

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かりません(○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

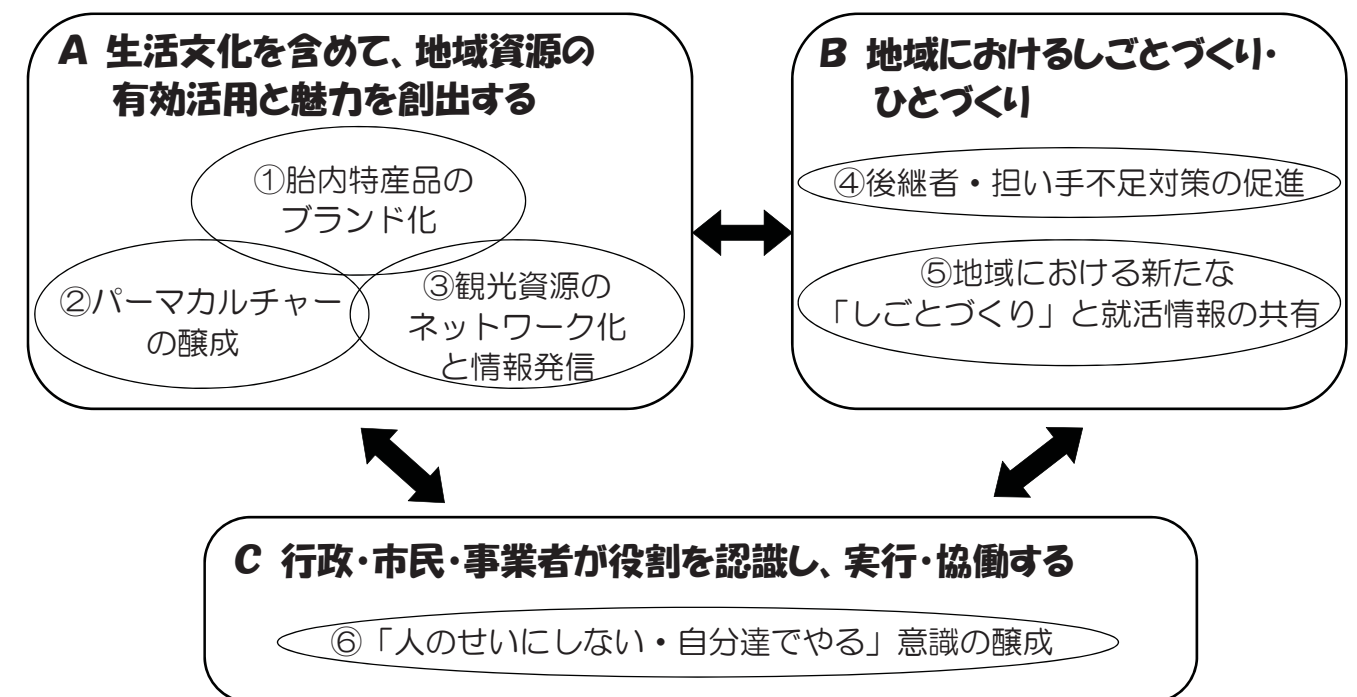
をまちづくりの目標に設定します。

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

＜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」

<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 「人のせいにならない・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「人のせいにならない」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