
豊岡市地方創生総合戦略

第 1 版



平成 27～31 年度
(2015～2019 年度)

平成 27 年 10 月 30 日

兵庫県豊岡市

も く じ

I	人口予測と分析	・・・・・・・・	1
1	人口予測（基準推計人口）	・・・・・・・・	1
2	人口減少の要因	・・・・・・・・	2
3	人口減少による地域への影響	・・・・・・・・	3
II	地方創生総合戦略	・・・・・・・・	4
1	人口減少トレンドの緩和	・・・・・・・・	4
	(1) 人口減少抑制対策の柱	・・・・・・・・	4
	(2) 2040年の目標人口（人口ビジョンから）	・・・・・・・・	4
2	進行する人口減少下における地域活力の維持	・・・・・・・・	6
3	人口減少の緩和と緩和策を通じた地域活力の維持 （ローカル&グローバルの可能性）	・・・・・・・・	6
4	豊岡市地方創生総合戦略体系図	・・・・・・・・	7
	移住・定住促進に係る戦略体系図	・・・・・・・・	8
	結婚促進・多子出産促進に係る戦略体系図	・・・・・・・・	9
5	戦略の期間	・・・・・・・・	10
6	戦略の推進体制	・・・・・・・・	10
7	移住・定住促進に係る戦略	・・・・・・・・	11
8	結婚促進・多子出産促進に係る戦略	・・・・・・・・	25

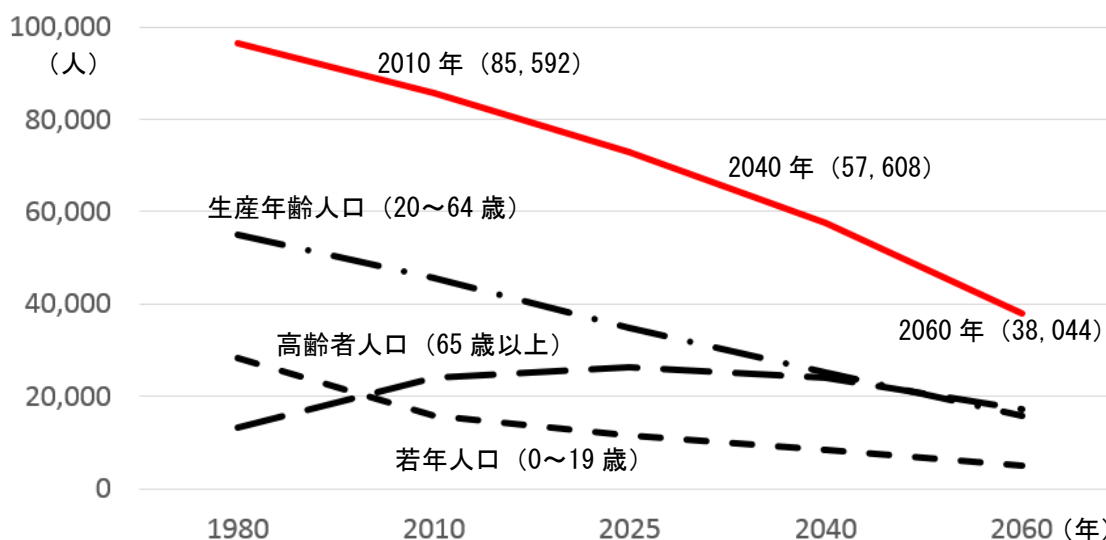
I 人口予測と分析（人口ビジョンから）

1 人口予測（基準推計人口）

豊岡市の人口は、今後減少のペースを加速し、2010年に85,592人であったものが2040年には57,608人（2060年には38,044人）になると推計されている（この推計を戦略の「基準推計」とする）。

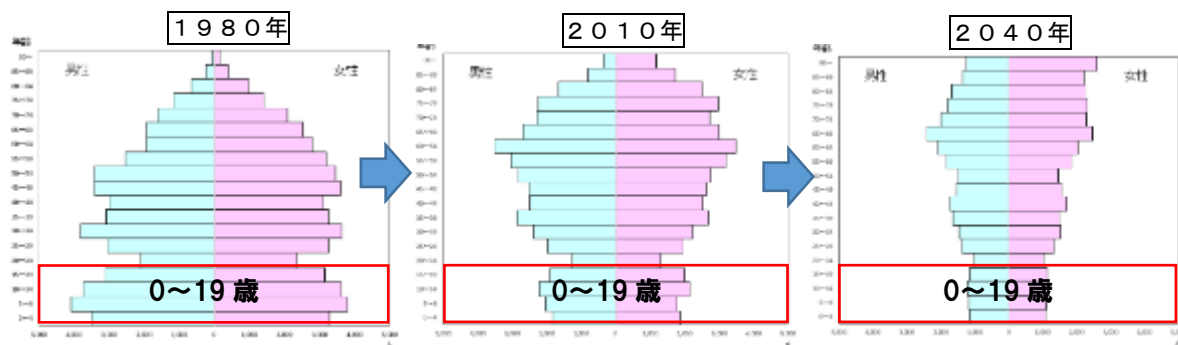
その減少率はとりわけ0歳から19歳の若年人口で大きく、人口減少は今後さらなる少子・高齢化を伴いながら進み、2040年には、1人の高齢者を生産年齢人口1.0人（2060年には0.9人）で支える人口年齢構造になると予測されている（図1、2）。

【図1】 総人口と年齢3区分別人口の推移（1980～2060年）



（出典：1980～2010年は総務省統計局「国勢調査」、2015年以降は内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局提供人口推計ワークシート（CD-ROM）により作成した独自推計）

【図2】 豊岡市の人口ピラミッドの推移（1980、2010、2040年）



（出典：国勢調査）

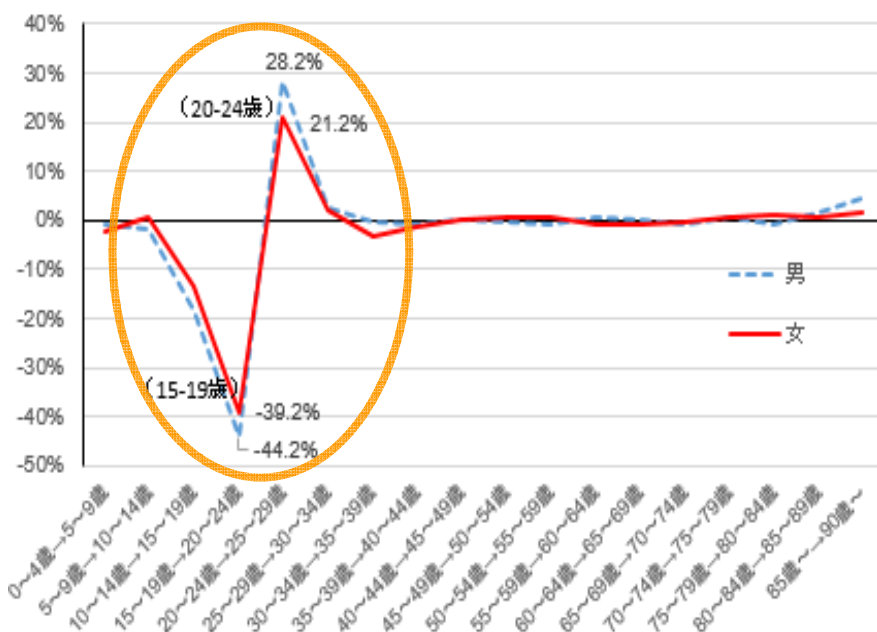
2 人口減少の要因

豊岡市の人口移動は、①ほとんどの年齢層で転入・転出の数がほぼ均衡しているのに対し、②高校卒業後の就職・進学期（15～19歳）に大きく転出超過が見られ、③逆に専門学校・大学卒業後の就職期（20～24歳）に大きな転入超過となっているが、④15～24歳のトータルとしては、大幅な転出超過となっている（図3）。

