

宗像市産業振興計画 骨子（案）

令和 7 年 1 0 月

第 1 章 計画策定の基本事項

1 計画策定の趣旨

宗像市では、産業振興の実現を目的として、今後の産業振興の基本的方向と具体的施策を体系的に示す宗像市産業振興計画を策定しています。

令和 3 年度（2021 年度）から令和 7 年度（2025 年度）までを計画期間とした前回の宗像市産業振興計画（以下、「前計画」という。）では、基本理念として「持続可能な産業の確立」を掲げ、これを実現するために地域産業全体を横断的にとらえ、「経済・社会・環境」の三側面から施策を推進し、持続的に地域産業が発展していくことを目指して課題解決に取り組んできました。

前計画の期間中においては、「感染症対策」「デジタル化の進展」「持続可能社会への意識の高まり」など、急激な社会環境の変化があり、産業においても大きな影響を及ぼしました。本市では、令和 3 年度の「ゼロカーボンシティ」の宣言、令和 7 年度を始期とする第 3 次宗像市総合計画の策定などが挙げられます。

今後、将来の予想が困難な社会状況の中、複雑化する地域課題に向き合っていくために、行政による取組だけではなく、市民の皆様をはじめとした多様な関係者との連携による柔軟性や適応力をもった対応も一層求められるようになります。

このような背景を踏まえて産業振興の方向性を定めるため、産業団体（宗像農業協同組合、宗像漁業協同組合、宗像市商工会、宗像観光協会をいう。以下同じ。）及び道の駅むなかたをはじめとした事業者、消費者等の多様な関係者の意見等を基に産業の現状、課題を改めて整理し、時代の潮流や市民ニーズに即した産業振興施策の取組方針を本計画で決めました。本市の特性を活かした施策への着実な取組を市や関係者が一体となって行うことにより、本市産業の持続的な発展及び地域経済の活性化の実現を目指してまいります。

2 計画の位置付け

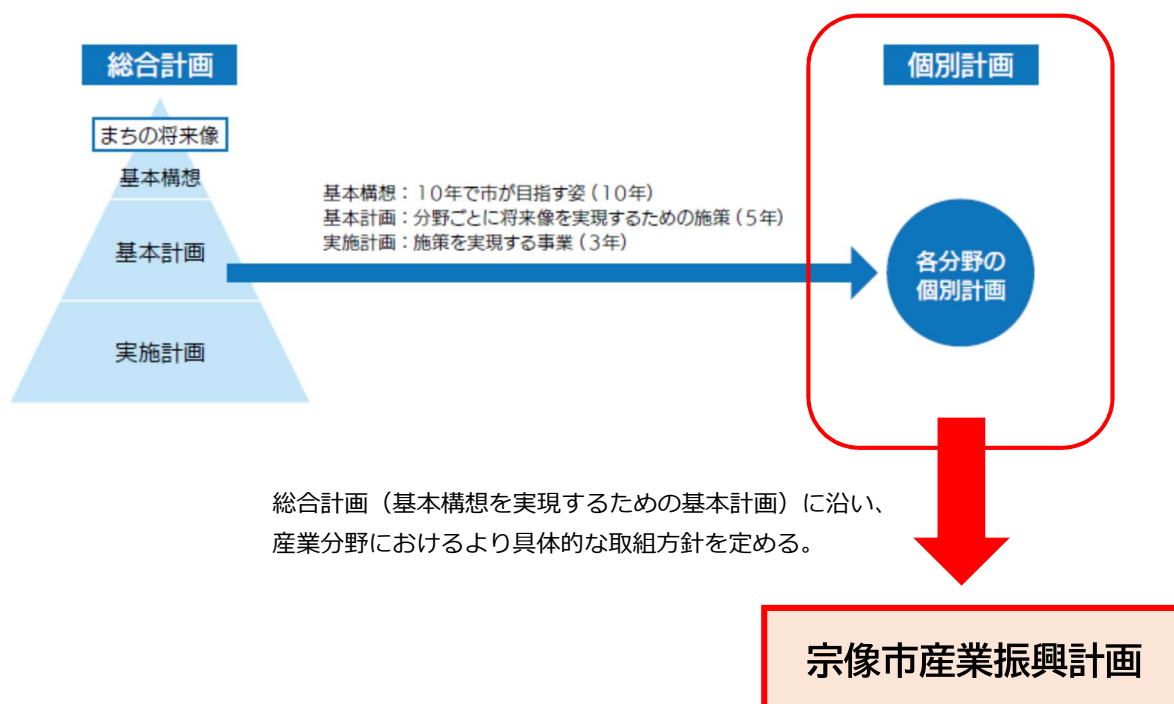
本計画は、「第3次宗像市総合計画」を上位計画とし、同計画に即して必要に応じて策定する個別計画として位置づけ、産業分野の課題を詳細に整理し、より具体的な施策や事業を検討できるよう策定するものです。

