

未来像

具体的な未来像

検討ユニット及び重点戦略

地域主権時代のモデル都市〜京都発、京都流〜

少子高齢化時代のモデル都市になる

～子どもに笑顔，若者に夢，お年寄りに安心と生きがい～

- 子どもの笑顔と安心な暮らしを地域力が支える
- 若者がいきいきと京都で学び，京都で働く
- 互いに教えあい，学びあい，人生を楽しむ

地域の抱える力を高める

～ソーシャルキャピタル倍増～

- だれにも人のつながりと居場所がある
- 地域の未来を地域が決め，自ら運営する

環境先進都市になる

～環境を基軸に京都型の経済・生活スタイルの開発～

- まちのどこにも市民が誇れる魅力が溢れる
- 公共交通が便利で，散歩や自転車が似合う
- 地球環境への危機感を市民が共有し，立ち向かう

京都の強みを活かして都市の活力を高める

～文化力を磨き，多面的に活用～

- 高い文化力が新たな価値を世界に発信する
- 観光と交流がチャレンジを育む

Dユニット

『U24サポーター』

- ・子ども（若者）を軸に，これに寄り添う親の世代，祖父母の世代，そして地域社会が，子どもの成長を一貫して見守り，支える（支えあう）
- ・子ども（若者）たちが，様々な経験を通じて健やかに成長する。
- ・子ども（若者）たち京都に愛着を持って定着する

Cユニット

『広がる共助，変わる公助 新しいコミュニティの擁立』

- ・世代によって濃淡はあっても，全世代が常に何らかの形でつながっていることを実感できる地域社会を形成する
- ・さらには，地域コミュニティと目的意識を持ったテーマコミュニティが連携して，住みよさ（こちよさ）のアップに向けて地域を動かしていく

Bユニット

『京スタイル したはる？』

- ・京都市が抱える「環境」，「観光」，「交通」の課題への融合的な対応
- ・市民や来訪者が，自らのライフスタイルを見つめ直し，ライフスタイルを転換することを通じて課題解決を達成
- ・さらには，魅力的な暮らし「京スタイル」が市民に定着し，世界に発信するまち京都を創造する

Aユニット

『創造都市』

- ・京都ブランド（都市の魅力）を高め，
- ・京都力（地域資源）を活用し，
- ・創造性豊かな人材の育成と産業の集積を図り，
- ・創造性あふれる「都市」の形成により，イノベーション（新産業）を創出する

部会・ユニット取組経過

	全体等	Aユニット	Bユニット	Cユニット	Dユニット
1月	<ul style="list-style-type: none"> ■第1回都市部会 (1/22) ■第1回生活・地域部会 (1/30) 		<ul style="list-style-type: none"> ◆1/29 京都スタイル・京都市らしさについての意見交換 		
2月	<ul style="list-style-type: none"> ■ユニット進行責任者会議 (2/10) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆2/5 各人提案による意見交換 ◆2/13 「仕組演習」(伝統産業) ◆2/17 「仕組演習」(新産業) <ul style="list-style-type: none"> ○2/18 伝統産業課ヒアリング ○2/19 ジャパンスタイルシステムヒアリング ○2/20 山岡白竹堂ヒアリング ○2/23 岡重ヒアリング ◇2/20 「仕組演習」まとめ(新産業) ◇2/23 「仕組演習」まとめ(伝統産業) ◆2/24 「仕組演習」発表会 <ul style="list-style-type: none"> ○2/25 白須理事ヒアリング 	<ul style="list-style-type: none"> ◇2/5 取組方向の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・観光、環境、交通の視点の視点から取り組み方策の集約化、大きな3つの戦略とそれに関する方略の抽出 ◇2/18 戦略ごとの活動計画書の検討 ◆2/23 重点戦略案(マッピング)の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ◆2/9 意見交換と検討方法(「ベストプラクティス」の収集) <ul style="list-style-type: none"> ○2/13 地域づくり推進課ヒアリング ◇2/16 収集したベストプラクティス紹介 ◇2/25 重点戦略の種さがし(世代別の課題と方略) 	<ul style="list-style-type: none"> ◇2/13 方向性の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・暮らし続けたい京都、U24 に絞って考える ◆2/24 提案の報告と方向性の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・「シンボルロード」の概念の拡張=3世代が並行して暮らすライフサイクルの捉え方
3月		<ul style="list-style-type: none"> ◇3/4 演習を踏まえた産業全体の議論 <ul style="list-style-type: none"> ・検討方針確認(トップダウンと積み上げによる2つの戦略の検討) ○3/6 「京ことの会」参加 ◇3/11 重点戦略案の検討 <ul style="list-style-type: none"> ○委員ヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・3/16 乾委員 ・3/17 神吉委員 ◇3/18 ヒアリングを踏まえた重点戦略案の検討 『創造都市』 	<ul style="list-style-type: none"> ◇3/4 融合による重点戦略の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・ライフスタイル提案とすることを方向付け ◇3/12 重点戦略案の検討『京スタイル・したはる?』 <ul style="list-style-type: none"> ・4つのスタイル-京・ビジネススタイル、京・チャリストスタイル、京・町家スタイル、京・祭ごみゼロスタイル ◆3/24 重点戦略案の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ◇3/6 重点戦略案の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・重点戦略テーマ『地域コミュニティの活性化』 <ul style="list-style-type: none"> ○「裏づけ班」, 「情報発信班」, 「魅力的活動班」の3班の活動へ ○3/13 地域づくり推進課ヒアリング ◆3/16 3班からの報告、方向性の検討 ◇3/26 重点戦略案の検討『世代をつなぎ、組織をつなぐ地域コミュニティの形成』 <ul style="list-style-type: none"> ・『共助と公助』(コーディネータ、場、アメとムチ、役割分担) 	<ul style="list-style-type: none"> ◇3/6 重点戦略の種さがし <ul style="list-style-type: none"> ・メンバーのライフサイクルの振りかえりによるアイテム出し、方略の糸口探し ◇3/13 方略持ち寄り、柱の設定 <ul style="list-style-type: none"> ・重点戦略案『U24 サポーター』(U24 サポーターズクラブ、U6 子育てサポーター、U18 京育、京都と大学のWIN-WINの関係づくり), ◆3/13 重点戦略案の検討
4月	<ul style="list-style-type: none"> ■ユニット進行責任者会議 (4/8) ■プロジェクトチーム総会 (4/15) 		<ul style="list-style-type: none"> ◇4/14 重点戦略案の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ◇4/6 重点戦略案の検討 ◇4/16 重点戦略案の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・重点戦略案『広がる共助、変わる公助、新しいコミュニティの擁立』 	<ul style="list-style-type: none"> ◇4/8 重点戦略案の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・重点戦略案『U24 サポーターズクラブによる人と人とのつながり』

◆ユニット会議(委員参加) ◇ユニット会議(PTのみ) ○ヒアリング等

重点戦略 京都の強みを生かして創造的な交流都市を目指す Aユニットからの提案

ねがい（未来像）

都市格(ブランド)を高め、にぎわいのあるまちへ

○ヒト・モノ・情報を呼び込み、経済を活性化させる
→交流の場、雇用の場を広げ発展し続けるまち

【重点戦略の基本的な考え方】

- ・雇用創出、人口増加、そして税収増を目指すためには、産業の活性化が必須である。
- ・京都らしさの象徴である伝統産業をきっかけに、京都のまち全体の「目指すべき方向」、「交流都市への方略」を考える。
- ・成功している「しくみ」を他の産業や観光・文化・芸術・科学技術分野にも応用し、相互に働き活性化させることで、京都発の創造的な交流都市を目指す。

《課題・現状》

京都市は、内陸都市であることなど、立地上的な制約から、大規模な産業は成り立ちにくい。また、繊維産業をはじめとした伝統産業関連の事業者は、分業化により特に小規模な事業所が占め、こうした企業の多くは変化に対応する余力が無く、衰退傾向にある。

その一方で、一部の企業は、これらの変化に対応し、成功している。(攻める企業 ex.日吉屋)

※和装産業出荷額	※京友禅生産量
ピーク時(昭和58年)	平成15年生産量は
約1,800億円から(平成15年)	ピーク時(昭和46年)
約300億円に 約85%減	の約5%

