

豊能町
まち・ひと・しごと創生
総合戦略アクションプラン

平成 28 年 3 月

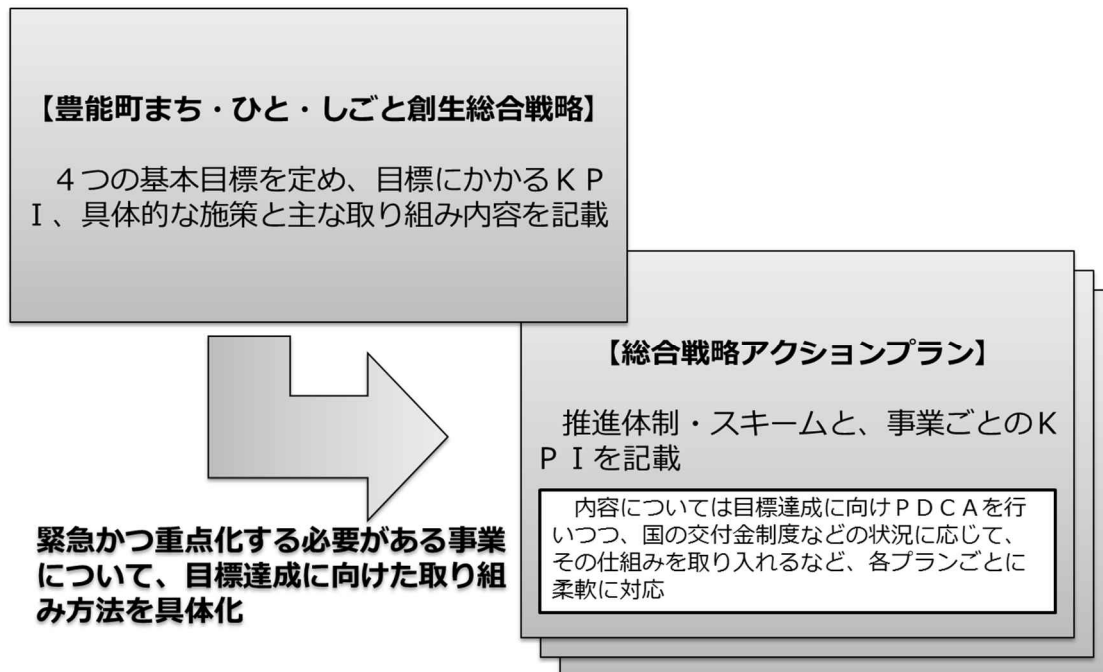
豊 能 町

目 次

序 アクションプランの概要	1
1) 策定の目的	1
2) アクションプランの考え方.....	1
(1) 事業選択の考え方	1
(2) 設計の考え方	2
3) 各アクションプランの方向性.....	3
1. 地域ぐるみの定住促進	5
1) 地域の課題と解決の方向性.....	5
2) 事業推進体制と概要	6
3) 事業のスキームと目標	6
4) 推進のポイント	7
(1) アンケート調査結果から.....	7
(2) 分科会委員の意見から	12
2. 農×観光戦略の推進	13
1) 地域の課題と解決の方向性.....	13
2) 事業推進体制と概要	14
3) 事業のスキームと目標	14
4) 推進のポイント	15
(1) アンケート調査結果から.....	15
(2) 分科会委員の意見から	17
3. つなぐ・つながる「場」をつくる	19
1) 教育・子育てをはじめとする「場」づくりを実現するために.....	19
2) 事業推進体制と概要	20
3) 事業のスキームと目標	21
4) 推進のポイント	22
(1) アンケート調査結果から.....	22
(2) 分科会委員の意見から	26
4. 地域による総合戦略の推進	28
1) 地域の課題と解決の方向性.....	28
2) 事業推進体制と概要	29
3) 事業のスキームと目標	29
5. 参考資料	30
1) 用語解説	30

序 アクションプランの概要

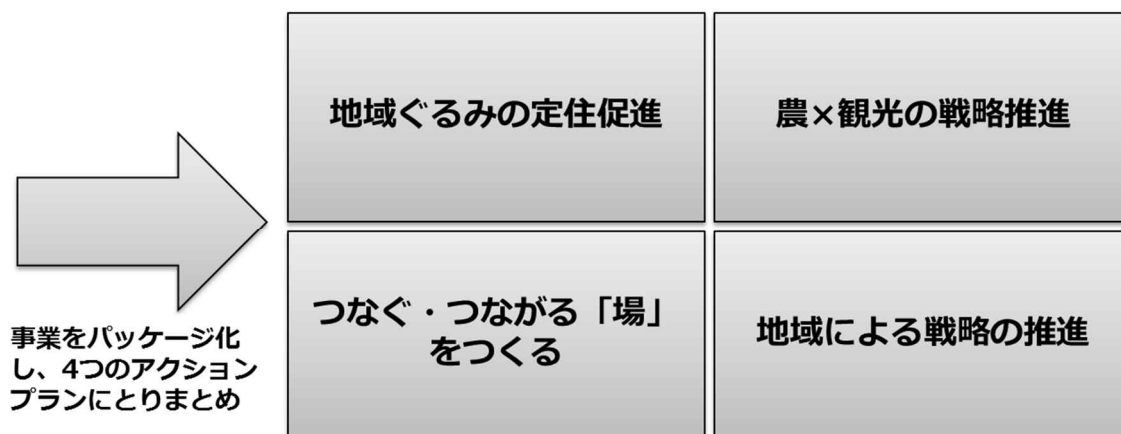
1) 策定の目的



2) アクションプランの考え方

(1) 事業選択の考え方

- 総合戦略の記載事業のうち、緊急かつ重点化する必要がある事業についてアクションプランを策定。
- これまでの分科会を通じ、課題とその解決の方向性として合意を得られた、「住宅流通組織づくり」「観光にかかるテーブルづくりと6次産業化」「教育子育てにかかるコミュニケーションの場づくり」に加え、審議会や分科会で指摘のあった、「戦略の推進にかかる住民参画のしくみづくり」を重点的な戦略として選択。



(2) 設計の考え方

- 単独・単年の事業で終わる、といったことで効果が限定されたり、自立化の展望なく補助金などの財源終了とともに事業が終了するといったことがないよう、複数の事業を包括的に、関係者の自主性を尊重しながら連携して事業を行い、将来的に事業自体の自立化やしごとづくりにつながる設計とする。また国の交付金獲得もしやすいよう、その仕組みを参考とする。
- 連携による事業の推進、明確な役割分担及び客観的な数値指標による事業構築を基本とする。

【アクションプラン記載項目】

課題の整理と解決の方向性	総合戦略事業を進めていく上での課題と、アクションプランによる解決の方向性を記載
推進体制と概要	連携による事業の推進体制と、課題解決にむけた事業の概要を記載
事業のスキームと各主体の役割	個別の実施事業と工程、各主体の役割を記載
目標	アクションプランにおける平成31年度の目標（将来像）を記載
重要業績評価指標（KPI）	アクションプランの進捗状況・成果等を評価するための指標として、総合戦略で設定したKPIやアクションプラン独自のKPIを記載 アクションプラン独自の指標については、アクションプランを推進していくなかで、必要に応じて新たに設定

3) 各アクションプランの方向性

【1】地域ぐるみの定住促進

【総合戦略事業の実施にかかる課題】

- ・若年層が選びやすい環境を、需要の掘り起こしと供給体制の双方から整える必要があるが、地域関係者の個々の事業では限界がある
- ・住宅の多様化やシティープロモーションの実施による効果を得るためには、市場の把握に基づいた戦略的な取り組みが必要

【課題解決の方向性】

- ・定住促進にかかる一体的な推進組織の構築による目標の共有や事業連携
- ・移住や住宅流通にかかる総合的な「住まいの窓口」の設置
- ・住宅の多様化やシティープロモーションにかかる市場の把握に基づいた戦略的なプランの策定・実施

【2】農×観光戦略の推進

【総合戦略の実施にかかる課題】

- ・販路確保と農業法人の設立による農業の持続、地域の好機をとらえた観光事業の推進が急務
- ・農業分野、観光分野単体では各資源の規模から戦略の効果が見込むことができない
- ・収益性があり、持続的な事業とするためには市場の把握に基づいたものとしたり、チャレンジを続けながら人材を育成する必要がある

【課題解決の方向性】

- ・農業と観光の事業を一体的かつ戦略的におこなう推進組織の構築による目的の共有や事業連携
- ・市場調査等に基づく農×観光戦略の策定及び実施
- ・特産品開発やブランド化、安定的な供給体制と販路の整備
- ・チャレンジショップの開設、モニターツアーの実施等による事業の推進

【3】つなぐ・つなげる場をつくる（教育・子育てとコミュニティ）

【総合戦略事業の実施にかかる課題】

- ・教育、子育て、地域コミュニティの持続、高齢者等にかかる地域包括ケアなど、多岐にわたる分野で「場」づくりが課題
- ・全体的には“緩やかなつながり”の場が求められているが、子育て世代はネットワークづくりなど明確な目的がある等、それぞれの分野で求められる「場」のあり方は様々で、単なる拠点づくりでは解決ができない。一方で地域の資源は限られている
- ・「場」のあり方、拠点の必要性、持続的な運営方法について整理するとともに、担い手の発見・育成が必要



【課題解決の方向性】

- ・「つどいの場」づくりにかかる地域関係者の課題・解決方法の調査研究と共有
- ・「場」に求められる機能、規模、又はつどいの“しかけ”等を整理
- ・意欲ある地域住民を運営の「場」につなげ、試験的な拠点運営による担い手の育成・発見を行う

【4】地域による総合戦略の推進

【総合戦略事業の実施にかかる課題】

- ・戦略の推進にあたっては、地域が主役となって取り組みを進める必要がある
- ・人口減少及び少子高齢化、自治会加入率の低下により、コミュニティ維持確保の取り組みが必要
- ・地域においては既に様々な取り組みがなされているが、地域の意見醸成を図るノウハウや取り組みの継続性、後継者育成、予算の制約等の課題がある



【課題解決の方向性】

- ・地域（自治会等）自らが地域課題の整理・見える化や、解決に向けたプラン、客観的指標を定めた“地域ビジョン”を策定
- ・地域特性や自主性を尊重しつつ、総合戦略の課題解決やK P I 向上に資するものを対象とする
- ・専門家招へいやワークショップを通じ、プラン策定や人材育成を行う
- ・ビジョンに基づく事業を実施し、P D C Aを行っていくとともに各地域における取組の情報共有や連携を行う

1. 地域ぐるみの定住促進

総合戦略における基本目標	【基本目標1】若年層が選びやすい環境をつくる
重点化する事業	(1) 住宅の多様化と流通の促進 ・空き家流通促進活動拠点整備 ・空き家バンク制度の拡充 ・住宅の多様化促進に向けた体制整備 ・住宅流通に係る総合的なネットワークの構築 (2) 効果的なシティプロモーションの実施 ・地域イメージのブランド化 ・プロモーション推進体制の構築
連携事業	・公共交通の利便性向上(基本目標1(3)) ・新しい地域のしごとづくりへの支援(基本目標3(3)) ・地域包括ケアと連携したまちづくりの推進、コミュニティ力の維持・強化の支援、社会資本・都市機能等のマネジメント(基本目標4(1)~(3))

1) 地域の課題と解決の方向性

【地域の課題】

- 地域が一丸となって定住化を促進するための、地域住民、民間事業者、行政の連携が不十分
- 地域が連携していくための、マーケティングに基づいた顧客志向の戦略がない
- 戦略がないことで、定住促進に向けた一体的かつ効果的なPRや住宅の多様化にかかる民間の誘導等が困難
- 移住や住宅流通の促進に関するワンストップの窓口がなく、定住や不動産活用の意向を円滑に地域に関係者につなげることができていない
- 良質な住宅ストックが適切なタイミングで地域で循環し、空き家を未然に防ぐ仕組みがない

