第４回宗像市総合計画審議会（みんなで取り組むまちづくり部会）　議事要旨

日　　時	平成２６年２月２５日（月）　１９時００分～２１時００分
場　　所	市役所第２委員会室
出 席 者	【委　員】木村秀子、松永年生、前田　誠、梶栗みき、山下永子 【欠　席】十時　裕、松田美幸、南　博 【事務局】中野部長、塔野課長、田中係長、立花係長、新海、尾園、 赤田、中村、吉武 古川課長、村上参事、長谷川課長、井上理事、中村課長
報　　告	１）第３回宗像市総合計画審議会部会の議事要旨について
議　　題	１）第二次宗像市総合計画　基本計画案について
その他	次回、次々回の日程確認について

１　課長あいさつ

２　報告・確認事項

（１）　第３回宗像市総合計画審議会の議事要旨について

事務局説明

（２）　第３回部会の意見に対する対応について（資料２）

【地域の特色を活かしたコミュニティ活動の推進】

事務局説明

（部会長）

特に意見がなければ、この施策についての議論は終了とする。

【市民活動の推進】

事務局説明

（委員）

人材ネットワークやコーディネート機能などの強化というところで、コーディネート機能という言葉が出てくるが、この機能というのは具体的にどこのことを指すのか。また、新たに具体的なネットワーク機能ということで考えがあるのか。

（事務局）
　コーディネート機能をどこが受け持つかというのは、1カ所ここにというふうには考えていない。
　それぞれ行政各課、フォーラム、ユリックス、中間支援組織、そこそこの場所がおのおの市民活動団体と自分たちの事業とをコーディネートしていくと考えている。

（委員）
　このコーディネートについては、意識付けというところで、研修なども必要になってくると思う。私どもも、例えば協働大学の受講生の方を市民活動団体の方やコミュニティの方へとコーディネートしようとしたが、市民の方々のハードルが大変高い。
　そういうところで、コーディネーターの意識というのも強化していく必要があると考えているが、その辺は将来的にどうなってくるのか。

（事務局）
　コーディネーターというのは、ある特定の団体などが担うというよりは、職員もそうだが、それぞれの場所で担うと考えている。
　人と人とが話をしながら、どういったところが困っているかなどといったところをお互い認識しながら、自分の持つ情報なり知識なりを共有して進めていくというところがコーディネートの機能だというふうに認識している。

（委員）
　それぞれのポジションでコーディネーターという人たちが変わってくるとは思うが、そのコーディネーターというこの新しい言葉に対して、やはり行政と市民と共有していくというところもいると思うが、特に行政の方々がコーディネーターとなる場合の幾つかのポイントなどもあると思う。
　そういうところの啓発のようなことは将来的に考えているのか。
　そこの意識を揃えていくというような今後の取組みも必要ではないか。

（部会長）
　コーディネート機能を果たす上での行政の役割については、一つの例がある。
　自由ヶ丘の地域の人たちの自主的な市民活動団体の組織で自由の森遊歩道を整備する際に、財政上の理由でどん詰まりになった。そのときに、企業からの助成制度があるということで、実にタイミングよく行政からの情報提供があったため、事業を継続できたということもあった。
　行政は、コーディネート機能強化という面ではそういう役割も果たせるし、その役割を担ってほしい。

（事務局）
　主な取組事業に記載している、コーディネート機能の強化の中に、そういったところも含めて進めていくという方針だ。

（委員）
　主な取組事業の中間支援組織の強化という表現について、中間支援組織の強化と書くと、市が中間支援組織を強化すると思われるのではないか。
　取組方針に中間支援組織の機能強化を支援とあるので、機能強化をするのは中間支援組織自体で、市はそれを支援する形が理想かと思うので、取組方針の表現にそろえたほうがわかりやすいのではないか。もしくは中間支援機能とういう言葉はどうか。

（部会長）
　表現としては中間支援組織が持つ機能を強化する。
　平たく言えば中間支援組織が持っている役回り、ミッションなどを十分に果たしていけるような支援や環境整備については、行政がやっていくということになる。
　市民活動の推進については、以上で部会としての審議を終了する。

