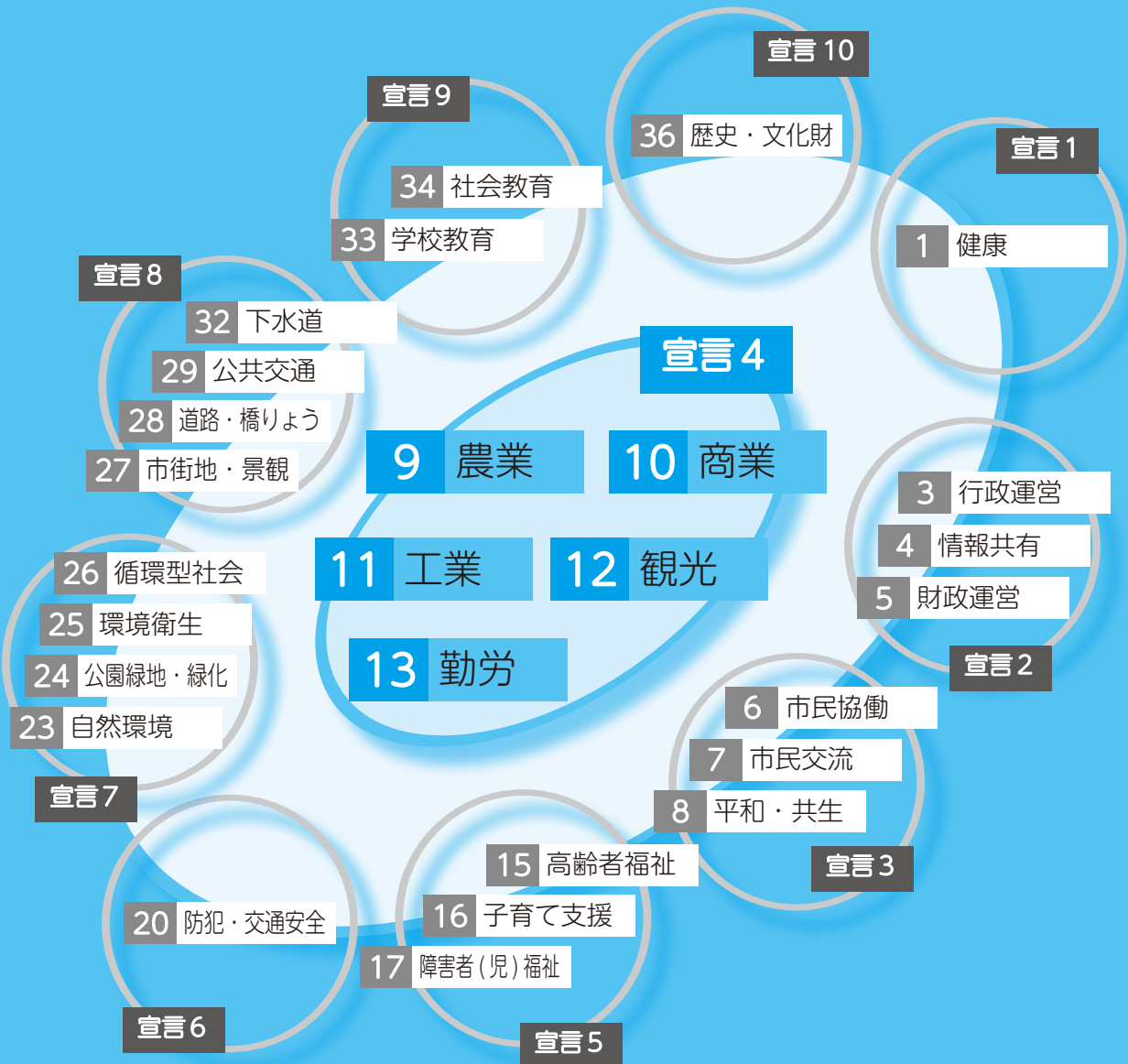


宣言 4

まちににぎわいと活力をもたらす産業を盛り上げます

新たな工業用地の確保や企業の誘致を通じた工業振興や多くの来訪者でにぎわいをもたらす観光産業を一層推進するほか、商業、農業も含めた新たな担い手の育成や既存事業者の活性化を進め、まちを支え、さらなる活力をもたらす産業の確立を目指します。



農業

- 1 農業生産基盤の保全
- 2 農業経営の確立
- 3 農地の活用
- 4 地産地消の推進

1 農業生産基盤の保全

施策 091

<農林治水課・道路維持課>

●現状・課題

本市の農地は、市域の20%弱を占めており、これまでにほ場整備※により農業生産基盤の整備を進めてきました。

近年、食に対する安全意識の高まりなどから、農業の重要性が再認識されている一方、農業従事者の減少や高齢化が問題となっており、今後一層農業生産が健全に行われることが期待されます。

また、ほ場整備地区内に整備された道路や用排水路などの公共施設は、今後も引き続き維持管理が必要となっています。具体的には、資材の搬入や農産物の搬出のために、車両走行に適した道路舗装や草刈りなどの地区要望に基づいた整備が必要となっています。用排水路やため池も、地元要望に基づき草刈りや浚渫、老朽施設の修繕などの対策が必要となっています。



●目指す姿と目標指標

ほ場整備地内の道路整備や用排水路などの維持に市民参加による管理が進み、農業生産基盤が整っています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016年度	2022年度
◆地元要望により整備した用排水路・ため池などの実施率	%	55.4	2009年度	60.0	60.0

地元から要望のあった用排水路・ため池などを整備した実施率。地区により要望内容にばらつきがあるが一定水準を保つのに必要な実施率の維持を目指します。

●施策の展開方向

①用排水路・ため池などの維持管理	用排水路やため池などの維持管理に対する地元要望を的確に把握し、地元土木常設員との施設管理や維持に関する協議を行い、市民参加により事業を推進します。草刈りなどの実施については、積極的に市民に参加してもらえよう補助制度を検討します。
②ほ場整備地内道路の整備	ほ場整備地区内における道路の現状を的確に把握し、計画的な整備を推進します。



