

平成29年度 第4回松崎地区駅前活性化協議会

日 時 平成29年7月24日(月)

19時00分～

場 所 中央公民館談話室

1. 開 会

2. 会長あいさつ

3. 議事

(1) 旧Aコープの活用について

(2) 旧Aコープ関連部分以外の重点事項に対する今後の進め方について

(3) その他

5. 閉 会

次回予定 平成 年 月 日 ( ) : ~

## 旧 A コープ活用（案）

※検討段階であり、確定ではありません

### 1. 前回会議（6 月 28 日）の振り返り

#### 1) 提起された課題

- ① 足湯
- ② 移動手段（A コープへ通う）
- ③ 目玉になるもの
- ④ お勤めする人が寄れる時間帯 18:00 以降
- ⑤ お酒が飲める、映画、テレビ + お酒
- ⑥ ターゲット（地元の人、町外の人、観光の人）
- ⑦ イベントの開催

#### 2) 課題に向けて

- ① 足湯：湯梨浜町からは難しいとの回答。  
予算がかかる内容のため、湯梨浜まちづくり（株）だけでは解決が難しい。
- ② 移動手段：移動販売の可能性等、検討を進めたい。
- ③ ～ ⑦ 計画に取り入れていくよう検討を進める。

### 2. 今後に向けて（各項目の課題は 6 月 28 日会議資料で提示）

#### 1) 継続性（基盤事業）

A コープの運営に関する具体案として、福祉事業である障がい者の就労支援事業（働く場づくり）を組み合わせることを検討しています。

湯梨浜町は福祉のまちづくりとして、子ども、子育て世帯、障がい者、高齢者、誰もが安心して集える居場所づくりを目指しており、誰もが温かく受け入れられる松崎地域であれば、この実現が可能だと考えています。

また、県内における、障がいを持つ方達の働く場の選択肢が少ないという問題があります。新しい就労の場としての受け皿になり得ると共に、就労支援事業（働く場づくり）をすることで、国からの支援費が入るため、継続した事業運営にも繋がると考えています。



2) 参画者（住民、団体、事業者）

旧Aコープ・町有地の総合相談センター含めた

<旧Aコープ>

④ コミュニティカフェ等の交流スペースの運営者

⑤ マルシェスペースの出店者

<町有地>

① 総合相談（移住、生活・介護・医療、観光 等）

② まちの保健室

<+α 検討内容>

- ・ 多世代（働く場、子供の遊び場 等）
- ・ 健康（卓球、体操 等）
- ・ ランチ以外の飲食（お酒、イベント食 等）
- ・ 文化（まちライブラリー、映画鑑賞、作品展示 等）
- ・ リフレッシュ（スポーツ観戦、カラオケ 等）

3) 屋内外空間づくり

① 設計士：湯梨浜町確認

② 畳スペース、土間スペース：

- ・ 長居出来る、くつろげるスペース
- ・ 外から気軽に行き来できる、卓球などの活動スペース

③ 駐車場：現況のまま活用可能

4) 広報・宣伝

① アンケートのお願い

3. スケジュール（案）

- ・ 湯梨浜町確認

以上

## 旧 A コープ活用（案）

※検討段階であり、確定ではありません

1. テーマ：交流、買い物、憩いの場

2. コンセプト：健康・美・元気

3. 交流人口の層

松崎周辺総人口 約1,500人

\*（まつぎきこども園53、とうごうこども園110）

| 交流の層     | 交流人口  | マルシェ          | レストラン（食事）      | カフェ（お茶）       | 男の憩いの場 | 卓球            | 子ども遊び場 |
|----------|-------|---------------|----------------|---------------|--------|---------------|--------|
| 時間帯      |       | 9:00<br>16:00 | 10:00<br>16:00 | 9:00<br>18:00 |        | 9:00<br>21:00 |        |
| 高齢者      | 500   | ●             | ●              | ●             |        |               |        |
| 一人暮らし    | 150   | ●             |                |               |        |               |        |
| 買い物難民    | 100   |               |                |               |        |               |        |
| 小学生      | 300   |               |                |               |        |               |        |
| 子育て世代    | 170 * | ●             | ●              | ●             |        |               | ●      |
| 卓球人      | 100   |               |                |               |        | ●             |        |
| 男（憩いの場）  | 50    |               |                |               | ●      |               |        |
| 女（おしゃべり） | 100   |               | ●              | ●             |        |               |        |
| 昼食ニーズ    | 100   |               | ●              | ●             |        |               |        |
| 放課後子ども   | 150   |               |                |               |        |               | ●      |

