

第3章 地元愛着度や宇治市の魅力の維持・向上 及び課題解決に向けた方向性の検討

第3章 地元愛着度や宇治市の魅力の維持・向上及び課題解決に向けた方向性の検討

1 調査結果から得られた課題と今後の方向性の整理

本項では、前章のアンケート調査結果及びヒアリング調査結果から抽出された課題を踏まえ、各課題に対する宇治市の方向性を検討する。

(1) アンケート調査結果から得られた課題に対する方向性

ア 社会保障や行政サービス、防犯体制・治安、地域コミュニティ、教育環境の充実 (市民アンケートにより求められているもの)

- ・「社会保障の充実」については、国の施策や各自治体の個別の政策課題などにも大きく影響される。本市は様々な福祉サービスを実施しており、財政分析から福祉分野の支出は府内他自治体と比較しても低くはない。このことから、様々な施策が市民の実感として十分伝わっていないことが想定される。広報紙やホームページなど従来の情報提供手法の改善や新たな発信手法の検討によって、より分かりやすく情報を伝えることで、市政への理解を深めてもらう取組を推進する。
- ・「教育環境の充実」「防犯体制・治安」については、行政だけで解決することはできないため、地域内での協働や人材育成の体制づくりなどによって、総合的な教育環境の向上や治安対策の充実を図る。
- ・「地域コミュニティの充実」は、他の年代に比べて20歳代以下の市への愛着の醸成のために大きく寄与すると考えられ、若年層との連携による新しい協働や魅力発信の方策を高校生アンケートの結果などを参考に模索するとともに、日常的に様々な世代が直接顔を合わせる環境づくりを検討し、市民の愛着度醸成に向けた地域コミュニティの充実を図る取組を推進する。

イ 居住環境や防災・防犯、福祉制度の充実を意識したまちづくり (首都圏等居住者の住みたいまちイメージと現況イメージが違うもの)

- ・「居住環境・生活環境が整備されたまち」「防犯体制が充実し、治安のよいまち」「福祉制度が充実しているまち」「防災対策が充実した安全・安心なまち」の意識については、前項と同様に、行政だけで解決することはできないため、地域内での協働や人材育成の体制づくりなどによって、住みよい環境づくりを図る。

ウ 食や体験の充実を図り、市民及び首都圏等居住者が共通して評価が高い資源と首都圏等居住者の評価の高い資源の磨き上げ

- ・食の充実について、現状は「食」や「体験」する場所が少なく、本市ならではの魅力ある「食」や「体験」について商品開発などを検討する。
- ・市民及び首都圏等居住者が共通して評価が高い資源と市民より首都圏等居住者の評価の高い資源の磨き上げについて、周知方法の改善を図り、来訪者の満足度の高い「体験の場の整備」や「特色ある食を楽しむ場の演出」を検討する。

エ 「旅やグルメ関連番組やガイドブック」や「物産展」など魅力的と捉えられる発信手法の強化

- ・魅力を発信する目的やターゲットの明確化を図り、年齢（若年層、中間層、高齢層）や性別（男性、女性）、居住地（市外、市内）などを考慮した情報提供方法を検討する。
- ・市の観光動向調査では、物販・飲食事業者で観光客を対象とする事業者の、90%以上で外国人観光客の利用があり、いずれの店舗でも、アジア、欧米各地域からの観光客の利用があった。また、店舗での消費額は日本人観光客と比べ差はなかった。今後は外国人向けの情報にも工夫ある発信手法を検討したい。

オ 「宇治市所在地」の情報発信の強化

- ・関西圏居住者でも本市の所在地や交通の利便性が認知されていないことを踏まえ、本市は京都市に隣接した市であることを強くアピールし、京都観光に併せて本市に足を運ぶ京都市来訪者が増えるよう、より魅力ある情報発信手法を検討する。
- ・所在地や利便性を認識してもらうことによって、観光だけでなく将来的に住みたいまちとなるよう多面的な情報発信を進める。

(2) ヒアリング調査結果から得られた課題に対する方向性

ア 宇治市の理想とする将来像とコンセプトの明確化、ターゲット設定及び施策展開

- ・本市の理想とする将来像に向けた取組にあたってのコンセプトの明確化については、市民や地域、事業者などが参加できる組織体制を整備し、オール宇治市として市全体が一丸となれるシンボル（キャッチコピーやロゴマークなど）を検討する。
- ・コンセプトを踏まえたターゲットを設定し、ターゲットに合わせた情報発信や環境づくりなど、有効的な施策展開を図る。
- ・効率的かつ戦略的な施策を実行するため、全市的なシナリオと行程表（アクションプラン）を作成し、協働過程の見える化を推進する。

イ 宇治市独自のストーリー（物語）性を持った戦略の構築や資源活用、商品開発

- ・本市独自のストーリー（物語）性を持った戦略の構築に向け、ターゲットのニーズを意識した本市ならではのテーマを設定し、テーマに沿った資源活用と商品開発を進める。

