

胎内市総合計画策定に係る 住民提案

はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・	1 頁
自然環境グループの提案・・・・・・・・	2 頁
福祉・健康グループの提案・・・・・・・・	8 頁
産業振興グループの提案・・・・・・・・	13 頁

平成 28 年 5 月

第 2 次胎内市総合計画策定市民ワークショップ

『胎内市総合計画策定に係る市民ワークショップ』は、「胎内市総合計画」の策定にあたって以下の3点を目標に実施された市民の検討の場です。

- ① 市民が抱いている“こんなまちにしたい”“こんなところを改善したい”という思いを総合計画に反映する
- ② そのために、10年後の胎内市の目指す姿（基本方針）や重点的に取り組むべき項目（重点施策）の案を検討する
- ③ 検討した成果を参加者自身の言葉でまとめ、これを「市役所」や「策定審議会」へ提言する

実際の検討は、現行の総合計画の骨格を踏襲して「自然環境」「福祉・健康」「産業振興」の大きく3つの分野を設定し、26名の参加者が参加申込時の希望をもとに3つのグループに分かれて行いました。

次ページ以降の内容は、この3つのグループが毎月1回、合計4回のワークショップを通じてまとめた検討の成果です。

胎内市総合計画策定に係る市民ワークショップのあゆみ

開催日時	内容
第1回 平成28年2月17日（水）19:00～21:00	テーマ： 胎内市の現状の整理
第2回 平成28年3月16日（水）19:00～21:00	テーマ： まちづくりの方向性の検討
第3回 平成28年4月13日（水）19:00～21:00	テーマ： 目標を実現する施策案の検討
第4回 平成28年5月25日（水）19:00～21:00	テーマ： 住民提案のまとめ

1. 自然環境グループの現状認識

私たち自然環境グループは、現在の総合計画が掲げる目標「住む人が安心・快適に暮らせるやさしいまち」に関して、現在の状況を以下のように捉えています。

① 豊かな自然について

- 胎内市のよいところは、豊かな自然があること！
- 山あり、川あり、海あり！
- 春夏秋冬、それぞれに魅力があります
 - 春：新緑、楡形山脈山開き
 - 夏：海水浴、温泉、花火、星まつり（胎内平）
 - 秋：紅葉
 - 冬：スキーカーニバル、たいまつ、花火

しかし

- 地域・観光資源が点在していて、これをつなぎ、楽しむような観光ルートづくりができていません
- OPRができていないため、その良さが知られていません
- パンフレットなどがどこに置いてあるかわかりません
- 地域情報を得る場所（観光地や道の駅）での情報発信が下手
- 市内の魅力発信についてインターネットに対応していません

② 胎内の伝統・文化・観光・食について

- 秋には民謡流し、山車や神輿の出る祭りもあり、伝統・文化の息づくまち！
- 米粉、山菜、川の魚、海の魚といった豊かな食があります
- 山（釣り堀）でイワナやニジマスが釣れます

しかし

- 市民の主な移動手段が車のため、車が無いと移動に困ります
- 公共交通が充実していません
- 観光客には車で来てもらうこととなります
- 交通アクセスの面で課題があります

③ 胎内の教育について

- 実は、胎内市は誇るべき教育の質が高いまち！
- 市民が普通と思っている、胎内市が行っているキャリア教育（小5で民泊、中2で職業体験等）は、他市にない教育システム
- 学力やスポーツ活動（柔道やバレーボールなど）で全国的に表彰されています
- 保育園待機児童は「0」です

しかし

- 市民は市内に育っているので、ごくごく普通のことだと思っていない（この恵まれている感覚は、自然や食についても同じです）
- 大学がない、就業場所がない、魅力に欠けるといったことにより、若い世代は進学・就職を機に市外に出てしまっています

