

マニフェスト(農業・観光・情報発信)進捗の分析と提言

< Dグループ >

05/09/18@みよしまちづくりセンター

D班のマニフェストの担当箇所

宣誓06 夢あるまちづくり宣言

道州制後の州都に立候補します

(中国横断道整備促進・10万人の都市づくり・市道の整備改良推進・上水道整備・下水道整備・安心安全なまちづくり)

高度情報化社会の形成

(ケーブルテレビの整備・地域情報の発信・高度情報化を活用した行政サービスの充実)

宣誓07 魅力ある産業づくり宣言

がんばる農家を支援します

(特産品の全国ブランド化・生きがい農業の推進・農業基盤の整備・「しんせつ農政」の充実)

元気な商工業の創造

(商工会議所商工会の支援・ベンチャー企業の育成支援・地場産業の支援・商店街の活性化)

魅力ある観光の振興

(観光都市みよしの創造・新たな観光資源の創造)

宣誓08 誇り高き市民宣言

50年後・100年後の『三次市』の創造

(100年後のみよしの創造・景観の保全と形成・環境に配慮したまちづくりの推進)

住んで誇りに思えるまちづくり

(誇りある地域づくりの支援・「みよし」のブランド化・NPOなど市民活動への支援・「みよし」のイメージ発信)

D班のマニフェストの担当箇所

宣誓06 夢あるまちづくり宣言

道州制後の州都に立候補します

(中国横断道整備促進・10万人の都市づくり・市道の整備改良推進・上水道整備・下水道整備・安心安全なまちづくり)

高度情報化社会の形成

(**ケーブルテレビの整備**・**地域情報の発信**・高度情報化を活用した行政サービスの充実)

宣誓07 魅力ある産業づくり宣言

がんばる農家を支援します

(**特産品の全国ブランド化**・**生きがい農業の推進**・農業基盤の整備・「しんせつ農政」の充実)

元気な商工業の創造

(商工会議所商工会の支援・ベンチャー企業の育成支援・地場産業の支援・商店街の活性化)

魅力ある観光の振興

(**観光都市みよしの創造**・**新たな観光資源の創造**)

