

# かわにし市民会議からの提案

## ～ 第1班 産業の活性化～

以下の4つの提案は、私たち第1班の会議参加者が、5回にわたって議論してきたことや、各回で記載した「改善提案シート」の内容を中心にまとめたものです。

提案

1. 子育て世代からシニア世代まで多様な働き方を可能にする環境を整える

提案

2. 農業の生産量を維持する

提案

3. 交通の利便性を生かして集客施設を誘致する

提案

4. 川西市の交流人口と消費額を増加させる

1. 子育て世代からシニア世代まで多様な働き方を可能にする環境を整える

【提案内容】

川西市内には働ける場所が少なく、多くの市民は大阪等へ働きに出ている状況であり、市内で仕事がしたいという思いがあっても市外にしか求人がない状況である。

そのため、新たな勤め先としての「企業誘致」、または自宅や市内で自分のスキルを活かした事業を興すフリーランスなどの働き方を促進する必要がある。

また、川西市はシニア世代が多く、子育て世代の転入が多いという特徴もあり、シニア世代が子育て世代等のサポートを仕事にできるような仕組みを作りたい。

「提案1」の実現に向けて、**それぞれが行うこと**

個人

テレワーク等、自宅周辺で働く方法を検討する。  
クラウドファンディングなどを活用し起業する。  
ジョブシェア、スキマビジネスを活用する  
空き家をコミュニティオフィスとして安価で提供する

地域

在宅ワークやコワーキングスペース設置への理解を深める。  
コワーキングスペースの設置場所の提供を行う。  
コミュニティなどで、有料の宅配サービスやお出かけサポートの登録・あっせんを行う

行政

川西型支援ジョブ・ジョブマッチングの立上げ、実証実験を始める。  
企業の誘致を行い、優良企業には優遇措置を検討する。  
企業への補助制度を創設し、周知を図る。  
起業したい人向けに、サポート制度を創設する。  
コワーキングスペースを整備する。  
駅前の施設でフリーランスの仕事マッチング・紹介を行う。  
シニア世代が子育て世帯を有料でサポートする制度を創設する。  
子どもの見守り・PTA 活動等を有償ボランティア化する  
高齢者の知識を若者に伝える講座を計画する

