

＜ご参考＞精華町における当行の取組みおよび過年度の
受託業務の成果について

京都銀行の精華町における取組み

年 月	内 容
2017年 6月	精華町の魅力発信パートナーシップ協定
2017年 7月	地域創生ハッカソンー 精華町シティプロモーションー 「地域創生ビッグデータWEEK in 京都」の第1弾として精華町にて開催。 RESASやその他のデータを使用して、アプリケーションの開発コンテストであるハッカソンを実施。
2017年 8月	データから考える京都のミライセミナー 「地域創生ビッグデータWEEK in 京都」の第2弾として精華町にて開催。 RESASからみえる京都府や精華町の現状を解説したほか、「地域創生ハッカソン」の成果発表等を実施。
2017年11月	「産業振興・観光振興に向けた調査分析および統計・行政情報等のオープンデータ化に向けた検討業務」を受託 ○RESAS（地域経済分析システム）と関連する統計データによる精華町の経済と産業の現状分析および将来へ向けた課題の検討 ○観光ビジョンの策定および観光振興・産業振興に向けた提案 ○農業や地域産品を活かした産業振興・観光振興施策に向けた提案 ○統計・行政情報等のオープンデータ化に向けた検討
2018年5月	「農業や地域産品および学研都市ブランドを活かしたシティプロモーションによる産業振興・観光振興業務」を受託 ○平成29年度業務における「RESAS（地域経済分析システム）と関連する統計データによる精華町の経済と産業の現状分析および将来へ向けた課題の検討」 ○農業や地域産品を活かした産業振興・観光振興施策の実践 ○学研都市ブランドを活かしたシティプロモーション（サブカルチャー振興）による産業振興・観光振興施策の実践 ○京阪奈新線に関する調査
2019年 7月	「農業や地域産品および学研都市ブランドを活かしたシティプロモーションによる産業振興・観光振興業務」を受託 ○農業や地域産品を活かした産業振興・観光振興施策の展開 ○学研都市ブランドを活かしたシティプロモーション（サブカルチャー振興）による産業振興・観光振興施策の展開 ○町内観光資源の利活用促進に向けた可能性調査 ○京阪奈新線延伸に関する気運醸成の取組み

過年度業務の成果

2017～2018年度

- ・RESAS等のデータによる現状の把握、将来の課題に向けた検討（人口、地域経済循環、産業）、観光動向の現状分析
- ・分析結果の庁内職員や地域住民向けワークショップ

2017～2019年度

東大発ベンチャーであるチームラボと3年間、学研都市ブランドを活かしたシティプロモーションを実施（地域コンテンツの作成、精華町に関するクリエイター育成・サブカル振興、科学のまち・教育のまちとしてのブランディング等）

2019年度

けいはんな記念公園の利活用の可能性調査を実施。今後の進むべき方向性として、学研都市ブランドを活かした利活用アイデアを提案。

2017～2019年度

農業振興、観光振興においては、①精華町はいちごのまちであることをデータで示す、②通年で人を呼び込めるよう夏秋いちごの実証栽培を提案、③夏秋いちごのプロモーション支援、地域企業との関係創出、いちご農園の持続可能性についてのワークショップ実施（チームラボと連携）

