第２期岐阜県池田町版地方創生総合戦略（案）

令和２年２月

岐阜県池田町

目次

第１章　第２期総合戦略策定の経緯・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１
　１．戦略策定の背景
　２．第２期における施策の方向性

第２章　池田町における第２期総合戦略策定の進め方・・・・・・・・・・・・・・・・４
　１．第２期総合戦略が目指すもの
　２．計画年度
　３．実施体制
　４．人口の見通し

第３章　第１期総合戦略の成果と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・５
　１．第１期総合戦略の取組状況
　（１）第１期総合戦略の概要
　（２）第１期総合戦略の評価結果
　（３）地域創生有識者会議の評価結果
　２．池田町地方創生プロジェクトの方向性
　３．池田町第六次総合計画における位置づけ

第４章　第２期総合戦略の基本目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２３

第５章　池田町が取り組む具体的プロジェクト・・・・・・・・・・・・・・・・・・２５
　１．町民と役場が協力しながらまちづくりに取り組む
　２．池田町に仕事をつくり、町民が安心していきいきと働ける
　３．町民が町に愛着を持ち、PR できるようになることで、新しいひとの流れをつくる
　４．若い世代の結婚・子育ての希望をかなえる
　５．中高生と社会をつなぐなど、時代にあった地域を作る
　６．広域連携により圏域の新たな魅力をつくる

第６章　おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３８

第１章　第２期総合戦略策定の経緯

１．戦略策定の背景

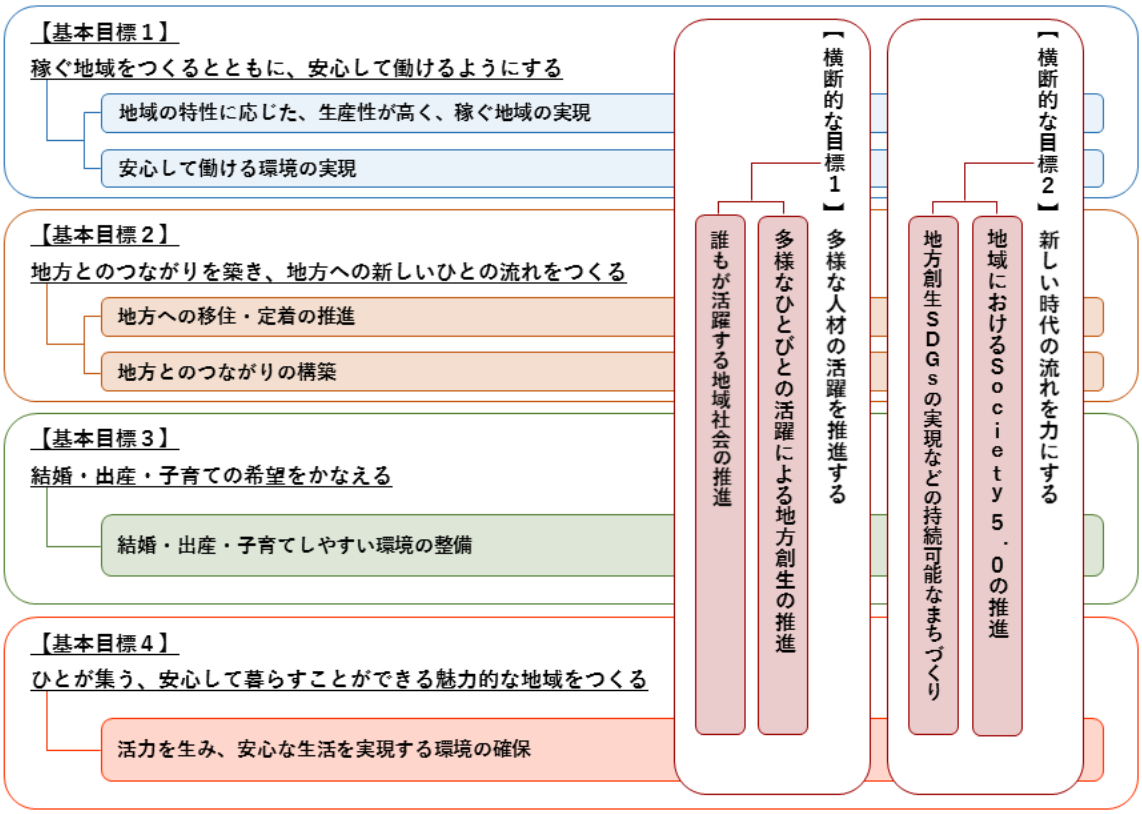
池田町では、2015年10月に岐阜県池田町版地方創生総合戦略（以下、「第１期総合戦略」）を策定し、町民と役場との対話・協働によるプロジェクトを創出して実践してきました。第１期総合戦略づくりにあたっては、行政と町民が一緒になって町の課題を考え、その解決方法を検討し、実践していく必要があり、そのために住民参加型ワークショップ「アイデア工房会議」や「池女会」を開催しながら進めてきました。

こうした中、我が国における人口減少と少子高齢化の状況は依然として深刻であり、東京一極集中についても歯止めがかかる状況には至っていません。今年度、国は「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の計画期間の満了を迎えるにあたり、第２期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、今後も地方創生の取り組みを継続することとしています。また、池田町版第１期総合戦略も同様に、計画期間の満了を迎えます。

そこで、さらなる地方創生の充実に向けた切れ目ない取り組みを推進するため、第１期総合戦略の５年間で進めてきた施策の検証を行い優先順位も見極めながら、施策の成果や町の現状、今後の展望をふまえ、2020 年度を初年度とする今後５か年の目標や施策の方向性等を策定するため「第２期岐阜県池田町版総合戦略」（以下、「第２期総合戦略」）を策定することとします。

２．第２期における施策の方向性

国は将来にわたって「活力ある地域社会」の実現と、「東京圏への一極集中」の是正を共に目指すため、第１期の成果と課題等を踏まえて、第１期「総合戦略」の政策体系を見直し、以下のとおり、次の４つの基本目標と２つの横断的な目標に取り組むこととしています。



≪国の第１期「総合戦略」の政策体系の見直し≫

横断的な目標の追加

①多様な人材の活躍を推進する

多様な人材が活躍できる環境づくりを積極的に進めるとともに、誰もが居場所と役割を持ち活躍できる地域社会を目指す。

②新しい時代の流れを力にする

地方における Society5.0 の実現に向けた技術（未来技術）の活用を強力に推進するとともに、持続可能な開発目標（SDGs）を原動力とした地方創生を推進する。

■ ＳＤＧｓ（Sustainable Development Goals）

2015 年９月の国連サミットで採択された 2030 年を期限とする、先進国を含む国際社会全体の 17 の開発目標。また、「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」（平成 28 年 12 月 22 日第２回持続可能な開発目標（SDGs）推進本部決定）（令和元年 12 月 20 日改定）において、政府及び各ステークホルダーは、各種計画や戦略、方針の策定や改訂に当たっては、SDGs を主流化することとされており、実施のための主要原則の１つに「包摂性」が示されている。

■ Society5.0

狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に次ぐ、第３の社会を意味し、AI（人工知能）・IoT（モノのインターネット）やロボティクスなどの革新的な技術を様々な分野に展開し、あらゆる分野で、現在とは全く異なる社会を実現しようとするもの。

基本目標の見直し

①基本目標２：「地方とのつながりを築く」観点の追加

地域外から地域の祭りに毎年参加し運営にも携わる、副業・兼業で週末に地域の企業・NPO で働くなど、その地域や地域の人々に多様な形で関わる人々、すなわち「関係人口」を地域の力にしていくことを目指すなど、地方とのつながりの強化に向けて、地域に目を向け、地域とつながる人や企業を増大させることを目指す。

②基本目標１、４：「ひとが集う、魅力を育む」観点の追加

稼げる地域をつくり、賃金ややりがいの面で魅力的なしごとの場を地方に創出するとともに、地域における所得の向上を実現する。また、質の高い暮らしのためのまちの機能の充実に取り組む。

池田町においては、これらの基本的目標と横断的な目標を勘案し、さらに、「民の力」を地方創生に効果的に活用するため、企業版ふるさと納税等の民間資金の積極的な活用を促進するなど、官民協働を強力に進めることにより地方創生の取組の深化を図る。

また、国の第２期における施策の方向性を踏まえ、まち・ひと・しごとの創生に向けた次に掲げる政策５原則に基づく取り組みを関係部局と連携して、総合的に取り組むものとします。

１．自立性

地方公共団体・民間事業者・個人等の自立につながるような施策に取り組む。

２．将来性

施策が一過性の対症療法にとどまらず、将来に向かって、構造的な問題に積極的に取り組む。

３．地域性

地域の強みや魅力を活かし、その地域の実態に合った施策を、自主的かつ主体的に取り組む。

４．総合性

施策の効果をより高めるため、多様な主体との連携や、他の地域、施策との連携を進めるなど、総合的な施策に取り組む。その上で、限られた財源や時間の中で最大限の成果を上げるため、直接的に支援する施策に取り組む。

５．結果重視

施策の結果を重視するため、明確な PDCA メカニズムの下に、客観的データに基づく現状分析や将来予測等により短期・中期の具体的な数値目標を設定した上で施策に取り組む。その後、政策効果を客観的な指標により評価し、必要な改善を行う。

第２章　池田町における第２期総合戦略策定の進め方

１．第２期総合戦略が目指すもの

池田町版第２期地方創生総合戦略は、国の第２期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」や岐阜県の「『清流の国』創生総合戦略」を勘案し、町が策定した「池田町第六次総合計画」等を踏まえ、「まちづくりは人づくり」の精神を大切にし、町の将来像とする「ぬくもりがあふれるまち 池田町　～ふれあいが未来を育む、人と人がつながり合い成長する都市へ～」を目指したものとします。

