

多様な資源が生かされ、
未来に挑戦する活力のあるまちの実現

1 農業

V-1-(1) 地域特性に応じた産業型農業の推進 …… 142

V-1-(2) 地域が支える“食と農”の推進 …… 144

2 森林・林業

V-2-(1) 100年先を見据えた安全・安心の森づくりの推進 … 146

V-2-(2) 地域材の利用促進による林業の振興 …… 148

3 ものづくり産業

V-3-(1) 将来に向けた産業集積の促進 …… 150

V-3-(2) ものづくり中小企業の新たな事業展開の促進 … 152

4 商業・サービス業

V-4-(1) 中心市街地のにぎわいの創出 …… 156

V-4-(2) 地域特性に応じた商業環境の整備 …… 158

5 観光・交流

V-5-(1) 多様な地域資源を生かした観光産業の振興 … 160

V-5-(2) 地域資源を生かしたまちづくりの推進 …… 162

V-5-(3) 都市と山村が強みを生かし支え合う交流の促進 … 164

6 労働

V-6-(1) 多様な働き方と働く場の創出 …… 166

施策体系

小分野	施策名	施策の柱
1 農業	(1) 地域特性に応じた産業型農業の推進	①大規模で高効率な平坦部農業の推進 ②高付加価値を生む都市近郊型農業の推進 ③観光産業の一翼を担う山村部農業の推進
	(2) 地域が支える“食と農”の推進	①地産地食の推進 ②「農ある暮らし」の推進
2 森林・林業	(1) 100年先を見据えた安全・安心の森づくりの推進	①健全な人工林づくりの推進 ②森の応援団の養成と共働の森づくりの推進 ③森林整備に従事する担い手の確保
	(2) 地域材の利用促進による林業の振興	①地域材の加工流通体制の構築 ②地域材の需要喚起 ③林業技術者等の育成支援
3 ものづくり産業	(1) 将来に向けた産業集積の促進	①投資の受皿となる産業用地の創出 ②将来に向けた投資の促進と誘導
	(2) ものづくり中小企業の新たな事業展開の促進	①新たな事業展開の創出の支援 ②支援機関や支援施策の利用促進 ③産学官金の連携による支援体制の充実
4 商業・サービス業	(1) 中心市街地のにぎわいの創出	①行ってみたくなる商業空間の創出 ②歩き回りたくなる魅力の創出 ③公共的空間の活用促進
	(2) 地域特性に応じた商業環境の整備	①地域コミュニティを担う商業機能の強化 ②満足感ある生活ができる商業環境の整備
5 観光・交流	(1) 多様な地域資源を生かした観光産業の振興	①戦略的観光マーケティングの導入・促進 ②観光産業を支える人材の育成
	(2) 地域資源を生かしたまちづくりの推進	①地域資源の発掘と磨き上げの促進 ②地域資源を支える基盤の拡充
	(3) 都市と山村が強みを生かし支え合う交流の促進	①都市と山村の資源とニーズのコーディネート ②山村地域における生業創出の推進
6 労働	(1) 多様な働き方と働く場の創出	①企業の働き方改革の促進 ②働きたい人の就労可能性の拡大

■めざす姿

地域の特性に応じた最適な農業形態に近づき、
営農体制が維持されている。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
認定農業者 ^{※1} のうち、法人化している経営体 (年度末時点)	33法人 (2015年度)	↑
認定新規就農者 ^{※2} の認定数 (年度末時点)	19件 (2015年度)	↑
鳥獣害による被害額	104,676千円 (2015年)	↓
経営耕地面積 【出典：農林業センサス】	3,381ha (2015年)	→

■施策の背景

- 本市はコメ、モモ、ナシ、シンビジウム、お茶など多彩な農産物を生産する県内有数の農業地帯ですが、農業者の高齢化と後継者不足から農業従事者は年々減少しています。
- この背景には、消費者の低価格志向や海外農産物との競争激化などによる農産物価格の低迷があり、慢性的な厳しい経営環境が営農意欲を減退させています。また、山村部においては、鳥獣害が深刻化しており、営農意欲の減退に拍車をかけています。
- また、農地は農産物を供給する以外に、国土の保全や水源^{かん}の涵養、自然環境の保全、良好な景観形成など多面的な機能を持っています。
- 担い手不足による経営耕地の減少に歯止めをかけ、多面的な機能を持つ農地を持続的に保全していくためにも、農業の採算性を改善し、営農体制を維持していくことが必要です。
- 特に本市は市域が広く、平坦部から山村部まで地形が多岐にわたることから、地域の特性に応じた最適な農業形態に転換していくことが、採算性の改善の鍵と考えています。

用語解説

- ※1 認定農業者：農業経営基盤強化促進法に基づく農業経営改善計画の認定を受けた農業経営者。認定を受けると、金融措置や税制措置など様々な支援を受けることができる
- ※2 認定新規就農者：農業経営基盤強化促進法に基づく青年等就農計画の認定を受けた新たに農業を始める青年等。認定を受けると、金融措置など様々な支援を受けることができる

■施策の柱

①大規模で高効率な平坦部農業の推進

- 価格競争力のある良質な農産物を生産するため、国の制度を活用し、農地の集積・集約や高性能機械・ICT(情報通信技術)の導入を支援することで、規模を生かした効率的な農業を推進します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	農地の利用集積面積 (年度末時点)	1,966ha (2015年度)	2,200ha (2020年度)
	米麦大豆の生産量 【出典：愛知県農林水産統計年報】	16,502t (2015年)	毎年16,500t以上 (2017~2020年)

②高付加価値を生む都市近郊型農業の推進

- 農業経営の利益率を改善するため、付加価値の高い新しい園芸作物への転換や経営体の企業化及び企業の農業参入、農商工連携^{※3}や6次産業化^{※4}、ブランド化の促進を図ります。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	農商工連携取組件数及び6次産業化認定事業者の件数 (年度末時点)	21件 (2015年度)	29件 (2020年度)

