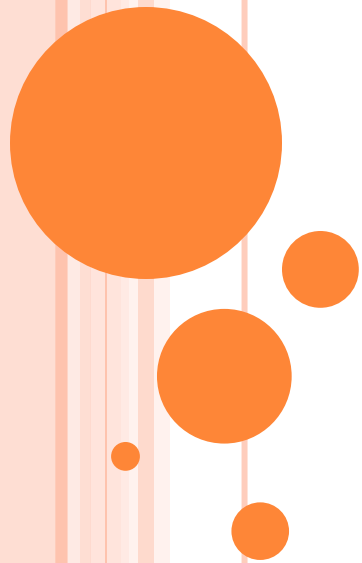
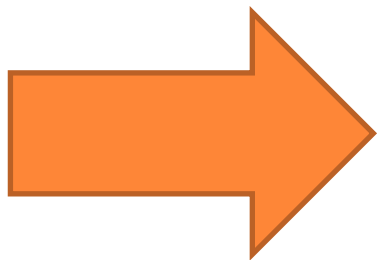


まち・ひと・しごと創生における
精華町の取り組みについて
～シティプロモーション推進事業～



精華町における将来の人口はどうか？

- 京都府全体では、既に減少傾向に転じているなかで、未だなだらかな増加傾向にある学研都市構成3市町の特性について
- 町内において、既存地区と新興地区における人口動向の差異について
- 精華町の特徴である、総人口(全国750位)と昼間人口(全国1725位)の差異について



**人口ビジョンに、
どう反映させるか？**

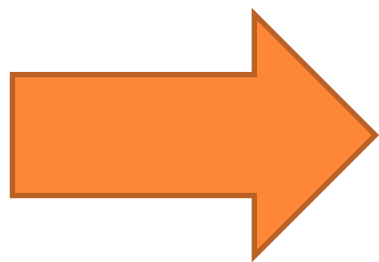


地方版総合戦略の策定①

○ 基本的視点

豊かな自然と歴史に恵まれ、学研都市の中心に位置する精華町の地域資源を活用し、「まちの魅力」を高めることで、新たな「まちの価値」を創造する。

それにより、「住んでみたい、住んで良かったまち」、「訪れたい、訪れて良かったまち」と、愛着と誇りを感じられる「学研都市精華町」の都市ブランドを確立による地域創生の取り組みを進める。



**今後5年間に
地方創生(地域創生)に向けて
進めるアクションプラン**



地方版総合戦略の策定②

精華町総合戦略における政策の柱

シティプロモーション

5つのプログラム

- ①誘客拡大に向けた情報発信の強化
- ②地域に誇りを持つ教育の推進
- ③ふるさとの魅力づくり
- ④地元産品・観光のブランド力強化
- ⑤健康・スポーツによる地域活性化



精華町 シティプロモーション推進事業



事業の背景と目的

- 精華町は豊かな自然と歴史に恵まれ、学研都市の中心にも位置し、さまざまな地域資源が存在する。



- それらの地域資源を活用すれば、「まちの魅力」を高め新たな「まちの価値」を創造することが可能。



- 「住んでみたい、住んで良かったまち」、「訪れたい、訪れて良かったまち」だと、愛着と誇りを感じてもらえる「都市ブランド」を確立する。



- その具体化に向けて、広報キャラクター「京町セイカ」を活用した、戦略的かつ効果的な情報発信を推進するための環境整備を推進する。



5つのプログラム

ふるさとの
魅力づくり

誘客拡大に
向けた情報
発信の強化

地元産品・
観光のブラ
ンド力強化

地域に誇り
を持つ教育
の推進

健康・スポー
ツによる地域
活性化



各プログラムの概要

① 誘客拡大に向けた情報発信の強化

- ・ 交流人口拡大に向けて、地域の魅力をインターネットや動画等の多様なメディアで情報発信するほか、サブカルチャーにおける創作活動支援等、けいはんな学研都市における多様な文化の創造・発信を促進する。

② 地域に誇りを持つ教育の推進

- ・ 未来を担う子ども達に、世界最先端の科学と文化が集積する学研都市にふさわしい学びの機会を提供するため、「科学のまちの子どもたち」プロジェクトを推進するとともに、地域公共人材の育成を図る。

③ ふるさとの魅力づくり

- ・ 各地域の歴史・景観をはじめとする地域資源を再発見し、情報を整理・集積し公開する等することで地域の活性化につなげる。また、より多く住民が「ふるさとは“ここ精華町”」と感じられるよう、子どもや高齢者、障害者等にやさしい情報発信を推進する。

④ 地元産品・観光のブランド力強化

- ・ 地元産品の販売力向上や販路拡大による六次産業化へ向けた取り組み、地域資源の観光コンテンツ化等による地域ブランドの創造・強化を図る。

⑤ 健康・スポーツによる地域活性化

- ・ ツアー・オブ・ジャパン京都ステージ開催を契機に、自転車を核とした交流人口の増加、地域のPRを図る。また、ウォーキングを中心に町を挙げて健康づくりに取り組む「せいか365プロジェクト」の推進に向けた情報発信に取り組む。

