



第1次基本計画編

1 基本計画の位置づけ

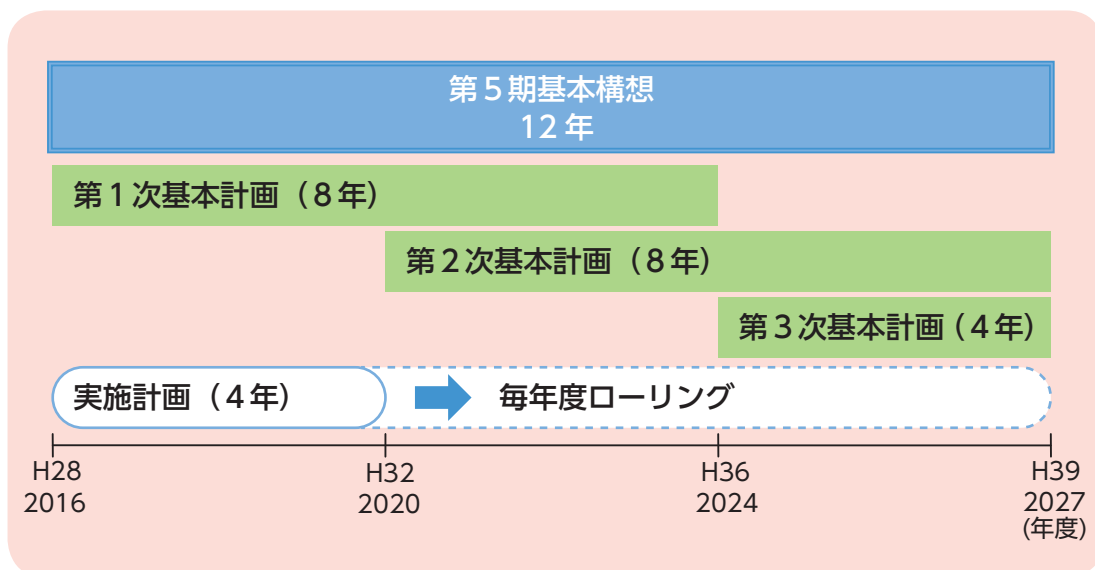
基本計画は、第5期基本構想の「まちづくりの目標」の実現及び「まちづくりの政策」の推進に向け、個別の行政分野ごとに、施策の目的及び体系や施策の展開方向（基本的取組）などを掲げ、今後、具体的な事業を推進していくための指針をなすものです。

基本計画の下には実施計画を置き、基本計画において定めた施策の大綱を、現実の行財政の中でどのように実施していくかを明らかにします。

2 基本計画の計画期間

基本計画（第1次）の計画期間は、平成28（2016）年度～35（2023）年度の8年間としますが、社会経済情勢の変化や国・東京都の政策動向、まちづくりに対する市民ニーズの変化等に的確かつ迅速に対応できるよう、4年ごとを基本に、必要に応じて見直しを行います。

また、基本計画の下に位置づけられる実施計画の計画期間は、平成28（2016）年度～31（2019）年度の4年間とし、1年を経過するごとに検討を加えて修正し、さらに4年の計画を策定するものとします。



図表10 計画期間

3 基本計画の構成

(1) 計画の背景

今後のまちづくりのあり方を明らかにするための前提として、最も基礎的かつ重要な指標である将来人口の推計を示しています。

(2) 計画の目標

計画の背景を踏まえ、計画の目標を明らかにします。

(3) 重点項目

今後8年間を見据えた中で、選択と集中の下、より高い実効力を伴ったまちづくりを展開するため、予算・職員・施設等の限りある行政の経営資源を有効活用し、重点的かつ優先的に推進していく事業群を示しています。

(4) 基本施策の体系

基本構想に掲げた9つの政策の柱と、その下に位置づけられる基本施策の体系を示しています。

(5) 基本施策

基本施策の体系に沿って、基本施策ごとに、施策の目的及び体系や施策の展開方向（基本的取組）を示しています。また、計画策定後、基本的取組の推進による成果を定期的に分析・評価し、その進捗状況に応じて必要な改革・改善を継続して実践するため、各展開方向に設定した指標を示しています。

(6) 基本施策の担当課一覧

基本施策を統括する課と施策に主に関連する課を一覧で示しています。非常に多くの部署に関連する施策や、全ての部署で意識すべき施策などにおいては、総合的なとりまとめを行う部署のみ記載しています。各施策の目的達成のために、記載されている課の枠にとらわれず、組織横断的な取組を行います。

