

第 3 期丹波市丹（まごころ）の里創生総合戦略 （案）

～ 人が集い・つながる、丹（まごころ）の里（仮）～

令和〇年〇月

丹波市

目次

| | |
|-------------------------|----|
| 第1章 策定の趣旨 | 1 |
| 1 目的 | 1 |
| 2 計画の位置づけ | 1 |
| 3 計画期間 | 1 |
| 4 進捗管理 | 2 |
| 第2章 国の動向と丹波市の状況 | 3 |
| 1 新たな地方創生に関する総合戦略と国の方向性 | 3 |
| (1) これまでの取組の成果と反省 | 3 |
| (2) 国が目指す姿 | 3 |
| 2 丹波市における人口の動向 | 3 |
| (1) 人口の減少について | 3 |
| (2) 歪な人口構成について | 4 |
| 第3章 2060年のまちの姿と基本的視点 | 6 |
| 1 2060年のまちの姿 | 6 |
| 2 総合戦略推進に向けた基本的視点 | 6 |
| 3 総合戦略推進に向けた手段・手法 | 7 |
| (1) 異なる分野の新たな融合 | 7 |
| (2) DXの推進 | 7 |
| 4 政策ターゲット | 7 |
| 第4章 第3期総合戦略の基本目標と施策体系 | 9 |
| 第5章 目標ごとの取組 | 10 |
| 1 基本目標1 | 10 |
| (1) 基本的方向性 | 11 |
| (2) 施策1-1 | 11 |
| (3) 施策1-2 | 12 |
| 2 基本目標2 | 13 |
| (1) 基本的方向性 | 14 |
| (2) 施策2-1 | 14 |
| (3) 施策2-2 | 15 |
| 3 基本目標3 | 16 |
| (1) 基本的方向性 | 17 |
| (2) 施策3-1 | 17 |
| (3) 施策3-2 | 18 |
| 4 基本目標4 | 19 |
| (1) 基本的方向性 | 20 |
| (2) 施策4-1 | 20 |

| | |
|-----------------|----|
| 第6章 推進に向けて..... | 21 |
| 1 推進に向けて | 21 |

第1章 策定の趣旨

1 目的

本市では、国が地方創生を推進するために策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を受け、平成27年度に第1期丹波市丹（まごころ）の里創生総合戦略（以下「総合戦略」という。）を、令和元年度に第2期総合戦略を策定し、人口減少下にあっても、人口減少による影響の緩和と持続可能な地域社会の形成に取り組んできた。

その後、国では、さらなる地方創生とデジタル技術を活用した「全国どこでも誰でも便利で快適に暮らせる社会」の実現に向け、令和4年12月にデジタル田園都市国家構想総合戦略を策定し、コロナ禍による社会の変化と相まって、地方移住の高まりやリモートを活用した場所に捉われない新しい働き方など国民の意識・行動変容を掲げた。

さらに、令和7年6月には、地方創生10年の成果と反省を踏まえ、デジタル田園都市国家構想の発展的な継承や当面の全人口、特に生産年齢人口が減少する事態を真正面から受け止めたうえで、若者や女性に選ばれ、地方を元気にする取組を「地方創生2.0」と位置づけた地方創生2.0基本構想が発出された。そして、令和7年12月には、地方創生2.0基本構想の目指す姿や基本的方向性を踏まえ、地方創生に関する総合戦略～これまでの地方創生の取組のフォローアップと推進戦略～を策定するとともに、「強い経済」の実現に重点を置いた「地域未来戦略」を令和8年5月を目途にとりまとめられる予定である。

本市では、デジタル田園都市国家構想総合戦略から新たな地方創生への総合戦略への時流の変化を踏まえつつ、第3期丹波市人口ビジョンに掲げる人口に関する目標の達成と持続可能な地域社会の形成に向けて、本市の地方創生に関する施策を統合的かつ計画的に実施するため、第3期総合戦略を策定する。

2 計画の位置づけ

総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法（平成26年法律第136号）第10条に定める「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」として策定する。

総合戦略は、人口減少下にあっても、将来にわたり持続可能な丹波市であるために、本市が持つ地域特性や資源を活かした他にはない丹波市らしさの構築や丹波市ならではの価値を創造するなど、本市の地方創生の深度化（ローカライズ）を図る戦略的な取組である。

3 計画期間

計画期間は、令和8年4月1日から令和13年3月31日までの5年間とする。

4 進捗管理

総合戦略には、各施策の効果を客観的に検証できるよう、施策に応じた重要業績評価指標（K P I）を設定する。

丹波市丹（まごころ）の里創生総合戦略推進委員会（外部有識者会議）や市議会等の意見を踏まえながら、K P Iの達成状況を評価・検証することで進捗を管理し、必要に応じて改訂を行う。

第2章 国の動向と丹波市の状況

1 新たな地方創生に関する総合戦略と国の方向性

(1) これまでの取組の成果と反省

10年間にわたる地方創生では、国として人口減少を食い止めることを念頭にまち・ひと・しごと創生法を策定し、全国で様々な地方創生に関する取組が実施された。その結果、企業の地方移転による雇用創出や産学官連携の促進、地方移住の高まりなど一定の成果が見られた。

その一方で、人口減少を食い止める視点が前面に出た自然増を促す子育て支援や社会増を促す移住支援が取組の中心となり、都市と地方、または地方と地方、つまり基礎自治体同士で人口を奪い合うことにつながった。

そのため、人口減少下にあっても社会経済活動が機能し続けられるまちづくりや魅力的な職場づくり、アンコンシャス・バイアス(無意識による思い込み)のない地域づくりに係る有効なアプローチが後回しになったなど反省すべき点も見られた。

(2) 国が目指す姿

国では人口減少下にあって、都市や地方、性別や世代を問わず、楽しく、安心、安全に暮らせる持続可能な社会を創るため、①「強い」経済(=「稼げる」経済)、②「豊かな」生活環境(=安心して暮らし続ける生活環境)、③「新しい日本・楽しい日本」(=若者や女性に選ばれる地方、一人一人が幸せを実感できる地方)の実現を新たな目標として施策を展開していくことが示されている。

