

いいね! いぬやま総合戦略 2025-2030

令和 7 年 3 月

犬山市

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 7 年度 ~ 令和 12 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

60,000 人

を堅持します

出生率の向上

移動率の改善

●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2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 新たな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 20 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 28 年(2016 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(2023 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	令和7年度～令和12年度 (計画期間：2025～2030 年度)

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

令和6年に実施した市民アンケート調査、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」「観光施設」

「豊かな自然」

- ◆市民アンケート調査などから、特に「豊かな自然」と「歴史」に対する市民の思いは強く見られます。
- ◆伝統文化や自然、犬山城をはじめとした歴史遺産や文化財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

- ◆新たな総合戦略の策定にあたって実施した市民アンケート調査では「市民活動に参加している市民の割合」は増加しており、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います。また、第6次犬山市総合計画策定にあたり令和3年に実施した調査では、多数の人が「地域でのつながりや支えあいを大切にしているまち」と感じています。

● 地域での課題にも直視が必要

- ◆市民アンケート調査では、「地域での人間関係がよい」と答える数が一定数あった一方で、住み続けたくない理由として「地域内での人間関係がよくない」とする回答や、町内会活動への抵抗感、市民として観光施策に対する意見もあり、犬山市全体での地域の課題としてとらえていくことが必要です。

● 観光客数は回復傾向にあるが・・・

- ◆犬山城や城下町を訪れる観光客は、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、減少傾向が続いていましたが、回復傾向にあります。最近では、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の促進や、街路灯・防犯灯・防犯カメラの設置、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が求められています。
- ◆「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

- ◆観光面での魅力だけでなく、犬山の「住むまち」としての魅力を、様々なメディアや媒体を活用して内外へ効果的に発信、積極的にPR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

●若い世代の流出と人口の減少

- ◆平成 27 (2015) 年と令和 2 (2020) 年の国勢調査では、転出が原因と思われる 20 歳・30 歳代の減少が顕著となっています。
- ◆令和 6 年 12 月 1 日現在の人口は、71,339 人で前年同月から 782 人の減少となっています。

●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 D I D (人口集中地区) の人口は減少が続いています。
- ◆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) 年から令和 2 (2020) 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、従前の総合戦略である第 2 期総合戦略策定時よりも転入超過になっている市町村が増えているものの、名古屋市、江南市、扶桑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、初婚年齢が上昇傾向にあり晩婚化が進行しています。また、母の出産年数が上昇傾向にあります。
- ◆2010 年から出生数は減少し続けています。この原因には、若い世代の流出や未婚化・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

- ◆令和 2 (2020) 年国勢調査から、本市における就業構造をみると、男性は「製造業(7,023 人)」、女性は「医療・福祉(2,934 人)」の従事者が最も多くなっています。全体では、従前どおり「製造業」従事者が最も多く、雇用の受け皿、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)は厳しい状況

- ◆令和 3 (2021) 年経済センサス活動調査から、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、犬山市は過去より上位となりましたが、どの項目も下位となっています。
 - ・事業所数/人(6 位) ・従業者数/人(6 位)
 - ・年間商品販売額/人(6 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

- ◆市民アンケート調査では、買い物や外食が不便であることから他の市町村へ移りたいと考える人が多くいました。商業施設等の充実が望まれています。

●耕作者の高齢化や農地保全の対応が必要

- ◆令和 2 (2020) 年の国勢調査によると、農業を仕事としている基幹的農業従事者の 88.2% が 65 歳以上です。耕作放棄地面積も増加傾向にあり、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。
- ◆令和 5 (2023) 年の 65 歳以上の老年人口は 29.4% 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。年齢や国籍、性別などを問わず、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人となってしまう人口を、約1万人増やそうというものです。

