

第2部 主要プロジェクトの展開

主要プロジェクト

前期基本計画では、先導的かつ重点的に推進すべき取組を主要プロジェクトとして位置付け、将来都市像「元気と笑顔の生産地 ふかや」の実現に向けて次の5つのプロジェクトによる各種施策の展開を図ることとします。

○プロジェクト1

出産・子育て安心ふかやプロジェクト

○プロジェクト2

シニアが輝くふかやプロジェクト

○プロジェクト3

花園IC 拠点発！元気な産業ふかやプロジェクト

○プロジェクト4

暮らし安心ふかやプロジェクト

○プロジェクト5

魅力発信！知って見て好きになるふかやプロジェクト

プロジェクト1

出産・子育て安心ふかやプロジェクト

【プロジェクトの方向性】

妊娠、出産から子育て期まで、身近な相談窓口において、関係機関と連携しながら、必要な情報やサービスなどが提供できるよう、個々に応じたきめ細やかな支援を行います。

また、地域と連携した教育支援や食育といった観点から、子どもたちの健やかな成長を支えること、さらには、出産・子育てと仕事の両立支援、再就職窓口との連携に取り組むなど、子育て世代の各ライフステージに応じた支援策を実施し、「出産・子育て安心ふかや」の実現を目指します。

【主な取組】

- 相談窓口（子ども・子育て利用者支援窓口、母子健康包括支援センター、各子育て支援センター）のネットワーク化
- 妊娠期から子育て期にわたるまでの専門職による切れ目のない支援（母子健康包括支援センター）の充実
- 保育園・学童保育室などの保育サービスの充実
- 市立幼稚園の再編と保育サービスの充実
- 地域と連携した教育支援
- 教育研究所の充実
- 学校給食を通じた食育の推進
- 働きたい女性を対象とする各種セミナーの充実
- 「ワークライフバランス」の推進
- 三世帯同居・近居支援事業の拡充

【プロジェクト指標】

指標名	現状値 (平成 28 年度)	目標値 (平成 34 年度)
合計特殊出生率	1.39人	1.44人
1人の女性が生涯に産む子どもの平均数であり、出産・子育てが安心して行えているかを測る指標です。本計画策定時点（平成29年9月現在）において発表されている最新の数値が平成27年度のものとなることから、本指標の現状値については平成27年の値を採用します。		
子育てがしやすいまちと感じている市民の割合	67.8%	74.0%
深谷市民まちづくりアンケートにおいて、中学生以下の子どもを持つ保護者の方が、「子育てしやすいまちである」と答えた割合であり、子育て支援が充実しているかを測る指標です。		

【関連する個別施策】

1-1-1 子育て支援の充実、1-1-2 保育サービスの充実、1-2-1 健康づくりの推進、2-1-1「生きる力」を育む学校教育の推進、2-1-2 家庭・地域・学校の連携による教育力の向上、3-2-3 就労環境の整備、6-1-2 男女共同参画の実現

プロジェクト2

シニアが輝くふかやプロジェクト

【プロジェクトの方向性】

シニア世代は、社会参加が可能な元気な人々が多く、今後の社会を支える現役としての活躍が期待されています。

こうしたシニア世代の雇用環境を充実させ、ボランティアやコミュニティ活動などへの取組を幅広く支援することにより活躍の場を広げ、シニア世代の生活の経済的な安定と地域活力の向上を図り、「シニアが輝くふかや」の実現を目指します。

【主な取組】

- シニアの起業支援
- シニア人材と市内企業のマッチング支援
- シニア世代の活力を生かした学校支援体制の充実
- シルバー人材センターの活用
- 価値観を共有できる仲間との出会いの場や学びの場の提供
- 就農サポート事業の実施

【プロジェクト指標】

指標名	現状値 (平成 28 年度)	目標値 (平成 34 年度)
60歳代の就業率	56.7%	57.0%
60歳代で給与や営業収入のある市民の割合であり、シニア世代の就労環境が整っているかを測る指標です。		
生涯学習や地域活動を実践している60歳代の市民の割合	68.1%	69.4%
深谷市民まちづくりアンケートにおいて、「生涯学習を実践している」「スポーツやレクリエーションを行っている」「地域活動に参加している」のいずれかを行っていると答えた60歳代の市民の割合であり、シニア世代の社会参加が行われているかを測る指標です。		

【関連する個別施策】

- 1-3-2 高齢者福祉の推進、2-1-2 家庭・地域・学校の連携による教育力の向上、
- 3-1-1 農地の保全・活用と安定した農業経営の支援、3-2-1 商工業の振興、
- 3-2-3 就労環境の整備

プロジェクト3

花園 IC 拠点発！元気な産業ふかやプロジェクト

【プロジェクトの方向性】

関越自動車道・花園 IC 周辺部を広域的な交流・連携拠点と捉え、花園 IC 拠点整備プロジェクトの推進を基軸とし、市内に人を呼び込み、そこから人々が農業と観光振興を柱に市内を回遊する仕組みづくりに取り組みます。