(京都市伝統産業活性化推進計画資料から)

(攻める企業) 老舗の企業でも、新たな技術や独自の方法やネットワークを使って、市場開拓を行い成功している企業がある。そのためには、それぞれを結びつける役割を担う人材やビジネスチャンスの提供が必要であるが、個人的なネットワークや偶然に左右されている部分が多い。

(守る企業) 品質へのこだわり、後継者の育成、技術の継承は、芸術的価値を向上させ、京都のブランド力向上につながる。また、芸術・文化・科学技術・観光等の分野に対する、新たなビジネスモデルの展開に大きな影響を与える可能性がある。そのためには、広い視野を持ち、トータルでサポートする体制づくりが重要である。

《目標》

- ・新たな文化・産業
- ・活性化の「しくみ」の普遍化
- ・「ブランド価値向上」全体を支援する行政体制の確立
- ・多様な市民の交流

《条件》

資源

- ・多くの大学と研究者、学生、文化人
- ・京都ブランド(芸術、文化、観光)
- ・成功している企業のノウハウ
- ・豊富な文化施設、多様な文化を受け入れる市民及び市外の京都ファン

制約

- ・行政の支援体制(縦割り)
- ・投資効果の検証不足
- ・既得権益にこだわる企業、団体

《主体》

- ・民間企業、団体、組合、大学
- ・自発的に参加する市民、NPO
- ・行政、経済団体

《方略》

- 1 ヒト(モチベーションやロイヤリティを高める施策)
 - ・広い視野を持つ人材の育成と発掘(京都の価値向上全体を考えるとのできる人材、多様なビジネスチャンスに気づき、創造し、応用できる人材)
 - ・新たな発想を持つ人材の集まる仕掛けづくりと囲い込み
 - ・若手職人、芸術家や研究者の育成・支援(発表の場(機会、場所)、アトリエ、研究所等の提供)
- 2 ブランド力の向上
 - ・文化、芸術、科学技術面にも重点を置き、ニッチビジネスやコンテンツビジネスの展開支援
 - ・新産業も含めた「京ブランド」の認証基準の創設
 - ・商品やサービスの限定化、付加サービス等による「京ブランド」のプレミアム化の検討支援
 - ・製品を身近に感じさせるために行う、「生活様式の提案」(生活に関わる製品を現代生活様式で展示)を支援
- 3 ノウハウの集積と普及
 - ・大小様々なプロジェクトやパイロット事業を多数打ち出し、適切な効果測定を行い、成功モデルの共有化、共通化と失敗モデルの分析
 - ・行政、シンクタンク、経済団体相互間のノウハウの蓄積
- 4 行政内部の刷新
 - ・提案力、情報発信力の強化(主体となって行動する組織)
 - ・失敗を恐れぬ臨機応変な体制整備

重点戦略 クリエイティブ・シティ（仮称）の形成による京都市経済の活性化

ねがい（未来像）

京都の強みを生かして都市の活力を高める
～文化力を磨き、多面的に活用～

【重点戦略の基本的な考え方】

- ・ 京都ブランド（都市の魅力）を高め、
- ・ 京都力（地域資源）を活用し、
- ・ 創造性豊かな人材の育成と産業の集積を図り、
- ・ 創造性あふれる「都市」の形成により、イノベーション（新産業）を創出する。

《概要》

京都経済を活性化するために、京都市の魅力である地域資を最大限に活用し、創造性溢れる都市の形成を図り、創造性豊かな人材・企業の集積とその交流の中で付加価値の高いものづくりや新たなイノベーションを誘発する。

《実態》

【京都市のものづくり】

- 製造業の事業所数・従業者数・製造品出荷額等は総体的に減少傾向
 - 特に伝統産業における製造出荷額等が著しく減少
 - 製造拠点の確保が困難（狭い土地、高い地価）
 - 製造拠点（工場等）が海外や他府県へ流出
- ⇒ 『「量」から「質」へ産業の構造を転換させることが求められる』

【行政】

- 市内の大企業と行政の関係が薄い（ワンストップ対応ができていない）
- 京都市には文化、観光、産業都市づくりを総合的に行う組織がない
- 文化芸術、産業、行政等をコーディネートする人材の発掘・育成が必要

《目標》

京都市経済の活性化

- ・ 雇用創出
- ・ 税収の向上
- ・ 新産業・新事業の創出

《京都の強み》

- ・ 山紫水明の自然や美しい町並み
 - ・ 京都の歴史と伝統を彩る文化・芸術
 - ・ 大学や研究機関の集積
 - ・ 観光都市、宗教都市
 - ・ 付加価値の高いものづくり
- ⇒ 京都力（地域資源）

《政策の視点》

京都の強みである豊かな地域資源を生かし、付加価値の高いものづくり産業の集積や創造性豊かな産業を創出するため、文化、観光、産業、都市づくりを総合的に推進し、京都市経済の活性化を図る。

《方略》

1 「創造都市（仮称）」の宣言

2 創造的人材・企業の集積

国内外のアーティスト、クリエイター、研究者及び技術者が京都市に住みたくなる仕組みを構築する。

3 創造的人材の育成

大学、企業、行政の連携により、マンガ、映画、デザイン、ゲームなど創造的な人材を育成する。

4 伝統産業の活性化と伝統的な文化の保存・継承

「守る」と「攻める」をキーワードに市民の生活様式に「和」を取り入れたライフスタイルを提案する。

5 観光客の誘致・シティーセールス

観光やシティーセールスの推進により京都市の魅力を高める。

6 異業種の交流

異分野・異業種の交流によりイノベーションを誘発する。

7 まちづくり

山紫水明の自然や美しい景観の保全と創造的産業の集積

8 支援体制の強化（庁内改革）

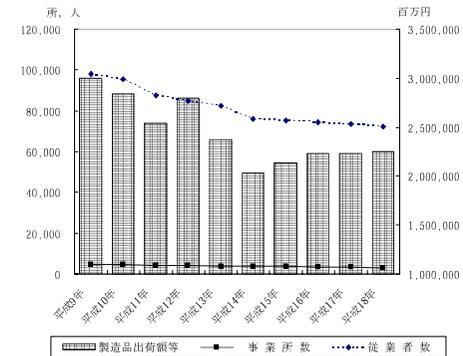
【京都市のものづくりにおける現状と課題】

- 製造業の事業所数・従業者数・製造品出荷額等は総体的に減少傾向
- 特に伝統産業における製造出荷額等が著しく減少
- 全国市町村における製造出荷額等の順位は、16年9位、17年12位、18年15位と低下
- 製造拠点の確保が困難(狭い土地, 高い地価)
- 製造拠点(工場等)が海外や他府県へ流出



付加価値の高いものづくりやコンテンツ産業など新たな分野への産業創出が求められる。

『「量」から「質」へ産業の構造を転換させることが求められる』



【行政の課題】

- 市内の大企業と行政の関係性が薄い
- 文化, 観光, 産業, 都市づくりを総合的に行う組織がない
- 文化・芸術, 産業等をコーディネートする人材の育成が必要

など

【政策の視点】

京都の強みである豊かな地域資源を生かし, 付加価値の高いものづくり産業の集積や創造性豊かな産業を創出するため, **文化, 観光, 産業, 都市づくりを総合的に推進し**, 京都市経済の活性化を図る。

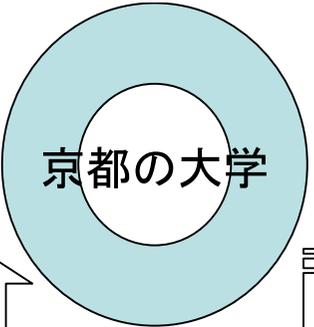
【目指す方向性】

- (1) 京都ブランド(都市の魅力)を高め,
- (2) 京都力(地域資源)を活用をし,
- (3) 創造性豊かな人材の育成と産業の集積を図り,
- (4) 創造性あふれる「都市」の形成により, イノベーション(新産業)を創出する。