具体的な取組については、地方創生基本構想2.0の目指す姿や政策の5本柱に基づき、人口減少を真正面から受け止めたうえで、東京圏から地方への若者や女性の流れを倍増させることを目指し、若者や女性にも選ばれる地方をつくることや性別にかかわらず、男女とも若い世代が自分の能力や可能性を発揮し、いきいきと働き続けられるための社会変革を国として推進していくことが掲げられている。

さらに、これまでの地方創生の取組に加え、世界をリードする成長分野のクラスター、地域発のクラスターを全国各地に形成し、地方から日本を成長軌道に押し上げるために「強い経済」に重点を置いた地域未来戦略を令和8年5月を目途に策定される。

2 丹波市における人口の動向

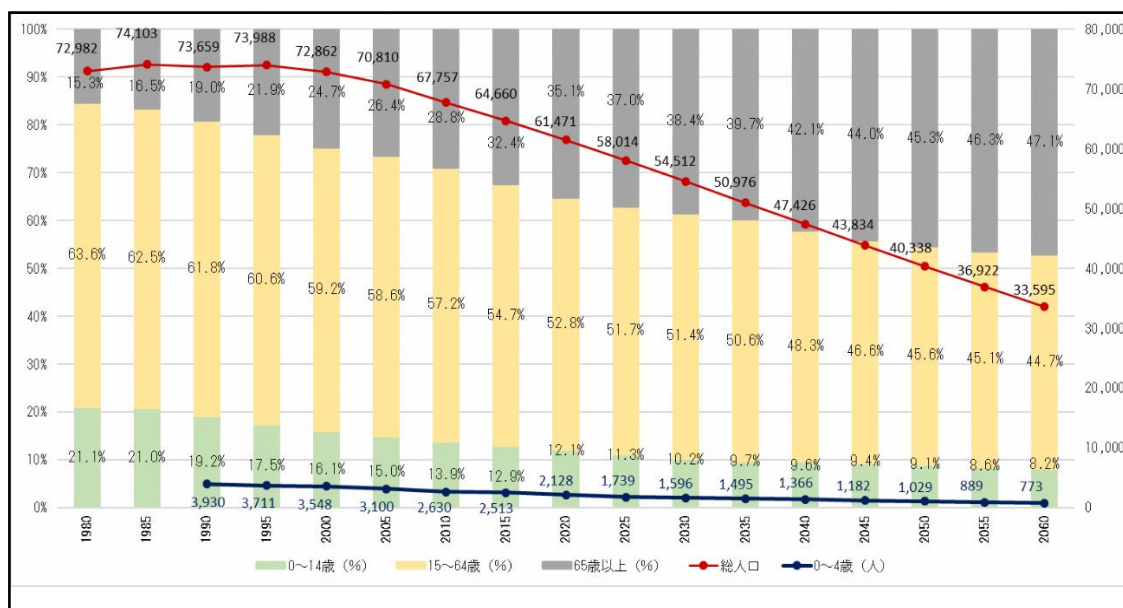
(1) 人口の減少について

第3期丹波市人口ビジョンによると、本市の人口は、効果的な対策が取れなかった場合、2060年には33,595人の見込みとなり、2020年時点の61,471人

と比較すると、約46%の減少となる。特に、0歳から14歳人口の年少人口や15歳から64歳の生産年齢人口は、50%以上減少し、担い手不足による社会経済活動の縮小に拍車がかかることが想定される。

第2期総合戦略では、子育て支援や多様な働き方の推進、移住支援の拡充などの関係部署が分野分断で取り組むプロジェクトを立ち上げ、施策を推進してきた。この結果、若年女性の人口減少率が改善したことに伴い、消滅可能性自治体から脱却するなど一定の成果が見られた。

また、本市では、65歳以上は2020年を、75歳以上は2035年をピークとして、減少に転じることになる。そのため、高齢者が減少に転じるこのタイミングが人口構成の若返りを図るチャンスとなるが、それまでの間は、医療・福祉・交通など人手がかかるサービスを利用する高齢者が増加する。これらのサービスに係る担い手が不足すれば、交通など日常生活に影響が広がることに加え、介護や保育サービスが不足すれば、さらに働きたい人が十分に働けない悪循環に陥りかねない。そのため、日常生活の維持に欠かせないサービスの労働生産性向上を図ることで、人口減少による影響を緩和させる。



【出典】第3期丹波市人口ビジョン ※上記は、外国人市民を含んだ人口の推計

(2) 歪な人口構成について

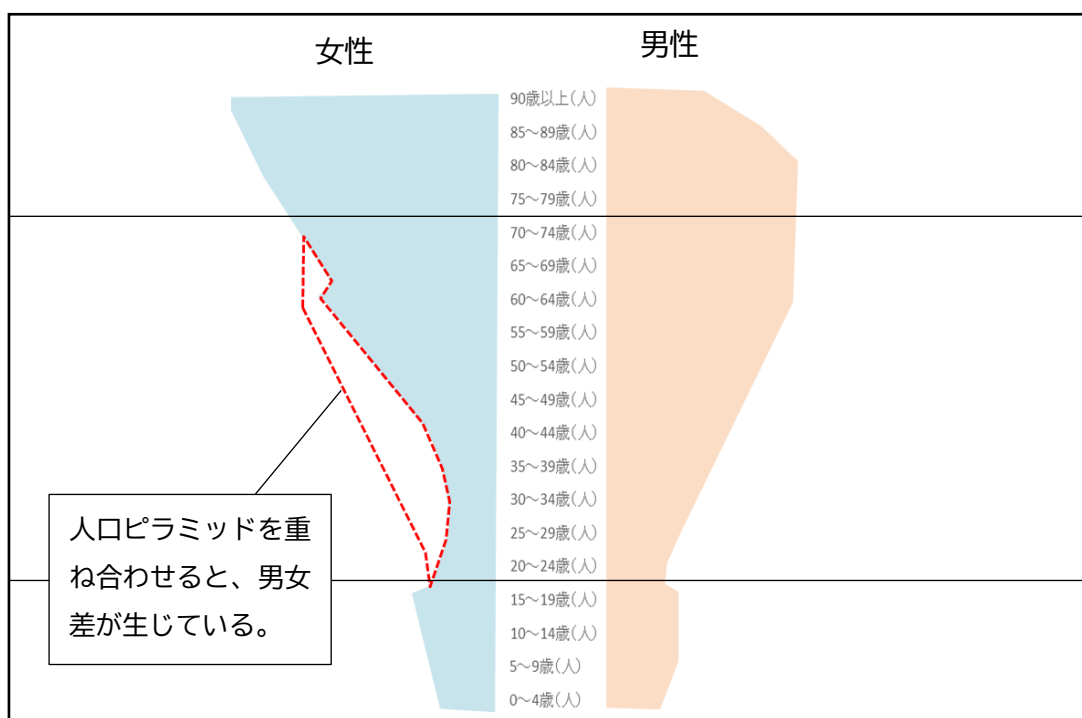
本市の人口構成は、看護専門学校以外に高等教育機関がないことから、進学・就職期に伴い、高等学校卒業後に大きな転出超過となる。大学等の高等教育機関卒業後の就職期に転入超過となるものの、15歳～24歳に係る転出入の合計では大きな転出超過となり、年齢別の人口構成では20～30代が他の年代と比較し、人口ボリュームが小さくなっている。

