

まち・ひと・しごと創生  
総合戦略

—暮らしやすく 幸せを実感できるまち—



平成 27 年 10 月 初 版  
平成 28 年 3 月 第 2 版  
令和 2 年 3 月 第 3 版



# 目次 Contents

1	はじめに	1
2	あわら市まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本的な考え方	2
	(1) 国の総合戦略との関係	2
	(2) 5か年戦略の策定	3
	(3) 第2次あわら市総合振興計画との関係	3
	(4) 政策目標設定と政策検証の枠組み	3
	(5) 計画のフォローアップ	3
3	あわら市人口ビジョンの概要	4
	(1) あわら市の人口の動向	4
	(2) あわら市人口ビジョンにおける基本的視点	5
	(3) 人口の将来展望	5
<b>基本目標ごとの戦略</b>		
	<b>基本目標① あわら市における安定した雇用を創出する</b>	6
	施策① スモール・ビジネス支援事業	7
	施策② 求人・求職者マッチング促進事業	7
	施策③ 勤労者住宅資金利子補給制度	7
	施策④ 企業立地助成制度	8
	施策⑤ 県外赴任者安心サポート事業	8
	施策⑥ 創業支援資金利子補給制度	8
	<b>基本目標② あわら市への新しいひとの流れをつくる</b>	9
	施策① あわら温泉を中心とした観光振興事業	10
	施策② あわら市魅力発信事業	10
	施策③ 越前加賀インバウンド推進事業	10
	施策④ 福井Uターンセンター・福井労働局連携事業	11
	施策⑤ 新規就農者移住サポート事業	11
	<b>基本目標③ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる</b>	12
	施策① 縁結び推進事業	13
	施策② 子育て世代包括支援センター事業	13
	施策③ 第3子以降のこども園料無料化事業	13
	施策④ 子ども医療費助成事業	13
	施策⑤ あわらっこ子育て応援事業	14
	施策⑥ ふるさと教育事業	14

基本目標④ 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する .....	15
施策① 市民活動サポート助成事業 .....	16
施策② 福井ふるさと茶屋整備支援事業 .....	16
施策③ 空き家活用事業 .....	17
施策④ 空き店舗活用事業 .....	17
施策⑤ 地域ブランド創出事業 .....	17

## 1 はじめに

あわら市では、平成 19 年度から市の重点施策に「若い世代が、住んで、生んで、育てたくなるまち」の実現を掲げ、市民の皆さんから住んでよかったと褒めていただけるまちづくりを進めています。

また、平成 22 年度からは、この政策を「健康」「教育」「環境」「コミュニティ」「経済産業」の各分野から充実・深化した施策として体系化し、強力で進めているところです。

一方、国においては、急速な少子高齢化の進行に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京一極集中（※1）を是正し、それぞれの地域が自らの地域資源を活用して、将来に向かって活力ある地域社会を創造することを目的とする「まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年 11 月）」を施行しました。そして、①国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会を形成すること《まちの創生》、②地域社会を担う個性豊かで多様な人材について確保すること《ひとの創生》、及び③地域における魅力ある多様な就業の機会を創出すること《しごとの創生》を一体的に推進するため、「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」及び「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、今後の「地方創生」の方向性を示しました。

「あわら市まち・ひと・しごと創生総合戦略」は、国の長期ビジョンを踏まえ、国が進める地方創生の諸施策を最大限に活用しながら、市が進めている各種施策のうち、まち・ひと・しごと創生に係るものを重点化し、戦略的に実行していくために策定するものです。

さらに、少子高齢化と東京一極集中に端を発した人口減少問題や、北陸新幹線の県内延伸を見据えたまちづくりが、あわら市の将来を左右する大きな課題であることを、本市の支えである市民や産官学金労言（※2）の皆さんと共有しながら、「誇りを持って住み続けられるまち」「離れてもまた帰ってくるまち」「みんなが集まるまち」そして「暮らしやすく幸せを実感できるまち」を目指し、本戦略を推進していきます。

---

（※1）東京一極集中…東京圏への約 10 万人の転入超過のこと。特に若い世代が大半を占めており、大学進学時ないし大学卒業後就職時の転入がその主たるきっかけとなっている。

（※2）産官学金労言…（産）産業界、（官）地方公共団体や国の関係機関、（学）大学等の高等教育機関、（金）金融機関、（労）労働団体、（言）メディア

## 2 あわら市まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本的な考え方

### (1) 国の総合戦略との関係

国が策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考えや政策5原則などを基に、本市における、人口減少と地域経済縮小の克服、まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立を目指します。