2018～2019年度

京阪奈新線延伸にかかる調査分析、決起大会の実施

精華町の「強み」と「弱み」、「機会」と「脅威」

強み(Strengths)	弱み(Weaknesses)
・ 人口構成は生産活動に従事する生産年齢人口比率が京都府内市町村の中で最も高く、老年人口比率は最も低い。 ・ 域外で勤務する生産年齢の住民が多いことから、域外からの雇用者所得の流入が多い。一方、老年人口が少なく、年金等への依存度は低い。 ・ 住民の所得水準が高く、専業主婦が多い。住民の学歴水準も高い。域内に質の高い個人市場がある。 ・ 鉄道インフラの利便性、教育環境、景観などの面から住宅地としての評価が高い。 ・ 「学校教育」、「その他の学習・教育支援業」(塾、図書館)など教育関係の事業が充実しているほか、「学術研究・開発機関」が集積している。 ・ インキュベーション施設(けいはんなオープンイノベーションセンター、けいはんなベンチャーセンター)が立地している。	・ 高齢化により、人口構成が徐々に逆ピラミッド化。転出の多い20歳～24歳の人口が増加し、転出による人口減少圧力が強まる。 ・ 域外市場産業である製造業と農業の基盤が脆弱である。 ・ 特化係数が高く、域外への移輸出入収支が黒字となっている「精密機械」や「ゴム製品」の生産規模は小さい。 ・ 「学術研究・開発機関」が集積し、広く域外にサービスを提供していることから「公共サービス」の移輸出入収支は黒字となっているが、域内の産業への波及効果はそれほど大きくない。 ・ 地域住民の生活を支える「食料品」や「石油・石炭製品」などの移輸入が多いため、移輸出入収支は赤字となっている。 ・ 「小売業」や「対個人サービス」に勤務する従業者のウェイトは高いが、住民の人口に対する比率は低く、地域住民の家計消費は域外へ流出超。
機会(Opportunities)	脅威(Threats)
・ ICT化による産業構造と社会構造の変化、産業の知識集約化 ・ 消費者ニーズの高度化と多様化、小売業、対個人サービスの業態変化 ・ 都市型農業、近郊農業の多様化	・ 人口の東京圏一極集中が続いており、大阪圏、京都府は流出超過となっている。人口の都心回帰。 ・ 小売業や対個人サービスのチェーンストア化(商業利益が域外へ流出) ・ インターネット通販の伸張(地域の個人消費が流出)

クロスSWOT分析(人口)

課題と対応方針

精華町の人口構成は徐々に逆ピラミッド化していくことが予想される。人口ピラミッドのバランスを崩さないためには、今後も安定的に子育て世代の流入を促す必要がある。

このためには、マーケティング手法を活用し、鉄道インフラの利便性、**教育環境、景観など住宅地としての「強み」に磨きをかけると共に、「強み」を活かしたシティプロモーションにより、安定的な子育て世代層の流入を図ることが求められる。**

また、子育て世代の流入は、経済・産業の面で「小売業」や「対個人サービス」などの域内市場型産業の需要増につながる。

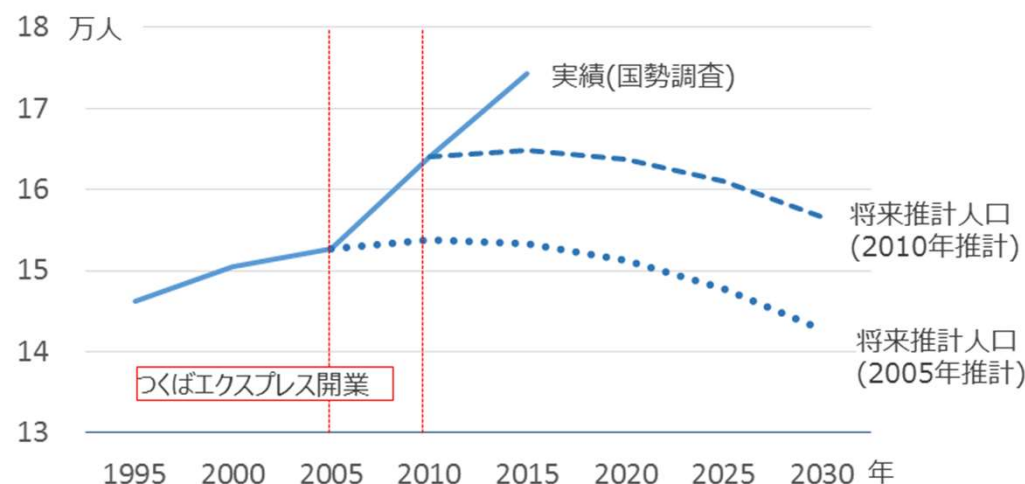
先行事例

先行事例としては千葉県流山市がある。流山市は千葉県北西部に位置し、人口約18万人、東京都特別区への通勤人口が多い住宅地である。

流山市においても人口の増勢がストップし減少に転ずることが予想されていたが、子育て世代の転入により人口の増加が続いている。

もちろん、2005年に開業した「つくばエクスプレス」効果もあるが、流山市ではマーケティングの専担組織を設置。共働き子育て世代をターゲットに絞ってマーケティング手法を導入し、シティプロモーション戦略を実施したことが見逃せない。

図 IV-2-②流山市(千葉県)の将来推計人口と国勢調査人口



出所: 国勢調査(総務省統計局)、日本の地域別将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)をもとに作成