③観光産業の一翼を担う山村部農業の推進

- 山村部の農業を維持するため、観光など農業以外の分野と連携するなど、農業を生かした小仕事の創出を図ります。また、営農意欲を維持するため、鳥獣害対策を支援します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	とよたまちさとミライ塾における山村部の農業関連プログラムの数	11件 (2015年度)	16件 (2020年度)
	集落ぐるみで鳥獣害対策に取り組んだ集落の数	82集落 (2015年度)	90集落 (2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
②③	農商工連携・6次産業化推進事業(再掲)	農商工連携や6次産業化に関するセミナーや研修会、異業種交流会などを実施
③	鳥獣害対策事業	鳥獣害対策を行う農家や集落などに対する支援及び有害鳥獣駆除を実施。また、効果的な被害防止対策を研究

用語解説

- ※3 農商工連携：農業者と商工業者などが連携し、互いの強みを生かして新商品・新サービスの開発・生産を行うことにより新たな需要の開拓を図り、地域資源の活用や地域産業の振興をめざすこと
- ※4 6次産業化：農業者(第1次産業)が加工(第2次産業)・流通(第3次産業)までを自ら行い、新商品・新サービスの開発・生産を行うことにより新たな需要の開拓を図り、農業者所得の向上をめざすこと

■めざす姿

「農業」「農家」に対する市民の理解が進み、食と農がつながることで、市民により地域の農業が買い支えられている。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
とよたの農産物を購入するように心がけている市民の割合 【出典：市民意識調査】	58.4% (2016年度)	↑
市内総生産における農業の額 【出典：とよたの市民所得】	5,404百万円 (2013年度)	→
農業就業人口(販売農家) 【出典：農林業センサス】	3,929人 (2015年)	→

■施策の背景

- 定年退職を機に後継者として農業に本格的に携わる人や健康づくりあるいは趣味などの一環として「農ある暮らし」を求める人が増加しています。
- 外国産農産物(加工品含む)の増加などを受けて、食品の安全性に対する関心が一層高まっており、大手食品関連企業においても「国産」や「産地」を明記した商品が増加するなど、「食と農」のつながりはますます強くなっています。
- 本市では、農産物のブランド化や農産物直売所への支援、学校給食での豊田産農産物の利用など、生産、流通、消費の各分野から“食と農”をつなげる取組を展開しています。
- 一方で、「とよたの農産物を購入するように心がけている市民の割合」を見ると、若い世代の意識に低い傾向が見られるなど、まだ十分に浸透しているとはいえません。
- また、供給面においても、豊田産農産物を購入したくても、供給量が不十分であったり、購入できる場所が少なかったり、あるいは、購入できる場所はあっても「豊田産」であることがわかりにくいなどといった点で改善の余地があります。
- 地域が支える“食と農”を実現するためには、市民の買い支え意識を高める取組を継続しつつ、豊田産農産物の供給体制を強化するなど、需要と供給の両面からの取組が必要です。

■施策の柱

①地産地食^{※1}の推進

- 「地元の農産物を食べて、豊田の農産物を買って支えよう」という市民の買い支え意識を高めるため、豊田の農産物のPRを展開するとともに、豊田の農産物を購入したり、食べたりすることができる環境づくりを進めます。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	地産地食応援店の登録店舗数(年度末時点)	119店舗 (小売店61、飲食店58) (2015年度)	170店舗 (2020年度)
	地産地食応援フェイスブックの1投稿当たりの平均閲覧数	995カウント (2015年度)	1,500カウント (2020年度)

②「農ある暮らし」の推進

- 農の楽しさを市民に知ってもらうため、研修によるきっかけづくりや市民農園の充実などによる環境づくりを進めます。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	市民農園 ①区画数、②利用率 (年度末時点)	①994区画 ②94.4% (2015年度)	①1,000区画 ②98% (2020年度)
	農ライフ創生センターによる農作物栽培技術研修(初級)の修了生の数(年度末時点)	844人 (2015年度)	1,044人 (2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	地産地食の理解・環境づくり推進事業	イベント等を通じた豊田産農産物の理解促進、農家と飲食店・小売店との交流会、地産地食応援店の拡大など
②	農とのふれあい推進事業	市民農園等の運営・開設支援及び農ライフ創生センターにおける家庭菜園向け初級農作物栽培技術研修を実施

用語解説

※1 地産地食：一般的に、地域で生産された農産物をその地域で消費することとして「地産地消」が使われているが、本市では地域の農産物を食べてもらうことを強調する意図から「地産地食」を使用している

■めざす姿

土砂災害防止や水源涵養^{かん}など森林の持つ公益的機能が発揮される森づくりが進んでいる。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
健全化に向かっている人工林の割合 (年度末時点)	57% (2015年度)	↑
とよた森林学校OB会の登録会員数 (年度末時点)	134人 (2015年度)	↑
間伐ボランティア団体数 (年度末時点)	10団体 (2015年度)	↑

■施策の背景

- 森林の多くは私有財産である一方で、土砂災害の防止や水源涵養^{かん}機能、二酸化炭素の吸収などといった公益的機能を有しており、都市の持続的発展を支える重要な基盤の一つです。
- 本市は市域の68%にあたる約62,600haを森林が占め、約30,000haものスギ・ヒノキの人工林を保有しています。しかし、2006年時点でこの人工林のうち約20,000haは放置された過密人工林と推定され、こうした人工林では、植生が極端に乏しく地表がむき出しになっており、公益的機能が著しく低下しています。
- 本市では、2005年の市町村合併を契機に「森づくり条例」や「100年の森づくり構想」を策定して、人工林の間伐を強力に進めるなど、豊田市独自の森づくりを進めてきました。
- しかし、年間約1,000haの間伐実績の現状では、すべての過密人工林を1回間伐するだけでも20年を要することとなり、より効率的で効果の高い施業方法の開発が課題となっています。
- また、森林整備を進めるためには、森林所有者の不在や森林境界の不明化により所有者の合意が進まないことや森林整備に従事する作業員の不足などの課題を解消していく必要があります。



