

## 府内市町村の動き



### 高槻市

■高槻市は、「ビデオ特派員養成講座」をスタートした。

これは、市民から希望者を募り、ボランティアのビデオ特派員として養成し、市のイベントや自然、歴史、文化などの記録を行ってもらうもの。全5回の講座を終了すれば、特派員としての活動を開始する。

市では、撮影した作品を市の広報番組で放送するほか、優秀作品は市のビデオライブラリーに登録し、一般への貸し出しを行っていく予定。



### 阪南市

■阪南市と同市商工会は、「阪南ブランド」の対象となる市内企業の募集を始めた。

これは、阪南市にゆかりのある製品や地場産業の特産品を「阪南ブランド」としてブランドマークを付けて売り出していくもの。

対象となる製品等を市役所などで展示したり、専用ホームページを立ち上げるなどし、府内市町村及び近隣府県へのPRを行う。

市ではこの取組を通じ、「阪南ブランド」を周知・浸透させ、地場産業の活性化を図りたい考え。



### 岬町

■岬町は、総合的な環境保全に向けた取組を始める。

地球温暖化防止に向けて町役場から排出されるCO<sub>2</sub>を大幅に削減するため、重油を使用している現在の冷暖房設備を更新する。

また、海の水質悪化を防ぐため、漁港を有している小島地域に漁業集落排水設備を整備し、生活

排水の漁場等への流入を防止し、町のシンボルでもある「きれいな海」を将来への財産として引き継いでいく方針。

町ではこれらの取組を通じ、住民の環境への関心を高めたい考え。



### 河南町

■河南町教育委員会は、4月に、「いじめ防止標語」の優秀作品を発表した。

これは、全国的にもいじめが原因で自殺が相次ぐ中、いじめは絶対に許されないとの認識を深め、いじめをなくす実践力を養うために、町内の児童・生徒から募集したもの。

優秀作品は町立小・中学校の教室に掲示する。

町では、いじめ防止の教材にも活用していく予定。

## 全国の市町村の動き

### 宮城県白石市

- 白石市は、定住促進奨励金制度を創設した。  
これは、定住を目的として土地を取得し、家を建てた人に、市が奨励金を交付するもの。  
市外からの転入者だけでなく、すでに市内に住所を有する人が市内の別の場所に転居した場合も対象となるのが特徴で、近隣都市部への人口流出の防止も目的としている。  
市ではこの取組を通じて、定住促進と地域活性化を図りたい考え。

### 福井県鯖江市

- 鯖江市は、6月に、「鯖江メガネファクトリー」を市のホームページ内に開設した。  
これは、地場産業である眼鏡産業を広くPRするためのもので、地場産業を陰で支える職人に光をあてて、インタビュー形式により紹介していく。  
ホームページの製作運営に当たっては福井県内の大学生と連携して行っており、一般の閲覧者にとって親しみやすいサイト作りを目指している。  
市ではこの取組を通じ、産地及び産地商品のイメージアップと併せて、職人の地位向上と今後の後継者不足解消を目指したい考え。

### 埼玉県草加市

- 草加市は、転入届を提出する人に草加せんべいの配布を始めた。  
これは、多くの人に市のことをより身近に感じてもらおうと、草加せんべいの由来やせんべい店の位置がわかる「草加せんべいマップ」とせんべい1枚を入れたパッケージを配布するもの。外国

籍の転入者向けパンフレットは英語で書かれている。

市ではこの取組を通じ、地場産業のPRにつなげたい考え。

### 静岡県浜松市

- 浜松市は、市のマスコットキャラクターに、赤塚不二夫氏原作の漫画「天才バカボン」に登場する『ウナギイヌ』を選定した。  
マスコットキャラクターの選定にあたっては、  
1. 浜松をイメージさせるキャラクターであること  
2. 子供から大人まで多くの人に親しまれ、愛着を持たれるキャラクターであること  
3. 全国的な知名度や認知度のあるキャラクターであること  
などを条件として行われた。

マスコットデザインにあたっては、基本形のほかに、市のブランドイメージとなっているバイクとピアノを用いたものと、同市と周辺市町村にまたがる浜名湖でヨットに乗っているバージョンの4種類がある。

市では、職員の名刺にも掲載するなど、PRに積極的に活用していく予定。

