

雑賀崎・田野エリアを中心とした 地域の将来ビジョンの検討状況の共有

2025年12月23日

雑賀崎・田野地区の未来を考える

第3回地域ワークショップ

雑賀崎・田野エリアを中心とした地域のブランド化について

ワークショップ及び事業の目的

和歌山市では、雑賀崎・田野エリアを中心に、地域固有の食や景観などの魅力、未利用・低利用の空間資源などを活用する民間投資を呼び込み、的確なマーケティングに基づいた集客力の高いコンテンツを創出・集積することで、**観光まちづくりを通じた地域再生**を目指しています。

そのために、地域の皆様と活用できる**資源や魅力の再確認**、**地域の将来像やそれぞれができること等を考える**ワークショップを全3回に渡って開催し、ワークショップで出される意見等を踏まえ、**市内外への訴求力が高いエリア造成に向けた基礎資料となるビジョン策定**を進めます。

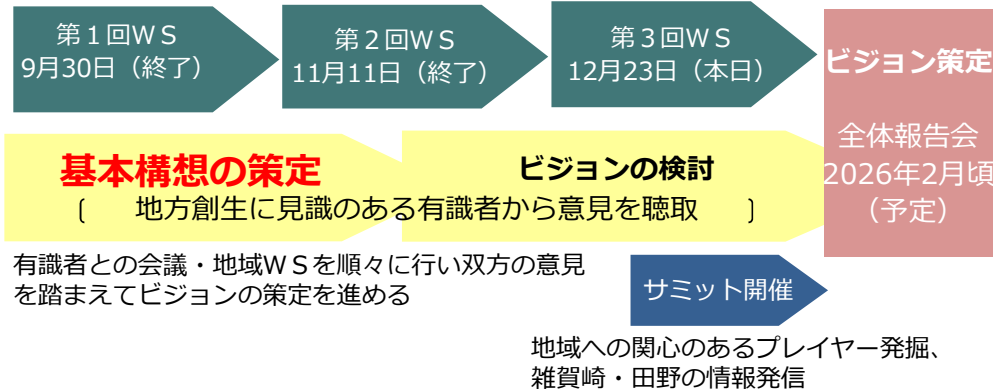
対象エリア



ビジョンの位置づけ

- エリアビジョン ⇒ 地域のめざす姿や方向性（10年後の姿と想定するアクションを設定）
例) エリアの将来像、基本理念、資源活用の方向性 等のコンセプトを定める
エリアビジョンに基づき、今後 地域の観光まちづくり・地域再生により、ブランド化を進める

事業の流れ

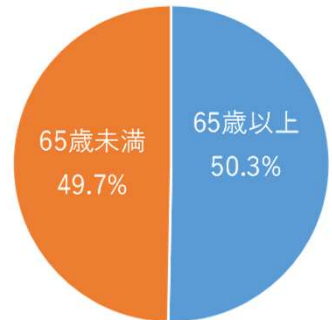


各地区の現状（雑賀崎地区）

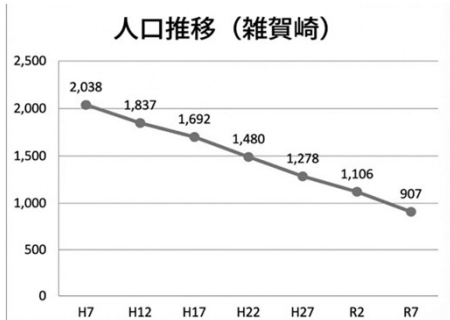
データで見る雑賀崎エリアの現在地 人口減少は著しいが、大人気の「船上販売」と食文化

人口

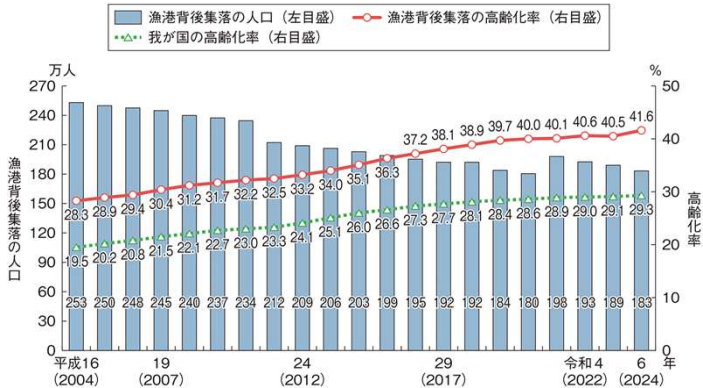
907人（世帯数503） 高齢化率50.3%



令和2年国勢調査基準人口世帯
令和7年8月1日現在



20年間で、総人口が半数程度（約46%減）に減少



(出典:水産庁HP)漁港背後集落の人口と高齢化率の推移(2024年)