健全な森づくりPR看板



とよた森林学校(森林セミナー)

■施策の柱

①健全な人工林づくりの推進

- 過密人工林を健全化するため、地域組織と連携して人工林の間伐を進めます。また、間伐の効果検証を行い、より効果的で効率的な施業方法の開発に取り組みます。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	人工林の間伐実施面積	830ha (2015年度)	1,500ha (2020年度)
	森づくり団地計画の認定面積	1,054ha (2015年度)	毎年度1,200ha以上 (2017~2020年度)

②森の応援団の養成と共働の森づくりの推進

- 森づくりを市民を巻き込んだ持続的な取組として定着させるため、都市部の市民や森林所有者を始め、広く健全な森づくりに関する意識を高めることで、森林整備への支援や森林管理の意欲向上につなげます。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	とよた森林学校の受講者数	265人 (2015年度)	毎年度300人以上 (2017~2020年度)

③森林整備に従事する担い手の確保

- 森林整備に従事する担い手を確保するため、地域の林業事業者への就労機会を増やすほか、安心して働き続けられる環境づくりを進めます。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	新たに確保した林業技術者の数	2人 (2015年度)	毎年度3人以上 (2017~2020年度)
	セミプロ林業作業員養成講座の受講者数	11人 (2015年度)	毎年度10人以上 (2017~2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	健全な人工林づくり事業	手入れが遅れた人工林における強度間伐などの間伐促進及び効果的かつ効率的な人工林の整備手法を検討するためのモニタリング調査を実施
	地域森づくり会議推進事業	地域森づくり会議設置及び森づくり団地計画策定の支援と団地化に対して奨励金を交付
②	とよた森林学校事業	山に入り間伐ができる人材と森林・林業を理解・支援する森の応援団を育成する講座を実施
③	森づくり担い手育成支援事業	森づくり団地化推進員として森林組合が雇用する臨時職員の人件費の一部を補助

■めざす姿

地域材の加工流通体制が構築され、地域における循環利用が進んでいる。林業や木材関連産業が活性化して、森林整備の担い手が増加している。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
市内の素材生産量*1 【出典：愛知県林業統計書】	39,400m ³ (2014年)	↑
市内総生産における林業の額 【出典：とよたの市民所得】	314百万円 (2013年度)	↑
林業及び木材・木製品製造業(家具を除く)の従業者数 【出典：経済センサス】	544人 (2014年)	↑

■施策の背景

- 本市には約30,000haの広大なスギ・ヒノキの人工林があり、その大部分が50年生以上の林分で、木材として利用可能な時期を迎えています。2005年の市町村合併以来、人工林の健全化に取り組んできた結果、木材資源の充実も進んでいます。
- 加えて、本市は木材の供給地としても、西三河地域や名古屋市を始め巨大な消費地に近接する強みがあります。
- 一方で、自動車産業とともに発展してきた本市は、安定した就労先を求めて山村部から多くの人が流出し、林業の衰退が他地域と比較して顕著に表れています。
- 木材価格の低迷などから木材生産の採算性確保が極めて厳しい中で、地域材利用を促進し林業を活性化させるためには、素材生産や流通にかかるコストの削減、付加価値の高い木材利用などを総合的に展開していく必要があります。
- また、消費者が積極的に地域材を活用する機運の盛り上げや森林資源のエネルギー利用などといった新たな需要を喚起して、安定的な需要を確保することが必要です。

用語解説

*1 素材生産量：森林から伐採、搬出された木材の体積

■施策の柱

① 地域材の加工流通体制の構築

- 地域材の流通を促進させるため、製材工場を起点に地域材の加工流通体制を構築します。また、地域材を安定供給するため、木材生産の低コスト化を推進します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	中核製材工場における原木取扱量	—	35,000m ³ (2020年度)
	高性能林業機械による伐採搬出の平均コスト	12,126円/m ³ (2014年度)	8,562円/m ³ (2020年度)

② 地域材の需要喚起

- 地域材の利用促進のため、木を生かした健康で快適な生活空間を創出し、地域材への関心を醸成します。また、森林資源のエネルギー利用など、新たな地域材利用についても検討します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	公共施設における地域材の利用量	155m ³ (2014年度)	840m ³ (2020年度)
	公共施設等の木質化、木質スペースの設置件数 (4年累計)	—	2施設 (2017~2020年度)

③ 林業技術者等の育成支援

- 地域材の安定した供給体制を確立するため、効率的に木材生産を行うことができる事業者や人材の育成を支援します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	新たに確保した林業技術者の数	2人 (2015年度)	毎年度3人以上 (2017~2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	中核製材工場誘致事業(再掲)	製材工場の事業用地の造成及び原木の安定供給に向けた仕組みを構築
	木材生産の低コスト化事業	林業事業者又は森林所有者が実施する間伐材搬出路の開設及び作業道の新設等の経費の一部を補助

■めざす姿

成長分野の企業や研究開発施設の立地が進み、活発な設備投資等が行われている。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
市内製造業の有形固定資産投資額 【出典：工業統計調査】	2,061億円 (2014年)	↑
市内に対する投資案件の数 ①全体、②重点産業分野関連、③研究開発施設関連 (直近3年度の計)	①45件 ②5件 ③1件 (2013~2015年度)	↑