クロスSWOT分析(経済・産業-1)

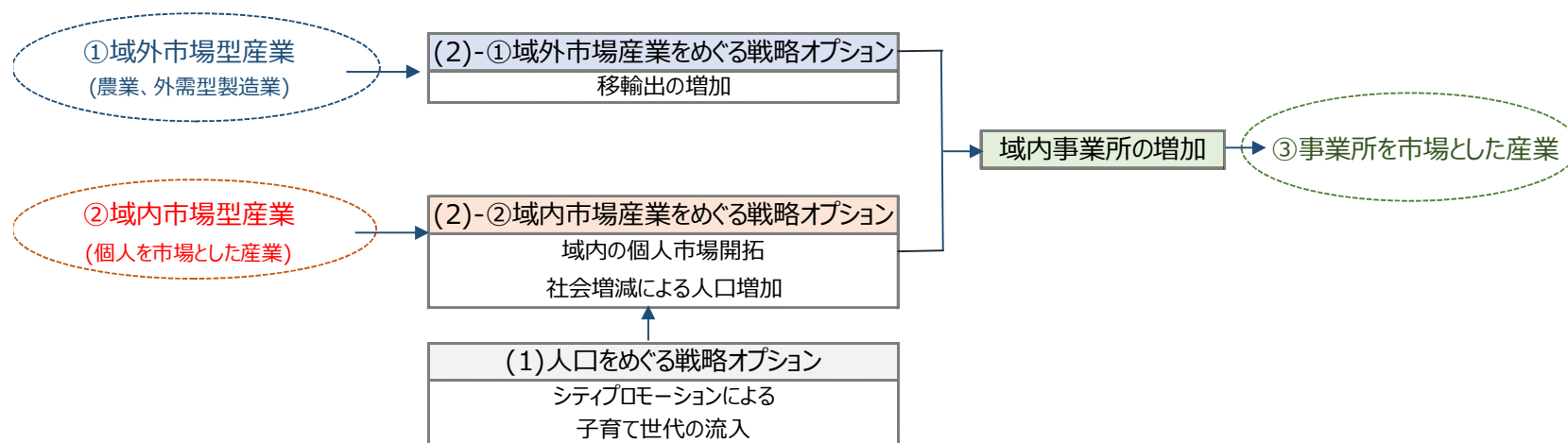
(2)産業をめぐる戦略オプション

地域経済の成長モデル

産業には次の3つのカテゴリーが考えられる。「Ⅲ-3-(3)影響力・感応度マップ(地域分布と成長モデル)」(168頁)

- ①域外市場型産業：「農業」や「製造業」のように主に域外の市場を対象とした産業で、市場規模の制約がない。
- ②域内市場型産業：「小売業」や「対個人サービス」のように主に域内の市場を対象とした産業で、市場規模は地域の人口に依存する。
- ③事業所を市場とした産業：「対事業所サービス」のように、事業所にサービスを提供する産業で、事業所が増加することにより成長する。

戦略として、市場規模に制約がない「①域外市場型産業」が成長し、これにより事業所が増加する。また、域内の市場開拓と子育て世代の流入により「②域内市場型産業」が成長し、これにより事業所が増加する。そして、①と②による域内の事業所の増加を受けて「③事業所を市場とした産業」が成長するという成長モデルを想定し、「①域外市場型産業」と「②域内市場型産業」をめぐる戦略オプションについて検討する。



クロスSWOT分析(経済・産業-2)

研究機関を重視している理由まではわからないが、産業の知識集約化が進むなかで、**研究開発志向の強い企業にとっては、研究環境、従業員の採用と育成などの面で学研都市は魅力のある立地**と考えられる。

学術研究機関は工場立地の選定理由としては決して多くはないが、反対に、条件を満たす立地は限られているだけに、こうしたニーズを着実に捉えていく必要がある。そのためには、研究開発型企業を対象としたシティプロモーションやマーケティング的な発想や手法も必要であろう。

	(件)			(件)	
	(最も重視)	(重視)		(最も重視)	(重視)
本社・他の自社工場への近接性	126	155	地方自治体の誠意・積極性・迅速性	15	73
市場への近接性	38	67	高速道路を利用できる	10	116
地価	34	136	空港・港湾・鉄道等を利用できる	4	11
関連企業への近接性	32	61	経営者等の個人的つながり	3	29
人材・労働力の確保	28	96	工業用水の確保	2	21
工業団地である	27	138	学術研究機関の充実(産学共同等)	2	6
周辺環境からの制約が少ない	25	99	他企業との共同立地	1	6
国・地方自治体の助成	22	99	流通業・対事業所サービス業への近接性	0	22
原材料等の入手の便	17	55	その他	35	71
			合計	421	1,261