2. まちづくりの方向性

ここまでの議論を整理すると……

「観光資源となる地域の魅力が多くあるが、点在してネットワーク化していない」

「身近な自然、食や伝統文化がある胎内市を知らない人が多いのは、PR 不足」

「若い人にとっては市内の魅力不足のため、就職などで市外へ流出」

という課題が胎内市にはあります。

我々のグループでは、そんな現状認識を踏まえて、

「良さを知って広めることによって、うれしくなっていくまちをつくりたい」

「普通を求めないことで前例のないことへの挑戦をしていきたい」という気持ちから、

知れば知るほど 住みたくなるまち

をまちづくりの目標に設定します。

そして、この目標を実現するために これからは

A 考えて、実行して、つながる…すべてを楽しんでチャレンジする

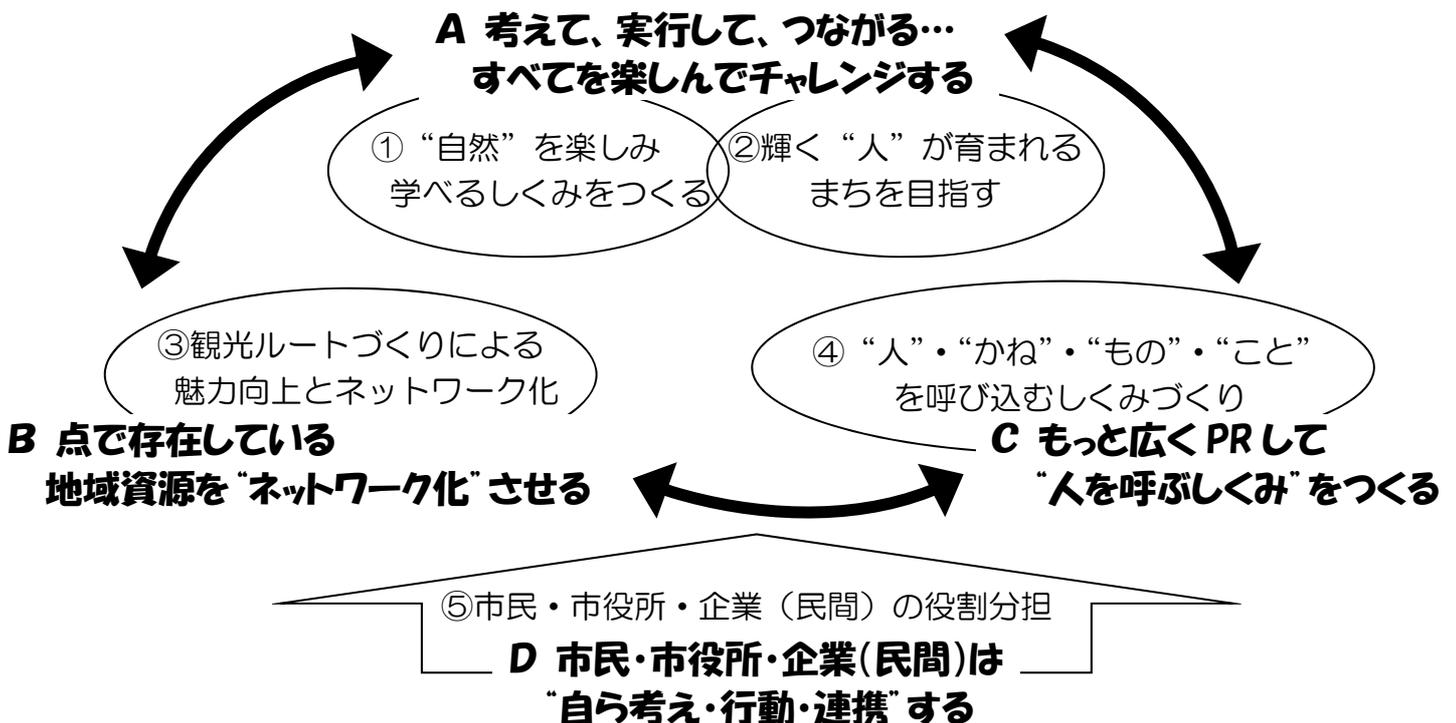
B 点で存在している地域資源を“ネットワーク化”させる

C もっと広くPRして“人を呼ぶしくみ”をつくる

D 市民・市役所・企業(民間)は“自ら考え・行動・連携”する

(という視点を持って施策を展開する) ことが重要だと考えています。

3. 目標を実現する施策案



① “自然”を楽しみ学べるしくみをつくる

胎内にある胎内の“自然資源”について、現状や困りごとを整理することによって、参加して楽しめる体験型観光・イベントや教育に組み込むなど、かっこよく解決していくしくみをつくります

<具体的なイメージ>

- 倒木や枯れ木があるという課題を解決するため、市民・観光客に参加してもらい、それがどこにあって、なぜそのような状況になるのか、学びと行動で対処
- 屋根の雪下ろしといった課題も、市民や観光客などに体験してもらい人手不足解消
- 自然（春：田、夏：海、秋：紅葉、冬：雪、年間：きれいな星）があるので、体験でき、観光や教育にもつながる、循環のしくみ
- つくる、植える、採る、食べる、（星）撮る、体験で自然を学ぶ（例：星空キャンプ）
- [海⇄まち⇄山]といった学びの拠点をいくつか作り、それらを結び付け、市外に発信
- 話題がある⇒人が来る⇒楽しい⇒発信したくなる⇒新たな話題ができる…といったしくみづくり（例：サバイバルゲーム、好きな人（マニア）を呼び込む魅力を向上）

<実現の方法>

- 行 政は
 - ☞市民や観光客と事業者の橋渡しをする
 - ☞市民や事業者の活動や拠点づくりを支援する
 - ☞企画のアドバイザーやコーディネーターを呼ぶ
- 市 民は
 - ☞日々の生活の中で、課題を提示し、解決の方法を考える
 - ☞ここが“THE 胎内”と呼べる“スポット(拠点)”を見つけ出し、つくる
- 事業者は
 - ☞市民の意見を受け止め、一緒に、観光の視点で体験学習を企画する

② 輝く“人”が育まれるまちを目指す

胎内、地域の魅力がたくさんあります、なんといっても“人”が一番大切です。胎内で元気いっぱい遊び・学び・働く、人づくりをめざします

<具体的なイメージ>

- 自分の技術や商品を提案できる場づくり
- 今まで続いている胎内市の体験型授業を情報発信
- 米粉や地元の食材を児童以外にも食べてもらう（例“給食試食会”）
- “外の人”の評価が“市内の人”を育てる
（例：田植え体験から地域の良さを深く知ること、市民の誇りが作り上げられる）

<実現の方法>

- 行 政は
 - ☞学校や地域で教育を通じた人づくり（人材育成）
- 市 民は
 - ☞地域で子育て、親育て、人を育てる
 - ☞企画に参加し、参加者に胎内の良さについて話して伝える
- 事業者は
 - ☞農業から6次産業へ、そして、学びの場の提供へ

③ 観光ルートづくりによる魅力向上とネットワーク化

市内にある胎内にしかないもの（“自然”、“伝統・文化”、“歴史”、“食”、“まち”など）、それぞれについて、磨きをかけつつ、これらをネットワーク化させることにより、回遊性のある観光ルートづくりを進めます