■施策の背景

- 本市の基幹産業である自動車産業は、国内市場の縮小や急成長する新興国市場への対応などを背景に、生産機能を市外や海外に展開するなど、世界規模で生産体制の最適化が進んでいます。
- 一方で、燃料電池自動車など、自動車の動力源の多様化や自動運転技術を始めた自動車の高機能化、IoTやロボット技術といった先端技術の導入などの変化を受けて、新たな研究開発や従来の自動車産業にはない分野への投資、あるいは異業種との連携などが今後増加すると予想されます。
- 本市はトヨタ自動車株式会社を始めとしたものづくり産業の世界的な集積地であり、加えて、4つの高規格幹線道路が結節する物流の利便性が高い地域であることから、市内において新規立地や用地拡張を望む企業のニーズは依然として高い状態にあります。
- しかし、2015年に西広瀬工業団地拡張用地が完売して以来、本市が所有する産業用地はなく、また、優良な農地が広がる本市の土地利用の特徴上、民間による開発も進みにくいことから、産業用地が十分確保できていない状況にあります。
- 自動車産業が次代に向けて転換を図りつつある中、将来においても本市がものづくりの中核都市であり続けるためには、新たな投資を市内に呼び込むとともに、企業の市外流出を防ぐことが必要です。



豊田花本産業団地拡張事業



企業立地奨励事業活用事例

■施策の柱

①投資の受皿となる産業用地の創出

- 企業の新規立地や事業拡大の促進、あるいは市外への流出を防止するため、企業の投資の受皿となる産業用地の整備を進めます。また、土地利用構想や各種法令との調整を図りつつ、民間による開発を促進します。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	産業用地の新規創出面積 (4年累計)	—	25ha (2017~2020年度)

②将来に向けた投資の促進と誘導

- 将来においてもものづくりの中核都市であり続けるために、更なる産業集積と拠点機能の高度化を図るとともに、成長分野の企業や研究開発施設の立地誘導、市内企業の新たな投資を促進します。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	奨励指定事業者の件数 ①全体、②成長分野及び研究開発施設関連 (4年累計、市制度活用分)	① — ② —	①21件 ②8件 (2017~2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	花本産業団地拡張事業(再掲)	花本産業団地の隣接地約5.3haを産業用地として整備
	南部地域産業用地整備事業(再掲)	企業の立地ニーズの高い市の南部地域において産業用地を開発
②	企業立地奨励事業(再掲)	市内において新たに事業所を設置する企業及び事業規模を拡大する企業の投資に対し、奨励金を交付

■めざす姿

ものづくり中小企業が新たな事業展開に積極的にチャレンジしている。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
新たな事業展開に取り組んでいるものづくり中小企業の割合 【出典:ものづくり中小企業基礎調査】	64.0% (2015年度)	↑
従業者数300人未満の事業所の付加価値率	26.6% (2014年)	↑

■施策の背景

- 本市に集積するものづくり中小企業の多くは、自動車産業に特化した垂直型のピラミッド構造により成長してきたことから、自動車産業界の変化や景況に影響を受けやすいほか、発注者の図面や仕様に基づく加工・生産を得意とするなどの特徴があります。
- 自動車産業は、生産拠点の海外移転や国内分散、次世代自動車の普及や部品のモジュール化^{*1}などに伴う部品点数の減少、加えて、取引のオープン化^{*2}などを背景に、部品サプライヤーの受注・売上高は今後減少することが予想されます。
- また、自動車の高機能化やパワートレイン^{*3}方式の多様化等により、設計開発が複雑化する一方で、顧客の多様なニーズに対応するため製品開発サイクルが短縮化されることが見込まれます。
- こうした背景から、ものづくり中小企業においては、新たな技術・製品の研究開発や販路の開拓などに取り組む必要がありますが、必要な人材やノウハウの不足が課題となっています。
- 本市では2012年にものづくり中小企業の総合支援窓口「とよたイノベーションセンター」を開設するなど、ものづくり中小企業の新たな事業展開に向けた支援の充実を進めてきました。しかし、市内の企業数と比較すると利用実績は十分とはいえず、支援を必要とする企業に対する支援機関や支援施策などの認知度の向上が課題です。

用語解説

- ※1 モジュール化:部品を機能や周辺単位で大きく括り、組み立てることで、部品や機能の境目をなくし、融合させて重複の無駄を省くこと
- ※2 取引のオープン化:「系列」と呼ばれる特定企業との長期安定的な従来の取引関係の枠を越えて、価格や品質が見合う最適な取引先を開拓すること
- ※3 パワートレイン:エンジンやモーターなどの動力源から発生した力をタイヤまで伝える一連の機構

■施策の柱

①新たな事業展開の創出の支援

- 中小企業の新たな事業展開を促進するため、イノベーション^{*4}創出の仕組みを構築します。また、起業支援などにより、新たな事業展開に対する機運の醸成を図ります。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	新製品・新技術等開発の取組件数 (4年累計、市制度活用分)	—	30件 (2017~2020年度)
	(仮称)ものづくり創造拠点における起業の支援数 (4年累計)	—	10件 (2017~2020年度)

②支援機関や支援施策の利用促進

- 中小企業の支援施策の利用を促進するため、(仮称)ものづくり創造拠点にもものづくりに関する機能を集約し、支援施策等の情報発信や利用の効率化を図ります。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	とよたイノベーションセンターへの相談件数	379件 (2015年度)	400件 (2020年度)
	市の支援施策の利用率 【出典:ものづくり中小企業基礎調査】	24.0% (2015年度)	30% (2020年度)