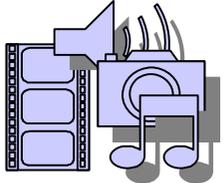
クリエイティブ
シティ・京都

【クリエイティブシティの形成による京都市経済の活性化の仕組イメージ図】

- ・京都ブランド(都市の魅力)を高め、
- ・京都力(地域資源)を活用をし、
- ・創造性豊かな人材の育成と産業の集積を図り
- ・創造性豊かな「都市」の形成により、イノベーション(新産業)を創出する。



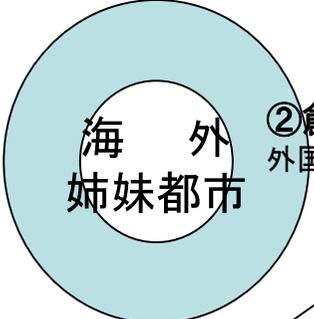
③創造的人材の育成
 大学, 行政, 企業の連携により, 伝統技術・芸能, マンガ, 映画, デザイン, ゲームなど創造的人材を育成



①「創造都市(仮称)」の宣言
 ユネスコのクリエイティブシティーズ・ネットワークへの加盟

②創造的人材・企業の集積
 国内外のアーティストやタレント, 研究者及び技術者が住みたくなる仕組を構築

⑥異業種の交流
 京都の企業や技術者及び研究者とアーティストの交流によりイノベーションを誘発



②創造的人材・企業の集積
 外国人を受け入れる環境を整備

京都市

④伝統産業の活性化と伝統的な文化の保存・継承
 「守る」と「攻める」をキーワードに市民の生活様式に「和」を取り入れたライフスタイルを提案

⑦まちづくり
 山紫水明の自然や美しい景観の保全と創造的産業の集積

⑤観光客の誘致・シティーセールス
 観光情報の発信, 見本市, 外国企業の誘致

⑧支援体制の強化(庁内改革)
 文化, 観光, 産業, 都市づくりを総合的に推進する行政組織を新設



8つの重点戦略

① 「創造都市(仮称)」の宣言

ユネスコのクリエイティブシティーズ・ネットワークへの加盟を目指す。

② 創造的人材の集積

国内外のアーティスト、クリエイター、研究者及び技術者が京都市に住みたくなる仕組を構築する。

(例えば)

- ・市内の町家をインキュベーション施設として活用する。
- ・現代アートと伝統芸能のコラボレーションなど京都ならではのユニークなアート展を世界へ発信する。
- ・西陣、三条通界限などを歩行者天国にし、アーティストが活動できる場所を提供する。
- ・幼・小・中・高の一貫した国際学校の開設など外国人を受け入れる環境を整備する。
- ・国際的フォーラムや学会の開催により京都の優れた研究者・技術者と科学技術を世界に発信する(山中伸弥教授のIPS細胞の研究や京都環境ナノクラスターなど)。

③ 創造的人材の育成

大学、企業、行政の連携により、マンガ、映画、デザイン、ゲームなど創造的な人材を育成する。

(例えば)

- ・大学コンソーシアムを活用し、理工系の学部で創造力を養う芸術系カリキュラムの提供を行う。
- ・アーティスト、クリエイターを支援するファンドを創設する。
- ・優れたアーティスト、クリエイターを発掘し、ビジネスにつなげる仕組作りとそれをコーディネートする人材を養成する。

④ 伝統産業の活性化と伝統的な文化の保存・継承

「守る」と「攻める」をキーワードに市民の生活様式に「和」を取り入れたライフスタイルを提案する。

(例えば)

- ・伝統産業の技術(漆、染など)とデザインのコラボレーションにより、若者に向けた新たな伝統産業製品を提案する(学生を対象にしたデザインコンペの開催)。

⑤ 観光客の誘致・シティセールス

観光やシティセールスの推進により京都市の魅力を高める。

(例えば)

- ・国際映画祭の開催など魅力あるイベントを開催し、海外のアーティストやクリエイターを誘致
- ・国内外のコンベンション誘致強化、魅力ある観光の推進

⑥ 異業種の交流

異分野・異業種の交流によりイノベーションを誘発する。

(例えば)

- ・京都の企業や技術者及び研究者とアーティストが交流できるサロンの提供する。

⑦ まちづくり

(例えば)

- ・らくなん進都(高度集積地区)をコンテンツ産業の集積拠点とする。

⑧ 支援体制の強化(庁内改革)

(例えば)

文化・観光、産業、都市づくりを総合的に推進する行政組織(プロジェクト)を新設する。

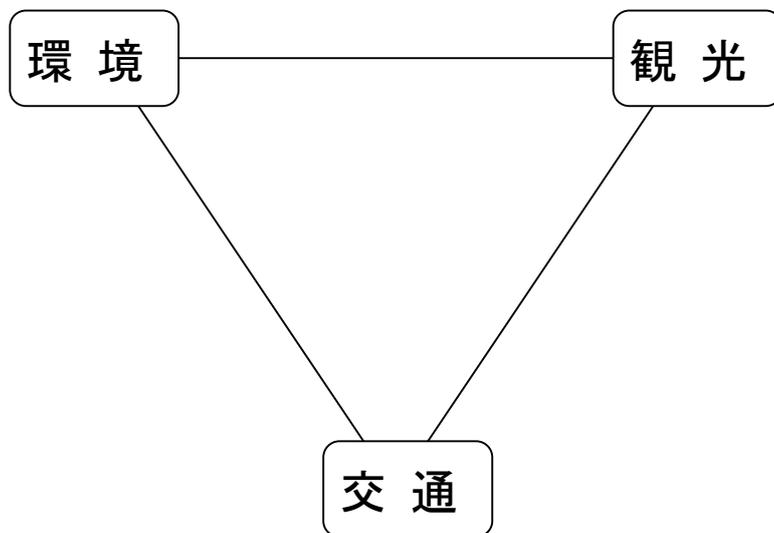
次期京都市基本計画策定支援プロジェクトチームBユニットの概要

1 重点戦略案『京スタイル・したはる?』の概要 ※別添に参考資料

京 ス タ イ ル	スタイル名	概 要	関連分野
	京・交通（移動）スタイル	安心・安全・便利な公共交通を整備する。また自動車の総量抑制等を図り、環境にも優しい取組を進める。	交通・環境・生活・観光
	京・チャリスタイル	公共交通と徒歩を自転車で補うことにより、移動の利便性を高め、今まで自動車を移動手段に選んできた人の交通手段の転換を図る。そのためには、公共交通をより便利にするとともに、自転車利用環境も整備する必要がある。ソフト面の整備は市民が、ハード面の整備は行政が主体となって取り組み、双方でその活動を支えあい連携し、実現を目指す。	交通・環境・生活・観光
	京・ビジネススタイル	温暖化を抑制するため、環境ビジネス分野の促進を目指す。新たなビジネスの仕組を提案することで雇用対策にも繋げる。	環境・知恵・産業
	京・町家スタイル	市内に京町家街を創出し、町屋ステイをとおして観光客にゆとりのある観光を体感してもらうとともに、環境に優しいライフスタイルを提案し、京都のまちを学びの発信地とする。	観光・環境・生活・知恵
	京・祭ゴミゼロスタイル	京都で開催されるすべての祭でゴミゼロを実現することを目標とする。この取組を契機にリデュース及びリユースを重点的に促進し、リサイクルによって補完する循環型社会実現を目指す。	環境・生活・観光・知恵

