

1 開会

2 委員長あいさつ

3 委員会の会議の公開について

4 審議事項

(1) 市民アンケートまとめについて

(事務局) (市民アンケートまとめ説明)

(委員長) コロナの影響で、住民の消費行動、ライフスタイルの変化というものが若干見られる。これを市として絶好の機会と捉えるか、厳しいと捉えるか。今のところ、まとめの中では、京田辺市にとってうまく対応することができれば、市民生活の質の向上という部分を確保できる産業ビジョンを描けるのではと考える。例えば、観光の面ではレクレーションとして近隣需要を取り込むというやり方はある。飲食店にとっては厳しい部分もあると思うが、例えばマルシェやバルなどのイベントを通じて商店街、外食店を紹介して行くことを進めていけば、近場で需要を取り込めるということが示されているかと思う。

(委員) 地産品等に対する意識について。市民の農産物の消費は一定行われているが、食べられる場所の情報提供の余地はあると考えられる、と表現されているが、もう少し情報発信は強くやっていくべきではないか。市民アンケートを回答しているのは意識の高い市民だと思うが、にもかかわらず知らない、分からないという結果が出ている。そういった点でもPRをより強力にやっていくべきではないか。

(委員長) 行政が発信するというよりも、商工会や飲食店組合、商店街などが店舗に働きかけて主体的に行っていくべきことではあるが、行政がそういった部分へ働きかけていく必要はある。これについてはもう少し検討してもらう必要がある。市民の声はこうであった、という調査結果の分析だけではなくより具体的な打開策の提案もしてもらえるとより議論が進むと思う。

(委員) 京田辺に住んでいる人が、京田辺の商業・工業に携わるというのは省エネで素晴らしいことだと思うが、アクションプランにそれがどう生かされているのか。学生にアピールするなどの記載はあるが、京田辺の商工業、農業も含めて積極的に従事できるような仕組みがもっとできないかということ全体的に感じた。

(事務局) 地域での人材サイクル、京田辺市内の方がより多く市内で働くことができればいいのではないかという議論かと思うが、これは簡単な話ではない。商業や工業などそれぞれの分野で専門的な知識や技術を持った人材を企業としては求人しているため、そもそもそういった分野の人材を市内に増やしていく必要がある。現状、例えば市内高校の工業科の学生で京田辺市内に住んでいる生徒はほとんどいない。いずれにしても企業は人材を欲している状況であるため、そういった分野の人材を増やしていくことや、市内で働きたいという市民を増やしていく取り組みもアクションプランの中に落としこんでいる。

(委員長) 市内で働きたい住民と雇いたい企業とでミスマッチが起こっているのが現状である。その部分をより掘り下げ、分析して、より具体的な政策、ビジョンに結び付けた内容を我々が議論すべきではないかと考える。情報発信の仕方など提示してもらうことでより委員会として議論が活発になるかと思う。

(事務局) 市役所としては最終的には市内に住んでもらえるような取り組みをしている。

## (2) ご意見への回答について

(事務局) (ご意見への回答)

(委員長) 委員の皆様からは現状を分析するにおいて、いくつかのキーワードを書かれている。「連携」「ネットワーク」「協働」「シェアリング」など、生産性向上などに向けて方向性を示されており貴重な意見であると考えます。キーワードがいくつか出てくることで施策、ビジョンの方向もはっきりとしてくるかと思う。後は、ネットワーク、プラットフォームといった仕組み作りが戦略となっていくかと思う。

市民アンケート、委員の皆様からの意見というものがどういう形で反映され、アクションプランがどのように見直されたのかが重要である。

(事務局) (農業、商業、工業、観光のアクションプランについて説明)

(委員) 売所及び農業に関する幅広い情報を市の広報の中でページを割いて発信してほしい。アンケートを見ても直売所の場所を7割近く知らない状況である。農協のまとめは農家しか見に行かない。さりげなくほかの情報と合わせて入れてもらって情報発信してほしい。実際にスーパーに流れてきているのはほかの地域のお米である。

(事務局) 直売所の特集は11月号の広報誌で発信している。山城産のお米が全国でも少ない得Aという評価を受けているので、全国的にもおいしいお米であるという情報を広報誌など活用してPRしていこうとJAと話を進めているところである。これからもできる範囲で広報を通じて情報発信はしていく意向である。