### 1 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方

#### (1) 人口減少と地域経済縮小の克服

- ・本格的な人口減少社会の到来、地方と東京圏の経済格差による人口の一極集中
- ・地域経済の縮小により、人口の一極集中と地方人口減少に拍車がかかる。
- ・地方における負のスパイラルの解消、人口減少を克服し地方創生
  - ① 東京一極集中を是正する。
  - ② 若い世代の就労・結婚・子育ての希望を実現する。
  - ③ 地域の特性に即して地域課題を解決する。

#### (2) まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立

- ・地域経済の活性化、産業の高付加価値などによる「しごとの創生」
- ・地方就労の促進や移住定住促進などによる「ひとの創生」
- ・安心できるくらしの確保や都市のコンパクト化、広域連携などによる「まちの創生」

### 2 「まち・ひと・しごと創生」政策5原則

#### (1) 自立性

各施策、構造的な問題に対処し、地方公共団体などの自立につながるようにする。

#### (2) 将来性

地方が自主的かつ主体的に、前向きに取り組むことを支援する施策に重点を置く。

#### (3) 地域性

各地域の実態に合った施策を支援することとし、各地域は客観的データに基づき実情分析や将来予測を行い、「地方版まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定するとともに、同戦略に沿った施策を実現できる枠組みを整備する。

#### (4) 直接性

限られた財源や時間の中で、最大限の成果を上げるため、施策を集中的に実施する。住民代表・産官学金労言の連携を促すことにより、政策の効果をより高める工夫を行う。

#### (5) 結果重視

明確なPDCAメカニズムの下に、短期・中期の具体的な数値目標を設定し、政策効果を客観的な指標により検証し、必要な改善などを行う。

## (2) 5か年戦略の策定

平成26年12月27日付け閣副第979号内閣審議官通知により、本市における人口の現状と将来の展望を提示する人口ビジョンを策定し、これを踏まえて、今後5か年の目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめたものです。

## (3) 第2次あわら市総合振興計画との関係

平成28年度を始期とする第2次総合振興計画は、北陸新幹線の県内延伸、人口の減少と超高齢化など前総合振興計画策定時から大きく変化した社会情勢を背景に、限られた行政の経営資源を有効活用し最大の効果を上げることを目指す市の最上位計画です。

「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本的な考え方は、第2次総合振興計画の考え方と合致するものであり、国の示す政策四分野（①雇用、②人の流れ、③結婚・出産・子育て、④地域づくり・暮らし）に特化した戦略を、5か年計画として策定するものです。

また、令和2年3月の改定において、第2次あわら市総合振興計画後期基本計画の計画期間と同一にするため、計画期間を1年延長することとしています。

## (4) 政策目標設定と政策検証の枠組み

国、県の地方創生に係る考え方や取組、第2次総合振興計画に示すまちづくりプロジェクトや重点施策との連携を図りながら「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に掲げる基本目標を以下のとおり設定します。その際、基本目標は、実現すべき成果に係る数値目標とします。

### あわら市の基本目標

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>① あわら市における安定した雇用を創出する</li><li>② あわら市への新しいひとの流れをつくる</li><li>③ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる</li><li>④ 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する</li></ul> |
|---|

また、政策分野ごとに講ずべき施策の基本的方向と具体的な施策を記載し、各施策の効果を客観的に検証できる指標（重要業績評価指標（KPI））を設定します。

なお、総合戦略の進捗管理は、外部有識者などで構成するあわら市まち・ひと・しごと創生推進会議で検証し実施します。

## (5) 計画のフォローアップ

この初版を基本に、ふくい創生・人口減少対策戦略などとの整合を図りながら、広域的な連携を進めるとともに、随時、必要な見直しを行っていきます。

また、取組の推進に当たっては、地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金などの国の財政的支援制度や地方創生コンシェルジュ制度などの人的支援制度を含め、国の支援制度を積極的に活用することとします。

