

## 第5章 戦略的施策 (生駒市デジタル田園都市構想総合戦略)

「第2章 本市を取り巻く社会環境」で掲げる本市における課題のうち、概ね20年後の将来的な課題を見据えた際に、特に今後4年間における本市の主要課題としては、下記の事項が挙げられます。

- 急速に進む少子化・高齢化と人口減少
- 単身世帯の増加による孤独・孤立や自助力の低下、担い手の高齢化による互助活動の活力の低下
- 地域内における多様な働き方に対応した就労の場や、暮らしを支えたり、ライフスタイルを豊かにする商業施設が乏しい
- 「暮らす価値があるまち」であることを認知・体験する機会や場が乏しく、市の魅力が十分に伝わっていない

本市の特性や基本構想で掲げる「戦略的なまちづくりの視点」である生活・社会・都市構造の3つの視点を踏まえ、上記の主要課題の解決を図っていくため、「まちの価値を生み出す施策」を戦略的施策と位置づけ、デジタル技術も活用しつつ、分野横断的に施策を推進します。

### 第2期基本計画における戦略的施策

- 1 子育て世代が住みやすい環境づくり
- 2 地域共生社会の実現に向けた環境づくり
- 3 多様な働き方と市内での経済循環の促進
- 4 都市ブランドの構築

上記4つの戦略的施策を、デジタル技術も活用しつつ、推進していくことによって、「住む」「働く」「楽しむ」の要素が融合し、多様な生き方・暮らし方が叶う豊かなまちに転換することで、将来都市像の実現と併せて「次の50年に向けた令和時代の住宅都市」を実現していきます。

なお、戦略的施策は、序章で示しているとおり、「生駒市デジタル田園都市構想総合戦略」と位置づけ、戦略的施策の項目と施策の方向性を「生駒市デジタル田園都市構想総合戦略」の基本目標と施策に関する基本的方向とします。

# 1 子育て世代が住みやすい環境づくり

本市は、平成 25(2013) 年をピークに、人口が減少傾向にあります。人口減少を緩和するため、こどもが生まれ、育てやすい環境づくりとライフスタイルの変化等に対応した住まいの選択肢の充実といった子育て世代が住みやすい環境づくりに取り組み、25 歳～44 歳を中心とした子育て世代の転入・定住を促進します。

## (1) こどもが生まれ、育てやすい環境づくり

保育所の整備等による待機児童解消の継続、新たなサービスの拡充・検討による妊娠・出産・育児期のきめ細かな支援に取り組むとともに、困難を抱える家庭に対して一体的な支援を行います。

学校・教育については、多様な担い手との自由で効果的な学びのスタイルを構築する取組と、多様性を認め合い、自他ともに大切に、行動できる態度を養成する取組を進めるとともに、その実現に向けた教育環境の充実に取り組みます。

さらに、保護者・地域住民・学校園の協創による、地域とともにある学校園づくりを進めます。

## (2) ライフサイクルの変化等に対応した住まいの選択肢の充実

拠点駅周辺の利便性の高い暮らしや、郊外住宅地のゆとりのある暮らし等、ライフスタイルや価値観の変化等に対応し、新婚世帯や子育て世帯が柔軟に住まいを選択できるよう賃貸共同住宅の立地誘導や中古を含む戸建て住宅の流通促進等に取り組みます。

### 指標

1 5 歳、10 歳、15 歳のこどもの人口  
(各年 4 月 1 日現在)

策定時  
(R5)

3,329 人

目標値  
(R9)

▶▶ R5 年度と同規模

2 子育て世帯の  
住みやすさの満足度

策定時  
(R4)

5.02 点

目標値  
(R9)

▶▶ 5.10 点

## 2 地域共生社会の実現に向けた環境づくり

高齢化の進展やライフスタイルの多様化により、単身世帯の増加や市民が抱える課題が複雑化・複合化していくことが見込まれます。人と人とのつながりが豊かにあり、誰もが安心して暮らせる地域共生社会の実現に向けた環境づくりを進めていきます。

### (1) 市民や地域による支え合いの環境づくり

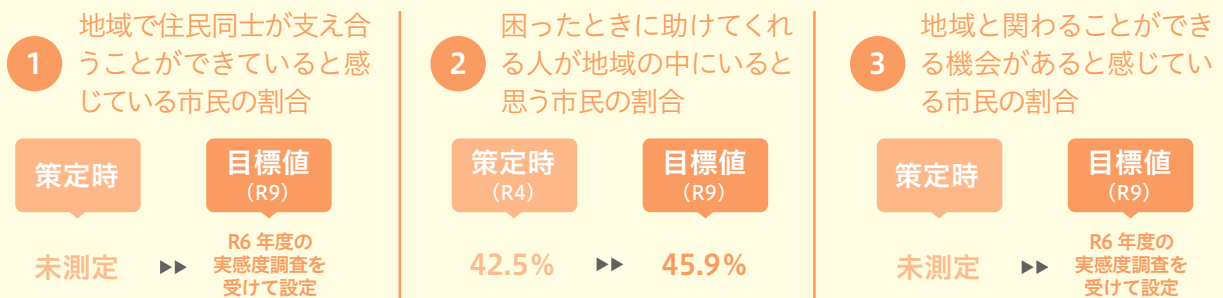
複雑化・複合化する課題を抱える市民を支援するため、制度・分野ごとの縦割りや「支え手」「受け手」という関係を超えて、地域住民や地域の多様な主体が参画することが求められます。そこで、人と人、人と資源をつなげ、市民を支援する重層的支援体制整備を促進します。

### (2) 市民主体の住みやすい地域づくり

誰もが自身の状況に応じて活躍できるよう、学びを活動につなげる仕組みづくりや、地域活動や生涯学習等の社会参加の仕組みづくりを促進します。また、生活課題や地域課題の解決に地域で取り組める環境整備を進めます。

