

大原野「地域ブランド」戦略(素案)への意見募集の結果について

1 実施期間

平成26年11月21日(金)～平成26年12月26日(金)

2 募集結果

(1) 総数

12人, 49件

(2) 年齢・性別

(人)

	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
男性		1	4	3	1	9
女性	2			1		3
計	2	1	4	4	1	12

(3) 居住地

(人)

	京都市内		京都市外
		大原野	
人数	11	5	1

(4) 提出方法

(人)

	郵送	FAX	メール	持参
人数	3	3	5	1

(4) 項目別意見数

項目	件数
(1) 計画全体	1件
(2) 私たちが誇る「大原野の魅力」	1件
(3) 10年後の大原野がめざすすがた	1件
(4) 具体的に取り組んでいくこと	36件
①大原野の食づくり戦略	(6件)
②大原野の観光力アップ戦略	(14件)
③「大原野愛」育成戦略	(4件)
④大原野の魅力発信戦略	(11件)
⑤その他	(1件)
(5) 取り組んでいくための体制と仕組み	2件
(6) その他	8件
計	49件

3 主な意見に対する検討委員会の考え方

(1) 計画全体

意見要旨	御意見に対する考え方
<p>昭和 34 年乙訓郡大原野村が京都市右京区に編入されて以来 54 年になる。</p> <p>平成 25 年には京都第二外環状道路及び大原野インターが西山麓に開設された。</p> <p>大原野地区は西京区の約 40%を占める広大な地域であり、京都市内で第二の農地面積を有する地でありながら、行政の目が届かず、地域力としては取るに足らない存在として放置されたに等しい状態で推移してきたように感じる。やっと地域ブランドを高める機運が芽生えたのは嬉しいこと。ブランド力向上の取り組みが遅れていることから他の地域（大原、北山・・・）に比べてブランド力格差が大きいといえる。従って、特に洛西支所、JA大原野の具体的な指導力は必須。</p> <p>ブランド力とは、地域に来訪者を呼び込み、経済効果を生むこと。また、地域の製品が出荷され、あるいはアイデア・サービスが地域外に渡って価値すなわち経済効果を生むことであると考え。従って、初期のうちは遊び感覚の大原野の行事開催もよいが、いつまでも案山子を作って楽しんでいることはブランド効果が期待できないと思われる。JA、区役所は農事産業の誘致に忙しい！といった姿勢でなければブランド力の向上は成功できないと思われる。</p>	<p>この戦略は、地域住民が主体となって議論してきましたが、洛西支所や西部農業振興センターなどの行政やJA関係者も参画しており、地域と一緒に頑張って議論を進めてきました。既にひまわりやフジバカマの育成、かかしの製作、よもぎ、ごまの特産品開発、たけのこのブランド化などの具体的な取組も協力して進めています。この戦略の「7取組んでいくための体制と仕組み」にも位置づけていますが、今後はさらに多様な団体、組織や個人と連携しながら、戦略を推進していきます。</p>

(2) 私たちが誇る「大原野の魅力」

意見要旨	御意見に対する考え方
<p>ボンボン山の魅力も、様々な団体とタイアップして高めてほしい。</p>	<p>大原野地域は、ボンボン山も含めて様々な魅力資源が数多くあり、今後、取組を進める中で、さらに各資源の魅力を磨いていきます。</p>

(3) 10年後の大原野がめざすすがた

意見要旨	御意見に対する考え方
住民ワークショップで提案された大原野の将来イメージがよい。「 交流力 」や人のつながりが他の地域の人にも影響を与えてくれると思う。住む人も増えてくるのではないか。	『大原野愛』育成戦略』において、地域住民の交流について記載しています。大原野に住みたいと思う人が増えるよう、具体的な取組を進めていきます。