(7) 進捗状況を測定するための指標一覧

基本施策の各展開方向に設定した指標の実績値と目標値を一覧にするとともに、目標値設定の考え方を示しています。

(8) 財政計画

本計画において記載した諸施策を推進し、具体化していくための財政的な裏付けとして、中長期的な見通しに立って、歳入・歳出の両面を先行的に見積もった財政計画を示しています。

II

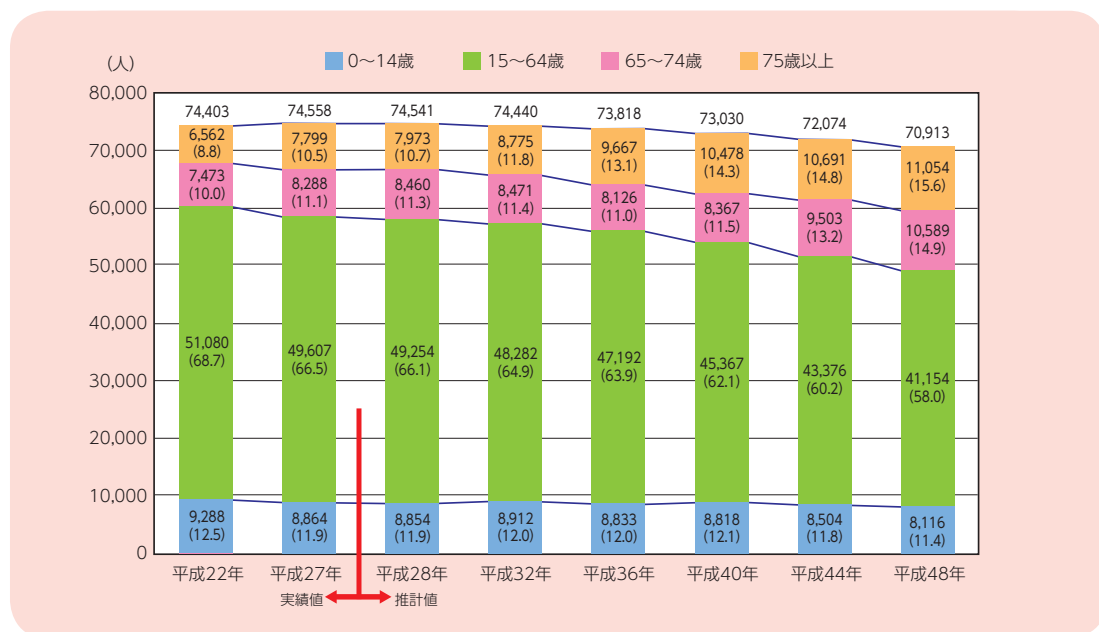
計画の背景

今後の人口動向予測は、これからのまちづくりの方向性を見極める上で、最も基礎的な指標です。全国的に人口減少・超少子高齢社会の到来とそれによる影響が問題視されている状況を踏まえれば、人口動向予測の重要性は以前にも増して高まっています。

基本構想の序論でも明らかにしたとおり、統計的に長期的な人口を推計した結果、このままの状況で推移した場合、今後、国立市の人口は減少傾向に転じ、平成40（2028）年には約73,000人、推計の最終年次である平成48（2036）年には71,000人ほどになると見込まれています。

さらに、その内訳をみると、地域の経済社会を支える中心的な世代ともいえる生産年齢人口（15～64歳）が減少傾向で推移するのに対し、老年人口（65歳以上）の中でも比較的年長の75歳以上人口が一貫して増え続け、平成48（2036）年には対平成27（2015）年比で約1.4倍に増加すると見込まれています。

このような人口構造の変化は、財政の根幹をなす市税の減収を招く一方、扶助費の増加により、財政構造の硬直化に拍車を掛けることが大いに懸念されます。このため、基本構想において、幅広い視点からのアプローチを長期的に続ける必要があることを明らかにし、「まちづくりの目標」の実現により、「人口減少を食い止めることを目指す」としています。本計画においても、この考えを踏まえ、超高齢社会を支える体制の構築と、子育て世代への支援を通じ、人口減少を食い止めることに注力します。あわせて、長期的に課題に取り組めるよう、計画の進捗状況の定期的な点検・評価により、各事業の継続的な改善・改革と、行政の経営資源の最適配分に留意していきます。



