

## 戦略的取組に関する記載について〈基本構想〉

### i) 戦略的取組

この取組は、第二次宗像市総合計画に掲げる施策を展開するうえで、常に意識しなければならない視点や積極的かつ戦略的に取組むべき事項を示すものです。具体的には、「協働の推進」と「都市ブランドの推進」の2つの取組を戦略的取組と位置づけて施策を展開していきます。

### ii) 協働の推進

#### ①「協働」を推進する背景

本市は、古より交通や文化の要衝として、人と人とのふれあいを大切にしてきたまちであり、協働の精神が脈々と受け継がれてきました。近年では昭和50年代ごろから市民活動団体の組織化がみられ、都市の成長にあわせて活動の活発化と広がりを見せています。

コミュニティ施策に取り組んで18年が経過しました。その結果、各地区での住民主体による地域自治は、ここ10年で市内全域に浸透し、定着してきています。

加えて、大学や企業でも地域貢献に注力しており、学外や社外へ向けた取組みが進展しつつあります。

このような中、本市では、平成17年に策定した第一次宗像市総合計画、平成18年に制定した「市民参画・協働及びコミュニティ活動の推進に関する条例」を基に、各施策に協働の理念を反映させることで、協働のまちづくりを進めるとともに、他市町村に先駆けて市民活動団体やコミュニティ運営協議会などと連携を図り、協働を推進してきました。

#### ②今後の取組み

市民ニーズの多様化などによって、今後は、行政サービスも拡大し、行政だけでは適切な対応ができない状況が増加していくことが想定されます。

そのため、市民、市民活動団体、コミュニティ運営協議会、大学、企業、行政が対等な関係で、互いの特性や能力を活かしたまちづくりを進めていく必要があります。第二次宗像市総合計画においても、これまで築いてきた協働のまちづくりを引き継ぎ、進めていきます。

また、協働の推進については、「都市経営」の視点を市民等と共有しながら、「協働の推進」に大きな役割を果たしている市民活動団体やコミュニティ運営協議会などとの相互連携を強化し、今まで以上に協働への取組みを強化していくため、戦略的に取り組んでいくものです。具体的な推進内容については、基本計画において関連する施策ごとに定めていきます。

### iii) 都市ブランドの推進

#### ①「都市ブランド」を推進する背景

本市は、豊かな自然環境に恵まれながらも、利便性の高い住宅都市として大きく発展してきました。

しかし、近年では人口の伸びが鈍化し、平成24年に行った将来人口の推計では、人口が減少していく結果となりました。

また、高齢化率は上昇の一途をたどり、平成37年には30%を超えるという推計結果となっています。人口推計どおりに人口減少と高齢化率が上昇した場合、税収の減少や社会保障費の増加により、行政サービスを維持することが困難になるだけでなく、空き家や空き地の増加に伴う住環境の悪化、地域の住民活動の停滞、集落維持の困難など地域経済にも大きな影響を与え、地域に悪影響を及ぼすことが懸念されます。

そのような状況に陥らず、この住みよいまちを次世代に引き継いでいくためには、子育て世代の定住に向けた取組みを進めていかなければなりません。

そのためには、子育て世代が定住する場所を検討する際に、本市が選択肢に上がる必要があります。知らない場所や具体的なイメージがない場所には、行ってみたい、住んでみたいと思う人は多くはありません。定住先として選択肢に上がるために、「子育て世代に選ばれる都市イメージ」の確立を目指していく必要があります。

#### ②今後の取組み

都市ブランドを推進することにより、「子育て世代」に選ばれるための都市イメージを市内外に周知していき、本市の認知度を高めていきます。

また、都市ブランドを推進していくことで、観光等による地域経済への影響だけではなく、定住を推進することにもつながるため、戦略的に取り組んでいくものです。具体的な推進内容については、基本計画において関連する施策ごとに定めていきます。