全国の漁港背後集落の総人口は20年間で約27.7%減少。
全国の漁港がある町と比べて雑賀崎の減少率は大幅に上回る。

人気スポットと船上販売

皇居よりやや広い1.12平方kmの港町に観光スポットが多数あるのが特徴。番所庭園（瀬戸内海国立公園）、上人窟、雑賀崎の町並み（日本遺産構成要素）、雑賀崎台場跡、鷹の巣、雑賀崎灯台、雑賀崎シーパーク（釣り堀）

2017年に日本遺産に認定された「絶景の宝庫和歌の浦」には、雑賀崎も含まれている。海を見下ろす夕景、レモンの丘公園などは県外からの観光客も訪れる。

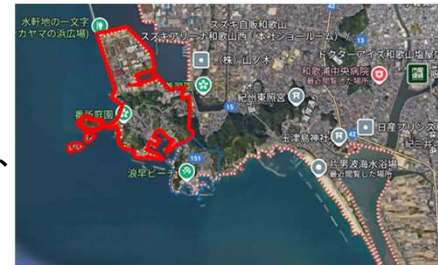
そして人気No.1は、関西からも毎日たくさんの買い物客を集める、名物の「旗売り」。港に漁船41隻が戻ってくると、漁師たちがその場で豊富な魚介類を販売。採れたての魚、エビ、イカは多くの客足を止める大人気の風物詩だ。

港町の食文化

雑賀崎漁港名物のひとつが、「灰干しサンマ」など独自の歴史をもつ魚の保存法による料理。魚を火山灰と特殊なシートの中に挟んで熟成させる「ここしかない味」。もう一つ有名なものに「足赤エビ」がある。港に面したレストランでは、足赤エビのフライのカレーなどが人気を誇る。



▲「日本のアマルフィと呼ばれる雑賀崎は、和歌山市中心部から車で20分、和歌山バス「雑賀崎」下車すぐ



▲ 灰を使って食材を食材を熟成させる独自の「灰干し」技術

各地区の現状（田野地区）

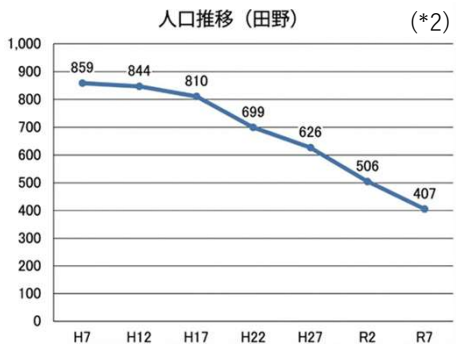
データで見る田野エリアの現在地 高齢化率は「限界集落」並だが、海水浴と釣りの人気スポット

人口

407人（世帯数151） 高齢化率63.4%（令和2年国勢調査基準人口世帯 令和7年8月1日現在）

限界集落は「高齢化率50%以上でコミュニティの維持が困難な地域」と定義されている。田野地区が特異なのは、数字だけ見ると限界集落に近いが、浪早ビーチという海水浴スポットや関西の釣り客に人気のエリアであること。このような集落にレジャー目当ての客が集まるのは、「離島」の人気に通じるように感じられる。

エリア面積0.34平方kmは、東京ディズニーシーの3分の2ほど。



▼雑賀崎とは海浴いいで繋がっており、歩いて行き来できる



20年間で、総人口が半数程度（約49%減）に減少

人気スポット

海の青さと、青色の横縞「緑色片岩」の岩肌のコントラストが美しい浪早ビーチは、環境省の「快水浴場百選」に選出された海水浴場。1997年に整備された。

瀬戸内海国立公園の浪早崎、高津子山からの絶景、豊富な魚種で人気の釣りスポット。海の景色が望める民泊施設があり、海沿いを歩ける観光遊歩道が整備されている。

海老の陸上養殖技術のパイオニア

田野の「サラヤアクアカルチャー(株)」は、水処理技術の研究者が行う海老の種苗生産と栽培養殖技術により、足赤エビの安定的な陸上養殖を目指している。

関西屈指のサビキ釣り田ノ浦漁港

イワシ、グレ、チヌ、アイゴ、メバル、サヨリ、アジ、アオリイカ、カマスなど豊富な魚種が釣れるため、釣り人が絶えない人気のポイントが田ノ浦漁港。釣りファンからは「関西屈指」と呼ばれる。