出所: 平成28年における工場立地動向調査について(経済産業省)をもとに作成

クロスSWOT分析(経済・産業-3)

(2)-②域内市場型産業をめぐる戦略オプション

域内市場型産業をめぐるSWOT

- 【強み】・住民の所得水準と学歴水準が高い ・域内に良質な個人市場がある。
- 【弱み】・地域住民の人口に比較して、個人市場を対象とした産業の集積度は高いとはいえない。
 - ・ このため、地域住民の家計消費が域外へ流出している可能性がある。
- 【機会】・消費者ニーズの高度化と多様化 ・「小売業」や「対個人サービス」の業態変化
- 【脅威】・事業所のチェーンストア化 ・インターネット通販の伸長

課題と対応方針

住民の人口に対して「小売業」や「対個人サービス」など個人を対象とした産業の集積度は高いとはいえない。このため、地域住民の家計消費は域外へ流出していることが【弱み】となっている。しかし、【強み】として域内に良質な個人市場が存在しており、前向きな見方をすれば、集積度が低いという【弱み】は【機会】と捉えることもできる。

家計消費の流出を防ぎ、プラスに転換する方策としてはショッピングモールなどの大型商業施設の誘致が考えられるが、大型の商業施設では地域外の店舗が多数を占め、仕入れも域外からの仕入れが多く、地元への経済効果もそれほど大きくないと考えられる。

一方、外部環境の【機会】と【脅威】に目を向けると、「小売業」や「対個人サービス」に対する消費者ニーズは常に変化を続けている。しかし、どのような業態であれ、消費者の全てのニーズを満たすことは不可能であり、地域の消費者のどのようなニーズを満たすのか、地域ではどのようなサービスが不足しているかを見極めた木目細かな対応が求められるだろう。

また、「小売業」や「対個人サービス」は、地域の生活、文化のインフラであり、地域住民の住環境でもある。このため、「人口をめぐる戦略オプション」につなげる視点も必要である。