<具体的なイメージ>

- 交通：JR 中条駅とロイヤル胎内パークホテルまでの交通手段として“のれんす号”を活用
レンタサイクルやレンタカーの活用と市内観光ルートの開発
- 観光コース：市内の観光地や食などの楽しみを回遊できるモデルコースづくり
- 食：胎内市での観光の目玉づくり、滞在時間を“食”で延長
ここにこなければ食べられない“地もの”を食べてもらうコース
まち歩きに組み込んだ“食べ歩きツアー”
米粉や、有機飼料で育てた家畜を加工して、ネットで販売する
食材も調味料も燃料も器具も“オール胎内産”でBBQをする
- 素材の良さ、おしゃれなデザイン、地元のおもてなしの3つが揃った、素敵なまちづくり
- まちなかの緑、壁にも緑、緑いっぱいのもちづくり（例：東京の代官山や田園調布）
- バリ島の魅力は、自然や地域の素朴さ。それが宝であることを外の人が気づかせてくれた。同様な視点で、外の力を借りて地元の良さを引き出す

<実現の方法>

- 行政は
 - ☞公共交通サービスの向上を検討する（JRやバス事業者などの調整、市の方針を伝えて協力依頼）
 - ☞観光サービス向上に向けた関係機関の話し合いの場をつくる
 - ☞観光協会などとモデルコースづくり
 - ☞胎内市産品の独自性（ワイン、ハムなど）を打ち出す
ここに来れば必ず食べられることがわかるようにする
 - ☞緑や花の多い街並みやおしゃれな家などを誘導する
- 市民は
 - ☞ふつうだと思っていることも魅力の観点から見直す
 - ☞市民目線で、課題解決の方法や地元情報を、話し合いの場で伝える
 - ☞お気に入りの店やおすすめの場所をつなげてモデルコースを提案する
 - ☞地元の人たちで案内するなど、素朴なおもてなしをする（例：観光ボランティア）
- 事業者は
 - ☞事業者目線で、課題解決の方法や地元情報を話し合いの場で伝える
 - ☞素材をおいしく料理してメニューに載せる
 - ☞レストランやホテル・旅館が連携して食材を料理し、それぞれの味で提供する
 - ☞新たな観光ルートでバスを運行させる
 - ☞レンタサイクル、レンタカーの貸し出しの場で胎内市をPRする
 - ☞事業者の立場で観光客を温かくおもてなしする

④ “人”・“かね”・“もの”・“こと”を呼び込むしくみづくり

＜具体的なイメージ＞

- 情報：市内のどこに行けばよいかわかる「パンフレット」作成と観光客向けの配布
看板・サイン（例：道の駅に行きたくてもどこにあるかわからない）
- 情報発信の場所：人が多く訪れる場所（例“道の駅”“スーパー”）
置いてある場所を知るしくみ
- 情報発信の方向：地元ではなく、市外・県外にPR
- 情報発信の方法：TV、新聞、情報紙、SNS の力を借りる（例“フェイスブック”“ツイッター”“インスタグラム”“ライン”）

＜実現の方法＞

- 行政は
 - ☞市民の意見を聞く場を設ける（例：(仮称)胎内市魅力向上委員会 など）
 - ☞市内全域の魅力が盛り込まれたPRパンフレットを作成する
 - ☞パンフレットの置き場を改善する
 - ☞インターネット対応での胎内市の魅力発信の方法を検討する
- 市民は
 - ☞SNS が得意な人は率先して情報発信する（※）
 - ☞情報発信されたことに対して、共感する（例：フェイスブック「いいね」）（※）
 - ☞発信された情報に関して、伝え合い、友だちの輪を広げる（※）
 - ☞胎内市をPRする動画を毎日作成してYouTubeにアップする（※）
- 事業者は
 - ☞新聞、情報誌、広告などでPRする
 - ☞胎内市おすすめ旅行企画をたてて観光客に来てもらう（人を呼ぶ）
 - ☞テレビ等のメディアを通じて、そこにしかない情報発信をする

※：行政も、事業者も、同様の行動を

⑤ 市民・市役所・企業(民間)の役割分担

＜具体的なイメージ＞

- 胎内市を知るしくみをつくる（例：胎内の検定）
- あまり知られていない胎内市の良さを発信する（例：奥胎内）
- 観光地でのガイドを充実する（例：まちなかや観光地でのボランティア）
- 写真を撮ってSNS発信（イメージ例：誰でもフォトグラファー）
- 市民の声を行政に直接伝える場づくり（例：子ども版ワークショップ）
- ここにしかない地域の魅力を発信する（例：日本一小さい楕円山脈のPR）
- 既にある地域資源を全国レベルまで磨き上げる（例：動物園）
- 交流人口や宿泊者数の多い市外イベントと連携する（例：新潟市開催イベント）

＜実現の方法＞

- 行政は
 - ☞胎内市の魅力に胎内市を知るしくみをつくる（例：胎内の検定）
 - ☞限られた予算での市民目線のサービスを提供する
 - ☞市民の声を行政に直接伝える場をつくる（ワークショップの運営支援）
 - ☞観光協会など、関係機関と魅力を発信するしくみを検討する
 - ☞全国的に有名な観光地を関係者ととともに視察する