特に若い女性は深刻で、国の地方経済分析システムRESASに基づく回復率（進学等に伴う社会減に対する就職期による社会増の比率）は、1980年

代には40%程度を維持していたが、2000年代以降急速に減少し、2020年時点では2%と年々減少し続けていることに加え、男性の回復率40%と比較し、著しく低い。

この若者そのものの人口減少に加え、さらに若い女性の減少が加わることで、人口構成が歪であることが本市の課題である。持続可能な地域社会の形成に向けて、これを是正し、男女が共に支え合うバランスの取れた人口構成を実現しなければならない。

効果的な対策が取れなかった場合の2060年の人口ピラミッド



【人口ピラミッドから分かること】

- ・10代は、男女ともほぼ同じ人口で推移している。
- ・大学等の高等教育機関卒業後の就職期に係る若い女性の回復率の低下が人口構成に影響を及ぼしている。
- ・20~24歳から70~74歳の女性は男性と比較して、100~200人ずつ少ない。
- ・75-79歳を境に男女間の人口は逆転する。

第3章 2060年のまちの姿と基本的視点

1 2060年のまちの姿

本市の地方創生では、本市に関わる一人ひとりが互いに尊重され、社会のあらゆる場面において多様な個性や能力を発揮し、活躍できる施策の推進に取り組む。行政の伴走支援や多様なステークホルダーとの連携を図り、ウェルビーイング（身体的・精神的・社会的に良好な状態）の向上と「人が集まり・つながる、丹（まごころ）の里」を実現する。

ゴール1 人口の定常化とバランスが取れた人口構成が実現できている。

- ・第3期丹波市人口ビジョンに掲げる目標人口 38,000 人の維持ができている。
- ・都市部に先駆けて、こどもや若者が再増加し、人口構成の若返りと男女間のバランスが取れた人口構成が実現できている。

ゴール2 丹波市らしさが醸成され、活力ある丹波市が形成されている。

- ・丹波市が人が集まる場所として認知され、丹波市らしさや丹波市ならではの価値が醸成されている。
- ・若い女性が好むトレンドを取り入れた施策が実行され、若い女性がさらに若い女性を呼び込む好循環が生まれている。
- ・関係人口と市民との交流が活発になり、活力に満ちあふれた丹波市が実現できている。

ゴール3 丹波市に関わる一人ひとりが個性と能力を発揮できる風土や安心して生活できるまちが実現できている。

- ・魅力的な職場づくりや参画しやすい地域づくりなど、楽しく・自分らしく輝く若い女性が増えている。
- ・AI等の新技術と本市の地域資源が融合し、付加価値の高い産業・サービスが創出されている。
- ・DXが進み、一人ひとりの労働生産性の向上と担い手不足が解消している。

2 総合戦略推進に向けた基本的視点

総合戦略は丹波市らしさの醸成など本市における地方創生を推進し、人口減少による影響の緩和を図る戦略的な取組である。しかし、国全体の人口が減少していくなかで、本市の人口が劇的に改善されることは現実的でない。

そのため、人口減少下にあっても持続可能な地域社会を形成するために、「活躍人口の増加」と「関係人口の増加」を基本的視点とする。

活躍人口は、第1期・第2期総合戦略でも示したように、人口減少下におい

ても、本市への愛着を持って、本市で自分の力を発揮したいと思う人が増えることが活力に満ちあれた丹波市につながることから、第3期総合戦略においても、引き続き基本的視点として踏襲する。

また、多様な働き方や地方との交流の選択肢が増えるなかで、本市ではふるさと住民登録制度を活用し、市外にいながら本市に関心を持ち、応援しようとする人（関係人口）とのつながりを増やしてきた。第3期総合戦略では、この関係人口のさらなる量的拡大に加え、市民と関係人口との交流が活発になることで、持続可能な地域社会の形成につながることから、「関係人口の増加」を新たな基本的視点とする。

3 総合戦略推進に向けた手段・手法

(1) 異なる分野の新たな融合

丹波市らしさの醸成など本市における地方創生の推進にあたり、これまで組み合わせられなかった分野・人材の融合の視点を重視する。これまで分野ごとに企業や大学などのステークホルダーと連携しながら施策を展開してきたものの、大阪・関西万博やインバウンドを契機として、これまで以上に豊かな地域資源に注目が集まっている。

本市においても、多様な地域資源を有しており、旧丹波少年自然の家再整備のように「女性×スポーツ・アウトドア」といった異なる分野が新たに融合することで、丹波市らしさの醸成と若い女性がさらに若い女性を呼び込む好循環を生み出すことが期待できる。

(2) DXの推進

人口減少下にあって、本市における地域経済の発展や持続可能な地域社会を形成させるため、施策を講じる必要がある。

医療・福祉・交通など日常生活に係るサービスをこれまでの「数」で補うのではなく、デジタル技術の活用などDXを推進することで「効率」や「働きがい」といった労働生産性の向上によって補うことができる。

また、労働生産性の向上に加え、地域資源と融合することで、付加価値の高い産業やサービスの創出にもつながることから、こうした新技術を実証にとどめることなく、本市で広くサービスとして実装していく。

4 政策ターゲット

第3期総合戦略では、本市が目指す姿や3つのゴールを達成するため、第2期総合戦略で政策ターゲットとして掲げた「10～30代」・「女性」・「阪神間」をさらに具体化し、新たな政策ターゲットを設定する。