２．計画年度

第２期総合戦略の期間は、2020 年度（令和２年度）～2024 年度（令和６年度）までの５年間とします。但し、社会情勢や行政経営方針等の変化に伴い、適宜、見直しや期間の変更を検討します。

３．実施体制

まちづくりは、既存事業を多く抱える行政のみでは、予算の面でも、人材の面でも限界があります。そこで、行政と町民が一緒になって、町の課題を考え、その課題の解決方法を考え、実践していく必要があります。このため、第１期総合戦略策定にあたっては住民が参加するアイデア工房会議や池女会を開催しながら、総合戦略づくりを進めてきました。

また、町民発のプロジェクトの実現性を高めるため、産官学金労言の専門家が参加する地域創生有識者会議や、地方創生特別委員会から助言を得ながら策定を進めてきました。

第２期総合戦略策定後も、有識者会議、議会、町民の意見を踏まえながら進捗状況を検証し、PDCA サイクルを適切に実行していきます。

４．人口の見通し

本町の人口ビジョンは、2060 年における本町の総人口が２万人と推計するなど 2015 年に策定しています。

しかしながら、この５年間で本町の人口は減少を続けており、当初策定した人口ビジョンの推計値から見て、現在の人口は推計を既に下回るペースで推移しています。第２期総合戦略の施策を実効性のあるものとするためには、実態に沿った人口の見通しから本町として取り組むべき課題を明確にし、ターゲットに即した対策を講じることが必要となってきます。

そのため、国立社会保障・人口問題研究所の推計に準拠した人口の見通しを総合戦略の施策を立案する上での基礎として位置づけ、第２期総合戦略における各種施策を推進することで将来の人口減少幅を低減することを目指します。

池田町人口推計　（単位：人）

	2015 年（H27）	2020 年（R2）	2025 年（R7）	2030 年（R12）	2035 年（R17）	2040 年（R22）	2045 年（R27）	2050 年（R32）	2055 年（R37）	2060 年（R42）
人口推計値（社人研算出）	24,347	23,744	22,937	22,025	21,062	20,044	19,016	17,980	16,904	15,777

第３章　第１期総合戦略の成果と課題

１．第１期総合戦略の取組状況

（1）第１期総合戦略の概要

① 計画年度

2015 年度（平成２７年度）～2019 年度（令和元年度）の５年間

② 基本目標および数値目標

基本目標１　町民と役場が協力しながらまちづくりに取り組む

2060 年に池田町の人口 20,000 人（2015 年：24,361 人）

※総務省「2015 年国勢調査（人口速報集計結果）」より

＜プロジェクト＞

① 町民と役場をつなぐ「まちづくり工房」プロジェクト

基本目標２　池田町に仕事をつくり、町民が安心していきいきと働ける

2018 年の町内従業者数 8,000 人（2012 年：7,550 人）

※総務省・経済産業省「平成 24 年経済センサス－活動調査」より

＜プロジェクト＞

②「６次産業化」第一次産業と加工・販売業者とのマッチングを促進

③「山のふもと水さらら」IT・SNS を活用した農産物等の情報発信、販売

④ 企業誘致計画の立案

⑤「BABA ラボ岐阜池田」100 歳まで働ける場の創出

基本目標３　町民が町に愛着を持ち、PR できるようになることで、新しいひとの流れをつくる

2019 年の池田町の観光客数 104 万 4000 人（2013 年：102 万人）

※岐阜県「平成 25 年岐阜県観光入込客統計調査」より

＜プロジェクト＞

⑥「いい塩梅のまち」池田山を活用した体験交流ツアーの実施

⑦「どうせ住むなら池田町」移住者向けの情報発信や移住コンシェルジュの募集

⑧「I love Ikeda」町民による池田の魅力発信

⑨ ショートフィルム・YouTube などで池田町をアピールしよう

基本目標４　若い世代の結婚・子育ての希望をかなえる

2030 年までに、合計特殊出生率 1.80 を実現（2008～2012 年：1.53）

2030 年までに、婚姻率 5.1％を実現（2013 年：3.5％）

※厚生労働省「平成 23 年人口動態調査」より

※2030 年の目標達成に向け、計画期間中においても、合計特殊出生率及び婚姻率の進捗状況を確認する

＜プロジェクト＞

⑩「〇和プロジェクト」若者コミュニティの活性化により結婚へつなぐ

⑪「ママカフェ」誕生から自立まで子どもと親に寄り添う場づくり

⑫ 子育て・就労応援センターの整備

基本目標５　中高生と社会をつなぐなど、時代にあった地域をつくる

2015→2020 年の 10～30 代の社会増減数±0 人（2005→2010 年：＋4 人）

※総務省「2010 年国勢調査」より

＜プロジェクト＞

⑬ 職業体験・キャリア教育を通じて、児童生徒の郷土愛を育む

⑭ 子どもの居場所づくり事業

⑮「達人から学べ！」町の達人と町民の交流の場づくり

⑯ 街を明るくするプロジェクト

⑰ 空き家ワンコインカフェ

⑱ ライフサポート強化事業

基本目標６　広域連携により圏域の新たな魅力をつくる

2019 年の西濃圏域における観光客数 1,512 万人（2013 年：1,477 万人）

※岐阜県「平成 25 年岐阜県観光入込客統計調査」より

＜プロジェクト＞

⑲ 揖斐池田サイクルトレイン日本一への挑戦プロジェクト

⑳ 国内・海外観光プロモーション事業

㉑ツール・ド・西美濃事業

㉒西美濃地域定住促進ＰＲ事業

㉓東京圏からの移住支援事業

㉔大垣地域経済戦略推進事業

（2）第１期総合戦略の評価結果

① 評価の方法

第１期総合戦略に示した「基本目標」に基づく池田町が取り組む具体的プロジェクトについて 2018 年度（平成 30 年度）時点での数値目標等の達成度についての評価を行いました。目標指標の目標値に対する実績値の割合を評価するものとし、評価基準について目標達成＝【A】、目標達成率 60%以上＝【B】、目標達成率 60%未満＝【C】として評価しました。（2019 年度（令和元年度）に実施予定の事業に伴う実績については評価の対象外）

基本目標１ 町民と役場が協力しながらまちづくりに取り組む

プロジェクト名	①町民と役場をつなぐ「まちづくり工房」プロジェクト	
概　　要	● 養老鉄道池野駅の駅舎を整備し、まちづくり拠点として活用 ● 平成 29 年 3 月より池野駅駅舎「霞渓舎」の運営を「まちづくり工房運営委員会（任意団体)」、平成 31 年 4 月より「校舎のない学校」が、指定管理を受けている ● 平成 29 年度は、フラッグシップモデル事業を活用して、組織づくりプロデューサー木藤亮太氏を招聘	
KPI 達成状況	コーディネーターが支援したまちづくり活動団体・イベント数	
	最終目標値	5 件
	実績値（30 年度）	5 件
	プロジェクトの評価	A
	まちづくり工房運営委員会の独自事業による売り上げ	
	最終目標値	3,000 千円
	実績値（30 年度）	3,091 千円
	プロジェクトの評価	A
	まちづくり工房運営委員会の独自事業数	
	最終目標値	2 件
	実績値（30 年度）	4 件
	プロジェクトの評価	A
	池野駅駅舎の利用人数	
	最終目標値	26,400 人
	実績値（30 年度）	14,841 人
	プロジェクトの評価	C

基本目標２　池田町に仕事をつくり、町民が安心していきいきと働ける

プロジェクト名	②「6 次産業化」第 1 次産業と加工・販売業者とのマッチングを促進	
概　　要	● 町内の第 1 次農業従事者を対象にヒアリング調査 ● 金融機関が参画するマッチング会を行い、町内第 1 次産業者と加工・販売業者の間で具体的な商談を実施	
KPI 達成状況	第 1 次産業従業者と加工販売業者のマッチング数	
	最終目標値	10 件
	実績値（30 年度）	事業未実施のため実績無し
	プロジェクトの評価	C
	農産物販売金額	
	最終目標値	1,600 千円
	実績値（30 年度）	事業未実施のため実績無し
	プロジェクトの評価	C
	第 1 次産業の従業者数	
	最終目標値	80 人
	実績値（30 年度）	事業未実施のため実績無し
	プロジェクトの評価	C

プロジェクト名	③「山のふもと水さらら」IT・SNS を活用した農産物等の情報発信、販売	
概　　要	● 池田町の特産品を PR・販売するウェブサイトを構築 ● インターネットユーザー向けに販路を拡大し、知名度や売り上げの向上を目指す	
KPI 達成状況	ウェブサイトに掲載された特産品数	
	最終目標値	20 品
	実績値（30 年度）	35 品
	プロジェクトの評価	A
	ウェブサイトの閲覧数	
	最終目標値	15,000 件／月
	実績値（30 年度）	328 件／月
	プロジェクトの評価	C
	ウェブサイトによる販売額	
	最終目標値	300,000 円／月
	実績値（30 年度）	21,294 円／月
	プロジェクトの評価	C

プロジェクト名	④企業誘致計画の立案	
概　　要	● 企業誘致へ向けたPRが少ないという課題から、町が企業誘致へ向けた各種施策を実施 ● 企業が求める情報の収集、国や県の施策の把握、誘致予定地の検討、地権者への交渉など	
KPI達成状況	積極的な誘致活動	
	最終目標値	50件
	実績値（30年度）	事業未実施のため実績無し
	プロジェクトの評価	C
	誘致企業による新規雇用発生	
	最終目標値	企業数1件
	実績値（30年度）	0件
	プロジェクトの評価	C