バーベキュー施設が用意されており、家族連れを中心に多く利用されている。



浪早崎からの景色



第一回地域ワークショップで地域住民から挙がった、地域のキーワード

ここが地域の**魅力**

ここが地域の**課題**

手つかずの
自然・景観

漁師町

旅館街道・
古民家情緒

少子高齢化

廃墟・空き家
の増加

移動手段の
少なさ

あたたかい
コミュニティ

おいしい魚

祭り・
地域文化

生活利便性の
低さ

道路環境・
アクセスの悪さ

土地の整地の
難しさ

地域住民が思う、理想的な未来のありかた

便利過ぎなくてもいい。ただ安心して、ちょうどいい暮らしができるまち

日常の延長にある自然や景観を尊び、「何もないこと」こそがブランドになったまち

「あるものを整備することによる価値創出」と「あるがままの自然を守る」を両立したまち

地域の活用の方向性


第二回地域ワークショップで地域住民から挙がった、地域の活用方法

ワークショップの発言やアンケートの回答から抽出した意見

1. 地域資源の再発見

住民の声 (キーワード)


自然景観：浪早の夕陽、波音、細かい砂、潮騒の小径
歴史・文化：万葉の歌、雑賀崎、田野の漁業文化
癒やし：「高品質な癒やしの空間」としてのポテンシャル
独自性：他にはないアマルフィのような景観

 夕日のスポットはライトアップには絶好のポイント
灯台は昔デートした思い出
田野には昔獲れたエビを使ったえびせんのお店があった

2. 受入/インフラ整備

住民の声 (キーワード)



休憩施設：ベンチ、トイレの設置が不可欠
アクセス：道の修繕、駐車場の確保、山道の整備
通信環境：Wi-Fi環境の整備 (ワーケーション対応)
安全対策：老朽化したインフラの改修、山火事への不安解消

 崩れた道がある 座れるところがまったくない
雑草きれいにするだけでも

3. 持続可能な観光

住民の声 (キーワード)



課題認識：「見て撮って帰るだけ」の観光客、ゴミ問題
周遊促進：海・山・街コースの設定、ターゲット別誘導
体験化：漁船乗船、魚さばき教室、江戸前寿司体験
ルール作り：生活圏と観光エリアの調和

 海や山の周遊コースができれば 田野は特に釣り客が多い
 ルールやマナーをちゃんと守って

4. 地域経済の活性化

住民の声 (キーワード)

商業機能：「お金が落ちる場所」がない (カフェ、店舗渴望)
新産業：サテライトオフィス、海辺でのリモートワーク
遊休資産：空き家の活用 (海の見える家)、古民家再生
漁業連携：獲る漁業から「体験する漁業」へのシフト

 漁港をもっと活用できないか 漁師さんにお船のせてほしい
釣ったお魚をさばいてくれる 流しソーメン大会のようなイベント
 魚が減った (漁師の) 跡継ぎの不足



『静かな日常が、心を動かすまち』（案）

スケールさせるものと変えないもの

漁家民泊を運営する地元漁師にヒアリングをした際、「観光地にしたいわけではなく、港町を維持するために漁以外でも稼げるビジネスのモデルケースをつくりたい」と言われた。

長年築かれた漁師文化が自然消滅しようとしているという危機感と隣り合わせの地域である。もっと光を当てるべきことはあるはず。ブランディングを進めるなかで**スケールするものと維持していくものを分けた方がいい**という意見が出た。

“日常の営み”こそが最大の地域資源であり、既存の生活風景を丁寧に磨き上げ、新たな価値に磨き上げるることが地域の持続性に繋がっていく。

消費されない「人間の文化」

この地域の魅力を引き出すのにあたって、マジックアワーといった時間や光、夕暮れや夜の帳といった情緒を演出するという議論があった。

また地域には「旨み」という視点で、素材の良さをさらに引き出すための技があることもわかった。旨みとは結果ではなくプロセスであり、この地域にしかない工程や手仕事そのものが、町の文化であり魅力である。“時間と光”、“食文化”といった地域で暮らす人々の営みに溶け込む要素。

地域の「静かな日常」を、地域外の人たちが五感で感じ取れることで、共感や感動を生む。これを「旗印」として強く立てることを提案した。

日々の営みの積み重ねで生まれた文化は、地域の営みが持続する限り、一時の消費で消えることはない。しかし、住む人が激減しているという現実の前で、光・日常・営み・旨みという複数の視点が重なりあい、このコンセプト案にたどり着いた。