３　審議事項
　（１）第二次宗像市総合計画　基本計画案について

【情報受発信の充実】
　事務局説明（南委員からの指摘を含む）

（委員）
　いわゆるシティプロモーションでは、競争には勝てない時代になっている。
　プロモーションというのは、マーケティング戦略の中の四つのＰのうちの一つであり、ほかには、プロダクト（製品）。宗像市の特徴、ネーミング、ブランド、施設、サービスなど具体的なスペック、コンテンツである。
　もう一つはプライス（価格）。そういったサービスを安価に受けられるのかどうか、それとも高級路線でこのサービスを高く提供するのかどうかなど。
　もう一つがプレイス（場所）。これは一般的な商品を販売したりするときに、どこで売られていて、どこでそれに接することができるかという場所をあらわすこと。
　この四つの組み合わせが、具体的なマーケティング戦略になるということをまず前提として考えて、その中で抽出してプロモーションを考えるということをしっかりやってほしい。
　まず現状課題の「市外の人、特に県外の人に宗像市のイメージは確立されておらず、そ

の地名度や認知度は決して高いとは言えません」というところで、「市外の人、特に県外の人」というよりは、外から見たという表現にしたほうよいのではないかということと、「イメージは確立しておらず」ということではなく、イメージというところでは、具体的に市のプロダクトの部分は、住んでいる人や訪れている人たちが実感している宗像のよさなので、宗像ってそういうまちですよというのをメッセージとして強烈に一貫して発信していく必要がある。そこが取組方針か現状課題のどちらかに必要ではないか。

「知名度が高いと言えません」の後に、イメージをしっかり確立して、イメージが伝わるメッセージを伝えていくことが必要だという記載が必要となる。

そのイメージとかメッセージを構成する、いわゆるプロダクトの部分に関しては、宗像での暮らし、ライフスタイルをしっかり可視化できるようなメッセージをつくっていかないといけないと思う。

海辺で暮らす人たち、山辺で暮らす人たち、学生、駅前で夫婦で福岡や北九州に通勤して子育てをしているような人たちの、宗像の良さを体現するようなライフスタイルがしっかりエリアごとにあるので、そういったライフスタイルをしっかり可視化しつつ、その人たちが「良い」というメッセージをしっかり発信していくことによって、一つのイメージをつくっていく必要がある。

やはり宗像のよさというのは、住んでる人たちが定住としてのよさもしっかり出していく必要があると思うし、もちろん観光にも力を入れていく必要があると思うので、宗像っていいよねっていうようなことをちゃんと伝えていけるようなメッセージ、ライフスタイルを発信していくということをまず中心に考えて、ここを構成してほしい。

（事務局）

言葉の部分になってしまうが、確かに都市を経営するっていう視点が今後どんどん強くなってくると思うが、完全なるマーケティング理論とは合致する部分もあれば合致しない部分も出てくるのではないかと考えている。

シティプロモーションについては、市のＰＲ、魅力をどんどん情報発信していって、認知してもらう行動というような形で私たちは考えているが、これに対しては、その情報を受けてもらえるターゲット設定、効果的なタイミングでの発信などがあるが、コミュニケーションスタイルの多様化など、いろいろなものがどんどん変わっている中で、あまり具体的なことを書き込むと、逆に間口を狭めるということもあるので、取組方針や主な取組事業に関しては、例えば、魅力ある資源を単体ではなく組み合わせながらであったり、様々な媒体や機会を利用したプロモーションの実施というような若干ふわっとした形で記載している。

（委員）

要は文章を考えるときに、現状課題のところに「イメージが確立しておらず」というと

ころで終わらずに、イメージを確立するとか確立する必要があるということまで言っていいのではないか。

そのときに、そういったイメージを確立していくということを現状課題として整理した上で、取組方針の方に相乗効果というより、その前に宗像のイメージを確立していくために、イメージ想起につながるような強いメッセージを発信していく必要があるとかそういう段階的な記述をしてほしい。

取組方針では「ターゲットを設定することにより」とか、取組事業では「ターゲットを明確にしたプロモーションの実施」といった記載があるが、ターゲットについて明らかにされてないので、子育て世代を切り口にして都市ブランドを形成していくということを言っているのであれば、子育て世代等とかでもいいと思うので、しっかりターゲットを絞るということをやらない限り、また薄められてしまうような気がするので、そういったところをもうちょっと踏み込んで書いたほうがいいのではないか。