ほ場整備 農地の基盤整備事業で、区画の規模・形状の変更、用排水、道路などの整備のほか、農地の利用集積や非農用地（道路や水路など）の創出による土地利用の秩序化などを行う。

2 農業経営の確立

施策 092

<農林治水課>

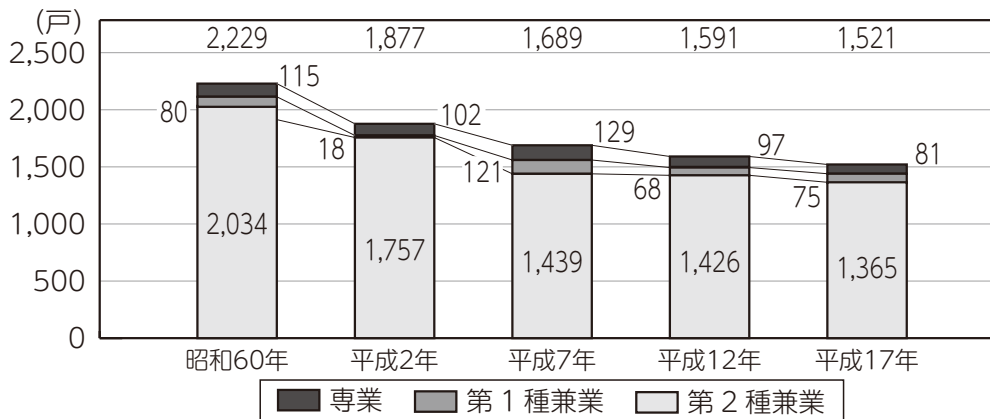
●現状・課題

本市の農業は、水稻や桃・柿などの果樹を中心に行われています。兼業農家が多く、農家全体の94.7%を占めています（平成17年農林業センサス）。また、本市農業を今後推し進めていくことが期待される担い手については高齢化や後継者の他産業への流出などが進み、その減少が懸念されています。

優良農地での水田耕作は、徐々に専業農家や大規模農家に移りつつあります。そうしたなか、本市では、健全な農業経営を促進するため、農業近代化資金等利子補給補助*などにより財政面で農家の支援を行っています。

農業は国の政策に大きく左右されますが、本市としても、効率的かつ安定的な農業経営を目指して、農用地の利用集積、認定農業者*や大規模経営者の育成、農産物ブランドの商品化などを推進し、魅力ある農業を育成していくことが求められています。

農家の種類の推移



(資料 農林業センサス)

●目指す姿と目標指標

犬山産農産物のブランドが確立され、認定農業者や大規模経営者を中心として農業経営が健全に行われています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
		2009年度	2016年度	2022年度	
◆認定農業者数	人	11	14	17	
認定農業者の数。2年間で1人の認定農業者の育成を目指します。					
◆農産物ブランド対象種数	件	2	3	4	
ブランド化できそうな農産物の種類の数。現状の2種類（桃、じねんじょ）から倍増の4種類を目指します。					

●施策の展開方向

①認定農業者・大規模経営者の育成	水稻、野菜、果樹、花卉園芸などの認定農業者を育成し、未利用農地の幹旋などを行い、農地の利用集積化の推進と大規模経営者の健全経営を支援します。
②農業の担い手育成	農家の後継者の確保・育成や新規就農者の養成に努め、野菜農家育成に向けたより実践的な農業講座を開催するなど、農業の担い手を育成します。
③農産物ブランドの推進	果樹ジャムやじねんじょ「夢とろろ」をはじめとした犬山産の農作物を活用（加工）した農産物のブランド化を推進します。

用語解説

農業近代化資金等利子補給補助 農業者などが生産性の向上や農業経営の合理化に必要な施設資金などを融資機関から借りた農業近代化資金及び農業一般資金に係る利子の補給補助を行う制度。

認定農業者 農業経営基盤強化促進法に基づく制度により農業者の農業経営改善計画が市の基本構想などの基準に適合した農業者として、市が認定した者。

序論

基本構想

基本計画

参考資料

●現状・課題

市内の農業振興地域内農用地は、ほ場整備※がほぼ完了した集団的な優良農地となっています。

しかし、農業従事者の減少や高齢化により農業の担い手が不足し、耕作放棄地や管理不十分な農地が増加しています。また、今井地区で昭和52年に実施された今井開拓パイロット事業により70ha余りの果樹園が造成され、ブドウや柿の栽培が行われていましたが、採算性や後継者不足などの理由から農家も撤退し、現在では、大部分が耕作放棄地となっています。

このようななか、近年では野菜づくりを楽しむ人が増えてきており、また、平成21年の農地法改正により企業も農業参入しやすくなり、農業を取り巻く環境も変わってきたことから今井開拓パイロットを活用する新たな方策を打ち出す必要があります。

●目指す姿と目標指標

農業振興地域内の農用地が、食料の安定供給のための優良農地として、また、都市における貴重な緑地空間や保水空間として役割を發揮し、有効に活用されています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016年度	2022年度
◆農用地内耕作放棄地	ha	65.3	2010年度	57.5	49.7

農地パトロール（現地調査）による耕作放棄地の面積。毎年現状値の2%（1.3ha）の耕作放棄地の解消を目指します。

●施策の展開方向

①耕作放棄地の解消と有効活用	耕作放棄地の実態を的確に把握し、耕作できる人に斡旋するなど有効活用を図ります。また、体験学習を通して、生命あるものを育てる仕事を知り、食の大切さに気づき、自分自身の成長に気づく場となる教育ファームや観光農園としての利用なども含め、農地の多面的な有効活用策を検討するほか、民間企業による適正な農業参入を促進します。
②今井開拓パイロットの利活用	アンケートなどにより農地の利活用意向を把握し、グリーン・ツーリズム※や観光農園、市民農園としての活用を含め、長年にわたって耕作放棄されている今井開拓パイロット内の農用地の利活用を図ります。