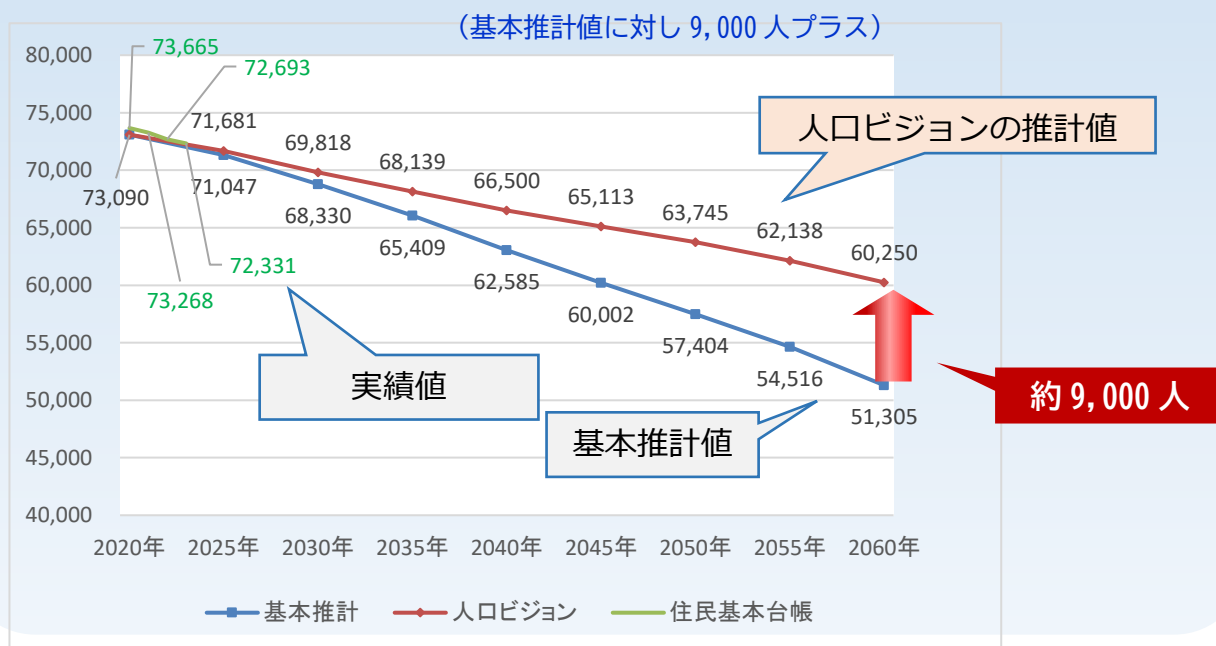
第1期 いいね！いぬやま総合戦略策定時点（平成27年（2015年）3月）では、令和2年（2020年）の人口は73,975名としていましたが、令和5年（2023年）3月の「犬山市人口ビジョン」策定時には、令和2年（2020年）の人口は73,090名であり、2060年の基本推計値も約51,300人まで減少するとされ、目標人口を60,000人としており、本総合戦略でも同一のビジョンとします。

※ 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

2060年人口ビジョン

60,000人

を堅持します



●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

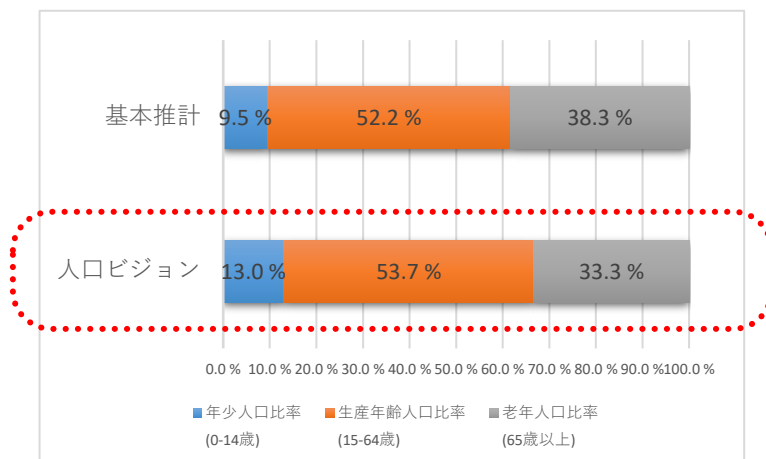
◆居住地として選ばれるよう魅力を高める

●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

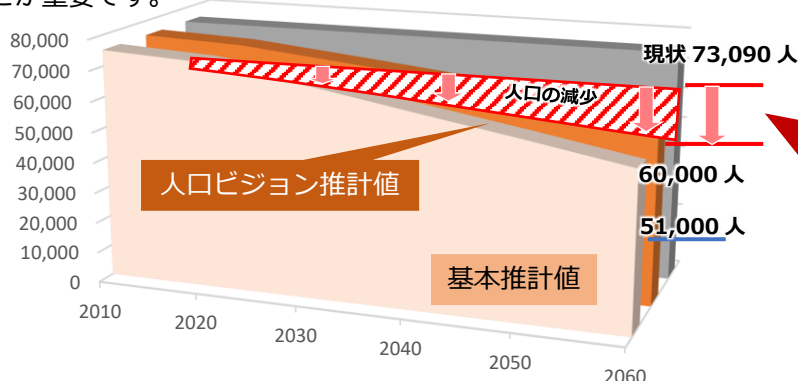
子育て施策の充実、新市街地の形成など

●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。

今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

移動率の改善

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 6 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、異なる分野をか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、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も「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・犬山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)	1.63 (令和6年)	1.32 (令和4年) ※1	未達成
社会移動人口 ※2	224人転入超過 (令和元年)	200人転入超過 (令和6年)	211人転出超過 (令和5年)	未達成
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)	93.0% (令和6年)	92.6% (令和6年)	未達成

※1 平成30年から令和4年の合計特殊出生率

(出展 人口動態統計特殊報告(平成30年から令和4年 人口動態・保険所・市区町村別統計/令和6年4月公開))

