

「和歌山県・紀の川市」シティプロモーション プロジェクト発足！

『^す住いも^{あま}甘いも紀の川市』

和歌山県紀の川市（市長：中村慎司）は、紀の川市の交流人口の増加及び移住定住への関心の促しに向け、本市へのファン化を目指したシティプロモーション「住いも甘いも紀の川市」を実施いたします。

市内外に向けた情報発信を行っていくためのブランドコンセプトとして、紀の川市の強みでもあり、シティプロモーションの軸となる「フルーツ」。また、住みよいまちであることのPR、移住・定住の要素も踏まえた「住」。「魅力あるフルーツがある」「住みよいまちである」これら2つの押しどころを印象に残るフレーズとして組み合わせ「住いも甘いも紀の川市」としました。



- イチジク
- かき
- もも
- はっさく
- キウイ
- いちご

フルーツキャラクター
「紀の川ぶるぶる娘」でも表現される市特産の
6つのフルーツを図形化してロゴに取り入れました。



紀の川市は、市民の希望をかなえ、子育てしやすく、安全安心で暮らしやすい地域づくりを進めるとともに、交流人口の増加から移住等の促進など、人の流れと働く場づくりに取り組みます。また、それらによって出生率の向上を図り、社会減を是正することにより将来展望人口45,000人（2060年）を達成することをめざします。将来にわたって年齢構成のバランスを維持し、活力を維持する持続可能な「強い」紀の川市づくりを進めます。

それに向け、「地域資源を活かした魅力あるまち」「魅力ある仕事・職場のあるまち」「若い世代から選ばれるまち」「安心安全で暮らし続けたいまち」の4つの基本目標を軸に、フルーツ産地としての競争力強化や就農支援、子育て教育環境の整備など様々な取り組みを行っていく予定です。

今後も「魅力あるフルーツがある」「住みよいまちである」紀の川市の取り組み情報を継続的に発信していきます。

■『住いも甘いも紀の川市』 シティプロモーション取り組み例

地域資源を活かした魅力あるまちをめざします

1年中がフルーツの収穫期の「フルーツ王国」
フルーツの販路開拓や地域活性化に取り組んでいます。

- フルーツの産地としての競争力強化
 - ・豊富なフルーツのさらなる高付加価値化、ブランド化
 - ・県との連携による柿・桃の県オリジナル品種の育成（柿・もも研究所）等
- 包括連携協定を結んでいる近畿大学との取り組みにより近畿大学水産研究所での紀の川市産フルーツの提供
- アライアンスパートナーであるpeach aviationのリソースを活用したマーケット調査の実施と本市の認知度を高めるプロモーションの展開
- 紀の川市産のフルーツを使ったコールドプレスジュースをKANSAI COLLECTION2016のモデルに提供する等若い女性層へフルーツの魅力と可能性を発信。



魅力ある仕事・職場のあるまちをめざします

魅力ある農業の実現に向けて、農業経営基盤の強化や人材・担い手の育成に取り組んでいます。

- 農業経営基盤の強化
 - ・関西空港へのアクセスの良さを活かした海外への販路拡大
 - ・日本有数の売り上げを誇る「めっけもん広場」など、産直施設への誘客増加の取り組み強化を通じた販売農家の収益増加
 - ・安定した農業経営のための共同化・法人化による経営基盤強化支援
 - ・農家ジェラートなど6次産業化推進による働く場の拡大・充実等
- 人材育成・担い手育成
 - ・農家後継者育成、世代交代サポートのための就農支援や情報提供、研修などの実施。
 - ・都市圏での就農セミナーや移住相談会等の開催
 - ・年間300人以上の認定農業者



若い世代から選ばれるまちをめざします

本市で子育てがしやすく、暮らしやすい環境づくりを進め、若い世代から選ばれるまちづくりを進めています。

- ・地域にバランスよく配置された学校、ゆとりある教育。全校普通教室冷暖房完備（平成29年度末）。学校耐震化100%
- ・学童保育が市内10か所にあり、うち2か所は施設改修、専用施設を整備
- ・3歳以上の待機児童ゼロ。中学校まで医療費無料。
- ・フルーツ給食など、地のものを活かした取り組みの実施。近畿初の「食育」宣言のまち