●重点事業

耕作放棄地解消事業	農地情報の電子化、農地基本台帳及び農地地図のシステム化を図ることで、耕作放棄地の実態を的確に把握し、耕作できる人へ情報発信し、耕作放棄地を解消します。
-----------	---

用語解説

ほ場整備 農地の基盤整備事業で、区画の規模・形状の変更、用排水、道路などの整備のほか、農地の利用集積や非農用地（道路や水路など）の創出による土地利用の秩序化などを行う。

グリーン・ツーリズム 農山漁村地域において自然・文化、農林漁業とのふれ合いや人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動。

4 地産地消の推進

施策 094

<農林治水課>

●現状・課題

近年、食の安全・安心に対する意識が高まり、食料需給や環境問題なども含めて、地産地消^{*}の重要性が一層認識されています。これまで本市では、地元農産物を市内小中学校の給食に納入するためのシステムづくりを行ってきました。納入量も増えて（平成18年度2,686kg－平成21年度12,916kg）きていますが、小中学校の給食に使用する全体量からするとわずかな量にとどまっています。他にも朝市の振興のための支援、農業講演会や農業実践講座の開催などを行ってきました。

このようななか、農業を取り巻く環境は一層厳しくなっており、農業経営においては機械を導入し大規模に作付けしないと採算がとれなくなってきました。また、犬山の土地は畑作に向いていないところが多く、農業者も高齢化してきています。このため、犬山特有の地産地消の推進や農産物の直売所の設置などが求められています。

●目指す姿と目標指標

地域の生産者によって安全・安心な農産物が作られ、朝市や農産物直売所を通して地域の消費者に届けられています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016年度	2022年度
◆学校給食での地元農産物使用量	kg	12,916	2009年度	13,800	14,600

学校給食における市内の朝市出店農家が生産・納品した地元農産物の使用量。毎年1%の増加を目指します。

◆農業実践講座の修了者数	人	274	2010年度	520	760
--------------	---	-----	--------	-----	-----

野菜づくりの実践者を育成するための農業実践講座の修了者数。講座カリキュラムなどの充実を図り、毎年、過去8年間の平均値以上の農業実践講座修了者数を目指します。

●施策の展開方向

①農業生産者の育成	安全・安心な地元農産物の供給に向けて、野菜農家の育成を目的とした農業実践講座を実施し、農業生産者の育成や新規就農者の拡大を図ります。
②地元農産物の消費促進	地場の農産物を地域の消費者に届けるため、直売所の設置を検討し、生産者の販売場所の確保や朝市の活性化を支援します。また、小中学校の給食食材として、地元農産物の利用を促進します。
③農業に触れる機会の確保	市民が自ら農産物の生産を行い、農業に触れることができ、農業の楽しさを認識することができる市民農園の設置を進めるとともに、農業講演会や農業実践講座を開催するなど、農業者と消費者や学校、行政などが一体となって、市民が気軽に農業に触れることができる機会の確保・充実を図ります。

●重点事業

農業実践講座事業	安全・安心な地元農産物の安定供給に向けて、野菜農家を育成するための農業実践講座を実施します。
----------	--

商業

- 1 魅力ある商業地の整備
- 2 中小事業者の育成

1 魅力ある商業地の整備

施策 101

<商工企業振興課>

●現状・課題

商業は、都市を形成する重要な要素の一つです。しかし、モータリゼーション※の進行や郊外型大型店舗への顧客の集中などにより、既存の商店街は衰退が進んでいます。

本市では、平成 12 年度から商店街の販売促進事業や街路灯電灯料などの支援、平成 13 年度より城下町地区における空き店舗の活用への支援に取り組んでいます。

より魅力ある商店街づくりのため、市民と商店街、関係団体との協働によりまちの活性化を図り、既存商店街のにぎわい創出に取り組むとともに、大型店舗の立地に対しては、地域商業の活性化・共存共栄が図られるよう努める必要があります。

●目指す姿と目標指標

地域資源の魅力を活かした商業機能とともに、子育てや介護などの保健・医療・福祉サービスやコミュニティ活動などの市民交流機能も備えた、集客性の高い魅力ある商業地が形成されています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016 年度	2022 年度
◆市内の商店（店舗）で買い物をする人の割合	%	58.0	2010 年度	63.0	68.0

市民意識調査で『市内の商店（店舗）で買い物をしていますか。』の設問に対し、「はい」と回答した市民の割合。全世代で市内の商店（店舗）で買い物をする人の割合を高めるため、年齢別の集計結果のうち最も高い世代（70 歳代 67.8%）を上回ることを目指します。

◆市内の商店が魅力あると思う人の割合	%	21.5	2010 年度	30.0	39.0
--------------------	---	------	---------	------	------

市民意識調査で『市内の商店街には、商品（品揃えや価格など）だけでなく、お店の人や雰囲気、人が交流する場（子育て、介護、コミュニティなど）としての魅力があると思いますか。』の設問に対し、「はい」と回答した市民の割合。全地区で市内の商店が魅力あると思う人の割合を高めるため、地区別の集計結果のうち最も高い地区（池野地区 38.9%）を上回ることを目指します。

●施策の展開方向

①商業機能の充実	おもてなしの心のある商業機能の充実に向けて、城下町地区を中心とした中心市街地や駅周辺地区ではにぎわいの核を形成するとともに、地域では生活拠点として市民の交流や生活サービス提供の場の導入を図ります。
②商店街の魅力づくり	県や犬山まちづくり株式会社、犬山商工会議所をはじめとする関係機関との連携のもと、地域イベントなどとタイアップした活性化事業や空き店舗活用、商業団体等による販促活性化事業などへの補助を活用し、地域の特性を活かした魅力ある商店街づくりを進めます。
③犬山らしい特色ある商業の振興	犬山市商工特産品協会をはじめとする関係機関と連携し、地酒や和菓子などの飲食料品、犬山焼などの伝統工芸品、犬山の農産物など地場製品の流通拡大と地域ブランド化を促進します。また、観光を含めた他産業と連携したイベントの開催による地場産業の普及啓発や新たな地場製品の開発などを進め、犬山らしい特色ある商業を振興します。