⇒各主体のみの動きでは十分な効果があらわれず、若年層が選びやすい環境づくりに資する住宅流通の活性化や住宅の偏りの改善は困難

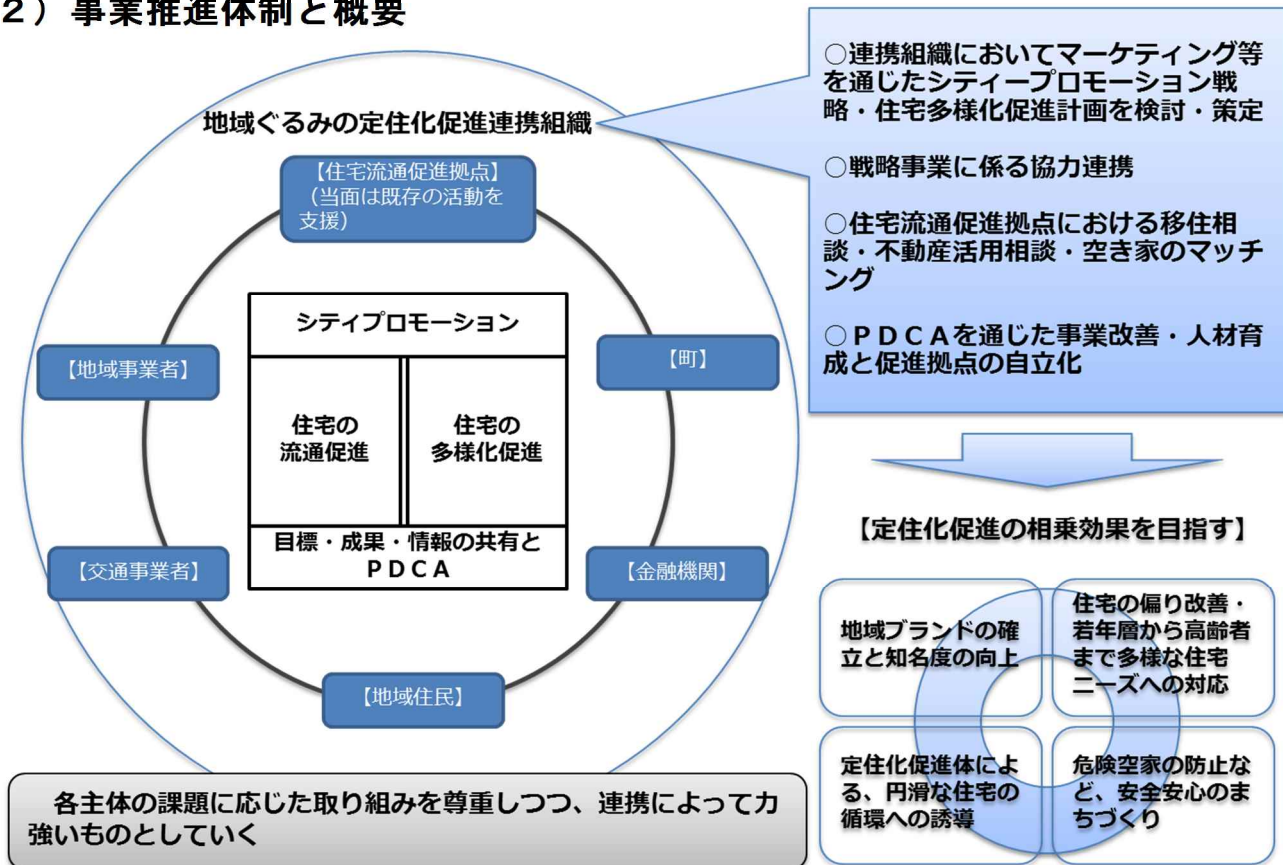
【地域の動き】

- 地域住民による定住化促進にかかる活動
- 町における住宅取得助成や金融機関による連携商品の提供
- 高齢者向け住宅や学生向け住宅などのニーズの変化
- 都市機能のニーズの変化による低・未利用地活用の機運

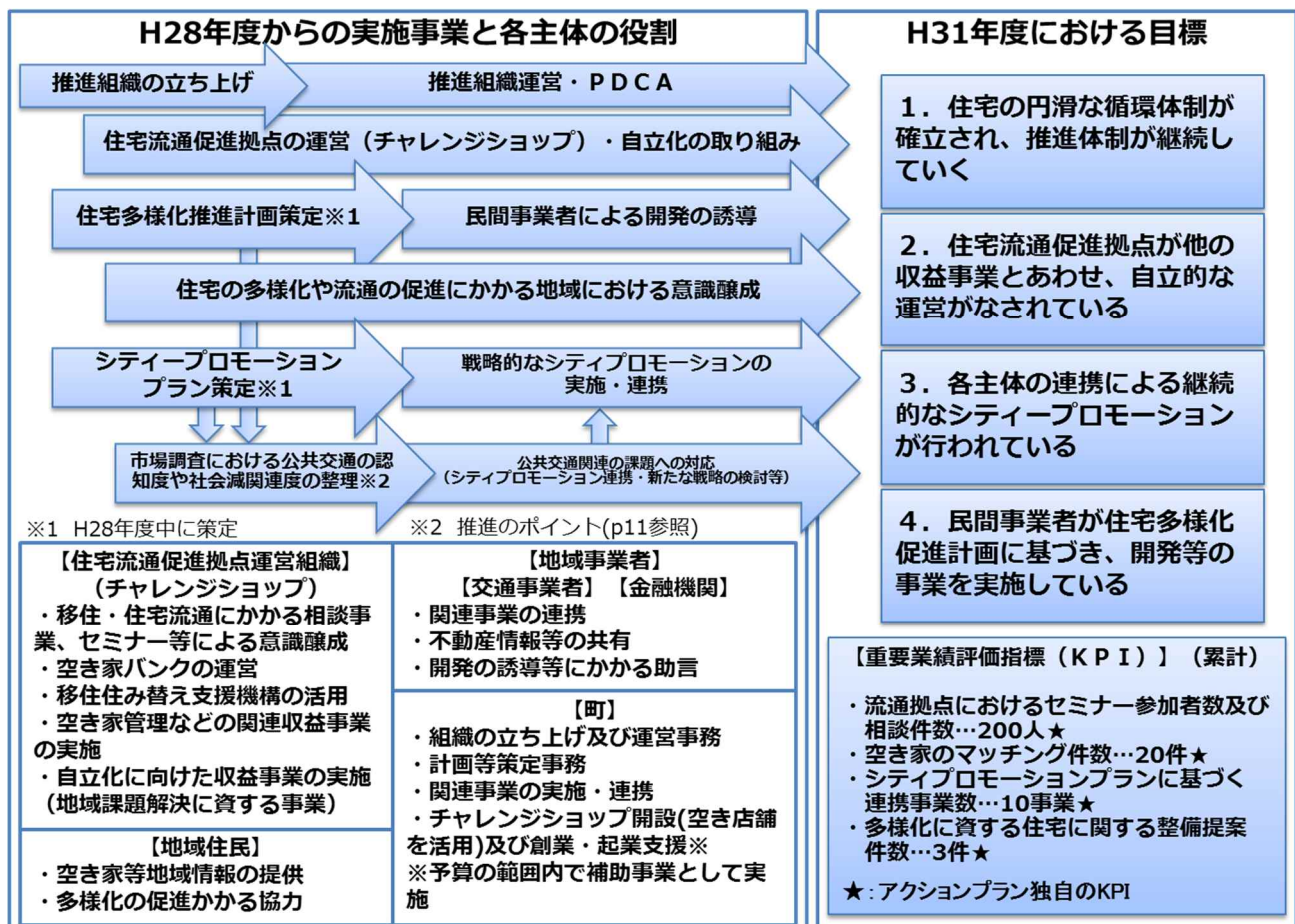
【住宅の多様化と流通促進・効果的なシティプロモーションにより「若年層が選びやすい環境を整える」ためには・・・】

- ☑ 市場の把握に基づいた戦略的な事業を地域ぐるみで行っていく必要がある
- ☑ 地域の関係者が連携し、ビジョンや成果を共有できる仕組みづくりが必要
- ☑ 利用者から見てワンストップ化が図られ、ニーズを地域の関係者につなげる「住まいの窓口」の設置が必要

2) 事業推進体制と概要



3) 事業のスキームと目標



4) 推進のポイント

(1) アンケート調査結果から

○住宅ストックを流通につなげていくための意識醸成が必要

- 持ち家に住む人を対象に、将来の持ち家をどうするかについてきいたところ、「特に考えていない・わからない」が 36.5%で最も多く、「子どもや親族に売却、賃貸、譲渡したい」(31.6%)、「第三者に売却したい」(12.1%)がつづく。
- 70 歳以上になると、「子どもや親族に売却、賃貸、譲渡したい」とする人が増加するものの、「特に考えていない・わからない」とする人も3割程度を占めており、住宅ストックが適切なタイミングで流通・循環するよう、所有者に対する意識醸成・情報提供などが必要となる。

【持ち家の対処方法（全体・年齢別）】

持ち家対処方法×年齢	子どもや親族に売却、賃貸、譲渡したい	第三者に賃貸住宅として貸し出したい	第三者に売却したい	自身が定期的に利用したい	特に考えていない・わからない	その他	不明・無回答	合計
全体	31.6	1.2	12.1	2.9	36.5	1.7	13.9	832
18・19歳・20歳代	7.7	0.0	7.7	7.7	53.8	0.0	23.1	13
30歳代	12.5	0.0	25.0	0.0	53.1	0.0	9.4	32
40歳代	17.1	0.0	11.4	4.3	55.7	2.9	8.6	70
50歳代	25.5	2.0	12.7	4.9	39.2	1.0	14.7	102
60歳代	34.1	1.9	12.0	3.7	34.8	1.1	12.4	267
70歳代	36.3	0.8	10.4	1.3	31.7	1.7	17.9	240
80歳以上	40.2	1.0	10.8	1.0	30.4	3.9	12.7	102

○住宅ストックを流通につなげていくための多様な支援メニューが必要

- 持ち家の売却・貸与する際に必要と考える支援については、「空き家バンク等による買い手・借り手への情報提供」が 26.4%で最も多く、「住まいの売却・貸与に関するセミナーの開催、必要な情報の発信」(23.6%)、「売却・貸与に向けた住まいのリフォーム等への経済的支援」(21.9%)がつづいている。一方で、「必要な支援がわからない」とする人も 19.5%を占めている。
- 将来的に持ち家をどうするかによって、必要と考える支援メニューも異なっている。特に、将来的に持ち家を第三者に貸し出したい人および売却したい人については、支援メニューへのニーズが明確になっている。
- 住宅ストックが適切なタイミングで流通・循環するよう、所有者に対する意識醸成・情報提供を進めるとともに、そこから誘導できる多様な支援メニューをしっかりと用意しておく必要がある。

【持ち家の売却・貸与する際に必要と考える支援（全体・対処方法別）】

持ち家の対処に必要な支援×対処方法	住まいの売却・貸与に関するセミナーの開催、必要な情報の発信	売却・貸与に向けた住まいのリフォーム等への経済的支援	空き家の管理や活用、リフォーム等に関する相談窓口の設置	空き家バンク等による買い手・借り手への情報提供	その他	必要な支援がわからない	不明・無回答	合計
全体	23.6	21.9	19.1	26.4	5.0	19.5	21.3	832
子どもや親族に売却、賃貸、譲渡したい	26.6	27.8	27.0	26.6	4.9	17.1	12.2	263
第三者に賃貸住宅として貸し出したい	20.0	10.0	30.0	80.0	10.0	10.0	0.0	10
第三者に売却したい	37.6	25.7	10.9	39.6	5.0	17.8	3.0	101
自身が定期的に利用したい	29.2	12.5	25.0	29.2	0.0	16.7	25.0	24
特に考えていない・わからない	25.0	24.3	21.1	28.9	5.3	28.9	9.9	304
その他	7.1	14.3	7.1	35.7	42.9	14.3	14.3	14

○住宅の多様化に向けて更なる住まいへのニーズの把握が必要

- 今後も現在の住まいに住み続けるかについては、「このまま住み続けたい・住み続ける」が 57.4%で最も多く、「わからない」(20.0%)、「転居したい・する」(14.2%)がつづいている。なお、30～50 歳代では、「建替えや増・改築をしたい・する」人が 60 歳以上と比べて多い。

