

## 第7回 向日市地域活性化会議 会議要旨

日 時	平成 21 年 8 月 25 日(火) 19:00~21:00
場 所	向日市民会館 第5会議室
内 容	1 開会 2 議事 (1)「提言書」素案について (2)その他
出席者	高嶋委員長、有馬委員、家原委員、岩口委員、岡本委員、小森委員、佐野委員、 瀧山委員、戸村委員、永井(誠)委員、永井(守)委員、能勢委員、布施委員、 松井委員、峯森委員、森久委員、山口委員、和田委員

### 1 開会

### 2 議事

(1)「提言書」素案について - 概略説明 - (事務局)

(2)その他

#### 【議論要旨】

##### 委員長

- ・今日の日程だけでは項目も多くまとめきれないだろう。まず感想も含めてざっくばらんにご意見をいただき、今日を含めてあと3回の会議でより良い提言にしていきたい。また、「提言の基本的な考え方」についてもご意見をいただければ、生かしていきたい。
- ・計画のスケジュールや成功体験を積み重ねるというチャレンジプロジェクトの項目で、足りないものなどについてもご意見をお願いしたい。

##### 委 員

- ・向日市の広報紙はどのように出しているのか。

##### 事務局

- ・新聞折込みで毎月2回新聞折込により全戸配布を行うとともに、ホームページにも掲載している。

##### 委 員

- ・飲食店等の情報更新は難しく、保存版のようなものをつくると、メンテナンスが大変になる。広報紙をもっとうまく使って、お店の紹介をできるようにすれば、効果があるのではないか。

##### 事務局

- ・最近は広報紙にも有料で企業の広告を掲載するようになってきたが、記事としては公共性の高いものでなければ、異論が出る。お店紹介では公共性を保つことは難しい。ただ、市民から広報紙も変わっていくべきだという意見があれば、考えていきたい。

##### 委 員

- ・広報は向日市内だけだが、ブログは市外にも情報発信できるので、広報紙よりネット利用に力を注いだ方が手っ取り早い。
- ・京都大学桂キャンパスの記述があるが、大学は京大だけでなく、各大学に声をかけるようにすれば良い。市内には西山高校もあり、その発想や意見をくみ上げれば、力になる。

- ・JR西日本や阪急電鉄にも相談して、巻き込むようにしてはどうか。

委員長

- ・桂キャンパスは、せっかく近くにあるのだから生かそうということ。他の大学との連携もあって良い。
- ・現在、JR西日本や阪急電鉄との連携はあるか。

事務局

- ・イベントを鉄道会社の広報紙や駅にポスター掲示で宣伝してもらおうといった関係はある。

委員

- ・JR向日町駅～阪急東向日駅の活性化が重要。安全な道路整備はあと何年くらいのスケジュールでやろうとしているのか。

事務局

- ・乙訓土木と向日市建設産業部が共同で買収を進めている。取組が目に見えるよう、買収ができたところから改修していく。以前、買収が滞る時期があったが、京都府が国の補助金を活用して積極的に買収を進めようという姿勢に転じたことから、平成23年の事業完了を目標としている。

委員

- ・これが全て実現すればいいが、推進するのにどうするかが不明確。どこから手をつけるか、それに対して行政がどうして、市民がどうアプローチするのか。NPO団体を増やして委託事業を出していくのか、市民に団体をつくってもらうのか。
- ・ブログも良いが、行政だけでできることではない。NPOへの委託など橋渡しを考えないと、案で終わる。

委員長

- ・提言のなかに、市民の受け皿づくりを書けるかどうか。

委員

- ・市民から「こういうことがしたい」という企画が出てきたとき、行政からすぐにレスポンスがあるようになるのか。
- ・市民のつながりが希薄になっている。例えば農業で何かするときに若者も年配者も集まるようにできないか。その時に緩衝材としての行政の役割も大切で、例えば場所の提供を前向きに検討してもらえるか。
- ・今までは例えば朝堂院公園を借りようとしても、「無理だと思う」といわれて終わってしまっている。

委員

- ・4月2日に協働センターがスタートした。NPO等が自主的に集まる場となっており、公民館やコミュニティセンターは社会教育施設という位置づけもあり利用に制限があるが、協働センターは市民会館とともに、使いやすい場所となっている。
- ・朝堂院公園では以前にお月見会が開催されており、観光協会でもっとイベント等が展開できればという声が出ている。関係団体やNPOが中心となり、行政が支援する、という仕組みをつくってきたい。

委員

- ・ある京都市内の大型小売店舗では有名な店舗にわざわざ来てもらい、場所割りについても一等地を当てている。一方、他系列の大型小売店舗ではそういうことをせず、厳しい状態のところもある。施設内部の店舗構成と路面個店とは違うところもあると思うが、魅力のある店を呼んでくる(誘致する)

ということも必要ではないか。

委員

- ・消費者の心をとらえるためには、もっと熱意をもって商売をしてもらえるよう、行政も後方支援する必要がある。北部地域には多くの新しい買い物客が訪れるようになるので、道路整備などを通じて向日市の中心部にそういう人たちを引っ張れるようにしたい。

委員

- ・例えば商店街が集まって、どのように魅力を作り出し、発信していくのかという仕組みづくりについて、具体的なイメージが読み取れない。行政はそうした仕組みをつくる環境としての委員会などを設置し、そこで戦略を立て、実行することを考えてはどうか。
- ・実行に向けては、京都府にもハード・ソフトの具体的な支援策があるので、戦略が考えられれば、提言書としての厚みが増す。

委員

- ・内容はいいが、もう一步踏み込んだ支援策等の具体性が欠けている。例えばIT化支援では、商工会のウェブモールが展開しており、マンツーマンで支援してもらっている。そういう具体的内容の記載が必要。

委員

- ・北部地域のショッピングセンター（以下SC）はもう決まっているのか。

委員

- ・決まっていない。オムロンヘルスケア（3000坪）の進出は内定している。また、大きい企業では、北部地域ではないが、171号線沿いに老舗和菓子屋（2000坪）も進出が内定している。
- ・今回の提言に向けた議論では行政もいろいろと教えてもらった。新たな企業進出でも、今までなら取り逃がしていたかもしれない。ご意見を受け、努力した成果の一つだと思う。

委員

- ・向日市出身の企業経営者（社長）とのネットワークはないのか。京丹後市では、出身者に声をかけ、工場を誘致するといった取組もしている。

委員

- ・残念ながらない。現在の企業との付き合いは商工会を通じたものだけであり、今後は企業との情報交流が必要だと考えている。

委員

- ・全部を期間内に実現することは難しい。引き続き集まりたい人だけで集まって、掘り下げを行い、この会が委託業務を受けるような機関となるよう、一緒に取り組むことはできないか。