### 3 あわら市人口ビジョンの概要

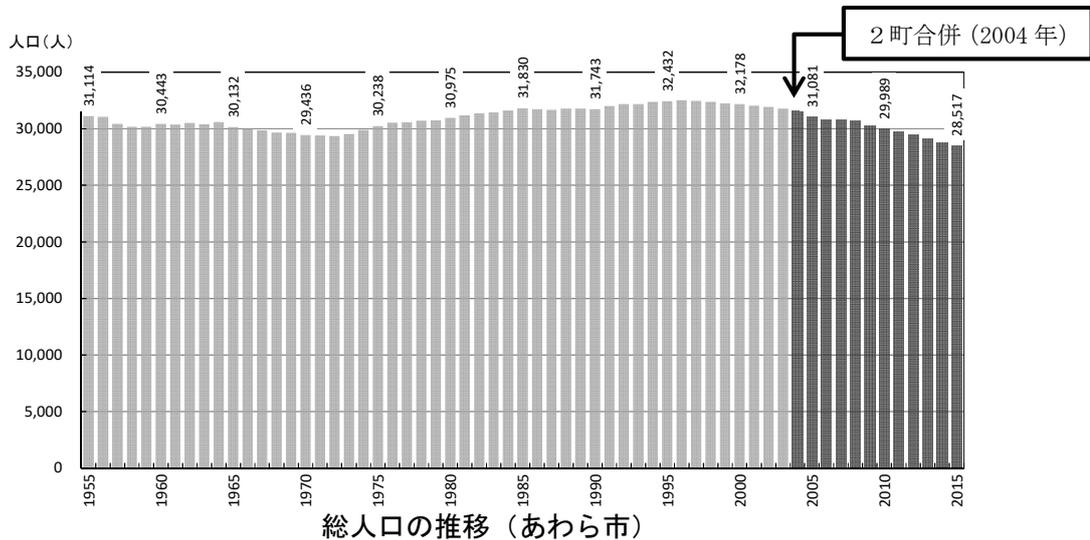
あわら市人口ビジョンは、国の「まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」及び福井県が策定する「福井県の人口の動向と将来見通し」の趣旨を尊重し、本市における人口の現状分析を行い、人口に関する市民の認識を共有し、今後目指すべき将来の方向と人口の将来展望を示すものです。

#### (1) あわら市の人口の動向

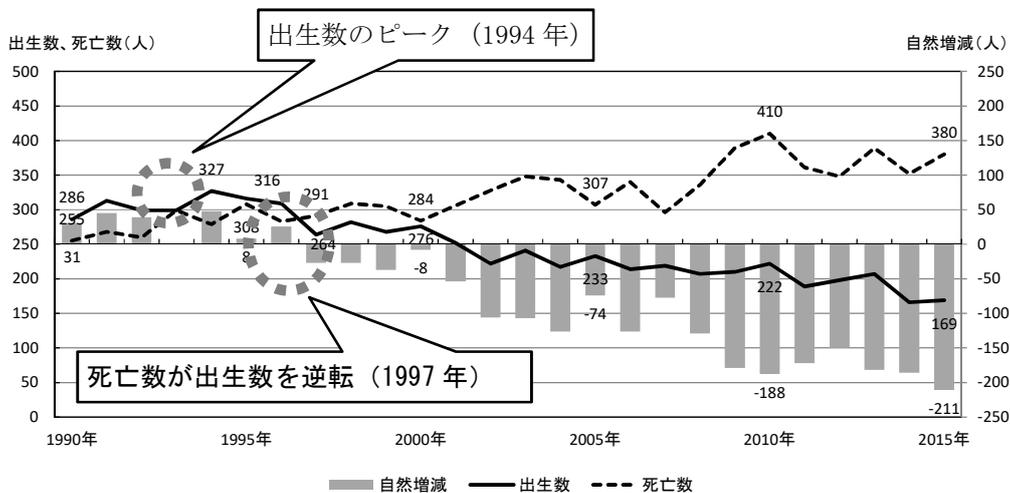
あわら市の人口は、1996年（平成8）の約3万2千人をピークに減少局面に突入しています。自然動態の推移をみると、高齢化の進行とともに出生率の低下、出産適齢期にある女性の減少や未婚率の増加などの影響により、自然減が長期的に拡大しています。一方で、社会動態は若者世代を中心に近年社会減の傾向にあります。

このような状況のもと、国立社会保障・人口問題研究所の推計※によると、将来人口は2010年（平成22）の約3万人から、2040年（令和22）には約2万1千人、2060年（令和42）には約1万4千人にまで減少すると見込まれます。

※「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）」（国立社会保障・人口問題研究所）



出典：国勢調査（1955年（昭和30）～2010年（平成22））、  
福井県の推計人口（1955年（昭和30）～2015年（平成27）の国勢調査年以外）



#### 自然動態（出生数、死亡数）の推移

出典：福井県の推計人口

## (2) あわら市人口ビジョンにおける基本的視点

人口減少、少子高齢化社会の到来を見据え、「若い世代が住み、生き、育てたくなるまち」あわら市を目指すためには、安定した雇用環境や子育てしやすい環境づくり、そして暮らしやすく幸せを実感できるまちづくりを進め、人口流出の抑制につなげる事が重要といえます。