遥か昔から受け継がれてきた地域の営みから生まれた漁業文化・生活文化・地形的特性。

これらの**地域の「日常」こそが、最大の地域資源**であるという前提に立ち、本コンセプト（案）は、地域の「日常」を旅人にとっての「**異日常**」であると五感で感じられるまち、化粧しすぎない地域のそのままの営みがコンテンツになるまちを目指し、既存の生活風景を丁寧に磨き上げることで「**あるがままの暮らしを価値として再編集**」するという意味を込めている。

船上販売、漁に向かう朝の気配、潮風の匂い、夕暮れの光、灰干し文化、足赤エビに代表される食文化など、地域住民にとっては静かな日常でありながら、来訪者にとっては強いインパクトを残す体験になるという構造こそ、**持続可能な観光価値の源泉**であるといえる。

地方創生に見識のある有識者から出たこの地域の魅力を高めるための意見

地域の食文化と漁業文化を活かして「食のまち」ではなく「旨みを探求するまち」へ

例) 灰干しなどの、**食材の旨みが増幅する要素を深掘り**する体験をつくる
漁で魚を捉える行程や、素材が旨みを持ち美味しくなる過程のストーリーで共感を生み、**共創型の体験へ**
地域の持つ食材の魅力や技術、知見を、カンファレンス等を通じて蓄積、共有、発信していく

これからの観光のスタイルは「サービスを受ける」
→「体験を楽しむ」→「地域と共に創る」に変化

雑賀崎・田野は、海と山に囲まれた素材の宝庫

若いプレイヤーから広がる魅力的なライフスタンス
やストーリーがある

「灰干し」やエビの出汁で食べる素麺など、
土地ならではの「旨み」の文化がある

「多く人来てもらおう」より「一本の針で突き抜ける」コンテンツが地域のアイデンティティになる

新鮮な食材をさらに進化させる「旨みを引き出す技法・知恵の集積地」になれる可能性がある



地方創生に見識のある有識者から出たこの地域の魅力を高めるための意見

夕日と夜の滞在価値を高める「マジックアワー」× ライトアップとアートを活用

例) 美しい夕景～夜にかけての「マジックアワー」をPR。観光遊歩道と合わせ、地域の象徴的な場所（浪早ビーチ、奥和歌大橋、番所庭園等）のライトアップで夜も安全で魅力的な景観をつくる
 点在型のアートを併せて設置し、昼夜共にまち歩きが楽しくなり、歩くルートを誘導できる

日本のアマルフィと呼ばれる町並み、一面に広がる海など多くの景観の魅力はあるが、日中のものがほとんど。空が魔法のように美しい色に染まる「マジックアワー」はライトアップ撮影の絶好のタイミングになる。

マジックアワーとライトアップをかけ合わせることで、昼～夕方～夜に滞在時間が広がり、**周辺の飲食店、宿泊施設への波及効果**が考えられる。

1時間程度で歩いて回れるという感覚は最高のレジャーになり得る。歩けるまちのサイズとしてベストサイズ。これはすごいポテンシャル。商業じゃなくても光だけでも繋げられる。

世界的にも光のアート作品がまちの中に点在している。そのまち、その場所の魅力を知ってもらうことからスタートするのはすごく大事。アートを交えたと感度の高い方が来るようになる。地域への愛着にも繋がる。



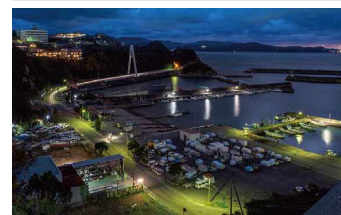
▲ 昼と夜を繋ぐ、日没後の、空が美しい色に染まる数十分間 マジックアワー



▲ 統一感のあるアマルフィの夜景



▼ 雑賀崎のライトアップのイメージ
地域の安全性にも寄与する



▲ 奥和歌大橋・浪早ビーチのイメージ



イベント時や特定のタイミングにってはカラー演出することもできる



地方創生に見識のある有識者から出たこの地域の魅力を高めるための意見

雑賀崎漁港の船上販売は他にない 圧倒的なコンテンツ且つ伸びるコンテンツ

まず最初に取り組むならば、やはり船上販売を活かしたものに
なるのではないか。

事業イメージとして、業態の異なる店舗を立地させるということが考えられ、観光案内所的な機能を持たせ、地域内の店舗への周遊を促すと共に、漁師・漁協の売上アップを図ることで、更なる民間投資を呼び込むことができるのではないか。

