4 町民とかなえる10年プロデュース

重点戦略

真の基山力（協働）を発揮する10年に。

［K-プロ］

～きやまが　かわる　10年プロデュース～
「Kiyama」　「Kawaru」

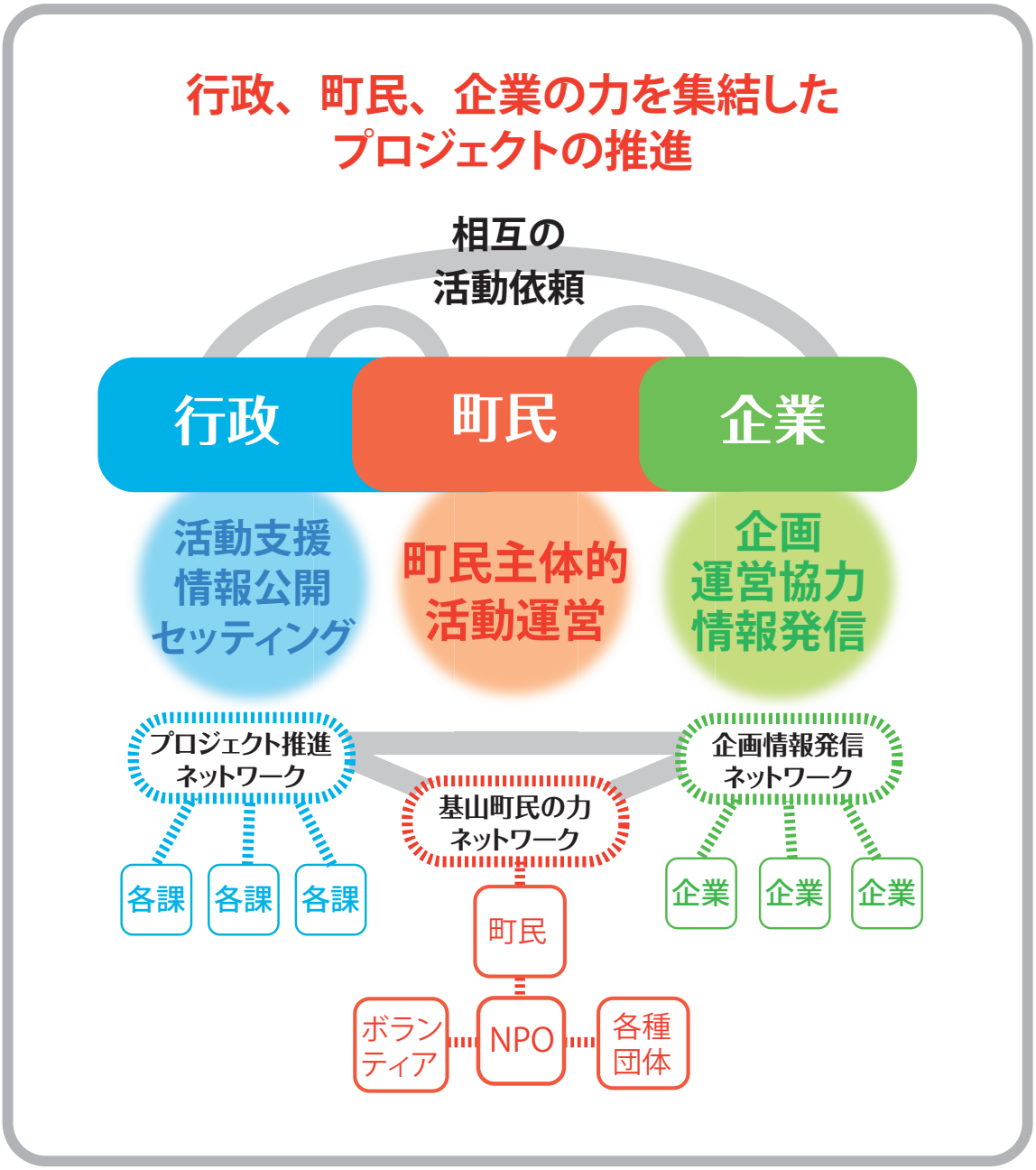
今、町民は変革を求め、自らも変わろうとしています。その動きを町全体の気運に高め、行政も町民も「今、自分たちが基山の未来を動かしているという実感」を得ることのできる真の協働の10年、「目に見える変化」を遂げる10年にしていくことが重要です。

