

# 犬山市まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案)

## パブリックコメント実施中です！！

犬山市では、人口減少と経済縮小という課題解決に向けて「犬山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を平成28年3月末に策定する予定です。これまで市民のみなさんからいただいた、たくさんのお意見・提案をもとに議論を重ねた結果、本冊子のおり総合戦略(素案)を作成しました。

この素案(冊子)をごらんいただき、市民のみなさんから意見・提案をいただきたいと考え、下記期間においてパブリックコメントを実施しております。

いただいた貴重な意見・提案は総合戦略の完成に向けて参考とし活用するとともに、期間終了後は市の考え方をまとめ、頂戴した意見と併せて公表いたします。是非とも意見・提案をお寄せください！

### ●パブリックコメントの対象案件

犬山市まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案)(この冊子です)

### ●募集期間

平成28年2月23日(火)～3月11日(金)(17時15分まで)

### ●素案の掲載(閲覧)場所

- ・犬山市ホームページ([http://www.city.inuyama.aichi.jp/public\\_comment/index.html](http://www.city.inuyama.aichi.jp/public_comment/index.html))
- ・犬山市役所1階ロビー
- ・犬山市役所4階秘書企画課
- ・各出張所(城東・羽黒・池野・楽田)
- ・犬山市立図書館

※閲覧時間は各施設の開庁・開館時です(ホームページは除く)

### ●ご意見等の提出方法

参考として提出用紙を作成しておりますが、どんな様式でも結構です。住所・氏名・電話番号を記入の上、FAX、郵送、Eメールまたは市役所秘書企画課まで直接提出してください。

○FAX 0568-44-0360

○郵送 〒484-8501 犬山市大字犬山字東畑36番地 犬山市役所秘書企画課あて

○E-mail 010100@city.inuyama.lg.jp

※各出張所でも直接提出していただけます。

※匿名及び電話や口頭による意見は受付できませんのでご了承ください

【お問合せ先 犬山市役所 秘書企画課企画担当 電話0568-44-0312】

※写真・イラストは、今後追加・変更する場合があります。

※レイアウト等も現時点のもので、変更する場合があります。



# 犬山市まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定

市民のみなさんへ[メッセージ]

(山田市長)



# 犬山市 まち・ひと・しごと創生総合戦略

## < 目 次 >

### 序章 はじめに

1	背景・目的	1
2	位置づけと計画期	1
3	市民等の参加	2
4	犬山市の特徴と課題の整理	3

### 1章 人口ビジョン

1	人口ビジョン(将来人口の目標)を設定します	5
---	-----------------------	---

### 2章 まち・ひと・しごと創生総合戦略

1	総合戦略の基本的な考え方	7
2	目指す方向性と達成のために必要な目標	8
3	戦略の方向性と目標及び目標達成のための重点事業	9
4	事業一覧	26
5	特集“犬山の未来を考え隊”のとりくみについて	29
6	計画の推進は市民と行政が一緒になってすすめます	31
7	計画策定の周知	32
8	用語解説	34

# 序章 はじめに

## 1 背景と目的 =なぜ総合戦略が必要なのか？

日本の人口は平成 21 年(2008 年)をピークに減少局面に入っており、人口構成も大きく変化しています。犬山市においても、平成 21 年をピークに、人口は減少傾向に転じ、若年世代の流出、晩婚化、晩産化傾向などもあり、出生率の低下も見られます。地域の経済も縮小傾向です。このまま、今、手を打たなければ、将来の犬山を支える子どもたちに安心できる未来を残すことが出来ません。

このため、今後も不安のない、安定した市民の「暮らし」を守り、市全体に活力があり自立したまちを維持していくため、「犬山市まち・ひと・しごと創生総合戦略(人口ビジョン・総合戦略)」を策定しました。

### (犬山市の状況)

- 人口は減少傾向にあり、少子高齢化が進展している
- 経済規模及び財政規模が縮減していく社会情勢に的確に対応し、活力ある犬山市を維持する必要がある

課題克服のため「犬山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定します

## 2 位置付けと計画期間

「犬山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、上記の状況を改善することに特化した計画です。

国と愛知県の総合戦略を踏まえ、目指すべき人口の目標である「人口ビジョン」と人口減少の克服や地方創生に資する戦略を取りまとめた「総合戦略」で構成します。

市の最上位計画であり全体計画である「第5次犬山市総合計画」をはじめ、各個別計画と整合を図りながら施策を進めます。計画期間は次のとおりとします。

人口ビジョン	2060年
総合戦略	平成27年度～31年度

### 3 計画づくりから市民等が参画

人口ビジョン及び総合戦略の策定にあたり、幅広い意見・提案をいただきました。

これは、完成した後も市民・行政と一緒に「戦略」を実践していきたい！という思いがあり、策定の段階からあらゆる機会を設け、関わりを持っていただいたものです。

具体的には、「産学官金労言」など幅広い分野からの参画による「いいね！いぬやま総合戦略推進会議」、市内外住民に対するアンケート調査、転入出者窓口アンケート、若い市民と職員によるワーキンググループ「犬山の未来を考え隊」、企業・学校・子育てサークル・老人クラブ・地域の祭りなど様々な場所に出かけグループインタビューなどにより意見を募った「訪問型アプローチ」、幅広い市民の参画によるワークショップ「いいね！いぬやま総合戦略THE・市民会議」を実施。本当にたくさんの方から幅広いご意見・ご提案をいただき、完成に至りました。

#### みなさんの思い

- アンケート調査  
(若年者調査、転入出者、老人クラブ)
- 市外居住者調査
- インターネットアンケート

#### みなさんの意見・提案

- 犬山の未来を考え隊
- 訪問型アプローチ
- いいね！いぬやま総合戦略THE市民会議

#### 外部組織からの提言

- いいね！いぬやま総合戦略推進会議

みなさんと幅広い意見・提案を集め、課題を見つけ・共有し、今、必要な対策(目指す方向性と実施する事業)を考えました



## 4 策定のヒントがここにある！(犬山市の特徴と課題の整理)

これまで各所で実施した訪問型アプローチでのグループインタビュー、市民アンケート、各種統計情報、いいね！いぬやま総合戦略推進会議などで丁寧に重ねてきた議論をもとに、犬山市の状況を整理したところ、「特徴」と「課題」がはっきりと浮かび上がりました。これは戦略策定のための重要なヒントです！

これらの強みを伸ばして、弱みをしっかりと改善すれば、必ず、持続可能な活気あるまちであり続けることができると考えます。

※ 特徴(●)と課題(●)を色別に分類

### (1) まちの状況

#### ● 誇れるものは「伝統文化」「地域の祭り」「豊かな自然」「城（城下町）」

- ・各種意向調査結果から、特に「**豊かな自然**」と「**城**」に対する市民の思いは強く見られます。
- ・伝統文化や自然、地域の祭りなど固有の資源を郷土の誇りとして大切に守り、**愛着を深めていくことが大切**です。
- ・また、市民一人ひとりがその魅力をおもてなしの心で発信し、市外から訪れる人との**ふれあいと交流を深めることが重要**です。

#### ● 「地域のつながり」「人の優しさ」を実感できる

- ・推進会議やグループインタビュー等では、地域コミュニティやボランティアなどの活動が活発に行われており、**市民同士のふれあいや市民と地域のつながり**など、人の優しさを実感できるまちであるとの声も多く聞かれます。

#### ● 地域内の融和を求める声も

- ・一方で、従前からの居住者と新たな移住者の融和が課題という声もあり、**新しく来た人を受け入れる開放的な風土の形成が求められます**。



#### ● 観光客数は順調に増加傾向にあるが・・・

- ・平成 26 年に犬山城年間登閣者数が 50 万人に達し、過去最高を記録しました。一方、観光の恩恵が市域全体に行き渡っておらず、飲食・宿泊・小売りに加え、**農業を始め様々な産業分野への面的な拡がりが必要**です。
- ・加えて、観光地としてのブランド力を市全体で高めることにより、「**通過点**」ではなく「**目的地**」として選ばれ、宿泊者数増や、インパウンド需要等にも繋げていくことが求められています。

#### ● インフラの整備も重要

- ・各種調査では「災害が少なく安全なまち」と評価する意見がある一方で、**街路灯の設置や歩行者が安全に利用できる道路環境の整備**など、安心・安全のまちづくりをさらに進めることを求める声も聞かれます。
- ・交通渋滞による移動上の不便さを訴える声や、子育て世代・学生からは「**公園が憩いの場となるといい**」という声も聞かれ、快適な生活を支えるインフラの整備が期待されています。

#### ● 犬山の魅力や情報を効果的に発信することが必要

- ・観光面での魅力を様々なメディアを通じて積極的にPRするだけでなく、犬山の「**住むまち**」としての魅力を内外へ**効果的に発信**することが求められています。
- ・快適な住環境と自然の豊かさをあわせ持つ、多様な選択肢がある暮らしをアピールすることで、ステータス性を高めるなど、**戦略的なプロモーションを展開し、子育て世代から選ばれ、暮らしたくなるまちを実現**することが必要です。



