

# 阪南市 デジタル田園都市構想 総合戦略

本編

(第3期阪南市総合戦略)  
【2025年度～2029年度】

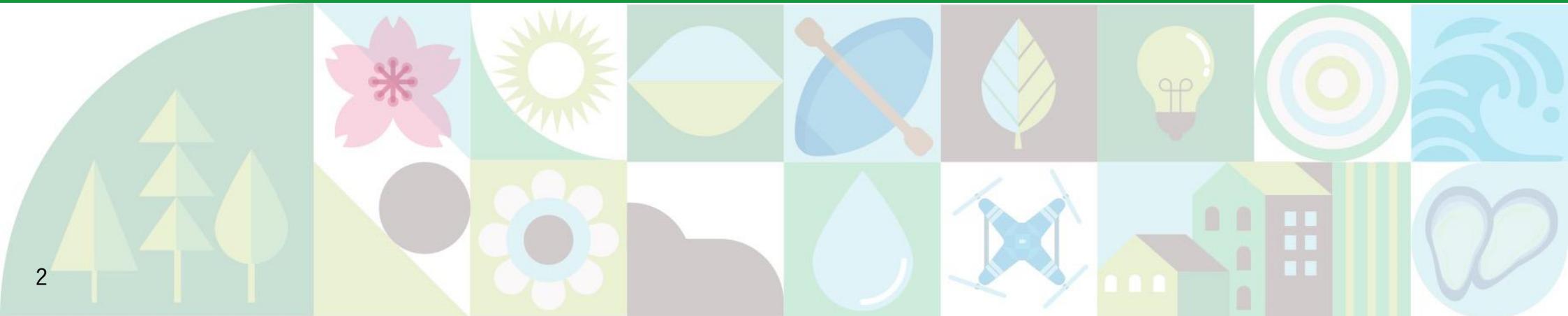


# 目次

<b>第1章 本戦略の策定背景と趣旨</b>	P.2
1. はじめに	P.3
2. 第2期阪南市総合戦略の振り返り	P.6
3. デジタル田園都市構想総合戦略の概要	P.8
<b>第2章 人口動態と将来展望</b>	P.12
1. 人口動態	P.13
2. 将来展望	P.17
<b>第3章 総合戦略</b>	P.22
1. 本市の現状と課題	P.23
2. 基本的な考え方	P.26
3. 基本目標・施策体系	P.30
4. 戦略の基本的な方向性および具体的な施策・成果指標	P.32
<b>第4章 デジタル技術の活用</b>	P.54
<b>第5章 本戦略の推進</b>	P.57
<b>【参考】用語集</b>	P.60

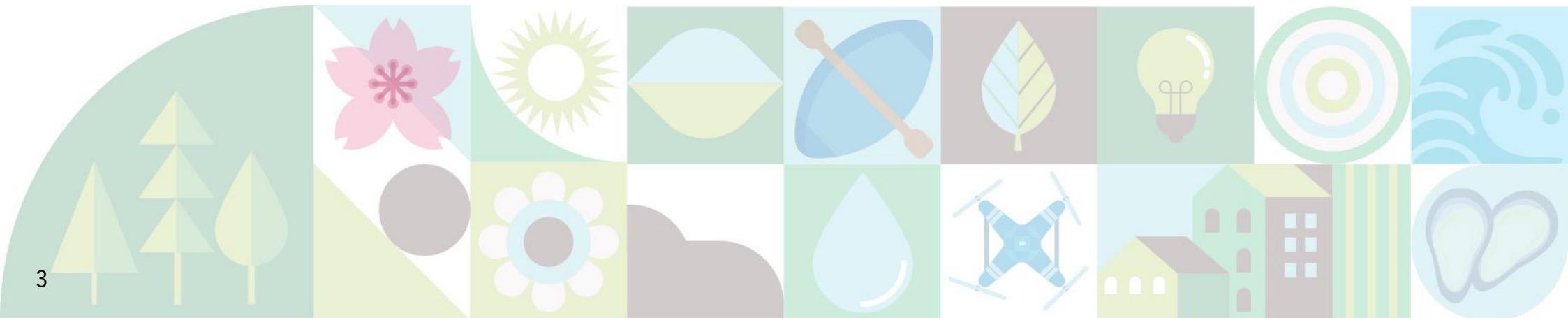
# 01.

## 本戦略の策定背景と趣旨



# 01-01.

## はじめに



我が国は現在、少子高齢化と人口減少という大きな課題に直面しています。国はこの状況を開拓するため、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を改訂し、国と地方公共団体が一体となって少子高齢化と人口減少の課題に取り組んでいます。

本市においても、自然減と社会減の影響で人口減少が進んでいますが、地方においても仕事や人の流れをつくり、結婚・出産・子育ての希望を叶えることが求められています。本市には、里山・里海などの豊かな自然環境やゆとりある居住環境といった強みがあり、これらは既存の住民のみならず、移住者にとっても大きな魅力となっています。

この度、国の「デジタル田園都市国家構想基本方針」を踏まえ、第3期総合戦略として「阪南市デジタル田園都市構想総合戦略」を策定しました。本戦略では、これまでの施策を検証し、人口減少対策の強化を進めるため、デジタル技術の活用を含めた新たな視点で目標や施策の方向性を策定しています。



## 私の ONE ACTION が

# 魅力的なまちをつくる



この取組を実現するためには、市民の皆様をはじめ、企業や各種団体の皆様と一緒に「ONE ACTION」が重要です。本戦略を推進し、今まで以上に市民が主人公となるまちづくりを進めることで、市民自身が活気を感じ、成果を実感できる、活力に満ちた持続可能で魅力あるまちづくりの実現をめざします。

最後に、この戦略の策定にあたり多くのご意見やご提案をいただきました市民の皆様、そして戦略策定を導いてくださった関係者の皆様に心より感謝申し上げます。今後とも本市のまちづくりにご支援とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

2025年3月

阪南市長 上甲 誠



# はじめに

本市では、国の方針を踏まえ人口ビジョンの将来展望を実現し、将来人口を確保するべく、本戦略を策定します。

## 背景

- 国は、急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくため、2014年（平成26年）11月に、「まち・ひと・しごと創生法」を制定し、同年12月に「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」および第1期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定しました。その後、国は「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の第2期を策定し、取り組んできましたが、コロナ禍により地域経済への打撃や地域コミュニティが弱体化し、一方で、デジタル技術や先進技術が急速に発展していることを踏まえ、「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」の実現に向け、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」を2022年（令和4年）12月に策定し取り組んでいます。

## 本市の取組状況

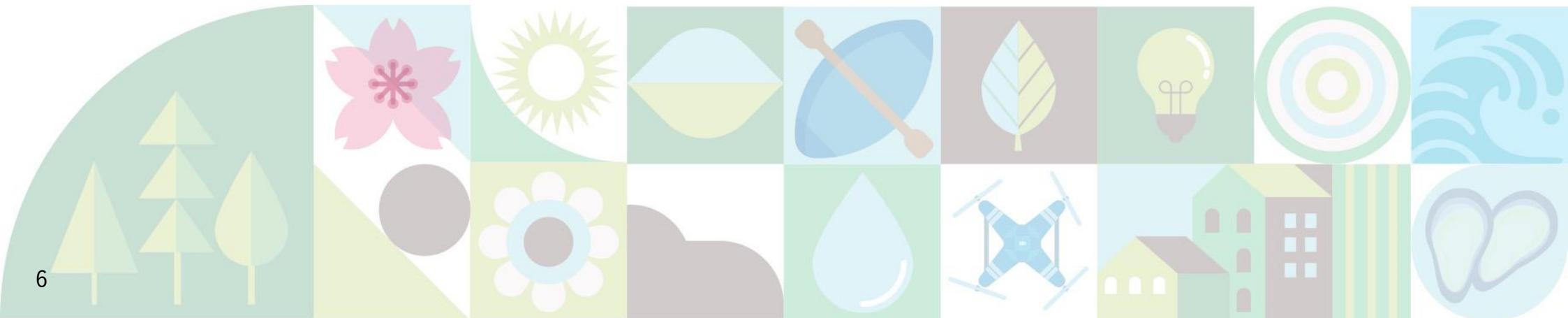
- 本市においても少子高齢化が進展しており、2015年（平成27年）10月に、2060年（令和42年）を見通した長期的な視点で、まちづくりの方向性を示した「阪南市人口ビジョン」および、2015年度（平成27年度）から2019年度（令和元年度）までの5ヵ年の目標や基本的方向性、具体的な施策をまとめた「第1期阪南市総合戦略」を策定しました。さらに、2021年（令和3年）3月には「第2期阪南市総合戦略」を策定し、取組を進めてきました。

## 本戦略の策定

- 国の「デジタル田園都市国家構想総合戦略」および大阪府の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」、本市の総合計画などとの整合を図り、人口ビジョンによる本市の人口に係る将来展望と、それを実現するための施策に取り組むことで、2040年（令和22年）の将来人口「約40,500人」、2060年（令和42年）の将来人口「約32,500人」を確保することを目的に、第3期阪南市総合戦略として「阪南市デジタル田園都市構想総合戦略」（以下、「本戦略」とする。）を策定します。

# 01-02.

## 第2期阪南市総合戦略の振り返り



# 第2期阪南市総合戦略の振り返り

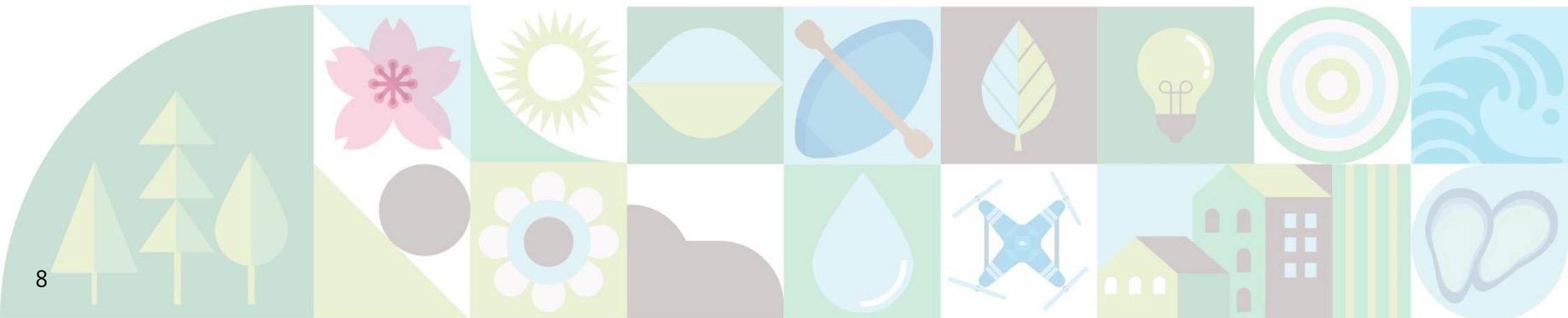
総合戦略の各基本目標に関する多くの施策に取り組んだことにより、一定の成果がみられます。一方で、住民アンケートの結果によるKPIの達成状況からは市の取組が市民の理解や満足に十分につながっていないとも読み取ることができます。

## 第2期阪南市総合戦略の取組と振り返り

将来人口のゴールセッティング	■ 2060年時点で人口「約44,000人」を確保 ■ 合計特殊出生率を2040年までに2.07まで上昇 ■ 2024年までに社会増減±0 ■ 年齢構成のバランス維持	■ 合計特殊出生率は現状値1.19であり、2040年に2.07まで上昇するのはかなり難しい状況である ■ 社会増減、年齢構成のバランス維持の観点でも課題が多い
1 誰もが健康で幸せに安全・安心な生活しやすいまちづくり	1.大阪NO.1の安全・安心なまちづくり	<b>市民参画、市民主体の安全・安心なまちづくりの推進</b> ■ 防災出前講座・総合防災訓練による市民防災意識の向上、次世代を担う小学生・中学生を対象にした防災教育、大阪防災アプリの普及促進、空家バンク制度の実施・普及促進等
	2.コンパクトシティ・プラス・ネットワーク	<b>地域拠点間の連携、移動手段の強化</b> ■ コミュニティバスの需要供給状況を踏まえたダイヤ改正による輸送効率の改善 ■ 尾崎駅周辺の整備（一方通行化・歩車分離・エレベーター供用・停車帯等）
	3.スマートウェルネスシティのさらなる推進	<b>健幸プログラムの充実と健幸づくりによる交流人口の拡大</b> ■ 企業と連携した健康促進プログラムの実証実験、地域商品券による特定健診の受診率向上 ■ 尾崎駅周辺のエリアマネジメントの検討、市役所前スペースのトライアル・サウンディング等
	4.Society5.0をめざしたまちづくり	<b>スマートシティの推進</b> ■ リモートワーク推進・サードプレイスづくり等、地域デジタル支援アプリによる自治会活動支援、スマホ相談員によるスマートフォンの使い方講座、行政手続き等のオンライン対応、スマートシティ推進計画の策定等
2 子育て世代の希望をかなえ、子育て・子育ちが満喫できるまちづくり	1.安心して結婚・出産・子育てができる環境づくり	<b>結婚・妊娠・出産・子育ての一貫した支援と環境の充実／子育てをしながら仕事ができる環境の醸成</b> ■ 子育てアプリの導入・子育て情報の発信、子育て拠点の再構築、公立の保育所・幼稚園のICT化、保育士・幼稚園教諭確保施策の実施、ファミリー・サポート・センター事業の実施、地域子育て支援拠点事業の実施等
	2.子育て世代にとって魅力的な教育の推進	<b>自然資源や地場産業を活用した教育プログラムの展開／グローバル社会に対応した教育の展開</b> ■ 海洋教育・田植え・稻刈り体験・海苔漉き体験等、はんなん海の学校事業、酒づくり体験・ウミホタル観賞会等 ■ ALTによる英語絵本の読み聞かせや英語イベント、タブレット活用、学習支援アプリ導入
3 阪南市に住みたくなる、魅力に溢れたまちづくり	1.自然や文化、歴史、産業などの強みを活かした賑わいの場を醸成	<b>新たな集客交流事業の実現／世界に近い、大阪を代表する里海里山づくりの推進</b> ■ 観光協会等との連携・インフルエンサー等の情報発信、インバウンド向け映像コンテンツ制作・配信等 ■ SDGs未来都市・自治体SDGsモデル事業選定、「阪南セブンの海の森」、ブルーカーボンクレジット販売等
	2.市の認知度の向上やイメージアップによる移住・定住の促進	<b>戦略的プロモーションにより、阪南ファン（関係人口）を創出・拡大／移住・定住の支援</b> ■ 阪南市産の生地を使用した服の製作、レトロゲーム博物館計画展示会による全国からの来訪促進 ■ 移住者の声をまとめたガイドブック・動画作成、雑誌への掲載・移住相談のウェブサイト・窓口設置等
4 地域資源を活かしたにぎわいのあるまちづくり	1.成長産業の育成と安定した雇用の場の確保	<b>新たな仕事の創業支援と既存産業の競争力の強化・地域産業の新規就業者などに対する支援の推進</b> ■ 創業のワンストップ窓口、匠のippin・美食ブランド「KUU」、プレミアム商品券・QRコード決済ポイント還元 ■ 「グリーンファーム（茶畑）開墾事業」の実施、農業・漁業の新規就業相談にJA泉州への連絡調整実施

# 01-03.

## デジタル田園都市構想総合戦略の概要



# 国および大阪府の地方創生に関する方向性

国のデジタル田園都市国家構想総合戦略や、大阪府の第3期大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略では地方創生に向けて、下記のような方針や施策を定めています。

## 国の方針

国のデジタル田園都市国家構想総合戦略では、下記の基本的な考え方および施策の方向性が示されています。

### 基本的な考え方

- テレワークの普及や地方移住への関心の高まりなど、社会情勢がこれまで大きく変化している中、今こそデジタルの力を活用して地方創生を加速化・深化し、「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」をめざす
- 東京圏への過度な一極集中の是正や多極化を図り、地方に住み働きながら、都会に匹敵する情報やサービスを利用できるようにすることで、地方の社会課題を成長の原動力とし、地方から全国へとボトムアップの成長につなげていく
- デジタル技術の活用は、その実証の段階から実装の段階に着実に移行しつつあり、デジタル実装に向けた各府省庁の施策の推進に加え、デジタル田園都市国家構想交付金の活用等により、各地域の優良事例の横展開を加速化
- これまでの地方創生の取組も、全国で取り組まれてきた中で蓄積されてきた成果や知見に基づき、改善を加えながら推進していくことが重要

### 施策の方向性

地方に仕事をつくる	スタートアップ・エコシステムの確立、中小・中堅企業DX、スマート農林水産業・食品産業、観光DX、地方大学を核としたイノベーション創出等
人の流れをつくる	「転職なき移住」の推進、オンライン関係人口の創出・拡大、二地域居住等の推進、地方大学・高校の魅力向上、女性や若者に選ばれる地域づくり等
結婚・出産・子育ての希望をかなえる	結婚・出産・子育ての支援、仕事と子育ての両立など子育てしやすい環境づくり、こどもDXなどのデジタル技術を活用した地域の様々な取組の推進等
魅力的な地域をつくる	教育DX、医療・介護分野DX、地域交通・インフラ・物流DX、まちづくり、防災・減災、国土強靭化の強化等、地域コミュニティ機能の維持・強化等

## 大阪府の方針

大阪府の「第3期大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略」においては、下記の基本的な考え方および施策の方向性が示されています。

### 基本的な考え方

- 将来に向けて出生率の向上をめざし、人口減少傾向を可能な限り抑制する
- 東京一極集中を是正。大阪の強みや個性を活かした経済機能・都市魅力の向上を図り、国内外から多くの人をひきつける
- 直面する人口減少社会においても持続可能な社会システムや地域づくりを進める

