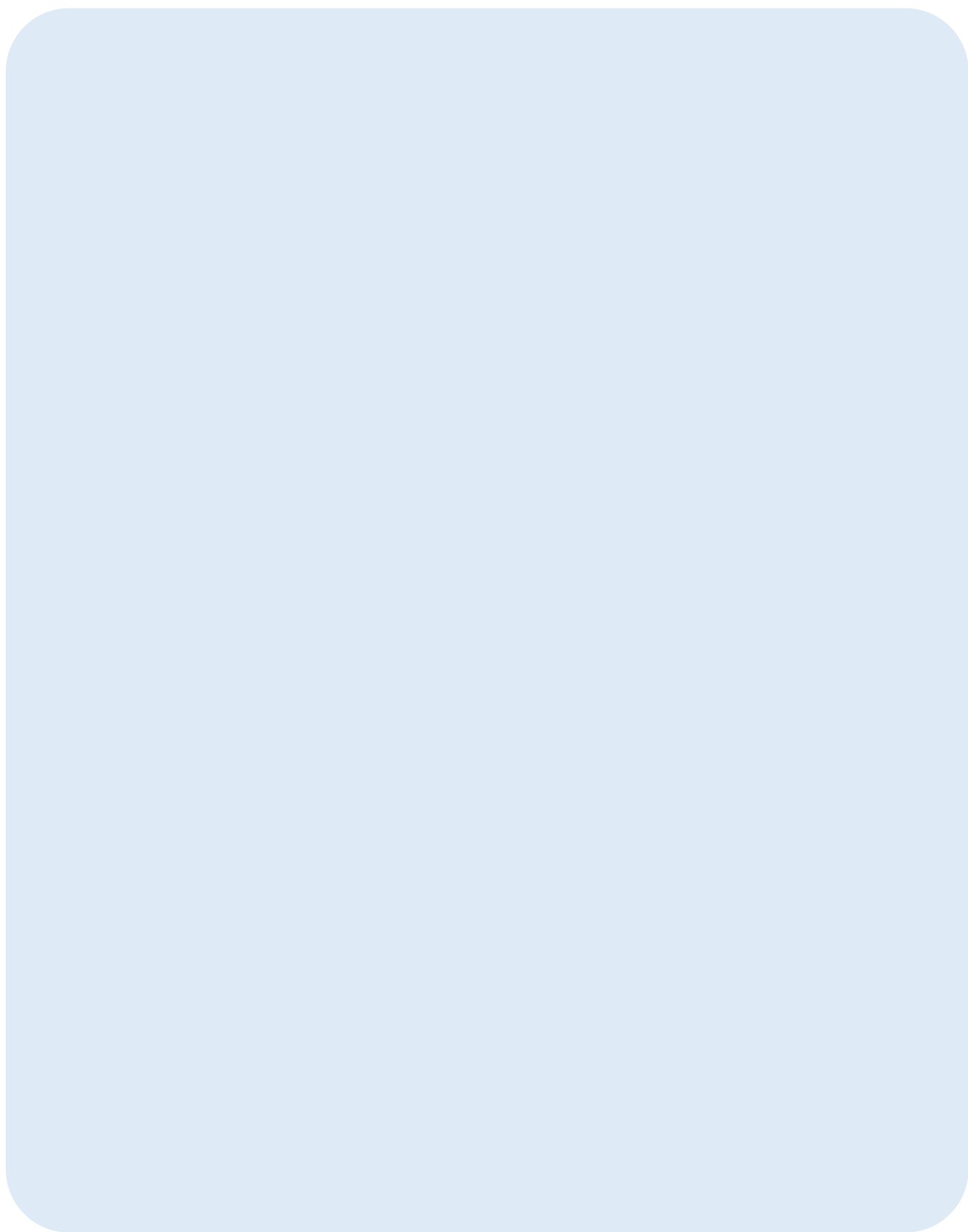


(第2期)
いいね! いぬやま総合戦略
(素案)

令和2年 月

犬山市

市民のみなさんへのメッセージ



序章 はじめに

P 1

1 なぜ「いいね! いぬやま総合戦略」が必要なのか? 背景と目的

1

2 位置付けと計画期間

人口ビジョン	2060年
総合戦略	令和2年度～令和6年度

1

3 策定のヒントがここにある! 犬山市の特徴と課題の整理

3

計画策定のヒントがあります・・・

(1) まちの状況

(2) ひとの状況

(3) しごとの状況

1章 人口ビジョン

P 5

1 将来人口の目標をどこに置くのか? 人口ビジョン

5

将来人口を設定します・・・

2060年人口ビジョン

61,000人

を堅持します

出生率の向上

移動率の改善

交流人口(滞在人口)の拡大

●目標人口61,000人達成のために何が必要なのか?

5

●61,000人を達成すると何が変わるのか?

6

●人口減少を補うことが必要ではないか?

6

2章 いいね！いぬやま総合戦略

P 7

- | | | |
|----------|---------------------------|----|
| 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 | 目標第1期総合戦略の達成状況 | 9 |
| | KPIの達成状況 | 9 |
| | 人口ビジョンの達成状況 | 10 |
| 4 | 第2期総合戦略策定にあたって | 10 |
| 5 | 総合戦略の推進にあたって | 11 |
| 6 | 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 | 13 |
| | ●基本目標
気持ちはいい住環境 | 15 |
| | ●基本目標
居場所と出番 | 23 |
| | ●基本目標
人の交流 | 31 |
| 7 | 事業一覧 | 35 |
| 8 | 適切な進捗管理を実施して効果を検証します | 37 |

用語解説

P 38

序章 はじめに

1 なぜ「いいね！いぬやま総合戦略」が必要なのか？ 背景と目的

日本の人口は平成 21 年(2009 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、晩産化の進展に伴う出生率の低下も見られます。地域の経済も縮小傾向です。このまま何も手を打たなければ、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できません。

こうしたことから、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、平成 27 年(2015 年)3月に第1期となる「いいね！いぬやま総合戦略(人口ビジョン・総合戦略)」を策定しました。

第1期総合戦略の計画期間が令和2年(2020 年)3月に終了を迎えることから、切れ目なく事業を実施していくため、第1期総合戦略に必要な見直しを実施し、「(第2期)いいね！いぬやま総合戦略」を策定しました。

(犬山市の現状)

- 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小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

現状打開のため「いいね！いぬやま総合戦略」を策定します

2 位置付けと計画期間

「いいね！いぬやま総合戦略」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(改訂版)」を始め、各個別計画との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	令和 2 年度～令和 6 年度 (2020 年度～2024 年度)

写 真

又は

イラスト

3 策定のヒントがここにある！ 犬山市の特徴と課題の整理

第1期総合戦略の策定の際に実施した訪問型アプローチでのグループインタビューや、市民意識調査、各種統計情報、審議会での意見などをもとに、犬山市の「特徴」と「課題」を整理しました。これは第2期戦略策定のための重要なヒントです！

(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

- ◆ 第2期戦略策定にあたって実施した市民意識調査では「市民活動に参加している市民の割合」は減っているものの、推進会議やグループインタビューなどでは、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・・・

- ◆ 犬山城や城下町を訪れる観光客は、年々増加傾向となっていますが、一方で、観光客が増えたことによる影響も出ています。また、観光の恩恵を市域全体に行き渡らせることが求められます。
- ◆ 城下町地区へ観光客が多く訪れるというメリットを活かして、市内の他地域や、様々な産業の発展に繋げていくことが必要です。
- ◆ 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、インバウンド需要などにもつな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

- ◆ 「災害に強い、災害が少ない」という意見がある一方で、災害に備えた市民への啓発機会及び地域での防災活動を求める声に加えて、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、安全・安心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。
- ◆ 「交通の便が良い」という人が多くいる一方で、「交通の便が悪い」という意見も相当数あり、地域や移動手段によって明暗が分かれているものと推測されます。誰もが生活に困らないよう移動手段の確保が必要です。

● 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。

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

(2) ひとの状況

●若い世代の流出

◆平成 22(2010)年と平成 27(2015)年の国勢調査を見ると、転出が原因と思われる 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、本市のDID(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したが、平成 27 年には減少に転じています。