## (2) ひとの状況

### ● 20歳代女性の転出が多く、子どもの生まれる数も減少

- ・人口全体は減少傾向にあります。若年世代はピーク時から25%減、特に20歳代の減少が顕著となっています。

### ● 宅地開発と地域人口の増加に相関関係がある

- ・国勢調査によると、当市のDID地区(人口集中地区)の人口は平成7年から平成22年まで増加を続けています。一方、近年の地区別人口の推移を見ると、犬山地区、城東地区、池野地区は増加していますが、羽黒地区、楽田地区は、平成17年以降の10年間で減少に転じています。
- ・城東地区、池野地区は、**大型団地などの宅地開発の影響により、人口が増加してきた経緯**があり、子育て世代の転入により、年少人口(0-14歳)の割合も上昇しています。

### ● 30歳代は流入傾向にある

- ・30歳代は転入増の傾向であり、あわせて9歳以下の転入も平均して増加傾向にあります。
- ・転入出の傾向として、**名古屋市を含む近隣市町間での移動が多くなっています。**

### ● 晩婚化・晩産化が進む

- ・本市においても、全国同様に未婚率が高まり、晩婚化、晩産化が進行しています。
- ・**初婚年齢の平均は**、男性30.9歳、女性29.0歳で、男女ともに県平均を上回っており、理想の結婚年齢(市民アンケート)より**実際には2歳程高くなっています。**
- ・未婚率も男女ともに上昇傾向で、30歳代前半では男性の約2人に1人、女性の約3人に1人が独身となっています。市民意識調査によると「**結婚したい**」という意向を持つ未婚者は**7割を超えて**おり、「**結婚しない理由**」の1位は「**出会う機会がない**」となっています。

## (3) しごとの状況

### ● 基幹産業は製造業

- ・本市における就業構造をみると、男女ともに「**製造業**」従事者が多くなっています(H22 男7,523人。女2,979人)。雇用の受け皿として、また市の産業を支える中心的存在として「**工業**」の影響が大きくなっています。

### ● 商業は非常に厳しい状況

- ・経済センサス基礎調査(H19→H24)によると、商店数は642店から434店に**200店以上減少**しており、年間販売額も、739億6,576万円から613億2,200万円へ**100億円以上の減少**となっています。

### ● 市内で買い物をする人の割合が極端に低下

- ・総合(全品目)60.5%→33.2%、買回り品50.7%→10.7%の減少がみられ(H12→H23)、買い物や飲食の出来る**商業施設の充実を望む声**や、**農作物の直売所**など地産地消を求める声も多くあります。

### ● 耕作者の高齢化や農地保全の対応が必要

- ・耕作放棄率は農地全体の14.3%に及び、県平均(11.7%)より高くなっています。耕作者の高齢化や担い手不足に伴い、将来耕作できなくなる、いわゆる「**耕作放棄地予備軍**」も潜在しています。

### ● 女性・高齢者・若者が活躍できる支援・仕組みが必要

- ・**女性の活躍の場**として、**多様で魅力的な働き方を実現できる環境の整備**が求められています。
- ・65歳以上の老年人口は27.3%(H27)に達しており、今後、高齢化がさらに進行する中で、**高齢者の活力を活かした地域づくり**が求められています。高齢者をはじめ女性や若者など多様な主体が新たに地域の担い手となり活躍できるよう、**人材の発掘と育成が必要**です。

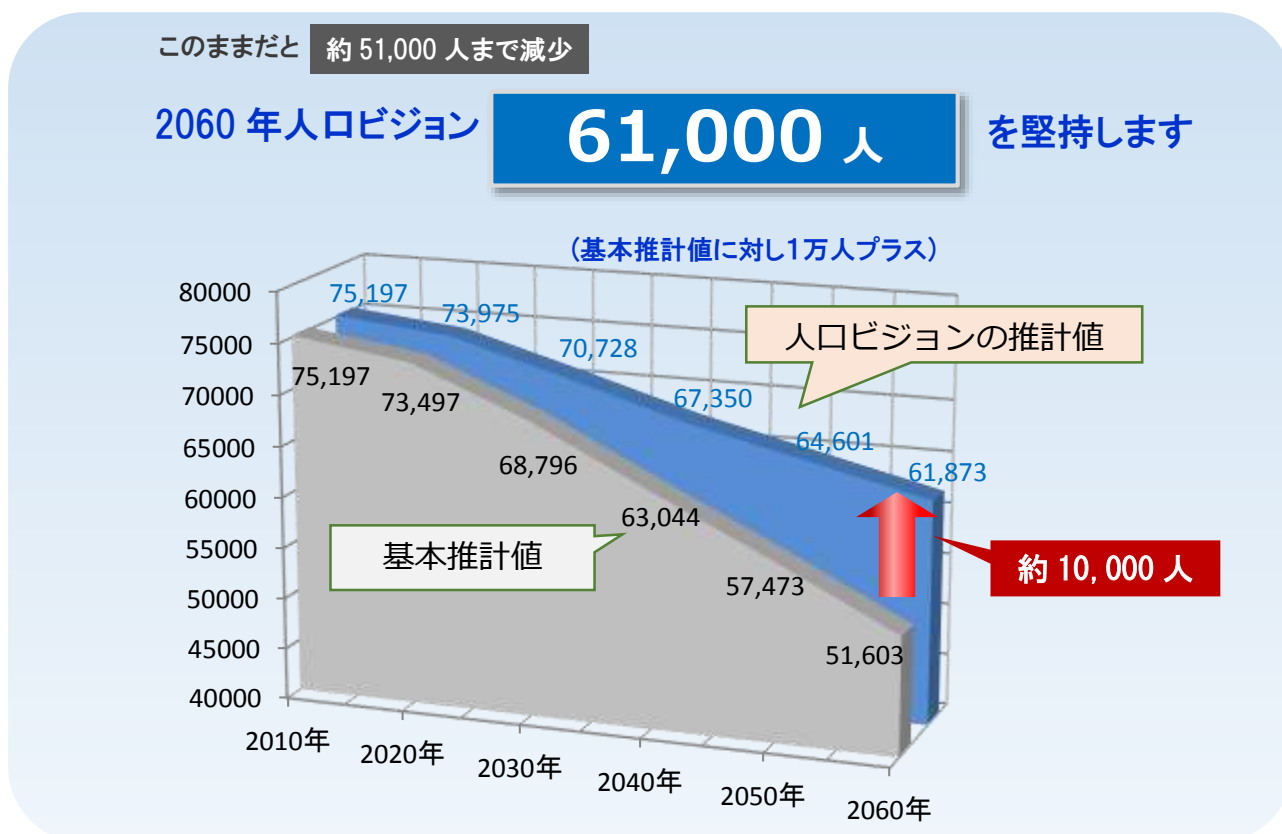
# 1 章 人口ビジョン

## 1 将来人口の目標(人口ビジョン)をどこに置くのか？

将来の人口を推計すると(基本推計値※)、2060年(45年後)に人口は約51,000人と予測されます。

これは、現在から約2万4千人減少することになり、持続可能なまちづくりを進めるため、人口減少の改善が必要です。犬山市は基本推計値に対し約1万人増の61,000人を目指し取り組んでいきます。

※国勢調査値による国立社会保障人口問題研究所の推計を基に、移動率について、より直近の値に置き換えて求めた推計値



### ● 目標人口61,000人達成のために何が必要なのか？

#### 出生率を高めます

(合計特殊出生率)

2015年:1.57→2040年:2.07の実現

国及び愛知県人口ビジョンに準拠する出生率の確保

- ・若い世代の婚姻率を高める
- ・市民の出産・子育ての希望を叶える

#### 移動率を改善します

移動率改善(0~9、25~34歳移動増60人/年) ※2014年比

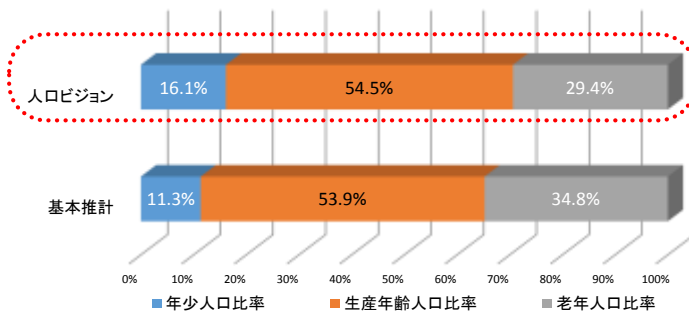
- ・若年世帯の転出を抑えつつ、転入増を誘導する
- ・居住地として選ばれるよう魅力を高める

## ● 61,000人を達成すると何が変わるのか？

### 年齢構成比が改善

少子高齢化による人口減少は、地域経済の縮小や担い手不足、税収の減少にもつながり、将来の市民サービスへの影響が懸念されます。行政サービスを維持し、持続可能なまちづくりを進めるためには、一定人口の維持が必要です。

