

小樽市人口減少問題研究会 報告書（概要）

小樽市の現状

- 人口 ⇒ 小樽市の人口は昭和39年9月の207,093人をピークに、平成29年4月末では120,023人まで減少。自然動態は昭和62年から、社会動態は昭和34年から減少。平成22年以降は社会減より自然減が大きくなり、近年は年間2千人程度の減少。
- 対策 ⇒ 過去から、総合戦略を含む人口対策施策を実行するも、人口減少に歯止めがかかっていない。

さらに踏み込んだ具体的な人口減少要因の調査分析などが必要

包括連携協定を締結する小樽商科大学と、小樽市の人口減少問題について共同研究を実施

- 小樽商科大学のもつ社会科学的手法に基づいた分析
- 小樽市民・札幌近郊住民へのアンケート、小樽市関係者インタビューなどから、小樽市の満足度や定住志向などを調査

分析

提言

所得について

- ・小樽の所得水準は、全国平均や札幌と比べ低い
- ・札幌間の所得差は、産業構造の差による

市民意識

- ・札幌近郊住民と比べ、30代以上の小樽市民の定住志向は高い
- ・20代以下の若年層は、小樽からの転出志向、他市町からの転入志向が高い
- ・小樽市の総合満足度が高いほど、定住志向が強い
 - 小樽市民の満足度が低いもの
 - 周産期・小児・重篤な病気・怪我等の医療、子どもの遊び場・公園、除排雪
 - 総合満足度と相関が高いもの
 - 鉄道交通の利便性、除排雪、街の雰囲気、商店活気、生活・住居コスト、住民人柄
 - 重要と考えるが満足度が低いもの
 - 生活コスト、除排雪、商店の活気
- ・札幌近郊住民は、小樽への満足度が高い人ほど小樽への移住志向が高い
 - 世代と距離により異なり、他地域に比べ札幌市西区女性の小樽市への移住志向が高い
 - 居住地に求めるもの
 - 街の雰囲気、買い物の利便性、生活・住居コスト、鉄道交通の利便性、除排雪
- ・関わりが深い、サービスを必要としている世代・性別ほど、より不満を示し、重要視する傾向

子育て世帯

- ・幼児、保育サービスは概ね満足
- ・教育・子育て環境の満足度が高いほど、定住志向が高い
 - 小樽市民の満足度が低いもの
 - 子育てインフラの整備（遊び場、子育てしやすい住環境、保育料、子ども医療費助成）
 - 教育・子育て環境の満足度と相関が高いもの
 - 子育てにかかる人的ネットワーク、子育てインフラの整備、学校教育レベル
- ・定住・移住志向との関係
 - 子育てにかかる人的ネットワークは、定住促進・転出抑制の効果
 - 学校教育レベルの向上は定住を促進し、限定的だが転出抑制の効果もある

関係者ヒアリング

- ・人口減少要因 産業の衰退により雇用を確保できなかったこと
- ・小樽市の将来の方向性 歴史的遺産の活用、若者に対する就職支援、雇用機会の確保
- ・人口減少対策のターゲット 子育て世代

まちづくりとマーケティング

- ・公共交通の充実が、人口戦略の成果につながる
- ・行政での市民ニーズの組織的理解・共有に加え、下記3項目の向上が有効
 - 知識の移転・統合能力 職位を超えた議論と分析、有益な知識の共有
 - 行政サービス開発能力 住民ニーズに適応したサービス開発
 - 政策立案・実行能力 効果的なターゲット設定、資源の効果的な配分
- ・公共交通の充実度が高いほど、地域ブランド化の取組みは住民獲得に繋がる

札幌との比較

- ・法制度による公的サービスの数的な差は、ほとんどない
- 病院 病院の数は比較的多く、一人当たりの病床数は中央区以外の区より多い
- 子ども医療費 小1までと中学生については札幌が、小2～6までは小樽が手厚い
- 保育所 小樽は定員に余裕
- 公園 一人当たりの公園面積は中央区と変わらず、小樽市を下回る区も複数ある

★政策的ターゲット

- 子育て世代
 - ・年齢構成バランスの回復
 - ・若年層の移住志向
 - ・市民の共通の課題
- 子育て環境の整備
 - ・財政的制限の中、優先すべき

★所得差の改善

- 地元企業の利益率改善
 - ・原価管理指導プログラム
 - ・観光の富裕層向けサービスの差別化
 - ・観光協会、小樽商大との共同
- 産業構造の変革
 - ・中長期的視点で対応

★公的サービス

- 子育てで利用可能な公園の充実
- 除排雪の改善
- 市役所組織の能力向上
 - ・市民ニーズ収集の継続
 - ・組織的な仕組みづくり

★教育

- 学校教育レベルの向上
 - ・中等教育（中・高）
 - ・小中高連携による教育プラン

★子育て環境

- 子育て助成の充実
 - ・保育料無料化の拡大
 - ・子ども医療費助成の充実
- 子育てネットワークの支援
 - ・公園、遊び場の整備
 - ・親が気軽に集まれる場や商店街等でのコミュニケーション機会の創出

★公共交通

- ・地域事業者との連携
- ・市内バス運行の確保

★地域ブランド

- 関係者と連携を図りつつ、主体的な地域ブランドマネジメントの強化
 - ・ターゲットごとのブランド戦略

★土地利用

- ・空き家、空き地周辺を含めた土地利用の促進

★移住促進

- 移住したい街は、既存住民の住環境充実と同義
 - ・札幌市のベッドタウン化
 - ・海を中心とした自然環境を生かした住環境の整備