

市民意見募集の結果を踏まえた「答申案」の修正について

1 市民意見募集の結果を踏まえ、以下の点を修正したいと考えております。

(1) 「西陣を中心とした地域の範囲のイメージ」を示すマップ（P 3）に新大宮商店街を記載します。

(2) 方策③「京町家・路地の魅力を活かしたまちづくり」を進める上で、モデル事例づくりとそれを活かした展開も図ることとし、推進項目「京町家・路地を活用した西陣暮らしの推進」（P 18）に以下のとおり追記します。

地域の景観や生活文化を象徴する京町家や、通過交通が少なく、地域コミュニティの場でもある路地の魅力を広く情報発信するとともに、子どもを育むことや、ものづくりなど、生活・仕事の場として活用するモデル事例づくりやその展開に取り組む。

(3) 方策④「楽しく便利に移動できるまちづくり」を進める上で、バスと鉄道等の公共交通の乗継利便性向上を図ることとし、取組例「快適で便利な移動環境づくり」（P 20）に以下のとおり追記します。

快適で便利な移動環境づくり

民間事業者によるシェアサイクルの充実や、ものづくりのまちの特性を活かしたパーソナルモビリティなど新たな交通手段の検討、公共交通の乗継利便性の向上などにより、快適で便利な移動環境の実現を目指す。

(参考)

- ① シェアサイクルの拠点の充実
- ② パーソナルモビリティなど新たな交通手段の検討
- ③ バスと鉄道等公共交通の乗継利便性の向上

(4) 方策⑨「西陣の魅力発信，ブランド化」(P27)について，魅力等の情報発信面に重点を置くよりも，西陣それ自体が持っている，生活や文化と産業が一体となったブランド価値を共有することが土台となり，そこから活性化に向けた様々な取組が生まれていく側面に重点を置く方が，活性化の土台としてより適当であることから，方策名を「西陣のブランド価値の向上と共有」に変更するとともに，以下のとおり文章を改めます。

・方策⑨西陣のブランド価値の向上と共有

西陣織をはじめとした産業はもとより，歴史や文化，町並み，そして地域に暮らす人々の営みの複合体が西陣の魅力・ブランドであり，潜在的な資源も掘り起こしながら，そうした西陣のブランド価値を向上させるとともに，地域内外に広く発信して価値を共有する。

・推進項目「西陣のブランド価値の向上と共有」

歴史・文化を背景とした西陣に関わる様々なコトやモノに加え，まだ知られていない資源の掘り起こしも行うことで，西陣の複合的なブランド価値を向上させ，戦略的に発信して地域内外で共有する。これにより，多くの人を惹きつけ，移住や観光等に結び付けるとともに，地域に暮らす住民の誇りの形成につなげる。

・取組例：「西陣ブランド」を担うネットワークづくりと戦略的情報発信

西陣で暮らし，働き，まちづくりを行うキーパーソンを集め，「西陣ブランド」の確立に向けたネットワークを形成するとともに，地域の魅力と情報を戦略的に発信する。

(参考)

- ① 各分野・地域で形成される“つながり”を，さらに大きくつなぎ合わせるネットワークの形成
- ② エリアに居住する若者等が地域の魅力に触れ，SNS等を通じて魅力を発信

(5) 外来語など分かりにくい言葉について，言い換えや注の付与等を行うとともに，写真等を追加し冊子の見やすさ向上を図ります。

※対応を行った言葉

五節句 (P17)，モビリティ (P20)，パーソナルモビリティ (P20)，SNS (P21)，ソーシャルビジネス (P22)，産業クラスター (P22)，コンテンツ (P25)，ICT (P30)