**民間企業、  
NPO等**

行政と共同して川西型支援ジョブ・ジョブマッチングの立上げ、実証実験を行う。  
ワーキングスペースの運営、管理  
シニア世代の雇用

その他の意見

企業に属さないフリーランスへの補助制度はどうするか。

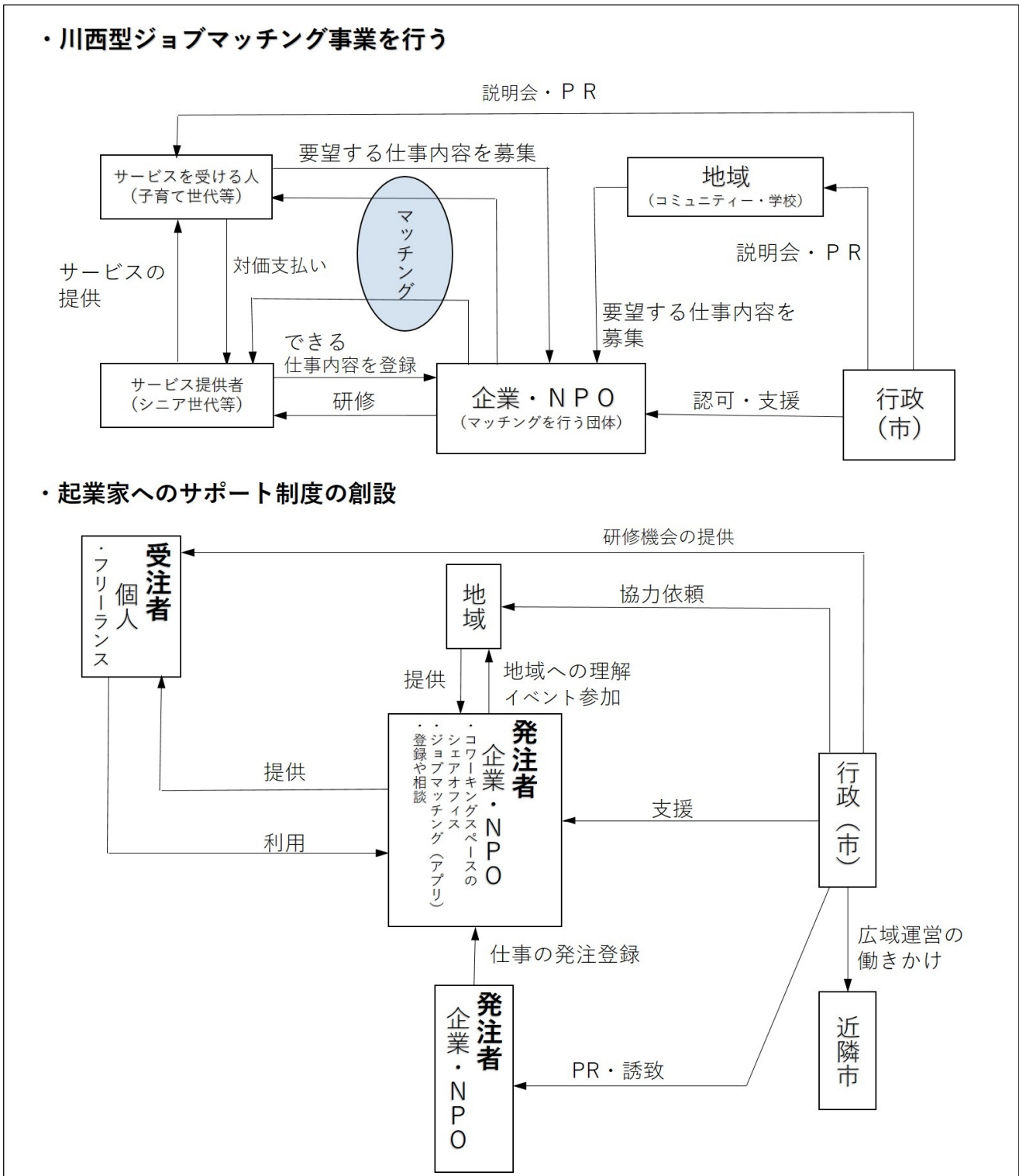
～提案内容の具体的なイメージ～

主体	取り組み内容	具体的なイメージ
地域	子どもの見守り・PTA活動を有償ボランティア化する	働く意思のある方を募る
行政	川西型ジョブマッチング事業の企業との共同開発し実証実験を行う	地域・教育委員会・学校への働きかけ  「子育ての困ったことを誰かに依頼したい人」と、「空き時間を活用して仕事をしたい人」をつなぐマッチングシステム。 これまでの子育て支援や地域のニーズにこたえていなかった部分を補うことができる。 新たな雇用を生み出すことで地域経済の活性化や就業率の向上が期待できる。 行政と企業が連携し、「メルカリ」「ラクマ」のようなフリマアプリのジョブ版を共同開発、実証実験を行う。 登録のサポートや支援窓口等、立ち上げ時の支援を行政が担当する。
	企業誘致	【業種】 IT産業・配送センター・教育関連施設（大学サテライト等） 【誘致方法】 交通の利便性を紹介 土地の安さを紹介
	起業家へのサポート制度の創設	空き家を活用したオフィスの提供 ビジネスツールの使い方の講習会

民間企業	川西型ジョブマッチングを開発、運用する	ジョブマッチングシステムの市との共同開発、運用を行う。運用費に関しては手数料や広告料等で安定運用できるような仕組みを考える。
------	---------------------	--

～具体的な施策提案～

1. 川西型ジョブマッチングについて



2. 農業の生産量を維持する

【提案内容】

川西市民の中でもイチジク、桃、栗、炭などが特産品であるという認識はあるが、実際には食べたことも使ったことも無い人もおり、購買行動につながっていない。企業と協力し、購買意欲が湧く販売方法やイベントを開催し特産品自体の価値や知名度の向上をめざす。

「提案2」の実現に向けて、それぞれが行うこと

個人

どのような特産品があるのか把握する。  
 特産品をまず食べる、料理に使ってみる。  
 SNS や口コミでの情報発信を行う。

地域

試食会を開く。  
 地域のイベント等で特産品を使用する。

行政

特産品の観光農園化に取り組む事業者に出す。  
 イチジクなどの特産品の関連イベントを行う。  
 SNS や電車の中吊り広告など、幅広く情報配信を行う。

民間企業、  
NPO等

生産者は特産品を特化して増産する。  
 生産者は「川西産ラベル」を貼って売り出す  
 生産者は特産品に触れ合える場（収穫体験や料理教室など）を用意する  
 イチジクをブランド化する  
 販売方法を多様化させる、バラ売りに対応する  
 企業の商品と特産物をコラボさせる