プロジェクト名	⑤「BABAラボ　岐阜池田」100歳まで働ける場の創出	
概　　要	● 池田町は2040年には高齢化率32%を超える見込み ● 高齢者が生きがいを持って地域と繋がる場を創出することで、「池田町はお年寄りが活躍する住みやすい町」という姿を目指す	
KPI達成状況	高齢者スタッフの雇用数	
	最終目標値	35名
	実績値（30年度）	19名（累計）
	プロジェクトの評価	C
	売上額	
	最終目標値	12,500千円
	実績値（30年度）	1,190千円
	プロジェクトの評価	C

基本目標3　町民が町に愛着を持ち、PRできるようになることで、新しいひとの流れをつくる

プロジェクト名	⑥　「いい塩梅のまち」池田山を活用した体験交流ツアーの実施 池田まるっと体験交流ツアー創出プロジェクト
概　　要	● 池田山山麓に点在する体験型観光資源を活用した年間を通じて楽しめる体験交流ツアーおよび関連施設の整備で、日帰り客の観光消費額増加を目指す ● 平成27年度に実施した「池田山を活用した体験交流ツアープロジェクト」を引き継ぎ、平成28年からは「池田まるっと体験交流ツアー創出プロジェクト」として実施 ● 平成29年度に大津谷公園バーベキューハウス整備を実施

KPI 達成状況	体験交流ツアーの設定数	
	最終目標値	1 件
	実績値（30 年度）	3 件
	プロジェクトの評価	A
	育成したガイドの数	
	最終目標値	10 人
	実績値（30 年度）	22 人
	プロジェクトの評価	A
	ツアー年間参加者数	
	最終目標値	300 人／年度
	実績値（30 年度）	256 人／年度
	プロジェクトの評価	B
	西濃地域 1 人当たりの日帰り観光消費額	
	最終目標値	3,700 円
	実績値（30 年度）	2 ,503 円
	プロジェクトの評価	B

プロジェクト名	⑦「どうせ住むなら池田町」移住者向けの情報発信や移住コンシェルジュの募集	
概　　要	● 移住コンシェルジュの募集等移住者向けのサービス向上策を検討 ● 移住 PR パンフレット、移住情報を掲載するホームページの作成、移住体験交流ツアーを実施。	
KPI 達成状況	移住コンシェルジュが支援した移住件数	
	最終目標値	3 件（10 人）
	実績値（30 年度）	1 件（3 人）
	プロジェクトの評価	C
	10～30 代の社会増減数	
	最終目標値	±0 人
	実績値（30 年度）	△196 人
	プロジェクトの評価	C

プロジェクト名	⑧「I love Ikeda」町民による池田の魅力発信	
概　　要	● 居住する池田町の魅力に改めて気づき、その魅力を町外にも発信できることを目的に、町民向けの情報誌を作成	
KPI 達成状況	町民特派員からの投稿数	
	最終目標値	100 件
	実績値（27 年度）	121 件
	プロジェクトの評価	A
	池田町の魅力を、他市町に勧めたいと感じる人の割合	
	最終目標値	70%
	実績値（30 年度）	55.3%
	プロジェクトの評価	B

プロジェクト名	⑨ショートフィルム・YouTube などで池田町をアピールしよう	
概　　要	● 池田町の魅力発信、参加者同士の繋がり形成を目的に動画作成講習会等実施 ● 29 年度は再発見プロジェクトとしてドローンによる空撮、ストーリー仕立てで池田町の魅力紹介の２つを作成	
KPI 達成状況	コンテストへの出品数	
	最終目標値	50 件
	実績値（27 年度）	21 件
	プロジェクトの評価	C
	コンテスト終了後の交流会への参加率	
	最終目標値	70%
	実績値（27 年度）	96%
	プロジェクトの評価	A

基本目標４　若い世代の結婚・子育ての希望をかなえる

プロジェクト名	⑩「〇和プロジェクト」若者コミュニティの活性化により結婚へつなぐ	
概　　要	● 地元で若者同士が気軽に集まる機会が少ないとの声で、若者コミュニティの活性化により出会いの場に繋げるプロジェクトとして発足 ● 同窓会応援実行委員会を運営し、28 年度からは婚活イベント「いけ婚」を年数回実施	
KPI 達成状況	同窓会や婚活イベントへの参加人数	
	最終目標値	200 人
	実績値（30 年度）	41 人
	プロジェクトの評価	C
	婚姻数	
	最終目標値	100 組／年度
	実績値（30 年度）	69 組／年度
	プロジェクトの評価	B

プロジェクト名	⑪「ママカフェ」誕生から自立まで子どもと親に寄り添う場づくり	
概　　要	● 池女会での子育ての悩みに関していつでも行ける場所が欲しいという声に応え、誰もが気軽に参加できる交流場所づくりとして「ママカフェ」を結成 ● 町内のスペースを借りて、ママのためのイベント・おしゃべり会を開催	
KPI 達成状況	ママカフェへの来訪者数	
	最終目標値	200 人
	実績値（30 年度）	142 人
	プロジェクトの評価	B
	困った時に相談する人がいる人の割合	
	最終目標値	95.9%
	実績値（30 年度）	89.0%
	プロジェクトの評価	B

プロジェクト名	⑫子育て・就労応援センターの整備	
概　　要	● 子育て中でも働きたい、収入を増やしてもう一人子供を産みたいという希望を叶えるため、子育て支援、就労支援、多世代交流の機能を持つ子育て・就労応援センターを整備	
KPI 達成状況	就労相談や再就職に有利な資格取得のための学習講座へ参加した人数	
	最終目標値	50 人
	実績値（30 年度）	９人
	プロジェクトの評価	C
	施設を通じて、就労につながった人数	
	最終目標値	10 人
	実績値（30 年度）	０人
	プロジェクトの評価	C

基本目標５　中高生と社会をつなぐなど、時代にあった地域をつくる

プロジェクト名	⑬職業体験・キャリア教育を通じて、児童生徒の郷土愛を育む	
概　　要	● 子どもたちが地元でいきいきと働く大人に触れる仕組みを作り、地元を知る喜びや町への愛着を育むことを目指すプロジェクト ● 平成 29 年度に改めて新規メンバーを公募し、町民メンバーと町職員、キャリア教育コーディネーターにより取り組んでいる	
KPI 達成状況	コーディネーターが企業を訪問した数	
	最終目標値	50 社
	実績値（30 年度）	56 社
	プロジェクトの評価	A
	新たな職場体験・キャリア教育プログラム受講生数	
	最終目標値	400 人
	実績値（30 年度）	781 人
	プロジェクトの評価	A
	新たな職場体験・キャリア教育プログラムへの受講生の満足度	
	最終目標値	90%
	実績値（30 年度）	92%
	プロジェクトの評価	A
	将来、池田町で働きたいと思う中３・高３生の割合	
	最終目標値	15.7%
	実績値（30 年度）	6.2%
	プロジェクトの評価	C

プロジェクト名	⑭子どもの居場所づくり事業	
概　　要	● アイデア工房での、不登校の子どもに対する地域の理解が足りないとの意見を受け、地域全体で支えあう仕組みづくりを進める	
KPI 達成状況	不登校の悩みを相談できる居場所の設定	
	最終目標値	1 カ所
	実績値（30 年度）	1 カ所
	プロジェクトの評価	A
	町内の小中高生の親子における居場所の認知度	
	最終目標値	70%
	実績値（30 年度）	ー
	プロジェクトの評価	C
	居場所についての利用者満足度	
	最終目標値	満足との回答 90%
	実績値（30 年度）	ー
	プロジェクトの評価	C

プロジェクト名	⑮「達人から学べ！」町の達人と町民の交流の場づくり	
概　　要	● 町民同士の繋がりの希薄化、既存の地域コミュニティに参加しづらいという声を受け、体験、学習、文化の視点で町民から様々な分野での達人を発掘し、達人と町民がふれあえる機会をつくる ● 実行委員会を組織して、体験型イベントを企画、実施	
KPI 達成状況	体験学習プログラムの講座数	
	最終目標値	10 講座
	実績値（30 年度）	11 講座
	プロジェクトの評価	A
	体験学習プログラムの参加者数	
	最終目標値	250 人
	実績値（30 年度）	167 人
	プロジェクトの評価	B
	参加者のうち、達人が実施している教室や店に、また行きたいと思った割合	
	最終目標値	70%
	実績値（30 年度）	93.2%
	プロジェクトの評価	A

プロジェクト名	⑯街を明るくするプロジェクト	
概　　要	● アイデア工房での、夜間・通学路・商店街が暗く、安心・安全という点で不安があるという意見をふまえ、町全体を明るくするイベントを企画、実施	
KPI 達成状況	街を明るくするイベント実施件数	
	最終目標値	1 件
	実績値（30 年度）	2 件
	プロジェクトの評価	A
	街を明るくするプロジェクト参加者数	
	最終目標値	100 人
	実績値（30 年度）	1,100 人
	プロジェクトの評価	A

プロジェクト名	⑰空き家ワンコインカフェ	
概　　要	● 外に出るのが億劫になるなど、孤立している高齢者が日常的に集まれる場所は少ない。高齢者がいきいきと暮らすために、空き家を活用したカフェなどのコミュニティづくりに取り組む	
KPI 達成状況	空き家ワンコインカフェの参加者数	
	最終目標値	240 人／月
	実績値（30 年度）	―
	プロジェクトの評価	C
	気軽に人と話し合える所を持っている人の割合	
	最終目標値	79.7%
	実績値（30 年度）	67.6%
	プロジェクトの評価	B

プロジェクト名	⑱ライフサポート強化事業	
概　　要	● 在宅生活において困っている高齢者を地域のNPO 法人がサポートしているがその認知度は低く、活動の情報提供や参加の呼びかけを推進	
KPI 達成状況	ライフサポートの利用時間数	
	最終目標値	1,000 時間
	実績値（30 年度）	1,567 時間
	プロジェクトの評価	A
	暮らしに何らかの不安を感じている高齢者の割合	
	最終目標値	45.9%
	実績値（30 年度）	52.8%
	プロジェクトの評価	B