◆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ましたが、近年では大型団地の開発は行われず、転入希望者の受け皿を十分に確保できていません。

◆平成 27(2015)年から平成 30 年(2018)年にかけての地区別人口の推移を見ると、犬山地区は増加、池野地区は横ばいですが、城東地区、羽黒地区、楽田地区では、減少しています。

●近隣市町への流出

◆名古屋市や近隣市町(春日井市、小牧市、一宮市、江南市、大口町、扶桑町)との転出入の状況を見ると、小牧市に対しては転入超過となっていますが、残る市町に対しては転出超過となっています。

●晩婚化・晩産化と出生数の減少

◆本市においても、全国同様に未婚率が高まるとともに、晩婚化が進行しています。また、生涯未婚率も上昇傾向となっています。

◆2010 年から 2017 年にかけての出生数は減少し続けています。この原因には、若い世代の流出や晩婚化・晩産化、ライフスタイルの変化など様々な要因が考えられます。

(3) しごとの状況

●基幹産業は製造業

◆平成 27(2015)年国勢調査から、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(H27 男 7,350 人。女 2,866 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(小売業)は非常に厳しい状況

◆平成 28(2016)年経済センサス活動調査と平成 27(2015)年国勢調査から、小売業に係る項目を近隣9市町(春日井市、犬山市、江南市、小牧市、岩倉市、大口町、扶桑町、各務原市、可児市)と比較すると、犬山市はどの項目も下位となっています。

・事業所数/人(7位) ・従業者数/人(9位)
・年間商品販売額/人(9位) ・売場面積/人(9位)

●市内で買い物をする人の割合が少ない

◆市民意識調査では、主に犬山市で買い物すると回答した人は、買回り品 18.1%、準買回り品 41.6%、最寄品 63.1%、贈答品 26.1%となっています。商業施設等の充実を望む声が多くあります。

●耕作者の高齢化や農地保全の対応が必要

◆2015 年農林業センサスによると、耕作放棄率は 10.9%です。これは、県(11.1%)より低くなっていますが、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。

●誰もが活躍できる支援・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、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。高齢者を始め、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。

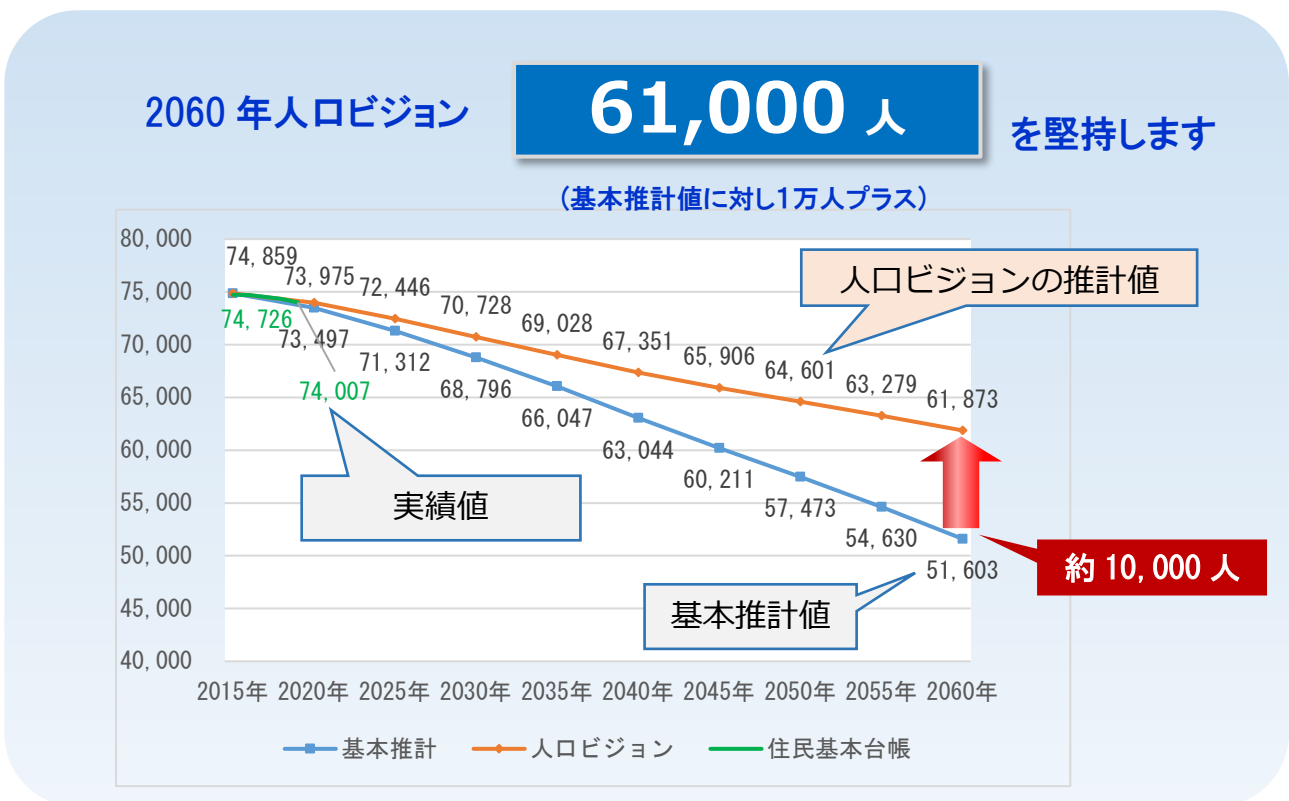
1 章 人口ビジョン

1 将来人口の目標をどこに置くのか？ 人口ビジョン

第1期のいいね！いぬやま総合戦略では、2060年の人口ビジョンを61,000人としています。

これは、何も手を打たない状態（基本推計※）では、2060年に約51,000人となってしまう人口を、約1万人増やそうというものでした。

平成31（2019）年4月1日の住民基本台帳における犬山市の人口は74,007人となっておりますが、第2期においても、第1期の人口ビジョンをそのまま引き継ぎ、2060年に61,000人を堅持するため、総合戦略の実施に取り組みます。※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

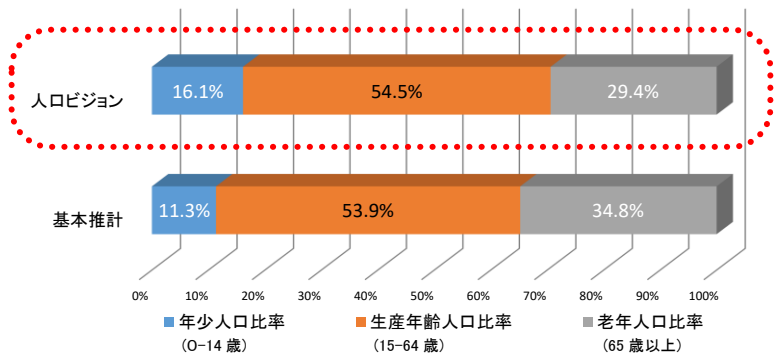
- ◆若年世帯の転出を抑えつつ、転入増を誘導する
- ◆居住地として選ばれるよう魅力を高める

●61,000 人を達成すると何がかわるのか？

年齢構成比が改善

地域経済の縮小や担い手不足、税収の減少等に対応するためにも、若い世代の構成比を高めることが重要です。

61,000 人の人口ビジョン(人口の目標)を達成する中で、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つなげるにより行政サービスを維持し、持続可能なまちが実現します。



改善のために

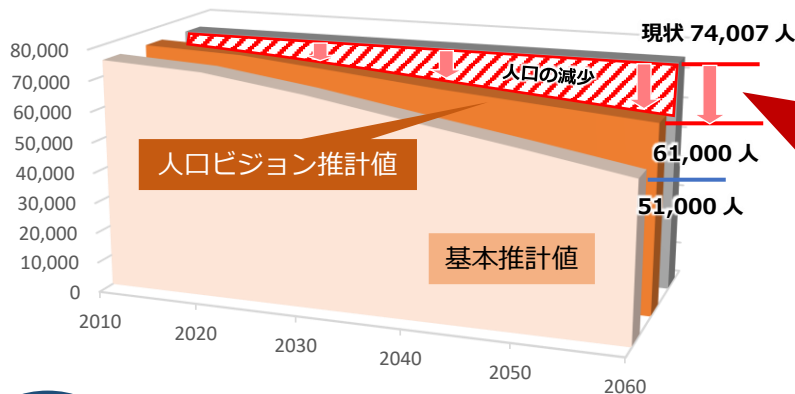
子育て施策の充実、定住促進事業、住環境の整備など

●人口減少を補うことが必要ではないか？

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14,000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。