## 4. 内容（案）

1）コミュニティレストラン：（体にいい、手軽、飽きがこない、持ち帰りできる、、、）

①一汁一菜・・・日替わり「おにぎり+具たくさんスープ+つけもの」ランチ

・おにぎり（体に優しい玄米、五穀米、具材）

・スープ、味噌汁（栄養が摂れる野菜中心、アゴ、しじみ、、、）

②カフェ・・・野菜ジュース系、お茶、パン、お菓子



2）マルシェ：（地元の野菜、効用、コンビニにはない、、、）

①お惣菜

（少量でも買える、その場で食べれる、持ち帰り出来る）

②生鮮食品（地元、効用がある、生産者の顔がみえる、、、）

③湯梨浜特産品（ここでしか買えない、、、）

④他、日用品（他の事例参考）



### 3) 他

#### ①卓球（雨でも出来る、気軽、、、）

- ・ 夕方、土日：スクール（卓球のレベルを高める）
- ・ 日中：遊び（リフレッシュ、親子）、健康体操（運動不足解消、介護予防）

#### ②屋内外イベント：軽トラ市、飲食イベント（日中・夜）

#### ③大画面でのスポーツ観戦、カラオケ

#### ④まちライブラリー

#### ⑤足湯（※要検討事項）



### 4. 利用予測

| 交流の層   | マルシェ           | レストラン<br>（食事） | カフェ<br>（お茶） | 男の<br>憩いの場 | 卓球           | 子ども<br>遊び場 |
|--------|----------------|---------------|-------------|------------|--------------|------------|
| （1人単価） | @500円          | @500円         | @100円       | @300円      | @750円        |            |
| （頻度）   | 週2回            | 週1～2回         | 週1～2回       | 週1～2回      | 週3回          |            |
| （人数）   | ×250人<br>=500人 | ×1日30食        | ×1日30<br>人  | ×100人      | ×10人<br>=30人 |            |

### 5. 課題

- 1) 継続性（基盤事業）
- 2) 参画者（住民、団体、事業者）
- 3) 屋内外空間づくり
  - ① 設計士未定
  - ② 畳スペース、土間スペース、
  - ③ 駐車場
- 4) 広報・宣伝

### 6. スケジュール（案）

※町のスケジュール要確認

- ①事業計画策定中
- ②設計：7月～9月
- ③竣工：10月～1月
- ④開設：1月、2月

以上

| A-人                                                                                                         | 助け合いやコミュニティづくりに取り組むことが最も重要であることを話し合った。<br>地域（各区内・松崎地区内）でのつながりや支えあいをどのように創り出していくの                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 助け合いマップ、防災マップ作りなどをしながら人との支え合いの輪を広げていく。                                                                      | マップは、支援が必要な人と周辺の住民の関わりを地図上の線で結ぶことにより地域の課題が明らかになり、助け合いをすすめることができる。                                                                                                                                       |
| 色々な同好会などにも声をかけ、横のつながりも伸ばしていくことが大切。                                                                          | （参考）各種団体等とのつながりを広げることは大切である。                                                                                                                                                                            |
| 情報発信、交換の出来る場を設ける。ネットと実空間の両方をバランスよく活用したい。中心となって活動されている方を前面に出していくことで身近にあることを感じてもらいたい。                         | 本町では女性の活躍をメインに「ゆうゆうゆりはま」を展開している。今年3月には、移住PR動画「明日を生きるまち」を作成し、町のHPやYouTubeにもアップしている。拠点が完成すれば、HP等でPRする予定である。                                                                                               |
| インターネットや広告で地区で活躍されている方やお店等紹介をする。                                                                            | 拠点は地域内外に限らず、多世代が集う場として整備・運営するように検討している。                                                                                                                                                                 |
| 地域内の交流だけでなく、地域外(観光客)の方とのふれあいの場の提供                                                                           |                                                                                                                                                                                                         |
| 10.23地震時に松崎にある「カフェ梅や」のコミュニティが機能し避難活動に力を発揮。特に、多世代交流等の取組を行うことができるコミュニティづくりが重要。                                |                                                                                                                                                                                                         |
| 震災や大雪等の災害が発生すると地域の結束につながる。本経験を絶好のチャンスとし、区は勿論であるが、松崎地域の自主防災の取組の強化による支え合いづくりの構築が有効と考える。（特に、自主防災による近所付き合いの取組み） | 災害発生直後は役場などの公助には限界があり、普段から顔を合わせている地域住民が互いに協力し合いながら災害に対応しなければならない。しかし、日頃近所付き合いのない人が、災害発生直後に地域住民と急に親しくなることは難しい。日頃から地域住民が互いに顔見知りとなり、協力し合える風土を作り出すために、各種イベントの開催、あいさつ、災害時には住民間の支え合いが重要であるという防災意識の啓発活動が重要である。 |



