

市民ワークショップ開催結果報告書

目次

結果概要	1
テーマ別総括	3
テーマ1【移住促進】 三浦市への移住を促進するために提案するライフスタイル（みうらスタイル）とは...	3
テーマ2【観光】 「遊びに行ってみたい！」と思える三浦市の魅力とは.....	6
テーマ3【市民活動】 （仮称）市民交流拠点で市民の文化活動が活発に行われるためには.....	8
テーマ4【教育】 郷土三浦を愛する心を育むための特色のある教育を推進するには.....	10
テーマ5【健康】 市民の健康や体力を増進するには.....	11
テーマ6【高齢者】 高齢者を見守り、支え合う地域をつくっていくためには.....	12
テーマ7【空き家】 市内に所在する空き家を活用するには.....	13
テーマ8【ごみ】 ごみの減量化・再資源化を推進するには.....	14
テーマ9【災害】 災害に備えて地域における自助共助意識を向上するには.....	16
資料	17

平成 28 年 3 月

三浦市

次期基本計画策定にあたり
市民の皆さんと

ワークショップ

を開催しました！

現在、三浦市では、平成29年度から平成32年度を計画期間とする、次期総合計画のうち基本計画の策定作業を進めています。次期基本計画策定にあたっては、市民アンケート、ワークショップ及びパブリックコメントにより、積極的に市民の皆さんからのご意見をいただく機会を設けることとしています。このうち、市民アンケートについては、昨年の10月に策定しました「三浦市人口ビジョン 三浦市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定の経過で7月に実施した市民アンケート結果を今回の総合計画策定にも活用することとしています。

現総合計画では、市役所と市民が車の両輪としてそれぞれの役割を果たしながら協働してまちづくりを進めていくこととされており、ワークショップでは、「市民によるまちづくり」の視点から市民の皆さんにご意見をいただき、総合計画で取り組む施策などについて検討するものです。

全部で3回という限られた時間ではありましたが、参加された市民の皆さんやトライアルステイ^(※)に参加された方から貴重なご意見をいただきました。^(※) 三浦市で実施しているお試し居住事業

貴重な意見を
ありがとうございます！



◆ ワークショップ実施

回	日時(13:00~16:00)	場所	テーマ
第1回	平成28年1月23日(土)	潮風アリーナ	共通テーマ【移住促進】
第2回	平成28年2月6日(土)	南下浦市民センター	共通テーマ【観光】
			個別テーマ【教育】【健康】【高齢】
第3回	平成28年2月21日(日)	潮風アリーナ	共通テーマ【市民活動】
			個別テーマ【空き家】【ごみ】【災害】

討議は3つのグループに分かれて行いました。

◆ 主ないただいた意見

テーマ1【移住促進】 三浦市への移住を促進するために提案するライフスタイル(みうらスタイル)とは

- ♪ 三浦の魅力は必要条件であっても十分条件にはならない
- ♪ 求められる、移住者と地元住民をつなげるしくみ
- ♪ 地元定着の条件は、強い意思を持ち自ら環境を作り出せること
- ♪ 市民が力を発揮できるサポートをするのが行政の役割
- ♪ よそ者を受け入れる「地元の人の意識改革」は市民の役割
- ♪ 都市を目指さない三浦を目指す
- ♪ 移住促進に有効なトライアルステイ、求められる空き家情報、創作しやすい場所

テーマ2【観光】「遊びに行ってみたい!」と思える三浦市の魅力とは

- ♪ 子どもから大人までライフスタイルにあった遊び場がある
- ♪ 都心に近いのに田舎が味わえる
- ♪ 地元の販売意欲の活性化が必要
- ♪ ネットでは得られない情報、口コミが決め手
- ♪ 市民協働で情報発信のデザイン・方法を考える

テーマ3【市民活動】(仮称)市民交流拠点で文化活動が活発に行われるためには(市民交流センターの利用を中心として)

- ♪ 子どもや女性が利用しやすい形が望ましい
- ♪ お試し市民活動やお試し自主企画も
- ♪ 気軽に立ち寄れる場所
- ♪ 情報が集まる場所、情報提供者が常駐している場所
- ♪ 市民による運営母体を行政が支える

テーマ4【教育】 郷土三浦を愛する心を育むための特色のある教育を推進するには

- ♪ 自然や地域とのふれあいの中で子ども達が自発的・主体的に感じる事が重要
- ♪ 子ども達が安心して挑戦・実験できる環境を整える
- ♪ 大人自身が三浦の魅力を感じるにより子ども達が三浦を愛する心を持つ



テーマ5【健康】 市民の健康や体力を増進するには

- ♪ いつでも行けば運動できる「気軽に行ける場」が必要
- ♪ 食育・体力増進の意識改革
- ♪ 健診後のフォローアップ、高齢者の生きがいづくり

テーマ6【高齢】 高齢者を見守り、支え合う地域をつかっていくためには

- ♪ 隣近所のちょっとした声掛けやつながりが重要
- ♪ “防災”を契機にした危機感の共有化
- ♪ 「高齢者が活躍できる場」「高齢者が集える場」
- ♪ 地域の運営は地域で。行政への期待は個別支援（専門的支援）



テーマ7【空き家】 市内に所在する空き家を活用するには

- ♪ 空き家の利用ニーズは高い
- ♪ 空き家の価値は借り手が決める。価値に気づいていない所有者の意識改革が必要
- ♪ 空き家の確保が必須。そのためにも行政がサポートする「空き家バンク」の設立が急務

テーマ8【ごみ】 ごみの減量化・再資源化を促進するには

- ♪ 周知が足りないごみの減量化や再資源化
- ♪ 子ども目線で大人も楽しく理解できるような工夫が有効
- ♪ ごみの発生抑制（頂き物を断る勇気）：市民にできること
- ♪ ごみの発生抑制（包装容器の工夫）：事業者ができること
- ♪ 教育・情報発信・ごみ減量へのインセンティブ付与：市にできること



テーマ9【災害】 災害に備えて地域における自助共助意識を向上するには

- ♪ 子どもの頃からの防災教育が重要
- ♪ 災害への備えの実態を把握することが必要
- ♪ 災害時に役立つ体験を楽しみながら行う：区の防災訓練、避難所訓練
- ♪ 役所を頼らない体制づくり：近隣同士の助け合い

◆ ワークショップを終えて

今回のワークショップには、総勢 20 名の方が参加してくださいました。コワーキングスペースを運営している方、観光ボランティアをしている方、骨董市を開いている方、東京までお勤めの方、トライアルステイに参加した小さいお子さんを抱っこしたママ、退職して三浦に移住した方、三浦で生まれ育った農家の方や漁師の方など、皆さんの三浦市に対する熱い思いと頼もしいエネルギーを感じ、素晴らしいアイデアや貴重な意見をいただきました。

三浦ならではの美しい自然や温暖な気候、美しい景観、美味しい特産物以上に、市民の皆さんひとりひとりが三浦の貴重な財産だと感じました。これからも市民の皆さんと一しょに三浦を盛り上げていきたいと思っております。参加された皆さん、どうもありがとうございました！

テーマ別総括

テーマ1【移住促進】 三浦市への移住を促進するために提案するライフスタイル（みうらスタイル）とは

1 三浦の魅力は必要条件であっても十分条件にはならない

三浦の魅力は次のとおりたくさんあるが、これらの魅力を持つ地域は他にもあり、それだけでは「移住」するための強力な資源にはなり得ない。

三浦の魅力は、以下のように多数挙げられる。

- (1) 豊かな自然（海、緑、畑）がある
- (2) 美しい景観（田園風景、海、朝陽、夕陽）がある
- (3) 温暖な気候である
- (4) 豊かな資源（鮪、大根、スイカ）がある
- (5) 都心から電車一本で通勤が可能である
- (6) 住宅が安価である
- (7) 海の体験が豊富である
- (8) 遠洋のまちが産んだ食のこだわりがある
- (9) 三浦弁がある
- (10) ユニークな地名がある
- (11) 都心に住んでいたら得られない三浦時間（ゆったり流れる時間）がある

2 地元定着の条件は、強い意思を持ち自ら環境を作り出せること

- (1) 三浦の市民性は、以下のような背景から、外の人間に対して「閉鎖的」という特徴を持っている。

- ア 昔からのコミュニティへの帰属意識が高い
- イ シャイな気質がある

- (2) これが実際に「移住」して三浦に住み始めた人にとって住みづらさにつながっているようだ。
- (3) そのため、移住者の側からアクションを起こさないと地元に入り込むのは難しい。
- (4) 地元に定着できる条件とは、以下のようなものである。
 - ア 自分から「これをやりたい！」という強い意思を持つこと
 - イ 自ら環境を作り出せること
- (5) 地元の人は、口は悪いが人はよいので、積極的に働きかければ受け入れられるケースが多い。

3 よそ者を受け入れる「地元の人意識改革」は市民の役割

よそ者を受け入れる「地元の人意識改革」が必要であり、それは市民の役割である。

4 求められる、移住者と地元住民をつなげるしくみ

移住者と地元住民をつなげるためのアイデアは、以下のとおり。

- (1) 「交流会」を開き、地域活動をしている人（＝移住者をサポートしてくれるキーマンとなるような人）と移住者をつなげる
- (2) 「移住者の横の連携」をつくり、ファミリー移住や仲間移住など共通のライフスタイルや志向を持った移住者どうしが支え合えるようにする
- (3) 「地域コミュニティ・オーガナイザー」を育成し、地域住民が地域課題に取り組み、自らの力で問題解決を図ろうとするのを助ける人材を育てる
- (4) 「地域交流ハブ」をつくり、観光客・移住者・地域の人・多世代が活発に交流できる拠点をつくる
- (5) 三浦市ならではの技能、知識や、面白い特技を持った人を市が“名人認定”し、観光客が“名人”と接点を持てるようにする。（島根県海士町の事例）

5 市民が力を発揮できるサポートをするのが行政の役割

これまでに三浦市に移住してきた人、地元住民と密接に関わりを持つ人などが、すでに地域で様々な活動を継続しており、彼らの力を十分に発揮してもらうために、市役所の中に地域住民の活動をサポートする仕組みをつくることや、そうしたサポートをする仕事を市民に委託するようなしくみがあるとよい。

6 移住促進に有効なトライアルステイ、求められる空き家情報、創作しやすい場所

移住を促進するために市役所が用意すべきものとして、次の意見があった。

- (1) 二地域居住に対する有利な支援
- (2) 都心ではできない体験への支援（農業・漁業関係）
- (3) トライアルステイの拡大（お試し居住から移住までのステップアップ支援）
- (4) 退職後の世代に対する職業の斡旋
- (5) 空き家の把握・提供
- (6) 三浦の魅力をアピールするためのアドバイザーの養成
- (7) 若い世代が移住しやすくするための市営住宅の拡充
- (8) 賃貸用住宅の確保
- (9) Wi-Fi 環境の整備
- (10) シェアオフィス（カフェ・Bar などの創作活動のしやすい場所）や保育付コワーキングスペースの確保
- (11) 人が集まる場所の確保
 - ア 空き家の有効活用（グループホーム）
 - イ 駅近で休憩できる場所