人口ビジョン推計値の61,000人を達成しても、現状よりも14,000人程度の人口減となり、それによる経済の縮小を補うため、交流人口の拡大を目指します

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 いいね！いぬやま総合戦略

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

移動率の改善

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ことはもちろん、今ある制度や仕組みを工夫したり、異なる分野を掛け合わせたりして新しい価値を創り出し、より良い施策展開につなげます。

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

様々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「総合戦略の基本的な考え方」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、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、これからも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取り組みを設定

実現のために5年間に最優先して取り組むべき目標と行うべき事業を定めました。

3 第1期総合戦略の達成状況

いいね！いぬやま総合戦略では、人口ビジョンとKPI（目標指標）といった数値目標を設定しています。これらの数値目標を使って、第1期総合戦略の達成状況を確認します。

KPIの達成状況

基本目標 気持ちいい住環境「暮らしたいまちがある」

KPI（目標指標）	策定時	目標値	現状値	達成状況
合計特殊出生率	1.57 (平成26年)	1.63 (令和元年)	-	不明 ※1
社会移動人口	-85 (平成26年)	0 (令和元年)	224 (令和元年)	達成
今後も犬山市に住み続けたいと考える市民の割合	83% (平成26年)	90.0% (令和元年)	90.9% (令和元年)	達成

※1 合計特殊出生率について
平成26年以降の合計特殊出生率を把握できていない。令和2年1月現在、厚生労働省が公表準備中。

基本目標 居場所と出番「活躍したいまちがある」

KPI（目標指標）	策定時	目標値	現状値	達成状況
事業所数	2,673 (平成26年)	2,726 (令和元年)	-	未達成 ※2 (見込み)
市民活動に参加している市民の割合	11.0% (平成26年)	18.0% (令和元年)	8.7% (令和元年)	未達成

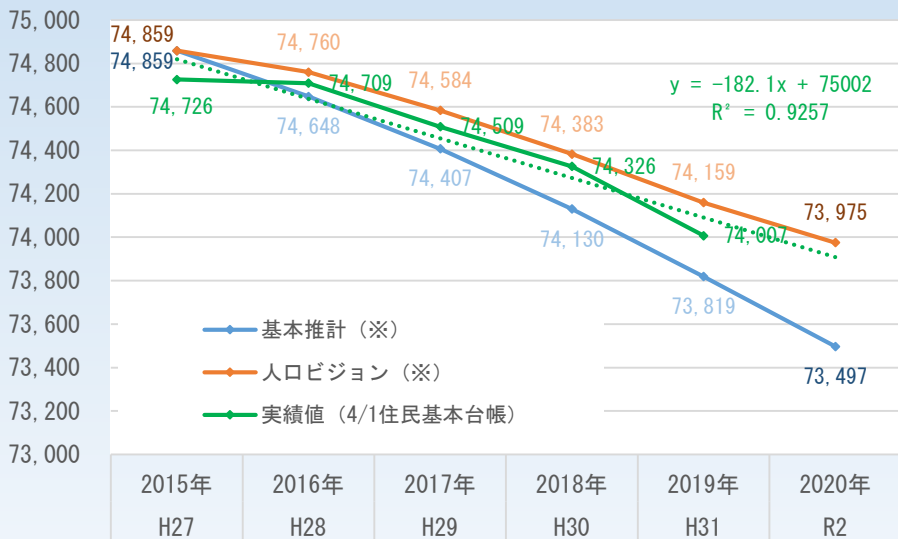
※2 事業所数について
平成26年数字 ①民営事業所数 [2,565] + ②公務（全産業（S公務を除く）） [108] = 2,673 【経済センサス基礎調査】
平成28年数字 ①民営事業所数 [2,545] + ②公務（全産業（S公務を除く）） [不明] = 不明 【経済センサス活動調査】

平成28年の調査では、②公務にかかる数字が不明のため、同一の数字で達成状況を図ることはできないが、民営事業所数は減少しており、KPIは未達成（見込み）とした。

基本目標 人の交流「訪れたいまちがある」

KPI（目標指標）	策定時	目標値	現状値	達成状況
観光入込客数	563万人 (平成26年度)	586万人 (令和元年度)	573万人 (平成30年度)	未達成 (見込み)
犬山市のまちに愛着を感じる市民の割合	78.1% (平成26年)	85.1% (令和元年)	81.4% (令和元年)	未達成

人口のビジョンの達成状況



人口は目標値を下回っているものの、概ね人口ビジョンのとおり推移しています。

※ 基本推計と人口ビジョンは、平成25（2010）年から5年ごとに算出しているため、それ以外の数字は参考値となります。

4 第2期総合戦略策定にあたって

第1期総合戦略の策定にあたっては、市民から意見・提案を聞くために、様々な場所に出向いて多くの「ここがいいね!」・「こうなるといいね!」を集めました。こうした市民からの「いいね!」や協議会での議論をもとに平成28年3月に第1期総合戦略を策定しました。

今回の総合戦略の改訂に先立ち、市民意識調査（アンケート）を実施しました。その結果からは、第1期総合戦略策定時と、現在の市民の考え方に大きな変化は見られません。

このような経緯から、第2期の総合戦略は、下記の3つのポイントに留意しつつ第1期の総合戦略を最大限に尊重して策定しました。

第2期総合戦略のポイント

第1期総合戦略の検証結果の反映

第2期戦略の策定にあたっては、第1期戦略を検証し、事業の見直しを実施しました。令和2年4月からはじまる第2期では、より効果的・効率的に、まち・ひと・しごと創生に取り組みます。

社会情勢の変化等への対応

第1期の戦略策定から4年が経ちました。この間、犬山市を取り巻く状況は変わっています。4年前には想定していなかったこと、注目されていなかったことも出てきます。こうした社会情勢の変化に取り残されることがないようにしなければいけません。

国や県の総合戦略の勘案

国は、既に令和元年12月に第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定しました。愛知県では、同時期の令和2年3月に地方版まち・ひと・しごと創生地方版総合戦略を策定しました。

第2期総合戦略の策定にあたっては、国や県の総合戦略を勘案し、整合性をとりながら連携してまち・ひと・しごと創生を推進します。

犬山市の魅力

暮らしたいまち

活躍したいまち

訪れたいまち

誰ひとり
取り残さない

女性・高齢者・障害者・外国人など
みんながいきいきと
している

子育て支援と
教育に

力を入れている！

地域資源が
豊富

などなど

民間の力を
活用

行政で取り組むばかりで
はなく、民間の知恵を借
りたり、民間と協働、民
間に代わりにやっても
らったり。
最適な方法で事業を進め
ます。

自治体間の
連携

犬山市だけで取り組むの
ではなく、お互いの利益
が一致する自治体と連携
して、事業を進めること
で、事業費の削減や、事
業効果の拡大を図ります。

財源の工夫

事業費を確保するために、
ふるさと納税やガバメン
トクラウドファンディン
グなどを利用して財源を
確保します。

す 姿

犬山市内に住んでいる人

暮らし続けたい！
活躍したい！

定住
促進

知り合いにも
教えたい！
自慢したい！

魅力の発信
(PR)

訪れてみたい
活躍してみたい
暮らしてみたい

移住
促進

犬山市外に住んでいる人

新しい時代の 流れを力に

シェアリングエコノミーやSociety5.0、地方創生SDGsといった新しい時代の流れに取り残されることなく、力に変えて、事業を進めます。

マッチングの 促進

人と、人、企業、社会、場所。
必要としている人と必要な人、物、事をつなぐ仕組みづくりを進めます。
マッチングを行うコンシェルジュが求められています。

人材の 発掘・育成

事業のキーマンや担い手となる人材の探したり、育てたりします。

人口減少と経済縮小克服のために令和2（2020）年度から令和6（2024）年度の5年間で最優先に取り組む目標と重点事業

◎基本目標

基本目標 気持ちいい住環境

子ども

“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・未利用地の利活用、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。

★チャレンジする重点事業★

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| ① 犬山市での子育てと女性の活躍を応援します | ⑦ 「里山に住む」仕組みづくりに挑戦します |
| ② 子育て支援施設を計画的に整備します | ⑧ 環境先進都市いぬやまを目指します |
| ③ あらたな商業立地を積極的にすすめます | ⑨ 誰もがいきいきと暮らせるまちをつくります |
| ④ 住環境（インフラなど）を整えます | ⑩ 地域の集いの場づくりを応援します |
| ⑤ 空き家の活用をすすめます | ⑪ 安全・安心に暮らせるまちをつくります |
| ⑥ 帰ろう ふるさと犬山へ 暮らそう働く犬山で | ⑫ 市民サービスをもっと簡単に分かりやすく |

学校

若者

子育て
世代

働く世代

Etc.