※今後京スタイルは、環境、観光及び交通以外の分野とも融合を進めていく。

2 重点戦略案『京スタイル・したはる?』のイメージ図



Ｂユニット「京スタイル したはる？」

目 標	重点戦略 目標・指標	実態・背景	今後の動向	基本的考え方 (新たな方向性の提示)	方 略	検討に向けた活動	クロスオーバーの 取組
<p><環境> ○循環型社会</p> <ul style="list-style-type: none"> リデュース、リユースを促進しゴミの発生をなくす(リサイクルは最終手段) 全ての人がゴミを出さないようにしようとする協同的参加 京都の祭の文化財価値に加え今後の環境に対する市民や観光客の意識を変えるきっかけ ごみゼロでイベント行う都市として世界へPR ライフスタイルの転換 <p>○快適なまち</p> <ul style="list-style-type: none"> 住んでよかった、訪れてよかったと感じるまち 違法駐輪車両が少ないまち 緑、自然があふれる(緑化、緑地の増加) 環境ビジネスの創出 CO2の排出削減(持続可能な地球への寄与) 	<p>「京・ビジネススタイル」</p> <ul style="list-style-type: none"> 環境ビジネスの創出に係る、大学等の研究機関が集積している。 企業において、環境ビジネスに利用できる技術集積が存在している。 新たな企業支援環境が充実している。 京都市が既に取り組む様々な環境対策の下地が存在する。 	<p>「京・祭ごみゼロスタイル」(ごみがゼロ～世界に発信～)</p> <ul style="list-style-type: none"> 祭でのゴミの割合は、露店でよく使われる食品容器が大半を占める。 祭でリユース食器を使用する実例がある。(各区の地域祭や大学の学園祭など) 3Rについての知識が市民に対して浸透仕切れていない。 CO2排出量は、総量ではここ10年間ほぼ横ばいであるが、民生・家庭部門および民生・業務部門は基準年と比較して増加している。 	<ul style="list-style-type: none"> 「京都およびけいはんな学研地域 京都環境ナノクラスター」(府・市)が採択(文科省)され、産学公連携による「環境ナノ拠点」の形成を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> 温暖化を抑制する 環境ビジネス機会の創出によるネットワーク作りや雇用対策 	<ul style="list-style-type: none"> 新エネルギーの導入(太陽光・バイオマスなど) CO2削減に繋がるライフスタイルビジネスへの提案や支援(グリーンコンシューマー(環境に配慮した消費者)定着に関わる事業を提案・支援する。エコポイント事業の推奨や、次世代省エネ基準を明確化するなど。) 	<ul style="list-style-type: none"> 環境ビジネス分野の整理(京都市における得意分野は何か?) 既に掲げられている京都市の環境対策(京の環境共生推進計画・京都市地球温暖化対策計画など)や審議会・委員会(ライフスタイル研究会など)の把握及び資料収集・整理。 供給と需要の視点を持ち現況を調査 	<ul style="list-style-type: none"> 低炭素景観型ハイブリッド住宅
<p><観光> ○ゆとり観光</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光の質を向上させる(ゆとり) <p>○ブランド向上(町家)</p> <ul style="list-style-type: none"> 景観政策・京都固有のブランド 従来の町家の数(維持保全) 新しい町家の数(新規) 滞在型・体験型の観光を普及させる(町家ステイ) リピーターほど再発見に出合える京都(の魅力づくり) 世界の中の京都 	<p>「京・町家スタイル」(モデル街区の実現)</p>	<p>都心18学区で5992軒(平成16年3月京町家まちづくり調査集計結果)</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成10年度調査時点から927軒除去、年平均132軒除去 現在、市内に残存する全町家を対象とした調査実施中(H20.10～H22.3) 	<p>町家はなお減少傾向にあり、このままでは将来消滅も危惧</p>	<ul style="list-style-type: none"> 京町家街の創出 京町家をとおして、環境に優しいライフスタイルを提案する。 	<ul style="list-style-type: none"> 市南部に京町家街を設置(広い駐車場を確保できる場所に設置し、シャトルバスで京都駅や四条界限とつなぐ) 町家ステイをとおして観光客にゆとりのある観光を体感してもらうとともに、環境に優しいライフスタイルを提案し、京都のまちを文化と学びの発信地とする。 町家特区 新町家景観基準ガイドライン 町家ステイシステム(環境にやさしいくらしを体験) 木のまちづくり 京町家を「学び」の場として、小学生の総合的学習の機会、中学生の職業体験等に利用していただく。 	<ul style="list-style-type: none"> 産業観光局にヒアリング(観光面で町家活用がなされているかどうか) 町家の多くある地域を調査(どこに設置するか、京都市南インター付近にある新基準町家(ゼロ・コーポレーション)) 景観政策課にヒアリング(町家を宿泊施設やとして使うときに制約となる法律等について) 建築指導課(京都版CASBEE)、住宅整備課(低炭素景観ハイブリッド) 事例研究(金沢市、小松町) 産観局の動きの把握・整理とヒアリング項目作成 各大学が町家を使って何をしているのか(講義内容なども含めて)情報収集・整理 	
<p><交通> ○安心・安全・便利</p> <ul style="list-style-type: none"> 安心、安全で快適な歩行環境 誰もが利用しやすい便利で「お得」な公共交通の利用環境 自転車道を整備し歩行者にも優しい環境 公共交通と徒歩を自転車で補完する、便利で環境に優しいまち 交通事故が少ないまち 	<p>京・チャリスタイル</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内の自転車道(レーン)延長 0km 運輸部門CO₂排出量0%削減 自動車の交通分担率0%削減 	<ul style="list-style-type: none"> 京都府内の自転車と歩行者の交通事故発生件数は、10年前に比べると2倍以上に増加(京都府警) (3人に2台の割合)自転車保有率は東京や千葉と並び全国3位(自転車産業振興会) 「自転車の速度が高すぎるので、もっとゆっくり走るべき」との意見に賛成60.7% 反対10.7% 「迷惑な路上放置自転車をもっと厳しく制限すべき」との意見に賛成77.2% 反対6.3% 「適正な自転車利用のために、駐輪場や自転車レーンがもっと必要」との意見に賛成86.9% 反対3.2% 「左側通行、一旦停止や歩道での歩行者優先など、ルールを徹底すべき」との意見に賛成84.9% 反対3.4%(京のアジェンダ21フォーラム2007.3) 		<p>環境モデル都市であり、かつ「地球温暖化防止京都会議」の開催都市でもある京都市は、その「京都力」を生かし、環境への取組の先駆者になることを目指す。その取組の一つとして、環境への負荷が少ない乗り物である自転車の利用促進を図る。市内の長距離は公共交通、近距離は徒歩で移動するが、公共交通や徒歩を補完する乗り物として、自転車利用の促進を提案する。</p> <p>市民や観光客が心地よく自転車を利用できるよう、自転車利用環境の整備にも取り組む。</p>	<ol style="list-style-type: none"> ①自転車利用環境の整備(ハード面) <ul style="list-style-type: none"> 道路空間を、歩行者と自転車に再配分する。駐輪場の整備にも引き続き取り組むetc. ②自転車利用環境の整備(ソフト面) <ul style="list-style-type: none"> 自転車の走行や駐輪のマナー啓発と遵守に努める。自転車は歩行者と公共交通の次に優先されるものであるという意識付け・賢い自転車利用スタイルを提案 ③コミュニティサイクルシステムの導入 <ul style="list-style-type: none"> 自転車の総量抑制と限られた駐輪スペースを有効利用を図る。 ④自転車プロジェクトチームの結成 <ul style="list-style-type: none"> 自転車政策PTを結成し自転車政策全般について検討し、取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ニーズの調査 事例研究(京都サイクリングツアープロジェクト) コミュニティサイクルシステムが導入されない理由調査(市内、世田谷、国交省) 	<p>自転車と公共交通のリンクージュ</p>

