

なると 未来 づくり 総合戦略

2 0 2 5

(素案)

目 次

はじめに	3
第1章「なると未来づくり総合戦略 2025」策定にあたって	4
I.「第二期鳴門市総合戦略」の検証	5
II.「鳴門市人口ビジョン 2025」から見る課題	12
III. Well-Being 指標や意見交換会から見る課題	17
IV.全国調査や市民意識調査から見る課題	22
V.人口減少下における経済成長率から見る課題	26
第2章「なると未来づくり総合戦略 2025」の基本方針	28
I.基本方針	28
II.目標人口	30
III.計画期間	30
IV.施策効果の検証と改善（PDCAサイクル）について	30
V.SDGs の推進	30
第3章 基本目標	31
基本目標① 「鳴門」らしさを活かして人の流れをつくる	33
基本目標② 「鳴門」に仕事をつくる	36
基本目標③ 「鳴門」で結婚・出産・子育て・教育の希望を叶える	39
基本目標④ 魅力的な「鳴門」をつくる	42

■ はじめに

日本の総人口は、平成20年の1億2,808万人をピークに減少局面へと転じ、人口減少は加速度的に進行し、国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、令和52年（2070年）には8,700万人まで減少すると見込まれています。

また、人口増減に大きな影響を与える出生状況について、令和5年の合計特殊出生率は全国平均で1.20となり、人口置換水準である概ね2.07（※1）を大きく下回っています。

国において、こうした人口減少や東京圏への人口集中の是正のため、平成26年に、まち・ひと・しごと創生法（平成26年法律第136号）を施行し、地方創生の取組が全国各地で広く実施されるようになって令和6年で10年の節目を迎えました。

鳴門市においても、平成27年より第一期鳴門市総合戦略となる「なると未来づくり総合戦略」を策定し、その後、令和2年に第二期鳴門市総合戦略「なると未来づくり総合戦略2020」へ引き継ぐ中で、人口減少対策や地域づくりに取り組んできました。

一方で、国勢調査によると、本市の人口は、平成7年の64,923人をピークに減少を続けており、令和2年には、54,622人まで減少しています。

人口減少の要因の一つは自然動態です。合計特殊出生率の平成30年から令和4年までの5年間の平均値は、徳島県全体の1.46に対して、本市は1.22となっており、県内の中でも低水準となっています。

また、社会動態については、近年、転出数自体は緩和傾向となっていますが、近隣市町等への10代後半から30代にかけての若者の転出超過の傾向は続いています。

人口減少はまちづくりに大きな影響を及ぼします。出生数維持や若者の転出超過の改善などに取り組み、人口減少のスピードを可能な限り緩やかにしていく必要があります。

一方で、人口減少は、その歯止めに時間を要し、歯止めをかけたとしても一定の人口減少が進行していくと見込まれることから、一定の人口減少は避けられないという認識のもと、人口減少に適応した地域をつくることも求められています。

まずは、「構造的に避けられない人口減少スピードの緩和に努める」こと、中長期的には「人口減少に適応した持続的なまちづくりを進める」ことを両輪で進め、住みたい、住み続けたい、戻ってきたいと思える「鳴門市」を目指します。

（※1）現在の我が国における死亡の水準の下で、人口が長期的に増えも減りもせず一定となる出生の水準をいう。

第1章

「なると未来づくり総合戦略2025」策定にあたって

第1章では、「第二期鳴門市総合戦略」の検証のほか、「鳴門市人口ビジョン2025」やWell-Being指標の分析、意見交換会や市民意識調査などを通して、次の5項目を課題として整理しています。

課題

①

【「第二期鳴門市総合戦略」の検証】より
数値目標やKPIの見直し、修正等のほか、
取組内容の強化や重点化が必要

課題

②

【「鳴門市人口ビジョン2025」の分析】より
若者回復率を踏まえた、若者の回帰志向を高める
取組が必要

課題

③

【Well-Being指標や意見交換会の分析】より
市の魅力や施策への共感に繋げる、市内外への
プロモーションやイメージ戦略の強化が必要

課題

④

【全国調査や市民意識調査の分析】より
雇用の創出のほか、教育環境の充実、若者が楽しめる
空間整備など、「まち」の魅力向上を図る取組が必要

課題

⑤

【人口減少下における経済成長率の分析】より
人口減少下における経済成長率や地域幸福度を
高める取組が必要

I.「第二期鳴門市総合戦略」の検証

第二期鳴門市総合戦略では、3つの基本目標と、それを達成するための4つの数値目標、27の重要業績評価指標（KPI）を定め、地方創生を推進してきました。令和6年9月には総合戦略の効果検証を担う、鳴門市総合戦略評価委員会の外部評価や意見等も踏まえ、次のとおり成果と課題、今後の方向性を整理しました。

【評価の考え方】

令和6年度末を終期としている計画のため、達成率については、令和6年7月時点までの取組状況を参考に、次の考え方にに基づき算定しています。

	考え方
方法	(1)R2～6年度までの累計値を目標にしているもの $R2\sim5\text{年度累計実績}\div R2\sim6\text{年度累計目標値}\times 100$ (2)R6年度末の数値を目標にしているもの $R5\text{年度末実績}\div R6\text{年度末目標値}\times 100$ ※ ただし、アンケート調査などの意向確認が必要なものについては、 $\text{令和6年7月時点の実績}\div R6\text{年度末目標値}\times 100$ (3)毎年度の数値を目標にしているもの $R2\sim5\text{年度累計実績}\div (\text{毎年度目標}\times 4\text{年})\times 100$

(1) 3つの基本目標の成果

■基本目標1：「ひと」を育てる ～魅力的な人材が育つまち～

NO	基本目標①「ひと」を育てる：魅力的な人材が育つまち 数値目標→【出生数】令和6年までの5年間累計 数値目標→【合計特殊出生率】平成30年から令和4年までの5年間の平均値 目標1,531人 実績951人 ※R2年～R5年までの累計 目標1.3 実績1.22										
	重要業績評価指標(KPI)	単位	目標値	R2	R3	R4	R5	R6.7月時点	達成率	見直しなどの課題があるもの	担当
①	支援したイベントでのカップル成立数	組	50 (R2～6年度累計)	—	—	9	13	—	44%	○	戦略企画課
②	なると結婚新生活支援補助金を活用し、市内で新生活を始めた新婚世帯数	世帯	100 (毎年度)	—	—	38	27	—	33%	○	戦略企画課
③	鳴門市で子育てをしたい人の割合	%	95.0 (R6年度末)	94.7	95.4	92	95.8	—	102%		こども家庭センター
④	子育てに不安や負担を感じる人の割合	%	37.0未満 (R6年度末)	—	—	—	34.1	—	108%		子育て支援課
⑤	中学3年生時にCEFR A1レベル相当以上の英語力を有する生徒の割合	%	60 (R6年度末)	47	54	48	51.7	—	86%	○	学校教育課
⑥	鳴門市で住み続けたいもしくは一度は出るが帰ってきたいと思う高校生の割合	%	60 (R6年度末)	—	—	—	—	39	65%	○	戦略企画課
⑦	鳴門市に愛着を感じると回答した子どもの割合	%	90 (R6年度末)	—	—	—	—	75	83%	○	戦略企画課

主な成果

数値目標として、出生数は令和2年から令和6年までの5年間の累計を1,531人とし、合計特殊出生率は平成25年～平成29年の平均値1.23から平成30年から令和4年までの平均値を1.3まで引き上げることを目標として取り組んできましたが、コロナ禍の影響による婚姻数の減などにより、令和2年から令和5年までの出生数の合計は951人、平成30年から令和4年までの合計特殊出生率の平均値は1.22であり、引き続き少子化が進んでいる状況です。

数値目標の達成には至っていませんが、KPIごとにみると、「鳴門市で子育てをしたい人の割合」や「子育てに不安や負担を感じる人の割合」が改善傾向にあるなど、男女の出会いから結婚、妊娠・出産、子育てまでのライフステージに応じて包括的に支援する「なるとまると子育て応援パッケージ事業」の効果が定性的な側面において表れているものと考えられます。また、「子育てしやすいまちづくり」を推進する本市において、子育てしやすいと思う市民の割合の向上や子育てに不安や負担を感じる人の割合が改善することは重要ですので、この2つのKPIの設定は適切であったと考えられます。

課題

(1)「支援したイベントでのカップル成立数」、

「なると結婚新生活支援補助金を活用し、市内で新生活を始めた新婚世帯数」

若者の結婚及び出産に関する意識の変化などを踏まえ、結婚を望む男女への多様な出会いのきっかけづくりが、出生数増加に繋がる一つの要因となりますが、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、事業としては思ったようには進捗しませんでした。

また、「なると結婚新生活支援補助金」については、支援対象の経費である住宅費用、引越費用及びリフォーム費用等が、補助金の申請時に対象経費の支払いが完了していることが要件であり、目標値より実績は低調となっています。

いずれの取組も必要なものであり、事業としては継続しつつ、出会い・結婚・新生活まで切れ目の無い様々な支援を通して、婚姻数の増加に繋げることが重要と考えられますので、KPIについては婚姻数に見直しを行います。

(2)「中学３年生時に CEFR A1 レベル相当以上の英語力を有する生徒の割合」

達成度については良好ではありますが、現在、「第七次鳴門市総合計画」に基づき、外国語推進事業の一環でオンライン英会話の導入や英語検定受験料全額補助事業などを実施しており、取組の成果を図る指標として「中学卒業時に英語検定３級以上を取得している生徒数の割合」を KPI としています。上位計画に基づき、KPI を修正する必要があると考えます。

(3)「鳴門市で住みたい、もしくは一度は出るが帰ってきたいと思う高校生の割合」、
「鳴門市に愛着を感じると回答した子どもの割合」

第二期総合戦略では、新たな基本方針として「未来の鳴門市を担う人材育成」を掲げ、「鳴門市で住みたいもしくは一度は出るが帰ってきたいと思う高校生の割合」などを KPI に設定しましたが、目標を十分には達成できておりません。

シビックプライド醸成に繋がる取組の強化が必要であると考えられます。

■基本目標２：「しごと」をつくる ～若者が働きたい仕事があるまち～

NO	基本目標②「しごと」をつくる：若者が働きたい仕事があるまち 数値目標→【将来、鳴門市内で働きたいと思う高校生の割合】5年後 目標20% 実績30%										
	重要業績評価指標(KPI)	単位	目標値	R2	R3	R4	R5	R6.7 月時点	達成率	見直しなどの課題 があるもの	担当
⑧	がんばる中小企業応援パッケージ事業利用件数	件	5 (毎年度)	6	8	19	12	－	225%		商工政策課
⑨	企業進出件数(市内企業の増設を含む)	件	5 (R2～6年度累計)	1	1	3	3	－	160%		商工政策課
⑩	就職者数(臨時雇用も含む)	人	20 (毎年度)	5	7	15	8	－	44%	○	商工政策課
⑪	将来、鳴門市で働きたいと思う高校生の割合	%	20 (R6年度末)	－	－	－	－	30	150%		戦略企画課
⑫	ふるさと納税寄附金に係る寄附金額	億円	16 (R2～6年度累計)	3.4	4.1	4.8	7.3	－	123%		戦略企画課
⑬	次世代の担い手確保(新規・継続含む)	人	420 (R6年度末)	408	412	415	427	－	102%		農林水産課
⑭	農漁業六次産業化推進支援事業への支援件数	件	5 (R6年度末)	4	3	3	3	－	60%		農林水産課

主な成果

K P I の達成状況において、全 7 項目中 5 項目が目標を達成するなど、3 つの基本目標の中で一番高い達成度となりました。特に、第一期鳴門市総合戦略より進めてきた、地元企業を大切に育てようとする「エコノミックガーデニング」に基づく、市内事業者の事業拡大や創業支援を行う、がんばる中小企業応援パッケージ事業の利用件数をはじめ、企業誘致の推進による企業進出件数、道の駅「くるくる なんと」と連携したオリジナルの返礼品開発や地場産品の PR に取り組む「地域産業活性化 鳴門モデル推進事業」による、ふるさと納税の寄附額などは、目標値を大きく上回っております。

数値目標として掲げている「将来、鳴門市内で働きたいと思う高校生の割合」については、目標値よりも 1 0 % 高い結果となっており、こうした取組内容の効果が一定程度、表れているものと考えられます。

課題

(1)「就職者数(臨時雇用も含む)」

年に 1 回実施する就職マッチングフェアを通して就職に繋がった人数を目標値に設定していますが、マッチングフェア以外の取組の成果も含めた効果を計測する指標として、「まち」全体の取組の効果を計測する数値目標の設定が必要であると考えられます。