●重点事業

空き店舗活用事業費補助事業	城下町地区の 10 指定地域における空き店舗などを活用する事業で、その経費の一部の補助を実施します。
商業団体等事業費補助事業	商業、サービス業を営む中小企業者を主たる構成員とする法人格を有する団体などが実施する事業に要する経費の一部の補助を実施します。

2 中小事業者の育成

施策 102

<商工企業振興課>

●現状・課題

本市の商業は、平成 19 年の商業統計調査によると商店数 642 で従業者数 3,947 人、年間商品販売額 739 億 6,576 万円となっており、事業所の 66.5%が従業者数 5 人未満の小規模企業者となっています。

これまで、融資資金の預託や信用保証料・融資利子補給などの助成制度や中小企業相談所の運営費補助などに努めていますが、近年の景気悪化や地域間の競争が激しくなり、商業を取り巻く環境は厳しさを増しています。大型店や量販店など郊外型・沿道型の店舗の進出などにより顧客の流出が進むなど、商店数は平成 9 年には 752 ありましたが、その数は減少を続けています。

商業の振興は、市民に豊かな生活をもたらすだけでなく、まちの魅力や活力をつくる重要な要素です。地域全体が活力あるまちになるように、国・県や犬山商工会議所などの関係機関との連携のもと、社会経済の動向に合わせた取組みを推進し、中小事業者の育成を進めることが求められています。

●目指す姿と目標指標

中小事業者の経営の安定化・合理化が図られ、魅力ある商店づくりが進み、まちの産業が活性化し元気あふれる地域となっています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016 年度	2022 年度
◆商店数	事業所	642	2007 年度	650	650
「商業統計調査」による商店数。現在、商店数が減少している実態に加えて、これからの超高齢社会の進展の中において、生産年齢人口の増加による現状値の維持を目指します。					
◆商工業融資件数	件	105	2010 年度	160	160
商工業振興資金の融資件数。社会経済の動向の影響が大きいため、過去 5 か年の融資件数の平均値を目指します。					

●施策の展開方向

①経営の安定化・合理化の推進	中小企業の経営の安定化・合理化を進めるため、中小企業相談所の運営費補助を行い、犬山商工会議所をはじめ関係機関と連携して、魅力ある商店経営のための経営診断、指導、研修などの充実を図ります。
②融資制度の活用促進	国・県や関係機関との連携のもと、中小事業者の運転資金及び設備資金のための融資資金の預託や信用保証料などの助成制度など、有効に活用できる取組みを展開するとともに広く周知し、中小事業者の基盤強化並びに活性化を図ります。
③中小事業者の育成	県や犬山まちづくり株式会社、犬山商工会議所をはじめとする関係機関との連携や財政的な支援・協力のもと、経営・技術改善支援、創業者支援、ソーシャルビジネス※支援、空き店舗活用支援、イベントの企画開催や交流の支援などを通して、中小事業者の育成を図るとともに、商店街などの組織基盤を強化します。

用語解説

ソーシャルビジネス 少子高齢化や環境など様々な社会的課題を、ビジネスとしての事業性を確保しながら解決しようとする活動。

工業

- 1 中小企業の振興
- 2 工業用地の確保と企業誘致

1 中小企業の振興

施策 111

<商工企業振興課>

●現状・課題

本市の工業は、平成 20 年の工業統計調査によると事業所数 250 で従業者数 12,877 人、製造品出荷額等 4,515 億 5,934 万円となっており、事業所の 66.4%が従業者数 20 人未満の小規模企業者となっています。

そのような中で、融資資金の預託や信用保証料・融資利子補給などの助成制度や中小企業相談所の運営費補助などを行い、中小企業の振興に取り組んできました。

世界経済の国際化が進み、経済活動の機会が拡大する一方で、国際間・地域間の競争は激しさを増しており、また、平成 20 年の世界同時不況により経済情勢は大きな打撃を受け、本市でも事業所数が平成 10 年には 309 事業所ありましたが、現在の事業所数まで減少し、今後の景気の先行きは不透明な状況であり、工業を取り巻く環境は厳しさを増しています。

しかし、工業の振興は、地域経済の活性化のために重要な役割を担っており、中小企業の経営の安定化・合理化を強化していくことが求められています。

●目指す姿と目標指標

設備の近代化や高度化などを含め、中小企業の経営力や技術力が向上し、まちの産業が活性化し元気あふれる地域となっています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016 年度	2022 年度
◆事業所数	事業所	250	2008 年度	250	250
「工業統計調査」による事業所数。現在事業所数が減少している実態に加えて、これからの超高齢社会の進展の中において、生産年齢人口の増加による現状値の維持を目指します。					
◆商工業融資件数	件	105	2010 年度	160	160
商工業振興資金の融資件数。社会経済の動向の影響が大きいため、過去 5 か年の融資件数の平均値を目指します。					

●施策の展開方向

①経営の安定化・合理化の推進	中小企業の経営の安定化・合理化を進めるため、中小企業相談所の運営を補助し、犬山商工会議所をはじめ関係機関と連携して、企業相談・指導体制の充実を図るとともに、市内事業所への経営支援や技術改善のための支援などに努めます。
②融資制度の活用促進	国・県や関係機関との連携のもと、中小企業者の運転資金及び設備資金のための融資資金の預託や信用保証料などの助成制度など、有効に活用できる取組みを展開するとともに広く周知し、中小企業者の基盤強化並びに活性化を図ります。
③伝統産業の振興・活性化支援	犬山焼や犬山の地酒をはじめとした地域産業資源を活用することにより、業界や関係機関との農商工連携や創業支援、観光産業との連携の強化などに努め、地域ブランド化を促進するなど伝統産業の振興・活性化に取り組めます。