③産学官金の連携による支援体制の充実

- 中小企業が抱える様々な問題に的確に対応するため、とよたイノベーションセンターを中心に産学官金の連携を強化し、支援体制の一層の充実を図ります。

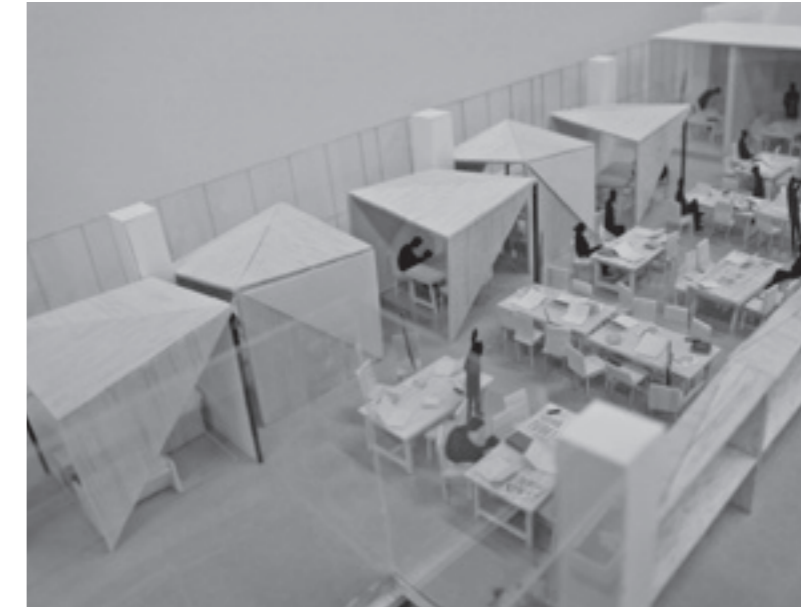
	指標名	現状値	目標値
成果指標	ものづくり中核人材育成事業の受講者数	179人 (2015年度)	200人 (2020年度)
	支援機関の連携による事業の数	1件 (2015年度)	5件 (2020年度)

用語解説

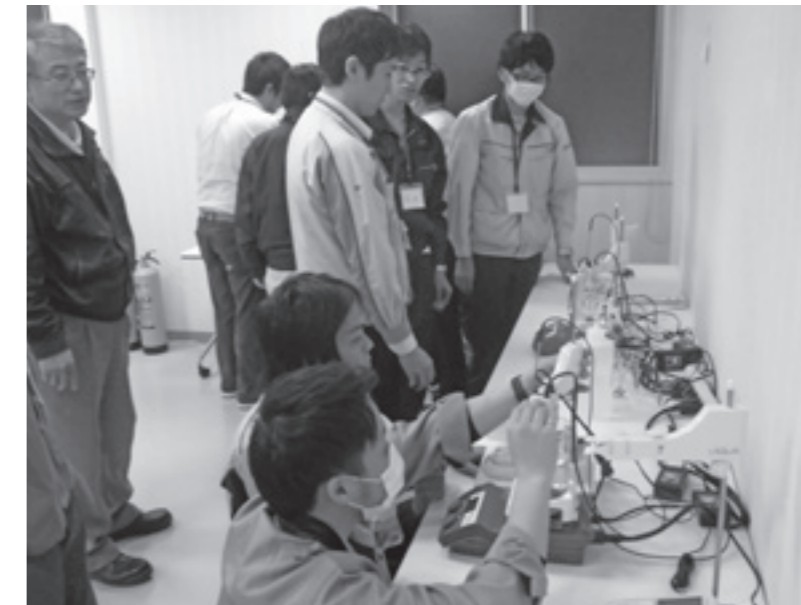
- ※4 イノベーション:新しい技術や考え方を取り入れ、新たな価値を生み出し、大きな変化を起こすこと

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	オープンイノベーション推進事業(再掲)	開放特許と中小企業とのマッチングや異業種連携などにより、新たな事業展開の仕組みを提供
	ものづくりスタートアップ支援事業(再掲)	新たな事業を生み出そうとする人が集まり、起業や新たな事業に取り組める場や機会を提供
②	(仮称)ものづくり創造拠点整備・運営事業(再掲)	ものづくりに関する機能を集約した中小企業の新たな事業展開などを支援する拠点を整備・運営
③	ものづくり中核人材育成事業	基礎的な製造技術者教育から新たな事業展開を創出するイノベーション人材まで幅広いものづくり人材育成を実施
	中小企業支援機関連携強化事業	産学官連携の支援機関であるよたイノベーションセンターと金融機関等との連携強化により、中小企業の支援体制を充実



(仮称)ものづくり創造拠点のイメージ図



ものづくりミライ塾

■めざす姿

多くの人が中心市街地を回遊、滞在し、にぎわいと商業の好循環が生まれている。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
中心市街地の1日当たり(5時～24時)の歩行者通行量 ①平日、②休日	①78,584人/日 ②68,931人/日 (2015年度)	↑
フリーパーキング対象駐車場の平均利用時間	1.95時間 (2013年)	↑
中心市街地大型4店舗の売上高合計	170億円 (2013年)	↑
中心市街地の空き店舗数	117件 (2012年)	↓

■施策の背景

- 本市では、1985年に策定された「豊田市都心総合整備計画」以来、中心市街地のにぎわい創出に向けて、ハード事業とソフト事業両面から、様々な取組を計画的に進めてきました。
- 中心市街地の通行者数は増加傾向にあるものの、通学・通勤時の通行者が中心であり、平日の日中の通行量は依然として少ない状態にあります。
- その背景には、通学・通勤以外の来街者の多くが、目的の施設等の最寄りの駐車場まで車で訪れ、目的が済むとまちへ出ることなく、そのまま帰ってしまうことがあげられます。
- また、休日を中心に豊田スタジアムやスカイホール豊田などで大規模イベントが開催される際は、市内外から数多くの来街がありますが、イベント会場と駅や駐車場を行き来するだけで、まちなかへ回遊することなく帰ってしまう傾向が見受けられます。
- 今後、近隣の自治体では、多くの大型商業施設の出店が予定されており、本市の中心市街地のにぎわいへの影響が懸念されます。
- 中心市街地のにぎわい創出のためには、大型商業施設と差別化された、日常的に人々がまちを訪れる魅力づくりと、まちなかを回遊し、長時間滞在する仕掛けが必要です。