事務局

- ・例えば16、17頁の「市民口コミ応援プロジェクト」などは、この会議の有志で具体的にどうするかを考えるとといったことを提案として盛り込んでいる。行政はその活動を支援するという方法で進められればと考えている。

委員長

- ・これは計画ではなく提言であり、行政に対してこうすべき、という方向を示すもの。それでも、あと3回の会議で、どれだけの提案が具体化できるか、要望を具体化するための作業をできる範囲でやっ  
ていければよい。市民から働きかけがなければ進まない部分もある。

委員

- ・皆さんの知恵でこれだけのものがまとまった。実行できれば言うことはない。今後どうするかについては、もっと個別に専門に考えるところで検討してもらい、全部でなくとも一つひとつ進めていければよいのではないか。

委員

- ・8頁の「業務用車の出入りを…」はすぐにでもできる問題だが、それができない条件は何か。すぐに行うことができるか書かれているというのは行政の怠慢ではないか。

事務局

- ・今までは企業に対する積極的なスタンスが欠けており、当たり前のことできていなかった。これから行政としてもやっていかなければならないことを、提言書に盛り込んでいる。
- ・企業の意見を聴く場がなかった。今後はそういう声を聞いて取り組もうということ。できることではあっても、これまではそもそもそういう問題があることさえ、把握できていなかった。

委員

- ・提言書としては良い。
- ・キリンビール京都工場跡地にSCが来ると、例えば道路整備ができて中心部への還流はない。ワンストップショッピングが主流になるなか、中心部に人を集めるためには競輪場を核に何かやっていくことが必要で、サイクルスポーツセンターでも、文化施設でも、跡地利用について提言書でふれてほしい。京都府の委員会で検討しているところであり、より良い提案ができれば取り上げてもらえるのではないか。

委員長

- ・今後の検討課題としたい。

委員

- ・長岡京市では、市内の府立婦人会館が廃止となり長岡京市に譲渡されたという話がある。同じ京都府の施設として競輪場の建物自体はそのまま利用することはできないだろうが、地蔵盆のようなまちおこしの集いに競輪場が活用できれば良いと思う。

委員

- ・スケジュールについては、今から優先順位をつけるというのは何か悠長な気がする。行政は段階・手続きを踏まなければ動けないのだろうが、もうすこしスピーディーな対応をしてほしい。「激辛商店街」でも行政が関わっていれば、あれほど早くは動けなかったのではないか。

事務局

- ・行政は基盤整備や規制緩和を行い、個店はそれぞれの事業者の努力で魅力を高め、市民は市内で買い物するように努めるなど、まちぐるみの取組が必要。
- ・今回、提言に盛り込もうとしているものには、事業者がやること、市民がやること、行政がやること、あるいは協働でやることなどもある。行政の方で「すぐにやるべき」というものがあれば、提言書に盛り込む。

委員

- ・路線バスは現在、物集女街道の五叉路（勝山中学校正門西）のところは通っているか。あの部分が整備されれば、流れも変わるのではないか。

事務局

- ・五叉路の部分は向日市にとっても最も大きな課題のひとつであるが、すぐに手を付けられる場所ではなく、最優先課題としては位置づけていない。

委員

- ・昭和46年当時、バイパス（外環状線）の整備が決定していたが5年前に事業中止となり、物集女街道の整備は難しくなっている。

委員

- ・今まで議論してきたことがまとめられているが、具体的なものが整理できていない。北部が活性化してもそこから客が流れてくると思えない。向日市の特徴を出せるような店舗をもっとつくってほしい。
- ・競輪場については現在、テニスコートを利用しているが、競輪場の用途が変わっても使えるように残してほしい。

委員

- ・個々の委員同士の会話のなかで、我々が得意とすることなら応援が可能と口々に言っている。必要な事務局と我々で各商店を一軒ずつ回って、応援できることがないか調査をすればいい。向日市の人間が汗をかいてやるのが大事であり必要と考える。
- ・今後のキーマンは委員（出席委員）であり、彼が動けるように。競輪場やJR～阪急の基盤整備などは大きな費用がかかるが、まずはお金のかからない企画で何か形にしてほしい。

委員

- ・提言書の基本的考え方で「市民の理解と協働」の記載があるが、活性化することで市民にどんな効果があるのか、みんながどれだけ幸福になるのか、わくわくするものがない。
- ・もう少し項目を絞り込んでどうか。

委員長

- ・たたき台ではこれまでの議論をできるだけ取り込むようにまとめられており、絞込みが必要なら今後議論すればよい。特に重点的に取り組むことがチャレンジプロジェクトとして提示されているものと思う。わくわく感がないという点については検討したい。

委員

- ・良い提言だが、だれが、何を、どうやって進めるかが見えないので、不安が生じているのだろう。
- ・市民にできることは限られており、広報用にブログを考えるなどといったことになるだろう。自分にできることはできるだけ応援したい。
- ・一店逸品については、「向日市に行けばこれがある」という人を引きつけるものがあれば良い。

委員

- ・行政がどこまで本気でやる気を持つか。前に進めれば、結構なことだと思う。

委員長

- ・行政に対する提言なので、姿勢としてこういうことを行政に求めたい、というものを描く必要がある。
- ・本日の意見・議論を踏まえ、再度内容を検討したい。

### 3 その他

- 次回 全体会 9月28日(月)(予定)
- 次々回 全体会 10月中旬
- 提言 10月下旬(提言後に市長との懇談会などの形式を予定)

## 向日市地域活性化会議 第7回会議

日 時 平成21年8月25日(火)  
午後7時から同8時30分まで  
場 所 向日市民会館 第5会議室

### 次 第

#### 1 開 会

#### 2 内 容

(1) 提言書(素案)について

(2) その他

# 提言

## 1 提言の基本的な考え方（方針、視点、テーマ）

## 2 商業の活性化に向けて

- （１）エリア、ルートを設定して、人の集積・流れをつくる
- （２）市内商店の活性化への活動を支援する
- （３）新たな商店を育成・誘致する

## 3 工業の活性化に向けて

- （１）市内に立地する既存の企業を支援する
- （２）新たな立地企業を誘致する
- （３）ベンチャー企業を育成・誘致する

## 4 連携型産業振興の展開に向けて

- （１）異なる産業が連携し、総合的に地域を振興する
- （２）企業と市民が連携し、まちぐるみで産業を振興する
- （３）大学等と連携し、産業の高度化や活性化を図る
- （４）競輪場への地元からの意見提案を検討する