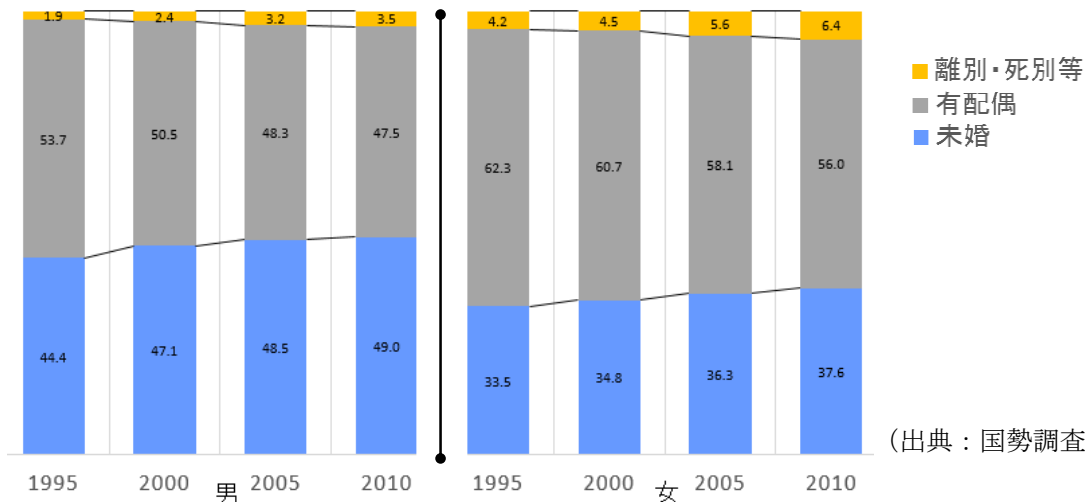
加えて、未婚率が上昇している（図4）ことから、出産適齢期の夫婦の数が減少して出生数が低下するとともに、その減少した子どもたちが成長して大学等に進む段階でまた転出超過になる、という悪循環にある。

他方で、近年、有配偶者女性1人当たりからの出生数は減少していないと推定できる（図5）ことから、今後急速に進む豊岡市の人口減少の主な要因は、上述の若者の転出超過と未婚率の上昇にあると考えられる。

【図3】 年齢性別・純移動率（2005→2010年）

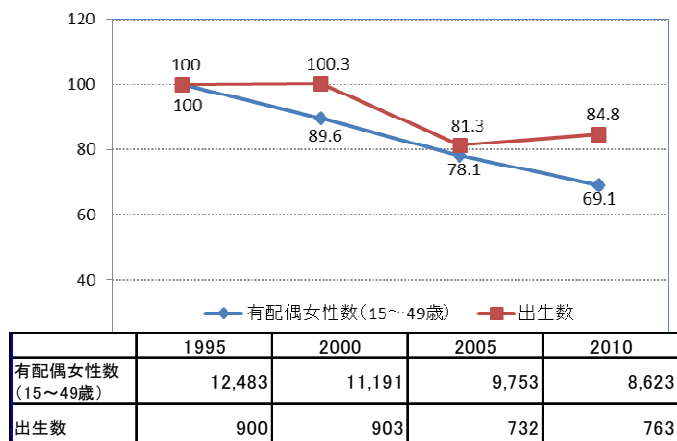


【図4】 男女別 未婚率・有配偶者率等の推移（15～49歳／1995～2010年）



(出典：国勢調査)

【図5】 有配偶者女性数（15～49歳）と出生数の推移



※1995年を起点（100%）としたときの率で表示

有配偶者女性数の減少率ほどには出生数は減少していない。

（出典：国勢調査）

3 人口減少による地域への影響

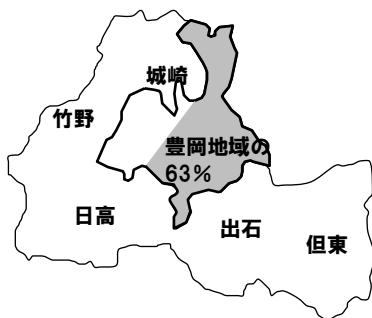
2040年までの28,000人近い人口減少は、現在の「豊岡地域の63%」、「城崎・竹野・日高・但東地域のすべて」又は「城崎・日高・出石地域のすべて」の人口が消滅する事態に匹敵する（図6）。

しかも、この人口減少はさらなる少子・高齢化を伴いながら進行することから、推計のとおり人口減少が進むとすると、豊岡市は、コミュニティの崩壊・消滅、公共交通網の崩壊、地域経済の衰退、財政悪化に伴う行政サービスの低下、医療・介護などの社会保障費の増大等、深刻な打撃を受けることが明らかである。

今年生まれた子どもたちが25歳で生きる豊岡は、そのような人口減少社会である。

【図6】 人口減少の破壊カイメージ（灰色の地域に相当する人口が消滅する）

① 豊岡地域の63%が消滅



② 城崎・竹野・日高・但東地域のすべてが消滅



③ 城崎・日高・出石地域のすべてが消滅



豊岡市の人口

地域名	人口
豊岡	44,600人
城崎	3,800人
竹野	4,900人
日高	17,200人
出石	10,300人
但東	4,700人
豊岡市計	85,500人

出典：2010年国勢調査

Ⅱ 地方創生総合戦略

1 人口減少トレンドの緩和

(1) 人口減少抑制対策の柱

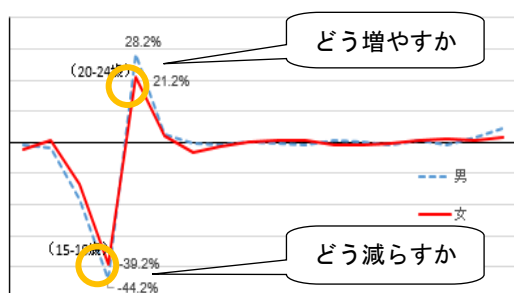
人口減少対策は、これまでも過疎対策等、様々になされてきた。しかしその多くは、人口減少を前提にした上でその悪影響にどう立ち向かうかという、いわば適応型の対策であった。

私たちは、今後予測される人口減少の圧倒的な量の破壊力を直視し、将来世代のために、何よりもまず人口減少の抑制を全力で図らなければならない（量的緩和）。

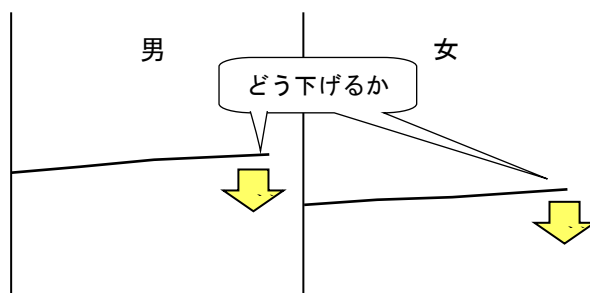
具体的には、前述の豊岡市における人口減少の要因分析に基づき、減少要因そのものに手を付けることとし、定住する若者を増やすこと（若者の定住促進。図 3-2）と結婚する若者を増やすこと（未婚率の抑制。図 4-2）を対策の柱に据えることとする。