男女が共に支え合うバランスの取れた人口構成の実現に加え、SNSなどを通じた本市の魅力の発信が関係人口の量的拡大につながるなど、若い女性

ならではの波及効果が期待できる。また、若い女性が職場や地域など様々な場面で魅力的に感じる取組は、性別や年代にとっても共感を生みやすいことから、より重点を置くべき政策ターゲットとして設定する。

- | | |
|---------|--------------------------------------|
| ターゲット 1 | 進学・就職等で転出された 10～20 代前半の女性 |
| ターゲット 2 | 転職を検討している 20 代後半の女性 |
| ターゲット 3 | 自己実現の達成に向けて、起業・キャリアに関心のある 20～30 代の女性 |

第4章 第3期総合戦略の基本目標と施策体系

第3期総合戦略では、本市が目指すまち姿や3つのゴールを踏まえ、次の4つの基本目標を掲げ、それらの基本目標を達成するための施策について、次のとおり設定し、取組を推進する。

[4つの基本目標とその施策]

[基本目標1]

魅力的なしごと・多様な働き方・働きやすい職場をつくる

施策1-1 魅力的なしごとをつくる

施策1-2 多様な働き方・働きやすい職場をつくる

[基本目標2]

地域の魅力や人のつながりを活かして、移住・定住につなげる

施策2-1 丹波市に関わる人を増やす

施策2-2 丹波市に住みたい人を増やす

[基本目標3]

安心して暮らし続けられる生活環境をつくる

施策3-1 持続可能なまちづくりを進める

施策3-2 安全安心で快適便利なまちをつくる

[基本目標4]

丹波市らしさの価値を創造する

施策4-1 地域ブランディングを推進する

第5章 目標ごとの取組

1 基本目標 1

| | |
|------|---|
| 基本目標 | 魅力的なしごと・多様な働き方・働きやすい職場をつくる |
| 数値目標 | 新たな事に挑戦・成長するための機会があると感じている市民の割合 6.3% (2024年) →16.0% (2030年) |

[基本目標の背景と考察]

本市の人口は効果的な対策がとれなかった場合、2060年には33,595人まで減少し、特に社会経済活動の担い手となる生産年齢人口は50%以上減少する。

第2期総合戦略では、子育て世帯への支援を第1の目標として掲げ、子育て世帯への個別の支援や地域全体で子育てを応援するまちづくりを推進してきた。その結果、「市の子育て支援・環境に満足している子育て世帯の割合」は、年々上昇傾向にあり、子育て世帯の満足度は向上している一方で、出生数は年々減少を続けている。本市における合計特殊出生率や第2児・第3児の出生割合が県内で比較的高いことを勘案すると、多様な価値観は前提としつつ、若い女性の転入による社会増が、結果的に出生数の増加にも寄与することが期待できる。このため、第3期総合戦略では、暮らす場所を決めるきっかけとなる仕事や働き方を第1の目標として掲げ、若い女性のUターン増加をさらに促進する。

この推進にあたっては、自身の個性やスキルを活かして起業やキャリアに関心のある若い女性に向けた支援を重点的に拡充することに加え、Bizステーションによるサポートを行うなど、若い女性の自己実現を応援する手厚い支援体制を構築していく。

また、自分らしいライフスタイルを希望する若い女性に向けて、時間や場所、雇用体系など従来の働き方に縛られない新たな働き方を訴求する。加えて、これまで大部分を女性が担ってきた家事・育児の負担の軽減に向けた取組も併せて強化していく。

また、本市には、氷上回廊など独自の気候風土により生み出される豊かな農産物や森林、本市に根づく檜皮茸（ひわだぶき）などの伝統産業といった固有の資源がある。この資源を持続させるとともに、希少な価値を有する産業として発展させる。

* 基本目標：人口の現状と将来の展望を踏まえたうえで、一定のまとまりの政策分野ごとに定める目標のこと。

* 数値目標：基本目標の達成度合いを検証するために定める客観的な数値のこと。

(1) 基本的方向性

- ア 若い女性の自己実現に向けて、起業やキャリア形成に対して切れ目なく重点的に支援する。
- イ 若い女性が自分らしく暮らすことができる多様な働き方やアンコンシャス・バイアスのない環境を整備する。
- ウ 市内のDXを推進し、業務の効率化による生産性向上と担い手不足を解消する。
- エ 環境にやさしい農業でつくられた農産物や伝統産業などの本市の固有で希少な資源を持続的に守り・育てる。

(2) 施策 1-1

| 施策 | | 魅力的なしごとをつくる | |
|-----|--------------------------|-------------|-----------|
| KPI | 項目 | 現状値 (R6) | 目標値 (R12) |
| | 40歳未満の女性の起案件数 | — | 5件/年 |
| | やりたい仕事を見つけやすいと感じている市民の割合 | 5.5% | 15.0% |

| | |
|-----|--|
| 手段1 | 若い女性が起業やキャリア形成を身近で気軽に感じ、挑戦しやすい環境を整備する。 |
| | キーワード: ロールモデルの可視化、人材ネットワークの構築、気軽に始められる起業スタイルの推進、女性の起業に特化した投資 |
| 手段2 | 若い女性が働きたいと思う企業や地域特性を活かした産業分野の調査・誘致を行う。 |
| | キーワード: 若い女性にとって魅力的な企業、本社機能の地方分散 |
| 手段3 | 農業の効率化・省力化など、農業者のすそ野を広げる取組や環境にやさしい農業が生み出す農産物のブランド戦略を推進する。 |
| | キーワード: スマート農業、ブランド戦略、農の学校 |
| 手段4 | 本市が誇る伝統産業の担い手不足の解消と持続的な発展を推進する。 |
| | キーワード: 伝統産業の活用 |