2 工業用地の確保と企業誘致

施策 112

<商工企業振興課>

●現状・課題

本市の工業は、昭和 30 年代後半から急速な発展をとげてきました。これは、名古屋内陸工業地帯の外延化がこの時期に波及してきたことや、本市が昭和 34 年頃から積極的な企業受け入れ体制を整えてきたことによるものです。

市内の工業用地としては、県企業庁の協力を得て、昭和 41 年から羽黒・楽田地区において、また、平成 15 年から高根洞地内において工業用地の分譲を開始し、企業立地を積極的に促進しています。羽黒・楽田地区の犬山市工業団地では 38 企業、高根洞地内の犬山高根洞工業団地では 10 企業が操業しており、安定した雇用と地域経済の活性化につながっています。

地域経済を取り巻く環境が大きく変化し、地方分権が進展する中であって、各自治体においては自立に向けた健全な行財政基盤の確保が必要とされています。

将来に向けさらなる地域経済基盤の確立と雇用の確保のため、環境と調和した工業用地の確保と優良な企業の誘致をしていくことが求められています。

●目指す姿と目標指標

新たな工業用地が確保され、優良企業の誘致や市内企業の工場の拡張などが進み、地域経済を支える工業の振興が図られています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016 年度	2022 年度
◆公共により整備された工業用地面積	ha	92	2009 年度	92	122
県及び市により整備された工業用地と地区計画※の算定により整備された工業用地の合計面積。これまでの製造出荷額の伸び率を今後も確保するため必要な新しい工業用地の確保を目指します。					
◆工業用地に立地した事業所数	事業所	48	2009 年度	48	54
工業用地に立地した事業所の数。新たに拡大した工業用地や、既存の工業用地で未利用な用地へ新しい事業所を誘致することで、製造出荷額伸び率の確保を目指します。					

●施策の展開方向

①工業用地の確保	総合計画（土地利用計画）のもとに工業用地の確保を図り、環境と調和した工業団地の整備を進めます。
②企業の誘致	県や関係機関との連携のもと、地域の特性や強みを活かした優良企業の誘致を促進するとともに、市内企業の工場拡張など地元企業の基盤強化を支援します。また、企業誘致においては、国、県や関係機関との連携のもと有効な助成制度の活用を図ります。

●重点事業

工業用地造成事業	新しい優良な企業を誘致するため、環境と調和した工業用地の整備を行います。
企業誘致推進事業	新たに拡大する工業用地や既存の工業用地で未利用な用地などへ、国や県との連携のもと有効な助成制度の活用を図りながら、企業誘致を進めます。

用語解説

地区計画 都市計画法に定められた制度で、地区の課題や特徴を踏まえ、住民と市町村が連携しながら、地区の特性にふさわしいまちづくりを誘導するための手法。

観光

- 1 観光資源の整備・充実
- 2 観光宣伝・情報発信の充実
- 3 観光推進体制の充実

1 観光資源の整備・充実

施策 121

<観光課>

●現状・課題

本市の観光客は、その約 60%が県内から、約 80%が中部地方からの観光客が占めており、その多くが日帰りで訪れています。観光客による市内の経済効果を高めるには、名古屋から電車で 25 分、中部国際空港から 55 分という交通の利を活かして、国内外を問わず宿泊客をいかに獲得するかが重要な課題となっています。

そのためには、犬山城を中心とした歴史文化や自然、さらには公共施設・民間を問わず既存の多彩な観光資源を活用した振興策の創造や新たな観光資源もさらに発掘し、観光客が市内の多くの観光施設を訪れることにより滞在時間を延ばすなど、宿泊客を増やしていくための取組みを進めていくことが求められています。

●目指す姿と目標指標

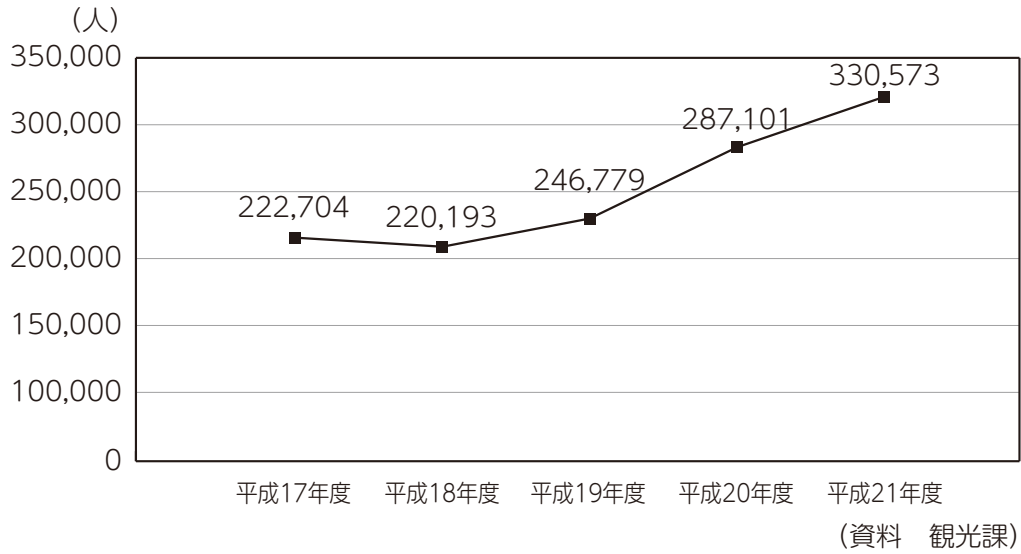
それぞれの観光資源の魅力が増し、観光資源をめぐる滞在型の観光が定着しており、犬山城を中心とした城下町地区が観光客でにぎわっています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016 年度	2022 年度
◆犬山城登閣者数	人	330,573	2009 年度	400,000	400,000
犬山城の年間登閣者数。年間 40 万人の水準を目指します。					
◆木曾川うかい観覧者数	人	21,373	2009 年度	28,000	30,000
木曾川うかいの年間乗客数。年間 3 万人の水準を目指します。					