買った魚を持ち帰るより、港のあの場所で目の前で捌いて焼いてもらい、その場で食べたい。そういう場所が複数あった方がいいのではないか。

地元の人に認められてからでないと思うが、**漁港内で
上手く連携できるような場所で何かできる**といい。まずは周辺で小さい店舗からでも始めていくのもよいと思う。

⇒ 漁港内の環境整備を検討し、利用者の動線や駐車場
などの整理の検討も必要



地方創生に見識のある有識者から出たこの地域の魅力を高めるための意見

**この場所で何かしたいと考えるキーパーソンの
発掘や出会い、参入しやすい環境をつくる**

地域活性化のうまくいってる事例を考えると、特定のキーパーソンが感じるコミットメントや熱い思いから何か始まっている。

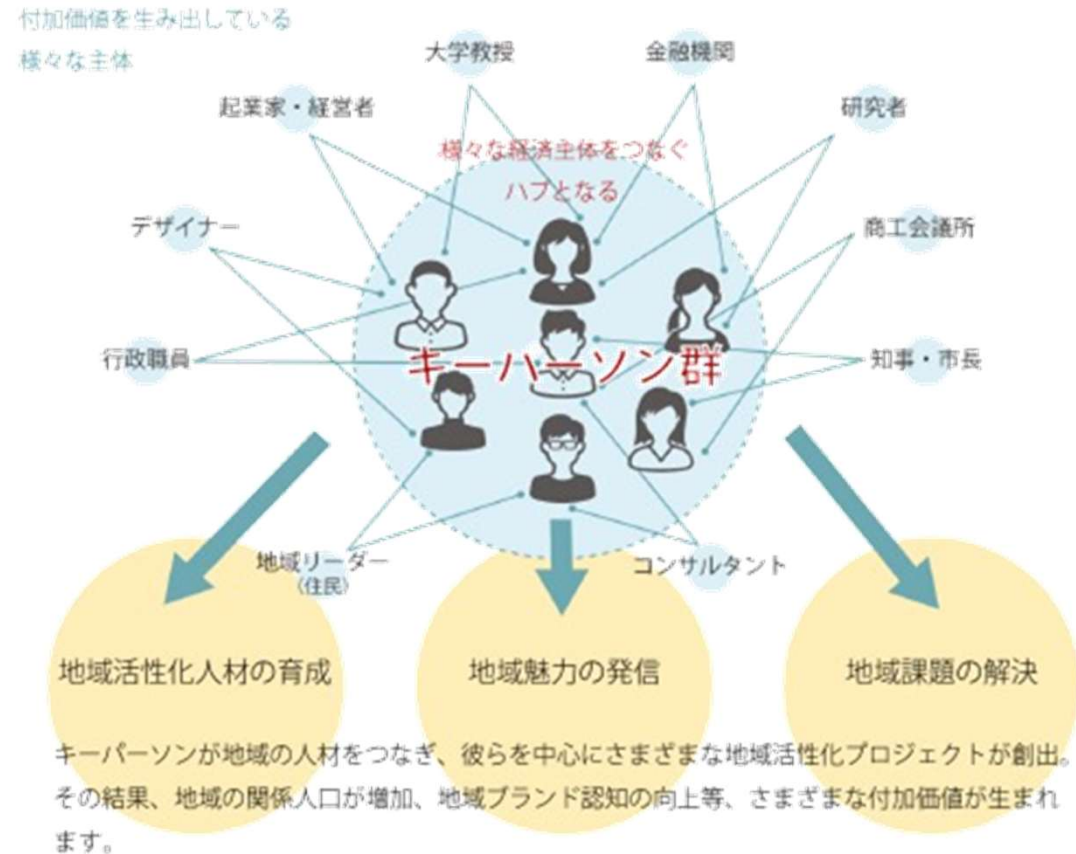
地元の人が主役で、自治体の支援も必要。そこに、地域外からの強いリーダーシップを持ったキーパーソンが加わることが、地域活性化に必要な条件。

外部の方と連携することによっての拡大、広がりということもある。ポテンシャルがあることを考えると、お金だけでなく知恵なども含め、いろいろなものが交わる接続点があるといい。

活性化しているまちは、キーパーソンがいてキラコンテンツがある。

このまちで何かをやりたい、という人たちがたくさん増えてくることがまちの活性化に繋がる。

自分はこれでやりたいんだ、というような人たちが、育ち、呼び込めるようなまちになるというのが入り口。



雑賀崎・田野エリアを中心とした地域のブランド化に向けて実施するアクションとロードマップ（案）

基本構想骨子案（未定稿）より抜粋

ここで定義するロードマップには、早期の実施が成果や波及性を生む「即効性が高い施策」と、取り組み全体の持続性に寄与する「仕組みづくり」を中心とする第1フェーズ、第1フェーズの取り組みからの効果波及、積み重ねにより、さらにコンテンツ力の拡大を進める第2フェーズ、また、最終的な地域の将来ビジョンを示す第3フェーズで構成することとし、第2フェーズ以降のアクションの指針については、取り組みを進めるなかで、変化・発生する新たな概念や方向性に合わせ、柔軟に定めていくことを想定する。