【現在の住まいの居住・転居意向（全体・年齢別）】

住まいへの居住意向 × 年齢	転居したい・する	建替えや 増・改築を したい・する	このまま 住み続け たい・住み 続ける	わからな い	不明・無 回答	合計
全体	14.2	5.7	57.4	20.0	2.7	900
18・19歳・20歳代	41.7	0.0	30.6	25.0	2.8	36
30歳代	26.7	24.4	22.2	26.7	0.0	45
40歳代	17.7	13.9	43.0	21.5	3.8	79
50歳代	14.0	14.0	42.1	27.1	2.8	107
60歳代	12.5	2.2	63.7	19.8	1.8	273
70歳代	9.8	2.9	67.2	17.6	2.5	244
80歳以上	12.7	0.0	69.1	12.7	5.5	110

- 現在の住まいからの転居意向がある人について、希望する転居先をみると、全体では「持ち家（マンション）」が 32.8%で最も多く、「賃貸・借家（マンション等）」(28.9%)、「持ち家（一戸建て）」(21.1%)がつづく。

また、年齢別では、20 歳代以下や 40 歳代では「賃貸・借家（マンション等）」、30 歳代では「持ち家（一戸建て）」、50～70 歳代では「持ち家（マンション）」、80 歳以上では「その他」が最も多く、年齢によって希望する転居先の住まい形態が異なっている。

【希望する転居先の住まい形態（転居意向がある人）（全体・年齢別）】

	持ち家（一戸建て）	持ち家（マンション）	賃貸・借家（一戸建て）	賃貸・借家（マンション等）	その他	不明・無回答	合計
全体	21.1	32.8	2.3	28.9	10.2	4.7	128
18・19歳・20歳代	20.0	20.0	0.0	46.7	0.0	13.3	15
30歳代	58.3	16.7	0.0	25.0	0.0	0.0	12
40歳代	21.4	28.6	7.1	35.7	7.1	0.0	14
50歳代	20.0	40.0	0.0	33.3	6.7	0.0	15
60歳代	20.6	41.2	0.0	26.5	5.9	5.9	34
70歳代	12.5	45.8	0.0	25.0	12.5	4.2	24
80歳以上	7.1	14.3	14.3	14.3	42.9	7.1	14

○シティプロモーションをはじめとする定住促進策の実施に際し、「公共交通の利便性向上」について、引き続き様々な視点からの解決策の検討が必要

- ★公共交通の利便性への評価は低く、転入者や転出意向のある人の困りごとは公共交通。
- ★子育て世代は、子どもが大きくなるにつれ、通学時間や交通費といった公共交通の問題から転出意向が高くなる。



- ★町の公共交通がどの程度認知され、評価されているのかについて調査し、解決策を検討する必要がある。
- ★子育て世代をはじめとする転出者の実態と公共交通の課題との相関を調査し、転入促進や転出抑制にかかる支援策の方法、効果、必要性を検討する必要がある。

【転入時・転入後の困りごととして「公共交通利用・移動」が多い】

- 転入者が転入時・転入後に困ったことでは、「公共交通利用・移動」が 58.0%で最も多く、「特に困ったことはなかった」(23.5%)、「地域に関する情報収集」(21.0%)がつづく。
- 40歳代以下転入者や子育て転入世帯についても、転入時・転入後に困ったことでは、「公共交通利用・移動」が最も多い。

【転入時・転入後に困ったこと（全体・年齢別）】

	地域に関する情報収集	友人・仲間づくり・近所づきあい	地域活動への参加	公共交通利用・移動	子どもの保育・教育環境	その他	特に困ったことはなかった	不明・無回答	合計
全体	21.0	17.3	11.1	58.0	11.1	16.0	23.5	2.5	81
18・19歳・20歳代	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	8
30歳代	21.7	26.1	8.7	60.9	17.4	13.0	21.7	0.0	23
40歳代	17.9	14.3	14.3	57.1	17.9	10.7	17.9	3.6	28
50歳代	20.0	0.0	0.0	80.0	0.0	40.0	0.0	0.0	5
60歳代	36.4	27.3	18.2	54.5	0.0	27.3	36.4	9.1	11
70歳代	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1
80歳以上	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0	50.0	25.0	0.0	4

【転入時・転入後に困ったこと（全体・子育て世帯）】

転入時等に困ったこと	地域に関する情報収集	友人・仲間づくり・近所づきあい	地域活動への参加	公共交通利用・移動	子どもの保育・教育環境	その他	特に困ったことはなかった	不明・無回答	合計
全体	21.0	17.3	11.1	58.0	11.1	16.0	23.5	2.5	81
子育て世帯	20.4	18.4	12.2	61.2	18.4	12.2	16.3	2.0	49
乳幼児(就学前)がいる	19.4	22.6	6.5	61.3	16.1	16.1	22.6	3.2	31
小学生の子どもがいる	18.5	14.8	14.8	59.3	18.5	3.7	18.5	3.7	27

【転出の要因として「交通が不便（交通の便が悪い・交通費がかかる等）」が圧倒的に多い】

- 定住・転出意向については、「どちらかというに住み続けたい」が 36.4%で最も多く、転出意向がある人（「どちらかという町外に転出したい」＋「町外に転出したい」）は 24.8%となる。
- 「町外に転出したい」とする人（＝強い転出意向がある人）については、全体で 5.8%となっている。特に、30 歳代以下では「町外に転出したい」とする人が 10%台後半を占めており、40 歳代以上と比べて強い転出意向がある人が多い。

【定住・転出意向（全体・年齢別）】

定住・転出意向	ずっと住み続けたい	どちらかというに住み続けたい	どちらかという町外に転出したい	町外に転出したい	不明・無回答	合計	定住意向がある人	転出意向があるひと
全体	35.3	36.4	19.0	5.8	3.4	900	71.8	24.8
18・19歳・20歳代	13.9	27.8	36.1	16.7	5.6	36	41.7	52.8
30歳代	20.0	24.4	31.1	17.8	6.7	45	44.4	48.9
40歳代	21.5	36.7	30.4	10.1	1.3	79	58.2	40.5
50歳代	18.7	46.7	27.1	6.5	0.9	107	65.4	33.6
60歳代	34.8	42.5	17.9	2.9	1.8	273	77.3	20.9
70歳代	45.5	36.1	11.1	4.1	3.3	244	81.6	15.2
80歳以上	53.6	20.9	11.8	3.6	10.0	110	74.5	15.5

- さらに、子育て世帯では、「町外に転出したい」とする人（＝強い転出意向がある人）が 8.3%、となっており、中学生がいる世帯では 12.5%、高校生がいる世帯では 13.3%と割合が高く、転出意向が強いことがわかる。

【定住・転出意向（全体・子育て世帯）】

定住・転出意向 × 子育て世帯	ずっと住み続けたい	どちらかというに住み続けたい	どちらかという町外に転出したい	町外に転出したい	不明・無回答	合計	定住意向がある人	転出意向があるひと
全体	35.3	36.4	19.0	5.8	3.4	900	71.8	24.8
子育て世帯	20.4	35.2	32.4	8.3	3.7	108	55.6	40.7
乳幼児(就学前)がいる	34.9	32.6	18.6	7.0	7.0	43	67.4	25.6
小学生の子どもがいる	12.0	38.0	40.0	6.0	4.0	50	50.0	46.0
中学生の子どもがいる	16.7	41.7	29.2	12.5	0.0	24	58.3	41.7
高校生等の子どもがいる	10.0	43.3	33.3	13.3	0.0	30	53.3	46.7

- 転出意向がある人の転出したい理由をみると、「日常生活の都合」が 68.2%で最も多く、「その他」(17.9%)、「自分・配偶者の仕事の都合のため」(16.1%)がつづく。

なお、「日常生活の都合」の内訳は、「交通の便が悪い・交通費がかかる」が 44.7%で最も多く、「買い物が不便・商業施設が少ない・ない」(23.7%)、「医療機関が少ない・ない」(23.0%)がつづく。

- 年齢に関係なく、転出したい理由として「日常生活の都合」が最も多くなっている。ただし、20 歳代以下では「仕事の都合」「自分の進学・通学等のため」、子育て世帯が多い 30～40 歳代では「子どもの都合」、80 歳以上では「家族の都合（同居・近居・介護等）」が他より多い。

【転出したい理由（転出意向がある人）（全体・年齢別）】

転出意向のある理由 × 年齢	自分・配偶者の仕事の都合のため	自分の進学・通学等のため	子どもの都合（進学・通学等）のため	親・家族の都合（同居・近居・介護等）のため	結婚のため	住宅の都合	日常生活の都合	その他	特に理由はない	不明・無回答	合計
全体	15.7	3.1	9.9	7.2	0.9	8.5	68.6	24.2	1.8	0.9	223
18・19歳・20歳代	47.4	26.3	0.0	0.0	0.0	0.0	57.9	0.0	0.0	0.0	19
30歳代	27.3	0.0	31.8	0.0	4.5	4.5	72.7	22.7	0.0	0.0	22
40歳代	18.8	6.3	28.1	3.1	3.1	6.3	59.4	31.3	0.0	3.1	32
50歳代	19.4	0.0	8.3	8.3	0.0	13.9	61.1	30.6	2.8	0.0	36
60歳代	10.5	0.0	1.8	10.5	0.0	10.5	77.2	22.8	0.0	0.0	57
70歳代	2.7	0.0	0.0	2.7	0.0	10.8	75.7	24.3	5.4	2.7	37
80歳以上	0.0	0.0	0.0	29.4	0.0	5.9	64.7	29.4	5.9	0.0	17

- 転出意向がある子育て世帯について、転出したい理由をみると、「日常生活の都合」とともに「子どもの都合（進学・通学等）のため」が多くなっている。

なお、「子どもの都合」の具体的内容をみると、通学時間や交通費（通学費）など公共交通に関することがほとんどを占める。

【転出したい理由（転出意向がある人）（全体・子育て世帯）】

転出意向のある理由 × 子育て世帯	自分・配偶者の仕事の都合のため	自分の進学・通学等のため	子どもの都合（進学・通学等）のため	親・家族の都合（同居・近居・介護等）のため	結婚のため	住宅の都合	日常生活の都合	その他	特に理由はない	不明・無回答	合計
全体	16.1	3.1	9.9	8.5	0.9	8.5	68.2	17.9	1.8	0.9	223
子育て世帯	20.5	4.5	43.2	4.5	0.0	6.8	59.1	22.7	0.0	2.3	44
乳幼児（就学前）がいる	27.3	0.0	54.5	9.1	0.0	9.1	63.6	9.1	0.0	0.0	11
小学生の子どもがいる	17.4	8.7	56.5	0.0	0.0	0.0	60.9	26.1	0.0	4.3	23
中学生の子どもがいる	30.0	10.0	50.0	0.0	0.0	10.0	20.0	40.0	0.0	0.0	10
高校生等の子どもがいる	21.4	0.0	28.6	7.1	0.0	14.3	64.3	21.4	0.0	0.0	14

【「子どもの都合」の具体的な内容】

- 幼稚園の私立補助が出ない上、毎月の保育料も箕面や川西の倍くらいかかる。
- バスが不便
- 能勢電鉄の定期代が異常に高い。
- 電車代、通学時間がかかる
- 通学の交通費が高いので不便
- 通学に不便（高校は絶対能勢電がいる）
- 通学等考えると不便
- 通学時間も交通費も負担が大きい
- 通学時間の短縮
- 通学が不便、電車賃が高い
- 通学が大変
- 将来遠方の高校に進学する場合
- 交通の便が悪い
- 交通が不便すぎる

(2) 分科会委員の意見から

○転入促進・転出抑制に向けた他自治体との差別化や新たな切り口での展開が必要

- 差別化等のポイントになると思われる戦略事業のイメージが重要である。

⇒「教育・子育て環境」や「自然」など豊能町の特性を活用した差別化を図るとともに、これらの要因とともに新たな差別化要因についても、シティプロモーション等の取り組みを通じて、把握・検討を進める。

- 転入促進や転出抑制に向けては、府県を超えた学校の相互利用など今までに無い切り口での検討が必要である。

⇒総合戦略の「基本目標4 避けることができない未来にそなえる」の「(3) 社会資本・都市機能等のマネジメント」における以下の取り組みと連携して、都市機能の連携などの新たな切り口の検討を進める。

- ・官民都市機能の連携（例：都市機能の維持確保にかかる連携テーブルの設置）
- ・生活圏に応じた広域的な都市機能の連携（例：沿線都市機能の連携にかかるテーブルの設置）