基本目標６　広域連携により圏域の新たな魅力をつくる

プロジェクト名	⑲揖斐池田サイクルトレイン日本一への挑戦プロジェクト	
概　　要	● 池田町・揖斐川町には恵まれた観光資源が存在するが、最寄駅からの二次交通手段がなく、車を持たない都市部の方にとって訪れにくい状況。池田町・揖斐川町を走る養老鉄道も少子高齢化により年々利用客が減少、年間赤字を解消すべく、日常的な利用客の増加につながる抜本的改善策を進める ● 池田町・揖斐川町内に無人で貸し借り可能な GPS 機能付き電動アシストレンタサイクルを設置し、2 町の観光スポットを巡る観光プロモーションを行い、観光客の増加と養老鉄道サイクルトレイン利用客の増加に取り組む	
KPI 達成状況	レンタサイクルの利用人数	
	最終目標値	1,260 人
	実績値（30 年度）	1,374 人
	プロジェクトの評価	A
	西濃地域の他市町へのレンタサイクル波及台数	
	最終目標値	50 台
	実績値（30 年度）	0 台
	プロジェクトの評価	C

プロジェクト名	⑳国内・海外観光プロモーション事業	
概　　要	● 西美濃地域全体の魅力を集約し、PR 力強化、大都市圏や海外における認知度の向上を目指し、大都市圏等でのプロモーション・情報誌の作成・ホームページの制作・海外でのトップセールス・海外の人気ブロガー活用による情報発信等実施 ● 各市町村の観光資源等を連携させ、回遊性を持たせるスタンプラリー・クーポンの発行・鉄道事業者や旅行業者等と連携したパッケージ旅行等の実施 ● インターネットを活用した特産品の全国的な販促、海外の観光物産展への出展等による地元特産品の知名度向上、収益力を高める観光事業の拡充・強化を実施	
KPI 達成状況	西濃圏域における観光客数	
	最終目標値	15,120 千人
	実績値（30 年度）	14,690 千人
	プロジェクトの評価	B
	西濃圏域における転入者数	
	最終目標値	12,600 人
	実績値（30 年度）	13,170 人
	プロジェクトの評価	A

プロジェクト名	㉑ツール・ド・西美濃事業
概　　要	● 住民地域を巻き込んだ大会運営を通して、西美濃地域の個性と魅力を発信するサイクルイベント。

プロジェクト名	㉒西美濃地域定住促進 PR 事業	
概　　要	● 定住促進の重要な要素である若年層の就業について、U ターン・I ターン就職支援事業を連携して実施。域内地元企業の就職などに関する情報量の増加、地元を離れていく高校生を対象に地元企業の良さを認識してもらうことに取り組む ● 日本版 CCRC 構想（生涯活躍のまち構想）について実現性の調査研究を行う	
KPI 達成状況	移住定住キャンペーン及び相談会等の来場者数・相談者数	
	最終目標値	10,000 人
	実績値（30 年度）	33,320 人
	プロジェクトの評価	A

プロジェクト名	㉓東京圏からの移住支援事業
	● 令和元年度より実施のため平成 30 年度実績無し

プロジェクト名	㉔大垣地域経済戦略推進事業
	● 令和元年度より実施のため平成 30 年度実績無し

② 評価の結果概要

池田町が第１期総合戦略で推進したプロジェクトの各数値目標に対する評価は、Ａ評価が 20（39%）、Ｂ評価が 10（20%）、C 評価が 21（41%）となり、Ａ評価と B 評価をあわせると半数を超えており、これらのプロジェクトについては概ね順調に戦略の推進が図られています。しかし、目標達成率 60%未満であるプロジェクトが４割を超えており、これらのプロジェクトについては適切な KPI の設定がされていたかの検証が必要となっている。この結果、第１期総合戦略で推進した各プロジェクトの達成度合いには大きな差が出たと言えます。

〔各プロジェクトの評価結果〕

基本目標	プロジェクトの評価			
	評価対象	A	B	C
１　町民と役場が協力しながらまちづくりに取り組む	４	３	０	１
２　池田町に仕事をつくり、町民が安心していきいきと働ける	10	１	０	９
３　町民が町に愛着を持ち、PR できるようになることで、新しいひとの流れをつくる	10	４	３	３
４　若い世代の結婚・子育ての希望をかなえる	６	０	３	３
５　中高生と社会をつなぐなど、時代にあった地域をつくる	16	９	３	４
６　広域連携により圏域の新たな魅力をつくる※	５	３	１	１
合　計	51	20	10	21

※広域連携事業ついては、１つは数値目標未設定で２つは令和元年度からの事業のため数値目標の評価はなし。

（３）地域創生有識者会議の評価結果

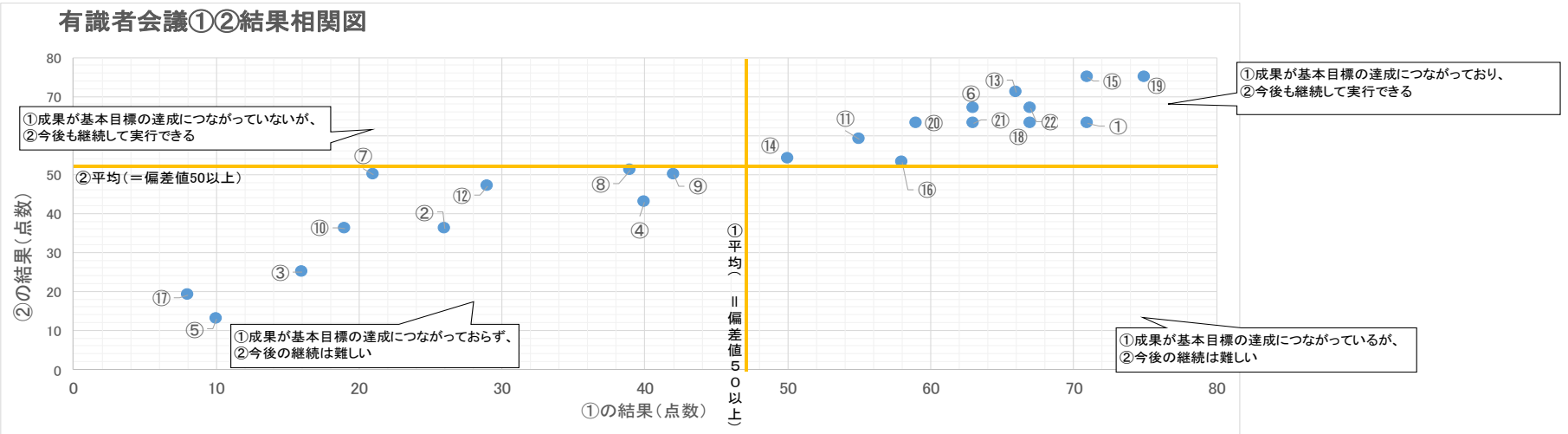
① 評価の方法

KPI 達成状況のみを評価基準とするのは本質を見誤る。各プロジェクトを定性的に評価するため手法として、第１期総合戦略の計画期間の４年目にあたる平成 30 年度には各プロジェクトの実態把握を行うことを目的として、プロジェクトに参加した町民や職員からヒアリングおよびアンケートで幅広く意見を聴取しました。その結果、町としての取組スタンスやプロジェクトの実施手法について数多くの示唆が得られ、これらの結果も踏まえて地域創生有識者の評価を施しました。

評価項目は①プロジェクトの成果が基本目標の達成につながっているか、②今後も継続して実行できる事業内容かの２点として、各々８０点満点で評価（合計 160 点満点）し、評価基準について地域創生有識者による評価点数の合計が１２０点以上＝【A】、評価点数の合計が１００点以上１２０点未満＝【B】、評価点数の合計が１００点未満＝【C】として評価しました。（2019 年度（令和元年度）に実施予定の事業に伴う実績については評価の対象外）

平成30年度有識者会議　結果一覧

基本目標／プロジェクト	KPI	①プロジェクトの成果が基本目標の達成につながっているか（80点満点）	②今後も継続して実行できる事業内容か（80点満点）	①＋②	評　価
① 町民と役場をつなぐ「まちづくり工房」プロジェクト	コーディネーターが支援したまちづくり活動団体・イベント数	71	63	134	A
②「6次産業化」第一次産業と加工・販売業者とのマッチングを促進	第1次産業の従事者数	26	36	62	C
③ IT・SNSを活用した農産物等の情報発信、販売	ウェブサイトによる販売額	16	25	41	C
④ 企業誘致計画の立案	移転企業数	40	43	83	C
⑤「BABAラボ　岐阜池田」100歳まで働ける場の創出	高齢者スタッフの雇用数	10	13	23	C
⑥ 池田山を活用した体験交流ツアーの実施	ツアー年間参加者数	63	67	130	A
⑦　移住者向けの情報発信や移住コンシェルジュの募集	移住コンシェルジュが支援した移住件数	21	50	71	C
⑧「I love Ikeda」町民による池田の魅力発信	本町の魅力を他市町に勧めたいと感じる人の割合	39	51	90	C
⑨ ショートフィルム・YouTubeなどで池田町をアピールしよう	コンテスト終了後の交流会への参加率	42	50	92	C
⑩ 若者コミュニティの活性化により結婚へつなぐ	同窓会や婚活イベントへの参加人数	19	36	55	C
⑪「ママカフェ」誕生から自立まで子どもと親に寄り添う場づくり	ママカフェへの来訪数	55	59	114	B
⑫ 子育て・就労応援センターの整備	学習講座へ参加した人数	29	47	76	C
⑬ 職業体験・キャリア教育を通じて、児童生徒の郷土愛を育む	将来、池田町で働きたいと思う中3・高3生の割合	66	71	137	A
⑭ 子どもの居場所づくり事業	不登校の悩みを相談できる居場所の設定	50	54	104	B
⑮「達人から学べ！」町の達人と町民の交流の場づくり	参加者のうち、達人が実施している教室やお店に、また行きたいと思った人の割合	71	75	146	A
⑯ 街を明るくするプロジェクト	街を明るくするイベント実施件数	58	53	111	B
⑰ 空き家ワンコインカフェ	空き家ワンコインカフェの参加者数	8	19	27	C
⑱ ライフサポート強化事業	ライフサポートの利用時間数	67	63	130	A
⑲ 揖斐池田サイクルトレイン日本一への挑戦プロジェクト	レンタサイクルの利用人数	75	75	150	A
⑳ 国内・海外観光プロモーション事業	西濃圏域における観光客数	59	63	122	B
㉑ ツール・ド・西美濃事業	西濃圏域における転入者数	63	63	126	B
㉒ 西美濃地域定住促進PR事業	移住定住イベント及び相談会等の来場者数・相談者数	67	67	134	A