※2 各年1月1日から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」

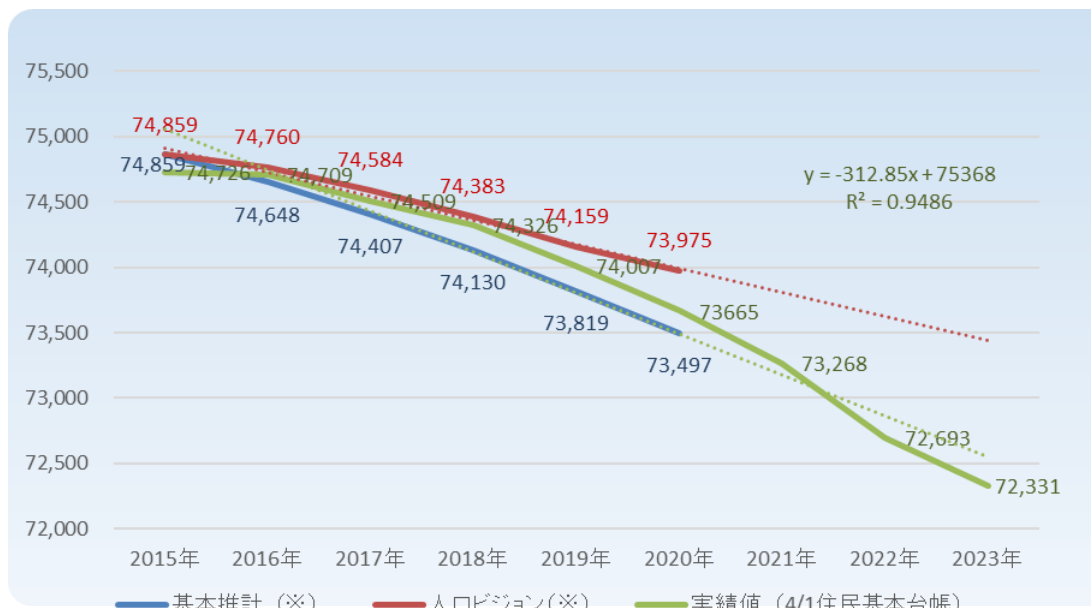
KPI（目標指標）	策定時	目標値	現状値	達成状況
事業所数	2,545 (平成28年)	2,545 (令和6年)	2,433 (令和6年)	未達成
市民活動に参加している市民の割合	8.7% (令和元年)	18.0% (令和6年)	11.0% (令和6年)	未達成

○基本目標 人の流れ「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(※3)への観光入込客数	262万人 (平成30年度)	272万人 (令和6年度)	221万人 (令和5年度)	未達成
犬山市のまちに愛着を感じる市民の割合	81.4% (令和元年)	85.0% (令和6年)	83.6% (令和6年)	未達成

※3 国宝犬山城、犬山市文化史料館、犬山焼き見学、どんでん館、木曽川うかい、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、期間中であつ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総合戦略（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

誰ひとり
取り残さない
みんながいきいきと
している

活躍したいまち

駅が多い

訪れたいまち

豊かな自然
がある

子育て支援と
教育に
力を入れている！

災害が
少ない

などなど

地域の資源を
フル活用

自然・文化、地理的な要素だけではなく、人と人とのつながり、多くの人のまちへの思いなど、そうした全てがまちの魅力であり地域の資源です。その可能性や潜在力を十分に活かしていきます。