## 5 チャレンジプロジェクトの提案

- （１）市民口コミ（くちこみ）応援プロジェクト
- （２）商業ベンチャー育成モデルプロジェクト
- （３）企業誘致条例制定プロジェクト
- （４）企業御用聞きプロジェクト
- （５）農・商・工・観光プロジェクト（地産地消）

## 1 提言の基本的な考え方（方針、視点、テーマ）

### 【これまでの委員会での意見から】

商工業振興はまちづくりから

一体のものであり、市民の理解と協働がなければ実現できない

商工業、農業、観光、歴史文化振興が一体となった、複合的・総合的な産業戦略が必要

北部新産業拠点は工業の新拠点、商業の拠点

ただし、向日市の中心は東向日周辺であり、北部と中心市街地との連携をどう図るか。上手くお互いに人を呼び込み合うことが必要。

小さくても、一つ一つ、成功体験を積み重ねていく。できることからすぐにやる。

## 2 商業の活性化に向けて

単発イベント重視でなく、まちの魅力を内外に発信していくところからはじめる。

もっと住みよく、もっと楽しいまちを、市民が積極的に、自信を持って発信し、来訪者を迎える。

「竹」と「西国街道」の2つを大きなテーマとしつつ、個性ある商店の取り組みを支援する。

「駅」をまちづくりの核として、特に、阪急東向日駅周辺とJR向日町駅周辺、及び両駅を結ぶ沿道を中心商店街（にぎわいの拠点）と位置づける。

中心商店街と阪急西向日駅周辺、北部新市街地（キリンビール京都工場跡地）の移動利便性の向上や歩行ルートの設定で、来訪者の回遊を生み出す。

### （１）エリア、ルートを設定して、人の集積・流れをつくる

- ・商業集積や歴史・文化資源などを活かし、向日市内における人（市民、通勤通学者、市外からの来訪者など）の集積や流れを創り出す。
- ・事業者などは、人の集積や流れをしっかりと引き込む、魅力ある商店・商店街づくりに取り組む。

#### 「阪急東向日駅～JR向日町駅」の活性化

- ・人の集積や流れを買い物客としてしっかり取り込んでいくため、既存の事業者・商業団体の頑張りを促すとともに、新たな店舗の誘致や新規開業を目指す起業家の取り込みを図り、エリアの魅力を高めていく必要がある。
- ・「阪急東向日駅～JR向日町駅」間は向日市の中心となる商業集積地であり、北部新市街地への商業・産業集積の効果もこのエリアの活性化に積極的に取り込んでいく必要がある。
- ・現状においては、飲食店を中心に店舗の立地が進む一方、歩道整備をはじめとする沿道の安全性・快適性の確保が十分でなく、まずは道路環境整備が不可欠である。
- ・安全・快適な歩行空間整備が進めば、JR向日町駅の東口整備とあわせ、人の流れが拡大していくことが期待できる。（市民＋日常的な通勤者の取り込み）

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・エリアの事業者・商店街等の活動支援
- ・「阪急東向日駅～JR向日町駅」間の安全・安心な道路環境づくり
- ・JR向日町駅東口の開設

#### 「阪急西向日駅～阪急東向日・JR向日町駅」のルート化

- ・向日市の魅力を発信していく上では、歴史文化資源の活用が欠かせない。しかし、これら資源は市内に点在しており、阪急東向日駅～JR向日町駅周辺、阪急西向日駅周辺など交通・集客の拠点と人の流れをつくり出せていない。
- ・歴史資源を活かして市民意識を高めるとともに、新たな来訪者（買い物客）を呼び込んでいくため、鉄道駅と、向日市における主要な歴史文化資源の一つである史跡長岡京跡大極殿跡及び向日神社をつなぐルートを設定し、共通テーマによるPRや戦略的イベントの展開によって、人の流れが生じる仕掛けをしていく必要がある。
- ・ルート上（及びその近隣）に位置する地域では、既存の事業者・商業団体の頑張りを促すとともに、来訪者や歩行者を温かく迎え、もてなす意識を高めていく必要がある。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・「阪急西向日駅・大極殿跡～向日神社～阪急東向日駅・JR向日町駅」間の安全・安心な道路ルートの設定
- ・歩くガイドマップの作成やイベントの展開による情報の発信
- ・ルートのイメージを形成する道路・街灯・施設看板（サイン）のデザイン化

#### 北部新市街地と阪急東向日・JR向日町駅のネットワーク化

- ・阪急洛西口駅・JR桂川駅周辺への新たな企業・商業の立地は、現在の向日市民や市外からの来訪者の流れを大きく変える危惧がある。
- ・一方で、住宅の整備や企業・商業の立地に伴い、新たな買い物客が生まれ、あるいはこれまでにないタイプの来訪者を導く可能性もある。
- ・この北部新市街地で生まれる市民（買い物客）及び新たな来訪者を中心市街地や「阪急西向日駅～阪急東向日・JR向日町駅」ルートに誘導し、また、中心市街地等からこれまで市内になかった新サービス・新商業を求めて北部新市街地が便利に利用できるよう、北部新市街地と阪急東向日・JR向日町駅のネットワーク化を図る必要がある。
- ・具体的には、両拠点を結ぶ道路を整備するとともに、それぞれの機能の重複・競合を極力抑えるため、開発事業者等と調整しながら、立地する業種・店舗をコントロール・マネジメントしていく必要がある。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・北部新市街地と「阪急東向日駅・JR向日町駅」間の安全・安心な道路環境づくり
- ・北部新市街地と「阪急東向日駅・JR向日町駅」間のバスネットワークづくり（要望）
- ・双方向での情報受発信・PRの仕組みづくり

## （２）市内商店の活性化への活動を支援する

- ・市内の商業・サービス・飲食店などによる個々の商店の魅力向上、あるいは共同の取組による新たな活性化への取組などを支援し、買い物サービス本来の楽しさや魅力を強化する。
- ・また、特に新しい店舗などでは市内商店の情報が市民に十分、伝わっていないことから、まず市内商店のことを広く市民に知ってもらうことからはじめ、市民が積極的に市内の商店で買い物をし、口コミで市内商店の魅力を発信するような仕掛けをしていく。

#### 商店・飲食店の情報発信

- ・個々の商店だけではなく、まちとして、あるいは複数の商店が連携・共同して市民や市外の人に市内の商店・飲食店の情報を発信し、個店とまちの商業全体、両方の魅力で集客を図る必要がある。
- ・そのため、これまでにない発想で、商業集積のマップやガイドブックの作成、市民と一体となった情報発信等を進めていくことが望ましい。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・商店・飲食店PR誌の作成・配布（マップ、ガイドブック、フリーペーパー等）  
やる気のある人でスピード重視  
高齢者や若者にも入りやすい内容（従業員や店長の横顔、メニュー、値段等の具体的な情報）
- ・市民による向日市応援（宣伝）ブログの開設