	<p>●「歩いて楽しいみちづくり（にぎわいのみちづくり、景観のみちづくり）」</p> <p>●「利用しやすい公共交通」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バス専用or優先レーンの延長 ・交通手段別輸送分担率 ・バリアフリー化（歩道）達成率 	<p>・S60年～H18年の京都市域内の交通機関別輸送分担率の推移は、マイカー利用が大きく上昇（42.4%→54.1%）。鉄道利用者は増加（19.7%→24.4%）しているが、バス利用者は大きく減少（35.7%→14.4%）（H18年京都市交通事業白書）</p> <p>・H15年～H19年の観光客の交通機関別利用者数の推移は、鉄道利用者が急増（26,104千人→30,386千人）。マイカー利用者（13,174千人→14,335千人）、バス利用者（4,462千人→4,724千人）ともに斬増（H19年京都市観光調査年報）</p> <p>・H19年の観光客の利用交通機関別構成比は、鉄道利用者（61.4%）、バス利用者（9.6%）、マイカー利用者（29.0%）（H19年京都市観光調査年報）</p> <p>・観光客の京都に関する感想のワースト2は、交通と道路（H19年京都市観光調査年報）</p> <p>・時間どおりに運行すればもっとバスを利用する（33.6%）。（H19年度第1回市政総合アンケート）</p> <p>・利用する鉄道・バスの本数が多くなれば公共交通を利用する（37.2%）（H18年度第3回市政総合アンケート）</p> <p>・道路・歩道が歩きにくい理由は、道路・歩道が狭い（53.1%）、自動車・二輪の通行が多い（45.1%）路上駐車が多い（37.4%）、放置自転車が多い（45.4%）（H18年度第3回市政総合アンケート）</p>		<p>自動車保有、使用に対する考え方の転換</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・交通量の削減方策 ・かしこいクルマの使い方の普及 ・カーシェアリングの導入 ・ネットワーク化、 ・ノーマイカー街区 	<ul style="list-style-type: none"> ・東山区役所まちづくり推進課にヒアリング ・先進事例を抽出（先進都市へヒアリング） ・市民アンケート（公共交通利便性向上ニーズ、歩いて楽しいみちのイメージ等） ・公共交通の利便性等満足度（バス定時制、乗換え・乗継の利便性・分かりやすさ、便数、料金） ・歩道環境の満足度（ゆったり感、環境との調和、安全性、歩きやすさ） ・「歩くまち京都」の「歩行者憲章」 ・金沢市での取組整理とヒアリング項目作成
<p><融合></p>	<p>・京スタイル したはる</p>			<ul style="list-style-type: none"> ・環境にやさしいライフスタイル ・新しい快適（ライフスタイルの転換） 	<ul style="list-style-type: none"> ・住まいとしての町家 ・移動手段として歩く、自転車利用、公共交通 ・暮らし方は3R（リユース、リデュース、リサイクル） ・上記のライフスタイルをサポートする役割としてのファイナンシャルプランナー 	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的には、各分野での調査結果を反映させたもの ・各分野での調査活動は融合を念頭において実施する

- （検討するに当たっての考え方）
- ・プロジェクト・ベースド（相互関係を大切に）
 - ・プロジェクトについてムリに融合を求めない
 - ・「世界の中でこのまちがある」という発想を加えることが
 - ・実効性については市だけでなく、各種団体との協働をうま
 - ・戦略としてはより融合的なものを目指
 - ・重点戦略の適正な数（労力の点か
 - ・重点戦略は、今後さらに融合や分離を繰り返す
 - ・つながりが大事、複合的な視点を持つという意味で今回
 - ・3つの軸で新たな取組を発見

「都市」部会

- 世界に誇れる
- ソフトパワーがみなぎる

環境
環境先進都市になる
 ～環境を基軸に京都型の経済・生活スタイルの開発～

- まちのどこにも市民が誇れる魅力が溢れる
- 公共交通が便利で、散歩や自転車が似合う
- 地球環境への危機感を市民が共有し、立ち向かう

京都の魅力
京都の強みを生かして都市の活力を高める
 ～文化力を磨き、多面的に活用～

- 高い文化力が新たな価値を世界に発信する
- 観光と交流がチャレンジを育む

重点戦略 広がる共助，変わる公助～新しいコミュニティの形成 Cユニットからの提案

ねがい（未来像）

助け合う地域，見守る社会，自慢の故郷づくり

～自立した地域コミュニティを目指して～

自助+共助+公助=新しいコミュニティのかたち

【重点戦略の基本的な考え方】

「ねがい」を実現させるためには，地域に対する行政の関わり方（公助のあり方）を見直すとともに，地域のたすけあい（共助）を高めていくことが必要である。

そこで，京都市（行政）としては，「地域をつくっていく主人公は地域である」という「地域主導」の考え方を軸としながら，京都が持つこれまでの資源・強みを活かしつつ，地域の頑張りを行行政（公助）として様々な角度から積極的にサポートしていくため次のような戦略を展開する。

《現状と課題》

私たちの暮らしは「自助+共助+公助」，それぞれの関わりにより成り立っている。現代におけるこの三者の関係として，以下の点が挙げられる。

- ①生活の都市化・近代化が進み，個人で解決できる範囲が広がった。＜自助の拡大＞
- ②高度経済成長期以後の市民ニーズの高度化・多様化に対応し行政サービス（公助）が肥大してきた。＜公助の肥大＞
- ③自助と公助の拡大，さらに核家族化の進展など個人志向の高まりに伴い，共助（特に従来型の地縁組織）の役割・存在意義は薄れてきた（かのような認識されている）。＜共助の縮小＞

一方で，社会状況の変化に伴い，従来の自助，公助だけでは解決困難な問題も生じている。子育て，防災防犯，高齢者の見守りなど，「いのち」に関わるセーフティネットとしての欠かせぬ役割の他，自助と公助の隙間を埋める様々な活動・可能性が共助（地縁，NPO等）の中から生まれている。

今後，時代は変わっても，やはり私たちの暮らしは，共助+公助の好ましいバランスにより支えられているであろう。

こうした中，これまでの行政と地域の曖昧な関係を見直し，共助と公助それぞれのあり方，支援・連携体制を考えていく必要がある。

《目標》

共助を高める

→ 地域の者は地域で守り，地域のことは地域で決める。（地域におけるセーフティネットの再構築と地域主導による運営）

公助のあり方を変える

→ 具体的方略によって地域との関わり方を明確化し，市として一貫した支援体制を構築する。

《条件》

（制約）

・地域（共助）現状の客観的把握

・地域のコンセンサス

・行政内部の組織改革

（資源）「京都ならではの活用

・地縁的なつながりの強さ

・有形，無形の地域資源の発掘

活用

・大学，学生の活用

《主体》

地域住民

自治会・町内会

各種団体（社会福祉協議会，自主防災会等）

目的別組織（ボランティア団体やNPO団体等）

京都市

教育機関

地元企業

《方略》

1 地域横断（代表?）的な自治組織の形成（組織）

小学校区を中心として，地縁組織や各種団体，目的別組織などがつながる「ネットワークの場」を形成する。（検討中の具体例）「勉強会」の開催，魅力的な地域活動（大学や企業等の参画も含め）

2 地域アドバイザーとなる人材の確保（人）

地域に寄り添って信頼関係を構築しながら，様々な角度から地域をサポートできる人材を確保する。（検討中の具体例）まちづくりアドバイザーの拡充，地域における人材育成など

3 地域運営のための資金の確保（お金）

地域の実情・課題に合った費用行使ができるような仕組みをつくる。（検討中の具体例）従来の縦割り補助金の統合，用途を定めない包括的補助金の交付，大学や地元企業との協同による自主財源の確保など

4 地域活動拠点の確保（場所）

まちなかの既存施設を利用し，住民の誰もが利用でき，そこで自然とつながりが生まれていくような場所を確保する。（検討中の具体例）小学校，大学，地元企業，空店舗，社寺など

未来の京都創造研究会 Dユニットの検討状況

1 未来像

少子高齢化時代のモデル都市～子どもに笑顔，若者に夢，お年寄りに安心と生きがい～

- 子どもの笑顔と安心な暮らしを地域力が支える
- 若者がいきいきと京都で学び，京都で働く
- 互いに教えあい，学びあい，人生を楽しむ

2 経過

(1) 検討の方向性

- ① Dユニットでは，世代間の関わりに着目し，互いに学び，成長できる社会環境を整える政策を検討することとし，
- ② 当面は，0歳～24歳までのライフステージに着目し，現在取り組んでいる政策や取組事例の調査を行うこととした。