図表11 将来人口の推計結果（再掲）

基本構想では、人口減少・超少子高齢社会の到来を見据え、国立市を取り巻く現状を踏まえて期間中に目指すべき理想像である「まちづくりの目標」を以下のように掲げました。

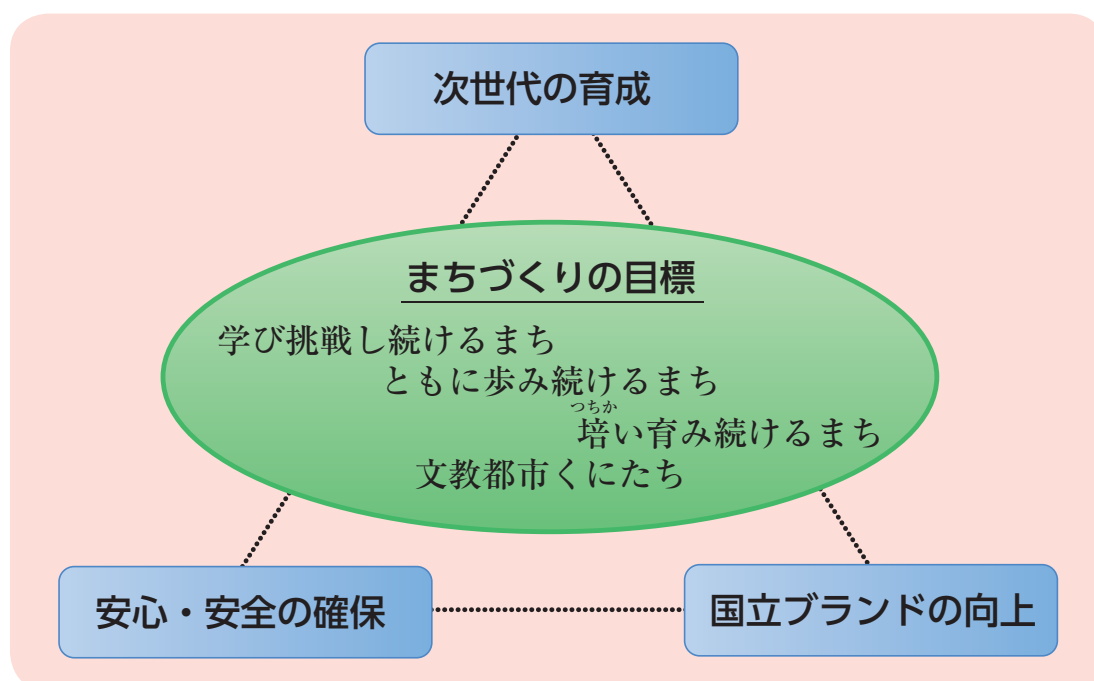
学び挑戦し続けるまち
ともに歩み続けるまち
つちか
つちか 培い育み続けるまち
文教都市くにたち

第1次基本計画においても、これを目標とし、その実現に向けて各施策を推進していきます。

1 重点項目の位置づけ

重点項目とは、国立市が基本構想に掲げた目標である「学び挑戦し続けるまち ともに歩み続けるまち 培い育み続けるまち 文教都市くにたち」の実現に向けて、予算・職員・施設等の限りある行政の経営資源を最適に活用しながら、重点的・優先的に推し進めていく事業群を表すものです。

基本構想においては、優先順位を見極めるための視点として、(1) 次代を担う子どもたちを支え、まちに活気をもたらす「次世代の育成」、(2) 市民の心豊かで安らかな日常と新しい挑戦の土台となる「安心・安全の確保」、(3) 市民のまちに対する誇りや愛着の形成を促し、都市としての相対的な価値や魅力を高める「国立ブランドの向上」の3つを、政策の視点として決めました。この視点により、分野別に整理された政策や基本施策を横断的に捉え直して、重点項目を抽出します。具体的な事業は実施計画において示しますが、これらを有機的に組み合わせ、未来を見据えた持続可能なまちづくりを展開していきます。



図表12 重点項目の構成（再掲）

2 重点項目の内容

重点項目1 次世代の育成

- 超少子高齢社会においては、税収の減少や社会保障費の増加により、将来的に市の財政構造が大きく変化することが想定されています。現状では約3.3人の生産年齢人口で高齢者1人を支えています。平成52年（2040年）頃にはおおむね2人を切る見込みとなっています。
- 人口減少社会における都市間競争は、人口を軸とした展開になることが想定されますが、とりわけ、まちの活力を生み出す子どもや子育て世代の人口や割合が重要となります。子育て世代に選ばれる都市になるためには、「次世代の育成」を主眼に置いたまちづくりが欠かせません。さらに、他都市からの人口流入を図ることだけを考えるのではなく、人口減少社会に対応した地域社会や子どもを産み育てやすい地域社会の形成を図っていくことも必要となります。
- 安定した財政運営の基盤となる点や増え続ける高齢者を支えるための基盤という視点からも「次世代の育成」は重要です。それと同時に、「次世代の育成」は、国立市で育った子どもたちが成長し、国立のまちをより発展させていくという好循環の起点となるものであり、まさに未来に向けた投資といえます。
- このような認識に立ち、今後、これから子どもを産み育てようとする段階から、子育て期の世帯を対象とする支援をより充実させ、教育水準の向上や教育環境の充実を図っていくことで、子育て世代が「住みたい」「住み続けたい」と思える都市となるべく、狙いを定めたまちづくりを推進していきます。