また、市民アンケート調査によれば、理想の子ども数(2.5人)と実際の子ども数(2.0人)に差があることから、理想と実際の差を埋める対策についても検討を行う。

【図 3-2】 年齢性別・純移動率



【図 4-2】 男女別・未婚率



(2) 2040年の目標人口（人口ビジョンから）

人口減少の要因分析に基づき、達成可能性も考慮して、次のとおり量的緩和に関する目標を設定する。

ア 合計特殊出生率を現在の1.82（2008～2012年の5年間を基にしたベイズ推定値）を2035年までに2.3に引き上げる。

イ 若者回復率を現在の35%を2025年までに50%に引き上げる。

*若者回復率：10歳代の転出超過数に対して20歳代の転入超過者数が占める割合。

ウ これらのことによって得られる2040年における推計値を目標人口として設定する（表1及び図7）。 **目標人口（2040年）=62,165人**

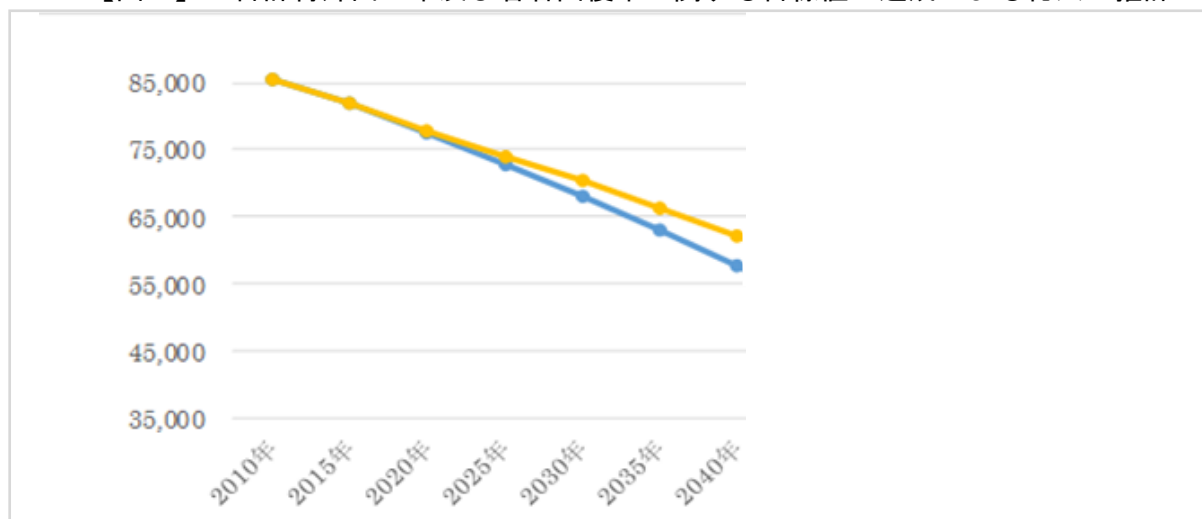
なお、2040年段階での緩和数は小さなものであるが、その意義を過小評価してはならない。2060年段階では基準推計人口に対し8,897人の緩和効果が見込ま

れる。私たちは、将来世代のために、長期的視点に立って緩和策を進める必要がある。

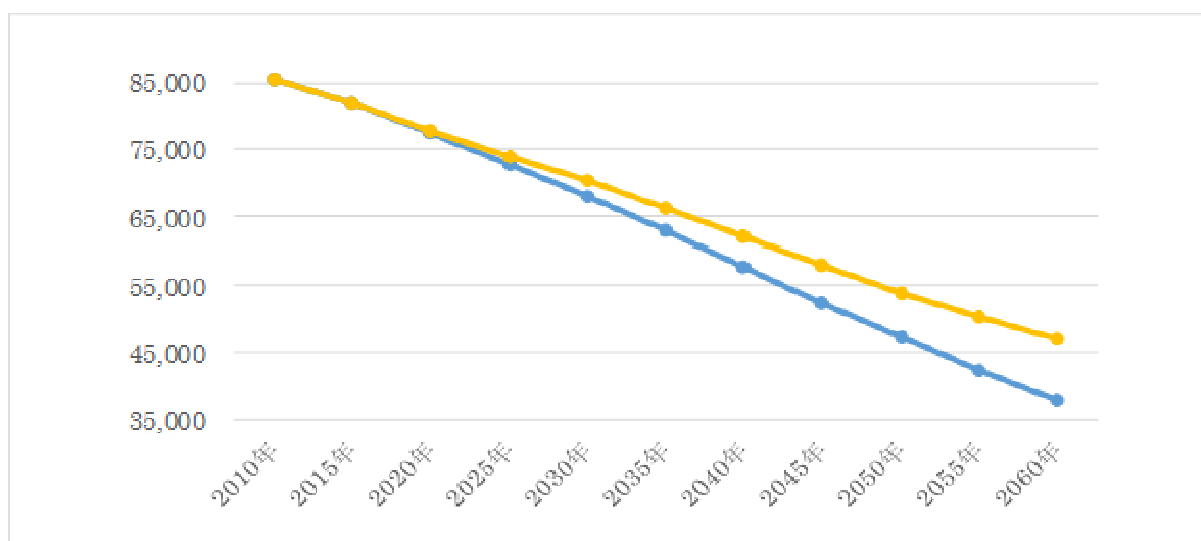
【表 1】 合計特殊出生率・若者回復率に関する目標値の総人口推計への反映

	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	人口減少抑制効果 2040年
基準推計人口	85,592	81,843	77,476	72,818	67,997	62,940	57,608	
目標人口	85,592	81,843	77,898	74,085	70,327	66,417	62,165	+4,557

【図 7】 合計特殊出生率及び若者回復率に関する目標値の達成による総人口推計



【図 8】 図 7 のグラフを 2060 年まで伸ばした場合



2 進行する人口減少下における地域活力の維持

現在の人口構造、社会移動、出生率の現状等を踏まえると、減少をゼロにすることは、長期にわたって不可能である。それどころか、人口ビジョンで明らかになったとおり、量的緩和策が功を奏したとしても、その2040年段階での効果は、2010年と比べた推計減少人口27,984人に対し4,557人の緩和と小さなものである(図7)。人口減少は依然として続き、地域活力を削ぐ力が今後も増大し続けることを覚悟しなければならない。

そこで、人口減少トレンドの極力の緩和に加えて、それでもなお続く人口減少下において地域活力を維持する対策を同時に進める必要がある。地域活力の減退を人口減少の単なる量的緩和だけではとてもカバーできないとすると、地域社会・地域経済・地域文化のあり様の質的転換による地域活力の維持を同時に追い求めるほかはない。

しかも、私たちが今後投入できる資源を考えると、量的緩和策を通じて質的転換を同時に図るよう戦略を立てる必要がある。

3 人口減少の緩和と緩和策を通じた地域活力の維持(ローカル&グローバルの可能性)

若者が地方を去り大都市へと流れる背景に、「社会的・経済的・文化的に豊かな大都市と貧しい地方」という強いイメージがあることが指摘されている。のみならず、「地方は貧しく、つまらない」というそのイメージは、現に地方に住んでいる人々をもとらえ、自らのまちに対する誇りの空洞化と活力の低下をもたらしてきたことも指摘されている。豊岡についても同様のことが言える。

一方、近年、人と人、人と自然など「つながり」の希薄な大都市の暮らしに「空虚さ」を感じ、「つながり」を実感できる地方の暮らしに「豊かさ」を見て取る若い人たちが増えていることも報告されている。

しかも地方には、農林水産業や伝統産業など地方でこそできる仕事に加え、ICTの浸透によって地方でもできる仕事が増えつつあり、仕事も含めた、大都市とは別の豊かさを実感できる、成熟したライフスタイルの展開可能性が広がっている。

豊岡でも全く同様のことが言える。

グローバル化の進展も大きな可能性をもたらしている。

グローバル化の特徴の一つは、世界に同じ基準を適用して、世界を同じ商品、同じ店舗、同じ景色で満たしていくことにある。グローバル化の進展によって、急速に世界が同じ顔になりつつある中で、逆に、ローカルであること、地域性・固有性が輝くチャンスを持ち始めている。ICTの発達によって、地方も直接に世界の人々と結ばれることが可能になった今、地方における「豊かな暮らし」と「やりがいのある仕事」の可能性が出てきている。