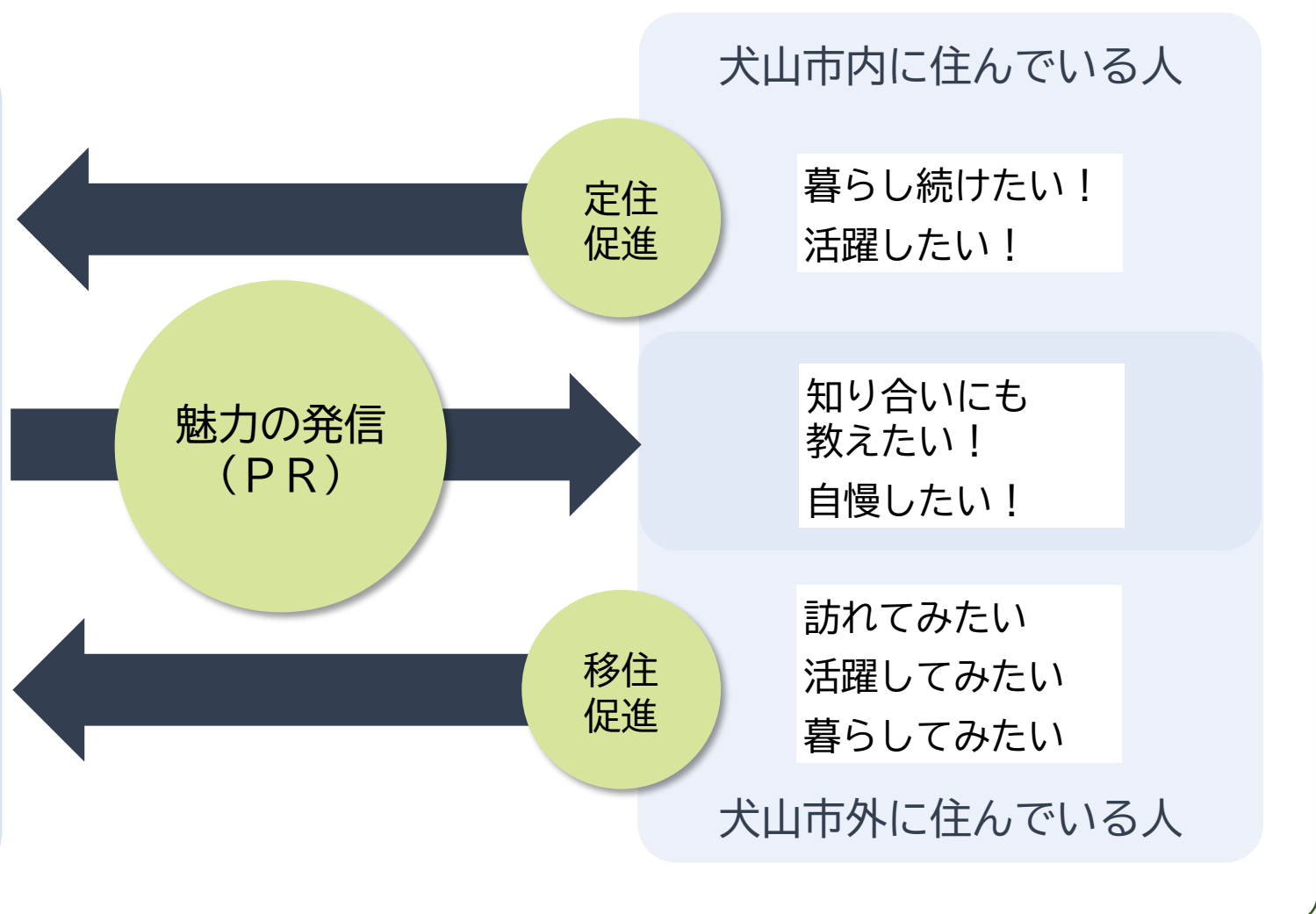
デジタルの活用

犬山市の地方創生の取組み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

企業誘致や移住定住の推進などによる安定的な財源の確保とともに、ふるさと納税やクラウドファンディングなど、時々に応じたまちの魅力を活かした財源の確保も積極的に図っていきます。

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

今後も拡大・多様化・高度化が想定される行政ニーズに応え、安心して暮らせるまちの実現のため、市民、企業、団体、地域の力が一体となって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

人口減少や高齢化が進行し、地域の担い手が不足する中、様々な場面や分野での主体的に事業を推進してくれる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。

戦略の方向性 豊かさを

人口減少に直面した中で、持続可能なまちをつくるために令和7（2025）年度から令和12（2030）年度の6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

女性

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。
- ◆ 若者世代、子育て世代の市内定住に向け、U I J 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。市全体で子育てや子育てをする人をサポートし、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便利に |

高齢者

若者

子育て
世代

働く世代

Etc.

地域
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

学校

企業

- ◆ 新たな起業や、事業継承を支援する仕組みや環境をつくります。
- ◆ 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。
- ◆ 農産物のブランディングや6次産業化などによる経営の安定化を図る取組みの推進や支援により、地域の農業者を育成します。
- ◆ 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。
- ◆ 人やモノをはじめとしたあらゆる地域資源を活用した、地域に応じた多様な活動や、地域の課題を自らが解決しようとする取組みを応援し、市民が真ん中にあるまちづくりを推進します。
- ◆ 事業者や各種団体が持つ実績やノウハウ、大学や高校など学校と学生の力を活かし、地域課題の解決などにつなげます。

★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 地域資源をまちづくりに活かします |
| ② がんばる企業と新たな市内創業を応援します | ⑦ 文化・スポーツで活躍・交流できるまちにします |
| ③ 新たな地域ブランド開発を応援します | ⑧ 犬山の活性化につながる連携をすすめます |
| ④ 「しごとの場」を増やします | ⑨ みんなで地域力UP！にチャレンジします |
| 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 |

外国人

基本目標 人の交流

“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

- ◆ すべての取組みを市内外に広めるシティプロモーションを展開します。「見せ方」「伝え方」を意識し、SNSなどを活用し、効果的な情報発信・まちへの愛着の醸成、深化を図ります。
- ◆ 「豊かな自然」「歴史遺産や文化財・観光施設が多い」という犬山市の魅力を活かして「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し、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。

★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 木曽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

基本目標：気持ちいい住環境 “暮らしたいまち” がある

【特徴と課題】

- ・豊かな自然（緑）がある。
- ・災害が少ない（災害に強い）。
- ・公共交通（電車・バスなど）が不便であると感じている人の割合が高い。
- ・子どもの生まれる数が減少。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！

【6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。
- 若者世代、子育て世代の市内定住に向け、U I J 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。市全体で子育てや子育てをする人をサポートし、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（K P I）

合計特殊出生率	1.63（R12） ※R4 時点 1.32
社会移動人口	200 人転入超過（R12） ※R5：288 人転出超過
今後も犬山市に住み続けたいと考える市民の割合	93.0%（R12） ※R6：90.0%