|                                                                                  |                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| B－環境                                                                             | 昔ながらの名前や町並みが残っているが、人通りがほとんどないことを話し合った。<br>レトロ街や古い家並みを活用し人を呼び戻す仕掛けをどう創るのか。                                                                                    |
| 古い町並み、古民家、特徴のある場所、また、変わった場所などを動画サイト、テレビなどで取り上げてもらう。                              | 本町では、女性の活躍をメインに「ゆうゆうゆりはま」を展開している。今年3月には、移住PR動画「明日を生きるまち」を作成し、町のHPやYouTubeにもアップしている。拠点が完成すれば、記者発表する予定である。                                                     |
| レトロ街や古い家並みを案内する人(ボランティア)があれば人通りも多くなるように思う。                                       | (参考) 観光協会などのボランティアガイドにより、「昔ながらの絆が残る、どこか懐かしいまち」として知られるようになり、一息つきたいときに、何度も訪れたい観光地に姿を変えつつあるまちもあるとのこと。住民と観光客の架け橋となり、ガイドによってはリピーターがつくほど人気があり、集客効果があると認められるケースもある。 |
| 松崎地区のレトロ感を出したマップ作り。                                                              | ウォーキング用にも使えるレトロ感のあるマップなど、内容について協議会で検討する方法もある。                                                                                                                |
| 昭和の松崎の写真の掲示。現在しているものをバージョンアップ。                                                   | (参考) バージョンアップの内容について、協議会で検討する方法もある。                                                                                                                          |
| 三八市はレトロな街並みのPRによい。ただし、10月中心であり、一年を通じて、土日に人が集まるようなイベントづくりを創る。                     | (参考) 主催者の負担も考慮したうえで、人が集まりやすいイベントを実施することは重要である。                                                                                                               |
| 商店の皆様は軒先あるいは入口に何か特徴のある目印等を掲げ頑張っている姿を訴える。                                         | 今年度、松崎商店街のブランディングイメージ等(暖簾等の景観統一など)を検討する業務発注を予定している。                                                                                                          |
| 民家の自宅前にはプランターの花、あるいは竹燈籠で夜は灯りをとす事を考える。                                            |                                                                                                                                                              |
| 廃業した商店の一般住宅の玄関周りに当時の「〇〇屋」の表示をする。現在でも下駄でもって表示しているが、一部だけであり、年代・地域の幅を広げてバージョンアップする。 |                                                                                                                                                              |
| 東郷池が季節ごとに表情を変えるのに合わせて街並みにも、四季折々の花など、並べてみてはどうか。そのお手伝いとして、子ども会に呼びかけても良いと思う。        |                                                                                                                                                              |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| C-イベント                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>良いイベントがあるので、イベント回数を増やしたいと話し合った。</p> <p>地域イベントを増やすために、住民主体で進めていくにはどうするのか。</p>                                                                                                      |
| <p>イベントがあるが、主催者、関係者だけでなく、一般住民が参加しやすいように取り組む。地区内の各組織、団体に口コミや地区内放送を何回か繰り返し連絡する。</p> <p>松崎区長会とそれに賛同する同好会などが中心になればイベントがスムーズに進みやすいと思う。</p> <p>現状ではイベントを増やす＝協力者の負担が増える、という構図にあると思う。（毎回積極的に協力される方に頼らざるを得ないと感じているから）例えば、まずは地区外の方に協力いただき、住民の人には参加してもらう所から始めてみる。そして将来的にイベント運営に協力してもらうような流れはどうか。いきなり協力をお願いしても前向きな人は少ないと思う。</p> <p>活動されているボランティアグループと協力してイベントを開催する。</p> <p>一過性のイベントでは地域の活性化には限界を感じる。まずイベント出店参加者(出店業者)にとって経済的メリット、そして、イベントのお客様のメリットがないと、イベントは継続しないしイベント拡大化しないと思う。</p> | <p>(参考) 普段、地域コミュニティへの参加の機会が少ない男性高齢者が参加しやすくするきっかけづくりが大切である。受入側としては、多様性を受け入れる土壌が大切である。</p> <p>(参考) 「趣味でしているものだし、みんなが楽しんでくれるなら赤字でも大丈夫」と思いつつも、イベントを継続させるためには最低限毎回多少は黒字になるような価格設計が必要。</p> |



