

(仮)
いいね! いぬやま総合戦略
2025-2030

素案 令和6年10月21日時点

令和6年 月

犬山市

★マークのある項目が今回会議で素案を提出する項目です

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	<u>令和7年度 ~ 令和12年度</u>

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

(注)「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」は、第3回会議に向け、市民アンケート調査結果や、人口ビジョン・第6次犬山市総合計画(令和5年3月策定)に使用した統計情報をもとに修正・追記します。
その内容により、1章以降の内容が、今回の素案から変更となる場合があります。

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

60,000人

を堅持します

出生率の向上

社会移動の改善

★ ●目標人口 60,000人 達成のために何が必要なのか?

5

★ ●60,000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 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
気持ちいい住環境 “暮らしたいまち”になるための「12」の重点事業 15
 - 基本目標
居場所と出番 “活躍したいまち”になるための「10」の重点事業 23
 - 基本目標
人の交流 “訪れたいまち”になるための「4」の重点事業 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。犬山市でも、平成21年(2009年)をピークに、人口は減少傾向に転じています。

こうした背景のもと、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、令和2年(2020年)3月には、第1期総合戦略が終了を迎えるにあたり、切れ目なく事業を実施していくため、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。

こうした中、「第2期 いいね！いぬやま総合戦略」を策定後の令和3年度から令和5年度の3年間で、総人口が1,334名減少し、依然として人口は減少傾向にある一方、外国人は206名増加しており、市民全体に占める外国人比率は高まっています。また、令和4年以降は出生数が400名を下回り、さらに、令和元年以降令和4年まで、増加又はほぼ横ばいの傾向であった市内への転入・市外への転出による社会増減は、令和5年は200名を超える減少となっています。

こうした状況を踏まえ、止まることがない人口減少の局面においても、まちの活力を維持し、また、安定した市民サービスを提供し、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る基盤を維持するため、令和7年(2025年)3月の「第2期 いいね！いぬやま総合戦略」の計画期間の満了を迎えるにあたり、第2期 いいね！いぬやま総合戦略に必要な見直しを実施し、新たな総合戦略「いいね！いぬやま総合戦略 2025-2030」(以下「本総合戦略」という。)を策定します。

なお、令和5年3月に第6次犬山市総合計画を策定した際、新たな人口ビジョンを策定しているため、今回は人口ビジョンの改定は行いません。

(犬山市の現状)

- 人口の減少・少子高齢化の傾向は、今後も続くと推計されている
- 「住むまち」としてまちの活力を維持し、また、安定した市民サービスを提供し、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る基盤を維持する必要がある

安心・快適に暮らせるまちのため「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

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「デジタル田園都市国家構想総合戦略」(計画期間:2023~2027年度)と、愛知県「愛知県まち・ひと・し

ごと創生総合戦略（計画期間：2023～2027 年度）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6次犬山市総合計画」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	<u>令和 7 年度～令和 12 年度</u> (計画期間： <u>2025～2030 年度</u>)

(注)3・4ページは修正前(現行の総合戦略(第2期いいね！いぬやま総合戦略))の内容です。
第3回会議に向けて、(1)まちの状況～(3)しごとの状況の各内容を、市民アンケート調査結果や、人口ビジョン・第6次犬山市総合計画(令和5年3月策定)に使用した統計情報をもとに修正・追記します。

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必要があります。
- ◆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。