(3) 施策 1-2

| 施策 | 多様な働き方・働きやすい職場をつくる | | |
|-----|------------------------------------|----------|-----------|
| KPI | 項目 | 現状値 (R6) | 目標値 (R12) |
| | ユースエール・くるみん認定・えるぼし認定の取得企業件数 | 9件 | 20件 |
| | 年齢や性別を問わず、働きやすい環境が整っていると感じている市民の割合 | 27.4% | 37.0% |

| | |
|------|--|
| 手段 1 | 若い女性が働きやすい職場環境の整備に向けて、多様な働き方の推進や変革を進める事業所に対する支援を拡充させる。 |
| | キーワード: 特定地域づくり事業協同組合、若い女性が働きやすい制度の導入、認証制度の活用と市の独自加算 |
| 手段 2 | 女性に偏っている家事・育児の負担軽減に向けた取組や安心して働ける環境を整備する。 |
| | キーワード: 男性の参画推進、気軽に利用できる病児保育・託児サービス、アフタースクールの昼食サービス |
| 手段 3 | DXの推進や都市部人材とのマッチング、リスキリングを通して、市内事業所の生産性向上や企業価値を増加させる。 |
| | キーワード: 都市部人材とのマッチング・副業、デジタル人材の育成、リスキリングの推進 |
| 手段 4 | キャリア教育を実施し、子ども・学生時代に市内企業を知ること、市内での就職について考える機会をつくるとともに、不足する地域産業の担い手を確保する。 |
| | キーワード: キャリア教育、奨学金返済支援、若い女性への住宅支援・資格取得支援 |

2 基本目標 2

| | |
|----------|--|
| 基本 目標 | 地域の魅力や人のつながりを活かして、移住・定住につなげる |
| 数値 目標 | 丹波市に住みたいと感じるふらさと住民の割合 現状値なし（2024年）→30.0%（2030年） |

〔基本目標の背景と考察〕

本市では人口減少の緩和を目指し、第1期・第2期総合戦略を通して、様々な取組を展開してきた。この結果、若い女性の人口減少率が改善したことに伴い、消滅可能性自治体から脱却するなど一定の成果が見られた。

その一方で、進学・就職期を契機とした15～24歳に係る転出入の合計は依然として、大きな転出超過であることに変わりはない。加えて、若い女性の回復率は2000年代以降急速に減少し、2020年時点では2%と年々減少し続けている。これは、男性の回復率40%と比較すると著しく低いことから、男女が共に支え合うバランスの取れた人口構成の実現に向けて、若い女性の回復率を改善させることが本市における喫緊の課題である。

もちろん短期間で転入者が増加し、回復率が劇的に改善することは現実的ではないため、第2期総合戦略から継続して、ふらさと住民登録制度を活用し、進学等で転出する10～20代前半の若い女性を中心として関係性をつないでいく。これに伴い、本市から一旦転出しても人生の節目において本市を想起したり、定期的に訪れる・関わることにつながるなど、市外にいながらでも接点や関係性を持ち続けることができる。さらに、ふらさと住民を含めた多様な外部活力と地域や事業所とのマッチングなどにより、本市に関わる時間を増やしていく。本市に関わる時間が増えれば増えるほど、将来にわたり長く深く関わる関係人口へと変化し、多様な人材が活躍し、活力に満ちあふれた丹波市に近づいていく。加えて、この関係を深めた関係人口が増加することが、転職期などの人生のターニングポイントにおいて、本市への移住を希望することにもつながる。

この外部活力との関係性を深めるために重要となるのが地域資源の活用と効果的な情報発信である。本市にしかない地域資源やコンテンツを充実させるとともに、効果的な情報発信を行うことにより、若い女性が本市を訪れるきっかけをつくる。このきっかけづくりにより、本市を訪れた若い女性がSNSを通じて情報を発信し、さらに若い女性を呼び込む好循環につながる。

そして、この好循環が都市の生活で抱える閉塞感や疎外感を打破する場として、本市が移住先の選択肢となり、移住相談窓口によるきめ細やかな移住相談に結び付けるとともに、移住に関する支援金を有効に活用するなど、若い女性の回復率を改善の改善を図り、バランスの取れた人口構成を実現していく。

(1) 基本的方向性

- ア 本市をフィールドにふるさと住民・企業・大学などの多様な外部活力が関わりやすい仕組みと関係性を深める取組を構築し、地域の課題解決とにぎわいを創出する。
- イ 市内に点在する地域資源を活用し、本市を知ってもらいきっかけづくりを行い、関係人口の拡大を図る。
- ウ 若い女性が「いいな」、「行ってみたい」と感じるなど、目に留まる媒体や手法を活用し、効果的な情報発信を行う。
- エ 若い女性に向けた移住相談や情報、コンテンツを充実させる。

(2) 施策 2-1

| 施策 | | 丹波市に関わる人を増やす | |
|-----|-------------------------|--------------|-----------|
| KPI | 項目 | 現状値 (R6) | 目標値 (R12) |
| | ふるさと住民の累計登録者数 | 1,798 人 | 2,800 人 |
| | マッチング制度を活用したふるさと住民の累計者数 | — | 300 人 |

| | |
|------|---|
| 手段 1 | ふるさと住民登録制度を活用し、関係人口の量的拡大を図るとともに、本市に訪れる機会を増やす取組や関係性を深める取組を充実させる。 |
| | キーワード: 地域や事業所とのマッチング制度の構築、二地域居住の推進 |
| 手段 2 | 地域おこし協力隊の活用拡大に向けた制度の構築や大学・企業などの民間活力が本市で関わりやすい仕組みをつくる。 |
| | キーワード: 地域おこし協力隊の活用拡大、大学や企業など外部活力が訪れやすい仕組みや拠点づくり |
| 手段 3 | 本市でしか出会えない地域資源・コンテンツを活かして、誘客や市内周遊を促すなど、丹波市ファンの拡大を図る。 |
| | キーワード: 公共施設など地域資源の有効活用、女子スポーツ |
| 手段 4 | 若い女性目線で本市の魅力が伝わる戦略的で効果的な情報発信を行う。 |
| | キーワード: 専門性の高い外部人材の登用、若い女性に親和性の高い SNS やフレーズ・デザインの活用、丹波市で住む |

| | |
|--|--------------|
| | ことを実感できる情報発信 |
|--|--------------|

(3) 施策 2-2

| 施策 | 丹波市に住みたい人を増やす | | |
|-----|------------------|----------|-----------|
| KPI | 項目 | 現状値 (R6) | 目標値 (R12) |
| | 移住相談窓口を通して移住した人数 | 152 人 | 180 人 |
| | 幸せと感じている市民の割合 | 74.5% | 80.0% |

| | |
|------|---|
| 手段 1 | 住まい・仕事・コミュニティ・交流など移住に必要な情報がワンストップで相談可能な窓口やお試し移住を通してマッチングを行うなど、移住支援の充実を図る。 |
| | キーワード: 移住相談窓口、就業マッチングサイト、移住支援金 |
| 手段 2 | 交通の結節点である駅などのランドマークを中心として、定住人口の拡大や賑わいの拡大・創出を図る。 |
| | キーワード: 新たな住まいの形成、立地適正化計画 |
| 手段 3 | 移住後も若い女性が孤立することなく、楽しく暮らすことができる取組を実施する。 |
| | キーワード: 同世代が集まる機会の創出、気軽で参加しやすい婚活支援、若い女性が集う施設 |