“暮らしたいまち” になるための「12」の重点事業

1 犬山市での子育てと女性の活躍を応援します

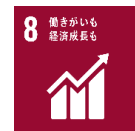
子育てを応援するためには、子育てに関する不安を解消したり、子育てそのものへのサポートが大切です。犬山市では、これまでも、そしてこれからも子どもが成人するまでの子育てを応援し続けます。

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、働き方を考える場をつくり、ママたちの不安を解消します。

犬山市全体で子育てや子育てをする人をサポートし、活躍を応援し、子育てをしたいまち、出産や子育ての希望が実現できるまちをつくりまします。

○今後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と情報発信
- ・病児保育事業の実施
- ・多子多胎世帯支援策の強化
- ・産後ケア事業の利用促進
- ・屋内型キッズスペースの整備・運営
- ・給食費無償化の拡充



2 子育て支援施設を計画的に整備します

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。

園児達が健やかに育つように、令和元年度に策定した「子ども未来園 施設整備 10 ケ年計画」に基づき、「橋五子ども未来園」「(仮称) 新羽黒保育園」の整備を進めており、他の保育施設の更新についても、令和 5 年 4 月に策定した「子ども未来園 施設整備 10 ケ年計画 (改訂版)」に基づき、計画的に進めていきます。

子ども未来園以外の施設に関しても計画的に整備します。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・子ども未来園施設の整備
- ・子育て支援センターの整備・運営



3 あらたな商業立地を積極的にすすめます

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。

地域コミュニティの維持に向けた商業施設の立地を促進し、生活に不可欠な買い物などに困らないように、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。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・ 幹線道路への商業施設誘致
- ・ 産業集積誘導エリアへの企業誘致



4 住環境（インフラなど）を整えます

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」の確保についても様々な可能性を探りながら対応していきます。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・ 重要な幹線道路の整備（蟬屋長塚線など）
- ・ 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・防犯灯や防犯カメラを設置・修繕
- ・ 公共交通ネットワークの連携（交通弱者等への対応）
- ・ 宅地開発による道路整備の一部を補助
- ・ 公共下水道の整備
- ・ 公園の整備・利活用
- ・ 五郎丸地区の新たなまちづくりの推進



5 空き家の活用をすすめます

定住促進や地域の活性化を目指し、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。

引き続き、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。

○今後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
- ・ 空き家の利活用の促進
- ・ 宅地開発による道路整備の一部を補助



6

帰ろう ふるさと犬山へ 暮らそう 働く犬山で

若者世代や子育て世代の市内への定住をすすめるために、犬山市に魅力を感じてU I J ターンする人、犬山市で創業する人を応援します。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・ U I J ターンへの支援
- ・ 創業支援の実施



7

「里山に住む」仕組みづくりに挑戦します

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、木曽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。

○今後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



8

環境先進都市いぬやまを目指します

地球環境、自然環境、生活環境などの環境問題に、環境基本計画に基づき、市民や企業、各種団体と共同して取り組みます。

みなさんが取り組む省エネ・創エネ・蓄エネを支援します。

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。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・ 環境基本計画の推進
- ・ 省エネ・創エネ・蓄エネの推進
- ・ 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

年齢や性別、国籍、障害の有無などに関わらず、「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。

「誰も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にとってはもちろん、訪れる人や、犬山市外に暮らしている人にとってもまちの魅力となるまちづくりを進めます。

○今後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と情報発信
- ・介護予防事業の推進
- ・多文化共生の推進
- ・健康市民づくりの推進
- ・包括的な相談支援体制の構築（重層的支援体制整備）
- ・手話言語の普及及び障害の特性に応じたコミュニケーション手段の利用促進



地域の集いの場づくりを応援します

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」「生活習慣」「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、参加を促すなどの取組みを進めます。

○今後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。



安全・安心に暮らせるまちをつくります

子どもから大人まで、誰もが、安全なまちで安心して暮らしていると実感できるまちとなるように、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。

○今後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、非常時の体制構築と環境整備



市民サービスをもっと簡単に分かりやすく便利に

利用者である市民が、もっと簡単に、便利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、市民の目線で考えて、市民サービスを見直します。

市民満足度の更なる向上を図るため、「親切、丁寧でスピーディな対応」「DXの推進」「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、「行かなくてよい市役所」を目指します。

○今後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）



基本目標 居場所と出番 “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
- ・年齢や性別、国籍、障害の有無に関わらず、誰もが活躍できる支援や仕組みが必要
- ・農業従事者の高齢化や農地の有効利用への対応が必要

【ねらい】

しごとがある！ 誰もが活躍できる！

【6年間のすすめかた】

- ・新たな起業や、事業継承を支援する仕組みや環境をつくれます。
- ・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」をつくれます。
- ・農産物のブランディングや6次産業化などによる経営の安定化を図る取組みの推進や支援により、地域の農業者を育成します。
- ・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れます。
- ・人やモノをはじめとしたあらゆる地域資源を活用した、地域に応じた多様な活動や、地域の課題を自らが解決しようとする取組みを応援し、市民が真ん中にあるまちづくりを推進します。
- ・事業者や各種団体が持つ実績やノウハウ、大学や高校など学校と学生の力を活かし、地域課題の解決などにつなげます。