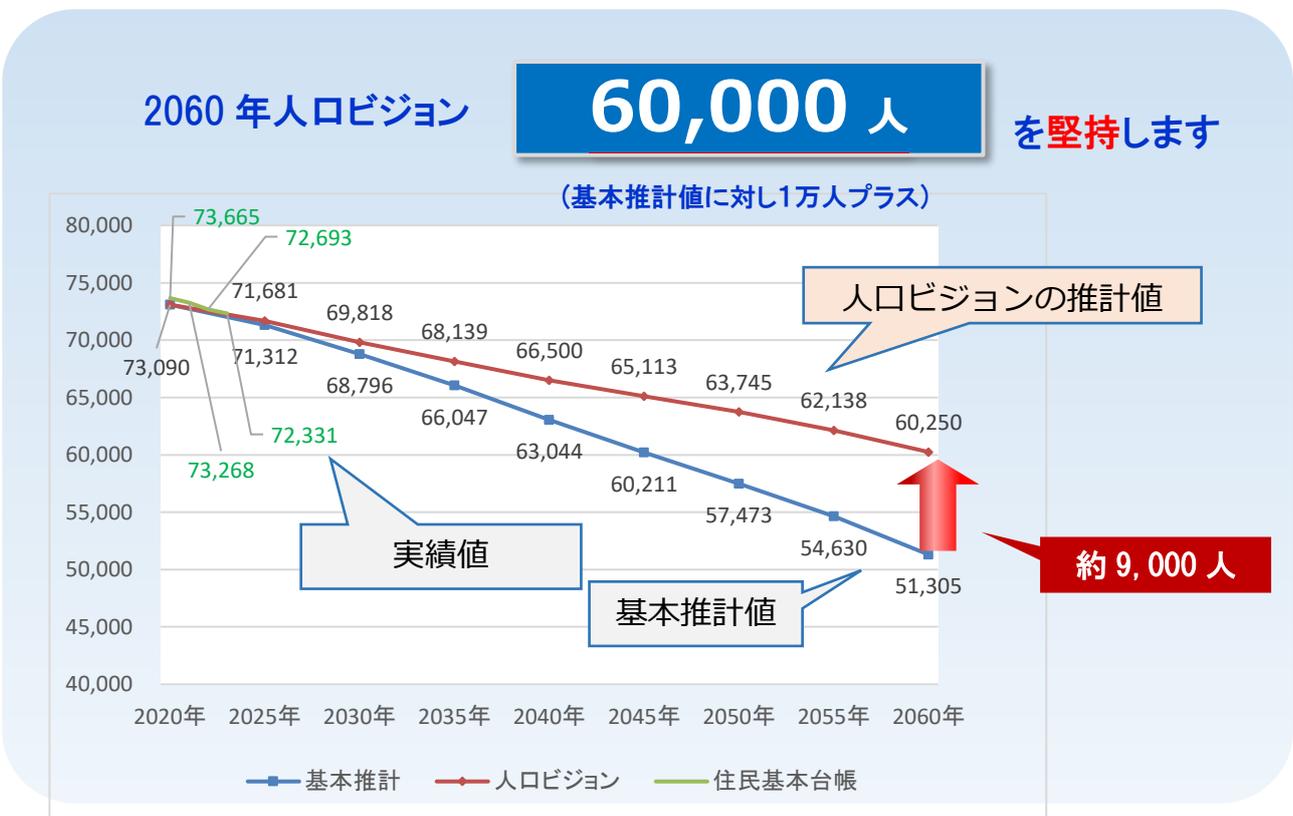
1 章 人口ビジョン

1 将来人口の目標をどこに置くのか？ 人口ビジョン

第2期 いいね！いぬやま総合戦略では、第1期 いいね！いぬやま総合戦略の人口ビジョンをそのまま引き継ぎ、2060年の人口ビジョンは61,000人としていました。これは、将来の人口を推計すると（基本推計※）、2060年に約51,600人になってしまう人口を、約1万人増やそうというものです。

第1期 いいね！いぬやま総合戦略策定時点（平成27年（2015年）3月）では、令和2年（2020年）の人口は73,975名としていましたが、令和5年（2023年）3月の「犬山市人口ビジョン」策定時には、令和2年（2020年）の人口は73,090名であり、2060年の基本推計値も約51,300人まで減少するとされ、目標人口を60,000人としており、本総合戦略でも同一のビジョンとします。

※ 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 60,000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)

平成 25～29年(2013～2017年):1.36

→2040年:1.55・2060年:1.75の実現

◆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(30～39・0～9歳の転入増加、25～29・30～34歳の転出抑制)

