

令和7年11月定例会

総務委員会資料  
(企画財政部)



## 秋田市国際交流・多文化共生に関する基本方針（原案）について

秋田市国際交流マスタープラン2021の改訂に伴い、同プランに替わる「秋田市国際交流・多文化共生に関する基本方針（原案）」を作成したところであり、その概要については以下のとおりである。

### 1 主な改訂のポイント

#### (1) 名称の変更

これまで、同プランには国際交流や多文化共生のほか、インバウンドや貿易関係等にも触れながら各施策、事業について掲載してきたが、市内における各計画との重複等を避けるため、インバウンド等に係る部分を除き、国際交流と多文化共生に関する内容を中心としたことから、名称についても、「全体のスリム化」や「内容に即した名称」という観点から、「秋田市国際交流・多文化共生に関する基本方針」に変更した。

#### (2) 若者の国際経験を後押しする人的交流施策を追記

これからの国際交流事業の目的の一つとして、更なる人的交流を推進していくこと、特に高校生・大学生等を対象とした海外派遣事業に取り組み、将来的に地域に貢献する人材育成を図ることについて記載した。

#### (3) 「秋田市日本語教育の推進に関する基本方針」を追記

日本語教育の推進に関する法律において、地方公共団体の努力義務とされている日本語教育の推進に関する基本方針を策定し掲載した。

### 2 改訂の経緯

令和7年 9月24日	総務委員会で概要説明
11月 6日	第1回有識者会議にて概要説明
11月25日	第2回有識者会議にて原案に対する意見聴取

### 3 今後のスケジュール

令和7年12月15日	総務委員会にて原案に対する意見聴取
12月 (本委員会終了後)	パブリックコメント、市民100人会へ意見聴取
令和8年 2月中旬	第3回有識者会議にて修正案に対する意見聴取
3月	総務委員会にて最終案に対する意見聴取

## 「秋田市国際交流マスタープラン2021」からの主な改訂点

No.	章	改訂箇所	改訂内容
1	—	基本方針の名称（原案表紙）	これまでの「秋田市国際交流マスタープラン」では、インバウンドや貿易関係等についても触れられていたが、庁内における各計画との重複等を避けたことや、全体のスリム化を図るなど、内容を整理し、主に国際交流と多文化共生の内容としたことから、名称も「秋田市国際交流・多文化共生に関する基本方針」とした。
2	第1章	【基本方針策定の趣旨】 （原案2ページ）	少子高齢化や人材不足が深刻化する中、外国人の労働力は、本市の地域産業や暮らしを支え、社会経済活動を維持・発展させていく上で不可欠な存在となっており、多文化共生の視点が重要となっていることや、このたびの改訂に伴う内容の整理等のため、名称を変更したことを記載した。
3	第3章	【国際交流の現状と課題】 4 感染症拡大による影響と対応（原案7～8ページ）	「秋田市国際交流マスタープラン2021」では1つの章として掲載されていた「感染症拡大による影響と対応」を、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行が収束した今、1つの章としては設けず、第3章に記載した。
4	第4章	【基本理念と主要施策】 （原案9ページ）	総合計画の更新時期を待たず、外国人を取り巻く環境の変化に即時に対応するため、計画期間を設けないこととした。 また、庁内における各計画との重複等を避けるため、インバウンドや貿易等の経済交流に係る基本理念「国際的な経済交流の推進」を除いた。
5	第4章	施策体系図（原案10ページ）	総合計画と本基本方針を紐付けた体系図にすることにより、総合計画との関連を図示した。
6	第4章	方針2国際理解の促進 (3)若者の海外派遣による次世代の育成（原案12ページ）	将来の国際社会、多文化共生社会を担う高校生や大学生等の若者を海外へ派遣し、国際性豊かな人材の育成を図ることを記載した。
7	第5章	【秋田市日本語教育の推進に関する基本的方針】 （原案18～21ページ）	日本語教育の推進に関する法律第11条の規定により、日本語教育の推進に関する方針の策定が、自治体の努力義務とされていたことや、秋田県が令和6年3月に同方針を策定したことを受け、本市においても新たに策定した。 本市の日本語教育に係る主要事業である「秋田市日本語教室」の取組や、市内学校や地域等との連携を推進していくことなどを施策の方向性に定めた。

「秋田市シティプロモーション基本方針」の改訂について

1 目的

本市では、令和2年度に「秋田市シティプロモーション基本方針」を策定し、市民をはじめ市内外の人々から秋田市を好きになってもらうことを目的に掲げ、取り組んできた。次期秋田市総合計画の策定に合わせ、これまでの取組をベースに市民や移住希望者、関係人口等に「選ばれるまち」となるよう、多様な地域資源を磨き上げ、まちのイメージのブランディングを行い、戦略的なシティプロモーションを展開できるよう、同方針の内容を見直すもの。