また、付加価値を高めた産品などのブランド化、食をテーマとした商品開発やイベントの実施などにより、訪れた人々がアンバサダーとなって深谷の魅力を全国に発信するような「花園 IC 拠点発！元気な産業ふかや」の実現を目指します。

【主な取組】

- 深谷テラス内に農業・観光・商工の発信及び活動拠点づくり
- 6次産業化産品やふかやブランド推進事業との連携
- 地域資源を活用した新たな体験型観光事業の展開
- 農商工団体と連携した地域の産業活性化事業の展開

【プロジェクト指標】

指標名	現状値 (平成 28 年度)	目標値 (平成 34 年度)
法人市民税額	1, 345, 453千円	1, 400, 000千円
市内の法人市民税額（均等割と法人税割の合計）であり、商工業が振興されているかを測る指標です。		
市内観光入込客数	3, 923, 586人	4, 418, 000人
埼玉県が実施する観光入込客数調査において把握する数値であり、観光資源の整備と活用が行われているかを測る指標です。		

【関連する個別施策】

3-1-2 農畜産物の販売流通体制の充実、3-2-1 商工業の振興、3-2-2 観光資源の整備と活用

プロジェクト4

暮らし安心ふかやプロジェクト

【プロジェクトの方向性】

市民、企業、行政などをはじめ、NPO、学術機関などのさまざまな主体が連携しながら、災害などで想定される多くのリスクを回避、または、抑えることのできる仕組みづくりに積極的に取り組みます。

そして、これら取組の充実により、まちの防災・防犯機能を高め、安全に安心して暮らせる「暮らし安心ふかや」の実現を目指します。

【主な取組】

- 自主防災組織の育成、取組内容の充実
- 「(仮称) 深谷市自主防災組織連絡協議会」の設立
- 防災訓練の拡充
- 子どもや女性の安全を守る「(仮称) ふかやセーフティスポット」の設置
- 地域防犯パトロール活動の普及促進
- 空家の所有者、管理者向けの空家相談窓口の設置及び空家総合相談会の開催
- 「(仮称) まちかど救急ステーション (AED 協力事業所)」の創設

【プロジェクト指標】

指標名	現状値 (平成 28 年度)	目標値 (平成 34 年度)
災害に対する備えを行っている市民の割合	38.5%	45.0%
深谷市民まちづくりアンケートにおいて、「備蓄品など、自宅に災害に対する備えがある」と答えた市民の割合であり、市民の防災意識が向上しているかを測る指標です。		
人口1千人あたりの刑法犯認知件数	7.8件	7.8件
1年間に市内で発生した刑法犯認知件数を人口1千人あたりに置き換えて算出した件数であり、防犯体制が強化されているかを測る指標です。なお、刑法犯認知件数とは、犯罪被害者が警察等の捜査機関に「被害届」を提出した件数です。		

【関連する個別施策】

- 4-1-1 災害に強い防災体制の推進、4-1-2 消防・救急体制の充実、
- 4-1-3 防犯・空家対策の推進

プロジェクト5

魅力発信！知って見て好きになるふかやプロジェクト

【プロジェクトの方向性】

「ふかや」の魅力を発信するため、市民サービスや産業振興を中心に積極的なプロモーション活動に取り組んでいきます。

さらに、この取組を一層推進し、「ふかや」の知名度を向上させるとともに、「ふかや」のイメージを確立させ、「ふかや」に行ってみたい、「ふかや」で体験したい、「ふかや」で働きたいという人を増やします。また、住みよいまち、働きやすいまち、子育てしやすいまちといったイメージの確立により、「ふかや」に住みたい人、住み続けたい人を増やし、「魅力発信！知って見て好きになるふかや」の実現を目指します。

【主な取組】

- シビックプライド（市民が「ふかや」に愛着をもって、「ふかや」をもっと良くしていこうとする自負心）の醸成
- メディアの活用や広報戦略などによる知名度及びイメージの向上
- ふっかちゃんをはじめとしたあらゆる地域資源の活用
- 地域の魅力を生かした交流の活性化
- 移住定住の促進

【プロジェクト指標】

指標名	現状値 (平成 28 年度)	目標値 (平成 34 年度)
20代・30代人口の社会増減数	△291人	△214人
1年間に転入した20代・30代の人口数から転出した20代・30代の人口数を引いた数であり、人口ビジョンに基づき、移住定住が促進されているかを測る指標です。現状値は、平成26年度から28年度までの平均値を設定しています。		
深谷市の認知度	372位	320位
(株)ブランド総合研究所が毎年実施する、全国約1,000の市町村を対象とした「地域ブランド調査」における認知度ランキングの結果であり、シティプロモーションの取組が行われているかを測る指標です。		

【関連する個別施策】

6-2-1 情報発信・共有の推進、6-2-2 市民との協働・交流の推進