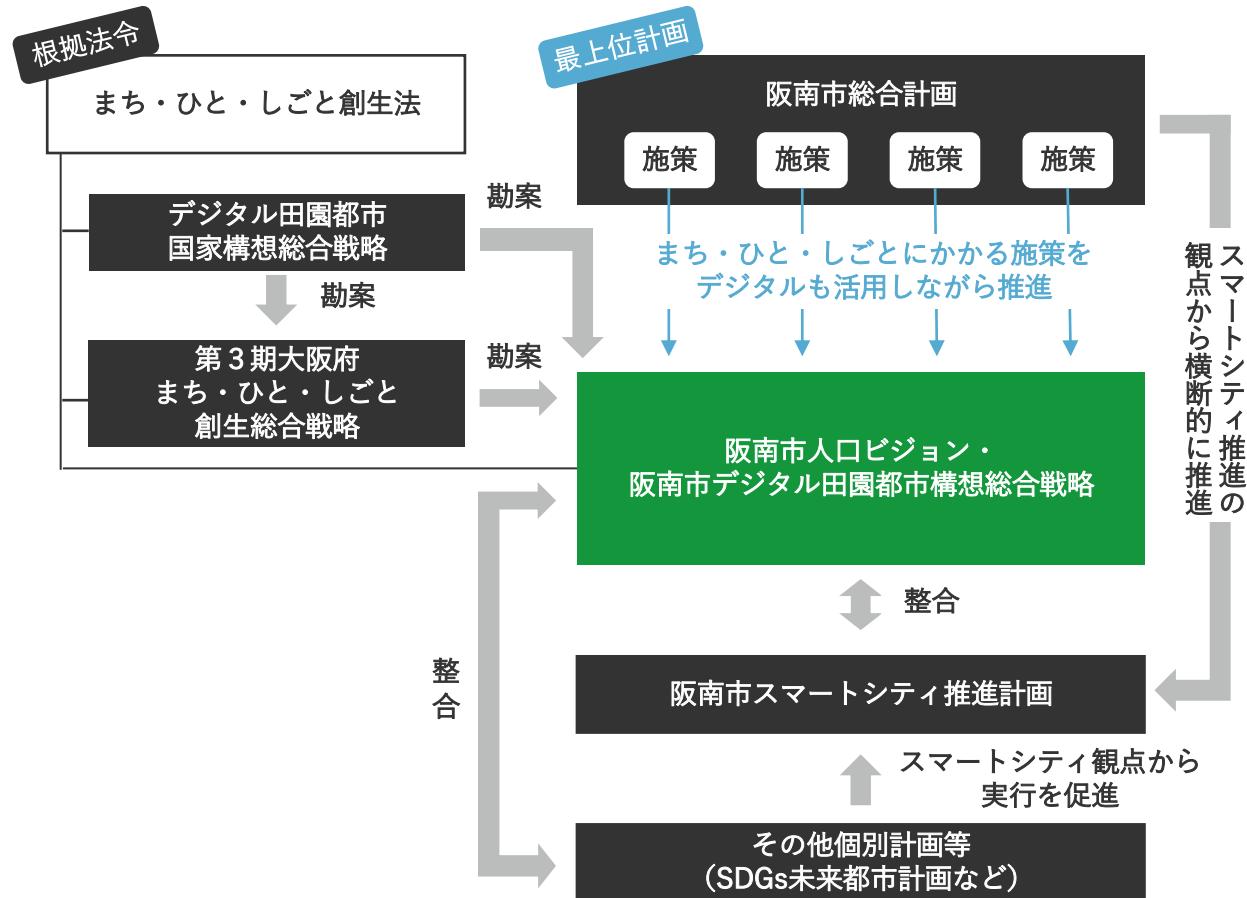
### 施策の方向性

若者が活躍でき、子育て安心の都市「大阪」の実現	<ul style="list-style-type: none"><li>■ これからの大坂を担うひとをつくる (若者の活躍支援、こどもの育成環境の充実)</li><li>■ 結婚・出産・子育ての希望をかなえる (結婚・妊娠・出産・子育て環境の充実、仕事と子育ての両立)</li></ul>
東西二極の一極としての社会経済構造の構築	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 大阪の経済を強くする (産業の創出・振興、企業の人材確保支援、インフラの充実・強化)</li><li>■ ひとが集まる大阪をつくる (都市魅力の創出・発信、観光客の受入環境の充実)</li></ul>
人口減少・超高齢社会でも持続可能な地域づくり	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 住み続けたいまちをつくる (持続可能な地域づくり、安全・安心の確保、環境にやさしい都市の実現)</li><li>■ 誰もが健康で活躍できるまちをつくる (あらゆる人が活躍できる「全員参画社会」の実現、健康寿命の延伸、高齢者等がいきいきと暮らせるまちづくり)</li></ul>

# 本戦略の位置づけ

本戦略は、総合計画・スマートシティ推進計画等と整合を取りつつ、各個別計画の内容も踏まえて、まち・ひと・しごと創生にかかる個別計画として策定します。

## 本戦略の位置づけ

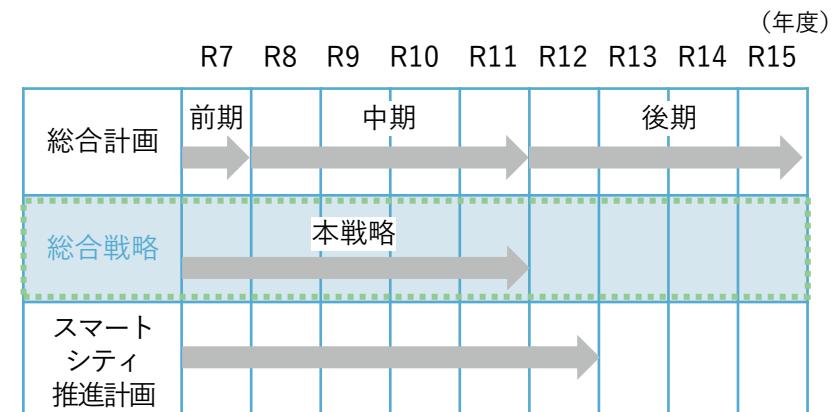


## 本戦略の役割

- 国の方創生関連交付金等の獲得に活用
- 企業版ふるさと納税獲得のための地域再生計画として活用
- 各種分野をデジタル技術を活用しつつ、まち・ひと・しごと創生の観点から横断的に推進する個別計画
- 阪南市スマートシティ推進計画と連携して、デジタル技術活用を促進

## 対象期間

本戦略の対象期間は下記のとおりであり、関連計画の対象期間を勘案して内容・目標等を設定しています。



# スマートシティ推進計画と本戦略の関係性

本戦略は、スマートシティ推進計画で定められたデジタル技術活用や地域課題解決の考え方を踏まえながら、地方創生を進めるための戦略について定めたものです。施策実施にあたっても、スマートシティ推進計画との整合や連携を図りながら取り組みます。

## スマートシティ推進計画

デジタル技術を活用して多様な主体が各々の知恵とノウハウを発揮し、住民の暮らしの質（QOL）の向上が実現できる「スマートシティ」推進に向けた基本的な考え方

市民のためのサービス

地域課題解決

持続可能で先進的な場

スマートシティ  
で促進

14の取組分野（うち6の重点分野）において  
スマートシティを推進



出所：阪南市スマートシティ推進計画（2024年3月）

## デジタル田園都市構想総合戦略

デジタルの力も活用し、地方の社会課題解決や魅力向上の取組の加速化・深化を図ることで地方創生につなげる

国が地方に求める要件

①地方に仕事をつくる

②人の流れをつくる

③結婚・出産・子育ての  
希望をかなえる

④魅力的な地域をつくる

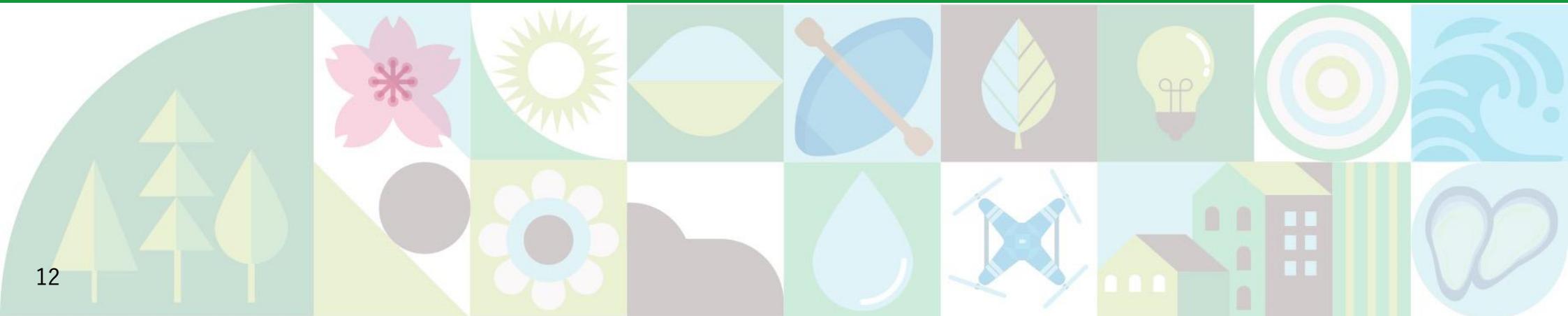
地方創生を実現

- 「デジタル活用」という観点でスマートシティ推進計画で既に検討された事項を最大限に活かす
- デジタル田園都市国家構想にある「地方創生」実現のために必要な調査・検討事項を新たに付け加え、さらに深化させるのが本戦略

出所：地方版総合戦略の策定・効果検証のための手引き（2023年12月版）

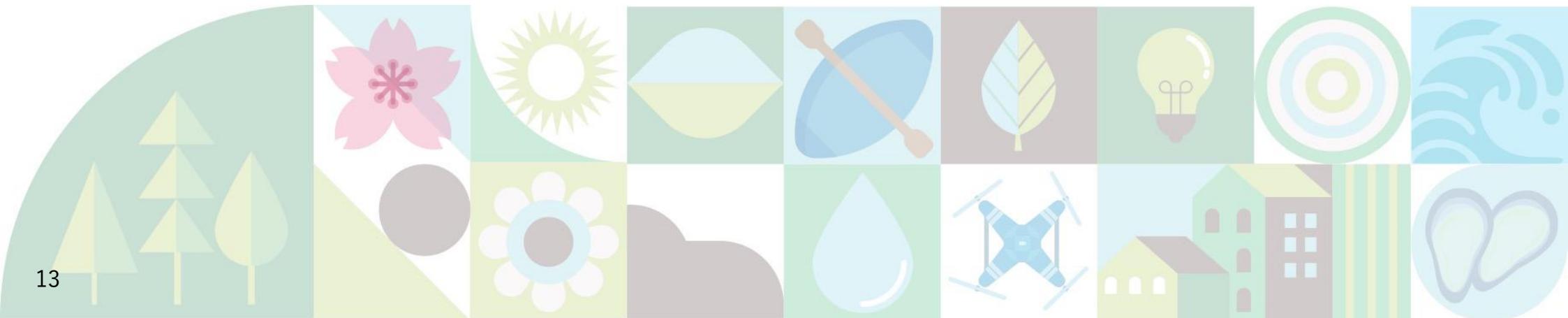
# 02.

## 人口動態と将来展望



# 02-01.

## 人口動態



# 本市の人口動態およびまちの現況

本市においては、自然減および社会減双方の影響により人口減少が発生しています。自然減については高齢化による死亡数の増加に対して、出生数が減少しているためであり、社会減については20代の転出超過や大阪市や堺市、近隣自治体、東京都などへの転出が主な要因となっています。核家族化や高齢化の進行により、高齢者のみの世帯が増加しています。生活関連サービスが主な産業であるものの、市外での就労により地域外からの所得の流入がみられますが、市外での消費や移輸出額が大きく、地域経済循環率が低い現状です。

## 人口動態

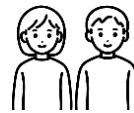
人口 増減	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 男女ともに人口は減少傾向</li><li>■ 2001年以降社会減となっており、2005年以降は自然減に転じて双方の影響により人口が減少</li></ul>	まちの状況
人口 構成	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 人口の年齢構成はつぼ型に移行しており25～39歳人口が特に少ない</li><li>■ 年少人口・生産人口が減少し少子化・高齢化が進捗</li></ul>	
自然 増減	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 出生数が減少・死亡数は増加</li><li>■ 生産年齢人口の推移に伴い婚姻件数が減少</li><li>■ 婚姻件数に対する離婚件数の割合が増加傾向</li><li>■ 母親の年齢が25～34歳における出生率が近隣自治体と比べて低い</li><li>■ 合計特殊出生率が減少傾向</li></ul>	
社会 増減	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 転出超過による社会減が発生</li><li>■ 20代における転出が顕著・2000年以降は30～40歳代の転出超過も発生</li><li>■ 大阪市・堺市・近隣自治体・和歌山市との転入出が多くを占める</li><li>■ 男女ともに20～24歳においては東京都への転出も多い</li></ul>	
その他	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 高齢者夫婦世帯や高齢者単身世帯は増加傾向で特に女性の高齢者単身世帯が増加</li><li>■ 西鳥取地区が特に高齢化が進行している</li><li>■ 在留外国人数は増加傾向であり特にベトナム国籍がもっとも増加している</li></ul>	
住宅	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 着工新設住宅戸数は減少傾向</li><li>■ 持ち家比率が近隣自治体よりも高い</li><li>■ 住宅の建て方について一戸建て住宅の占める割合が近隣自治体よりも高く、1住宅あたりの延べ面積が近隣自治体よりも広い</li></ul>	
労働・ 雇用	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 市内ではなく市外での就労・就学の方が多い</li><li>■ 女性の就業率が近隣自治体と比べやや低い</li><li>■ 30歳以上において男性よりも女性の就業率が低くなる</li><li>■ 30歳～39歳の女性の就業率が低く家事に専念する人が多くなる</li><li>■ 40歳～49歳においては家事と両立して仕事を行う女性が多くなる</li></ul>	
産業	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 医療・福祉の付加価値額がもっとも高く、従業者数も多い</li><li>■ 労働生産性が全国・大阪府と比べて大きく下回っている</li><li>■ 市外での就労により地域外から所得の流入がみられるが市外での消費や移輸出額が大きく地域経済循環率が低い</li></ul>	

# 本市の人口移動に関する推察

人口動態分析や基礎調査等から、本市においては年代ごとに下記のような移動が生じていると推察されます。

## 移動の状況

0  
～  
14  
歳



泉佐野市  
大阪市  
泉南市

- 泉南市には転出もあるが転入も多い

20  
～  
29  
歳



大阪市  
堺市  
東京都

- 都心部への転出が激しい
- 東京都からの転入は少ない（特に女性）

30  
歳～



大阪市  
泉南市、泉佐野市  
堺市、和歌山市  
岸和田市

- 20代ほどではないが大阪市への転出が多い
- 近隣自治体間の人口移動が多い

## 移動の要因

### 親起因の移動

## プラス要因・マイナス要因

### 就職・就学のための移動

プラス

マイナス

- 就職・就学先への通勤通学の便を向上させるための移住
- 利便性など生活環境を向上させるための移住

- 近隣自治体で就学・就労する場合は距離が近い
- 和歌山県などに比べて都心までの距離が近い・特急停車駅がある
- 地代（賃料）が安い

- 就学・就労の機会が少ない
- 単身居住できる物件が少ない
- 都心までの距離が遠い

### 家庭事情・子育て/生活環境のための移動

プラス

マイナス

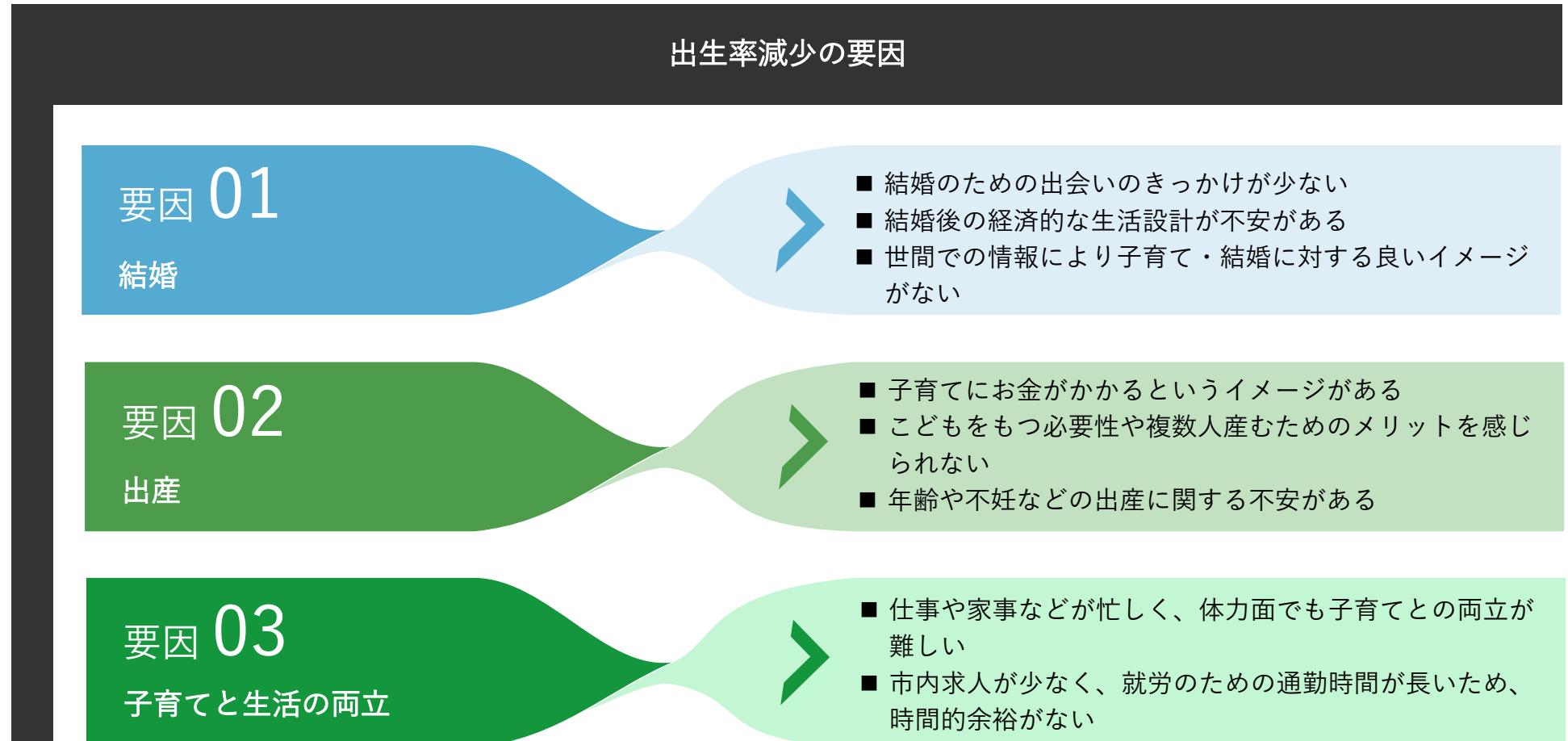
- 高齢の親と同居・近居するための移住
- 通勤場所と実家の場所を踏まえた移住
- 子育て環境を向上させるための移住
- 利便性や自然環境など生活環境を向上させるための移住

- 近隣自治体で就労する場合は距離が近い
- 和歌山県などに比べて都心までの距離が近い・特急停車駅がある
- 地代（賃料）が安い
- 自然環境が豊か
- 市内・近隣に親が居住