さらに、環境分野や福祉分野等とも連携し、自治会や市民自治協議会<sup>38</sup>、複合型コミュニティ<sup>39</sup>（愛称：まちのえき）等、地域ごとの特性を活かした身近なコミュニティや市民活動が持続的に発展するよう、支援します。

#### 指標



38 市民自治協議会：生駒市自治基本条例に規定しているもので、市民は、個性的で心豊かな地域をつくるため、一定のまとまりのある地域において、自治会、NPO等の多様な主体で構成される市民自治活動を行う組織。

39 複合型コミュニティ：地域のこどもや高齢者はもちろん子育て中の人や働く現役世代の人、地域内外の企業、NPO等の市民団体等、あらゆる主体がそれぞれの役割と相互に関わる場を持ち、時には参加者として、時には企画・運営側としてコミュニティに参画することで、地域に必要なあらゆる分野の活動が自律的に生まれる一定範囲内における主体間のつながり。

# 3 多様な働き方と市内での経済循環の促進

本市は住宅都市という特性上、市域内での働く場が少なく、働く場を求めて市外に通勤している市民が非常に多い状況となっています。

市内で働く場を増やし、職住一体・近接型のライフスタイルが増えることによって、所得の確保や通勤時間の短縮等の余裕が生まれることで、これまで以上に地域や人とのつながりを得ることができる環境づくりに取り組みます。

同時に、市内での経済循環の拡大にもつなげ、地域経済の活性化につなげます。

## (1) 新しいワークスタイルの普及促進

副業、ワークシェアリング<sup>40</sup>等の多様な働き方を推進する等、市内の潜在的な就業希望者や多様な働き方を希望する人を支援し、職住近接の雇用・就業環境を実現します。

## (2) 市内での経済循環の向上

市民の購買意欲の向上につながる情報発信・啓発等により関係性消費<sup>41</sup>の拡大を図り、市内需要を喚起し、「まちなか経済循環」を強化します。また、事業者支援や起業・開業意欲の醸成、産学公民金<sup>42</sup>との連携による起業者の成長ステージに対応したきめ細かな支援等の市内起業・創業の促進に取り組みます。

### 指標

#### 1 市内従業者数

策定時  
(R3)

29,201人

目標値  
(R9)

29,201人

#### 2 地域経済循環率

策定時  
(H30)

55.7%

目標値  
(R9)

策定時の値  
より上昇

#### 3 起業・創業件数 (第2 創業・副業含む)

策定時  
(R4)

2件

目標値  
(R9)

延べ 24件

40 ワークシェアリング：一人当たりの労働時間を減らすことにより、仕事を多くの人で分かち合うこと。

41 関係性消費：価格や品揃えといった経済合理性の価値基準だけではなく、「知り合いを応援したい」「身近な良いものを広めたい」「持ちつ持たれつの関係」といった事業者と消費者等の多様な主体間の社会関係資本の中で、地域ならではの安心感・地域らしさ・つながりを価値基準とした消費行動のこと。

42 産学公民金：生駒商工会議所、国・県等の公的支援機関、大学、専門家、金融機関等のこと。

## 4 都市ブランドの構築

「暮らす価値のあるまち」という都市ブランドを構築するには、「自然の豊かさ」や「交通アクセスの良さ」といった機能面だけでなく、多様な主体がつくる様々な魅力を認知・体験し、繰り返し生駒の価値に触れてもらうことが必要です。これによって、生駒への愛着や共感が広がり、市内外の人・モノ・情報等といった資源が地域で活用可能となる循環をつくることを目指します。

### (1) 多様な主体がつくる魅力の発信

本市には、市民や事業者等が主体的につくる活動やコミュニティ拠点多様にあります。その活動の多くは、メディアやSNS<sup>43</sup>・口コミ等を通じて市内外に伝わり、市の魅力を拡散したり、市の魅力を体験したりする機会をつくっています。市プロモーションサイト「グッドサイクルいこま」や市公式 SNS 等を通じて、積極的にそれらをつなぎ、市の魅力を表出していきます。

### (2) エリアブランディング<sup>44</sup>の推進

地域住民・地権者・事業者等の様々な主体との連携によって、生駒駅周辺や学研北生駒駅周辺地域の都市拠点・地域拠点のエリアの価値向上に取り組みます。

### (3) 公共空間等を活用した交流・滞在の場の創出

市民・事業者等が主体となり、公共施設、公園といった公共空間等を活用して交流・滞在の場を創出する取組を支援するとともに、交流・滞在の場として活用できる新たな空間の整備、検討を進めます。

また、音楽・芸術といった文化活動やスポーツ等を積極的に活用することによって、市民が市内で滞在する時間を増やしていくとともに、市域への来訪者を誘引します。

### 指標

#### 1 生駒を薦めたいという気持ち

策定時  
(R4)

-3.9 ポイント

目標値  
(R9)

0 ポイント

#### 2 生駒をより良くするために まちに関わりたいという気持ち

策定時

未測定

目標値  
(R9)

R6 年度の実感度調査  
を受けて設定

※ 各気持ちの量はブランドの力を計測するための指標である「ネット・プロモーター・スコア (NPS)」を参考に定量化しています。10 点から 0 点までで意欲の強さを尋ね、10～8 を推奨者、5～0 を批判者として、推奨者の割合から批判者の割合を引くことで得られる数値。

43 SNS：P.19 参照。

44 エリアブランディング：特定のエリアにおいて、市民・事業者・行政が連携し、そのエリアの特性（人・文化・環境・歴史等）を生かしたまちづくりを進めながら、情報発信も合わせて行うことで、まちの魅力のさらなる向上を図ること。