これからは、真の基山力（協働）でまちづくりを成功させていく時代です。業務の進捗や評価についても「目に見えるもの」にしていくことで、行政職員のモチベーションを向上させ、町民の達成感や団結力につなげ、町外からも協力者を増やし、様々な方面から基山町によりよい意見を取り込むことのできるしくみにする必要があります。

そのためには、人の動きや町の動きが見える、進捗や達成が見える、「変化が見える10年」にしていくことが最も重要です。基山町は「Kプロ」～きやまがかわる10年プロデュース～を立ち上げ、目に見える３つの戦略のもと、5つのプロジェクトを展開していきます。

K－プロ推進体制のイメージは右図のようになります。

［Kープロ］推進体制イメージ図



目に見える3つの戦略と5つのプロジェクト

1 目に見える「ひと」づくり

「ひと」は基山の宝。基山町のすべての町民が豊かな可能性をもつ存在として尊重され、一人ひとりがそれぞれの役割を担う大切な財産であるとの認識のもと、基山町で暮らす人たちがいきいきと活躍し、それが目に見える「ひと」づくりを行います。

基山アカデミック（教育）プロジェクト

基山 SGK（すごか）プロジェクト

2 目に見える「価値」づくり

新たな基山町の価値やブランドの構築を進めることは、そこに暮らす人や企業、暮らしそのものの価値を高めることにつながります。民間の力を借りながら、基山町のシティプロモーション活動に積極的に取り組み、交流人口、定住人口の拡大につながる目に見える「価値」づくりを行います。

基山定住サプライズプロジェクト

基山ブランディング※プロジェクト

※「ブランディング」
ブランドとして認識されていないものを価値のあるブランドへ育てあげるための活動

3 目に見える「評価」システム

本計画を確実に実行するためには、開かれた情報公開とともに、誰もが達成状況を確認できる評価システムが必要です。PDCA（Plan－Do―Check―Action）のサイクルにより、施策の実効性を高める好循環の構築を図り、住む人にも訪れる人にも満足度の高いまちをめざします。そのため、住民満足度調査により数値目標を具体化していきます。