② 評価の結果概要

池田町が第１期総合戦略で推進したプロジェクトの地域創生有識者の評価結果は、全 24 のプロジェクトの内、Ａ評価が７、Ｂ評価が５、Ｃ 評価が 10（プロジェクト 23・24 について、平成 30 年度は未実施のため有識者による評価はなし）となり、Ｃ 評価が一番多い結果となりました。数値目標に対する評価と有識者による評価とでは同評価のものもあれば、異なる評価結果になるプロジェクトもある為、両方を鑑みながら、第 1 期総合戦略の検証をし、第 2 期総合戦略に反映させていくこととします。

2．池田町地方創生プロジェクトの方向性

平成 27 年度に策定の「第１期岐阜県池田町版地方創生総合戦略」における池田町の地方創生プロジェクトは、「町民がやりたいことができるまち」を目指し、町民からの提案をできる限り採用できるよう進めてきました。その結果、数多くの町民、行政関係者が多様なプロジェクトに参加する全国的にも特徴が際立つ取組みとなっています。

しかしながら、第１期で取り組んだ 24 のプロジェクトの組成、実施を経て、成果があがってきた反面、プロジェクトの担い手等の持続可能性の問題や、KPI 達成率等から見るプロジェクトの必要性の問題も同時に露見し始めました。第１期総合戦略の流れを継承しつつ、次の戦略の更なるブラッシュアップに繋げていくため、KPI 達成率の評価、地域創生有識者の評価などをもとに第１期で取り組んだプロジェクトの成果と課題を整理して、各プロジェクトの今後の方針を決定しました。

第２章（２）数値目標に対する評価と（３）有識者による評価による各プロジェクトの評価と今後の方針は以下の表のようになります。

プロジェクト	（2）	（3）	継続・廃止
①町民と役場をつなぐ「まちづくり工房」プロジェクト	A	A	継続
②「6 次産業化」第 1 次産業と加工・販売業者とのマッチングを促進	C	C	廃止
③「山のふもと水さらら」IT・SNS を活用した農産物等の情報発信、販売	C	C	廃止
④企業誘致計画の立案	C	C	継続※1
⑤「BABA ラボ　岐阜池田」100 歳まで働ける場の創出	C	C	廃止
⑥「いい塩梅のまち」池田山を活用した体験交流ツアーの実施 池田まるっと体験交流ツアー創出プロジェクト	A	A	継続
⑦「どうせ住むなら池田町」移住者向けの情報発信や移住コンシェルジュの募集	C	C	継続
⑧「I Love Ikeda」町民による池田の魅力発信	B	C	廃止
⑨ショートフィルム・YouTube などで池田町をアピールしよう	B	C	廃止
⑩「〇和プロジェクト」若者コミュニティの活性化により結婚へつなぐ	C	C	廃止
⑪「ママカフェ」誕生から自立まで子どもと親に寄り添う場づくり	B	B	継続
⑫子育て・就労応援センターの整備	C	C	継続※2
⑬職業体験・キャリア教育を通じて、児童生徒の郷土愛を育む	A	A	継続
⑭子どもの居場所づくり事業	B	B	継続
⑮「達人から学べ！」町の達人と町民の交流の場づくり	A	A	継続
⑯街を明るくするプロジェクト	A	B	継続
⑰空き家ワンコインカフェ	B	C	廃止
⑱ライフサポート強化事業	A	A	継続
⑲揖斐池田サイクルトレイン日本一への挑戦プロジェクト	B	A	継続
⑳国内・海外観光プロモーション事業	B	B	継続※3
㉑ツール・ド・西美濃	―	B	継続
㉒西美濃地域定住促進 PR 事業	A	A	継続
㉓東京圏からの移住支援事業	―	―	継続※4
㉔大垣地域経済戦略推進	―	―	継続※5

※1　評価はＣであるが、町の政策として今後も推進していくため継続。
※2　平成 30 年度までに整備が終わり、令和元年度からは運営を実施しているため継続。
※3　西美濃広域連携事業として今後も継続。
※4　2019 年度（令和元年度）から 2024 年度（令和６年度）までの実施期間の事業のため継続。
※5　2019 年度（令和元年度）から 2022 年度（令和４年度）までの実施期間の事業のため継続。

第１期総合戦略で推進してきたプロジェクトは、「町民がやりたいことができるまち」を目指し、町民からの提案をできる限り採用できるよう進めてきました。その結果、町民のマンネリ感が増しているプロジェクトや運営するイベントの参加者も固定化しているプロジェクトもあります。個人の能力に頼ったプロジェクト運営もあり、継続がヒト次第となっているケースも見受けられます。

このためプロジェクトの遂行状況およびその成果を勘案して取捨選択していくことも必要となっています。数値目標に対する評価と有識者による評価による結果から第１期総合戦略で推進してきた 24 のプロジェクトのうち７プロジェクトを廃止し、類似したプロジェクトを統合します。また、国の掲げる第２期総合戦略における新たな視点に沿う新規プロジェクトを立ち上げながら第２期総合戦略を推進していくこととします。

３．池田町第六次総合計画における位置づけ

2019 年度（令和元年度）策定の池田町第六次総合計画では、本町の 10 年後を見据えて、特に重点的に取り組む必要のある項目を重点プログラムとして設定しています。重点プログラムには「池田町の関係人口の増加」と「地域創生活動の拡大と、活動環境の醸成」という２つの項目が設定されています。

第２期総合戦略で推進するプロジェクトではプロジェクトを通して地域活動とつながりを持つ機会・きっかけを提供することで関係人口を増やし、地域の活力を創出すること目指します。

また今後は、プロジェクトが住民主体で活動することができるように、プロジェクトの運営支援だけでなく、プロジェクトの自立支援へとシフトしていき、住民によるまちづくりを先導する団体として育成することが必要となっています。地域創生活動のさらなる拡大を目指し、あらゆる形での住民参加ができるような体制を作っていくことが、まちの活力を生み出すうえで必要となるため、新規プロジェクトの立ち上げや活動環境の場の整備等、「活動を実現するための支援」を行います。

第４章　第２期総合戦略の基本目標

未達成の数値目標があることから、第１期総合戦略の取り組みの継続を図りつつ、国の地方創生関係の交付金など財源の確保に努めながら、より効果的な取り組みを進めます。

第３章で挙げた課題を解決し、「ぬくもりあふれるまち池田町」を実現するには、町民と役場の対話、協働によるプロジェクトの企画、実施が不可欠です。このため、町民と役場がお互いの強みを発揮しながら、まちづくりを進めます。また、プロジェクトの実施にあたって、役場は、部署の垣根を越え、横断的に取り組むことが重要です。

まちづくりの方向性については、第１期総合戦略の成果と課題をふまえ、引き続き６つの基本目標と、その達成に向けた数値目標・プロジェクトを定めます。

基本目標１　町民と役場が協力しながらまちづくりに取り組む

2060 年に池田町の人口 15,777 人（2018 年：23,742 人）

※岐阜県「平成 30 年岐阜県人口動態統計調査」より

＜プロジェクト＞

① 町民と役場をつなぐ「まちづくり工房」プロジェクト

② 地方創生プロジェクト推進助成金事業の実施

基本目標２　池田町に仕事をつくり、町民が安心していきいきと働ける

2024 年の町内従業者数 8,550 人（2016 年：8,627 人）

※総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス－活動調査」より

＜プロジェクト＞

③ 企業誘致計画の立案

基本目標３　町民が町に愛着を持ち、PR できるようになることで、新しいひとの流れをつくる

2024 年の池田町の観光客数 104 万 4,000 人（2018 年：95 万人）

※岐阜県「平成 30 年岐阜県観光入込客統計調査」より

＜プロジェクト＞

④ 「いい塩梅のまち」池田山を活用した体験交流ツアーの実施

⑤ 移住者向けの情報発信及び町内空き家の利活用

基本目標４　若い世代の結婚・子育ての希望をかなえる

2030 年までに、合計特殊出生率 1.53 を実現（2013 年～2017 年：1.32）

2030 年までに、婚姻率 5.1％を実現（2017 年：3.3％）

※「西濃地域の公衆衛生 2018」より

※2030 年の目標達成に向け、計画期間中においても、合計特殊出生率及び婚姻率の進捗状況を確認する

＜プロジェクト＞

⑥ 「ママカフェ」誕生から自立まで子どもと親に寄り添う場づくり

⑦ 子育て・就労応援センターの運営

基本目標５　中高生と社会をつなぐなど、時代にあった地域をつくる

2020→2024 年の 10～30 代の社会増減数±0 人

＜プロジェクト＞

⑧ 職業体験・キャリア教育を通じて、児童生徒の郷土愛を育む

⑨ 子どもの居場所づくり事業

⑩「達人から学べ！」町の達人と町民の交流の場づくり

⑪ 街を明るくするプロジェクト

⑫ ライフサポート強化事業

基本目標６　広域連携により圏域の新たな魅力をつくる

2024 年の西濃圏域における観光客数 1,480 万人（2018 年：1,469 万人）

※岐阜県「平成 30 年岐阜県観光入込客統計調査」より

＜プロジェクト＞

⑬ 揖斐池田サイクルトレイン日本一への挑戦プロジェクト

⑭ 国内海外観光誘客プロジェクト事業

⑮ ツール・ド・西美濃事業

⑯ 西美濃地域定住促進ＰＲ事業

⑰ 大垣地域経済戦略推進事業

第５章　池田町が取り組む具体的プロジェクト

１．町民と役場が協力しながらまちづくりに取り組む

①　町民と役場をつなぐ「まちづくり工房」プロジェクト　〈第１期から継続〉

【背景】

2015 年度より町民参加型ワークショップ「池女会」や「アイデア工房会議」を開催し、“町民と役場の協働によるまちづくり”を進め、地方創生総合戦略に位置付けた各プロジェクトを実施しています。町民と役場の対話、協働により進められた各プロジェクトは、町民に喜んでいただける質の高い成果を生み出すことができました。この流れを加速化・継続するために民間のなかから町民と役場をつなぎ、まちづくりを実施するコーディネーター（地方創生人材/指定管理者）を確保・育成する必要があります。

