

令和元年度 第2回 精華町まち・ひと・しごと 創生有識者会議（地域創生戦略策定会議） 会議概要

○日時・場所

令和元年11月18日(月) 午後3時30分から午後5時30分まで
精華町役場6階 第1委員会室

○会議概要

1. 開会

2. 精華町長 あいさつ

3. 出席者紹介

別紙資料「有識者名簿」のとおり

4. 次期精華町地域創生戦略（素案）について（資料説明）

①まち・ひと・しごと創生基本方針2019（概要）

別紙：資料①「第2期の方向性」にもとづき、国のまち・ひと・しごと創生基本方針2019について事務局より説明。

②精華町地域創生戦略の改定に向けた検討状況

別紙：資料②「精華町地域創生戦略の改定に向けた検討状況」にもとづき、町の次期戦略策定の基本的な考え方について事務局より説明。

③小中学生へのアンケート調査結果

別紙：資料③「精華町地域創生戦略に係る町内小中学生へのアンケート」にもとづき、令和元年7月に実施したアンケート調査結果について事務局より説明。

④地方創生に関するアンケート調査結果

別紙：資料④「地方創生に関するアンケート調査結果」にもとづき、令和元年10月に実施したアンケート結果について事務局より説明。

⑤第2期精華町地域創生戦略（素案）

別紙：資料⑤⑥⑦「第2期精華町地域創生戦略（素案）」について、新旧対照表、業績評価指標（KPI）の実績値・目標値を用いて事務局より説明。

4. 意見交換

【資料説明を受けての有識者各委員よりの主なコメント】

（田尻委員）

- ・精華町は学研都市の中心地で都市のポテンシャルが相当高いが、それが浸透していないように思う。投資すべき価値のあるような地域となるよう、努力しなければならない。
- ・企業集積や研究開発が進むまちであるが、心の豊かさも必要。文化面がより一層充実すれば良い。100年先を見据えたうえで5年・10年後の見通しを立てるべき。住んでる人や訪れる方々に学研都市の活力をぜひとも生かしてほしい。

（常山委員）

- ・国交省委託事業であるスマートシティモデル事業を精華・西木津地区で受けていることも踏まえて、もう少し都市交通の表現を分かりやすく入れた方が良いのでは。

（森田委員）

- ・既存地域では人口減少、少子高齢化等で自治会運営や伝統行事等の担い手不足が深刻化しており、これからの自治会運営や伝統行事を磨き直し次世代への継承方策等の学習会や研修会を実施するなど町のバックアップが必要。
- ・アンケート結果から多くの町民は豊かな自然に精華町の良さを感じており、里山再生に取り組む民間活動への支援体制が必要。
- ・直売所は地元農産物を食べてもらうことで生産者の生産意欲や耕作放棄地対策等に繋がっており販売成果が出ないと続かない。年々直売所の売上げが減少しており売上げ増に繋がるよう町のバックアップが必要。
- ・ツアー・オブ・ジャパン京都ステージの開催を契機として自転車愛好家のツーリングが増えて来ており、愛好家と地元の交流を通して地域の活性化に繋がる取り組みが必要

（古瀬委員）

- ・観光ルートの開発などについて、民間団体などが蓄積してきた情報を有効活用してほしい。
- ・KPI設定について、デジタルミュージアムの資料収蔵数と併せてアクセス数などの追加を検討してほしい。

（谷原委員）

- ・国の新たな視点に掲げている「地域経営の視点で取り組む」ことが精華町にも求められているのではないか。

(鹿谷委員)

- ・目標値の設定について、現状の戦略では高い目標を掲げて達成できないものもあった。このまま伸ばすのか維持するのかなど目標値の立て方について整理した方が良いのではないか。

(中村副座長)

- ・アンケートを見ていても50代以上の回答率が多い、こういった方々の支援、医療福祉と子育てについても記述が必要ではないか。
- ・前回にも話があったが、名誉市民のような制度を設けて、町のPRに活用できないか。

【杉岡座長からまとめの発言】

- ・地方創生の全国の動きとして、子育て世代への対応、UターンIターン、仕事づくりがどの市町も3本柱で設定されていることが多い。精華町は全く違う視点で進んでるが、それが精華町の方でもあり、そこに特化して引き続き進めてほしい。
- ・ただし、現行計画は策定から情勢も変化しており、コンセプトの「プロモーション」という言葉に少し違和感が出てきた。対外的には「PR＝シティプロモーション」で外部へ発信し、内向には「PR＝パブリックリレーションズ」をPRという言葉意識して使い分けを行うべき。新町長に変わられ良いところは継承し、また新たな価値をプラスしていけば良いと思う。
- ・また、関係人口と交流人口の言葉が混在しているので、第2期の国の指針を意識するのであれば、定住人口・交流人口・関係人口と言った言葉の整理を行い、関係人口を押し出す形のほうがうまくまとまる。
- ・精華町では京町セイカを押し出してプロモーションして来た。これ自身、精華町の特徴で、地方自治の差別化と言う意味でも素晴らしい取り組みだと思う。ただし、アンケート結果が示すように、住民の理解が得られていない部分もあるので、バーチャルも大事だが、顔が見えるPR大使などリアルなものがあっても良いのではないか。
- ・今後の総合戦略は住民参加の形式で作っていくほうが好ましい。委員にはファシリテーターになっていただき、住民がリアルに語れる場を提供して行くべきではないだろうか。