- 就労の機会が少ない
- 都心までの距離が遠い
- 他自治体の子育て支援の方が手厚い
- 都心と比べて利便性が低い

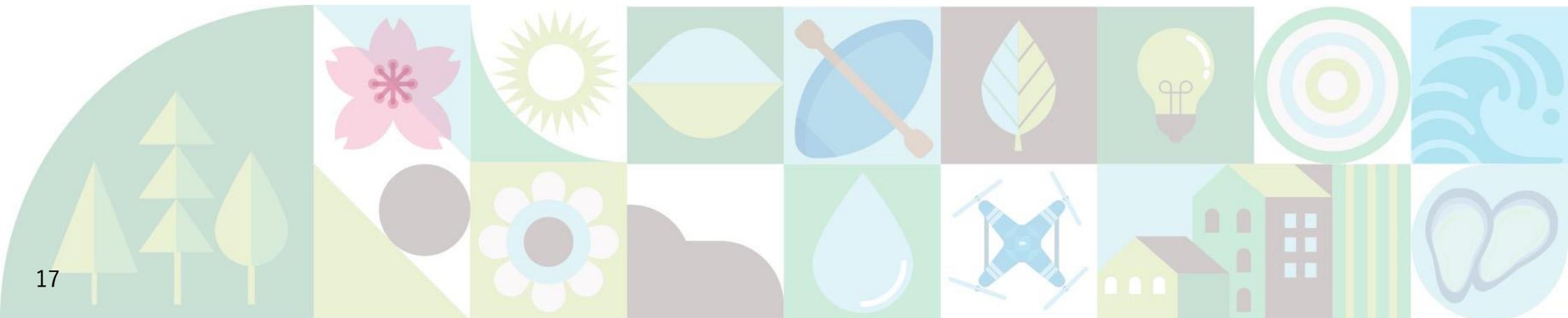
# 本市の出生に関する推察

人口動態分析や基礎調査等から、出生率が減少している要因として、下記の要因が推察されます。



# 02-02.

## 将来展望



# 本市の人口動態にもとづく推察と改善すべきこと

人口動態分析等にもとづく推察から下記のようなバッドシナリオが将来的に発生すると考えられます。本戦略の実行によりグッドシナリオへの転換を図る必要があります。

## バッドシナリオ

### 若者世代



- 子育て世代の減少に伴い若者人口が減少
- 20代は仕事を求めて都心部へ集中

### 子育て世代



- 30～40代は大阪市や近隣自治体に転出
- 生産年齢人口の減少・産業の担い手が不足
- 産業の衰退・就労機会の減少
- 結婚・子育て・出産に対するイメージの悪化
- 経済的不安や生活との両立の困難さのために理想の子どもの数をもつことを断念

### 高齢者



- 後期高齢者・独居高齢者の急激な増加
- 空家が増加し点在
- 西鳥取地区から高齢化が加速
- 福祉・医療など高齢者向け需要の拡大

## グッドシナリオ

- 20代は仕事を求めて都心部へ一旦は移住するものの、移住後も本市に愛着をもっている
- 市内にいながら遠隔での就業
- 和歌山や近隣自治体での就学・就労のために本市に移住
- 本市で結婚のきっかけ

本戦略による改善

- 20代では都心部に転出するものの30～40代でUターン
- 親との同居・近居のため移住
- 本市の自然環境や子育て環境に共感して移住
- 市内で子育てしながら就労・産業とのマッチングにより担い手創出
- 良好的な子育て・生活環境により結婚・出産・子育ての希望が叶う

- 同世代・多世代による共助（生活の助けあい・見守りあいなど）
- 空家の有効活用・立地適正化
- 高齢者自身も支援される側から支援しあえる人材へ

# 将来人口の目標を設定するうえでの仮定

## 転入出 の仮定

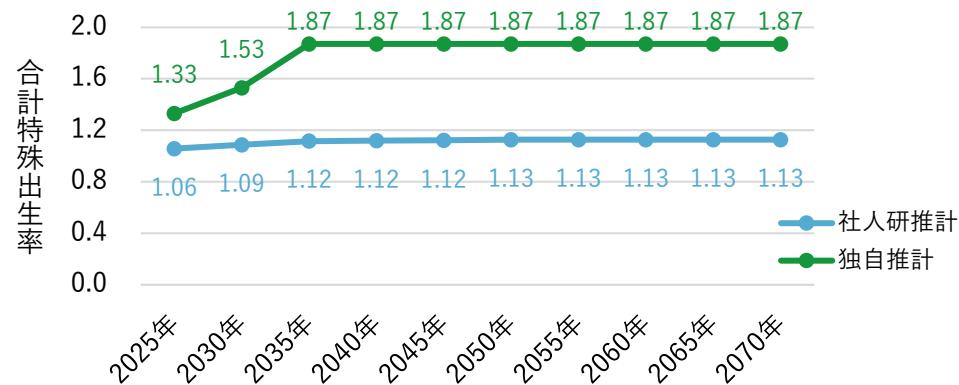
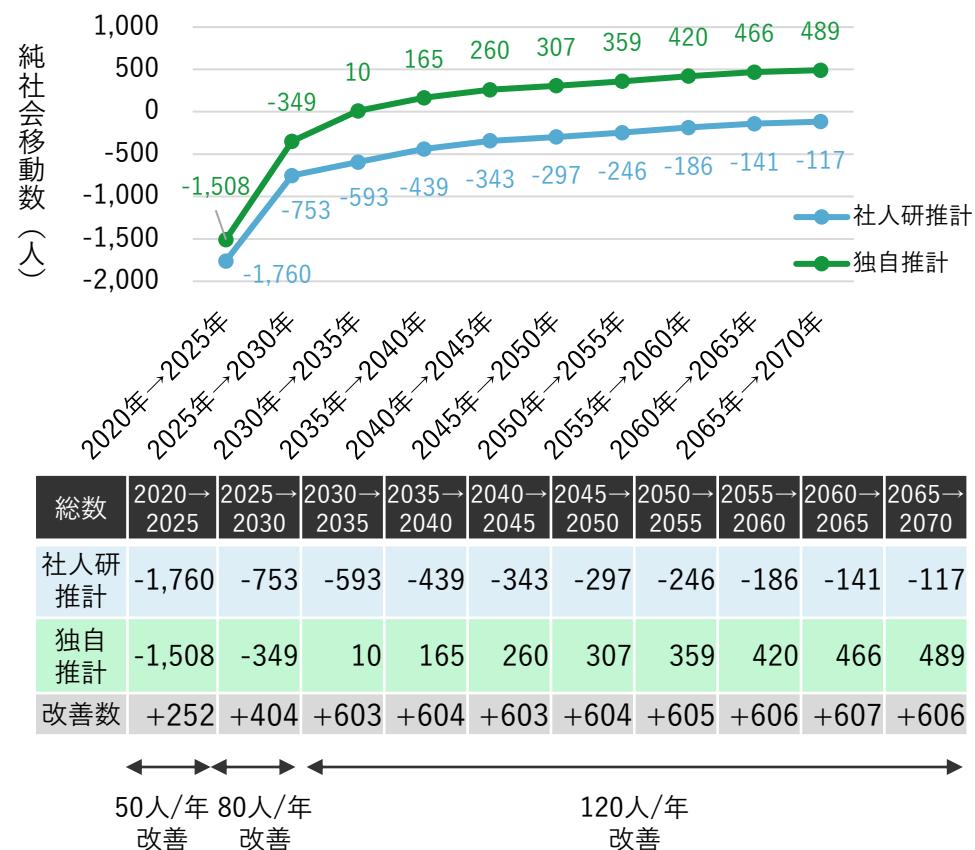
子育て世代においてのみ社会移動数が段階的に改善するとともに、2035年に全世代の転入出者数の均衡を達成し、以降同程度の社会移動数が継続

- 社会移動数が2020年→2025年で50人/年、2025年→2030年で80人/年、2030年→2035年で120人/年（純移動数±0達成）改善
- 2035年度以降も120人/年改善が継続すると仮定
- 10-14歳→15-19歳～40-44歳→45-49歳のみで改善するとして算出

## 合計特殊 出生率 の仮定

子どもの人数の理想を（市民の希望出生率）段階的に叶え維持

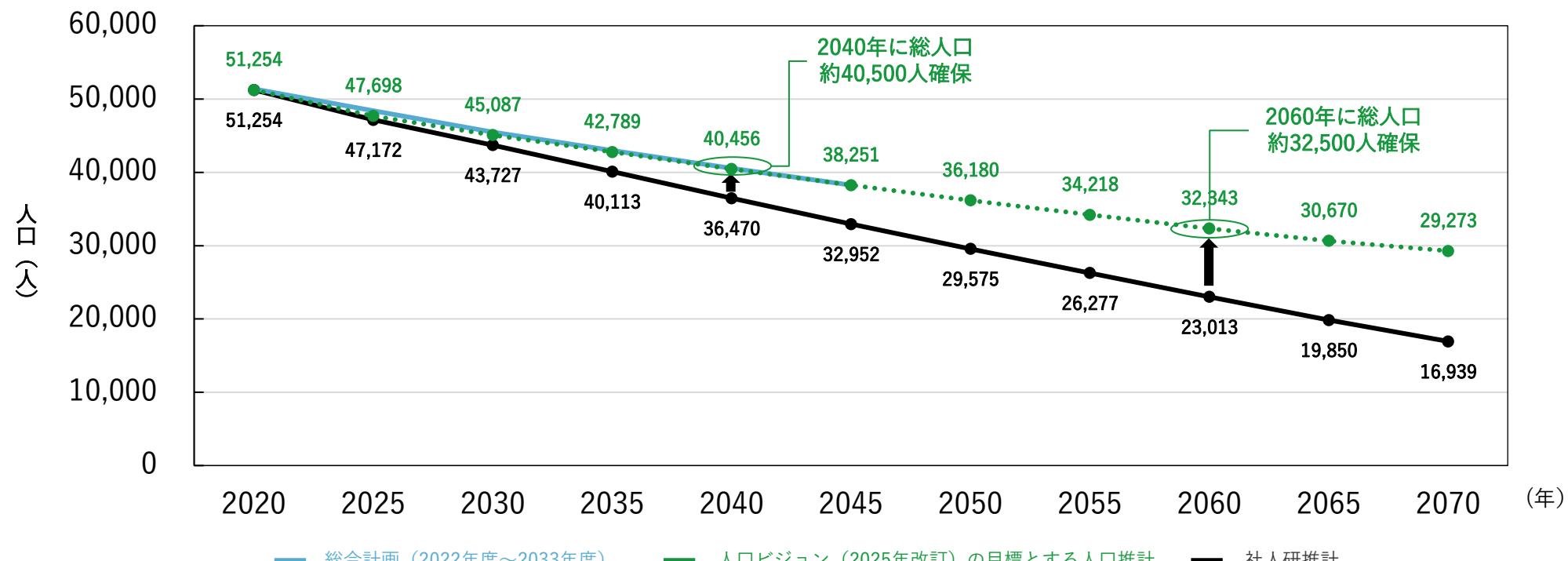
- 2030年に総合計画（2022年度～2033年度）の目標（1.53）、2035年市民の希望出生率（1.87）を達成する



年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年	2050年	2055年	2060年	2065年	2070年
社人研推計	1.06	1.09	1.12	1.12	1.12	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13
独自推計	1.33	1.53	1.87	1.87	1.87	1.87	1.87	1.87	1.87	1.87

## 人口推計および目標とする人口

人口ビジョン（2015年策定）の目標値だけではなく、コロナ禍の影響もあり、総合計画（2022年度～2033年度）の目標値からも、国立社会保障・人口研究所が算出した推計値は大きく下回っています。人口ビジョン（2025年改訂）においては、2040年に総合計画策定時の目標値を概ね達成するとともに、総人口約40,500人を確保し、2060年に総人口約32,500人を確保することを目標としており、本戦略においても長期的な目標を同様に設定して取り組みます。



	2020	2025	2030	2035	2040	2045	2050	2055	2060	2065	2070
社人研推計	51,254	47,173	43,726	40,115	36,473	32,954	29,574	26,277	23,013	19,850	16,939
総合計画	51,395	48,424	45,514	43,000	40,557	38,263					
人口ビジョン（2025年改訂）における目標	51,254	47,698	45,087	42,789	40,456	38,251	36,180	34,218	32,343	30,670	29,273

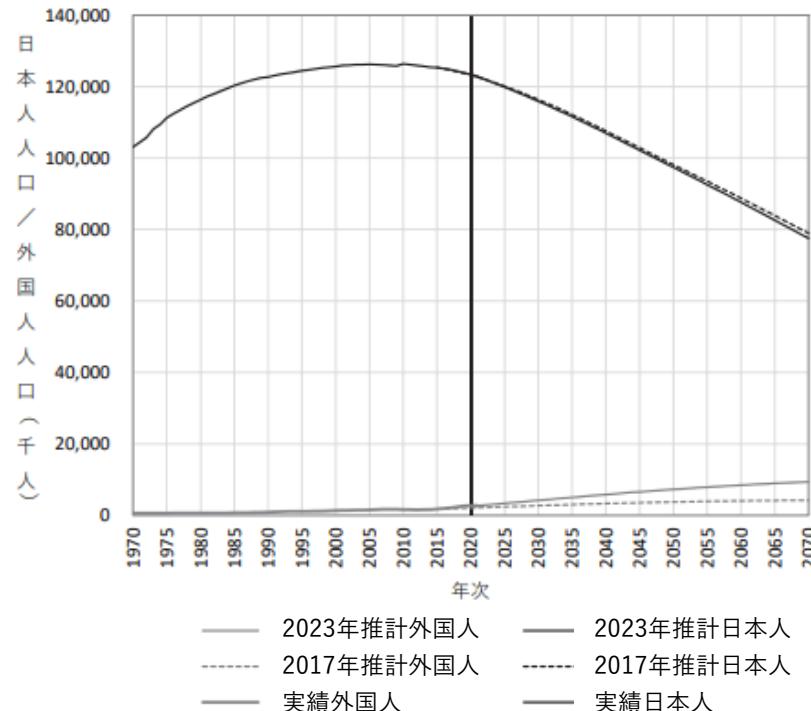
総合計画の目標値を概ね達成



# 外国人人口の今後の推移

日本人人口に対する外国人割合と同様と仮定すると本市における外国人の将来人口は下記のように推計されます。

■ 日本人人口と外国人人口の推移・推計

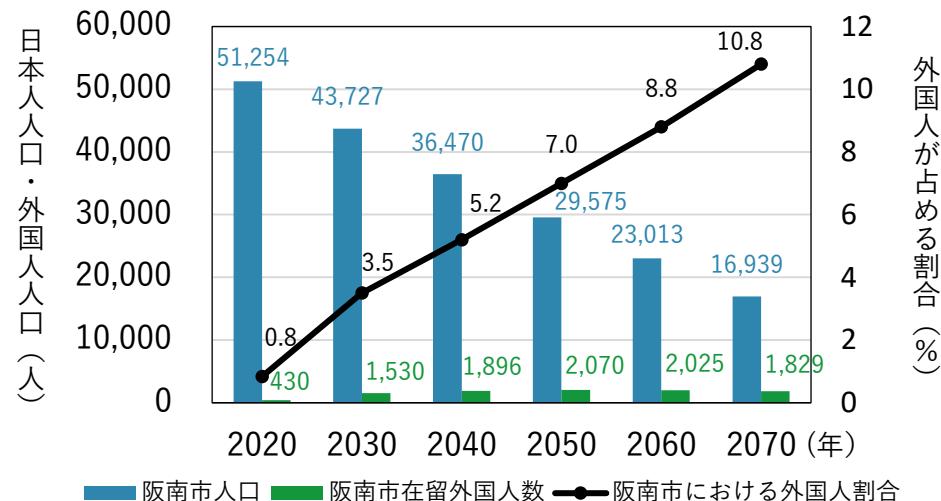


出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2023年推計）」

- 2020年の国勢調査では国内の外国人人口は274万7千人（総人口の2.2%）となっています
- 2070年の国内の外国人人口推計は939万人（総人口の10.8%）となっています

※出生中位（死亡中位）での推計

■ 本市人口と外国人人口の推計



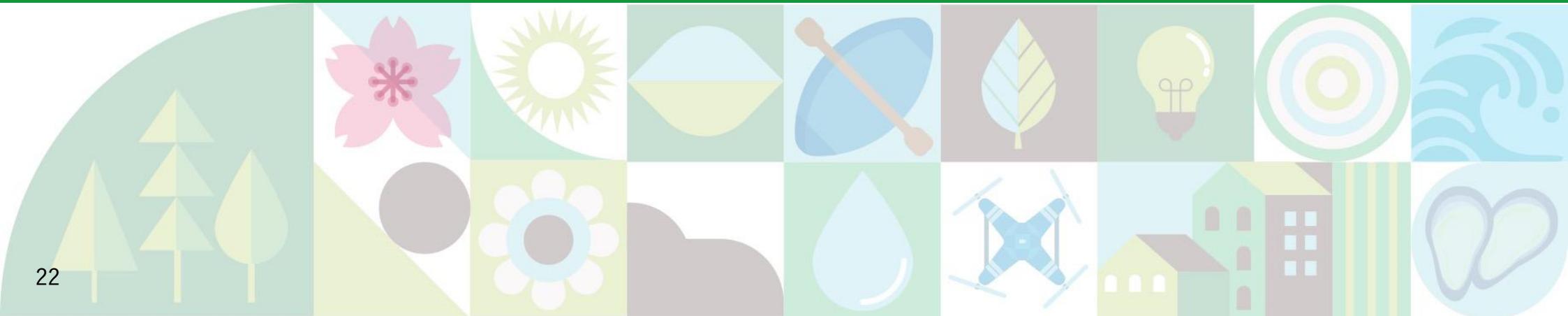
※2020年の在留外国人数のみ実績値

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2023年推計）」

- 本市における外国人人口の割合が日本の総人口に対する外国人人口の割合の推計値と同様と仮定すると、2040年には1,896人、2050年には2,070人の外国人が本市に在留していると推計されます

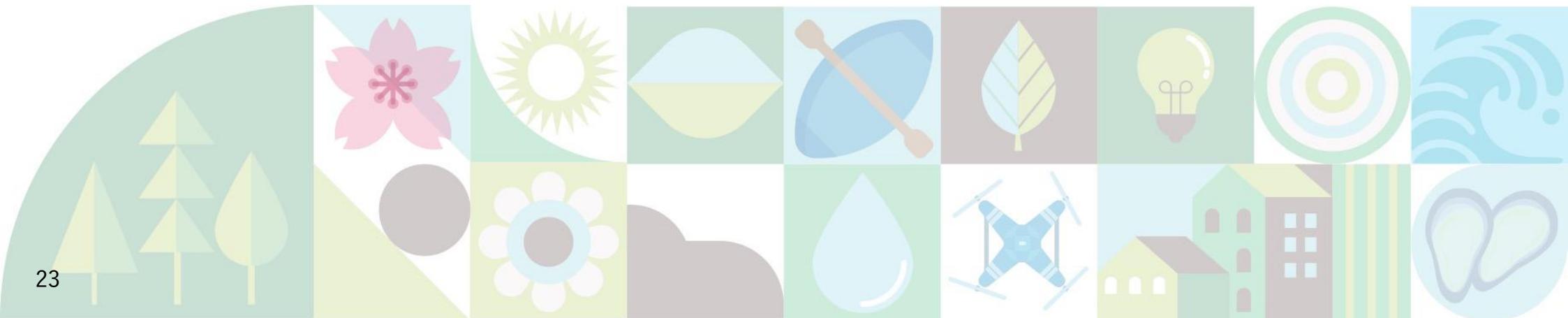
# 03.