そのため、本市が目指す基本的視点として以下の3点を掲げています。

### あわら市人口ビジョン 基本的視点

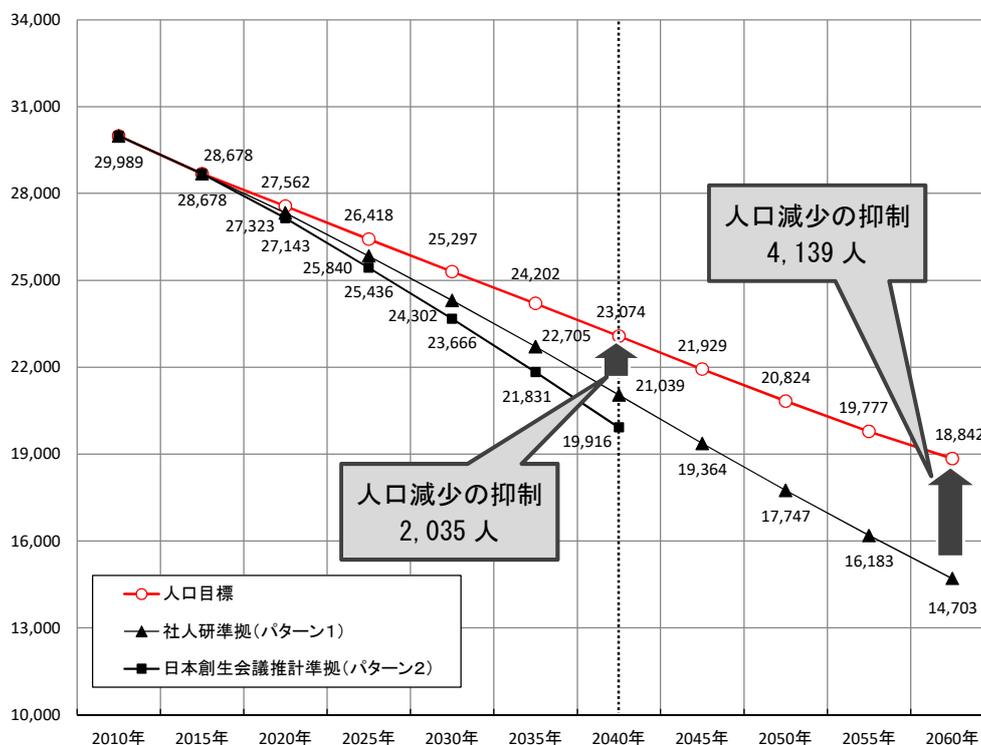
- |  |
|--|
| 視点1：結婚、出産などの希望の実現<br>視点2：人口流出抑制とU I Jターンの促進<br>視点3：にぎわいや活力のある暮らしやすいまちの形成 |
|--|

## (3) 人口の将来展望

市民アンケート調査結果より、理想の出産・子育て環境が整い、結婚を希望する全ての未婚者の結婚が実現した場合、あわら市の希望出生率は1.99人となり、現在の出生率(1.42人)を上回ります。

国の長期ビジョン及び福井県人口の将来見通し、あわら市の人口に係る推計、出生率の動向、アンケート調査結果などを踏まえ、本市が目指す「基本的視点」に結びつく事業や施策を強力に推し進めることにより2040年(令和22)の人口目標を約23,000人とします。

(人)



※社人研準拠(パターン1): 社会保障・人口問題研究所の集計手法に基づき、人口の社会移動が将来0.5倍に縮小すると仮定した場合の推計

※日本創生会議推計準拠(パターン2): パターン1の推計手法に基づき、人口の社会移動が将来縮小しないと仮定した場合の推計

※人口目標: パターン1の推計手法に基づき、合計特殊出生率が2030年(令和42)に1.80人、2040年(令和22)に2.07人へと向上し、若い世代(10代後半~20代)の人口の社会増減が均衡すると仮定した場合の推計

## 基本目標① あわら市における安定した雇用を創出する

### (1) 数値目標

数値目標	基準値	目標値 (R2)
本市の創業支援施策による新規創業者数	—	25人
完全失業者数	779人 (H17) 984人 (H22)	550人
企業誘致数 (工場誘致を含む)	8件 (H20~H26)	15件 (H20~R2)
働きやすい環境が整っていると感じる市民の割合	39.5% (H26)	50.0%

### (2) 基本的方向

#### ① 雇用の創出と働きやすい環境の整備

暮らしを支える大切なものの一つに、働く場所の確保があります。市民一人一人がそれぞれの希望に沿った職場で生きがいを感じながら働くことのできる環境の整備に努めます。また、子育てを終えた女性や元気な高齢者などの起業を積極的に支援します。

#### ② 働く人が住みやすい環境の整備

市内で働く人が住宅を購入したり、生活に必要な資金を確保することに対し、できる限りの支援を行い、市内に安心して定着できる基盤づくりに努めます。また、県外からの移住希望者に対しても、雇用情報と合わせて空き家情報を提供するなど、移住支援も行います。