豊岡でも、コウノトリの野生復帰が世界的評価を得、コウノトリ育むお米は輸出の取り組みが始まり、伝統的街並みの城崎温泉を中心に豊岡全体で外国人宿泊客数が急増する

など、世界とのつながりが顕著になってきている。また、城崎国際アートセンターには世界各国から優れたアーティストが訪れ、芸術文化の分野でも豊岡は世界と直接に結ばれ、人々を惹きつけ始めている。ローカル&グローバルの視点は、豊岡の有力な活性化戦略となりうる。

こうしたチャンスを活かし、「豊岡には大都市とは別の価値観に基づく豊かな暮らしとやりがいのある仕事がある」ことを自覚的にとらえて豊岡で暮らし、働く若者の増加を図ることができれば、人口減少の緩和につながることはもちろん、地域社会・地域経済・地域文化のあり様と豊岡の人々の自己イメージを変え、新たな地域活力の創造へとつながっていく可能性がある。

なお、都市での経験から得られたノウハウ、センス、ネットワークを持つ多様な人々の移住や関与は、その年齢を問わず、豊岡の「素材」を磨いて、国内外への通用力を高める可能性を有している。それは豊岡の魅力がさらに高まり、若者を惹きつける力ともなりうることから、戦略の策定・推進にあたって十分留意する必要がある。

4 豊岡市地方創生総合戦略体系図

以上のことを踏まえ、人口減少のスピードを極力和らげるとともに、その対策を通じて、なお進む人口減少下にあっても地域活力を維持できるよう、「豊岡市地方創生総合戦略」を策定し、実行することとする。

そこに示す豊岡市における地方創生のシナリオは、次のとおりである。

- (1) 豊岡に住む人々が「豊岡で暮らすことの価値と魅力」を改めて探り、認識する。
- (2) その価値と魅力をさらに高める。特に、これまで進めてきた「小さな世界都市」＝「豊岡で世界と出会う」の実現に向けた取組みを加速し、世界と直接に結ばれる中で豊岡の価値と魅力をさらに高める。
- (3) 豊岡で暮らすことの価値と魅力を若者や子どもたちに伝え、移住・定住を促し、共感して移住・定住をする若者を増やす。
- (4) あわせて「多くの子どもでにぎやかな家庭を持つ若者」を増やす対策を進める。
- (5) 以上の取組みによって「人口減少の量的緩和と地域社会・地域経済・地域文化のあり様の質的転換」を同時に図り、豊岡に暮らす価値を認め、豊岡で暮らすことに自信と誇りを持って住む人々からなるまちとして豊岡を蘇えらせ、地域活力の維持を図る。

戦略の策定・実行にあたっては、本市が戦略的政策評価で用いているロジック・モデルの手法（目指す姿を明確にしたうえで、目的達成に強い因果関係を持つ手段を選択して体系化し（以下「戦略体系図」）、体系そのものをPDCAサイクルで検証する手法）を用いる。なお、戦略体系図に4桁の番号を付している手段（4桁手段）を達成するための具体的事業（6桁手段）を記載した戦略体系図は、11ページ以降に添付している。

【移住・定住促進に係る戦略体系図】

上位目的	豊岡に暮らす価値を認め、豊岡で暮らすことに自信と誇りを持って住む人が増えている
戦略目的A	暮らすなら豊岡と考え、定住する若者が増えている
主要手段 A01	豊岡の暮らしの「豊かさ」が内外に知られている（情報発信）
01-01	様々なメディア等で豊岡が取り上げられている
01-02	WEB や SNS 等で豊岡の情報が共有されている
01-03	豊岡の魅力を語る人々が世界中にいる
01-04	豊岡を築立った人たちが豊岡とつながっている
01-05	豊岡とのつながりを楽しむ「関係人口」が増えている
01-06	移住に必要な情報が得られるワンストップ窓口がある
主要手段 A02	人々が豊岡の「豊かな暮らし」を楽しんでいる（高付加価値・成熟化）
02-01	やりがいと安定した収入が得られる仕事が増えている
02-02	新たな事業や仕事にチャレンジする人が増えている
02-03	人とつながり、支え合う喜びを感じる人が増えている
02-04	自然とのつながりを楽しむ人が増えている
02-05	自分の時間を持ち、暮らしを楽しむ人が増えている
02-06	外から豊岡とつながり、行き来して暮らす人が増えている
主要手段 A03	豊岡で人々が世界と出会っている（ローカル&グローバル）
03-01	世界中から人々が来訪し、豊岡を楽しんでいる
03-02	メイドイン豊岡が世界に広がっている
03-03	国内外から優れた人材が集まり、豊岡の魅力を高めている
03-04	世界の人々と対等に向き合う人材が増えている
主要手段 A04	子どもたちのふるさとへの愛着が育まれている（次世代育成）
04-01	子どもたちが豊岡のことをよく知っている
04-02	子どもたちが様々なコミュニティの中で役割を果たしている
04-03	子どもたちが豊岡で外国人とのコミュニケーションを楽しんでいる
04-04	子どもたちの想像の翼、行動の翼が世界に羽ばたいている
04-05	まちを挙げて子どもたちの育ちを応援している

【結婚促進・多子出産促進に係る戦略体系図】

上位目的	豊岡に暮らす価値を認め、豊岡で暮らすことに自信と誇りを持って住む人が増えている
戦略目的B	多くの子どもでにぎやかな家庭を持つ若者が増えている
主要手段 B01	若い夫婦の数が増えている
01-01	多種多様な出会いの機会が充実している
01-02	交際・結婚に向けた独身者へのきめ細かな支援体制が充実している
01-03	若者が集い、交流する場が増えている
01-04	安定した雇用が増えている
主要手段 B02	夫婦一組あたりの子どもの数が増えている
02-01	出産を支える仕組みが整っている
02-02	子育てを支える仕組みが整っている
02-03	女性も働きやすい環境が広がっている

* 「上位目的」：この戦略において長期的に実現したい状態

「戦略目的」：この戦略において5年程度で達成したい状態

「主要手段」：戦略目的を実現するための主要な手段（2桁）

※ 4桁番号の手段は、主要手段を実現するための具体的な手段

* 戦略策定・遂行にあたっての留意事項

- ① 戦略及び個々の事業自体の有効性を、事前にしっかりと評価すること。
- ② 情報戦略の実施にあたっては、UターンとIターンで相手方に訴える内容・手段が異なることを踏まえること。
- ③ Iターンでは、先輩移住者の生の声を聞けることが移住検討者にとって安心感につながるため、その仕組みを構築すること。
- ④ 体験ツアー、インターンシップ、ホームステイ、動画の活用等心に残る訴えかけに留意すること。
- ⑤ 移住後も移住者が孤立することがないように、ネットワークを構築すること。
- ⑥ この戦略は人口減少の主要要因が若者の減少であるとの分析に基づきその直接のターゲットを若者に絞っているが、「豊岡で暮らすことの価値と魅力」をさらに高めるうえで、都市で経験とノウハウを積んだ中高年者の果たし得る役割が大きいことに留意し、作戦を練ること。
- ⑦ 次世代育成においては、歴史や伝統に加え、コウノトリ、ジオパーク等豊岡の最先端の取組みについても教えること。
- ⑧ 市民アンケート調査によれば、理想の子ども数を持っていない理由として「経済的理由」が大きな要素として

挙げられているが、経済的理由への対処には公的支援だけでなく、女性が働きやすい環境整備も重要であることに留意すること。

- ⑨ 市民アンケート調査によれば三世帯同居世帯の平均子ども数が 2.22 人であるのに対し、非同居世帯は 1.98 人である。非同居世帯のうち親世代が近くにいない世帯を除くと、非同居世帯の子ども数はさらに小さくなることが予測されることから、特にこれらの世帯への支援策を充実すること。
- ⑩ 今後とも様々な統計やアンケート結果等の分析を踏まえながら、戦略の遂行、見直しを行うこと。