|                                                                                                     |                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| D - 自然景観                                                                                            | <p>何か一番といえるものが必要で、東郷池に関わる資源から一番を創出しようと話し合った。(モノ、場所、食など)</p> <p>東郷池を活用した「みんなで一番といえるモノ」をどのように情報発信していくのか。</p>                                                              |
| <p>東郷湖一周ウォーキング、温泉、昭和の古い町、古民家、梨。テレビコマーシャルや旅行会社、動画サイトなどに掲示する。</p>                                     | <p>本町では「ゆうゆうゆりはま」と題して、女性活躍をメインにし、活動されている方のポスターを掲出し、啓発するとともに、その産業を強化する活動を展開している。今年3月には、小学生が湯梨浜を語る構成の移住PR動画「明日を生きるまち」を作成し、町のHPやYouTubeにもアップしている。ご意見等は今後作成する上での参考としたい。</p> |
| <p>一番いいものは、東郷池の風情。一宮、日本一の梨どころなど、一番が集められればPRに繋がると思います。</p>                                           |                                                                                                                                                                         |
| <p>行ってみたくなるような観光用動画の導入。</p>                                                                         |                                                                                                                                                                         |
| <p>東郷池景観を全体的に把握できる映像。ドローンを活用した魅力ある動画の製作。</p>                                                        |                                                                                                                                                                         |
| <p>東郷池の魅力は住居の身近で見える夕日、その模様を観光協会等と連携しライブ発信。</p>                                                      |                                                                                                                                                                         |
| <p>しじみブランドとし「鬼蜆」、更に情報発信。</p>                                                                        |                                                                                                                                                                         |
| <p>東郷池の魅力は住居の身近で見える夕日、その模様を観光協会等と連携しライブ発信。</p>                                                      |                                                                                                                                                                         |
| <p>東郷池・しじみ・梨・松崎駅前・湖畔公園等を含め商工会・観光協会旅館組合・温泉組合・ホームページ等色々な媒体を利用して発信する。</p>                              | <p>各機関と調整し、ハイパーリンクを活用するなど発信の幅を拡げるよう検討したい。</p>                                                                                                                           |
| <p>特色を生かした参加しやすいイベントを企画してみる。例えば①魚つり大会：池の魚や水質の情報発信に繋がる。②写真大会：池の景色や場所の情報発信に繋がる。景品には温泉に関する得点がつくなど。</p> | <p>(参考) 主催者の負担も考慮したうえで、人が集まりやすいイベントを実施することは重要である。</p>                                                                                                                   |
| <p>「食べる」と言うことは、誰でも楽しみに思うこと。東郷池といえはしじみ、というイメージを大切にしたい</p>                                            | <p>(参考) 協議会として、しじみを活用するプランを提言する方法もあると考えられる。</p>                                                                                                                         |
| E - 温泉                                                                                              | <p>東郷には良い温泉(源泉かけ流し)があるにもかかわらず、それを利用し切れていないと話し合った。</p> <p>温泉を利用する仕組みは。足湯の新しいハードは。その情報をどのように発信するのか。</p>                                                                   |
| <p>現在ある七福神足湯のバージョンアップをする。</p>                                                                       | <p>協議会として、設置機関にバージョンアップの内容など提言する方法もあると考えられる。</p>                                                                                                                        |