- ウ 土間カフェ
- エ 子育てママの居場所
- オ 子ども食堂

7 都市を目指さない三浦を目指す

「都市を目指さない三浦」を目指しては、との意見もあった。具体的には、次のようなイメージである。

- (1) 三浦市の不便さを逆手にとる
- (2) 昔ながらの三浦を前面に出す

テーマ2【観 光】 「遊びに行ってみよう！」と思える三浦市の魅力とは

1 子どもから大人までライフスタイルにあった遊び場所がある

- (1) 「遊びに行ってみよう場所」には、世代による違いがある。
パック旅行に慣れているシニア世代と自分で自由に選ぼう若い世代に分かれるのではないか。
- (2) 子どもを自然の中で遊ばせたいという気持ちが強い親にとっては、海や自然が豊富な三浦は魅力が満載である。

2 都心に近いのに田舎が味わえる

「遊びに行ってみよう場所」については、次の意見が挙げられた。

- (1) 都心に近いのに田舎が味わえる
- (2) 非日常体験ができる
- (3) 懐かしい感じ
- (4) 都内に住むファミリー層の第二の故郷
- (5) 東京から日帰りできる
- (6) 三浦弁
- (7) お祭りがある（チャッキラコ）

3 地元の販売意欲の活性化が必要

- (1) 「消費動機」については、次の意見が挙げられた。
 - ア 地元の珍しい物が手に入ること
 - イ 面白そうなお人・店があること
 - ウ 商売相手としてではない出会いがあること
 - エ 常連には変わった料理が出る店があること
 - オ 行けばそこに必ずある観光名所＋その時その時にしかないものを見つげたい
 - カ 三浦でしかできないことがあること
- (2) そのためにも地元の販売意欲の活性化が必要で、次のような取組を試みる必要がある。
 - ア 商店街や地元住民に「儲ける」ことを動機づける
 - イ 面白い人がやっている店に人がたくさん集まってくることをきっかけとして、周辺の地元商店の販売意欲を上げてもらう

4 ネットでは得られない情報、口コミが決め手

「遊びに行ってみよう！」と考える決め手となる情報の発信は次のようなものである。

- (1) どの世代に発信するかを見極める

- (2) たくさんあるガイド情報を連携させたわかりやすい発信
- (3) 業種間の連携による発信
- (4) 「ひとつのスポットで複数の楽しみ方がある」などネットでは通常得られない情報、友人に勧められるなど口コミ
- (5) その他、次のような情報も必要である
 - ア 駐車場料金
 - イ 交通機関情報

5 市民協働で情報発信のデザイン・方法を考える

- (1) 情報発信ツールとして、市役所のホームページや観光協会のトップページは堅い感じで面白みに欠けるように思われる。

市役所のホームページにある「シティセールス」のページは、職員が工夫をして個性的な取組を掲載しているようだが、上手く市民には伝わっていないのが残念である。
- (2) 市民と協働で発信のデザイン・方法を考えるとよいのではないか。

NPO 法人みうら映画舎の取組のように、行政と民間（NPO や商工会議所等）がコラボレーションした仕組みを積極的に取り入れていくのが有効と思われる。

**テーマ3【市民活動】 （仮称）市民交流拠点で市民の文化活動が活発に行われるためには
（市民交流センターの利用を中心として）**

1 子どもや女性が利用しやすい形が望ましい

- (1) 「市民交流センターを主体的に利用する対象者」は、観光客や移住者、地元の人等で、誰でも自由に利用できることが望ましい。
- (2) 三浦に興味がある人たち同士が交流ができるという流れを作った方がよい。
- (3) 子育てに不安をかかえている女性は多いと思うので、子育て中の女性が集まって交流しやすい（相談やおしゃべりをする）場所が必要。そのためには、子どもも利用しやすい施設がよい。

2 お試し市民活動やお試し自主企画も

- (1) 「利用のしかた」としては、次のような意見があった。
 - ア 子どもが遊べる
 - イ 図書館として面白い利用ができる
 - ウ フリースペース
 - エ 入館料を払う
 - オ フリーWi-Fi 有
 - カ 営業時間はなるべく長く
 - キ 飲食OK
 - ク 十分な駐車場
 - ケ 自分の得意なことでマイスター活動（自分の特技を生かして体験イベントや講習会などを開催する）ができる
 - コ 市民が本などを提供して共有の本棚を設置する
 - サ 子ども用品リサイクルコーナーを設置する
- (2) 新しい人も気軽に活動が始められるように月に一度の「お試し市民活動」（トライアル・アクティビティ）や「お試し自主企画」の日があるとよいという意見もあった。

3 気軽に立ち寄れる場所

- (1) 「利用のしかた」として、各グループ共通して次のような意見があった。
 - ア 気軽に1日だけでも参加できるような施設
 - イ 情報発信の中心点になるような施設
 - ウ 三浦市以外の観光客等も利用できる施設
 - エ スーパーと連携し、買い物がてら気軽に寄れる施設
- (2) 利用するにあたり、制約や規制を排除できるように行政に支援してもらいたいという意見もあった。

4 情報が集まる場所、情報提供者が常駐している場所

「運営のしかた」として、市民交流センターを「情報の集まる場」として考えると、その人に聞けば最適なところにつないでくれるという人が常駐していることが望ましい。

例えば、居酒屋のおかみさんのような人だったり、常駐でなくても市役所の担当課の人に聞けばなんでもわかる人（＝しぐらみがなく融通のきくオールラウンドな職員がいる）。

5 市民による運営母体を行政が支える

運営母体について、次の2つの提案が出された。

(1) 市民による運営母体をつくる。

ア 市民活動をしている“三浦のプロ”ともいえる魅力的な市民がたくさんいる

イ その人たちが市民交流センターの運営母体を作る

ウ 市役所と一緒に「運営協議会」「NPO」「社団法人」等を作って運営する

エ その運営母体はイベントなどを開催して利用料や売り上げ等で対価をもらい、持続性のある運営を目指す

(2) 市役所・商工会議所・観光協会で共同経営し、そこに市民がアドバイザーとして入る。

テーマ4【教育】 郷土三浦を愛する心を育むための特色のある教育を推進するには

1 自然や地域とのふれあいの中で子ども達が自発的・主体的に感じる事が重要

「郷土を愛する心」は、子どもの頃からの体験から自ら感じたことでないと育たない。

そのためには、親や先生が教え込むものではなく、次のような中から、子ども達が自発的・主体的に感じる事が重要である。

- (1) 自然を通しての遊び（川や海や路地での遊び）の中から
- (2) 地域の方とのふれあい（スクールガード、地域の運動会・お祭り、商店街での買物）の中から
- (3) 他地域との違いを、交流（他地域留学＝都会の学校の生活体験）を通じて知る中から

2 子ども達が安心して挑戦・実験できる環境を整える

(1) そのためには、次のような環境を整えるべきである。

- ア さまざまな体験ができる場
- イ 地域が見守って安心して活動できる環境
- ウ 子ども達が安心して挑戦・実験できる環境

(2) 具体的には、次のようなアイデアが挙げられた。

- ア 大学のサテライトキャンパスの誘致
- イ 都会の学校との入れ替わり教室

3 大人自身が三浦の魅力を感じるにより子ども達が三浦を愛する心を持つ

(1) 郷土を愛する心を育てるために「必要な教育」とは、子どもが自発的に考え感じる事ができる環境をつくる事が大切である。

具体的には、次のようなものである。

- ア 100年後のふるさとに必要な人材とは何かを考える
- イ 子どもたちが自然に親しむフィールドワーク
- ウ 地域の歴史の教育
- エ 先生以外の人による授業
- オ 職業体験の充実
- カ 学校のイベント等に地域も関わってもらう
- キ 地域で活躍している人と子どもの交流

(2) 大人自身が三浦の魅力を感じるにより、子ども達が三浦を愛する心を持つことにつながる。

テーマ5【健康】 市民の健康や体力を増進するには

1 いつでも行けば運動ができる「気軽に行ける場」が必要

- (1) 「運動」に関しては、普段のウォーキングや散歩のほか、卓球、バスケットボール、サッカーなどの競技スポーツ、シーカヤックなど趣味としてのスポーツまで幅広く行われている。
歩くことで健康が維持できる。
スポーツは、個人の趣味にとどまらず、参加することにより「友達づくり」「生活の楽しみ（生きがい）」「お互いの見守り」にもつながる。
- (2) そのためには、いつでも「気軽に行ける場所」があることが望まれる。
- (3) また、運動施設に関する個別の要望が挙げられた。
 - ア スポーツ公園への夜間照明の設置
 - イ 二町谷埋立地の一部を運動公園にすること
 - ウ マラソン・サイクリング時に利用できるトイレの整備
- (4) マリンスポーツに関しては、海は危険が付きもので事故が多いため普及は難しい面がある。

2 食育・体力増進の意識改革

- (1) 「食育」については、旬の食材による低塩分、高タンパク料理を発信する。
- (2) 「体力増進」については、次のような意見があった。
 - ア 街では少しだけ階段を使うなど体力増進を心掛けたい
 - イ また、災害時、高齢者も避難場所まで一人で行ける体力を付けておくことは、東日本大震災など過去の災害からの教訓として意識の向上を図りたい（東日本大震災では、動けない高齢者を助けるために多くの若い命が失われている）

3 健診後のフォローアップ、高齢者の生きがいづくり

- (1) 「健康診断」については、三浦市は健診後のフォローが充実していて、少しでも結果に問題があれば個別に半年かけて保健師によるフォローアップを図られている。
- (2) 「メンタル面の健康」については、次のような意見があった。
 - ア 三浦は昔からのコミュニティ意識の高い土地柄もあり、孤独死の問題は少ない
 - イ 一人暮らしの高齢者のところに何かと用事を作って会いに行き、得意料理を教えてもらう等、高齢者が生きがいを感じてもらえるよう、日頃から心掛けたい
- (3) 「喫煙」は生活習慣病の大きな原因となっているので、禁煙への取組が重要である。

テーマ6【高齢者】 高齢者を見守り、支え合う地域をつくっていくためには

1 隣近所のちょっとした声掛けやつながりが重要

- (1) 実際に、地域では多様なボランティア活動が行われており、公的な制度としての専門的な支援も数多く行われている。
障害などを抱え、本当に困っている人は公的な専門的支援を受けられる。
- (2) 一方、多くの高齢者は、「子どもや周りに負担はかけたくない」と考え、不便な暮らしで我慢している場合も見受けられる。
- (3) しかし、少しの困りごとがあるだけで制度に頼るほどではない人たちに対しては、隣近所のちょっとした声掛けやつながりが重要になってくる。

