

---

# 豊岡市地方創生総合戦略

第5版



2015 度～2019 年度  
(平成 27 年度～令和元年度)

2019 年 6 月 28 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
	結婚支援・多子出産応援に係る戦略体系図	.....	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	結婚支援・多子出産応援に係る戦略	.....	25

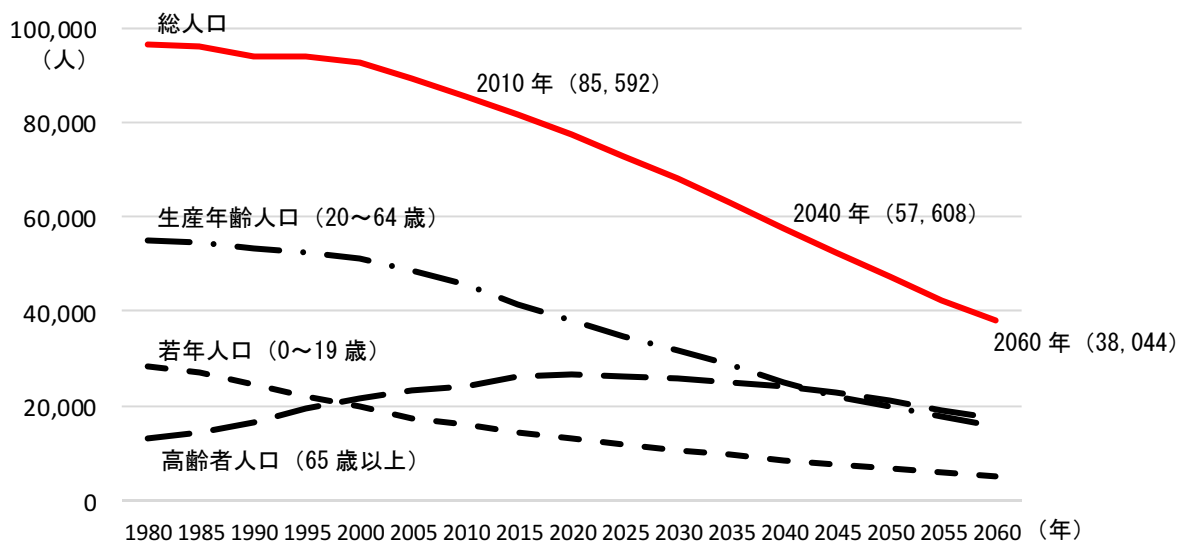
# I 人口予測と分析（人口ビジョンから）

## 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（この推計人口を戦略の「基準推計人口」とする）。

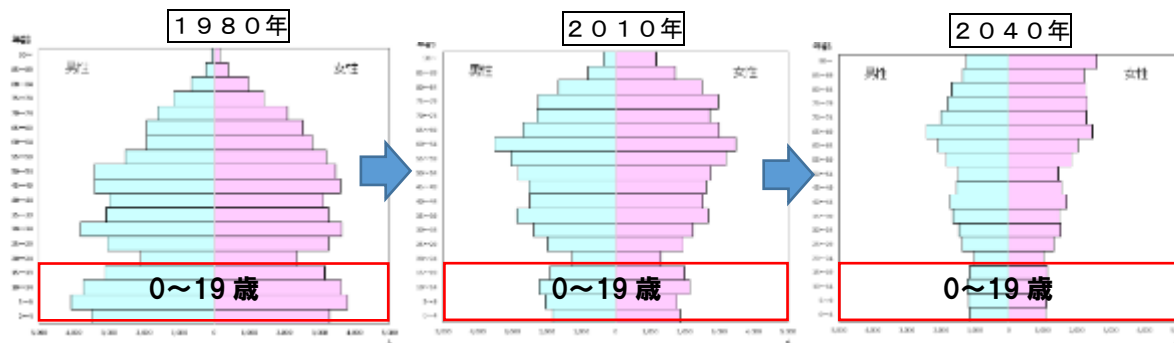
その減少率はとりわけ0歳から19歳の若年人口で大きく、人口減少は今後さらなる少子・高齢化を伴いながら進み、2040年には、1人の高齢者を生産年齢人口1.0人（2060年には0.9人）で支える人口年齢構造になると予測されている（図1、2）。