| <p>日帰り温泉の施設があればよいと思う。</p>                                                                           | <p>既存施設の利活用方法や収益面でも自立・継続できる仕組みづくりについて、協議会での検討が必要だと考えられる。</p>                                                                                                            |
| <p>温泉をPRしたい、駅周辺に足湯設備を新たに整備し、「池、駅、温泉」をテーマに住民や観光客の交流の場を提供。(日本一駅に近い源泉かけ流し足湯⇒駅そばに設置しては?)</p>            |                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>F－スポーツ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>ノルディック・ウォーキングの良いコースがありながら、松崎として利用しきれていないと話合った。</p> <p><b>スポーツと資源を組み合わせた新しい活用方法の開発と宣伝活動を考える。</b></p>                                                   |
| <p>東郷湖一周ウォーキング温泉宿泊セット、日帰りセット。<br/>ウォーキング名物料理宿泊セットを旅行会社へ宣伝。</p> <p>ノルディックウォークは日本で最初の公認コースであり特に冬を除く各季節に集中してイベントを実施すれば良いと思う。<br/>湖畔公園と足湯を絡ませた発着起点にすれば駅前もにぎやかになると思う。</p> <p>GG発祥の地であり、宿泊者が夕食前に気軽に利用し、各温泉地内に小さな大会が開ける会場の整備。3コース程度でよい。団体客に対してはミニGG大会を開催できるようにし、商品を用意し、湯梨浜温泉のサービスとして定着させる。</p> <p>宿泊者に対し毎週日曜日、早朝ウォーキング教室。インストラクターが観光説明しながら湖周のミニコースをウォーキングする。</p> <p>スポーツ利用者向けの駐車場などのスペースを松崎地区内に設けてみる。スポーツイベント、大会の案内に加えてもらうことで宣伝活動としていく。</p> <p>松崎のレトロな街並みをウォーキングルート化。</p> | <p>協議会として、詳細なプランなどを提言する方法もあると考えられる。</p>                                                                                                                  |
| <b>G－施設</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p><b>松崎駅、湖畔公園が活用されていないことを話し合った。</b></p> <p><b>地域の顔である松崎駅を中心にして未活用の施設をどのように活用するか。</b></p>                                                                |
| <p>松崎駅前、湖畔公園、水明荘にお客さま用の足湯を作りイベント会場にも使う。</p> <p>湖畔公園にもひとつ足湯を作ってみる。湖畔は風景もよく結構人気が出るのでは。</p> <p>松崎駅前、と湖畔公園については、活用方法はいろいろあるが、悩みは駐車場がない事がネックである。</p> <p>湖畔公園の足湯に屋根取り付け、鯉（恋）の足湯としてPR。</p> <p>地域外の方(観光客、ウォーカー)とのふれあい、交流の場。ウォーキングステーション、観光情報発信機能を持たせる。</p> <p>松崎駅舎、駅横の施設等を改修、テナント利用等の検討。</p>                                                                                                                                                                               | <p>イベント開催時のみの足湯の器具の貸出は可能である。</p> <p>協議会として、詳細なプラン（費用対効果を含む）を提言する方法もあると考えられる。</p> <p>松崎駅前では旧Aコープの改修や総合相談センターの新築を予定しているが、その中には、交流の場や観光情報発信等の機能を予定している。</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| J－人口減少                                                                                                                                                                                                                                | <p>人口減少を食い止めるには仕事。観光事業や農業で仕事を創りだしたいと話した。</p> <p>若い人に残ってもらうには地元への愛着が大切。若者に地元への愛着を持ってもらうにはどうすればいいか。（例：イベントへの参画など）</p>                                                                                                                                                        |
| <p>考えがまとまらないが、役場、地域おこし協力隊、まちづくり株式会社などにより中部地区の減少の対策。若者が働く場所を中部地区、地元の企業に協力や企業誘致運動を。</p>                                                                                                                                                 | <p>働く場の提供は湯梨浜町だけでなく、中部地区での対応が必須である。ニーズが多様化する中、提供される職種と希望する職種のミスマッチが課題である。</p>                                                                                                                                                                                              |
| <p>原点に戻り若い人たちの意見を聞く</p>                                                                                                                                                                                                               | <p>全ての人が安心して暮らし続けられる明るい社会を形成していくには、世代間のバランスをとり、地域社会で住民が支え合う仕組みをいかに育てていくかにある。それには、多世代が暮らしやすく、活躍しやすい地域をつくる必要があるため、多世代の意見を聞くことが必要である。</p>                                                                                                                                     |