#### 共同事業の応援

- ・商業や飲食店の特色を積極的に打ち出し、新たなまちの魅力を創出する、商店・飲食店等によるテーマ型の共同まちづくりや産業活性化への取組を、まち全体として応援していく必要がある。
- ・そのため、これまでにない発想で、商業集積のマップやガイドブックの作成、市民と一体となった情報発信、まちづくりと連携した取組等を進めていくことが望ましい。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・テーマ型共同まちづくりグループの活動支援  
「えきえきストリート」「激辛商店街」など
- ・共同イベントの開催、共通デザイン街灯の設置支援

#### 個店の魅力の向上

- ・情報発信において、また共同事業に参加・参画するにおいても、個々の商店が魅力的なものでなければ、せっかく来訪した買い物客をつなぎとめ、リピーターとしていくことはできない。
- ・個々の商店の魅力向上は本来、個々の商店において取り組まれるべきものであるが、情報発信やまちづくり運動の一環として取り組むことで個々の活動が効果的に展開され、あるいは

個々の魅力がまち全体に効果をもたらすような連携を図っていくことが期待される。

【具体的に取り組むこと】

- ・一店逸品運動の促進（及び紹介冊子、通信販売の仕組みづくり）
- ・各店舗のIT化の支援（情報化支援、個々の情報発信力強化、ネット販売支援）

（３）新たな商店を育成・誘致する

- ・向日市の中心を形成するエリアや、阪急西向日駅～阪急東向日・JR向日町駅のルート化を図る地域においても、商店の廃業による住宅化が進むなど、連続した線、あるいは面（エリア）としての魅力が失われているところがある。
- ・便利でにぎわいのある買い物エリア、そして歩いて楽しい買い物ルートを形成していくためにも、空き店舗の活用等により、新たな商業の戦略的な誘致、あるいは新たに開業を目指す商業ベンチャー起業家を育成・誘導し、買い物客のニーズに対応するとともに、新たな刺激や驚きを提供する商業の魅力を発揮していく必要がある。

【具体的に取り組むこと】

- ・空き店舗の調査及び活用に向けた取組
  - 大学・学生との連携
- ・地域やまちの課題に対応できるコミュニティビジネスの育成
  - 子育て、福祉、環境・リサイクル、まちづくりなどの社会公益事業、NPO事業等
  - ビジネスコンペの開催、優秀なビジネスプランへの支援制度の検討
- ・創業の支援
  - 京都府や商工会の支援制度の情報提供、場所の斡旋・提供、開業資金の支援等
  - 商業ベンチャー起業家の意識啓発（開業ビジネス講座、先輩事業者との交流会）

## 取組スケジュールの提案

### (1) エリア、ルートを設定して、人の集積・流れをつくる

	短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
「阪急東向日駅～JR向日町駅」の活性化			
安全・安心な道路環境づくり			
JR向日町駅東口の開設			
エリア商業者・商店街等の活動支援			
「阪急西向日駅～阪急東向日・JR向日町駅」のルート化			
安全・安心な道路ルートの設定			
歩くガイドマップの作成やイベントの展開による情報の発信			
道路・街灯・施設看板(サイン)のデザイン化			
北部新市街地と阪急東向日・JR向日町駅のネットワーク化			
安全・安心な道路環境づくり			
バスネットワークづくり(要望)			
双方向の情報発信・PRの仕組みづくり			

### (2) 市内商店の活性化への活動を支援する

	短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
商店・飲食店の情報発信			
商店・飲食店PR誌の作成・配布			
市民による向日市応援(宣伝)ブログの開設			
共同事業の応援			
テーマ型共同まちづくりの活動支援			
共同イベントの開催、共通デザイン街灯の設置支援			
個店の魅力の向上			
一店逸品運動の促進			
各店舗のIT化の支援			

### (3) 新たな商店を育成・誘致する

	短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
空き店舗の調査及び活用に向けた取組			
地域やまちの課題に対応できるコミュニティビジネスの育成			
創業の支援			

### 3 工業の活性化に向けて

工業振興の基礎として、企業、従業者が暮らしやすい、安全なまちの環境をつくる。

今、立地している企業を大切にして、市外への流出を防ぐとともに、「企業に親切なまち」をアピールする。

新たな企業に積極的にアプローチするとともに、興味・関心・打診のあった企業が立地したくなる仕組みをつくる。

希少な土地において、企業が利用しやすい産業用地・起業スペースの確保を図る。

次代の向日市を担う起業家を長期的な視点で育てる。

#### (1) 市内に立地する既存の企業を支援する

- ・市内に立地する企業の困りごとや企業情報を日常的な交流のもとに把握し、企業と行政の信頼関係を構築する。
- ・企業の要請に可能なところから積極的に対応し、操業しやすいまち、企業に理解のあるまちとしてのPRを強化する。

#### 立地している企業との信頼関係の構築

- ・向日市においては近年、キリンビール京都工場をはじめ、いくつかの企業が市外に流出（市内工場が操業停止）しており、市内雇用や財政上も少なからず影響を受けている。
- ・現状においては、企業と行政との組織としての交流・連携は希薄であり、日常的な交流の機会を設けることにより、企業の困りごとや要請を把握し、応えることで、事業の再構築等においても事前に相談できるような信頼関係を構築していく必要がある。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・企業と行政の日常的な付き合い、定期的な交流・懇談会、企業訪問の実施
- ・企業困りごと相談の実施
- ・業務用車（トラック等）の出入りを円滑にする身近な基盤整備（道路の隅切りなど）

#### 立地している企業の活性化の支援

- ・産業構造の変化や競争のグローバル化、地球環境問題など、環境の変化に対応した立地企業による経営力や技術の高度化、新たな商品開発、マーケットの創出などへの、生き残りや新たな発展に向けた主体的な活動を促進・支援していく必要がある。
- ・京都府、大学等との連携や同業種・異業種の交流、共同事業など、企業同士及び産業支援の

関連機関との連携・協力を強化する必要がある。

【具体的に取り組むこと】

- ・企業交流会・異業種交流会の開催
- ・京都府・大学等との橋渡し（紹介、仲介）

（２）新たな立地企業を誘致する

- ・新たな企業誘致を進めるための庁内体制の強化を図るとともに、企業誘致に積極的なまちとしての情報発信に努める。
- ・立地企業が向日市への企業誘致の姿勢に疑問をもたれることがないように、進出企業に対する他自治体と遜色のない優遇制度を整備する。