【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）

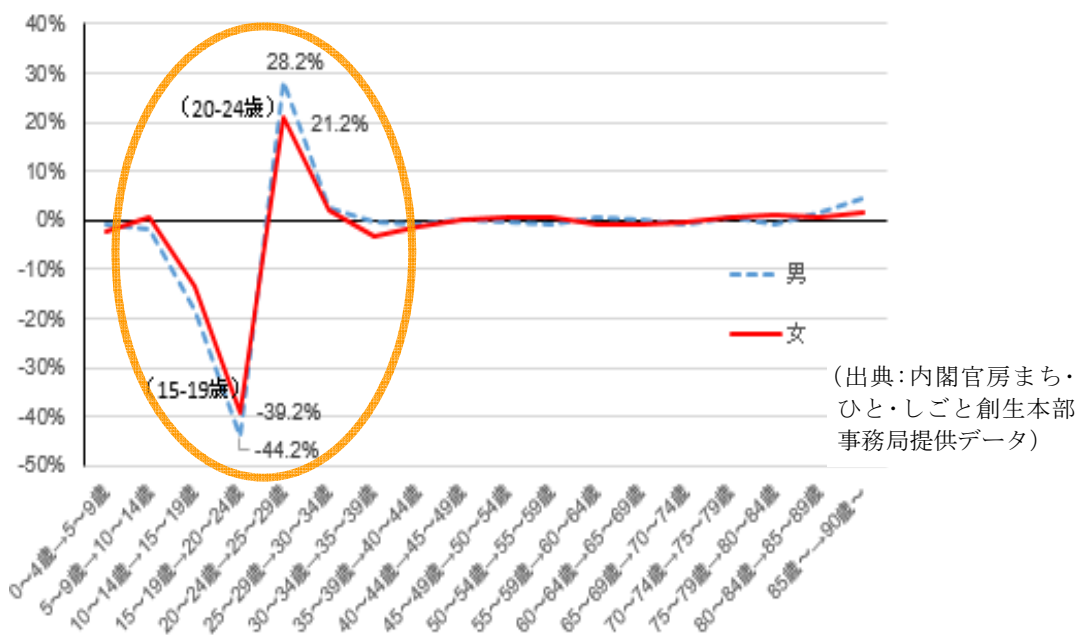
## 2 人口減少の要因

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）。

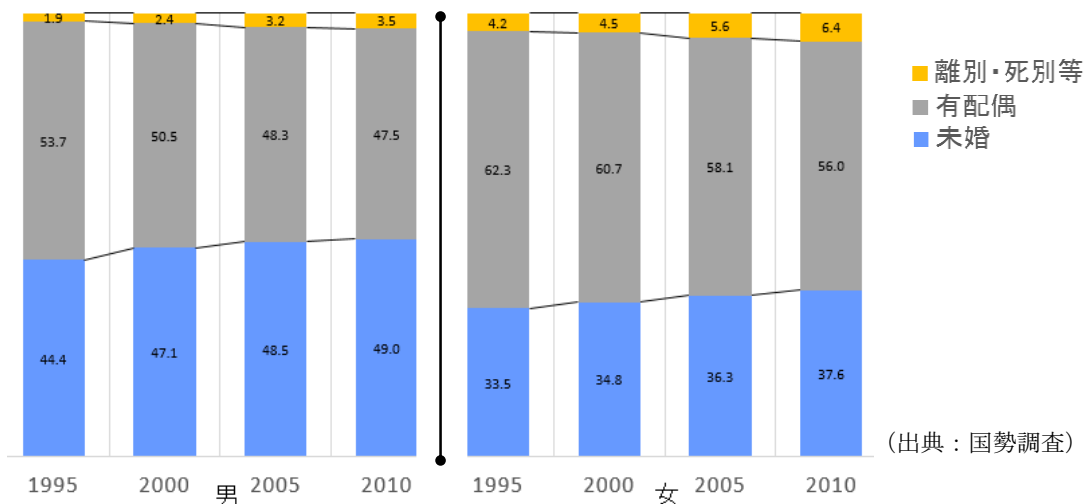
加えて、未婚率が上昇している（図4）ことから、出産適齢期の夫婦の数が減少して出生数が低下するとともに、その減少した子どもたちが成長して大学等に進む段階でまた転出超過になる、という悪循環にある。

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。

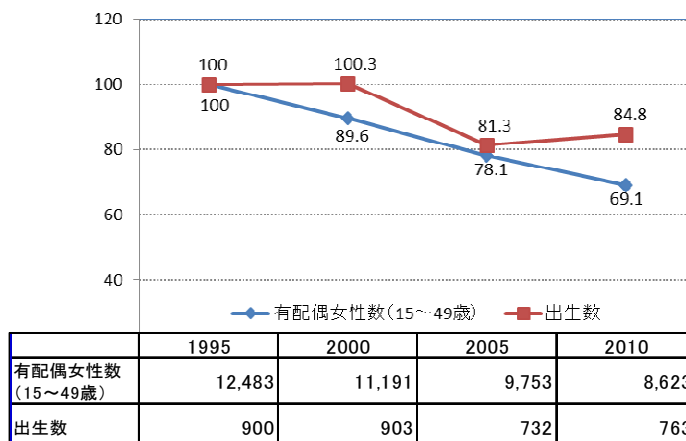
【図3】 年齢性別・純移動率（2005→2010年）



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



【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、兵庫県統計課「兵庫県の人口の動き」）

### 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。

【図6】 人口減少の破壊力イメージ（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

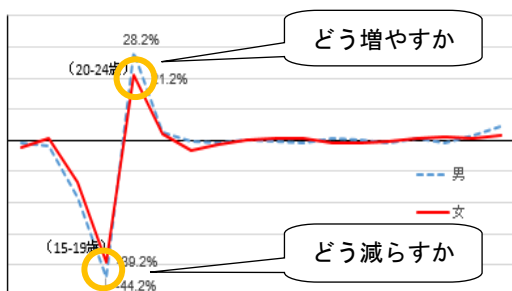
人口減少対策は、これまでも過疎対策等、様々になされてきた。しかしその多くは、人口減少を前提にした上でその悪影響にどう立ち向かうかという、いわば適応型の対策であった。

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）。

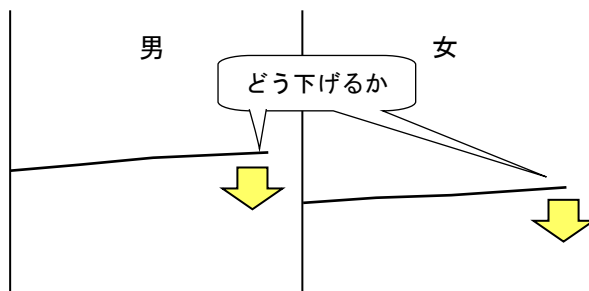
具体的には、前述の豊岡市における人口減少の要因分析に基づき、減少要因そのものに手を付けることとし、定住する若者を増やすこと（若者の定住促進。図3-2）と結婚する若者を増やすこと（未婚率の抑制。図4-2）を対策の柱に据えることとする。

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「政策目標人口」として設定する（表1及び図7）。 **政策目標人口（2040年）=62,165人**

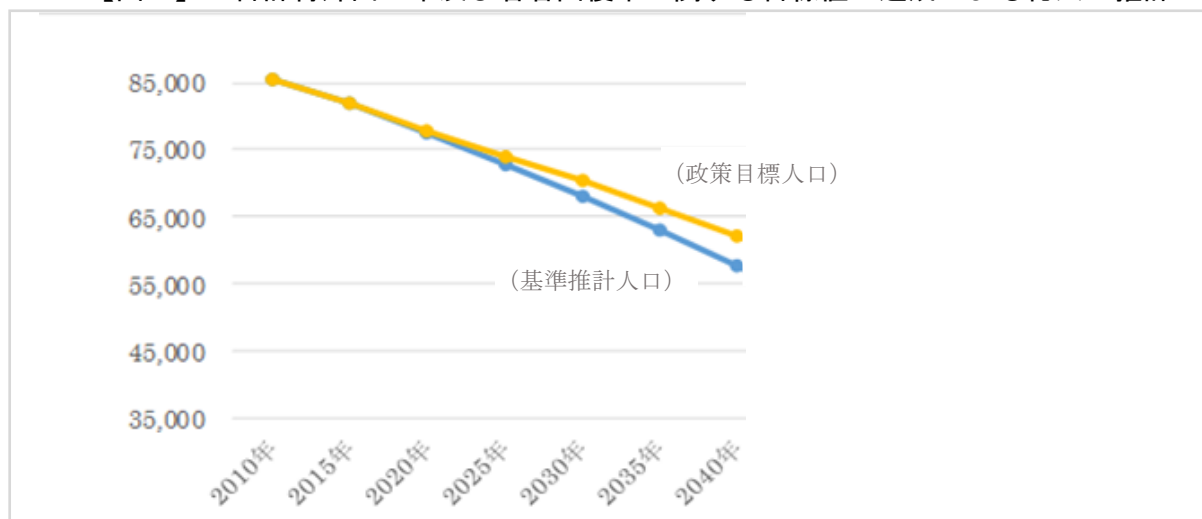
なお、2040年段階での緩和数は小さなものであるが、その意義を過小評価してはならない。2060年段階では基準推計人口に対し8,897人の緩和効果が見込ま