- 市民は
 - ☞市外で行っているステキだなと感じるもの・ことをやってみる（※）
 - ☞“胎内の検定”などに参加してまちなかボランティアで市内を案内する
 - ☞知られていない胎内市の良さを友だちにPRし、情報発信に協力してもらう
 - ☞魅力を市民や観光客に伝える（ガイドする）
 - ☞写真を撮ってSNSで発信する
- 事業者は
 - ☞今ある地域資源（素材）を一目置かれる位に磨き上げる
 - ☞今の時代に合った考え方を導入する
 - ☞若い人の意見を聞き、新しい企画にチャレンジする
 - ☞市内にとどまらず、自ら考え、行動する

※：行政も、事業者も、同様の行動を

⑥ その他の具体的な提案

①～③に関連する事項として、以下の内容を提案します

（１）第１次基本計画の検証

- 今回の第２次計画を作っていく前に、第１次計画において、何ができて、何ができなかったか、整理しておく必要がある

（２）地域活性化（人口減少の抑制、移住・定住）

- 市外に出て、改めて胎内の良さを知ることもある
- それによりきっと戻ってきてもらえるはずである
- 市外に出て、戻ってもらえるしくみをつくる必要がある
- 人口を増やし地域が活性化していくために、商店街の復活が不可欠で、そのための駐車場整備が必要である
- 空き家バンクを学生や若い人でも気軽に使えるよう、“貸す”や“借りる”ができるようにしていけばよいと思う

1. 福祉・健康グループの現状認識

私たち福祉・健康グループは、現在の総合計画が掲げる目標「住む人が安心・快適に暮らせるやさしいまち」に関して、現在の状況を以下のように捉えています。

① まちの環境について

- 自然環境がとても豊かです
- とても素晴らしい風景があります（合併して海、山、川が揃った！）

しかし

- 市街地には「空き家が多い」「川が汚い」「子どもや高齢者の移動が不便」「道路が狭く危ない（特に冬期）」といった課題があります

② 福祉・健康分野の支援制度について

- 子育てに関しては他市と比べても手厚いサービスが行われています（妊婦健診、保育料、医療費・薬代に対する補助など）

しかし

- 高齢化が進んだためか、子育てと比較して高齢者に対するサービスは低下したという印象があります
- 悩みを抱えた親への対応、発達障がい者への支援・理解などまだ不十分なところもあります（相談機能等）

③ サービス等が受けられる“場所”について

- 自然を楽しむ施設、スポーツをする場所がたくさんあります
- ほっとHOT・中条などの拠点施設や各地域には集会所もあります
- 松原牧場や胎内平はもっと有効活用ができそうです

しかし

- 優れた施設があっても「知られていない」「入りづらい」等の理由で十分に活用されているとは言えません
- 送迎なしで通える身近な遊び場（雨雪の日でも利用できる手入れの行き届いた公園等）がありません

④ 福祉や防災等を支える“人”や“地域”について

- 子ども見守り隊や施設運営等に協力するボランティアがいます
- 囲碁・将棋や踊りの会などの趣味の活動が盛んな地区や、防災等の地域活動が熱心な地区もあります

しかし

- 一部の人の活動に留まっていて、横のつながりも少ないため、良い取組が思うように広がっていません
- 地域活動は“リーダー次第”という現状があります

2. まちづくりの方向性

ここまでの議論を整理すると……

「安心・快適に暮らす上で不便な点や困り事がまちの中には隠れている」

「良い制度や施設、サポーターが存在するが困った人には届きづらい」

「専門的なサポートが不足している分野もある」

という課題が胎内市にはあります。

我々のグループでは、そんな現状認識を踏まえて、

誰のどんな悩みにも ワンストップで対応できるまち

をまちづくりの目標に設定します。

そして、この目標を実現するために これからは

A 垣根のないサービスを提供する(オープン化)

B 点在する人・場所・情報を結ぶ(点を線に、線を面に)

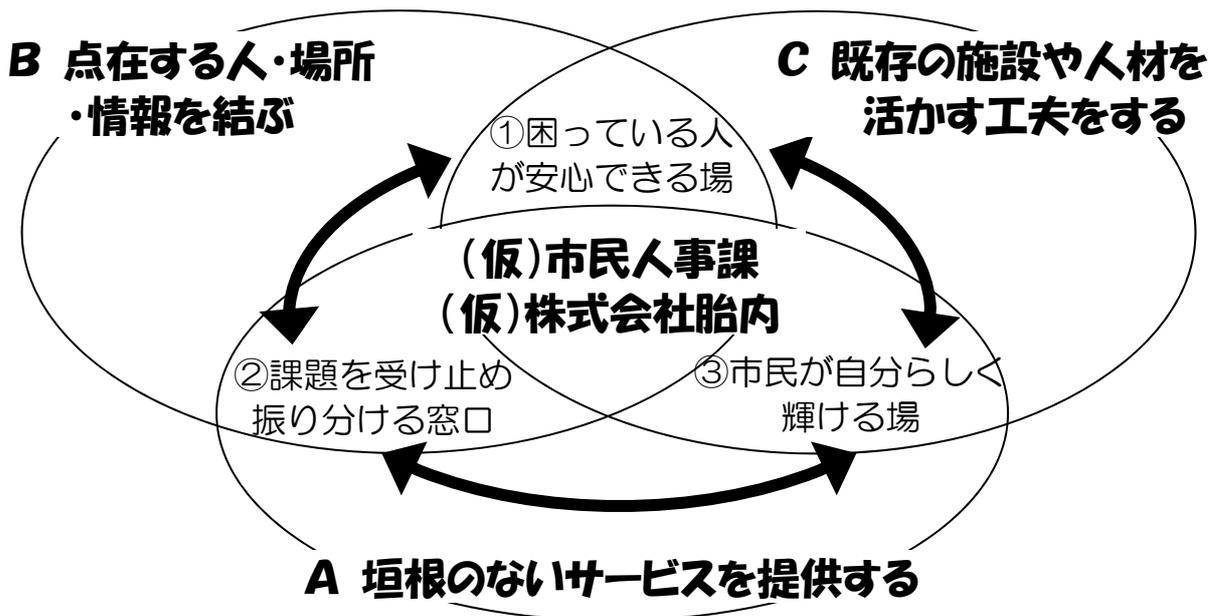
C 既存の施設や人材を活かす工夫をする(マイナーチェンジ)