61,000人の人口ビジョン(人口の目標)を達成することで、少子高齢化の傾向に歯止めをかけ、生産年齢人口の維持に繋げることができます。



改善のために

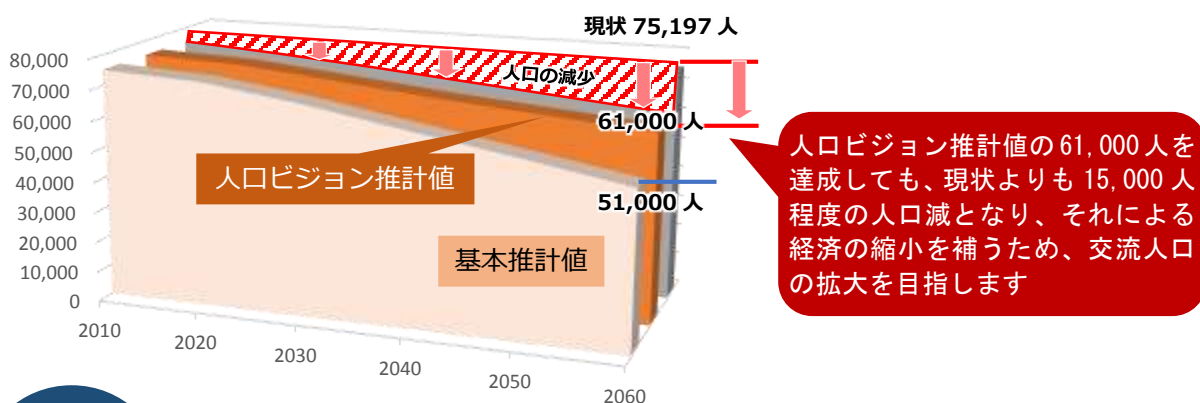
子育て施策の充実、定住促進事業、住環境の整備、など

## ● 人口減少を補うにはどうすれば良いのか？

### 犬山市に訪れる人を増やします

人口ビジョンの総人口(2060年)は61,000人ですが、ピーク時の人口と比べると15,000人近くの人口が減少することになります。

一方で、観光客数は増加を続けています。通勤・通学などによる昼間人口やインバウンドを含む観光、短期居住など広い意味での交流人口は、消費による地域経済の活性化につながり、地域の賑わいを取り戻すために大きな役割が期待できます。定住促進に加え、交流人口を意識したまちづくりを進めることが重要です。



改善のために

シティプロモーションの展開、観光振興、など

実現のためには、犬山に必要な「具体的な戦略」が求められます

# 2 章 総合戦略

## 1 総合戦略の基本的な考え方

総合戦略では、人口ビジョンに示した、人口減少状況を改善し、目標とする人口61,000人を達成するとともに、経済の縮小を改善していくため、今後5年間に取り組むべき目標と事業を設定します。

### 戦略策定の目的

#### ①人口減少を食い止める

【人口ビジョン】

2060年の総人口

61,000人

を達成するには

出生率の向上

社会移動の改善

交流人口（滞在人口）の拡大

が必要

#### ②経済の縮小を改善する

上記2つの目的に特化した5年間に取り組むべき目標と事業の設定が必要

### 戦略策定の考え方(視点)

#### 新しい価値の創造

新しくゼロから生み出すだけでなく、今ある制度や仕組みを工夫したり、既存のサービスを組み合わせたりして新しい価値を創り出し、より良いサービスに繋がります。

#### 地域資源をフル活用

地域にある多様な資源を磨き上げ、フル活用します。

#### チャレンジと突破

さまざまな分野において課題の本質を捉え、打開する方法を見つけ、市をあげてあらゆる手段を尽くしてチャレンジします。そして突破を図ります。

#### 人づくりを強く意識

最も大切なのは「人」。人と人とのふれあいを大切にし、地域を愛する気持ちを高めることにより、誰もが活躍できる、誰もが行ってみたいくなる、住み続けたいくなる、そして豊かな気持ちを感じるまちになることができると考えます。

## 2 目指す方向性と達成のために必要な目標

前ページ「戦略策定の考え方」を踏まえ、戦略が目指す方向性と必要な目標を定めました

### 戦略の方向性

犬山に暮らす人も 犬山を訪れた人も

## “豊かさを実感できるまち”

犬山に暮らす人も、犬山を訪れた人も、誰もが地域でのふれあいを通して、犬山の暮らしに心の豊かさを実感できるまちづくりを進めることが大切です。

市外の人にも犬山の魅力を広く知ってもらい、行ってみたいと思われるまちであり、活躍したいまちとなり、子どもからお年寄りまで市民一人ひとりが、犬山の暮らしに豊かさを実感し、これからずっと住み続けたいと思えるまちを目指します。

### “豊かさを実感できるまち”の達成に必要な目標

3つの「まち」の実現で「犬山をもっと好き」になる！

#### 暮らしたいまち

「自然や農が近くにある暮らし」など、犬山らしい暮らし方・価値観を提案し「住んでみたい」まちになり、「住むまち」の魅力を高め「いつまでも住み続けたいまち」になります。

#### 活躍したいまち

女性や若者、高齢者を始め「しごとがあり、誰もが活躍できる居場所と出番があるまち」になります。地域に応じた多様な主体の活動を全力で応援します。

#### 訪れたいまち

犬山の地域資源の魅力を市外と市内の両方に広めることで「たくさんの人が交流する、市域全体がにぎわいの絶えないまち」になります。特に「犬山を大切に誇りに思う気持ち」を育みます。

### 総合戦略に具体的なとりくみを設定

実現のために5年間に最優先してとりくむべき目標と行うべき事業を定めました。

### 3 戦略の方向性と基本目標及び目標達成のための重点事業

## 戦略の方向性 豊かさ

人口減少と経済縮小克服のために 2015 年から 2019 年の 5 年間で  
最優先に取り組む目標と重点事業

### ◎基本目標

女性

基本目標 気持ちいい住環境

“暮らしたいまち”がある

ねらい

住んでほしい 住み続けてほしい

- ・幹線道路沿いの商業施設誘致にチャレンジ。買い物の不便さを解消し生活都市としての魅力を高める。
- ・「自然や農が近くにある暮らし」など、犬山ならではの新たな暮らし方の価値観を提案し「住むまち」としての魅力を市内外に効果的に情報発信することで、都市ブランド力を高め「住みたいまち」を実現。
- ・定住を促すため、空き家や低未利用地の活用、民間活力を活かした住宅の整備など、魅力ある住環境づくりに挑戦
- ・幹線道路や鉄道駅を核として買い物や交通の利便性の良さを活かした「まちの魅力」を向上。
- ・若者世代・子育て世代の市内定住に向け、UIJターン、就業の支援に加え、子育てと仕事の両立のため、多様な子育て支援を展開。小児医療や教育環境の充実なども加えて、若者が安心して結婚し、子を産み、育てることができる社会の実現に挑戦する。

#### ★チャレンジする重点事業★

- |                   |                            |
|-------------------|----------------------------|
| ① 子ども医療費全額助成の拡充   | ⑥ 地域の集いの場開設支援事業            |
| ② わかりやすい子育て情報の発信  | ⑦ ふるさと定住促進サポート事業(UIJターン支援) |
| ③ 育ちを支える“わ”づくり事業  | ⑧ 空き家活用！事業                 |
| ④ 新たな商業施設誘致にチャレンジ | ⑨ 里山・田園集落活性化事業             |
| ⑤ 住環境(インフラ等)の整備   | ⑩ 奨学金で犬山定住促進！事業            |

学校

若者

子育て  
世代

働く世代

Etc.