ウ 突出した魅力を持つ地域資源やイメージを活用したビジネスモデルの構築

- ・本市の魅力高い地域資源やイメージを活かしたビジネスモデルの構築については、新たな集客効果や雇用創出効果を生み出すため、提供する商品の選定や提供方法、多様な資源との連携（組合せ）など、様々な視点から取組内容を検討する。
- ・従来のプロダクトアウトの考えからマーケットインの考えにシフトし、収益モデルを検証するなど、実現性の高いビジネスモデル構築に向けた検討を行う。

プロダクトアウト…製造者側の都合や考えを優先し、商品を製造、開発すること

マーケットイン …消費者側のニーズを優先し、顧客視点で商品の企画・開発すること

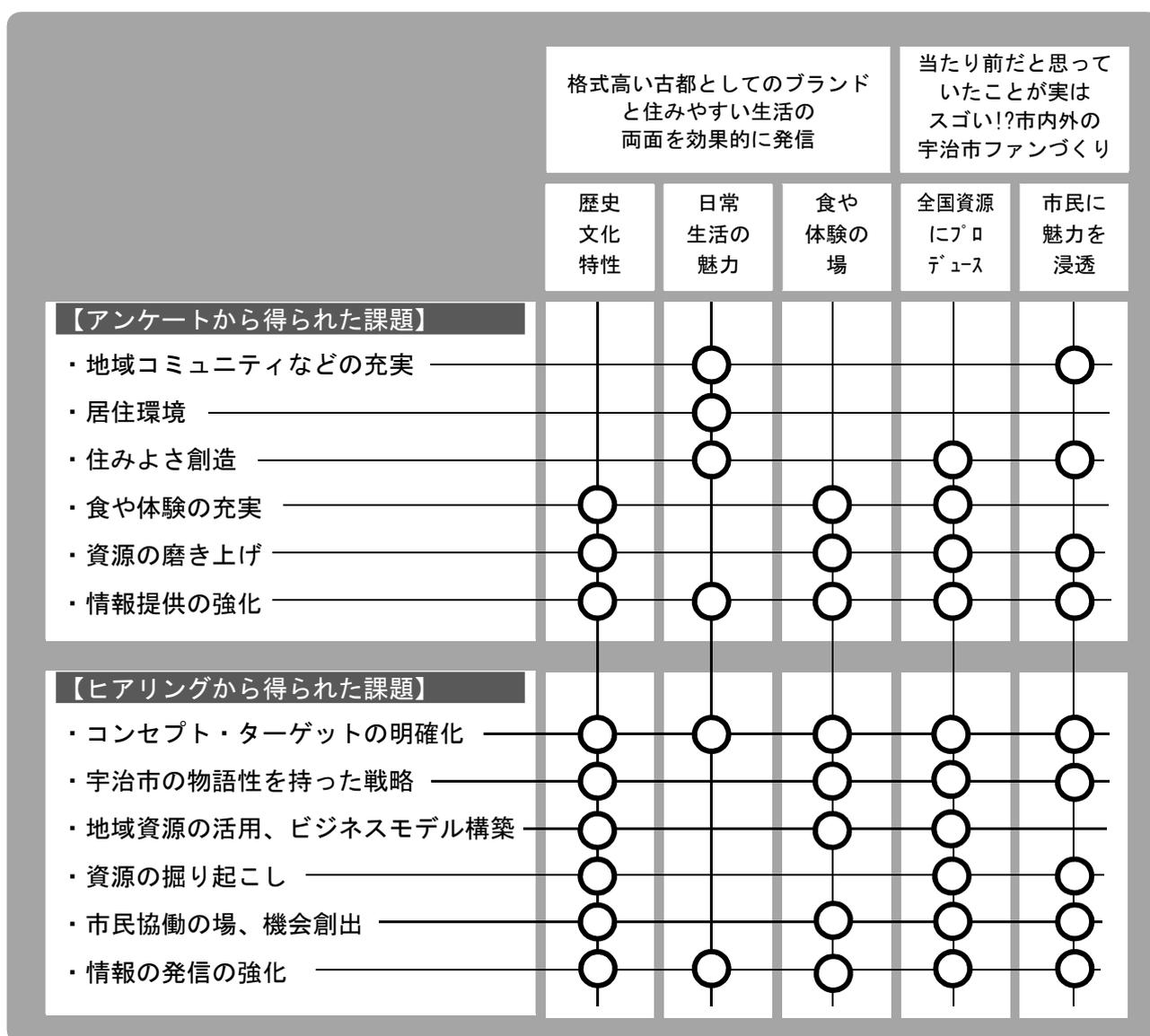
エ 市民の誇りや愛着を醸成する資源の掘り起こしと活用、環境づくり

- ・市民の誇りや愛着の醸成に向け、地域が当たり前と認識している独自の習慣（文化資源）を掘り起こし、それらの効果的な活用方法を検討する。
- ・日常的に様々な世代が直接顔を合わせ、意見や提案ができる環境づくりを進める。

