

精華町まち・ひと・しごと創生有識者会議第2グループ議事摘録

日時：8月19日（水）10時00分～12時00分

場所：庁舎6F委員会室

1 開会

2 資料説明

【事務局】事務局より資料及び今後のスケジュールの確認

3 ブレーンストーミング（意見交換）

今川氏を座長として、意見交換

【トーマツ】人口ビジョンにおける精華町の目標人口の考え方
目標人口の考え方（配布資料④精華町人口ビジョンのP19～P21）

- ・目標人口：2022年（総合計画最終年）に3.8万人程度を目指す。また、2030年～2040年は3.8万人程度を維持し、2045年以降は緩やかな減少に抑える。

※配布資料④P18の人口シミュレーション「中位（移動）・高位②（出生）」をベースに、2035年以降、出生率が国の算定した希望出生率（1.8）に徐々に近づくとし、推計を行った。

- ・若者の流出を抑制するとともにUターンを促す。
- ・宅地開発による転入者の増加を図り続けることは困難であることから、出生率を高める施策を随時実施していく。

◆人口ビジョンに関して意見交換

【今川氏】人口ビジョンに関して、堀井氏から説明があったが、質問や意見を出して欲しい。

【森田氏】人口推計の結果は、地域の現実とかけ離れていると感じる。たとえば東畑地域では、高齢者単独や夫婦だけの世帯が多く、子供は出て行っている。その子供たちも町外で既に生活の基盤があり、Uターンしてもらうのは難しい。20～30年後には、たとえば東畑の世帯数は現在の200世帯から半分の100世帯ほどになると私個人は考えている。寺や神社、農業といった今までの地域社会の維持が難しくなってきたように感じている。このような実態を人口ビジョンには反映されているのか。

【トーマツ】 人口が増加するエリア・減少するエリアはあると思うが、推計は精華町全体で行っており、平準化して算出している。高齢者が増え、人口が減るのは自明なので、Uターンの促進などの施策を行って、この目標に近づけていきたい。

【事務局】 精華町人口ビジョンの19ページの社人研の推計では、人口は今後右肩下がり減少する。この減少幅を緩やかにしていくための施策を行っていく（若者のUターンなど）。5ページでは、山城地域の昼夜間人口を比較しているが、精華町は76.7パーセント。これは最下位に近い水準であり、定住人口を増やすとともに、昼間人口、交流人口を増やす施策を実施していきたい。

【事務局】 地域創生戦略素案の説明

・【基本目標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。

・【基本目標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、「科学のまち子ども」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。

・【基本目標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。

・【基本目標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。

・【基本目標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、自転車を中心とした交流人口の増加、地域のPRを図る。また、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。

地域創生戦略素案に関する意見交換

【今川氏】 基本目標 1 の誘客拡大に向けた情報発信の強化で意見、修正点などの指摘をいただきたい。

【山口氏】 情報発信をすることは良いと思う。ただし、何を発信するのかによってツールも変わってくる。どのような切り口を想定しているのか。

【事務局】 すべての情報が不足しており、情報発信の充実が必要であると考えている。東のつくばに対して、西のけいはんな学研都市。学研都市精華町という周知を推し進めていく。住民も精華町の良さを認識していないので、住民向けにも地域資源を発信してもらいたい。内向きと外向きの情報発信を行っていききたい。

【矢野氏】 ネットが重要視されているが、マスメディアに向けた情報発信がまずは重要である。これは、信用できる人（機関）が情報を発信しているという意識を持ってもらうことがねらいである。自治体の情報発信があり、新聞社の情報発信があり、その後にソーシャルメディアの情報発信が来る。これがいまの情報の流れである。ヤフーのトピックスにどうやって掲載されるかを考えることが大事ではないか。

【事務局】 マスメディアの活用を踏まえ、それに加えてソーシャルメディアを活用して情報を拡散させる仕組みを考えていきたい。

【山口氏】 けいはんな記念公園でも情報発信を頑張っているが、その経験から言えばマスメディアとともに、地元への情報発信が重要である。特に内向きへの発信としては、華創のような紙ベースのツールも大切である。