■基本目標3：「まち」がにぎわう～若い世代が住みたいと思うまち～

NO	基本目標③「まち」がにぎわう：若い世代が住みたいと思うまち 数値目標→【社会増減】5年後の社会増減人口 目標 △128人 実績 △50人(R5年時点)										
	重要業績評価指標(KPI)	単位	目標値	R2	R3	R4	R5	R6.7 月時点	達成率	見直しなどの課題 があるもの	担当
15	外国人観光客入込数	人	75,000 (R6年度末)	11,814	1,120	6,020	63,657	—	85%	○	観光振興課
16	鳴門市阿波おどり来場者数	人	80,000 (毎年度)	—	—	—	65,000	—	20%	○	観光振興課
17	スポーツ大会・合宿誘致実績	回	15 (R6年度末)	6	6	10	9	—	60%	○	スポーツ課
18	サイクリング関連イベント参加者数	人	50,000 (R2～6年度累計)	423	708	1,439	1,613	—	8%	○	地域交通推進室
19	レンタサイクル利用者数	人	1,000 (R6年度末)	271	247	297	338	—	34%	○	地域交通推進室
20	道の駅「くるくる なんと」年間入込客数	人	564,000 (R6年度末)	—	—	119万	130万	—	230%	○	戦略企画課
21	鳴門駅前テナント利用者数	人	8,000 (R6年度末)	10,689	11,844	18,233	21,147	—	264%	○	観光振興課
22	移住相談窓口を利用した移住者数	人	10 (毎年度)	4	5	11	5	—	63%	○	商工政策課
23	なると定住促進住宅取得補助金を活用し、市内で 住宅を建設または購入した世帯数	世帯	40 (毎年度)	—	—	86	99	—	231%		戦略企画課
24	市民との協働事業数	件	150 (毎年度)	161	154	161	161	—	106%	○	市民協働推進課
25	出前講座・地域出前防災教室開催	回	30 (毎年度)	11	8	10	7	—	30%	○	危機管理局
26	ドイツ館周辺への来訪者数	人	87,000 (毎年度)	35,966	35,800	43,535	47,811	—	47%	○	文化交流推進課
27	観光入込客数	人	2,000,000 (R6年度末)	115万	116万	247万	322万	—	161%	○	観光振興課

主な成果

人口減少が進めば地域内の消費活動が縮小し、やがて生産活動の停滞に繋がるため、地域外からの来訪者による消費活動により、地域活動を活性化するための「交流人口」拡大に係る施策を第一期鳴門市総合戦略より継続して取り組んできました。

しかしながら、観光事業やイベント開催事業が多く含まれることから、令和2年度～4年度にかけて、新型コロナウイルス感染症の影響で、外出が制限され、他人との接触が自粛されたことが、重要業績評価指標（KPI）の達成状況に大きく影響を与える結果となりました。

その中でも、令和4年に開業した「道の駅くるくる なんと」の年間入込客数については、目標を2倍以上で上回る結果となっており、観光消費の拡大のほか、本市の強みである「食」や「フェーズフリーの思想に基づくまちづくり」など、本市の魅力を全国に発信する役割を担うとともに、将来的な定住や移住の可能性のある若者を中心とする交流人口や関係人口拡大を図る、新たな拠点となっています。

また、定住促進を目的に、住宅の建設や購入の際に金銭的なサポートをする「なると定住促進住宅取得補助金」の活用世帯は毎年度、目標値の2倍以上の達成度合いとなっており、この施策を含む「なると まるごと 子育て応援パッケージ事業」は、定住人口の確保

に繋がっています。

実際に、第二期鳴門市総合戦略の開始時点では300～400人台で推移していた社会減が、令和5年には50人にまで改善しました。当該事業の実施が定住人口の確保に一定程度寄与し、社会減の速度を緩和させる一助になったのではないかと分析できます。

課題

(1) 「移住相談窓口を利用した移住者数」

移住相談件数を増やすことは重要な取組ですが、移住相談窓口のみで移住促進を図っているのではないため、移住相談窓口での相談件数増加に向けた取組を含めた、移住施策全般の取組内容の効果を図る指標として「移住者数」そのものをKPIとすることが必要と考えます。

(2) 「外国人観光客入込数」、「鳴門市阿波おどり来場者数」、「スポーツ大会・合宿誘致実績」、「ドイツ館周辺への来訪者数」、「道の駅「くるくる なると」年間入込客数」、「鳴門駅前テナント利用者数」、「観光入込客数」

新型コロナウイルス感染症の影響により、一部の事業では思うように実績が上がらなかった事業となります。コロナ禍以降、観光入込客数は増加傾向にあり、上位計画である「第七次鳴門市総合計画」や「第2期 鳴門市観光振興計画」に沿う形で引き続き事業を継続します。また、これまで賑わい創出の主な対象者は観光客であり、「まちなか」で市内の若者が集えるなど、市民を対象とした賑わいの創出に繋がる場の整備は、「まち」の魅力向上の観点からも引き続きの課題であり、解決に向けた取組が必要です。

(3) 「サイクリング関連イベント参加者数」、「レンタサイクル利用者数」

新型コロナウイルス感染症を理由に、イベント実施が難しかった部分がありますが、計画期間中の5年間のサイクリングイベントの参加者総数を50,000人とするなど、高い目標を設定していました。

また、第二期総合戦略策定時には、大鳴門橋自転車道の整備の目途がたっていなかったため、イベント参加者数などをKPIにしていますが、大鳴門橋自転車道の完成予定が

2027年度と示されているため、サイクリストの受入環境の整備に関する目標値に設定するなど、KPIの見直しが必要です。

(4)「市民との協働事業数」

地域コミュニティの根幹である自治会等は、地域の環境美化や安全・防犯など様々な取組を実施するとともに、防災でも重要な役割を担っていますが、少子高齢化の進行やライフスタイルの変化等により、自治会等への加入率は低下傾向にあります。今後、協働・参画への意識醸成を高めるとともに、地域コミュニティの活性化、地域住民の顔の見える関係づくりの構築を図る取組が重要と考えられることから、KPIを「自治会等への加入率」に修正します。

(5)「出前講座・地域出前防災教室開催」

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業となりますが、持続可能なまちづくりという観点でフェーズフリーの啓発は重要と考えられますので、防災訓練を通じた啓発など、実態に合う形で取組項目を修正することが必要です。

◎第三期鳴門市総合戦略の方向性

全国的にも出生数の低下が課題ですが、「結婚をする」「子どもを産む」という部分に関しては個人の価値観や考え方に左右される部分もあり、「鳴門で結婚したいと思う人を増やす」「鳴門で結婚したいと考えている人を積極的に支援する」「鳴門で子育てしやすいと思える環境整備に努める」といったように、結婚・出産・子育てなどの希望を叶えられるよう、引き続き各フェーズに応じたトータルのサポート体制の充実を図ることが重要であると考えます。

また、今後においては、企業誘致などによる「働く場の確保」、「教育環境の充実」、若者が足を運びたいと思う「新たなまちづくりエリアの整備」などにも重点的に取り組み、少しでも若者の定住促進を図り、出生数の増加に繋げることで、人口減少スピードの出来る限りの緩和に努めることが必要であると考えられます。

第三期鳴門市総合戦略では、こうした観点も踏まえつつ、KPIや取組項目の追加、統合、修正等のほか、効果を高める取組内容の強化や重点化の検討を行うことが重要と考えます。

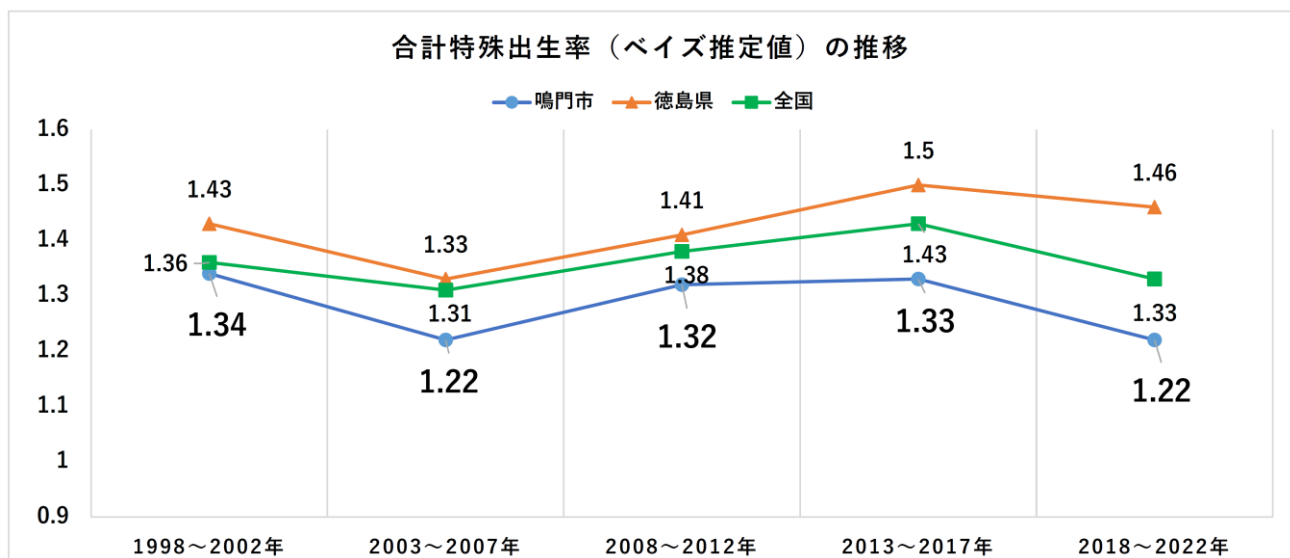
Ⅱ.「鳴門市人口ビジョン 2025」から見る課題

1. 人口減少の要因

(1) 自然動態から見る要因

合計特殊出生率を見てみると、鳴門市は徳島県平均や全国平均よりも低い、1.22 という結果です。(図1)

【図1】合計特殊出生率（ベイズ推定値）の推移



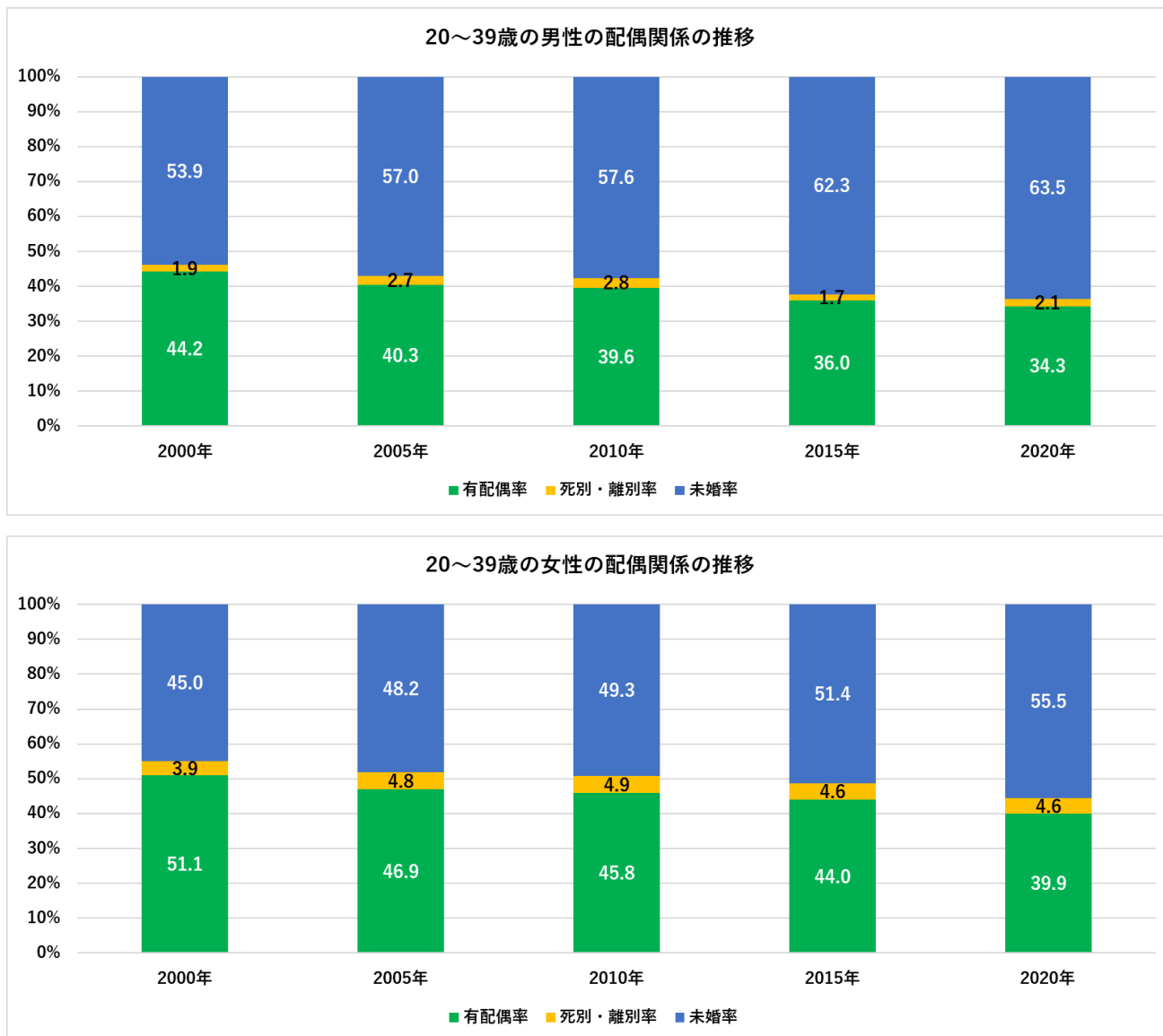
(出典) 厚生労働省「人口動態保健所・市町村別統計」

出生数が少ない背景には、未婚率の増加や出産年齢女性（15～49歳）人口の減少、晩産化が影響していると考えられます。まず、未婚率の増加については、20～39歳の男女の配偶関係の推移から見てとることができます。