2 主な改訂のポイント

	新	旧（現方針）
目的	選ばれるまちを目指して、ブランディングを取り入れた戦略的なシティプロモーションを行う。	自らの住む地域に関わる当事者意識をもった人を増やし、秋田市民をはじめ市内外の人々から、秋田市を好きになってもらう。
基本方針	(1) 全庁的なシティプロモーション意識の醸成 (2) 市民・企業等をパートナーとしたまちに関わる当事者意識の醸成 (3) 魅力的・効果的・積極的な情報発信	(1) 全庁的なシティプロモーション意識の醸成 (2) 市民・企業等をパートナーとしたまちに関わる当事者意識の醸成 (3) 魅力的・効果的・積極的な情報発信
行動指針 ※別紙参照	(1) 魅力の掘り起こし (2) 魅力の創造・磨き上げ (3) 魅力を楽しみ、表現し、発信する (4) 共感・共創 (5) 継続と効果・検証	
シティプロモーションとシビックプライド	シビックプライドの醸成として(1)(2)を、シビックプライドに基づく行動として(3)(4)を位置づけ、ブランディングとシティプロモーションをより共感を広げることで積み重なるシビックプライドの醸成につなげる。 (5)で専門性に基づく効果検証を行う。	シティプロモーションの取組において、「市民一人ひとりのまちへの誇りと愛着」をまちづくりの主体としての行動につなげようとするシビックプライドを基本方針の最上位に位置づける。
ブランドメッセージ	方針に基づき集約したブランドをもとに、市民・関係人口とともにワークショップなどで検討し、令和8年度に決定する。	ちよーどいいから 住みやすい ～市民と広げる まちへの誇りと愛着～
職員のシティプロモーション意識醸成に関する具体的な取組	シティプロモーションに関する連携会議を立ち上げ、プロモーション基本方針に基づき各部局がブランディングを行い、連携会議で集約・共有して取組を進める。	人口減少対策庁内連絡協議会による横断的な取組

### 3 ブランドメッセージ決定の考え方

次期総合計画の基本理念も踏まえ、各部局や市民が本市の「人・まち・暮らし」をベースに磨き上げたブランドを集約して令和8年度に決定する。

次期総合計画の基本理念 「響きあう 心躍る 人・まち・暮らし ～共感と共創で輝く秋田市へ」	
メッセージ決定のポイント	理念の中のキーワード
(1) 市民、関係人口によるワークショップを開催し、専門家の視点も入れる。	共創
(2) 市民の共感を得られるものとする。	響き合う、共感
(3) 市外・県外（または国外）にアピールできるインパクトがあるものとする。	心躍る（わくわく）

⇒観光分野、産業振興分野など、各部局がそれぞれのシティプロモーション時に共通して使用する

### 4 シティプロモーションの発信の考え方

#### (1) 定住人口

- ・市民に「これからも住み続けたい」と思ってもらえる情報発信
- ・市民自ら本市の良さを発信したいと思える土台作り

#### (2) 関係人口

- ・移住希望者が住んでみたいと思える魅力発信
- ・本市にルーツがある県外在住者、ふるさと納税寄附者等一定の関心がある方への継続的な魅力発信

#### (3) 交流人口

- ・観光、スポーツ、文化、企業誘致など本市を「訪れてみたい」と思える魅力発信
- ・国外に向けての発信も意識

### 5 今後のスケジュール

令和8年 1月～2月	原案についてパブリックコメントを実施(1月16日(金)～2月15日(日)) 併せて、市民100人会、市内大学生、まちへの誇りと愛着醸成パートナー企業からの意見募集を実施
3月	2月議会定例会 総務委員会への修正(案)報告 議会終了後、改訂・公表

行動指針（案）（新旧対照表 ※部分）

シビック プライドの醸成	(1) <b>魅力の掘り起こし</b> 本市が持つ魅力を伝え、守るとともに、市民一人ひとりがまちの魅力を知り、誇りを持つ。
	(2) <b>魅力の創造・磨き上げ（かけ合わせの効果）</b> 既存の観光資源や行事等（自然・食・文化・人の温もり等）を大切にしながらも、時代の変化や新しい価値観に合わせた「秋田市らしい」文化や体験に磨き上げ、デザインする。
シビック プライドに 基づく行動	(3) <b>魅力を楽しみ、表現し、発信する</b> ア 市民や観光客等が本市の魅力を体験・体感し、楽しんで、そこから生まれるわくわくや感動を一人ひとりが主体的に写真や映像、イラスト等で視覚的に発信する。 イ 秋田の食や文化が集まる本市が「県のショーケースである」と位置づけ魅力発信をする。
	(4) <b>共感・共創</b> まちの魅力をみんなの想いと行動で育てる。 市民・企業・団体・学校などがまちの主役となり、お互いを認め合うことで、賛同する人の流れや産業を生み出す。
専門性	(5) <b>継続と効果・検証</b> 事業の効果検証を随時行い、市民や関係人口にブランディングとシティプロモーションの意義や価値を感じてもらい継続的な取組を実施する。