もう一つ現状課題のところで、「観光や定住の候補として選択肢に上がるためには」という表現もまた弱いので、選択肢ではなく、観光や定住の候補として選ばれるためなどと強気で記載したほうがいいのではないか。

（事務局）

若干指摘のとおり弱い部分があると思うので、ここは積極的に修正していきたいと思っている。

「ターゲットを明確にし」というのは、定住、観光、世界遺産など様々な階層があるため、都市ブランドのみでターゲートを明確にするというふうな書き方をすると間口を狭めるような形になるかと思うので、様々なものを想定しながらターゲットを明確にするというところで記載している。

（委員）

定住と観光は分けた方が良いのではないか。今のターゲットの話もそうだが、筑後地方では、定住促進策というのを進めていく一方で、まずそこに住んでる人たちの顔を映し出す、ライフスタイルを紹介するみたいなことから始めて、そういったニュースになるような人たちの姿、ライフスタイルを通じて存在感を示していくというふうなことをやっていた。

現状で観光と定住という二つに分けるのも一つの方法だが、一緒の方向に一律的にやるというのではなくて、まず観光で来てもらって、次に定住につなげるという段階的な整理をしてもいいのではないか。

（事務局）

今の指摘に関しては、ブランド推進プログラムというものを人づくりでまちづくり研究

所で作っており、その中で都市ブランドの構築にあたっては、まず宗像を知ってもらう、その後に来てもらう、何度でも来てもらいながら、最終的には定住に結びつけていくという流れで都市ブランドを進めていくという道筋は立てている。

そこで大きな部分になってくるのがこのシティプロモーションだ。資源磨きをやりながら、いろんな形で宗像に訪れてもらい、宗像を認知してもらうためには、指摘にあったような情報発信を進めていく必要がある。

ただ、都市ブランドの構築に関しては、資源磨きであったり、情報発信であったり、総合的な部分になってきますので、この施策に関してあくまでその中のシティプロモーションという形で整理している。

（部会長）

この総合計画の中では、都市ブランドとして子育て世代に選ばれる都市むなかたというのを最前線に立てるということか。

宗像の持っている観光資源、世界遺産、協働のまちづくりのモデル都市といったものも宗像の一つのブランドだろうと思う。宗像の良さをもっと戦略的に組み立てて、その組み立てた槍の穂先は、子育て世代が選び取るまちという形になるのではないか。

（委員）

主な取組事業のところにシティプロモーションの充実でいろいろ挙がっているが、戦略的にやるのなら、例えばロゴなどの共通したコミュニケーションデザインの構築と発信というのはどうか。世界の有名都市では、共通のメッセージを体現するようなロゴ、様式、色などをしっかりコミュニケーションツールとして活用している。

ここのプロモーションのレベルになってくると、何か一瞬で見て宗像だとわかるような共通のものを作っていくようなレベルのことだと思う。

したがって、シティプロモーション充実の内容に関して、取組事業が方針と課題とあまり変わらないような内容になっているので、もう少し突っ込んだ具体的なものを検討してほしい。

（事務局）

都市戦略室も同じようなこと考えているが、その意図が十分に伝わってないところがあると思う。

シティプロモーションといえば、基本的にはまちをプロモートしていく、まちを売っていく、まちのイメージをどう定着させていきたいということだろうと思う。そういったところが一般的に言う戦略的な広報と大きな違いだと思う。

例えば、先ほどの指摘のように、定住に限って言えば、宗像で暮らした場合のライフスタイルが実感できるような、そういったプロモートのあり方であるとか、例えば、観光で

遊びに来て定住につなげるためには、このまちで暮らすには、週末の余暇にこういった過ごし方ができるとか、そういった具体性に欠けるとこがあるかと思うが、考えているところは大きく違わないと思うので、その辺を都市戦略室と調整していきたい。

実際、宗像市ではロゴやキャッチフレーズなどには取り組んでいる。そういったことを一つひとつ書くことが正しいのか、それはあくまで実施計画レベルで整理するのかということになるかと思うが、もう少しそこの部分が具体的にわかったほうがいいということであれば、少しエキスの部分を追加しても問題はない。