2 “防災”を契機にした危機感の共有化

そうしたつながりのきっかけとして“防災”を契機にするのは、全市民共通の課題として危機感を共有できるので、有効と考えられる。

3 「高齢者が活躍できる場」「高齢者が集える場」

「市民ができること」としては、「高齢者が活躍できる場をつくること」と「集える場所をつくること」が挙げられ、それぞれ具体例としては以下の点が挙げられた。

- (1) 「活躍できる場」の具体例
 - ア 若い人に頼られる
 - イ 得意なことを発揮できる
 - ウ 若い親の子育てを手伝う
 - エ 若者の悩みを聞いてあげる
 - オ 集って作業をした結果として、少しでも収入が得られる場所がある
- (2) 「集える場所」の具体例
 - ア 皆でスポーツや会食等を楽しむ
 - イ 高齢者が悩みを言える、聞ける場所がある
 - ウ 自由に集っておしゃべりできる場がある

4 地域の運営は地域で。行政への期待は個別支援（専門的支援）

これからは、行政には専門的な支援をお願いし、一方では、“自分たちの地域の運営は自分たちで行う”という目標を持ち、地域のちょっとした問題を解決していこうという結論となった。

テーマ7【空き家】 市内に所在する空き家を活用するには

1 空き家の利用ニーズは高い

- (1) 「空き家を利用したい人」として、次のような層が考えられる。
 - ア 30～40代子育て世代（移住したい人）
 - イ 起業家
 - ウ 個人事業主・フリーランス
 - エ 学生
 - オ クリエイター・アーティスト
 - カ 週末アウトドア派・スポーツ系
 - キ リタイア後の生活
- (2) 「空き家のニーズ」としては、次のような点が挙げられる。
 - ア シェア別荘
 - イ クリエイターの活動発信基地
 - ウ 低家賃
 - エ 地域内でも2拠点住居を持ってみたい
 - オ 移住サポーターもいると心強い
 - カ 若者が長期休暇（バカンス）を過ごすことができるような場所（安貸別荘）がほしい
 - キ 市営住宅にDIYでプチタウンができれば面白い

2 空き家の価値は借り手が決める。価値に気づいていない所有者の意識改革が必要

- (1) 市内には、1,300戸の空き家がある。
- (2) 借り手がどのような物件を望んでいるのかを、貸し手となる所有者がその価値に気づいていないことが多い。
- (3) 100年後に何を残すかといった町並みの保全を考慮し、価値のある古い家屋など残すべきものは条例で守ることも必要となるかもしれない。

3 空き家の確保が必須。そのためにも行政がサポートする「空き家バンク」の設立が急務

- (1) 「空き家バンク」で情報をすべて把握し、借り手に的確な情報を伝えられることが必要となる。空き家バンクは有志の市民・商工会議所・行政等でNPOや協議会を作る。
- (2) 市民アドバイザー等の協力により空き家の活用をサポートする仕組みを作る。
- (3) 空き家を市が保有したり、リフォームに助成金を出すなどしてトライアルステイに利用し、ステイ終了後はそのまま販売という仕組み作りも有効と思われる。

テーマ8【ごみ】 ごみの減量化・再資源化を推進するには

1 周知が足りないごみの減量化や再資源化

「一般ごみの減量化や再資源化、特に水分率 50%以下という目標」について、今回の市の説明を聞くまで認識していなかったワークショップ参加者が多くいた。

これまで市役所は様々な手法で周知を図ってきたが、それでも足りないという課題が挙げられた。

2 子ども目線で大人も楽しく理解できるような工夫が必要

ごみ問題は、とかく「面倒」とか「暗い」というイメージがある。

「一般ごみの水分率を 50%以下にしなければならない」といった危機感を市民に知ってもらうためには、子ども目線で大人も楽しく理解できるような工夫が必要と思われる。

具体的には、次のようなものである。

- (1) ストーリー性のある動画で感情に訴える
- (2) ごみ減量の広報を市民グループで作る
- (3) 三崎口駅、三浦海岸駅で毎朝ちらしを配布する
- (4) 駅にちらしを置く
- (5) 学校でちらしを配る

3 ごみの発生抑制（頂き物を断る勇気）：市民にできること

「市民ができること」としては、具体的に次の意見があった。

- (1) 各家庭での生ごみの処理に「キエーロ」（木箱に入れた黒土に、生ごみや残った食用油などを混ぜて処理できる生ごみ処理器）を活用する
- (2) 切干し大根を買い取るしくみをつくって、処分すると手間がかかる大根の活用と、ちょっとしたお小遣いかせぎにもつながるようにする
- (3) 一般ごみと生ごみを分けて収集する
- (4) 頂き物を断る勇気も持つ

4 ごみの発生抑制（包装容器の工夫）：事業者ができること

「事業者ができること」としては、具体的に次の意見があった。

- (1) 製造元はごみを少なくする工夫をする
- (2) スーパーのパック詰めへの働きかけ
- (3) 可能なら詰め替え販売を行う
- (4) 食品容器は家庭のものを利用

5 教育・情報発信・ごみ減量へのインセンティブ付与：市にできること

- (1) 「市にできること」としては、具体的に次の意見があった。
 - ア ごみダイエットにインセンティブを持たせる（市民税減税等）
 - イ 事業ごみの減量へのインセンティブを持たせる
 - ウ ごみ減量を考えるグループを応援する
 - エ 観光と組み合わせた資源教育（例えば小網代の森でのキエーロの実験の実施）を行う
 - オ 「冷蔵庫の中身をやりくりする」講座を開く
 - カ イベントでの水切り体験講座を開く
 - キ ごみ収集車で毎日「今月の水分率〇〇%達成！」とアナウンスしてアピールする
 - ク 最終処分場や焼却施設の見学ツアーを開く
 - ケ 水切りコンテストを開催する
 - コ いただきもの活用術（大根 10 本もらったら・・・など）の提言をまとめる
 - サ キエーロの普及に助成する
- (2) 今後は、生ごみ処理器「キエーロ」に要注目である。

テーマ9【災害】 災害に備えて地域における自助共助意識を向上するには

1 子どもの頃から防災教育が重要

自助共助意識を高めるには、子どもの頃からの防災教育が重要である。

「遠足で磯遊びしている間に地震があつて津波があつたら君たちどうする？」とか、「通学途中とか、学校から別の場所に向かう途中で災害があつたらどうしようか？」という課題を出した方がより応用が効いてよいのではないか。

2 災害への備えの実態を把握する必要

防災用品や非常用の食料が、各家庭や各地区にどの程度備蓄されているか、アンケート調査を実施する。

そうした調査結果をもとに、隣近所との競争心をあおるというアイディアも効果的ではないか。

3 災害時に役立つ体験を楽しみながら行う：区の防災訓練、避難所体験

また、災害に対しての意識を向上させるには、実際の「体験」がポイントになる。

例えば、以前に旭小学校PTAが企画して、次のような体験を行ったことがある。

- (1) 実際に避難所となる小学校で一晩泊まる避難所体験
- (2) 災害時に役に立つロケットストーブづくりやクッキング体験

このように楽しみながら、各区で実施することが、より多くの住民が防災訓練に参加してもらえる秘訣と思われる。

4 役所を頼らない体制づくり：近隣同士の助け合い

- (1) 市民にできることとしては、次の点が挙げられる。

- ア 区どうしでの共助協定を結ぶ
- イ 誰が何が得意か、近所の人の特性を知っている
- ウ 住民主体の「助け合いマップ」をつくる
- エ 「避難所までのルートマップづくり」のワークショップを開く
- オ 東北地方などの被災体験の話聞く

カ 災害時にはすぐにすべての人に支援が行き渡るわけではないので、最低3日間は備蓄を心がける

- (2) 市役所にできることとしては、次の点が挙げられる。

- ア 市役所は避難場所を提供してくれるだけでよい
- イ 防災講座や防災訓練の呼びかけ、各区の役員への支援など、市民を動かす能力を向上してもらいたい

- (3) 良い意味で、市民が役所を頼らない体制がよいという結論になった。

資 料

三浦市への移住を促進するために提案するライフスタイル(みうらスタイル)とは

移住までのSTEP

STEP 1

知る (PRなど)

STEP 2

来る (観光)

STEP 2.5

< 日常体験 >
食・移・職・遊・学
移住ツアー(空き家見学)
おもむろい空き家

STEP 3

日常 (トライアルステイ)

STEP 4

移住

三浦の魅力

- ・景観(画になる風景・自然に一番近い磯)
- ・特に磯は関東では唯一ともいえる
- ・自然が豊か(海・田舎・夕日・朝日・星空)
- ・気候・風土(温暖)
- ・ものづくりがいっぱいある
- ・保育園の待機児童がない(ママが働ける体制がある)
- ・中学校給食がある(ママが働きやすい)
- ・学区として一体感がある(開かれた学校)
- ・都内(特に港区・中央区)に電車一本で行ける(意外に便利)
- ・住宅の価格が安い

三浦ならではの

- ・遠洋の町が生んだ食へのこだわり
- ・こだわりのお料理やお店、おばあちゃんのごはん
- ・海や自然体験ができる
- ・三浦弁、地名がおもしろい、屋号がある
- ・都市に住んでいたらできないことがある
- ・三浦時間(時間にしない)
- ・コミュニティができてきている(みんな顔見知り)
- ・地域で子ども達を大切にしている
- ・困りごとがあっても3人位に聞けばなんとかなる
- ・人材豊富(面白いことを考えている人がいっぱいいる)

現状・課題

取組の方向性

- ➡ 三浦の知名度を上げる
- ・市内の景観を知っていただく
- ・三浦市の良さを現場をみていただき話し合う
- ・ランナーや自転車レーサーに向けて景観をアピール
- ➡ 高齢者には住みよいが、若い人の好みを知る

- ➡ 不便さを売りに都市を目指さない(不便さの中に日常のオフ)
- ➡ “三浦ならではの”を作る
- ➡ リモートワーク・ワーキングスペース
- ➡ 特に子ども達に自然の体験学習(自然と生きること)を!
(まずは地元の子どもから遊びを通して特色ある教育)

提案

アイデア

- ・「三浦に来たら畑ができる」アピール(ローカルでは空き畑を貸している) ・二町谷の再検討
- ・空き家の有効活用(グループホーム、駅近で休憩できる場所、土間カフェ、子育てママの居場所、子ども食堂、保育付ワーキングスペース)
- ・三浦市の魅力を見つけて出す施策を行う ・アピールするためのアドバイザー養成