<第3次宗像市総合計画とは>

令和7年度に策定した、まちづくりの指針となる本市最上位の総合的な計画で、「ずっと住みたいまち宗像」の実現を目指し、宗像市に関わるすべての人が「住みたい」「住み続けたい」と思える魅力あるまちづくりを推進するものです。

今後の社会情勢の変化に柔軟に対応することができるよう「基本構想」「基本計画」「実施計画」の3階層で構成されています。

<総合計画の構成と産業振興計画の位置づけ>



3 計画期間

本計画の計画期間は、令和8年度（2026年度）から令和12年度（2030年度）までとし、社会情勢や本市における産業の状況の変化を踏まえ、必要に応じて見直していくものとします。

第2章 計画策定の背景

1 前計画の取組状況

<取組方針1>

地域産業を担う人材を発掘し、
集め、共に育つ

- 新規就業者の確保、育成
- 創業支援、企業誘致
- 宗像版 DMO の確立

- 新規就農者への研修や就農支援を実施するとともに、新規漁業者に対しては家賃補助を行い、就業定着を支援しました。
- 商工会や fabbit 宗像などと連携し、創業セミナーや相談会の実施、補助金・利子補給による支援を行い、創業促進を図りました。
- 立地を希望する企業に用地情報や優遇制度等の情報提供を行いました。
- 観光振興及び地域活性化を目的とした宗像版観光 DMO を設立し、体制整備や関係団体との連携強化を図りました。

<取組方針2>

宗像の豊かな資源を守りながら、
つないでいく

- 経営規模の拡大と効率化の推進、
農地の保全活動支援
- 計画的な漁業関連施設整備、
漁場再生事業の推進
- 事業承継
- 観光資源の維持管理

- 鐘崎漁港に高度衛生管理型荷さばき所を整備し、鮮度向上を実現するとともに、藻場保全や稚魚・稚貝放流を支援し、漁場再生を推進しました。
- 商工会および福岡県事業承継・引継ぎ支援センターと連携してセミナーや相談会を開催し、事業承継の周知を行いました。
- 観光施設の計画的な更新を進め、地域・市民団体等と連携しながら観光資源の維持管理を行いました。