5 戦略の期間

この戦略の期間は、平成 27 年度から平成 31 年度（2015 年度から 2019 年度）までの 5 年とする。

現戦略は絶えざる見直しを行いながら進め、次期の戦略へとつなげる。

6 戦略の推進体制

- (1) 人口減少対策は、強い意志の下に、長期にわたって継続的かつ総合的に実施される必要がある。このため、戦略遂行の全体を把握・統轄する組織を市に設置するとともに、関係部署との連携体制を整える。

この組織には、分析と意思決定を支援する外部の優れた人材や組織の協力を得る体制を整備するものとする。

- (2) 戦略目的を達成するためには、戦略及び戦略に盛り込まれる個々の事業の策定及び実施にあたって、関係する市民・企業・団体・行政の協働が不可欠であることから、協働の推進体制を整える。

戦略目的 A 「暮らすなら豊岡と考え、定住する若者が増えている」に基づく事業・指標

上位目的	豊岡に暮らす価値を認め、豊岡で暮らすことに自信と誇りを持って住む人が増えている	
戦略目的 A	暮らすなら豊岡と考え、定住する若者が増えている	【指標】 人口の社会増減の緩和（転入－転出）
	主要手段－具体的手段	事業（※該当する事業が再掲事業のみである場合、（再掲）で記載している）
手段 A 01	豊岡の暮らしの「豊かさ」が内外に知られている（情報発信）	Google「豊岡・toyooka・城崎等」検索数（検討中）
01-01	様々なメディア等で豊岡が取り上げられている	移住促進プロモーション推進事業・移住促進意向調査事業、海外情報発信機能整備事業、豊岡靴ブランド PR 推進事業
01-02	WEB や SNS 等で豊岡の情報が共有されている	フランス語版ホームページ制作事業（再掲）
01-03	豊岡の魅力を語る人々が世界中にいる	コウノトリ野生復帰の取組みを通じた国内外観光誘客事業、ディレクター等の配置
01-04	豊岡を築立った人たちが豊岡とつながっている	UIJ ターン就職企業研究会開催事業
01-05	豊岡とのつながりを楽しむ「関係人口」が増えている	パフォーミングアーツ・ツーリズム、来訪者イベントや観光の情報を提供する、着物レンタル業支援事業、出石観光センター機能強化事業
01-06	移住に必要な情報が得られるワンストップ窓口がある	（仮）移住促進キックオフ事業
手段 A 02	人々が豊岡の「豊かな暮らし」を楽しんでいる（高付加価値・成熟化）	雇用保険一般受給者資格決定件数
02-01	やりがいと安定した収入が得られる仕事が増えている	企業誘致推進事業、環境経済事業推進事業、かばん産業を強める取組み、コウノトリ育む農法を推進する取組み、鳥獣害支援対策事業、但馬牛放牧による飼育労力の軽減
02-02	新たな事業や仕事にチャレンジする人が増えている	基盤（かばん）産業人材育成支援事業の実施、空き店舗等を活用した開業を促進する、新規就農を支援する取組み
02-03	人とつながり、支え合う喜びを感じる人が増えている	コミュニティマネージャー養成、コミュニティ支援員（集落支援員）の配置、地元特産品の販売等を通じた交流拠点の整備検討
02-04	自然とのつながりを楽しむ人が増えている	玄武洞公園ライトアップイベント事業、グリーンツーリズムプロジェクト事業、加陽湿地拠点整備事業
02-05	自分の時間を持ち、暮らしを楽しむ人が増えている	芸術・文化のまちづくり推進、図書館機能拡充事業
02-06	外から豊岡とつながり、行き来して暮らす人が増えている	公共交通の利用促進事業
手段 A 03	豊岡で人々が世界と出会っている（ローカル&グローバル）	外国人宿泊客数
03-01	世界中から人々が来訪し、豊岡を楽しんでいる	ミシュランガイド特別地方版発行事業、夢但馬周遊バス運営事業、DMO へのアドバイザー派遣、観光まちづくり研究事業、フランス語版ホームページ制作事業、外国人観光客誘客プロモーション事業、無料 Wi-Fi 整備事業、外国人観光客ユーザー属性情報取得・分析事業、インバウンドプロモーションビデオ作成事業、外国人観光客に対して伝統工芸「麦わら細工」の知名度を上げる、城崎温泉街の交通環境改善事業
03-02	メイドイン豊岡が世界に広がっている	コウノトリ育むお米の販路を拡大する取組み
03-03	国内外から優れた人材が集まり、豊岡の魅力を高めている	地域プロデューサー配置
03-04	世界の人々と対等に向き合う人材が増えている	ディレクター等の配置（再掲）
手段 A 04	子どもたちのふるさとへの愛着が育まれている（次世代育成）	地域や社会をよくするために何をすべきかを考えることがある児童・生徒の割合
04-01	子どもたちが豊岡のことをよく知っている	家庭教育推進事業
04-02	子どもたちが様々なコミュニティの中で役割を果たしている	
04-03	子どもたちが豊岡で外国人とのコミュニケーションを楽しんでいる	英語教育推進事業（小中一貫教育事業）、コミュニケーション教育推進事業（小中一貫教育事業）
04-04	子どもたちの想像の翼、行動の翼が世界に羽ばたいている	ディレクター等の配置（再掲）、パフォーミングアーツ・ツーリズム（再掲）
04-05	まちを挙げて子どもたちの育ちを応援している	こども支援センター機能拡充事業
		地域や社会で起こっている問題や出来事に関心がある児童・生徒の割合、小学校4年生が将来の夢や目標を持つ児童の割合
		地域の行事に参加している児童・生徒の割合
		中学校卒業時の英語検定3級以上の合格者数
		将来の夢や目標を持っている児童・生徒の割合
		地域の方々を講師に活動する「土曜チャレンジ学習事業」実施小学校区数

戦略目的 B「多くの子どもでにぎやかな家庭を持つ若者が増えている」に基づく事業・指標

上位目的	豊岡に暮らす価値を認め、豊岡で暮らすことに自信と誇りを持って住む人が増えている		
戦略目的 B	多くの子どもでにぎやかな家庭を持つ若者が増えている		【指標】 合計特殊出生率、出生数
主要手段－具体的手段		事業	指標
手段 B 01	若い夫婦の数が増えている		婚姻率（年間婚姻件数÷総人口×1,000）
01-01	多種多様な出会いの機会が充実している	<ul style="list-style-type: none"> ・但東地域婚活応援事業（但東地域人口減少対策事業） 	出会い交流イベント参加者数（市全体）
01-02	交際・結婚に向けた独身者へのきめ細かな支援体制が充実している		サポート企業登録数
01-03	若者が集い、交流する場が増えている		ホームページ紹介イベント参加者数
01-04	安定した雇用が増えている	<ul style="list-style-type: none"> ・都市部に就職・進学し、Uターン就職を希望する方を対象にした、企業就職フェアを開催し、豊岡市内企業の人材確保を支援する。 ・企業誘致推進事業（再掲） ・環境経済事業推進事業（再掲） ・かばん産業を強める取組み（再掲） 	正社員の有効求人数
手段 B 02	夫婦一組あたりの子どもの数が増えている		児童手当世帯当たりの児童数 （中学生以下／公務員を除く）
02-01	出産を支える仕組みが整っている	こども支援センター機能拡充事業	<ul style="list-style-type: none"> ・マタニティママ交流参加者数
02-02	子育てを支える仕組みが整っている		<ul style="list-style-type: none"> ・なかよし広場参加者数 ・子育て講座参加者数
02-03	女性も働きやすい環境が広がっている		<ul style="list-style-type: none"> ・保育所の待機児童数 ・放課後児童クラブの待機児童数