【実施内容】

１）コーディネーター（指定管理者）は、池野駅駅舎を拠点として、町民の声を聴き、町民と役場を橋渡ししながら、自らの独自イベントの開催及び町内の活動団体やイベントの支援をします。また、町民と役場が対話できるワークショップ等を開催します。

２）まちづくり工房「霞渓舎」の利用者・利用率増加に向け PR 活動を実施します。

３）池野駅が中心となって、町の賑わいの創出を進めます。

【解決した姿】

〔概要〕

池野駅が中心となって、周囲の医療モールや商店街を含めた町の賑わいの創出が期待できます。まちづくり活動団体やイベントが活性化し、賑わいがある町になります。

〔KPI〕１）は中間活動指標。２）が最終成果指標。

１）コーディネーター（指定管理者）が支援したまちづくり活動団体・イベント数

：2020 年度５件

２）コーディネーター（指定管理者）が支援したまちづくり活動団体・イベント数

：2024 年度６件

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
１.指定管理者によるイベント等の実施	→	→	→	→	→
２.まちづくり活動団体・イベントの運営	→	→	→	→	→

② 地方創生プロジェクト推進助成金事業の実施 〈新規〉

【背景】

平成 29 年度より、町民主体による事業で、第１次総合戦略に位置づけられた事業に対して助成する制度を実施しています。第六次総合計画においても重点目標として地方創生の拡大と醸成が位置づけられていることから、今後も継続して支援を実施していきます。

【実施内容】

１）町民主体の事業で、第２次総合戦略に位置づけられた事業に対して、町からの助成事業を実施します。

２）まちづくり工房「霞渓舎」の指定管理者は助成金対象事業を支援します。

【解決した姿】

〔概要〕

町民と役場が協働し、最終的には町民主体のまちづくり団体として地方創生事業に取り組んでいきます。さらには NPO 法人などの法人格を持った団体の活動として拡大していきます。

〔KPI〕１）は中間活動指標。２）が最終成果指標。

１）町が支援した団体数：2020 年度 ３件

２）町内の NPO 法人数：2024 年度 15 団体

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
１.地方創生プロジェクト推進助成金の実施	→	→	→	→	→

2．池田町に仕事をつくり、町民が安心していきいきと働ける

③ 企業誘致計画の立案 〈第１期から継続〉

【背景】

税収増および雇用の確保を目指す施策の１つとして、企業誘致は効果的です。これまでの企業誘致は、個別事案が浮上した際に、その実現を目指すという待ちの姿勢でしたが、今後は、積極

的に企業に対して誘致を提案する必要があります。このため、企業のニーズや誘致が可能な土地情報等を把握、整理し、誘致計画を立案します。

【実施内容】

１）町が企業誘致へ向けた各種施策（企業が求める情報の収集、国や県の施策の把握、国や県と協力した誘致予定地の検討、地権者への交渉など）を実施します。

【解決した姿】

〔概要〕

町が、積極的に誘致活動を行うことで、企業が池田町に移転し新規雇用が生まれています。

〔KPI〕１）は中間活動指標。２）が最終成果指標。

１）町事業として積極的に誘致活動を行う：2021年度　訪問企業数10件

２）企業が移転し、新規雇用が発生している：2024年度　移転企業数2件

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
１.町としての誘致活動の実施	→	→	→	→	→

３．町民が町に愛着を持ち、PRできるようになることで、新しいひとの流れをつくる

④　「いい塩梅のまち」池田山を活用した体験交流ツアーの実施　〈第１期から継続〉

【背景】

池田山麓付近を中心として、サイクリングやパラグライダー、ブルーベリー摘みなどの体験型観光資源が点在します。しかし、桜の季節以外、休日の観光客数が落ち込んでおり、第1次総合戦略策定後より増加してはいますが、それでもなお、県内と比較して観光消費額が低くなっています（※）。今後、年間を通じて楽しめる体験交流ツアーづくりやガイド育成により、日帰り客の観光消費額の増加を目指します。

さらに近年、映画やアニメのモデル・ロケ地となった地域を巡る聖地巡礼などによる経済効果は大きなものとなっています。

令和元年、揖斐郡を中心に西濃地方で撮影された地方創生ムービー「ブルーヘブンを君に」が令和２年６月頃、公開されます。これを期に令和元年度に撮影箇所であったロケ地をパンフレットにまとめました。そのロケ地マップを活用・PRすることで、観光・交流人口の増加につながります。

※１人当たり観光消費額（日帰り客）：3,719円（岐阜県）、3,354円（西濃地域）

（岐阜県「平成29年岐阜県観光入込客統計調査」）

【実施内容】

1）町民や民間企業と連携して、どの年代、どの地域の方をターゲットとするかを検討しながら、体験交流ツアーを企画・ＰＲします。

2）体験交流ツアーに必要なガイドを育成します。

3）体験交流ツアーに必要な施設設備（体験交流施設、休憩所、トイレ、レンタサイクル、バーベキューハウス等）の整備・運営を進めます。特に、観光客で賑わう大津谷公園については、収益を上げる施設としてバーベキューハウスを運営します。

4）観光客の利便性を向上させるため、町道や林道の整備をします。

5）観光消費額を高めるため、町として統一的に、土産物商品のパッケージデザインを行います。

6）映画ロケ地マップの活用・PR 及びロケ地巡りツアーを実施します。

【解決した姿】

〔概要〕

体験交流ツアーやイベントが実施され、交流人口・関係人口が増加し、町ににぎわいが生まれる。ツアー化することで、１人当たりの観光消費額が高まっています。

〔KPI〕１）、２）は中間活動指標。３）が最終成果指標。

１）体験交流ツアーの実施数：2021年度　３回

２）体験交流ツアー年間参加者数：2024年度　300人／年度

３）西濃地域１人当たりの観光消費額（日帰り）：2025年３月3,800円（2017年3,354円）

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
1.体験交流ツアーの実施	→	→	→	→	→
2.大津谷公園バーベキューハウス運営	→	→	→	→	→
3.体験交流ツアーの実施	→	→	→	→	→
4.ロケ地マップの活用・PR	→	→	→	→	→
5.ロケ地巡りツアーの企画・実施	→	- - →	- - →	- - →	- - →

⑤ 移住者向けの情報発信及び町内空き家の利活用　〈第１期から統合・新規〉

【背景】

若者を始め子育て世代に移り住みたいと思われるよう、池田町の良さやライフスタイルを魅力的に発信・PRしていく必要があり、交流人口⇒関係人口⇒移住人口につなげていくことが重要となっています。空き家を取得し定住した人や町外からの移住者を支援します。

また、年々増えている町内の空き家への対策として、町内不動産業者等と協力し、空き家バンクを設置し、空き家を有効に活用できる体制を整えます。

【実施内容】

1）観光だけでなく、継続的に池田町に訪れ、関わってくれる人口（池田町のファン）を増やすための移住推進施策を行い、結果的に池田に移住し定住する人口を増やします。

2）池田町へ移住し、空き家を取得した方に対する改修費の補助や、空き家取得に対する固定資産税の減免をします。

3）東京 23 区圏からの移住者の内、県が採用支援の対象とするマッチングサイトに掲載した求人に応募し採用された者（就業者）、もしくは岐阜県内で起業した者（起業者）に対して、移住支援金を給付します。（計画期間：2019 年から 2024 年まで、広域連携事業）

4）町内空き家の調査をもとに「池田町空き家バンク」を設置し、運用します。

【解決した姿】

〔概要〕

池田町のファンが増え、人の流れが生まれ、最終的に移住人口が増加します。また、町内の空き家を活用することで、空き家の増加が抑えられます。

〔KPI〕１）は中間活動指標。２）が最終成果指標。

１）空き家バンクの登録物件数：2022年度　５件

２）移住定住支援制度を利用しての池田町への移住件数：2024年度　５件

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
1.移住推進施策の実施	→	→	→	→	→
2.空き家バンクの整備・運用	●	→	→	→	→

4．若い世代の結婚・子育ての希望をかなえる

⑥　「ママカフェ」誕生から自立まで子どもと親に寄り添う場づくり　〈第１期から継続〉

【背景】

子育てに悩んだときにどこに相談しに行っていいか分からない、子どもの年齢が上がるにつれ相談相手が変わり、子どもの情報が引き継がれないという状況がありました。そのため、子どもの誕生から自立まで、子どもと親の成長に寄り添ってくれる存在（池田の母）や誰もが気軽に利用できる交流場所が求められています。