目標指標（K P I）

事業所数 ※民営事業所の数（経済センサスより）	2,545（R12） ※R6年 2,433
市民活動に参加している市民の割合	18.0%（R12） ※R6年 10.8%

“活躍したいまち” になるための「10」の重点事業

1 犬山らしい教育をすすめます

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。

「感性豊かな人づくり」を目指して、特に読解力の向上を目指して、図書館コーディネーターの配置や学校司書との連携などにより読書活動の推進や授業改善を行っています。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。

情報収集・活用能力や問題解決能力を養うため教育におけるＩＣＴの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、学校施設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。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・読解力向上推進
- ・学校施設の計画的な整備・改修



2 がんばる企業と新たな市内創業を応援します

長年営業してきたお店や工場の後継者を探したいと考えている人への支援、また継続して営業していくために必要な計画づくりや設備投資への支援など、市内企業が今後も存続していくためのさまざまな支援に取り組みます。

また、創業したい人が抱える悩みを解決し、自信をもって創業できるように支援します。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・市内企業の事業継続・承継の支援
- ・企業のマーケティング戦略の強化支援
- ・就業希望者への知識習得と事業計画づくり、設備投資への支援



3 新たな地域ブランド開発を応援します

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。多くの犬山産品が生まれ、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。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・新商品・新メニューの開発の支援
- ・農作物等ブランディング化の推進



4

「しごとの場」を増やします

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。

現在でも、犬山市内では、製造業で働いている人が最も多くなっています。

市内産業の活性化に繋がる土地利用を想定した地域（産業集積誘導エリア）をはじめとして、市内での製造業系の企業立地や市内企業の事業拡張などを促し、雇用の場の創出を図ります。

○今後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
- ・市内企業の再投資を支援



5

農業でがんばる人を応援します

農業従事者の高齢化や後継者不足が進んでおり、農業の担い手減少が深刻な問題となっています。また、担い手減少によって、耕作放棄地や管理が不十分な農地が増えています。

農業後継者や新規就農者の確保や育成を図り、農地の有効利用を促進します。

農産物のブランディングや 6 次産業化などによる経営の安定化を図る取り組みの推進や支援により、地域の農業者を育成します。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・農業の担い手の確保と育成



6

地域資源をまちづくりに活かします

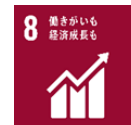
シェアリングエコノミーとは、個人の「資産」（モノ、建物など）や「能力」（スキル、知識など）などを、必要とする人に貸し出すなどの方法で提供し、有効に活用する経済活動の仕組みの一つです。

また、経済活動としてだけでなく、人と人とのつながりのきっかけともなり、さらに、シェアという考え方は、地域課題の解決や、公共サービスの補完という役割も期待できます。

地域経済の活性化と持続可能な地域づくりのため、シェアの普及に取り組めます。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・シェアによるまちづくりの普及と地域課題の解決
- ・地域資源の見える化と活用促進



7 文化・スポーツで活躍・交流できるまちにします

市民文化会館や市体育館をはじめとする社会教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と機会を確保し、市民の文化、スポーツを通じた活躍・交流を促進します。

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など、市内の文化・スポーツ活動に地域の人材力を活かします。

スポーツによる市民交流や地域の活性化をすすめるため、民間事業者などと連携し、新たなスポーツ大会の誘致に取り組みます。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・社会教育施設の修繕・改修
- ・文化創造の機運を高める事業の推進
- ・スポーツコミッションなどでのまちの活性化
- ・部活動の地域への移行・地域での展開



8 犬山の活性化につながる連携をすすめます

地方創生や地域の活性化には、人口減少や高齢化など多くの課題が絡み合っているため、市、民間事業者、団体や学校が単独で解決をするのは容易ではなく、多様な主体との関わりが重要です。

商工会議所をはじめ市内各種団体や大学、民間事業者などとの連携は、経済の活性化、子育て支援、教育の充実など幅広い分野で課題の解決のほか、新たな事業の創出、魅力の向上など、多くの可能性が期待できます。

包括協定や個別の分野や内容で締結する協定などに基づき、また、さらに新たな連携も探りながら取り組みを推進していきます。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・連携事業の継続と充実



みんなで地域力UP！にチャレンジします

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をしていきます。

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。

○今後チャレンジする主な取り組み

・地域の課題解決の支援

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。



市民が主役のまちづくりをすすめます

犬山市協働のまちづくり基本条例の普及・啓発に取り組み、市民参加を推進します。

「市民活動の拠点」「新たなまちづくりの拠点」「分野を超えた人との出会い、さまざまな形で社会とつながるきっかけや、地域の資源が見つかる場所」である協働プラザのを活用し、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。

○今後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
- ・“活躍の場”づくり（フューチャーセッション）の実施
- ・地域資源バンクの活用
- ・地域の担い手育成