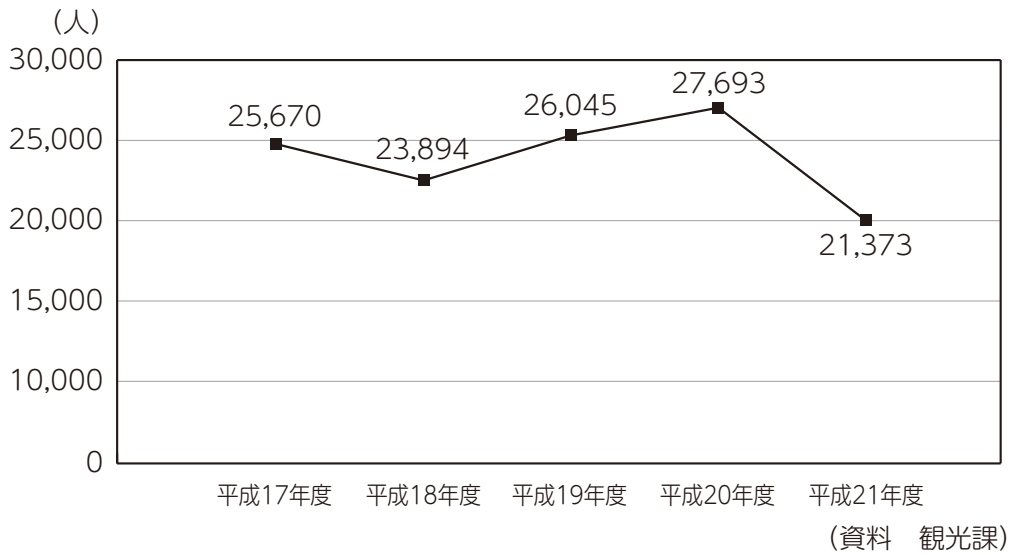
●施策の展開方向

①観光資源の魅力向上と新たな資源の活用	犬山城を中心とした城下町地区の町並み、歴史、文化、伝統を活かした観光客増加を図ります。新たな観光振興として、整備が進んだ電線類等の地中化や道路の美装化により歩きやすくなった城下町地区や犬山遊園駅から犬山城への桜並木の遊歩道など、歩いて楽しむことができるまちづくりを進めるほか、1300 年の歴史をもつ伝統文化である「木曾川うかい」や伝統的建造物など「本物」を求めて訪れる人が増えるまちづくりを進めます。なお、鶯飼については、老朽化した鶯管理事務所の改築にあわせ、鶯飼実演の機会や場を設ける検討を行います。
②滞在型観光の推進	木曾川を軸とする広域観光連携により犬山での滞在時間を延ばすことで宿泊客の増加を図ります。
③観光地を結ぶ交通体系の整備	関係機関等と連携し、来訪者が犬山城を拠点として博物館明治村、野外民族博物館リトルワールドや日本モンキーパークなど市内各地に点在している多彩なテーマパークや四季折々の豊かな自然を楽しむことができ、円滑に観光地間を移動できる環境の充実を図ります。また、駐車場が不足している場所については、観光客用駐車場の充実を図ります。

犬山城登閣者数の推移



木曾川うかい観覧者数の推移



犬山城



木曾川うかい

●現状・課題

現在、市や犬山市観光協会では、主にパンフレットやホームページ、観光宣伝キャンペーンなどを通して、観光宣伝の情報発信を行っています。

また、名古屋圏観光宣伝協議会や犬山・各務原広域観光推進協議会、木曾川夢空間事業連絡会など、複数の市町で広域観光圏を形成することで、遠方都市や近隣市町への宣伝活動を行ってきました。近年では、行政だけでなく、企業とも連携し犬山の宣伝を行っており、こうした活動によって徐々に認知度は高まり、新規の観光客も増加傾向にあります。

しかし、都市間競争が激しさを増しており、他の観光地との差別化を図り、二度、三度と犬山を訪れたいようになるように、多くの人々の注目を惹きつける新しい企画や、観光PR方法などの検討が課題となっています。近年は、観光ニーズが多様化し、情報媒体も多様化・高度化しており、また、犬山へ観光に訪れる人々の多くは、本市が平成22年度に実施した観光実態調査や市民意識調査によると、テレビ・ラジオの紹介や旅行雑誌、インターネットなど様々な方法で事前に調べて訪れています。今後は、観光客が求めるニーズを的確に把握するとともに、多様なメディアを有効に活用した効果的な情報発信が求められています。

●目指す姿と目標指標

効果的に観光地犬山の宣伝や情報発信が行われており、新規の観光客も増加し、近隣、遠方を問わず多くの観光客が訪れる観光地となっています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016年度	2022年度
◆ホームページ閲覧者数	人	6,392	2009年度	9,000	12,000

市観光情報（犬山市観光協会）ホームページの1日の平均閲覧者数。携帯電話用ホームページによる情報発信の充実を図ることで、年平均5%増のアクセス数を目指します。

●施策の展開方向

①観光宣伝・情報発信の充実	犬山観光に関するホームページを拡大、充実したり、多様なメディアを活用し、より積極的な情報発信に努めます。また、ビジットジャパンキャンペーン※の目標に向け、外国人観光客の誘致に向けた海外への情報発信などインバウンド誘致活動※を推進します。
②広域観光圏における誘客活動	名古屋圏観光宣伝協議会、犬山・各務原広域観光推進協議会、木曾川夢空間事業連絡会などの広域観光圏による事業の実施を通して、観光客の集客や海外でのインバウンド誘致活動を積極的に進めます。
③「犬山ブランド」の確立	犬山観光のブランド力を高めるとともに、効果的に新しい企画を実施することでマスコミへの掲載を拡大するなど、県外での犬山の認知度や知名度を高め、イメージアップを図ります。