【木戸氏】 研究者として精華町で働いている外国人も、住んでみて初めてその良さに気付く。外国に向けては情報が全く発信されていない。文化、施設もたくさんあり、東京や大阪への交通アクセスも良い。しかし、検索しても精華町のことはヒットしない。そこは工夫す

る必要がある。

【事務局】 フェイスブックなどで国際交流員の英語による情報発信も行っているが、なかなかうまくいっておらず、課題だと認識している。提案やアイデアがあればいただきたい。

【佐久間氏】 ふるさと案内人としては、情報発信できるものを蓄積しているところである。ふるさと案内人の精華町内での認知度は低く、小学生は10パーセントぐらいであるが、中学生は4～5パーセント、一般の方が6パーセントほどである。小学生と中学生の認知度の差を考えると、ここ3年間ほどで、小学校低学年と接してきた結果だと思う。先日も、山田小学校の3年生に地元の歴史を話させてもらった。こうした活動により、内向きへの発信を進めていきたい。

【今川氏】 海外の方は出身地の自慢話をしたりするが。

【佐久間氏】 海外の方の話でいえば、アメリカ在住で父親が祝園出身の方が祝園神社の祭りに参加され、案内したことがある。

【今川氏】 基本目標2の地域に誇りを持つ教育の推進に関して意見をいただきたい。

【山口氏】 教育に関しては、前回の会議のときに木戸さんがおっしゃっていたが、精華町の教育環境はブランドになりうると思う。しかし、その際に話があったことと総合戦略の施策とではギャップがあるように思う。公園に来られている方が喜んで帰るのは、水遊びができる、森で遊ぶことができる、そして、管理人がいるため安全で子供を遊ばせられるからではないか。これは精華町の一つのブランドになると思う。前回も申し上げたが、世界的に有名な満足度の高いまちは公園面積の割合が高い。けいはんな記念公園は24万平米あり、人口を3～4万人としたら、住民1人当たり6～7平米くらいの広さになる。これに各地区の公園を加えると、15～20平米くらいはいくと推測され、これは全国的にも相当高い数字ではないか。子供たちの教育にも大きな基盤になる。また、アンケート結果を見ると、子育てをできる環境を親御さんは望んでいる。

学童保育や女性の就労支援など、子供を育てやすく、教育が充実したまちであることが重要だと思う。これらの施策を入れてもいいのではないか。

【事務局】 けいはんな記念公園をはじめとした自然は精華町を含め、学研都市においても大きな資源であることは認識している。基本目標3の3-2 豊かな自然環境を活かした交流人口の拡大というところで自然環境の利用を挙げているが、精華町は科学だけではなく豊かな自然環境にも親しんでもらえるということを、教育の面で表記を工夫していきたい。

【山口氏】 子育てしやすい環境は魅力的である。人口ビジョンでも少子化対策を挙げているが、子育て環境が全国よりも整っていることをアピールしていくことで、人を呼び寄せてくることに繋がると思う。特に女性目線での支援策を考えて欲しい。

【木戸氏】 最終的に住むところを決めるのは奥さんである。前回の会議の後からも考えていたことだが、子育て中の女性が自己実現できて、収入を得ることができる新しいことがあれば・・・と思う。もしくは、子供を安全に預けられる仕組みがあれば、子育て中の女性も仕事に行くことができる。「科学のまち」に関しては推進すべきである。学校の理科の授業で、先生は実験が苦手である。それであれば、プロの研究員に実験を任せてもいいのではないか。それを進めるためのコーディネーターを整備したほうがよい。

【事務局】 学校の先生は、理科の実験が苦手ではないかという意見であったが、先生と研究者の間で実験の勉強をする機会を設けたりしていると聞いている。このプロジェクトは推進していきたいと考えている。

【今川氏】 他に意見はあるか。

【矢野氏】 女性のキャリアを活かした地域での活躍の促進に関して、気になったことがある。仕事を辞めて家庭に入っている人でも、手に職を持っている人も多い。趣味レベルの人もいれば、専門学校を出たような方もおり、スキルを持った方を広報に活用してはどうか。私の経験でいえば、兵庫県のサブカルチャーをPRするために