(という視点を持って施策を展開する) ことが重要だと考えています。

3. 目標を実現する施策案

困っている人のための入口となる場所（①）があり、そこですくい上げた課題を受け止め解決するための窓口（②）があり、市民がこうした取組のサポートに力を発揮するための仕掛け（③）がある。

これらを1つのパッケージにまとめた「(仮称)市民人事課」あるいは「(仮称)株式会社胎内市」の仕組みにより、誰のどんな悩みにもワンストップで対応できるまちの実現を目指します。



① 困っている人が安心できる場をつくる

困っている人が足を運びやすいような、自分から声を上げられない人に気付いて声をかける人がいるような場を設けて、市民の悩みをすくい上げることができる（さりげなく福祉を提供する）仕組みをつくります

<具体的なイメージ>

- 行政の窓口や図書館、公民館等の複数の機能が入った拠点的施設
- 送迎や子どもの預かりなど困っている人が利用しやすい環境が整っている
- 買い物のついでやお茶を飲んで一休みしたい時にふらっと立ち寄れるような場所が上記と併設または単独で存在する

<実現の方法>

- 行政は
 - ☞ほっとHOT・中条等の施設をもっとオープンにする
 - ☞公共施設の新設や改修等にあたって、こうした場の併設を検討する
 - ☞足を運びやすい雰囲気づくり、足を運ぶきっかけづくりに取り組む
 - ☞市民の目につきやすい情報発信に取り組む（電光掲示板の活用等）
- 市民は
 - ☞（お節介と思われても）気になる人には声をかける
 - ☞こうした場を周りにPR/足を運びやすい雰囲気づくりに協力する
- 事業者は
 - ☞お店等のスペースをこうした場として提供する

② 課題を受け止め振り分ける窓口をつくる

例えば、発達障がい者の就学支援と親に対する支援など、個別の支援策では解決できない複雑な課題に対して、行政の様々なサービスや支援ができる市民活動に適切につないで解決する仕組みをつくります

<具体的なイメージ>

- 行政内の異なる部署を横串でつなぐ対応窓口（例“すぐやる課”）
- さらに行政と市民、ボランティア団体と社会教育団体等の垣根を越えて見渡すことができる窓口（例“市民協働課”）
- または、市民の活動やニーズを把握し、つなぎ役ができる外部コーディネーター

<実現の方法>

- 行政は
 - ☞市民の悩みに対応するワンストップの窓口を設置する
 - ☞何かしたいと思っている市民の背中を押す情報やきっかけを提供する
- 市民は
 - ☞市民の側でも団体間や市民／行政の垣根を超えて積極的に交流を図る（輪を広げるために歩み寄る）

③ 市民が自分らしく輝ける場をつくる

市民が特技を活かす機会や困っている人を支援する機会を用意し、そのことを通じて、自然に健康でいられる／自分らしく輝くことができる仕組みをつくります

<具体的なイメージ>

- 何かしたい市民とその特技などを登録する人材バンク
- ボランティア団体等の日常の活動拠点となり、活動を続ける／始める上でヒントやきっかけが得られるような場（「あそこに行ったら面白い話があるよ」という場）
- 特技を活かす機会（できる人ができる時にできることをやる）の情報の発信基地

<実現の方法>

- 行政は
 - ☞人材バンクの仕組みをつくる
 - ☞市報等で「こんなことができる人」を呼びかける
 - ☞市民の活動に対する助成等の支援策を検討する
 - ☞こうした取組の実施にあたっては市民（特に若者と女性）に意見を聞く
- 市民は
 - ☞1人1人が「私がやる」の気持ちで積極的に協力をする
 - ☞市民活動が生まれる下地となるような集まって話ができる場を設ける（そのために誰かが音頭を取る）
 - ☞フリーペーパーの発行など市民発の情報発信に取り組む
- 事業者は
 - ☞市の一員として人材バンクに協力する
 - ☞各種のイベントや支援制度等に関する情報発信に協力する（電光掲示板やフリーペーパーなどの枠）

④ 関連する具体的な提案

①～③を実現する具体的な方策またはこれに関連する事項として、以下の内容を提案します

＜具体的なイメージ（福祉分野1）＞ ⇒C

- 胎内市の優れた環境を活かして新しい安心できる場、支援の場を設ける
- 例えば、松原牧場で心のケアを必要とする人のための癒しのプログラムを提供する
- 例えば、胎内平で障がい者スポーツ大会を開催する

＜具体的なイメージ（福祉分野2）＞ ⇒C

- 空き家等を改修して、市民が集まり新しいつながりが生まれる場を設ける
 - 例えば、世代を超えて交流できる場所を設ける
 - 例えば、市民活動の拠点や情報発信の拠点を設ける
- ※駐車場の確保や周りの住民の理解が課題

