

北海道人口ビジョン（骨子）及び北海道創生総合戦略（骨子）
市町村・団体からの主な意見及び対応

資料3

【北海道人口ビジョン（素案）に関する主な意見】

主な意見		素案における対応
人口動向分析の中で、北海道と全国を比較したグラフ（例：年齢階級別の人口構造図など）を挿入し、北海道のおかれている現状を示すことが必要。	2 頁	全国に先駆けて人口減少、少子高齢化が進んでいる状況を示すグラフを掲載した。
全国と比べた北海道の特徴についてコメントがほしい。	2 頁以降	全国との比較による北海道の特徴について記載しました。
人口ピラミッドにおける経年変化の視点を検討すべき。	4 頁	人口ピラミッドを用いて経年変化を示すこととした。
資料編としてでもよいので、振興局別に、道外各地域、道内各振興局からどの年齢階級の転出入があるのかを数字で示してほしい。	14～15 頁	統計数値が無いため、年齢階級別の数字は示せないが、振興局別に、道内、道外各地域への転出入数を掲載した。
北海道域内における構造的課題である、低出生率の札幌市への転入超過・人口集中に関して更なる分析を加えるべき。	18 頁	札幌市への人口の一極集中について分析を記載した。
総合戦略の数値目標である「合計特殊出生率を全国水準まで引き上げる（H31）」との整合性を図ったシミュレーションをするべき。	29 頁	H31 までに合計特殊出生率を全国水準まで引き上げ、その後は、国の展望（2030 年 1.8、20140 年 2.07）と同じく推移するシミュレーションを行うこととした。

【北海道創生総合戦略（素案）に関する主な意見】

主な意見		素案における対応
北海道人口ビジョンと重点戦略、基本戦略との関連性の記載を検討すべき。	3～4 頁	「基本的な考え方」において、「北海道人口ビジョン」との関連、重点戦略と基本戦略との関連を記載した。
農林水産業就業者の所得向上に向け、国内外での消費の拡大や、高付加価値化を図る観点から、地域ごとのPRやブランド化を推進する視点が必要。	8 頁	付加価値の向上には、ブランド化も重要であることから、輸出拡大に向けた道産農水産物のブランド化などに取り組む。
これからの北海道の観光に必要なのは、付加価値の高い観光。従前の団体・安価な観光の延長線上であるなら戦略は不要。 これを脱却していくことが戦略として必要。	11 頁	本道の持つ優位性や地域の特性を活用した観光地のブランディングによる競争力のある滞在交流型の観光地づくりなど、観光の付加価値向上に取り組む。
エネルギーの視点が弱い。エネルギーの安定供給無くして、暮らしや産業を支えていくことは不可能です。北海道においては、エネルギー戦略も大きな戦略の1つ。	13 頁	エネルギーの地産地消のほか、環境・エネルギー産業の振興に向けた取組や低炭素社会の実現にも資する地域の多様なエネルギーの開発推進による「エネルギー自給・地域循環システム」の構築などについて記載した。
道内で子育てするメリットを伝える視点（関連情報の集約と発信の強化）を検討すべきではないか。	34 頁	移住・定住の促進施策において、子育て支援策に加え、地域に住むこと、地域に戻り暮らすことの良さなどを発信していく。

【北海道創生総合戦略（素案）に関する主な意見（つづき）】

主な意見	素案における対応	
国が東京の一極集中を是正するため、政府機関や大企業の地方移転策を講じている中、道においても札幌の一極集中是正・抑制に向けた視点を持ったほうが良いのではないかと。	37 頁	札幌市とも連携しながら、札幌圏への人口集中への対応について検討し、具体化を進める。
当然のことながら札幌圏と地方における対策は異なることから、しっかりと地域特性を踏まえた基本的方向、主な施策を記載して欲しい。	38 頁	地域戦略において、地域の特性や実情を踏まえ、基本的方向や主な施策を記載する。
振興局ごとの縦割りにならないように、振興局をまたいだ連携も促進するということを明記してはどうか。	39 頁	振興局内の連携、振興局を越えた連携など、道独自の多様な広域連携のあり方を検討し、市町村の連携を支援する。
経済効果現出の時間軸、費用対効果（リターン効果）、物理的な運営能力（マンパワー）などを踏まえ、総花的なものでなく、優先順位を明確にした方が良いのではないかと。	重点戦略プロジェクト	財源をはじめ各種政策資源を有効に活用する観点から、独自性、優位性、先駆性などの観点から「重点戦略」を掲げ、戦略期間内において重点的に推進する。