3 基本目標 3

| | |
|--|--|
| 基本 目標 | 安心して暮らし続けられる生活環境をつくる |
| 数値 目標 | 丹波市での生活に満足していると感じている市民の割合 63.9%（2024年）→74.0%（2030年） |
| <p>〔基本目標の背景と考察〕</p> <p>急激に進行する人口減少が、公民館や身近な道路など生活基盤を維持する労力の増加、空き家・耕作放棄地など不在者所有の不動産の増加、伝統的な生活文化や祭事の衰退、里山景観の荒廃、商店の閉鎖など、暮らしのなかの様々な範囲に影響を及ぼしている。担い手不足が加速化するなかで、地域への負担は増加する一方であり、これからも住み慣れた地域で住み続けるためには、これまでの構造を見直すなど、新たな住民自治について検討が必要である。</p> <p>第2期総合戦略では除草課題など、それぞれの地域が抱える課題について住民が話し合うとともに、単一自治会ではなく、さらに議論を発展させ、旧町単位の広域で課題解決に取り組む実証実験を行うなど、持続可能な地域の在り方について検討を深めた。</p> <p>第3期総合戦略では、この取組をさらに市内で拡大させるとともに、<u>若者や若い女性が参画しやすく暮らしやすい丹波市の実現を目指して、アンコンシャス・バイアスのない地域づくりを進める。</u>それでもなお不足する担い手をふるさと住民や地域おこし協力隊、大学などの外部活力により、補完していく。また、<u>将来の地域を担うこどもたちが地域の魅力や課題を通して、本市への愛着を育むとともに、夢や希望を応援できる体制を構築することで、一旦転出したとしても将来本市に戻りたいと思える取組を展開していく。</u></p> <p>地域の在り方を検討するなかで、誰もが安心して暮らし続けられる生活環境を維持していかなければならない。特に高齢者は2020年を境に減少に転じるものの、交通や医療、福祉など人手がかかるサービスを利用する高齢者は急激に減少するわけではない。<u>高齢者が元気に生きがいをもって自分らしく生活できることが、現役世代の負担軽減になり、双方にとって安心した暮らしにつながる。</u>このため、公共交通を活用した外出支援など高齢者のフレイル予防に関する支援を充実させるとともに、DXを推進し、人手がかかるサービスの担い手不足の解消や誰もが快適便利なまちづくりを実現する。</p> | |

(1) 基本的方向

- ア 多様性を認めあい、性別や年齢に関係なく、市民一人ひとりが主体となった地域づくりを推進する。
- イ それぞれの地域が抱える課題の解決に向けて、新たな住民自治の仕組みを構築する。
- ウ 多様な学びの提供やこどもたちの夢や希望を後押しする支援を充実させるとともに、地域の魅力や課題を通して、本市への愛着を育む取組を推進する。
- エ DXを推進するなど、人手のかかるサービスの担い手不足の解消を図るとともに、誰もが安全安心、快適・便利で暮らしやすい地域を形成する。

(2) 施策 3-1

| 施策 | | 持続可能なまちづくりを進める | |
|-----|-----------------------------|----------------|-----------|
| KPI | 項目 | 現状値 (R6) | 目標値 (R12) |
| | 女性が活躍しやすいと雰囲気があると感じている市民の割合 | 19.9% | 30.0% |
| | こどもたちがいきいきと暮らせると感じている市民の割合 | 38.5% | 48.0% |

| | |
|------|--|
| 手段 1 | 若い女性などの多様な人材が地域で活躍しやすいアンコンシャス・バイアスのない地域づくりを推進する。 |
| | キーワード: 女性活躍推進事業、アンコンシャス・バイアスのない地域づくり、多文化共生 |
| 手段 2 | 地域個別の課題解決に向けたスキームの構築と担い手不足の解消を図る。 |
| | キーワード: 地域づくり交付金、活躍市民によるまちづくり応援事業補助金 |
| 手段 3 | 市民・事業所・行政など、多様な主体が相互につながるプラットフォームを導入する。 |
| | キーワード: 相互につながるプラットフォームの導入 |
| 手段 4 | こどもたちの夢や活躍に向けた支援を行うとともに、経済的や学ぶ場所によって生じる格差の是正を図る。 |
| | キーワード: こどもの夢を応援する支援、習い事の格差是正、市外への通学するこどもたちへの支援 |
| 手段 5 | 地域の魅力や課題を一緒に見つめ、解決策を導き出す教育 |

| | |
|--|--|
| | 活動を協働するとともに、本市で過ごすこども時代を通じて本市への愛着と誇りを持つ取組を進める。 |
| | キーワード: 地域学校協働活動、こどもの意見が反映された学習・生活環境、電子図書館 |

(3) 施策 3-2

| 施策 | | 安全安心で快適便利なまちをつくる | |
|-----|--------------------------------------|------------------|-----------|
| | 項目 | 現状値 (R6) | 目標値 (R12) |
| KPI | 仕事や日常生活の場でデジタルサービスが利用しやすいと感じている市民の割合 | 15.2% | 25.0% |
| | 丹波市が自分にとって居心地よいと感じている市民の割合 | 57.6% | 67.0% |

| | |
|------|--|
| 手段 1 | 高齢者が生きがいをもって自分らしく暮らすことができる支援体制を構築する。 |
| | キーワード: 社会参画を促すフレイル予防に関する支援 |
| 手段 2 | D Xを推進するなど、医療・福祉・交通など日常生活に欠かせないサービスの労働生産性の向上を図る。 |
| | キーワード: 日常生活に欠かせないサービスのD Xの推進 |
| 手段 3 | 公共施設など既存ストックを利活用し、民間資本を活かしたりリノベーションを行うなど、地域拠点やにぎわいを創出する。 |
| | キーワード: 民間提案の活用 |
| 手段 4 | 被災された市民等が尊厳ある生活を送るための環境整備やD Xを推進する。 |
| | キーワード: 避難所設備の充実 |