男女ともに一貫して、有配偶率が下降する一方で、未婚率が上昇し、平成12（2000）年から令和2（2020）年までの20年間で、有配偶率は約10%減少しているのに対し、未婚率は約10%増加しています。(図2) 次に、出産年齢女性（15～49歳）の人口及び有配偶数については、平成12（2000）年から一貫して減少傾向にあり、それに伴う形で出生数も減少傾向にあります。(図3) 最後に、晩産化について、令和4（2022）年の鳴門市における母の年齢別出生数を見ると、30～34歳で出産する割合が最も高くなっており、20代と30代で比較すると、20代での出生割合は38.6%、30代での出生割合は54.4%となり、20代よりも30代の出生割合の方が高くなっています。(表1)

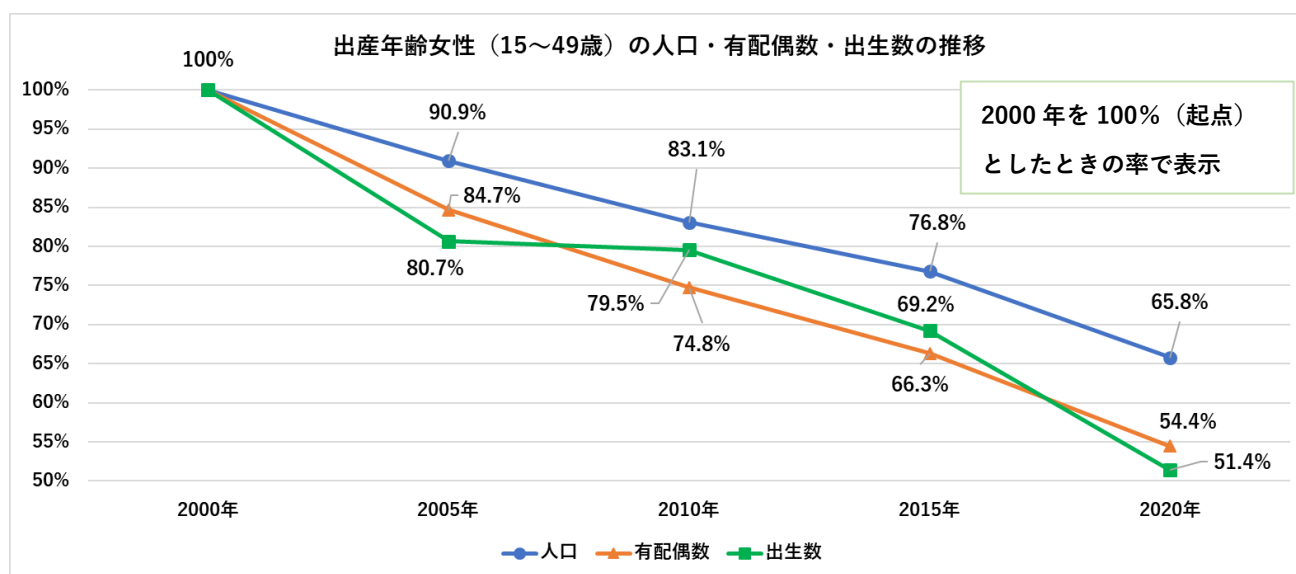
以上の状況を鑑みると、鳴門市においてはそもそもの出産年齢女性（15～49歳）の人口が年々減少している上で、未婚率が高まり、晩産化が進んだ結果、出生数の減少が引き起こされていると言えます。そして、その出生数の少なさが人口減少の一因となっています。

【図2】20～39歳の男女の配偶関係の推移



(出典) 国勢調査

【図3】 出産年齢女性（15～49歳）の人口・有配偶数・出生数の推移



（出典）国勢調査、徳島県の推計人口

【表1】 母の年齢別出生数（2022年）

	総数	19歳以下	20～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45歳以上
出生数（人）	228	3	23	65	69	55	13	0
総数に占める割合	100%	1.3%	10.1%	28.5%	30.3%	24.1%	5.7%	0.0%

（出典）徳島県保健・衛生統計年報

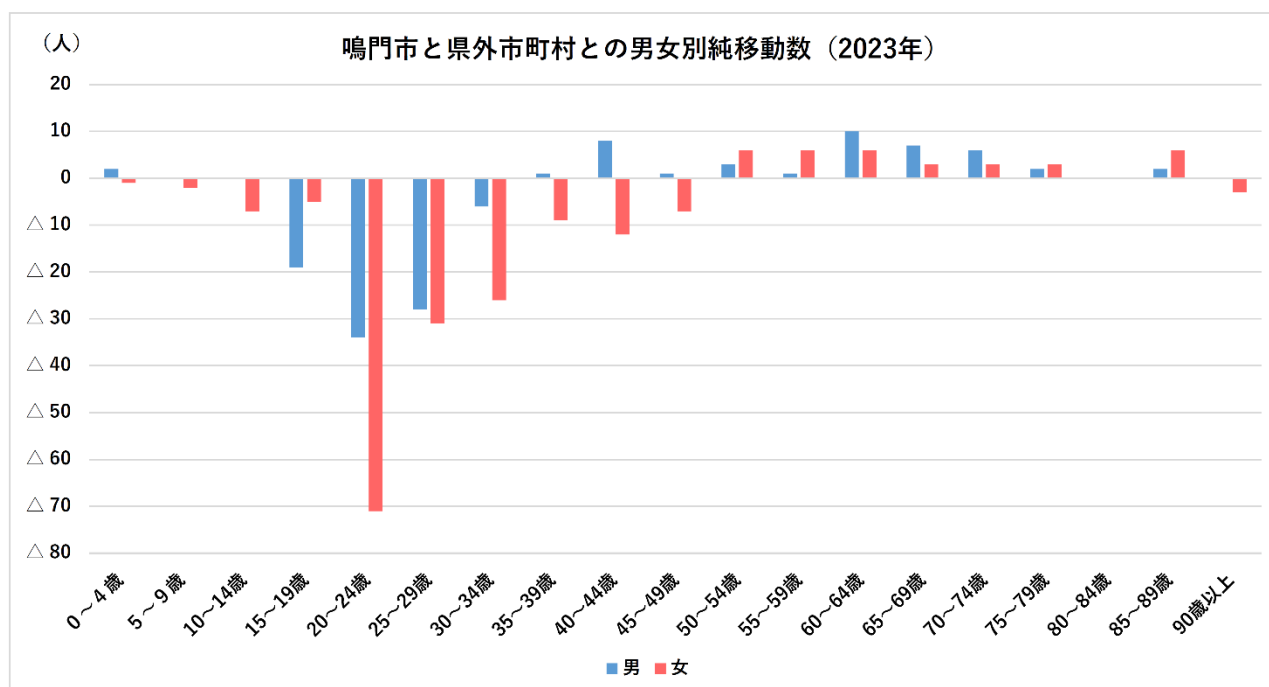
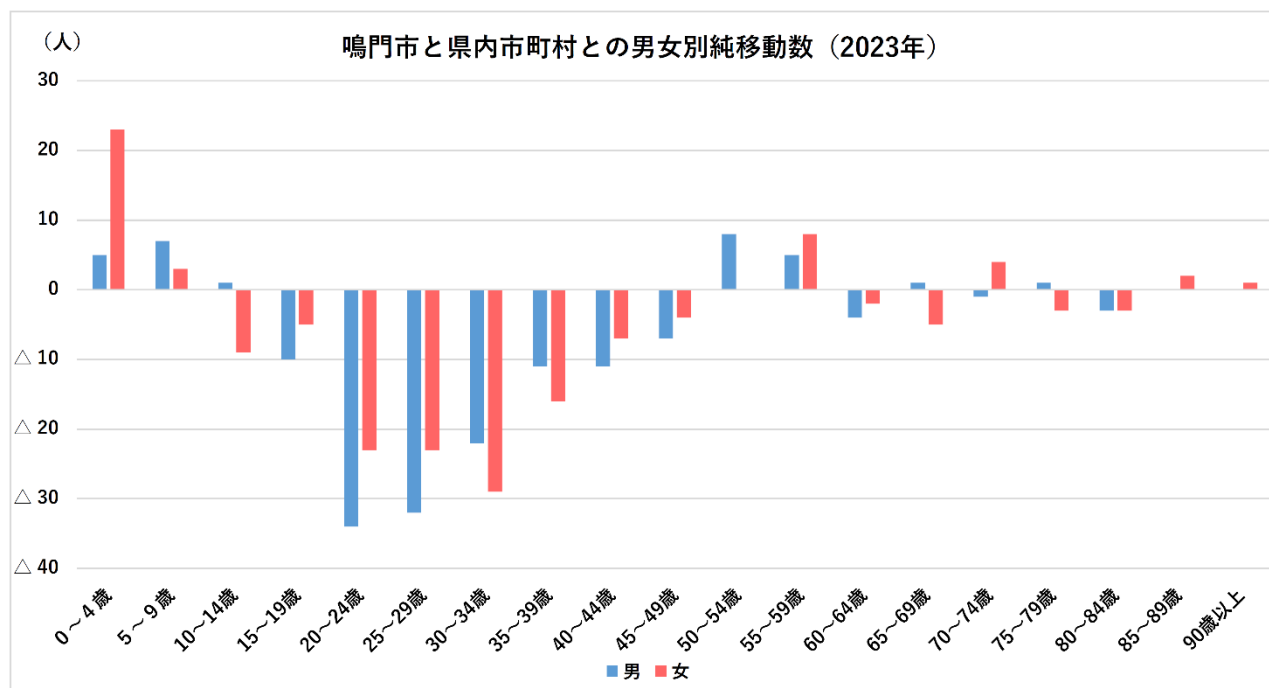
（2）社会動態から見る要因

社会動態の推移については、転出者が転入者を上回る転出超過の状態が続いており、県内外の市町村間の純移動数からも男女ともに20代～30代にかけて転出の割合が高いのが分かります。（図4）

また、若者回復率（10代の転出超過数に対して20代の転入超過数が占める割合）は、20代の転入超過を前提としているものであり、鳴門市の場合は10代に引き続き20代においても転出超過が発生しています。若者回復率がマイナスの数値となることから、若者の地元への回帰は大きな課題ということが分析できます。（図5、表2）

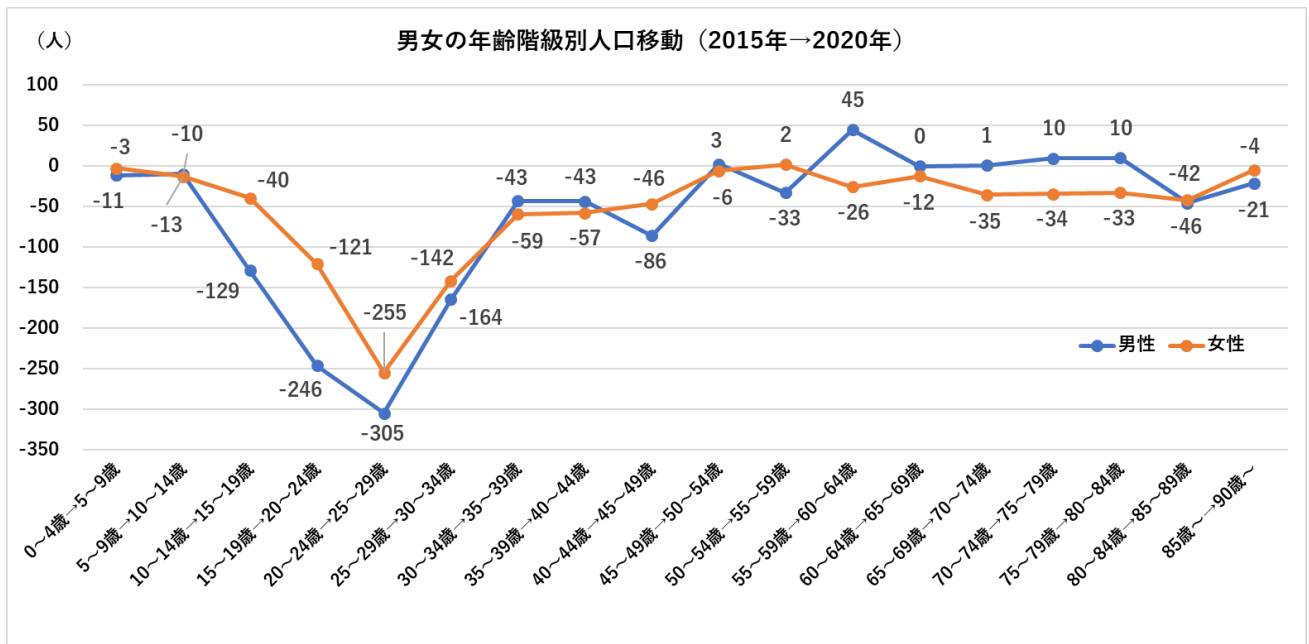
以上より、社会動態から見る人口減少の要因は、大学等への進学や就職、結婚などライフステージの転換期にあたる20代～30代の転出超過と、鳴門市を離れた10代の若者が20代になって再び戻ってくる人数の少なさの2点が影響していると考えられます。