「オタクをもっともっと」という企画を行った。2人の募集定員に対して70～80人の応募があった。このように、自分の趣味を仕事にしたい人は多い。芸大とか美術大を出た女性で、家庭に入っている人もおり、その人をパートでも在宅でも良いので雇用し、サブカルチャーをアピールすることで、精華町はサブカルの方に優しいまちという認識が広がるのではないかと。また、昨日若いコスプレをしている高校生に衣装に関して話を聞くと、コスプレの衣装をおばあちゃんが作っているとのことだった。衣装づくりを通じて、若者とお年寄りをつなぐといったこともできればよいのではないかと。

【今川氏】 基本目標3のふるさとの魅力づくりに関して意見をいただきたい。

【佐久間氏】 3-1にある観光ルートの開発という表現はどうかなと感じる。精華町は京都や奈良のような国宝級の観光名所は少ないが、散策路といった緑がいっぱいの魅力的な場所が多い。みんなが歩けるところで、普通の緑がある風景を売り出していただけでもよいのではないかと。また、デジタルミュージアムというのはどういうものか。

【事務局】 観光ルートに関しては、佐久間氏の考えられているように事務局も捉えているため、表記の仕方の工夫はしていきたい。デジタルミュージアムの詳細はこれからだが、イメージとしてはホームページ等でどこにいても精華町の民具や歴史的な資料を見られるようなものをイメージしている。

【事務局】 補足すると、観光ルートに関しては、散策ルートという側面のほかに、精華町はコンパクトなまちであるが散策するには距離があるため、路線バスや自転車も活用していくことも一案ではないかと。デジタルミュージアムについては、教育委員会で民具を保管しているが、保管されているだけで活用されていない。保管しているものを外に出して見てもらえるようにしていきたい。

【事務局】 デジタルミュージアム化については、第1グループの常山氏から私のしごと館に郷土資料館を誘致したらよいのではないかと

う意見があった。南山城でいえば、精華町は民具の保管量が圧倒的に多いという話があり、眠らせておくだけではもったいないため、デジタルミュージアムでの活用を考えている。

【佐久間氏】 精華町で奈良時代の井戸が発掘された。井戸は生活の場そのものであり、展示ができなくても、デジタル化によって公表していくとよいのではないか。東畑に民具を集めた資料館があるため、それも活用していただければと思う。

【山口氏】 ふるさとの魅力づくりとして自然環境を活かすためには、緑をきれいにすることがまず重要である。里山が多くあるが、荒れおり、それをきれいにすることが大事である。また、精華大通りは電柱がなく、並木もきれいだが、夏になれば草が生えていて荒れている。まずはハード面の整備を重視すべきではないか。自然環境や通りをきれいにしていく仕組みを考えていけばよいと思う。里山については、木を使ったエネルギーの開発（木質バイオマスエネルギー）を活用すれば、関電などから電気を買わなくてもエネルギーを確保できる。これをうまく利用すれば、エネルギーの自給ができ、町にお金が落ちて、雇用が生まれる。地域でお金が回るようになる。里山に価値を持たせ、美しい森をきれいに保ち、かつ経済と結びつけるために、木質バイオが切り口としては注目されているため、活用してはどうか。

【事務局】 元々ある自然環境を保全していくということは大事だと考えており、精華大通りの整備も対応していきたい。また、木質バイオエネルギーがエネルギーの自給自足、雇用に繋がっていくことも踏まえ、今後の課題として考えていきたい。

【山口氏】 高齢者が増えるのは避けがたい。高齢者が地元で働くことも重要である。それに関して木質バイオが活用できると考える。

【森田氏】 歴史ある資源はあるが、現実にはほったらかしにされている。活用するためには、お金もかかるし人手も必要である。何かしらのきっかけがないと、自主的な整備を推進するのは難しい。そうしたきっかけをつくったり、応援したりするような施策が必要である。

【事務局】 地域資源の掘り起こしに関して、地域の美しさを作っていくということはシティプロモーションという視点でも重要であると考えている。基本目標2で挙げている地域公共人材の育成の施策の中で、先頭に立っていただける方、地域活動をコーディネートしていただける方を後押ししていきたいと考えている。