その他の意見

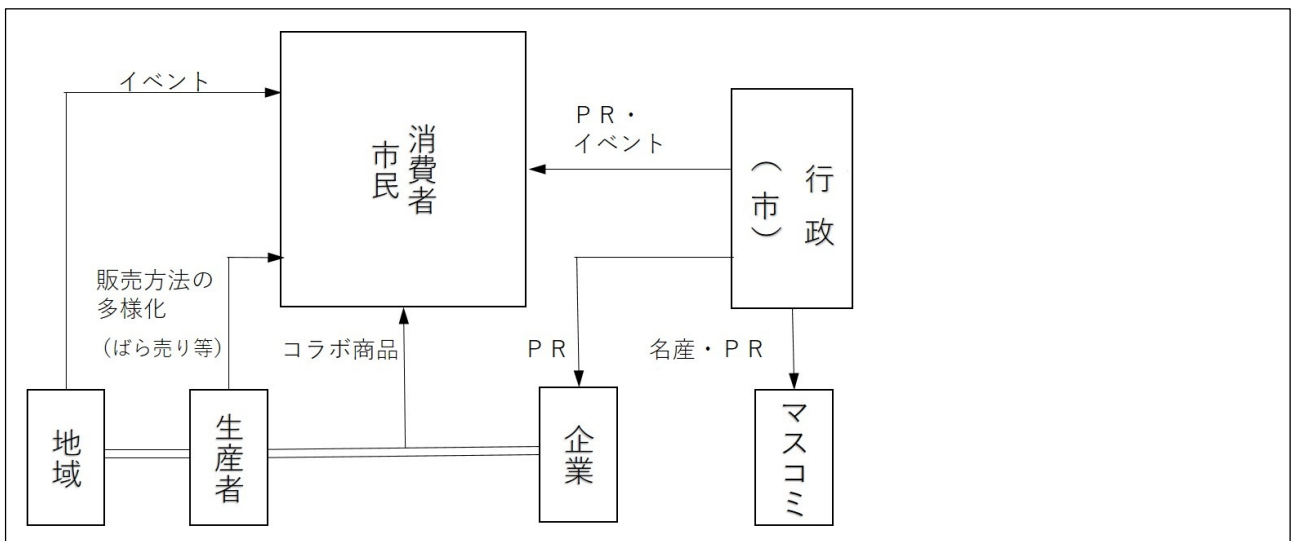
- 川西市の特産品を買う場所が分かりにくい
- 生産緑地の観光農園・貸農園への変更
- 認知度を上げるためあえて、市内でしか売らないのはどうか
- 川西産のものには、「川西市産ラベル」をつけているが認知度が低い。

～提案内容の具体的なイメージ～

主体	取り組み内容	具体的なイメージ
行政	川西産ラベルを活用	・菊炭（池田炭）など川西市で作られているイメージが低いものについて川西産ラベルを活用する。
	幅広い情報配信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「映える広報」を行う</li> <li>・ホームページに特産品レシピを載せる</li> <li>例：イチジクを用いた広報</li> <li>・市民からレシピを公募</li> <li>・レシピを参考に市内の料理家がスイーツを作成</li> <li>・コンテストを開催 1つのスイーツを決定</li> <li>・川西市の名産として新聞やマスコミに売り込む</li> <li>・小学校から生徒・保護者に情報配信のため、プリントを配布</li> </ul>
生産者	特産品に触れ合える場	・収穫体験や料理教室の実施
	販売方法の多様化	現在の1パック6個程度入っているため、買い難いバラ売りに対応。
	企業の商品と特産物をコラボさせる	<ul style="list-style-type: none"> <li>・香水、ボディクリーム、シャンプー</li> <li>・コンビニやスターバックス等の期間限定商品</li> <li>・川西のスターバックスでイチジク味を店舗限定販売する</li> </ul>

～具体的な施策提案～

1. 農業の生産量を維持するための取り組み



### 3. 交通の利便性を生かして集客施設を誘致する

#### 【提案内容】

川西市は、阪急電鉄や能勢電鉄、JRが通っており、新名神高速道路のインターチェンジもあり、伊丹空港も近いが川西市内に目的地となるような場所が少ない。交通の利便性を生かして、レジャーなどの目的地となるような場所を作れば、市内外からの集客による消費や、雇用が見込める。