NPO

基本目標 居場所と出番

“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

高齢者

企業

- ◆ 新たな起業や、事業承継、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、企業誘致を推進し、「しごとの場」をつくります。
- ◆ 「祭り・伝統文化」など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・高齢者・障害者・外国人など多様な主体が活躍できる居場所と出番をつくります。
- ◆ 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り組みを応援します。
- ◆ 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。

★チャレンジする重点事業★

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| ① 犬山らしい教育をすすめます | ⑥ シェリングエコノミーでスキルを活用 |
| ② がんばる企業と新たな起業を応援します | ⑦ 文化・スポーツで活躍・交流するできるまちへ |
| ③ 新たな地域ブランド開発を応援します | ⑧ 犬山の活性化へ金融機関・商工会議所・大学等と連携 |
| ④ 「しごとの場」を増やします | ⑨ みんなで地域力UP！にチャレンジ |
| ⑤ 農業でがんばる人を応援します | ⑩ 市民が主役のまちづくりをすすめます |

基本目標 人の交流

外国人

“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

学生

- ◆ すべ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。訪れた人がますます「犬山ファン」となって、「犬山に住みたい」につなげます。
- ◆ 「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に、市域全体でまちの魅力をつくります。

★チャレンジする重点事業★

- ① シティプロモーションを積極展開します
- ② 戦略ある「観光まちづくり」をすすめます
- ③ 木曾川河川空間を活性化します
- ④ 文化財を保存し、魅力を創出・発信します

女性

写真

“暮らしたいまち”がある

特徴と課題

- 自然(緑)が多い。
- 災害が少ない(災害に強い)。
- 市内で買い物をする人の割合が低い。
- 若者の流出(20歳代)が多い。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

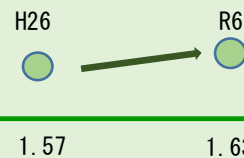
ねらい 住んでほしい 住み続けてほしい！

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・未利用地の利活用、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。

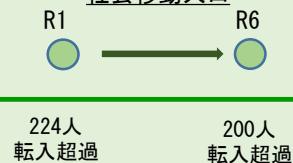
目標指標(KPI)

合計特殊出生率



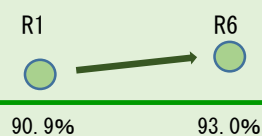
目標指標(KPI)

社会移動人口



目標指標(KPI)

今後も犬山市に住み続けたいと考える市民の割合



1

犬山市での子育てと女性の活躍を応援します

(「応援チーム」と連携した子育てと女性の活躍応援事業ほか)

子育てを応援するためには、子育てに関する不安を解消したり、子育てそのものへのサポートはもちろん大切です。犬山市では、これまでも、そしてこれからも子どもが成人するまでの子育てを応援し続けます。

また、「子育てが落ち着いたら自分は何をしようか」といった不安を取り除くことも必要だと考えます。ママたちが集まって、子育てや自分の将来について話をしたり、活躍している先輩ママの話を聞いたり、プチ起業を体験したりする場を作って、ママたちの不安を解消します。

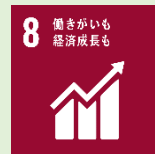
第1期では、「子育てと女性の活躍応援チーム」が立ち上がりました。現在、老若男女を問わず、市内在住・在学・在勤または市内で活躍していて、子育てと女性の活躍応援事業に関心のある人が、自立・自走に向けて活動を開始しています。

第2期では、「子育てと女性の活躍応援チーム」とともに、犬山市での子育てと女性の活躍を応援する事業を実施します。事業を知ってもらい、参加してもらうため、市内で行われる子育て情報を、分かりやすく発信します。

「子育てと女性の活躍応援チーム」に加わることもできますし、応援を受けて自分なりの活躍の場を見つけることもできます。

各種団体や企業などと協働して、犬山市全体で子育てと子育てをする人の活躍を応援するまち＝子育てをしたいまちをつくります。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 「応援チーム」と連携した子育てと女性の活躍応援事業
- 子育てと女性の活躍応援事業の情報発信
- 病児保育事業の実施
- 多子世帯支援策の強化
- 産後ケア事業の開始

2

子育て支援施設を計画的に整備します

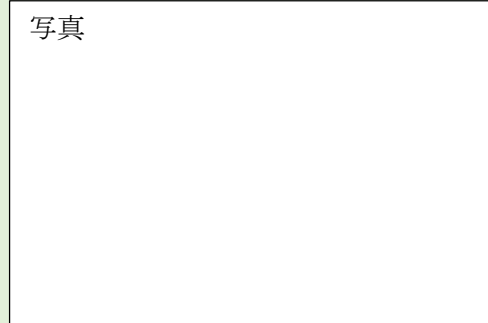
(子ども未来園施設整備)

多くの子ども未来園は、建築後50年近く経過しており、施設の老朽化が進んでいます。この50年の間に、当時はあまり想定されていなかった3歳未満児の保育ニーズの高まり、自動車による送迎の増加といった変化に施設が対応できていません。

園児達が快適に保育サービスを受けられるように、令和元年度に策定した「子ども未来園 施設整備10ヶ年計画」に基づき、計画的に子ども未来園の整備を進めます。

子ども未来園以外の施設も、計画的な管理を進めます。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

●子ども未来園施設整備



SDGとは？その1

これはSDGsのアイコンです

SDGsとは、2015年9月の国連サミットで全会一致で採択された、「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のための2030年を年限とする17の国際目標(=ゴール)です。

総合戦略に記載されている重点事業には、該当するSDGsのアイコンを記載しています。

それぞれのアイコンの内容は、30ページに記載しています。



3 あらたな商業立地を積極的にすすめます

(道の駅エリア整備、幹線道路への商業施設誘致)

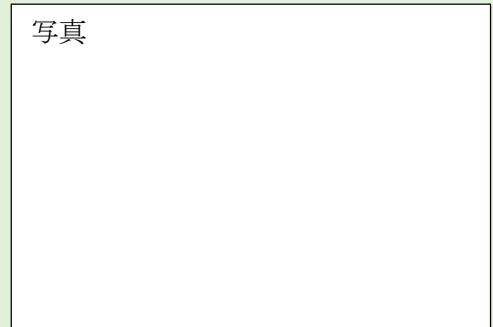
橋爪・五郎丸地区での道の駅エリア整備については、民間活力を最大限活用できるよう進めます。

市内の幹線道路のうち「商業集積ライン」として設定された道路沿いへは、飲食店を中心に商業系の施設を積極的に呼び込みます。

生活に不可欠な買い物に困らないように、市民の暮らしを守ります。

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。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 橋爪・五郎丸地区での道の駅エリア整備
- 幹線道路への商業施設誘致

11 住み続けられるまちづくりを



4 住環境（インフラなど）を整えます

(都市計画道路整備・地区計画に基づく道路整備・道路維持修繕改修ほか)

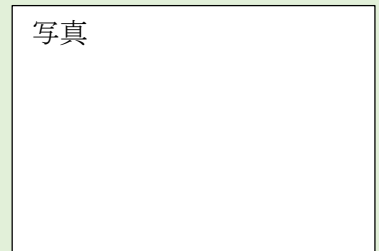
犬山がもっと暮らしやすいまちになるよう、公園や公共交通網、道路などのインフラをしっかりと整備することはとても大切です。