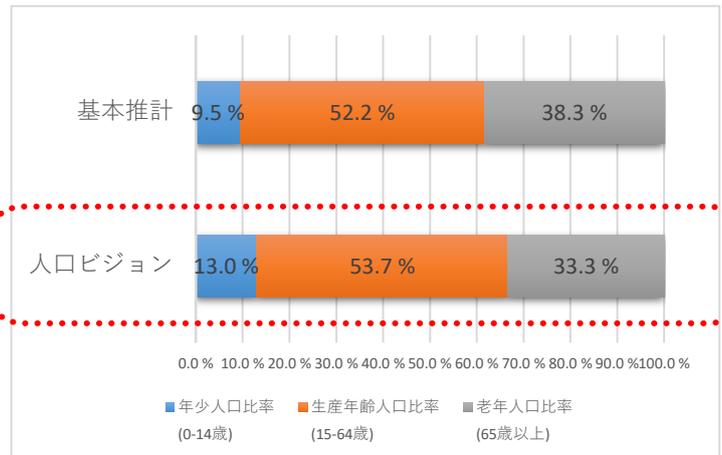
- ◆若年世帯の転出を抑えつつ、転入増を誘導する
- ◆居住地として選ばれるよう魅力を高める

●60,000 人を達成すると何が変わるのか？

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。

60,000 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。



実現の
ために

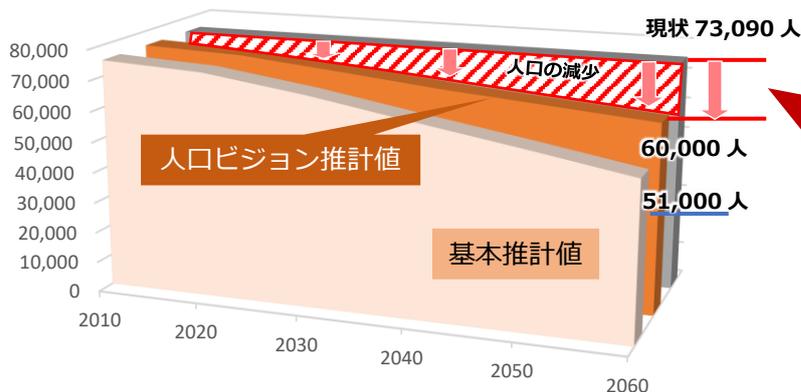
子育て施策の充実、新市街地の形成など

●人口減少を補うことが必要ではないか？

犬山市に愛着がもてる人を増やします

人口ビジョンの総人口(2060年)は60,000人ですが、ピーク時の人口と比べると15,800人近くの人口が減少することになります。

いま犬山市に住んでいる市民が、まちに愛着を持ち、働き手としてだけでなく、地域の担い手、新たなまちの魅力の創造者として、誰もが生涯にわたって、希望や生きがいを持って働き、また、安心して暮らしていける地域づくりを進めることで、そのまちの魅力が、市外からの転入者を誘引することにつながります。人口減少を迎える中での移住促進にあたっては、まずは、定住促進につながる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60,000人を達成しても、現状よりも13,000人程度の人口減となり、それによる地域活力の低下を抑えるため、犬山市に愛着をもった人材の確保を目指します

実現の
ために

シティプロモーションの展開、定住・移住の促進
デジタルの活用など

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 60,000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6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

60,000人

を達成するには

出生率の向上

社会移動の改善

が必要

② 地域の活力を維持する

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の可能性と潜在力を引き出し、磨き上げ、フル活用します。

チャレンジとこだわり

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、新たな挑戦をしつつも、変わらないこだわりも大切にします。

人と地域を強く意識

最も大切なのは「人」。そして「地域」です。「人」と「地域」を大切にし、地域を愛する気持ちを高めることで、誰もが活躍できる、住み続けたいなる、寄り添い、関わりを維持したくなる、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”

人、地域や産業、資源など様々な分野でつながり、新たな価値や多彩な活動の創造により、これからの未来を切り拓き、次代へつなげる持続可能なまちづくりを進めることが、大切です。

このまちに暮らしている、子どもからお年寄りまで市民一人ひとりが、犬山の暮らしを通じて豊かさを実感し、「これからずっと住み続けたい」と思えるまち、そうした実感が周りの人に「犬山市に住みたい」と思われ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