【重点項目の方向性】

No.	方向性
1	妊娠前から子育て期の世帯を対象とする支援の充実
2	文教都市にふさわしい教育水準の向上
3	子育て世代に選ばれる、狙いを定めたまちづくりの展開

重点項目2 安心・安全の確保

- 「安心・安全の確保」は全ての基本で、市民の強い思いがあります。阪神淡路大震災や東日本大震災などの大規模災害を経て、発生確率が高まりつつある首都直下型地震に対する備えのあるまち、犯罪の少ない治安の良いまちに住みたいという市民の強い思いは継続しています。
- 安心・安全の確保は、防災や防犯のみにとどまるものではありません。安心・安全なまちであってこそ、「住みたい」「住み続けたい」まちが実現します。安全なまちであるからこそ、まちに活気を与える若者が住みたいと思うまちであり、また、安心して子どもを育てることができ、高齢者にとっては医療と福祉の連携、地域包括ケアが機能していればこそ安心な老後を送ることができます。
- 安心・安全は、市民生活の土台というべきものです。この土台の上で、市民は心豊かに暮らし、いきいきと活動し、新しいことに挑戦し、日常の楽しみや幸せを感じ取っていきます。
- 土台は安定していてこそ、また、信頼があってこそ機能します。社会情勢が不安定な現代において、今後も継続して「安心・安全」のまちづくりを推進し、土台を守っていくことは、国立市において最も重要な施策の一つです。

【重点項目の方向性】

No.	方向性
1	地震や災害への対策の充実
2	犯罪の少ない治安の良いまちづくりの展開
3	子どもから高齢者まで、全ての世代が心安らかに暮らし、まちでいきいきと活動できる、安心・安全のまちづくりの展開

重点項目3 国立ブランドの向上

- 国立市には、緑あふれる景観や自然と共に、個性的な店舗やまち全体に広がる文化・芸術の気風、歴史の中で培われてきた高い住民意識など、多面的な魅力があります。まちにとっての「ブランド」とは、このような多面的な魅力が折り重なってできる、まちとしての価値です。国立市が活力あるまちとして持続的に発展していくためには、このブランドが欠かせません。
- 「ブランド」の源泉は、市民がまちに対して抱く愛着や誇り、いわゆる「シビックプライド」です。「文教都市くにたち」という言葉が周辺の地域に認知されているのは、市民がその言葉に代表されるまちのあり方に愛着や誇りをもち、先人たちから受け継いできたそれらを次代にも引き継ごうとしているからです。
- そのため「国立ブランド」の要素は、市民が国立市のことをどう捉えているかということにほかなりません。市政世論調査による「国立らしさ」の回答には、「学校が多くある」「教育水準が高い」「閑静な高級住宅街」「文化的」「緑豊か」「景観が優れている」「治安がいい」「繁華街がない」「住民意識が高い」などが多く挙げられています。
- 一方、「ブランド」は、外部から認められてこそのもでもあります。国立市のイメージを南関東の居住者に聞いた認知度インターネット調査では、「みどりが多いまち」「文教都市として教育環境がよいまち」の2項目が国立市のイメージとして挙げられました。また、転入出した市民を対象としたアンケート調査では、「落ち着いて生活できる環境」や「治安」、「習い事や塾の充実度」、「公立小中学校の学力レベル」等が、他市に比べて優れていると評価されました。
- 市民の意識と外部からの評価は一致しており、国立市のブランドイメージは確立されていると言えます。今後は、評価されている点を磨き上げるとともに、マーケティングの観点を取り入れて積極的に情報発信していくことで、国立ブランドの向上へと結びつけることが重要です。これにより、より多くの人々に対し、国立市へ「行ってみたい」「住んでみたい」という意識や行動を喚起することができます。国立市への接触機会の増加（情報交流人口・交流人口）を増やし、ひいては定住人口の増加へとつなげます。

○国立ブランドの向上は、シビックプライドの醸成へとつながり、「住み続けたいまち」への思いにもつながります。国立ブランドの向上によって醸成されたシビックプライドが、さらに国立ブランドを高めていくという好循環を生み出していきます。

【重点項目の方向性】

No.	方向性
1	文化・芸術分野や景観、自然等の国立市のブランドの把握と強化
2	マーケティングの考え方に基づく情報発信と交流人口の増加
3	シビックプライドの醸成による住み続けたいまちづくりの展開





学生懇談会



「20年後のくにたち」検討プロジェクトチーム



市民ワークショップ