○空き家バンクの運営にあたって留意する点

- 町はNPO法人に「空き家バンク事業等」を業務委託する方向で検討されているが、その場合、下記に示す点に留意することが重要になると考える。

- ・町の持っている空き家情報の共有化
- ・空き家事業の継続性が担保出来るような支援
- ・近隣市町村と連携して事業展開が出来るような支援
- ・空き家の全戸調査とその分析、今後の空き家対策立案に向けての協力

2. 農×観光戦略の推進

総合戦略における 基本目標	【基本目標3】地域の資源をしごととお金にかえる
重点化する事業	(1) 新たな観光パッケージやビジネスの創出 ・地域の連携テーブルの設置 ・地域の魅力・ストーリーの創出 (2) 次世代につながる農業の活性化 ・農業の法人化に向けた取り組みの推進 ・販路拡大に向けた取り組みの推進 ・農産物の6次産業化及び特産品のブランド化
連携事業	・新しい地域のしごとづくりへの支援(基本目標3(3)) ・効果的なシティプロモーションの実施(基本目標1(2))

1) 地域の課題と解決の方向性

【地域の課題】

- 農業・観光分野において地域ビジョンを共有する仕組みがない
- 観光資源や特産品等が乏しく交流人口が極端に少ない
- 農業は生産規模が小さく、高齢化、農家数減少により出荷額は減少。加工品の生産、供給体制の継続性に困難さが生じている
- 消費者直売の販路が少ないなど、収益性が不透明であったり、人材育成のしくみがないため、生産体制の整備にむけた投資が困難

⇒それぞれの課題が負のスパイラルを生みだし、地域のにぎわいや貴重な農環境が失われる恐れ

【地域のポテンシャル・先行的な動き】

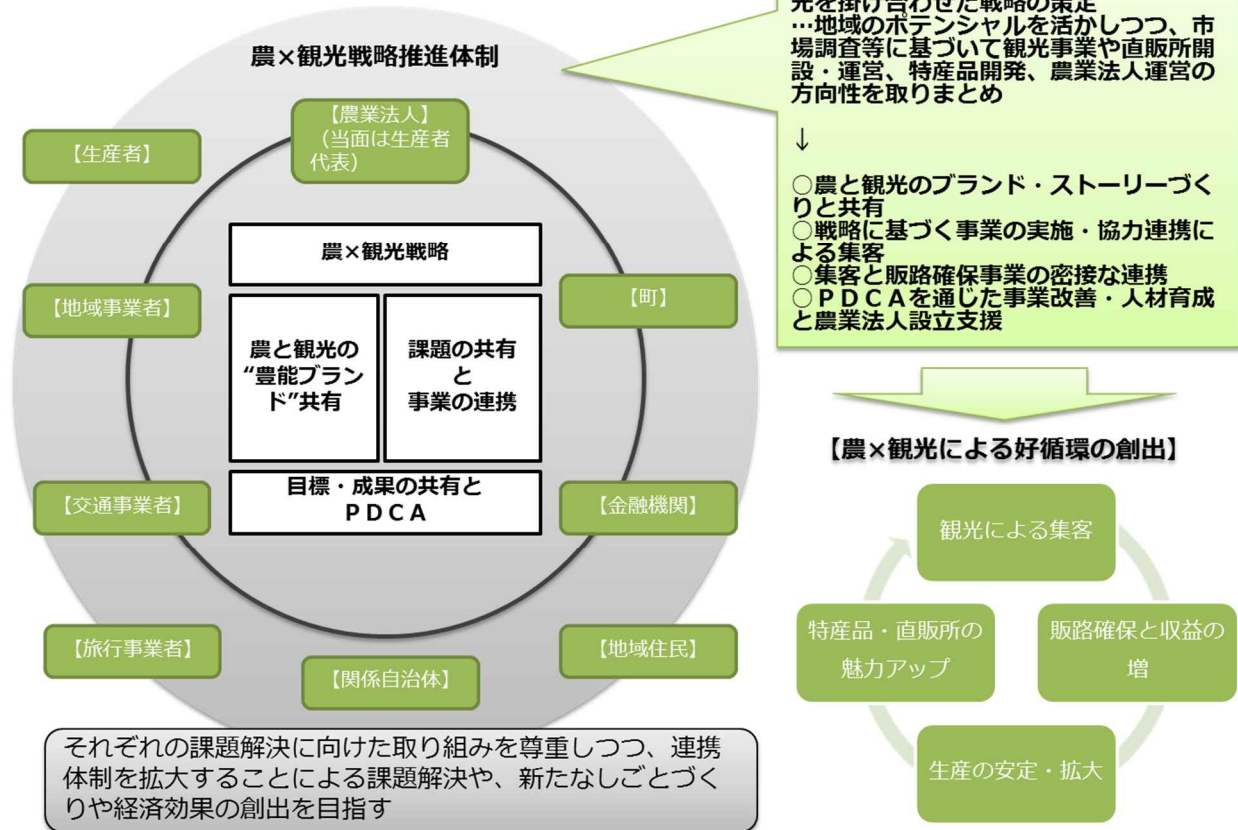
- 住民による地域活性化の動き（花折街道・右近フェスタなど）
- 民間事業者による地域協働の活性化事業（のせでんアートライン妙見の森など）
- 高山右近列福による国際的知名度の高まりや広域連携の可能性
- 新名神高速道路開通による広域的なアクセス改善
- 寒冷な気候を活かした質の高い農産物
- 観光事業を契機とした特産品の開発や産学連携による商品開発の動き（豊能町産米による日本酒やヤーコンを活用したサブリの開発など）
- 都市部住民による農地等の保全活動

⇒これまでにない交流人口の増加と持続可能な農業に向けた機運が幾重にも重なっている

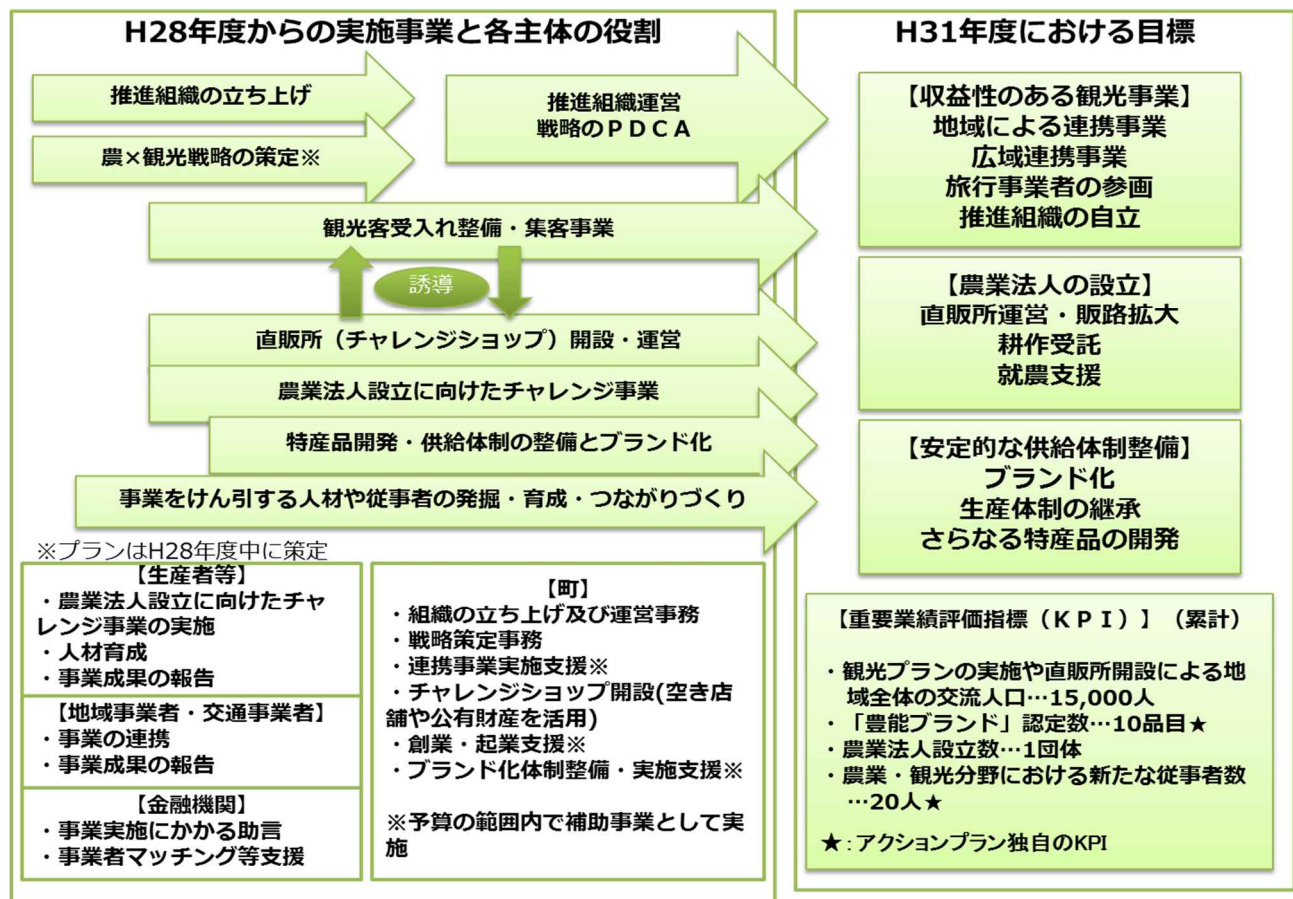
【好機を逃さずに、地域の課題を解決しつつ、「地域の資源をしごととお金に変える」ためには・・・】

- ☑ 農業と観光が一体となった戦略的な事業を行うことで、好循環を生み出す必要がある
- ☑ 地域の関係者がビジョンや戦略・成果を共有し、しごととお金を生み出す仕組みづくりが必要
- ☑ 持続可能な事業となるよう、市場の把握に基づいた事業としたり、チャレンジを続けながら人材を育成する仕組みづくりが必要

2) 事業推進体制と概要



3) 事業のスキームと目標



4) 推進のポイント

(1) アンケート調査結果から

○農×観光のビジネスを担う人材・従事者の発掘・育成が必要

- 住民のなかには、コミュニティビジネスに関心・興味がある人や町内での就労意向がある人、町内での就農や起業・創業を希望する人など今後の農×観光ビジネスの担い手になりうる人材資源が一定の割合で存在している。そのため、それらの人材資源の発掘・育成とともに、農業・観光関係者との関係構築に取り組むことが重要となる。

- コミュニティビジネスに関するワークショップに参加したいとする人（≡コミュニティビジネスに関心・興味強い人）は全体で 11.0%となっており、特に 40～60 歳代で多くなっている。

【地域課題を解決するビジネスの創出に向けたワークショップへの関心・興味(全体・年齢別)】

CBの創出WSへの関心×年齢	関心・興味があり、ワークショップに参加したい	関心・興味はあるが、ワークショップへの参加はわからない	関心・興味はない	不明・無回答	合計	関心・興味がある人
全体	11.0	51.9	27.2	9.9	900	62.9
18・19歳・20歳代	2.8	38.9	55.6	2.8	36	41.7
30歳代	6.7	57.8	35.6	0.0	45	64.4
40歳代	12.7	54.4	31.6	1.3	79	67.1
50歳代	16.8	57.9	22.4	2.8	107	74.8
60歳代	13.6	57.9	21.6	7.0	273	71.4
70歳代	9.0	45.9	27.9	17.2	244	54.9
80歳以上	6.4	44.5	28.2	20.9	110	50.9

- 豊能町内に働く場や働くことへの支援があれば働きたい人（≡町内での就労意向がある人）は全体で 38.8%となっており、特に年齢層では 30～50 歳代、職業ではパート・アルバイトや派遣、会社員・団体職員で多くなっている。

【町内での就労意向（全体・年齢別）】

町内での就労意向×年齢	働く場や働くことへの支援があれば働きたい	特に働きたいとは思わない	不明・無回答	合計
全体	38.8	45.9	15.3	900
18・19歳・20歳代	41.7	52.8	5.6	36
30歳代	57.8	40.0	2.2	45
40歳代	70.9	25.3	3.8	79
50歳代	61.7	33.6	4.7	107
60歳代	42.1	49.5	8.4	273
70歳代	23.0	50.0	27.0	244
80歳以上	11.8	54.5	33.6	110