海士町の事例

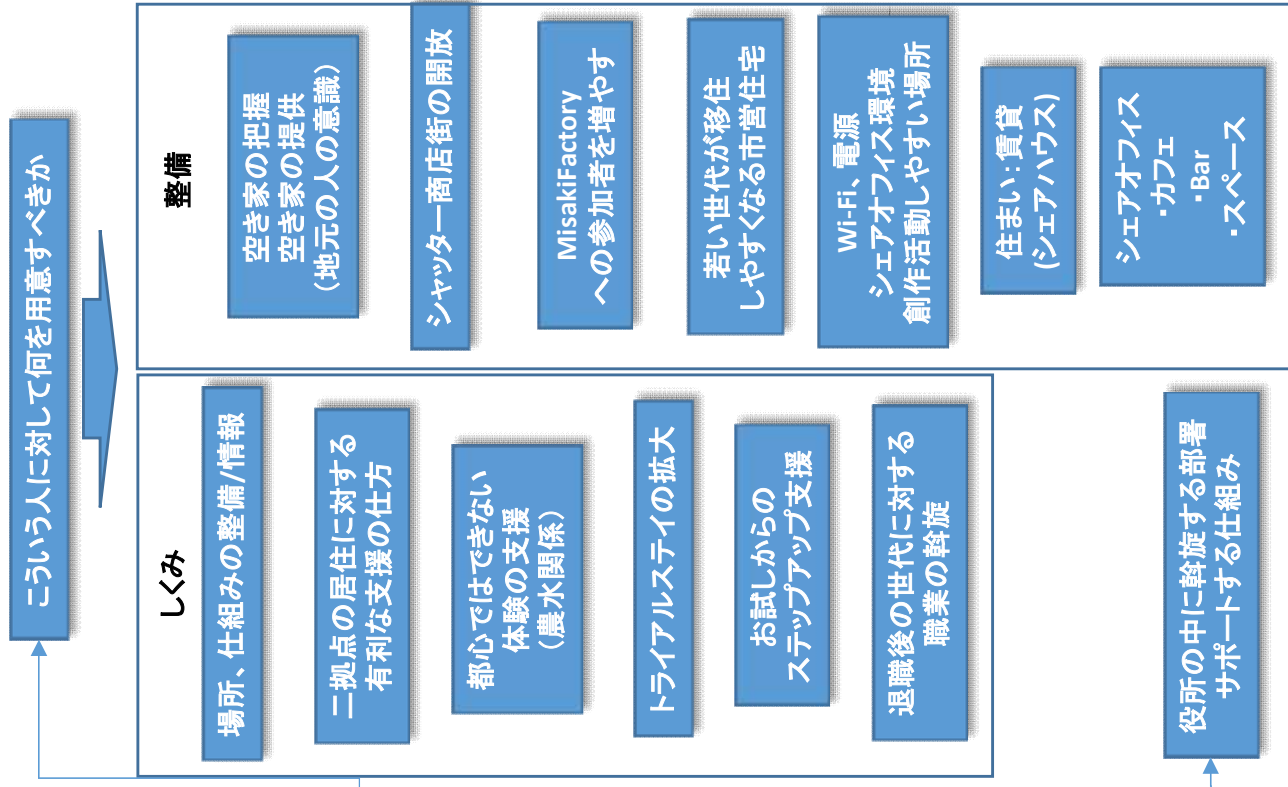
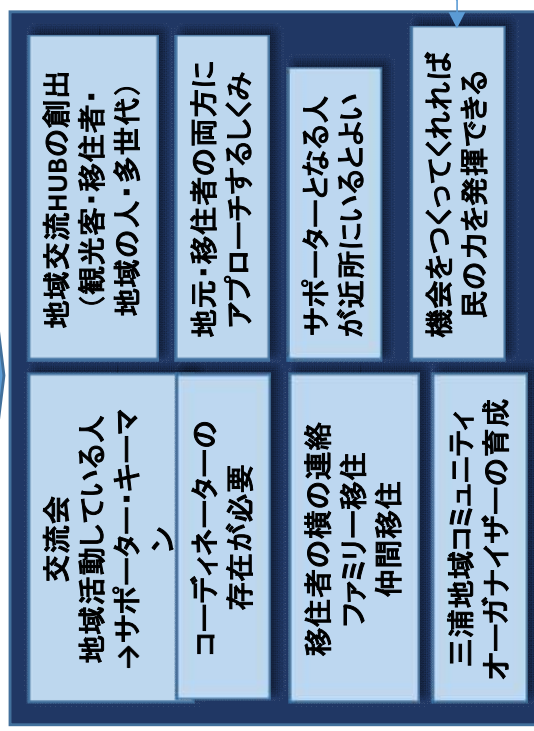
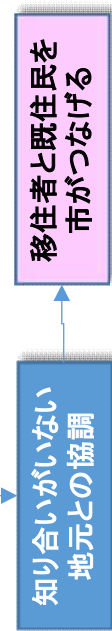
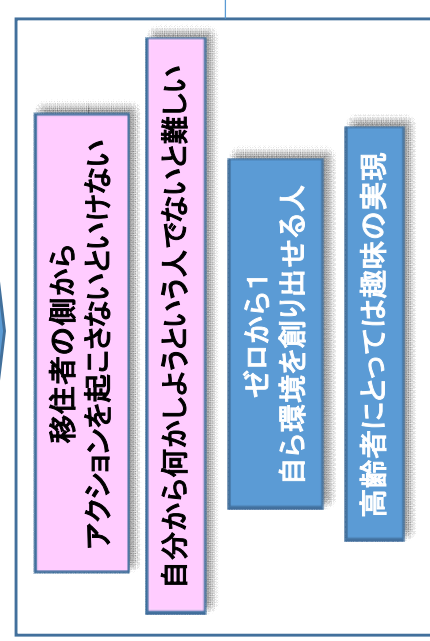
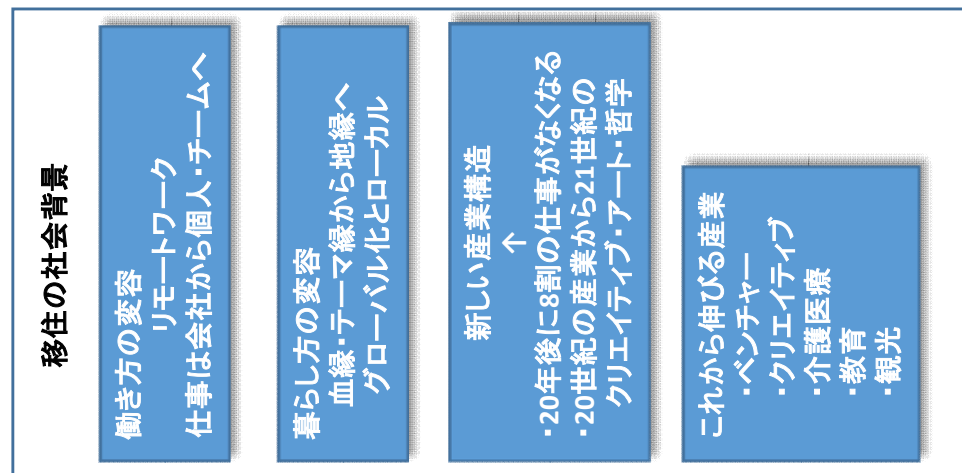
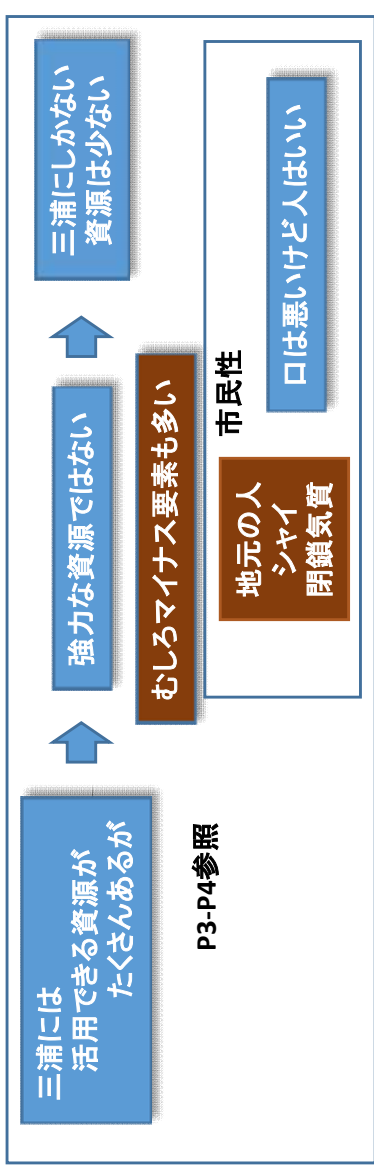
- ・村から「紙漉き職人」や「漬物職人」等『名人認定』を受けた名人がいて、村の中学生が観光客を名人のところに連れて行ってくれる(中学生が観光ガイド)

キャッチコピー

”人がひとらしく住めるアノログのまち”

第1回ワークショップ Bグループ

三浦市への移住を促進するために提案する
ライフスタイル(みうらスタイル)とは



三浦市に仕事で
来ていた経験

三浦への移住

ゆるやかな移住

移住してきて活動できる
余白があることが大事

無理しない住み方
→ 永遠なる試住

住みつかなくても
いいじゃないか

仮住まい

それなりの覚悟が必要

村社会

命がけのまちづくり

めざすまちのイメージ

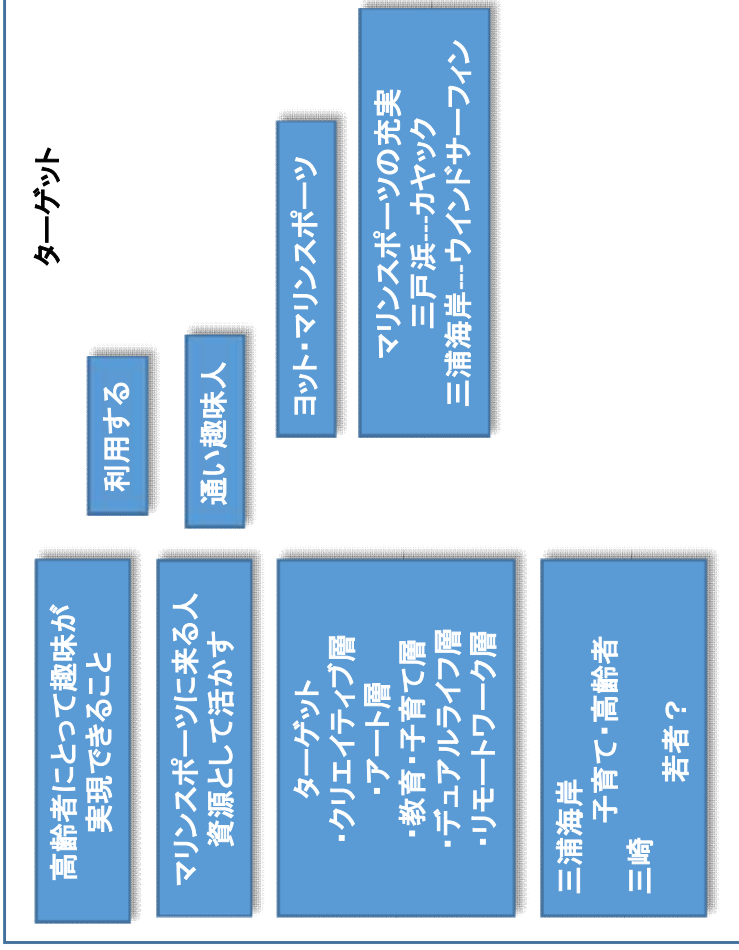
ハンドメイドシティ

サービスも手作り

フロンティアタウン

開拓者精神ある者集まれ！

都市という言葉を捨てる



克服すべき課題

農家と漁業と商店
対立の回避

市民が楽しく稼げれば
人は来る(具体例あり)