移住・定住促進に係る戦略

1 移住・定住促進に係る戦略

(1) 基本目標

戦略目的A	暮らすなら豊岡と考え、定住する若者が増えている		
	指標	基準値	目標値
	人口の社会増減の緩和（転入－転出） （※兵庫県市町別人口推計調査 1～12 月）	△313 人（2014 年） （転入 1,762 人 －転出 2,075 人）	△183 人（2019 年） （社会増減△313 人 －転出抑制△130 人）

(2) 講ずべき施策に関する基本的方向

- ア 豊岡に住む人々が「豊岡で暮らすことの価値と魅力」を改めて探り、認識する。
- イ その価値と魅力をさらに高める。特に、これまで進めてきた「小さな世界都市」＝「豊岡で世界と出会う」の実現に向けた取組みを加速し、世界と直接に結ばれる中で豊岡の価値と魅力をさらに高める。
- ウ 豊岡で暮らすことの価値と魅力を若者や子どもたちに伝え、移住・定住を促し、共感して移住・定住をする若者を増やす。

(3) 主要手段・具体的手段、重要業績評価指標及び事業

主要手段A01 (2桁)	豊岡の暮らしの「豊かさ」が内外に知られている（情報発信）		
	重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
	Google「豊岡・toyooka・城崎等」検索数		増えている

主要手段を実現するための具体的手段A01-01 (4桁)	様々なメディア等で豊岡が取り上げられている		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
A01-01-01	移住促進プロモーション推進事業 移住促進意向調査事業	移住定住を促進するため、豊岡に暮らす魅力や価値を再編集し、市内外に向けて発信する戦略を策定する。	大交流課
A01-01-02	インバウンドプロモーションビデオ作成事業（再掲）	外国人観光客のさらなる誘客のため、城崎温泉を素材としたプロモーション動画を制作し、オンライン上に配信することで、海外での認知度を向上させる。	大交流課
A01-01-03	海外情報発信機能整備事業	ターゲット市場である欧州において文化やファッション、食の中心地・発信地であるフランス・パリを活動の中心に置く企業に委託し、現地でのプロモーションを行う。	大交流課

A01-01-04	豊岡靴ブランドPR推進事業	地域団体商標「豊岡靴」の販路拡大と販売増、靴産地「豊岡」の知名度アップを図るため、都市部の百貨店で「豊岡靴」の展示会を開催する事業を支援する。	エコバレー推進課
-----------	---------------	---	----------

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
雑誌記事掲載数	40件(2014年度)	増えている
海外メディア招聘数		増えている
フォトライブラリー申請数	91件(2014年度)	増えている
大好き豊岡応援隊「いいね！」数	2,839(2015.3.31)	増えている

主要手段を実現するための具体的手段A01-02 (4桁)	WEBやSNS等で豊岡の情報が共有されている		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
A01-02-01	フランス語版ホームページ制作事業(再掲)	インバウンド戦略におけるメインターゲット国の一つであるフランスからの誘客を促進するために、フランス語版ホームページを制作する。	大交流課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
Discover Toyooka 閲覧数	41,075件(2014年)	増えている
Visit Kinosaki 閲覧数		増えている

主要手段を実現するための具体的手段A01-03 (4桁)	豊岡の魅力を語る人々が世界中にいる		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
A01-03-01	コウノトリ野生復帰の取り組みを通じた国内外観光誘客事業	コウノトリ野生復帰の取り組みをきっかけに、お米を通じてブランド化、夢但馬周遊バス・丹鉄特急デザイン車両を運行する。	大交流課 農林水産課 都市整備課
A01-03-02	(仮)移住促進キックオフ事業(再掲)	移住定住者による「魅力」の発信と見える化のサポート。Webマガジンによる発信。	大交流課

A01-03 -03	ディレクター等の配置	城崎国際アートセンターに専門的な知識を有する人材を配置することにより、芸術活動、情報発信及び地域との連携をさらに高める。	大交流課
---------------	------------	--	------

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
インバウンドムービー再生回数	なし	増えている

主要手段を実現するための具体的手段 A01-04 (4 桁)	豊岡を巣立った人たちが豊岡とつながっている		
--------------------------------	-----------------------	--	--

具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課	
A01-04 -01	UIJ ターン就職企業研究会 開催事業	キャリア教育の一環として、業界・企業などの活動内容を知ってもらい、職業選択に当たり幅広い視野を養うための研究会を開催する。	エコバレー推進課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
大好き豊岡応援隊の豊岡出身者「いいね！」数		増えている

主要手段を実現するための具体的手段 A01-05 (4 桁)	豊岡とのつながりを楽しむ「関係人口」が増えている		
--------------------------------	--------------------------	--	--

具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課	
A01-05 -01	ディレクター等の配置 (再掲)	城崎国際アートセンターに専門的な知識を有する人材を配置することにより、芸術活動、情報発信及び地域との連携をさらに高める。	大交流課
A01-05 -02	玄武洞公園ライトアップイベント事業 (再掲)	玄武洞公園にて夜間ライトアップ・演奏会を実施し、観光誘客、地元地域活性化を図る。	大交流課
A01-05 -03	パフォーミングアーツ・ツアーリズム	KIAC 滞在アーティスト、住民、観光客がパフォーミングアーツを通じて交流する新しい旅のスタイルを確立する。	大交流課
A01-05 -04	来訪者へイベントや観光の情報を提供する	情報発信を行うため、北近畿豊岡自動車道の延伸にあわせて、道の駅の設置の可能性を検討する。	建設課

A01-05 -05	着物レンタル業支援事業	レンタル用着物の購入、着物の保管 および着替え施設の改修工事を行う	出石：地域振興課
A01-05 -06	出石観光センター機能強化 事業	出石観光センターの観光案内窓口 開設等の改修による機能強化を行う。	出石：地域振興課

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
アンテナショップ購入者数	48,022人(2014年)	増えている

主要手段を実現 するための具体 的手段A01-06 (4桁)	移住に必要な情報が得られるワンストップ窓口がある		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
A01-06 -03	(仮)移住促進キックオフ 事業	移住定住を進めるため、先輩移住 者を中心としたキーマンの育成と そのネットワーク化を行う。	大交流課

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
移住を支援する組織体制の整備	組織なし	組織化

主要手段 A02 (2 桁)	人々が豊岡の「豊かな暮らし」を楽しんでいる (高付加価値・成熟化)	
重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
雇用保険一般受給者資格決定件数	1,145 (2014 年)	減少している

主要手段を実現するための具体的手段 A02-01 (4 桁)	やりがいと安定した収入が得られる仕事が増えている		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
A02-01-01	企業誘致推進事業	企業誘致を推進し、産業基盤の強化並びに雇用機会の増大を図る。	エコバレー推進課
A02-01-02	環境経済事業推進事業	環境経済事業の認定及び認定した事業のマーケティング戦略等の策定を支援する。	エコバレー推進課
A02-01-03	かばん産業を強める取組み	豊岡の鞆産業に不足している技術の習得を支援する。	エコバレー推進課
A02-01-04	コウノトリ育む農法を推進する取組み	無農薬栽培推進事業、有機育苗システム構築事業、コウノトリ育むお米ブランド化推進事業を推進する。	農林水産課
A02-01-05	鳥獣害対策支援事業	鳥獣被害対策専門員を配置し、鳥獣被害から農作物を守る取組みを行い、農業者の経営安定を図る。	農林水産課
A02-01-06	但馬牛放牧による飼育労力の軽減	但馬牛を遊休地に放牧することで飼育労力を軽減し、神戸ビーフの素牛となる但馬牛飼育頭数の増頭を図り、農業者の所得向上に繋げる。	農林水産課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
製造品出荷額等	1,158 億円 (2015 年)	1,300 億円 (2019 年)
課税者一人当たり所得	257 万円 (2013 年)	増えている
コウノトリ育む農法栽培面積	329ha (2015 年)	370ha (2019 年)