- 町内での就労意向がある人の希望する働き方については、全体では「パート・アルバイト」が 68.8%で最も多いが、30～50 歳代では「フルタイム」を希望する人も多い。
- 町内での就労意向がある人のうち、「就農（農業法人での就労も含む）」を希望する人は全体で 13.2%となっており、年齢も多岐に渡っている。また、「起業・創業」を希望する人は全体で 13.2%となっており、20 歳代以下や 40～50 歳代で多くなっている。

【町内で希望する働き方（町内での就労意向がある人のみ）（全体・年齢別）】

	フルタイム	パート・アルバイト	起業・創業	就農（農業法人での就労も）	その他	不明・無回答	合計
全体	28.7	68.8	13.2	13.2	6.9	2.6	349
18・19歳・20歳代	86.7	53.3	20.0	6.7	0.0	0.0	15
30歳代	53.8	61.5	11.5	7.7	3.8	0.0	26
40歳代	44.6	57.1	23.2	14.3	3.6	5.4	56
50歳代	42.4	68.2	19.7	6.1	0.0	0.0	66
60歳代	12.2	81.7	7.0	15.7	8.7	2.6	115
70歳代	7.1	73.2	5.4	16.1	10.7	5.4	56
80歳以上	7.7	23.1	23.1	30.8	38.5	0.0	13

(2) 分科会委員の意見から

○観光と農業とも各分野での取り組みの充実が前提

- 観光と農業を包括した取り組みをすべきと言う考え方は妥当であるが、観光と農業がそれぞれで抱えている個別的、先鋭的な問題の解決にしっかり取り組むことが基本であり、それが出来た上で、またはその途上で観光と農業が連携することにより、さらに高次の取り組みが可能になると考える。
- 農業分野においても、各関係者の情報共有、共通問題の協議などのための連携テーブルの設置と、取り組みの司令塔が必要である。また、司令塔には強いリーダーシップと大幅な権限が必要である。

○「農×観光戦略」の策定にあたってのポイント

- 観光、農業ともに市場を意識した事業展開をする際は、以下の内容の具体的な姿を描き出す必要がある。
 - ①どんな顧客層を狙うのか
 - ②その顧客層にどんな価値を提供するのか
 - ③その価値を作りだすための方法論をどうするのか
 - ④その価値を作りだすためのヒト、モノ、カネをどう調達するのか
 - ⑤その価値の宣伝方法、提供手段をどうするのか

○観光事業の展開に向けたポイント（里山環境の活用・保全、「食」を核とした取り組み、集客の拠点整備、観光客の足の確保、インバウンド誘致など）

- 妙見山一帯と吉川地区、黒川地区が協力して、里山景観や花折街道を活用した観光開発をするのが望ましいと考える。
- 観光は農山村ツーリズムしかない。そのためには里山環境をこれ以上悪化させないことが重要である。現状では2～3のNPO法人が菜園をやっており、遊休田、休耕田の荒廃を防ぐ効果はある。
まずは里山環境を守ってくれる人のためのインフラをつくる必要がある。（例えば、自治会館などにシャワー設備、駐車場、野外のトイレなどの設置、農作業のための機械の貸しだしや倉庫など）
- 事業展開は「食」が有利であり、地域で作ったものはストーリーを作れば必ず売れる。
- 町域では、花折街道の公有地等を活用して、道の駅のような拠点を整備したり、春秋の多客時に、アーティストのアトリエ兼用ショップやフリーマーケット、特産物市場などが毎年開かれるような活性化を期待する。
- 乗合タクシーや、現在国会において審議中の国家戦略特区制度を活用した交通手段など、観光にかかる新たな移動手段の実現により、町内の観光ガイドの利便性が飛躍的に向上すると考える。特に、能勢電で妙見口駅まで来た観光客を東地区に案内するためには極めて有効な手段と考える。
- インバウンド誘致の検討も必要である。また、広域集客のためには、宿泊機能の提供と、1市3町エリアが連携して北摂・豊能エリアのPRを行うことが有効と考える。

○農業の活性化に向けたポイント（農業法人の設立、農産物の販路拡大などについて）

- 農業法人の設立については、稲作、畑作、6次産業化を総合した農業法人とすべきと考える。このような総合的な農業法人設立に向けては上述した農業に関する連携テーブルにおいて、幅広い農業関係者が意見を交換し、問題点を指摘し合い、問題点の解決をしながら、農業法人の構想を固めて行く必要があり、当然司令塔の強いリーダーシップが要求されると考える。
- 川西能勢口駅、畦野駅で野菜販売事業（マルクト）を行っており、特産品の販路として協力できる可能性がある。

○人材の発掘・育成、住民との協働について

- 地域住民の現状
 - 山林、田畑、歴史を持たない豊能町の人口の75%を占める住宅地の人の活動が鍵を握る。ただ、その人たちの活動は、現役引退からわずか数年に限られる。家庭菜園の共同作業が精一杯であり、機材、体力、技術の必要とする6次産業までは不可能。
 - 山林、田畑、歴史を持っている旧村も同じであるが、人材の育成、軌道に乗り生活ができるまでの資金は誰が育成し、生活を保障するのか。リスクを犯してやるほど過疎とは思っていない。
- フレンドリーな指導者、フレンドリーな地域住民をつくる必要がある。
- 来年度から山下で行う貸農園事業の運営委託先であるマイファーム社はアグリ大学事業も行っており、農×観光のアドバイザー探索など協力依頼が可能である。
- 総合戦略を実施するのは人であり、その人たちに活動に参加するメリットを理解してもらえない限りこのプランは策定しただけに終わる。
- 人材を育成することが重要。講演会、講習会、先進地見学、事例発表会を「官」が仕掛け、何度も何度も住民に働きかけること、住民の心を動かす。

3. つなぐ・つながる「場」をつくる

総合戦略における基本目標	【基本目標2】「住みたくなる」子育て環境をつくる 【基本目標4】避けることができない未来にそなえる
重点化する事業	【基本目標2】 (1) 豊能ならではの教育の付加価値 ・児童・生徒のコミュニケーション力の育成 ・地域における子どもの居場所づくりの推進 ・地域の子育て支援の充実 (2) 豊能での子育てをかなえるためのサポートの充実 ・子育ての悩みや不安への支援 【基本目標4】 (1) 地域包括ケアと連携したまちづくりの推進 ・地域包括ケアにかかる地域のつどいの場づくり (2) コミュニティ力の維持・強化の支援 ・地域の交流の場・拠点作り
連携事業	・新しい地域のしごとづくりへの支援(基本目標3(3))

1) 教育・子育てをはじめとする「場」づくりを実現するために

「場」のニーズを 把握する

- 全体的に“緩やかなつながり”が求められている中で、子育て世代はネットワークづくりのための場と子どもの居場所を明確に求めている
- そのほかの分野においてもコミュニケーションの機能を中心とした「場」づくりの必要性があるが、分野に応じて求められる機能、拠点の必要性、その位置や規模などのあり方は様々であり、現状の「場」の課題や新たなニーズの把握が必要

「場」の構築・運営と 各主体の連携の仕組み づくり

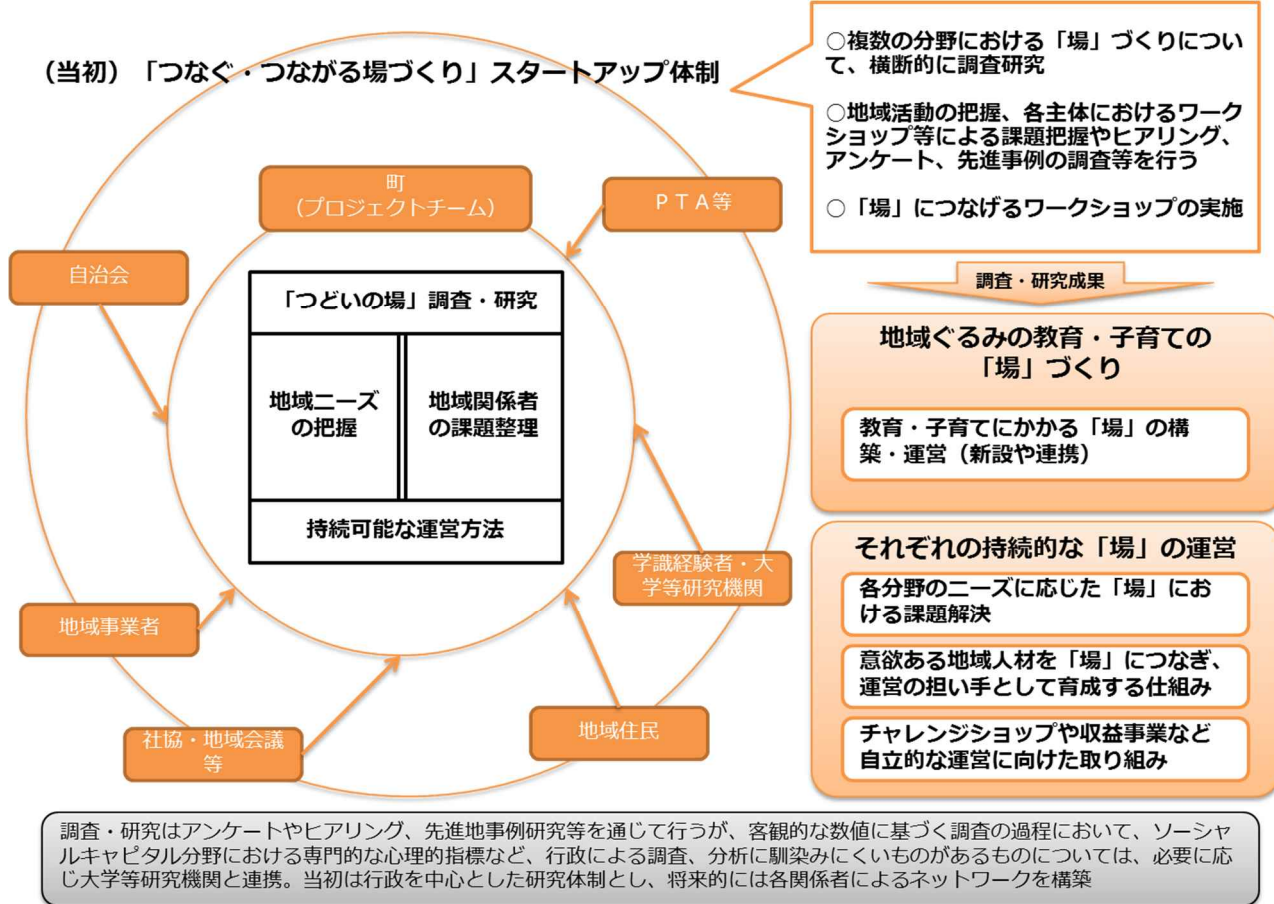
- 「場」の運営に関し、地域には意欲ある人材や、空き施設などがあるが、多様なニーズがある中でその資源は限られており、複数のニーズを調整したり、連携しなければ運営が困難となる可能性がある
- コミュニケーションが「場」の目的。持続的に運営するためには、閉鎖的でない仕組みづくりや、自立的な運営に向けた取り組みが必要

「場」につどう・つな がる仕組みづくり

- 地域貢献など、能動的に「場」に参画したいという意欲ある地域人材を、円滑に「地域の場」につなげる必要がある
- 「場」に参画する意欲のない人も含め、多様で生き生きとしたコミュニケーションが生み出される仕組みづくりが必要