上と下をつなげる

住んでいる人が
楽しく生きる環境

どこから来てもらうか

近畿
和歌山 など

江戸移民
→ 平成移民

アイデア・今後のテーマ

子育てコミュニティ育成

市役所職員寮
(ジヨブミックス)
(シェアハウス)
地域に住み込む

介護医療コミュニティ育成

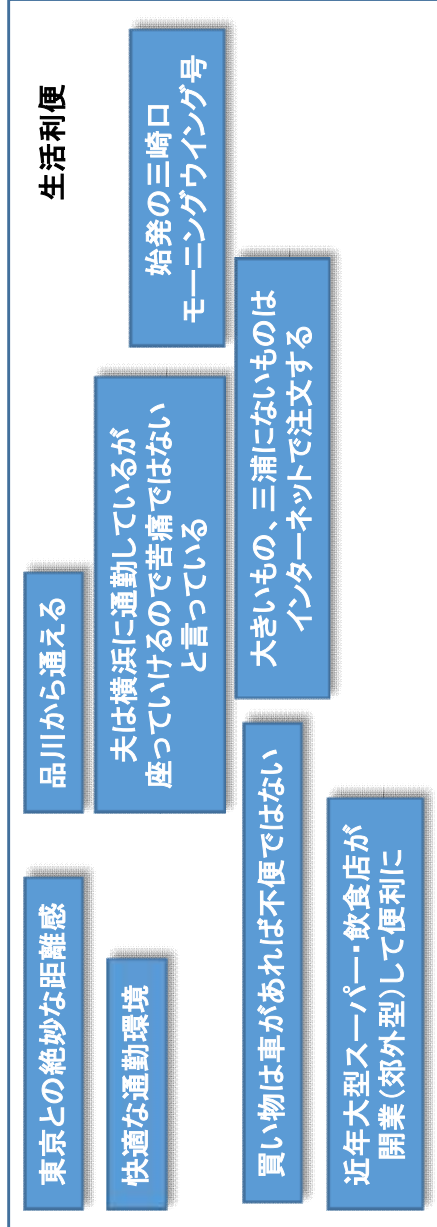
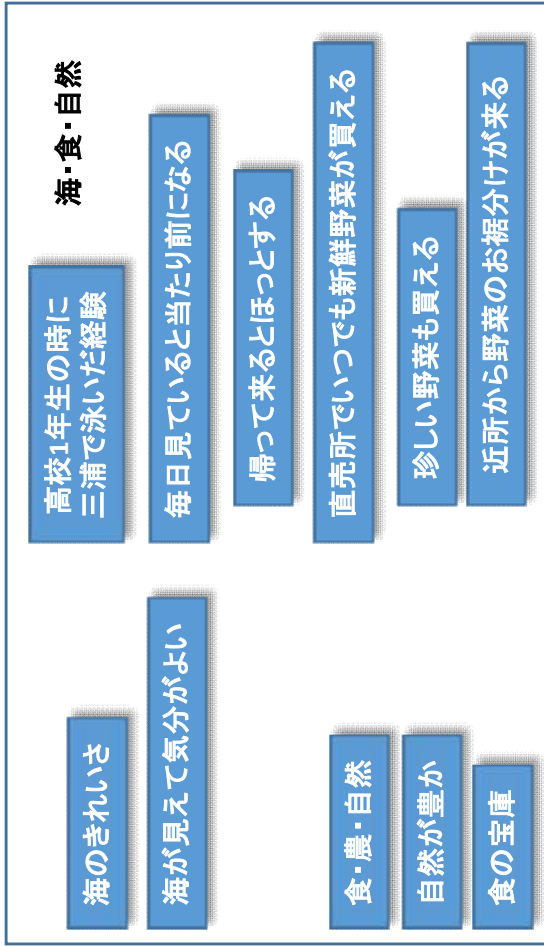
循環バス

シェアカー

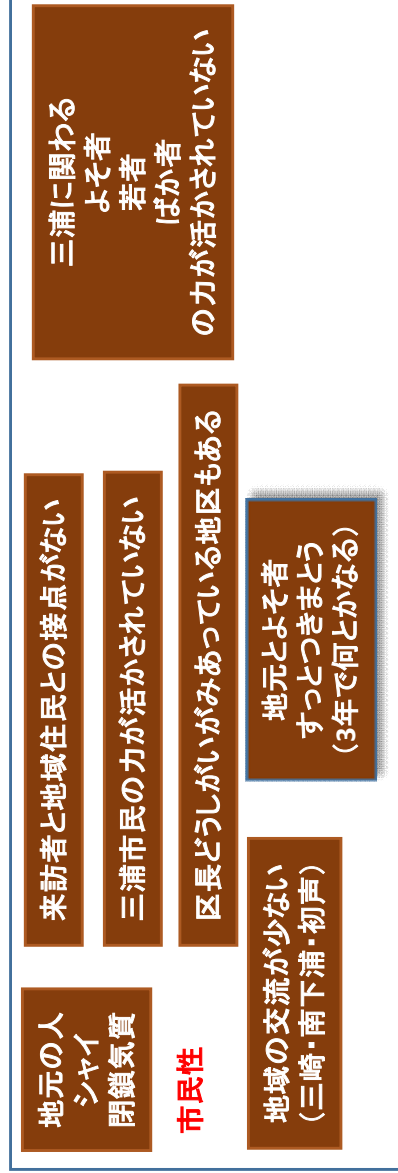
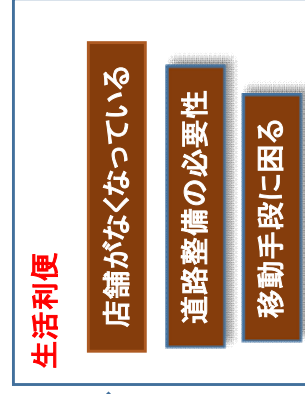
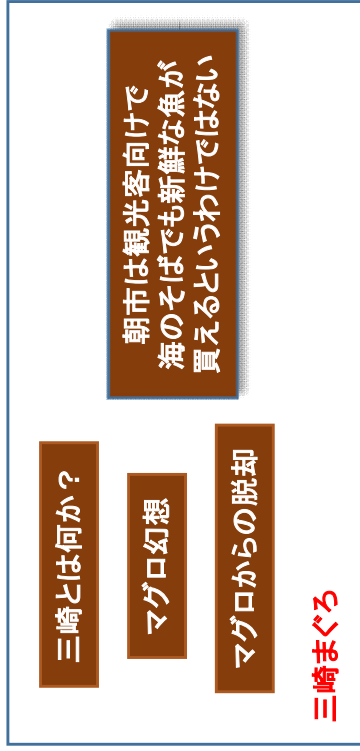
海洋教育

海洋教育の充実

活用できる資源



三浦が抱える問題点



小学校は地域によって
少人数で目が行き届く

教育

高校生は通学が遠くなり大変

大学は通えるところが殆どない

学校(全て)の選択性が少ない

教育

図書館がない

コンサート・映画は行くのが遠い

人が集まれる場所がない

サークル活動などができる
場所が少ないし設備が貧弱

市民サークルが
充実していない

組の割り振りが複雑
(飯森区の場合)

公共施設 地域活動

行政

行政のイメージが暗い

行事が定例化
(文化祭・スポーツ大会など)

雇用

雇用が限られている

医療

もっと良質な医療

病院(小児科・産婦人科)の
選択性が少ない

空き家(施設・仕事・遊び)

ゆとりのある
居住空間

余白がある

空間のゆとり



「遊びに行ってみよう!」と思える三浦市の魅力とは

アイウ 「遊びに行ってみよう!」と思う場所の魅力はどのようなものでしょうか?
観光地での消費動機とはどのようなものでしょうか?
行先を選ぶ際に決め手となる情報とはどのようなものでしょうか?

<対象>

- ・家族がトータルで楽しめる所
 - ・若いママも楽しめる
 - ・子どもが楽しめる
 - ・ライフスタイルに合った遊び場所
- ### <学習>
- ・文字「に」表現された三浦の地へ
 - ・歴史に関わる地を巡る
 - ・活断層
 - ・自然エネ(風力・バイオマス)

<場所>

- ・親が観てよいもの・場所
- ・東京は遊び場に困る・走れる
- ・マニアックな場所
- ・豊かな自然
- ・三浦の海辺へ行ってみよう
- ・富士山の見える場所へ
- ・自然が味わえる場所

<気候>

- ・海の季節遊び・夏は夏、冬はあたたか
- ・東京との距離感(交通の便・距離)

<体験>

- ・アクティビティ(体験型観光)の充実
- ・リゾート・キャンプ・マリンスポーツ
- ・遊びながら学べる場所
- ・農水商品開発ワークショップ
- ・理科の授業からリピーターに
- ・エコ教育ツアー
- ・キエーロ体験
- ・農業体験
- ・海体験(SUP)
- ・畑体験(みかん)

<設備・サービス>

- ・トイレなど設備がきれい
- ・浜ガイドが欲しい!
- ・温泉は欲しい!
- ・定期滞在・短期滞在施設
- ・長期の民宿(毎日違うメニュー)
- ・無人販売所
- ・農家レストラン(民宿)・漁師民宿
- ・小網代の森に喫茶店がない

三浦の魅力

消費動機

- ・その土地だけにしかない食べ物
- ・友人に勧められる話題性がある
- ・郷土料理・野菜
- ・マグロばかりでなく地魚
- ・健康な食材
- ・地元の人が「おいで〜」「面白いよ〜」と言えるところ
- ・地域のお店が出てくる(どこにもある屋台が出てくると少し残念)

<手段>

- ・既存施設のPR
- ・口コミ観光サイト
- ・TV
- ・新聞等の特集記事

<種類>

- ・その場所の情報量が多い所
- ・駐車場料金情報・交通機関情報
- ・PRのライバルは伊豆と房総

決め手となる情報

取組の方向・アイディア

<三浦の魅力>

- ・体験学習(野外学習)できるような企画
- ・学習できる場
- ・東京圏に近い教育合宿・セミナー研修合宿
- ・廃校/リノベーション
(地域コミュニティ拠点+体験型+宿泊施設)
- ・富裕層が別荘に定期通い
(アウトドア・釣り・ヨットでマリンスポーツ)
- ・民宿の活用・PR
- ・キャンピングカー
- ・グランピング(大人のキャンプ)