必要かつ効果的と考えられるアクションの基本的な考え方

- 1. 認知拡大は“入り口”であり、閾値を超える設計が必要**
認知は閾値を超えた時に一気に跳ねる性質があり、初期はカンファレンスや実証実験、地域ブランディングのプロセスをSNSで拡散させるなど、共感性と地域への愛着を高められる取り組みへの着手・積み重ねが必要。内容がニッチなものであっても、地域への興味や関心から、関係性を生む入口として機能すると考えられる。
- 2. 地域にとっての“日常”を旅人が共感・感動できる“異日常”に**
漁師の営みや発酵・保存技法、景観などの「日常」の価値を活かし、その地域にはそぐわない演出に頼るのではなく、生活・仕事のプロセスを旅人と分かち合えるコンテンツが地域のブランド化に寄与する。
- 3. 核となるコンテンツをスケールする**
地域の既存のコンテンツのなかでも、雑賀崎漁港の船上販売は唯一性が高く、エリアの核となるコンテンツとしてスケールできるポテンシャルが非常に高い。“食”や“体験”などの関連コンテンツの早期造成や浪早ビーチを含む田野漁港、周辺での取り組みへの効果波及も考えられるため、早急な着手を進める。

4. 熱量を持つキーパーソンを呼び込む

事業者がチャレンジしやすく、地域とのコミュニケーションが取れる環境を整備する。地域と事業者に寄り添い、持続的な関係構築を支援することで、地域の取り組みをリードするような熱量の高いキーパーソンに選ばれる地域を目指すと共に、地元住民を巻き込み、自分ごと化を促進する。

共創型の観光・体験を目指す上で 想定するターゲット

 探求心の強い旅行者 ありきたりな観光地の訪問ではなく、その土地の生活や文化に深く触れる、本物の体験を求める層。 地域住民との交流や、ガイドブックには載っていないスポットの発見に喜びを感じる。旅の記録をSNSで発信し、共有することで満足度が高まる。 オーセンティック体験 地域交流 隠れた名所	 食文化に関心が高い層 産地でしか味わえない新鮮な食材、特に国内では希少なエビや、独自の製法で付加価値を高めた「灰干し」など、漁師町の食文化そのものを楽しみたいと考える美食家。 調理法や保存技術にも関心が高く、産地から食卓までのストーリーに価値を見出す。 産地直送 伝統調理法 フードストーリー	 サステナブルツーリズム志向層 自らの旅行が環境保護や地域社会へ貢献することに価値を見出し、消費行動を通じて持続可能性を支援したいと考える意識の高い旅行者。 陸上養殖や環境に配慮した漁法など、サステナブルな取り組みに共感し、その体験や学びを求める。 環境配慮型 地域貢献 持続可能性
--	--	--

雑賀崎・田野エリアを中心とした地域のブランド化に向けて実施するアクションとロードマップ（案）

基本構想骨子案（未定稿）より抜粋

初期に考えるアクション

▼認知と集客

- ・「光とアートのイベント」「旨みカンファレンス」などの早期実施で認知と集客を獲得
- ・地域内外の機運醸成、認知拡大に向けた取り組み（カンファレンスや実証実験等）

▼ソフトとハード

- ・スケールできるコンテンツの検討（船上販売等）
- ・地域のハブ施設、若者が集まれる溜まり場づくり

▼地域と環境

- ・事業者がチャレンジしやすい環境の整備
- ・地域住民の巻き込み（自分ごと化）を促進

具体的な施策の例

▼ソフト

- 漁業＋観光＋食の共創モデルの確立
- 実証実験やイベント、ファムツアー等の実施
- ブランド化プロセスの情報発信（SNS等）
- 地域へのコーディネーター役の配置
- 地域ワークショップの継続開催
- 行政によるサポート体制の構築

▼ハード

- 雑賀崎漁港を“体験と食”を取り入れて再整備
- 主要地域を繋げる道の魅力化
- 観光案内所＋カフェ＋サウナ＋創造拠点の複合化
- 大規模な「溜まり場」＝ハブ施設を整備