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。

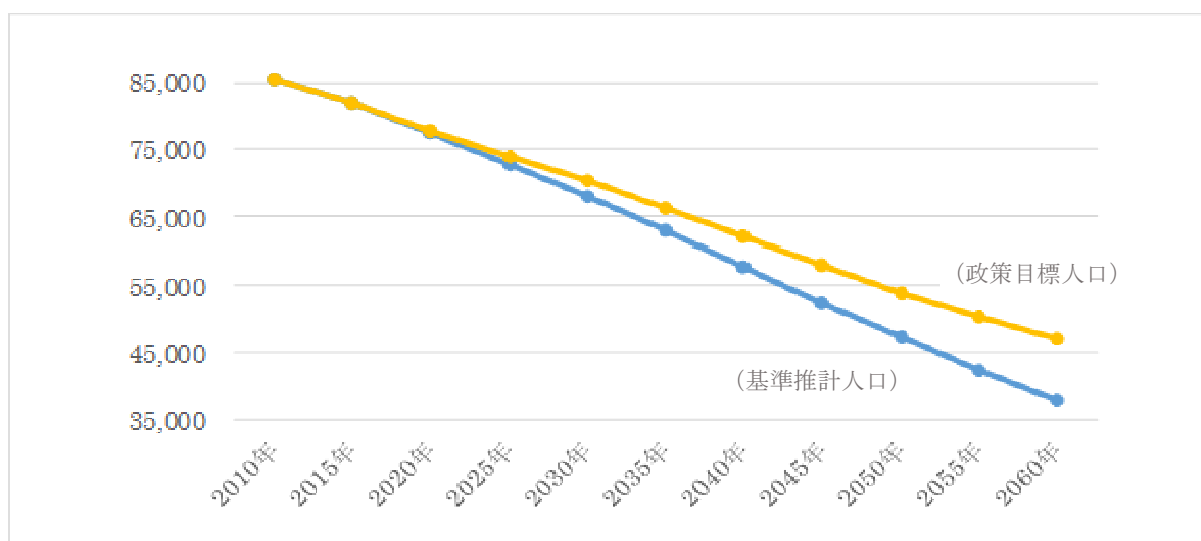
【表1】 合計特殊出生率・若者回復率に関する目標値の総人口推計への反映

	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	
政策目標人口	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 定住を検討する人に寄り添って、情報が提供されている
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・多様性）
	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 多様な生き方に応じた居場所と出番が増えている
	02-05 自然とのつながりを楽しむ人が増えている
	02-06 自分の時間を持ち、暮らしを楽しむ人が増えている
	02-07 外から豊岡とつながり、行き来する関係人口が増えている
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

## 【結婚支援・多子出産応援に係る戦略体系図】

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
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	出産への応援がある
02-02	育児への応援がある
02-03	仕事の両立への応援がある
02-04	パートナーの応援（理解と協働）がある
02-05	まちを挙げた子育てへの応援がある

- \* 「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 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。
- ⑤ 情報発信については、動画の活用等心に残る訴えかけに留意すること。また、市民向けの情報発信を検討すること。
- 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 この戦略のさらなる展開に当たっては、多様性を受け入れ、支え合うレベルなまちづくりを念頭におき、とりわけ女性の若者回復率が特に低いことに着目し、女性にとって豊岡で暮らすことの価値の創造を意識すること。
- ⑧ 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。
- ⑨ 市民アンケート調査によれば、理想の子ども数を持たない理由として「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。
- ⑩ 市民アンケート調査によれば三世代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。
- ⑪ 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。
- ⑫ A戦略、B戦略を括る観点を持ち、事業を進めること。