■コンセプトに基づいて、2017年度実施した内容

精華町を舞台にしたコンテンツの事例

ショートショート「けいはんな日記」ならびに登場キャラクター制作
田丸雅智さん（ショートショート作家）大江咲さん（京都在住精華大学卒）

京都精華大学

「チームラボと考える未来の学研都市」参加

親子「お絵描きワークショップ」の運営参加

精華町役場

産業振興課

企画調整課

連携

ファミリー向けコンテンツ創作

著作権調整

著作権合意

グッズ化支援
イベント化支援

グッズ化相談
イベント化相談

チームラボ株式会社

グッズ等商品企画・制作 / イベント企画・運営

連携

精華町スイーツタウン協会、いちご農園、各施設

イベント協力

「チームラボと考える未来の学研都市」
「お絵描きワークショップ」
「柳田理科雄先生の空想科学実験室」

イベント参加
アイデア共創

イベント参加

「精華町バレンタインスイーツラリー」

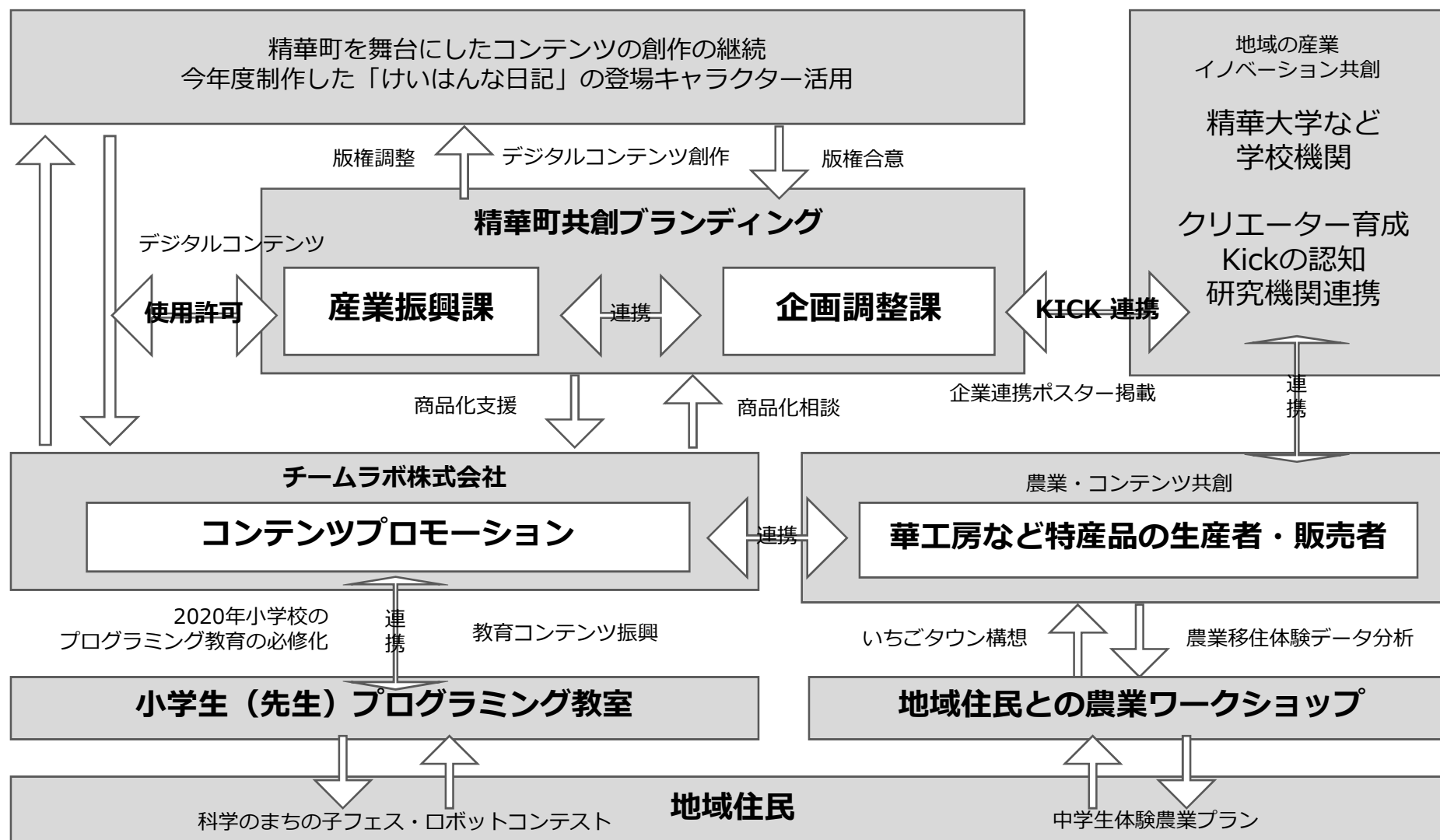
地域住民

2018年度 精華町観光振興・産業振興プラン（チームラボと連携）

■ 将来コンセプトに基づいた、2018年度の事業プラン再構築

精華町にヒアリングしながら、再構築した2018年度の施策案は下記の通りである。

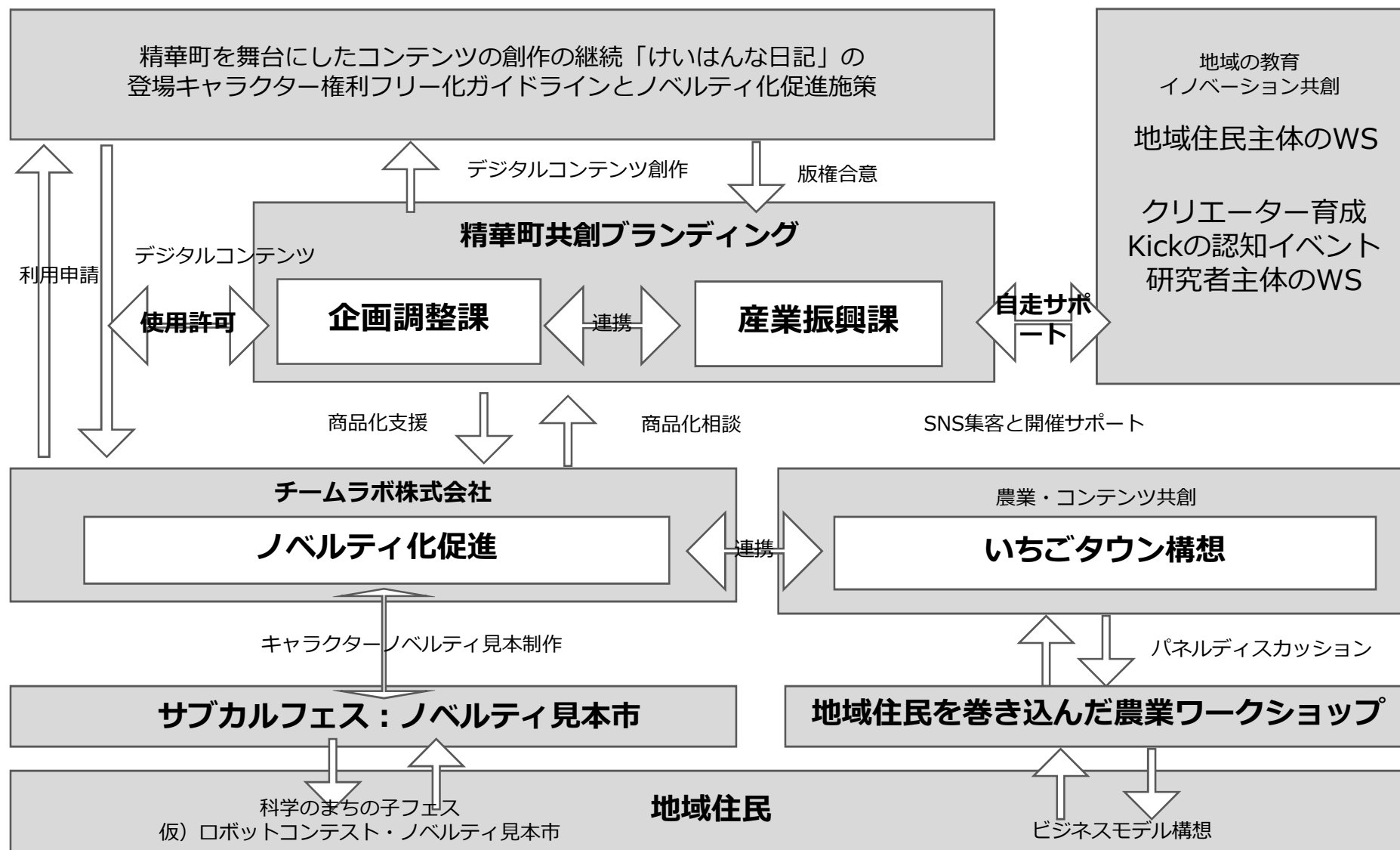
教育の町としてのブランド構築とデジタルコンテンツ振興と主力農産物の「いちごタウン構想」の継続施策