本戦略では、市民アンケートや訪問型アプローチ等で頂いた意見・提案を元に「犬山市の特徴を課題」を整理し、課題解決のために具体的な目標を設定するとともに、この5年間で最優先して取り組むべき重点事業を定めました。

## を実感できるまち

高齢者

### 基本目標 居場所と出番

NPO

## “活躍したいまち”がある

ねらい

しごとがある 誰もが活躍できる

企業

- ・新たな起業や地域ブランドが生まれる環境と仕組みづくりにチャレンジする。
- ・基幹産業である「工業」充実のため、新たな工業団地の整備等を進め雇用の場を確保。
- ・「祭り・伝統文化」等を通じた地域内の融和・地域力の向上にチャレンジ。
- ・すべての子どもが自信と希望(目標)を持つことができるよう、あらゆる世代の人や地域と関わりを持ちながら自ら学び、成長できる環境を整える。
- ・女性や若者、高齢者を始め多様な主体が活躍できる居場所と出番づくりを応援する。
- ・地域に応じた多様な地域活動を応援する。また地域の課題を自らが解決しようとする取組みを応援する。
- ・地元大学などの教育機関が活躍する場と機会の確保を重視。学校と学生の力を地域課題の解決に活かす。

#### ★チャレンジする重点事業★

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| ① がんばる企業と新たな起業を応援事業  | ⑤ みんなで地域力UP! にチャレンジ |
| ② 新たな地域ブランド開発を応援! 事業 | ⑥ 自治基本条例策定          |
| ③ 金融機関・犬山商工会議所との連携強化 | ⑦ 犬山の特色ある教育を推進      |
| ④ シルバーと若者が農業に挑戦! 事業  | ⑧ 子育て・自分育ちプロジェクト    |
|                      | ⑨ 市民活動の更なる支援        |

外国人

### 基本目標 人の交流

学生

## “訪れたいまち”がある

ねらい

住む人の誇りを高め 訪れたい人が増える

- ・全ての取り組みを市内外に広めるシティプロモーションを展開。効果的な情報発信・地域の絆強化・郷土愛の醸成を図る。
- ・「豊かな自然」「城」「伝統文化」「人の優しさ」など、犬山が誇る地域資源を活かして「犬山ファン」や「心から地元を誇りに思う気持ち」をはぐくむ。住む人が地域への誇りを高め、市外の人にも魅力的な「訪れたいまち」を目指す。
- ・「観光」を戦略的に展開。観光を基軸に地域資源を活かしながら、多様な分野と連携。観光を産業として裾野を上げ産業全体の強化に挑戦。重点とする視点は「新しい観光の魅力発掘」であり、特に「体験」「人の交流」「滞在」をテーマに展開。

#### ★チャレンジする重点事業★

- ① 戦略ある“観光まちづくり”の推進事業
- ② ふるさと納税制度の活用とクラウドファンディングの導入
- ③ シティプロモーションの積極的展開

女性

# “暮らしたいまち”がある

## 特徴と課題

- 市内で買い物をする人の割合が極端に低下
- 宅地開発が地域の人口を増加させてきた経緯がある
- 若年女性が転出。子どもの生まれる数も減少。子育てしやすい環境と支援が必要
- 30歳代は流入傾向にある

ねらい 住んでほしい 住み続けてほしい！

## 5年間のすすめかた

- 幹線道路沿いの商業施設誘致にチャレンジ。買い物の不便さを解消し生活都市としての魅力を高めます。
- 「自然や農が近くにある暮らし」など、犬山ならではの新たな暮らし方の価値観を提案。「住むまちとしての魅力を市内外に効果的に発信することで、都市ブランド力を高め、「住みたいまち」を実現します。
- 定住を促すため、空き家や低未利用地の活用、民間活力を活かした住宅の整備など、魅力ある住環境づくりに挑戦します。
- 幹線道路や鉄道駅を核として、買い物や交通の利便性の良さを活かした「まちの魅力」を向上します。
- 若者世代、子育て世代の市内定住に向け、UIJターン、就業の支援に加え、子育てと仕事の両立のため、多様な子育て支援を展開。小児医療や教育環境の充実なども加えて、若者が安心して結婚し、子を産み、育てることができる社会の実現に挑戦します。

### 目標指標(KPI)

#### 合計特殊出生率



1.57 1.63

### 目標指標(KPI)

#### 社会移動人口



-85人 転入出増減0  
転出超過

### 目標指標(KPI)

#### 今後も犬山市に住み続けたいと考える市民割合



83% 90%



## 1 子ども医療費は中学卒業まで全額助成します

(子ども医療費助成)

安心して子育てができるよう、子どもにかかる経済的な負担を軽くすることが求められています。

平成28年度から、中学3年生までの医療費(医療機関に通院や入院をした場合や、院外処方箋により保険薬局で薬を受け取った場合)を全額助成します。不安なく医療を受けていただき、若い世代の子育ての希望を叶えます。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- 子ども医療費助成の拡充  
中学3年生までは、本人負担額の全額を市が助成  
高校1年生から3年生までは本人負担額の2/3を市が助成(自己負担は1/3)

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

## 2 わかりやすい子育て情報を発信します

(市ホームページリニューアル事業・わかりやすい子育て情報の発信にチャレンジ!事業)

子育てに関する情報をまとめて得られる場は子育て世代にとって、とても重要であると考えます。

「広報いぬやま」にある子育て情報コーナーをさらに充実します。また、市ホームページのリニューアルに伴い、子育てに関する行政情報を一元化する特設ページをつくり、行政からのお知らせだけでなく、市民のみなさんからの情報も積極的に発信します。

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

### チャレンジする主な取組み

- 広報いぬやま「子育て情報コーナー」の更なる充実
- 市ホームページのリニューアルに伴い「子育ての専用ページ」を特設

## 3 育ちを支える「わ」づくりをすすめます

(0歳児のマイ保育園事業ほか)

「子育てしやすいまち」の実現には、子を育てる親子に地域の様々な人が関わりを持ち、子育てを支えることが重要と考えています。

子育ての負担感や不安感を軽くして、これから親になる人や将来の世代に、子育ての喜びを伝えることが大切だと考えます。

地域全体が地域の子どもを見守り、育ちを支えることができるような「わ」づくりを積極的に進めます。

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

### チャレンジする主な取組み

- ベビワン訪問事業(主任児童委員による赤ちゃん訪問)
- 中学生の子育て体験事業の強化(中学生が赤ちゃんに触れ合う機会をつくります)
- 0歳児のマイ保育園事業(母子手帳交付時にマイ保育園を登録。出産前は赤ちゃんに触れ合うプレ体験・出産後には赤ちゃんとの交流など、保育園が子育ての不安を和らげる身近な場所になります)

## 4 あらたな商業施設を積極的に呼び込みます

(第5次犬山市総合計画の見直し ほか)

市内の幹線道路のうち、いくつかの路線を「商業集積ライン」とし、道路沿いへの商業系施設の誘致を積極的に呼び込みます。買い物の不便さを改善し「住むまち」としての魅力を高めます。

そのために、第5次犬山市総合計画などの見直しを行い、民間のチカラを引出し、支援できるような体制をつくります。

### チャレンジする主な取組み

- 商業施設を誘致するために必要な調査と検討を実施
- 商業施設を呼び込みたい幹線道路を設定
- 第5次犬山市総合計画などの見直し

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

## 5 住環境(インフラなど)を整えます

(都市計画道路整備・地区計画道路整備・道路維持修繕改修)

犬山がもっと暮らしやすいまちになるよう、公共交通網や道路などのインフラをしっかりと整備することはとても大切です。

市街化区域内の低・未利用地が活用しやすくなるような効果の高まる道路整備を進め、民間のチカラを活かした宅地化を促進します。

渋滞の改善が期待されるような幹線道路の整備を優先して進めます。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- 重要な幹線道路を整備(富岡荒井線、犬山富士線など)
- 地区計画道路の整備
- 安全で快適に生活できるよう道路・橋梁等の修繕や街路灯を設置・修繕
- 利便性を更に向上するコミュニティバス運行事業
- 市街化区域内の低・未利用地の整備

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

## 6 地域の集いの場づくりを応援します

(地域の集いの場開設支援事業)

地域での仲間づくりや、生きがいの支援、介護予防に繋がる活動など、高齢の方が住みなれた地元で、いつまでも安心して暮らすことができるような仕組みづくり(地域包括ケアシステム)を進めています。

そのための取り組みの一つとして、地域の「集いの場」を自ら開設しようとする熱意ある団体を支援します。

高齢者だけでなく、あらゆる世代の誰もが自由に集まることができる「集いの場」づくりを応援します。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- 地域の集いの場開設支援事業  
地域の集会場などを利用し、地域の高齢者をはじめあらゆる世代が主体となって介護予防事業などを行う場合の「集いの場」開設に必要な支援を行います。

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

## 7 帰ろう ふるさと犬山へ 暮らそう 働く犬山で

(ふるさと定住促進サポート事業)

市内の親と同居、もしくは親の近くに住みUターン定住する子ども世帯に対して、住宅のリフォーム・購入・新築等費用の一部を補助します。

市外在住で市内に勤務する人が市内に定住するUターンに対して住宅の購入や新築にかかる費用の一部を補助します。

犬山に魅力を感じてUターンする皆さんを応援します！

写真・イラストなど

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

### チャレンジする主な取組み

- ふるさと定住促進サポート事業  
同居支援型(リフォーム、取得、新築)の場合：費用の1/2、または上限60万円を補助  
近居支援型(取得、新築)の場合：費用の1/2、または上限20万円を補助
- 在勤支援型(取得、新築)の場合：上限20万円を補助

## 8 空き家の活用をすすめます

(空き家活用事業)

空き家のデータベースを整備しながら、空き家をまちの資源として利活用が進むように取り組みます。

定住促進や地域の活性化を目指し、積極的に利活用できるように、犬山の魅力紹介などと併せて空き家の情報提供(空き家バンク)を進めます。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- 空き家情報提供(空き家バンク)の実施
- 犬山の魅力がわかるポータルサイトの開設
- 空き家に関する相談窓口の拡充・連携

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

## 9 「里山に住む」仕組みづくりに挑戦します

(里山・田園集落活性化事業ほか)