【図4】 県内外の市町村との男女別の純移動数の状況（2023年）



（出典）住民基本台帳に基づく都道府県及び市区町村別詳細分析表 第3表及び第4表

【図5】 男女の年齢階級別人口移動（2015年→2020年）



（出典）国勢調査

【表2】 若者回復率（2015年→2020年）

	男 性	女 性
10～14歳 → 15～19歳	-129	-40
15～19歳 → 20～24歳	-246	-121
① 10代増減人数	-375	-161
20～24歳 → 25～29歳	-305	-255
25～29歳 → 30～34歳	-164	-142
② 20代増減人数	-469	-397
若者回復率 (②÷①) × (-100%)	—	—

※回復率がマイナスとなるため「—」を記載

（3）自然動態と社会動態から見る分析

若者回復率の状況などに加えて、未婚率の上昇や晩婚化の進行などによる、出産適齢期の夫婦の数が減少して出生数が低下するとともに、そうした中で生まれた子どもたちが成長して大学等に進む段階でまた転出超過になる、という悪循環にあることが分かります。

人口減少スピードの緩和を図る観点から、若い人口を増やすことと、鳴門市で結婚・出産する若者を増やすことが重要であると考えられます。

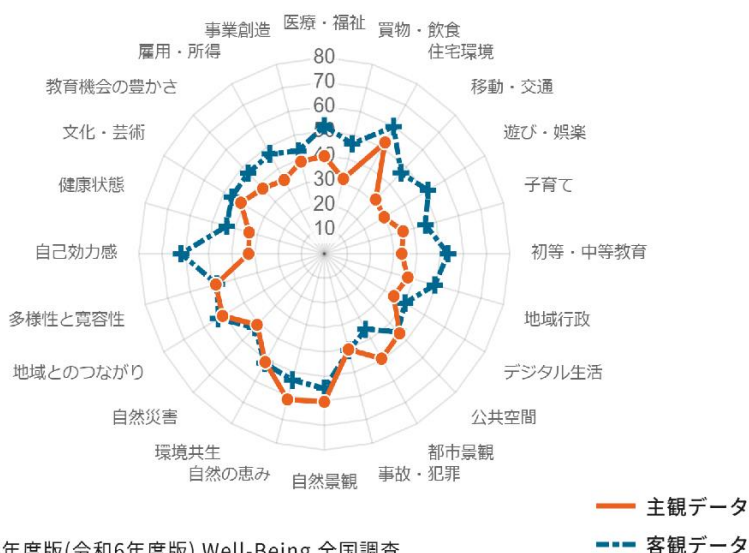
Ⅲ. Well-Being 指標や意見交換会から見る課題

1. Well-Being 指標から見る課題

地域幸福度(Well-Being)指標とは、市民の「暮らしやすさ」と「幸福感」を全国共通の指標で数値化・可視化したもので、デジタル庁が全国の自治体での活用を推進しているものです。

市民を対象としたアンケートによる主観的な「幸福感」を可視化した「主観指標」と、国等が実施する各種統計調査のオープンデータ等による「暮らしやすさ」を可視化した客観指標を組み合わせ、「医療・福祉」、「子育て」、「教育」、「雇用・所得」など、市民の生活満足度などと一定の相関関係にある24のカテゴリーで数値化されており、各カテゴリーの数値は、全国の自治体の平均を50とした偏差値で表されています。

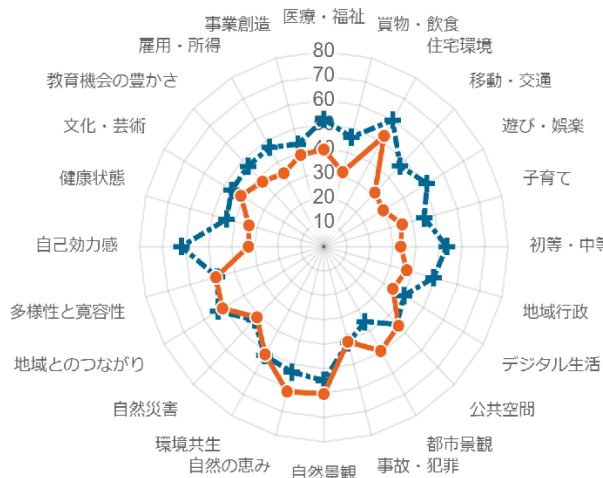
【図6】「地域幸福度指標」の現状（令和6年度鳴門市）



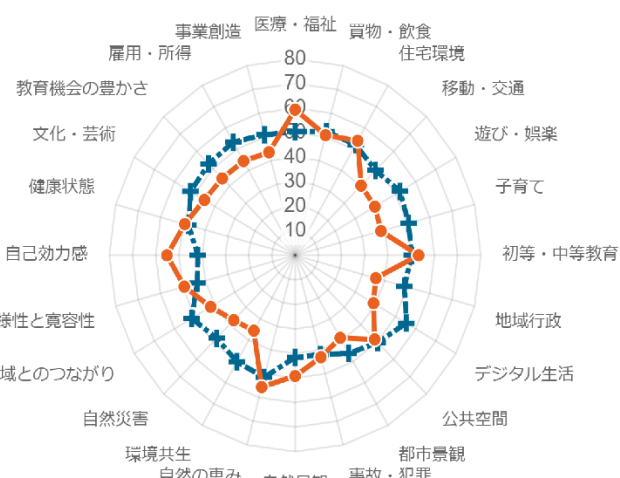
客観指標は概ね平均以上の数値となっている一方、主観指標は平均以下の数値が多い状況ですが、これは、各種統計等に基づき算定される本市の現状が全国の自治体の中でも一定の水準にあるとしても、市民の実感や評価が伴っていない可能性を表しており、その乖離の幅が大きいほど、その傾向が顕著であると考えられます。一方で、「都市景観」や「自然景観」、あるいは「自然の恵み」のカテゴリーについては、主観指標が客観指標を上回っており、市民が本市の景観や自然について、一定の評価をしていることが伺えます。（図6）