<消費動機>

- ・横須賀の「おかなごっこ」のような商業施設
- ・一つのスポットで二つ以上のことができる
- ・道の駅や物産館みたいなもの
- ・軽トラ市
- ・かっこいい!感・おしゃれ感・わくわく感
(マイナス面も出す)
- ・業種間の連携強化

<決め手となる情報>

- ・乱立しているガイドの連携

「遊びに行ってみよう!」と思える三浦市の魅力とは

< 珍しさ >

- ・穴場感
- ・話題になりつつある場所
- ・珍しい・新しい体験、物
- ・自分の町にないものがある
- ・移動手段の魅力
- ・美しいまちなみ
- ・〇〇体験ができる
- ・パッケージ化されていない体験ができる
- ・三崎弁で対応
- ・チャキカラコをもっと広げたい(花暮、仲崎地区)
- ・美味しい物が食べられる
- ・菊名のいなりっこ

< 景観 >

< 体験 >

< 人 >

< お祭り >

< 食 >

< 課題 >

- ・三崎が元気にならないと三浦は盛り上がりがない
- ・マグロ以外のおいしい食事
- ・イベントに来てもお店が少くない(平日等盛り上がり欠ける)
- ⇒ 地元の人が無関心
- ⇒ ex. 桜祭りに4,000人 来場者に対し飲食店はあまり参加しない
- ⇒ 誰が三浦を盛り上げるか
- ⇒ 受入側の意識改革
- ⇒ ”先住民”の意地?

三浦の魅力

- ・地元の珍しい物が入る
- ・本当はお金では買えないけど今なら特別に!
- ・面白そうな人がいる
- ・かわいいお土産がある
- ・人との出会い(商売相手としてではなく)
- ⇒ 常連には変わった料理が出る店
- ・行けばそこに必ずある観光名所
- + その時その時にしかないものを見つけたい

消費動機

- ・日本で3番目に気難しいまち
- ・三崎人は自由気まま=ネコ
- ・元氣な奴はいっぱいいる!

三浦のまちの特徴

< ネット情報 >

- ・観光協会のトップページに面白い情報を!
- ・市役所のHP(シティセールス)では様々な個性的な取組を掲載=職員が工夫している
- ・夜市など“きっかけ”は市、その後の“拡がり”は市民
- ・SNSで“いいね!”がつく

< 口コミ >

- ・行った人からの情報
- ・知り合いから良さを伝えられた
- ・行ってきた! 素敵なことした! と友達に自慢できる
- ・自分で見つけて「こんな穴場!」という情報が欲しい(全部案内されるのはイヤ)

決め手となる情報

取組の方向・アイディア

- ・下町ツアーの充実
- ・烏賊をさばく、大根抜き
- ・地引網・釣り堀(子ども達をダシに親(大人)を呼ぶ)
- ・おもしろいお店・面白い人がキーポイント
- ・「うらり」をなんとかしたい(漁港キックに・派手に等)中途半端
- ・1か所ではなく繋がっていける場所がある
- ・今しかできない今だけの物・体験
- ・もっと儲けることを動機付けに...
- ・地元の意識をあげたい(商店街の人・先住民の人)
- ・日頃の生活と違うところがある
- ・市役所 + 民間(商工会議所など) = みうら映画舎のような協働
- ・「市役所ができること」と「市民ができること」のコラボ
- ⇒ 夜市・SNS発信の仕組み など
- ・観光協会を駆前に移しては?
- ・市民によるコーポネーター(行政で雇用)



三浦の魅力は1~2回ではわからない

いっそのこと

- ・「ほったらかし」のまちにしたら?
- ・三崎とは長く付き合え!

< 課題 >

- ・三浦市のフェイスブックはつまらない
- ⇒ もっとフランクに受発信
- ・観光課の取組もたくさんやっている
- のでもっとアピールの工夫が必要
- ・市役所は市民全体を視野に発信のため難しい(市役所の限界)
- ・三浦市観光情報スクエア
- ⇒ もっと柔らかない内容

「遊びに行ってみてみたい!」と思える三浦市の魅力とは

A 「遊びに行ってみてみたい!」と思う場所の魅力はどのようなものでしょうか?

<資源が豊富>

- ・海岸の自然がたくさんある
- ・ハイキングにいいコースがある
- ・とにかく大根畑と風力発電の景色が美しい・人に勧められる場所がある
- ・子どもの遊びの探求場が豊富
- ・城ヶ島の絶景!
- ・野外学習(修学旅行)
- ・三浦半島の地層
- ・子どもが好きな舟・トラックがたくさんある
- ・自然と食を楽しめる

<魅力>

- ・都市 ⇒ 田舎
- ・山 ⇒ 海
- ・非日常体験
- ・三崎のなつかしい感じ
- ・都内に住むファミリー層の第2の故郷
- ・ぴりりとくるお店に興味をそえられる
- ・東京から日帰りできる

三浦の魅力

E 観光地での消費動機とはどのようなものでしょうか?

消費動機

- <何を求めて来るのか>
- ・そこでもしか手に入らないもの
 - ・土にふれられる
 - ・そこでもしかできないもの
- <世代による意識の違い>
- ・シニア世代 ⇒ パッケージに慣れている
 - ・ヤング世代 ⇒ 自分で決めたい
 - ・子どもを自然の中で遊ばせたいという親の気持ち
 - ・子どもは本当の海には行っていい

W 行先を選ぶ際に決め手となる情報とはどのようなものでしょうか?

情報

- ・ネットでは得られない情報
- ・どの世代に情報発信するか

取組の方向
アイディア

- <アイディア>
- ・希少性をアピール
 - ・海の駅 + 体験型のまちの駅
 - ・油壺の海の生物観察
 - ・大根・スイカ・キャベツ・白菜の収穫実習
 - ・アクティビティ(地方の遊び方を教えてくれるツアー)
 - ・各区から遊びの達人を推薦
 - ・“うらび”の品物をよくする
- <情報>
- ・マグロだけではない魅力発信
 - ・世代によって違う情報

<アクセス>

- ・メインになる訪問場所がない
- ・観光バスがない
- ・周遊する交通手段が自家用車以外にない
- ・景観を楽しめる場所が少ない
- ・空き家の整理

<店舗の質・商業施設>

- ・鯖以外の魚がない
- ・駅前に観光センターがない
- ・野菜料理の食べられる店が欲しい
- ・地元で作っているものが少ない
- ・三崎港(公園整備・トイレ・信号)の整備が必要

<単価が高い>

- ・釣り堀は5,000円台
- ・安いシーリングでも5,000円

三浦の残念なところ

郷土三浦を愛する心を育むための特色のある教育を推進するには

～アイ
～アイ
「郷土三浦を愛する心」を持つ子どもとは、具体的にどのようなことをイメージしますか？～
上記でイメージした子どもを育てるために必要な教育とは、具体的にどのようなものでしょうか？～

100年後に必要な
ある人材とは？

教育

- ・今までの8割の仕事がなくなる(米国教育機関) → どんな人が求められる？
- ・ロボット・AIに代替されないもの (クリエイティブ・アート・農業・漁業)
- ・創造的・哲学・コンセプト・アート・自発性

教育

- ・歴史教育 (地域に何があるか興味を持つ子)
- ・フィードバック
- ・自然に親しむ教育(畑)
- ・学習指導要領
- ・先生以外の授業
- ・土地の行事にすすんで参加する子
- ・職業体験は充実
- ・学校に係わるすべての人が参加したイベント(運動会以外に)
- ・2020年学習指導要領の大改革 (2020年問題 偏差値×実践型教育)

PTA

- ・PTAの入りを楽に
- ・義務感
- ・役員の負担軽減
- ・学区での違い (人数・体制・選出)

地域と学校をつなぐ

- ・市内に存在する機関とのコラボ推進
- ・防災(避難所)
- ・学校を地域に開く
- ・コミュニケーションスキル

主なポイント

- ・プロジェクト学習 × 地域
- ・やっばりこの地域 × 教育が大事
- ・偏差値 × 実践型教育
- ・大人の教育(研修) ⇒ 三浦の愛着
- ・地域で活躍する人材 × 子ども

教育

遊び場

- ・遊びの中で駄菓子屋に集まる(外で遊ぶ子)
- ・川の冷たさ(ザリガニ釣り・ターザンごっこ)

みまもり

- ・スクールガード(交通安全活動)
- ・通学路でのいろいろなことに興味を持つ子
- ・運動会がキャンパス場

「教え込む」ものではない

- ・親が楽しんでいる
- ・子どもに伝わりにくい
- ・人との関わり
- ・自発的なもの
- ・小学校の中の体験から故郷に...とはならない
- ・大人になってから分かる
- ・子どもは持っていない(持たない)
- ・「すき～」とは言わないが

他地域との交流

- ・他地域との違いを知る
- ・TVでどう取り扱われているか
- ・大きな安い宿泊所
- ・三浦全体を教育(キャンプなど)

外からの若者を取り込んで

- ・他大学のフィードバック
- ・高校進学のシヨックもやわらぐ

主なポイント

- ・自然の中で遊ぶ場所
- ・図書館のリノベーション(まちライブラリー)
- ・地域が見守って安心して活動できる環境
- ・体験できる場をつくる
- ・自校の校歌について勉強してほしい (北原白秋)
- ・主体的に決めた事でない印象に残らない
- ・地域間留学
- ・都会の学校の生活を体験 (都会との劣等感が優越感に)
- ・大学の誘致(サテライトキャンパス)
- ・子ども達大人達が安心して挑戦・実験できる環境