<取組方針3>

価値ある資源をもっと価値あるものに

- 地域資源の知名度向上
- 商品開発を支援

●商談会やコンサル支援による販路拡大や経営改善、加工品製造体制の強化支援を通じて、地域資源の知名度向上を図りました。

●食のまち宗像推進補助金を通して、特産品の開発を支援し、ふるさと納税の返礼品を充実させました。

<取組方針4>

販路の多様化と新たなファンの獲得

- 見本市の実施
- オンラインショップの充実
- マーケティングリサーチ

●宗像フェアの開催や新幹線物流実証により、販路の多様化と宗像産品の認知度向上を図りました。

●EC サイトやデリバリーなどの新たな販路開拓に対する支援を行いました。

●市内経済状況および事業者のニーズを把握するため、景況調査を行い、施策・取組に反映させました。

<取組方針5>

もっと多くの人が集う賑わいの場づくり

- イベントの実施
- 体験型観光メニューの開発とツアー造成
- 観光拠点施設周辺への民間誘導と既存店舗支援
- 北部沿道活性化

●地域事業者と連携し、特産品や観光資源をPRするイベントを開催し、賑わい創出につなげました。

●「モノ消費」から「コト消費」の変化に対応するため、体験型コンテンツの磨き上げを行い、体験型ツアーを造成しました。

<取組方針6>

新たなチャレンジの後押し

- 事業者支援の検討
- 市内消費の促進
- 企業の経営安定化支援

●電子商品券の発行や燃油高騰対策の補助を通じ、地域消費拡大と事業者への支援につなげました。

●経営の安定化を図るため、市独自の融資制度や補助制度を実施しました。

第3章 施策の基本方針

1 基本理念（目指す将来像）

前計画では、第2次宗像市総合計画（後期基本計画）が本市の持続的発展を目的にSDGsの理念を取り入れたことを受け、経済成長を担う産業振興分野において重要な「経済成長・社会的包摂・環境保護」の三側面の課題解決が必要不可欠とし、基本理念を「持続可能な産業の確立」と設定しました。

この基本理念をもとに、前計画期間においては、市、産業団体、道の駅むなかた等と連携し、様々な仕組みづくりを行ってきました。これら前計画の理念及び仕組みは、今後も継続的に取り組んでいく必要があります。

また、上位計画である第3次宗像市総合計画において、基本理念「ずっと住みたいまち宗像」の実現に向け、産業分野では、新たなチャレンジを後押しし、豊かな資源を守り、育て、活用しながら未来へつなぐまちづくりを目指していくことを定めています。

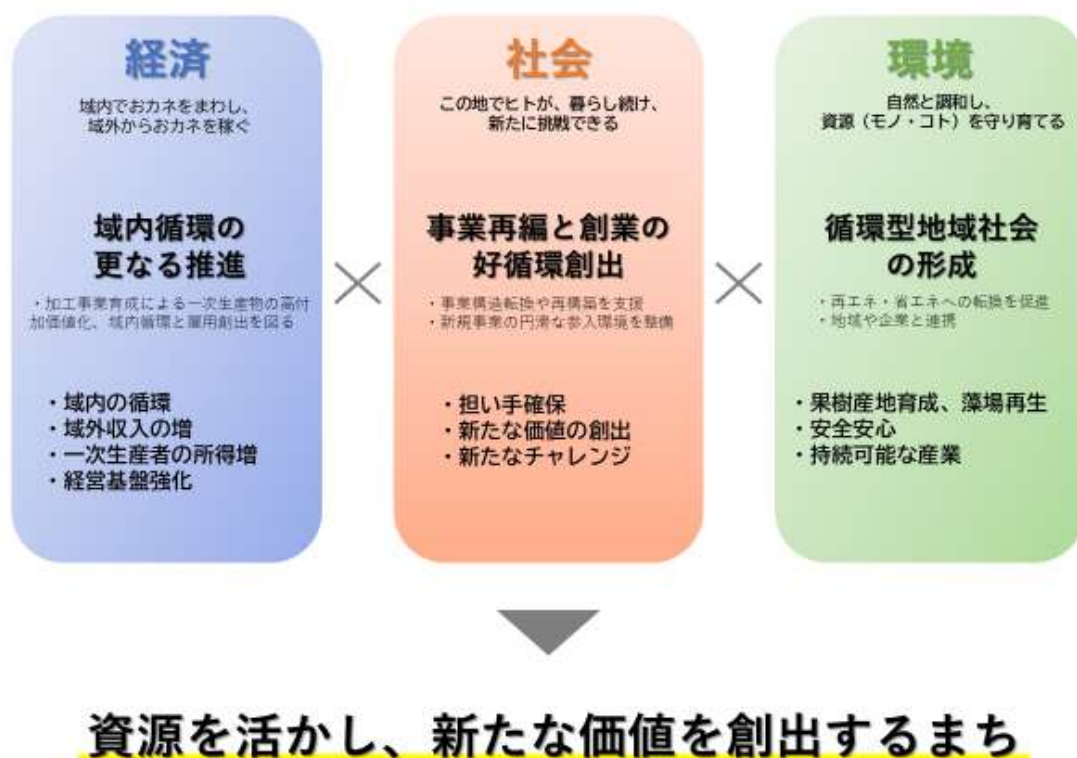
これらを踏まえ、本計画においては、市民の皆様をはじめ、事業者等の関係者の意見や思いをベースとし、それぞれの情熱や新たな挑戦を横断的に繋げ実現していく施策方針を策定することで、地域産業の成長・活性化を推進します。