栗栖や今井などの里山・田園集落の活性化を図るため、地域資源を活かした定住促進を進めます。空き家活用や地域活動に関わる人たちへの住宅サポートなどに取り組みます。

また、木曾川を中心とした水辺を活かして地域の活性化に繋がる取り組みを進めます。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取り組み

- 里山・田園集落活性化事業
- 水辺を活かしたまちづくりプロジェクト

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

## 10 奨学金補助で犬山への定住を促進します

(奨学金補助で犬山定住事業)

奨学金を受けている学生さんが、卒業後、犬山市内に居住する場合に、奨学金返還の一部を市が補助して定住を促します。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取り組み

- 奨学金補助で犬山定住促進！事業

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

# “活躍したいまち”がある

## 特徴と課題

- 商店数が減少するなど商業は非常に厳しい状況
- 雇用の受け皿・市の産業を支える中心として工業の影響が大きい
- 女性・高齢者・若者など誰もが活躍できる支援や仕組みが必要
- 耕作者の高齢化や農地保全の対応が必要

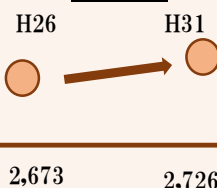
ねらい しごとがある！誰もが活躍できる！

## 5年間のすすめかた

- 新たな起業や地域ブランドが生まれる環境と仕組みづくりにチャレンジします。
- 基幹産業である「工業」充実のため、新たな工業団地の整備等を進めるなど「しごとの場」をつくりま
- 「祭り・伝統文化」等を通じた地域内の融和・地域力の向上にチャレンジします。
- すべての子どもが自信と希望(目標)を持つことができるよう、あらゆる世代の人や地域と関わりを持ちながら自ら学び、成長できる環境を整えます。
- 女性や若者、高齢者を始め多様な主体が活躍できる居場所と出番をつくりま
- 地域に応じた多様な活動を応援します。地域の課題を自らが解決しようとする取組を応援します。
- 地元大学などの教育機関が活躍する場と機会の確保を重視します。学校と学生の力を地域課題の解決に活かします。

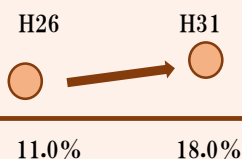
### 目標指標(KPI)

#### 事業所数



### 目標指標(KPI)

#### 市民活動に参加している市民の割合



## 1 がんばる企業と新たな起業を応援します

(企業支援ワンストップ型プラットフォーム運営事業・小規模企業設備投資支援事業ほか)

市内でがんばる企業や新たに起業したい人が抱える様々な悩みを解決するために、気軽に相談できるワンストップ窓口をつくります。情報提供・相談などの丁寧な支援を行い「犬山は起業・創業がしやすいね」といわれるような体制づくりを進めます。

がんばる小規模事業者の販路開拓等、持続的発展を支援します。

起業をはじめ、その人の生き方に合った多様な働き方を応援します。

写真・イラストなど

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

### チャレンジする主な取組み

- 企業の操業や起業したい人を応援する仕組みをつくりま  
す(ワンストップ型相談窓口の設置・創業支援事業計画の  
策定)
- がんばる小規模経営者の設備投資を支援  
(小規模企業設備投資支援事業)
- 女性や若者など様々な人が気軽に参加できるような  
起業セミナーを開催します  
(商工会議所主催の起業セミナー開催の支援)
- 持続化補助金・産業振興事業補助金  
(経営計画書作成の推進)

## 2 新たな地域ブランド開発を応援します

(特産品等を通じた犬山PR事業・6次産業化支援事業ほか)

自慢できる名物がたくさんあることで、まちの魅力が一層高まります。犬山ドッグをはじめ、多くの名物や特産品が生まれ、磨かれるよう、様々な取組みを支援します。

特に、市内で作る農産物等を加工して新たな地域ブランドや商品を開発する事業を応援します。

犬山の特産品を市外に向けて売り込むための営業活動を官民一体となってどんどん仕掛けます。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- 特産品・工業製品を通じた市外への犬山PR作戦
- 新たに開発・商品化した事業者に対する設備投資、  
販売促進動等の助成(6次産業化支援事業など)

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

## 3 犬山の活性化へ金融機関・商工会議所・市が連携

(金融機関・商工会議所との連携強化)

総合戦略の推進においては、多様な主体との関わりが重要です。取り分け、金融機関や商工会議所と連携することは、経済の活性化、子育て支援、教育など幅広い分野での展開が期待できます。

平成 28 年 2 月 3 日に締結した「地方創生にかかる包括連携協力に関する協定」においては犬山商工会議所及び 12 の金融機関と包括協定を結びました。今後はこの協定に基づき、有益な取組を検討し、実施していきます。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- 連携事業候補の洗い出し
- リーディングプロジェクト(先行事業)の抽出・検討・実施

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

## 4 シルバーと若者が農業に挑戦！

(シルバーと若者が農業に初挑戦！事業)

高齢者が社会に参画し、活躍する場を広げることとを応援するとともに、市の農業活性化を図るため、(公社)シルバー人材センター会員による高齢農家の農作業支援やセンターによる農園事業の実施体制構築を支援します。

また、農業にチャレンジする若者への技術支援など、農業を中心とした異年齢の交流活性化を目指します。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- シルバー人材センターによる農の拠点づくり
- 高齢農家の農作業お手伝い体制の構築
- 農業を始めたい(もしくは農業をがんばっている)若者に対する技術支援など

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案



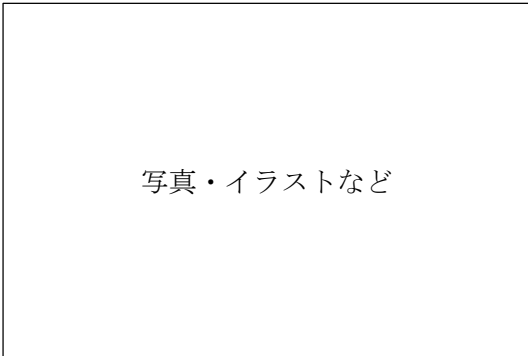
## 5 みんなで地域力UP！にチャレンジ

(総力協議会パイロットプロジェクト)

犬山市では、そこに住む人たちの手によって、地域ごとの特性を活かしたまちづくりが進められています。

今後は、町内会、コミュニティ、自治会、学校、事業所、子供会など、様々な団体が地域の課題解決のための活動に一丸となって取り組むことで、郷土を深く愛する気持ちを高め、さらに魅力ある地域づくりの実現を応援します。

また、活動の中で、地域を支える人材が育つような取り組みを、行政と市民が一緒になって進めます。



写真・イラストなど

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

### チャレンジする主な取り組み

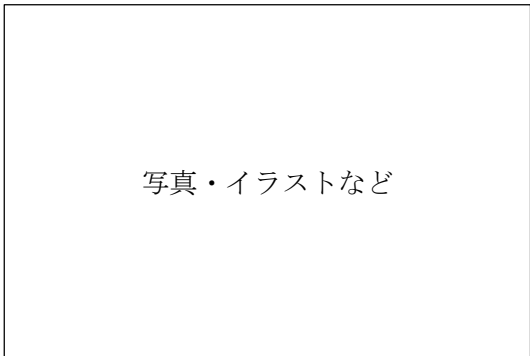
- “総力” 協議会パイロットプロジェクト  
モデル地域の設定、地域で活動する団体等の調査、ワークショップを通じた課題などの抽出、地域の将来像、などを検討し実践するモデル事業に取り組みます

## 6 市民が主役のまちづくりルールをつくりましょう

(自治基本条例制定)

地域の課題を克服していくため、市民と行政はそれぞれの役割を認識し、協働のまちづくりを進めることが大切です。

住民が地域を守り、活気を持っていきいきと暮らせるようなまちの担い手となっていくことを目指し、地域づくりの考え方や地域活動等における基本的なルールを制定します。



写真・イラストなど

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

### チャレンジする主な取り組み

- 自治基本条例制定

## 7 犬山らしい教育をすすめます

(教育委員会基本条例制定・大綱の策定/小中学校営繕工事)

これまで行ってきた犬山市独自の教育の取組みについて、内容をしっかりと検証し公表します。

基本的な考え方を市民のみなさんに知っていただくため、成果も含め、分かりやすくお伝えする機会をつくれます。

子どもたちの健やかな育ちを応援するため、学校設備を積極的に改善します。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- 教育委員会の運営ルールを定めた「教育委員会基本条例」を制定
- 現場の声や子ども、保護者の想いを反映した犬山らしい教育に関する大綱の策定
- 学校施設を積極的に修繕

訪問型アプローチなどでいただいた  
みなさんからの意見・提案

## 8 子育て・自分育ちを分かち合いましょう

(子育て・自分育ちプロジェクト)