#### ③ 企業誘致の推進

本市産業の発展を図っていくためには、市外企業の誘致だけではなく、市内企業の増設も含め、幅広く捉えて、企業立地に戦略的に取り組む必要があります。産業団地やJR芦原温泉駅前へ積極的に企業誘致を推し進め、地域産業の活性化と雇用機会の拡大を図ります。

### (3) 具体的施策と施策ごとの重要業績評価指標 (KPI)

#### 施策① スモール・ビジネス支援事業

##### 内 容

新たに創業を行う人に対して、その創業などに要する経費の一部を助成することで、新たな需要や雇用の創出などを促し市の経済を活性化させます。また、事業を効果的に展開するため、平成27年5月に国の認定を受けた「あわら市創業支援事業計画」に沿って、これまで創業支援事業者（市内金融機関、商工会など）が個々に実施してきた創業支援の取組について、各機関の枠組みを超えてワンストップ体制で支援することにより、創業率の向上を目指します。

##### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
本事業による新規創業者数	—	20人 (6年間で)

#### 施策② 求人・求職者マッチング促進事業

##### 内 容

市内企業では、求人・求職のバランスが崩れ、企業が希望する人材の確保が困難となっています。また、若手社員の早期離職も目立っていることから、職場体験（インターンシップ）の機会を創出します。さらに、受入企業に職場体験に要する経費を助成するとともに、県外からの求職者に交通費の一部を助成することで、UIJターン者の増加も図ります。なお、県外からの求職者に対しては、福井労働局や市内企業と連携を図り、三大都市圏などにおいて企業説明会（就職面接会）や職業相談を開催し、移住施策と合わせて積極的な雇用の確保に努めます。

##### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
本事業の受入企業数	—	120社 (6年間で)
本事業による受入人数	—	250人 (6年間で)
本事業による雇用者数	—	60人 (6年間で)

#### 施策③ 勤労者住宅資金利子補給制度

##### 内 容

勤労者があわら市内で自らの住宅を新築又は購入するときの借入金の利子の一部を補給し、勤労者の福祉の向上を図ります。

##### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
本制度の新規利用者数	24件 (H26)	120件 (6年間で)

施策④ 企業立地助成制度		
内 容		
企業立地助成金、雇用促進奨励金、勤労者定住促進事業補助金など、企業立地促進に必要な奨励措置を講じることにより、産業の振興、雇用機会の拡大及び市内定住の促進を図ります。		
数値目標		
数値目標	基準値	K P I (R2)
本制度による新規雇用者数	131 人 (H20～H26)	300 人 (H20～R2)
施策⑤ 県外赴任者安心サポート事業		
内 容		
県外から市内に赴任した転入者の実家の家族に毎年 2 万円相当の特産品を進呈し、離れて暮らす家族の方への安心の提供に努めます。		
数値目標		
数値目標	基準値	K P I (R2)
本事業による転入者数	5 人 (H26)	21 人 (H26～R2)
施策⑥ 創業支援資金利子補給制度		
内 容		
地域金融機関から融資を受けて市内で創業を行う人に対して、その利子の一部を市が補給することで、創業者の負担を軽減し創業しやすい環境を整えます。		
数値目標		
数値目標	基準値	K P I (R2)
本制度の利用者数	—	15 人 (6 年間で)

## 基本目標② あわら市への新しいひとの流れをつくる

### (1) 数値目標

数値目標	基準値	目標値 (R2)
観光入込客数	182 万人 (H26)	220 万人／年
観光宿泊客数	82 万人 (H26)	100 万人／年
外国人観光宿泊客数	6,500 人 (H26)	30,000 人／年
U I J ターンの移住者数 (福井Uターンセンター経由、 本市の移住施策による)	—	250 人

### (2) 基本的方向

#### ① 魅力的な観光地づくりと観光の振興

あわら温泉は福井県随一の温泉観光地であるとともに、北陸観光の宿泊拠点にもなっています。これまで多かった関西、中京方面からの観光客に加え、新幹線や舞鶴若狭自動車道などでアクセスの向上する関東、甲信越、中国地方など全国から訪れる観光客にとって魅力的な観光地づくりを目指します。また、年間を通して観光客と事業者をつなぐワンストップ型の拠点を整備し、本市を訪れる人々のニーズに応じた体験型観光の提供を行うなど、地域ぐるみのおもてなしを実践します。

#### ② ターゲットを明確にした効果的な観光情報の発信

福井県と首都圏、関東甲信越を1本の線路で結ぶ北陸新幹線が、当初の予定を3年早め令和4年度に開業します。平成27年3月に先行開業した長野ー金沢間では、新幹線を利用して富山県や石川県に多くの来訪者が訪れ、その高い経済効果が認められています。今後は、あわらブランドを確立し他地域にない魅力の発信や、北陸新幹線沿線地域に向けた観光PRをより一層強化するとともに、平成26年度に製作した観光プロモーションビデオやフェイスブックなどのSNSを活用し、効果的な観光誘客を図ります。

