

## 総務常任委員会先進地視察研修報告書

- 期 日 平成28年8月2日（火）、3日（水）
- 視 察 先 滋賀県守山市、草津市
- 参 加 者 委員7名、随員1名 合計8名
- 視察概要

### 【守山市】

- 人 口 80,912人
- 面 積 55.74 km<sup>2</sup>
- 視察事項 「守山まるごと活性化プラン」について

守山市では、市内の各地域のそれぞれの発想で、地域の持つ個性を磨き上げ、地域が光ることで市全体の魅力を高めていくことを目的に「守山まるごと活性化プラン」を策定した。

#### 1 計画の概要

##### (1) 計画の性格

- ①地域の人々が地域づくりを進める上での基本的指針
- ②地域主体による地域ごとのプランの作成及び実施
- ③市の計画との整合を図り順次事業化（5年～10年での実現）

##### (2) 策定上の重視事項

- ①「守山ならではの」「地域ならではの」の個性を大切にする
- ②50年後、100年後を見据えた活性化策を盛り込む
- ③新たなハコモノ整備はしない

##### (3) 計画の対象範囲と構成

対象地域は市全域とし、具体的な取り組みは小学校区（7区域）ごとに策定する

#### 2 活性化プランの5つのポイント

- (1) 地域の課題や強み、資源を明確化
- (2) 活性化のテーマの明確化
- (3) プロジェクトを5つ程度に絞り込み
- (4) プロジェクト実施主体の明確化
- (5) 事業展開の優先順位付け

### 3 代表的な取り組み

- (1) 自治会魅力向上プロジェクト…自治会のあり方や運営を見直し、各世代間が連携した活動を実施する。
- (2) 農からはじまるおつきあいプロジェクト…担い手の育成・支援のほか、地域内外の方々と農業をきっかけとした交流を図る。
- (3) 「身近な魅力」情報発信プロジェクト…地域のみ時七魅力、宝物を発掘し磨き上げ、地域内外に発信する。

### 4 主な成果

- (1) 地域内連携の強化…地域内の各世代、団体等の連携が強化され、顔の見える地域づくりができるようになった。
- (2) 地域愛の醸成…地域資源の掘り起こしや再発見などにより、地域への愛着を醸成することができた。
- (3) 全市一体の取り組み…各地域間のヨコの連携等が図りやすい環境づくりができた。

### 5 今後の課題

- (1) 各プロジェクトの実施に伴う活動の広がりに対する担い手の不足
- (2) 情報発信の強化（ホームページ、SNS等の活用）

#### ☆☆ 各委員の主な所感等 ☆☆

- ・プラン策定に際しては、20歳代から70歳代までの幅広い年齢構成による委員会を設置している。本市の場合年齢構成に偏りがあるため、早急に是正すべきである。
- ・地域の活性化には地域住民が主体となって取り組むことが重要である。とりわけ、豊かな発想や柔軟な対応など、市民主体の取り組みへの市の支援等を求めたい。
- ・本市の地域づくりにも多くの課題があるが、制度設計よりも、市民に十分説明し、納得してもらうことが重要と感じた。
- ・まちづくり、地域づくりは汗をかいた分だけ根付くことが理解できた。地域における人材の育成や職員の資質の向上が重要と感じた。

## 【草津市】

●人 口 1 2 9, 2 1 6 人

●面 積 6 7. 8 2 k m<sup>2</sup>

●視察事項 「草津市シティセールス戦略基本プラン」について

### 1. 事業スタートの背景について

全国の自治体と同様に将来の人口減少を見据えた、まちの活性化が大きな課題となっている。そのような中、草津市においては、成長型から成熟型への転換が求められているとの認識の下、都市としての魅力を発信し、市の認知度の向上を図るため「シティセールス」取り組むこととなった。

### 2. 草津市におけるシティセールスの定義

「市民と行政が協働して『草津ならではの』にこだわった魅力を創出し、市民や市外の人に対して、魅力を発信する」取り組みのこと

### 3. シティセールスを通じて目指す草津市の姿

＝草津の魅力を持続的に高める良い循環の形成＝

市民・団体・行政等がシティセールスに取り組み、多くの方がその良さを知り、体感することで、草津がにぎわい、活性化し、市民等の輪が拡大するという一連の循環により、草津市を持続ある魅力あふれるまちにすることを目指している。

### 4. セールス事業の展開に対する基本姿勢

シティセールスを展開する上で、大切にしたい考え方として以下の3点を基本的な姿勢としている。

#### ① できることから一歩ずつ

身近な地域資源や分野を出発点に、すぐできることから取り組み、成功事例を重ねながら活動範囲を拡大する。

#### ② 輪を広げる

市民や団体などの様々な主体がシティセールスに取り組み、体験や成果を共有しながら、活動の輪を広がるような展開を目指す。

#### ③ 達成感・誇りの共有

様々な主体が達成感や誇りを共有することで自発的な活動をさらに促す。

### 5. 戦略的な事業展開

シティセールスを効果的に進めるため、戦略的に事業を展開している。

「対象（だれに）」「地域資源（何を）」「手法・体制（どうやって）」を明確にし、具体的な取り組みを行っている。毎年度、アクションプランを策定。

## 6. シティセールスの推進体制

シティセールスの実行性、継続性を確保するため、3つの主体から構成されるチーム「シビック・プライド草津」によりプランを推進している。

①全体の方向性を検討する主体 … 「シティセールス推進懇話会」

セールス全体の進行管理、事業展開の方向性について意見交換を行う。

②事業を推進する主体 … 市民、団体、企業、行政等が全体または個別に事業を計画し、取り組んでいる。必要に応じてそれぞれが支援し合っている。

③事業をサポートする主体 … 「シティセールスサポーター」

登録制の民間サポーター制度であり、協賛金やマンパワー、PR支援などを行っている。

「シティセールスファンクラブ」

個人、団体、企業等がスタッフとしてではなく、参加者として気軽に参加し、口コミ、SNS等で情報発信などを行っている。

## 7. 成果と課題

○地域資源の掘り起こし等により、地域（草津）に対する興味や愛着が醸成されている。

○市民、団体等がシティセールスに取り組み目的や意義を理解することでまちづくりそのものへの関心が高まっている。

○全国住みよさランキングで関西1位の評価。

○セールス事業の展開を担う人材、団体等の育成が課題となっている。

### ☆☆ 各委員の主な所感等 ☆☆

- ・市のPRと併せて、ふるさと応援寄附と一体的に取り組むことで、相乗的な効果を得ている。本市でも取り入れるべきである。
- ・市のセールスポイント（蔵、山車、遊水池など）のPR手法が重要である。市民が自らの街に愛着と誇りを持てるような取り組みを期待したい。
- ・行政主体でなく、市民主体の推進会議を設置し、アクションプランを策定し、セールスの実効性を高めている。
- ・セールスの実施主体は、穏やかな登録制をとっている。裾野を広げる意味で参考になる。