企業誘致の推進体制の強化

- ・企業誘致をめぐる都市間競争がますます激化・グローバル化しており、向日市においても、座して待つのではなく、交通便利性などまちの優位性を積極的にアピールし、市民サービスの維持・向上のためにも、新たな企業の誘致による安定的な雇用の確保及び財政基盤の確立を図る必要がある。
- ・これまでは企業からの打診があっても、誘致に向けて積極的に対応する市役所内部の体制が十分でなかったところがあり、今後は組織を横断して、円滑・積極的に企業の問い合わせや相談に応じる体制を強化することが必要不可欠である。

【具体的に取り組むこと】

- ・進出企業対応（応援）プロジェクトチームをつくる仕組み  
相談があった際に、許認可、その他手続き等の一括化など（各課コーディネート）
- ・産業用地の情報発信  
市内の産業立地可能な用地の把握  
都市基盤等の条件（用途、上下水、情報、道路 等）の情報発信

企業誘致の優遇制度の整備

- ・向日市は京都府内でもごくわずかな「企業誘致条例を持たない自治体」であり、新たに立地する企業を優遇するための制度が他都市に比べて脆弱であったため、企業からはむしろ「企業誘致に消極的なまち」と捉えられる可能性もあった。
- ・都市（財政）規模からも、用地条件からも、他都市に比して圧倒的に魅力のある優遇制度の整備は現実的ではないが、一方でまちの発展を支えた「交通便利性」「大都市近接の立地特性」という優位性があることから、まずは他都市に劣らない程度の優遇制度を整備し、少なくとも「企業誘致に消極的なまち」のイメージを払拭することが必要である。

【具体的に取り組むこと】

- ・支援・制度融資の整備（市内企業の支援にも活用可能に）

- ・特に上乗せを図る特定の業種・テーマの検討

ウェルネス（健康）ビジネス、IT・コミュニティビジネス

#### 産業用地の整備

- ・国道171号沿道の産業系用途地域や北部新市街地、JR向日町駅の改築に伴い利便性が高まる地域など、向日市の限られた土地を効果的に活用するため、企業誘致の効果が大きく見込める、そして快適な居住環境との調和が確実に確保される場所において、積極的かつ戦略的に産業用地を確保・整備する必要がある。
- ・企業の要求に応じて、（規模や区画などが）柔軟に提供できる用地の確保に努める必要がある。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・産業用地の整備

国道171号沿道、北部新市街地、JR向日町駅周辺など

- ・産業用地情報の把握

企業の転出、事業再構築に伴う空閑地の発生などの情報把握

### （3）ベンチャー企業を育成・誘致する

- ・多様なライフスタイルや価値観、ノウハウを有する市民人材を生かし、新たにベンチャー企業やニュービジネスの立ち上げを促進・支援し、次代を担う産業及び小さな市域で雇用を生み出すSOHOビジネスなどを育成・誘致する必要がある。
- ・国や京都府の充実した起業支援制度を活用するとともに、市内に居住する企業OBなどのシニアパワーを積極的に活用する必要がある。

#### 起業家応援体制づくり

- ・市民人材の豊かさが向日市の特徴の一つでもあり、市内在住で、技術や人的ネットワーク、経営ノウハウなどを有する企業OBの組織化など、シニアパワーを活用したサポート体制をつくっていくことが期待される。
- ・京都市など近接する都市において、大手企業のOBや大学等による起業家応援グループが活動しており、これらのサポート体制を活用できるよう、情報提供やサポートに関する支援などを検討する必要がある。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・市民人材（シニア層等）による起業家応援プロジェクトチームづくり

個別の相談に対する専門分野で対応できる個人ネットワーク・登録データベース等でも可

- ・（市外）起業家支援（応援）グループの活用促進

商工会や行政による情報の把握、紹介  
ビジネスサポート活用に対する支援制度の検討

#### IT・コミュニティビジネスの育成

- ・高い付加価値の創出や家事専門の人の仕事づくりにつながるIT系企業は、市域面積に限られた定住都市としての向日市の性格に合致したものであり、その育成を図ることが考えられる。
- ・また、市民の多様化する社会ニーズや地域社会の課題に効果的に対応する産業であるコミュニティビジネスは、向日市の定住性の向上に寄与するとともに、コミュニティの活性化、身近な雇用の受け皿として期待されることから、その育成・支援を図ることが期待される。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・創業スペースの提供
  - 公的な空き施設、北部新市街地における公的スペースの活用など
  - (小規模事業所の集積による) 共同の相談窓口、交流
- ・国・京都府等の支援制度の紹介、情報提供、斡旋
- ・仕事づくり
  - 商工会や行政による外部委託業務の積極的な委託
  - 同種事業所による共同受注体制づくり
  - 市民へのコミュニティビジネス情報の発信(子育て、介護などのビジネス団体情報の提供)

## 取組スケジュールの提案

### ( 1 ) 市内に立地する既存の企業を支援する

		短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
立地している企業との信頼関係の構築				
	企業と行政の日常的な付き合い、定期的な交流・懇談会、企業訪問の実施			
	企業困りごと相談の実施			
	業務用車（トラック等）の出入りを円滑にする身近な基盤整備			
立地している企業の活性化の支援				
	企業交流会・異業種交流会の開催			
	京都府・大学等との橋渡し			

### ( 2 ) 新たな立地企業を誘致する

		短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
企業誘致の推進体制の強化				
	進出企業対応（応援）プロジェクトチームをつくる仕組み			
	産業用地の情報発信			
企業誘致の優遇制度の整備				
	支援・制度融資の整備			
	上乗せを図る特定業種・テーマの検討			
産業用地の整備				
	産業用地の整備			
	産業用地情報の把握			

### 3 ) ベンチャー企業を育成・誘致する

		短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
起業家応援体制づくり				
	市民人材（シニア層等）による起業家応援プロジェクトチームづくり			
	・（市外）起業家支援（応援）グループの活用促進			
IT・コミュニティビジネスの育成				
	創業スペースの提供			
	国・京都府等の支援制度の紹介、情報提供、斡旋			
	仕事づくり			