【図7】 ※周辺自治体との比較

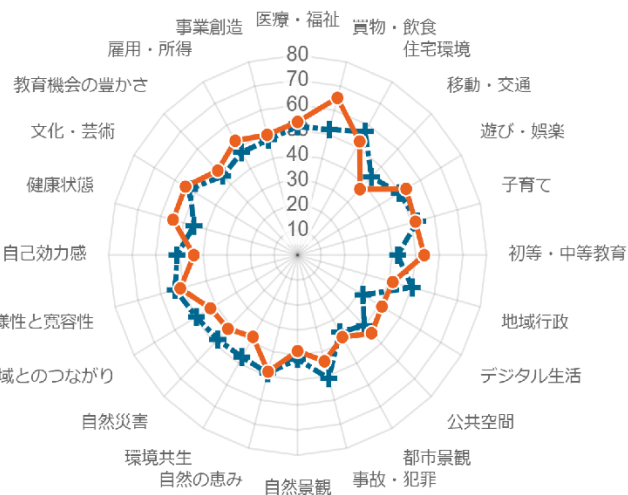
●鳴門市



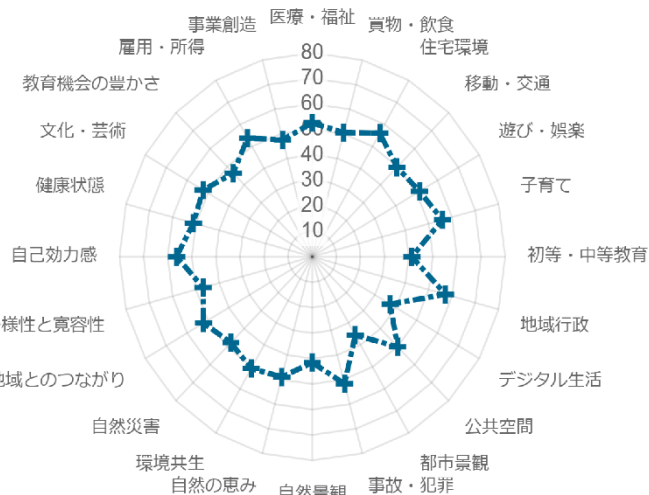
●徳島市



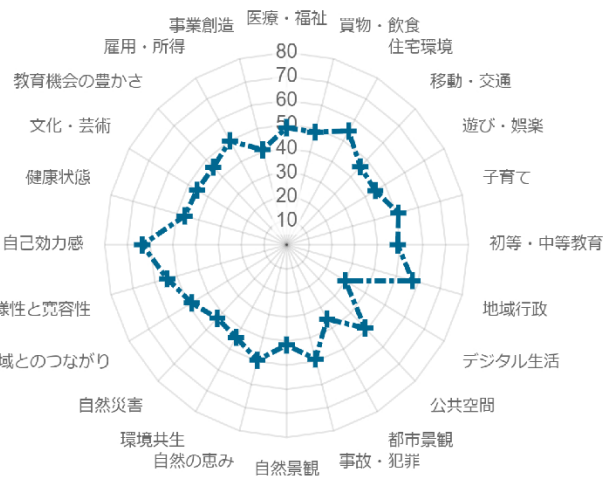
●藍住町



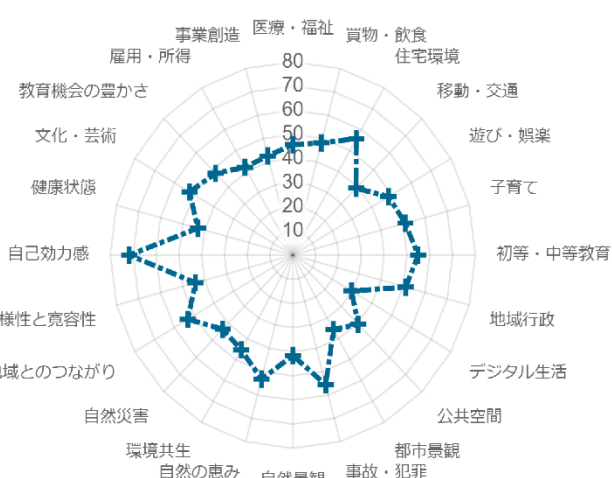
●北島町



●松茂町

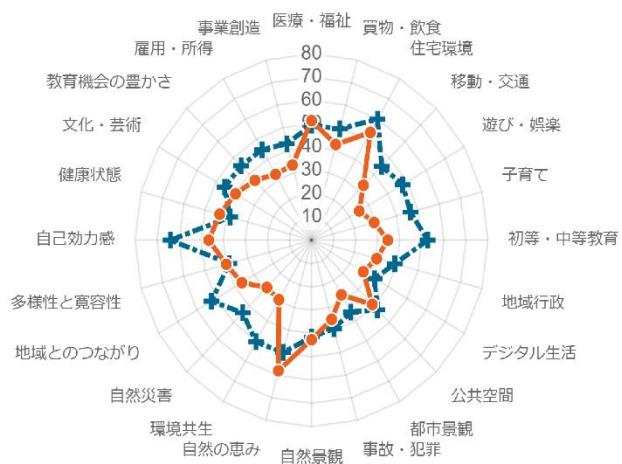


●板野町

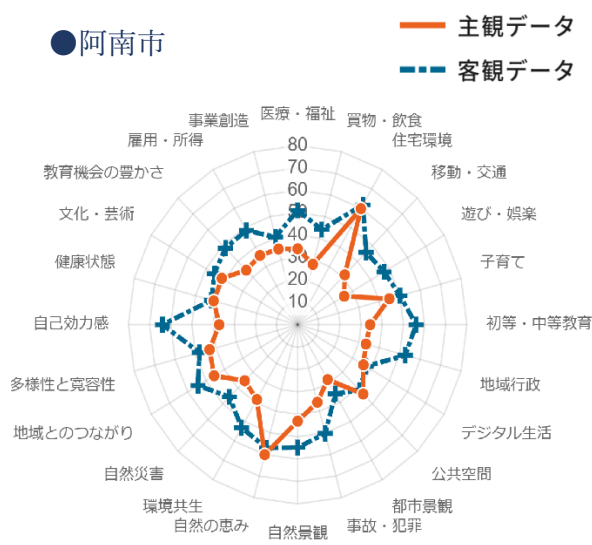


※北島町、松茂町、板野町の主観データは公表されていない

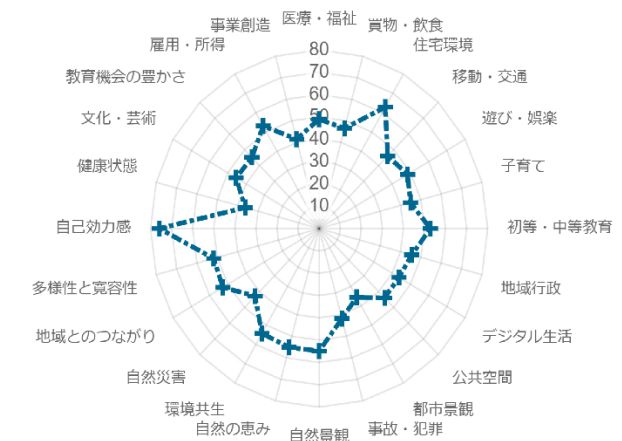
●小松島市



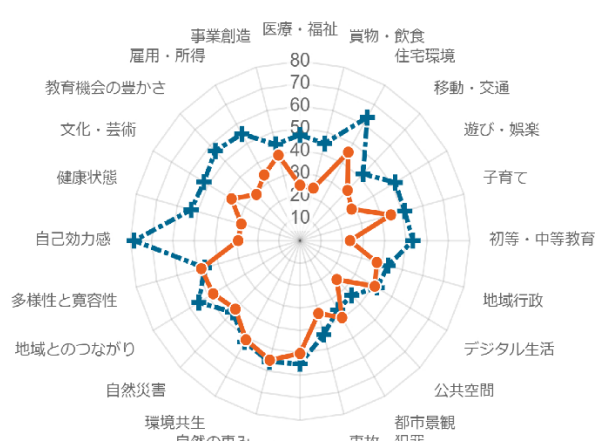
●阿南市



●香川県東かがわ市

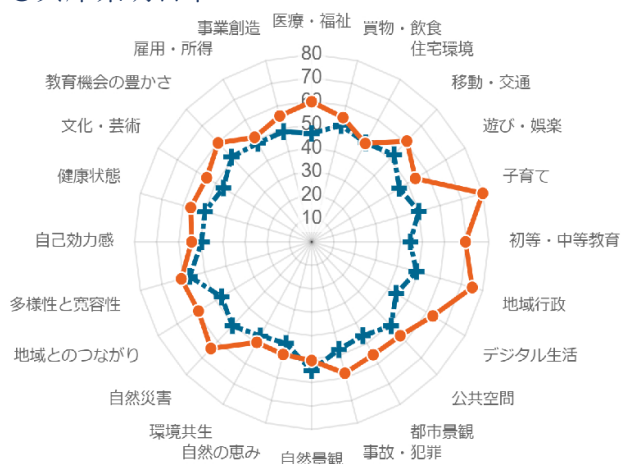


●兵庫県南あわじ市

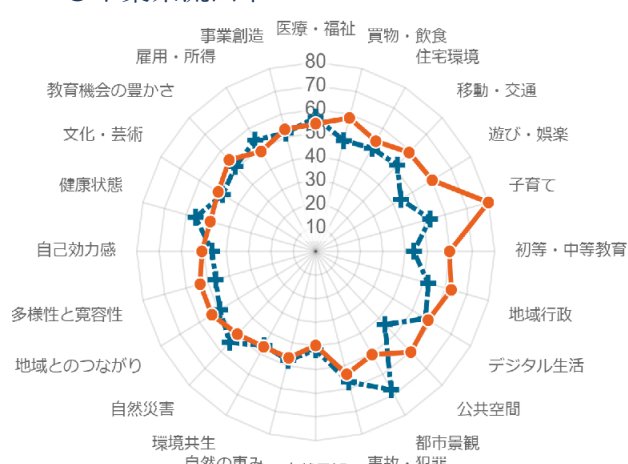


※子育て支援の充実により人口増に転じた県外の自治体との比較

●兵庫県明石市



●千葉県流山市



※東かがわ市の主観データは公表されていない

「買物・飲食」「移動・交通」などの「まちづくり」の分野に関しては人口の量的確保に繋がる分野でもあり、引き続き客観データの充実度の向上を図る必要がある一方で、若者や子育て世代の定住人口確保に比較的效果が高い「子育て」、「初等・中等教育」などに関する市民の評価が低い傾向にあるのは課題と考えます。(図7)

市民の方に「まち」の魅力や「施策」の充実度を一層伝えるための情報発信やイメージ戦略の強化を通して、定住人口確保に取り組むことが重要と考えられます。

2. 鳴門市若手職員意見交換会から見る課題

令和6年6月に、20～30代の鳴門市若手職員で、次の2つのテーマに沿って意見交換会を開催しました。主な意見は以下のとおりです。

1

鳴門市の定住人口を増やすためにはどのようなターゲットに対して
どういった取組が必要か？

- ①高校生や若い世代に、鳴門市の子育て施策の充実度を強力にPR
- ②都会生活に疲れた人に、鳴門ならではの強みを活かし、移住者を受け入れる
- ③就職活動をしている学生に鳴門の企業をもっとPRする

2

地方において定住人口の獲得競争が起こる中、鳴門市では
どういった発想の転換が必要か？

- ①経済的支援も重要だが、鳴門が持つ良さを市民の心をつなぎとめる
- ②子どもの頃から地元愛を醸成し、いずれは鳴門で住むと思ってもらえるように取り組む
- ③親元（地元）で子育てすることの良さをPR

上記意見について、内容としてはさまざまですが、一貫して言える課題は、「PR不足」と考えます。テーマ①についてまとめると、充実した子育て・定住施策や鳴門での住みやすさ、鳴門での就農、鳴門の企業をもっとPRできれば、それをきっかけに鳴門で定住してくれる人が増えるのではないかと思います。

また、テーマ②については、鳴門が持つ地域資源や歴史・文化、生まれ育った地元で親世帯の協力を得ながら子育てすることの良さを、市民の方にPRすることで、鳴門で住むことの誇りや快適さを感じ、鳴門を離れる方が少なくなるのではないかと総括できます。

このように、現役の若手職員が日々の業務を通して考えていることから見える課題は、鳴門市においては、市内外へのシティセールスが不足しているということと考えます。



IV. 全国調査や市民意識調査から見る課題

1. 全国調査から推察する課題

県民所得や平均有効求人倍率などから、経済的側面は重要ですが、必ずしも U ターン増に直結するとは限らないことが分析できます。(表 3)

また、都会（東京圏）からの U ターンを希望しない層としては、やりたい仕事が少ないからのほか、生活の利便性や地域の将来性、人間関係を重視する意見もあり、「まちづくり」や「生活環境」の充実が若者の定住促進に繋がるものと推察できます。(図 8)

【表 3】

一人当たり県民所得（千円）

北海道	35	2,617	新潟県	27	2,826	鳥取県	45	2,407
青森県	38	2,558	富山県	5	3,295	島根県	34	2,619
岩手県	31	2,737	石川県	23	2,908	岡山県	32	2,732
宮城県	21	2,926	福井県	8	3,157	広島県	12	3,068
秋田県	39	2,553	山梨県	26	2,873	山口県	14	3,048
山形県	30	2,758	長野県	25	2,882	徳島県	17	2,973
福島県	16	3,005	岐阜県	28	2,803	香川県	20	2,945
茨城県	10	3,116	静岡県	4	3,300	愛媛県	33	2,656
栃木県	3	3,318	愛知県	2	3,633	高知県	37	2,567
群馬県	11	3,098	三重県	9	3,155	福岡県	29	2,800
埼玉県	18	2,958	滋賀県	6	3,181	佐賀県	43	2,509
千葉県	15	3,020	京都府	21	2,926	長崎県	41	2,519
東京都	1	5,348	大阪府	13	3,056	熊本県	42	2,517
神奈川県	7	3,180	兵庫県	24	2,896	大分県	36	2,605
※斜体は順位			奈良県	40	2,522	宮崎県	45	2,407
			和歌山県	19	2,949	鹿児島県	44	2,414
						沖縄県	47	2,273

【出典】総務省統計局「統計でみる都道府県のすがた2021」

都道府県別 U ターン割合

	県外移動 経験者に占める U ターン者の 割合 (%)	全国平均 との差	リターン率 順位
北海道	42.4	▲ 1.3	32
青森県	43.9	0.2	26
岩手県	41.2	▲ 2.5	36
宮城県	46.0	2.3	18
秋田県	42.8	▲ 0.9	31
山形県	43.5	▲ 0.2	28
福島県	39.5	▲ 4.2	41
茨城県	50.9	7.2	6
栃木県	39.7	▲ 4.0	40
群馬県	49.6	5.9	7
埼玉県	48.7	5.0	10
千葉県	42.9	▲ 0.8	30
東京都	36.1	▲ 7.6	45
神奈川県	41.2	▲ 2.5	37
新潟県	44.5	0.8	23
富山県	55.3	11.6	2
石川県	49.4	5.7	9
福井県	46.6	2.9	15
山梨県	42.3	▲ 1.4	34
長野県	48.7	5.0	11
岐阜県	46.4	2.7	16
静岡県	54.6	10.9	3
愛知県	51.6	7.9	5
三重県	47.8	4.1	14
滋賀県	46.2	2.5	17
京都府	39.8	▲ 3.9	39
大阪府	36.9	▲ 6.8	43
兵庫県	41.8	▲ 1.9	35
奈良県	33.2	▲ 10.5	46
和歌山県	49.5	5.8	8
鳥取県	45.6	1.9	19
島根県	43.0	▲ 0.7	29
岡山県	44.5	0.8	24
広島県	48.5	4.8	12
山口県	40.0	▲ 3.7	38
徳島県	43.9	0.2	27
香川県	42.4	1.3	33
愛媛県	45.0	▲ 1.3	22
高知県	48.4	4.7	13
福岡県	45.5	1.8	21
佐賀県	36.8	▲ 6.9	44
長崎県	38.6	▲ 5.1	42
大分県	45.6	1.9	20
宮崎県	52.6	8.9	4
熊本県 *	—	—	—
鹿児島県	44.0	0.3	25
沖縄県	70.9	27.2	1
全国	43.7		

国立社会保障・人口問題研究所「第8回人口移動調査」より

平均有効求人倍率（倍）

（2012 年 4 月～2021 年 3 月 平均値）

北海道	44	0.99	新潟県	16	1.30	鳥取県	21	1.27
青森県	42	1.00	富山県	8	1.51	島根県	11	1.39
岩手県	27	1.21	石川県	6	1.52	岡山県	3	1.59
宮城県	10	1.40	福井県	2	1.69	広島県	6	1.52
秋田県	30	1.15	山梨県	35	1.10	山口県	19	1.28
山形県	19	1.28	長野県	18	1.29	徳島県	26	1.22
福島県	12	1.37	岐阜県	5	1.54	香川県	9	1.50
茨城県	23	1.24	静岡県	25	1.23	愛媛県	16	1.30
栃木県	32	1.13	愛知県	4	1.56	高知県	40	1.01
群馬県	13	1.35	三重県	14	1.34	福岡県	28	1.20
埼玉県	45	0.98	滋賀県	37	1.07	佐賀県	38	1.05
千葉県	39	1.04	京都府	23	1.24	長崎県	42	1.00
東京都	1	1.73	大阪府	15	1.33	熊本県	22	1.25
神奈川県	46	0.95	兵庫県	36	1.08	大分県	29	1.16
			奈良県	33	1.12	宮崎県	30	1.15
			和歌山県	34	1.11	鹿児島県	40	1.01
						沖縄県	47	0.87

【出典】厚生労働省「一般職業紹介状況」

【図 8】

1 都 3 県（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）居住者のうち、1 都 3 県以外の都道府県出身者の若者を対象にした調査で、U ターンを希望しない、どちらとも言えないと回答した主な理由