市街化区域内の低・未利用地が活用しやすくなるように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重要な幹線道路の整備を進めます。

移動手段を持たない人が困らないための、地域住民の「足」の確保について検討します。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 重要な幹線道路の整備(富岡荒井線など)
- 地区計画に基づく道路整備
- 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
- 移動支援方法の検討(地域住民の「足」の確保の検討)
- 宅地開発による道路整備の一部を補助

6 安全な水とトイレを世界中に



11 住み続けられるまちづくりを



5 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することで、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、犬山市の魅力紹介などと併せて、犬山市ならではの空き家の情報提供(空き家バンク)を進めます。

写真

新たにチャレンジする主な取り組み

- 空き家情報提供(空き家バンク)による情報発信
- 借主改修型(DIY)空き家賃貸の活用・啓発
- 空き家に関する相談窓口のワンストップ化



6 帰ろう ふるさと犬山へ 暮らそう 働く犬山で

(ふるさと・働きて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・新築などにかかる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I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UIJターンするみなさんを応援します！

写真

新たにチャレンジする主な取り組み

- ふるさと定住促進サポート事業
- 働きて定住促進サポート事業



7

「里山に住む」仕組みづくりに挑戦します

(優良田園住宅制度の活用ほか)

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。

地域活動に関わる人たちへの住宅サポートとして、空き家や優良田園住宅の活用などに取り組みます。

また、木曾川を中心に水辺を活かした地域の活性化につながる取り組みを進めます。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 優良田園住宅制度の活用
- 水辺を活かしたまちづくりプロジェクト

12 つくる責任
つかう責任



8

環境先進都市いぬやまを目指します

(環境基本計画の改訂と推進など)

地球環境、自然環境、生活環境などの環境問題に取り組みます。

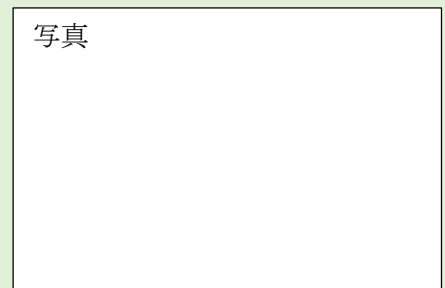
環境基本計画を改訂し、行政だけではなく、市民や企業、各種団体と協働して推進します。

みなさんが取り組む省エネを支援します。

みなさんに自然の大切さを伝えます。

循環型社会の形成を推進するため、ごみ減量、資源物リサイクルを進めます。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 環境基本計画の改訂と推進
- 省エネ支援の強化
- 広域ごみ処理施設の整備



9 誰もがいきいきと暮らせるまちをつくりま

(多文化共生の推進など)

女性、高齢者、障害者、外国人など「誰もが居場所と役割を持ち、健康でいきいきと暮らすことができるまち」の実現を目指します。

「多様な人が健康でいきいきと暮らしていること」が犬山市に暮らしている人はもちろん、訪れる人にとっても魅力を感じるまちづくりを進めます。

写真

新たにチャレンジする主な取り組み

- 子育てと女性の活躍応援事業の実施
- 介護予防事業の推進
- 地域生活支援拠点整備事業
- 多文化共生の推進
- 健康市民づくりの推進



10 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)

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「住まい」「医療」「介護」「予防」「生活支援」が切れ目なく一体的に提供できる仕組みづくり（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、地域での仲間づくりや、生きがいの支援、介護予防を目的に地域の「集いの場」を自ら開設しようとする熱意ある団体を応援します。

写真

新たにチャレンジする主な取り組み

- 地域の集いの場づくりの支援

地域の集会場などを利用し、地域の高齢者を始めあらゆる世代が主体となって健康づくりや介護予防などを目的とした「集いの場」の開設、運営に必要な支援を行います。



11 安全・安心に暮らせるまちをつくります

(通学路安全(路側帯のカラー舗装など)対策整備など)

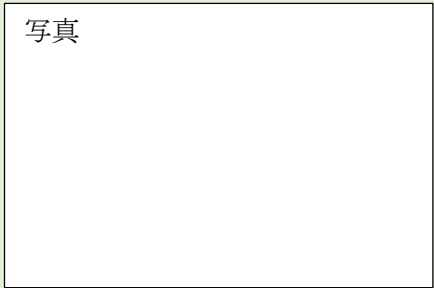
誰でも安全なまちで安心して暮らしたいと考えているはずです。

市民意識調査から犬山市は「災害に強い」、「災害が少ない」という意見が多くありました。もっと災害に強いまちとなるように、防災・減災に取り組み強靱なまちを作ります。

防犯や交通安全対策を支援します。

何かあったときの消防、救急、救助、医療などの安全体制を強化します。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 通学路安全(路側帯のカラー舗装など)対策整備
- 家庭や地域での防犯・防災対策支援
- 災害対策、非常時の体制整備



12 市民サービスをもっと簡単に分かりやすく

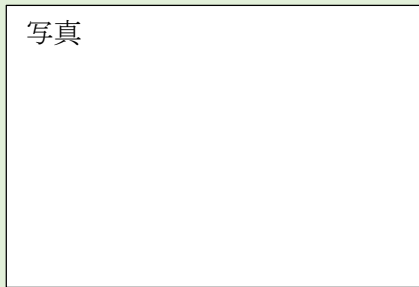
(ICTの活用、手続きの簡素化)

利用者である市民が、もっと簡単に市役所のサービスを受けられるように、手続きの方法がもっと分かりやすくなるように、行政ではなく市民の目線で考えて、市民サービスを見直します。

市民満足度のさらなる向上を図るため、「親切、丁寧でスピーディな対応」、「ICTの活用や手続きの簡素化」、「ストレスフリーな環境整備」、「市民との情報共有」に取り組みます。

「犬山市役所は便利だね」、「犬山市に住んでいて良かったね」と思われる市役所を目指します。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- ICTの活用(手続きのオンライン化、キャッシュレス化)
- 手続きの簡素化



写真

“活躍したいまち”がある

特徴と課題

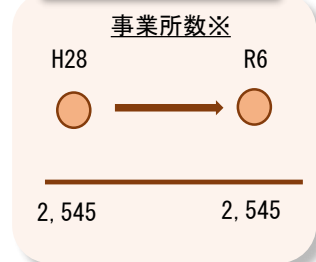
- 市内で買い物をする割合が少ない
- 雇用の受け皿・市の産業を支える中心として工業の影響が大きい
- 女性・高齢者・障害者・外国人など誰もが活躍できる支援や仕組みが必要
- 耕作者の高齢化や農地保全への対応が必要

ねらい しごとがある！誰もが活躍できる！

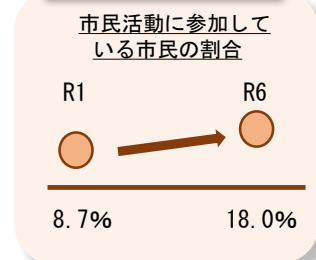
5年間のすすめかた

- 新たな起業や、事業承継、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、企業誘致を推進し、「しごとの場」をつくります。
- 「祭り・伝統文化」など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・高齢者・障害者・外国人など多様な主体が活躍できる居場所と出番をつくります。
- 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り組みを応援します。
- 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)



目標指標(KPI)



※ 事業所数…民営事業所の数
(経済センサスより)

1

犬山らしい教育をすすめます

(読解力向上推進ほか)

犬山市では、少人数学級やＴＴ（チームティーチング）の実施、独自の副教本・副教材の活用などの特色ある教育を進めています。

最近では「感性豊かなひとづくり」を目指して、「国語教育日本一」をキーワードに掲げ、特に読解力向上に力を入れて取り組みはじめました。幼保小中が連携して、感性豊かなどんな社会でも活躍できる人材を育てます。

国や愛知県と連携して、教育におけるＩＣＴ利活用を促進します。

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。

犬山市の特色ある教育や、食育の一環としての学校給食を知ってもらう機会を作ります。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 読解力向上推進
- 図書館改革
- 学校施設の計画的な改修

2

がんばる企業と新たな起業を応援します

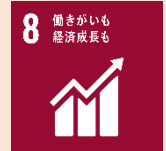
(後継者バンク創設・企業のマーケティング戦略の支援強化ほか)

