



東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略(概要版)

東松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法に基づき、国の長期ビジョン及び総合戦略の主旨を尊重しながら、本市における人口の現状分析を行い、認識を共有し、人口の将来展望を示した上で、今後目指すべき将来の方向性と取組を示すものであり、市民、事業者、行政など市全体で共有する計画として位置付けます。

また、第5次東松山市総合計画・前期基本計画との整合を図っており、基本計画におけるリーディングプロジェクトとしての役割も担うこととしています。

今後は、この総合戦略に基づき、人口減少や少子高齢化など本市が持つ課題への対応を戦略的に進めることにより、まち・ひと・しごとの創生につなげ、将来に向けて持続可能なまちを目指します。

策定日:平成27年10月28日

計画期間:平成27年度～平成31年度の5年間



《将来像》

住みたい、働きたい、訪れたい 元気と希望に出会えるまち東松山

◎東松山市人口ビジョン将来目標人口 平成37年 総人口:87,218人(年少人口:10,909人・生産年齢人口:50,047人・老年人口:26,262人) [現状:平成27年4月1日 89,489人]

《課題の整理》

①少子化への対応

子育て世代の流入を促すことで、年少人口の増加を図るとともに、安心して結婚・出産・子育てができるような就労・子育て環境づくりを進めていくことが課題となります。

②超高齢社会への対応

高齢者の健康増進を後押しするだけでなく、就労や地域活動への参加がしやすい環境を創出するなど、いきがいが持てる健康長寿のまちづくりを進めていくことが求められます。

③定住促進への取組

市内に安定した就業先を増やすなど、若者をいかに市内へ留め、また流入を促すがが課題と言えます。また、子育て世代の流入を促すためには、子育て環境や移住支援を充実させ、積極的にPRすることが必要です。

④交流人口増加への取組

市内に点在する観光資源を有機的につなげ、様々な観光プランを提案することで市外からの観光客の増加を図るとともに、市内に安定した就業先を増やすことで、通勤などによる昼間人口を増加させ、まちのにぎわいにつなげるのが課題となります。

⑤まちの活性化への取組

就業先の確保を念頭に置いた企業誘致や、既存企業の収益向上による雇用拡大、創業支援を通じた新たな地元企業の創出を図ることが課題です。また、東松山駅周辺及び中心市街地の活性化を図り、まちのにぎわいの創出により人を呼び込むことが必要です。

《取組の基本的な方向性》

①資源の活用と連携による観光まちづくり(観光分野)

②元気な産業を育むまちづくり(産業分野)

③産みやすく育てやすいまちづくり(子育て分野)

《基本目標》

平成31年人口:88,700人

《具体的な施策及び重要業績評価指標(KPI)》

i まるごとテーマパークプロジェクト	ii 企業と起業応援プロジェクト	iii 元気な田舎プロジェクト	iv 地域の拠点再構築プロジェクト	v 子育てしやすいまちの創造プロジェクト	vi 戦略的なシティセールスプロジェクト
地域資源にあらためて着目し、必要な整備を行うとともに、これらの観光資源を有機的に結び付けた観光ルートやプランを設定し、積極的に発信していきます。	企業誘致を引き続き進めるとともに、既存企業や新たな創業に対する支援にも取り組み、産業の活性化と雇用の創出を図っていきます。	元気に働き、住み、暮らし続けられる生涯現役社会の実現を目指すとともに、都市機能の充実と空き家を活用した良好な住宅の供給に取り組むなどにより、まちの元気を創造します。	市民活動センターを拠点と位置付け、機能強化を進めるとともに、新たな公共交通であるデマンドタクシーの導入など、住民生活の利便性を高めながら、小さな拠点を創造します。	結婚から出産、子育てまで希望の持てる環境を整え、安心して子どもを産み育てることができるまちづくりを進めることにより、結婚・出産・子育てを応援するとともに、出生率の増加を図ります。	様々な主体と連携して効果的に市の魅力をPRしていきます。発信する内容を分かりやすく整理し、対象者を明確にするとともに手段や場所についても、市外への発信にも配慮して戦略的にPRします。
○重要業績評価指標(KPI) 年間観光入込客数 250万人(H31)	○重要業績評価指標(KPI) (1)市内事業所数 3,504事業所(H31) (2)市内従業者数 36,500人(H31)	○重要業績評価指標(KPI) (1)H27年度からH31年度までの5年間の合計転入者数 16,500人 (2)活気とにぎわいがよいと回答した市民の割合 30%(H31)	○重要業績評価指標(KPI) (1)新たな公共交通の利用者数 36,000人/年(H31) (2)買い物などの日常生活の利便性がよいと回答した市民の割合 40%(H31)	○重要業績評価指標(KPI) (1)子育て環境が整っていると回答した子育て中の市民の割合 50%(H31) (2)学習状況調査の全国平均を50としたときの本市の換算値 50以上(H31)	○重要業績評価指標(KPI) (1)市ホームページアクセス件数 560,000件(H31) (2)市公共施設以外のパンフレット新規設置箇所数 20箇所(H31)

《主な取組》

- ①まなびのみち創造事業(市南部)
②農村体験のみち創造事業(市北部)
- ①新規企業応援事業
②地域内企業応援事業
③創業応援事業
- ①移住促進事業
②生涯現役応援事業
③市街地活性化事業
- ①活動センター機能充実事業
②地域拠点づくり事業
③公共交通事業
- ①子どもの居場所づくり事業
②確かな学力の育成事業
③親と子の健康支援事業
④結婚・出産・子育て応援事業
- ①移住・就労に向けたPR事業
②観光PR事業