※全体値より10pt以上高い数値 ■／5pt以上高い数値 ■／5pt以上低い数値 ■／10pt以上低い数値 ■で網掛け

※LIFULL HOME'S 総研 発行「地方創生のファクターX」より

2. 高校生への意識調査から推察する課題

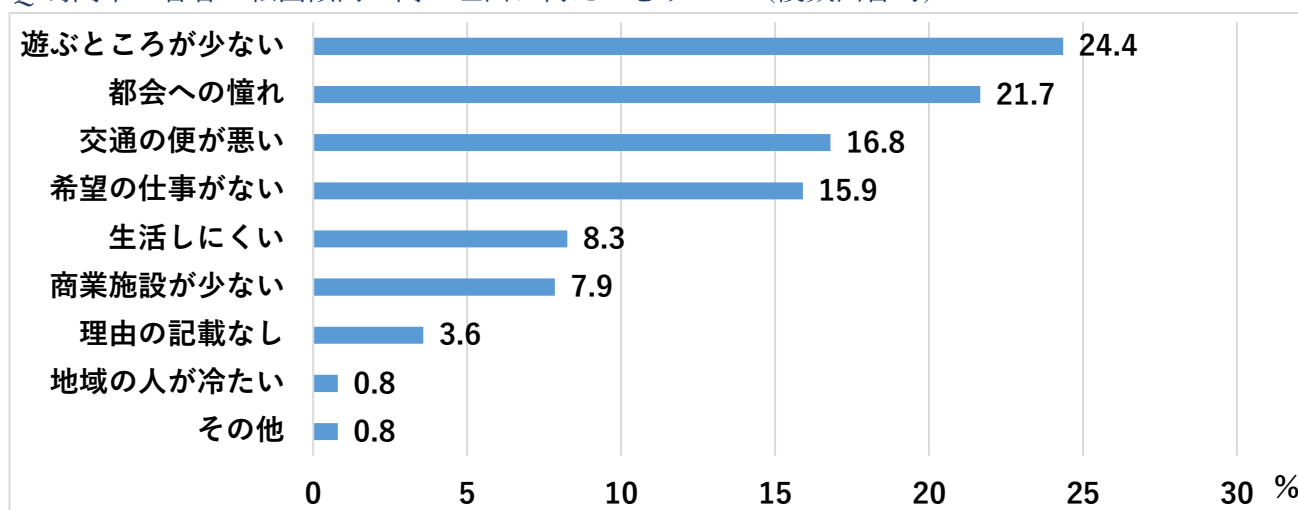
市内在住の高校生への市民意識調査（令和6年7月実施）からも、雇用や仕事の創出が必ずしも若者の定住やUターンを決める要素として、一番大きな要因ではないことが分析できます。

（図9）

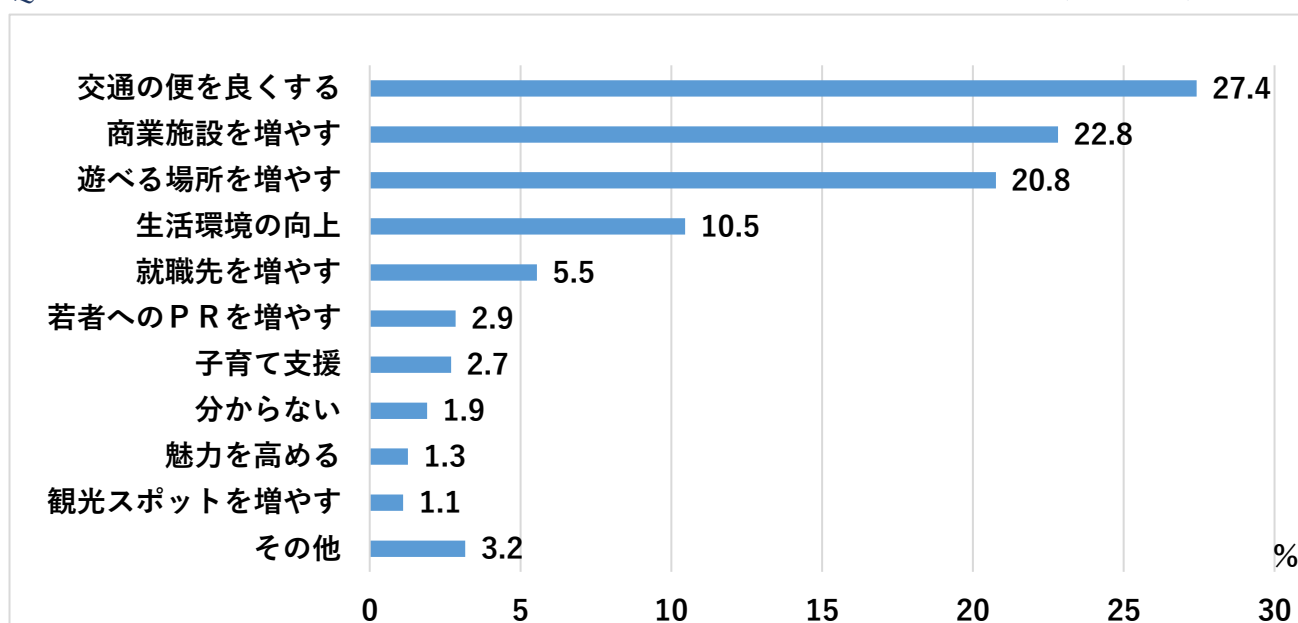
一方で、若者が集まれる場や楽しめる場の整備などの、活発な「まちの動き」や「買い物などの生活環境の向上」は一度、都会に出た高校生などの若者を「まち」に呼び戻す大きな要因の一つであると推察できます。

■【図9】高校生へのアンケートより（鳴門高校・鳴門渦潮高校に通う市内在住者606名回答）

Q 鳴門市の若者の転出傾向が高い理由は何だと思うか？（複数回答可）



Q どのような条件・環境を整えば鳴門市に戻ってきたいと思う人が増えるか？（自由記述）



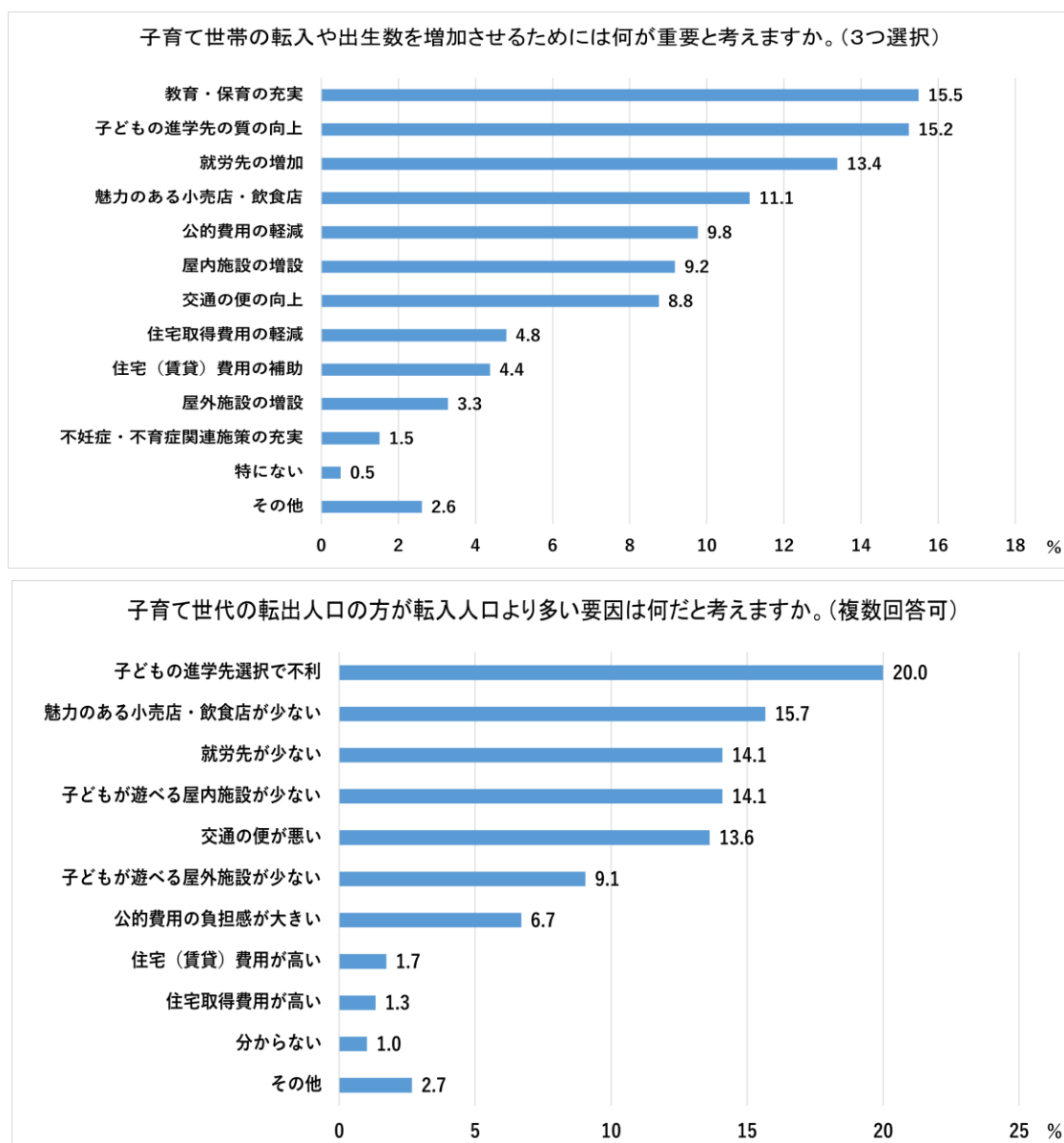
3. 子育て世帯への意識調査から推察する課題

鳴門市内在住の子育て世帯に実施した意識調査（令和6年10月～12月実施）から、子育て世帯の社会増減人口の増加や出生数を増加させるための要因の一つとして、就労先の確保や商業施設の増加、子どもが遊べる屋内外の施設整備、教育の充実などの取組が影響することが推察できます。（図10）

「Ⅲ. Well-Being 指標や意見交換会から見る課題」においては、シティプロモーションによる、「まちの魅力を発信する」取組の必要性について分析してきましたが、全国調査や市民意識調査などからも「まち」の魅力を総合的に高める取組も重要なことが分かります。

●【図10】鳴門市内在住の子育て世帯に実施した意識調査（「こども未来創造部実施」）

※回答者396名

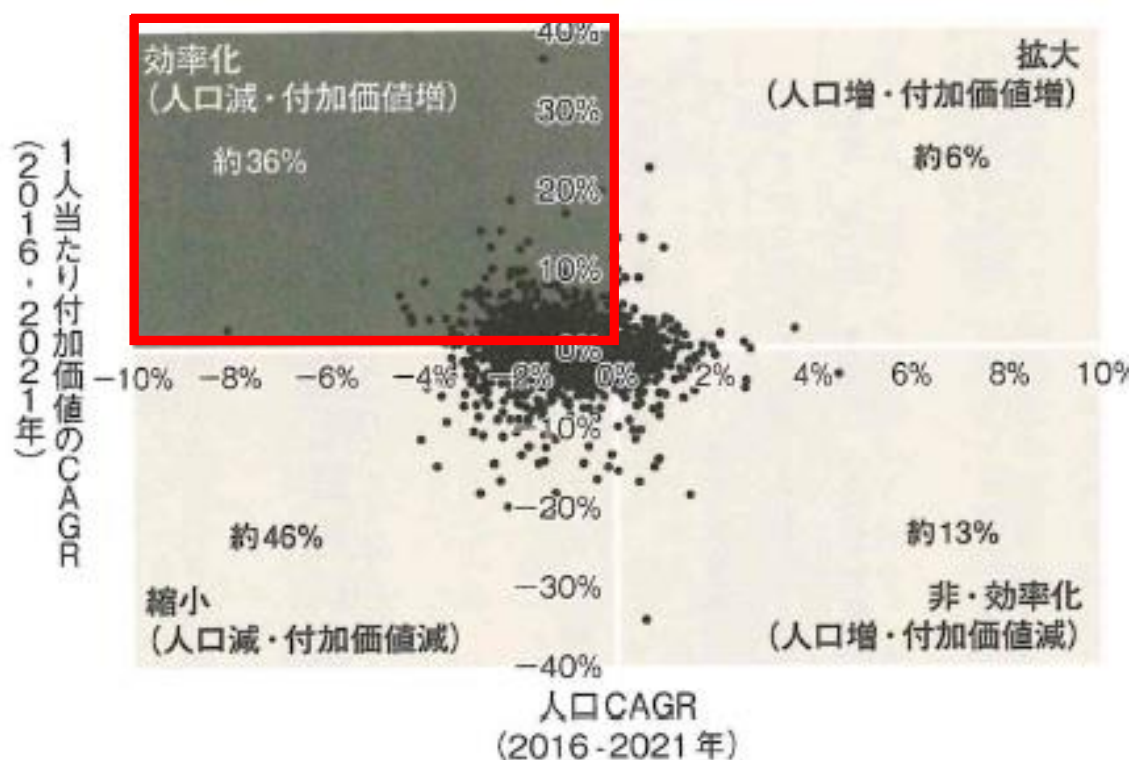


V. 人口減少下における経済成長率から見る課題

総務省と経済産業省の「経済センサス活動調査」を基に、市区町村単位の「事業従事者一人当たり付加価値」と人口の推移により算出された、自治体の成長率（人口増減×付加価値の増減）から、人口が減少しながらも経済成長を果たしている地域が約36%あることが分かっています。（図11）