## 4 連携型産業振興の展開に向けて

商業・工業の振興を別々で考えるのではなく、他産業との連携や協働で相乗効果を発揮していく。

産業振興、あるいは商店や事業所に対する市民の理解を深め、まちぐるみ、市民ぐるみで産業振興に取り組んでいく。

近隣の大学・研究機関等の動向を踏まえ、新たなアプローチを検討する。

長期的な視点で、競輪場の跡地活用について、地元から積極的に提案する意識・意欲で取り組む。

### (1) 異なる産業が連携し、総合的に地域を振興する

- ・商業と工業はもちろん、農業、観光等との連携により、商工業の新たな商品開発や効果の高い産業施策を展開する。
- ・農業と地元商店や企業、観光関連業者との連携により、地元農産品の地産地消に向けた流通システムの整備や新たな農業加工品（特産品）の開発などが期待される。
- ・観光と地元商店や企業との連携では、一店逸品運動や「激辛商店街」による市外からの集客、歴史イベントや歴史資源にちなんだ土産物開発なども期待できる。また、市内工場の開放など、工場見学をルート化する産業観光なども考えられる。
- ・上記のように、個々の産業分野だけで考えるのではなく、他分野の産業、あるいは歴史文化や自然環境など、あらゆる地域資源を効果的に活用し、地域の総合的な活性化・振興を図るといふ視点で取り組むことが必要である。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・異業種の連携による新たな流通システムの構築（地産地消、ネット販売）
- ・異業種の協働による集客事業の展開（産業観光、協働イベント）
- ・異業種の交流による新商品開発（農産品加工、土産物開発）

### (2) 企業と市民が連携し、まちぐるみで産業を振興する

- ・企業は商品やサービスを提供するだけでなく、事業活動を通じて雇用や税収をもたらし、市民の暮らしやサービスを支える役割を担っている。市民がそうした意識を持ち、また企業も「企業市民」として、地元に貢献する意識を持ち、両者が互いに理解し、応援し合いながら、まちの活性化を図っていく必要がある。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・市民と企業の定期的な交流・懇談の場づくり
- ・市民による市内企業の情報発信・PR、積極的な購入

- ・市内企業による地域活性化やコミュニティ振興への協力  
従業者のまちづくり・行祭事への参画など

### (3) 大学等と連携し、産業の高度化や活性化を図る

- ・市内には大学は立地していないが、近接する京都市桂地域にKIP(桂イノベーションパーク)があり、京都大学桂キャンパスや独立行政法人科学技術振興機構が設置・運営する「研究成果活用プラザ京都」、京大桂ベンチャープラザなどが設置されている。幹線道路の整備及び阪急洛西口駅・JR桂川駅の開設により、向日市は同地域と直結することとなった。
- ・こうした大学・研究機関と積極的に交流を持ち、市内企業の研究開発・技術の向上、同地域で育つ企業や学生による起業の受け皿づくりの連携など、産業振興のイノベーションを進めていくことが期待される。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・桂イノベーションパークと市内企業・向日市の交流・懇談
- ・桂イノベーションパーク地区起業家との情報交換(用地確保の相談など)
- ・学生による商業ベンチャーの誘致  
優遇制度の整備、スペースの提供など
- ・学生によるチャレンジショップ

### (4) 競輪場への地元からの意見提案を検討する

- ・京都府が運営する向日町競輪場は、向日市の中心部に立地しているが、近年はレジャーの多様化などもあって、競輪施設の経営状況は厳しく、全国では閉鎖される競輪場も現れている。京都府においても今後のあり方について内部での検討が進められているが、現在、その明確な方向性は示されていない。
- ・しかし、向日市にとって向日町競輪場の立地場所は極めて重要な地点であり、その存廃、あるいは用地活用のあり方は、まちづくりに大きな影響を及ぼすことは間違いない。
- ・このため、地元市民等からの意見・提案など、そのあり方の決定にあたっては、地元及び向日市の意向が最大限に尊重されるよう、今から念頭に置くとともに、京都府の責務としてより良い方向性が示されるよう、要請していく必要がある。

#### 【具体的に取り組むこと】

- ・京都府と地元住民・向日市との情報交換  
市民への情報の提供
- ・地元住民及び市民の意向把握  
京都府からの提案等に基づく

## 取組スケジュールの提案

### ( 1 ) 異なる産業が連携し、総合的に地域を振興する

		短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
	異業種の連携による新たな流通システムの構築			
	異業種の協働による集客事業の展開			
	異業種の交流による新商品開発			

### ( 2 ) 市民と連携し、まちぐるみで産業を振興する

		短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
	市民と企業の定期的な交流・懇談の場づくり			
	市民による市内企業の情報発信・PR、積極的な購入			
	市内企業による地域活性化やコミュニティ振興への協力			

### ( 3 ) 大学等と連携し、産業の高度化や活性化を図る

		短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
	桂イノベーションパークと市内企業・向日市の交流・懇談			
	桂イノベーションパーク地区起業家との情報交換			
	学生による商業ベンチャーの誘致			

### ( 4 ) 競輪場への地元からの意見提案を検討する

		短期 1～2年	中期 3～5年	長期 5年以降
	京都府と地元住民・向日市との情報交換			
	地元住民及び市民の意向把握			

## 5 チャレンジプロジェクトの提案

できるところから成功体験を積み重ねていくため、次年度、次々年度にも取り組むことが望ましい事業をチャレンジプロジェクトとして、次のように提案する。

### チャレンジ 1

#### 市民口コミ(くちこみ)応援プロジェクト

- (1)市内商店・飲食店を紹介する市民ブログの立ち上げ
  - (2)市内商店・飲食店を紹介する市民目線のガイドブックの作成
- (狙い)
- いいところ、悪いところを含めた市民による情報発信
  - (商工会や行政では本当に率直な意見は書けない)
  - 宣伝だけでなく、本当に市民や閲覧者が知りたい情報の提供

#### 【事業概要】

- (1) ブログ(ホームページ、Web サイト)の開設
  - ブログで発信する情報の企画研究
  - ・テーマ設定(お店紹介、イベント案内告知、激辛商店街などの活動紹介、まちの歴史、食べ物、企業紹介、お店の人物紹介など)
  - ・情報の集め方、発信の仕方(ブログを書く人、メンテナンス・情報更新、情報収集・取材の方法、だれの責任で実施するかなど)
  - ブログの開設
  - ブログの宣伝、情報更新・メンテナンス
  - ・効果の検証、見直し・改善の検討
- (2) ガイドブックの作成
  - ガイドブックに掲載する情報の企画研究
  - ・テーマ設定(上記に準じる)
  - ・情報の集め方、取材の仕方(上記に準じる)
  - 取材(情報収集)
  - 編集・印刷・発行
  - ガイドブックの宣伝、情報更新・メンテナンス方法の検討
  - ・効果の検証、見直し・改善の検討

目標

ブログの開設・運営  
ガイドブックの発行

[想定スケジュール]