#### ③ 広域観光やインバウンド誘客の推進

福井県と石川県の県境の地域には、世界に誇ることのできる自然や宗教文化、食など優れた観光資源が多数存在します。この県境に位置する4市1町で組織する「越前加賀宗教文化街道～祈りの道～推進協議会」のネットワークを強化し、広域観光周遊ルートの形成や受け入れ態勢の整備を進めるとともに、この地域の自然や文化などを海外に広く発信することで、インバウンド観光を推進し、外国人観光客のさらなる増加を図ります。

#### ④ U I J ターンの促進

移住希望者の視点に立ち、雇用や住まい、教育などの移住の受け皿に関する総合的な環境整備を行うとともに、福井Uターンセンターや福井労働局（ハローワーク三国）と連携した

移住希望者向けの情報提供に取り組み、U I J ターン者の増加に努めます。

### ⑤ 新規就農者の育成と支援

あわら市の基幹産業の一つである農業は、南部平坦地を中心とした稲作農業と北部丘陵地を中心とした畑作農業に大きく分けられますが、いずれも農業従事者の高齢化や後継者不足、消費構造の変化による農産物価格の低迷などにより、厳しい経営が続いています。将来的にあわら市の農業を守るため、後継者の確保と併せて新規就農者の呼び込みを積極的に行い、市内に定住しやすい環境整備や支援を行います。また、園芸分野での就農を支援するために福井県が設置した研修施設「ふくい園芸カレッジ」と連携を密にし、研修生に空き家情報などを提供しながら、市内への定住を促進します。

## (3) 具体的施策と施策ごとの重要業績評価指標 (K P I)

### 施策① あわら温泉を中心とした観光振興事業

#### 内 容

あわら温泉開湯 130 周年や北陸新幹線金沢開業を契機とし、さらにあわら市にゆかりのある漫画「ちはやふる」を活用して、地域の魅力向上、集客要素を兼ね備えたソフト事業及び二次交通アクセスの整備を実施することで、市の知名度向上と観光誘客を図ります。

#### 数値目標

数値目標	基準値	K P I (R2)
あわら湯けむり映画祭の集客数	—	2 千人／年
ちはやふる路線バスの利用者数	2.5 万人 (H26)	3 万人／年
周遊バスの利用者数	—	1,800 人

### 施策② あわら市魅力発信事業

#### 内 容

あわら市には、平成 27 年 12 月公開の映画「海難 1890」の田中光敏監督が手掛けた観光プロモーションビデオ (P V) があります。平成 26 年度に製作したドラマ仕立てのこの P V を市のホームページや動画配信サイトで公開するなど、あわら市の魅力アップに努め、移住定住の促進と観光誘客を推進します。

#### 数値目標

数値目標	基準値	K P I (R2)
観光 P V 閲覧数 (ねっと de あわら・YouTube の合計)	—	15 万件

### 施策③ 越前加賀インバウンド推進事業

#### 内 容

県境を跨ぐ 4 市 1 町で組織する「越前加賀宗教文化街道～祈りの道～推進協議会」を発展させ

た「越前加賀インバウンド推進機構」による観光PVやパンフレット、インフォメーションの多言語化や、海外に向けた宣伝活動、メディア・旅行会社の招聘を通して旅行商品の造成を促すとともに、観光事業者や交通事業者、商店などを対象とするインバウンドセミナーの実施により受け入れ態勢の強化を図るなど、広域連携によるインバウンド観光を推進します。

数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
外国人観光宿泊客数	6,500人 (H26)	30,000人/年

施策④ 福井Uターンセンター・福井労働局連携事業

内 容

福井Uターンセンター（福井移住定住促進機構）や福井労働局（ハローワーク三国）と連携し、本市に関心を持った人に対してきめ細やかな移住定住や就職の支援を行います。また、三大都市圏などで開催される移住フェアなどへの積極的な参加や、福井労働局や市内企業と連携した企業説明会（就職面接会）や職業相談の開催を通して、UIJターン者の呼び込みを行います。

数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
UIJターンの移住者数 (福井Uターンセンター経由)	—	120人 (6年間で)

施策⑤ 新規就農者移住サポート事業

内 容

新規就農者が市内にある空き家を購入又は借り入れ、リフォームする際にその費用の一部を助成することで、新規就農者が市内に定着しやすい環境を整えます。また、ふくい園芸カレッジの研修生など、県外からの就農希望者に対して積極的に働きかけることで、空き家利用を促進します。