【実施内容】

１） ママカフェを定期的に開催します。また、ママの相談場所、コミュニティをつくる場所として池野駅駅舎を活用します。

※ママカフェの機能

・ママカフェでは、ママの身体を守るための癒しとなる講座や、家族を守るために必要な知識を学ぶ講座などを開催します。

・子どもの年齢関係なく誰でも利用可能とします。

・人と人がつながれるイベントなどを開催して、会話の中から子育てのヒント・気づきを得られるようにします。

【解決した姿】

〔概要〕

子育てが楽しくなり、母親がいきいきし、安心して子育てが出来るようになります。

〔KPI〕１）は中間活動指標。２）が最終成果指標。

１）ママカフェへの来訪者数：2025年３月　200人／年

２）困った時に相談する人がいる人の割合：2025年３月　95.0%

（2019年3月　町実施アンケート89.0%）

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
１.ママカフェ運営	→	→	→	→	→

⑦　子育て・就労応援センターの運営　〈第１期から継続〉

【背景】

女性の年齢別就業率（2010年国勢調査）によると、25～34歳の就業率が落ち込んでおり、全国平均より低い数値となっています。

子育て中であっても 働きたい、収入を増やしてもう１人子供を産みたいという希望を叶えるため、子育て支援、就労応援（町内の子育て応援企業とのマッチングや、スキルアップ講座の開催など）、多世代交流の機能を持つ、子育て・就労応援センターの運営をします。

【実施内容】

１）子育て・就労応援センターを運営します。

２）未就学児から就学時までの子育て支援、町内の子育て応援企業とのマッチングやスキルアップ講座の開催などの就労応援、シニアクラブが行っている抱っこボランティアとの連携などの多世代交流を行います。

【解決した姿】

〔概要〕

本施設を活用することで、子育て中の女性が、子供を産んでも安心して働けるようになります。

〔KPI〕

１）就労相談や再就職に有利な資格取得のための学習講座へ参加した人数

：2022年度　50人／年度

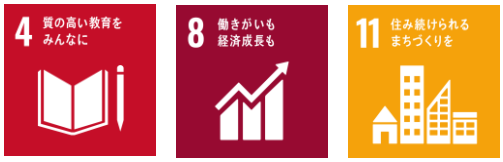
２）本施設を通じて、就労につながった人数：2025年３月　累計10人

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
１.子育て・就労応援センターの運営	→	→	→	→	→
２.講座の実施	→	→	→	→	→

５．中高生と社会をつなぐなど、時代にあった地域を作る

⑧　職業体験、キャリア教育を通じて、児童生徒の郷土愛を育む　〈第１期から継続〉



【背景】

池田町の児童生徒から見て、自分の父母がどのような仕事をしているか知る機会がないという意見がありました。また、2019 年に実施した町民アンケートでも、身近で目標とする大人がいると思っている小中学生が少ない、地元で働きたい場所があると思っている若者が少ないという実態が分かりました。これは、将来、子ども達が、地元企業の魅力を知ることもなく、町外へ就職し、池田町に戻ってこないことを意味します。また、これまで町内で実施されてきたキャリア教育は、先生が中心となってきましたが、地元企業との連絡調整の負担が大きく、学校側と地元企業側とで目的の共有を充分に図れないこともありました。

そのため、職業体験、キャリア教育プログラムの作成、改善を通じ、子ども達が地元でいきいきと働く大人に触れることで、町内での就職率向上につなげることを目指します。

【実施内容】

１）中高生にとって魅力的な職業体験・キャリア教育プログラムを作成・実施します。

【解決した姿】
〔概要〕
　専門のコーディネーターが、学校と企業の橋渡し役になり、より魅力的な職業体験、キャリア教育が行われています。企業にとっては、職業体験、キャリア教育を通じて、自社の魅力が子ども達に伝わります。これにより、将来、池田町で働きたいと思う若者が増えます。
〔KPI〕１）、２）及び３）は中間活動指標。４）が最終成果指標。
１）コーディネーターが企業を訪問した数：2022 年３月　50 社
２）新たな職場体験・キャリア教育プログラム受講生数：2022 年３月　400 人
３）新たな職場体験・キャリア教育プログラムへの受講生の満足度：2022 年３月　90%
４）将来、池田町で働きたいと思う中３・高３生の割合：2025 年３月　15.7%

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
１.キャリア教育の実施	→				→

⑨　子どもの居場所づくり事業　〈第１期から継続〉

【背景】
　アイデア工房会議で、不登校の子どもをもった経験がある母親から、悩みを相談できる場がない、不登校に対する地域の理解が足りない、学校と両親との意思疎通が難しいなどの意見がありました。今後は、不登校に関して、地域全体での支え合うような仕組みづくりが必要です。

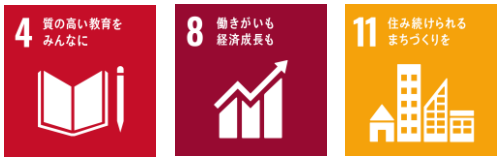
【実施内容】
１）NPO 法人、任意団体等が運営する、不登校児を対象とした学校以外の居場所づくりを進めます。

【解決した姿】
〔概要〕
　親も子も不登校に対する不安がなくなります。また、不登校児が自分を見つめ直し、生きがいをもてるようになります。
〔KPI〕１）は中間活動指標。２）及び３）が最終成果指標。
１）不登校の悩みを相談できる居場所の設定：2022年３月　2カ所
２）町内の小中高生の親子における居場所の認知度：2025年3月　70%
３）居場所についての利用者満足度：2025年３月　「満足である」90%

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
1.居場所づくりの実施・運営	→				

⑩　「達人から学べ！」町の達人と町民の交流の場づくり　〈第１期から継続〉



【背景】

町民同士のつながりが弱くなっている、既存の地域コミュニティには参加しづらいという意見がありました。そこで、体験、学習、文化という視点で、町民から様々な分野での達人を発掘し、達人と町民がふれあえる機会をつくります。

【実施内容】

１）交流の場を作るための実行委員会を組織し、体験型のイベントなど達人と参加者との交流のきっかけとなるようなイベント企画・実施を行います。

２）町内で既に行われている教室やイベントなどへの参加にもつながるような交流のきっかけを提供します。

【解決した姿】

〔概要〕

町民間の交流が進み、いい人たちがいるからここに住みたい、居心地のいいまちになります。

〔KPI〕１）及び２）は中間活動指標。３）が最終成果指標。

１）体験学習プログラムの講座数：2022 年３月　11 講座

２）体験学習プログラムの参加者数：2022 年３月　250 人

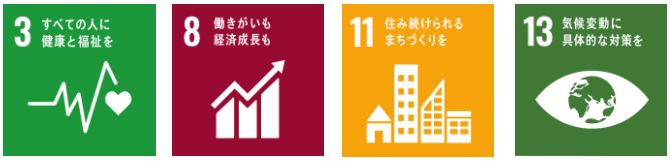
３）参加者のうち、達人が実施している教室やお店に、また行きたいと思った人の割合

：2025 年３月　70%

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
1.体験学習プログラムの実施	→				

⑪　街を明るくするプロジェクト　〈第１期から継続〉



【背景】

夜間、通学路・商店街・駅前などが暗く、安心・安全という点で不安があるという意見がありました。そのため、行灯やイルミネーション等を活用した町全体を明るくするイベントの実施、街のにぎわい、活性化を推進するイベント、周辺環境の整備を目指します。

【実施内容】

１）町民が主体となって、イベント実施内容（時期、場所、手法など）の決定やイベント運営を行います。

２）養老鉄道イルミネーションを活用したイベントの実施

【解決した姿】

〔概要〕

夜間に明るい光で照らされた魅力的なまちになります。

〔KPI〕１）は中間活動指標。２）が最終成果指標。

１）街を明るくするイベント実施件数：2022年３月　2件

２）街を明るくするプロジェクトイベント参加者数：2025 年３月　200 人

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
１.イベント実施	→	→	→	→	→

⑫　ライフサポート強化事業　〈第１期から継続〉

【背景】

在宅生活において、掃除、草取り、買い物などで困っている高齢者等がいます。現在、地域のNPO がこういった方をサポートする事業を行っていますが、認知度において課題があります。今後、そのような活動の情報提供や参加呼びかけを進めます。

【実施内容】

１）町は、民生委員や福祉委員、社会福祉協議会等と連携し、事業の周知およびサポーターの募集を支援します。

【解決した姿】

〔概要〕

PR の結果、ライフサポート事業の利用者が増えます。高齢になっても、住み慣れた家で暮らし続けられる町になります。

〔KPI〕１）は中間活動指標。２）が最終成果指標。

１）ライフサポートの利用時間数：2022 年度　1,700 時間（2018 年度　1,567 時間）

２）暮らしに何らかの不安を感じている高齢者の割合：2025 年３月　45.9%

（2019 年３月　町実施アンケート 52.8%）

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
１.ライフサポート事業等の実施	→	→	→	→	→

６．広域連携により圏域の新たな魅力をつくる

⑬　揖斐池田サイクルトレイン日本一への挑戦プロジェクト　〈第１期から継続〉

【背景】

池田町、揖斐川町には池田温泉、霞間ヶ渓公園、池田恒興のお墓、願成寺古墳群、谷汲山華厳寺、横蔵寺、徳山ダムなど恵まれた観光資源が存在します。しかしながら、最寄り駅からの２次交通手段がないため、車を持たない都市部の方にとって訪れにくい状況にあります。

また、池田町・揖斐川町内を走る養老線は、少子高齢化の影響で年々利用客が減少し、年間赤字額が膨らんでおり、日常的に利用客が増えるような抜本的な改善策が求められています。