●重点事業

「犬山ブランド」推進事業	県外での認知度や知名度を高めるため、新たな企画を実施することでマスコミへの掲載を増強し、犬山の歴史、文化を活かした観光PRを国内外に向けて実施します。
--------------	---

用語解説

ビジットジャパンキャンペーン 国（国土交通省）が主導する外国人旅行者の訪日推進キャンペーン。

インバウンド誘致活動 外国人旅行者の訪日推進活動全般を指す。

3 観光推進体制の充実

施策 123

<観光課>

●現状・課題

本市が実施した観光実態調査（平成 22 年度）の結果から、観光のきっかけとなるのは、家族や友人・知人からの紹介のほか、前回訪問時の印象が大きく影響していることがわかります。

また、訪問時の印象として、目的地の周辺まではたどり着くことができても、駐車場の場所がわからなかったり、入口が目立たなかったり、道路や建物などの形状が変わっていたりなどで、迷うことが多々あるとの意見も多く、効果的な案内看板の設置や観光案内所でのきめ細かい対応をしていくことが必要です。

また、専門性が高いボランティアガイドの育成や、城下町地区などを散策する際に課題となっている観光客向けの休憩・食事場所の確保なども求められています。

●目指す姿と目標指標

案内看板や観光案内所を利用して、観光客が不便を感じることなく犬山観光を楽しむことができます。また、質の高い観光案内をいつでも聞くことができるようになっています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016 年度	2022 年度
◆観光案内所の利用者数	人	75,006	2009 年	12,000	12,000

市内 2 箇所（犬山駅構内・城前広場）に設置されている観光案内所の利用者数。観光案内所の利便性を高めることにより利用者の拡大を図り、城下町地区を訪れる観光入込客数の 30% を目指します。

◆ボランティアガイドに対する満足度	%	80.0	2009 年	85.0	100.0
-------------------	---	------	--------	------	-------

来訪者意識調査で『ボランティアガイドを利用した感想』に関する設問に対し、「満足」又は「どちらかといえば満足」と回答した来訪者（ボランティアガイド利用者）の割合。ボランティアガイドの育成により、観光客の満足度 100% を目指します。

●施策の展開方向

①わかりやすい看板の設置	文字の大きさや色、絵や図の挿入、多言語表記などの工夫を行い、高齢者や障害者、外国人にもわかりやすい統一した案内看板を効率的に設置します。
②観光案内所の充実	様々な観光客の要望に応えられる、きめ細かな対応ができるように観光案内所の機能の強化やスタッフを増員するとともに、観光マップの充実を図ります。
③ボランティアガイドの充実	ボランティアガイドの知識や話術の向上を図ることに加え、海外からの観光客にも満足していただけるように、通訳ボランティアガイドを育成し、受入れ態勢を充実させます。
④接客術の向上	犬山に来訪した観光客へのおもてなしを強化するため、観光業に携わる人々の接客マナーの向上を図り、観光客による口コミ宣伝の効果を引き出します。
⑤休憩・食事場所の充実	城下町地区における休憩・食事場所を掲載したマップ作成や雑誌、ホームページを通じた様々な店舗紹介のほか、飲食店とタイアップしたサービスを行い、様々な方法での各店舗への誘客に努めます。また、来訪者が増加するキャンペーン時などには臨時的店舗を設置するなど、来訪者の利便性を高める休憩・食事場所づくりを進めます。

勤 労

- 1 雇用環境の向上
- 2 勤労者福祉の充実

1 雇用環境の向上

施策 131

<商工企業振興課>

●現状・課題

市内の事業所に従事している従業者は、事業所・企業統計調査によると平成8年度 33,918 人から平成 18 年度 33,296 人となっており、大幅な増減はありませんが、将来的には超高齢社会が進み、労働者人口の減少が予測されています。

また、近年、グローバル化※や情報化の進展などによる産業構造の変化、フリーター※やニート※の増加、非正規雇用や外国人労働力の増加など雇用形態の多様化による賃金格差の拡大など、雇用環境は大きく変化しています。

本市では、こうした環境の変化の中にあっても、誰もが安心して働くことができる雇用環境を確保するため、雇用情報の提供やキャリア形成※機会の創出、勤労者一般退職金共済などの加入促進の支援などに努めてきました。

これからも安定した雇用の確保と勤労者福祉に関する制度の周知・啓発を図るとともに、仕事と生活の調和を確保するワーク・ライフ・バランス※の推進などにより、市民一人ひとりが働きやすい環境整備をしていくことが求められています。

