

今後のまちづくりの基本的な考え方

【基本的な考え方】

☑ 東部地域一体でのまちづくり

● 桃花台 NT、周辺地域などの複数あるコミュニティの連携・融合

☑ 地域住民による自立したまちづくり

● 取組のスタートアップから一定期間後は行政支援から自立した地域住民による取組となる仕組みの構築

☑ 多様な地域資源を連携・活用したまちづくり

● 居住、生活、就業、遊びなどの機能を連携することで、生活課題を克服するとともに、多様な地域資源を連携・活用し、「新たなまちの魅力」に転換する。

☑ 柔軟性・可変性を持ったまちづくり

● 将来を見据え、長期的・短期的な課題に柔軟かつ可変的に対応する

☑ チャレンジをサポートするまちづくり

● 市民のほか、東部地域に関係する人たちの挑戦を応援する仕組みの構築

【一体性】

【自立性】

【多様性・活用性】

【柔軟性・可変性】

【将来性】

【課題・可能性の視点】

住む・暮らす

若者に魅力があるまち

桃花台 NT: H16以降人口は約19%減少、男女とも若年世代(20歳~30歳代)の転出が多い。
 周辺地域: H16以降人口は約3%減少、各世代とも大きな社会増減はみられない。(P9、P11)

高齢者が暮らしやすい生活環境

桃花台 NT: 高齢化率は5,040人 21.1%(H27)
 →9,236人 56.8%(R27)
 周辺地域: 高齢化率は3,175人 32.0%(H27)
 →2,655人 46.3%(R27) (P28)

充実した教育・子育て環境

桃花台 NT: 4小学校、3中学校が立地。3小学校区、3中学校区には周辺地域も含まれる。児童・生徒数、学級数は減少傾向。
 周辺地域: 1小学校が立地。児童数、学級数は横ばい。(P13~P15、P36)

働く

生業の継承

起業促進

産業振興

桃花台 NT: 卸・小売業、サービス業が中心。事業所数・従業者数ともに減少。(追加資料)
 周辺地域: 製造業事業所数・従業者数は大きく増加。卸・小売業及びサービス業の事業所数・従業者数も増加。農地の多くは田及び果樹園、ただし農家数は減少傾向。販売農家の半数は後継者がいない状況。(追加資料)

既存ストック

空き施設の活用

桃花台 NT: 商業施設の空き店舗の発生。児童・生徒数の減少による学校の空き室の発生の可能性。(P13~P15)

空き家・集合住宅の活用

桃花台 NT: 初期に宅地処分された地区を中心に空き家が分布。入居者が減少している集合住宅(P18、P20~24、P38)
 周辺地域: 広く空き家が点在。(P29)

未利用地・跡地の活用

桃花台 NT: 桃花台線旧車両基地用地が未活用(P39)
 周辺地域: 多くの耕作放棄地の存在(追加資料)

整備された・整備されるまちの活用

桃花台 NT: 充実した都市インフラ。歩行者専用道路や自転車道、歩車分離など安全な道路。計画的に配置された公園、緑道。(P41)
 周辺地域: 北部に小牧東ICが立地、小牧市民四季の森周辺では恵まれた交通利便性を活かした広域交流拠点の形成が予定。(P45)

資源

人的資源の活用

桃花台 NT: 多くの市民活動団体、NPOの存在。(桃花台を考える会など)
 周辺地域: 自治会活動(3あい事業等)、市民活動団体(兒の森活動グループ)、その他(東部花火の会、大山川ホテルの会)等(P46~P50)

まちづくり資源の掘り起こし・活用

周辺地域: 観光資源が多数分布。(大山廃寺、温水プール、市民四季の森、ワイナリーなど)(P6)
 特産品としては明治末期以来栽培が盛んな果樹。特に盛んな桃栽培。

豊富な自然環境の活用

周辺地域: 北部には豊かな自然の残る山林が広がる。(P29)

【取組の視点】

情報発信

イメージ戦略の推進
 (ブランディングの強化)

時代に即した情報発信
 (SNS等の積極的な活用)

地域
協働・連携

地域住民主体のまちづくりの促進

プラットフォームの構築・活用

コミュニティの育成・連携・活性化

住民・市民活動団体の連携

産学官連携の推進