そのため、本計画においては、基本理念を以下のように設定します。

「資源を活かし、新たな価値を創出するまち」

2 基本方針

本市産業基盤の中長期的な安定化を図る上で、前計画で掲げていた「経済・社会・環境」の三側面での方針を基本としつつ、本計画の基本理念「資源を活かし、新たな価値を創出するまち」の実現に向け、特に近年の社会的情勢やニーズを捉えて「域内循環の強化」「事業再編・創業の好循環創出」「循環型地域社会の形成」等の新たな視点を加え、以下の方針を基本とした施策を推進することとします。



第4章 宗像市の産業の現状と課題

1 農林業

農業従事者の平均年齢は年々上昇しており、65 歳以上の割合が福岡県、全国平均と比べて高くなっています。また、事業者意見でも、今後高齢の世代が一斉に離農する可能性があることが懸念されており、農用地や水路、農道といった施設や設備の管理を行う農業従事者の負担増加が予想されます。

経営体あたりの農業産出額は、福岡県、全国平均と比較して高い状況です。しかし、市内全体の農業産出額を同規模の他市と比較すると、やや低い傾向にあることがわかります。人手不足の解消や収益性の向上のためには、スマート農業などのデジタル技術の活用が必要になります。

また、消費者意見では、宗像の農産物に対しての評価の高さが読み取れます。味や新鮮さといった品質に対して消費者の需要が高まる中で、宗像の農産物の品質の高さは、消費者からの信頼が高い傾向にあります。しかしながら、市外での認知度は十分とは言えず、さらなる情報発信や PR が必要です。さらに、市内の直売所での販売が中心となる中で、宗像の農産物をもっと身近に、手軽に購入したいという意見も多く見受けられ、特に域内における販路の拡大・多様化への取組が必要とされています。

また一方で、環境に配慮した農産物に対する市民の理解が十分ではない状況から、普及啓発による市民の理解促進と需要拡大を図り、環境保全と地域経済の好循環を創出していく取組が必要です。

農業従事者の高齢化率
(資料 5：図表 4)

経営体あたりの農業産出額
(資料 5：図表 7・8)

農産物を購入する際の
『重要度』について
(資料 4-2)

宗像産の農産物を購入する際
の『満足度』について
(資料 4-2)

前述の現状から、次のように課題を整理します。

1. 担い手不足

高齢者や後継者不足により、次世代を担う農業従事者が減少しています。

2. 環境への配慮

農業従事者の減少とともに、農用地や水路、農道等の維持管理や農地の多面的機能の低下が懸念されます。また、環境保全型農業の普及啓発等の取組が必要です。

3. 人手不足、収益性の低下

農業における人手不足、収益低下といった課題解決のため、デジタル技術の活用等が必要です。

4. 情報発信・PR の不足

品質の高さが評価される一方で、市外での認知度は十分とは言えません。情報発信やPR を強化し、高付加価値化していくことが必要です。

5. 限定的な販路

市内の直売所を中心とした販売が多く、限定的な販路となっています。特に域内での販路多様化を促し、市民ニーズに対応するとともに、域内消費の活性化を図る必要があります。

2 水産業

県下でも有数の水揚げ量を誇る鐘崎漁港を有し、水産資源に恵まれています。2024 年度の水揚げ量は 5,862t、漁獲高は 3,040 百万円であり、漁獲高はほぼ横ばいの傾向です。一方で、高齢化や後継者不足を背景に、宗像漁業協同組合における組合員数は減少傾向にあります。担い手の確保や新規就業を促進するためには、経営基盤の安定や、水産業に対する魅力向上への取組が必要です。

