

燕ジョイ活動部ワークショップについて

1.目的

行政運営の最上位計画である総合計画の策定にあたり、燕市の現状の課題やあるべき将来像などについて住民の声を拾い上げ、意見が集中する分野を明確にするとともに、出された意見やこれまで各部局から報告があった課題、第2次総合計画の総括等とあわせて第3次総合計画の素案作成に活かすことを目的とします。

2.参加者

燕ジョイ活動部のうち積極的に活動に参加する9名（19歳～25歳）

※うち地域おこし協力隊 3名

【アドバイザー】

- ・新潟大学 穴戸教授
- ・新潟工科大学 樋口教授

■燕ジョイ活動部とは？

18歳から29歳までの次代を担う若者（学生・社会人）で構成。「自由でいいんです。」を合言葉にアイデア出しから、アイデアを形にするまでのプロセスを学びながら、様々なまちづくり活動を行っています。メンバー自らが感じたことを楽しみながら様々なアクションを企画し実行していくチームです。

<最近の主な活動内容>

- ・大河津分水通水100周年 Twitter川柳コンテスト
- ・スワロー号まちあるき

3.実施日

- ①11月15日（月） 18:30～20:00 会場：燕市役所
- ②11月25日（木） 18:30～20:00 会場：燕市役所

4.進め方

- ①市から、燕市総合計画や中間評価で露になった課題などを説明。
- ②WS1：プレストで「燕市の強み・弱み」、「現状の課題や不満」を出し合う
- ③WS2：上記についての改善策などの意見出し
- ④WS3：各グループのテーマ決め
- ⑤WS4：10年後の自分を想像し、「どんな燕市であってほしいか」、そのために、「今何をすべきか」を検討
さらに、**燕ジョイ活動部としての今後の活動目標も定める**
- ⑥WS5：まとめシートの作成

ワークショップ報告①「燕市の強みと弱みについて」

燕ジョイ活動部ワークショップで出た「燕市の強みと弱み」について、意見が集中した部分をピックアップしました。

燕市の強み

食

ラーメン店が
充実

背脂ラーメン
おいしい
有名

おいしい
ごはんやさん
多い

技術

工場・職人が
多い

企業の
技術力高い

自然

自然が多い
自然が近い

その他

若者政策・県外への学生支援や
デマンド交通など新たな政策
(行政)

若い人が商店
街を盛り上げ
ている

燕市の弱み

公共施設・道路

夜の道が
暗い・
街灯が少ない

歩道がない・
歩行者に
優しくない

消雪パイプが
少ない

交通

電車の本数
少ない

バスが少ない

発信力

たくさんの製品が世に出回ってるの
に、ブランド名・メーカー名を見ても
燕市と分からない…

技術はあるが発信力が弱い
(行政・メーカー共に)

商業

デパートが
少ない

ワークショップ報告②「若者のまとめ資料」

燕ジョイ活動部自身が、燕市の強み・弱みを踏まえた上で「今すべきこと」をまとめました。

グループA

■ テーマ/PR・まち ■ キャッチコピー／はじめましてと久しぶりがあたり前に

◎ 数年後の燕市の理想像

- ★ ラーメン目的の観光客を増やす
- ★ 最終的にラーメン以外の燕のグルメや食品を知ってもらう
- ★ 世界中の人が「燕製品」
Made in Tsubameを認知
➔ 日本全国の飲食店で燕製品を使ってもらう

◎ そのために今からできること

- ★ 各ラーメン店がSNSとHPで発信
- ★ 燕製品の総合HP作成
- ★ 燕製品と食品のハッシュタグをつかってSNSでPR
- ★ 市民のオススメ店冊子 など

◎ 左のうち燕ジョイ活動部で取り組むこと（できること・すべきこと）

- ① SNS開設のサポート（若者力）
- ② 燕のラーメンサイト開設
- ③ 燕ジョイのラーメンレビュー冊子の作成
- ④ 共通のハッシュタグでPR
- ⑤ 上記のことを燕製品でも実施

グループB

■ テーマ/食・発信 ■ キャッチコピー／#Tsubame を世界へ

◎ 数年後の燕市の理想像

- ★ 生活しやすいまち
- ★ 市全体がキラキラ輝き
くいだしたくなるようなまちに
- ★ 誰もが知り、訪れたいまち

◎ そのために今からできること

- ★ 工場団地の実態を見に行く
- ★ 燕の製品を調べる
- ★ デザイン・PRのプロに相談
- ★ 工場の方に相談
- ★ 工場団地の統一看板・マップ作成
- ★ SNSでの魅力発信

◎ 左のうち燕ジョイ活動部で取り組むこと（できること・すべきこと）

- ① 実態を知る（工場の見学）
- ② 統一感あるまち（工場団地）にするためプロに相談
- ③ 若者による工場団地のPR
- ④ Instagram・TikTokで魅力発信
更新頻度を上げる

燕ジョイ活動部ワークショップまとめ

1. 若者からの提言…情報発信（シティプロモーション）

- (1) 両チームともテーマを「PR」・「発信」と市の情報発信関連とし、発信する内容は「食」・「ものづくり」です。
- (2) 燕市の弱みと捉えている「情報発信」を強化し、燕市の強みと捉えている「食・ものづくり」を更に伸ばすという計画です。

- 若者は「食」・「ものづくり」等、燕市のコンテンツを魅力に感じ、全国に誇れるものと捉えている。
- 一方、両チームともに情報発信を選択するということは、燕市が発信している内容は若者には届いていない。
- 情報発信手段が多様化する中、若者を対象とした情報発信が重要。
 - ・ 市の情報発信が若者にしっかりと届く仕組み（更なるシティプロモーションの強化）
 - ・ 若者自らが燕市の魅力を発信する仕組みも必要（情報発信の戦略性も強化）

2. 燕市の弱み…公共交通（移動手段）

- (1) 若者が燕市の弱みと捉えている分野として「公共交通の脆弱さ」に意見が集中した。
→ 県内他市に比べ、優位にある現在の燕市の公共政策も、若者には伝わっていない。
- (2) 一方、新潟市・長岡市及び首都圏へのアクセスが容易と、県央に位置することを「強み」と捉えている。

- 自家用車を持たない学生は外出時に不自由を感じている。
 - ・ 学生タクシー、きららん号学割、駅と高校を結ぶ通学ライナーなど若者向けの交通政策充実
- 立地を活かし、新潟市等へのアクセスを更に容易にすると若者が魅力を感じる街になる。

3. 燕市の強み…若者政策

- (1) 「若い人が商店街を盛り上げている」という意見あり。
- (2) 「コロナ禍での学生支援」などは若者から評価を受けている。

- 若者が活躍しやすい環境づくり、若者への支援策の充実が今後も重要。
 - ・ 若者会議、燕ジョイ活動部、燕市役所まちあそび部の活動支援の更なる拡充