第1フェーズ

▼概念

- 地域の魅力をコンテンツ化し、認知を拡大
- 地域資源を活用できるキーパーソンを呼び込む

▼方針

- カンファレンスやシンポジウムを開催し、ビジョンコンセプトの認知と浸透（呼ぶきっかけ）
- 第2フェーズで検討する施策の実証実験等を実施

第2フェーズ

▼概念

- 未利用・低利用資源、遊休不動産の活用
- コンテンツ力の拡大・イノベーションの推進
- 地域内外への経済波及性をつくる

▼方針

- 第1フェーズで実証した事業の落とし込み

第3フェーズ

▼将来ビジョン

- ・地域の営みを未来へ継承
- ・地域の持続と発展
- ・住民がこれまで以上に誇れる地域に
- ・和歌山市への来訪の目的地化
- ・熱いキーパーソン、民間事業者に選ばれる地域に

可能なものから民間投資の誘致を促進 → 地域の核となる誘客施設の運営へ
民間事業誘致に必要な環境整備（規制等への対応（都市計画・風致地区等））

2026

2028

2034

第三回地域ワークショップ

タイムスケジュール

- 18:30–18:50 (20分) ① オープニング (検討状況の共有)
- 18:50–18:55 (5分) ② ルール説明・役割分担
- 18:55–19:35 (40分) ③ グループワーク
- 19:35–19:55 (20分) ④ グループ発表 (全体共有)
- 19:55–20:00 (5分) ⑤ ラップアップ・まとめ

【今回のワークショップの目的】

今回のワークショップでは、前回みなさんから出していただいた
「この場所をこんなふうに使えたらいいな」
というアイデアをもとに、

「じゃあ、どうしたら実現できるだろう？」
をみんなで考えていく会です。

【どんなことを話すのか？】

- この場所を良くするために、**実現したいこと。**
- 実現するために**自分たちでできること**
反対に、地域だけでは難しいので、**外の力を借りたほうが実現しやすいこと**
- 地域と事業者と行政と、気持ちよく続けていくために、**無理のないやり方を考える。**

こういったことを、話しながら形にしていきます。

【目指すゴール】

- 「これは私たちでできそうだね」という**住民の役割が見えること**
- 「こういう事業者や専門家に来てもらえると良さそう」という**頼り方がわかること**
- 「ここまではOK」「ここは守りたい」という**地域の大事にしたいラインを共有すること**

難しいことを決めるのではなく、

“**自分たちのまちをどう育てたいか**”を、みんなで言葉にしていく会です。

ワークショップ中の約束ごと

1

人の意見を受け止める・否定はしない！

2

「どうすべき」や「一般的に」よりも、あなた自身の経験や考えをぜひ、共有してください

3

全員が気持ちよく話せるよう、ご配慮を！

振り返り ワークショップと有識者会議を踏まえて見えてきた 実現したいまちづくり

A案 「歩いて味わう、生活そのものが体験になる町」

海・山・街をつなぐ周遊ルートを整え、歩いて景色を楽しめる環境をつくることで、滞在時間と人の流れを生み出す。

(ワークショップでの意見) 海・山・街の散歩コースをつくりたい／道が壊れている、草が多くて歩きにくい／夕陽や景色のいい場所が活かされていない、ベンチや休憩できる場所やトイレがない／歩いて回れたら人の流れができる／カフェなどの「お金が落ちる場所」がない、老朽化した建物や山火事、地震が起きたときなど防災面で不安、夜の道が暗くて防犯面で不安

B案 「文化を守るために体験できる港町」

漁港や漁師さんの仕事を「見る」だけでなく、「乗る・学ぶ・食べる」体験に変え、地域にお金と関係性が残る仕組みをつくる。

(ワークショップでの意見) まちの漁師町文化を守りたい／獲るだけでなく「体験する漁業」に（漁師さんの船に乗る漁港体験や釣った魚をその場でさばいてもらえる体験、地域の寿司や料理を教えてもらう体験など）／見て撮って帰るだけでお金が地域に落ちない／漁業の担い手不足