## 総合戦略



# 03-01.

## 本市の現状と課題



# 本市の人口動態およびまちの現況

本市での生活では里山・里海などの自然環境やゆとりある居住環境など優れた強みがあり、既存の在住者だけではなく、移住者にとっても魅力として感じられています。ゆとりある住宅があるだけではなく、親との同居や近居、仕事の都合や出身地であることなどを理由とした移住がみられます。一方で、仕事と生活や子育てとの両立や、親子で憩えて相談できる場所が不十分なことから、結婚、出産、子育てに関する不安を抱えて希望が叶えられていない市民もいます。また、持続可能で魅力的なまちを実現するためには、地域経済や産業の活性化、市内の雇用創出や移動しやすいまちづくりなどに取り組む必要があります。

## 阪南市

### 強み・資源

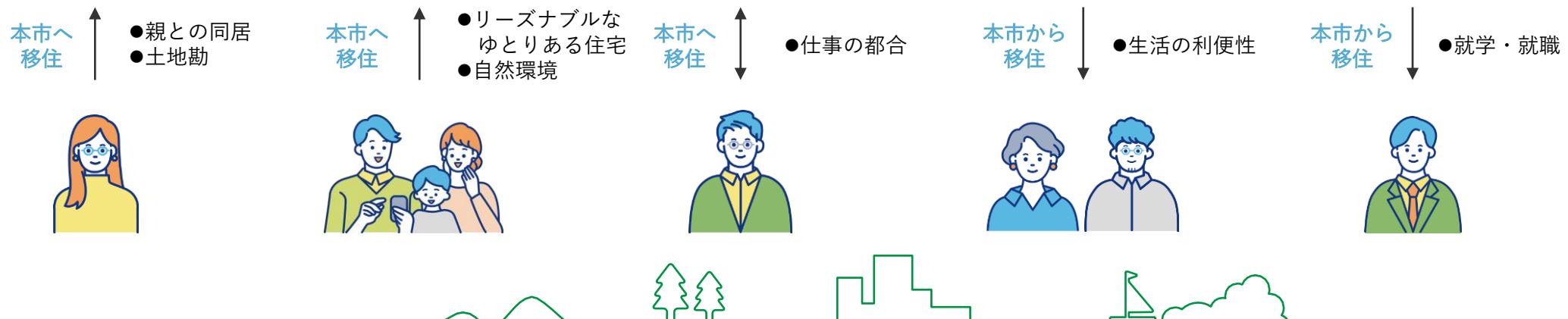


- 里山・里海との共生
- 新鮮な食資源
- ゆとりある居住環境
- 地域の関わり

### 弱み・課題



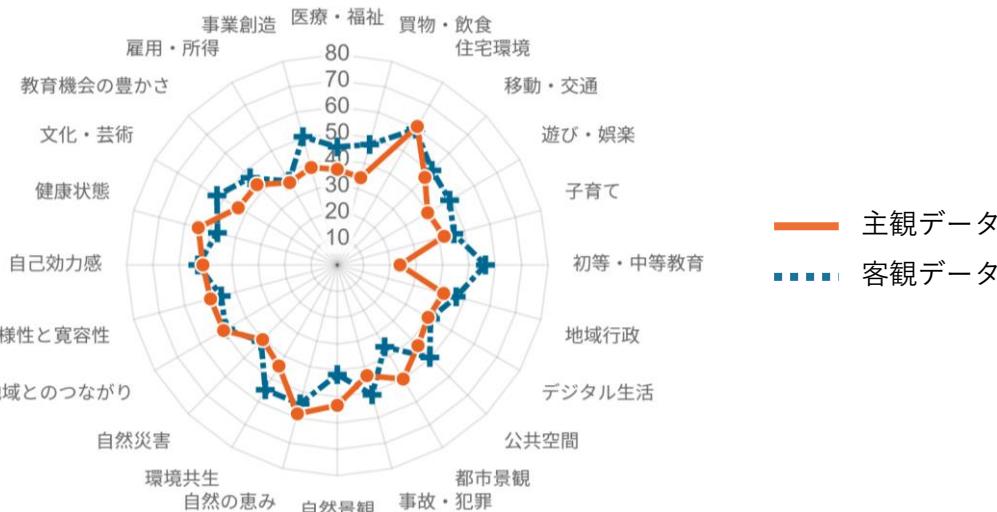
- 結婚や出産のきっかけがない
- 親子で憩えて相談できる場所が不十分
- 仕事・生活・子育ての両立の不安
- 産業が乏しく、市内に仕事が少ない
- 地区内・地区間移動に苦慮・歩く文化が根付いていない



# 地域幸福度（Well-Being）指標からみた本市の暮らしやすさ

地域幸福度（Well-Being）指標は、市民の視点から「暮らしやすさ」と「幸福感（Well-Being）」を数値化・可視化した指標です。アンケートによる主観データとオープンデータによる客観データに基づく指標があり、24の因子によって構成されています。

本市の地域幸福度指標をクロスSWOT分析により分析すると、「住宅環境」「自然の恵み」など強みとしてPRできる分野がある一方で、「自然災害」「雇用・所得」「デジタル生活」などの弱みであり、克服していく分野も存在しています。

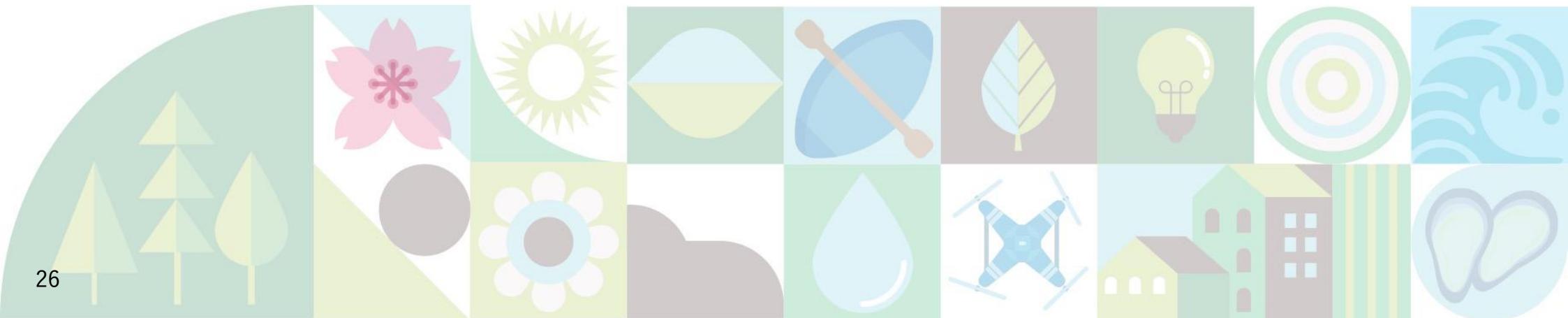


	S (強み)	W (弱み)
O (機会)	<p>【主観と客観の偏差値50以上の分野】</p> <p>→積極的に強みとしてPRしていくべき分野</p> <p>○住宅環境 ○自然の恵み ○自己効力感</p>	<p>【主観50未満、客観50以上の分野】</p> <p>→住民の実感を得て強みに変えていくべき分野</p> <p>○移動・交通 ○初等・中等教育 ○事故・犯罪 ○環境共生 ○文化・芸術 ○事業創造</p>
T (脅威)	<p>【主観50以上、客観50未満の分野】</p> <p>→客観的なデータだけで現れない強みを活かして他自治体との差別化を図りPRしていくべき分野</p> <p>○都市景観 ○自然景観 ○健康状態</p>	<p>【主観と客観の偏差値50未満の分野】</p> <p>→弱みであり、克服して住民の実感にもつなげていくべき分野</p> <p>○医療・福祉 ○買い物・飲食 ○遊び・娯楽 ○子育て ○地域行政 ○デジタル生活 ○公共空間 ○自然災害 ○地域とのつながり ○多様性と寛容性 ○教育機会の豊かさ ○雇用・所得</p>

出所：一般社団法人スマートシティ・インスティテュート「地域幸福度（Well-Being）指標」、  
「2024年度版（令和6年度版）Well-Being全国調査」

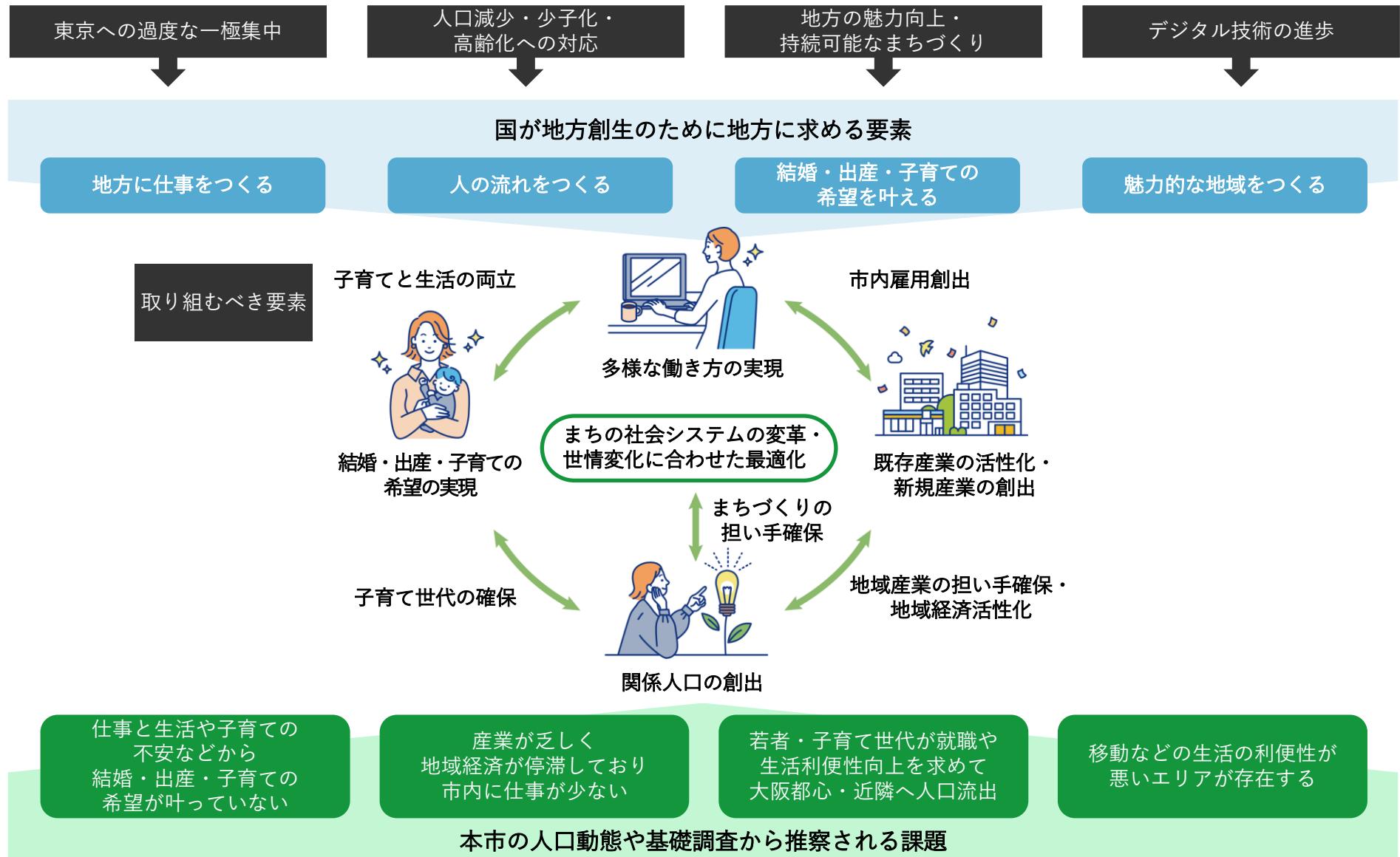
# 03-02.

## 基本的な考え方



# 本戦略に求められていること

国は地方創生に向けて取り組んでおり、地方においても仕事や人の流れをつくり、結婚・出産・子育ての希望を叶え、魅力的な地域をつくることが求められています。人口動態や基礎調査から推察される課題と合わせて、本戦略では下記の要素に取り組む必要があります。



# 将来のビジョンと本戦略で取り組むこと

本戦略では、市民自らが『私のONE ACTION』を起こし、結婚、出産、子育て、就労などの希望を叶えたり、事業や活動に挑戦することで人を呼び込み、地域を活性化し、魅力的なまちをつくるための仕掛けづくりを着眼点として取り組みます。前回戦略の取組状況や成果を踏まえ、今まで以上に市民が主人公となるまちづくりを行うことで、より市民自身に活気が生まれ、成果を実感でき、活力あふれる持続可能なまちづくりをめざします。

## 総合計画の将来のビジョン

### ONE ACTION ~時代の1歩先をゆくまち~

多世代にわたってつながりのあるコミュニティ

さまざまな人が活躍する生涯現役のまち

わがごと化できる地域プレイヤーによる地域創造



本戦略での着眼点・取り組むこと

## 『私のONE ACTION』を生み出す仕掛けをつくる



### 主な取り組むべき要素と相関図



まちの社会システムの変革・世情変化に合わせた最適化  
(共創・共助を生み出す多様なコミュニティ・新技術やデジタル技術による  
生活や行政のトランスフォーメーション・地域の強みとなる自然環境の保全)

# 本戦略の取組におけるキーパーソン像

本戦略では、市民が主人公となるまちづくりを行うために、『ONE ACTION』を起こしたいと考えている人や、既に起こしている人などのそれぞれの『ONE ACTION』を結びつけ、人を巻き込んでプロジェクトとして実行できる人などをキーパーソンとして定めます。市は能動的な市民や本市に関わってくれる市外でも活躍する人がキーパーソンになるための仕組みづくりを行い、『私のONE ACTION』を後押しします。

## 現状の能動的、特色ある市民



子育てがひと段落した  
40代女性

- スキルを身に着けたり活かして常勤、フルタイムでの仕事にチャレンジしたい人
- 子育てがひと段落したあとも自分の楽しみや仕事を見つけたい人



海や山に  
愛着を持っている人

- 生活の利便性よりも自然環境に惹かれて移住した人
- 本市出身で自然環境にシビックプライドを感じている人



活動的な人

- 家庭や仕事以外の同世代、他世代とつながりをつくる交流したい人
- 趣味や知識を活かしたい人
- 市民活動や起業に取り組みたい人



定年退職間近・  
直後の60代

- 自分の特技を生かして地域とつながり孤独を感じず健康で楽しいセカンドライフを過ごしたい人
- 常勤ではなくゆとりをもちながら生活の足しにできる収入を得つつ社会に貢献したい人
- 所有している空家、空地を活用したい人

## キーパーソン像 (今後市民に担ってもらいたい、移住してもらいたい人物像)



コミュニティ  
デザイナー



インフルエンサー



チャレンジャー



ボランティア



ネイチャー  
ラバー

- こどもを健やかに育て、ありのままを大事にしながら自身も成長したい人
- 近居の親や地域の人と支えあいながら、コミュニティの中心となって共助や市民活動ができる人

- 本市を愛し、市の魅力を発見して他人にも共感できるように伝えられる人
- 口コミ力が高く、市外の人にも発信できる人

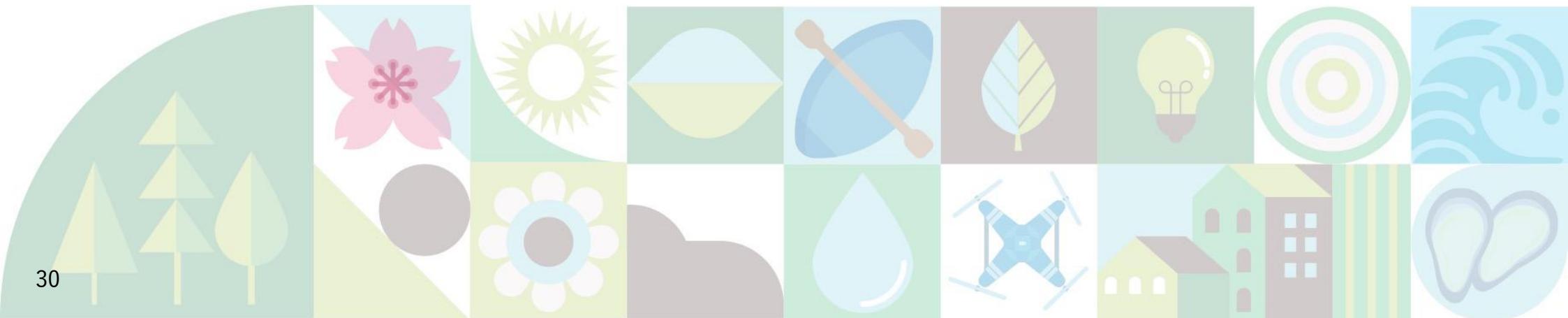
- ローカルで地域資源を活用しながら新しい活動や事業に取り組みたい人
- 他の市民や事業者等と積極的に連携できる巻き込み力が高い人
- 取り組むためのノウハウ、資源を持っている人
- 知的好奇心や行動欲求が高い人

- 自発的にまちに貢献、活性化するための取組を行う人
- 目の前の人をほっとけなかったり、活動することで自己実現したい人

- 里山・里海の保全と活用に関心があったり、取り組みたい人
- 里山・里海を愛し共に人生を過ごしたい人

# 03-03.

## 基本目標・施策体系



# 本戦略における仕掛けと基本目標および基本的な方向性

本戦略では、下記の1つの仕掛けと4つの基本目標を定めて取り組みます。市は協働・共創を生み出すプラットフォームビルダーとして機能し、4つの基本目標に向けて、仕掛けを活用して、市民がまちづくりの主人公になるという考え方で取り組みます。前回戦略やその他の市や市民、事業者などの今までの取組をもとにブラッシュアップを図ります。

## 本戦略での着眼点・取り組むこと

### 『私のONE ACTION』を生み出す仕掛けをつくる

#### 仕掛け

①

やる気の伝播・波及により  
『私のONE ACTION』マインドを醸成し、  
異分野・異文化の共創を生み出す

#### 基本的な方向性

市は市民や事業者などそれが、まちづくりを担う一員として、自らの能力を活かして主体的に活動・挑戦するための仕掛けを作り、さらにプラットフォームビルダーとして各主体の協働・共創を生み出す。市外で先進的に取り組む人や専門家からの刺激を与えることで、『私のONE ACTION』を後押しし、新技術やデジタル技術も活用しながら既存の手法や慣習に捉われない変革マインドをまち全体に醸成する。

#### 基本目標

①

結婚・出産の希望を叶え、  
ワークライフバランスを保ち、  
こどもも親も成長できる  
・育ちあう子育てを実現する

#### 基本的な方向性

子育てを楽しみ、こどもと一緒に成長でき、育ちあう仕組みや、地域の人同士がお互いに子育てや日々の生活を助け合える仕組みを市民や事業者とともに構築する。結婚・出産・子育てや生活との両立への不安を解消することにより、それぞれの希望を叶える。

②

産業を創出・発展させ、地域雇用とつなげる

事業者が成長に向けて活発に事業実施したり、市民等が起業して産業創出に挑戦できるような仕組みを構築する。また、短時間・隙間時間就労など地域の多様な雇用とつなげる仕掛けをつくる。地域の食資源等を活かした商品造成や地域消費の促進により地域経済の活性化に取り組む。

③

里山・里海に関わり、  
訪れ、住みたくなる魅力をつくり、  
国内外の交流人口・関係人口を生み出す

里山・里海の保全や学習を通じて市民がシビックプライドを育み、市外や海外の人にも自然とともに生きることの大切さを市民や事業者が自ら発信し、来訪や活動に結びつけることで自然をキーとした交流人口・関係人口創出に取り組み、移住促進にもつなげる。また、観光客の来訪と地域消費を結びつける。