消費者意見では、水産物においても品質の高さが評価されていることが読み取れます。水揚げされた水産物は、道の駅むなかたや活魚センターといった、市内の直売所を中心に販売されており、味や鮮度が良い品質の高い水産物が消費者から評価を得ています。しかしながら、農産物と同様に、もっと身近に、手軽に購入したいという意見が多いことから、農産物と同様に域内における販路の拡大・多様化への取組を行うとともに、地域ブランドの確立と日常的価格帯商品の安定供給を両立させ、消費者が自らの価値観に応じて選択できる仕組みづくりを行う必要があります。

また、事業者意見では、規格外や見た目が悪いといった理由で安価で取引される未利用魚等の有効活用や、物価高騰に伴う漁業関連設備の更新費用の増等に対して持続可能な体制の強化が求められています。

水揚げ量、組合員数、
売上高の推移
(資料 5：図表 11)

水産物を購入する際の
『重要度』について
(資料 4-2)

宗像産の水産物を購入する際の
『満足度』について
(資料 4-2)

前述の現状から、次のように課題を整理します。

1. 担い手不足

高齢化や後継者不足、新規参入の難しさにより、次世代を担う漁業者が減少しています。

2. 人手不足、収益性の低下

人材不足、資源管理、収益性低下といった課題解決のため、デジタル技術の活用等が必要です。

3. 地域資源を活かした販わい創出

地域資源である漁港エリアや水産物を活かした販わい創出に取り組むことで、水産業の経営基盤安定や魅力向上につなげる必要があります。

4. 限定的な販路

市内の直売所を中心とした販売が多く、限定的な販路となっています。特に域内での販路多様化を促し域内消費の活性化を図るとともに、多様なニーズに対応した水産物の流通販売体制を整えていく必要があります。

5. 資源の有効活用

未利用魚の活用等、一次産品の多様な加工製造の強化により、変化する市民ニーズに的確に対応しながら、新たな価値を創出していく必要があります。

6. 物価高騰による漁業者の負担増加

資機材が高騰し、漁港設備を整備する際の負担が増加している等のことから、漁業関係者の持続可能な運営体制の確立が必要とされています。

3 商工業

市内全体の企業数は減少傾向にある一方で、売上額は増加傾向にあります。事業者意見では、若い世代の働き手の確保や事業承継に不安を抱いており、人材や担い手の確保に対しての支援が求められています。

また、市民意見では、古い町並みを残す宿場町や、海や山といった自然環境、学校や大学などの教育機関があり、地域資源に恵まれているといった声があがり、地域資源を活かした事業展開やサービスの提供が可能なのがうかがえます。しかしながら、2018年度の地域経済循環率は、62.2%と他市と比較すると低い水準となっています。地域資源を活用することで、域内消費の活性化、域外からの消費を喚起し、地域経済を活性化させる必要があります。

近年では、デジタル技術の進展やライフスタイルの多様化、環境意識の高まりなどを背景に、消費者の購買行動や価値観にも変化がみられます。そのひとつが、オンライン販売です。インターネットや SNS の普及、デジタルマーケティング技術の発展により、オンラインを通じた購買需要が高まり、域外や全国への販売機会が拡大しています。一方で、多くの事業者は、デジタル技術を活用した情報発信やオンライン販売に必要な情報やノウハウの蓄積が十分でなく、効果的な情報発信や PR、新規販路開拓が難しい状況にあります。

さらに、物価高騰の影響を受け、原材料費や人件費が上昇し、特に中小規模の事業者では、設備投資や人材確保への負担が増大している状況です。

企業数の推移
(資料 5 : 図表 1・2)

売上高の推移
(資料 5 : 図表 14・15)

地域経済循環率
(資料 5 : 図表 13)