こうしたことから、「まち」や「経済」の成長は単に人口だけで決まるものではないと分析できます。

【図11】 人口減少の中で1人当たり付加価値を向上させた「高成長地域」



※デロイトトーマツ発行「価値循環が日本を動かす 人口減少を乗り越える新成長戦略」

全国的に人口減少下にある中、人口増による「まち」や「経済」の成長に転じることは困難です。そのため、人口減少を見据えた地域経済や産業活動の縮小等を補完する、地域活性化策の強化に取り組むことが重要となります。

人口減少を「一人ひとりの存在感や重みが増す」と捉え直し、「一人当たりの付加価値の向上」を図ることで、物理的人口減による社会的影響を克服することが求められます。

こうした人口に対する前向きなアプローチを通して、経済成長率や地域幸福度の向上に繋げる施策の検討が必要です。

第2章

「なると未来づくり総合戦略2025」の基本方針

第1章で示した課題を踏まえ、「なると未来づくり総合戦略2020」の基本方針を踏襲しつつ、新たな視点を加え施策を展開していきます。また、計画の位置づけや計画期間など、「なると未来づくり総合戦略2025」の基本構造を示します。

I. 基本方針

方針1 鳴門市の強み（良いところ）を活かす

人口動態分析では、近隣市町に若い世代が流出していることは明らかで、深刻な課題であることに間違いありません。しかしながら、近隣市町と比べても、Well-Being 指標から見る「暮らしやすさ」は大きく変わりません。自然環境や産業、文化など「鳴門の良いもの」に磨きをかけるとともに、そうした地域の良さや価値を理解する市民をシティプロモーションを通して増やすことで、自らが情報発信元となる市民を育み、地域内外に鳴門の魅力を発信し、「まち」の魅力の底上げを図ります。

方針2 未来の鳴門市を担う人材育成

急速に進展するIT技術や国際化など社会状況の変化も踏まえ、子どもたちが将来大きく羽ばたけるような教育環境の充実に努めるとともに、市民が「一度はまちを出たとしても、地元に戻りたい」と思うような、自分のまちへの誇りや愛着を高める取組を推進し、未来の鳴門市を担う人材育成に関する施策を実施します。

方針3 若い世代の定住促進

まちの活力の核となる若い世代の流出を食い止めなければ、少子高齢化はさらに加速し、まちの活力の低下を招くことになります。こうした状況を改善するため、「第二期鳴門市総合戦略」より開始した切れ目のない子育て支援施策に加え、雇用の創出や若者が楽しめる空間整備など「まち」の魅力向上を図る取組により、若い世代の定住促進に繋がる事業を実施します。

方針4 感染症による意識・行動変容を踏まえた、ひと・しごとの流れの創出

新型コロナウイルス感染症を契機に、地方への移住に関する関心が高まりました。また、テレワーク等の柔軟な働き方の普及による企業への地方移転などを通じた地方への関心や新たな人の流れは、一部感染症前に回帰する動きが見られるものの引き続き続いており、こうした状況を踏まえた施策を実施します。

方針5 人口減少に適応する地域づくり

人口減少対策については、第一に、社会減・自然減の両面で人口減少のスピードを緩和させることが何よりも重要と考えます。

一方、中長期的には、人口減少を避けることは難しく、人口減少に適応した暮らしやすさの向上や、定住人口減少に伴う消費縮小に対応するための交流人口拡大による外貨獲得などの、人口減少に適応した地域づくりを併せて進める必要があります。

こうしたことから、人口減少下における経済成長率や市民の「幸福度」や「住みやすさ」を測る「Well-Being 指標」を事業効果の検証のためのツールとして活用します。

方針6 DX化の推進

人口減少下においてはデジタル技術の活用により社会課題の解決や魅力向上を図るなど、取組を加速化・深化させることが重要です。

本総合戦略においても、地方創生に向けた様々な分野においてデジタル技術を活用し、DX化を推進します。

また、デジタルの利活用を望む方がその恩恵を享受できるよう、デジタルデバイド対策などにも取り組みます。

II. 目標人口

2040年の目標人口について、「第二期鳴門市総合戦略」では45,000人としていましたが、「なると未来づくり総合戦略2025」においては、「鳴門市人口ビジョン2025」を踏まえ、2040年の目標人口を41,000人～42,000人と定めます。

III. 計画期間

第七次鳴門市総合計画の計画期間の終期と揃え、令和7（2025）年度から令和12（2030）年度までの6年間とします。なお、本計画期間終了後は、鳴門市総合戦略と鳴門市総合計画との一体化を図ることとします。

H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
(2012)	(2013)	(2014)	(2015)	(2016)	(2017)	(2018)	(2019)	(2020)	(2021)	(2022)	(2023)	(2024)	(2025)	(2026)	(2027)	(2028)	(2029)	(2030)
第 6 次 鳴門市総合計画（基本構想） ※11年間（1年延伸）											第 7 次 鳴門市総合計画（基本構想） ※ 8 年間							
前期基本計画（5年間）					後期基本計画（6年間）						前期基本計画（4年間）				後期基本計画（4年間）			
終期をそろえ、総合計画と一体化を図る																		
第一期 鳴門市総合戦略 ※ 5 年間								第二期 鳴門市総合戦略 ※ 5 年間					第三期 鳴門市総合戦略 <u>※ 6 年間</u>					

IV. 施策効果の検証と改善（PDCAサイクル）について

なると未来づくり総合戦略2025の取組の推進にあたっては、毎年度、施策の進捗状況や効果を取りまとめ、行政の中で評価を行った上で、外部有識者などから構成される「鳴門市総合戦略評価委員会」において、数値目標及び個々の施策に係る重要業績評価指標（KPI）の達成状況を検証し、その結果を踏まえ、必要に応じて総合戦略の見直しを行います。

また、進捗状況については、市議会への報告や市公式ウェブサイトへの公表などを行うとともに、市民の方や事業者など様々な主体が現状や課題、取組の方向について基本認識を共有できるよう、取組状況の積極的な情報発信に努めます。

V. SDGs の推進

持続可能な環境や社会の実現に向け、2015年に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に寄与するため、本総合戦略に掲げた施策とSDGsの関係を明らかにし、取組を推進します。

第2章までを踏まえ、第三期総合戦略のシナリオとしては、次のとおりです。

- ① 鳴門に住む人々が「鳴門で暮らすことの魅力や良さ」を改めて認識する。
- ② その「魅力や良さ」をさらに高める取組を進める。
- ③ 「鳴門で暮らすことの魅力や良さ」を、市内外の若者に伝え、移住・定住を促し、さらに共感することで移住・定住をする若者を増やす。
- ④ こうした取組により、人口減少スピードのできる限りの緩和に取り組む。
- ⑤ 一方、中長期的な人口減少は避けられないことから、人口減少下における経済成長率や、地域幸福度である Well-Being 指標を高めることで、人口減少に適応した地域づくりに取り組む。

第七次鳴門市総合計画に掲げる将来都市像（地域ビジョン）である「ひとが輝き 持続可能な未来をひらく あらたな なると」の実現を目指し、こうしたシナリオを着実に推進するため、「第三期鳴門市総合戦略」では、「第七次鳴門市総合計画」の全施策から国の総合戦略に示された以下の4分野のうち、特に人口減少対策や地域活性化に効果が見込まれる分野に絞り、計画期間中に実施すべき具体的な施策や事業を第三期総合戦略に掲載します。また、新たに必要となった施策についても加えるものとします。

- ①人の流れをつくる
- ②地方に仕事をつくる
- 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

また、「第二期鳴門市総合戦略」における「3つの基本目標」及び関連施策を再構築し、基本方針に則り、次のとおり **4つの基本目標** を定め、基本目標ごとに基本的方向性と具体的な施策を設定します。また、第三期鳴門市総合戦略では特に取組を強化する重点事業を設けます。

基本目標① 「鳴門」らしさを活かして人の流れをつくる

第二期鳴門市総合戦略の基本目標③

「まち」がにぎわう～若い世代が住みたいと思うまち～の施策を中心に構成

基本目標② 「鳴門」に仕事をつくる

第二期鳴門市総合戦略の基本目標②

「しごと」をつくる～若者が働きたい仕事があるまち～の施策を中心に構成

基本目標③ 「鳴門」で結婚・出産・子育て・教育の希望を叶える

第二期鳴門市総合戦略の基本目標①

「ひと」を育てる～魅力的な人材が育つまち～の施策を中心に構成

基本目標④ 魅力的な「鳴門」をつくる

第二期鳴門市総合戦略の基本目標③

「まち」がにぎわう～若い世代が住みたいと思うまち～の施策を中心に構成

※素案段階の現時点では、次頁以降の基本目標等に関して、具体的な事業名や数値目標は省略し、基本的な方向性や施策の概要をとりまとめております。

基本目標

1

「鳴門」らしさを活かして 人の流れをつくる



本市ならではの自然や食、体験、伝統文化から構築されたモノ・コトなどの“鳴門らしさ”を活用し、「足を運んでみたい」「何度も訪れたい」「住んでみたい」と思われるまちを目標に、「稼ぐ力」も高める交流人口や、鳴門に住んでいなくても地域づくりに関わる関係人口の拡大、さらには、移住・定住を促進します。

また、文化や歴史、創業等の「はじまりのまち」として若者が「チャレンジ・活躍できる」場としてのイメージアップを図るとともに、シティプロモーションを通して市の魅力や良さへの共感を育み、自ら情報発信元となる市民を増やすことで、地域内外に本市の魅力を発信し、人口の流出抑制や定住に繋がります。

【基本的な方向性】

1. 鳴門ならではの地域資源の磨き上げによる交流人口の拡大

(1) 観光交流のまちづくり

「鳴門海峡の渦潮」をはじめとする自然や歴史・文化資源、豊富な観光資源を活かし、国内外に向けて旅行者のニーズに合わせた効果的な情報発信に取り組むなど、市内への誘客・周遊促進を図り、旅行消費額の向上に繋がる「滞在型観光」を推進します。

また、スポーツを「産業」として捉え、スポーツ大会・合宿の誘致開催による交流人口の増加、徳島ヴォルティスなどのプロスポーツを通じた地域間交流の創出を図ります。

(担当：戦略企画課、スポーツ課、文化交流推進課、観光振興課)

(2) ハード・ソフト両面におけるサイクリスト受入環境の整備

2027年度完成予定の大鳴門橋自転車道といった新たな人の流れが生まれる「絶好の機会」を見据え、徳島県、兵庫県、南あわじ市等の関係機関と情報共有を密に行うとともに、ハード・ソフト両面における受入環境整備や広報活動、自転車利用の裾野拡大等の施策を実施します。
(担当：地域交通推進室)

(3) 宿泊施設の誘致(新)

重点

将来的な宿泊キャパシティの拡大や宿泊者数・観光消費額の増加に直接つながる対策として県と連携し、市内への宿泊施設の誘致に向けた検討を行います。(担当：観光振興課)

(4) 道の駅「くるくる なると」基金の活用・検討(新)

道の駅「くるくる なると」基金条例に基づき、売上の一部を原資として積み立てた基金を、道の駅「くるくる なると」を核とした地域振興事業へ活用することについて検討します。
(担当：戦略企画課)

2. 離れていても鳴門と繋がる関係人口の創出と移住・定住の促進

(1) リアル・オンライン両面からの関係人口の創出と移住交流の促進

全国から参加者を募集し、シェアハウスで共同生活をしながら、2週間程度の農業アルバイトを体験してもらうなど、「半農半X」の推進により、関係人口の創出や移住交流の促進を図ります。

また、「おてつたび」のプラットフォームを活用し、農業だけでなく、観光業などその他の業種でも受け入れを拡大し、人手不足解消に繋げるとともにUIJターン就職を促進します。

さらに、若者を中心に利用の多いメタバース空間を活用したバーチャル討論会を開催するなど、市外や県外にしながら地域づくりの担い手として関わる、オンライン関係人口の創出を図ります。
(担当：戦略企画課、商工政策課)

(2)「結婚、新生活、住宅取得」等のライフステージ毎の支援による定住促進

少子高齢化や環境との共生、耐震機能の充実など、安全性や居住水準の向上を図るとともに、快適な暮らしを確保する居住環境づくりに努めます。

また、若者が転出する主な機会である「結婚、新生活、住宅取得」といった各ライフステージにおける支援を図ることで、本市への定住を促進します。

(担当:戦略企画課、まちづくり課)

3. 鳴門への人の流れに繋げるシティプロモーションとシビックプライドの醸成(新)