④

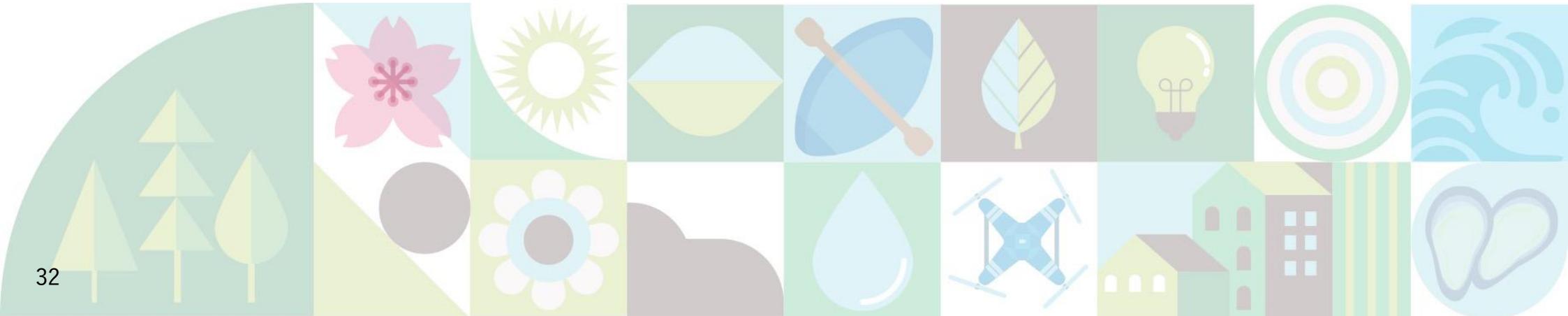
安全・安心・健康にそれが生涯活躍し  
住み続けたくなるまちづくりに取り組む

市民や事業者の防災・防犯意識の向上を図り、自主的な活動の促進により、激甚化する災害への対応を行う。歩く文化の形成等により市民それが心身ともにWell-Beingな状態で挑戦できるような仕掛けを作る。生活のために必要な移動がしやすいまちづくりに取り組む。



# 03-04.

## 戦略の基本的な方向性および 具体的な施策・成果指標



# 施策体系

	仕掛け	基本な方向性	具体的な施策
①	やる気の伝播・波及により 『私のONE ACTION』 マインドを醸成し、 異分野・異文化の 共創を生み出す	市は市民や事業者などそれぞれが、まちづくりを担う一員として、自らの能力を活かして主体的に活動・挑戦するための仕掛けを作り、さらにプラットフォームビルダーとして各主体の協働・共創を生み出す。市外で先進的に取り組む人や専門家からの刺激を与えることで、『私のONE ACTION』を後押しし、新技術やデジタル技術も活用しながら既存の手法や慣習に捉われない変革マインドをまち全体に醸成する。	①-1. 活動や共創が生まれるための仕掛けづくり
②	基本目標	基本な方向性	具体的な施策
	結婚・出産の希望を叶え、 ワークライフバランスを保ち、 こどもも親も成長できる・ 育ちあう子育てを実現する	子育てを楽しみ、こどもと一緒に成長でき、育ちあう仕組みや、地域の人同士がお互いに子育てや日々の生活を助け合える仕組みを市民や事業者とともに構築する。結婚・出産・子育てや生活との両立への不安を解消することにより、それぞれの希望を叶える。	①-1. 結婚の希望を叶える ①-2. 出産の希望を叶える ①-3. 子育ての希望を叶える
	産業を創出・発展させ、 地域雇用とつなげる	事業者が成長に向けて活発に事業実施したり、市民等が起業して産業創出に挑戦できるような仕組みを構築する。また、短時間・隙間時間就労など地域の多様な雇用とつなげる仕掛けをつくる。地域の食資源等を活かした商品造成や地域消費の促進により地域経済の活性化に取り組む。	②-1. 就労の希望を叶える ②-2. 市内消費の促進 ②-3. 既存事業者の事業拡大支援 ②-4. 新規事業者の誘致、起業促進
	里山・里海に関わり、訪れ、 住みたくなる魅力をつくり、 国内外の交流人口・関係人口を 生み出す	里山・里海の保全や学習を通じて市民がシビックプライドを育み、市外や海外の人にも自然とともに生きることの大切さを市民や事業者が自ら発信し、来訪や活動に結びつけることで自然をキーとした交流人口・関係人口創出に取り組み、移住促進にもつなげる。また、観光客の来訪と地域消費を結びつける。	③-1. シビックプライドの醸成 ③-2. 観光振興、にぎわい創出 ③-3. 交流人口・関係人口の創出、移住促進
	安全・安心・健康に それぞれが生涯活躍し 住み続けたくなる まちづくりに取り組む	市民や事業者の防災・防犯意識の向上を図り、自主的な活動の促進により、激甚化する災害への対応を行う。歩く文化の形成等により市民それぞれが心身ともにWell-Beingな状態で挑戦できるような仕掛けを作る。生活のために必要な移動がしやすいまちづくりに取り組む。	④-1. 安全・安心なまちづくり ④-2. 健康づくり ④-3. 移動しやすいまちづくり



## 本戦略全体のKGI



2040年に総人口約40,500人を確保・2060年に総人口約32,500人を確保

子育て世代において社会移動数が段階的に改善し、2035年に全世代の転入出者数の均衡を達成、以降同程度の社会移動数が継続

■ 社会移動数が改善

2020年→2025年で50人/年改善、  
2025年→2030年で80人/年改善、  
2030年→2035年で120人/年改善（純移動数±0達成）  
2035年度以降も120人/年改善が継続

■ 10-14歳→15-19歳～40-44歳→45-49歳のみの改善で上記を達成

純社会 移動数	2020→ 2025	2025→ 2030	2030→ 2035	2035→ 2040	2040→ 2045	2045→ 2050	2050→ 2055	2055→ 2060	2060→ 2065	2065→ 2070
社人研 推計	-1,760	-753	-593	-439	-343	-297	-246	-186	-141	-117
独自 推計	-1,508	-349	10	165	260	307	359	420	466	489
改善数	+252	+404	+603	+604	+603	+604	+605	+606	+607	+606

50/年      80/年      120人/年  
改善      改善      改善

子どもの人数の理想を（市民の希望出生率）段階的に叶え維持

■ 2030年に総合計画（2022年度～2033年度）の目標（1.53）、2035年市民の希望出生率（1.87）を達成する

合計特殊出生率	2030	2035	2040	2045	2050	2055	2060	2065	2070
社人研推計	1.09	1.12	1.12	1.12	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13
独自推計	1.53	1.87	1.87	1.87	1.87	1.87	1.87	1.87	1.87

仕掛け『やる気の伝播・波及により「私のONE ACTION」マインドを醸成し、異分野・異文化の共創を生み出す』の基本的な方向性とKGI



基本的な  
方向性

市は市民や事業者などそれぞれが、まちづくりを担う一員として、自らの能力を活かして主体的に活動・挑戦するための仕掛けを作り、さらにプラットフォームビルダーとして各主体の協働・共創を生み出す。市外で先進的に取り組む人や専門家からの刺激を与えることで、『私のONE ACTION』を後押しし、新技術やデジタル技術も活用しながら既存の手法や慣習に捉われない変革マインドをまち全体に醸成する。

現状値（2024）————目標値（2029）————

KGI  
重要目標  
達成指標

コミュニティや地域活動、市民活動、その他のまちづくりなどに積極的に参加したり、メンバーとして活動したいと思う人の割合

24%

29%



# 仕掛け『やる気の伝播・波及により「私のONE ACTION」マインドを醸成し、異分野・異文化の共創を生み出す』の具体的な施策および事業内容

## 活動や共創が生まれるために仕掛けづくり



### 背景・課題

- 市民活動センターを核とした協働、共創が生まれるためのネットワークづくりに取り組む必要があります
- 地域における拠点づくりと拠点を中心としたエリアマネジメントによるまちの活性化に取り組む必要があります
- キーパーソンを育成したり、他地域で先進的に活躍している人や専門家を招聘することにより、市民が刺激されることで、市民の自主的な活動を生み出す仕掛けづくりに取り組む必要があります
- 民間事業者や大学など、多様な主体との公民連携や協働の推進により、効果的で効率的なまちづくりに取り組む必要があります
- 公共施設の再編や機能見直し、未利用ストックの活用に取り組む必要があります



### 主な取組内容

- 市民活動センターの役割や、市民活動や生涯学習活動の人材登録制度など、市民の自主的な活動を生み出し、共創につなげるための仕掛けを見直し、再構築します
- 活動をしたい市民や事業者などをつなぐためのハブとして、市民活動センターの協力者となる人材を発掘し、育成します
- 社会教育をきっかけとしたまちづくりの担い手の育成に取り組みます
- 市外の活動者や外部専門家を招聘して、市民、事業者の活動意欲の向上のきっかけづくりに取り組みます
- 地域担当職員の配置により、地域ニーズを把握するとともに、地域の集会所を拠点に活動したい人などのマッチングを行います
- こどもや親の遊び場・憩いの場・集いの場づくり、自然保全・教育、空家・空地、遊休農地の活用など、テーマごとで関心のある人同士によるチームづくりを促進し、プロジェクト化に向けた後方支援を行います
- 職員の配置により、地区ごとの地域まちづくり協議会の設立を支援し、地区ごとの課題に沿ったエリアマネジメントへの取組を後方支援します
- 未利用地や未利用施設などの公共ストックを活用し、地域活動拠点の整備をすることと併せて、生活や施設の利便性向上や、市民との協働や共創につながる機能の見直しを行います
- 自治体間の広域連携や成果連動型民間委託契約方式（PFS）などの手法をはじめとして、より効果的で効率的な施策に取り組みます



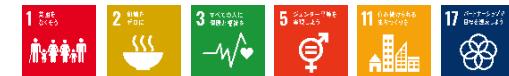
### KPI

(仮称) 阪南アンバサダーの登録者数	現状値 (2024)	目標値 (2029)
市民公益活動団体の新規登録数	—	50人
地域まちづくり協議会の設立数	—	延べ10団体
市民活動センターのコーディネート件数	0団体	4 団体

73件	100件
-----	------

※青色の着色は重点施策関連

## 基本目標① 『結婚・出産の希望を叶え、ワークライフバランスを保ち、子どもも親も成長でき、育ちあう子育てを実現する』の基本的な方向性とKGI



### 基本的な方向性

子育てを楽しみ、子どもと一緒に成長でき、育ちあう仕組みや、地域の人同士がお互いに子育てや日々の生活を助け合える仕組みを市民や事業者とともに構築する。結婚・出産・子育てや生活との両立への不安を解消することにより、それぞれの希望を叶える。

KGI 重要目標 達成指標	現状値（2024）		目標値（2029）	
	結婚に前向きな意向を示す人の割合	76%	81%	
	母親の年齢5歳階級ごとの出生率 (女性人口千対・ペイズ推定)	25~29歳 73.7 30~34歳 79.3 35~39歳 47.9 (2018~2022)	25~29歳 111.0 30~34歳 96.5 35~39歳 60.8	
	市民の希望出生率と合計特殊出生率の差異	0.68 (2018~2022)	0.34	
	25~49歳女性の就業率	63.0% (2020)	全国平均を上回る	

## 基本目標① 『結婚・出産の希望を叶え、ワークライフバランスを保ち、子どもも親も成長でき、育ちあう子育てを実現する』の具体的な施策および事業内容

### 結婚の希望を叶える

**背景・課題**

- 20代をはじめとする若い世代の結婚後の生活設計への不安など結婚へのマイナスイメージを払しょくする必要があります
- 30代前半～40代前半などを中心として出会いの場を求めている人への機会の提供を行う必要があります

**主な取組内容**

- 結婚や住宅購入など生活にかかる資金面の支援を行います
- **本市での結婚後の生活がイメージできるよう子育て世代の先輩からのアドバイスや助け合えるコミュニティづくりに取り組みます**
- 地域産品を活用したり、共通の趣味などをテーマにしながら、市内出身者、Jターン、Iターンの独身者や再婚を考えたい人などを中心としたカジュアルな出会いの機会を創出します

**KPI**

— 現状値 —	— 目標値 —	
(2024)	(2029)	
婚姻率 (人口千人に対する婚姻件数の割合。 婚姻数/1月1日時点人口×1000)	2.2	↑
出会い系への参加者数	—	30人

### 出産の希望を叶える

**背景・課題**

- 若い年代においても結婚や出産の希望を叶え、結婚や出産時期の晩年化を抑制する必要があります
- 20代後半を中心として生活状況を向上させ、出産に向けての経済的不安を解消する必要があります
- 高齢になっても「子どもを産みたい」「もう1人産みたい」という希望を叶えるため、体力や出産への不安の解消を図る必要があります

**主な取組内容**

- 早い時期から出産、子育てを考える機会の提供を行います
- 子育てにかかる費用軽減の支援を行います
- **出産について、子育て世代や元子育て世代の先輩からのアドバイスやサポートが受けられる仕組みづくりに取り組みます**
- 高齢であったり、もう1人子どもが欲しくても生活が忙しくて産めないなどの不安を解消するため、不妊治療や家事のサポートなどの支援を行います

**KPI**

— 現状値 —	— 目標値 —	
(2024)	(2029)	
4カ月児健康診査の受診率	98.1% (2023)	100%
子育て支援アプリ「はんなん子育てアプリ」の登録者数	370人	876人
出生数	208人 (2023)	↑

※青色の着色は重点施策関連



## 基本目標① 『結婚・出産の希望を叶え、ワークライフバランスを保ち、子どもも親も成長でき、育ちあう子育てを実現する』の具体的な施策および事業内容

### 子育ての希望を叶える



背景・課題

- 小学生低学年以下の子どもが親とともに安心して遊ぶことができ、親同士や多世代で憩うことができ、移住者にとっても参加しやすい場が求められています
- 子育てしながら就労するために、延長保育や子どもが病気などの時の預かり保育の充実が求められています
- 親自身も成長し子育て支援などを担える人材になる必要があります
- 子育て支援を重視している市であると実感できるような着実な取組が求められています



主な取組内容

- **市民自らがモノやコトを持ち寄り、居心地の良い遊び場、憩いの場や集いの場をみんなでつくるための仕掛けづくりを行います**
- 特色ある幼児教育や保育の方針を効果的に発信するとともに、処遇改善などにより、保育士や幼稚園教諭人材の確保に努めます
- 子育てにかかる費用軽減など子育て支援の充実を図ります
- 子育て拠点の再構築に取り組みます
- 「こども未来戦略」（2023年12月22日閣議決定）で示されている「加速化プラン」に盛り込まれた事業や「加速化プラン」以外の課題において、本市の子育て支援に必要な事業の充実に取り組みます
- 市民や関係団体などと連携し、少子化への対策などを検討する会議・機会の創出に取り組むとともに、子育て世代のコミュニティづくりを進めます
- STEAM教育、グローバル教育やICTを活用した教育などにより、子どもの個性を輝かせ、自己実現をはかる教育に取り組みます
- ハード・ソフト両面から教育環境の整備に取り組みます
- せんなん里海公園の機能強化や公園施設の利便性向上を大阪府と連携して取り組みます



KPI

	現状値（2024）	目標値（2029）
地域子育て支援拠点事業の延べ利用者数	5,803人（2023）	↗
子育て情報サイトの年間閲覧件数	21,873件（2023）	↗
待機児童数（4月1日時点）	0人	→
留守家庭児童会待機児童数（4月1日時点）	0人	→

※青色の着色は重点施策関連

## 基本目標②『産業を創出・発展させ、地域雇用とつなげる』の 基本的な方向性とKGI



### 基本的な 方向性

事業者が成長に向けて活発に事業実施したり、市民等が起業して産業創出に挑戦できるような仕組みを構築する。また、短時間・隙間時間就労など地域の多様な雇用とつなげる仕掛けをつくる。地域の食資源等を活かした商品造成や地域消費の促進により地域経済の活性化に取り組む。

### KGI 重要目標 達成指標

————現状値（2024）————      —————目標値（2029）————

地域経済循環率

51.6% (2018)

52.6%

15~64歳の就業率（男女別）

男67.8% (2020)  
女56.0% (2020)

全国平均を上回る

## 基本目標②『産業を創出・発展させ、地域雇用とつなげる』の 具体的な施策および事業内容



背景・課題



主な取組内容



KPI

### 就労の希望を叶える

- 市内での正規雇用や非正規雇用での求人や、短時間や隙間時間就労などの柔軟な働き方の雇用機会の創出が求められています
- 子育てがひと段落した女性や将来の正規雇用に向けて取り組みたい方の就労の希望を叶えるためのスキル向上の支援が求められています
- 60代の定年者や50代女性を中心とした地域で子育てを支える仕組みづくりに取り組む必要があります

- 関係団体や商工会などとの連携のもと、市内企業への人材確保や短時間、隙間時間の雇用、内職等の雇用ニーズの把握に取り組み、就労希望者とのマッチングを行います
- 子育て世代および市内ニーズの把握や、新商品開発や事業創出のための協力者として、子育て中の女性などと事業者とのマッチング支援を行います。市内事業者にとっても将来の人材確保機会にもつながるように取り組みます
- 子育てを機に仕事を辞めた人や将来的に就労を行いたい子育て中の人々への再就職に向けてのキャリア設計やスキルアップの支援を行い、仕事とつなげる仕組みづくりに取り組みます
- 子育てに関する支援者の協力により、子育てと就労を地域で支える仕組みづくりに取り組みます。支援者にとっても自身のスキルを活かして社会貢献につながるように取り組みます

— 現状値 — — 目標値 —  
(2024) — (2029)

地域就労支援センター 相談件数	182件 (2023)	↗
地域就労支援事業メニュー 利用者に対する就職者の割合	7% (2023)	↗
就労につながった人数	3人 (2023)	↗



### 市内消費の促進



背景・課題



主な取組内容

- 里山・里海の豊富な食資源について市民への認知度拡大を図り、地産地消を促進する必要があります
- 市内店舗の誘客促進や魅力づくりおよび情報発信力の強化に取り組む必要があります

- 市内店舗やイベントなどで利用でき、市内の消費を促進できるような地域ポイント制度などの仕組みづくりに取り組みます
- 『匠のippin』を軸に、地域産品や『美食ブランドKUU』の情報発信を行い、市民への認知度拡大に取り組みます
- 地産地消を促進するとともに、食資源を活かした魅力的な特産品づくりに取り組みます
- 市民がマイクロインフルエンサーとして市内店舗や食資源の魅力を発信したくなる仕掛けづくりに取り組みます

— 現状値 — — 目標値 —  
(2024) — (2029)

匠のippinへの参画事業者数	49事業者	60事業者
『美食ブランドKUU』への登録商品数	500品	550品
地域ポイントの加盟店数	—	100店

※青色の着色は重点施策関連

## 基本目標②『産業を創出・発展させ、地域雇用とつなげる』の 具体的な施策および事業内容

### 既存事業者の事業拡大支援

- 産業の担い手が高齢化している一方、若い世代や外国人労働者などの新たな担い手が確保できておらず、産業の衰退が懸念されます
- 多様な雇用や地域経済活性化につながるような新たな事業の創出や事業拡大に取り組む必要があります

