

3. 地方創生(まちづくり)部門

- ①宇陀市 持続可能な地域公共交通網の形成を目指して
- ②安堵町 情報伝達を活かした、災害に強いまちづくり
- ③曾爾村 集落から起こす元気なむらづくり
- ④王寺町 町マスコット「雪丸」を活用したまちづくり

持続可能な地域公共交通網の形成を目指して(宇陀市)

①

担当部署 企画課

【①取組概要】

利用者の減少や路線バスの廃止・減便等、地域公共交通を取り巻く状況が厳しさを増す中で、まちづくりとの連携を図りながら、持続可能な地域公共交通ネットワークを実現するための計画を策定

- 県下初となる宇陀市地域公共交通網形成計画を策定

【②工夫した点】

- 住民や利用者の意向を反映するため、アンケート調査を実施(配布数:3,738件、回答数:1,701件)
- 住民代表・交通事業者・行政の三者から構成される協議会の開催
- 関係機関との調整を図るため、交通事業者を対象としたヒアリング等を実施

【③取組の効果(目標)】

- 「健幸都市 ウェルネスシティ宇陀市」実現を目指すまちづくりを支える地域公共交通の維持・活性化
- 市全体をカバーする地域公共交通ネットワークの形成
- 地域特性に応じた多様な交通手段による持続可能な地域公共交通の再編
- 住民・交通事業者・行政が一体となった地域公共交通の育成

【④取組の効果(目標)を踏まえた今後の展開】

- 学校モビリティマネジメントの実施(小学生がバスの乗り方等を学ぶ「バス教室」の開催)
- 住民・交通事業者・行政が一体となった地域公共交通の検討(地域住民を対象としたワークショップの開催)
- 観光利用促進に向けた情報発信(観光と地域公共交通の情報を一元化したマップ作成)



宇陀市地域公共交通網形成計画



「バス教室」実施の様子



「ワークショップ」実施の様子

情報伝達を活かした、災害に強いまちづくり(安堵町)

②

担当部署 総務課

【①取組概要】

- 水害に悩まされてきた同町の歴史を踏まえ、住民を災害から守るための様々な取組を実施
- J-ALERTによる警報内容の自動放送等を行う「世界初全方位型8連LRADスピーカー(町内全域放送装置)」の設置
 - 避難勧告情報などを配信する緊急エリアメールの導入
 - 「えーまち安堵安心メール配信サービス」の開始
 - 土のう作成の実習など自主防災活動の充実

【②工夫した点】

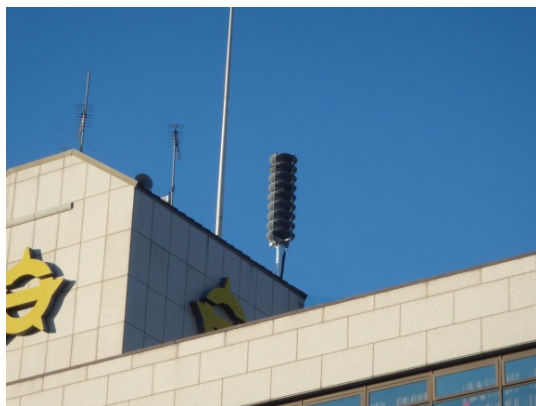
- 町内各所に職員を配置し、8連スピーカーの音声の到達テストを実施
- 「えーまち安堵安心メール配信サービス」の登録を促すため、役場ロビーに登録用ブースを設置

【③取組の効果(目標)】

- 「近くでも音がうるさくなく遠くまで届く」という、8連スピーカーの特徴により住民から苦情は全くない
- 「8連スピーカー」と「えーまち安堵安心メール配信サービス」の併用により、きめ細やかな情報伝達が可能に
- 地域の繋がりの深化と住民の防災意識の醸成

【④取組の効果(目標)を踏まえた今後の展開】

- 「人の力」と「先進技術」の両輪を推進することで、より安心・安全なまちづくりを実現
- 「人の力」自治会との連携強化や広報車による情報伝達
 - 「先進技術」携帯電話やスピーカーによる情報伝達



役場屋上に設置されている全方位型8連エルラドスピーカー



えーまち安堵安心メール配信サービスの受付窓口



消防団と連携した土のう作成の実習

集落から起こす元気なまちづくり(曾爾村)

③

担当部署 総務課

【①取組概要】

- 「観光客の誘致対策」や「自然景観の保全」など、魅力ある地域づくりに取り組む集落や団体への活動補助。
- 地域内を走る道路沿いに広葉樹を植樹することによる美しい景観づくり〔山粕高石組〕
 - 日本名水100選に選ばれた、曾爾高原湧水群の名水を観光客に販売するため「曾爾高原の水販売所」を設置〔太良路名水研究会〕

【③取組の効果(目標)】

- 美しい景観づくりによる観光客の誘致推進、観光客への名水販売により、住民主体の地域づくりを実現
- 道路改良により殺風景となっていた地域の景観を整備することで、来訪者に楽しんでもらう風景を実現
 - これまで地域の生活水として利用されてきた湧水を活用し、年間60万人が訪れる観光客に販売することで、地域の自立性を促進

【②工夫した点】

- より良い景観を実現するため、植樹の位置を工夫
- より多くの観光客に名水を手にしてもらう手段を検討した結果、利便性の高い自動販売機を導入

【④取組の効果(目標)を踏まえた今後の展開】

- 集落の自立を図るため、収益活動のさらなる展開を目指す
- 地域づくりの活動を、6次産業化や曾爾村の特産品づくりと結びつけることで、集落組織の強化を図る



美しい景観づくり(山粕高石組)



名水自動販売機(太良路名水研究会)

町マスコット「雪丸」を活用したまちづくり(王寺町)

④

担当部署 地域交流課

【①取組概要】

聖徳太子の愛犬と伝えられている「雪丸」を町マスコットに任命し、町内外に聖徳太子ゆかりの町をPRすることで地域活性化を図る。

- 達磨寺に伝わる「雪丸」伝説を基に、子ども向けの童話・漫画を作成し、町への誇りと愛着を醸成
- 雪丸を通じた地元企業等との連携による産業活性化

【②工夫した点】

- 行政・住民・企業・学校等が一丸となり、雪丸を通じた地域づくりへの取り組み
- 住民がこれからも王寺町に住み続けたいと思えるように、子どもの頃から雪丸を通じた郷土愛の醸成
- JR王寺駅南口から達磨寺までの経路を「雪丸ロード」として整備し、町全体を雪丸の町としてPR



雪丸ロードの整備

【③取組の効果(目標)】

- 「ゆるキャラグランプリ2014」において、雪丸が1699体中11位を獲得(県内トップ、2013年は760位)
- 商工会が開催したイベントの盛況、雪丸をデザインしたスイーツの売り上げ向上等地域経済の活性化を実現
- 達磨寺の観光客数が増加。平成25年4月～平成27年5月の雪丸による経済効果は約8,400万円。

【④取組の効果(目標)を踏まえた今後の展開】

- 王寺町の常連さん「王寺ファン」の育成
→ターゲットを絞り込んだ戦略的な観光事業の実践
- だぶるベッドタウン構想(ベッドタウン+観光ホテルのベッド)
→駅周辺にホテル等を誘致し、県全体に観光客を送り込む奈良観光の西の玄関口としての役割を果たす



雪丸ラッピングトラック