ただ、それを出すことで逆に縛りがかかり、それ以外のことはしないのかみたいな形にならないようにはしないといけない。

（委員）

ロゴ、キャッチフレーズ等を今作成中であれば、実施計画レベルではなく、基本計画のシティプロモーションの充実のところにロゴやキャッチフレーズ等を最大限に生かしたプロモーションをやっていくようなことを入れた方がいいと思う。

（委員）

ニューヨークでは、2030 年プランというのが打ち出されていて、それまでにCO_2を何％に削減するとか、インフラを全部整備するとか、自分の家から徒歩１０分以内に公園があるようなまちにしていくなどとはっきり打ち出されていた。それを見てニューヨークってこんな打ち出し方するんだ、住んでみたいなとやっぱり思った。

宗像市も明確な目標掲げて、何年後にこうするんだみたいなところで、市民の人たちにも、子育て世代にもわかりやすい宗像市のプロモートをしてくれると、もっとわかりやすく、安心して宗像市に住もうかなって思われるのではないか。

（委員）

ニューヨーク、ストックホルム、メルボルン、ブリスベンなどで総合計画についての調査をした中で、私がすごくすてきだなと思ったのがストックホルム。黄色とブルーでしっかりデザインされていて、開けたらすごく格好いい子どもの写真が 4 枚くらいあって、腕を組みながら将来はこういうことをしたいとか、こういうふうなことを学んで、こういうことをこのまちでやるんだみたいなことがイメージできるデザインだった。

子供たちや市民が見て、こういうまちはすごく格好いいし、住み続けたいよねという誇り、シビックプライドが生まれるということがすごく衝撃だった。

今人が集まっているところは、そういう将来に向けてのメッセージを強く打ち出したようなビジュアルで、しかも子供を含んだライフスタイルというのを出していくような、まず視覚と感情に訴えるような総合計画になっている。

今までのような総合計画だと多分わくわく感がないので、そういったものについても研

究して、シティプロモーションを考えてほしい。

（事務局）
　確かに、シビックプライドを醸成するようなシティプロモーションというのは絶対必要だし、少しスマートな感じ、格好いい感じでというところは意識してやっていかなくてはいけない。その辺の文言についてもこの中に少しでも落とせればいいかなと思う。

（委員）
　世界で選ばれている都市のレベルで宗像も行ったらいいかなと思う。

（委員）
　質問だが、どういう宗像市を売るか、どんなまちをプロモーションしていくか、どんな宗像市のイメージを確立させたいのかなどは、ここには書く必要はないのか。

（事務局）
　そういったところは、都市ブランドとして戦略的取組として、そこの部分はきっちり位置づけをしているような状況である。

（委員）
　子育て世代に選ばれるまちというところだけは具体的なイメージがあるが、リーフレットを作るにしても、キャッチコピーを作るにしてもやっぱりどんなイメージかっていうのがないと格好いいものがつくれないのではないかと思う。
　そういう宗像の何を売りたいのかというイメージがここから見えるようにならなくてもいいのか。

（事務局）
　今具体的にやっている部分に関しては、住みやすさとか暮らしやすさっていう住環境もありますが、歴史の部分、自然の部分、食の部分もある。そういった様々な部分が宗像の魅力になってくるので、そういったところは様々な形で情報発信をしていって、宗像はいいところだねっていうところの情報だったり、観光に来られたい方には観光情報が的確に伝わるように、住む場所を探している方にはそういう定住のいろんな制度等々がきっちり伝わる形でプロモーションをするというところは今後やっていく必要があるのかなというふうには思っているので、その旨が少し分かるような形でもう少し具体的に取組方針等に落としていきたい。

（委員）
　誰が情報やイメージを編集して出していくのかというか、そういう機能をどこに置くのかというのが私もわからない状態だが、そういった機能についてまだ検討していないのであれば、そういったところが情報等をつなげながら有機的に回していくというようなところの考えをどこかに記載してほしい。

（部会長）
　この戦略的取組で、どうそれを発信していくかという、例えばキャッチコピー、ロゴ、モニターツアーなどの話は、その戦略に基づく具体的な戦術の話だと思うので、そこは仕分けして書いていいと思うが、だからといってこの戦略部分に具体的にこんなことをやっていくという、そういう戦術部分が全く抜け落ちてしまうと、とても抽象的な記述になり読む人には伝わらないということもあるので、もう少し読む人にもイメージがわくような工夫をしてほしい。
　先ほどから何度か聞いたが、せっかく今から攻めて切り込もうとしているときに、ここはあんまり出すと縛りがかかるとか、よそとのバランスがおかしくなるというような形はよくないと思う。
　そういうところは、あえて大胆に表に出すというスタンスが必要だと思う。