(2) これまでの取組

ライフステージごとに親や祖父母などの他世代と関わる事例について，調査のうえ，重点戦略を検討

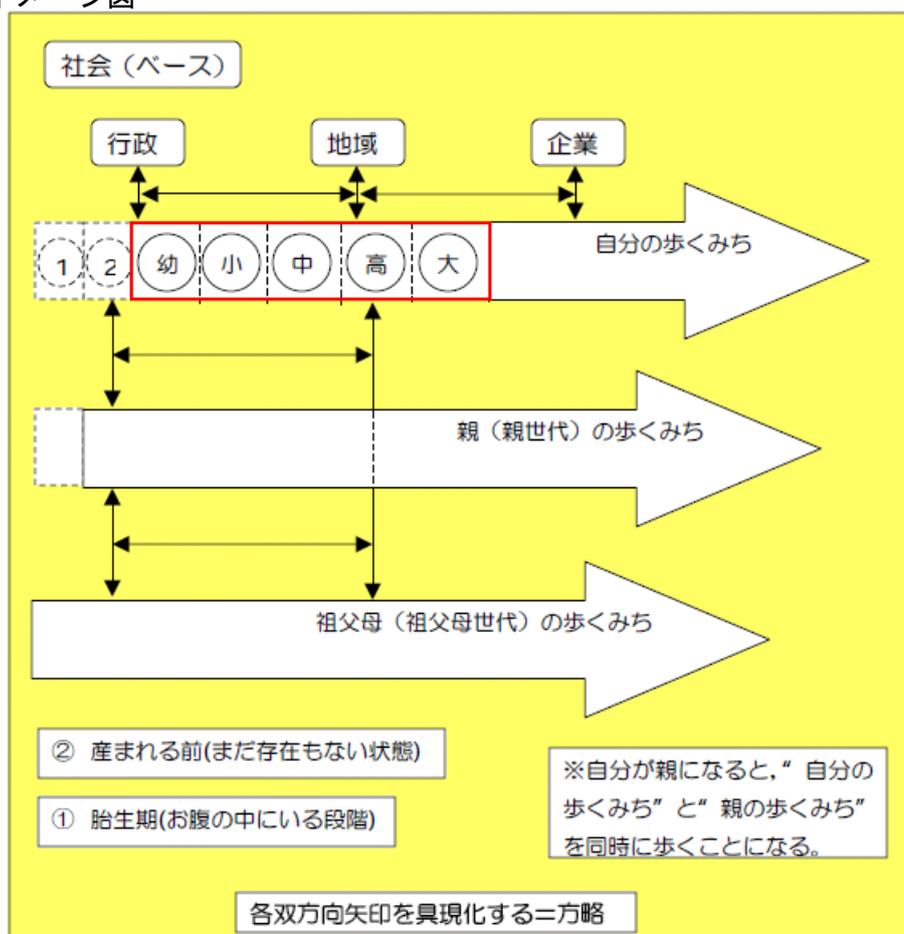
⇒ 別紙1：210408 DユニットPT会議まとめ

3 Dユニットの重点戦略イメージ

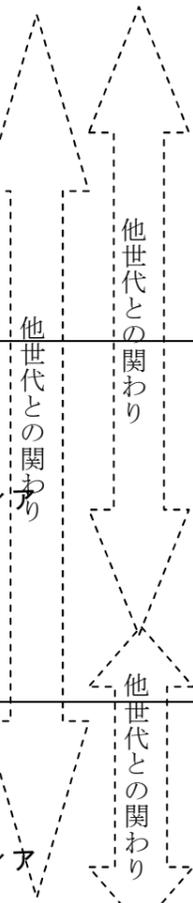
重点戦略：2-(1)-②に掲げた政策・取組事例を融合したもの

⇒ 別紙2：重点戦略「U24サポーターズクラブによる人と人とのつながり・支えあい」

重点戦略イメージ図



<p><基本的な考え方> 現状 ⇒ 10年後の姿(案)</p>	<p>産まれてからの対策⇒ 産まれる前からの対策 高齢者はいたわる対象⇒ 高齢者は強みを生かして生涯現役で働く</p>	<p>子育ては両親中心で行う⇒ 祖父母世代・観光客を子育て戦力に(貢献できるためのフォローを行う)</p>	<p>教育 ⇒ 京育 (働く, 地域を知る, 食育など生活に必要な知識, 主要教科以外もしっかりと学ぶ) 大学のまち・京都⇒教育都市・京都</p>	<p>大学が学ぶ環境を用意する⇒ 京都と大学間にWIN WINの関係構築 出身大学で雇用⇒取得技術で雇用 修士論文教育結果⇒修士論文は企業が求める知識開発, 第三者評価 大学が京都⇒京都の大学に行きたい 三世代住んだら京都人⇒京都に関われば京都人(京都の広報マンに)</p>	<p>大学は22歳まで⇒ 大学は全世代のもの 学生の管理は大学が行う⇒ 京都の学生は, 京都の学生OBがチュートリアルを行う 京都らしさを享受するだけ⇒愛着を持ち, 京都らしさを維持する側へ</p>
<p><目標(指標)></p>		<p>近所の人・他世代と遊ぶ子どもの数 育休取得の男女比・孫休取得状況</p>	<p>京都で職場体験をする修学旅行生数 自転車の交通ルール遵守率 ⑩産地・添加物・栄養に配慮した店舗数</p>	<p>大学卒業後の定着率・若者人口 修士論文の企業受託数</p>	<p>大学生の平均年齢アップ 私生活チューター・ボランティア数 個人の肩書き/⑪所属グループの数 商店街組合/店主の年齢層若返り</p>
<p>戦略</p>	<p>U24サポーター(ライフステージに応じた支えあいの仕組み, 人づくり=サポーターズクラブ<市民がサポートを当たり前に入れる環境, サポートの受け手がサポート側にまわる仕組みの構築>)</p>				
<p>ライフステージ</p>	<p>産まれる前・胎生期</p>	<p>保育園・幼稚園</p>	<p>小中高校</p>	<p>大学・大学院</p>	<p>大学卒業後</p>
<p>本人の歩く道 <方略> ・体験(楽しかったことや挫折など) ・取組事例, アイディア</p>		<p>①お泊まり保育・盆踊り・マラソン大会 バザー・幼稚園に入れなかった</p>	<p>クラブ活動・文化祭・一人旅 浪人生活・志望校合格・ラジオ体操 運動会・子供会 ノーテレビ・ノーゲームデーの導入 ⑪公共交通教育(自転車教育, 車庫見学) 学校・学年を超えた交流 ⑫ハード面のシンボルロードづくり ⑬他校と共同授業(他都市ホームステイ) ⑭ミニ・ミュンヘン 地域を知る取組 うみのこ・みさきの家・修学旅行</p>	<p>学園祭実行委員・就職活動での失敗 大学生ガイド・アートインレジデンス 区民ボランティア・サークルでゴミ拾い ⑫ホームステイ・小中学生体験学習指導 ⑫各大学の小学部・中学部の設置 京都を知る仕組み 京都市全体を博物館に 京都市民の大学生に学割上乘せ ⑬フリーペーパー配布(学生支援G P) ⑭一人暮らしのご近所づきあい</p>	<p>生涯学習・知識取得の仕組み キャンパスプラザ・京都カラスマ大学 ⑮私生活も含めて援助するチューター制度(フィンランドの事例) ⑯地域での居場所づくり(みんなの家) (⑰素人の乱・まちの縁側) 公共空間アートスペース化 ⑱京都若者サポートセンター</p>
<p>親世代との関わり <方略> ・体験 ・取組事例, アイディア</p>	<p>地域子育て支援拡充事業 ②パパ・ママ教室 職場での父親対象子育て講座 ③子育てグッズの交換市場 ④子育て応援/エコ子育てグッズの支給</p>	<p>⑦大学への保育所設置・こども芸術大学 ⑧子育てマイスター・地域保育士の認定 環境団体と連携した森林保育</p>	<p>⑮職業体験・能観賞・祭り・地藏盆・廃品回収 ⑯こども大学・オーサービジット 子ども地下鉄大学・バスファンの育成 農業体験・農山村交流 文化祭への芸術系大学生作品の出展 錦市場での売り子体験・おやじの会</p>	<p>⑮アルバイト ⑯インターンシップ 企業との共同研究 伝統産業体験 ⑰留学生への社員寮提供 第三者評価による研究費等を稼ぐ仕組みの導入</p>	
<p>祖父母世代の関わり <方略> ・体験 ・取組事例, アイディア</p>	<p>⑤退職者の知識・技術を生かした労働市場の拡大(産業福祉, 教育福祉等) ⑥シニアコーディネーター(京都シニアベンチャークラブ・京都市シルバーベンチャークラブ)</p>	<p>近所の高齢者と遊んだ ①農家で野菜作り ⑨高齢者の知恵教室 孫休(育休の祖父母版)</p>	<p>学校運営協議会の活用(地域サミット) ⑰平和学習(高齢者体験談) 退職後の人材を活用 いのちの教育(死生観の世代間共有) 観光アドバイザー・農業体験・⑱食育</p>	<p>介護体験 地域での補助学習 大学・企業・自治会が集まる場づくり</p>	
<p>その他(社会基盤の整備など)</p>	<p>一定規模企業, 施設等への託児所設置 男女共同参画・ワークライフバランス推進 未婚者の出会いの場の創出 住宅・街並みのバリアフリー化 マンション等の同世代入居の制限</p>	<p>保育施設の充実 最新の子育て知識の習得方法の整備 子育てをフォローする際の家賃補助</p>	<p>⑱食育ネット(大学生含む)の構築 障害を持つ子とその親への支援 中退した人への対策 ⑲教育都市のイメージ・PR戦略(他都市の高校生をターゲットに)</p>	<p>大学の誘致・都心部への回帰 ⑲大学の授業及び夜間の開放 大学生の活用の仕組みの導入 (⑳地域貢献活動必修化・㉑ボラバイト)</p>	<p>ポスト・ドクター対策</p>