＜具体的なイメージ（健康分野1）＞ ⇒C

- 雨や雪が降っても土の上で運動ができるような子どもの遊び場（広場や砂場、ロープのぼり等）／高齢者の健康づくりの場（グランドゴルフ等）をつくる
- 例えば、他自治体で見られるような全天候型の運動施設
- 例えば、（公園や神社等の公的スペースに）屋根を架けた予約不要の広場

＜具体的なイメージ（健康分野2）＞ ⇒C

- （雪が降って道路が狭くなくても）安全に歩ける道を用意する
- 例えば、スクールゾーンなどの歩行者優先の道路を設定し、必要な環境を整える（灯りや歩道等のハード整備の検討）
- 例えば、交通ルールの見直しや地域の見守り等のソフト対策を実施する

＜具体的なイメージ（福祉分野・健康分野）＞ ⇒A

- マッサージやネイル、お菓子づくりなど得意な趣味を提供できる機会（（仮称）闇市）をつくる
- それを市民活動の育成の場、つながりづくりの場として活用する
- 例えば、商工会のイベントとしてマーケットを開催する

＜具体的なイメージ（防災分野）＞ ⇒B

- 市民の力を活かして、もしもの時の備えの充実を図る
- 例えば、防災訓練や自主防災組織の立ち上げによりコミュニティづくりを進める
- 例えば、避難所等の運営を市民と一緒に検討する（備蓄の確保など）
- その他、音量調節が可能な防災無線を配備する、仕事や観光で訪れた人に対しても防災情報を提供する など

※括弧書きのタイトルの後に来るA、B、Cの文字は、8・9ページの分野のうちどの内容に最も関連が深いかを表します。

1. 産業振興グループの現状認識

私たち産業振興グループは、現在の総合計画が掲げる目標「活力と希望を生み、交流を育むまち」に関して、現在の状況を以下のように捉えています。

① まちの環境について

- 人口減少・高齢化が進んでいます
- 地域資源が豊富にあります
- 親子や若者、高齢者まで楽しめる施設が沢山あります
- 大きく有名な企業があります

しかし

- 若者が減少し、後継者不足です
- 資源は沢山ありますが、施設の老朽化や施設等への案内看板の不足などの課題があります
- 新卒者を受け入れている企業が少ないです
- 工業団地の敷地が余っています

② 産業分野の現状について

- “米粉グルメ”という珍しい食物があり、チューリップや葉たばこは県内有数の産地となっています
- 観光資源(海～川～山脈)が多くあり、レジャー施設も多くあります
- 市内に大型店や小規模な老舗店舗の店舗が分布しています
- 大きな工業施設があります

しかし

- 農業や商業店舗の後継者が不足していますが若者は市外に職を求めて出ていきます
- 特産品のPRが足りていません
- 観光施設の老朽化が目立ちます
- 市内店舗の業態がよく分りません(○飲食店が不足しています)
- 地元企業のリクルート情報が伝わっていません

③ “地域資源”について

- 豊かな自然環境がいっぱいあります
- 個性的な農業特産品があります
- 広大な農業生産基盤があります
- 様々な観光資源があります

しかし

- まちなかの人とその価値を感じていません
- 有効な活用方法やPR不足です
- 高齢化、後継者不足、担い手不足
- 観光施設の連携が不足しています

④ 産業を支える“人”や“地域”について

- パーマカルチャーなど、新しい芽吹きが育ちつつあります
- 農業基盤が整っており、潜在的に高い生産性を有しています
- 就農支援や農業体験などの受入体制が出来つつあります
- 胎内市を代表するような食べ物やお土産品があります

しかし

- 市民にその内容や良さが伝わっていません
- 後継者不足や就農者が不足しています
- 情報発信不足等により参加者が多くありません
- PR不足等によりブランド化が進んでいません

2. まちづくりの方向性

ここまでの議論を整理すると・・・

- 「米粉や紅はるかなど特産品の強みを有効に活用すべきである（特産品の活用）」
 - 「市全体で「パーマカルチャー」のような特徴的な農業に取り組むべきである（特異性）」
 - 「胎内市の観光情報の内容がバラバラで、更新もされていない（情報発信）」
 - 「商店街の活気が不足。各店舗の取扱商品や特徴が分からない（商店街活性化）」
 - 「大企業があるにも関わらず、企業の事業内容の発信や地元雇用が少ない（市内雇用）」
- という課題が胎内市にはあります。