平成 22 年度 ブログ、ガイドブックの内容を研究し、ブログを開設して  
みる

【ブログ】

どんなブログで、何を発信するのか研究する  
だれが責任をもって、どんな問題があるか検討する  
一度開設してみて、評判や評価を聴いてみる

役割

地域活性化会議市民委員による検討組織の立ち上げ、研究、取材、ブログ開設・運営  
商工会からの呼びかけ、店舗による取材協力  
行政からの運営費支援

【ガイドブック】

どんなガイドブックで、何を発信するのか研究する  
だれが責任をもって、取材の仕方をどうするか検討する  
ダミーページ等を作成し、参加商店を募る  
先行的に一部商店の情報を収集する

役割

地域活性化会議有志（及び専門家）による検討組織の立ち上げ、研究、取材、ダミー作成  
商工会からの呼びかけ、店舗による取材協力、活動費負担

平成 23 年度 ブログの本格運用、ガイドブックの編集・印刷・配布と見  
直し・次号への課題を検討する

【ブログ】

評価や評判を受けて内容を見直す  
継続的な取材を続ける  
本格的な開設、レベルアップを検討する

役割

地域活性化会議市民委員による取材、ブログ開設・運営  
商工会や掲載された商店における宣伝、批判や努力目標への対応  
行政からの運営費支援

【ガイドブック】

必要な取材（情報収集）を本格的に開始する  
編集・印刷・発行を行う  
配布するとともに、積極的なPRする  
評価や評判を受けて、次の課題を検討する

役割

地域活性化会議有志（及び専門家）による研究、取材、編集・印刷・発行・配布  
商工会からの呼びかけ、店舗による取材協力、活動費負担  
行政からの運営費支援

## チャレンジ 2

### 商業ベンチャー育成モデルプロジェクト

- (1) 商店の新規開業を促進・支援する仕組みづくり
- (2) 開業支援モデルとしての商業ベンチャーの開業  
(狙い)
  - 新規開業の促進・支援に必要な制度について検討・研究する
  - モデル的に開店を実施してみて、改善点を研究する
- (期間限定のチャレンジショップなども検討)

#### 【事業概要】

- (1) 新規開業促進・支援の仕組みづくり
  - 国・京都府等の支援制度、実施事例の把握
  - ・どのような業種・形態への支援が行われ、成功・失敗しているか
  - ・足りない部分はあるか
  - 空き店舗情報等の把握
  - ・提供可能な空き店舗などの有無の調査
  - 独自の支援制度の検討
  - ・先行事例などから、必要な補完制度の検討
- (2) モデル開業
  - 新規開業希望者（起業家）の発掘
  - ・公募、または希望者の発掘
  - 支援対象の選定
  - ・対象となる場所を想定したコンペ・プレゼンテーション
  - 開業
  - ・本格開業を目指す起業家による期間限定等も検討
  - 支援制度の見直し等の検討
  - ・効果の検証、見直し・改善の検討

目標

支援制度の試行  
モデル開業の実施

[想定スケジュール]

平成 22 年度 開業支援の制度について研究し、制度を利用する可能性のある商業起業家を見つける

【仕組みづくり】

国・府等の支援制度について研究する  
市内で斡旋できる場所があるか調査する  
独自の追加支援制度について研究する  
制度仮説を設定し、利用候補者に聴いてみる

【モデル開業】

市内で開業を考える希望者の有無を調査する  
(口コミ、学生への呼びかけなど)  
市内で斡旋できる場所と希望者のマッチング

役割

商工会や最近市内で開業した若手商業者有志等による検討組織の立ち上げ、研究  
商工会及び行政による支援制度や事例の情報収集、検討組織への情報提供  
商工会、商店、行政等による起業家の発掘  
「空き店舗情報」を商工会や商店街、市民からの情報提供による収集

平成 23 年度 実際に制度(仮)を使ったモデル商店をつくり、制度の必要性や内容の見直しをする

【仕組みづくり】

利用候補者の意見を踏まえ、改善する  
コンペの審査員(組織)を設置する  
効果の検証、見直し・改善を検討する

【モデル開業】

開業予定地を想定しコンペを実施する  
実際に開業してみる  
(学生によるインターン開業も視野に)  
支援しての開業の効果を検討する

役割

検討組織等をベースとした審査・検証組織の立ち上げ・運営、モデル事業の効果検証、改善・見直しの検討  
行政による制度(仮)の整備と実行(適用)  
市民による積極的な購入と口コミ等による情報発信

## チャレンジ 3

### 企業誘致条例制定プロジェクト

(1) 企業誘致を推進するための条例の制定

(2) 条例制定の積極的なPR

(狙い)

他都市と対等なレベルで競争のできる立地優遇制度を整備する

新たに条例を設置することをPRし、姿勢の転換をアピールする

(実際には姿勢転換ではないが、イメージを大きく変えるため)

#### 【事業概要】

(1) 企業誘致条例の制定

他都市条例の把握

- ・ 近隣の競合する都市における条例等はどうのようなものか
- ・ 最近、立地が進んでいる自治体の事例はどうのようなものか(湖南地域等)

条例効果の検討

- ・ 近年、近隣に立地した企業、関連のある企業等へのニーズ調査

(企業ヒアリング等)

独自の重点分野の検討

- ・ 他都市より特に重視・優先する戦略分野の検討

(ウエルネス=健康ビジネス、コミュニティビジネス等)

条例案の作成、条例の制定

(2) 条例制定のPR

多段階における情報発信

- ・ 制定着手段階、提案検討段階、議会議決段階における情報発信

口コミによる情報提供

- ・ 市外企業にも届くような情報発信手段の検討

(地元企業との連携、京都府や経済団体を通じた情報提供等)

- ・ 市民ブログ等を使った情報発信

目標  
条例の制定

[想定スケジュール]

平成 22 年度 他都市事例等について調査し、向日市に必要な条例の内容について検討・研究する

【条例の制定】

他都市の条例について調査・研究する  
企業へのヒアリングなどから条例の効果を把握する  
向日市独自の重点分野について検討する  
条例案を作成する

【条例のPR】

制定着手段階で広報する  
検討案がまとまった段階で広報する

役割

商工会や最近市内に進出または市外に転出した企業等の条例に対する意見・提案  
行政による他都市事例の把握、重点分野の検討、条例案の作成  
商工会、市民、行政等による初期・中間段階での情報発信