※協働プラザとは？

従来の市民活動団体に加え、町内会やコミュニティ等の地縁組織、企業、個人を含めた多様な人材が行う社会的活動を支援するための拠点施設です。

基本目標：人の交流 “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
- ・市民が思う犬山市の魅力は「豊かな自然」や「歴史遺産・文化財・観光施設が多い」

【ねらい】

住む人の誇りを高め 訪れたい人が増える

【6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します。
- ・「見せ方」「伝え方」を意識し、SNSなどを活用し、効果的な情報発信・まちへの愛着の醸成、深化を図ります。
- ・「豊かな自然」「歴史遺産や文化財・観光施設が多い」という犬山市の魅力を活かして「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」を戦略的に展開し、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し、産業として裾野を広げることで経済効果の創出に取り組みます。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。多くの人が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）

関係人口数（ずっといぬやま応援団登録団員数）	2,000 人（R12） ※R6 時点 17 人
犬山のまちに愛着を感じる市民の割合	85.0%（R12） ※R6 時点 82.9%

“訪れたいまち” になるための「4」の重点事業

1 シティプロモーションを積極展開します

犬山市の魅力、暮らし、行政サービスの内容などを、市内に住む人にわかりやすく伝えることで、犬山の良さを再認識してもらい、もっと犬山市を好きになってもらうことが大切です。

また、犬山市の魅力などの情報を広く発信することで、市外の人に犬山市という、まち全体に興味や関心を持ってもらい、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、地域を大切にすると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。

※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。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・市ホームページやSNSなどによる効果的な情報発信
- ・シティプロモーションの強化・充実

2 戦略ある“観光まちづくり”をすすめます

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により、新しい観光コンテンツ、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。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・観光戦略の推進



- ・市内各所の豊富で多彩な地域資源を活かした観光コンテンツ造成の推進

3 木曽川河川空間を活性化します

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・定住を促進する活動の支援に取り組みます。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・木曽川河畔の整備
- ・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



4 文化財を保存し、魅力を創出・発信します

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。

市内に広がる文化財の魅力によって、犬山市へ「訪れたい」と思う人や、住むまちとしての誇りや愛着、関心をもてる人を増やします。

○今後チャレンジする主な取り組み

- ・歴史資料等の収集・編纂
- ・犬山歴史文化ぷらっとフォームの取組み
- ・犬山城大手門枡形跡（犬山市福社会館跡地）整備



7 事業一覧

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	今後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	子育てと女性の活躍応援事業の実施と情報発信
	病児保育事業の実施
	多子多胎世帯支援策の強化
	産後ケア事業の利用促進
	屋内型キッズスペースの整備・運営
	給食費無償化の拡充
子育て支援施設を計画的に整備します	子ども未来園施設の整備
	子育て支援センターの整備・運営
あらたな商業立地を積極的にすすめます	幹線道路への商業施設誘致
	産業集積誘導エリアへの企業誘致
住環境（インフラなど）を整えます	重要な幹線道路の整備（蟬屋長塚線など）
	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・防犯灯や防犯カメラを設置・修繕
	公共交通ネットワークの連携（交通弱者等への対応）
	宅地開発による道路整備の一部を補助
	公共下水道の整備
	公園の整備・利活用
	五郎丸地区の新たなまちづくりの推進
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
	空き家の利活用の促進
帰ろう ふるさと犬山へ 暮らそう 働く犬山で	UIJターンへの支援
	創業支援の実施
「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	環境基本計画の推進
	省エネ・創エネ・蓄エネの推進
	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と情報発信
	介護予防事業の推進
	多文化共生の推進
	健康市民づくりの推進
	包括的な相談支援体制の構築（重層的支援体制整備）
	手話言語の普及及び障害の特性に応じたコミュニケーション手段の利用促進
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、非常時の体制構築と環境整備
市民サービスをもっと簡単に分かりやすく便利に	ICTの活用（手続きのオンライン化、キャッシュレス化）

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	今後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
	学校施設の計画的な整備・改修
がんばる企業と新たな市内創業を応援します	市内企業の事業継続・承継の支援
	企業のマーケティング戦略の強化支援
	就業希望者への知識習得と事業計画づくり、設備投資への支援
新たな地域ブランド開発を応援します	新商品・新メニューの開発の支援
	農産物等ブランディング化の推進
「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
	市内企業の再投資を支援
農業でがんばる人を応援します	農業の担い手の確保と育成
地域資源をまちづくりに活かします	シェアによるまちづくりの普及と地域課題の解決
	地域資源の見える化と活用促進
文化・スポーツで活躍・交流できるまちにします	社会教育施設の修繕・改修
	文化創造の機運を高める事業の推進
	スポーツコミッションなどでのまちの活性化
	部活動の地域への移行・地域での展開
犬山の活性化につながる連携をすすめます	連携事業の継続と充実
みんなで地域力UP！にチャレンジします	地域の課題解決の支援
市民が主役のまちづくりをすすめます	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
	“活躍の場”づくり（フューチャーセッション）の実施
	地域資源バンクの活用
	地域の担い手育成