※パーマカルチャーとは、人間にとっての恒久持続可能な環境をつくり出すためのデザイン体系

我々のグループでは、そんな現状認識を踏まえて、

農業をはじめ、エネルギー、雇用、観光も「地産地消」のまち

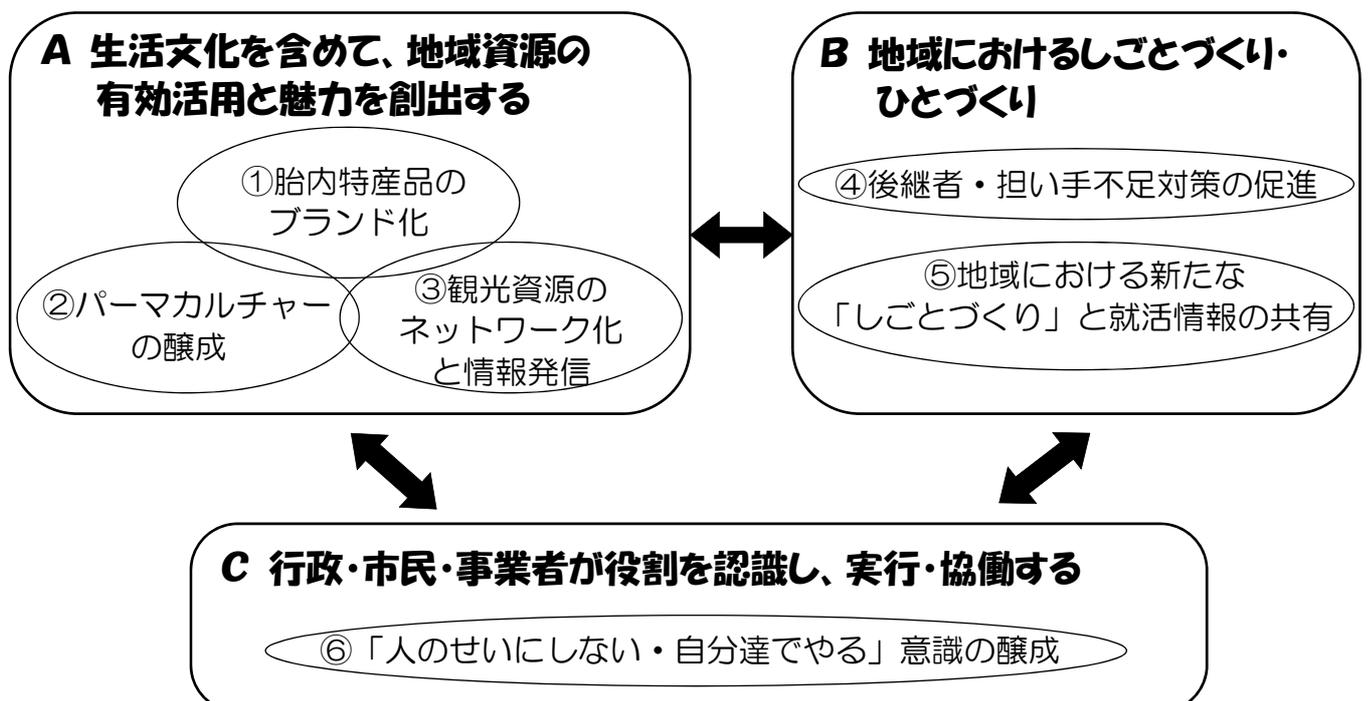
をまちづくりの目標に設定します。

そして、この目標を実現するために これからは

- A 生活文化を含めて、地域資源の有効活用と魅力を創出する**
- B 地域におけるしごとづくり・ひとづくりを進める**
- C 行政・市民・事業者が役割を認識し、実行・協働する**

（という視点を持って施策を展開する）ことが重要だと考えています。

3. 目標を実現する施策案



① 胎内特産品のブランド化 ～周知のための広報活動と加工品の高付加価値化～

胎内市発祥の「米粉」や「紅はるか」などの特産品がありますが、その料理方法などが確立されていないことや広く周知されていないことが課題となっています。様々な活用法を工夫し、メディアやイベントを通じて広く周知し、「胎内産品のブランド化」を図ります。

＜具体的なイメージ＞

- 米粉の利用方法の工夫。アイデアの募集
- メディアを活用して、一流シェフによる料理の実演
- 公募によるネーミング
- 胎内産物を活用した特産品（加工品など）の開発
- 胎内の特産品を広く知ってもらうためのPR・情報発信

＜実現の方法＞

- 行政は
 - ☞特産品周知のための情報発信
 - ☞各種公的イベント開催時に展示・販売
 - ☞加工品開発コンペ等の開催
 - ☞ふるさと納税のお礼品として活用
- 市民は
 - ☞料理方法の工夫・アイデアの提供
 - ☞他所訪問の際のお土産品としての活用
- 事業者は
 - ☞加工品の開発
 - ☞料理方法の工夫・アイデアの提供
 - ☞行政とともに、小学生と商品開発する教育プログラムづくり

② パーマカルチャーの醸成 ～自分の生活、地域・環境に関わる生き方・暮らし方を見つめる～

高度経済成長の過程で失われつつある資源循環型の生活や地域経済を見直し、それらの再生、修復を目指して伝統文化や知恵を学び、自然界のしくみを観察し、さらに新しい知識を築き上げていくことを目指します。

＜具体的なイメージ＞

- 単なる食糧の自給に留まらず、地域における自給自足・自立を目指し、農村部だけでなく市街地の生活にも適用
- 循環を考え、自然エネルギーの活用、排出・廃棄物の再利用などで環境負荷を低減
- 自然の動きを利用して機能させ、人の労力の流れを考え、無駄を省き効率を高める
- 農村部・市街地ともにパーマカルチャー的に土地やコミュニティをデザイン

3_産業振興グループの提案

<実現の方法>

- 行 政は
 - ☞パーマカルチャー講座の開設
 - ☞学校教育への取入れと体験学習カリキュラム
 - ☞財政面の支援。公共施設の有効活用
- 市 民は
 - ☞パーマカルチャーについて学び実践
 - ☞指導者の育成
- 事業者は
 - ☞パーマカルチャーへの事業参入
 - ☞事業者として参入の意義を認識し、市民・行政と協働による実践
 - ☞研究開発、地元雇用の促進

③ 観光資源のネットワーク化と情報発信 ～市民自ら地域資源を知り、来街者への“おもてなし”意識の醸成～

海～川～山脈までの豊かな自然環境や歴史・文化等の観光資源のネットワークを図り、観光マップやSNSなどの情報通信手段を活用してPRに努め、市民自身が「まちの案内人（コンシェルジュ）」として“おもてなし”することを目指します。