若い世代が、子育てをしやすと感じられるまちの実現を目指して、子育て・教育の情報共有や交流の場づくりに努めます。

小中学生の児童・生徒を持つ子育て世代を対象に、子育て・教育に関するイベントを開催します。

一人で悩まず、日ごろの悩みや想いを共有したり交流したりする場を設けて、子育てと自分育ちを応援します。

写真・イラストなど

### チャレンジする主な取組み

- 小学生保護者向けの交流イベントを開催
- 中学生保護者向けの子育て・自分育ちに役立つ講演会を開催

訪問型アプローチなどでいただいた  
みなさんからの意見・提案

## 9 まちへの想いをカタチにしよう

(市民活動の支援事業)

ふるさとを愛する気持ちや、まちに住む「ひとり」としての自覚は、「市民が主役のまち」の実現に欠かせないものです。

全ての市民はまちの担い手であり、まちの魅力は人によって生まれ、磨かれます。市民一人ひとりの「このまちが好き!」「ほっとけない!」の想いを、自立した市民活動として展開できるよう、支援を続けます。

写真・イラストなど

写真・イラストなど

写真・イラストなど

訪問型アプローチなどでいただいたみなさんからの意見・提案

### チャレンジする主な取組み

- 市民活動支援施策の見直し・推進
- 多くの市民がまちづくりや社会活動に触れるための場づくり
- 市民活動団体が自立するための団体経営に関する支援の強化

# “訪れたいまち”がある

## 特徴と課題

- 犬山の魅力や情報を内外に向けて効果的に発信出来ていない
- 観光客数は増加傾向だが、さらなる取り組みが必要
- 市民が誇りに思うものは「豊かな自然」や「伝統文化」「地域のまつり」「城」など

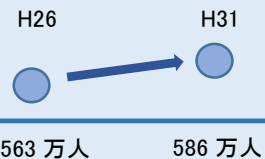
## ねらい 住む人の誇りを高め 訪れる人が増える

### 5年間のすすめかた

- すべての取組みを市内外に広めるシティプロモーションを展開。効果的な情報発信・地域の絆強化・郷土愛の醸成を図ります。特に「見せ方」「伝え方」にこだわります。
- 「豊かな自然」「城」「伝統文化」「人の優しさ」など、犬山が誇る地域資源を活かして「犬山ファン」や「心から地元を誇りに思う気持ち」を育みます。住んでいる人が地域を愛し心豊かに楽しく暮らしていることで、市外の人にも犬山が魅力的に映り、訪れたいまちを目指します。
- 「観光」を戦略的に展開。観光を基軸に地域資源を活かしながら多様な分野と連携。観光を産業として裾野を拡げ強化します。重点とするのは「観光の新たな魅力発掘」であり、特に「体験」「人の交流」「滞在」をテーマに展開。多くの人に関わり活躍できるよう、市域全体でまちの魅力をつくります。

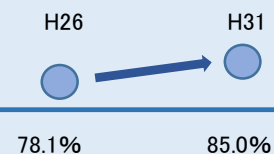
#### 目標指標(KPI)

##### 観光入込客数



#### 目標指標(KPI)

##### 犬山のまちに愛着を感じる市民割合



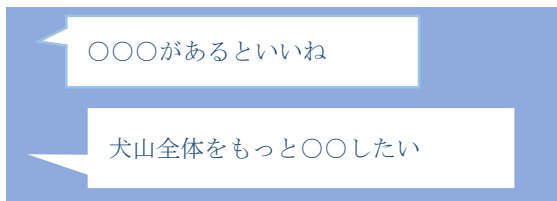
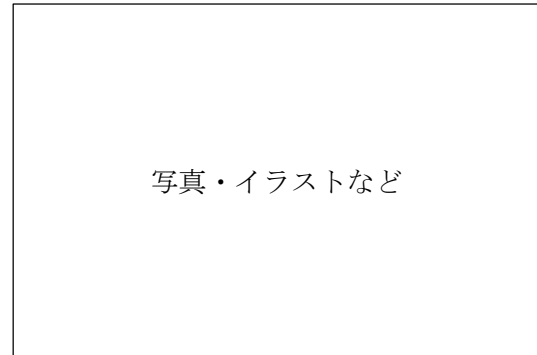
## 1 戦略ある“観光まちづくり”を進めます

(観光戦略会議の開催・観光×○○事業)

これまで観光とは縁遠かった、ひと・組織・産業など、様々な分野の地域資源とのかけあわせ(観光×○○)により、新しい観光産業を創り出します。

観光に関わる産業の裾野を拓げることで経済効果を市全体に拓げることに挑戦します。特に「人の交流や体験」など、新たな魅力の発掘にチャレンジします。

(一社)犬山市観光協会が「人や地域」を繋ぐコーディネーターとなって戦略的な観光まちづくりの展開を支援します。



【訪問型アプローチでの意見より】

### チャレンジする主な取り組み

- 観光を産業として拓がりを持たせるために戦略的な観光まちづくりを推進。ひと、団体、企業(工場など)、など多様な主体の参画と活躍を促します(観光戦略会議の開催)
- 観光と異分野の掛け合わせ事業に挑戦(観光×○○事業)

## 2 ふるさと納税制度を活用します(クラウドファンディングの導入)

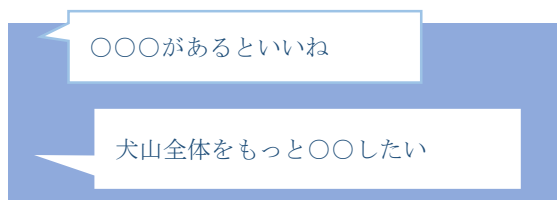
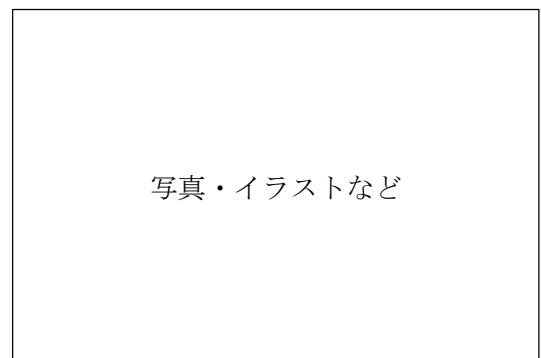
(ふるさと納税増進地域産業活性化推進事業・ガバメントクラウドファンディング事業)

平成27年から開始したふるさと納税は、多くの方に犬山の良さを知ってもらう機会となり、様々な事業の財源を確保できました。

今後は期間限定品など、より魅力的な納税返礼品(特産品など)の発掘に取り組みます。

納税してくださった方がもっと犬山のファンになってくれるよう、積極的なPRを行います。

クラウドファンディング手法の導入によりさらなる財源確保に取り組みます。



【訪問型アプローチでの意見より】

### チャレンジする主な取り組み

- 魅力的な返礼品(特産品)の発掘
- 犬山ファンを増やすため、観光客(犬山を訪れた人)や出身者に対する積極的なプロモーションを展開
- ガバメントクラウドファンディングの導入

全ての取り組みを市内外に発信！愛されるまち犬山へ！

## 3 シティプロモーションを積極展開します

(シティプロモーション強化事業ほか)

犬山にはどんな魅力があるのか？

犬山では住環境も含め、どんな暮らしができるのか？

行政サービスの内容や水準は？

などを、見えるように、分かるように伝えることはとても大切です。

分かり易くお示しすることで、市内に住む人には犬山の良さを再認識してもらい「ずっと住み続けたい」まちになり、市外の人にも興味を持ってもらい「訪れたい」「住んでみたい」まちになることを目指します。そのために、シティプロモーションを積極的に展開します。

具体的には広報いぬやまや平成28年度からリニューアルする市ホームページなどを始め、様々な手法を用いて“犬山”の魅力を発信します。特に、丁寧で分かり易い表現を心掛けるなど、「見せ方」「伝え方」にこだわります。

そして情報発信などの取り組みを通じて、ふるさと犬山への関心を高め、愛着を感じ、「自分がこのまちの一員だ」という誇り高めることを目指します。そこから、地域を大切にす新たな活動も生まれるのだと考えます。

住んでいる人が心豊かに暮らしているから、訪れた人も楽しくなる・・・シティプロモーションを展開し、誰もが豊かさを実感できるまちを目指します。

写真・イラストなど

### シティプロモーションとは？

定義は明確でなく捉え方も多様ですが、ここでは地域の魅力を掘り起こし、その魅力を内外に発信することで地域の活性化を図る取り組みを指します。特に、そうした活動を通じた住民の地域への愛着度の形成が重要と考えます。