取組の詳細（Dユニット）

※各項目の番号は、A3の
まとめに対応しています。

●自身で経験した取組 ★実施されている取組 ☆あったらいいなと思う取組

U6 子育てサポーター

●①お泊まり保育，マラソン大会，バザー，農家で野菜作り

両親（保護者）や近所の人が「保育園のために！」という意識のもと，地域で保育園に協力していた（ような気がする）。

★②新しいパパママの子育てふれあい体験（京都市）

市営保育園で実施。在宅で子育てしている人や，これからお父さんお母さんになる人などを対象に親子で遊んだり，子育てについて学べる取組。

★③子育てグッズの交換市場（子育てグッズあげちゃおう！もらっちゃおう）

京都生活共同組合の取組で，不要になった子ども服や育児用品を持ち寄って，無料で交換するイベント。（他にもNPO法人京都八幡こどものひろばが同様のイベントを主催）

★④きょうと子育て応援パスポート（京都府）

子育て世帯を社会全体で応援しようという取組。協賛店舗から，独自のサービス（割引など）を受けられる仕組み。この事業は，関西2府7県と連携した「子育て応援・関西キャンペーン」の一環として取り組みを進めている。

★☆⑤退職者の知識利用

これから超高齢社会になっていく中で，さまざまなボランティアで退職者の知識を利用してくことで，退職者に生きがいを感じてもらおうと共にその有意義な活用を行う。

★☆⑥シニアコーディネーター養成

〈目的〉

仕事をリタイヤした世代の人の活用を目的としてシニアコーディネーターとして自治会活動の手伝いや地域活動の計画を行う。

〈内容〉

- ・市からの補助と自治会・地域活動の活動費から給与を出して活動する。
- ・なつかしい味料理教室 etc… 講習開催

☆⑦大学への保育所設置（大学での夜間学童保育なども含む）

大学の教室やグラウンド等を開放して，大学生や地域の大人が世話人となり，保育園～中学生くらいの保育を目的に一緒に遊んだり，勉強を教えたりする。

主婦や社会人にとって子供から目が離せないと，キャリアアップや生涯学習のための時間が取れない。大学への保育所設置によって潜在的な学習希望者の大学への入学が増える。

☆⑧子育てマイスター・地域保育士の認定

〈目的〉

保育士や看護師など子育てに関する国家資格を持つ専門家（退職者など）を、募集・登録するシステムを作り、子育て中の親が地域において気軽に子育てに関する相談等ができる環境づくりを進める。加えて，京都市認定の保育講座（ある程度の保育の知識を身につける目的）を受講することで，誰でも“地域保育士”になれる環境をつくる。

これにより，ボランティアだが，知識や責任を持った人が預かることで地域保育所数が増加。また，地域で預けられるので，子供の送迎時間帯に幅を持たせることが可能となる。

〈内容〉

- ・みんなの家など子育て支援を必要としている所への派遣を行ったりする。
- ・子育て中の保護者の相談相手となり、資格や経験を活かしたアドバイスを行う
- ・基本的に無料で活動
- ・こども一時預かり、活動は自治会館、区役所、学校、大学などの空きスペースを活用

☆⑨高齢者の知恵教室

高齢者にとって，若者より優れているのは知力や経験である。一人暮らしを始めたばかりの大学生に料理の工夫を教えたり手芸を教えたりする教室があると，高齢者の余暇にもなるし，戸惑いがちな初めての一人暮らしを安心して過ごせる。

U18京育

☆⑩産地・添加物・栄養に配慮した店舗数

京野菜などに小さい頃から親しむと共に食育を施すことで，京都全体で栄養に気をつかう人が増え，その需要に対して京都の外食産業もカロリーだけでなく栄養表示する店が増える。

☆⑪公共交通教育

京都を含めた，市バス・地下鉄・自転車等の利用の仕方やそのメリットを定期的に教えることで，「歩くまち京都」を子どものうちから学ばせる。市バスや地下鉄の車庫見学会などを通じて，より身近に接する機会も増やす。

☆★⑫ ハード面のシンボルロードづくり（京都府立桂高校と小中学校の連携）

小・中学校と連携し、小学生や中学生の寄せ植え体験等を指導することを通じて、指導することの難しさや喜び、農業に対する誇りと自信、他者に対する優しさ、自然を愛する心の育成等をねらいとした取組。この事例は、小中高の連携で花壇を作ることになったが、それを地域に拡大し、道路を作るような取組にしたい。自然あふれる道路（フラワーロードなど）、京都市全体を博物館にするイメージで、歴史紹介立て看板道路などを作る。

★⑬他校と共同授業（他都市ホームステイ）

横浜と山形の小学校の取組。他都市を経験することで、地元のよさを再確認・新発見したり、ホームステイを通じてその土地の人や同年代の人と関わり、さまざまな経験をする。

★⑭ミニ・ミュンヘン（ドイツ）

7歳から15歳までの子どもだけが運営する「小さな都市」。8月の夏休み期間3週間だけ誕生する仮設都市で、実際に仕事をしたりお金を稼いだりものを買ったり、選挙があったり子どもはさまざまなことを経験できる。京都市でも同様の取組が行われており、スチューデントシティやファイナンスパークもその一つ？

●⑮職業体験

中学生のとき、地元的美容院で2日間職業体験をした。鏡を拭いたり、床を掃いたりといった掃除のほかに、パーマの補助もさせてもらった。また、着付けについても教えてもらった。

☆★⑯こども大学

小学生が大学で勉強したり、大学生と触れ合ったりする取組。東京、千葉、埼玉、大阪などさまざまな場所で行われている。小学生が大学の講義を受けるだけでなく、大学の教室を借りて、その教室でいつもどおりの授業を行い、大学生もその授業を見学できるなどの取組があったらおもしろい。

●⑰平和学習（高齢者体験談）

祖父母の家で、戦争中の体験談を聞いた。また、実際に被爆された方の話を聞く機会があったように思う。

★⑱食育（宇治田原町）

宇治田原町立保育所「あゆみのその」が、地元野菜を使って作る給食レシピを近くの野菜直売所に置き、地域を巻き込んだ食育活動につなげる試み。

☆⑱食育ネットの構築

〈内容〉

- ・地産地消がもたらす人と人の交流
- ・無農薬・有機野菜の収穫の体験、食生活の見直しの講演、情報発信を行う。

☆⑳教育都市としてのイメージ戦略

「大学のまち」という強みを生かして、大学と小中高が連携することが当たり前の環境を作り出し、【小中高の近くに大学がある→学力に力を入れている→こどもを育てやすい環境→教育に力を入れたい親世代が集まる？】ように、京都は子育てや教育をしやすいまちでもあるとPRする。

大学生

●㉑ホームステイ

いところが1年間カナダで留学しており、そのお家に1週間ほどお邪魔した。(80歳のおばあちゃんの一人暮らし世帯)

☆㉒大学の小学部・中学部の設置、大学の授業および夜間の開放

(U6子育てサポーター【大学への保育所の設置】、U18京育【こども大学】と同義)

●㉓フリーペーパーの配付(学生支援GP)