（事務局）
　実施計画は、具体的な事業をする上での具体的な仕事をまとめるものだが、基本計画の取組方針においては、一定の方向性、目指すべき方向性、考え方あたりは伝える必要があると思う。
　また、総合計画自体が議会の議決要件もなくなり、かなり自治体の裁量が上がっているため、これに書いてないからできないとか、そういったものではないように捉えているため、その辺は柔軟に対応していくべきものと考えている。

（部会長）
　それでは今の審議を踏まえて、手直し、補強したものを次回提出してもらい、前に進んでいきたい。

【計画的かつ効率的な行政経営】
事務局説明（南委員からの指摘を含む）

（部会長）
　南委員からの指摘についての事務局の考え方を示してほしい。

（事務局）

まず施策区分「持続可能な行政経営」の第 1 点目、主な取組事業で事業採択と事務事業評価そして施策評価、それぞれ違う話になってくるという指摘があった。

しかし、本来それぞれの評価が事業採択に結びついているというサイクルで事務事業の採択を行っているため、事業を実施すればそれを評価して、その評価の結果、事業を採択するというようなサイクルで動いている。

この書きぶりが、指摘のようにとられても仕方がないので、この部分については、事業採択や事務事業評価、施策評価の仕組みの見直しであったりとか、そういうこれらの言葉がワンセットととらえられるような、文言の修正をかけていきたい。

２点目は、進捗管理するという表現がほかとのバランスがとれてないということで、何々の見直し、充実といった表現に変えたほうがいいとのことだったので、そのように対応したい。

３点目の市民とのというところも同じように、もう少し記述に工夫をしたらどうかということなので、事務局の方で工夫したい。

「健全な財政運営」の指摘についても、相応の負担がかかってくるということで、過度な負担を残さないという表現で調整したい。

「組織力の強化と人材の育成・活用」の１点目の外部人材という表現についてだが、一般的にわかりにくいのではないかということなので、現状課題のところで、職員個々の能力向上や外部人材など多様な人材の活用という表現があるが、外部人材をとって、多様な人材の活用という方向で調整したい。

主な取組事業の外部人材のところで示したかった部分は、あくまでアウトソーシング、外部人材を活用する中で、その多様な人材の中の一つに専門的な人材がいるというような意味合いなので、ここも多様な人材の活用というふうな修正を当てたい。

続いて２点目、指摘のとおり当然職員のモチベーションの保持や楽しく仕事ができる環境というところは、ベースとしてしっかり考えているということをここで表明して、あえて表現しないという形で承認してほしい。

３点目の人まち研究者のことについて触れていないというところだが、以前人まち研究所は秘書課が所管していたが、平成２５年度から市の機構改編ということで都市戦略室ができている。

都市戦略室では、市の重要施策や市長の特命案件などを臨機応変に対応して解決策、方向性等を研究していくということで、都市戦略室に専任の研究員を置くような形をとっている。

従来の人まち研究所は職員の人材育成の側面が多かったが、そのような形に変わっているので、先々のこの計画上は、従来からあった人材育成のための人まち研究所というところではなく、特命案件や重要施策をきっちり研究していく専任研究員を置くような形で進めていく予定だ。