第1期に引き続き、市内でがんばる企業や新たな起業を応援します。
第2期では、がんばって営業してきたお店や工場を残したかったけれど、後継者がいなくて廃業するしかない人と、そのお店や工場を引き継ぎたい人とのマッチング(=事業承継)の支援に取り組みます。
また、がんばる小規模事業者の販路開拓などを支援し、市内事業者の持続的発展を支援します。
犬山市で起業したい人が抱える悩みを、ワンストップで解決します。
起業を始め、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

新たにチャレンジする主な取り組み

- 後継者バンク創設
- 企業のマーケティング戦略の支援強化



3

新たな地域ブランド開発を応援します

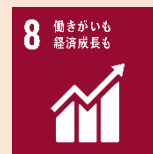
(特産品等を通じた犬山PR事業・6次産業化支援事業ほか)

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、様々な取り組みを支援します。
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

新たにチャレンジする主な取り組み

- 新たな特産品の開発支援
- 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販売促進活動などへの助成(6次産業化支援事業など)



4

「しごとの場」を増やします

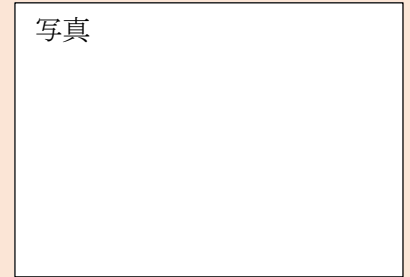
(産業集積誘導エリアへの企業誘致)

犬山市の工業は、昭和30年代後半から急速な発展をとげてきました。現在、犬山市で働いている人は、男性・女性ともに製造業で働いている人が最も多くなっています。

第1期には、第5次総合計画を改訂し、工業系の企業誘致や市内企業の事業拡張などを促す産業集積誘導エリアを見直し、企業誘致を進めてきました。

第2期においても、皆さんの「しごとの場」を提供する企業誘致、市内企業の事業拡張の支援に取り組みます。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 産業集積誘導エリアへの企業誘致
- 企業再投資促進



5

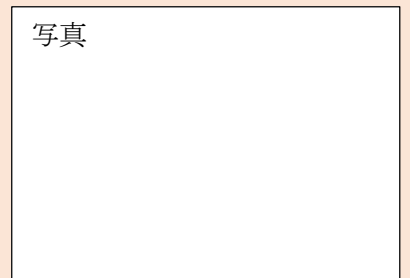
農業でがんばる人を応援します

(農業の担い手育成、耕作放棄地対策ほか)

農家の高齢化が進んでいます。農作業がだんだんとできなくなって、耕作する面積を減らしたり、後継者がいないなどの理由で、耕作放棄地が増えています。高齢農家の農作業支援や、新たな農業の担い手の育成が必要です。農地を貸したい人と借りたい人、農業に詳しい人と農業をはじめてみたい人のマッチングも求められています。

近年では、有害鳥獣による農作物被害が目立つようになってきました。がんばって育てた農作物が、安心して収穫できるよう農家の皆さんを応援します。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 耕作放棄地対策
- 農業の担い手育成



6 シェアリングエコノミーでスキルを活用

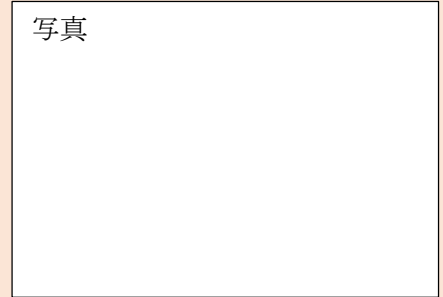
(シェアエコの普及活動)

シェアリングエコノミー(=シェアエコ)とは、個人の「資産」(モノ、建物など)や「能力」(スキル、知識など)を、インターネット上の仲介事業者を介して、必要とする人に貸し出すことで有効に活用する仕組みです。

さまざまなサービスがありますが、シェアエコを利用すれば、個人の「資産」を活かして活躍することもできます。

地域課題の解決と、地域経済の活性化のため、シェアエコの普及に取り組みます。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- シェアエコの普及活動
- シェアエコを活用した地域課題の解決



7 文化・スポーツで活躍・交流できるまちへ

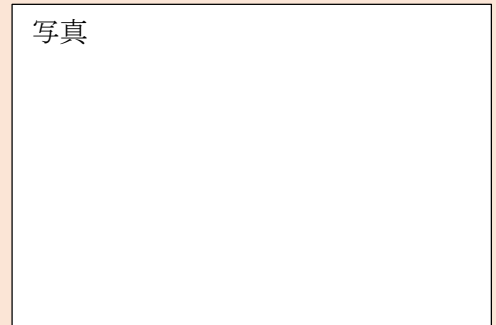
(市民文化会館修繕)

市民の文化、スポーツを通じた活躍・交流を促進します。

市内のサークル団体の情報を集約して提供するとともに、市民が実施する生涯学習事業や、市内中学校の部活動の指導者に地域の人材を派遣します。

市民文化会館をはじめ、生涯学習施設、体育施設を計画的に修繕し、「観る」「行う」などの活躍を通じて、文化やスポーツに親しむ場を確保します。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 社会教育施設の修繕



8

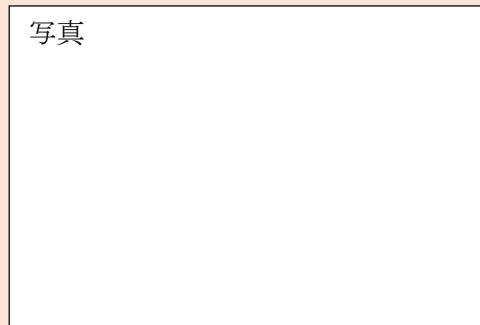
犬山の活性化へ金融機関・商工会議所・大学等と連携

(金融機関・商工会議所・大学等との連携強化)

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、大学等と連携することは、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。

犬山商工会議所及び12の金融機関と結んだ包括協定、各大学等との連携協定に基づき、有益な取り組みを検討し、実施していきます。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 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

17

パートナーシップで
目標を達成しよう



9

みんなで地域力UP！にチャレンジ

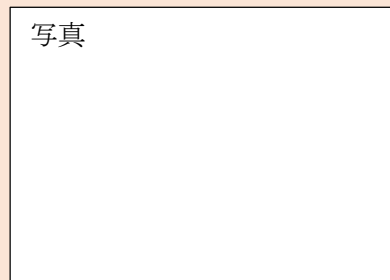
(地域の課題解決支援事業)

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。

そうした活動の中で、より快適で魅力あふれる地域を目指し、地域住民自身が地域の課題を解決していく取り組みを、行政と住民、関係者が一緒になって進めます。同時に、地域を支える人材を掘り起し育成していきます。

また、取り組みの成果は事業を実施した他の地域とも共有し、市全体での地域づくりにつなげます。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 地域の課題解決支援事業
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

17

パートナーシップで
目標を達成しよう



10 市民が主役のまちづくりをすすめます

(市民活動支援事業)

令和元年に、犬山市協働のまちづくり基本条例を策定しました。この条例では、地域課題の解決のために、市民、議会、行政の協働によるまちづくりを推進する理念条例です。

次のステージでは、この条例の普及・啓発に取り組み市民参加を推進します。

市民参加のあり方などを新たに定めるため、今ある市民活動支援条例を見直します。

令和2年度にオープン予定の協働プラザと連携して、地域課題の調査を行い、市民と一緒に課題の解決に取り組みます。

すべ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

写真

新たにチャレンジする主な取り組み

- 協働プラザの整備・運営
- 市民活動支援施策の推進
- 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
- 協働のまちづくり基本条例の推進
- 市民活動支援条例の改正
- ”活躍の場”づくり（フューチャーセッション）
- 地域資源バンクの活用



SDGsとは?その2

ここでは、SDGsの17のアイコンが示す目標を紹介します。

和訳参照 総務省（2019年8月）

目標	アイコン	内容
1		あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる
2		飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する
3		あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する
4		すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する
5		ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う
6		すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する
7		すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する
8		包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する
9		強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る
10		各国内及び各国間の不平等を是正する
11		包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する
12		持続可能な生産消費形態を確保する
13		気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる
14		持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する
15		陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する
16		持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する
17		持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