## 5 戦略の期間

この戦略の期間は、2015年度から2019年度（平成27年度から令和元年度）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、政策調整課が戦略遂行の全体を把握・統轄し、関係部署と連携しながら、事業を進める。
- (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】 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）	重要業績評価指標（KPI）
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）		豊岡市公式ウェブサイト閲覧数
01-01	様々なメディア等で豊岡が取り上げられている	メディア・旅行エージェント招聘（※）	豊岡に関する情報がテレビ、雑誌、WEBマガジン等に取り上げられた回数
01-02	WEB や SNS 等で豊岡の情報が共有されている	移住定住促進プロモーション（WEB 広告・ポスター制作・ミュージシャン・イン・レジデンス）、Uターン就職情報発信（『ジョブ 豊岡』、就活応援ブック等）	Facebook「大好き豊岡応援隊」 いいね済数、豊岡市移住定住ポータルサイト 閲覧数
01-03	豊岡の魅力を語る人々が世界中にいる	豊岡エキシビジョン、アーティスト・イン・レジデンス、ディレクター等の配置（KIAC）	城崎国際アートセンター（KIAC）アーティスト・イン・レジデンス滞在者数（累積）、海外メディア（テレビ、雑誌、WEBマガジン等）掲載数
01-04	豊岡を巣立った人たちが豊岡とつながっている	企業研究会、合同企業説明会	市の指定するSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）登録率（登録者数/登録者世代の18歳時の人口）
01-05	定住を検討する人に寄り添って、情報が提供されている	移住定住推進（ワトツップ 窓口、現地案内人）、豊岡移住相談会（合同移住フェア出展）、飛んでるローカル編集部支援、移住促進支援補助金、まちのサードプレイス	豊岡市移住定住ポータルサイト 閲覧数
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・多様性）		「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合
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	革製靴・革小物生産能力育成、豊岡靴ブランド育成支援、環境経済事業支援、IT企業立地支援、企業立地事業者工場等賃借料補助金、企業立地促進条例による奨励金、コウノトリ育む農法無農薬栽培推進、コウノトリ育むお米ブランド化推進、スマート農業推進	基盤産業（靴産業と宿泊業）における若手従業員の新規雇用（正社員）数
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	新規就農総合支援、豊岡農業スクール、靴縫製者トレーニング（※）、創業支援、子育て中の女性の就労促進、内発型産業育成Ⅰ（総合相談窓口の新設）、内発型産業育成Ⅱ（ステップアップ支援補助金・創業支援補助金）、政策アドバイザー設置	創業件数、新規就農者数（青年等就農計画の認定を受けた認定新規就農者数及び豊岡農業スクール卒業生）（累積）
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		「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合
02-04	多様な生き方に応じた居場所と出番が増えている	ジェンダーギャップ解消推進、ワークイノベーション推進、保育士等確保推進、子育て中の女性の就労促進（重複）	「女性が働きたい企業」に関する認証取得等企業数
02-05	自然とのつながりを楽しむ人が増えている	コウノトリ野生復帰推進、子どもの野生復帰	「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合
02-06	自分の時間を持ち、暮らしを楽しむ人が増えている	ディレクター等の配置（KIAC）〔再掲〕、文化芸術創造交流（Toyooka Art Season2019）、文化芸術創造交流（市民参加の演劇、演劇ワークショップ）（※）、芸術文化情報発信（市民講座&ワークショップ）、永楽館歌舞伎、芸術文化担当参与の設置	「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合
02-07	外から豊岡とつながり、行き来する関係人口が増えている	城崎国際アートセンター自主事業、文化と教育の先端自治体の連携	城崎国際アートセンターの地域交流プログラム等自主事業への市外からの参加者数（累積）、但馬空港助成利用件数（市内出身者及びその家族、ビジネス利用）
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）		移輸出額（兵庫県市町民経済計算）
03-01	世界中から人々が来訪し、豊岡を楽しんでいる	外国人観光客プロモーション（旅行博出展、海外情報発信拠点設置等）、観光地マーケティング（データ収集・分析、専門人材配置等）、外国人観光客受入体制整備、夢但馬周遊バス運営（※）、豊岡演劇祭協同開催、但馬空港利用促進・東京直行便実現、城崎温泉街交通環境改善、円山川沿線サイクリングロード整備	外国人宿泊者数（人泊）
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海外販売推進、アーティスト・イン・レジデンス〔再掲〕	海外におけるコウノトリ育むお米取り扱い店舗数
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	専門職大学の誘致、アーティスト・クリエイター移住等促進	
03-04	世界の人々と対等に向き合う人材が増えている	観光地マーケティング〔再掲〕	外国人宿泊客を受け入れている宿泊施設の数（Visit Kinosaki 登録旅館数）
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	おっとりっしゃ！とよおかのものづくり（※）、ふるさと教育、子どもの野生復帰〔再掲〕、高校生Uターン意識向上	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
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	ふるさと教育〔再掲〕	地域の行事に参加している児童・生徒の割合
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	コミュニケーション教育、英語教育、英語遊び保育、豊岡の未来を創る高校生支援	中学校卒業時の英語検定3級以上の合格者数
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	子どもたちが豊岡で世界と出会う音楽祭（※）	子どもたちが豊岡で世界と出会う音楽祭訪問学校数（累積）

（※）は市以外の団体の主催事業

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】 出生数、合計特殊出生率
	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）
手段 B 01	若い夫婦の数が増えている	婚姻数
01-01	多種多様な出会いの機会が充実している	婚活応援プロジェクト「はーとピー」の実施 民間団体への婚活・恋活イベント開催補助 社会福祉協議会の結婚相談所機能拡充 出会いサポート企業推進
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	社会福祉協議会の結婚相談所機能拡充〔再掲〕 ボランティア仲人養成
01-03	若者が集い、交流する場が増えている	SNS を活用した出会いにつながる情報発信
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／公務員を除く児童手当受給者）
02-01	出産への応援がある	子育て世代包括支援センター 産前・産後サポート事業 産後ケア事業（宿泊型、訪問型） 特定不妊治療費助成・不育症治療費助成
02-02	育児への応援がある	子育て世代包括支援センター〔再掲〕 ファミリーサポートセンター
02-03	仕事の両立への応援がある	ファミリーサポートセンター〔再掲〕
02-04	パートナーの応援（理解と協働）がある	子育てセンターの交流事業「パパとあそぼうデー」など
02-05	まちを挙げた子育てへの応援がある	子育てママの活躍機会促進 子育て広場整備 FMジャングル夢チャレンジ
		産後、助産師や保健師等から指導・ケアを十分に受けることができたと考える母親の割合
		市の子育て支援サービスを活用、または頻繁に活用している小学生以下の子どもがいる世帯の割合
		保育所の待機児童数 放課後児童クラブの待機児童数
		パートナーは育児をよくやっていると思う母親の割合
		子育てを支援する活動に関わっている市民の割合 周りの人が子育てを応援してくれる環境が、豊岡で暮らす価値や魅力と考える市民の割合

移住・定住促進に係る戦略  
（戦略体系A）

## 1 移住・定住促進に係る戦略

### (1) 基本目標（各項目の目標値は2019年（度）時点とする）

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	基準値	目標値
	人口の社会増減の緩和（転入－転出） （※兵庫県市町別毎月人口推計調査1～12月）	△313人（2014年） （転入1,762人 －転出2,075人）	△281人 （2019年）

### (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（※は市以外の団体の主催事業）

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
	豊岡市公式ウェブサイト閲覧数	831,716件 （2018年度）	960,000件

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		
	重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
	豊岡に関する情報が、テレビ、雑誌、WEBマガジン等に取り上げられた回数	39件（2014年度）	90件

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	メディア・旅行エージェント招聘事業（※）	豊岡市の取組み・魅力に関するメディア掲載を増やすため、取材者の交通費等を負担するとともに、取材先の調整・同行等を行う。	大交流課 （豊岡ツーリズム協議会）



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		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	Facebook「大好き豊岡応援隊」いいね済数	2,839 件 (2014 年度)	4,894 件
	豊岡市移住定住ポータルサイト 閲覧数	18,000 件 (2015 年度)	36,000 件