オ 市内外の交流と定住を促し、地域のまとまりと活性化を生む情報発信や手法の検討

- ・地域を盛り上げ、一体感を持たせるため、自分たちのメリットが理解できる情報（経済効果など）を積極的に発信する。
- ・情報発信では、発信する内容や受け手の年代、居住地などを考慮した情報発信方法を検討する。

図表3-1 課題と今後の方向性の整理



2 今後の魅力発信に向けた方向性・取組の検討について

(1) 目的

地元愛着度や本市の魅力の維持・向上及び課題解決に向けた施策の検討



**市民参加による宇治市の魅力の再認識・創造・発信を通じて、
確固たる宇治ブランドを確立し、選ばれるまちとなって持続的発展を目指す**

(2) 今後の方向性

本市の既存の地域資源、様々な魅力をより効果的にプレゼンテーションし、まち全体のブランド力のアップをねらう。

今後の具体的な取組の決定や実施体制の構築にあたっては、市民、企業、学校、関係団体及び市役所の各分野担当で協働し、以下の観点から意識の共有を図る。

ア どんな魅力をプレゼンするか

既存の魅力ある資源を磨き上げるとともに、興味を誘発する資源を創造し、新たな面を見せるイメージづくりを行う。

イ 誰に魅力をプレゼンするか

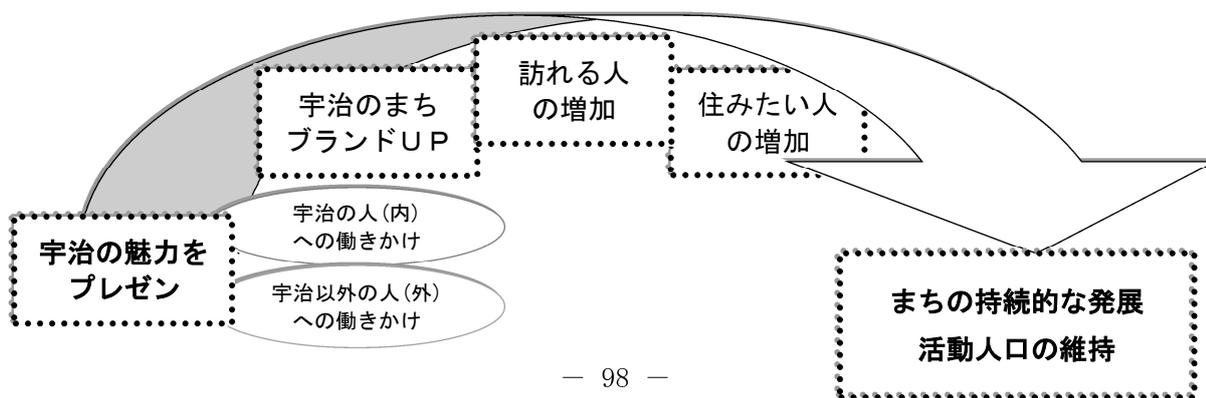
目的に応じたターゲットを決定し、ターゲットに合わせた手法によって、市内外双方に働きかけ、まちのブランド力アップの相乗効果をねらう。

ウ どのように魅力をプレゼンするか

本市に関わる様々な人が本市のプレゼンター・取組の担い手となり、取組を維持・発展させていける仕組みをつくる。

本市のまちの魅力を知ってもらいプレゼンテーションをきっかけとして、本市に興味を持ち訪れる人や住んでみたいと思う人が増加することにより、人口減少を見据えた中でまちに愛着を持って活動を行う人口・人材の維持・増加を図り、人が生き生きと活動を行えるまちの持続的な発展につなげる。