【実施内容】

１）池野駅・揖斐駅に設置の無人で貸し借りが可能な、ＧＰＳ機能付きの電動アシストレンタサイクルを運営します。

２）日本一のサイクルトレインとしてのブランドイメージを確立するためのＰＲイベントを実施します。

３）映画ロケ地を活用したレンタサイクルツアーイベント等を企画します。

【解決した姿】
〔概要〕
　日本一のサイクルトレインとしてのブランドを確立し、国内・国外の自転車愛好家が養老線を訪れる姿、中部圏・関西圏の都市部に住む方がサイクリングを楽しみに訪れる姿が実現しています。
　利用実績をあげることで、養老線沿線他市町にもレンタサイクルの整備が波及しています。
〔KPI〕１）は中間活動指標。２）が最終成果指標。
１）レンタサイクルの利用人数：2020 年４月～2021 年３月　1,400 人
２）西濃地域の他市町へのレンタサイクル波及台数：2025 年３月　50 台

【事業の流れ】

実施項目／年度	2020	2021	2022	2023	2024
1.レンタサイクルの運営	→	→	→	→	→
2.PR イベントの実施	→	→	→	→	→
3.ロケ地巡りツアーの企画・実施	→	⇢	⇢	⇢	⇢

⑭　国内海外観光誘客プロジェクト事業　〈第１期から継続〉

　西美濃地域全体の魅力を集約し、ＰＲ力を強化し、大都市圏や海外における認知度の向上を目指し、大都市圏等でのプロモーション、情報誌の作成、ホームページの制作、海外でのトップセールス、海外の人気ブロガーの活用による情報発信等を実施します。
　また、各市町の観光資源等を連携させ、回遊性を持たせるためのスタンプラリーやクーポンの発行、鉄道事業者や旅行業者等と連携したパッケージ旅行等を実施します。
　さらにインターネットを活用した特産品の全国的な販促や、海外の観光物産展への出展等による地元特産品の知名度向上、収益力を高める観光事業の拡充・強化を実施します。

⑮　ツール・ド・西美濃事業　〈第１期から継続〉

　西濃圏域を自転車で周回するサイクリングイベントを実行委員会形式で開催し、全国に情報発信することで、西美濃地域の活性化を図ります。

⑯　西美濃地域定住促進ＰＲ事業　〈第１期から継続〉

西美濃地域全体の魅力を集約し、大都市圏開催の移住セミナー（東京・大阪・名古屋）等へのブース出展、ＰＲ事業を実施することで、ＰＲ力を強化し、大都市圏における認知度の向上を目指します。

⑰　大垣地域経済戦略推進事業　〈第１期から継続〉

大垣市を中心とした西美濃地域の経済戦略を推進するため、大垣ビジネスサポートセンターGaki-Biz（ガキビズ）の運営、企業創業支援、経済戦略セミナーの開催を実施します。（計画期間：2019 年から 2022 年まで）

【解決した姿】

〔KPI〕

１）西濃圏域における観光客数：2024 年　1,480 万人（2018 年　1,469 万人）

２）西濃圏域における宿泊者数：2024 年　96,603 人（2018 年　66,603 人）

３）西濃圏域における事業を通した起業・創業件数：2019 年～2021 年　累計９件

第６章　おわりに

①　池田町の大人が元気になる。

池田町に以下の２つの課題があります。１）町のことを当たり前と捉え、良さに気づいていないこと　２）人と人とのつながりが弱いと感じる人が多いこと。この２つを解決することで、自分達の良さに気づき、人とのつながりが強まり、池田町の産業が活性化し、池田町の大人が元気になります。

②　中高生が池田町に愛着を持ち、池田町で働くようになる。

町内の中高生が、町内の大人がいきいきと働き、暮らす姿を見ることで、自分も池田町へ恩返しをしたいと愛着を深め、町内での就業を選択肢の１つとして視野に入れるようになります。

③　池田町で働き始めた若者が池田町に定住するようになる。

新規雇用の創出により池田町で働き始めた若者が、池田町内で、同世代及び多世代の人と様々なつながりをもてる機会が増えることで、池田町への定住に繋がります。

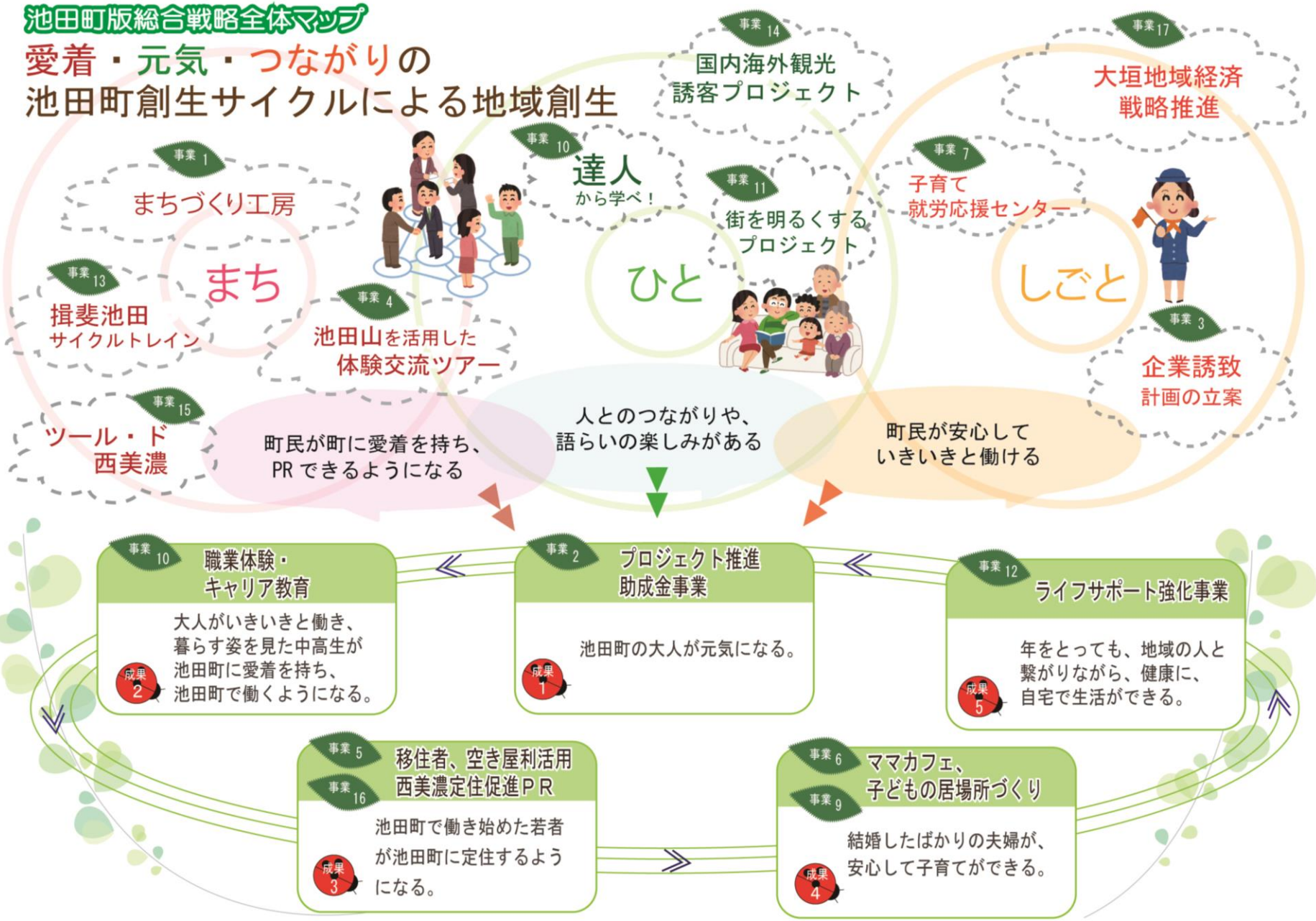
④　結婚したばかりの夫婦が安心して子育てができるようになる。

結婚し、子どもが産まれた夫婦にとって、子育ての悩みを気軽に相談できる場所があることで、安心して子育てができ、２人目、３人目を産もうとなります。

⑤　年をとっても、地域の人と繋がりながら、健康に、自宅で生活ができる。

地域の様々な施設などを活用しながら、地域の方々と語らうことで、自宅で健康に暮らせることができます。

※①から⑤の善循環により、池田町民が、更に池田町に愛着を持ち、いきいきと暮らせるようになるまちを目指します


池田町版総合戦略全体マップ
愛着・元気・つながりの
池田町創生サイクルによる地域創生
事業 14
国内海外観光
誘客プロジェクト
事業 17
大垣地域経済
戦略推進
事業 1
まちづくり工房
事業 10
達人
から学べ！
事業 7
子育て
就労応援センター
事業 11
街を明るくする
プロジェクト
まち
ひと
しごと
事業 13
揖斐池田
サイクルトレイン
事業 4
池田山を活用した
体験交流ツアー
事業 3
企業誘致
計画の立案
事業 15
ツール・ド
西美濃
町民が町に愛着を持ち、
PR できるようになる
人とのつながりや、
語らいの楽しみがある
町民が安心して
いきいきと働ける
事業 10
職業体験・
キャリア教育
大人がいきいきと働き、
暮らす姿を見た中高生が
池田町に愛着を持ち、
池田町で働くようになる。
成果 2
事業 2
プロジェクト推進
助成金事業
池田町の大人が元気になる。
成果 1
事業 12
ライフサポート強化事業
年をとっても、地域の人と
繋がりながら、健康に、
自宅で生活ができる。
成果 5
事業 5
事業 16
移住者、空き屋利活用
西美濃定住促進ＰＲ
池田町で働き始めた若者
が池田町に定住するよう
になる。
成果 3
事業 6
事業 9
ママカフェ、
子どもの居場所づくり
結婚したばかりの夫婦が、
安心して子育てができる。
成果 4