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	移住定住促進プロモーション戦略 (WEB 広告、ポスター制作、ミュージシャン・イン・レジデンス)	豊岡を巣立った若者や、大都市の若者の目を地方に向けるため、豊岡がおもしろく、可能性があるまちであることを広め、豊岡の価値や魅力等を PR していく。	環境経済課
A01-02-02	Uターン就職情報発信 (ジョブナビ豊岡、就活応援ブック)	市内企業の情報、豊岡で働く魅力、地元就職のメリット等を発信するため、豊岡出身の学生等とのつながりをつくるとともに、WEB や冊子で情報を発信する。	環境経済課

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		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	城崎国際アートセンター (KIAC) アーティスト・イン・レジデンス滞在者数 (累積)	501 人 (2014 年度)	1,366 人
	海外メディア (テレビ、雑誌、WEB マガジン等) 掲載数	9 件 (2014 年度)	26 件

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	豊岡エキシビション	これまで豊岡エキシビション等で市と関わりのある方 (ファン) に対して、アンケートを実施し「共感ポイント」を明らかにする。また、ファン同士の「ファン交流会」を開催する。	大交流課
A01-03-02	アーティスト・イン・レジデンス	最先端のアーティストに豊岡の魅力を世界中に発信してもらうため、KIAC において滞在制作の機会を提供する。	大交流課
A01-03-02	ディレクター等の配置 (KIAC)	芸術文化の国際的戦略拠点としての機能を強化するとともに、世界最先端のアートに触れる機会を市民に提供するため、専門的知識を有する人材を KIAC に配置する。	大交流課

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		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	成人式参加者の情報登録率 (登録者数/参加者数)	20% (2016年度)	50%

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	Uターン促進 (企業研究会)	豊岡で働く魅力や市内企業の魅力を感じてもらうため、大学3年生と市内企業が出会う機会をつくる。	環境経済課
A01-04-02	Uターン推進 (合同企業説明会、市内相談会)	豊岡で働く魅力や市内企業の魅力を感じてもらうため、市内企業が就職活動中の大学生等に直接説明する機会をつくる。	環境経済課

主要手段を実現するための具体的手段A01-05 (4桁)	定住を検討する人に寄り添って、情報が提供されている		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	豊岡市移住定住ポータルサイト 閲覧数	18,000件 (2015年度)	36,000件

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	移住定住推進 (ワンストップ窓口、現地案内人)	移住前後のギャップを防ぐと共に、移住希望者に暮らしに関する情報を提供するため、総合窓口を設置し、現地案内等を行う。	環境経済課
A01-05-02	豊岡移住相談会 (合同移住フェア出展)	豊岡の仕事や住まい等に関する情報を提供するため、移住フェアへの出展を行う。	環境経済課
A01-05-03	飛んでるローカル豊岡編集部支援	移住希望者の興味・関心をひき、移住行動を促すため、市民ライターが市民目線で豊岡の暮らしの価値や魅力を伝える。	環境経済課
A01-05-04	移住促進支援補助金	移住検討者に豊岡を知り、体験してもらうため、住居・仕事探し又は暮らし体験のため豊岡で宿泊される方に補助金を交付する。	環境経済課
A01-05-05	まちのサードプレイス	中心市街地内で、まちの人たちの力を活用し、移住者等多様な人々の受け皿となる「まちのサードプレイ	環境経済課

		ス」を構築する。交流の拠点としての機能に加え、暮らしの相談やまちの案内などを行う相談窓口を設置する。	
--	--	--	--

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・多様性）		
	重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
	「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合	46.4% (2016年度)	55%

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		
	重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
	基盤産業（靴産業と宿泊業）における若手従業員の新規雇用（正社員）数	未計測	60人

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	革製靴・革小物生産能力育成	革製靴・革小物を生産できる人材を育成するため、専門技術を持つ講師による技能講習を実施する。	環境経済課
A02-01-02	豊岡靴ブランド育成支援	豊岡靴の旗艦店「KITTE丸の内店」での豊岡靴ブランドの情報発信機能の強化、有名百貨店等での「豊岡靴」フェアの実施に対し補助する。	環境経済課
A02-01-03	環境経済事業（販路拡大）	環境経済事業の売上げ増加を図るため、アドバイザーを招聘し、新規事業の立上げ等を支援する。	環境経済課
A02-01-04	IT企業立地支援	若い女性等が働きたい職場を増やすため、IT関連事業所を開設する事業者へ補助金を交付する。	環境経済課
A02-01-05	企業立地事業者工場等賃借料補助金	若者が働きたい職場を増やすため、建物等を賃借して工場等を新増設する事業者へ補助金を交付する。	環境経済課
A02-01-06	企業立地促進条例による奨励金	雇用の機会を増やすため、工場の新増設、新規雇用等を行う事業者へ補助金を交付する。	環境経済課
A02-01-07	コウノトリ育む農法無農薬栽培推進	付加価値増加による農家所得の向上を図るため、ポット成苗と機械除草の専用機械購入に補助金を交付する。	農林水産課

A02-01-08	コウノトリ育むお米ブランド化推進	コウノトリ育むお米のブランドを確立するため、JA たじまと協働した情報発信、「いのちの壺」のブランド化を確立するため、本格販売に向けたプロデュースを行う。	農林水産課
A02-01-09	スマート農業推進事業	農家所得の向上を図るため、水田センサーで水位を監視して水管理の省力化を図る。また、育苗に係るコストを低減する「鉄コーティング湛水直播」技術実証、省力化につながるスマート農業技術導入への支援を行う。	農林水産課

<b>主要手段を実現するための具体的手段 A02-02 (4 桁)</b>	<b>新たな事業や仕事にチャレンジする人が増えている</b>
---------------------------------------	--------------------------------

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
創業件数	14 件(2014 年度)	25 件
新規就農者数（青年等就農計画の認定を受けた認定新規就農者及び豊岡農業スクール卒業生）（累積）	1 名（2014 年度）	18 名

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	新規就農総合支援	若者の新規就農と定着を図るため、園芸用ハウス整備、農業用機械購入等に補助金を交付する。	農林水産課
A02-02-02	豊岡農業スクール	新規就農者及び農業後継者を増やすため、就農意欲の高い若者に、生産技術、経営管理能力等を習得させる。	農林水産課
A02-02-03	鞆縫製者トレーニング（※）	鞆製造の担い手を育成し、鞆産業の振興を図るため、鞆縫製技術指導等を行う。	環境経済課 (Toyooka K-site)
A02-02-04	創業支援事業	<small>フラップ とよおか</small> FLAP TOYOOKAを活用し、創業者向けセミナーや研修会、交流イベントを開催する。また、商工団体、金融機関、士業団体で構成する「豊岡市創業・事業者支援ネットワーク」を運営し、豊岡市創業支援等事業計画を策定する。	環境経済課
A02-02-05	子育て中の女性の就労促進	事業所へのプチ勤務導入を促進し、子育て中の女性にとって働きやすい職場環境の整備を促す。また、「お仕事大相談会」を開催し、働きたいが働いていない子育て中の女性の就労を促す。	ワークイノベーション推進室
A02-02-06	内発型産業育成 I（総合相談窓口の新設）	ビジネスに関する総合相談機能を新設し、市内中小企業者を対象とした経営相談を商工団体と連携し	環境経済課