2019年度 精華町観光振興・産業振興プラン（チームラボと連携）

■ 将来コンセプトに基づいた、2019年度の事業プラン再構築

2019年度の施策案は下記の通りである。



2019年チームラボと考える未来の学研都市①

継続して各種施策の広告・実施結果の掲載のために活用



2月
11日
みんなで作って飛ばそう！つながる風ワークショップ
公開・主催者: チームラボと考える未来の学研都市



12月
1日
精華町「いちごのまち」について語ろう！
公開・主催者: チームラボと考える未来の学研都市

★ 興味あり ✓ 参加予定

チームラボと考える未来の学研都市さんが2019年12月8日の写真12件を追加しました。
作成者: 椎谷 ハレオ | 2019年12月8日 | 0 | 0

2019/12/8(日曜日) 横の人とつながろう!Tシャツお絵かき!
集まった人とTシャツに絵を描いて遊ぶことで、1枚の大きな絵にしました。一緒に絵を描くことで、自分では思いつかなかった描き方・線の使い方・色の選び方などを通し、他の人のアイデアを尊重すること、他の人の話を聞くこと、そして自分自身もアイデアを発することを学びました。

道具を共有することで、使いたい物を使いたい時に他の子が使っていて、自分が思うようにはいかない状況もあると思います。様々な衝突や葛藤を経験して、一緒にものづくりする体験をおこないました。

次回は2月11日 科学体験フェスティバルで開催予定です。



337 リーチした人数 90 エンゲージメント数 [投稿を宣伝](#)