空き家を活用した店舗「CONTENTS nishimachi」



桜城址公園で開催の「STREET&PARK MARKET」

■施策の柱

①行ってみたくなる商業空間の創出

- 中心市街地に訪れる機会を増やすため、来街者のニーズを踏まえ、既存店の魅力向上のほか、空き家や空き店舗などの低・未利用資産の有効活用を促進して、多様で特徴のある商業・サービスを創出します。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	空き家・空き店舗の活用による新規出店数	1件 (2016年度)	毎年度3件以上 (2017～2020年度)

②歩き回りたくなる魅力の創出

- 中心市街地全体ににぎわいを波及させるため、フリーパーキングの見直しやエリア全体の魅力創出など、回遊性を向上させる仕掛けづくりに取り組みます。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	空き家・空き店舗の活用による新規出店数(再掲)	1件 (2016年度)	毎年度3件以上 (2017～2020年度)

③公共的空間の活用促進

- まちなか広場空間を生かした日常のにぎわい創出に向けて、既存の公共空間を活用した試行的取組を展開し、活用のアイデアや担い手の発掘・育成を行うほか、まちなか広場空間を有効活用するための仕組みづくりに取り組みます。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	都心の公共空間の利用率	18% (2015年度)	35% (2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
②	駐車場サービス一体管理システム整備事業	新たなフリーパーキングシステムを導入し、駐車場利用の平準化や一体管理による効率化を推進
③	まちなか広場空間活用推進事業(再掲)	既存の公共空間を利用して、将来のまちなか広場の活用アイデアや担い手を発掘・育成

■めざす姿

地域特性に応じた最適な商業サービスが展開され、郊外や山間部にも活力が保たれている。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
「商業地に魅力とにぎわいのあるまち」として満足している市民の割合【出典：市民意識調査】	27.6% (2016年度)	↑
小売吸引力指数 ①最寄品 ^{※1} 、②買回品 ^{※2}	①0.86 ②0.79 (2012年)	↑
商店街の加入店舗数 (4月1日時点)	1,643店舗 (2016年)	→

■施策の背景

- モータリゼーションの進展に伴い、郊外の大型商業施設が消費の中心になって久しく、また、近年では、インターネット通販も市場を拡大しており、地域の商店等にとっては、厳しい経営環境が続いています。
- 加えて、経営者の高齢化と後継者不足もあって、廃業する商店等が増加しており、地域の商業機能は衰退傾向にあります。
- 一方で、消費者においては、高齢化の進展により、自動車に乗れない人が増加することで、徒歩生活圏において消費生活が困難になる、いわゆる買い物弱者の増加が懸念されます。
- また、生活圏において食料品や日用品などの日常の買い物ができる環境を望む声は、高齢者に限らず、他の世代においても高くなっています。
- 本市の小売吸引力指数は0.81(2012年：経済センサス)と近隣都市へ消費が流出しています。
- 超高齢社会への適応や地域コミュニティの維持、定住促進、地域経済循環の拡大など様々な観点から地域の特性にあった商業機能を確保していくことが必要です。

用語解説

- ※1 最寄品：頻繁に、手軽に、最小の努力で購入される製品。食料品や日用品、生活雑貨など
- ※2 買回品：一定の比較検討を行って買い物をする製品。家電製品、衣料品、家具など

■施策の柱

①地域コミュニティを担う商業機能の強化

- 商店街の維持・発展のため、商店街の将来を担う繁盛店や人材の育成を推進します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	人材育成事業への参加者数 (4年累計)	—	100人 (2017~2020年度)
	活性化計画を作成している商店街等の数 (年度末時点)	13件 (2016年度)	15件 (2020年度)

②満足感ある生活ができる商業環境の整備

- 既存の店舗・サービスの維持拡充や新規事業の立ち上げ等を支援することにより、商業環境の充実を図ります。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	中小企業への経営指導件数 (4年累計)	—	20,000件 (2017~2020年度)
	創業支援に関する相談件数 (4年累計)	—	400件 (2017~2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	商店街等事業機会拡大事業	商店街などが取り組む、繁盛店づくりや商店街のリーダー育成、創業支援などに対する補助



ふれ愛フェスタ(とよた子ども商店街)



中小企業の経営相談

■めざす姿

観光が新たな主要産業の一つとして発展している。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
観光客1人当たりの平均消費額	14,944円 (2015年)	↑
主な観光施設やイベントの観光入込客数 ^{*1}	1,073万人 (2015年)	↑
主な宿泊施設における観光目的の外国人宿泊者数	15,253人 (2015年度)	↑
訪れた観光地について満足と感じた人の割合	12.9% (2015年度)	↑

■施策の背景

- 本市の基幹産業は自動車産業を中心としたものづくり産業ですが、2005年の市町村合併によって、紅葉の名所として広く知られる香嵐渓を始め、多くの観光資源を有することになりました。
- 観光産業は、地域における経済波及効果及び雇用創出効果が高く、少子化及び高齢化による経済停滞が今後も見込まれる中では、地域の発展と存続に大きく寄与するものと期待されます。
- 国は2007年施行の「観光立国推進基本法」に基づき「観光立国推進基本計画」を策定し、観光の裾野の拡大と質の向上を掲げています。
- 愛知県も2016年に「あいち観光戦略」を打ち出し、訪日外国人旅行者を取り込むため、アジアを中心とした海外プロモーション活動を積極的に実施するほか、中部圏における昇龍道ルートの設定など、広域連携による外国人誘客対策を進めています。
- 本市においても、ラグビーワールドカップ2019™開催を始め、様々な機会を捉えて観光を主要産業の一つとして発展させていくことが求められます。