		て行う。相談員が新たな事業に取り組む意欲のある中小企業者や、起業を考えている若者や女性のスタートアップを重点支援する。	
A02-02-07	内発型産業育成Ⅱ（ステップアップ支援補助金・創業支援補助金）	具体的な目標を掲げ、成長を目指す企業の新製品やサービスの開発、販路の拡大等に要する経費を支援する。また、創業・事業承継に取り組む若者・女性のスタートアップに要する経費を支援する。	環境経済課
A02-02-08	政策アドバイザー設置	本市の政策・施策の成果を高めるため、ソーシャルビジネス、まちづくりにおけるデザイン、データ分析やマーケティングに関する分野において、助言を受ける。	大交流課

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
-----------------------------------	--------------------------

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合	46.4%（2016 年度）	55%

具体的手段を実現するための事業	事業概要	担当課

主要手段を実現するための具体的手段 A02-04 （4 桁）	多様な生き方に応じた居場所と出番が増えている
-----------------------------------	------------------------

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
「女性が働きたい企業」に関する認証取得等企業数	未計測	20 社

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	ジェンダーギャップ解消推進	ジェンダーギャップの現状等を市民と共有するシンポジウムの開催や、ジェンダーギャップ解消のための戦略策定に向けた意識調査を実施する。	ワークイノベーション推進室
A02-04-02	ワークイノベーション推進	女性も働きやすく、働きがいを感じる事業所を増やすことを通じた職場のジェンダーギャップ解消と、これを切り口としたまち全体のジェンダーギャップの解消を目指し、経営者や従業員等の意識改革、行動改革を促す。	ワークイノベーション推進室

A02-04 -03	保育士等確保推進	働きがいがあり、働きやすい保育園を増やすため、モデル園2園において、保育の質の向上に関する研修、労働時間や職務の見直し等を行い、その効果を市内全園に拡充、定着させる。	こども育成課
A02-04 -04	子育て中の女性の就労促進 〔再掲〕	事業所へのプチ勤務導入を促進し、子育て中の女性にとって働きやすい職場環境の整備を促す。また、「お仕事大相談会」を開催し、働きたいが働けていない子育て中の女性の就労を促す。	ワークイノベーション推進室

主要手段を実現するための具体的手段 A02-05 (4桁)	自然とのつながりを楽しむ人が増えている		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合	46.4% (2016年度)	55%

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	コウノトリ野生復帰推進	コウノトリ野生復帰を通じた自然再生と地域再生の取組みを地域に深く根づかせる。バードフェア2019や国立台湾大学農業ミュージアム企画展に出展するなど、豊岡のコウノトリ野生復帰の取組みを世界へ発信し、認知度の向上を図る。	コウノトリ共生課
A02-05 -02	子どもの野生復帰〔再掲〕	ふるさと豊岡を愛し、夢の実現に向け挑戦する子どもたちを育成するため、豊岡の自然を体験する機会を提供する。	生涯学習課

主要手段を実現するための具体的手段 A02-06 (4桁)	自分の時間を持ち、暮らしを楽しむ人が増えている		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	「豊かな暮らし」を楽しんでいる市民の割合	46.4% (2016年度)	55%

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	文化芸術創造交流事業 (Toyooka Art Season2019)	豊岡の暮らしの豊かさを実感してもらうため、演劇や音楽など多彩なジャンルのプログラムを展開するとともに、市の文化芸術の魅力を市内外に向け発信する。	文化振興課



A02-06-02	文化芸術創造交流事業（市民参加の演劇、演劇ワークショップ）（※）	地域の文化芸術活動のレベルアップと活性化を図るため、一流の劇団や俳優を招聘し、市内の若者等を巻き込んだ文化芸術の創造・交流を行う。	生涯学習課（NPO法人プラッツ）
A02-06-03	芸術文化情報発信（レクチャー&ワークショップ）	介護や子育てといった日常的な関心ごとと舞台芸術を結び付けて活動をしているアーティストを招き、舞台芸術やアートが日常にも活用できる可能性を提示する。	大交流課
A02-06-04	永楽館歌舞伎	市民が一流の文化芸術に触れる機会を増やすとともに、市外からの交流人口増加を図るため、出石永楽館において片岡愛之助さんを座頭とする歌舞伎の公演を行う。	出石振興局 地域振興課
A02-06-05	芸術文化担当参与の設置	文化芸術を身近に感じる市民を増やすとともに、面白いまちをつくることによる若者のUIターン増加を図るため、平田オリザ氏から助言を受ける。	文化振興課
A02-06-06	ディレクター等の配置（KIAC）〔再掲〕	芸術文化の国際的戦略拠点としての機能を強化するとともに、世界最先端のアートに触れる機会を市民に提供するため、専門的知識を有する人材をKIACに配置する。	大交流課

<b>主要手段を実現するための具体的手段A02-07（4桁）</b>	<b>外から豊岡とつながり、行き来する関係人口が増えている</b>		
	重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
	城崎国際アートセンター地域交流プログラム等自主事業への市外からの参加者数（累積）	2,226人 (2015年度)	4,800人
	但馬空港助成利用件数（市内出身者及びその家族、ビジネス利用）	2,039人 (2014年度)	5,000人

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A02-07-01	城崎国際アートセンター自主事業	最先端の舞台芸術を楽しんでもらうため、KIAC及び城崎地域以外でパフォーマンス・公演を開催する。	大交流課
A02-07-02	文化と教育の先端自治体の連携	文化や教育に関心が高い都市部の住民の移住を推進するため、文化や教育による先端的なまちづくりを進めている自治体が互いの強みを磨き合うとともに、共同で情報発信を行う。	大交流課

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
	移輸出額（兵庫県市町民経済計算）	223,393 百万円 (2013 年度)
		目標値 258,040 百万円