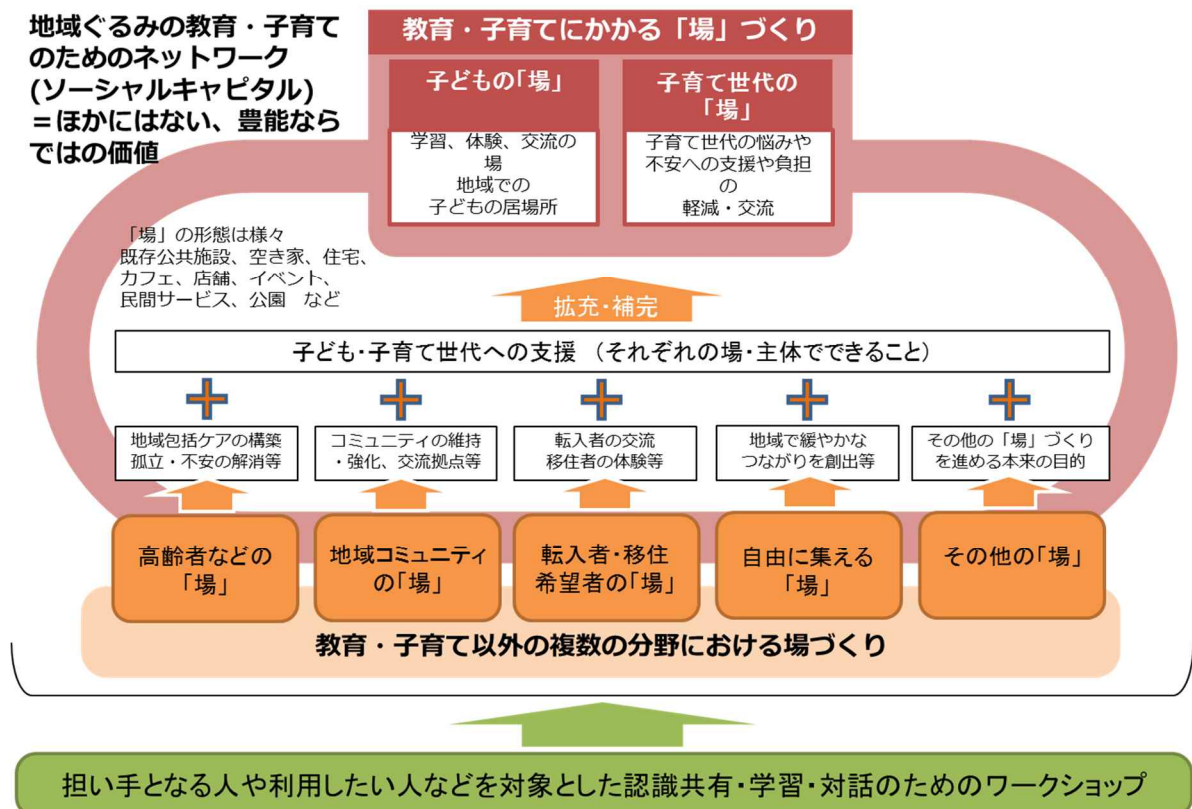
2) 事業推進体制と概要

(当初)「つなぐ・つながる場づくり」スタートアップ体制

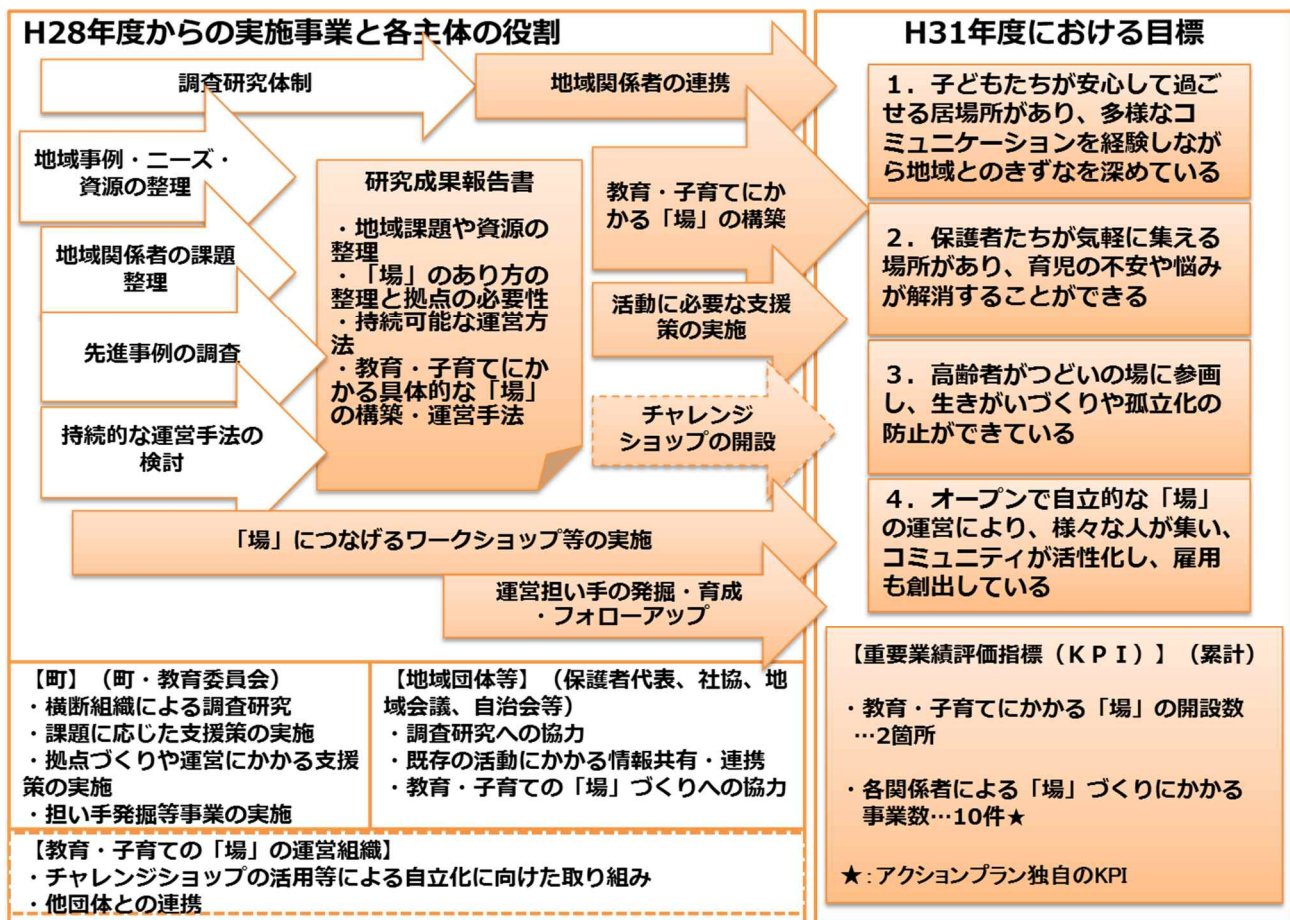


(将来像)「つなぐ・つながる場づくり」のネットワークへ

地域ぐるみの教育・子育てのためのネットワーク
(ソーシャルキャピタル)
＝ほかにはない、豊能ならではの価値



3) 事業のスキームと目標



4) 推進のポイント

(1) アンケート調査結果から

○地域でつなぐ・つながることの必要性の認識が高い

- 地域のつながり・交流を必要と考える人は全体で90.1%を占め、年齢に関係なく、多くの住民がその必要性を認識している。特に、乳幼児のいる世帯では、地域のつながり・交流の必要性を強く認識している人が多い。

【地域のつながり・交流についての考え方（全体・年齢別）】

地域のつながり等の考え方×年齢	とても必要 だと思う	ある程度 必要だと思 う	あまり必 要だと思 わない	必要だと思 わない	不明・無 回答	合計	地域のつ ながり等 が必要と 考える人
全体	34.3	55.8	3.9	0.7	5.3	900	90.1
18・19歳・20歳代	38.9	44.4	8.3	5.6	2.8	36	83.3
30歳代	28.9	57.8	2.2	8.9	2.2	45	86.7
40歳代	29.1	62.0	7.6	0.0	1.3	79	91.1
50歳代	30.8	62.6	1.9	0.0	4.7	107	93.5
60歳代	36.3	54.9	5.5	0.0	3.3	273	91.2
70歳代	36.1	52.9	2.5	0.0	8.6	244	88.9
80歳以上	34.5	55.5	0.9	0.0	9.1	110	90.0

- 地域でつなぐ・つながる目的としては、「日常での安心・安全を得るため」が63.0%で最も多く、「必要な情報・知識を得るため」(54.7%)、「知り合い・仲間をつくったり、増やすため」(41.4%)がつづき、受動的な目的(安心・安全を得る、情報・知識を得る)が上位を占める。一方、「地域に貢献したり役立つため」(24.9%)や「地域の問題・課題を解決するため」(21.0%)といった能動的な目的は2割台となっている。

【地域でつなぐ・つながる目的（地域のつながり・交流が必要と考える人のみ）（全体・年齢別）】

地域のつながり等を持つ目的×年齢	知り合い・ 仲間をつ くったり、 増やすた め	必要な情 報・知識を 得るため	困った時 などに助 けてもら うため	日常での 安心・安 全を得る ため	地域に貢 献したり、 役立つた め	地域の問題・ 課題を解 決するた め	地域での 時間を有 意義に過 ごすため	その他	不明・無 回答	合計
全体	41.4	54.7	37.9	63.0	24.9	21.0	32.8	1.5	1.2	811
18・19歳・20歳代	56.7	53.3	80.0	66.7	13.3	20.0	16.7	3.3	0.0	30
30歳代	59.0	41.0	48.7	61.5	7.7	15.4	23.1	0.0	0.0	39
40歳代	41.7	61.1	37.5	52.8	23.6	15.3	27.8	4.2	2.8	72
50歳代	41.0	52.0	39.0	64.0	23.0	24.0	38.0	1.0	0.0	100
60歳代	43.4	62.7	36.5	65.5	36.5	24.9	40.2	0.4	0.8	249
70歳代	37.8	48.8	33.2	66.4	22.6	20.7	31.8	1.4	1.4	217
80歳以上	33.3	49.5	34.3	56.6	14.1	15.2	23.2	3.0	3.0	99

○緩やかにつながるための取組・場が求められている

- 地域でつなぐ・つながるために参加・参画・利用したい取組・場については、全体では「地域でのスポーツ・趣味・娯楽活動、サークル活動」が 43.6%で最も多く、「誰もが自由に過ごせ、交流できる場」(42.7%)がつづいており、比較的緩やかにつながるための取組や場が上位 2 項目を占める。

また、「近所同士が知り合いになれるような取組・場」が 27.9%で3位に入っており、近所づきあいを促進する取組・場へのニーズもある程度確認できる。

【地域でつなぐ・つながるために参加・参画・利用したい取組・場

(地域のつながり・交流が必要と考える人のみ)(全体・年齢別)】

参加・参画・利用したい取組・場×年齢	地縁団体等(自治会、老人クラブ、子ども会等)の活動	教育・子育てへの支援の取組・場	地域での子どもの居場所	子育て世代の交流のための取組・場	近所同士が知り合いになれるような取組・場	地区福祉委員会の活動(見守り・声かけ、ふれあい型サロン・カフェ等)	地域でのスポーツ・趣味・娯楽活動、サークル活動	ボランティア・NPO等の活動	誰もが自由に過ごせ、交流できる場	その他	不明・無回答	合計
全体	25.3	14.1	11.0	9.2	27.9	24.0	43.6	18.7	42.7	5.7	4.1	811
18・19歳・20歳代	16.7	36.7	26.7	26.7	30.0	16.7	50.0	30.0	40.0	0.0	3.3	30
30歳代	20.5	43.6	51.3	43.6	17.9	15.4	51.3	5.1	15.4	2.6	5.1	39
40歳代	15.3	34.7	37.5	29.2	23.6	18.1	34.7	20.8	30.6	8.3	1.4	72
50歳代	19.0	16.0	6.0	5.0	28.0	20.0	44.0	26.0	37.0	7.0	3.0	100
60歳代	26.5	8.4	4.8	4.8	27.7	26.5	53.4	23.7	51.8	4.4	2.8	249
70歳代	30.9	8.3	4.6	5.5	30.4	27.2	39.6	16.1	47.9	6.5	5.1	217
80歳以上	28.3	5.1	6.1	0.0	29.3	25.3	30.3	5.1	34.3	7.1	7.1	99

○子育て世帯からはネットワークづくりのための場と子どもの居場所が強く求められる

- 子育て世帯の地域でつなぐ・つながる目的としては、全体と同様に「日常での安心・安全を得るため」が最も多いものの、「知り合い・仲間をつくったり、増やすため」が数ポイント差でつづいており、地域でのネットワークづくりを必要としていることがうかがえる。また、その傾向は乳幼児がいる子育て世帯で強い。