紅葉の名所 香嵐渓



とよたまちさとミライ塾 外国人プログラム「足助ツアー」

用語解説

※1 観光入込客数: 観光地やイベントに訪れる観光客数

■施策の柱

① 戦略的観光マーケティングの導入・促進

- 国内外のターゲットとなる顧客ニーズをつかみ、地域資源を発掘し、磨き上げ、魅力的な商品を継続的に提供する状況をつくり出します。また、観光に関するホームページやサイン・標識の多言語化など外国人観光客が快適に過ごすことができる受入環境の整備を推進します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	一般社団法人ツーリズムとよた(新・豊田市観光協会)の会員数(年度末時点)	—	100会員 (2020年度)
	一般社団法人ツーリズムとよた(新・豊田市観光協会)ホームページの総ページビュー数	128万ビュー (2015年度)	180万ビュー (2020年度)

② 観光産業を支える人材の育成

- 国内外の多様な観光客を受け入れる“おもてなし風土”を醸成するために、市民ボランティアの育成を進めるとともに、外国人と市民との交流機会を創出します。また、観光産業への“チャレンジ精神”と地域資源を“商品化するためのスキル”を持った人材の発掘・育成に取り組めます。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	とよたまちさとミライ塾へのプログラム提供者(パートナー)の総数(年度末時点)	96人 (2016年度)	210人 (2020年度)
	観光交流サポート隊の延べ活動日数	235人・日 (2015年度)	590人・日 (2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	観光マーケティング推進事業(再掲)	一般社団法人ツーリズムとよた(新・豊田市観光協会)の運営を支援し、観光の産業化を推進
①②	インバウンド推進事業(再掲)	多言語化や情報通信環境の整備と、外国人を対象とした戦略的なプロモーションを展開
②	とよたまちさとミライ塾事業(再掲)	地域資源を活用した体験プログラムを集めた「とよたまちさとミライ塾」を通じて、観光の産業化を担う人材を発掘し、育成

■めざす姿

住民主体のまちづくり活動が地域の魅力を高め、人やもの、経済の交流・循環を生み出している。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
地域資源を活用した住民主体の活動の数 (年度末時点)	73件 (2015年度)	↑
地域の観光施設・イベントの観光入込客数	508万人 (2015年)	↑
山村地域及び山村地域に準ずる地域の人口 (10月1日時点)	29,525人 (2016年度)	→

■施策の背景

- 本市は、都市部から山村部までの多様な地域に、自然や歴史・文化など様々な資源を有しており、こうした地域資源を生かした住民主体のまちづくり活動が各地域において取り組まれています。
- 住民主体のまちづくり活動は、地域に交流と活力をもたらすとともに、地域の住民にとっては、地域への愛着や誇りを育み、地域で暮らすことの意義を見出す源になるものとして期待されます。
- 代表的な地域資源としては、愛知県初の重要伝統的建造物群保存地区である「足助のまちなみ」や重点道の駅に選定された「道の駅 どんぐりの里いなぶ」、愛知県の観光PRポスターに採用された「小原の四季桜」などが広く知られていますが、他にも地域の手により発掘され、磨き上げられた大小様々な資源が多数存在します。
- 一方で、まちづくり活動の現場においては、活動の中心となる担い手の高齢化や担い手不足、施設の老朽化などが問題となりつつあり、まちづくり活動の低迷や地域資源の魅力の低下、更には喪失が懸念されます。



小渡夢かけ風鈴



川見四季桜の里

■施策の柱

① 地域資源の発掘と磨き上げの促進

- 地域の住民や事業者が主体となった地域資源を生かしたまちづくり活動の持続・拡大に向けて、活動の担い手の発掘や育成、活動に対する支援を行います。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	観光まちづくり活動団体の数 (年度末時点)	42団体 (2015年度)	55団体 (2020年度)

② 地域資源を支える基盤の拡充

- まちづくり活動の核となる地域資源や観光拠点などにおいて、魅力の向上や機能の維持のために、各施設の実情に応じた環境整備や修繕・更新を進めます。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	整備対象施設の観光入込客数	164万人 (2015年)	170万人 (2020年)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	とよたまちさとミライ塾事業(再掲)	地域資源を活用した体験プログラムを集めた「とよたまちさとミライ塾」を通じて、観光の産業化を担う人材を発掘し、育成
	わくわく事業	地域資源を活用し、地域課題の解決や地域の活性化のために地域住民が主体的に取り組む事業の経費を補助
②	四季の回廊ミュージアム構想推進事業	川見四季桜の里さくら山散策路整備や鳥屋平工房跡地の保全整備を行うことによって、観光・交流を促進し、地域を活性化
	道の駅どんぐりの里いなぶ整備事業(再掲)	交通結節点の整備やどんぐり横丁のリニューアルなど、どんぐりの里いなぶの再整備を実施し、観光客や周辺住民の利便性を向上
	香嵐渓整備事業	植樹から100年を迎えようとするモミジの再整備を実施し、紅葉の観光名所としての魅力を維持

■めざす姿

都市と山村の間で、市民、地域、企業がそれぞれ支え合う関係ができている。

■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
都市と山村の交流事業の件数	84件 (2015年度)	↑
都市と山村の交流事業への延べ参加者数	12,500人 (2015年度)	↑