郷土を愛する心

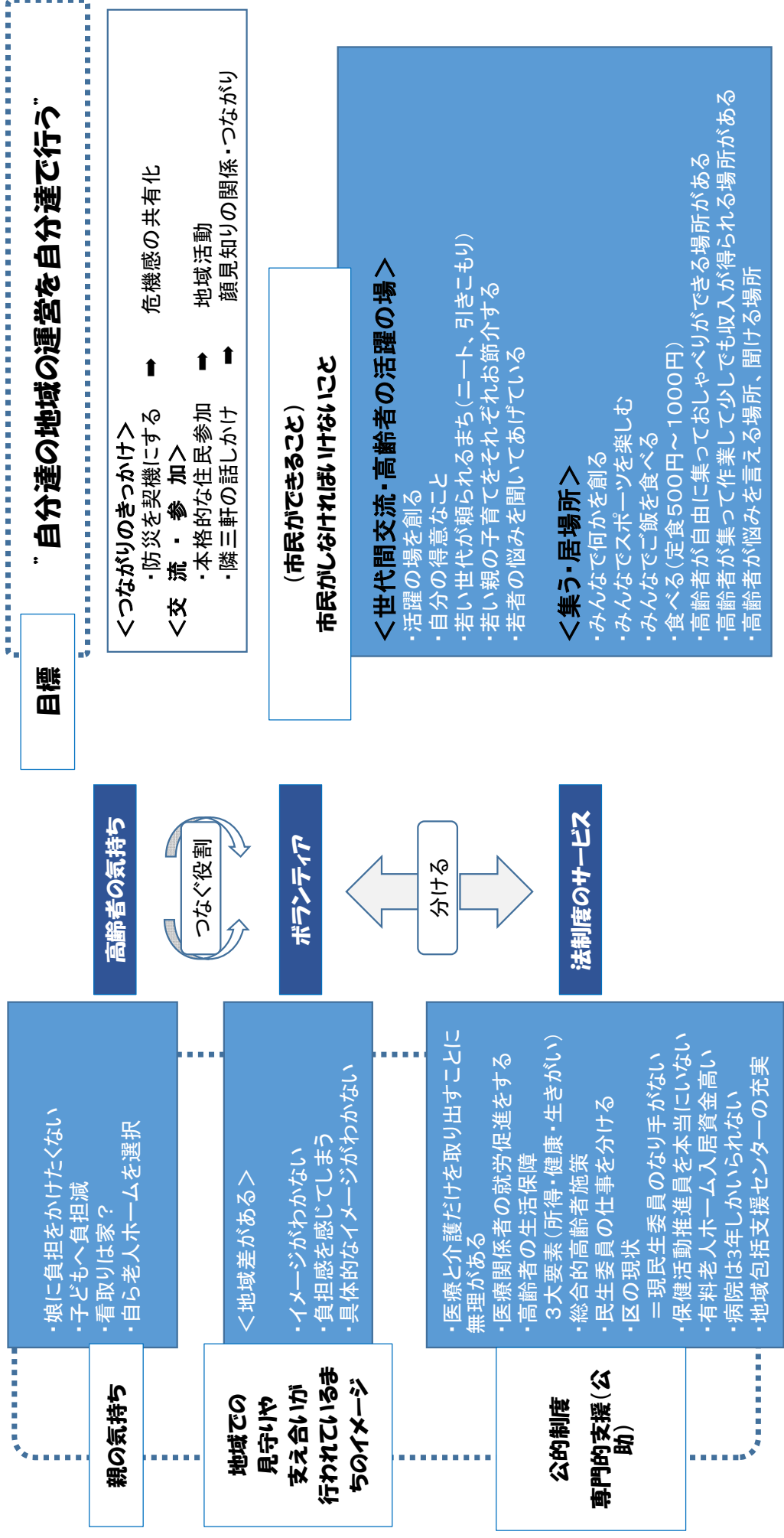
市民の健康や体力を増進するには

～健康づくりや体力づくりを日々の暮らしの中で行っている市民が増えていくまちを具体的にイメージすると?～



高齢者を見守り、支え合う地域をつくらなければならない

～高齢者がいつまでも住み慣れた三浦で過ごすために地域での見守りや支え合いが行われているまちなイメージすると？～



目標

”自分達の地域の運営を自分達で行う”

- ＜つながりのきっかけ＞
- ・防災を契機にする → 危機感の共有化
- ＜交流・参加＞
- ・本格的な住民参加 → 地域活動
 - ・隣三軒の話しかけ → 顔見知りの関係・つながり

(市民ができること)
市民がしなければいけないこと

- ＜世代間交流・高齢者の活躍の場＞
- ・活躍の場を創る
 - ・自分の得意なこと
 - ・若い世代が頼られるまち(ニート、引きこもり)
 - ・若い親の子育てをそれぞれお節介りする
 - ・若者の悩みを聞いてあげている
- ＜集う・居場所＞
- ・みんなで何かを創る
 - ・みんなでスポーツを楽しむ
 - ・みんなでご飯を食べる
 - ・食べる(定食500円～1000円)
 - ・高齢者が自由に集っておしゃべりができる場所がある
 - ・高齢者が集って作業して少しでも収入が得られる場所がある
 - ・高齢者が悩みを言える場所、聞ける場所

(仮称)市民交流拠点で市民の文化活動が活発に行われるためには(市民交流センターの利用を中心として)

- ア 市民交流センターを主体的に利用する市民・各種団体(フリースター)はどのような人々だと思いますか？
イ 市民交流センターは、どのように利用されていることが良いと思いますか？

フリースター

- ・三浦に移住してきた人
- ・観光客→移住者→地元
- ・市民センター利用中の既存団体
- ・任意のグループ・同好会など
- ・主体は子どもがいる奥さん達(女性中心)
- ・女性が利用・運営
- ・地元企業が積極的に使える
- ・地元の活動家

施設

- ＜施設・設備＞
- ・建築家にも関わってもらい設計する
 - ・老朽化を考えどのように修復していくか
 - ・バリアフリー ・Free Wi-Fi ・和室
 - ・音楽室・ピアノ ・図書館(立ち寄りたくなる)
 - ・映画館
 - ・飲食が可能(アルコールは事前申請)
片付けは義務もしくは別料金
- ＜交流＞
- ・利用時間をなるべく長く
 - ・開館時間は8:00～24:00
 - ・部屋やスペースが空いていれば事前予約なしで使用できる

利用のイメージ

- ＜イメージ＞
- ・気軽に立ち寄りやすい雰囲気
 - ・3地区をつなぐイメージ
 - ・子どもがあそべる
 - ・無料で楽しめる
 - ・公園(昔の公園(子ども・親が集まる))
 - ・公緑
 - ・フリースペースと有料スペース
- ＜交流＞
- ・いざという時に頼れる人を作る場
 - ・会の後懇親会ができる
 - ・活動の交流をつなぐ
- ＜催し物・内容＞
- ・イベント・講演会etc.
 - ・1Week Shop
 - ・介護
 - ・教育子育て

- ＜相談・マッチング機能＞
- ・スタッフ駐在(つなげる人・場をつくる人)
 - ・人・活動のマッチング
 - ・市民のアドバイザー
 - ・市←移住者→市民(行政の支援が必要)…人件費
 - ・移住者のサポート拠点
 - ・市とか県の創業支援・助成等の情報がわかりやすく伝えられる
 - ・子育て世代の愚痴の交流とアドバイス
 - ・WSが定期的に行われる
 - ・場だけでなくネットと併用
 - ・来れない人も対象にする→支援者へのサポート
 - ・スパーと切り離されていないこと
- ＜情報＞
- ・活動の情報発信
 - ・空き家情報提供

運営方法

- ・運営はプロに任せる
- ・指定管理は行政と同じ
- ・NPOを市民で作って運営
- ・市民全体
- ・市は少なくとも見えていなくてはならない
- ・市役所・会議所・観光協会で協働経営し、そこに市民がアドバイザーとして入る

利益の風索性

- ・運営は市民と市役所合体(利益を出していく)＝NPO？
- ・使用料+飲食
- ・フリーマーケットの一部を
- ・事業の継続性を考慮し収益OK

運営

(仮称)市民交流拠点で市民の文化活動が活発に行われるためには(市民交流センターの利用を中心として)

A 市民交流センターを主体的に利用する市民・各種団体(フシヤー)はどのような人々だと思いますか?
 B 市民交流センターは、どのように利用されていることが良いと思いますか?

フシヤー

- ・小中高校生が利用しやすい
- ・育児にやさしい
- ・普通の人నికిてほしい
- ・子どもと老人(異世代交流)

利用方法

- <気軽に利用>
- ・無料
 - ・フリースペース
 - ・予約がなくても自由に使えるスペース
 - ・自由に憩える場
 - ・ふらっと立ち寄りやすい
 - ・初めての人が来やすい
 - ・長靴で入れられる

施設・設備

- <施設全般>
- ・分煙
 - ・Wi-Fi環境
 - ・バリアフリー
 - ・和室に座布団
 - ・広くて間仕切り可能
 - ・カフェ的な場
 - ・おちつけるコーヒージャップ
 - ・飲食OK
 - ・ちよっとした公園が外にあるとよい
 - ・市民があとから手を加えられる空白(スペース)がある
 - ・自然・みどりがある
- <駐車場・交通>
- ・駐車場・共用
 - ・渋滞しないでスムーズに来られる
 - ・ただの小網代の森に来る観光客の駐車場にならないうように

情報

- <報知の工夫>
- ・駅に案内図を設置
 - ・三崎口・三浦海岸での告知
 - ・学校での告知
 - ・利用団体のニュースを発行
 - ・Webでの告知
- <あるとよい情報>
- ・三浦半島の市民活動にアクセスできる
 - ・地域の事がいろいろ知ることができる
 - ・正しい情報とほっとする場をバランス良く!
 - ・新しい動きが知れる
 - ・他市町村とのつながり
 - ・市民活動が一覧できる
 - ・学校との連携

市民としてできること

- ・自分の得意なことでもマイスター(強みを発掘して自信がもてるように)
- ・子ども用品リサイクル→新しい人が来やすい
- ・市民提供共有本棚(シェア)

行政にお願いしたいこと

- ・場所の支援
- ・規制・規則を解決するために行政が支援(〇〇はだめはなし)

運営

- ・お試し市民活動(トライアルアクティビティ)
- ・お試し自主企画
- ・中間支援組織が運営 6:00~0:00
- ・なんでも聞けるスパーパー市民活動マンが常駐
- ・しがらみに融通のきくスパーパー市役所マン
- ・三浦なので”スタイリッシュじゃない”ゆるいところ

利用内容

- <交流>
- ・(三崎・南下浦・下宮田)交流→新しい活動
 - ・年に1回大交流会がある
 - ・誰が使っているかが見える化している(〇〇シート)
 - ・サークル団体の枠を超えて交流できるようにしたい
 - ・つながりを育てられる
 - ・他の人とのつながれる場
 - ・やさしさ(障害者・弱者)
- <市民活動の支援拠点・イベント>
- ・マッチング
 - ・いろいろなマイスター
 - ・見本市
 - ・自分の得意分野を発揮できる
 - ・今日は〇〇の日
 - ・市民活動トレーナー
 - ・ひとりひとりの力を上げる
 - ・広報メンバー募集企画
 - ・報告書の作り方講習
 - ・小網代の森とセットで野外活動・調整会議と連携
- <コンシェルジュ>
- ・三浦コンシェルジュ
 - ・生活コンシェルジュ(ローカルな情報)

<相談機能>

- ・活動が活発になるようなアドバイスをくれる
 - ・子育ての悩みを気軽に相談出来る
 - ・上映館・ワークショップ
- <スパーパーとの連携>
- ・入り口にスパーパーのチラシ以外の情報を貼る
 - ・スパーパーマーケットでサークルの手作り品販売コーナー
 - ・買い物と連携
 - ・目的意識がない方へアピール
 - ・買い物しながら毎日来られる