宣誓08 誇り高き市民宣言

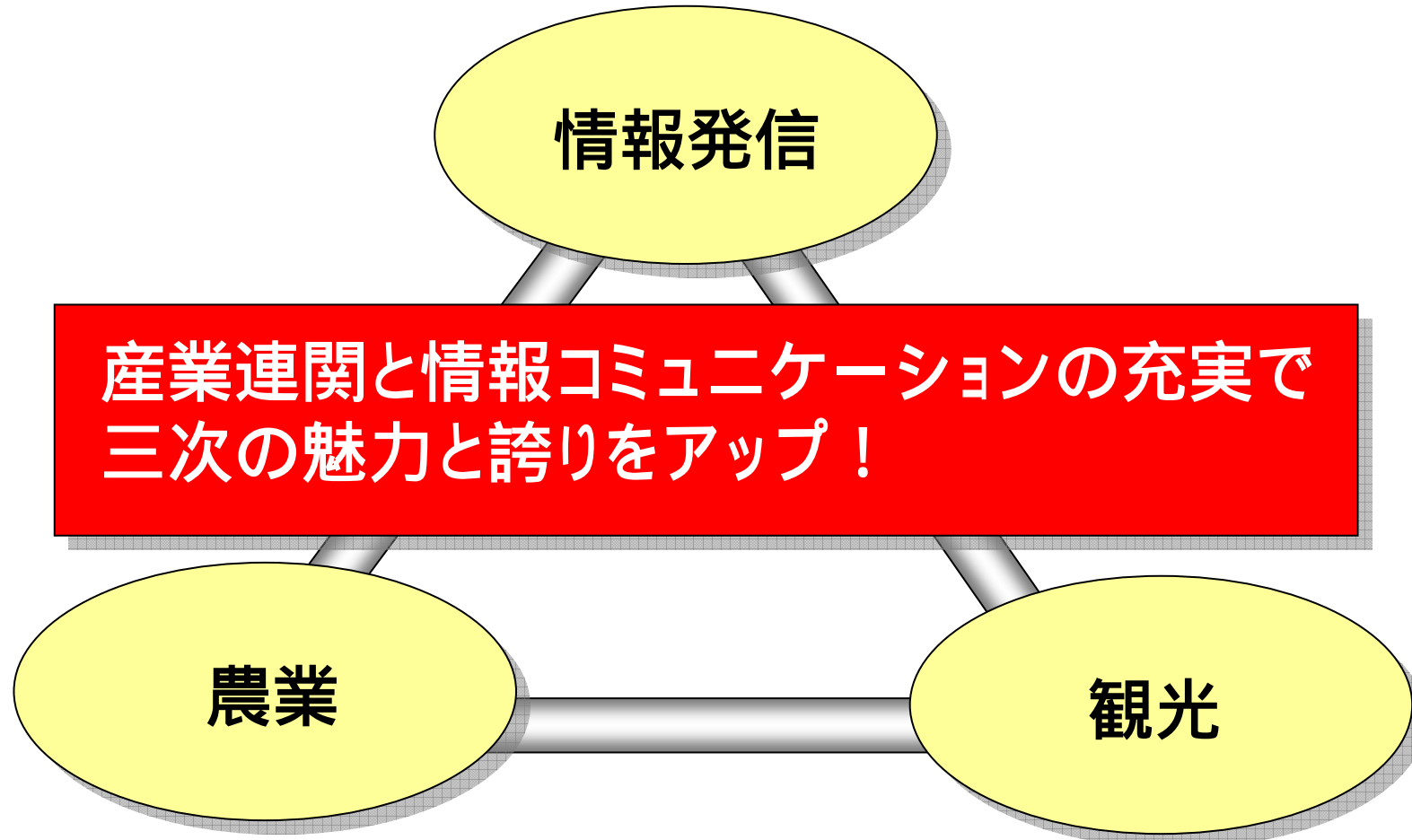
50年後・100年後の『三次市』の創造

(100年後のみよしの創造・景観の保全と形成・環境に配慮したまちづくりの推進)

住んで誇りに思えるまちづくり

(誇りある地域づくりの支援・**「みよし」のブランド化**・NPOなど市民活動への支援・**「みよし」のイメージ発信**)

三つのキーワードへの絞込み



農業

情報発信

産業連関と情報コミュニケーションの充実で
三次の魅力と誇りをアップ！

農業

「ブランド化」と「生きがい」

観光

【農業】マニフェストの農業関連箇所

宣誓07 魅力ある産業づくり宣言(がんばる農家を支援します)

事業名

特産品の全国ブランド化

4年間の目標

特産品の全国ブランド化 農家や研究所と連携し、新しい付加価値の高い特産品を開発します。(平成18年度目標3品)

達成状況

準備中

【農業】マニフェストの農業関連箇所

宣誓07 魅力ある産業づくり宣言(がんばる農家を支援します)

事業名

いきがい農業の推進

4年間の目標

地産地消を推奨し、給食への地元産品の導入を推進します。
(平成17年度目標10品目)

達成状況

達成・完了

【農業】吉岡市長の平成17年度施政方針演説

「農業については、『ふるさと農林業創造プラン』による支援事業を検証・拡充するなかで、アスパラガスなどの産地化や、三次ピオーネの更なる全国ブランド化、エコファーマーの推進、振興作物を活用した付加価値の高い加工品の開発等を行い、『三次ブランド農産物』として認証し、消費者から信頼される産地づくりを推進してまいります」