犬山らしい暮らし方・いぬやまならではの価値観を提案・発信し「住むまち」の魅力を高め「いつまでも住み続けたいまち」・「住んでみたいまち」になります。

活躍したいまち

「農業、商業、工業、観光に活気がある」まち、女性、若者、高齢者、障害者、外国人など「誰もが活躍できる居場所と出番がある」まち、「地域の多様な主体が交流・協働する」まちになります。

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「犬山を大切にし誇りに思う気持ち」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6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2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2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)	<u>1.63</u> (令和6年)	<u>1.31</u> (令和4年)※1	不明
社会移動人口 ※2	224人転入超過 (令和元年)	<u>200人転入超過</u> (令和6年)	<u>211人転出超過</u> (令和5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	90.9% (令和元年)	<u>93.0%</u> (令和6年)	<u>92.6%</u> (令和6年)	未達成

※1 平成30年～令和4年の合計特殊出生率
(出典 平人口動態統計特殊報告(平成30年～令和4年 人口動態保健所・市区町村別統計/令和6年4月公開))

※2 各年1月1日～12月31日における転入者数から転出者数を差し引いた社会増減数(その他増減除く)

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	<u>2,673</u> (平成28年)	<u>2,545</u> (令和6年)	<u>2,433</u> (令和6年)	未達成
市民活動に参加している市民の割合	<u>8.7%</u> (令和元年)	<u>18.0%</u> (令和6年)	<u>11.0%</u> (令和6年)	未達成

※3 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

令和6年数字 ①民営事業所数 [〇〇〇] + ②公務(全産業(S公務を除く)) [不明] = 不明

【経済センサス基礎調査】

【経済センサス活動調査】

令和6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
主要な観光施設(※4)への観光入込客数	262万人 (平成30年度)	<u>272万人</u> (令和6年度)	<u>221万人</u> (令和5年度)	不明
犬山市のまちに愛着を感じる市民の割合	81.4% (令和元年)	<u>85.0%</u> (令和6年)	<u>83.6%</u> (令和6年)	未達成

※4 国宝犬山城、犬山市文化史料館、犬山焼き見学、どんでん館、木管川うかい、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

人口のビジョンの達成状況



人口は人口ビジョンを下回り、基本推計も下回る傾向で推移しています。

(※)基本推計と人口ビジョンは、平成27(2015)年から5年ごとに算出しているため、令和2(2020)年までの数字は参考値、それ以降は傾向を踏まえた近似値となります。

4 新たな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。

今回の総合戦略の策定にあたっては、第2期総合戦略策定時と同様に、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2期総合戦略策定時に比べ、市民の意識や取組みが向上したものはありますが、策定当初の目標を達成していない目標もあります。

このような経緯から、新たな総合戦略は、下記の3つのポイントに留意しつつ第2期総合戦略を最大限に尊重して策定します。

総合戦略 2025-2030 のポイント

第2期総合戦略の検証結果の反映

新たな総合戦略の策定にあたっては、第2期戦略を検証し、事業の見直しを実施しました。令和7年4月からは、この総合戦略に基づいて、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2期総合戦略策定から4年が経過し、犬山市を取り巻く状況は変わっています。これまでの取組みを活かしつつ、新たな視点も加えながら、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、令和4年に、期間中であった総合戦略を抜本的に改訂し、「デジタル田園都市国家構想相互戦略(2023~2027年度)」を策定し、これを受け、愛知県では、令和5年に新たな地方版まち・ひと・しごと創生地方版総合戦略を策定したことから、これら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。