背景・課題



主な  
取組内容

- 『美食ブランドKUU』のPRや『匠のippin』ECサイトでの販売により、認知度向上や販路拡大の支援を行います
- ふるさと納税3.0などに取り組み、ガバメントクラウドファンディングを活用して他自治体と差別化された特色ある商品の創出に事業者と連携して取り組みます
- インバウンド客への消費拡大や海外向けの販路開拓支援を行います
- 観光を軸にした体験型コンテンツの造成に取り組みます
- 異業種交流会など市内外事業者の資材調達や販路拡大、新規事業創出などのためのマッチング機会の創出に取り組みます

— 現状値 — — 目標値 —  
(2024) (2029)

ふるさと納税寄附額

246,806千円  
(2023)

500,000千円



はんなん・Co-ベネフィット創出ネットワーク会員数

60団体

70団体

### 新規事業者の誘致、起業促進

- 新たな産業を誘致できる場所に乏しいため、大規模用地を必要としない事業者の誘致や事業拡大支援に取り組む必要があります
- 市民や市外在住者の市内での起業に対する支援が求められています

背景・課題



主な  
取組内容

- 空店舗・空家・空地・遊休農地などの所有者と、事業や活動をしたい人のマッチング支援を行います
- 農福連携やコミュニティ創出など異分野連携による事業実施や新技術を活用した取組の促進を行います
- チャレンジショップや、起業にあたっての手続相談やスキル取得などの支援を行います
- 社会課題やまちづくりを目的としたコミュニティビジネス創出を支援します。起業支援と市民活動支援のシームレスな連携体制の構築に取り組みます
- スタートアップ企業などが本市をフィールドに活躍できるよう誘致活動や事業への協力を行います
- リスキリングの支援や、関係機関と連携して企業誘致に取り組みます

— 現状値 — — 目標値 —  
(2024) (2029)

創業向けセミナー参加者数

5人  
(2023)

10人



起業に関する相談件数

3件  
(2023)

5件

起業につながった件数

3件  
(2023)

3件



※青色の着色は重点施策関連

## 基本目標③『里山・里海に関わり、訪れ、住みたくなる魅力をつくり、国内外の交流人口・関係人口を生み出す』の 基本的な方向性とKGI



### 基本的な 方向性

里山・里海の保全や学習を通じて市民がシビックプライドを育み、市外や海外の人にも自然とともに生きることの大切さを市民や事業者が自ら発信し、来訪や活動に結びつけることで自然をキーとした交流人口・関係人口創出に取り組み、移住促進にもつなげる。また、観光客の来訪と地域消費を結びつける。

### KGI 重要目標 達成指標

————現状値（2024）————      —————目標値（2029）————

移住者のうち本市を選んだ理由として  
「里山・里海などの自然が豊かだから」と  
感じている人の割合

15%

20%

定住する理由として「里山・里海などの  
自然環境に恵まれている」と考える人の割合

18%

23%

## 基本目標③『里山・里海に関わり、訪れ、住みたくなる魅力をつくり、国内外の交流人口・関係人口を生み出す』の具体的な施策および事業内容

### シビックプライドの醸成



背景・課題

- 本市の強みである自然環境の保全や、遊びや学習体験などを通じてシビックプライドを醸成し、定住意欲や本市への移住意欲を高める必要があります
- 食資源の市民への認知度を高め、地産地消を推進するとともに市の強みとしてシビックプライドの醸成やシティプロモーションにつなげる必要があります

- こどもの頃からの里山・里海を活用した自然教育に取り組みます
- 里山・里海の自然資源や保全の重要性について教えることができる市民人材を育成します。また、山や海などの外部専門家、海洋関連スタートアップとも連携しながら、魅力ある体験学習プログラムを創出します
- 市民主体や市民などを巻き込んでの里山・里海の保全や整備、自然資源を活用した事業に取り組み、自然との共生の意識を醸成します
- 大阪・関西万博に向けた共創チャレンジなどの取組により醸成した里山・里海との共生の意識を次世代に継承できるよう取り組みます
- フードフェスなどのイベントや市内外へのプロモーションを通じて、『美食ブランドKUU』の認知向上に取り組みます

— 現状値 — — 目標値 —  
(2024) (2029)

自然体験活動を行っている就学前教育・保育施設の割合

100% 100%

海洋教育に取り組んでいる小学校の割合

100% 100%

『はんなん海の学校事業』の生徒数

17名 ↗

里山・里海の活動件数

6件 ↗

### 観光振興・にぎわい創出



背景・課題

- 豊かな食資源と自然環境を活かして観光コンテンツや観光パッケージを造成し、本市への誘客により地域経済の活性化や本市の認知度向上に取り組む必要があります
- 大阪・関西万博を契機として、インバウンド客を引き込むことで、国外への認知度向上や食資源や産業などの販路拡大などに取り組む必要があります

- せんなん里海公園のポテンシャルを活かした公園の利活用や山中渓地区の観光拠点整備など、それらを活用して魅力あるコンテンツを開発し、観光商品としてパッケージ販売を行います
- 空店舗、空家、空地、遊休農地などの未利用ストックを活用するため、店舗の誘致や起業促進を行います
- 店舗などを集積させるとともに、それらを歩いて巡りたくなるまちづくりに取り組むことでまちににぎわいを創出します
- 本市のコンテンツを活用することで誘客が可能と考えられる国のターゲティングを行い、OTAなどと連携して観光商品の販路開拓を行います
- 本市の自然の取組や歴史について説明できる観光ボランティアガイドの育成に取り組みます
- 関西国際空港の周辺市町などと連携して、スケールメリットを活かした観光資源や特産品などの情報発信や観光誘客に取り組みます

— 現状値 — — 目標値 —  
(2024) (2029)

着地型観光コンテンツ掲載数  
(観光協会HP)

5件 10件



KPI

せんなん里海公園来場者数

314,242人  
(2023)

↗

わんぱく王国利用者数

85,426人  
(2023)

140,000人

各種イベント参加総数

63,919人  
(2023)

100,000人

※青色の着色は重点施策関連

## 基本目標③『里山・里海に関わり、訪れ、住みたくなる魅力をつくり、国内外の交流人口・関係人口を生み出す』の具体的な施策および事業内容

### 交流人口・関係人口の創出、移住促進



#### 背景・課題

- 里山・里海やまちづくりをキーに、国外・市外の事業者や、本市で活動したい人をまちづくりに引き込み、市民への挑戦への刺激を与えるとともに、まちづくりの担い手としても活躍してもらう必要があります
- 市民、移住者、関係者の阪南ファン化により、本市でのリアルな生活の魅力を口コミを活用して発信する仕掛けづくりに取り組む必要があります
- 親との同居近居での移住が多いことから、よりそういった層に選ばれ移住し、定住してもらうための取組を進める必要があります
- 泉州以外の地域や和歌山県などへのプロモーションに取り組むことで転入者を増加させる必要があります
- 本市においても在留外国人や訪日外国人が増加しており、生活や観光にあたっての受け入れ態勢をつくる必要があります



#### 主な取組内容

- 里山・里海をはじめとする自然保全の取組と地場産品の提供などを組み合わせた有料視察パッケージの造成に取り組み、自然の取組の関する視察数No.1をめざします
- 自然環境を重視する移住者希望者に向けてお試し移住プログラムの造成に取り組みます
- 市民を対象にしたインナープロモーションにより、阪南ファンづくりやマイクロインフルエンサー化に取り組みます
- 既に移住した人や出身者から新たに移住してきた人へまちの情報に関する提供機会を創出します。また、新たに移住してきた人を軸に据えて、本市での生活の魅力を口コミやSNSを活用することにより効果的に発信する仕組みをつくります
- 親との同居者・近居者などを対象に、空家を活用した移住促進支援金など、移住に向けた相談や支援を行います
- 和歌山県の市町村在住者などへの情報発信や、市在住者をフックにした「親からこども」への情報発信など、効果的なシティプロモーションに取り組みます
- イベントなどで、公民連携や共創の取組のプロモーションなどを行います
- 在留外国人や訪日外国人の受け入れ態勢づくりとして、各種施策の多文化共生や多言語対応に取り組みます
- スポーツイベントの実施や実施協力に取り組みます



#### KPI

	——現状値（2024）——	——目標値（2029）——
里山・里海に関する視察受入数	5件	↗
里山・里海への取組の参加者数	470人	↗
市公式SNS（インスタグラム、LINE、X）のフォロワー数	9,200人	10,600人
市移住ホームページの閲覧数	245,264件	650,000件
移住相談件数	58件	200件
市内への転入率（1月1日～12月31日）	2.6	↗

※青色の着色は重点施策関連

## 基本目標④『安全・安心・健康にそれぞれが生涯活躍し住み続けたくなるまちづくりに取り組む』の 基本的な方向性とKGI



### 基本的な 方向性

市民や事業者の防災・防犯意識の向上を図り、自主的な活動の促進により、激甚化する災害への対応を行う。歩く文化の形成等により市民それぞれが心身ともにWell-Beingな状態で挑戦できるような仕掛けを作る。生活のために必要な移動がしやすいまちづくりに取り組む。

### KGI 重要目標 達成指標

健康寿命（男女別）

市内での移動（地区をまたぐ移動および地区内での移動）に課題を感じていると感じる人の割合

————現状値（2024）————

男80.3歳（2022）  
女84.1歳（2022）

地区をまたぐ移動に課題19%  
地区内での移動に課題12%

————目標値（2029）————

健康寿命の延伸

現状値を下回る

#### **基本目標④『安全・安心・健康にそれぞれが生涯活躍し住み続けたくなるまちづくりに取り組む』の具体的な施策および事業内容**

安全・安心なまちづくり

- 災害発生時など緊急時の避難や対応のために日頃から市民同士で助け合える関係性づくりに取り組む必要があります
  - 尾崎地区や東鳥取地区では特に防災、西鳥取地区では特に防犯や日々の見守りが求められています
  - 特殊詐欺や空巣などの犯罪の抑制に取り組む必要があります
  - 空家や空地などを適正管理し、活用することで発生を抑制する必要があります。60代をはじめとする所有者は空家や空地の活用方法を知らないことや、買い手や借り手がつかないことから活用が進んでいません



背景・課題



主な  
取組内容



KPI

- VRなどのICT技術を活用した防災教育や、防災意識や防犯意識の向上に取り組みます
  - 60代をメインターゲットに、健康増進や社会貢献、地域とかかわるきっかけづくりとを絡めた日々の見守りや防災活動の主体づくりに取り組みます
  - 60代以上の関心の高い健康施策などを接点として周知を行い、空家活用相談につなげます
  - 不動産会社やリノベーション会社関連事業者などとの公民連携により、空家や空地に関して所有者と活用したい人とのマッチングを行うとともに、具体的な活用方法の提示や、買い手や借り手の確保を行います
  - 再生エネルギーの導入や環境に配慮した施設・設備への転換を図るなどカーボンニュートラルの実現に向けて取り組みます

— 現状値 — — 目標値 —  
(2024) (2029)

防災協定数	73件	↗
VRなどのICT技術を活用した 防災に関する講座数	—	↗
空家活用の相談件数	8件 (2023)	↗
全犯罪発生件数	234件 (2023)	↘

健康づくり

- 運動のきっかけづくりなどにより、歩く文化の形成や健康増進に取り組む必要があります
  - 健康プログラムを造成し、持続的にプログラムを実施、提供拡大する必要があります



背景・課題



## 主な取組内容

- 特定健診やがん検診の受診勧奨を行います
  - 健康に無関心な人も健康づくりに取り組めるように、趣味や子どもの見守りなど健康以外のテーマも絡めて活動のきっかけづくりに取り組みます
  - ICT技術や先進技術を活用して、個人に最適化して健康プログラムの提案を行います
  - 健康づくりの自主グループの創出を促進します
  - 関係機関と連携し、健康寿命の延伸を図ります

— 現状値 — — 目標値 —  
(2024) (2029)

特定健診の受診率	33.1% (2022)	60%
健康関連自主グループ立上数（はんなん健康応援プラン関係）	2団体/年	5団体/年



※青色の着色は重点施策関連

## 基本目標④『安全・安心・健康にそれぞれが生涯活躍し住み続けたくなるまちづくりに取り組む』の 具体的な施策および事業内容

### 移動しやすいまちづくり



#### 背景・課題

- 高齢者や乳幼児と同伴の移動や自身での移動が困難な人、自家用車を持たない人が移動できるための仕組みが求められています
- 通院、買い物、通勤、通学などの移動ニーズへの対応が求められています。特に下荘地区においては地区をまたぐ移動に課題を感じている人が多くなっています
- 歩く文化醸成に向けての環境整備に取り組む必要があります



#### 主な取組内容

- ライドシェアや新たなモビリティ、市民同士の共助での移動支援など、最適な移動支援を検討し、取り組みます
- 既存の公共交通の充実に向けて検討し、取り組みます
- 歩く文化の醸成に向けて、街灯や道路整備など、市民の歩くルートを想定し、歩くために必要な道路環境などの整備を行います



	現状値	目標値
	(2024)	(2029)
移動に課題を感じていない人の割合	45%	↗
コミュニティバスの利用者数	12.3人/便 (2023)	↗

# はんなんリブートプロジェクト(重点施策による取組の全体像)

市内・市外から本市で活躍したい人が参画し、自ら担い手になって『私のONE ACTION』を生み出し、それぞれが自律的に活躍するきっかけを得る場として、「はんなんONE ACTIONプラットフォーム」の形成に取り組みます。まずは、キーパーソンを発掘し、市内外で活躍する人や専門家から刺激やノウハウの提供を受けながら、自らが主体的にONE ACTIONを行う仕掛けをつくります。それぞれのキーパーソンを中心に、市民の行動変容を促しつつ、活動したい人を巻き込み、各重点施策の実現に向けて取り組みます。最終的に、『私のONE ACTION』が、結婚、出産、子育て、就労などの希望を叶えたり、事業や活動に挑戦することで人を呼び込み、地域を活性化（再起動）し、魅力的なまちをつくっていくことで、更なる交流人口・関係人口を創出していきます。

## ～私の ONE ACTION が魅力的なまちをつくる～



遊びの場・憩いの場  
・集いの場



店舗創出・集積



地域のしごとづくり



里山・里海をキーにした  
シビックプライドの醸成、  
交流人口・関係人口の創出



私のONE ACTIONを実現するため、  
それぞれがキーパーソンとなりチームづくりをしていく

## はんなん ONE ACTION プラットフォーム

(自律的に活動に取り組みたいキーパーソンが参画)



コミュニティ  
デザイナー



チャレンジャー



ボランティア



インフルエンサー



ネイチャーラバー



市外で活躍する人や  
専門家の招聘により  
刺激やノウハウを  
提供

# はんなんONE ACITONプラットフォーム

## 重点施策

### 取組のイメージ

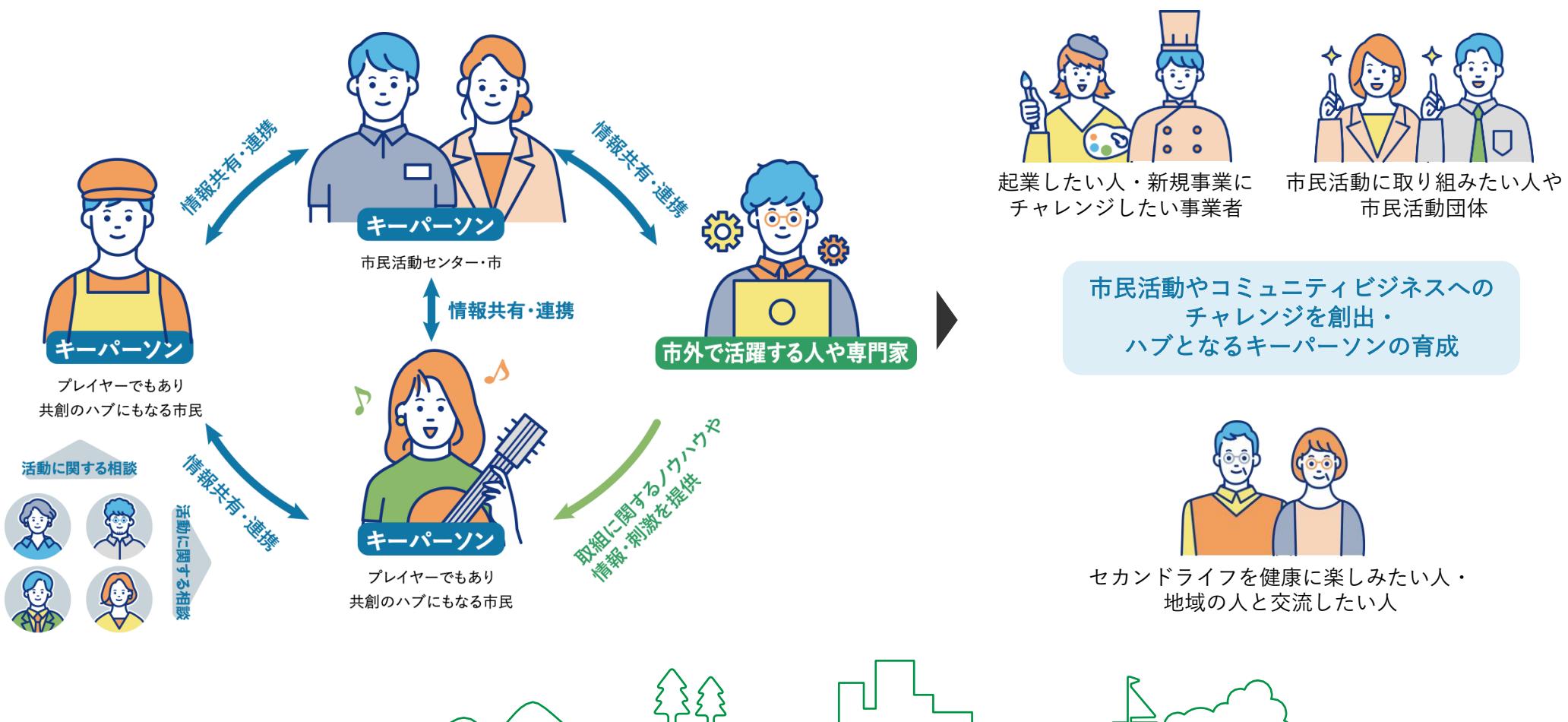
- 市民活動センターの役割やあり方の見直し、ハブとなって協力しながら共創を生み出す人材の発掘や育成
- 市外の先進的に活動している人や専門家を招聘し市民活動意欲に刺激を提供
- 地域まちづくり協議会に向けた意識醸成

### 市民や事業者などの役割

- 市民活動センターと連携してキーパーソンとして地域で活動したい人の情報を収集し、相談や他の団体や活動したい人などとのマッチング支援
- 情報や支援のハブとするための市民活動センターや市に積極的にまちの課題や活動したい人の情報を提供