C案 「暮らすように滞在する町」

空き家や静かな自然環境を活かし、観光客ではなく「しばらく滞在する人」を受け入れる。古民家を改装したりしてワーケーションなど仕事と暮らしが両立できる場所を目指す。

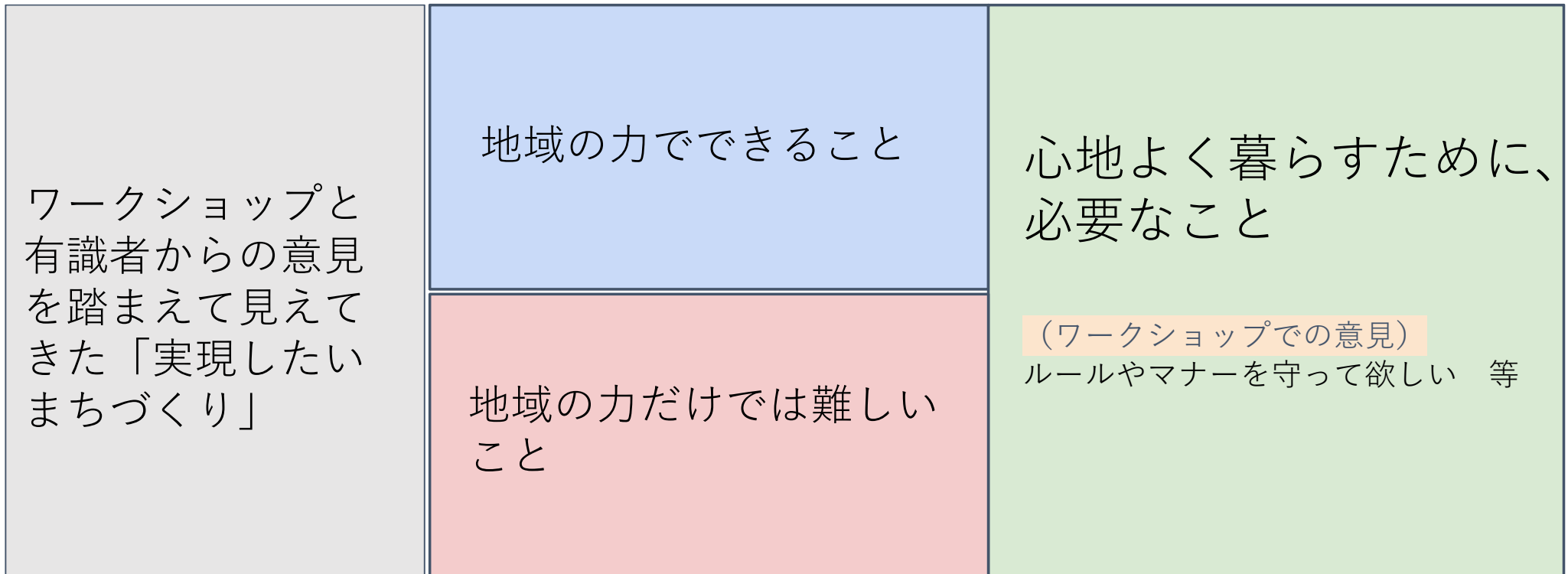
(ワークショップでの意見) 空き家を活用できないか／海に見える家に泊まれたらいい／海辺でリモートワークしたい／静かさや癒やしを売りにしたい／観光地のように騒がしくしたくない／

ワーク形式について_3分割シートを用いた構造化ワーク

第2回WSで抽出された地域の「具体的な場所と活用方法」を踏まえ、
構想策定会議で示された方向性に基づき、実現方法について議論を行う。

第二回で示された活用方法の実現方法について議論を行うことにより、地域住民の「当事者意識」を醸成していくことが目的。

- ・第2回WSで住民が提案した「場所×活用案」を、“どう実現するか”に変換する回
- ・「自分ごと化」し、役割・ルール・許容範囲を具体化する



手順①

A～C案を目指してできることをあげていく

地域のでできること = 青、地域のみだけでは難しいこと = ピンク、をそれぞれふせんに書き込む。

A案

地域のでできること

地域のみだけでは難しいこと (= 外の力を借りたほうが実現しやすいこと)

例) 草刈りや花壇の整備、店舗出店に協力的な姿勢、漁師町文化の魅力をアピール

例) カフェや飲食店などを増やす、崩れた道の整備、体験コンテンツの創出

手順②

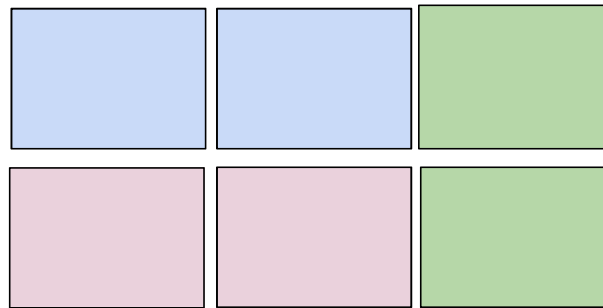
心地よく暮らすために、必要なこと

心地よく暮らし続けるために、地域で決めておきたいルールや、無理のないやり方をあげる = 緑のふせんに書き込む

心地よく暮らすために必要なこと



A案のまち



例)

- ・積極的なあいさつやコミュニケーション
- ・騒音を防ぐためのルールを決める
- ・訪れた人へゴミ出しのルールの共有
- ・景観を壊さないために