(仮称)市民交流拠点で市民の文化活動が活発に行われるためには(市民交流センターの利用を中心として)

A 市民交流センターを主体的に利用する市民・各種団体(フリースター)はどのような人々だと思いますか？
 I 市民交流センターは、どのように利用されていることが良いと思いますか？

前提

<参加>
 ・参加してみたい活動がある
 ・参加が重荷にならない(いつでも休める)
 ・途中からでも参加できる
 ・気軽に1日だけ参加したい
 <参加目的>
 ・自分の生活圏をよくしたい
 ・QOLの向上を目指す
 (友人を作る・競える・健康になる・披露する)
 <施設のあり方>
 ・図書館は校区ごとに充実されればよい
 ・公民館とは違う
 ・わざわざ来るまでいくところ
 ・南・初声との切り分け
 ・三浦市の一体感⇒市中央部

フリースター

<子ども>
 ・利用者は特に学生中心(中学・高校)
 ・子ども達に楽しく遊ばせたい
 <多世代>
 ・世代を超えて交流したい
 <団体>
 ・活動団体の継承の為に大事
 ・JCや商工会議所青年部等、若手の利用する場所
 <来訪者>
 ・来訪者の利用
 ・三浦市のことが知りたい！という人のために
 ・地域と関わりを求める人

利用内容

<お気軽感>
 ・とくに用事が無くても来たい
 ・たまり場のような利用
 ・気軽に入れる/抜けられる(趣味の集まり)
 <場>
 ・市としての課題が見える(図書館)
 ・学ぶ場所として利用
 ・キッズルーム(図書館)
 <コンシェルジュ>
 ・三浦コンシェルジュ
 ・生活コンシェルジュ(ローカルな情報)
 <来訪者への門戸>
 ・移住者のための窓口機能
 ・他地域の人との交流
 (試合や発表会など)未来の市民へ
 ・市民と来訪者との出合いの場
 ・他地域からも注目される発表の場(目標となる)
 <情報の受発信>
 ・30代・40代の方に対しての情報発信
 ・三浦市の情報発信の場
 ・各事業者のアピールする場所
 ・新たな情報を得られる場所
 <イベント>
 ・トークイベント(スペシャリスト・活動団体)
 ・上映館・ワークショップ
 <スーパードとの連携>
 ・直売所
 ・スーパードがある地の利を活かす



運営

プロデューサー・ディレクターはどんな人？
 ・コミュニティバスの中が交流の場になっている@北海道
 ・行政運営から離れるべき
 ・居酒屋のおかみさんとか
 ・地縁の全くない人を捉えちゃう
 ・適切な指導やアドバイスをもらえるキーパーソンがいる
 ・運営は市民主体(ルーズな団体)

市内に所在する空き家を活用するには

～市内に所在する空き家が適正に管理されたい、活用されたい、具体的にイメージすると、どういったものでしょうか？～

移住したい人

- ① 30～40代子育て世代(移住したい人)
- ② 起業家
- ③ 個人事業主・フリーランス
- ④ 学生
- ⑤ クリエイター・アーティスト
- ⑥ 週末アウトドア派、スポーツ系
- ⑦ 老後生活

ニーズ有

- ・シェア別荘
- ・クリエイターの活動発信基地
- ・低家賃
- ・地域内でも2拠点住居
- ・移住サポーター(アドバイザー・ガイドライン)
- ・若者バケーション(安貸別荘)
- ・市営住宅にDIYプチタウン

空き家のニーズ

- 1300戸の空き家バンク
- 気持ちはある市民が「NPO空き家バンク協議会」を作る
- トライアルの後は購入したくなる方策
⇒ リフォーム補助
- 古い町並みの保存→条例(市民の意識改革！)

結論

空き家の市営化
⇒ 助成付リフォーム
⇒ トライアルステイ
⇒ 販売

空き家のイメージ

- ・まずは空き家の確保
- ・市の把握の進み具合は？
- ・廃屋でも使える物は使う(材料の継承)
- ・私設(個人)空き家バンク実施中
- ・個人の限界(費用負担)
- ・未来バンク→将来的に空き家をどうするか協力してくれる大家
- ・空いているアパートの部屋は空き物件なのか？
- ・1Fが空いているが2Fが大家が住んでいる物件は空き家？

早急に！ 生活景を稼ぐ

具体的な活用イメージ

- ・1300戸の空き家バンクが必要！
- ・農家の空き家情報を農協が提供する
- ・廃屋はパーツで売る←除却の費用相殺→空き家の改修DIYに
- ・放置された物件を市民公売にかける
- ・空き家バンクは官民連携で
- ・空き家の市営化 ⇒ 助成付リフォーム ⇒ トライアルステイ ⇒ 販売
- ・若い世代(低収入層)への家賃補助
- ・空き家の活用をサポートするしくみ

具体的なまち

- ・商業地域は住宅でなく店舗
- ・新築を建てない
- ・駅前を開発しない
- ・駐車場を増やさない

空き家のコーディネート・管理

- ・気持ちはある市民が空き家バンク、NPO・協議会を作る
- ・空き家対策に商工会議所が関与しないのはおかしい

具体的なまち

- ・レトロな売り込み
- ・貸し手よりも借り手が大事
- ・所有者の貸手の意思確認と貸す時の家賃は設定しているのか？

移住したい人はどんな人なのか

- ・トライアルの後は購入したくなる方策 ⇒ リフォーム補助
- ・空き家の適切な管理を民にもできるのでは？
- ・所有者がいて適正に手が入っていない物件に対して連絡を入れる
- ・市民の意識改革！古い町並みの保存→条例

ごみの減量化・再資源化を推進するには

～一般ごみの減量化や再資源化、特に水分率50%以下という目標を達成するために、市民と行政がともに取り組んでいるまちを具体的にイメージすると？～

現状・課題 アイデア	周知	現状	教育	その他
<p>現状・課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ストリーリー性のある動画で感情に訴える ・ごみ減量の広報を市民グループで作る ・三崎口・三浦海岸で毎朝ちらし配布 ・駅にちらしを置く ・学校でちらしを配る 	<p>周知</p> <p>自分の事として感じられるような周知の方法の工夫市が実施した説明会(10回以上)の効果は？</p> <p>課題</p> <p>広報の変革 市民目線の広告 楽しく伝える(楽しく体験を通して伝える)</p>	<p>現状</p> <p>「面倒」だと思わせたら続かない</p> <p>課題</p> <p>ごみ問題の現状を教育 "ごみ"のとらえ方(ごみとは?)</p>	<p>教育</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子どもと一緒に大人も学ぶ(子ども目線) ・「いってらっしゃい」「おかえりなさい」の子ども向け社会科見学 	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <リサイクル> <ul style="list-style-type: none"> ・リサイクルで不用品のとりかえっこ <高齢者対応> <ul style="list-style-type: none"> ・個別に対応 (ご近所・ヘルパーさん等が協力) <p>注目!</p> <p><バクテリアdeキエーロ></p> <p>生ごみの量を減らすための 生ごみ処理機</p>
<p>市民・事業者・市 ができること</p>	<p>市民ができること</p> <ul style="list-style-type: none"> ○各家庭で処理(キエーロ) ○キリボン大根を買いとるしくみ (ママさんのお小遣い) ○生ごみは別にしてバケツ収集する ○家で燃やす 	<p>事業者ができること</p> <ul style="list-style-type: none"> ○製造元はごみを少なくする工夫を ○スーパーのパッケージに働きかけ ○可能なら詰め替え販売 ○食品容器を家庭のものを利用 	<p>市ができること</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ごみダイエットにインセンティブ(市民税減税等) ○業者ごみへのインセンティブ(水分率30%以下で) ○ごみ減量を考えるグループを応援する ○観光と組み合わせさせた資源教育(例えば小網代の森でキエーロ実験実施) ○「冷蔵庫の中身をやりくりする」講座 ○ごみ収集車で毎日「今月の水分率〇〇%達成！」とアナウンススピール ○最終処分場見学ツアー ○焼却施設の見学ツアー ○イベントで水切り体験講座 ○水切りコンテスト(どれだけの水を絞れるか) ○三浦市民ならではの暮らし方:「いただきますもの活用術「大根10本もらったら…」 ○「ダイコンリサイクル」活用法(大根の捨て方を提言) ○キエーロの普及を助成する 	
<p>ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ○市は周知広報活動をたくさんやっているが周知がされていない ・「一般ごみの水分率50%以下に」の危機感を市民に知らせるには(三浦ならではの暮らし方) ・ごみ問題を市民目線で楽しくわかりやすく伝える ○今後、「バクテリアdeキエーロ」に注目! 				

災害に備えて地域における自助共助意識を向上するには
～災害に備えて自助共助意識が向上している地域やまちを具体的にイメージすると、どういったものでしょうか？～

自助・共助とは

自助
自身の身は自分で守る
まずは自助にありき
自分たちでなんとかしなきゃ！
自発的な姿勢

共助
子ども → 家庭 → 地域 → (共助)
あいさつ(スケールガード)

意識向上(教育・経験)

教育
子どもの防災教育
大人・高齢者はメンツを刺激する

災害経験
大災害を経験していない
大多数は「なんとかなるさ」の考え

参加していない人に対して
意識のない人に対して

避難所生活(体験)

避難所
逃げることの意識は高くなってきている
避難所生活のつらさを体験したい
行けばなんとかなるといったイメージ
東京都の収容人数(人口の17%)

避難訓練
防災倉庫がある

現状

課題

自助
・共助のベースである自助ができていない
・子どもから高齢者、要介護者自身と自助
についての意識が徹底されていないこと

共助
・個人情報の問題
・共助のルールが双方で共有化されていないこと

教育
・日本全体が危機だと思いう意識
・自宅で過ごさせる備蓄・燃料確保
・教育段階での問題提案

災害経験
・災害が起きないと向上しない！
・伝承すべき経験がない

参加していない人に対して
・毎回新しい発見が欲しい
・楽しみのある体験

避難所
・難を逃れた後の生活をイメージする
→ やっぱ自宅がいいことがわかる
→ 備蓄も大事

避難訓練
・避難訓練が単なるイベントになってしまっている。

目指す
方向性

【自助・共助とは】
＜自助＞
○区どうしでの共助協定
○誰が何を得意か？(近所の人の特性を知っている)
＜共助＞
○住民主体の『助け合いマップ』

【意識向上】
○「避難所までのルートマップづくり」(個人で)
○地域毎で訓練参加率などを競わせる
○児童の夏休みの課題＝自助
○セミプロの育成
○東北地方の体験の話を聞く

【避難所生活】
○共助先との防災訓練が継続実施
○避難所宿泊体験
○災害時に役に立つ体験(クッキング体験・試食・ロケットストーブ)
【参加していない人に対して】
○区長の強制力

役所の役割
○(良い意味で)役に立たない！頼らない！
○役所は場所を提供してくれるだけでよい
○行政としては、市民を動かす能力向上