【農業】「ブランド化」と「生きがい農業」を検証

ヒアリング先



三次ピオーネ生産組合
吉舎町アスパラ生産者
作木果樹園芸組合

三次市役所産業部ふるさと農林室

三次ワイナリー農産物販売所「ベジタハウス」
農産物直売所「吉舎元気市」
道の駅「ゆめランド布野」の農産物販売所

ピオーネ、アスパラ、梨が主要産品

【農業】 現状を検証

三次ピオーネの現状



現状と強み

- ・ピオーネの栽培に適した寒暖差などの気候を背景に、広島県内では三次ピオーネは高級ブランドとして確立。三次ワイナリーを核にワイン製造。

問題点

- ・全国展開するといっている割に、生産者の拡大など具体的な議論が進んでおらずアクター間の意識に差があったり広報不足だったりする。大生産地が隣接しながら差別化や具体戦略が不明確、三次ピオーネ生産組合のHPが存在しながらWEB検索でヒットしない。「品質・味の良さ」の根拠のPRの弱さ。
- ・ピオーネは手間・労働力・費用の負担が多く、後継者・人材育成が進まず高齢化。「県内だけでいいのでは」魅力を作り出せていない。
- ・生産者組合は20戸限定。(組合産 = 高い「三次ピオーネ」、他:単なる「ピオーネ」約2倍の価格差!) 安定した生産量を全国供給することは無理。
- ・「他にも高品質で作れる生産者は存在するが市内全域から加入を増やしたら、自分たちの取り分が少なくなって嫌だ!」 生産者組合の閉鎖性

【農業】 現状を検証



アスパラガスの現状

現状と強み

- ・連作しやすい作物。広島県内で43%を占める生産量。ワインに合う特産品として「アスパラパスタ」が開発され三次ワイナリーで提供中。

問題点

- ・反応がいまひとつの市民と、行政の意識のギャップ
アスパラ生産者：「アスパラ麺？ そりゃあ隣町の世羅で売っとるんか？」
行政：「開発3年、商品化2年。更に品質改良を進めていきます」
- ・三次ワイナリーで販売・提供しているが、HPやパンフレットに全く記載なし。
- ・新製品開発がアスパラパスタでとまっている。

【農業】 現状を検証

梨(作木)の現状



現状と強み

- ・広島県内を中心市場に20世紀梨や豊水を栽培。市場出荷以外に観光農園を導入。オーナー制度で観光客は年間約1万人で消費者との交流 + 生産者の収入増。

問題点

- ・市場出荷は広島市場主体で県外に出せる出荷量はない。
生産組合「現在の市場出荷と観光対応で手一杯。全国展開は考えていない」

【農業】 現状を検証

生きがい農業の現状



現状と強み

- ・行政は2年間給食への地元産品導入による地産地消を達成。一度打ち切りになるも自治会や無農薬生産者の自主的な動きが活発で一部復活。
- ・生産者は、直売所に出荷することで、お小遣い程度稼ぐ。しかもハネモノも無駄にせず売ることができ、特に高齢者の生産者が生き生き。

問題点

- ・小規模生産なので、大量生産は不可能
- ・若手育成が出来ていない
- ・生産、消費ともにほとんど市内に限定 他地域への三次ブランドアピールにはならない

【農業】まとめ

「ブランド化」「生きがい」に対するD班の評価 「生きがい」は、「ブランド化」は×

生きがい農業はよく達成できている。しかし、ブランド化は後継者不足や負担の多さ、仕組みの不備から、全国展開は困難。

提案

対応1:そもそも「全国」ブランド化の必要があるのか。

イメージ先行ではない足元を固めた身の丈にあった選択と集中の農業戦略。中四国と大阪、東京などにターゲットを絞り、生産(後継)者・流通・販売・広報(ネット・PR)の戦略とそれをサポートするしくみを早急に明確にし、目的やビジョンを関係者同士で共有し連携すること。JAが動くのを待つのではなく、コーディネーターとして、背中を押すきっかけづくりの仕掛け人として行政の役割を自覚。(ハードでは公設民営が多い)