【地域でつなぐ・つながる目的(地域のつながり・交流が必要と考える人のみ)(全体・子育て世帯)】

地域のつながり等を持つ目的×世帯	知り合い・仲間をつくったり、増やすため	必要な情報・知識を得るため	困った時などに助けてもらうため	日常での安心・安全を得るため	地域に貢献したり、役立つため	地域の問題・課題を解決するため	地域での時間を有意義に過ごすため	その他	不明・無回答	合計
全体	41.4	54.7	37.9	63.0	24.9	21.0	32.8	1.5	1.2	811
子育て世帯	54.5	52.5	41.6	59.4	18.8	18.8	28.7	3.0	1.0	101
乳幼児(就学前)がいる	68.3	53.7	43.9	70.7	7.3	17.1	29.3	0.0	0.0	41
小学生の子どもがいる	52.2	56.5	43.5	56.5	23.9	10.9	23.9	2.2	2.2	46
中学生の子どもがいる	43.5	47.8	30.4	52.2	34.8	21.7	34.8	4.3	0.0	23
高校生等の子どもがいる	46.4	60.7	39.3	57.1	21.4	28.6	39.3	3.6	0.0	28

- 全体では比較的緩やかにつながるための取組・場が求められているものの、子育て世帯に特化してみると、「地域での子どもの居場所」や「教育・子育てへの支援の取組・場」「子育て世代の交流のための取組・場」を求める声が多く、特に乳幼児がいる世帯ではさらに割合が高い。

【地域でつなぐ・つながるために参加・参画・利用したい取組・場

(地域のつながり・交流が必要と考える人のみ) (全体・子育て世帯別)】

参加・参画・利用 したい取組・場× 世帯	地縁団体 等(自治 会、老人ク ラブ、子ど も会等)の 活動	教育・子 育てへの 支援の取 組・場	地域での 子どもの 居場所	子育て世 代の交流 のための 取組・場	近所同士 が知り合 いになれる ような取 組・場	地区福祉 委員会の 活動(見 守り・声か け、ふれ あい型サ ロン・カ フェ等)	地域での スポーツ・ 趣味・娯 楽活動、 サークル 活動	ボランティ ア・NPO 等の活動	誰もが自 由に過ご せ、交流 できる場	その他	不明・無 回答	合計
全体	25.3	14.1	11.0	9.2	27.9	24.0	43.6	18.7	42.7	5.7	4.1	811
子育て世帯	19.8	47.5	48.5	40.6	22.8	17.8	43.6	16.8	22.8	5.0	2.0	101
乳幼児(就学前)がいる	31.7	63.4	70.7	65.9	26.8	24.4	43.9	14.6	22.0	0.0	0.0	41
小学生の子どもがいる	13.0	47.8	52.2	28.3	17.4	13.0	45.7	10.9	15.2	4.3	2.2	46
中学生の子どもがいる	13.0	34.8	30.4	34.8	17.4	17.4	56.5	17.4	21.7	8.7	4.3	23
高校生等の子どもがいる	10.7	17.9	28.6	21.4	32.1	10.7	35.7	25.0	35.7	10.7	3.6	28

○持続可能な取組・場の構築に向けた仕組みづくり

- 地域でつなぐ・つながる目的として、「地域に貢献したり役立つため」や「地域の問題・課題を解決するため」といった能動的な目的を持つ人(≡取組・場を担いの人)は、60歳代を中心とした世代で多くなっている。
- 地域でつなぐ・つながる取組・場を構築していくにあたっては、上記の様な人材が、個々の目的を達成しつつ、活躍ができる仕組みづくりを併せて進めていくことが必須である。

【地域でつなぐ・つながる目的(地域のつながり・交流が必要と考える人のみ)(全体・年齢別)再掲】

地域のつながり 等を持つ目的× 年齢	知り合い・ 仲間をつ くったり、 増やすた め	必要な情 報・知識を 得るため	困った時 などに助 けてもら うため	日常での 安心・安 全を得る ため	地域に貢 献したり、 役立つた め	地域の問 題・課題を 解決する ため	地域での 時間を有 意義に過 ごすため	その他	不明・無 回答	合計
全体	41.4	54.7	37.9	63.0	24.9	21.0	32.8	1.5	1.2	811
18・19歳・20歳代	56.7	53.3	80.0	66.7	13.3	20.0	16.7	3.3	0.0	30
30歳代	59.0	41.0	48.7	61.5	7.7	15.4	23.1	0.0	0.0	39
40歳代	41.7	61.1	37.5	52.8	23.6	15.3	27.8	4.2	2.8	72
50歳代	41.0	52.0	39.0	64.0	23.0	24.0	38.0	1.0	0.0	100
60歳代	43.4	62.7	36.5	65.5	36.5	24.9	40.2	0.4	0.8	249
70歳代	37.8	48.8	33.2	66.4	22.6	20.7	31.8	1.4	1.4	217
80歳以上	33.3	49.5	34.3	56.6	14.1	15.2	23.2	3.0	3.0	99

○「つどいの場」においてコミュニティビジネスにつながる人材・従事者の発掘・育成が必要

- 住民のなかには、コミュニティビジネスに関心・興味がある人や町内での就労意向がある人など、自立的な「場」を運営するためのビジネスの担い手になりうる人材資源が一定の割合で存在している。そのため、それらの人材資源の発掘・育成し、持続的な「場」の運営につなげていくことが重要となる。

- コミュニティビジネスに関するワークショップに参加したいとする人（≡コミュニティビジネスに関心・興味が強い人）は全体で 11.0%となっており、特に 40～60 歳代で多くなっている。

【地域課題を解決するビジネスの創出に向けたワークショップへの関心・興味(全体・年齢別)】

CBの創出WSへの関心×年齢	関心・興味があり、ワークショップに参加したい	関心・興味はあるが、ワークショップへの参加はわからない	関心・興味はない	不明・無回答	合計	関心・興味がある人
全体	11.0	51.9	27.2	9.9	900	62.9
18・19歳・20歳代	2.8	38.9	55.6	2.8	36	41.7
30歳代	6.7	57.8	35.6	0.0	45	64.4
40歳代	12.7	54.4	31.6	1.3	79	67.1
50歳代	16.8	57.9	22.4	2.8	107	74.8
60歳代	13.6	57.9	21.6	7.0	273	71.4
70歳代	9.0	45.9	27.9	17.2	244	54.9
80歳以上	6.4	44.5	28.2	20.9	110	50.9

- 豊能町内に働く場や働くことへの支援があれば働きたい人（≡町内での就労意向がある人）は全体で 38.8%となっており、特に年齢層では 30～50 歳代、職業ではパート・アルバイトや派遣、会社員・団体職員で多くなっている。60 歳代以降はその割合が低くなっている。

【町内での就労意向（全体・年齢別）】

町内での就労意向×年齢	働く場や働くことへの支援があれば働きたい	特に働きたいとは思わない	不明・無回答	合計
全体	38.8	45.9	15.3	900
18・19歳・20歳代	41.7	52.8	5.6	36
30歳代	57.8	40.0	2.2	45
40歳代	70.9	25.3	3.8	79
50歳代	61.7	33.6	4.7	107
60歳代	42.1	49.5	8.4	273
70歳代	23.0	50.0	27.0	244
80歳以上	11.8	54.5	33.6	110

- 町内での就労意向がある人の希望する働き方については、全体では「パート・アルバイト」が 68.8%で最も多いが、30～50 歳代では「フルタイム」を希望する人も多い。
- 町内での就労意向がある人のうち、「起業・創業」を希望する人は全体で 13.2%となっており、20 歳代以下や 40～50 歳代で多くなっている。また、60～70 歳代ではパートやアルバイトを希望する人が多くなっている。

【町内で希望する働き方（町内での就労意向がある人のみ）（全体・年齢別）】

	フルタイム	パート・アルバイト	起業・創業	就農（農業法人での就労も）	その他	不明・無回答	合計
全体	28.7	68.8	13.2	13.2	6.9	2.6	349
18・19歳・20歳代	86.7	53.3	20.0	6.7	0.0	0.0	15
30歳代	53.8	61.5	11.5	7.7	3.8	0.0	26
40歳代	44.6	57.1	23.2	14.3	3.6	5.4	56
50歳代	42.4	68.2	19.7	6.1	0.0	0.0	66
60歳代	12.2	81.7	7.0	15.7	8.7	2.6	115
70歳代	7.1	73.2	5.4	16.1	10.7	5.4	56
80歳以上	7.7	23.1	23.1	30.8	38.5	0.0	13

【自由記載欄から】

- “子連れ”で働ける、例えば赤ちゃんのいるデイサービスなど場所があれば、コミュニティ力が高まるのでは（40代）
- 「つどう」ためにも利便性が必要。「出かけたくなるコミュニティ」と「出かけることができる環境」が必要（40代）
- コミュニティ管理にできることに少しずつ携わりながら参画できるとよい。丁目単位が良い（70代）
- コミュニティへの参加者は限られている。開放的なものが良い（60代）
- ○○会でなく、気軽に参加できるものを（50代）
- 町から出なくても友人と交流できる場所があればよい（20代）
- 新光風台のダムの見えるところは夕日がきれい。ここにカフェを開いてはどうか（50代）

（２）分科会委員の意見から

○「つなぐ・つながる場づくり」の将来像について

- 「つなぐ・つながる場づくり」の将来像については、それぞれの場にコンテンツ（具体的な中身・内容）を入れていく必要がある。
- 既存の取り組みや団体をイメージできるようにする必要がある。
- アンケート結果からは、若い人は精神的なつながりよりも「場」、子育て世代は交流や孤立の解消、シニア層は自身の役割を見出したいというニーズが見えており、それらのニーズに応じて、「既にあるもの」「これからつくる必要があるもの」など場を整理していく必要がある。

○場づくりに向けた準備として、担い手となる人や利用したい人などの住民間の対話などベースとなる取り組み（例えばワークショップ）が必要

- 現在町内で活躍している人も、これから活躍したいと思っている人も、まずは「豊能町で暮らすとは」「まちづくりとは」という視点での学習の場、認識共有の場、対話の場としてのワークショップのような取り組みが必要となる。対話により、自分の意識・認識の偏りに気づくことが重要であり、行政による関与で対話の場を提供する必要がある。
- ワークショップについては、専門的なファシリテータ（中立的な立場で、参加者の状況などを見極めながら、対話や議論を進行する役割の人）が必要となる。
- ワークショップではテーマを絞ったほうが人を集めやすい。ただ、テーマを変えても、ベースとなる「対話・コミュニケーション」を創出する内容とするべき。

○無関心層に働きかける具体的な取り組みが必要

- 保護者を対象とした対話の場が必要である。
- 問題を抱えていたり、困っている人は参加するかもしれないが、無関心な人は参加しない。例えば、子どもを対象とした取り組みから、無関心な親への波及を狙うこともできる。最初は、「子どもも預かるから来てください」という声かけがあってもよいのではないか。
- 顕在的な対象と潜在的な対象を踏まえて、対話の場を設計していく必要がある。

○既存の場・取り組みを活用したワークショップの展開

- 幼稚園や保育所のプログラム内でワークショップを開催するのも効果的である。
- 既存の取り組み・場としては、子育て支援センター「すきっぷ」を活用することもできる。
- 社会福祉協議会の地区福祉員会が定期的を開催するサロンを活用できる。

○子育て・教育に関する積極的な情報提供・情報発信が必要

- 町内での教育に関する情報提供は主に各学校がやっている。他自治体と比べて情報提供・発信の部分で劣っているように感じる。紙媒体よりネットで情報を入手する傾向あり、町内の子育て世代向けにも、情報発信を積極的に進めていく必要がある。
- 箕面市などの子育て・教育に関する情報提供は非常にわかりやすく、制度面や子どものライフステージ毎に子育て・教育施策に関する情報やその魅力をしっかりと町内の子育て世代にも発信していくべきである。

4. 地域による総合戦略の推進

総合戦略における基本目標	【基本目標4】避けることができない未来にそなえる
重点化する事業	(2) コミュニティ力の維持・強化の支援 ・コミュニティの活性化と交流促進にかかる支援 ・交流の場・拠点づくり
連携事業	・全ての総合戦略事業