| <p>やはり地区ごとのつながりを持つ事が良いと思う。向こう三軒両隣の合言葉のように親しみが出来れば松崎地区として盛り上がると思う。</p> <p>親しみが持てれば多くの方のつながりができ、色々なイベントも活性化できると思う。若者が地元への愛着を感じる事は地元へ定住してこそ分かる事で、まずは住める条件を整えるべきと思う。</p>                                                                  | <p>松崎駅前地区では、多世代交流を基本とした地域コミュニティが既に形成されている。また、住環境としては、平成28年3月に県が中心となって策定された湯梨浜町版生涯活躍のまちモデルプランで、①民間によるサービス付き高齢者住宅、②空き家の利活用、③古くなった町営住宅の建替の活用が提言されており、整備等を検討している。</p>                                                                                                          |
| <p>その前に仕事があればいいと言う単純な話ではないと思う。収入が少なければ仕事があっても他を探すと思う。特に若い人ならなおさら。親世代が観光や農業、自営業で地元を盛り上げる姿を見て、学生世代が将来の選択肢として考えてもらうのはどうか。松崎地区レベルの活動だけでは、若い人に地元への愛着を持ってもらうのは難しいと思う。また、仕事・生活があって、その中で愛着が生まれてくると思う。若い人へ観光事業や農業の魅力をPRしてみてもいい？（インターン体験など）</p> | <p>本町では「ゆりはま暮らし体験ボランティア制度」で農作業の場と高齢者とのふれあいの場を用意している。高齢化や人手不足、地域の問題を移住定住希望者とともに解消するため、地域住民と移住定住者が一緒に町づくり・地域づくりを行なうコンセプトとなっている。鳥取県全体の取り組みでは、鳥取県ならではの仕事や交流を体験できるメニューとして、県外都市圏の若者が一定期間県内に滞在し、働きながら地域住民と交流を通じて“とっとり暮らし”を体感し、将来的な移住定住に繋げていく「とっとり暮らしワーキングホリデー」を平成29年度から始めている。</p> |
| <p>松崎周辺を企業誘致等による雇用対策は難しい。ただ、松崎をより一層活性化することが、若者にチャレンジ機会を、自分も何かできるのではないかと気持ちに。</p>                                                                                                                                                      | <p>東郷地域では梨栽培の新規就農や、湯梨浜まちづくり株式会社の事業展開による雇用が生じている。また、地域の活性化を検討する場では、住民の自発性を重視して、地域課題の解決に向けて検討されており、若者も参加しやすい雰囲気がある。イベントも企画され、地元の良さの知ってもらう機会も多い。</p>                                                                                                                          |
| <p>地元の良さを知ることが大切。地元の良いところがもっと身近にあり、誰にでも目にすることができ、知っている人が伝えていく場があると思う。</p>                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                                                                                                         |                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| K－買い物                                                                                                                                   | <p>買い物をすることは人と人が接点を持つことであること、また新しい人が住める環境を整えることも必要と話し合った。</p> <p>買い物や交流が出来る施設や、新しい人が移住してこれる住いを整備するにはどうするか。</p>  |
| 例えばAコープの一角に松崎地区活性化エリアの立体図を置き、ここに何を置いたら案内がスムーズになるのか、池の魅力を引き出せるのか、観光客に喜ばれるのか、実際に基づいたアイデアをもらう。何年か後にアイデアを実現できた立体地図を松崎駅に展示し、観光マップとして利用してもらう。 | 観光案内所等で観光客にアンケートや聞き取りを行い、ニーズ等を把握するよう検討したい。                                                                      |
| 若い移住者には、働く環境がなければ、定住することは難しい。起業するにしても現在の松崎の現状では難しい。雇用の場の提供ができる環境が必要。                                                                    | 新設する総合相談センターで、無料職業相談の窓口を設置するよう検討している。                                                                           |
| 空き家の活用により、住まいの提供、起業する場合の場所の提供をしてはどうか。                                                                                                   | 住まいについては、空き家情報バンクで情報提供している。起業の場については本町では現在管理していないが、今後検討すべき課題と認識している。                                            |
| 旭区は新しい家が増えてきた。住めない住居は更地にしてみてもどうか。                                                                                                       | 空き家対策特別措置法等に規定された手続きにより、特に対策が必要な特定空家等にみなされた場合は、措置が講じられることになる。                                                   |
| L－1 既存施設の活用                                                                                                                             | Aコープは空き店舗になってしまったが、何とか活用できないだろうか話し合った。                                                                          |
| まちづくり株式会社、地域おこし協力隊が中心になって再建進めてもらいたい                                                                                                     | 活性化を一過性のものに終わらせず、継続する仕組みにするためには、まずは地域課題の解決を住民が「自分事」として、「個人でできること」、次に「地域でできること」を考え、最後に「行政で取り組むべきこと」と考え実施する必要がある。 |