図表3-2 魅力発信のイメージ



3 どんな魅力をプレゼンするか

格式高い古都としてのブランドと住みやすい生活の両面性を効果的に発信

図表3-3 効果的な発信



4 誰に魅力をプレゼンするか

当たり前だと思っていたことが実はすごい！？市内外の宇治市ファンづくり

図表3-4 宇治市ファンづくり



5 どのように魅力をプレゼンするか

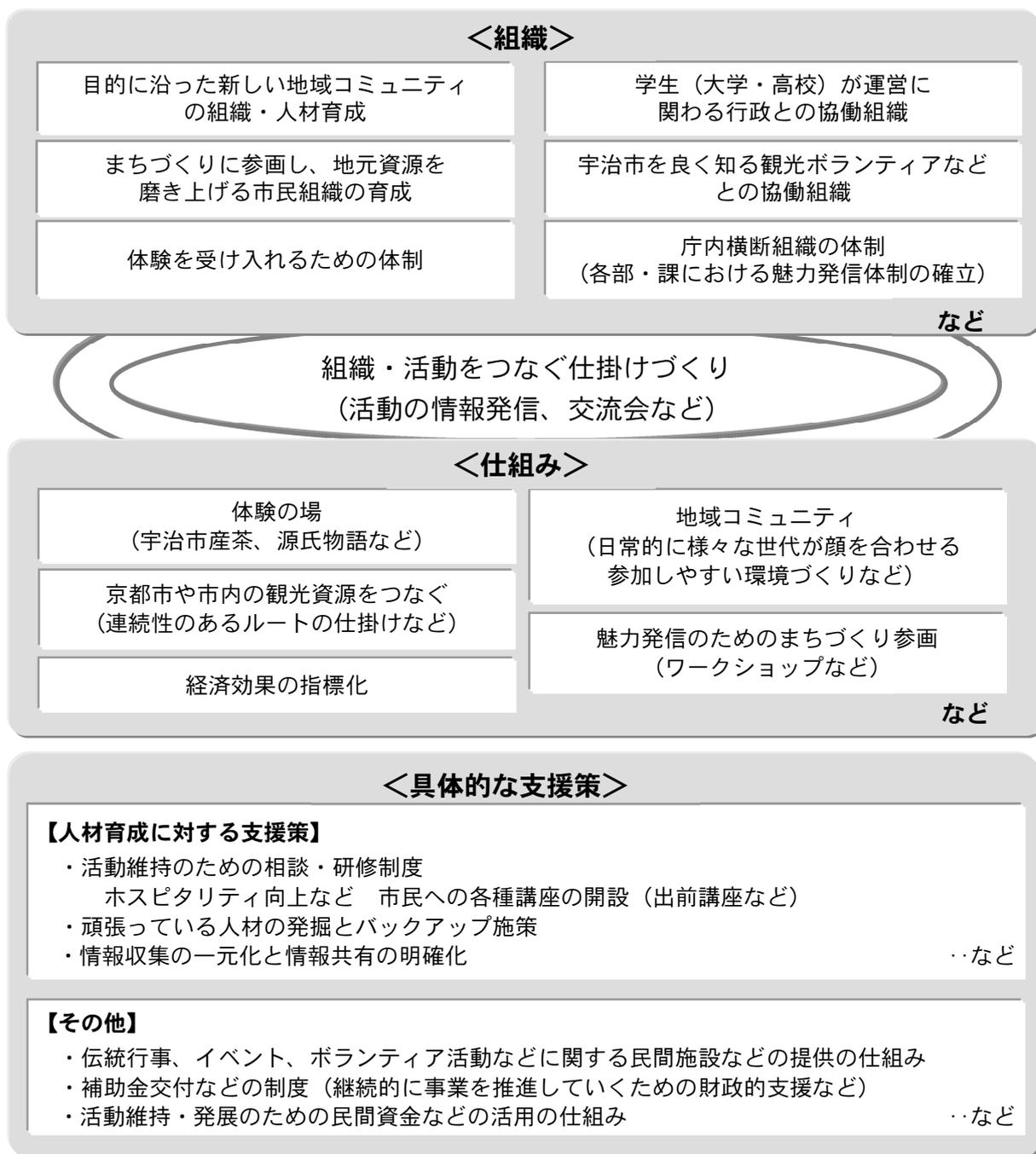
シティプレゼンテーションによる地域活性化の実現に向けた取組の体制を構築

具体的なプロジェクトの策定及びプロジェクト運営を維持していく組織や、既存の組織・活動をつなぐ仕組みが必要となる。また、具体的な支援策として、財政・法制面での施策の整備や、人材育成などのための支援策の検討が必要となる。

今後、具体的なプロジェクトの策定に併せて、必要な体制を整えるとともに、様々なイベントや活動に対する支援策を検討していくことが求められる。

組織や仕組み、支援策については以下のようなものが考えられる。

図表3-5 組織、仕組み、支援策



6 今後の事業展開に向けた課題

各種調査結果、委員会での意見などから、前項において今後の「魅力発信に向けた方向性・取組」の例として以下の9つの方策を抽出した。

今後、これらの方策を具体的に展開していくに当たっての課題を以下に整理した。

図表3-6 <抽出した方策>

- | | |
|-----|------------------------------------|
| 方策① | 自然と調和し利便性の高い生活都市としてのイメージづくり |
| 方策② | 体験・食の場としての仕組みと演出づくり |
| 方策③ | 培ってきた資源の磨き上げ |
| 方策④ | 資源を発展させた魅力づくり |
| 方策⑤ | 各資源の魅力の融合 |
| 方策⑥ | 認知度が低い資源の発信 |
| 方策⑦ | 人の集まる場所(京都市・中宇治地域)から他地域へと足を運ばせる仕組み |
| 方策⑧ | 本市の食文化・生活文化の発掘・再生 |
| 方策⑨ | 市民への情報発信 |