“訪れたいまち”がある

特徴と課題

- 犬山の魅力や情報を市内外に向けて効果的に発信できていない
- 観光客数は増加傾向だが、戦略に基づいた取り組みが必要
- 市民が誇りに思うものは「豊かな自然」や「伝統文化」「地域の祭り」「城」など

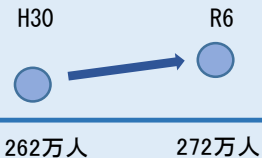
ねらい 住む人の誇りを高め 訪れたい人が増える

5年間のすすめかた

- すべ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。訪れた人がますます「犬山ファン」となって、「犬山に住みたい」につなげます。
- 「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。

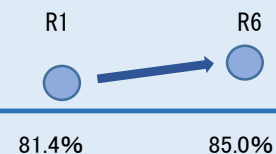
目標指標 (KPI)

主要な観光施設(※)への
観光入込客数



目標指標 (KPI)

犬山のまちに愛着を
感じる市民の割合



※ 主要な観光施設

国宝犬山城、犬山市文化史料館、犬山焼き見学、
どんでん館、木曾川うかい、博物館明治村、
リトルワールド、日本モンキーセンター、
日本モンキーパーク、有楽苑(国宝茶室如庵)、
犬山カンツリー倶楽部、お菓子の城

すべての取り組みを市内外に発信！愛されるまち犬山へ！

1 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)

犬山市の魅力、暮らし、行政サービスの内容などを、わかるように伝えることはとても大切です。市内に住む人には犬山の良さを再認識してもらうことができます。市外の人には興味を持ってもらい、まずは「行ってみたい」まちへ、そこから「住んでみたい」まちになることを目指します。

また、犬山市内で開催される文化やスポーツ、健康に関するイベントを、市外に向けてさまざまなツール（手段）を利用して、積極的に発信し、趣味や活動を通じた犬山ファンを増やします。

シティプロモーションを通じて、ふるさと犬山への愛着を高めることを目指します。そこから、地域を大切に
する新たな活動も生まれるものと考えます。

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

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向上が重要と考えます。

新たに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
- シティプロモーション強化事業

2

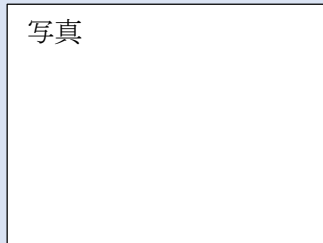
戦略ある“観光まちづくり”をすすめます

(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、さまざまな分野の地域資源とのかけ合わせ(観光×○○)により、新しい観光産業を創り出します。また、観光の分野に多くの市民の皆さんが参画できる仕組みをつくり、さらなる観光振興を図ります。

観光に関わる産業の裾野を広げることで経済効果を市全体に広げることにも挑戦します。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。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

●観光戦略の策定と推進

観光戦略を策定し、戦略に基づいた観光まちづくりを推進します。

●観光×○○事業

観光と異分野のかけ合わせ事業に挑戦



3

木曽川河川空間を活性化します

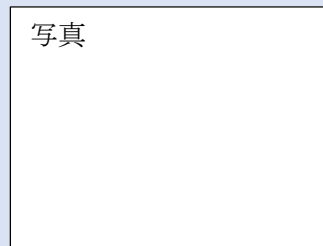
(木曽川河畔の整備、イベントを通じたにぎわい創出など)

木曽川は、風致景観の優秀さと学術的価値の高さから、国の名勝に指定されています。このような木曽川の魅力を活かした河川空間の活性化に取り組みます。さらなるにぎわいや地域活力が創出され、かつ持続し続けられる仕組みづくりを進めます。

内田地区では、犬山城や城下町に近いことから、観光客を誘導し、回遊性と河畔の魅力を高めるために必要な整備や取り組みを実施します。

栗栖地区では豊かなみどりと河川空間という自然の魅力を活かした地域活性化、および移住・定住支援に取り組みます。

写真

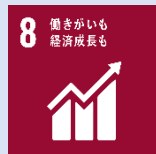


新たにチャレンジする主な取り組み

●木曽川河畔の整備(栗栖地区)

●地域の魅力づくりと発信(栗栖地区)

●飲食・物販やイベントなどを通じたにぎわいと地域活力の創出(内田地区)



4

文化財を保存し、魅力を創出・発信します

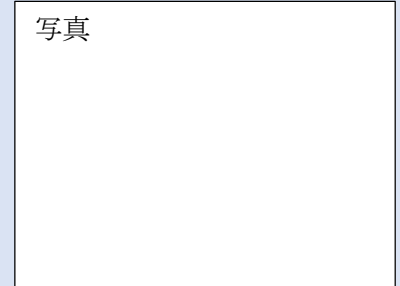
(歴史資料等の収集・編纂など)

犬山市内には、国宝犬山城天守やユネスコ無形文化遺産になった「犬山祭の車山行事」をはじめ、国指定（登録）・県指定・市指定を合わせて220件の文化財があり、そのほかにも未指定の文化財が豊富にあります。

市内各地に存在する文化財を後世へと引き継ぐため、適切に保存するとともに、展示・公開などの活用を進め、魅力UPに取り組みます。

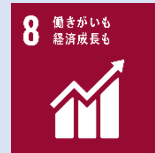
文化財の魅力をPRして、犬山市へ「訪れたい」と思う人を増やします。

写真



新たにチャレンジする主な取り組み

- 歴史資料等の収集・編纂
- 文化財保存活用地域計画の策定
- (犬山城) 城山などの史跡整備



8 値上がりも
経済成長も



11 住み続けられる
まちづくりを

基本目標 気持ちいい住環境「暮らしたいまちがある」

チャレンジする重点事業	新たにチャレンジする主な取り組み
犬山市での子育てと女性の活躍を応援します	「応援チーム」と連携した子育てと女性の活躍応援事業
	子育てと女性の活躍応援事業の情報発信
	病児保育事業実施
	多子世帯支援策の強化
	産後ケア事業の開始
子育て支援施設を計画的に整備します	子ども未来園施設整備
あらたな商業立地を積極的にすすめます	橋爪・五郎丸地区での道の駅エリア整備
	幹線道路への商業施設誘致
住環境（インフラなど）を整えます	重要な幹線道路の整備（富岡荒井線など）
	地区計画に基づく道路整備
	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
	移動支援方法の検討（地域住民の「足」の確保の検討）
	宅地開発による道路整備の一部を補助
空き家の活用をすすめます	空き家情報提供（空き家バンク）による情報発信
	借主改修型（DIY型）空き家事業の活用・啓発
	空き家に関する相談窓口のワンストップ化
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
	働きて定住促進サポート事業
「里山に住む」仕組みづくりに挑戦します	優良田園住宅制度の活用
	水辺を活かしたまちづくりプロジェクト
環境先進都市いぬやまを目指します	環境基本計画の改訂と推進
	省エネ支援の強化
	広域ごみ処理施設の整備
誰もがいきいきと暮らせるまちをつくります	子育ての女性の活躍応援事業の実施（再掲）
	介護予防事業の推進
	地域生活支援拠点整備事業
	多文化共生の推進
	健康市民づくりの推進
地域の集いの場づくりを応援します	地域の集いの場づくりの支援
安全・安心に暮らせるまちをつくります	通学路安全（路側帯のカラー舗装など）対策整備
	家庭や地域での防犯・防災対策支援
	災害対策、非常時の体制整備
市民サービスをもっと簡単に分かりやすく	ICTの活用（手続きのオンライン化、キャッシュレス化）
	手続きの簡素化