|                                                                                                                              |                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>L-2 既存施設の活用</b>                                                                                                           | <p><b>地区の空き家・空き店舗が活用されていないと話し合った。</b></p> <p><b>空き家・空き店舗の活用方法とは。</b></p>                                                    |
| <p>空き家が並んでいる場合、イベントなどのとき続けて利用できるというのもひとつの方法だと思う</p>                                                                          | <p>イベントを実施する場合に、空き家を会場として利用するときには、個別に所有者と調整したい。</p>                                                                         |
| <p>空き店舗および空き家については現在どのような管理をされているかどこかで一括管理し、色々な条件をはっきり明記し、いつでも閲覧できるようにして必要な方が見れるようにして欲しい。</p>                                | <p>空き家（住家）については、空き家情報バンクで情報提供している。空き店舗は、本町では現在管理していないが、今後検討すべき課題と認識している。役場HPで、登録台帳、間取り、外観等の写真が閲覧できる。</p>                    |
| <p>所有者との賃貸、売買などの交渉は・・・。</p>                                                                                                  | <p>提出された利用希望者登録申込書により、利用希望者として登録する。利用希望者には、希望される空き家の所有者または不動産事業者の連絡先を伝え、直接交渉する流れとなる。</p>                                    |
| <p>見た目の悪い物はなくして他人に譲るのが良い。使える物は、三八市などのイベントで開放し、立ち寄った人に利用できることをアピールしてみる。空き家、空き店舗の見学ツアーを企画しても良い。（地元に住む人が活用するほどの余裕がないと思うので）。</p> | <p>空き家バンク制度とは別に、所有者の了解があれば、空き家等の見学ツアーを行うことは可能である。</p>                                                                       |
| <p>・行政の手でなく、柔軟な民間（住民）の手による「松崎空家バンク、空き店舗」登録制度を設立し運用する。</p>                                                                    | <p>行政と会社等とが協働で新たに空き家情報バンクをスタートさせている事例があるので、検討したい。</p>                                                                       |
| <b>N-産業、商業</b>                                                                                                               | <p><b>湯梨浜には梨やしじみがあるが、ばらばらに情報発信している。天女伝説も作って終わりの感じがすると話し合った。</b></p> <p><b>いろいろな特徴を「つなぐ」にはどうするのか、どのように発展させるのか。</b></p>       |
| <p>町、商工会、JA各種グループ、団体組織などの幹部一同が集り情報を共有発信する。</p>                                                                               | <p>対象物が同じでも情報発信者によっては、発信の趣旨が異なる。そのため、発信内容も異なってくるので、共有発信は難しい。</p>                                                            |
| <p>各団体、組織でこれまで地域づくりのための企画・商品作りをしているが、これまで検討されてきた素材を選択し磨きをかける時期だと思います。これらを「つなぐ」機関として湯梨浜まちづくり株式会社ができないか。</p>                   | <p>町が湯梨浜まちづくり会社、ふるさと納税に関して業務委託している内容に、返礼品の開発等という項目があるので、既存商品の見直しや新規商品の開発が行われる予定である。</p>                                     |
| <p>良い提案が思いつかない。この協議会は協議会なりに的を絞って考えてみてはどうか。</p>                                                                               | <p>松崎地区駅前活性化協議会規約に規定されている目的としては「湯梨浜町生涯活躍のまち」全体計画の「松崎地区駅前の活性化」に関する地域課題のうち、安心・安全で住みやすいまちづくりを推進するものであれば、協議会の判断により検討可能と考える。</p> |
| <p>・役場、商工会、観光協会、JA等が連携し「湯梨浜キャッチフレーズ」を作り、一元的に情報発信する。（湯梨浜王国⇒大山王国のようなイメージ）</p>                                                  | <p>今年度、松崎商店街のブランディングイメージ等（暖簾等の景観統一など）を検討する業務発注を予定している。キャッチフレーズを含めるかは今後検討する。</p>                                             |