前述の現状から、次のように課題を整理します。

1. 後継者不足により事業継承が困難

人手不足や後継者不足により、事業承継が困難となり、廃業を選ぶ事業者が増加傾向にあります。

2. 地域経済循環率の低下

地域資源が豊富な一方で、その魅力を十分に生かすことができていないのが現状です。地域資源を活用した賑わいづくりに取り組む必要があります。

3. 消費者ニーズ多様化への対応

デジタル技術の進展やライフスタイルの多様化、環境意識の高まりなど、変化する消費動向への対応が必要です。

4. 効果的な情報発信やPR、新規販路開拓

オンラインを通じた購買需要が高まる中で、資金やノウハウの蓄積が十分でない傾向があり、効果的な情報発信やPR、新規販路開拓が難しいのが現状です。

5. 設備投資・人材投資

物価高騰の影響もあり、一事業者だけでは、十分な人材や設備を確保することが難しい状況にあります。

4 観光

世界遺産「『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群」をはじめとし、「大島」「地島」の2つの離島や、「宗像大社」「赤間宿」といった豊富な観光資源を有しています。特に、「宗像大社」と「道の駅むなかた」は、多くの観光客が訪れる代表的な観光地となっています。一方で、観光業を支える飲食店や宿泊業などの観光関連産業は減少傾向にあり、事業承継や新規参入に向けた支援が必要です。

また、令和5年度宗像市観光経済効果調査では、本市への来訪客の約7割が日帰り客となっており、日帰り客と宿泊客では一人あたり平均観光消費額が大きく異なることから、消費額の高い宿泊客を誘客することが重要です。観光経済効果を最大化するためには、魅力ある施設やコンテンツの充実を図り、市内への宿泊客の誘導や、来訪者の滞在時間を増やすための取組が必要となってきます。

消費者及び事業者意見では、観光需要として食・グルメのほか、歴史文化等の背景やストーリーを理解し、体験することに価値を見出す傾向があり、観光ニーズが多様化している傾向があります。さらに、オンライン予約やキャッシュレス決済等のDX（デジタルトランスフォーメーション）の進展により、宿泊・交通・体験等を個別に手配することが容易となることで、個人単位での旅行が増加しています。そのため、個人に向けての情報発信の強化が求められています。

また、事業者意見では、観光需要の多様化やインバウンド需要の高まりにより、宿泊施設や飲食店、交通事業者が連携したサービスの創設や、DX推進等の取組が重要視されていることがうかがえます。

観光入込客数
(資料5：図表18)

観光消費額
(資料5：図表19)

日帰り客の割合
(資料5：図表23)

参加したいイベント
(資料4-2)

前述の現状から、次のように課題を整理します。

1. 観光関連産業の減少

高齢化や後継者不足により、観光業を支える飲食店や宿泊業の廃業・減少が懸念されています。

2. 魅力ある宿泊施設・体験型コンテンツの充実

観光経済効果を最大化するためには、魅力ある宿泊施設や体験型コンテンツの充実が必要です。

3. 来訪者の滞在時間

地域資源が豊富な一方で、その魅力を十分に生かすことができず、来訪者の滞在時間が短いのが現状です。広域連携やインバウンド客の誘客を含めた新たなアプローチが必要です。

4. 観光需要の多様化への対応

交流や体感を重視する体験型観光の需要の高まりに対応するため、世界遺産や離島の自然・文化等を活かした体験型観光の推進等、観光需要の多様化へ対応する必要があります。

5. 個人向け情報発信の強化

個人旅行の増加に伴い、個人向けの情報発信の強化が必要です。

6. DX への対応

観光客の満足度向上には、デジタル技術を活用した利便性の向上や来訪者データの利活用が必要です。

第5章 取り組むべき課題

前章の分析から、課題を整理します。

人手不足

農林業、水産業においては、高齢化や後継者不足により、次世代を担う農業従事者や漁業従事者が減少しています。

商工業においては、事業承継が困難となり廃業を選ぶ事業者が増加傾向にあります。観光業の観点からも飲食店や宿泊業の減少が懸念されています。

賑わいづくり

地域資源が豊富な一方で、その魅力を十分に生かすことができていない状況にあります。世界遺産や離島をはじめとした、多様な地域資源を活用した賑わいを創出することで、地域経済を底上げし、生産者や事業者の経営基盤の安定化や、魅力向上につなげる必要があります。