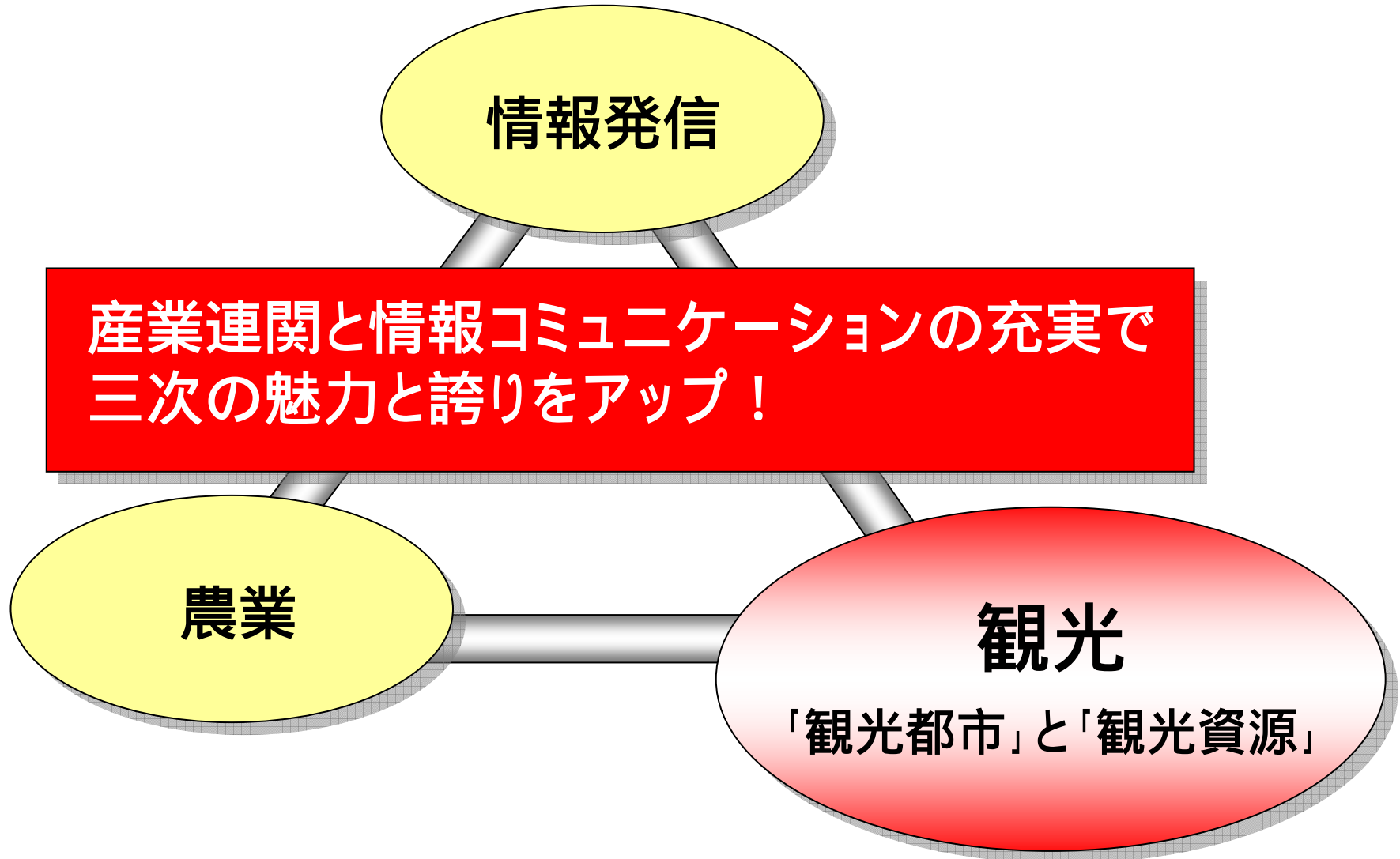
対応2:三次ブランド戦略協議会(仮称)の設立。

合併した各地区の生産者、観光業者、市民、行政をメンバーとし、一部の高級産品だけでなく、三次市内の各地区の各分野の特産品をもっと連携して掘り起こし、強みを確認し、質を向上させ、パッケージ化する。販売時には生産履歴や写真の明示、独自品質基準で本物を。(三次:ピオーネ/作木:梨/吉舎:まむし、スッポン、山の芋/三良坂:ピオーネ/美和:乳製品 etc.)

対応4:老後も収入確保や働く場として、団塊世代の雇用の受け皿として農業を活用。自立できる高齢者の増加を促進。

対応5:産業連関(観光と農業の一体化へ) 後ほど説明します

三つのキーワードへの絞込み



【観光】マニフェストの観光関連箇所

宣誓07 魅力ある産業づくり宣言(魅力ある観光の振興)

事業名

観光都市みよしの創造

4年間の目標

観光資源・施設の魅力を高め、滞在型観光ルートを形成します

達成状況

進行中

【観光】マニフェストの観光関連箇所

宣誓07 魅力ある産業づくり宣言(魅力ある観光の振興)

事業名

新たな観光資源の創造

4年間の目標

8市町村の地域の伝統文化を活かした、魅力ある観光資源を創造します。(平成19年度目標5件 三次町「歴みち計画」、「駅前再開発コンセプト」を含む)