#### 「提案3」の実現に向けて、それぞれが行うこと

##### 個人

誘致に対して協力する

##### 地域

ハロウィンの際、地域単位で装飾するなどのイベントを行う

地域で古民家等を活用し、「カワイイカフェ」を作る

誘致に対して協力する

##### 行政

川西 IC にハイウェイオアシスを誘致する

複合レジャー施設を誘致する

##### 民間企業、 NPO等

農業とグランピング施設を連携する

#### その他の意見

民間企業のマーケティング担当に、川西市に魅力があるか、ヒアリングをして対策をたててはどうか

～提案内容の具体的なイメージ～

主体	取り組み内容	具体的なイメージ
行政	川西 IC にハイウェイオアシスを誘致する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高速道路側と一般道路側の両方からアクセス可能にする（道の駅としての側面も持たす）</li> <li>・ いちじくや早生桃、銀寄等、川西産のものを販売するアンテナショップを併設</li> <li>・ コワーキングスペースも整備し、コワーキングスペースを利用する事業者が顧客等を獲得しやすい環境を作る 事業者が利用できるアンケートスペースや、試食会場、イベント等を提供するスペースを提供</li> <li>・ 下記複合レジャー施設と一体的に進めることも検討</li> </ul>
	複合レジャー施設を誘致する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 子育て世帯とその親も楽しめる施設</li> <li>・ 利用者がくつろげる場所</li> <li>・ 屋外スポーツ施設、観光農園、人間ドッグなどの健診施設</li> </ul>

～具体的な施策提案～

1. 複合レジャー施設の誘致



イメージ  
「ネスタリゾート神戸」



4. 川西市の交流人口と消費額を増加させる

【提案内容】

川西市では源氏祭りや一庫マラソンなど市内外の人が参加できるイベントを行っているにも関わらず、周辺他市に比べて知名度が低く、遊びに訪れる人が少ない。そこで、思わず川西市に立ち寄りたくなるようなイベント等を開催し観光客等の交流人口の増加をめざし、川西市内での消費額の増加を図る。

また、市民会議では市内で買い物をするのが少なく、多くは買い物の為に市外に出るという意見が出た。

市内で消費額を増加させるためにも魅力的な店を発見し、自らが利用することが市内産業の活性化につながる。

「提案4」の実現に向けて、それぞれが行うこと

個人

JR 川西池田の駅名変更を要望する。クラウドファンディングに参加する  
 SNS 等を利用して川西のイベント等を PR する  
 市内でできるだけ買い物をする。  
 魅力的なお店を積極的に利用する。

地域

クリスマスやハロウィン等イベントの時に地域単位で装飾する  
 源氏祭りの際に出店に協力する。

行政

駅名変更のクラウドファンディングの起案者となる。  
 川西能勢口-川西池田間の通路を利用してイベント等を開催する  
 源氏祭りや一庫マラソンの際に出店を募集する。  
 税金の補助や優遇をして、お店が出店しやすくする（5年間程度）  
 アプリやステッカーを見せることで、市内のスーパーやドライブスルーで割引やポイント還元となる制度を設ける。  
 住民にアンケートを取り、住民が望むお店を誘致する。  
 市内の小売店の商品を道の駅などで販売する方法を検討する。  
 世代別のニーズに合ったイベントを行い、市内商店を活性化させる。

民間企業、  
NPO等

川西能勢口-川西池田間の通路を利用して、おしゃれなマルシェや朝市、夜市等を開催する  
 世代別のニーズに合ったイベントを行い、市内商店を活性化させる

## その他の意見

車で買い物に行くことが多いが、駐車場が狭い。

10年後は対面での物の売り買いが減り、ネットの活用が増えるのではないか

日本酒飲み比べ、カフェでの婚活イベント（行政主体だと安心感）

### ～提案内容の具体的なイメージ～

主体	取り組み内容	具体的なイメージ
個人 行政	JR 川西池田駅の名前を変更する	クラウドファンディングを利用して目標金額を設定し、JR に対して駅名変更を要望する。駅名の候補は寄付された方から候補を出してもらい、住民投票で決定する。
行政 民間企業	川西能勢口 川西池田間の通路を利用して、おしゃれなマルシェやバザー等を開催する	朝市やバザー等を開催し、名物となるような場所にする。

### ～具体的な施策提案～

#### 1. 川西能勢口 川西池田間の通路を利用した夜市の開催



イメージ  
「ズンチャッチャ  
夜市 : 大東市」