(2) 各方策の必要性と課題

方策① 自然と調和し利便性の高い生活都市としてのイメージづくり

【現況】

- 本市は大都市近郊にありながら、東部に広大な山間地域を有し、豊かな自然が残されている。市民の貴重な財産として、この豊かな自然を保全しながら、総合野外活動センターや地場産業として定着している陶芸などの資源を活用して、地域の活性化を図っている。
- 南西部は、複数の鉄道や幹線道路が通り交通の利便性が高いことから、住宅・商業・工業など、多様な土地利用がなされている。
- 北東部は新興住宅地と古くから住み継ぐ地域が混在した閑静な住宅地が広がるとともに、文化財や大学が点在している。
- 本市のイメージとしてまず想起されるものは、格式高い古都としての歴史・文化的景観などであるが、豊かな自然に恵まれた住みやすい生活都市としてのイメージづくりも、今後の定住促進などにおいては必要となってくる。
- 更に観光資源のみならず、行政サービスや治安などの生活する上での本市のアピールポイントについても広く全国に発信していく必要がある。

【展開イメージ】

- 本市全体のベースとなるコンセプト
- ライフスタイルに合った地域コミュニティのあり方の見直し
- 地域への愛着の見える化
- 転入可能性者向けの情報提供

図表3-7 事業展開に向けた課題

調査 研究	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップなどを通じて地域資源の情報収集、調査を継続的に行う。 ・地域資源の棚卸・評価、市民への意識啓発などを継続的に実施する。 ・愛着度の可視化指標の検討。 ・市民の地域コミュニティに求めるものの掘り起こしが必要。
体制 づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・市民目線でのコンセプトづくりや地域資源発掘のための、ワークショップなどの体制が必要。

方策② 体験・食の場としての仕組みと演出づくり

【現況】

- 本市は、中部圏、関西圏からも短時間で訪れることのできるアクセス性の良さを有し、歴史ある街並みや豊かな自然景観の広がる、都市居住者が歴史を体感するには良好な地域である。
- 宇治茶の名は日本茶のトップブランド、高級茶の代名詞として、全国に知れ渡っている。
- 更に黄檗山萬福寺の普茶料理は、開祖、隠元禅師が中国から伝えた中国風の精進料理で、三百数十年の伝統と風味が楽しめる。
- 一方、来訪者の食や体験へのニーズは高いものの、現状ではお茶は食の充実には直接結びついていない。
- 全国的な観光ニーズの傾向としても、食や体験などの人気が高い。本市にも、数寄屋造りの市営茶室「対鳳庵」や宇治茶道場「匠の館」、また最新の研究成果を織り交ぜた講座などが受講できる、国内唯一の源氏物語に関する博物館「宇治市源氏物語ミュージアム」など、いくつかの体験施設が存在するものの、来訪者の認知度はまだ十分なものとは言えず、体験施設としての魅力を更にアピールしていく必要がある。

図表 3-8 現況例

■宇治茶道場「匠の館」
お茶の淹れ方教室



資料: 京都府HPより

■市営茶室「対鳳庵」



資料: 宇治市HPより

■源氏物語ミュージアム



資料: 源氏物語
ミュージアム
HPより

【展開イメージ】

- 体験の場の整備（茶室などの利用の仕組み）
- 体験を支える人づくり（農家や茶匠などの協力の仕組み）
- 特色ある食を楽しむ場を演出（普茶料理の活用など）

図表 3-9 事業展開に向けた課題

調査 研究	<ul style="list-style-type: none"> ・既存施設や資源を活かしてより魅力的な、来訪したくなる環境づくりを行うために、どのような機能（体験機能など）を盛り込むべきかについて市場のニーズ調査が必要。 ・加えて、より効率的な運営を図るための運営方式（地域の農家や茶匠と連携した体制づくりなど）について、調査を行うことが必要。
体制 づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・本市でしかできない体験を実現するため、地元文化・風土をよく知る茶匠や農家などとの連携を行うための体制づくりが必要。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・事業費の確保や、現状では対応が難しいニーズに対応するため、本市で行われている他の取組との連携を検討することが必要。

方策③ 培ってきた資源の磨き上げ

【現況】

- 六地蔵から菟道に至る地域は、黄檗山萬福寺などの歴史・文化遺産が連なる良好な住宅地となっている。
- しかし現状では、本市の地域資源の観光活用には、以下のような課題がある。

- ・地域資源が住民の生活圏に入っており、交通基盤や駐車場などの面での受け入れ態勢を十分検討する必要がある
- ・観光振興は行政や関係団体主導で行われ、市民が直接企画・運営するような体制とはなっていない…など

【展開イメージ】

- 市内各地域資源の特性・魅力の整理 → データベース化
- 発信すべき資源の優先順位の決定
- 各資源をつなぐストーリーづくり
- 地元資源の受け入れ体制整備 → 組織・仕組みづくりへ
- 地元のホスピタリティの醸成・人材育成