ホームページがもっと見やすくなるといいな

EXいぬやまのお祭りの情報が知りたい

いぬやまの〇〇〇を知りたいです

【訪問型アプローチでの意見より】

### チャレンジする主な取り組み

- 市ホームページリニューアルなどによる効果的な情報発信
- 開局！犬山チャンネル（動画による犬山魅力発信業）
- シティプロモーション強化事業

## 4 事業一覧

基本目標の実現のための重点プロジェクトを含め、下表の個別事業を戦略に位置づけます。

### 基本目標 気持ちいい住環境「暮らしたいまちがある」

分野	主な事業
子育て支援	★子ども医療費助成
	★わかりやすい子育て情報の発信にチャレンジ事業
	★ベビワン訪問事業
	★中学生の子育て体験事業
	★0歳児のマイ保育園事業
	安心できる子育てを応援「子育て応援隊」(家庭児童相談室・子育て講座・子育て支援センター・ファミリーサポートセンターなど)
	児童館・放課後児童クラブの運営
子育て支援 定住促進	おいしい学校給食のアピールによる子育て世代の定住推進事業
健康市民づくり	市民の健康づくり
	健康ポイント事業
	大人の風疹ワクチン接種助成事業
	ミニ健康診査
商業誘致(買い物利便性向上)	★新たな商業施設を呼び込みます (第5次犬山市総合計画の見直しほか)
住環境整備	★重要な幹線道路の整備
	★地区計画道路整備
	★道路維持修繕改修
	★コミュニティバス運行事業
拠点づくり	★地域の集いの場開設支援事業
定住促進	★ふるさと定住促進サポート事業(同居支援型・近居支援型)
	★ふるさと定住促進サポート事業(在勤支援型)
	★空き家活用事業
	★里山・田園集落活性化事業
	伝統的建造物を活かした定住人口促進事業
	★奨学金で犬山定住促進事業
	名古屋経済大学生・留学生の犬山市内定住支援事業
暮らし向上	ICTで市民サービス向上にチャレンジ事業

★…重点事業

## 基本目標

## 居場所と出番「活躍したいまちがある」

分野	主な事業
産業振興	★企業支援ワンストップ型プラットフォーム運営事業
	★小規模企業設備投資支援事業
	★商工会議所主催の起業セミナー開催の支援
	★持続化補助金・産業振興事業補助金(経営計画書作成の推進)
	★特産品と工業製品を通じた犬山PR作戦
	★6次産業化支援事業
	★金融機関及び犬山商工会議所との包括的連携協定
	企業立地促進事業
しごとづくり	★シルバーと若者が農業に挑戦！事業
地域づくり	★総力協議会パイロットプロジェクト
	★自治基本条例制定
	★子育て・自分育ちプロジェクト
	地域コミュニティの支援(コミュニティ推進協議会活動支援など)
	★市民活動の支援(市民活動助成金など)
教 育	★教育委員会基本条例制定・大綱の策定
	★小中学校営繕
生涯活躍	高齢者の生きがい活動・介護予防の支援・生活支援(高齢者タクシー利用助成事業など)
障害者支援	障害者の自立・社会参加の支援(障害者タクシー料金助成事業など)

★・・・重点事業

写真・イラストなど



## 基本目標 人の交流「訪れたいまちがある」

分野	主な事業
情報発信	★シティプロモーション強化事業
	★市 HP リニューアル・広報紙の発行による情報発信事業
	★開局！犬山チャンネル事業
観光振興	★観光戦略会議の開催
	★観光×〇〇事業
	「新たな観光」需要の取り込み事業
	犬山観光キャンペーン・観光宣伝の実施
財源確保	★クラウドファンディング事業
犬山ファン拡大	★ふるさと納税倍増地域産業活性化推進事業

★・・・重点事業

写真・イラストなど

## 犬山の未来を考え隊とは？

総合戦略の策定は、様々な世代の人の意見を聞き進めていく必要があります。特に人口減少や地域経済の縮小という課題に対しては、犬山の未来を担う「若い世代」の参画がとて大切と考えています。

策定にあたり「若い市民と職員が一緒になって意見を出し合い、課題解決の道を考える場と機会をつくりたい！」と考え「若い市民と職員が犬山の未来を考えるのっていいね！ワーキンググループ」を結成！熱い活動を繰り広げました。

○名称 「犬山の未来を考え隊(若い市民と職員が犬山の未来を考えるのっていいね！ワーキンググループ)」

○活動期間 平成27年7月～11月

○参加者 若い市民と職員 22名

○目的

- ・若者と市職員が犬山の未来のため共通の課題について一緒に考え議論します
- ・総合戦略の策定にあたって若者ならではの視点で新たな事業を提案します

○主な活動内容

①犬山の未来を考えるワークショップの実施(⇒会議にて「犬山の未来を考え隊」へ変更)。未来への提言

- ・若者が犬山の未来について考えるための場と機会を設定
- ・「ゆるやかに真剣。そして楽しく」を基本とし、ワークショップは全4回実施しました

②訪問型アプローチへの参画

- ・市が実施する訪問型アプローチに参加

※訪問型アプローチ：企業、学校、子育てサークル、未来園、などを訪問しインタビューやアンケートを実施(詳しくは 頁参照)



## 提案の概要

### ★〔その1〕犬山を作り隊(仮)結成！★

～「犬山にアディクテッド」♡

集まれ！みんなが観光大使～

- 市内外の人に犬山のイベントに参画してもらうことを継続することで、「犬山」ってオモシロイ！と思ってくれる人を増やします！

- 具体的な取り組み

あかりアート

犬山グルメ開発！



## ★〔その2〕 INUYAMAおしごとマルシェ ★

～キャンピング!ジャンピング!  
ワーキング!～

- 犬山の自然を活かして「企業」と「働きたい人」の出会いをつくります。
- 「型」にはまらない就職活動としてPRします!



### 訪問型アプローチとは?

- 「犬山の未来を考え隊」が、学校、企業、地域の祭り等いろんなところへご意見・ご提案をいただきに伺いました。
- 市民のみなさんに「いぬやまのここがいいね!カード」「いぬやまがこうなるといいね!カード」を書いてもらうというものです。
- その他、少人数のグループにインタビューを行ったり、その場でワークショップをして、模造紙にペタペタはったり……。たくさんの方との出会いの中で「犬山の未来がよくなるには?」の提案を数多くいただきました!



### 主な訪問先

犬山高等学校、犬山南高等学校、誉高等学校、名古屋経済大学、ももっぴ通信、楽田夏祭り、名古屋経済大学インターン研修生、楽田西子ども未来園、羽黒南子ども未来園、老人クラブ連合会英語サークル「Enjoy English」、なないろおやこ、五郎丸子ども未来園、子育て広場たお、犬山農芸、今仙電機、エナジーサポート、犬山商工会議所(小規模企業振興委員会)、西楽田団地コーヒータイトム、ガールスカウト51分団、農業振興地域整備推進協議会、栗栖夏祭り、上野新町夏祭り など

## 6 戦略の推進は市民と行政が一緒になってすすめます

### (1) 計画の進み具合をしっかりと管理します

本戦略の期間は、平成27年度から平成31年度までの5年間であり、今後は、目標年度である平成31年度までの間、設定した目標指標(KPI)を踏まえ、毎年度PDCAサイクルによる進行管理を行っていきます。

今後は平成28年度に見直しを行う第5次犬山市総合計画との一体的な推進、国及び愛知県の総合戦略等との整合を図りながら、広域的な連携という視点なども考慮し進めます。

加えて、各種統計情報などによる経済分析、平成27年度に実施された国勢調査の結果なども踏まえ、状況を常に把握しながら必要に応じて的確に見直しを図っていきます。



### (2) 行政だけではできません。みなさんと一緒に取り組みます

本戦略に位置づけた基本目標や事業の推進にあたっては、戦略策定段階から関わり、議論し、考えてくださった市民・企業・団体などの多様な主体と行政が一丸となって取り組みます。

戦略の推進は、行政だけでは決して成し遂げられません。連携が必須です。市民の誰にも居場所と出番があり、参加しやすく活躍できるような場と機会をつくり、応援し、一緒にまちづくりを進めます！

写真・イラストなど

### (3) 推進のため財源確保に努めます

本戦略に位置づけた施策・事業の推進にあたっては、地方創生交付金をはじめとした国の支援制度を積極的に活用していきます。また、重点事業の実施によって地域経済の好循環を生み出し、財源の確保を図ります。また、事業推進においては、総合計画に基づき設定する実施計画に重点事業として位置づけ、予算措置を講じるものとします。

## 7 計画策定の周知

本計画の策定過程において、この取り組みや、総合戦略の内容を知っていただき、さらに、まちづくりに参画していただける方が増えることを願って、様々な形での周知活動を行ってきました。策定後も下記の手法を中心に戦略の周知に努めます。

### かわら版の作成

総合戦略策定に関する取り組み内容と進捗の状況を、紙によるかわら版(フリーペーパー)形式で発行しお届けしました。

8月からスタートし、月1回のペースで発行。活気に満ちた議論や市民のみなさんへのインタビューなど、盛りだくさんな内容をしました。レイアウトも熱気あふれる様子をにぎやかに表現しました。

