や人をうまく活用する場を作ってやれば企業は乗れる。
- 想いがある中小企業の力を発揮できる場と仕組みを作ることが大事である。それは環境だけではなくて、防災や子育てでもそうである。企業はできることを企業なりに考えているので、それを実現できる場を作ってあげることが、何かお願いすることより大事である。
- 企業のCSRについては、ISO26000の中にダイバーシティという項目があり、社会環境報告書に書くところが増えてきている。その中には、女性が結婚をして子育てをしながらどう仕事を続けていくかとか、外国人をどうするのかとか、途上国での資源調達の際にどう公正な調達をするのか、といったことが書かれている。
- ダイバーシティは環境と切り離された話ではなくて、持続可能性という意味でつながっている。企業側も企業にとっての持続可能性を考えだしてきた。企業がダイバーシティを考えている中で、市役所はダイバーシティをどう考えているのか。行政も横につながうようなことをやらないとイケない。
- 本格的に食べていける農業はできないかもしれないが、名古屋でも農業は維持すべきだし、現に農業を営んでいる方もいるので、今まで以上に光を当てないとイケない。同時に広域的に考えた時に、名古屋市内で220万の市民の食糧を自給できるはずはないので、市民、行政を含めて、周辺の農業に対して責任を持っていかないとイケない。
- 名古屋全体として名古屋市民の食糧を供給してくれている周辺の農業にどう責任を持つかということは、やはり持続可能性を考える時の名古屋のひとつの責任である。そういう視点を持っているということをきちんと打ち出さないとイケない。それは食糧も、水もエネルギーもそうではないか。
- 6次産業化でよく言われるが、中山間地域がいろいろなものを6次産業として作るが、都市の人が欲しいものが分からないから売れない。名古屋の責任は大消費地としてこういうものだったら名古屋で売れるということを中山間地域に伝えることである。
- 都市像と施策体系の間にもうひとつ、地域ブランド、地域イメージがあるのではないか。ユネスコのクリエイティブデザインシティもどこかへ行ってしまっている。そう見ると「魅力的な都市景観の形成」もそういった話とつながってくるのではないか。

このあたりを束ねてもう一度考え直す必要がある。

- セントレアに昇龍道のブースがあるが、名古屋の情報が少なかった。南知多町が4ヶ国語くらい入ったパンフレットを作っていたが、名古屋の情報が全然出ていなかった。昇龍道も高山ばかりに行くと結局「名古屋飛ばし」になってしまう。
- 観光・コンベンションについては、いろいろなものの複合・総合として地域のブランドというのはできていく。名古屋は産業観光ということで頑張ってきたはずでそのとおりだと思うが、トヨタの博物館も有名だが、他にたくさんある施設は必ずしもうまく売り込めていないのではないかな。
- 4つの都市像と施策体系の間に、「名古屋らしさ」の議論が入ってくるのではないかな。施策はそれを実現するためのものとして、ある意味ニュートラルな、どこの地域でもやることになっているもので良いのではないかな。
- 都市像の「快適な都市環境と自然が調和するまち」という表現は20年前でも使っていた。平成40年まで考えた時には「調和」ではなくて、どう都市の中で都市活動と周りの自然とが相乗効果を生み出すのか。「調和」というとどこか間にうまく線を引けば良いということになってしまう。
- 誰でもどんなところに住みたいかと考えた時には、周りに緑もあって自然もあるところに住んだ方が良い。自然の中に暮らすことが福祉にとっても大事である。そういうところに住めば人は元気になるし、健康寿命も長くなる。自然が都市の中にあることがいろいろな意味でプラスに働く基盤ということを踏み込んで書けると良い。
- 持続可能性という言葉はすごく大事である。企業だって持続可能な企業経営というのをすごく前面に出している。都市としての持続可能性ということも前面に出していただきたい。