図表3-10 事業展開に向けた課題

調査研究	・各資源の魅力向上に向けた各資源の歴史・伝承、特色などに関する学術的研究が必要。
体制づくり	・より高度な知的観光ニーズに対応できる、幅広く深い知識を有する案内人を育成する必要がある。そのための勉強会などの開催や、高い知識の提供に見合う対価が受けられる登録制度の仕組みなどの検討が必要。
その他	・本市への観光ニーズを高めるために、地域住民が、本市を観光の場として認識し、来訪者を受け入れる意識を持つことが必要となる。来訪者受け入れの意識の醸成の取組が必要。

方策④ 資源を発展させた魅力づくり

【現況】

- 本市では“「宇治茶」と「源氏物語」のまち宇治”を広く発信するため、本市出身の著名人を審査委員長に迎え「宇治茶と源氏物語」スイーツコンテスト in 宇治を実施するなど、新しい魅力づくりにも取り組んでいる。
- しかし現状では、抹茶を使ったスイーツやお茶に合うお菓子などは京都市内でも手に入るため、本市でなければ食べられないなどの付加価値を持った特産品の開発が必要となってくる。

【展開イメージ】

- スイーツなど新たな食の開発（京都市内では食べられない新たな「宇治〇〇」）
- 既存資源の付加価値の研究（お茶をよりおいしく楽しむための方法など）

図表 3-11 事業展開に向けた課題

調査 研究	・おいしいお茶のための水のあり方（茶葉と同じ産地、硬度など）や闘茶、茶香服など、お茶をよりおいしく楽しむための付加価値の研究など。
体制 づくり	・民間事業者などとの協働体制の確立。
その他	・茶道は、美術、書画、生花、茶室建築、造園、懐石料理や菓子などに至る総合芸術であることから、幅広い分野とのコラボレーションのあり方の検討

図表 3-12 体験茶香服



資料：宇治市

方策⑤ 各資源の魅力の融合

【現況】

- 本市は、世界遺産の宇治上神社・平等院をはじめ、数多くの社寺や、宇治茶に関連する伝統的な家屋も多く残されるなど、歴史・文化的資産に恵まれている。
- 宇治茶は本市の象徴であり、全国に誇る銘茶の代名詞ともなっている。
- しかし現状では、観光資源としては認識されているものの、日常生活の中に溶け込みながらふれられるものというイメージが持たれていない。

【展開イメージ】

- 歴史・文化・お茶の調和した風景の魅力発信
- 市内どこでもおいしいお茶を提供（お茶の講座や資格の認定など）

図表3-13 事業展開に向けた課題

調査 研究	<ul style="list-style-type: none"> ・各地域の特色ある町並みの維持と新たな活用手法の研究が必要 ・お茶の講座や資格の認証制度に向けた基準・運用などの研究など
体制 づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・地域が主体となったイベントなどを実施する体制の構築。 ・お茶に関する知識を持つ、伝えられる人材の発掘
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・市民が生活の中で質の高いお茶にふれる頻度を上げる仕掛けの検討

図表3-14 八十八夜 茶摘の集い



資料：宇治市

方策⑥ 認知度が低い資源の発信

【現況】

- 本市は平等院などの突出して有名な地域資源を有するため、観光ガイドブックなどではもっぱらそういった観光スポットの紹介などに終始してしまう傾向にある。
- 一方、様々な地域資源が市域に広く点在しているため、歴史・食・文化などテーマに沿った地域資源の発掘や回遊ルートの検討が必要である。
- また、全国で行われる物産展やイベントなどでは、京都全体の中の一部として紹介されることが多いことから、本市ならでは、本市でなければ買えない・体験できないといった付加価値のある情報を伝える仕組みが必要となってくる。

【展開イメージ】

- ターゲット別の手法の決定 → 同じ年齢層・ライフスタイルなどの人から提案の仕組み
- 歴史/食/文化などの知られていない地元ツアー
- 物産展・イベントの全国展開
- 地元で食べる・買える・体験できる機会の確保

図表 3-15 事業展開に向けた課題

調査研究	<ul style="list-style-type: none">・年齢層、ライフスタイルなどの、ターゲット別のニーズや動向の継続的な調査が必要。・歴史、食、お茶、自然など、観光テーマの調査と、各テーマをツアー化して提供するための歴史、食、お茶、自然など、本市で提供できる観光テーマの調査と、各テーマをツアー化して提供するためにあまり知られていない地域資源の発掘・再生のための継続的な調査が必要。
体制づくり	<ul style="list-style-type: none">・幅広い層からの情報を収集する体制の確保。
その他	<ul style="list-style-type: none">・全国を対象にした効果的な情報発信の方法の検討。

方策⑦ 人の集まる場所(京都市・中宇治地域)から他地域へと足を運ばせる仕組み

【現況】

- 宇治川に架かる宇治橋周辺の地域は、世界遺産である宇治上神社・平等院に代表される数多くの文化財、歴史ある街並みを有し、国の重要文化的景観となっている。
- 加えて、東部を占める広大な山間地域は豊かな自然が広がっており、歴史、特産品、自然など、多くの地域資源が点在している。
- しかし現状では、本市の地域資源の観光活用には、以下のような課題がある。