|                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>○まちづくりの方向性</p>                                                                                                                                                          | <p>まちにはいいもの（人・モノ）がありながら、宝の持ち腐れのような気がする」と話し合った。</p>                                                                                          |
| <p>住民としてできることから行動しないと残り3年余りしかない期間であり、本当に住民に見えることをしないと不信感が出て来るような気がする。現在A～O迄の項目で一番急がれること、あるいは優先順位をつけて実施していく必要があると思う。</p>                                                    | <p>活性化を一過性のものに終わらせず、継続する仕組みにするためには、まずは地域課題の解決を住民が「自分事」として、「個人でできること」、次に「地域でできること」を考え、最後に「行政で取り組むべきこと」と考え実施する必要がある。また、協議会としての優先順位の提言は必要。</p> |
| <p>まちづくりには、選択と集中、継続性が必要<br/>よどやのような情報発信できる拠点が案内や活動を企画し、それをきっかけにして住民への取り組みを促していくのがいいと思う。いきなりやろうとしても住民は何をしていいのか困るだけだと思う。<br/>今、行っているような取り組みを発信し、住民みんなの取り組みであることを知っていただく。</p> |                                                                                                                                             |
| <p>松崎一斉でクリーンアップ運動に取り組んでおり、一層のPR。また、クリーンアップの方法を工夫し、住民の一体感を築き上げる。</p>                                                                                                        | <p>クリーンアップ方法の工夫と、住民の一体感向上の関連性も含め、内容について協議会で検討する方法もある。</p>                                                                                   |
| <p>ご意見欄</p>                                                                                                                                                                |                                                                                                                                             |
| <p>イベント・行事に参加する人が少なくなりつつある。高齢化のため、年金生活で金銭面、身体面、精神面にも余裕がなくなり老後のことを考える人が多くなり参加できない。</p>                                                                                      | <p>（参考）普段、地域コミュニティへの参加の機会が少ない男性高齢者が参加しやすくするきっかけづくりが大切である。受入側としては、多様性を受け入れる土壌が大切である。</p>                                                     |
| <p>温泉、ウォーキング等、地区外から来られた方にアンケート等協力いただき、声を聞くことも大切だと思います。</p>                                                                                                                 | <p>観光案内所等で観光客にアンケートや聞き取りを行い、ニーズ等を把握するよう検討したい。</p>                                                                                           |
| <p>松崎をどのような街にしたいか、キャッチフレーズをつくる。</p>                                                                                                                                        | <p>今年度、松崎商店街のブランディングイメージ等（暖簾等の景観統一など）を検討する業務発注を予定している。キャッチフレーズを含めるかは今後検討する。</p>                                                             |
| <p>松崎駅前活性化に取り組んだ場合、駐車場問題の解決が必要。</p>                                                                                                                                        | <p>駐車場を必要とする規模、期間等について、協議会で検討する方法もある。</p>                                                                                                   |