<具体的なイメージ>

- 市域に点在する観光拠点をネットワーク化し、観光マップとして情報発信
- 観光拠点の特性を踏まえて回遊・滞在・体験型の来街者を誘導
 - 例) 胎内市内で合宿型の自然体験学習
- 観光のパッケージ化・外から人を入れて体験しながら一緒に思考
- 市民自らが地域を知り“コンシェルジュ”として来街者にまちの歴史や文化などの説明や案内
- 市民の市民による胎内市のいいところ探し

<実現の方法>

- 行 政は
 - ☞観光施策の立案と施策の展開
 - ☞観光施設の維持・更新
 - ☞トップセールス・ホームページ等による広報活動、財政面の支援
 - ☞胎内市の特徴的な道徳教育や、市内の偉人を学ぶ機会の充実
- 市 民は
 - ☞市民自ら胎内市の魅力を知り、情報発信
 - ☞来街者の“おもてなし”意識の醸成
 - ☞誰にでもあいさつする意識の醸成
- 事業者は
 - ☞「胎内の検定（観光地理検定試験）」の実施
 - ☞事業者として参入の意義を認識し、市民・行政と協働による実践促進

④ 後継者・担い手不足対策の促進 ～就農支援や体験、空き店舗の利活用～

農業体験を通じて“3K（きつい、汚い、かっこ悪い）”の払拭、生産の喜びや製品の新鮮・美味さを実感してもらい、“新3K（かっこよくて、感動があって、稼げる）”や就農意識の醸成を図ります。また、商業店舗の継続意識や後継者等に関する意識調査を行い、空き店舗利活用希望者とのマッチングを図ります。

<具体的なイメージ>

- 農家に民泊して、農作業を実体験するとともに、取れたてを“食”し理解を深める
- 最新の農耕車両（高級車や自動運転等）での農作業体験による“3K”の払拭
- 就農希望者に耕作のノウハウの伝授や地域生活の仕組みの教示
- 農業体験を盛り込んだ“婚活パーティ”の開催
- 商業事業者の事業継続や後継者等に関する意識調査を実施し、意向を把握
- 空き店舗を改修し「新店舗」開設希望者とのマッチングと支援充実

<実現の方法>

- 行 政は
 - ☞就農希望者バンクの開設
 - ☞就農者支援の拡充
 - ☞商業事業者の意向把握と「新店舗」開設希望者の把握
 - ☞ホームページ等による広報活動、財政面の支援
- 市 民は
 - ☞農家民泊の実施。就農者希望者にノウハウ提供
 - ☞農地の貸出・提供
- 事業者は
 - ☞事業者として農業分野参入の検討
 - ☞空き店舗の貸出・提供
 - ☞サービス業について学び、実践

⑤ 地域における新たな「しごとづくり」と就活情報の共有 ～市内雇用の促進～

市内企業の業態 PR や雇用情報を発信し、若者の定住・UJI ターンを促進するとともに、地元企業での職場体験（インターシップ）や地域における新たなビジネスの創出等を通じて市内雇用の促進を図ります。

<具体的なイメージ>

- 地元企業のリクルート情報の発信
- 高校生に対して、地元企業の業態紹介や職場体験などインターンシップ制度の導入
- 中条高校に専門的分野を導入し、産学協働による担い手の育成
- 地域にマッチしたコミュニティビジネスや観光交流産業、農業の6次産業化など、新たな「しごとづくり」

3_産業振興グループの提案

<実現の方法>

- 行政は
 - ☞地元企業と協働による地元雇用枠の確保と雇用情報の発信
 - ☞地元企業のインターンシップ制度の支援
 - ☞UJI ターン希望者への支援充実
 - ☞ホームページ等による広報活動
 - ☞いなか成功者による講演会の開催支援
- 市民は
 - ☞地元企業の参画によるイベントの開催
- 事業者は
 - ☞企業の業態 PR とインターンシップの導入
 - ☞地元雇用枠の確保と雇用情報発信の工夫（学校との情報共有など）
 - ☞地域との協働による社会貢献

⑥ 「人のせいにしない・自分達でやる」意識の醸成

施策の推進にあたっては、「市民がすべきこと」「行政がすべきこと」「事業者がすべきこと」があり、それぞれが役割を認識し、実行・協働することが大切。そして「人のせいにしない」で「自分達でやる」ことを醸成して行くことで自立した地域社会が形成されることから、その仕組みづくりを目指します。

<具体的なイメージ>

- 勉強会等によるパーマカルチャーへの理解度を醸成。都会から田舎への担い手育成
- 米粉等の特産品のネーミングと活用法の情報発信。イベントによる知名度の向上
- 市内商店の個性的魅力を発信するマップの提供。商工会によるネットデパートの立ち上げ
- 市民の市民による胎内市好いところ探し。観光のパッケージ化→市外からの誘客。

<実現の方法>

- 行政は
 - ☞形ばかりでなく、一人ひとりが親身になって取り組む
 - ☞市民と事業者を結びつける場の提供（交流・共有）と情報発信
 - ☞財政面の支援。公共施設の有効活用
- 市民は
 - ☞まちづくりワークショップやイベントなどに積極的な参加。自らの声（意見）を発信
 - ☞市民自らによる胎内市の魅力発信。「おもてなしコンシェルジュ」の育成と活動
 - ☞コミュニケーションの醸成
- 事業者は
 - ☞市と事業者の連携。事業者のまちづくりへの参画
 - ☞高校生・大学生等に職場体験を通じて地元雇用の拡大（就業の場確保）
 - ☞事業者として地域課題を認識し、市民・行政と協働による解決