達成状況

準備中

【観光】吉岡市長の平成17年度施政方針演説

「観光の振興につきましては、本市の個性ある歴史・文化資源や、豊かな自然を生かした観光施設を、積極的にPRするとともに、ボランティアガイドの活用等による観光案内体制の充実を図り、観光事業の広域化を推進してまいります。また、本市の観光の現状把握と分析を行い、観光ビジョンを策定してまいります。」



【観光】「観光都市創造」と「観光資源創造」を検証

ヒアリング先

三次市役所自治振興部まちづくり推進室
平田観光農園
作木果樹園芸組合
道の駅「布野ゆめランド」
道の駅「君田温泉 森の泉」
岡三湊交流施設「殿敷」

【観光】 現状を検証

観光都市創造の現状



現状と強み

- ・年間の三次への総観光客数は増加している。(平成16年度 = 246万人)
- ・民間での体験農業とリンクした滞在型観光がスタートしようとしている。
- ・第3セクターの黒字化。布野、君田など。3セク同士の交流も行われている。
- ・観光パンフレットを中学生とつくり、市民の視点で斬新なものができる。

問題点

- ・平成17年度策定予定の観光ビジョンがまだ策定されていない。
- ・日帰り観光客が多く、滞在型観光客ではない。
- ・ワイナリー、温泉頼み。周遊型観光ルートが確立されていない。(三次と君田で200万)
- ・ハード整備に過剰な期待。旧三次市内に集中傾向。
- ・天候に左右されない施設が少ない。更なるハコモノ整備か？
- ・民間との温度差。民間の動きと比べて行政は鈍い。
- ・行政、商工会議所、観光協会との連携が図れていない。
- ・個々のホームページがないものが多い。

【観光】 現状を検証

観光資源創造の現状



現状と強み

- ・ 民間での取り組みは草の根で進んでいる。(やまなみ <観光業者の連合体>、物の怪まつり、まちなみ保存、ワイナリーなどなど)
- ・ 各地域に神楽などの伝統芸能があり、地域の伝統芸能が交流できる機会がある。
- ・ 集客の核が複数確立済み(三次ワイナリー、君田温泉など) 新: 奥田美術館

問題点

- ・ 駅前再開発コンセプトは、地域の伝統文化を反映したものなのか？
- ・ 現状はイベント頼み。イベントがない時期の戦略が不十分。
- ・ 行政、商工会議所、観光協会との連携が図れていない。
- ・ 平成17年度策定予定の観光ビジョンがまだ策定されていない。
- ・ 観光政策のコンセプトが見えない。
- ・ 民間との温度差。民間の動きと比べて行政は鈍い。

【観光】まとめ

観光政策に対するD班の判断 観光都市創造×、観光資源創造×

観光都市創造はできていない。滞在型観光ルートの形成と謳っている割には、コンセプトが不明確で、滞在施設、観光要素共に整備されていなかったり、つながっておらず、あれもこれも。

歴みち計画など、一部では伝統文化を生かした観光戦略を生み出している部分もあるが、全体的にまだまだ三次の伝統文化を引き出せていない。

論点と提案

対応1:まずは、旧8市町村の伝統文化を掘り起こす。

「地元学」などの手法で地域を振り返り、文化・芸能などの地域固有の魅力を引き出す。

ex).作木、君田の神楽

対応2:伝統文化の交流を図る。祭りなどに各地域の伝統芸能を参加させる。

対応3:産業連関(観光、農業、商業の一体化へ) ごく一部産業のごく一部分野だけのブランド化ではなく、地域の資源・動きを組み合わせ商品化したり名物店の商店街へのサテライト設置推進、廃校を利用した滞在型体験施設の普及など。(農業体験を通じた学習機会の提供や市民との交流により、三次の活性化と体験者の人づくりを目指す)

市役所の農業部門と観光部門の連携強化のため機構改革の可能性。

対応4:行政、商工会議所、観光協会、市民が連携した三次観光協議会(仮称)を設立。現在バラバラに行っている観光戦略の一体化を図る。ユーザー基点の組織文化の確立。(ニーズへの意識強化)