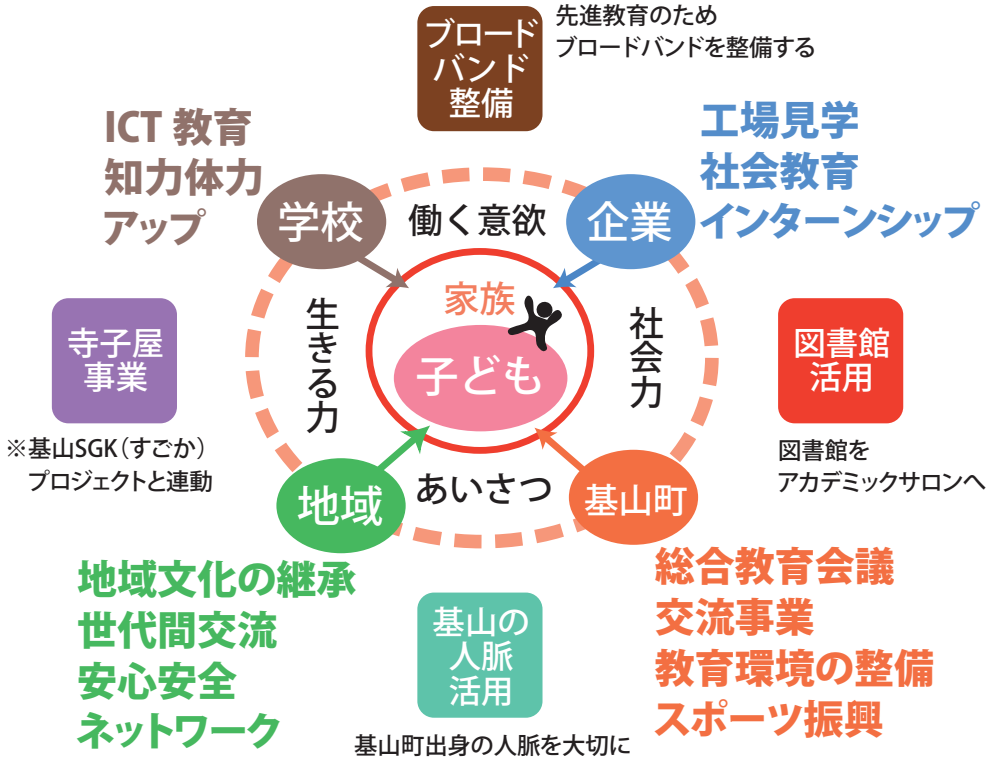
基山満足度プロジェクト

目に見える「ひと」づくり

あらゆる方向から基山の子どもたちの総合的な教育力の向上に取り組む

基山アカデミック(教育)プロジェクト

基山町の豊かな自然環境のなかで、地域ぐるみ、社会総がかりで、総合的な子育て・子育ち環境を整備することにより、子ども・若者が自立心や社会性を培い、これからの地域社会を担っていけるよう、県内 No.1 の総合学習力の推進をめざします。



基山町が考える総合教育

学力	体力	創造力	あいさつ	働く力	生きる力
思いやり	自然体験	感性	知恵	コミュニケーション	郷土愛

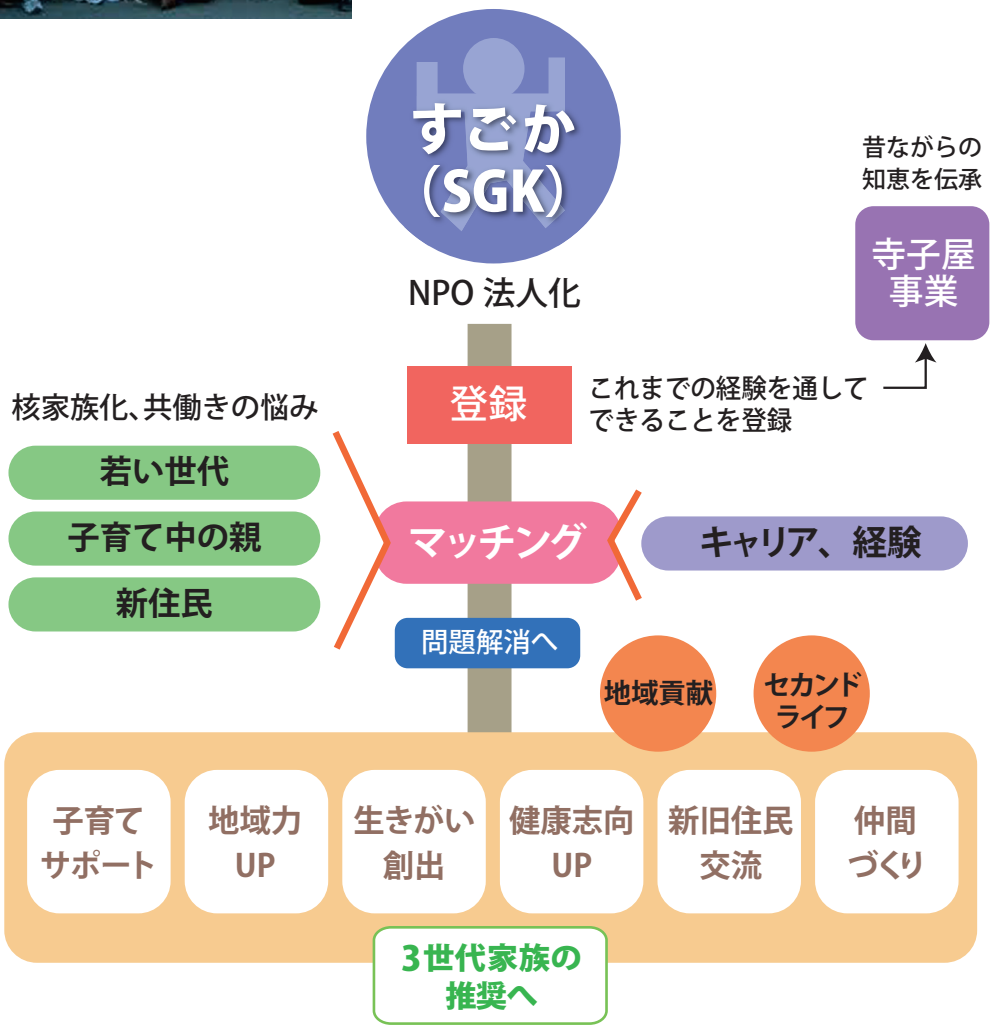
基山の idea (「基山の知恵 Cafe.」参加者の声)