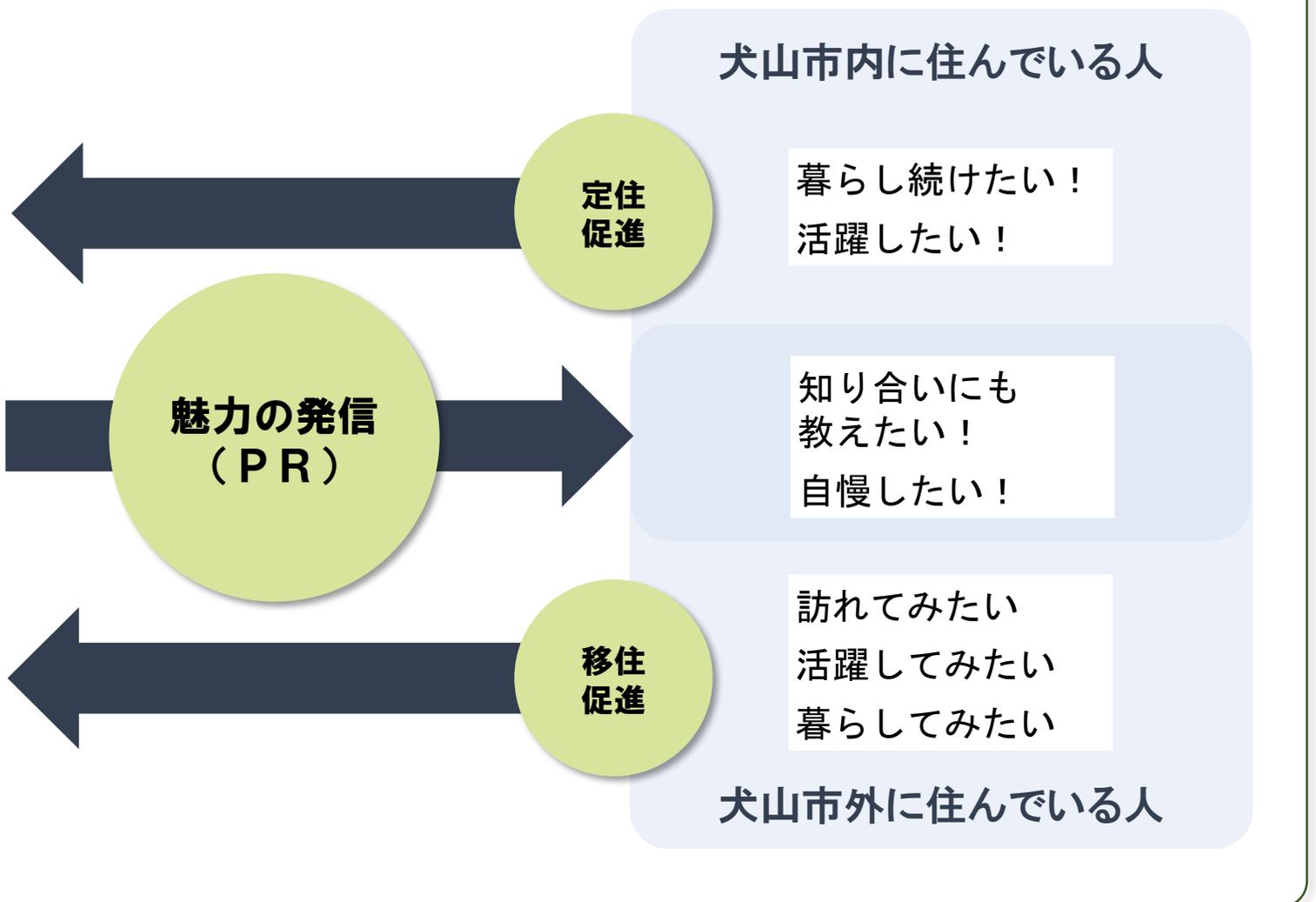
デジタルの活用

犬山市の地方創生の取組
にデジタルの力の活用を
加速させ、「誰もが便利
で安心して、さらに快適
に暮らすことのできる社
会」の実現を目指しま
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



新しい時代の 流れを力に

「誰一人取り残さない」
社会の実現を目指すSDGs
の理念や、新型コロナウイルス
感染拡大を契機と
する人々の意識・行動の
変化など新しい時代に即
した事業を進めます。

多様な主体との 連携協働

人口減少や高齢化が進行
し、地域の担い手が不足
する一方、行政ニーズは
依然、拡大・多様化・高
度化が想定されるなか、
市民、企業、団体、地域
の力で地域が活性化する
環境づくりを進めます。

人材の 発掘・育成

事業のキーマンや担い手
となる人材を探したり、
育てたりします。