よって、人材育成等々の側面を持った人まち研究所の表記は外している。

（部会長）
南委員の指摘については以上のようなことでよいかと思う。

（委員）
健全な財政運営の現状課題について、「今後の地方財政はさらに厳しくなることが予想されます」というこの一行がすごく軽いと思った。
経営効率を見直したとしても、確実に少子高齢化の状況においてこの予想される云々のレベルではないと思う。そこをしっかり市民の方々に伝えたほうがいい。
例えば少子高齢化、生産年齢人口の減少によって住民税が非常に減ってくる。人口の減少あるいは地価の下落によって固定資産税が入ってこなくなる。その一方で高齢化により社会福祉費の支出が増えていく。
そういったことが主に構成する三つだと思うので、そういった健全な財政というよりも、お金が絶対的に入ってこなくなるという現実をしっかり書いた上で、先ほど議論したような、定住促進、観光による交流人口の増加というものが、今まで確保できていた財源にかわる税収になるということをしっかりここで認識をしておいて、書き進めるというのがいいと思う。
少子高齢化ということで、人口が減ったらすごくぎすぎすしなくていいのではないかという考えを持つような方がいるが、根本的な行政経営における問題は、税収がすごく減るということなので、それはしっかり書いてほしい。
その上で、主な取組事業の１番最後に「税収や収入の確保」とあるが、税収と収入というのは別個に考えた方がいいのではないか。
税収に関しては、定住策というところ、収入に関しては、新しい広報事業とか広報媒体としての活用というところになってくると思うので、税収と収入については、分けて書いたほうがいいし、収入が書いてあるのであれば、やはり支出に関しての記述も見直すという表現がいいのかわからないが、随時見直していくことは必要ではないかと思う。
そういった現実をその一行に片づけるのではなく、地方財政が厳しくなる現実をもう少し正確に書いてほしいということと、取組事業のところで税収と収入の確保と支出のさらなる削減、見直しみたいなこともあわせて記載するといいのではないか。

（事務局）
今後の地方財政が厳しくなるということは、もう皆さんご存知だと思うが、半分は交付税に頼っているという財政運営の中で国の状況等を勘案すると、地方も厳しくなるというような意味で書いているが、指摘があったように、税収の減、交付税の減などを考えると、その辺の記述が必要ではないかと思う。

現在は、財政安定化プランをたてて財政運営をやっているが、この財政安定化プランの中にも、ある程度の税収の減や交付税の減あたりを見込んでおり、このプランに沿って予算編成なり財政運営をやっているという状況であるので、その辺ところをもう少しわかるように書くべきと思う。

（委員）
質問だが、現状課題に「市が保有する様々な財産の有効活用」とあり、取組方針の方では、市有地の有効活用というところが一つの財産だとは思うが、ほかの財産というのはどんなものがあるのか。

（事務局）
様々な財産という書き方をしているが、土地、建物、基金等も持っている。基金の有効的な活用、現在国債の運用などもやっているが、こういうものも財産として含まれる。
あとは、広告等についても様々な媒体があるので、こういうものを活用して広告料収入も図っていくということで記載している。

（委員）
様々な財産の有効活用については、もう少し例示的なものがあったほうが市民の方にはわかりやすいと思う。

（委員）
もう厳しいんだという事実をしっかり出して、だから市民が自分たちの力を出し合って、市民協働でというところの意識づけが今からは必要なのではないか。

（委員）
収入の確保のところで、取組事業のところには、ただ収入の確保ということしか書いていないが、もっと具体的な収入の確保とかいうのが見えると安心感が出るが、ほかに何か具体的に考えられることがあるのか。

（事務局）
収入の確保というのは、あまり大きい数字では期待できない部分ではあるが、１番大きなことで言えば、税収を増やすということだが、そのために働く世代の定住化施策等はやっている。
取組方針にある市有地の有効活用等については、貸し付けや不要地の売却という収益がかなり多い。今市が保有している土地で、行政目的に使われてない土地、通常は普通財産と言っているが、この普通財産はできるだけ売却していこうという方針で処分しており、

ここの部分が大きな金額になる。
　ふるさと納税や広告収入については、あまり大きい収入にはつながらないと思っているが、いろんなものを使って少しでも収入を増やしていこうと考えている。

（部会長）
　次回は今回の続きとアセットマネジメントを中心としたと議題で部会の審議を進めていく。

４　その他
　（１）　第５回以降の宗像市総合計画審議会（みんなで取り組むまちづくり部会）の開催日の確認について

（事務局）
　次回開催日は３月７日（金）の１９時から同場所。次々回については、３月２６日（水）の１９時から同場所というところで確定している。
　４月以降については、本日欠席の委員の方もいるため、３月７日に調整したい。
　加えて、次回は３月７日ということで来週の金曜日となっている。あらかじめ修正資料と議事要旨については送付するように心がけていたが、今回は議事要旨の送付が精一杯かと思うので、一旦議事要旨の方は送付して、修正後の資料については当日配布という形で対応させてほしい。