(4) 具体的に取り組んでいくこと

①大原野の食づくり戦略

意見要旨	御意見に対する考え方
地元野菜が食べられるレストラン が必要。	大原野産の農産物が食べられる飲食店や直売所の必要性については感じており、「大原野の食づくり戦略」において、農産物や特産品等の販売拠点づくりの検討や、加工品の開発について記載しています。 農家には、専業・兼業など様々な経営形態があるため、農家の皆さんや関係者の御意見を聞きながら、地域に合った手法を検討していきます。
地元の食材を味わう施設 があればよい。その場合は、「にそと」の開通に合わせ、大型駐車場が必要になると思う。そこには特設ステージを設け、地域の方の手による運営によって地域活性化につながられる取組の一つにしてもよいのでは。	
地元野菜等の直売所 が年中あると便利。農家が軒下で売っているのを助かっている。	
大原野地区に 特産品の販売所 を開設する。事例として、亀岡の“たわわ朝霧”。初期は小規模でもよいと思う。個々の農家の軒先で高齢者が菜園で採れた野菜を細々と売っているようではブランド戦略どころではない。大原野地区の住民が亀岡に家庭用野菜を仕込みに走るとは困ったものである。	
ラクセーヌや竹の里バス停前の外販も、各家々の¥100～¥150の売店もまとめて生産者ナンバーを決めて「ラクセーヌ内のマーケットタイプ」の 管理販売 にすべき。在庫と追加管理もすっきりする。	
地域料理の一つに、 イノシシやシカの料理 も人気がある。	

②大原野の観光力アップ戦略

意見要旨	御意見に対する考え方
地域に精通した歴史、野菜等のジャンル別 ガイド の方がいるとよいのではないか。(老人大学等の研修により資格取得)	「大原野の観光力アップ戦略」において、案内人の育成について記載しています。地域の人が地域資源を案内し、訪れた人をもてなすことができるよう、「大原

意見要旨	御意見に対する考え方
<p>子ども向きのイベント（ひまわりや「花いっぱい」「かかし」「たけのさと」）はよいとして、小塩山、ポンポン山、上里遺跡、森林公園など、ガイドができる人はいるか。</p>	<p>野案内人」の育成を進めていきます。</p>
<p>地域産業の将来のために後継者の育成策として、農業体験学習などを受け入れるホストファミリーのようなボランティア組織をつくってほしい。</p>	<p>「大原野の観光力アップ戦略」において、魅力ツアーや体験プログラムづくりについて記載しています。既にかかしの製作や、ひまわりの育成など、幼稚園・保育園・小学校と連携した取組を進めており、これらの経過も踏まえつつ、オール大原野でさらに取組を発展</p>
<p>農業学校などの運営も考えられないか。</p>	<p>させていきたいと思っています。</p>
<p>観光客増員策として、農業体験型観光なども面白い。自ら植付け（田植え）や収穫を体験するのは別の楽しみがある。農業民宿なども面白い。</p>	
<p>大原野の珍しい生き物や植物について、子ども達、特に京都市内からの小学生を募って観察会やフジバカマの原種を学校に持ち帰って育てるといった取組等、大原野方式の体験型プログラムの開発もできればよいのでは。</p>	
<p>西山にハイキングコース（京都トレイルの小塩山・ポンポン山コース的な）を展望台と共に整備し、大原野インター及び灰方地区に登山者用の駐車場を整備して遠方からのハイキング客を受け入れ、地域の活性化と特産品の販売所と関連付けて経済効果を得ることを計画に入れればよい。</p>	<p>大原野に望ましい観光スタイルとしては、アンケート調査などにおいても、今のままの大原野の魅力を守り、落ち着いた雰囲気観光が期待されています。「大原野の観光力アップ戦略」に記載しているように、大原野においては、「歩く」ことを重視した環境づくりを進めていきます。そのため、より利用しやすいバスの運行を事業者へ働きかけていきます。また、駐車場についても、目的と必要性をしっかりと議論し、必要に応じて関係機関と話し合っていきます。</p>
<p>年配の観光客が多いが駐車場がない大原野地区で休耕田利用等、駐車場ができないか。（そこから貸し自転車や観光マップも必要）</p>	
<p>バス停と各種の米、野菜、花等のある大原野地区の駐車場をドッキングして、販売促進してもよいのでは。</p>	
<p>善峰寺、大原野神社、花の寺をはじめ紅葉、アジサイの名所に来訪者を呼び込むために観光バス駐車場の整備、また、寺・神社に続く周辺を紅葉、五月つつじ、アジサイ、石楠花等の野山にする企画がほしい。</p>	
<p>拠点駅やI.Cからのバス路線の拡充、また、パークアンドライド方式の導入により、静かな観光地の雰囲気が壊れない工夫がほしい。</p>	