4 基本目標 4

| | |
|--|--|
| 基本 目標 | 丹波市らしさの価値を創造する |
| 数値 目標 | 市内総生産（名目） 2,534 億円（2021 年）→2,744 億円（2030 年） |
| <p>[基本目標の背景と考察]</p> <p>10 年間にわたる地方創生において、全国でも人口減少を食い止めるため、様々な取組が進められた。都市と地方など基礎自治体間の人口の奪い合いが生じるなかにあつて、本市では消滅可能性自治体から脱却するなど一定の成果が見られた。</p> <p>しかしながら、今後も人口減少が進むなかで、地域としての競争力を高め、若い女性に選ばれるまちづくりを進めていく必要がある。一方で、SNS を中心として、様々な情報があふれるなか、丹波市らしさの価値の創出や魅力の発信がより一層重要性を増している。持続可能な丹波市を実現するため、この機会に氷上回廊などの自然環境や農産物、伝統産業に代表される豊かな地域資源や地域資源を活かした体験に加え、温かみのある人・コミュニティなど丹波市らしさの価値や本市のアイデンティティを整理・明確にし、本市が人が集う場所として認知されるよう地域ブランディングを推進していく。</p> <p>この地域ブランディングは特に産業政策との親和性が高く、本市の地域資源とこれまで連携していなかった分野と融合を図り、若い女性がさらに若い女性を呼び込む好循環を生み出すなど、地域のブランドの価値が高まることで、観光客の増加や企業の立地、地場産業の活性化に伴う雇用の創出など、人や資金が流入しやすくなり、地域経済の底上げにつながる。この好循環が市民の暮らしにも良い影響をあたえ、本市に対する誇りや愛着を持つきっかけにもつながる。</p> <p>地域ブランディングは、短期的な取組では完結しない。本市の価値を長期的に高める取組として、市民や市内外の多様なステークホルダーを巻き込みながら、産業政策を中核とし、丹波市らしさをブランドに昇華させ、あらゆる取組の後押しとなる推進剤・起爆剤として位置付けていく。</p> | |

(1) 基本的方向

- ア 市民や市内外の人材やパートナーなど、様々なステークホルダーと役割を明確にしつつ、連携を行うなど、効果的な取組を検討する。
- イ 地域資源や本市で得られる体験、人の温かみなど、丹波市らしさの特徴や価値を整理・明確化する。
- ウ 丹波市らしさや丹波市のブランド価値の向上に向けて、地域資源の更なる有効活用を図る。
- エ 若い女性が「いいな」、「行ってみたい」に感じるなど、目に留まる媒体や手法を活用し、効果的な情報発信を行う。【再掲】

(2) 施策 4-1

| 施策 | | 地域ブランディングを推進する | |
|-----|------------------|----------------|-----------|
| KPI | 項目 | 現状値 (R6) | 目標値 (R12) |
| | 企業版ふるさと納税の累計寄付件数 | 20 件 | 50 件 |
| | 観光入込客数 | 197 万人 | 241 万人 |

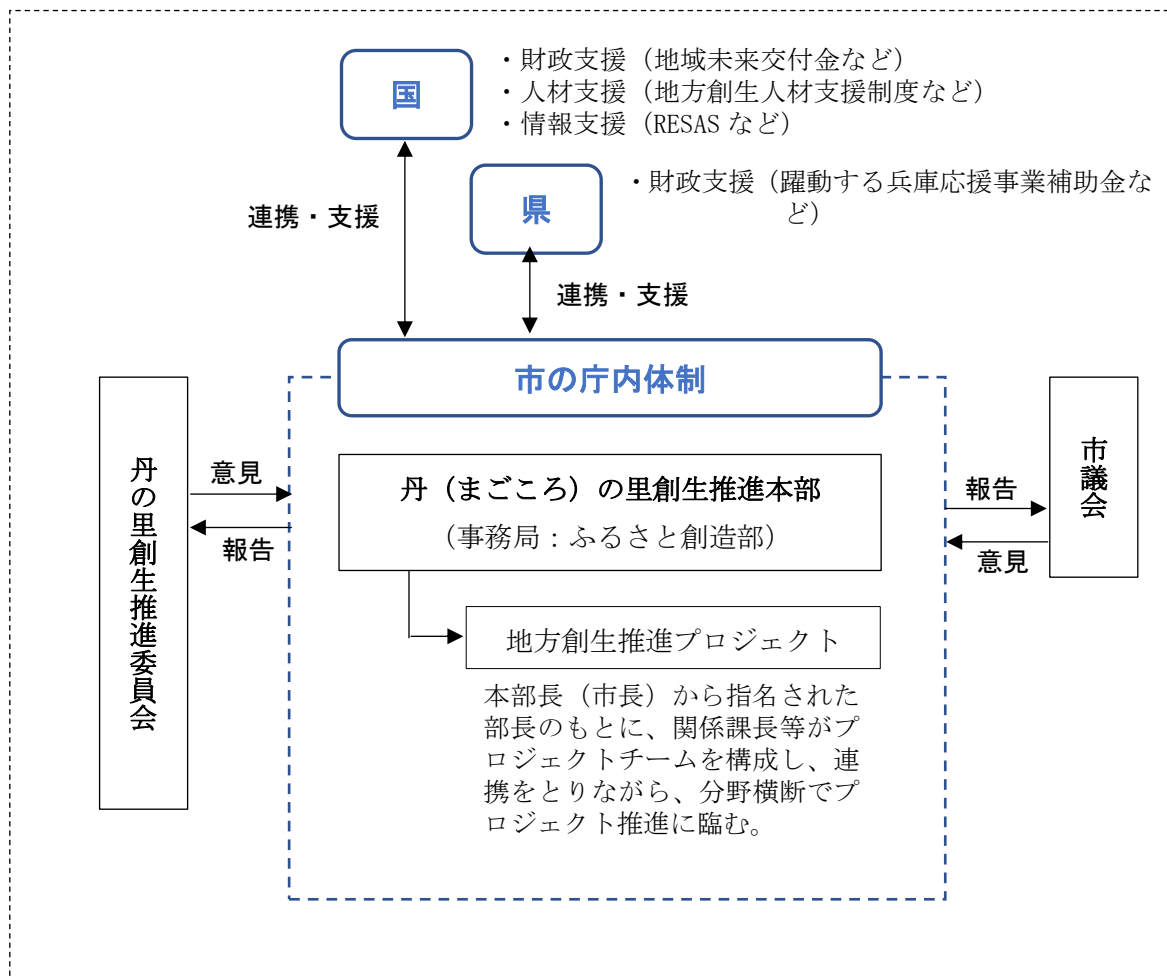
| | |
|------|--|
| 手段 1 | 丹波市らしさの価値に賛同するステークホルダーと協働し、効果的な取組を検討する。 |
| | キーワード: 長期的に丹波市の価値を高める取組の検討、ふるさと納税・企業版ふるさと納税 |
| 手段 2 | 丹波市らしさの価値や強みを明確にし、一貫したメッセージを言語化・発信する。 |
| | キーワード: 丹波市らしさの具現化 |
| 手段 3 | 本市が誇る地域資源と様々な分野を融合させるなど、丹波市らしさが体験できるコンテンツを構築する。 |
| | キーワード: 地域資源と異なる分野の融合 |
| 手段 4 | 若い女性目線で本市の魅力が伝わる戦略的で効果的な情報発信を実施する。【再掲】 |
| | キーワード: 専門性の高い外部人材の登用、若い女性に親和性の高い SNS の活用やフレーズ・デザインの活用、丹波市で住むことを実感できる情報発信 |

