

平成29年度ふるさと応援事業

【資料5】

(単位:千円)

	事業年	事業名	事業概要	H28年度 交付額	H29年度 交付決定額
1	2年目/3か 年	KIZU-NA紡ぐプロジェクト	木津川市で生まれ育った人だけでなく、木津川市に移り住んだ人にとっても木津川市が楽しく安心して暮らせる「ふるさと」とするため、子育てに係る事業や子育て情報の発信に取り組む。	2,500	1,500
2	2年目/3か 年	キチキチプロジェクト	旧商工会跡を、新しい事業や活動を考えている市民(グループやNPO団体)の情報発信基地として活用する。具体的には子育て世代のミーティング広場、アーティスト活動の支援、地域の特産物・農産物のPRアンテナショップ、基地を持たないグループの会合場所などに取り組む。	2,500	1,500
3	2年目/3か 年	南加茂台発きづがわ魅力発見・発信事業	放置され荒廃化する竹林を間伐する整備活動など環境問題に取り組む。あわせて、『竹を食べて放置竹林を無くす』を合言葉に「筍お焼き」や「筍スルメ」等の加工品を製造販売するとともに、南加茂台地域の「かもめの台所」を地域コミュニティ拠点として、竹の器を使つてのカフェやランチを提供する。	2,500	1,500
4	2年目/3か 年	梅谷から魅力・情報発信事業「梅谷カフェ」	旧梅谷集会所で、観光客への案内・パンフレット設置・お茶接待、ワークショップ、勉強会、ライブなどイベント、地域産品の委託販売や農業体験、地域産品を活用した週末カフェを開催し、地域の活性化や交流人口の増加に取り組む。	2,500	1,500
5	2年目/3か 年	きっと見つかる「木津川婚パ」	結婚への意欲を持った独身男女の出会いの場の提供等を通じて結婚活動を支援する。具体には、独身男女の出会いの場を提供するため、様々な婚活事業を実施する。	1,420	1,500

(単位:千円)

	事業年	事業名	事業概要	H28年度 交付額	H29年度 交付決定額
6	2年目/3か 年	南山城古寺巡礼秘宝バスツアー	南山城地域には、奈良時代や平安時代に創建された古刹や国宝及び重要有形文化財などが、かつての姿をそのままに先人から受け継がれ、地域の「宝」(＝観光資源)として数多く点在しており、これらを巡るバスツアーを定期的実施し、交流人口の増加による本市を含む南山城地域の活性化を図る。	2,500	750
7	2年目/3か 年	地域の学校を拠点にした大学生・高校生・地域住民の協働による地方創生	南陽高校をはじめとする市内の学校において、地元の活性化を学び、実践する教育に大学生が参画することにより、学校教育への地域リソースの活用を学ぶとともに、地元学生のまちづくりへの関心を惹起する。	2,000	1,500
8	2年目/3か 年	加茂駅KIOSK跡地に「観光案内所と情報提供」の仕組みづくり	加茂駅KIOSK跡地に、常設の「観光案内所」を設け、観光客に観光案内サービス等を提供する「仕組み」をつくる。	2,500	1,500
9	2年目/3か 年	山城ごはん(サイト維持管理及び流通体系確立事業)	既存の店舗型直売所に来店することが困難な消費者をターゲットとし、市内農家を中心とした山城地域の農家による農産物(加工品含む。)の通信販売サイトを開設し、独自の集出荷・配送システムによる通信販売事業を展開する。あわせて、既存のサイトとの差別化を図るため、農業体験や料理教室を開催する。	1,400	1,500
10	1年目/3か 年	当尾地域での農小屋を活用した加工場事業	当尾地域の農産物生産者が、廃棄処分となっている残品も使い、付加価値のある商品を生み出すため、現在の農業用倉庫の2階部分を農産物加工場として整備することで、この加工場での生産工程を通して、地域内での人と人のつながりづくりだけでなく、当尾の郷会館で開催される地元主体イベントでの賑わいづくりや、他イベントへの出店により、当尾地域の魅力を、食を通じて発信していくもの。	—	2,500

(単位:千円)

	事業年	事業名	事業概要	H28年度 交付額	H29年度 交付決定額
11	1年目/3か 年	商工会青年部によるタケノコバーガーのご当地グ ルメ化事業	山城町商工会青年部が考案した地元食材「たけのこ」を使った「たけのこバーガー」につい て、現在は、商工会青年部がイベントを中心に来店しているものを、日常的に食することので きる、地元商店づくりにより、地元素材の消費をはじめ、全国的に、たけのこバーガーの認知 度を高めることで市のPRにつなげる。 なお、この事業のキックオフとして、3月19日の市制10周年イベントで、直径1.5mの巨大タケ ノコバーガー作りに取り組んだ。	—	2,500
12	1年目/3か 年	上粕茶業者によるお茶産業活性化事業	上粕茶問屋街の茶師を中心に茶業者有志による新たな茶業振興を図る。 来年度がお茶の京都ターゲットイヤーということもあり、1件の茶商では新たなチャレンジがし にくい、茶業組合では組織が大きすぎるという現状の中で、若手茶師が、今後のリーフ茶の需 要掘り起こしにチャレンジする。	—	2,500
合 計				19,820	20,250