販路拡大

農水産物は市内の直売所を中心とした対面販売が多く、販路が域内に限定されています。一方で、EC サイトや SNS の普及により、オンラインを通じた購買需要が高まり、域外への販売機会が拡大しています。しかし、多くの事業者がノウハウの蓄積が十分でない傾向があり、効果的な情報発信や新規販路開拓ができていない状況にあります。

高付加価値化

農水産物の品質の高さが評価される一方で、情報発信やPRの強化による認知度の向上が必要です。

地域ブランドの確立のみでなく、多様な市民ニーズに応じた商品供給を両立させるとともに、時代に即した新たな価値を市や関係者が一体となって創出していくことが必要とされています。

施設・設備の利活用

農林業、水産業、商工業においては、物価高騰や人材不足を背景に、施設や設備の整備や管理に係る負担が増加しています。一方で、観光業においては、宿泊や体験型コンテンツに係る関連設備の充実・強化が必要とされている状況です。関連施設・設備の利活用に対する支援が求められています。

社会情勢の変化への対応

脱炭素社会の進展やデジタル技術の急速な普及など、産業を取り巻く環境は大きく変化しています。事業の効率的な実施による経営基盤の強化とともに、人手不足への対応や環境負荷の軽減等の社会的課題に対応するなど、持続可能な地域産業の確立への取組が必要とされています。

第6章 施策の方向性

基本理念及び方針を踏まえ、本市産業の課題解決に向けた施策の方向性を定めます。

(1) 人材をつなぎ地域産業の好循環を生む

- ・ヒト・モノ・情報を横断的に繋げ、人材確保や新たな事業展開が生まれる機会や仕組みをつくる。
- ・事業再編と創業の好循環をつくり、意欲のある人たちが挑戦できる環境を整える。

(2) 地域資源の魅力を磨き価値を高める

- ・関係者が一体となって地域ブランドを確立させ、特に加工販売等の支援強化を中心として、知名度の向上や差別化による競争力を強化し、収益力を高める。
- ・変化するニーズに対応していくため、地域産品や観光資源など地域資源の強みを磨き、掘り起こし、他市との差別化や時代に即した新たな価値の創出を図る。

(3) 販路の多様化と情報発信を強化する

- ・共感を生むストーリーと明確なターゲット設定に基づく情報発信を強化し、持続的な宗像ファンを獲得する。
- ・域内消費（地産地消）の拡大・多様化を軸として、都市圏やオンライン市場との接点を増やすことで、安定した販路の確立及び拡大を図る。域内で支え、域外から稼ぐ戦略へ。
- ・ふるさと納税を販路拡大・情報発信のプラットフォームとして活用し、地域産品の開発やPRの強化、消費者との持続的な関係づくりにつなげる。

(4) 地域の魅力を活かし新たな賑わいをつくる

- ・地域主体の観光振興を戦略的・持続的に推進するため、宗像市版観光DMOと連携し、従来の観光にとどまらず地域全体で新たな価値を創り出していく。
- ・地域資源の魅力を最大限に引き出しつつ、海業や広域連携、インバウンド誘客といった新たなアプローチも加えることで、新たな人の流れを生み出し、観光・商業の相乗効果により地域全体で稼ぐ取組につなげる。

- ・離島振興においては、大島・地島の自然景観や歴史文化等の観光資源をつなぎ、新たな体験型観光の推進を図るとともに、世界遺産を核とした市全体での連携による周遊・交流を通じた賑わいの創出を図る。

（５） 社会の変化に対応できる持続可能な地域産業を推進する

- ・施設設備等の計画的更新や共同管理等への支援により、管理機能低下や施設整備費の高騰に対応するとともに、地域全体の環境保全の推進を図り、地域産業の持続に必要な環境基盤を整備する。

- ・カーボンニュートラルや DX への対応を契機として、環境への配慮とともにデジタルの活用を推進し、効率的で付加価値の高い地域産業構造への転換を支援する。