### 市の役割

- 共創を生み出すプラットフォームビルダー
- キーパーソンの発掘・育成
- 人材や活動情報の収集および情報発信
- 行政がまちの一員として、市民活動と連携
- まちの課題を深掘りし関係者と共に創出する機会の創出



取組の  
イメージ

- 公共施設、空家などを活用し市民同士でモノやコトを持ち寄り、つくりあげる遊びの場、憩いの場、集いの場づくり（日常的な小規模な拠点と土日などに非日常が味わえる拠点）
- 遊び場、憩いの場、集いの場づくりを通じて子育て世代を中心とした多世代の助け合いのコミュニティを形成
- 30代後半、40代の子育ての先輩からの「リアルな本市での結婚、出産、子育てや生活の工夫」の情報提供や悩みの相談（生活設計、就労等の不安の解消）、親自身も刺激を受けて成長でき、育ちあう場
- 既存住民と移住者が混じりあい本市の魅力を再発見でき、それがマイクロインフルエンサーになれる仕掛け
- 60代を中心に人のかかわりを持ちたい人、趣味を生かして社会やまちに貢献したい人、健康づくりをしたい人による子育てや生活のサポート人材の参画、育成、自然学習や趣味を生かしたレクリエーションなどの担い手

市民や事業者などの役割

- 場をつくり育むコミュニティデザイナーを担う
- 自身の特技や趣味、やりたいことを活かして遊び、憩いや集いにつながるコンテンツの提供にチャレンジする
- チャレンジしたい人と一緒にボランティアとして取り組む
- 場で感じたまちの魅力を発信しインフルエンサーとして市内外の知人に届ける

市の役割

- 場に関わるきっかけづくりや情報発信
- 空家などの所有者との調整、公共施設の活用
- 担い手の発掘・育成

## みんなの「自分らしさ」で彩る遊びの場・憩いの場・集いの場



# 空き（あき）で商い（あかない）プロジェクト

## 重点施策

### 取組のイメージ

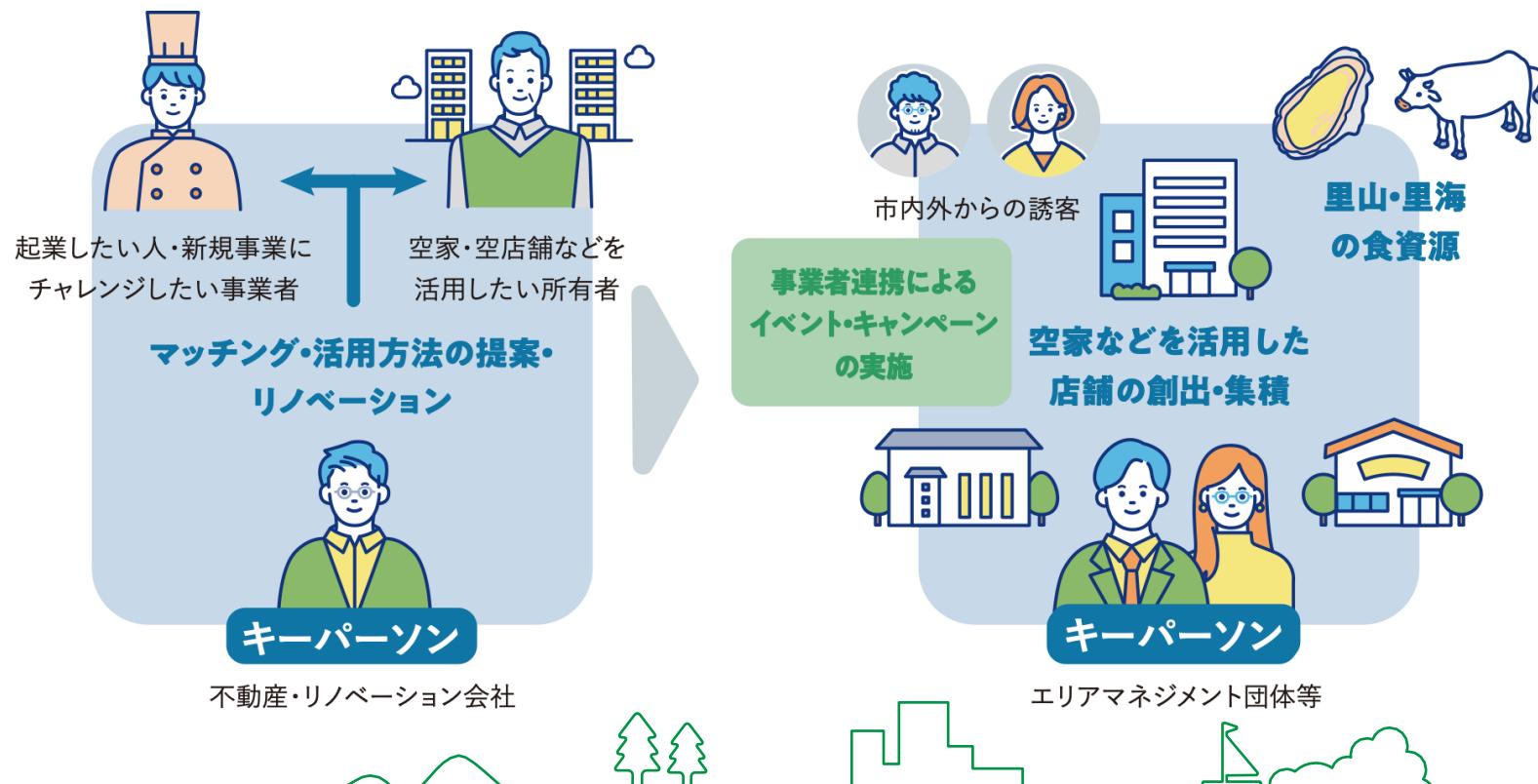
- 里山・里海の恵みによる豊富な食資源を活かした地産地消グルメやカフェなどの店舗の集積化にむけたエリアマネジメント
- 空家、空地、空店舗、遊休農地と市外事業者や起業したい市民等のマッチング支援（所有者へのリノベーション事業者や不動産関連事業者との連携による空家の具体的活用方法の提示や借り手の確保）
- 店舗や拠点をつなぐ自然環境を活かした集客イベントの実施（季節ごとのイベントや食べ物、音楽、出会いなどをテーマにしたイベント）
- 創業、起業にかかる費用への補助金制度
- 市内消費を促進できるような地域ポイント制度

### 市民や事業者などの役割

- 不動産・リノベーション会社のノウハウを活用したコーディネート
- 所有している空店舗・空家・空地の活用
- 新規事業や起業へのチャレンジ
- 店舗同士やエリア内における連携によるイベントやキャンペーンの実施
- 食資源などのまちの資源の有効活用

### 市の役割

- 商工会などと連携した食ブランドの確立、店舗へのメニュー採用の促進による食ブランドの認知ルートの拡充
- 不動産やリノベーション会社と連携した空家や空店舗の活用、チャレンジしたい人とのマッチングに向けた仕組みづくり、空家バンクとの連携
- 起業や新規事業創出の促進
- 店舗間連携につながるエリアマネジメントの仕組みづくり
- 市民や事業者と連携した市内外への取組に関する情報発信



取組の  
イメージ

- 子育て中で将来的に就労したい人や、短時間や隙間時間で働きたい人と事業者をマッチング
- 事業者の新規事業開発における子育て世代のニーズ調査のためのモニターとしての活用やアイディア出し、事務作業や広報業務など短時間、隙間時間での雇用を創出
- 将来的に市内事業者の正規雇用につながる人材確保のためのきっかけづくりと、併せて正規雇用をめざすためのスキルアップ講座の提供

市民や事業者などの役割

- 就労や起業に向けてのスキルアップへのチャレンジ
- 市内人材の活用や新規事業・事業拡大へのチャレンジ

市の役割

- 商工会などと連携した市内事業者と将来的に就労や起業したい子育て中の人のマッチング支援やスキルアップセミナー・仕事とのマッチング・起業支援の提供



子育て中の人

## 新規事業創出・情報発信強化



事業者

### モニターやアイディア創出・ 情報発信の担い手など



キーパーソン

商工会・市など

- ・将来的に就労をめざしたい
- ・就労のためのスキルを習得したい
- ・子育て中でも社会とのつながりを持ち、貢献したい

- ・新規事業創出・情報発信力強化につなげたい
- ・子育て世代や市内のニーズを把握したい
- ・短時間・隙間時間で働く人材や将来の正規雇用人材を確保したい

### 専門家や就労経験者などによる スキルアップセミナー・ 仕事とのマッチング・起業支援

# 「わたしの人生をアヲで彩り」プロジェクト

重点施策

取組の  
イメージ

- 全世代型海洋教育の実施拡大（小学生は学校教育として実施）
- 本市独自に山の日、海の日を設定して市民の自然に対する意識を醸成
- セカンドライフを充実したい人や自然が好きな人を自然学習提供の担い手として育成
- 自然学習とともにゴミ拾いや遊び学べる場としての里山・里海の整備の主体となる組織づくり
- 山や海に関する活動をしたい市外の人や企業へのフィールド提供
- 上記の自然の取組とそこから生まれる地元食材を合わせた視察有料パッケージの創出

市民や事業者などの役割

- 里山・里海の学習や保全活動への参加
- 自然学習に関するコンテンツ、知識や研究取組の提供、自然環境を活かした産業化
- 里山・里海の学習・整備や産業化のためのフィールド提供
- 自然学習のボランティア講師として広く普及活動

市の役割

- 里山・里海への愛着を感じてもらえるようコンセプトや取組を市民や事業者に普及啓発
- 里山・里海の取組を軸に市をプランディングしシティプロモーション
- 市内外や国外に向け食資源と併せて視察の有料パッケージを提供
- ボランティアの育成・関係者との調整

## 山を愛でる日・海を愛でる日をつくり各取組を効果的に発信

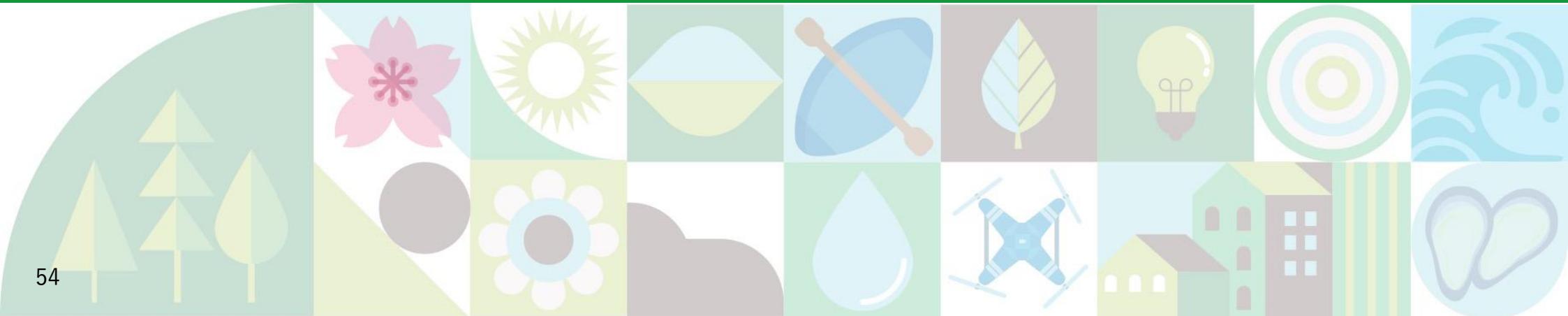


「アヲ」について

昔、日本語には元々色を表す言葉として「緑」は存在せず、緑色も青色に含まれ、「アヲ（アオ）」と呼ばれていました。里山と里海の取組をつなぎ、合わせて取り組んでいくにあたり、里山の緑と里海の青を、本戦略では「アヲ」と表現しています。

# 04.

## デジタル技術の活用

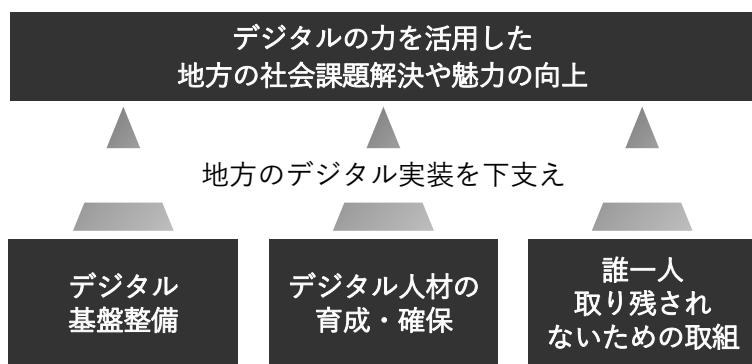


# デジタル技術等活用の基本方針

国は、地方にデジタルの力を活用して、地方の社会課題解決や魅力の向上に取り組むことを求めています。また、国は地方のデジタル実装を下支えするための基礎条件整備に取り組むこととしています。国や大阪府のデジタル実装の基礎条件整備と連携しつつ、本市としても適宜必要な基礎条件整備に取り組みます。

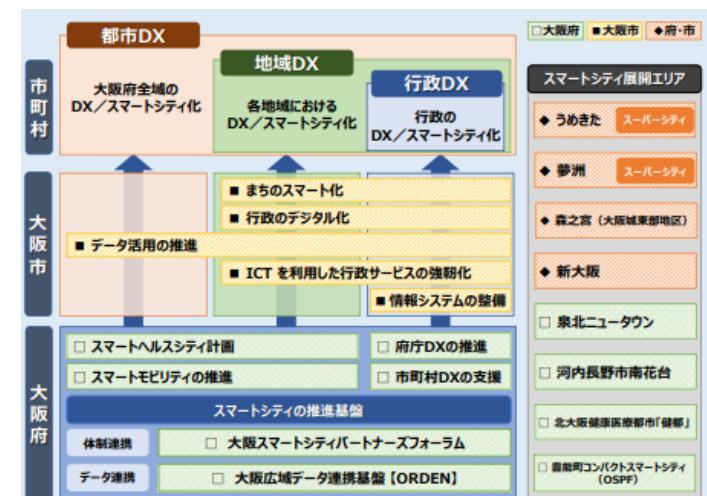
## 国の方針

- 国はデジタルの力を活用した地方の社会課題解決や魅力の向上に向けた取組を下支えするために、3つの基礎条件の整備に取り組むこととしています
- デジタル基盤整備として、デジタルインフラの整備・利活用拡大、マイナンバーカードの普及促進、データ連携基盤の構築などに取り組んでいます
- デジタル人材の育成・確保として、デジタル人材育成プラットフォームの構築、デジタル人材の地域への還流促進などに取り組んでいます
- 誰一人取り残されないための取組として、デジタル推進委員の展開、デジタル共生社会の実現、利用者視点でのサービスデザイン体制の確立などに取り組んでいます



## 大阪府の取組状況

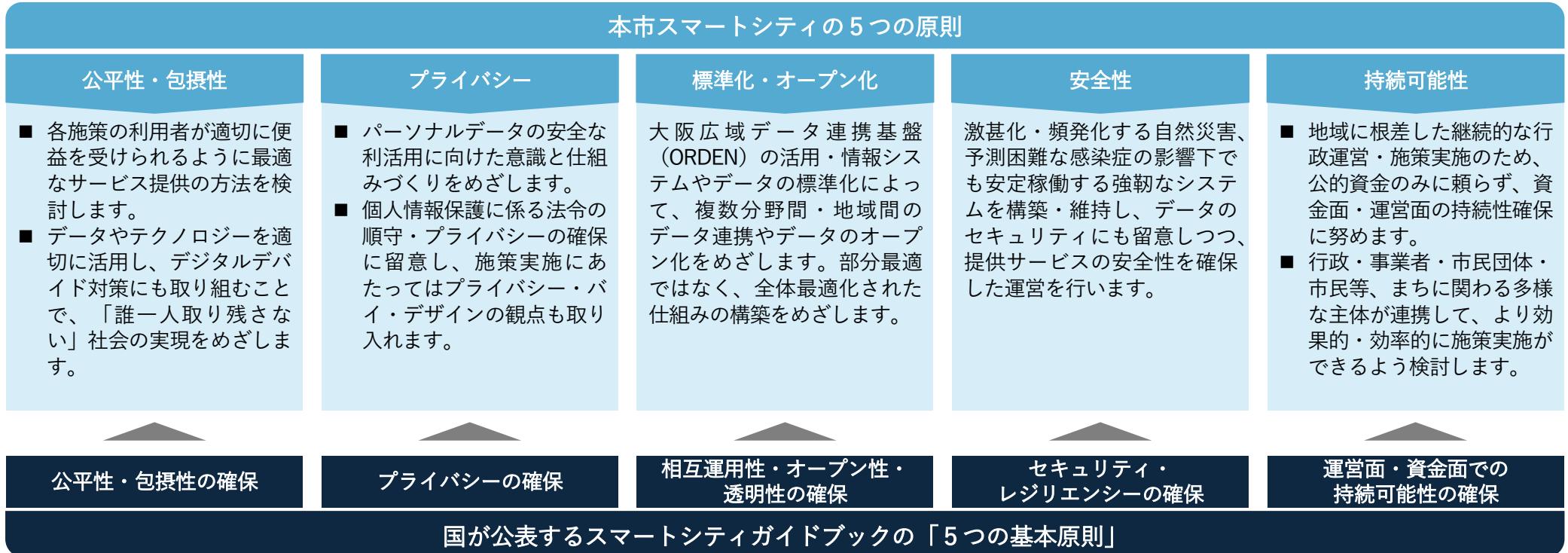
- 大阪府は、2020年3月に策定した「スマートシティ戦略ver.1.0」を改訂した「スマートシティ戦略ver.2.0」（2022年3月改訂）において、データ連携基盤などのインフラ構築や市町村DX支援などにより、府域のDXを推進しています
- 大阪府は引き続き、大阪スマートシティパートナーズフォーラムやデータ連携基盤などのインフラ構築と、市町村DX支援などにより、府域のDXを推進しています
- 大阪府はスマートシティの実現に不可欠な社会インフラとして、『大阪広域データ連携基盤（ORDEN）』を運用して、『公民データ仲介サービス（ODPO）』『大阪総合行政ポータル（my door OSAKA）』のサービス提供を開始するなど、デジタル基盤整備と活用促進に取り組んでいます



出所：大阪スマートシティ戦略

# デジタル技術等活用のための基礎条件整備

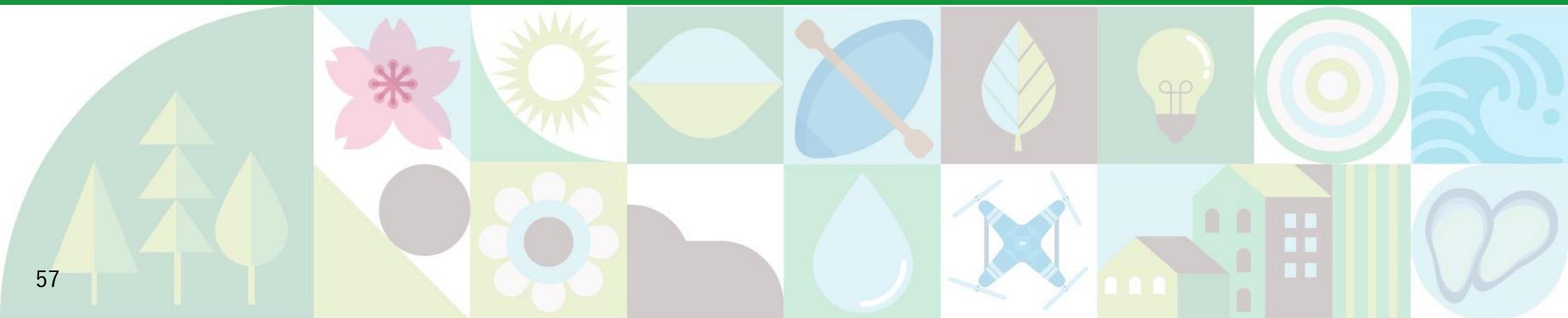
本市においては、デジタル技術や先進技術を活用による取組を『阪南市スマートシティ推進計画』により定めており、下記の5つの原則に基づいて推進しています。本戦略においても、基本目標の達成に向け、デジタルの力を活用するとともに必要な基礎条件整備に取り組みます。