(委員) 京田辺のブランド化という部分で、お茶は昔からありネームバリューも大きく、イベントなども開催され紙面も大きく占めている。他の特産品、海老芋、那須、たけのこなどについてももう少しどうにかできるのではないかと思う。さらに、京田辺のお米はおいしいと思うがこれをうまく PR することはできないのか。地産地消を進めるきっかけとしてお米の PR は重要だと思う。これに関してはどうか。

(事務局) 京田辺産の米ヒノヒカリに関しての情報発信は前述しているとおりでである。京田辺の農家は非常に狭いという特徴がある。自家消費と縁故への供給がメインで、余った分を JA に収めているような状況。一方で 7 割ぐらいの住民がスーパーで購入していて、魚沼産や滋賀産が多い。京田辺産のお米はほとんど見ない。安定して供給される量や価格がスーパーなどでは優先される。今後は JA、ランチなどでイベントを開催して京田辺産のお米はおいしいということをアピールしていきたいと考えている。

(事務局) 基本的にアクションプランは市が前面に立って主体となるものではなく、各事業者がいかによれば活動しやすくできるのか、市がどのようにサポートしていけるのか、という視点でまとめている。市が助言、サポートをしながら事業者が自主的にこれをやってみたい、といった取り組みを第一に考えていきたい。掘り下げた分析については、事業・アクションプランを進めながら、どのような形がいいのかを分析を 1 年間かけて示していきたいと考えている。

(委員長) 重要なことは社会的情勢が変化を受けてアクションプランを見直しているということだが、明確にすべき。市民アンケートの結果や委員の意見を踏まえてどういった視点で見直したのか、という説明が不十分である。

(委員) アクションプランの表のまとめ方について。表によれば抽象的な表現があり具体的にどのように行動していけばいいかが分かりにくい点がある。例えば、観光案内事業の充実というところで、これは具体的には何をするのか。目的地への最短のアクセス方法など、冊子を作成するなど、今後進めていくのに事業者がやるにしてもやりやすくなるのではないか。

(委員長) 「目指す姿を実現するために、市民、事業者、産業支援機関、行政がビジョンを共有しながら、それぞれ役割を担っていくことを重視しています。」とあるが、もう少しこの点については丁寧に強く訴えることが、ビジョンの位置づけの中で重要である。主体的に取り組むものではあるが、ばらばらになってはいけない。そのためにビジョンが必要であるということをより明確に記載していくべきだと思う。手抜きになっている感じがあるので、少しその作業は必要だと思う。

- (委員) 行政には組織のとりまとめだけではなく、リーダーシップも期待したい。
- (委員長) 行政が主体となって発信するのではなく、あくまで中間組織や市民から出た意見、要望を踏まえて、必要な支援を行っていくというのが、行政の役割だろうと考える。中間組織との関係を明確にしていくことが重要。
- (事務局) 産業振興ビジョンは基本的に行政だけで完結できる事業は全くない。市民や事業者の調整役としてのリーダーシップ機能であれば、至らない点もあるが発揮できると思う。
- (委員長) 行政の役割は、下の中間組織との関わりに加えて、国や上位組織との関わり方必要な予算や情報をいかに取ってくるかという役割を備えているかと思うが、農業の事業はこれについてうまく書かれている。  
行政が中間組織や国や府との間のコーディネーターとして役割を発揮することで、ビジョンの実現性がより増してくるのではないかと思う。
- (事務局) 今後の進め方、スケジュールについての説明。  
本日出た意見、修正については事務局預かりとして、委員長と確認をしながら最終仕上げをしていく。作業が完了した時点で、皆様には最終的な形で案内できるように進めていきたい。

## 5 今後の進め方およびスケジュールについて

- (委員長) 市民に対する広報はどのように行う予定か。
- (事務局) 市民に見ていただきたいため HP や広報を使って周知していきたい。
- (委員長) ビジョンは自分事として考えてほしい、むしろみんな事として考えてほしいという位置づけをはっきりしてもらえたらと思う。

## 6 閉会