

(仮称) 桐生市まち・ひと・しごと創生総合戦略全般に対する意見・提言要旨【関係団体等】

<まちづくり関係団体>

- ・東京で相席居酒屋というのを見た。桐生もお店にお願いして婚活を進めてはどうか。
- ・動物園や遊園地に若い人はこない。桐生には山や水といった環境があるため、山でモトクロス、梅田湖でジェットスキーなど行い、若い人を呼び寄せる。
- ・働くのは製造業が多い。新しい企業は増えていない。企業の誘致をして、給料を上げないと駄目。
- ・1千万円のマフラーは無理だが、100万円のマフラーなら作れる。安物ではなく、高級なものを世界に売っていく。桐生はマフラーの街を作ったらどうだろう。
- ・織物屋さんが代々木競技場で行われた rooms に展示したが、イベントには5年は出ないと駄目。企業への補助は1~2年だが、最低でも3~5年の支援が必要と考える。
- ・対策は定量的な裏付けや、短期・中期・長期の設定が必要。働かなくても、桐生に住んでもらうだけでもいい。
- ・企業への支援が重要。企業をおさえないと駄目。流出を防ぐ。
- ・コンパクトシティを本町4丁目にもってくる。それを考えながらやらないと駄目。

<若手事業家等>

- ・ものづくりの技術(繊維関連からきている)、群馬大学との連携のアドバンテージを生かす。経済が回らないと活気が出てこない。
- ・本町1・2丁目の重伝建地区で本通りに面していない路地裏の活用、本町通りに店舗等構えるのではなく“住む”といった視点も必要。
- ・空き家等を紹介するといったただのマッチングでは難しいので、「職・住・縁」をパッケージとして生活設計を描く必要がある。キーワードは、収入と社会参加。地区の活動が盛んで自治組織等の体制も整っており、これを進化させても面白い。

- ・建物を貸し出す際に、所有者に委ね過ぎているので、立ち退くときの原状回復といった条件を排除して借り易くするといった条件緩和が必要。
- ・桐生は平坦部が市街化区域、10万人がある程度密集している、ローカル新聞も存在、情報の起点となりやすい（情報が拡がりやすい）。高校生も多く、マーケティング環境は整っている。新たな事業を始めやすい、試しやすいのでは。“スタートは桐生で”といったビジネスモデルを構築してはどうか。
- ・山紫水明、医療、福祉、学校等インフラが整備されている。車がなくてもある程度の移動は可能。大企業誘致といった発想よりも、バーチャル的な視点でネットワークの活用がキーになる。
- ・後継者不在で老舗といわれている店舗等が、今の代で終わってしまうところが見受けられる。血縁にこだわらず、市で後継者を一般公募する「平成の丁稚制度」のような方法も。
- ・まちづくり会社や市民ファンドのようなものを作って、桐生に投資してもらおうといった発想も面白いのでは。
- ・山、川など自然環境も良い、保育園も空いている、東京も近い、若い人の活動も盛んであるにもかかわらず人が来ないのはPR不足なのではないか。六本木、二子玉川、恵比寿、自由が丘等でPRが必要。
- ・出生率の向上を目指した子育て環境整備はどこでもやっているし、出生率自体を上昇させることは地方では困難。都会から元気な高齢者を呼び寄せ、高齢者に特化したベッドタウン構想はどうか。都会の人は疲れているし、子供を育てにくい環境にあるので、高齢者が移住すると孫等の面倒をみてもらうため、その子供や孫まで移り住む可能性がある。
- ・桐生から都心へ通って生活するパターンを、モデルケースとして発信してみてもは。
- ・桐生は介護サービス水準が高いことを生かし、市が事業所と契約し、全市的にヘルパー等を派遣するシステムを考える。介護にかかるお金を10万円以下にする。
- ・高齢者が住みやすいまちづくりが必要。（高齢者が住みやすいということは子供も住みやすい）
- ・子供を産みやすい環境整備といった視点も必要。企業の協力を得て、8時間以上は働かなくて済む仕組みづくりなどによるワークライフバランスの確保。
- ・養護学校の子供などに仕事を創出するためのテレワーク環境の整備等も考えてみてはどうか。