基本目標 居場所と出番「活躍したいまちがある」

チャレンジする重点事業	新たにチャレンジする主な取り組み
犬山らしい教育を進めます	読解力向上推進
	図書館改革
	学校施設の計画的な改修
がんばる企業と新たな起業を応援します	後継者バンク創設
	企業のマーケティング戦略の支援強化
新たな地域ブランド開発を応援します	新たな特産品の開発支援
	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販売促進活動などへの助成(6次産業化支援事業など)
「しごとの場」を増やします	産業集積誘導エリアへの企業誘致
	企業再投資促進
農業でがんばる人を応援します	耕作放棄地対策
	農業の担い手育成
シェアリングエコノミーでスキルを活用	シェアエコの普及活動
	シェアエコを活用した地域課題の解決
文化・スポーツで活躍で・交流するまちづくり	社会教育施設の修繕
犬山の活性化へ金融機関・商工会議所・大学等と連携	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
みんなで地域力UP!にチャレンジ	地域の課題解決支援事業
市民が主役のまちづくりを進めます	協働プラザの整備・運営
	市民活動支援施策の推進
	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
	協働のまちづくり基本条例の推進
	市民活動支援条例の改正
	”活躍の場”づくり(フューチャーセッション)
	地域資源バンクの活用

基本目標 人の交流「訪れたいまちがある」

チャレンジする重点事業	新たにチャレンジする主な取り組み
シティプロモーションを積極展開します	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
	シティプロモーション強化事業
戦略ある“観光まちづくり”をすすめます	観光戦略の策定と推進
	観光×〇〇事業
木曾川河川空間を活性化します	木曾川河畔の整備（栗栖地区）
	地域の魅力づくりと発信（栗栖地区）
	飲食・物販やイベントを通じたにぎわいと地域活力の創造（内田地区）
文化財を保存し、魅力を創出・発信します	歴史資料等の収集・編纂
	文化財保存活用地域計画の策定
	（犬山城）城山などの史跡整備

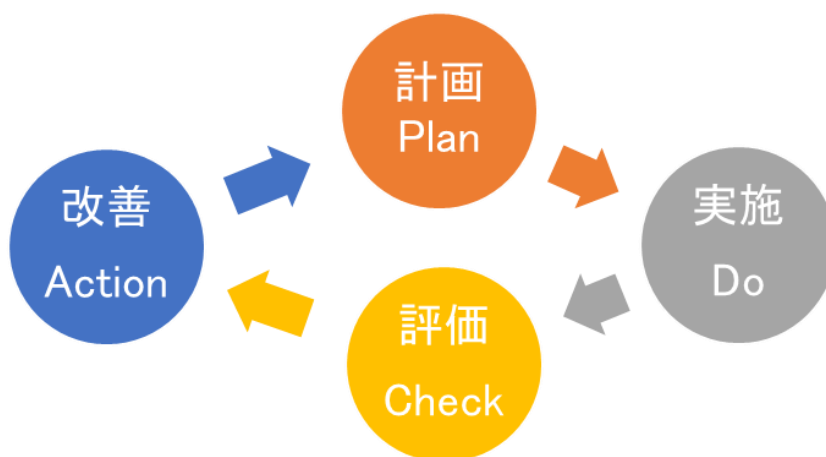
8 適切な進捗管理を実施して効果を検証します

計画の進み具合をしっかりと管理します

第1期の戦略では、総合計画審議会において、第5次犬山市総合計画(改訂版)とともに、毎年度PDCAサイクルによる進捗管理を実施してきました。

第2期となるこの戦略についても、目標年度である令和6年度までの間、設定した目標指標(KPI)などを踏まえ、戦略の進捗を評価・検証し、必要な改善を行った上で、翌年度以降の計画を立てて施策を実施します。

加えて、各種統計情報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。



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。

[] 内の数字は掲載ページ

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。

※ [] 内の数字は掲載ページ

【あ～お】

ICT（アイ・シー・ティー） [22、24、35]

・ Information and Communication Technology（インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー）の略。情報通信技術のこと。

アプローチ [3]

・ 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。

移動率 [5]

・ 全人口に対する移動者数（転入者・転出者）の比率。人口移動の傾向。

インバウンド [3、6]

・ 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。

インフラ [3、13、18、35]

・ インフラストラクチャー（infrastructure）の略。良好な生活環境を確保し、産業活動を推進させるうえでの基盤となる固定施設。

オンライン化 [22、35]

・ ここでは、（行政）サービスをインターネット上で提供することを意味する。

【か～き】

ガバメントクラウドファンディング [11]

・ 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。政府（自治体）が行うものをガバメントクラウドファンディングと呼ぶ。

キャッシュレス [22、35]

・ お札や小銭などの現金を使用せずにお金を払うこと。クレジットカード、電子マネー、デビットカード、スマートフォンやインターネットを使った支払いなどがこれにあたる

経済センサス [4、9]

- ・事業所及び企業の経済活動の状態を明らかにし、我が国における包括的な産業構造を明らかにするとともに、事業所・企業を対象とする各種統計調査の実施のための母集団情報を整備することを目的とした調査。事業所・企業の基本的構造を明らかにする「経済センサス - 基礎調査」と事業所・企業の経済活動の状況を明らかにする「経済センサス - 活動調査」の二つから成り立っている。

KPI(ケー・ピー・アイ) [9、15、23、31、37]

- ・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 [5]

- ・厚生労働省の施設等機関。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 [5、9、15]

- ・人口統計上の指標で、一人の女性が一生に産む子どもの平均数を示す。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どもの数の平均を求める。

交流人口(滞在人口) [6、7]

- ・その地域に訪れる(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。

国勢調査 [4、5]

- ・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。

(地域) コミュニティ [3]

- ・「共同体」、「地域社会」、「近隣社会」などと翻訳され、現在のところ、必ずしも定まった定義や概念があるわけではない。このうち、特に地縁に基づくものについては、地域住民の相互性を強調し、一般的に「地域コミュニティ」と呼ばれる。

コンシェルジュ [12]

- ・ホテルの接客係でお客様の様々な相談や要望に応じる人。ここでは特定分野の総合案内人を意味する。

[さ~そ]

シェアリングエコノミー(シェアエコ) [12、14、27、36]

- ・個人等が保有する活用可能な資産等(スキルや時間等の無形のものを含む。)を、インターネット上のマッチングプラットフォームを介して他の個人等も利用可能とする経済活性化活動。

シティプロモーション.....〔6、14、31、32、37〕

- ・自治体等の単位で行う宣伝活動などを中心にした、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.....〔3〕

- ・社会的地位や身分またはそれを表すもの。

社会移動人口.....〔9、15〕

- ・市内への転入人口及び市外への転出人口。

Society 5.0.....〔12〕

- ・サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）。狩猟社会（Society 1.0）、農耕社会（Society 2.0）、工業社会（Society 3.0）、情報社会（Society 4.0）に続く、新たな社会を指すもので、第5期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱された。

【た〜と】

地域ブランド.....〔14、23、25、36〕

- ・地域を主に経済的な側面から捉える際の、人々が意識する様々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る。

TT（ティー・ティー）.....〔24〕

- ・「Team Teaching」の略。一つの授業をメインティーチャーとサブティーチャーの複数で担当。犬山市では小学校の理科で行われている。

データベース.....〔19〕

- ・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。

DID（ディー・アイ・ディー：人口集中地区）.....〔4〕

- ・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/km²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。

DIY（ディー・アイ・ワイ）.....〔19、35〕

- ・「Do It Yourself（自分でやる）」の略。専門業者に頼らずに、自分で作ったり、修繕・補修等を行うこと。狭義では「日曜大工」と訳されることもある。

都市ブランド [13、15]

- ・(P40「地域ブランド」参照)

【な～の】

農林業センサス [4]

- ・我が国の農林業の生産構造や就業構造、農山村地域における土地資源など農林業・農山村の基本構造の実態とその変化を明らかにし、農林業施策の企画・立案・推進のための基礎資料となる統計を作成し、提供することを目的に、5年ごとに行う調査。

【は～ほ】

PDCA(ピー・ディー・シー・エー) [37]

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

【や～よ】

UIJ(ユー・アイ・ジェイ)ターン [13、15、19]

- ・大都市圏の居住者が地方に移住する動きのこと。Uターンは出身地に戻ることに、Iターンは出身地以外の地方へ移住すること、Jターンは出身地の近くの地方都市に移住することを指す。

【ら～ろ】

リーディングプロジェクト [28、36]

- ・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。

6次産業化 [25、36]

- ・1次産業(農林漁業)と、2次産業(製造業)、3次産業(小売業等)を総合的かつ一体的に推進し、新たな付加価値を生み出す取り組み。

【わ～】

ワンストップ [19、25]

- ・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 [28]

- ・参加者が自発的に作業や発言を行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。