- ・全国的に著名な観光資源以外は、認知度が低い、または地元住民しか知らないため、市外からの来訪者は中宇治地域に集中する。
- ・京都駅から快速で15分の距離にあり、緑豊かな自然と高い文化的要素をもちながら、滞在時間の短い素通り観光となっている（観光動向調査では、本市の滞在時間は「2時間～3時間未満」が28%で最も多く、次いで「3～4時間未満」が多かった。観光客の本市での平均滞在時間は3時間21分であった。）

【展開イメージ】

- 一見さんとリピーターそれぞれに合った情報発信
- 本市への行き方・所要時間のPR
- 各駅での特徴の打ち出し
- 楽しく地域を巡れるルートの案内
- おすすめ施設のPR
- 外国人向けの情報提供や環境整備

図表3-16 事業展開に向けた課題

調査研究	<ul style="list-style-type: none"> ・初めて来る人と2回目以降の人それぞれのニーズに向けた情報発信が必要。 ・外国人の観光動向やニーズの継続的な調査が必要。
体制づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・地域に点在する観光資源の連携が必要であるが、現状では、十分な連携がなされていない。楽しく地域を探訪するツアーの運営に向けた、連携体制の確立が必要。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・本市の観光情報が、京都市を含めた観光案内の一部として提供されることが多いため、京都市の観光客を本市に更に誘導する仕組みを検討していく。

方策⑧ 本市の食文化・生活文化の発掘・再生

【現況】

- 本市には普茶料理などの伝統的な食文化や、宇治茶を中心に開発されたお菓子などがあるが、京都市にはない独自の「食」を開発していくためには、更に今は作られていない本市独自の郷土料理の発掘・再生も必要となってくる。
- 本市の宇治川花火大会の評価は高く、また宇治茶まつりなどは、実際体験した人の評価は高いものの、京都市にはない独自の市民文化を開発していくためには、更に来訪者にもおすすめできる、今は地域に埋もれている遊びなどの発掘・再生や、既存のイベントのブラッシュアップなどが必要となってくる。

【展開イメージ】

- 本市の歴史にある食文化や郷土料理の発掘・再生
- 現代の味覚にあう郷土料理の開発
- 地元でしか知られていない遊び・言葉などの発掘
- 各地域イベントの磨き上げ（「おいで」と言いたくなる地元づくり）

図表 3-17 事業展開に向けた課題

調査 研究	<ul style="list-style-type: none"> ・本市独自の食文化や郷土料理の調査が必要。 ・発掘した素材の歴史的・文化的な伝承、価値の調査が必要。
体制 づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・発掘・再生した料理を広く本市の特産品として開発・発信させていく体制の検討。 ・地域ワークショップなどを通じて地域資源の情報収集、調査を行うとともに、各資源について知識を有するキーパーソン（人材育成の講師となり得る人）を抽出。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップ、まち歩きなどを通じて市民自らが文化の発掘・再生にかかわっていくことが重要。

方策⑨ 市民への情報発信

【現況】

- 本市では、学校の総合学習の時間に「宇治学」として、自分たちの住む地域の自然や歴史を学び、地域社会の一員としての自覚をもって「ふるさと宇治」を愛する気持ちを醸成する取組を続けている。
- また市内の高等学校や大学では、ボランティアの授業でまちづくりを扱ったり、宇治茶を通して本市の魅力を発信する地域連携学生プロジェクトに取り組むなどしている。
- 一方、来訪者に評価が高いイベントなどの地域資源の、市民認知度が低い。
- 市の行政サービスに対する満足度が低いものの、住民のニーズがどこにあるのか深く掘り下げていく必要がある。

【展開イメージ】

- 市の施策、行政サービスなどの情報発信のあり方検討 → 何が必要なのか深堀り
- 地域のロコミカを上げる仕掛け（まちの隠れた魅力の収集など）
- 学習の場を活用した、わがまち（地域）の誇り・自慢を表現する意識の醸成
- 新しいものへの寛容性の醸成
- 市民などとの協働による各地域の情報発信

