

ビジョン	取組方針	取組の方向	R4 トライアル活動	R5 トライアル活動	その他
1. 多様な人が暮らし続けられるまち	高齢者 高齢者が安心して暮らせる環境の整備	1. 支え合い等による日常生活の利便性の向上 2. 高齢者のいきがい・居場所づくり	あおぞら市場 in 緑道	あおぞら市場 in 緑道	地域子ども食堂
	子育て世代 子育て世代にとって魅力ある環境の整備	1. 地域一体での子育ての仕組みの構築 2. 多様な働き方ができる環境の整備	こどもマルシェ	こどもマルシェ	地域子ども食堂
	次世代 若者が東部地域に愛着を持てる環境の整備	1. 地域の知り合いづくりの機会の創出 2. 地域を学ぶ(知る)・参加・提案する機会の創出	こどもマルシェ	こどもマルシェ 東部地域イメージアッププロジェクト中学生の郷土愛を醸成	地域子ども食堂
	交流 世代・国籍を越えた住民交流の促進	1. 世代を越えた住民の交流機会の創出 2. 外国人・日本人住民の交流機会の創出	地産地消プラットフォーム	地産地消プラットフォーム	地域子ども食堂
	都市インフラ 都市インフラの有効活用	1. 公共空間の活用の促進 2. 先進技術を活用した地域内移動の確保	あおぞら市場 in 緑道	あおぞら市場 in 緑道	
2. 多様な職業が共存し、持続できるまち	農業・商工業 地域の生業が持続・活性化する環境の整備	1. 農家を支え、発展させる仕組みの構築 2. 商工業を支える仕組みの構築 3. 農・商・工・福の連携の促進	あおぞら市場 in 緑道 地産地消プラットフォーム しのおかの桃を使った商品開発プロジェクト 東部地域の特産物ぶどうを広くPRしよう	あおぞら市場 in 緑道 地産地消プラットフォーム フードロス商品開発プロジェクト	
	新規ビジネス 新しいビジネスの創出	1. ソーシャルビジネスの活動促進 2. チャレンジしたい起業家などの活動促進			
3. 訪れたい、住みたい魅力のあるまち	地域資源 地域資源の保全、魅力向上及び発信の強化	1. 地域資源を活用した新たな魅力の創出 2. 公園・緑道等を活用した魅力の発信 3. 時代にあった地域魅力の発信	東部地域イメージアッププロジェクト しのおかの桃を使った商品開発プロジェクト 東部地域の特産物ぶどうを広くPRしよう	東部地域イメージアッププロジェクト(動画コンテスト) 東部地域イメージアッププロジェクト中学生の郷土愛を醸成 フードロス商品開発プロジェクト Waibeeee マルシェ	
	住まい 若年世代も住みたい、住まいの創出	1. 既存住宅を活用した新たな住宅供給 2. 安全・安心な住環境の整備			
	住民活動 ウェルカムなまちの雰囲気創出	1. 新たな住民の受け入れ体制・雰囲気づくり 2. 新たな住民を呼び込む活動の創出	こどもマルシェ	こどもマルシェ Waibeeee マルシェ	

## 〈トライアル活動〉 あおぞら市場 in 緑道(R4→R5)



### 〈概要〉

東部地域の既存集落(農村部)と桃花台ニュータウンの交流促進、高齢者のための買い物支援や農家の販路拡大、地産地消の促進を目的に、令和4年度よりあおぞら市場を開催。

☞令和4年度は11月下旬に1回開催。

400名を超える人が来場。9時から正午までの開催であったものの、売り切れする出店者が続出。

☞令和5年度は7月9日と11月26日に開催。

### 〈実施主体〉

桃ヶ丘小学校区地域協議会

### 〈特徴〉

1. 桃花台ニュータウンの充実した都市インフラのひとつである緑道を使用している。
2. JA尾張中央と連携した運営体制が構築されている。
3. 軽トラでも、机でも出店方法は自由にしており、出店しやすい環境としている。
4. 農家だけでなく、家庭菜園をしている人も出店を可能としている。

## 〈トライアル活動〉 こどもマルシェ(R4→R5)



### 〈概要〉

「こどもたちに様々な社会体験をしてほしい。」そんな思いから地域のママなどが中心となって、こどもたちが自分のお宝(おもちゃなど)を持ち寄り、販売体験(お店屋さん)ができる、こどもが中心のマルシェを令和4年度より開催。