意見要旨	御意見に対する考え方
バス路線を充実してほしい。	
バス運行は、先ず大原野住民がバスに乗らねば運行が増えない。住民が阪急バス・市バスに大原野からどれだけ乗車しているのか調査が必要。 通勤や買い物でバス利用がされているのか。 季節歩きのための旅行者だけでは運行しない。 住民の意識革命の運動はどうか。	
観光力アップ戦略としての 事業者誘致 も検討が必要。	
	「大原野の観光力アップ戦略」において、魅力ツアーや体験プログラムづくりの中で、旅行代理店等との連携について記載しています。平成26年度に京都市地域連携観光推進事業を活用して、事業者と連携して観光商品の開発を行っており、その成果を活かしながら、大原野地域の観光力アップにつながるよう、多様な事業者との連携を進めていきます。

③「大原野愛」育成戦略

意見要旨	御意見に対する考え方
大原野を発信するイベントも大事だが、この地域には他の学区に比べて自助共助が残っており、その風土を利用した 自治会加入のモデル地区 になってほしい。	『「大原野愛」育成戦略』において、地域住民の交流について記載しています。御提案の内容については、具体的に取組を進めていく中で参考にさせていただきます。
「味・訪・住・発」のいずれも素晴らしい取り組みで期待が高まる。大原野地域もおそらく少子高齢化が進んでいると思われるが、特に 高齢者による大原野ブランド が考えられないか。歴史が古く、社寺も多いことから、芸能の発掘や創作、「大原野の舞」や「音頭」等があってもよいのでは。	
人口減少の中にあっても地域の絆の向上と次世代につなぐ意味からも、次代を担う 小学生、中学生にも参加を促し、ふるさと意識を醸成 する仕組があってもよいのではないか。	『「大原野愛」育成戦略』において、子どもの郷土愛の育成について記載しています。既に保育所、幼稚園、学校等と連携して、かかしの製作やひまわりの育成などの取組を展開しており、さらに発展させて、ふるさと意識の醸成を促進していきます。
地域住民の人口の推移はどうなっているのか。まず空き地利用や解体家屋の新築を推進し、空き家対策も地域住民ネットワークで人口を増やさねばならない。今の兄弟姉妹が大	『「大原野愛」育成戦略』において、新たな居住希望者の受け入れについて記載しています。御提案の具体的な内容につながる取組として、空家調査など、移住促進の取組を進めていきます。

意見要旨	御意見に対する考え方
原野住民になってもらうことが必要。 労働者人口や年少人口の増加 につながらない。(田畑の日陰現象を考慮し、道路や河川の南側に建設・増設)	

④大原野の魅力発信戦略

意見要旨	御意見に対する考え方
大原野を一目で理解できる「 ロゴ 」を作成することが望ましい。	「大原野の魅力発信戦略」において、PR ツールの作成、特にロゴマークについて記載しています。また、戦略7(2)「大原野ブランド事務局」においても、大原野地域のロゴマークについて記載しています。今後は「大原野ブランド事務局」を中心に、ロゴマークの活用と管理を行っていきます。
大原野を含む洛西地区の ウォーキングマップ をつくってほしい。神社・仏閣の概要紹介や距離・時間・トイレ等も掲載してほしい。	「大原野の魅力発信戦略」において、PR ツールの作成について記載しています。大原野の魅力資源や散策ルートがわかりやすく掲載された観光マップの作成などにも取り組む予定にしており、御提案の内容については、取組を進める中で参考にさせていただきます。
各寺院別での咲く花や花の団地で売る花、野菜の 販売種類の月別表 をまとめ、地図の裏側に印刷してはどうか。	
阪急電車の駅の パンフレットに掲載 してはどうか。	大原野の魅力発信に向けて、多様な媒体を活用することが重要だと考えています。これまでも、「えっ!?今頃ひまわり大原野」「なんやかんや大原野フジバカマ祭り」「風土・food 大原野」などのイベントについて、新聞・TV・ラジオ等に積極的に情報提供を行い、インターネットでも情報発信をしてきましたが、さらに積極的にメディアを活用していきます。
大原野のホームページ はポスター等の印刷物に表記されているか。	
取組みのメディア露出 を「戦略化」することが重要。新聞・雑誌・TV・ラジオなど全てのメディアの活用を。また、RCV での「 継続報道 」(シリーズ化)を実現してほしい。	
大原野の魅力発信戦略はよいと思う。なかでも特に イベントの開催 が良く、「かかしコンテスト」で地域の活性化につなげるところは良い考え。	「大原野の魅力発信戦略」において、イベントの開催について記載しています。これまでも、かかしを活かしたイベントに取り組んでおり、かかしコンテストなど、新たな行事開催にも取り組んでいきます。
大原野の良い所をアピールするため、もっと 催し物 をしてもらいたい。	「大原野の魅力発信戦略」において、風土・food 大原野などのイベント開催について記載しています。その他、フジバカマ祭りやひまわり開花イベントも開催しており、御提案の内容については、今後、さらに取組を進める中で参考にさせていただきます。
京都女子大学や光華学園のグラウンドを利用させてもらった スポーツイベント を増やし、通路等での共同販売店をしてはどうか。(車の駐車場確保、道路も利用も)	
大原野「 地域ブランド 」戦略を拝見し、大原野地区の「 まちづくり 」を目指した行政、学	大原野の魅力外国人観光客に伝達していくことは重要だと考えています。平成 26 年度に京都市地域連