主要手段を実現するための具体的手段 A02-02 (4 桁)		新たな事業や仕事にチャレンジする人が増えている	
具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A02-02 -01	基盤（かばん）産業人材育成支援事業の実施	豊岡市の特産業である鞆製造の担い手を育成し、産業振興及び保護を図る。	エコバレー推進課
A02-02 -02	空き店舗等を活用した開業を促進する	市内の空き店舗等を活用して出店する者に対して、改修費等の一部を助成する。	エコバレー推進課
A02-02 -03	新規就農を支援する取組み	豊岡農業スクールによる認定農業者の下で最長3年間実地研修を行う。園芸用ハウス設置費用に対する助成を行う。	農林水産課

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
かばん製造従事者養成講座受講者数	24人(2014年)	増えている
農業スクール入校生の数	2015年まで：8人	増えている
認定新規就農者の数	2015年まで：6人	増えている
新規就農者園芸用ハウス設置棟数	2015年：2人4棟	増えている
地域おこし協力隊活動人数	5人	増えている

主要手段を実現するための具体的手段 A02-03 (4 桁)		人とつながり、支え合う喜びを感じる人が増えている	
具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A02-03 -01	コミュニティマネージャー養成	地域コミュニティ組織を運営する人材を育てる。	コミュニティ政策課
A02-03 -02	コミュニティ支援員（集落支援員）の配置	地域コミュニティ組織を運営する人材を育てる。	コミュニティ政策課
A02-03 -03	地元特産品の販売等を通じた交流拠点の整備検討	北近畿豊岡自動車道の延伸にあわせて道の駅の設置の可能性を検討する。	建設課

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値

主要手段を実現するための具体的手段 A02-04 (4 桁)		自然とのつながりを楽しむ人が増えている	
具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A02-04-01	玄武洞公園ライトアップイベント事業	玄武洞公園にて夜間ライトアップ・演奏会を実施し、観光誘客、地元地域活性化を図る。	大交流課
A02-04-02	グリーンツーリズムプロジェクト事業	いのちの輝き体験教育旅行を拡大実施するための体制を整備する。	但東振興局
A02-04-03	加陽湿地拠点整備事業	国交省が整備する加陽大規模湿地をフィールドに、地元の民間会社による農産加工施設整備の動きと連動させながら、様々な立場の人の“共感”と“つながり”を生み出す拠点空間を創出する。	コウノトリ共生課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
玄武洞公園入場者数	2015 年度：176 千人	増えている

主要手段を実現するための具体的手段 A02-05 (4 桁)		自分の時間を持ち、暮らしを楽しむ人が増えている	
具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A02-05-01	ディレクター等の配置 (再掲)	城崎国際アートセンターに専門的な知識を有する人材を配置することにより、芸術活動、情報発信及び地域との連携をさらに高める。	大交流課
A02-05-02	パフォーミングアーツ・ツーリズム (再掲)	KIAC 滞在アーティスト、住民、観光客がパフォーミングアーツを通じて交流する新しい旅のスタイルを確立する。	大交流課
A02-05-03	芸術・文化のまちづくり推進	「最先端の芸術文化による若者誘引」をめざし、外部から戦略策定のアドバイザーとして芸術文化参与を設置する。	生涯学習課
A02-05-04	図書館機能拡充事業	目指すべき役割機能を検討し、豊岡市立図書館の方向性をまとめる。	生涯学習課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
(空欄)	(空欄)	(空欄)

主要手段を実現するための具体的手段 A02-06 (4 桁)		外から豊岡とつながり、行き来して暮らす人が増えている	
具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A02-06-01	ディレクター等の配置（再掲）	城崎国際アートセンターに専門的な知識を有する人材を配置することにより、芸術活動、情報発信及び地域との連携をさらに高める。	大交流課
A02-06-02	パフォーミングアーツ・ツアーリズム（再掲）	この地を訪れたくなるような新たな魅力として、KIAC 滞在アーティスト、住民、観光客がパフォーミングアーツを通じて交流する新しい旅のスタイルを確立する。	大交流課
A02-06-03	公共交通の利用促進事業	公共交通の基本計画を策定し、バス、鉄道、空港の利用を促進する。	都市整備課

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
お試し住宅利用者数		

主要手段 A03 (2 桁)	豊岡で人々が世界と出会っている (ローカル&グローバル)	
重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値

主要手段を実現するための具体的手段 A03-01 (4 桁)	世界中から人々が来訪し、豊岡を楽しんでいる		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
A03-01-01	ミシュランガイド特別地方版発行事業	ミシュランガイド 2016 兵庫特別版の出版に併せて英語 WEB サイトを制作し誘客促進を図る。	大交流課
A03-01-02	夢但馬周遊バス運営事業	二次交通の充実により、地域の魅力を向上させ誘客促進を図る	大交流課
A03-01-03	DMO へのアドバイザー派遣	豊岡版DMOの設立に向けてアドバイザーを導入する	大交流課
A03-01-04	観光まちづくり研究事業	事業構想大学院大学で実施される日本版DMOプロジェクト研究に参加する	大交流課
A03-01-05	フランス語版ホームページ制作事業	インバウンド戦略におけるメインターゲット国の一つであるフランスからの誘客を促進するために、フランス語版ホームページを制作する。	大交流課
A03-01-06	外国人観光客誘客プロモーション事業	京都タワーや大阪心斎橋にオープンした「関西ツーリストインフォメーションセンター」でのプロモーションや、JR 京都駅構内での柱設置広告を実施することで、訪日中外国人観光客の誘客や、海外における認知度の向上を図る。	大交流課
A03-01-07	無料 Wi-Fi 整備事業	市内主要観光地に無料 Wi-Fi 環境を整備し、豊岡市を訪れる外国人観光客の通信環境を向上させる。	大交流課
A03-01-08	外国人観光客ユーザー属性情報取得・分析事業	Wi-Fi スマートフォンアプリによる利用者属性や行動経路などの情報を取得・分析し、マーケティング情報として活用する。アプリを活用した情報発信を行う。	大交流課
A03-01-09	インバウンドプロモーションビデオ作成事業	外国人観光客のさらなる誘客のため、インバウンド用プロモーション動画を制作する。オンライン上での訴求力の高い動画メディアを活用することで、海外での認知度を向上させる。	大交流課

A03-01 -10	外国人観光客に対して伝統工芸「麦わら細工」の知名度を上げる	麦わら細工の外国語パンフレットを作成し、城崎の伝統工芸をPRする。	エコバレー推進課
A03-01 -11	城崎温泉街の交通環境改善事業	観光客等歩行者の安全を確保するためフリンジパーキングの設置を検討するとともに、無電柱化を進め、そぞろ歩きの魅力を高める。	建設課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
外国人宿泊客数	15,231人(2015年)	100,000人(2020年)

主要手段を実現するための具体的手段A03-02 (4桁)	メイドイン豊岡が世界に広がっている		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
A03-02 -01	コウノトリ育むお米の販路を拡大する取組み	コウノトリ育む農法の特徴を国内外の方に理解・共感いただき、販売促進を行う。	農林水産課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
コウノトリ育むお米海外取扱国数	2か国(2015年)	増えている

主要手段を実現するための具体的手段A03-03 (4桁)	国内外から優れた人材が集まり、豊岡の魅力を高めている		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
A03-03 -01	地域プロデューサー配置	地域にある資源を活かした地域づくりを、地域が自立的に実行できる仕組みを構築するため、各地域に地域プロデューサーを配置。	大交流課 (各地域振興局)
A03-03 -02	ディレクター等の配置(再掲)	城崎国際アートセンターに専門的な知識を有する人材を配置することにより、芸術活動、情報発信及び地域との連携をさらに高める。	大交流課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
インバウンドムービー再生回数	なし	増えている

主要手段を実現するための具体的手段 A03-04 (4 桁)	世界の人々と対等に向き合う人材が増えている		
-----------------------------------	-----------------------	--	--