数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
新規就農者数	1人 (H26)	14人 (6年間で)

## 基本目標③ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

### (1) 数値目標

数値目標	基準値	目標値 (R2)
縁結び推進事業による成婚数	—	30 組
合計特殊出生率	1.42 (H26)	1.47
就学前乳幼児数	1,217 人 (H26)	990 人
子育て環境が充実していると 感じる市民の割合	55.4% (H26)	65.0%

### (2) 基本的方向

#### ① 結婚しやすい環境の整備

近年の晩婚化や結婚しない男女の増加は、社会的な問題となっています。こうした問題を市の重要な課題として認識し、行政としてその解消に積極的に関わっていく仕組みづくりに努めます。

#### ② 出産から子育てまで切れ目ない支援の充実

あわら市の合計特殊出生率（一人の女性が生涯に生む子どもの人数）は全国平均を上回っているもの、人口規模が長期的に維持される水準（人口置換水準。現在は2.07）には届いていません。この状況を喫緊の課題として受け止め、子どもを産むまでの支援、産後の健やかな成長を促進する専門的な支援を充実することにより、子育ての負担感や不安の軽減を図り、出産、子育てに希望や期待を持つ家庭を増やします。

#### ③ ふるさと愛の醸成によるふるさと回帰の促進

自然や農林水産業などのあわら市が誇る地域資源を活かした遊びや料理、また言い伝えや風習などを子どもたちに伝えていくための機会を創出し、子どもの頃からふるさとの素晴らしさを認識し、ふるさとへの関心と誇りを育てます。そして、子どもたちが、ふるさと「あわら」を愛し、ふるさとに誇りと愛着を持ちながら、大人になってこの「あわら」に住み、このまちを支えていこうと思えるような教育を地域全体で取り組みます。

### (3) 具体的施策と施策ごとの重要業績評価指標 (KPI)

#### 施策① 縁結び推進事業

##### 内 容

地域密着型の業務・活動を行っている、企業や団体の協力を得ながら、地域資源を活用した若い男女自身による出会いの場の企画・創出を進め、婚活実践力の向上を図ります。

##### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
本事業による成婚数	—	30組 (6年間で)
本事業によるカップル成立数	—	75組 (6年間で)

#### 施策② 子育て世代包括支援センター事業

##### 内 容

妊娠期から子育て期にわたるまでの様々なニーズに対して総合的相談支援を提供するワンストップ拠点(子育て世代包括支援センター)を市保健センターに整備し、認定こども園や子育て支援センターと連携することで、産前・産後のサポート体制を強化します。専任の看護職や保健師が専門的見地から妊娠から出産、就学に至るまで対象者に寄り添った切れ目のない支援を行い、妊娠や出産、不妊による不安感や孤独感の解消に努めます。

##### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
出生数	164人 (H26)	200人/年

#### 施策③ 第3子以降のこども園料(保育料)無料化事業

##### 内 容

3人目以降の子どもについて、小学校就学前までのこども園料(保育料)を無料にし、子育て家庭への経済的負担の軽減を図ります。

##### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
就学前乳幼児数	1,217人 (H26)	990人

#### 施策④ 子ども医療費助成事業

##### 内 容

中学校修了までの全ての子どもの医療費を助成し、安心して子どもを生み育てられる環境づくりに努めます。

##### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
中学校修了前人口	3,617人 (H26)	3,650人

施策⑤ あわらっこ子育て応援事業		
内 容		
<p>出産した全ての保護者に対し、1人目1万円、2人目3万円、3人目以降5万円の出産祝い金を支給する。</p>		
数値目標		
数値目標	基準値	K P I (R2)
出生者数	—	200人/年
施策⑥ ふるさと教育事業		
内 容		
<p>放課後子ども教室や学校、公民館などにおいて、地域に伝承されている言い伝えや昔話、遊び、料理、風習などを地域の人たちの手で子どもたちに伝承することで、ふるさと愛を醸成し、将来のあわら市を担う人財を育てます。</p>		
数値目標		
数値目標	基準値	K P I (R2)
郷土・伝承教室事業の開催回数	30回 (H26)	25回
郷土・伝承教室事業の参加人数	139人 (H26)	600人

## 基本目標④ 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

### (1) 数値目標

数値目標	基準値	目標値 (R2)
市民活動団体数 (市民活動サポート助成事業応募団体数)	29 団体 (H22~H26)	100 団体 (H22~R2)
空き家情報バンク登録数	4 件 (H26)	70 件
空き家解消率 (マッチング数/空き家総数)	—	5%
本市の認知度ランキング (地域ブランド調査) (※1)	807/1,000 位 (H26)	200/1,000 位
本市の魅力度ランキング (地域ブランド調査) (※1)	472/1,000 位 (H26)	200/1,000 位