意見要旨	御意見に対する考え方
<p>校、NPOなどと連携した諸活動に感心した。阪神地区に住んでいる自分にとって、大原野が美しい自然、多くの由緒ある神社仏閣、豊富な農産物などなどを備えられている地区であることを羨ましく感じている。</p> <p>戦略は素晴らしい企画ばかりで、特に京都地区は、世界の主要都市の中でも、特に外人観光客が多いことが特徴。京都の中の「大原野」の特色を、外国観光客向けに更にアピールし、京都のメイン観光コースに登録してはどうか。</p> <p>ネットを活用して外国人対象の観光案内に紹介してはどうか。</p>	<p>携観光推進事業を活用して、事業者のウェブサイト内に4か国語（英、韓、中、台）に対応した大原野特集ページを開設する予定ですが、御提案の内容については、京都市の観光振興セクションとも連携し、さらに取組を進めていきます。</p>

⑤その他

意見要旨	御意見に対する考え方
<p>大原野の取組みについて、中期と長期の期間（イメージ）を教えてください。</p>	<p>「5具体的に取組んでいくこと」に記載のあるスケジュールの期間については、概ね、下記のようなイメージをもっています。</p> <p>短期：概ね3年以内 中期：概ね3～5年程度 長期：概ね10年程度</p>

(5) 取り組んでいくための体制と仕組み

意見要旨	御意見に対する考え方
<p>担当者だけ頑張るのではなく、「農業従事者」「花農家」「野菜農家」「JA職員」「地域の事業者」「観光関係者(神社, 寺, 院)」等が役割分担して取り組めば「大原野の魅力」も誇れるが、絵にかいた餅にならない事を祈る。</p>	<p>この戦略の推進組織として、大原野地域の住民、農業従事者、寺社、地域団体、企業・大学等、多様な主体が参画する「なんやかんや『大原野』推進協議会」を既に設立しており、今後、この協議会が中心となって推進していきます。</p>
<p>戦略(案)にある“なんやかんや「大原野」推進協議会の企画運営委員会”を区役所, 西部農業振興センターが支援するとあるが、具体的に何をするのか。立案・企画して自ら具体的に動き、引っ張るという支援をしないと結果は出ないのではないかと思える。運営委員会のメンバーは新進気鋭の若手が必要。戦略検討委員会の委員は、名誉職では困る。また、かかしチーム、たけのこチーム、むらさきチ</p>	<p>この戦略を推進する「なんやかんや『大原野』推進協議会」には、洛西支所、西部農業振興センターも参画しており、地域と一緒に戦略を推進していきます。</p> <p>また、企画運営委員会には、若手メンバーの登用に努めます。</p> <p>なお、「チーム」とは、平成25年度に組織化された「大原野『地域ブランド』戦略検討部会」の一員として、地域資源のブランド化等の活動に取り組んできた</p>

<p>ーム, ごまチーム, よもぎチームとは何か。 洛西住民にもっとPRする必要がある。</p>	<p>メンバーのことで, この戦略を推進するにあたり重要な役割を果たしています。 今後の取組については, 市民しんぶん西京区版などを通じてPRに努めていきます。</p>
--	--