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A03-04-01	ディレクター等の配置(再掲)	城崎国際アートセンターに専門的な知識を有する人材を配置することにより、芸術活動、情報発信及び地域との連携をさらに高める。	大交流課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
Visit Kinosaki 予約件数	なし	増えている

主要手段 A04 (2 桁)	子どもたちのふるさとへの愛着が育まれている (次世代育成)		
-------------------	-------------------------------	--	--

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
地域や社会をよくするために何をすべきかを考えることがある児童・生徒の割合	小 41.9% 中 32.9%	小 60%以上 中 50%以上

主要手段を実現するための具体的手段 A04-01 (4 桁)	子どもたちが豊岡のことをよく知っている		
-----------------------------------	---------------------	--	--

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A04-01-01	家庭教育推進事業	子どもが生涯に渡って生き生きと輝き「将来の夢を持ち、夢の実現に挑戦する」子どもを育むために、就学児童を対象に「夢実現力」の夢を発表する機会を持つ。	こども育成課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
地域や社会で起こっている問題や出来事に関心がある児童・生徒の割合	小 62.5% 中 56.3%	小 70%以上 中 65%以上
小学校4年生が将来の夢や目標を持つ児童・生徒の割合		1学期と3学期を比較して10%増

主要手段を実現するための具体的手段 A04-02 (4 桁)	子どもたちが様々なコミュニティの中で役割を果たしている		
具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課	

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
地域の行事に参加している児童・生徒の割合	小 92.1% 中 67.2%	小 96%以上 中 75%以上

主要手段を実現するための具体的手段 A04-03 (4 桁)	子どもたちが豊岡で外国人とのコミュニケーションを楽しんでいる		
具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課	
A04-03-01	英語教育推進事業 (小中一貫教育事業)	就学前の英語遊び保育を小学校につなげるため、小学校1年生から外国人指導助手 (ALT) のネイティブな発音にふれる機会を通して、系統性と連続性のある学習を行い、中学校卒業時には英語でふるさとのこと、自分のことを語ることのできる力を身に付ける。	こども教育課
A04-03-02	コミュニケーション教育推進事業 (小中一貫教育事業)	グローバルコミュニケーションスキルの獲得を見据え、性別や年代を超えて、対等な関係の中で自分を主張し、他者を理解できる基礎的なコミュニケーション能力を育成する。	こども教育課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
中学校卒業時の英語検定3級以上の合格者数	4.3%	50.0%

主要手段を実現するための具体的手段 A04-04 (4 桁)		子どもたちの想像の翼、行動の翼が世界に羽ばたいている	
具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A04-04-01	ディレクター等の配置 (再掲)	城崎国際アートセンターに専門的な知識を有する人材を配置することにより、芸術活動、情報発信及び地域との連携をさらに高める。	大交流課
A04-04-02	パフォーミングアーツ・ツアーリズム (再掲)	この地を訪れたくなるような新たな魅力として、KIAC 滞在アーティスト、住民、観光客がパフォーミングアーツを通じて交流する新しい旅のスタイルを確立する。	大交流課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
将来の夢や目標を持っている児童・生徒の割合	小 85.6%	小 90%以上
	中 67.4%	中 75%以上

主要手段を実現するための具体的手段 A04-05 (4 桁)		まちを挙げて子どもたちの育ちを応援している	
具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A04-05-01	こども支援センター機能拡充事業	特別な支援を必要とする児童生徒、その保護者、それに関わっている学校の教職員等への支援を行う。	こども教育課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
地域の方々を講師に活動する「土曜チャレンジ学習事業」実施小学校区数	10 小学校区	29 小学校区 (全て)

結婚促進・多子出産促進に係る戦略

2 結婚促進・多子出産促進に係る戦略

(1) 基本目標

戦略目的B	多くの子どもでにぎやかな家庭を持つ若者が増えている		
	指標	基準値	目標値
	合計特殊出生率	1.82人(2008～2012年平均値)	1.92人(2019年)
	出生数	677人(2013年)	650人以上(2019年)

(2) 講ずべき施策に関する基本的方向

ア 結婚に至るまでの独身者に対する支援を行うとともに、様々な出会いの場や若者が集う場を提供することによって、結婚に結び付ける。

イ 安心して妊娠・出産・育児ができるよう、妊娠から産後・育児を支え、仕事と子育てを両立できる環境を整え、理想の子どもの数を持ちたいという希望をかなえる。

(3) 主要手段・具体的手段、重要業績評価指標及び事業

主要手段B01 (2桁)	若い夫婦の数が増えている		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	婚姻率 (年間婚姻件数÷総人口×1,000)	3.5	維持する

主要手段を実現するための具体的手段B01-01 (4桁)	多種多様な出会いの機会が充実している		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課
B01-01-01	但東地域婚活応援事業 (但東地域人口減少対策事業)	但東地域での未婚者調査をもとに、婚活応援事業を開催する	但東：地域振興課

	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	出会い交流イベント参加者数 (市全体)	288人	576人

主要手段を実現するための具体的手段B01-02 (4桁)	交際・結婚に向けた独身者へのきめ細かな支援体制が充実している		
---------------------------------	--------------------------------	--	--

具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
サポート企業登録数	85 団体	増加させる

主要手段を実現するための具体的手段B01-03 (4桁)	若者が集い、交流する場が増えている		
---------------------------------	-------------------	--	--

具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
ホームページ紹介イベント参加者数	0 人	増加させる

主要手段を実現するための具体的手段B01-04 (4桁)	安定した雇用が増えている		
---------------------------------	--------------	--	--

具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課	
B01-04-01	都市部に就職・進学し、U I ターン就職を希望する方を対象にした、企業就職フェアを開催し、豊岡市内企業の人材確保を支援する。 ■U ターン就職等合同企業説明会（面接会）開催事業	U I ターン就職希望者を対象に就職フェア開催、市内企業や市内で働く若者等が、ネットを通じて市内就職についての情報をライブ発信するWeb TV配信、保護者向けセミナーを開催し、豊岡市内企業の人材を確保する。	エコバレー推進課
B01-04-02	企業誘致推進事業（再掲）	企業誘致を推進し、産業基盤の強化並びに雇用機会の増大を図る。	エコバレー推進課

B01-04 -03	環境経済事業推進事業（再掲）	環境経済事業の認定及び認定した事業のマーケティング戦略等の策定を支援する。	エコバレー推進課
B01-04 -04	かばん産業を強める取組み（再掲）	豊岡の鞆産業に不足している技術の習得を支援する。	エコバレー推進課

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
正社員の有効求人数	781人（2014年間平均）	増えている

主要手段B02 (2桁)	夫婦一組あたりの子どもの数が増えている	
重要業績評価指標 (KPI)		基準値
児童手当世帯当たりの児童数 (中学生以下/公務員を除く)		1.74人(2015年) (児童9,875人 ÷ 受給者5,690人)
		目標値 増えている

主要手段を実現するための具体的手段B02-01 (4桁)	出産を支える仕組みが整っている		
具体的手段を実現するための事業	事業概要		担当課

重要業績評価指標 (KPI)		基準値	目標値
マタニティママ交流参加者数		47人	100人

主要手段を実現するための具体的手段B02-02 (4桁)	子育てを支える仕組みが整っている		
具体的手段を実現するための事業	事業概要		担当課
B02-02-01	こども支援センター機能拡充事業	特別な支援を必要とする子どもとその保護者、それに関わっている教職員等への支援を行う。	こども教育課

重要業績評価指標 (KPI)		基準値	目標値
なかよし広場参加者数		2,417人	2,500人
子育て講座参加者数		533人	700人

主要手段を実現するための具体的手段B02-03 (4桁)	女性も働きやすい環境が広がっている		
	具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
保育所の待機児童数	0人	0人
放課後児童クラブの待機児童数	13人	0人