本市が取り組む基礎条件整備	デジタル基盤整備	<ul style="list-style-type: none"><li>マイナンバーカードの活用により、行政手続きのオンライン化をはじめとして、市民の利便性につながる取組を行います</li><li>マイナポータル、ORDEN、my door OSAKAなど国や大阪の取組と連携してデジタル基盤の整備に取り組みます</li><li>Web3.0（NFTやDAOなどのブロックチェーン技術）や高度にAIを活用して施策に取り組みます</li></ul>
	デジタル人材の育成・確保	<ul style="list-style-type: none"><li>DX推進を担う市職員をDXリーダーとして配置し、デジタル技術を活用した施策や業務効率化に向けた研修を行うなど変革マインドの醸成に取り組みます</li><li>AIや先進技術を積極的に活用し、施策立案や実施に取り組めるよう市職員などの人材育成を行います</li></ul>
	誰一人取り残さないための取組	<ul style="list-style-type: none"><li>スマホ相談員を養成し、スマホ相談会を実施するなど、デジタルデバイドの解消に取り組みます</li><li>SNSなどのツールを活用し、併せてデジタルデバイドに配慮した情報発信に取り組みます</li></ul>

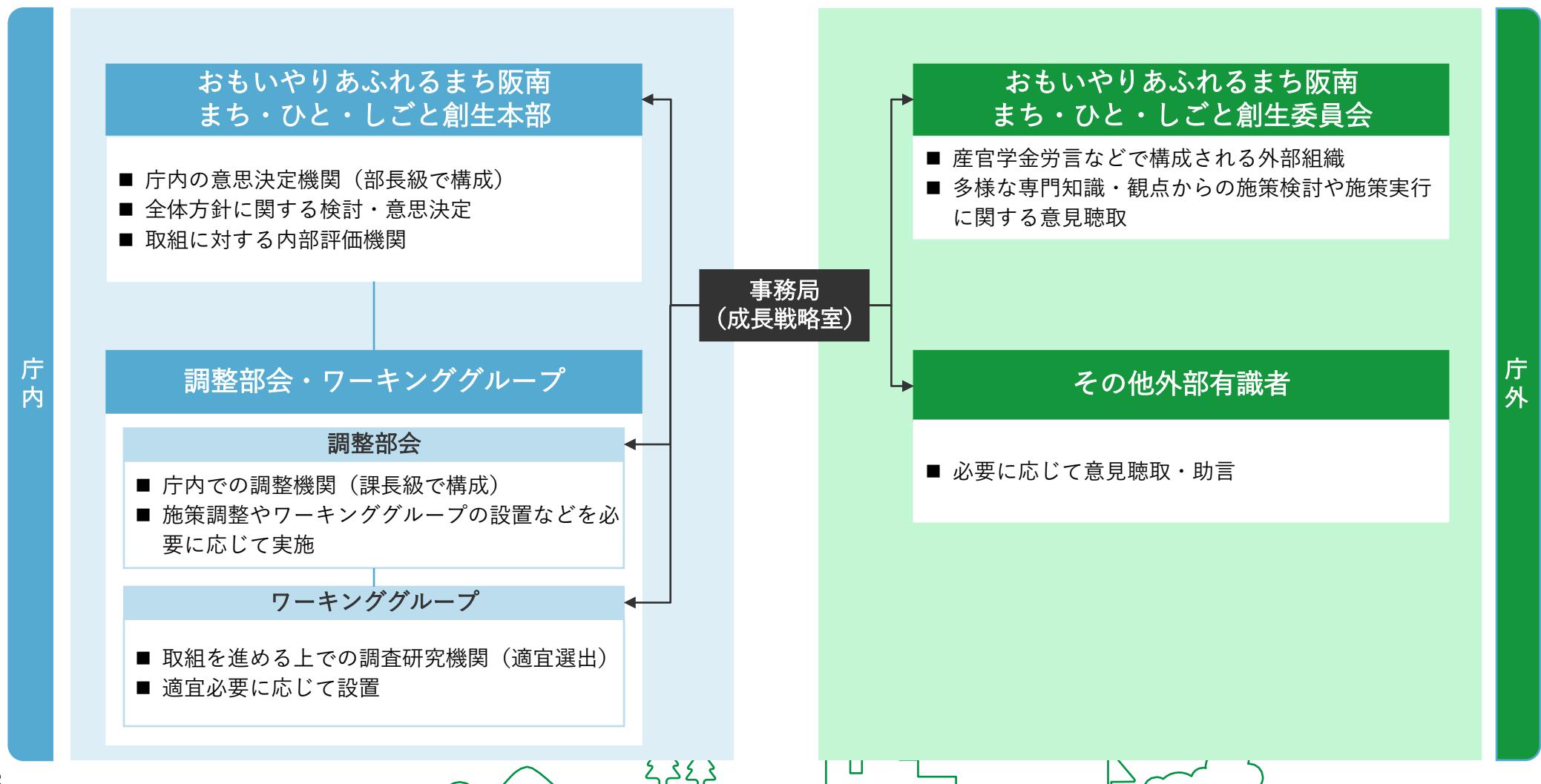
# 05.

## 本戦略の推進



# 本戦略の推進体制

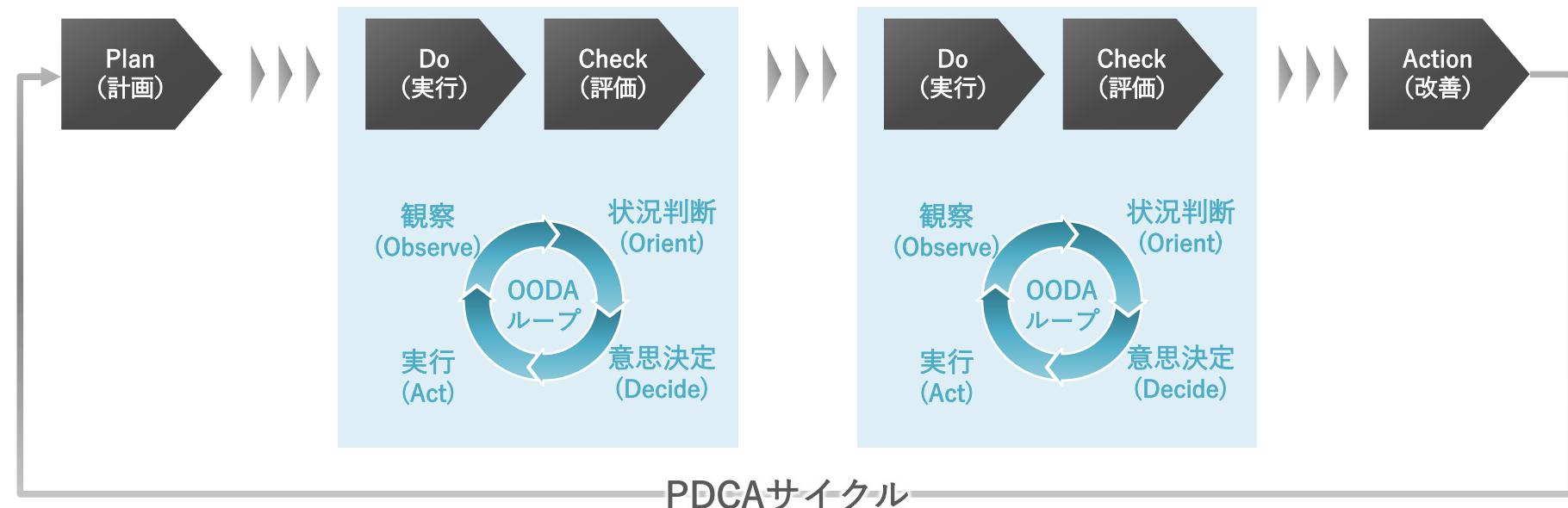
- 本戦略は「おもいやりあふれるまち阪南 まち・ひと・しごと創生委員会」、「おもいやりあふれるまち阪南 まち・ひと・しごと創生本部」および「おもいやりあふれるまち阪南 まち・ひと・しごと創生本部調整部会」などを検討組織として、各組織で検討した内容を盛り込んだものです
- 施策検討や今後の施策展開においては本ページに示す各組織のほか、関係団体、民間企業など、その他の外部有識者と意見交換などを行っています
- 今後、各施策を推進する段階においても、これらの組織をベースとした推進組織を構築し、PDCAサイクル/OODA（ウーダ）ループに沿った施策の具体化や計画化、実行、進捗状況や業績の確認、改善を行っていくこととします



# PDCA/OODAによる本戦略の進捗管理および評価方法

- デジタル技術は日進月歩を続けており、新たな技術により、本市の社会課題を解決できる可能性があります。そのため、本戦略の効果的な実行にあたっては、状況に応じて施策を見直し、より最適な施策へとブラッシュアップを図っていく必要があります
- 本戦略の進捗管理および評価方法についてPDCAサイクルを基本としつつも、より変化の速い状況において活用されているOODA（ウーダ）ループの考え方を併用します
- 重点施策をはじめ、特に市民や事業者などとの共創により取り組む施策については、適宜課題や進捗を共有しながら取り組むこととします

本戦略の進捗管理および評価のイメージ



## 【参考】用語集

用語	説明
AI	人間の思考プロセスを模倣することをめざす技術の総称
ALT（外国語指導助手）	「Assistant Language Teacher（外国語指導助手）」の略称で、小、中学校等に配置し、児童生徒の外国語教育や国際理解教育の学習活動の補助を行う
DAO	組織・企業の形態の1つで、中枢部や管理者を置かず、階層構造が存在せず、組織の構成員の投票や合意によって意思決定をする。ブロックチェーンによるスマートコントラクトを利用し、金融取引や財務情報に透明性をもたらしている。自律分散型組織
DX（デジタル・トランスフォーメーション）	デジタル技術により、人々の生活をあらゆる面で良い方向に変革させていくこと
GX（グリーン・トランスフォーメーション）	再生可能エネルギーなどクリーンエネルギー中心の社会や経済の構造に転換させていくこと
ICT	コンピュータやデータ通信に関する技術をまとめた呼び方
KGI	「Key Goal Indicator（重要目標達成指標）」の略称で、目標を達成しているかどうかを確かめるための指標
KPI	「Key Performance Indicator（重要業績評価指標）」の略称で、目標に対して、どれだけ達成に近づいているかを計測するための中間指標
my door OSAKA	住民のQOL向上に資するデジタルサービスを府域全体で提供するため、大阪広域データ連携基盤（ORDEN）を活用した取組として、個人に合わせた最適な情報発信やオンライン行政手続等を提供する大阪総合行政ポータル
NFT	複製・偽造の不可能な証明書を付与したデジタルデータやその技術
ONE ACTION	本市総合計画（2022年度～2033年度）の将来ビジョンであり、地域持続可能な都市へ変化するため、地域に住まうそれぞれの人が未来に向かって「1歩」を踏み出し、地域課題の解決を図っていくこと
OODA（ウーダ）ループ	取組を進めるための意思決定の考え方の1つ。「Observe（観察）」⇒「Orient（状況判断）」⇒「Decide（意思決定）」⇒「Act（行動）」の4段階のサイクルから成り、PDCAサイクルに比べ、変化が起こりやすく、変化のスピードが速い環境やスピーディな意思決定に適している
OTA（オンライン・トラベル・エージェント）	実店舗を持たず、インターネット上のみで取引を行う旅行会社
PDCAサイクル	取組を継続的に改善させていくための取組手法の1つ。「Plan（計画）」⇒「Do（実行）」⇒「Check（評価）」⇒「Action（改善）」の4段階のサイクルから成り、OODAループと比べ、安定した環境での品質管理や一定期間かける取組に適している
QOL	「Quality of Life」の略称で、ひとりひとりの人生の内容の質や社会的にみた生活の質
SDGs未来都市	持続可能な開発目標の達成に向け、環境保護、経済成長、社会的包摂を統合的に推進する都市。市民の生活の質を向上させつつ、次世代にわたって持続可能な社会を構築することをめざす



## 【参考】用語集

用語	説明
STEAM教育	科学（Science）、技術（Technology）、工学（Engineering）、芸術（Arts）、数学（Mathematics）の5つの分野を統合的に学ぶ教育
VR	コンピュータ上に人工的な環境を作り出して、その場にいるように利用者に感じさせる技術のこと
Web3.0	ブロックチェーン上で、暗号資産等のトークンを媒体として「価値の共創・保有・交換」を行うことができる特定の企業に依存しないネットワーク
Well-Being	ウェル・ビーイング。個人の権利や自己実現が保障され、身体的、精神的、社会的に良好な状態にあることを意味する概念
インバウンド	外部から内部へ入り込むこと。特に外国人の訪日旅行
インフルエンサー	世間に対して大きな影響力を持つ人のこと。また、SNSなどを通じた情報発信力のある人
エコシステム	多様な関係者や要素が分業と協業によって共存共栄できる関係となっている状態のこと
エリアマネジメント	特定のエリアを単位に、民間が主体となって、まちづくりや地域経営（マネジメント）を積極的に行おうという取組
大阪広域データ連携基盤（ORDEN）	大阪においてスマートシティでの様々な分野のサービスの導入やデータの連携を容易にするための情報システムのこと。「Osaka Regional Data Exchange Network」の頭文字をとってORDENと名付けられている
関係人口	移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと
キーパーソン	物事の鍵を握る重要人物
クラウドファンディング	多数の人が少額の資金を提供することにより、他の人々や組織に財源の確保への協力をすること。資金調達のための手段の一つ
公共ストック	公共施設など自治体などが保有する資源のこと
交流人口	他地域からその地域を訪れる人の数のこと。その地域に住んでいる人（定住人口）に対する概念
コミュニティデザイナー	共通の目的や興味、地域などによって結びついた人々の集まりであるコミュニティを創出するための全体設計を行う人
コンパクトシティ・プラス・ネットワーク	歩いていける範囲を生活圏と捉え、医療・福祉・商業・居住環境などの各都市機能を近接化させたまちづくり（コンパクトシティ）に、地域の公共交通を連接させることで、コミュニティの再生や住みやすいまちづくりをめざすもの
サードプレイス	自宅(ファーストプレイス)や職場・学校(セカンドプレイス)ではない、一個人としてくつろぐことができる第三の居場所



## 【参考】用語集

用語	説明
自然増減	出生または死亡により、ある地域の人口に生じる増減のこと。なお、ある期間において出生が死亡を上回る場合「自然増」、逆に死亡が出生を上回る場合「自然減」という
シビックプライド	都市や地域に対する市民の誇り
社会増減	他地域からの転入または他地域への転出により、ある地域の人口に生じる増減のこと。なお、ある期間において転入が転出を上回る場合「転入超過」、逆に転出が転入を上回る場合「転出超過」という
スタートアップ	新しい企業であって、新しい技術やビジネスモデルやイノベーションを有し、急成長をめざす企業
スマートウェルネスシティ	身体面の健康だけでなく、人々が生きがいを感じ安全で豊かな生活を送れないと感じられるまちづくりの考え方
スマートコントラクト	ブロックチェーン上で契約情報を記録する仕組み。取引相手との間に仲介者や第三者機関を介することなく、事前に取り交わされた条件が満たされると、契約を自動的に執行する
スーパーシティ	スマートシティの類型の1つであり、住民が参画し、2030年頃に実現する未来社会を先行実現することをめざす構想のこと。 ①生活全般にまたがる複数分野の先端的サービスの提供、②複数分野間でのデータ連携、③大胆な規制改革が主なポイントとされている
成果連動型民間委託契約方式（PFS）	新たな官民連携手法の1つ。国または地方公共団体などが、民間事業者に委託する事業であり、解決すべき行政課題に対応した成果指標を設定し、支払額を成果指標の改善状況応じて決定する仕組み
着地型観光コンテンツ	従来の観光事業者によるツアーと異なり、旅行者を受け入れる地域が、地域の魅力や資源を伝えるために企画・運営する観光体験のこと
デジタルインフラ	インターネットをはじめとするIT全般の技術基盤
デジタルデバイド	デジタル技術を利用可能な人とそうでない人との間に生じる格差と、それに伴う社会問題のこと
テレワーク (リモートワーク)	デジタル技術活用により可能となる、場所や時間にとらわれない働き方のこと
トークン	証拠品などを意味し、暗号資産やIT分野においては、ブロックチェーン技術を基にしたデジタル資産や、コンピュータネットワーク上でデジタル認証を行うための小型装置のことを意味する
トライアル・サウンディング	官民連携手法の導入に向けた条件や事業展開方針を官と民が一体となって検討していくことを目的に、自治体などの保有する施設を民間事業者などが一時的に利用して、採算性などを確認する取組
ネイチャーラバー	自然を愛する人
プラットフォームビルダー	共創に向けて、地域の団体や民間企業など、多様な関係者を巻き込み、協力関係を構築し、まとめるプロジェクトマネージャー



## 【参考】用語集

用語	説明
ブルーカーボン	アマモやワカメ等の成長過程で吸収する二酸化炭素のうち、収穫されて食用加工される部分を除いた、長期的に体内に持ち続けられるもののこと
ブルーカーボンクレジット	ブルーカーボンにより吸収される二酸化炭素などの数量を客観的・科学的に算定し、公的機関などにより認証されたもの
ブロックチェーン	分散型ネットワークを構成する多数のコンピュータに、公開鍵暗号などの暗号技術を組み合わせ、取引情報などのデータを同期して記録する手法
マイクロインフルエンサー	インフルエンサーの中でも情報発信力が比較的弱いが、特定のエリアやターゲットに対する訴求力が高い人。本戦略では、地域や市民、市外の友人などに対する情報発信力や影響力が高い人を意味している
ライドシェア	乗用車の相乗りの需要をマッチングさせるソーシャルサービスの総称
リブート	コンピューターやシステムを再起動することを意味する。本戦略では、人やまちを活気づけ、より良い状態にすることを意味している
レジリエンシー	「強靭性」のこと。何らかのリスクや危機を「乗り越える力」をさす

阪南市デジタル田園都市構想総合戦略  
(第3期阪南市総合戦略)

2025年度～2029年度

2025年（令和7年）3月

編集・発行：阪南市未来創生部成長戦略室

〒599-0292 大阪府阪南市尾崎町35-1  
TEL 072-471-5678（代）