1) 地域の課題と解決の方向性

【総合戦略の推進にかかる課題】

- アクションプランをはじめとする総合戦略事業の推進による地域課題の解決にあたっては、地域全体で課題を共有しつつ、地域が主役となって取り組みを進める必要がある
- 地域によって優先的に解決すべき課題は様々
- 地域課題を、地域の特性にあったやり方で解決するには、地域のコミュニティがそれぞれの特徴を活かして活性化している必要がある
- 地域における課題解決の取り組みへの関心は高いが、すべての戦略において、人材の確保・育成が課題

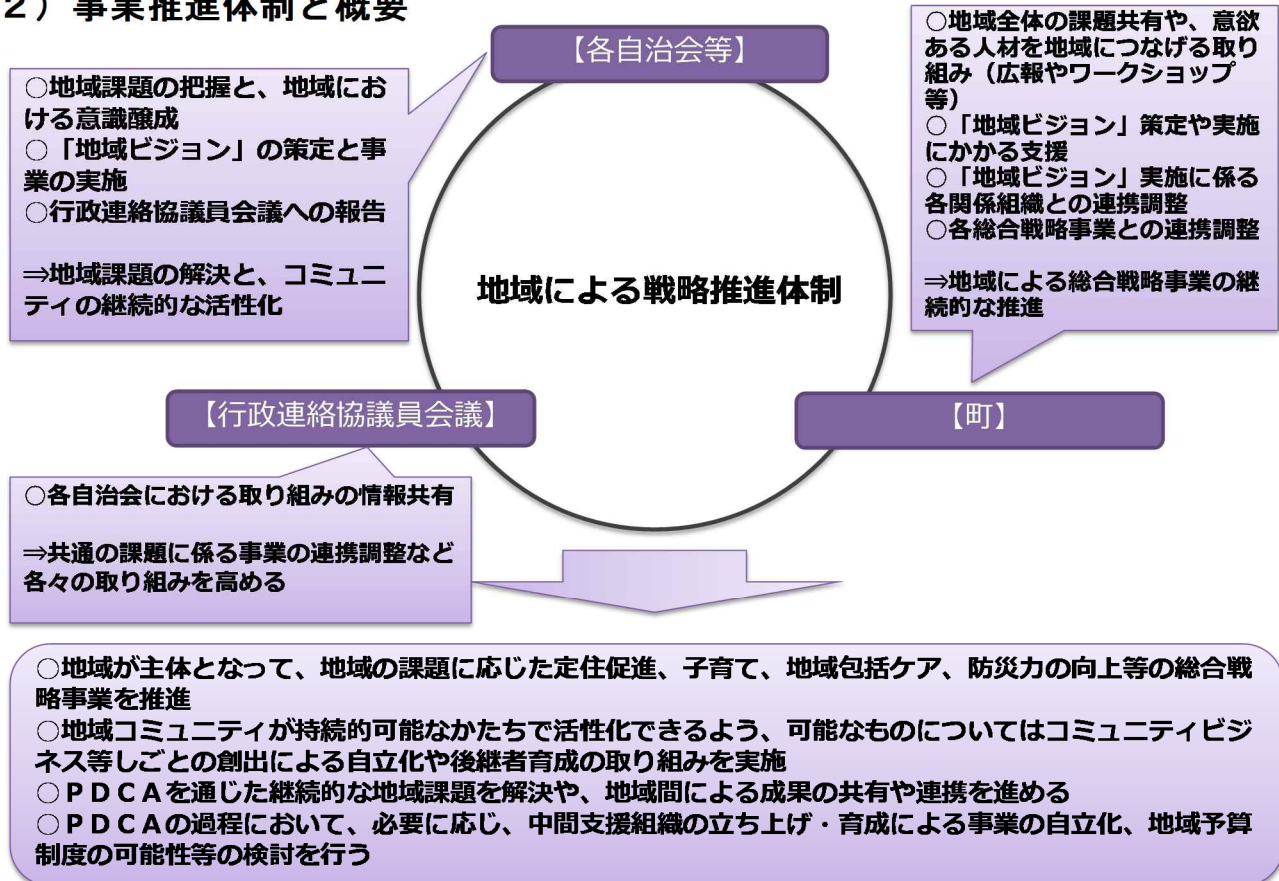
【地域コミュニティの課題】

- 人口減少や少子高齢化、自治会加入率低下により、コミュニティの維持確保の取り組みが必要
- 一部の地域では自主的な取り組みがなされているが、事業の継続、自立化に向けた取り組み、後継者育成が課題となっている
- 地域における自主的な取り組みについて、地域間におけるノウハウの共有や連携ができていない

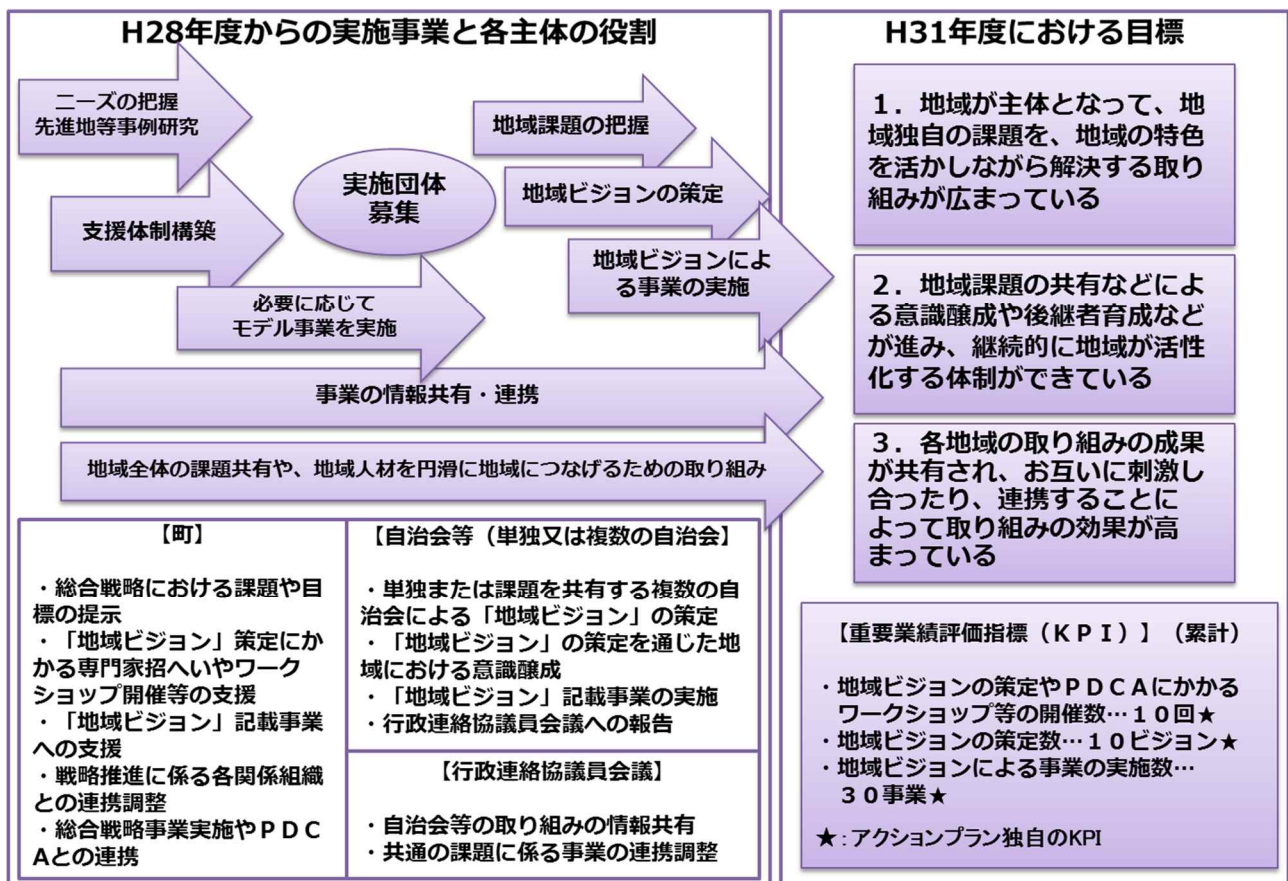
【コミュニティ力の維持・強化を図りつつ、地域の特性に応じた総合戦略の推進を行うためには・・・】

- ☑ 地域自らが、課題の整理や見える化、解決に向けたプランづくりを地域での意識醸成や合意形成を図りながら行う必要がある
- ☑ 地域の特性に応じた取り組みを尊重しつつ、総合戦略事業と連携する必要がある
- ☑ 意欲ある地域人材をつなげ、持続可能性を高める取り組みを支援したり、地域間が連携する仕組みづくりが必要

2) 事業推進体制と概要



3) 事業のスキームと目標



5. 参考資料

1) 用語解説

【あ行】

◆空き家バンク制度

売買、賃貸等を希望する住宅を所有している方に、物件情報を空き家バンクへ登録してもらい、定住等を希望する方へ、その情報を提供する制度・システムのことを言います。

◆インバウンド

インバウンド（inbound）とは、「入ってくる、内向きの」という意味の形容詞で、外国人旅行者を自国へ誘致することを言います。

【か行】

◆交流人口

定住人口ともいわれる住所地人口とは異なり、通勤・通学、文化、スポーツ、買い物、観光等人々の交流によりその地を訪れた人口のことを言います。

◆コミュニティビジネス

住民が主体となって、地域が抱える課題をビジネスの手法により解決し、またコミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元するという事業の総称です。

【さ行】

◆シティプロモーション

まちの魅力を磨き上げ、まちが持つ様々な地域資源を外に向けてアピールすることで、自らのまちの知名度や好感度を上げ、地域そのものを全国的に売り込むことを言います。「シティセールス」とも言われています。

◆スキーム

枠組みや体系、計画のことを言います。

◆ストック

ある一時点に存在する物、在庫のことを言います。また、住宅政策における住宅ストックとは、既存の住宅のことを言います。

◆ソーシャルキャピタル

「社会関係資本」とも言います。地域社会全体の人間関係の豊かさ、地域コミュニティなど、こうした自発的な住民同士の活動や住民と行政のパートナーシップ（対等な協力関係）が活発であるほど、豊かな社会が形成されるという考え方のことです。

【た行】

◆地域ブランド

その地域に存在する自然、歴史・文化、食、観光地、特産品、産業などの地域資源の「付加価値」を高め、他の地域との差別化を図ることにより、市場において情報発信力や競争力の面で比較優位を

持ち、地域住民の自信と誇りだけでなく、地域外の人（来訪者、消費者等）に共感、愛着、満足度をもたらすものを言います。

◆地域包括ケア

重度な要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができるよう、住まい・医療・介護・予防・生活支援が一体的に提供されることを言います。

◆チャレンジショップ

空き店舗や事務所を活用して、新たに地域に根ざした特色ある店舗などを始める人が、事業を体験しノウハウを得ることを支援するものを言います。

【な行】

◆農山村ツーリズム

「グリーンツーリズム」とも言い、都市住民が豊かな自然や美しい景観を求めて農山村を訪れ、交流や体験を通じて自然・農村文化を楽しむ余暇活動のことを言います。

【は行】

◆パッケージ

関連する様々な要素を1つにまとめたものを言います。

【ま行】

◆モニターツアー

旅の内容について、参加者に監視や点検をし、意見を述べることを依頼する旅・ツアーのことを言います。

【ら行】

◆6次産業化

農林漁業生産（第1次産業）と加工（第2次産業）・販売（第3次産業）の一体化や、地域資源を活用した新たな産業の創出を促進し、所得の増大や新たな産業の創出を図ることで、1次と2次と3次を足して、第6次産業と言います。

【わ行】

◆ワンストップ化

1か所で複数のサービスを受けられたり、多様な商品が購入できることを言います。

【アルファベット】

◆KPI（重点業績評価指標）

「Key Performance Indicator」の略。施策・事業ごとの進捗状況、目標の達成状況などを評価するための指標のことを言います。

◆PDCA

Plan（計画）、Do（実施・運用）、Check（検証・評価）、Action（見直し・改善）の頭文字をとったもので、「計画」から「見直し・改善」までを行い、さらにそれを次の「計画」に活かす仕組みのことを言います。

**豊能町まち・ひと・しごと創生
総合戦略アクションプラン**

平成 28 年 3 月

編集・発行 豊能町 総務部 秘書政策課

〒563-0292 大阪府豊能町余野 414 番地の1

電話：072-739-3413 F A X：072-739-1980