■施策の背景

- 本市は2005年の市町村合併により、人口や産業が集積する都市部と豊かな自然、歴史・文化が残る山村部が共生する多様性に富んだまちとなりました。
- その一方で、都市部では、増加する企業退職者の生きがい創出や子どもの生き抜く力の育成といった課題が、山村部では過疎化の進行による集落機能の維持、農地や山林の荒廃といった課題を抱えています。
- 本市はこうした背景から、都市部と山村部それぞれが有する強みを生かしてそれぞれの課題解決を図るため、都市部と山村部の交流をコーディネートする機関として、2013年においでん・さんそんセンターを開所して都市部と山村部の相互交流を促進してきました。
- センターの開所から3年が経過し、企業退職者による山村部の集落活動の応援や都市部の企業が山村部の課題を解決しながら社員の人材育成を行うなど、様々な交流が新たに生まれています。
- 全国的に田園回帰の意識の高まりが見られる中、また、ラグビーワールドカップ2019™を始めとした国際的なイベントの開催を控える中、都市部と山村部の交流を一層加速させるためには、山村部の魅力に磨きをかけていくことが求められます。



生産者と消費者の交流事業

■施策の柱

①都市と山村の資源とニーズのコーディネートの推進

- 都市部と山村部それぞれが有する強みを生かして課題を解決できる交流をコーディネートします。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	都市と山村の交流コーディネート件数 (4年累計)	—	160件 (2017~2020年度)

②山村地域における生業創出の推進

- 山村地域への移住を支える都市部と山村部の交流や山村部の資源を生かした生業創出を支援します。

成果指標	指標名	現状値	目標値
	おいでん・さんそんセンターが支援した生業創出者数 (4年累計)	—	30人 (2017~2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	交流コーディネート事業(再掲)	おいでん・さんそんセンターにより、都市部と山村部の交流をコーディネートするとともに、その魅力や山村部の価値を発信
②	いなか暮らしコーディネート事業(再掲)	おいでん・さんそんセンターを中心に、移住希望者の「住まい」「暮らし」「生業」を総合的に支援し、山村地域への移住を促進

■めざす姿

働きたい人が意欲を持って主体的に働いている。

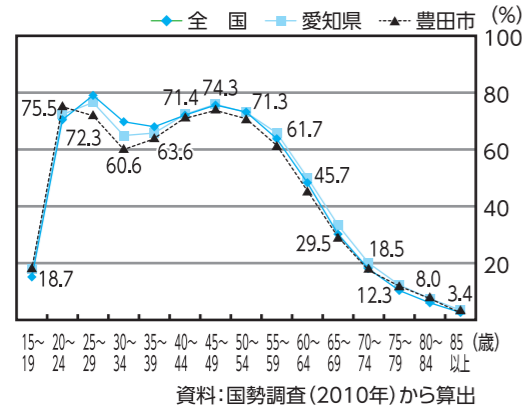
■まちの状態指標

指標名	現状値	めざす方向
25歳～39歳の女性の労働力率*1	65.2% (2010年)	↑
育児をしながら就業している人の割合	12.5% (2012年)	↑
介護をしながら就業している人の割合	2.7% (2012年)	↑
25歳～34歳の有業率	83.4% (2012年)	↑

■施策の背景

- 人口減少及び少子高齢化の進展に伴い、生産年齢人口が減少しており、中小企業を中心に様々な業界において人材不足が既に顕在化しています。また、従来からの出産や子育てによる離職に加え、今後は親等の介護を理由とした離職の増加が懸念されています。
- 本市の労働市場の特徴としては、介護サービス業、建設業、製造業等においては、求職者より求人数が多く、事務職においては、逆に求人数より求職者が多いといったアンマッチが生じています。また、女性の労働力率が、全国や愛知県の水準を下回っています。
- 人材不足が深刻化する中、企業が人材を確保するためには、これまでの雇用対象者だけにとらわれることなく、新たな人材の発掘に目を向けるとともに、多様な人材が活躍できるように労働環境を見直し、職場風土の改善を促すなど、人材の確保及び育成を戦略的に実施することが必要です。
- 一方、働く側においても、これまでの働き方や働く場だけでなく、就業の可能性を広く探るとともに、起業を含め新たな仕事に就くための能力開発に取り組む必要があります。

女性の年齢別労働力率



就労支援室での相談

用語解説

*1 労働力率：人口に占める労働力人口(15歳以上で労働する能力と意思を持つ人の数)の割合

■施策の柱

①企業の働き方改革の促進

- 多様な働き方への対応が企業の持続的発展に必要な人材の確保につながるという経営戦略を企業側に広め、企業が働き方改革を推進するよう支援します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	ワーク・ライフ・バランス関連認証制度の取得事業所数 (年度末時点)	160社 (2015年度)	280社 (2020年度)
	ダイバーシティ経営企業100選に選ばれた企業数 (4年累計)	—	1社 (2017~2020年度)

②働きたい人の就労可能性の拡大

- 働きたい人の就労の可能性を拡大するため、就労相談やセミナーの実施、職業訓練、起業などを支援します。

	指標名	現状値	目標値
成果指標	就労支援室関連セミナー等への延べ参加者数	858人 (2015年度)	1,000人 (2020年度)
	キャリアカウンセリング対象者及び就労支援セミナー受講者のうち、就労した人数	29人 (2015年度)	75人 (2020年度)
	女性向け職業訓練等の参加者数	27人 (2015年度)	50人 (2020年度)

■主な実践計画事業

柱	事業名	事業概要
①	働き方改革推進事業(再掲)	企業経営者への働きやすい職場の環境改善に関する意識啓発や改善に取り組む企業へのアドバイザー派遣、市民への意識啓発を実施
②	就労支援事業(再掲)	若者や外国人、高齢者など多様な人材が活躍できるよう未就労者等に対するスキルアップ支援やマッチングを実施
	女性の「働く」推進事業(再掲)	出産・子育てをきっかけに離職した女性を対象に、就労意識の向上を図るとともに、就労支援や起業支援などを実施