子育て世代を対象とした政策が必要／最新教育（タブレット導入など）／基山宿泊＋ＬＡＢ学生へ／子育てに「金」と「人」をつかう／基山町子育て応援宣言／子どもの五感が育つまち／子育て日本一めざせ／やっぱり子どもは大切。みんなで守り、子育て楽しむ／子どもの学力向上をめざし全国的に有名校にする／外で遊べる安全なまち／新しい図書館＝アカデミックサロン／ブロードバンド

基山町の経験豊かなシニア層を最大限に活かす人材登録制度をつくる

基山SGK（すごか）プロジェクト

基山町の宝でもある経験豊かなシニア層を「す（Su）ご（Go）か（Ka）」として登録し、子育て世代へのマッチング、地域力の底上げを図ると同時にセカンドライフにおける地域貢献と生きがいの創出、健康志向の引き上げをめざします。



基山の idea （「基山の知恵 Cafe.」参加者の声）

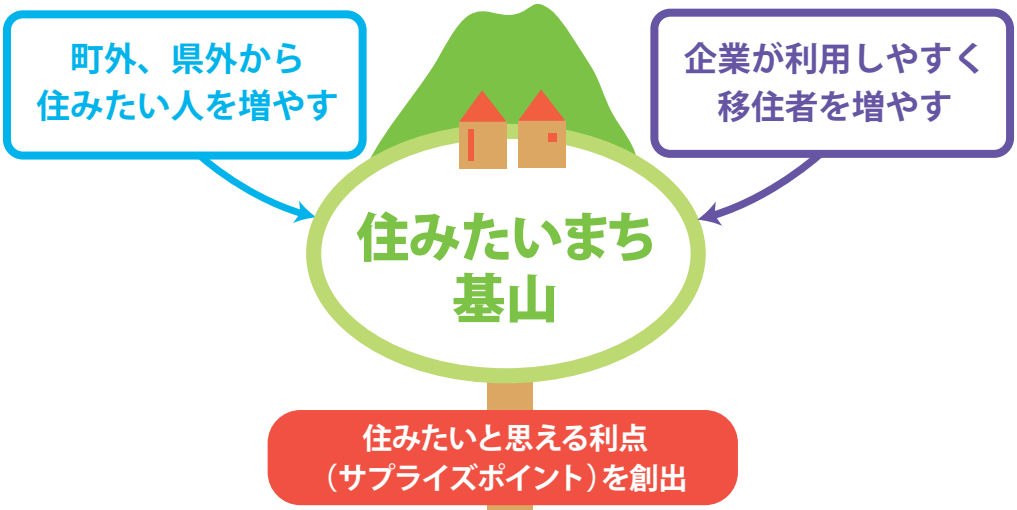
SGK と寺子屋制度は是非やりたい／シニア世代の「マンパワー」活用しないのはもったいない！！／シニアの宝（技術）の掘り起こし／シニアの結束と推進／シニア世代→ボランティアの活動→有効活用する…知恵／プチ就労／ 3 世代世帯を増やす／高齢者向け住宅／シニアはお金がかかるというイメージを払拭／基山はシニアが元気＝PR ／子育て世代とシニアをマッチング

目に見える「価値」づくり

住みたいと思えるサプライズポイントを強化した定住プロモーション

基山定住サプライズプロジェクト

基山PA、基山駅など集客力のある地から徒歩15分圏内をターゲットとし、大規模な地域資源の見直し、未活用地の検証を行い、ニーズに沿った各種の住機能を整備し、「住みたい、あこがれのまち基山」の創出をめざします。



