

「船橋市まち・ひと・しごと創生総合戦略（素案）」（2015(H27)～2019(H31)）の概要

人口ビジョンのポイント

- しばらくは人口増加が続くが、2025(H37)より人口減少が始まる見込み**
 - 総人口：2015(H27)62.4万→2025(H37)63.6万→2040(H52)61.8万→2060(H72)56.1万
- 年少・生産年齢人口は徐々に減少していく一方、高齢化が急速に進んでいく**
 - 生産年齢人口(15-64歳)：2015(H27)39.8万人→2025(H37)40.5万人→2040(H52)36.5万人→2060(H72)33.0万人
 - 75歳以上人口：2015(H27)6.2万→2025(H37)9.3万→2040(H52)8.6万→2055(H67)11.1万
- 市民希望出生率と現実の合計特殊出生率にかい離がある**
 - 合計特殊出生率(2013(H25))：1.39
 - 市民希望出生率：1.73
- 市内の地域で人口動向が二極化**
 - 人口増加地区が多い南部・西部地域
 - 人口減少・高齢化が進んでいる地区が多い北部・中部・東部地域
- 市民の定住意向は高い**
 - 8割以上の市民が定住意向を持っている
 - ほとんどの高齢者は可能な限り今の住まいで生活したいと考えている

- 地域経済の停滞による雇用喪失 → 地域経済の活性化
- まちの活気の喪失 → 交流人口の増加
- 結婚・出産・子育ての希望を実現できない → 希望をかなえる少子化対策の推進
- 市民の高い定住意向 → 希望をかなえる住みよいまちづくり
- 高齢化進行に伴う介護等の問題が深刻化 → 地域包括ケアシステムの構築

基本目標 1 働きたい「しごと」があるまち・船橋【しごとの創生】

基本目標 2 行ってみたい魅力があふれるまち・船橋【魅力の創生】

基本目標 3 結婚・出産・子育ての希望がかなうまち・船橋【ひとの創生】

基本目標 4 いつまでも住み続けたい安心・安全なまち・船橋【まちの創生】

施策1 起業・創業の促進

- 市内事業所数は、製造業・小売業とも減少傾向。起業・創業の各段階におけるきめ細やかな支援を行い、市内での起業・創業の促進を図る。

➢ 起業・創業の各段階におけるきめ細やかな支援

施策2 企業の成長支援

- 国内はすでに人口減少社会を迎えている中、技術・開発力の向上、成長分野への進出による高付加価値化などにより競争力を強化し、国内外への販路拡大を推進。
- 経営上の弱みとして、非製造業・製造業ともICT対応を挙げる事業者が多く、販売機会を喪失している可能性。

➢ 国内外への販路の拡大

➢ 中小・小規模企業のICT化促進

施策3 企業誘致の促進

- 大規模工場の撤退等の影響により、本市の工場の敷地面積は減少傾向。
- 恵まれた立地などの創業環境の優位性を市内外に情報発信し、市外からの企業誘致促進と、事業者の市外流出を抑制。

➢ 企業誘致の促進と市外流出の抑制

施策4 農水産業の活性化

- 農水産業の経営の安定化・強化を図るため、特産品の高付加価値化に取り組む必要。
- 担い手不足・高齢化により、耕作放棄地が増加する恐れ。
- 農業・漁業の従事者数が年々減少しており、併せて高齢化が進行。

➢ 農水産物の付加価値の向上

➢ 耕作放棄地対策の推進

➢ 後継者育成の推進

施策5 産業横断的な取り組みの推進

- 産官学企・企業間連携に取組実績のある企業はまだ少ない。異業種交流をより活発に行うことで、新産業の創出に取り組む。

➢ 産官学企・企業間連携の促進

施策1 船橋に行ってみたいと思う魅力の情報発信

- 「船橋に行ってみたい」と思われるためには、船橋の魅力を知ってもらう必要。
- 様々な魅力を市内外に効果的・戦略的に情報発信することにより、都市としてのイメージや知名度を高める。
- 優れた産品を全国に情報発信することは、市外の人が本市に興味を持つとともに、市民が本市の魅力を見出すきっかけとなる。

➢ シティセールスの推進

➢ 特産物のブランド化推進

施策2 船橋に行ってみたいと思う魅力の創出

- 市内の魅力を知ってもらい、体験してもらうためのきっかけづくりとしての様々な企画やイベントを開催。
- ベイエリアのさらなる賑わいの創出のために、中心市街地から沿岸部への回遊性を創出し、水辺の潤いを感じられるための取り組みを推進。
- 東京オリンピック・パラリンピックも見据え、訪日した外国人観光客を市内へ呼び込む仕組みづくりを推進。
- 文化・芸術、スポーツに関する豊富な地域資源の積極的活用を図る。
- 本市への来訪者が快適で不自由なく過ごせるような環境整備を図る。
- 観光振興を戦略的に推進するため、地域一体となった観光推進体制を構築。