図表3-18 事業展開に向けた課題

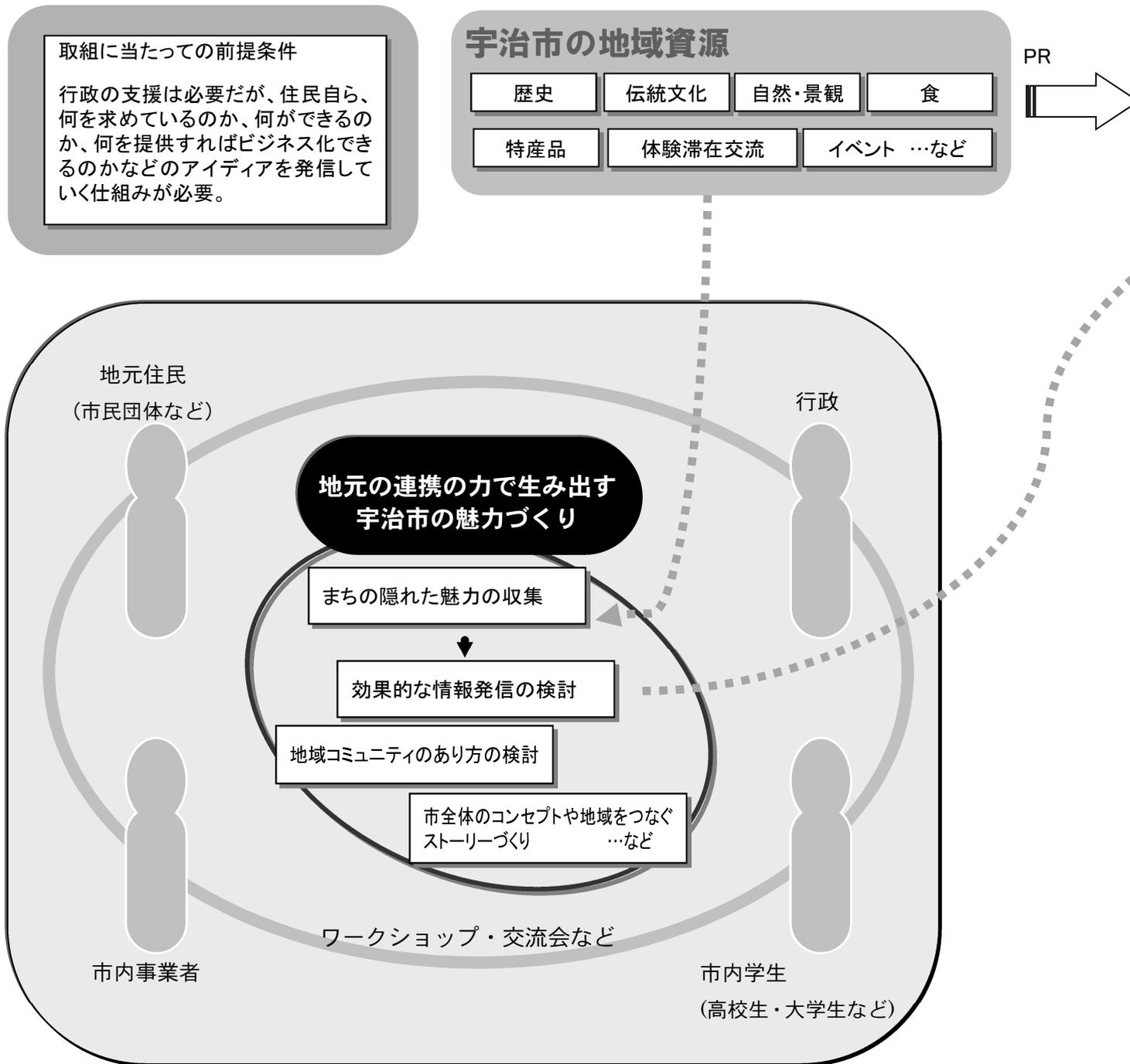
調査 研究	<ul style="list-style-type: none"> ・市民のニーズの把握を目的とした調査を継続的に実施するとともに、それに柔軟に対応した形で情報発信するための方法を検討。 ・より効率的な情報収集・発信のあり方など、様々な情報提供媒体の特色や効果に関する調査が必要。
体制 づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・市民のニーズの継続的な情報収集と、それを関係主体に提供し、それぞれの主体で対応を検討するための体制と枠組みづくりが必要。 ・市民自らが検討し発信していくような体制を検討することが必要。

7 住民参加による取組に向けて

これらの方策は単独で機能するものではなく、互いに影響を及ぼし合い、多くの部分が緊密な関連をもちながら有機的に機能するものである。

また、行政の支援は必要だが、住民自ら、何を求めているのか、何ができるのか、何を提供すればビジネス化できるのかなどのアイデアを発信していく仕組みが必要である。

図表3-19 住民参加の取組



効果的な情報発信



住民の取組への参画を後押しする方策

地域づくりは地域住民による自発的な取組が重要であるが、行政側はそれらの活動を色々な面で支援していく。(情報の提供、情報の発信、財政面の助成など)



庁内横断組織の体制
(各部・課における魅力発信体制の確立)

活動維持のための相談・研修制度
ホスピタリティ向上など
市民への各種講座の開設(出前講座など)

人材育成に対する支援策

情報収集の一元化と情報共有の明確化

頑張っている人材の発掘とバックアップ

学習の場を活用した、わがまち(地域)の誇り・自慢を表現する意識の醸成

体験を支える人づくり
(農家や茶匠などの協力の仕組み)



市の施策、行政サービスなどの情報発信のあり方検討
→ 何が必要なのか深堀り

定期的なブラッシュアップの実施、伝統行事、イベント、ボランティア活動などに関する民間施設などの提供、補助金の交付、参画しやすいよう制度改正などの支援
… など