情報発信



【情報発信】マニフェストの情報発信関連箇所

宣誓06 夢あるまちづくり宣言(高度情報化社会の形成)

事業名

ケーブルテレビの整備

4年間の目標

新市全域にケーブルテレビを整備します。(平成18年供用)

達成状況

進行中・・・防災センター建設、光ファイバー敷設工事実施中。

【情報発信】マニフェストの情報発信関連箇所

宣誓06 夢あるまちづくり宣言(高度情報化社会の形成)

事業名

地域情報の発信

4年間の目標

多様な媒体による双方向の地域情報を発信します(平成20年)

達成状況

進行中・・・地域イントラネットにより一部実施

【情報発信】 「ケーブルテレビ」と「地域情報発信」を検証

ヒアリング先



(株)三次ケーブルビジョン「ピオネット」

三次市役所総務企画部情報室

【情報発信】 現状を検証

ケーブルテレビの現状



現状と強み

- ・すでに安価なCATV・インターネットサービスの開始が決定し、敷設工事や加入受付を実施中。布野町は目標加入率80%のところ81.7%と好成績。
- ・情報格差の是正、情報過疎からの脱却、地場産業の振興(天候に左右される農作業に天気専用チャンネルで防災機能)、市議会中継など行政情報の提供、地域まちづくりの手段(遠くの情報入手しやすいが、身近な情報の入手は難しい住民情報の受発信ができるツール。

問題点

- ・旧三次市内の加入率が目標世帯を達成していない(目標50%。現在約40%)
難視聴地域でないところであえてケーブルテレビにするメリットが理解されない。

【情報発信】 現状を検証

地域情報の発信の現状

現状と強み

- ・ WEB (市のHP)、TV (広島テレビ「きんさい三次」)、紙 (市観光パンフレット) での情報発信
- ・ CATV・光ファイバ敷設・情報端末設置などのハード整備が進行。

問題点

- ・ 地域イントラネット情報端末の使い勝手の悪さとコンセプトの不明確さ
- ・ 三次市HPの更なる情報拡充の必要性
(HPの更新を市長公室を一元化していて、各部の情報が迅速に更新できない)



【情報発信】まとめ

「CATV」「地域情報発信」に対するD班の評価 「CATV」は、「地域情報発信」は×

- ・ケーブルテレビについては、旧三次市の加入率の目標は未達成であるが、地元説明会を320回実施するなどの営業努力は認められる。地域まちづくりの手段としての重要な手段であることの更なる市民への周知が必要。
- ・イントラネットなどのハード整備は着実に進んでいるが、十分に活用がされていない。
- ・人づくりが一番大事であるはずだが、ITの重要性について職員の認識がやや不足している？

提案

対応1:職員同士の情報共有制度の構築で職員の意識改革やリテラシーの向上を狙う。
三次市ポータルの中に「職員掲示板」をつくり、気軽に情報交換ができるようにする。

対応2:三次市のHP・紙媒体を改善。 一覧性や目的別検索性を充実させ、
観光、農業、商業、自主的なまちづくり活動など地域を楽しむための総合情報の入り口となるポータルサイトを早急に整備。運営には市民も巻き込む。(中学生パンフの継続)
ex)野菜直売所の全情報、「人」に焦点を当てたもの。

対応3:ケーブルテレビではパブリックアクセスチャンネルを設けて、一方的な受信ではない市民の主体的な発信機会を確保しまちづくりの手段として活用。

すばらしい計画を策定しても
すばらしいしくみができて
結局これを実現させ、
持続的に回していくのは「人」。

ビジョンの議論と共有と熱意、
意識改革と人材育成！
「いまから計画」をつかって「それから」
主義をあらためる。

三次の新価値創造

がんばらない宣言 みよし

・より人間的に

従来の経済成長一辺倒を反省し、1人1人がより人間的に、より自然に、素顔のまま生きていける取り組み。真の資源は「人」。

・価値観の転換

「時間、余裕とやすらぎ、自然環境」など、これまで評価しきれなかったものを大事にし、個性ある地域作り。都市の真似ではなくここだけにしかないもの。五感をつかい、「みる」文化から「する」文化へ。

・地域の自立ある発展

新しい価値観の下で地域の資源を見直し、地域の自立ある発展を目指す。



三次の新価値創造