※学生支援GPとは

＝各大学・短期大学・高等専門学校における、入学から卒業までを通じた組織的かつ総合的な学生支援プログラムのうち、学生の視点に立った独自の工夫や努力により特段の効果が期待される取組を含む優れたプログラムを選定し、広く社会に情報提供するとともに、財政支援を行うもの。文部科学省が所管している。

選定事例：大阪城南女子短期大学(20年度)

→ミニコミ誌「大阪ほっとコミ」の発刊を通じて、地域に愛着と理解を持ち、さらに情報発信できる地域活動力を培うための取組。1年次から大阪の人や文化を学ぶ授業科目を取り入れ、2年次には実際の取材や編集を行う。

☆㉔一人暮らし世帯のご近所づきあい

京都には学生が多いが地域に根ざしていないため、京都の良さを伝えきれずに卒業と同時に転出してしまうケースが多い。一人暮らし世帯同士で仲良くなることで、一人暮らしでも地域活動に触れる場合が多くなる。

●㊦アルバイト

大型スーパーのサービスカウンターでアルバイトをしていた。レジとは違い、お客さまと対話することが多いところだった。また、お客さまは地域の親・祖父母世代が多く、顔見知りの方も来られたので、地域とのつながりづくりの機会にもなっていた。

☆㊦インターンシップの強化

京都の企業は、学年・年齢に関係なく、京都の学生を常に受け入れられる体制を整える。大学のまち京都21プランで大学コンソーシアム京都と連携してインターンシップを支援応援している。

更なる斡旋を行う為、インターンシップ受入企業の開拓に力を入れる。

★㊦留学生への社員寮提供

企業から提供を受けた社員寮に、社員と同じ条件で、主として私費留学生を受け入れる。社員寮入居留学生に日本の社会・文化・経済・習慣などをよく知ってもらうとともに、留学生同士の親睦を深めてもらうためのイベントを定期的で開催する。(財)留学生支援企業協力推進協会が行っている。企業が行う留学生支援事業に対する補助や、留学生を支援する企業及び留学生の生活相談に対する援助、留学生と地域社会等の交流事業の実施及び援助を行う協会。

☆㊦地域貢献活動必修化

(内容)

- ・大学の授業において、地域貢献履修項目を必修化する。
- ・小中高に出向いての講義や休日のキャンパス開放など、大学と小中高のつながりを強化する。

★☆㊦京都ボラバイト

学生の多くがアルバイトに多くの時間を割いているが、中にはボランティアに興味のある人も多いと思う。生活費等に関する手助けもできるものとして、格安のアルバイトとしてボランティア半分アルバイト半分のボラバイトを紹介する。また、地域保育士の補佐のようなバイトもあると良い。

☆㊦所属グループの増加

主婦や社会人でも学生やボランティアに参加する人が増えることで、個人の肩書きが増える。さまざまなグループに属することで地域や京都に対する愛着がわく。

★㊸フィンランドの教育手法

・義務教育の小中学校では、教科書を使いまわし（次の学年へ）。小学校ではクラス担当の教師のほかに、実際に授業はしないが生徒に個別に助けを行うアシスタントを配置。1クラス25人の少人数制。

・大学の授業料は無料。17歳以上の学生には500ユーロの生活援助がある。研究のプロジェクトチームの計画が立つと、スポンサー集めを開始。修士レベルの学生が企業から委託を受けて修士論文を書くことも（教育が産業と結び付いているとの批判あり）。大学はチューターシステムで、私生活を含めた援助がある。また、国公立大学のすべての学部・学科の授業を選択できるシステムをとっている。

☆㊹地域での居場所づくり（みんなの家）

若者が気軽に立ち寄れる家を作る。そこは遊び場と居場所の役割を果たす。困ったときに何でも相談できる「となりのおじいちゃん・おばあちゃん」や「となりのお兄ちゃん・お姉ちゃん」のような人がいて、親や友人以外で相談できる存在となる。

みんなの家＝町家。掘りごたつで、ゆっくりと話せる雰囲気。京都ならではの遊び・料理・伝統文化などについての体験もできる。

★㊺素人の乱

自由な生き方を求める若者グループ。東京都杉並区のJR高円寺駅近くの北中通り商店街で、リサイクル店や古着店、飲食店など7店舗を運営し、商店街とともに街の再生に取り組んでいる。

★㊻京都若者サポートセンター

働きたいと思う若者（15～35歳）を支援する取組。こころの相談、キャリア・適職相談、保護者相談をやっていたり、農林業体験合宿やらモノづくり現場の見学会などを行っている。

重点戦略 U24 サポーターズクラブによる人と人とのつながり・支えあい Dユニットからの提案

ねがい（未来像）

少子高齢化時代のモデル都市になる

～子どもに笑顔、若者に夢、お年寄りに安心と生きがい～

- 子どもの笑顔と安心な暮らしを地域力が支える
- 若者がいきいきと京都で学び、京都で働く
- 互いに教えあい、学びあい、人生を楽しむ



【重点戦略の基本的な考え方】

U24（0歳～24歳）の子ども（学生）に焦点を絞り、ライフステージに応じて、京都らしい横断的な戦略を展開する。子どもへのサポートを通じて、“京都に関わるすべての人たち”が京都を知り、学び、得た情報を発信していくことで、京都にさらなる愛着・関心を持つとともに、それを次世代に引き継いでいける仕組みをつくる。一人ひとりが京都市民として活躍する場を持ち、互いに学びあい、育てあい、支えあうことが当たり前になされる魅力あふれるまちを目指す。

《概要》

将来にわたって持続可能な京都を築く上で若い力が必要であるが、少子化や学生の流出によってその力が失われつつある。地域や産官学農が連携した横断的な戦略を展開することによって京都の若い力をサポートし、育てるとともに、その若い力が次の若い力をサポートをする側にまわられる仕組みをつくる。それを通じて京都に関わるすべての人が京都に住み(続け)たくなる魅力を高めていく。

《実態》

- ・京都市の出生率は全国平均を下回っている（学生の多さだけが原因？）
- ・地域の教育力や福祉力が低下している可能性
- ・市民は京都に愛着を持っているものの、京都への関心は薄まっている。（例えば、観光客は京都の名所・魅力をすぐに言えるが、市民は言えない）
- ・大学数・学生数は多いものの、卒業後は市外で就職する学生が多い（京都に「就職先」と先としてのイメージがないことが原因？）

《目標》

- ・京都市の出生率〇%アップ
- ・U24の人口〇%アップ
- ・大学卒業後の定着率〇%
- ・市民サポーター率〇%
- ・子育て支援企業率〇%
- ・子育て支援拠点が学区に〇箇所

《条件》

- ・これまで整備充実してきた各種施設と福祉・教育サービス
- ・「番組小学校」から続く、地域で教育を支える伝統
- ・京都ブランドによる付加価値の高さ

《主体》

- ・企業、幼稚園・保育園、学校、地域コミュニティ、NPO
 - ・行政
 - ・観光客、自発的に参加する市民
- 京都に関わるすべての人が主体となりうる

《方略》

1. U6子育てサポーターの認定

京都に関わるすべての人が子育てをサポートできる仕組みをつくり、サポートする側もされる側もそれを当たり前に入れ、「京都の子どもは京都が育てる」オール京都で子育てをサポートすることを目指す。

2. U18京育の実施

京都に愛着や誇りを持ってもらえる、京都独自の教育（京育）を行う。京都に関するさまざまなことを知り、学び、触れ、人と接するだけでなく、得た情報を発信できる人材を育成する。「大学のまち京都」から「教育のまち京都」への発展を目指す。

3. 京都と大学・学生のWIN-WINの関係づくり

京都の学生が、京都のさまざまなこと（子育てや京育、地域活動など）にとけ込むことが当たり前となり、それが学生にとっても人生のプラスになる仕組みをつくる。【大学に行くなら京都→京都に定住】となる、学生と京都のWIN-WINの関係を目指す。

4. 全世代向けの取組

誰もが気軽に利用できるスペース・コミュニティをつくり、自分が所属するライフステージ以外の取組にも積極的に参加できる仕組みをつくることで、自分の“居場所”が複数存在することを目指す。