市役所などの公共施設をはじめ、犬山駅連絡通路の掲示板にも貼り出すなど、周知に努めました。



かわら版(8月号) A3サイズ

### 広報いぬやま

市からの情報をお知らせする方法として、広報いぬやまはとても大切です。月1回、特集記事を連載し、策定の様子を発信してきました。

内容は、外部検討組織である「いいね!いぬやま総合戦略推進会議」での白熱した議論の様子や、子育て中のママさん達に行った訪問型アプローチ(30頁参照)でのグループインタビュー、そして犬山の未来を考え隊(29頁参照)の活動などを中心にお伝えしました。

広報いぬやまの  
写真

広報いぬやま(掲載は主に15日号)



## WEBサイトの活用

■総合戦略策定の取り組みの経過や状況を知っていただくために、WEBでの展開も大切だと考えました。

市ホームページでの発信のほかに、今回はSNS(ソーシャルネットワークサービス)での情報拡散を試みました。

SNSサイトのフェイスブックに専用ページを開設。題して「みんなでつくろう！いぬやま総合戦略」といいます！

内容は、策定に関わる推進会議の様子を始め、特に犬山の未来を考え隊が実施した訪問型アプローチでのグループインタビューの記事を充実させました。

写真をふんだんに掲載して楽しくも充実したインタビューの様子をお伝えすることに努めました。参画していただいたみなさん一人ひとりの「犬山に対する」真剣な想いを感じることができました。

また、犬山の未来を考え隊のワーキンググループの様子なども毎回お伝えしました。

そのほか、パブリックコメントの場として設定するなど、情報発信の重要なツールとして使用することができました。

SNSは今後、市がすすめる「シティプロモーション」の有効な手法として、積極展開していきます。



みんなでつくろう！いぬやま総合戦略トップページ。犬山の未来を考え隊での議論の様子を掲載しました。



訪問型インタビューの様子もたくさん掲載させていただきました。写真を多く用い、インタビューの臨場感とさまざまな貴重な意見や提案を紹介させていただきました！

(写真は子ども未来園での保護者のみなさんに対し行ったグループインタビューの様子)



## 用語解説

本文中に記載される、専門性の高い用語等について、下記に概説します。

### 【あ～お】

---

#### アプローチ

- ・近づくこと。接近。対象とするものに迫ること。また、その方法。

#### インバウンド

- ・外国人旅行者を自国へ誘致すること。我が国では、海外から日本へ来る観光客を指すことが多い。

### 【か～き】

---

#### クラウドファンディング

- ・不特定多数の人が通常インターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うことを指す。群衆（crowd）と資金調達（funding）を組み合わせた造語。

#### 経済センサス

- ・統計法（平成 19 年 5 月 23 日法律第 53 号）で基幹統計として定められている「経済構造統計」を得るための調査。

#### KPI（ケー・ピー・アイ）

- ・重要業績評価指標 Key Performance Indicators の略。目標の達成度合いを計る定量的な指標のこと。

#### 国立社会保障人口問題研究所

- ・厚生労働省の施設等機関である。1939 年（昭和 14 年）に厚生省人口問題研究所として設立され、1996 年（平成 8 年）12 月に、特殊法人社会保障研究所との統合によって設立された。

#### 合計特殊出生率

- ・人口統計上の指標で、一人の女性が一生に産む子供の平均数を示す。女性の出産可能年齢を 15 歳から 49 歳までとし、各歳の出生率を算出して足し合わせ、一人の女性が一生に産む子供の数の平均を求める。

#### 交流人口（滞在人口）

- ・その地域を訪れる（交流する）人のこと。主に通勤・通学、買い物、文化鑑賞・創造、学習、習い事、スポーツ、観光、レジャーなどの事由があてはまる。

#### コーディネーター

- ・ものごとの調整にあたる人、調整役。

## 国勢調査

- ・わが国の人口及び、その性別や年齢、配偶の関係、就業の状態や世帯の構成といった「人口及び世帯」に関する各種属性のデータを把握するため、5年間隔で実施する全数調査のこと。

## 【さ～そ】

---

### 産・学・金・労・言

- ・国のまち・ひと・しご創生法に基づき策定する地方版人口ビジョン及び総合戦略の検討にあたって、多様な分野、立場の方の意見を聞くように求められている対象。概して「産：経済界」、「学：大学等の高等教育機関」、「金：金融機関」、「労：労働組合」、「言：報道機関(メディア)」とされている。

### シティプロモーション

- ・自治体等の単位で行う宣伝活動等を中心にした、当該地域の知名度の向上や観光誘客にかかる取り組みのこと。

### ステータス

- ・社会的地位や身分・またはそれを表すもの。

### ソーシャルネットワークサービス (SNS)

- ・インターネット上の交流を通して社会的ネットワークを構築するサービス。

## 【た～と】

---

### 地域ブランド

- ・地域を主に経済的な側面から捉える際の、人々が意識するさまざまな地域イメージの総体。特産品、観光資源など実体のあるものばかりではなく、イメージを連想させる地名や地形その他無形の資産とすることもあ

### データベース

- ・特定のテーマに沿ったデータを集めて管理し、容易に検索・抽出などの再利用をできるようにしたもの。

### D I D (ディー・アイ・ディー) 地区：人口集中地区

- ・国勢調査で設定される統計上の地区。Densely Inhabited District を略して「DID」とも呼ばれる。市区町村の区域内で人口密度が4,000人/km<sup>2</sup>以上の基本単位区(平成2年(1990年)以前は調査区)が互いに隣接して人口が5,000人以上となる地区に設定される。

### 都市ブランド

- ・(地域ブランド参照)

## 【な～の】

---

### 年少人口

- ・(国や自治体の)総人口に占める0歳から14歳までの人口。



## 【は～ほ】

---

### パブリックコメント

- ・公的な機関が規則などを定める前に、その影響が及ぶ対象者などの意見を事前に聴取し、その結果を反映させること。

### パイロットプロジェクト

- ・試験的にある限定的な条件で行なわれる調査研究や取り組みのこと。

### ピーク

- ・物事の程度の最高の時。最高潮。

### PDCA (ピー・ディー・シー・エー)

- ・業務実行の管理手法の一つで、計画 (plan) → 実行 (do) → 評価 (check) → 改善 (act) という4段階の活動を繰り返し行なうことで、継続的にプロセスを改善していく手法のこと。

### PR (ピー・アール)

- ・広告、宣伝活動。官庁・団体・企業などが、みずからの望ましいイメージや、施策・事業の内容・主義主張などについて周知し理解や協力を求める活動を指す。

### プレ体験

- ・以前の、前の意。ある教育機関などに所属する以前に、簡易的な体験（試行）ができるような枠組み。

### ブランドイメージ

- ・(地域ブランド参照)

### フォローアップ

- ・一度行なったことを強化したり効果を確認したりするため、再度行うこと。また、その後の進展などを継続的に調査することなどをいう。

## 【ま～も】

---

—

## 【や～よ】

---

—

## 【ら～ろ】

---

### RESAS (リーサス)：地域経済分析システム

- ・国によるまち・ひと・しごと創生本部が整備した、地方自治体の様々な取り組みを情報面、データ面から支援するシステム。専用のWEBサイトにより提供されている。

## リニューアル

- ・新しくすること。新しいものに変えること。

## リーディングプロジェクト

- ・ある計画等を進めるうえで中心的、先導的な役割を果たすプロジェクト（取り組み）のこと。

## 【わ～】

---

## ワンストップ

- ・行政上の一連の手続きを1回の手続きで、あるいは1箇所の窓口で完了させることができるような行政サービスのこと。

## ワークショップ

- ・参加者が自発的に作業や発言をおこなえる環境が整った場において、司会進行役を中心に、参加者が一方的に話しを聞くのではなく、参加者自身が討論に加わったり、体を使って体験したりするなどする会議形態の一種。

## ワーキンググループ

- ・特定の問題の調査や計画の推進のため設けられた部会。

# “私が取り組む総合戦略”

## この冊子を手にとってくださった方へ

犬山市総合戦略を手にとっていただき、ありがとうございました。ここに書かれている内容は、学生、子育て世代、企業、高齢者等、たくさんの方たちの意見や提案をもとに作られました。平成31年度までの間、この戦略を持って活気あふれる犬山市となるよう、「人口減少」と「経済の縮小」という極めて厳しい課題に立ち向かいます。

しかしもう一つ、大切なことがあります。・・・それは市民の皆さん一人ひとりが少しでも犬山が良くなるよう、一緒に考え、行動していただくことです。

この冊子に書かれていることのどこかに参加したり、あるいは新たにご自身で活動を始めたり・・・関わりのカタチはさまざまです。どんな小さな事でも構いません。「素晴らしい犬山市の未来」のために、楽しみながら、でも真剣に一緒に取り組んでみませんか？

犬山市まち・ひと・しごと創生総合戦略

—豊かさを実感できるまち—



平成28年3月

犬山市経営部企画広報課(4月からはこちら)

※機構改革により部課名が変わります

(犬山市企画財政部秘書企画課(3月まで))

[お問合せ 0568-44-0312]

FAX 0568-44-0360

メールアドレス 010100@city.inuyama.lg.jp