●目指す姿と目標指標

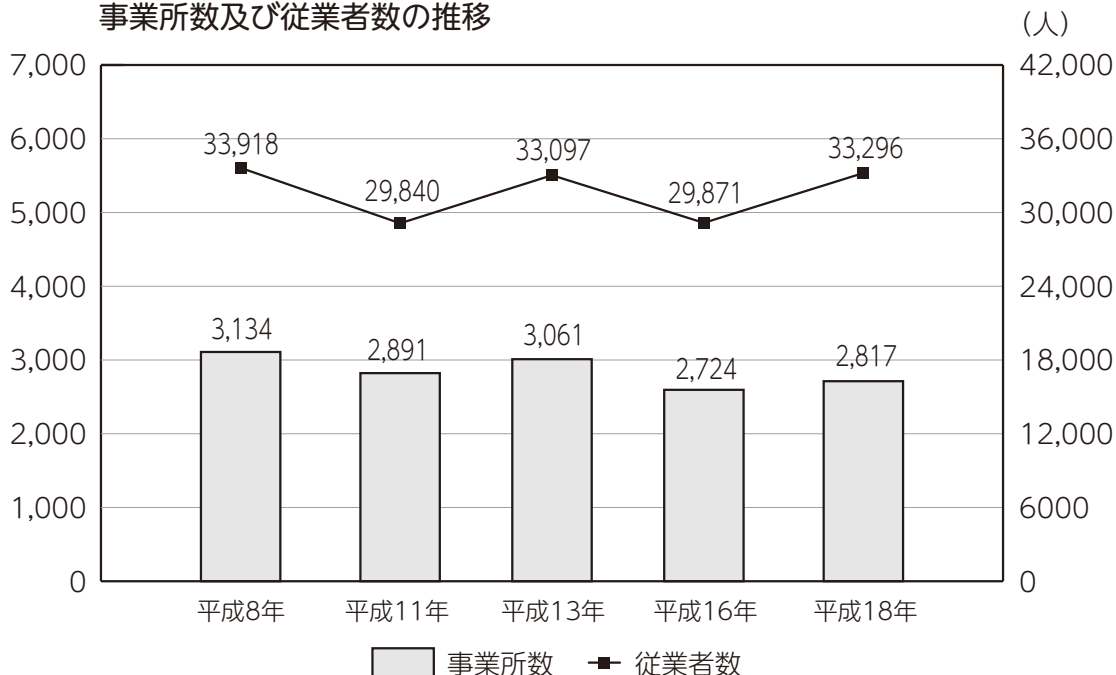
性別や年齢を問わず市民の勤労意欲に応じて、誰もが働きやすい雇用環境が整っています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016 年度	2022 年度
◆従業者総数	人	33,296	2006 年度	33,500	35,000
「事業所・企業統計調査」による従業者総数。工業用地の拡大などにより新しい事業所を誘致することで従業者数の増加を目指します。					
◆仕事と生活の調和がとれていると思う市民割合	%	54.8	2010 年度	62.5	70.0
市民意識調査で『仕事と生活の調和がとれていると思いますか。』の設問に対し、「はい」と回答した働いている市民の割合。全世代で仕事と生活の調和を高めるため、年齢別の集計結果のうち最も高い世代（29 歳以下・69.6%）を上回ることを目指します。					

●施策の展開方向

①雇用の確保	地元企業の振興を図るとともに、企業誘致の促進や工業団地の整備を推進することにより、雇用の場の確保に努めます。
②雇用の支援	関係機関や企業との連携のもと、フリーターやニートなど、若年者や女性、高齢者、障害者などへの雇用情報の提供やキャリア形成機会の創出など、雇用の支援に取り組みます。
③雇用環境の整備	事業者に対する人材活用や継続雇用制度、育児・介護休業制度の周知と啓発を図るとともに、ワーク・ライフ・バランスを推進し、雇用環境の向上に取り組みます。

事業所数及び従業者数の推移



(資料 事業所・企業統計調査)

●重点事業

工業用地造成事業	新しい優良な企業を誘致するため、環境と調和した工業用地の整備を行います。
企業誘致推進事業	新たに拡大する工業用地や既存の工業用地で未利用な用地などへ、国や県との連携のもと有効な助成制度の活用を図りながら、企業誘致を進めます。

用語解説

グローバル化 経済、文化、政治、環境問題など人類の活動とその影響が、国家や地域の境界を超え、地球規模で一体化していく現象のこと。

フリーター 日本で正社員以外の就労形態（アルバイトやパートタイマーなど）で生計を立てている人を指す言葉。和製の造語（「フリーランス・アルバイト」の略称）。

ニート 「仕事につかず、就学もしていないし、就労のための訓練も受けていない人」 Not in Employment, Education or Training の略称。

キャリア形成 労働者が自らの職業生活設計に即して必要な職業訓練などを受ける機会が確保され、必要な実務経験を積み重ね、実践的な職業能力を形成すること。

ワーク・ライフ・バランス 「仕事と生活の調和」の意味で、働きながら私生活も充実させられるように職場や社会環境を整えること。

●現状・課題

本市では、企業、勤労者、行政が一体となって、勤労者福祉の取組みを推進するための指針となる愛知県勤労者福祉推進ビジョンに基づき、継続雇用制度等の普及や効果的な福利厚生制度の充実・支援などの取組みを進め、勤労者の就業環境の向上に努めてきました。

一方、平成18年の事業所・企業統計調査によると、本市においては、従業員数10人未満の事業所が全体の79.4%を占めており、このような小規模事業所は大規模事業所と比べると景気動向の影響を受けやすく、また、福利厚生など勤労者福祉の面でも格差が大きいとされています。

このため、市民が働きやすい環境を整備し、ゆとりある生活が実現されるよう、勤労者福祉を一層充実していくことが求められています。

また、勤労青少年ホームでは、勤労青少年の余暇活動の充実をサポートするため、料理、着物の着付け、茶道、華道などの教養講座やクラブ活動などを開催していますが、全体の利用では勤労青少年の利用割合が低く、特に男性の利用が少ない状況となっているため、施設の活用促進を図ることが必要です。

●目指す姿と目標指標

勤労青少年ホームが勤労者や青少年の余暇活動に有効に活用されるなど、勤労者福祉が充実し、勤労者が働きがいや生きがいを実感しています。

目標指標	単位	現状値		目標値	
				2016年度	2022年度
◆労働相談の開設日回数	回	12	2010年度	12	24
労働者福祉に関する労働相談の開設日の回数。現在の月1回の開催から、従業員数の増加に伴う相談実態に合わせて月2回の開催を目指します。					
◆勤労青少年ホーム教養講座開催日数	日	90	2009年度	100	110
勤労青少年を対象に実施する教養講座の開催日数。お茶やお花など文化的な講座以外に、新たな講座の充実を図り、講座開催日数110日を目指します。					

●施策の展開方向

①勤労者融資制度の活用	勤労者生活資金や住宅資金融資制度などの勤労者融資制度の活用に取り組みます。
②勤労者福祉制度の周知と啓発	関係機関や企業と連携し、各種共済事業の充実や中小企業退職金共済制度の加入など、勤労者福祉制度の充実を図るとともに、制度の有効活用に向けた周知・啓発に取り組みます。
③勤労青少年ホームの有効活用	勤労青少年のニーズを反映した教養講座やクラブ活動の充実に努めるなど、勤労青少年ホームの有効活用を図ります。中でも、男の料理教室、スポーツ系の教室など男性が参加しやすい講座を開催していきます。