### (2) 基本的方向

#### ① 地縁コミュニティの再構築による確かな暮らしの実現

地域活動への理解を深め、参加を促進することにより、市民全般に地域コミュニティへの参加の意味の理解浸透を図ります。これにより、身近な生活環境を守り、魅力あるものに磨き上げていくため、地域の中で協力する関係づくりを促進します。

#### ② 地域コミュニティの活性化による市民主体のまちづくりの推進

市民が持つスキルや特性を活かし、地域の活動を活性化する環境を整備します。これにより、市民活動の担い手として多様な主体がまちづくりに参加し、効果的かつ継続的に地域活性化を促す仕組みを構築します。

### ③ 人口減少などを踏まえた既存ストックのマネジメント強化

人口減少社会の進行とともに、空き家や空き店舗の増加が今後の大きな課題となっています。空き家情報バンク制度やチャレンジショップなどの制度周知の強化を図るとともに、希望者とマッチングできる体制づくりを行います。また、過去に整備を進めてきたさまざまな社会基盤の適切なダウンサイジングと効率的な運営を進めていくことが時代の要請となっています。規模の縮小が価値の縮小になるのではなく、価値の維持・向上となるよう、既存の社会基盤の再構築を目指します。

### ④ 地域ブランドの確立による地域経済好循環の実現

移住定住や観光誘客などの地方創生施策を推し進める上で、その地域の認知度や魅力度は不可欠な要素といえます。これまで本市に確たる地域ブランドがない現状を課題と捉え、行政が主観的に定める地域ブランドではなく、地域を支える人、企業が共感できる地域ブランドとともに作り上げ、それを生かした人の呼び込み・定着や観光客の誘致、また新たな企業の誘致や新商品・特産品開発など、地域全体の活性化につなげる土台づくりを行います。

## (3) 具体的施策と施策ごとの重要業績評価指標 (KPI)

### 施策① 市民活動サポート助成事業

#### 内 容

行政区やNPO、任意団体など、市内で活動する構成員5人以上の団体が、自ら企画し地域の活性化などを目的に行う事業や活動を支援することにより、まちづくり活動やコミュニティの強化を促進します。

#### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
本事業に応募する市民活動団体数	29 団体 (H22~H26)	100 団体 (H22~R2)

### 施策② 福井ふるさと茶屋整備支援事業

#### 内 容

地域にある既存施設を活用し、住民が寄り合う場所や地元の農産物の販売などを行う拠点の整備を支援し、地域住民のつながり強化や生きがいの創出、地域の資源を活用したコミュニティ・ビジネスの活性化を図ります。

#### 数値目標

数値目標	基準値	KPI (R2)
福井ふるさと茶屋整備支援件数	—	2 件 (6 年間で)

施策③ 空き家活用事業		
内 容		
市内の利活用が可能な空き家については、「あわら市空き家情報バンク」への登録・成約を促進するため、所有者・居住希望者に対して、家財道具の処分、取得、リフォームなどにかかる費用の支援を実施します。さらに、移住体験施設や大学生が居住するためのシェアハウス等に転用が可能な空き家を掘り起こしていきます。		
数値目標		
数値目標	基準値	K P I (R2)
空き家情報バンク登録件数	4 件 (H26)	70 件 (6 年間で)
本事業による物件契約件数	1 件 (H26)	50 件 (6 年間で)
施策④ 空き店舗活用事業		
内 容		
スモール・ビジネス支援事業と併せて、空き店舗を活用して出店する場合の店舗改装費を助成し、創業支援や市街地活性化を促進します。		
数値目標		
数値目標	基準値	K P I (R2)
本事業による空き店舗活用件数	0 件 (H26)	5 件 (6 年間で)
施策⑤ 地域ブランド創出事業		
内 容		
北陸新幹線県内延伸を見据え、市民や産官学金、市の応援者などが一体となって地域ブランドの確立を図り、その地域ブランドを生かした各種施策の発案、商品開発、情報の発信などにつなげることで、地域経済好循環を実現する仕組みを構築します。また、地域ブランドに共感する企業の誘致や移住者、観光客の増加につなげます。		
数値目標		
数値目標	基準値	K P I (R2)
本市の認知度ランキング (地域ブランド調査) (※1)	807 / 1,000 位 (H26)	200 / 1,000 位
本市の魅力度ランキング (地域ブランド調査) (※1)	472 / 1,000 位 (H26)	200 / 1,000 位

(※1) 全 790 市 (平成 27 年 4 月末現在) と東京 23 区及び地域ブランドへの取組に熱心な 187 の町村を加えた計 1,000 の市区町村を対象に、ブランド総合研究所が年 1 回実施している調査