第6章 推進に向けて

1 推進に向けて

本市における人口減少の緩和と持続的な地域社会の形成に向けて、その時代に適した施策を展開する必要があることから、第3期総合戦略を進めていくにあたり、丹（まごころ）の里創生推進本部や創生推進委員会、市議会等から意見をいただきながら、各施策の効果などを鑑み、適宜見直しを行うこととする。

図 推進体制



[指標一覧]

| 目標 | 項目 | 現状値 | | 目標値 |
|--------------------------------------|---------------------------------|------------------|---------------|------------------|
| 基本目標 1 | 新たな事に挑戦・成長するための機会があると感じている市民の割合 | 6.3% (2024年) | | 16.0% (2030年) |
| 基本目標 2 | 丹波市に住みたいと感じるふるさと住民の割合 | — (2024年) | | 30.0% (2030年) |
| 基本目標 3 | 丹波市での生活に満足していると感じている市民の割合 | 63.9% (2024年) | | 74.0% (2030年) |
| 基本目標 4 | 市内総生産 (名目) | 2,534 億円 (2021年) | | 2,744 億円 (2030年) |
| KPI | | 現状値 (R 6) | 目標値 (R 12) | 出典 |
| ○ 施策 1 - 1 | | | | |
| 20~30 代の女性の起業件数 | | — | 10 件/年 | 市商工振興課資料 |
| やりたい仕事を見つけやすいと感じている市民の割合 | | 5.5% | 15.0% | 市しあわせ実感調査 |
| ○ 施策 1 - 2 | | | | |
| ユースエール・くるみん認定・えるぼし認定の取得企業件数 | | 9 件 | 20 件 | 市商工振興課資料 |
| 年齢や性別を問わず、働きやすい環境が整っていると感じている市民の割合 | | 27.4% | 37.0% | 市しあわせ実感調査 |
| ○ 施策 2 - 1 | | | | |
| ふるさと住民の累計登録者数 | | 1,798 人 | 2,800 人 | 市総合政策課資料 |
| マッチング制度を活用したふるさと住民の累計者数 | | — | 300 人 | 市総合政策課資料 |
| ○ 施策 2 - 2 | | | | |
| 移住相談窓口を通して移住した人数 | | 152 人 | 180 人 | 市ふるさと定住促進課資料 |
| 幸せと感じている市民の割合 | | 74.5% | 80.0% | 市しあわせ実感調査 |
| ○ 施策 3 - 1 | | | | |
| 女性が活躍しやすいと雰囲気があると感じている市民の割合 | | 19.9% | 30.0% | 市しあわせ実感調査 |
| 子どもたちがいきいきと暮らせると感じている市民の割合 | | 38.5% | 48.0% | 市しあわせ実感調査 |
| ○ 施策 3 - 2 | | | | |
| 仕事や日常生活の場でデジタルサービスが利用しやすいと感じている市民の割合 | | 15.2% | 25.0% | 市しあわせ実感調査 |

| | | | |
|----------------------------|--------|--------|-----------|
| 丹波市が自分にとって居心地よいと感じている市民の割合 | 57.6% | 67.0% | 市しあわせ実感調査 |
| ○ 施策4 - 1 | | | |
| 企業版ふるさと納税の累計寄付件数 | 20 件 | 50 件 | 市総合政策課資料 |
| 観光入込客数 | 197 万人 | 241 万人 | 市観光課資料 |

[丹波市丹(まごころ)の里創生総合戦略推進委員会]

(任期：令和7年6月23日～令和9年3月31日)

| 分野 | 氏名 | 所属・役職 | 備考 |
|--------------|-------------|---------------------------|----|
| 市民を 代表する者 | 八尾 由江 | 一般社団法人 am*am | |
| | 前田 進 | 丹波市自治会長会監事 | |
| | 中川 フェテレウォルク | 一般社団法人 Be | |
| | 森田 久瑠美 | 公募委員 | |
| | 藤本 理恵 | 公募委員 | |
| 産業界 | 大木 玲子 | 丹波市商工会参事 | |
| 行政機関 | 田路 正崇 | 丹波県民局県民躍動室室 長補佐兼地域共創課長 | |
| 教育機関 | 杉岡 秀紀 | 福知山公立大学准教授 | |
| | 藤井 叙人 | 福知山公立大学講師 | |
| 金融機関 | 土田 咲穂 | 中兵庫信用金庫 本店営業部 | |
| 労働団体 | 石原 和浩 | 連合兵庫北部地域協議会 事務局長 | |
| メディア | 古西 純 | 株式会社丹波新聞社 | |

第3期丹波市丹（まごころ）の里創生総合戦略
策定 令和 年 月 日
丹波市ふるさと創造部総合政策課