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	
	重要業績評価指標（KPI）	基準値
	外国人宿泊者数（人泊）	15,231 人泊 (2014 年)
		目標値 80,000 人泊

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	外国人観光客プロモーション（旅行博出展、海外情報発信拠点設置等）	ターゲット市場に対するインターネット広告の配信や、現地有力メディアへの売込みによる露出拡大により、豊岡市の認知度を向上させる。また、外国語版サイト「Visit Kinosaki」を効果的に運用することにより、外国人観光客に対して、豊岡の魅力を的確に伝え、実際の誘客につなげる。	大交流課
A03-01-02	観光地マーケティング（データ収集・分析、専門人材配置等）	データに基づく観光地マーケティング等を行うため、位置情報ビッグデータ等の収集・分析、評価指標データの収集、豊岡観光イノベーションへの経営人材の派遣等を行う。	大交流課
A03-01-03	外国人観光客受入体制整備	外国人観光客の良質な口コミの発信を促すため、インフォメーションカウンターの設置、外国人スタッフの配置、ローカルガイドの養成を行う。	大交流課
A03-01-04	夢但馬周遊バス運営（※）	観光客の周遊による滞在時間の増加を図るため、但馬内の観光ポイントを周遊するバスを運行する。	大交流課 (但馬観光協議会)
A03-01-05	豊岡演劇祭協同開催	第0回豊岡国際演劇祭を市内文化施設等で上演し、市内外から誘客する。また、第1回以降の演劇祭のあり方や持続可能な仕組みなどについて、調査・分析を行い、「演劇のまち・豊岡」としてのブランドイメージを構築する。	大交流課
A03-01-06	但馬空港利用促進	東京からの乗り継ぎ利用を中心とした飛行機利用を促進するため、首都圏において JAL と協働で豊岡	都市整備課



		の魅力を伝える動画コンテンツの作成・配信、誘客を行う。	
A03-01-07	城崎温泉街交通環境改善	城崎温泉街のそぞろ歩きの魅力を高めるため、地元の各種団体、住民及び関係機関による実行委員会を立ち上げ、施策の試験的实施によるデータ収集、分析、検証を行う。	建設課
A03-01-08	円山川沿線サイクリングロード整備	円山川の自然を満喫しながらサイクリングをする外国人観光客の増加による SNS 等での魅力発信を増やすため、観光スポットを結ぶように堤防、県道等に案内サイン等を設置する。	建設課

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		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	海外におけるコウノトリ育むお米取り扱い店舗数	0 店 (2014 年度)	5 店

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海外販売推進	海外における優位で安定的な販売を展開するため、事業者と連携し、アメリカ、オーストラリアでのお米エキスポに出展するとともに、香港で販売イベントを行う。	農林水産課
A03-02-02	アーティスト・イン・レジデンス [再掲]	最先端のアーティストに豊岡の魅力を世界中に発信してもらうため、KIAC において滞在制作の機会を提供する。	大交流課

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		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
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	専門職大学の誘致	地元産業界からニーズのある観光分野等の専門人材を育成する高等教育機関としての専門職大学誘致を推進する。	大交流課
A03-03-02	アーティスト・クリエイター移住等促進	豊岡へ移転表明された劇団「青年団」の拠点施設整備の支援を行う。ま	大交流課

		た、劇団員が豊岡への移住をイメージしやすいよう、豊岡での生活、住まい、仕事等の生活情報を提供及び相談を受ける機会を設ける。	
--	--	---	--

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

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
外国人宿泊客を受け入れている宿泊施設の数 (Visit kinosaki 登録旅館数)	0 件 (2014 年度)	100 件

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	観光地マーケティング〔再掲〕	データに基づく観光地マーケティング等を行うため、位置情報ビッグデータ等の収集・分析、評価指標データの収集、豊岡観光イノベーションへの経営人材の派遣等を行う。	大交流課

<b>主要手段 A04</b> (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% (2015 年度)	小 60%以上 中 60%以上

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

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% (2015 年度)	小 70%以上 中 70%以上

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	おっとりっしゃ！とよおかのものづくり (※)	ものづくりに関する子どもの興味を醸成するとともに、保護者等にもものづくり企業を若者が働く場として理解してもらうため、企業展示、ものづくり体験教室等を行う。	環境経済課 (豊岡市工業会)

A04-01-02	ふるさと教育	ふるさと豊岡を自分の言葉で語り誇れる力を育成するため、体験的な活動を行い、豊岡の「ひと・もの・こと」を学習素材とした探究的な学習を行う。	こども教育課
A04-01-03	子どもの野生復帰〔再掲〕	ふるさと豊岡を愛し、夢の実現に向け挑戦する子どもたちを育成するため、豊岡の自然を体験する機会を提供する。	生涯学習課
A04-01-03	高校生Uターン意識向上戦略	豊岡を知り、豊岡を好きになることによるUターン意識を高めるため、市内企業見学、市長講話、豊岡で働く若者との対話等の授業や校内発表等を行う。	環境経済課

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		
	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% (2015 年度)	小 96%以上 中 75%以上

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
A04-02-01	ふるさと教育〔再掲〕	ふるさと豊岡を自分の言葉で語り誇れる力を育成するため、体験的な活動を行い、豊岡の「ひと・もの・こと」を学習素材とした探求的な学習を行う。	こども教育課

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		
	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 (英検 3 級以上の英語力を有する者を含む)	28.6% (2015 年度)	45.0%

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	コミュニケーション教育推進	対等な関係の中で自分を主張し、他者を理解できるコミュニケーション能力を持つ子どもを育てるため、小学 6 年生と中学 1 年生において演劇的な手法を取り入れた	こども教育課

		ワークショップ型、双方向型のアクティブラーニングを行う。	
A04-03-02	英語教育推進	中学卒業時まで、ふるさとのこと、自分のことを英語で語ることができる力を身に付けるため、小中学校に外国語指導助手を配置するとともに、教員の英語の授業力向上研修を実施する。	こども教育課
A04-03-03	英語遊び保育推進	子どもたちが世界の人々と積極的にコミュニケーションを図ろうとする気持ちの素地等を養うため、英語遊び指導員が各園を訪問し、4歳児、5歳児に英語で歌やゲーム、絵本の読み聞かせなどを行う。	こども育成課
A04-03-04	豊岡の未来を創る高校生支援	ふるさと豊岡で活躍する国際社会に対応できる人材を育成するため、ビクトリア市（カナダ）主催の語学研修に参加する生徒に補助金を交付する。	こども教育課