利便性の高い まちの顔づくり

集客地から徒歩15分圏内の魅力づくり

- ○基山 PA
- ○基山駅
- ○けやき台駅

町内外にもっと 循環するまち

コミュニティバスなど効果的運用サイクル

- ○町内外循環ルート検討
- ○運行形態の検討

子育てしやすい 教育力の高いまち

子育て応援のまち総合教育力アップ

- ○子育て情報の発信

※アカデミックプロジェクトとの連動

基山の idea （「基山の知恵 Cafe.」参加者の声）

すでに人が集まる場所『基山 PA・駅前』の活用／基山 PA は全国の人が基山を知れる場所／駅前開発重要／（町外企業の意見）近い将来にでも「働く人に優しい町」（コンビニ・ＡＴＭ・カフェ・バス）となってほしい。従業員の満足度＝会社の満足度につながる／駅を起点に循環バスを／空き家対策／駅前にマンションを／子育て世代の定住には教育と小児科／ラッピングバス

基山町の地域ブランドを確立し、発信力のある基山を育てる

基山ブランディングプロジェクト

モノに限らず、体験やステイタスなど、あらゆる分野から基山町産業振興協議会を中心に基山独自のブランドになる素材を磨き上げ、基山町の価値を高める動きをバックアップし、町の活気とうるおいの創出をめざします。

基山町の地域ブランドを確立

- 基肄城などの史跡
- 大興善寺のツツジ・紅葉
- 恋人の聖地
- ラーメンなどB級グルメ
- 基山PA
- 森林資源
- 美味しい米
- 先進企業
- 元気シニア
- 草スキー
- 交通拠点
- 神社仏閣

↑ 住民の誇り
↑ 外からの魅力
↑ 企業イメージ
↑ 町の存在感
↑ 産業創造意欲
↑ 町内消費額

＋

効果的なイベントとの連動

ターゲット戦略
短期的・長期的戦略／小規模・大規模戦略
町内へ向けて家族で楽しめる行事化

民間力の投入

ブランディング
○特産品・商品開発
○PR戦略

おもてなし力
○トイレ環境整備
○ウォーキングマップ
○町内サイン

基山のidea（「基山の知恵Cafe.」参加者の声）

農作物のブランド化／神社、大興善寺など（お寺、神社）のＰＲをもっと／基山のシンボル化を推進／「外から見た基山町の魅力」を意識する／基山町にしかないものをつくる／ B 級グルメの開発／女性起業家をよぶ／『きやまん弁当』／基山の一番をつくろう／基山にお金をおとしてもらう／きやまんと行く工場見学／ PR 行動隊の結成／婚活イベント・名産を民間と一緒に

目に見える「評価」システム

町民満足度の高い基山町へ向けて

基山満足度プロジェクト

本計画では、これまで計画の進捗状況としてしか評価ができなかった達成度について、町民の実感に基づく指標のもとに数値目標化し、目に見える評価基準をつくるために、中間年にあたる平成32年にも町民満足度調査の実施、公表、検証を行い、満足度の高いまちをめざします。

町民満足度調査とは　基山町が行う事業などに対し、町民がどの程度満足と感じているか、また、重要と感じているかを把握し、その結果を行政評価などに活用し、行政サービスの改善に資することを目的に調査を行うものです。

PDCAの流れ

Plan：総合計画 ▶ Do：プロジェクト施策実施 ▶ Check：満足度調査 ▶ 調査結果の公表 ▶ Action：見直し改善

見える評価基準	満足度指数（例）	70	目標値 90

■目に見える行政の変化が満足度につながる■

行政目標

～変化を恐れず三歩前へ！基山の満足度を引き上げる経営集団へ～

住む人にも訪れる人にも満足度No.1のまちをめざしていくためには、行政が経営視点で満足度を引き上げていく必要があります。高い自治能力を発揮していくためには、町民と職員の信頼関係を構築し、自ら地域へ赴き、現場の声をひろい、前に出る姿勢をもつことが大変重要です。長期的な満足度に関わると判断される事例には、変化を恐れず、満足度の実現のために具体的な行動を起こします。

基山の idea（「基山の知恵 Cafe.」参加者の声）

住民の満足度をあげる／行政が積極的に!／基山町在住者の１人１人の願いをしっかりくみ取って頂ける行政を!／希望を持てる行動を／だいじなこと　この知恵をカタチにすること　これはきやま愛／目標設定したら　実行チェック　対策　進捗率の確認