チームラボと考える未来の学研都市
作成者: 椎谷 ハレオ | 2019年11月14日 | 0

SEIKAサブカルフェスタ2019
11月17日(日曜日) 10:00~16:00 雨天決行(入場無料)
精華町学研都市のキャラクター「けい・はん・なあちゃん」のイラスト作家。大江咲さんが来場して「似顔絵やさん」はじめます。けいはんなプラザ日時計広場で受付をしてくれた人、先着順20名です(整理券配布します) 展示ブースではキャラクターのグッズ見本市をやっているの好きなグッズに投票してもらえれば「けい・はん・なあちゃん」のシールがもらえます。皆さん遊びに来て下さいね!

<https://www.town.seika.kyoto.jp/event/11769.html>



チームラボと考える未来の学研都市
コミュニティ [メッセージを送信](#)

1,105 リーチした人数 103 エンゲージメント数 [もう一度宣伝](#)

2019/11/14に作成 完了

リーチした人数	1,060.0	投稿のエンゲージメント数	122
---------	---------	--------------	-----

成果を確認

2019年チームラボと考える未来の学研都市②

継続して各種施策の広告・実施結果の掲載のために活用



12月8日 Tシャツお絵かきワークショップ
公開・主催者: チームラボと考える未来の学研都市

★ 興味あり ✓ 参加予定

本イベントは、運営側から用意された画材を使ってTシャツに絵を描いてもらい、「みんなで絵を描いたTシャツを並べて1枚の大きな絵にする」ワークショップです。

けいはんなエリア周辺に居住する親子が、みんなで一緒に絵を描くことで、自分では思いつかなかった描き方・線の使い方・色の選び方などを通して、他の人のアイデアを尊重すること、他の人の話を聞くこと、そして自分自身のアイデアをカタチにすることを学びます。

道具を共有して絵を描くイベントを通して子どもたちは、自分が使いたい道具を他の子が使っている状況や、自分の思うようにはいかない衝突や葛藤などの経験を共有・体験します。保護者の方は、お子さんが他の子どもたちと「イメージをどう共有して絵にするか」を見て学ぶことができます。

▼定員: 親子15組(無料) 応募多数の場合は先着順になります。

▼参加費: 無料
申込時にTシャツ持参か購入かをご選択ください。
購入の場合は実費500円を当日に頂戴いたします。

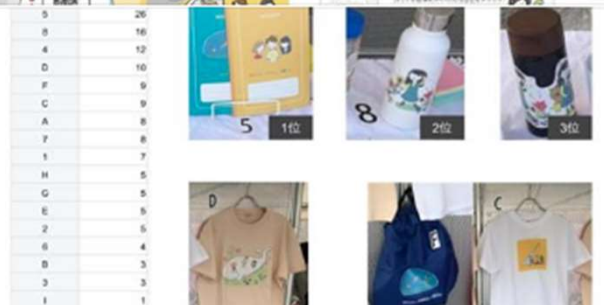
▼協力: 精華町 問い合わせ: TEL:0774-94-2004

▼Facebookイベントページ内の参加では正式な申込みになりません。
参加申込みは必ず下記リンク先の受付フォームからお願いします
<https://forms.gle/HwDNSbj9eD1kbAVA7>

▼参加者が用意するもの
白いTシャツ(持参する場合)
絵を描くのに使えそうなもの
飲み物

チームラボと考える未来の学研都市
作成者: 椎谷 ハレオ | 2019年3月4日 16:43

2月11日(祝日)「けいはんな科学体験フェスティバル」にて、学研都市精華町のキャラクター展示ブースでノベルティグッズの人気投票の結果をお知らせします。投票してくれた皆さんには「けい・はんな・あちゃん」シールを皆さんに差し上げました。



チームラボと考える未来の学研都市さんが2019年12月1日の写真...
15件を追加しました。
作成者: 椎谷 ハレオ | 2019年12月1日

2019/12/1(日曜日)「イチゴのまち精華町」パネルディスカッションを行いました。
後半は参加者のみなさんで「採れたてのイチゴ」を食べながら、精華町を「いちごタウン」としてアピールするためにどうするべきか「ブランドづくりワークショップ」農園・スイーツ店・研究者・ソムリエ・学生の方々が集まり、自由な発想で議論を行い、具体的なプランを発表してもらいました。



コミュニティ

メッセージを送信