<b>主要手段を実現するための具体的手段 A04-04（4桁）</b>	<b>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</b>		
	重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
	子どもたちが豊岡で世界と出会う音楽祭訪問学校数（累積）	4校 (2014年度)	41校

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	子どもたちが豊岡で世界と出会う音楽祭（※）	豊岡を誇りに思う子どもたちを育てるため、子どもたちが世界で活躍する音楽家と触れ合う機会を提供する。	生涯学習課 (子どもたちが豊岡で世界と出会う音楽祭実行委員会)

結婚支援・多子出産応援に係る戦略  
（戦略体系B）

## 2 結婚支援・多子出産応援に係る戦略

### (1) 基本目標（各項目の目標値は2019年（度）時点とする）

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	基準値	目標値
出生数		595人(2014年)	650人以上(2019年)
合計特殊出生率		1.82人(2008～2012年平均値)	1.92人(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
婚姻数		303組 (2014年)	278組※ (2019年)

※2019年予測値241組をもとに設定。

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		
	重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値
出会い交流機会の参加者数		288人(2014年度)	576人

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	婚活応援プロジェクト「はーとピー」	婚活イベントを開催し、希望者には交際フォローなどきめ細かな支援を行う。	健康増進課
B01-01-02	民間団体への婚活・恋活イベント開催補助	民間団体主催の婚活イベントの開催費を10/10補助する(上限10万円、飲食費除く)	健康増進課
B01-01-03	社会福祉協議会の結婚相談所機能拡充	社会福祉協議会の結婚相談所の経費を補助する。また、担当職員、相談員の資質向上のため、研修費を補助する。	健康増進課

B01-01 -04	出会いサポート企業推進	会社内の上司や先輩がサポートメンバーになり、会社の枠を超えて独身社員の交流を促す活動を積極的に行う	健康増進課
---------------	-------------	---	-------

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		
---------------------------------	--------------------------------	--	--

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
交際・結婚支援のしくみを利用している人数	56人(2014年度)	150人

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
B01-02 -01	ボランティア仲人養成	登録された一般市民のボランティア仲人がそれぞれの活動においてお見合いや交際の支援を行う	健康増進課
B01-02 -02	社会福祉協議会の結婚相談所機能拡充〔再掲〕	社会福祉協議会の結婚相談所の経費を補助する。また、担当職員、相談員の資質向上のため、研修費を補助する。	健康増進課

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		
---------------------------------	-------------------	--	--

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
集い、交流する場の情報を入手している人数	未計測	1,000人

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
B01-03 -01	SNSを活用した出会いにつながる情報発信	出会いにつながる情報をSNSで若者に届ける仕組みを構築する	健康増進課

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	目標値
	児童手当世帯当たりの児童数 (中学生以下/公務員を除く児童手当受給者)	1.75人 (2014年度)	1.85人

主要手段を実現するための具体的手段B02-01 (4桁)	出産への応援がある		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	産後、助産師や保健師等からの指導・ケアを十分に受けることができたと考える母親の割合	75.7% (2015年度)	80.0%

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
B02-01-01	子育て世代包括支援センター	母子保健に係る専門職を配置し、妊娠期から出産、子育て期にわたるまでの総合的相談支援を行う	健康増進課
B02-01-02	産前・産後サポート事業	妊産婦に対して、保健師、育児サポーターなどが家庭訪問や教室により相談支援や育児・家事援助を行う	健康増進課
B02-01-03	産後ケア事業（宿泊型、訪問型）	産後間もない母親の心身の安定を図るため、医療機関への宿泊や助産師の訪問などによるケアを行う	健康増進課
B02-01-04	特定不妊治療費助成・不育症治療費助成	特定不妊治療・不育症の治療等にかかる費用の一部を助成し、経済的負担の軽減を図る	健康増進課

主要手段を実現するための具体的手段B02-02 (4桁)	育児への応援がある		
	重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
	市の子育て支援サービスを活用、または頻繁に活用している小学生以下の子どもがいる世帯の割合	48.2% (2014年度)	55.0%

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	ファミリーサポートセンター	ファミリーサポートセンターを設置し、会員間での子育て援助活動を支援する	こども育成課
B02-02-02	子育て世代包括支援センター（再掲）	母子保健に係る専門職を配置し、妊娠期から出産、子育て期にわたるまでの総合的相談支援を行う	健康増進課



主要手段を実現するための具体的手段B02-03 (4桁)	仕事の両立への応援がある			
	重要業績評価指標 (KPI)		基準値	目標値
	保育所の待機児童数		25人(2014年度)	0人
	放課後児童クラブの待機児童数		55人(2014年度)	0人

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
B02-03-01	ファミリーサポートセンター〔再掲〕	ファミリーサポートセンターを設置し、会員間での子育て援助活動を支援する	こども育成課

主要手段を実現するための具体的手段B02-04 (4桁)	パートナーの応援（理解と協働）がある			
	重要業績評価指標 (KPI)		基準値	目標値
	パートナーは育児をよくやっていると思う母親の割合		57.8% (2015年度)	60.0%

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
B02-04-01	子育てセンターの交流事業「パパとあそぼうデー」など	子育て世代の交流を深めるため、各子育てセンターが交流遊びや野外活動、子育て講座を開催する	こども育成課 (各子育てセンター)

主要手段を実現するための具体的手段B02-05 (4桁)	まちを挙げた子育てへの応援がある			
	重要業績評価指標 (KPI)		基準値	目標値
	子育てを支援する活動に関わっていると回答した市民の割合		17.0% (2014年度)	20.0%
	周りの人が子育てを応援してくれる環境が、豊岡で暮らす価値や魅力と考える市民の割合		14.3% (2016年度)	20.0%

具体的手段を実現するための事業		事業概要	担当課
B02-05-01	子育て広場整備	旧町単位に乳幼児向けの広場を整備し、住民団体主体で芝生化を進める	健康増進課
B02-05-02	FMジャングル夢チャレンジ	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を発表する機会を持つ	こども育成課
B02-05-03	子育てママの活躍機会促進	地域におけるママと赤ちゃんの「役割」や「活躍の場」を開拓するきっかけとして、「NPO 法人ママの働き方応援隊」の派遣の場を創出する。 また、ママが親子を対象としたイベントの開催経費を補助し、活躍機会の促進を図る。	健康増進課



豊岡市地方創生総合戦略第5版

2019年6月28日

豊岡市政策調整部政策調整課