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	今後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	市ホームページやSNSなどによる効果的な情報発信 シティプロモーションの強化・充実
戦略ある“観光まちづくり”をすすめます	観光戦略の推進 市内各所の豊富で多彩な地域資源を活かした観光コンテンツ造成の推進
木曽川河川空間を活性化します	木曽川河畔の整備 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
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 犬山歴史文化ぷらっとフォームの取組み 犬山城大手門櫓形跡（犬山市福祉会館跡地）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

これまでの戦略では、総合計画審議会において、犬山市総合計画とともに、毎年度PDCAサイクルによる進捗管理を実施してきました。

今回のこの戦略についても、目標年度である令和12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

	用語	解説	頁
あ	I C T（アイ・シー・ティー）	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。	20 22 29
い	移動率	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	5 7
	インバウンド	外国人旅行者を自国へ誘致すること。ここでは、海外から日本へ来る観光客を指す。	3
	インフラ	Infrastructure（インフラストラクチャー）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。	3 13 17 29
	犬山市協働のまちづくり条例	市民や団体の皆さんのまちづくりに参加する権利を保障し、まちづくりの取組みに参加しやすくするために、まちづくりの基本的な考え方やルールなどについて定めた条例。	25
え	S N S（エス・エヌ・エス）	ソーシャル・ネットワーキング・サービス（social networking service）の略。インターネット上で社会的なネットワークを構築、交流することができる仕組み。	14 26 27 31
お	オンライン化	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。	20 29
か	観光コンテンツ	地域資源を活用して、旅行者に提供する滞在・体験のプログラムツアー。	27 31
き	キャッシュレス	紙幣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、スマートフォンやインターネットを使った支払いなど。	20 29
く	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。	11
け	経済センサス	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2つから成り立っている。	4 21
	K P I（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。	9 15 21 26 31

	用語	解説	頁
こ	合計特殊出生率	人口統計上の指標で、1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、各年齢の出生率を算出して足しあわせて算出。	5 9 15
	国勢調査	我が国の人口及びその性別、年齢、配偶の関係、就業の状態や世帯の構成等の「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。	4 5
	国立社会保障人口問題研究所	厚生労働省の施設等機関。人口動向に関する調査のほか、人口を取り巻く社会状況に対し社会保障、関連制度の対応策について研究調査を企画・実施する機関。	5
	(地域)コミュニティ	「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。	3 17 25
さ	産後ケア	体調や育児に不安のある産後の方と子どもを対象に、身体的・心理的ケアや各種相談に対応する事業。犬山市では、宿泊型、通所型、訪問型の3タイプを展開し、各種検診、訪問、医療機関等において事業周知を行っている。	16 29
	産業集積誘導エリア	税収と雇用を確保し、安定した市民サービスを提供するため、各エリアの特性にあわせて市内産業の活性化につながる土地利用を行うエリア。	17 23 29 30
し	シェアリングエコノミー	個人等が保有する活用可能な資産など（スキルや時間等の無形のものも含む）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なども利用可能とする経済活性化活動。	23
	シティプロモーション	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組みのこと。	6 14 26 27 31
	社会移動人口	市内への転入人口及び市外への転出人口。	9 15
	重層的支援体制整備	子ども・障害者・高齢者といった対象者ごとの支援ではなく、複雑化する市民の困りごとに対して関係機関が連携して支援する体制をつくりあげること。	19 29
	商業集積ライン	周辺環境との調和に留意し沿道商業施設等の立地を許容しているエリア。	17
す	スポーツコミッション	自治体、スポーツ団体、民間企業等が一体となり、スポーツによるまちづくり・地域活性化を推進する組織のこと。犬山市では、平成30年2月に「いぬやまスポーツコミッション」を設立。	24 30
ち	地域ブランド	地域を主に経済的な側面からとらえる際の、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。	14 22 30

	用語	解説	頁
て	TT (ティー・ティー)	Team Teaching (チーム・ティーチング) の略。ひと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・英語で行われている。	22
	DID (ディー・アイ・ディー：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 ² 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。	4
	DX (ディー・エックス)	Digital Transformation (デジタルトランスフォーメーション) の略。デジタル技術を活用し、住民の利便性向上と業務効率化を図ることを目的として実施するサービスのこと。	20
と	都市ブランド	地域を主に経済的な側面からとらえる際の、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。	13
			15
ひ	PDCA (ピー・ディー・シー・エー)	業務実行の管理手法のひとつで、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。	31
ふ	ブランディング	他との差別化を図るためにブランドを造り、そのブランドを世間に浸透させる取り組み。	14
			21
			22
			23
			30
ゆ	UIJ (ユー・アイ・ジェイ) ターン	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、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。	13
			15
			18
			29
ろ	6 次産業化	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。	14
			21
			23
わ	ワークショップ	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会議形態の一種。	25

いいね！いぬやま総合戦略

令和7年3月

犬山市経営部企画広報課

〔お問合せ 0568-44-0312〕

FAX 0568-44-0360

メールアドレス 010100@city.inuyama.lg.jp