

戦略の方向性の検討に向けた考察

1 しごとづくりの視点

(1) 本市の特徴

資料 5 1 ページ「市内従業者数の推移」
2 ページ「産業 3 区分別市内従業者割合の推移」

- ・従業者総数が減少傾向にある中、第三次産業の就業者構成比率は伸び続けている。
(全国的な傾向)

資料 5 4 ページ「男・女別、産業大分類別市内従業者数」
13 ページ「産業大分類別、市内従業者の常住地比率」
3 ページ【参考】「産業 3 区分別従業者割合 2012 年 横須賀市-藤沢市」

- ・市内の業種別従業者数をみると、「卸・小売業」「医療・福祉」など主に域内の人を対象とする業種に従事している人が多い。
また、こういった業種では市内に住み市内で働いている人の割合が高くなっている。

【市内に住み市内で働いている人の主な業種】

「卸・小売業」「生活関連サービス業、娯楽業」「医療・福祉」「サービス業（他に分類されないもの：廃棄物処理業、自動車整備業等）」など

- ・産業 3 区分、また第三次産業の業種別の従業者構成を、本市と人口規模が近似している藤沢市と比較してみると、その構成には大きな違いはみられない。

資料 4 3 ページ「人口減少の段階分析（横須賀市）」
4 ページ【参考】人口減少の段階分析（藤沢市）

- ・現状では藤沢市と人口規模が近似しているものの、将来予測では本市の方が、減少規模が大きく、そのスピードが速いと見込まれることから、将来の域内需要に大きな差が生じると考えられる。

資料5 13 ページ「産業大分類別、市内従業者の常住地比率」

- ・常住地別、業種別の従業者比率をみると製造業、情報通信業などの業種では市外常住の従業者比率が高い。

【市外に住み市内で働いている人の主な業種】

製造業、情報通信業、学術・専門技術サービスなど

資料5 10 ページ「従業地と居住先の状況（従業地：県内市等）」

- ・従業者の自市内従業比率を県内各市町と比較してみると、本市は男・女ともに自市内従業比率が高い状況にある。反面、他市町へ働きに行く人の割合が低いとみることできる。

（2）小括

- ・将来の人口を見据えたとき、本市の場合、藤沢市よりもその減少規模、スピードが速いことが予測される。域内の「ひと」を対象とする業種は人口規模の影響を受けやすいことから、本市ではこうした業種が早く衰退していく恐れがある。また、本市ではそれらの業種に従業する市民の割合が高いことから、将来的な雇用の場に大きな影響を与えると推察される。
- ・将来的には域内需要の縮小が避けられないという認識の中で、①域内のひとを対象とする業種の縮小スピードを最小限に抑えていくこと②域外からの新たな需要を獲得していくことや、域内の人口規模に影響を受けにくい雇用の場を生み出していくことが重要になる。

（3）方向性として

域内需要を維持する

- ・定住人口の増
- ・域内での仕事の発注を増やす

域外からの新たな需要を獲得する

- ・観光業による交流、集客人口を増やす
- ・域外からの需要を喚起する付加価値の高い製品や製品の創出
- ・域内需要の規模に影響を受けにくい企業等の誘致

2 定住促進の視点

(1) 本市の特徴

資料3 7ページ「結婚・子育て世代の転入・転出状況」

- ・本市ではあらゆる年代において転出超過の傾向が大きくなっている。
ただし、20歳代前半の転出超過については進学、就職によるもので、首都圏に近接している本市では、ある程度やむを得ないこととしてみる事ができる。
しかし、30歳代、40歳代における転出超過の傾向は本市の大きな課題と言える。

資料3 9ページ「子どもを持つ世帯の転入・転出状況」

- ・本市の子どもを持つ世帯の転入・転出の状況をみると、転出率については、近隣市町とほぼ同水準にある。一方、転入率については最も低い状況にあることが課題と言える。

資料3 11ページ「横須賀の住み良さ」

資料3 12ページ「横須賀への居留意向（20歳代～40歳代市民）」

資料3 17ページ「市外居住者が捉える「住むまち」としての横須賀」

- ・20歳代から40歳代に対する横須賀の住みよさに関するアンケート結果では、回答者全体の8割が「住みよい」と感じている。また多くの回答者が「住み続けたい」と感じている。
- ・一方で、市外に居住する20歳代から40歳代を対象としたアンケート結果では、本市は「外国人と交流する機会がある」というイメージのみが強く、市民が感じている「気候」「自然環境」「新鮮な農水産物を手にする機会」など、本市の住み良さ、「住むまち」としてのイメージが想起されていない様子が伺える。

資料5 11ページ「常住者の従業先の状況」

12ページ「常住従業者の自市内従業比率」

- ・市内常住の従業者約17万9千人のうち、約4割は市外、6割が市内で従業している。
これを県内市町との比較でみると、自市内従業比率が極めて高いことが伺える。
- ・次に、市外従業者の主な従業先の内訳をみると横浜市・川崎市が2割、東京都特別区が約1割、その他は近隣の市町で、横浜市や都内でも、京浜急行沿線の地域が多くを占めている。

資料5 14 ページ「通勤時間別構成の推移」

15 ページ「通勤時間（中位数）の推移（持ち家、持ち家以外）」

- ・1998年以降、労働者の通勤時間は短縮傾向が続いている。
この傾向は「持ち家以外（賃貸）」だけでなく「持ち家」においても同様にみられる。

（2）小括

- ・30歳代、40歳代の子育て世帯の転入率・転出率を逗子市や葉山町など近隣市町と比べると、本市の場合、特に転入率が低いことが大きな課題である。定住促進を進める上では、この30歳代、40歳代の市外転入者をいかにして増やしていくかが重要になる。
- ・次に、仕事を持つ市民の働き先という点でみると、本市は県内市町村に比べ自市内比率が高い状況にある。一方で、隣接の逗子市、葉山町は自市内従業比率が低く、ベッドタウン的な性格が強いとみることができる。これらの市町と都内、横浜市などへの距離に大きな差がない中で、従業地に偏りがみられるのは本市がベッドタウン的な性格が弱いとみられることもできる。その要因の一つとして、「都市イメージ」が大きく影響しているものと考えられる。
- ・他方、持ち家、持ち家以外のいずれも、労働者の通勤時間は、年々短縮している傾向にある。
- ・以上のことを踏まえ、市外から多くの転入者を呼び込むためには、①市外居住者の本市に対するイメージを変え、ベッドタウンとして選択されるための取り組みを進めていくこと②本市で働く市外に居住する人たちに対して、本市への定住を勧めていくこと③域内に仕事を創ることが重要になる。

（3）方向性として

住むまちとしての魅力を高める政策の充実

- ・30歳代、40歳代に焦点を絞った子育て政策、住宅政策の充実
- ・子育て世代の働きやすさを意識した定住戦略（ワーク・ライフ・バランス）

都市イメージの創造発信

- ・市民が感じている住むまちとしての本市の良さ、優位性の発信
- ・京浜急行沿線、横浜市南部の企業の従業者など、通勤時間を意識した定住戦略
- ・市外に住み、市内に通勤・通学している人に対する定住戦略

域内のしごとを創出する取り組みの推進