平成 23 年度 条例を制定し、向日市の姿勢の変化を広く積極的にアピールする

【条例の制定】

議会での検討に付する  
議会での議決を経て、条例を公布する

【条例のPR】

条例制定段階で広報する  
京都府、経済団体を通じて情報を発信する  
市民ブログや口コミで、情報を発信する

役割

行政による条例案の議会への上程（議会議決 公布）  
商工会、市民、行政等による初期・中間段階での情報発信  
商工会、市民、行政等による条例の説明を求める企業などの情報収集と、行政による出前説明の実施

## チャレンジ 4

### 企業御用聞きプロジェクト

(1)市内立地企業との懇談と課題・問題点を把握する機会の創出

(2)できるところから迅速に対応する姿勢の提示

(狙い)

企業と行政との日常的な交流による信頼関係を構築する

問題点や事業再構築(拡充、転出)が生じた場合の事前相談を促す

(拡充時の場所の提供・提案、転出を抑制する可能性の協議等)

### 【事業概要】

(1)市内立地企業との懇談・交流機会の創出

企業との日常的な交流の強化

・市内企業への広報紙の配布など、まちづくり情報を提供する

・困りごとや相談のあった企業を定期的に訪問する

企業と行政幹部等との懇談機会づくり

・企業・行政懇談会や主要企業への市長・担当課訪問を実施する

企業困りごと相談の実施

・企業からのどんな相談も受け付けるワンストップ機能を整備する

(担当以外の相談も受け付けることでの企業への広報・周知)

(2)できるところから迅速に対応する姿勢の提示

問題点・要望事項の庁内での迅速な共有

・相談や問題指摘があった段階で、(直接の担当以外にも)情報が行き渡る仕組みをつくる

・セクション横断的に迅速に集まり、対応の可否を回答する仕組みをつくる  
担当セクションによる迅速な対応

・即時の対応が可能なものは迅速に対応する

・予算措置や庁内の意思決定・関係機関との調整が必要なものについて、具体的な対応タイムスケジュールを回答する

・対応結果を迅速に情報発信し、企業・市民にPRする

目標

企業と行政の懇談機会づくり

困りごと相談への対応事例の積み重ね

[想定スケジュール]

平成 22 年度 企業と行政の交流機会をつくとともに、日常的な相談窓口機能を強化する

【交流機会づくり】

企業に広報紙を配布し、情報を提供する

企業と行政の懇談会を開催する

企業からの困りごと相談受付窓口を設定する

【迅速な対応】

企業からの相談を庁内で共有する仕組みをつくる

対応方針、対応策を迅速に回答する仕組みをつくる

困りごと相談で対応可能なものに迅速に対応する

対応結果を公表・アピールする

役割

商工会や企業は行政との懇談機会に積極的に出席し、意見交換・議論

(商工会は会員以外にも呼びかけ)

行政はまちづくり情報の提供及び懇談会の開催と、企業からの相談に迅速・適切に対応できる体制・仕組みを構築

平成 23 年度 相談に対する対応事例など、迅速な・真摯に対応する事例を積み重ねる

【交流機会づくり】

情報提供、懇談会を継続する

困りごと相談のあった企業を継続訪問する

【迅速な対応】

迅速な対応を継続する

前年度相談のうち、予算化が必要なもの等について対応する

対応結果を市民ブログや口コミで情報発信する

役割

商工会・企業及び行政は前年度の取組を継続・強化

行政は前年度の相談事項等に継続して対応(セクション横断的に)

市民及び企業は「企業が創業しやすい向日市」を事例とともに広報・PR

## チャレンジ 5

### 農・商・工・観光連携プロジェクト(地産地消)

(1)農産物や市内で生産された食品等の市内消費の仕組みづくり

(2)多様な産業関係者及び市民の連携による新商品の開発

(狙い)

多様な関係者が連携・協働し、まちの一体感を高める

(産業振興のシンボリックなネットワーク事業と位置づけ)

向日市の新しい売り(みやげ物、新商品)を創造する

### 【事業概要】

(1)農産物の地産地消の可能性の検討

流通形態の現状把握

・農家や農協等への問い合わせ(農協や市場への出荷、直接契約、露天販売等)

関係者の意向(課題)把握

・農業関係者の地産地消への意欲・可能性の把握

・市民や市内商店・飲食店の地産地消に対する要請・期待の把握

(どのような方法による販売を求めるか - 朝市、小売、配達等)

農業関係者と他産業関係者・市民・大学関係者等の情報交流機会の創出

・実行に向けた意見交換、アイデア交流を行う

(2)モデル試行

可能性の高い流通形態の仕組み検討

・朝市・露天販売、市内商店販売、飲食店提供、配達等のうち、効率性や効果を考えて仕組みをつくる(農家、商業関係者、市民含む)

関係者との調整によるモデル試行

・イベント的なものでも、流通の仕組みを実践してみる

・市民や市内商店、観光・工場関係者等によるPRを展開する

農業関係者と他産業関係者・市民の情報交流機会の創出

・効果の検証、見直し・改善を関係者みんなで考える

・ものづくり関係での地元消費の仕組みの可能性、新商品開発の研究を行う

目標

新しい流通システムの試行

[想定スケジュール]

平成 22 年度 農産物を主な対象に、地元産品を地元で買える(売れる)あるいは食べられる仕組みを研究する

【地産地消の可能性検討】

今の市内農産物の流通の状況を把握・整理する  
地元農家が地産地消にどんな意識を持っているかを把握する

消費者や小売店の地産地消への期待や仕組みをつくるにあたっての意識を把握する

地産地消に興味・関心のある農家、商業関係者、市民等の交流・研究の場をつくる

観光・製造関係者、市民と連携し、農産物を使った新商品のアイデアを研究する

役割

農家や商業者・飲食店は、地産地消に向けた課題を提示し、協力・連携してその解決・解消に向けた検討、意見交換  
市民は地産地消にあたっての期待や実現に向けたアイデア出し  
行政は、実態調査による現状や他都市の成功例の把握、関係者の交流の場づくりへの呼びかけ

平成 23 年度 地元農産物の地産地消(地元での販売、飲食)をみんなで宣伝し、実践してみる

【モデル試行】

効率性の高い、あるいはアピール効果の高そうな流通の仕組みを研究・企画する

それぞれの関係者(農家、商店・飲食店、市民)ごとに関係機関等と調整する

実行の事前に口コミ等で宣伝する

農家・商工業者・観光関係者・市民・行政の協働で、新しい仕組みを実践してみる

新商品を試作してみる(間に合えば、新しい仕組みで試供販売)

役割

農家は農産物提供、商業者・飲食店は販売・加工販売を実践  
市民はイベント(朝市等)の実施支援や消費者への積極的なPR  
行政は、事業実施の関係者への調整や場所の確保  
観光・製造関係者による新商品開発の研究・実践