【今川氏】 基本目標4の地元産品・観光のブランド力強化に関して意見をいただきたい。

【木戸氏】 東京にいる娘に聞いていると東北の震災の原発事故以降、食材は九州からのお取り寄せばかりという家庭もある。しかし、京都のこのエリアのものは売られていない。精華町のものは美味しいのでもっと売り出してもいいのではないか。

【事務局】 精華町も売り込んでいける余地があると考えている。4-3にあるように首都圏への特産品の開拓を進めていきたい。

【矢野氏】 東北でも復興のために東北のものを買ってくださいというアピールをしてくると考えられる。その中で、精華町の特産品をどのようにアピールしていくのかを考える必要がある。別の地域の食材も良いが、こちらの食材も良いとお互いに認めあうというやり方もある。その際に地域のキャラクターや代表者を利用することも一案だと思う。

【事務局】 精華町は農産物に対するブランド認証制度を行っており、それと広報キャラクターの活用や、他の地域とのリンクは今後検討していきたい。

【佐久間氏】 具体的な例として、11月に地元の神社で神楽祭りがある。夜に神楽を見る前に鯖寿司を地元で作ってもらってふるまうイベントを企画している。15人ほど参加者を募集する予定。こういったことを増やしていければよいのではないかと考えている。

【木戸氏】 ふるさと納税のプレゼントは何かあるのか。

【事務局】 今は何もしていない。今年から制度も変わっているため、今までどおりではいけないという認識を持っている。基本目標 1-1 でクラウドファンディングを活用したふるさと納税も含めて、何らかの対策は今後は検討していきたいと考えている。元々精華町がふるさと納税に関わらなかったのは、景品合戦になり、ものをもらうために納税することがよくないのではないかと考え、他の自治体とは一線を画してきた。精華町の取り組みに対する応援という趣旨でのふるさと納税を進めていきたい。

【山口氏】 特産品や観光、農業に対して、高齢者や子育て世代を活かすことが地方の活力を上げる要因となりうる。また、けいはんな記念公園で、自分で作った農産物を加工した商品を公園で売って欲しいという話があった。6次産業という考え方が織り込まれているのは良いと思う。

【今川氏】 基本目標 5 の健康・スポーツによる、地域活性化についてどうか。

【山口氏】 高齢化が進んでいる中で、65 歳以上の方が健康的に生きていけるかが大事になる。65 歳以上の方が誇りを持って生きていけることが大事なような気がする。先ほどのバイオマスもその文脈で話し、そうした観点を反映させてはどうか。

【事務局】 基本目標 2-2 で、地域公共人材の育成をあげており、その中で高齢者の活用も考えている。精華町のまちづくりに活躍してもらいたいと考えている。

【佐久間氏】 5-2 のせいか 365 プロジェクトとふるさと案内人で連携をしており、11 月に実施する散策では体操を取り入れた内容を検討している。

【今川氏】 その他に全体を通して意見や言い足りないことはないか。

【佐久間氏】 合計特殊出生率を 1.8 にするという目標があるのはいいが、バラマキのような施策ではなく、保育園や幼稚園などの設備の充実や働いている人の給料アップをすることで、女性の方が安心して

子どもを産める環境を整えれば良いと思う。

【事務局】 子育て支援の充実においては、精華町では子育て世代の流入が増えているので、成果が出ていると捉えている。ただし、施設で働いている方の給料アップについては、今すぐに対応することは難しいため、それに関してはご理解いただきたい。

【山口氏】 創生戦略の概要の箇所でも人口ビジョンの課題（人口減少とその対応）と、総合戦略の施策との結びつきをもっとわかりやすく説明したほうがよい。

【事務局】 検討させていただきたいと思う。

【今川氏】 説明という意味でいえばストーリーをもう少し付け加えてもらえばわかりやすくなると思う。他に言っておきたいことがあれば遠慮なく言って欲しい。

【山口氏】 外側に向けた発信として、ブランディングしていくには戦略が重要である。総合戦略の一覧だけみてもパッとしないので、ブランディングのための戦略を別途考えてもいいのではないか。

【事務局】 広報といっても色々なやり方があるため、ブランディングに関しては先進事例を見ながら、精華町にとってどのように進めていくのがよいか、研究していきたいと考えている。

4 事務連絡

【事務局】 今後のスケジュール等に関する説明

5 副町長挨拶

以上