➢ 人が集まる魅力的な企画・イベントの開催

➢ 海を活かした魅力づくり

➢ インバウンドの促進

➢ 文化・芸術、スポーツの振興による地域活性化

➢ 来訪者が快適に過ごせる環境整備

➢ 観光推進体制の強化

施策1 独身者の結婚の希望がかなう環境づくり

- 独身でいる理由の1位は「適当な相手にめぐり合わないから」。
- 結婚の希望を実現できない背景には、雇用の不安定さや所得が低い状況。

➢ 結婚に対する取組支援

➢ 若者の就労支援

施策2 夫婦が希望どおり子供を持てる環境づくり

- 夫婦が今後子供を持つ場合の条件の1位が「働きながら子育てができる職場環境であること」。
- 子供の預け先がないことや、子育てや教育にかかる経済的負担等が子供を持つことの阻害要因となる恐れがある。
- 親世帯による子育ての手助けがある夫婦ほど、今後持つつもりの子供数が多い。
- 不妊に悩む夫婦は少なくない。

➢ 安全に安心して妊娠・出産ができる環境の整備

➢ 働きながら子育てしやすい環境の整備

➢ 子育てにかかる経済的負担・不安の軽減

➢ 三世代近居・同居の支援

施策3 安全に安心して子育て出来る環境づくり

- 「道路や公園など子どもが安心して暮らせる環境の整備」の推進を求めている親が約9割。
- 核家族化・地域の結び付きの希薄化により、育児不安を抱える夫婦が増えている。
- 充実した教育環境は、子供の健全な育成のために不可欠であり、また子育て世代がまちを選ぶうえで重要な基準。

➢ 子どもが安全に安心して暮らせる環境の整備

➢ 地域子育て支援拠点機能の充実

➢ 教育環境の充実

施策1 地域の実情に即した対策の推進

- 人口が増加し若い世代が多い南部・西部地域と、人口が減少し高齢化が進む北部・東部・中部地域で二極化が進んでいる。
- 人口減少・高齢化が進んでいく地域では、商店等の閉店や地域公共交通が縮小していき、日常生活に不便が生じる恐れがある。
- 居住ニーズが多様化している中、特に子育て世帯や高齢者世帯のニーズに合った住環境の提供が課題となっている。
- 人口減少が進む地区を中心に、空家問題が深刻化する見込み。

➢ 地域の実態の把握・分析

➢ ライフステージに応じた住環境の提供

➢ 生活利便性の確保

➢ 空家対策の推進

施策2 進行する高齢化への対応

- 高齢者の中でも要介護状態となる割合が高い75歳以上の人口が、今後10年間で約1.5倍に増加する見込み。それに伴い、要介護者や、認知症患者が増加する見込み。
- 高齢化が進んでいく中で、地域の活力を保つためには、高齢者の活躍が不可欠。
- 高齢者が医療や介護を必要とせず、できるだけ長い期間、住み慣れた地域で健康で、孤立することなく、いつまでも安心して暮らすことができるような対策が必要。

➢ 需要に対応した医療・介護サービス提供体制の確立

➢ 高齢者の社会参加促進

➢ 健康寿命の延伸

➢ 認知症対策の推進

➢ 地域での支え合い体制の確立

施策3 市民が安全に安心して暮らせる環境づくり

- 地域の高齢化が進む中で、地震・風水害などの様々な災害に対する地域コミュニティによる対応が課題。安全に安心して暮らせる地域社会を実現するために、地域防災力・防犯力の向上が必要。

➢ 地域防災力の向上

➢ 地域防犯力の向上

施策4 時代に合った魅力あるまちづくり

- 本市は人口が急増した1970年代に整備した公共施設・インフラが多く、今後一斉に老朽化していく。今後、人口減少・少子高齢化により公共施設・インフラの利用需要が変化していくことが予想されることから、長期的な視点を持って、計画的に管理していく必要。
- 一方で、道路など都市基盤の整備が不十分な面もあることから、必要な都市基盤整備を推進する。

➢ 長期的な視点を持った都市基盤の整備

施策5 船橋に愛着・誇りを持つ取り組みの推進

- まちづくりへの市民参加が進むことで、「自分たちのまち」という意識が醸成され、「住み続けたい」「住んでよかった」と感じる人の増加を目指す。
- 船橋を離れることがあってもいつか戻ってきたいと思うような、船橋への愛着と誇りを持つ郷土愛を醸成する。

➢ 市民力を活かしたまちづくり

➢ 子どもたちの郷土愛醸成