重点

SNSなどの様々なツールを活用した情報発信を展開し、本市の魅力を発信することのほか、イメージアップを図ります。

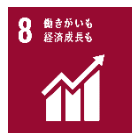
また、ベートーヴェン「第九」交響曲演奏会の開催や市内小学校を対象にした「なると第九」の文化や歴史を学ぶ第九学習を実施するなど郷土への誇りと愛着の醸成に努めるとともに、「インナープロモーション」を通して、市の魅力に対する市民の「共感」を深めることで、自らが情報発信源となる市民を育み、地域内外に鳴門の魅力を発信し、人口の流出抑制や定住促進に繋がります。

(担当:秘書広報課、戦略企画課、文化交流推進課、学校教育課)

基本目標

2

「鳴門」に仕事をつくる



生産年齢人口、特に人口減少の大きな要因となっている若年層の転出傾向の改善のほか、中長期的な人口減少を見据えた消費活動の縮小も勘案した、新たなイノベーションを誘発する「スタートアップ」の創出や地域の発展に寄与する企業誘致の推進、地場産品の魅力向上など、働く場の確保や産業振興を図ります。

また、多様化する価値観やワークスタイルも踏まえ、子育て世代や女性への就業支援等を行い、働きがいの向上や「仕事」と「子育て」などを両立できる環境づくりに取り組みます。

【基本的な方向性】

1. 魅力ある新たな産業を鳴門に創出

(1) 地域イノベーションを誘発するスタートアップの創出

重点

都市部等のスタートアップ企業を誘致し、地元企業等とのオープンイノベーションを促進するとともに、「NARUTO BOOT CAMP」の実施により、本市発のスタートアップを創出するなど、その事業活動により地域イノベーションの創出を図ります。

(担当：商工政策課)

(2) 幅広い分野における企業誘致の推進・強化

重点

大規模な投資や雇用創出が期待できる製造業や地域に賑わいをもたらす商業施設、事務系人材の雇用が生まれるコールセンターやサテライトオフィスなど、業種業態を問わず幅広く企業誘致に取り組みます。

(担当：商工政策課)

2. 市内産業の振興による地域競争力の強化

(1) エコノミックガーデニングの推進

地元中小企業が活動をしやすいビジネス環境を整備し、企業が成長することで地域経済の活性化に繋げるなど、本市の産業振興を図ります。
(担当：商工政策課)

(2) 農水産物のブランド強化

農協、漁協、生産者団体、関係機関等と連携しながら生産・流通・販売振興に継続的に取り組み、農水産物の総合ブランド化を図ることにより、生産者所得を確保し、次世代の担い手育成につなげます。
(担当：農林水産課、水産振興室)

(3) 六次産業化の推進

特色ある農水産物を活かした六次産業化商品の多様化や産直施設等でのPR・販売を推進します。また、産業間連携によるトップセールス等を実施し、交流人口の増加や本市産業の底上げを図ります。
(担当：農林水産課、水産振興室)

重点

(4) ふるさと納税制度を活用した地場製品のPRとCFを活用した新たな地場産品開発(新)

道の駅「くるくる なると」と「鳴門市ふるさと納税事業」の連携を図り、持続的な地域経済の発展に寄与する「鳴門モデル」として、オリジナリティに富む返礼品開発や地場産品の販路拡大を図ると同時に、生産者や事業者との連携を強化し、新たな地域資源発掘やブランド化等を推進します。

また、「ふるさと納税」型クラウドファンディング制度により、新たな地場産品の製造、加工、開発などにチャレンジします。
(担当：戦略企画課)

3. 就業支援対策等による働きがいの向上

(1) 多様な働き方の推進と「仕事」・「子育て」などを両立できる環境づくり

子育て中の女性を対象としたITスキルや動画編集等の講座を実施し、隙間時間を活用した在宅ワークによる収入確保や再就職等を見据えたリスキリングなど、キャリアアップと新しい働き方を推進します。

また、性別にかかわらず、すべての人が対等な立場で個性と能力を発揮し、「仕事」と「子育て・介護などの家庭生活や社会活動」を両立できる環境づくりに向けて、「鳴門市男女行動計画（鳴門市パートナーシッププラン）」の改定を進めるとともに、男女共同参画に関する周知・啓発に取り組みます。

（担当：人権推進課、商工政策課）

(2) 次世代への教育の推進

次世代を担う児童・生徒に対して、職業に関する理解及び体験の機会を提供し、勤労観や職業観の醸成に努めるとともに、アントレプレナーシップ（起業家精神）教育の推進やプロジェクト型インターンシップの実施など、キャリア支援を通して地域を担う人材の育成や将来的に市内で就業・起業する環境づくりをすすめます。

（担当：商工政策課）

基本目標

3

「鳴門」で結婚・出産・子育て・教育の希望を叶える



『県内随一の子育て応援都市』として、出会い、結婚、妊娠、出産、子育てに至るまで、切れ目のない支援体制を整えることで、ライフステージごとに必要なサポートが受けられる環境整備を図り、結婚や出産などを契機とした定住の促進に繋がります。

また、教育環境の充実を図り、未来の鳴門市を担う人材育成や若い世代の定住意識の向上に取り組みます。

【基本的な方向性】

1. 出会い、結婚、出産、子育て等の希望が叶う環境づくり

(1) 出会いの場の創出や結婚意識の醸成等に繋げる「出会い・結婚・新生活の支援」

「結婚は個人の意思で決めるもの」という前提のもと、結婚を望む方々が多様な出会いの機会を得られるよう支援します。また、家庭を持とうとする人々の不安を軽減し、将来に前向きな姿勢で臨めるようサポートを行います。

(担当:戦略企画課、子育て支援課)

(2) 鳴門市で子育てしたい人を増やす「妊娠前から出産後までの包括的支援」

妊娠前からの健康管理や妊娠に関する相談、出産後の育児相談やメンタルケア、育児に伴う生活支援など、子育て家庭の育児サポートを包括的にを行い、子どもを生み育てられる環境づくりを推進します。

(担当:健康増進課、こども家庭センター)

(3) 保育料の無償化やインクルーシブ保育などの子育て環境の充実

すべての子どもがいつも笑顔でいられるよう、そして、すべての保護者が子育てを楽しむことができるよう子育て世代の支援に取り組みます。

子育てに関する情報交換や相談、交流の機会を提供することで、育児に対する負担感の軽減を図るほか、各ライフステージに応じた給付金の支給や保育料の無償化等により、経済的負担の軽減を行います。また、インクルーシブ保育の推進、就学前教育・保育施設と小学校との円滑な接続など、就学前から切れ目なく、安心して子どもを育てられる環境を整備し、様々な視点から子育て環境の充実を図ります。

(担当：健康増進課、子育て支援課、こども保育教育課、こども家庭センター、教育総務課)

2. 未来の鳴門市を担う人材育成・教育環境づくり

(1) AIドリルやコグトレなどを通じた学力向上を育む教育

重点

本市の子どもたちの生きる力を育み、また子どもたち一人ひとりの確かな学力を伸ばすため、学習の土台となっている認知機能の向上、AIを活用した教育など「なるとうずっと学力向上パッケージ事業」をはじめとする各種施策を鳴門教育大学と連携しながら実施し、子どもたちの個別最適な学びの充実や基本的な学習習慣の確立を図り、学力の確実な定着に取り組みます。

(担当：学校教育課、教育支援室)

(2) 発達段階に応じた外国語教育の推進

重点

子どもたちが、確かな英語力と豊かなコミュニケーション力を身につけることができるよう、発達段階に応じた外国語教育を推進します。

(担当：教育支援室)

(3) 学区制廃止を見据えた地元高校の特色化・魅力化

重点

本市の中学生の公平な受験機会の創出に繋がる学区制廃止を見据え、地元の鳴門高校及び鳴門渦潮高校に生徒が集まるよう、特色化・魅力化について支援します。

(担当：学校教育課)

(4) 若い女性の流入促進等に繋がる高等教育機関の誘致に向けた検討(新)

女性の就業割合が比較的高い傾向にある医療や福祉などの人材の育成と、若い女性の「まち」への流入促進を図る高等教育機関の誘致に向けた検討を進めます。

(担当：戦略企画課)

(5) 平常時・非常時ともに快適に利用できる学校施設の整備

避難所の機能強化と教育環境の充実を図るため、災害時に、避難所として多くの避難者を受け入れることになる中学校の屋内運動場へ、災害に強いと言われているガスヒートポンプ式エアコンの設置を進めます。 (担当：危機管理局、教育総務課)

(6) スポーツ・運動機会の創出および運動能力の向上

就学前・小学生向けのマルチスポーツの取組により、子どもたちの可能性を広げ、スポーツ・運動機会を創出するほか、鳴門市まちづくりアドバイザーの木場克己氏による体幹バランストレーニング指導により、運動能力の向上を図ります。 (担当：スポーツ課)

基本目標

4

魅力的な「鳴門」をつくる



人口減少や少子高齢化の進展に伴い、空き家や老朽した住宅も年々増加しており、都市のスポンジ化が進んでいます。

こうした中、商業や交通などの生活に必要な機能をはじめ、市民の生活満足度を高め、まちの魅力向上や活力の衰退を防止する取組が重要です。

また、人口減少に適応したまちづくりを推進するため、都市計画マスタープランに基づくオープンゲート構想やフェーズフリーの推進など、「あらたな なる」とづくりを加速します。

【基本的な方向性】

1. 重点まちづくり区域の整備（新）

重点

商業・交流などの様々な機能の集積を促進するなど、「鳴門の顔」としての市街地エリアの整備に向け、「鳴門駅周辺の再開発」の検討を進めます。（担当：戦略企画課、まちづくり課）

2. 市民が「まちなか」で集える新たなまちづくりエリアの整備

（1）行政・文化・スポーツエリア（新）

重点

市民が「まちなか」で時間を過ごしたいと思える、本市の新たな賑わいを創出するエリアとして、文化会館と健康福祉交流センターを含む一帯について、子ども・文化・学び等、多目的な要素を含む、新たなコンセプトやコンテンツを備えた施設の整備を行います。

（担当：特定事業推進課、文化交流推進課、こども家庭センター）

（2）アーバンスポーツ・レクリエーションエリア（新）

重点

ボートレース鳴門、温浴施設、ウズパークなどの各施設において、様々なイベントを開催するとともに、ウズパークの拡張など、スポーツ・レクリエーション機能の向上に向けた整備を行います。

（担当：ボートレース企画課）

(3) 文化・観光・防災エリア

重点

フェーズフリーの概念を取り入れ、日常時から地域住民等に親しまれるとともに、非常時にも市民の命や生活の質を守ることに役立つ、市西部の新たなランドマークとなる(仮称)大麻町総合防災センターの整備を進めます。(担当：戦略企画課)

3. 民間活力によるコンテンツづくりやまちづくり(新)

重点

柔軟な発想や専門性を有する民間事業者からの提案に基づき事業化を検討する「民間提案制度」の活用、空き家や空き地などの「まち」の潜在資源を活用して民間主導でプロジェクトを興し、行政がこれを支援する形で行う「リノベーションまちづくり」の検討、公園などを活用したマルシェや音楽イベント等の「新たなコンテンツ」を主体的に造成しようとする民間団体への積極的な支援などを通して、若者が「楽しめる」「チャレンジできる」「活躍できる」場の創出や、主体的にまちづくりを行う人の育成とロールモデルの構築など、民間主導の官民連携により、まちの活性化を図ります。(担当：戦略企画課)

4. 都市計画マスタープランなどに基づく公共交通網の整備・充実

人口減少下を見据え、都市計画マスタープランや立地適正化計画において掲げるまちづくり施策と連携を図りながら、共助型交通などの新しい移動手段の導入を進め、公共交通ネットワークの充実に努めます。

また、高速鳴門バス停への路線バスの乗り入れ、ターミナル化を検討し、広域交通網の確保や交通拠点としての機能強化を図り、重点まちづくりエリアや主要な生活施設・観光施設と連携し、回遊性向上を図ります。(担当：地域交通推進室)

5. フェーズフリーの推進による災害などに強いまちづくり

様々な危機事象に対して、日ごろからおのずと災害に備えることができるまちづくりの実現に向けて、地域全体の強靱化を図るため、防災訓練や出前講座等を通じて新たな防災思想であるフェーズフリーの普及・啓発に取り組みます。(担当：危機管理局)

6. 地域コミュニティの充実・活性化

「自治基本条例」に基づき、市民等が主役のまちづくりを実現するため、協働・参画への意識醸成に努めるとともに、人口減少や少子高齢化、ライフスタイルの変化や SNS の普及によるコミュニケーション手段の変化等に伴う地域コミュニティ活力の低下を防ぐため、地域住民の顔の見える関係づくりの構築を図れるよう、情報提供や事業支援等を行い、地域コミュニティの充実・活性化を図ります。

(担当：市民協働推進課)

7. 「鳴門市 DX 推進計画」に基づく DX 化の推進

「鳴門市 DX 推進計画」に基づき、デジタル技術や AI 等を活用して、住民の利便性向上に繋げるとともに、誰一人取り残さない、人にやさしいデジタル化の実現を進めます。

(担当：デジタル戦略課)