(6) その他

意見要旨	御意見に対する考え方
<p>担い手のなくなった農地は、集約して専業農家に委託するか、大規模な市民農園として近隣および街中に住む人へ開放してはどうか。農業を介して他地域の多くの人達と交流するための「地域ブランド」戦略の骨格になるのでは。</p>	<p>高齢化等により耕作が不可能となった農地については、専業農家や新規就農者への貸し借りが行われていますが、今後もこのような農地が増加すると予想されるため、新規就農者による活用や御提案の内容なども参考にさせていただきます。</p>
<p>格安用地を準備して IT 農業企業を誘致する。事例として、LED 電照いちご、電照野菜、等の栽培企業を誘致し、大原野地域に野菜農場を増大させる。区役所、JA大原野の出番。</p>	<p>御提案の内容については、洛西支所、JA だけでなく、京都市の農業振興セクションとも連携し、農業振興策を検討する際に参考にさせていただきます。</p>
<p>大原野「地域ブランド」戦略への最近の取り組みに敬意を表する。ただ、もっと抜本的な対策として「市街化調整区域・農振地域」の見直しが必要。</p> <p>適度な規制は必要だが、今の規制は地域振興を妨げる。人の移動が必要で、止まることで高齢化が急速に進む。イノシシと鹿と猿にマムシの方が人より多くなるのは異常事態。今の地域戦略も高齢者等だけでなく、幅広い年齢層で取り組むことが必要。</p> <p>また、農家が減少している。新たに参入しにくい規制を改革することは、既得権益の抵抗に遭うが、一部の人。大原野の規制が見直されれば、自分の子どもの家も建てられないという異常事態から解放され、自然な家族が復活する。京都市近郊の立地の良さから人の流入が始まる。</p>	<p>市街化調整区域・農業振興地域の位置づけについては、京都市の総合的な政策と密接に関連する事柄です。</p> <p>農家が減少していることは事実ではありますが、一方で近年、地域外からの新規就農者も増加しています。地域としても将来を見据え、農業を含めた地域振興に繋がるよう、必要に応じて京都市と話し合っていきたいと考えています。</p>
<p>公共交通網の整備、充実が最大の課題かと思う。地下鉄東西線の延伸により、京都市と西山、高槻、大阪を結ぶルートの実現をお願いしたい。</p>	<p>地下鉄東西線の延伸については、京都市の総合的な政策と密接に関連する事柄であり、「西京区基本計画」に、「地下鉄東西線の西京区への延伸の願い」として位置付けられています。</p>
<p>側道「大原野街道」が 26 年 3 月に開通しそうだがどこへ接続するのか。その周辺はどのような地区なのか。</p>	<p>大原野街道は、洛西ニュータウンと京都縦貫道大原野 IC を結ぶ約 780m の「小塩山大原野線」です。境谷本通と連絡しており、洛西地域の中心地区と大原野 IC を結んでいます。</p>
<p>JA 前は、駐車場のみはやめて、JA 主導で駐車場兼野菜、花販売店を出店するなど、積極策</p>	<p>御提案の内容については、JA と取組の連携を進める中で参考にさせていただきます。</p>

意見要旨	御意見に対する考え方
<p>で至急に手を打つべき。</p>	
<p>京都市の取組みについて、事例（実績など）と今後の計画を教えてください。</p>	<p>地域の活性化プランとしては、「北山三学区まちづくりビジョン」、「水尾の元気策～地域活性化アクションプラン～」、「宕陰地域活性化アクションプラン」などがあります。大原野地域における取組は、「西京区基本計画」、「京都市基本計画」に位置づけられている施策とも連携しながら進める方向だと思います。</p>
<p>多分にもれず、我々が住む地区も少子高齢化が進んでいること、地域住民との密なる交流の手段などが自治会での課題となっています。</p> <p>具体的には</p> <p>①高齢者が、安心して、楽しく快適に過ごせる為には、自治会として何をすべきか。</p> <p>②「より良い街づくり」のために、多くの地域住民の民意を吸い上げる方法</p> <p>③いろいろなイベントや行事に、より多くの地域住民が気軽に参加でき、楽しめるイベントの内容の検討</p> <p>などとなっている。</p>	<p>大原野地域においても、少子高齢化が進みつつあり、御提案の内容について、取組を進めていく際の参考とさせていただきます。</p>