☞令和4年度は、大城児童館と連携し12月に開催。

500名を超える人が来場。こどもとその親が出店するこどもバザール、ママ・パパバザールの他、大工体験ができるコーナーや万華鏡づくり、シュシュづくり体験などのワークショップコーナーを地域の大人の協力のもと、様々な体験ができるよう児童館全体を使って開催。

☞令和5年度は12月3日に昨年度同様に大城児童館で児童館と連携して開催するとともに、令和6年3月23日に下末地区の境内地及び集会場でも開催予定。

### 〈実施主体〉

こどもマルシェ実行委員会

### 〈特徴〉

1. 運営体制をこどもの育成に対しノウハウを有する児童館と連携して開催している。
2. 児童館だけでなく、地域の大人がこどもを地域で育てるというテーマのもと集結している。
3. こどもバザールでも現金販売しているところ。



## 〈トライアル活動〉地産地消プラットフォーム(R4→R5)



### 〈概要〉

東部地域の農家を間接的に支援するため、地産地消レシピをネット上で募集し、広く発信する地産地消プラットフォーム on-line を1月にオープン。

off-line イベントとして、募集したレシピの料理づくりイベントを開催するなどの活動を実施。今年度は、東部地域の農家の協力を得て、収穫体験と料理作りをセットにしたイベントを開催予定。

☞令和4年度は、on-line でのレシピ募集(随時募集)のほか、off-line での料理作りイベントを3回開催。

☞令和5年度は、東部地域の農家と参加者の交流を実現するため、収穫体験からの料理づくりイベントを開催予定。

### 〈実施主体〉

地産地消推進チーム

### 〈特徴〉

1. On-line での活動と off-line での活動をミックスすることで、幅広いニーズに答えようとしている。
2. JA 尾張中央の協力の基、地元農家との交流を実現しようとしている。

## 〈トライアル活動〉しのおかの桃を使った商品開発プロジェクト(R4)



### 〈概要〉

地域の特産物である「しのおかの桃」の規格外品を使用した商品開発を実施。

当初は桃を使ったレトルトカレーを検討していたものの、複数の問題が浮上り頓挫した。そこで、マスターズカフェ協力のもと、桃スープのレシピを公開することとし、作り方の動画を発信。また、あおぞら市で試食会を実施した。

しかしながら、商品開発はハードルが高かったこともあり、令和5年度の継続事業にはならなかった。

☞地元の飲食店の協力を得て、活動を推進し、市公式 YouTube による動画配信等を実施。

### 〈実施主体〉

しのおかの桃を使用した商品開発プロジェクトチーム

### 〈特徴〉

1. 事業者(飲食店)の協力を得た体制が構築された活動となっていた。
2. 別で認定された東部地域トライアル活動と協力した活動が実施されていた。



〈トライアル活動〉東部地域の特産物 ぶどうを広くPRしよう(R4)



〈概要〉

小牧のぶどうを東部地域以外の人にも知ってもらおうと、ぶどうのつるを使ったクリスマスリースを作るワークショップを企画。

ぶどう農家の協力も得て令和4年12月11日にワクティブ小牧で開催し、参加した11組の親子に、ぶどうのクイズ、クリスマスリース作りを通じて、小牧のぶどうのファンになってもらうことができた。

また、活動を通して、地元のぶどう農家と協力できたことは、大きな成果といえます。

活動主体のメンバーが少数すぎたこともあり、諸事情で活動ができなくなってしまうこともあり、令和5年度へ継続ができなかったことが反省点。

〈実施主体〉

東部地域特産物 PR 隊

〈特徴〉

1. 東部地域の若手ぶどう農家5軒が協力した実施体制であったこと。
2. 将来を見据えて、ターゲットを子どもとしている活動であったこと。
3. 東部地域外への発信を意識し、小牧市の中心部での活動になったこと。

〈トライアル活動〉東部地域イメージアッププロジェクト  
動画コンテストおよび大学祭での認知拡大ブース出店(R4→R5)



〈概要〉

東部地域の特徴のひとつである若年世代の転出超過。これに焦点を当て、若年世代が居住地として東部地域を選択してくれるように、東部地域の露出度を上げるため、令和4年度は、普段撮影することができないドローンを使用した空撮映像を市の協力を得て発信した。

令和5年度は、大学生目線で東部地域の魅力を発信するため、中部大学の学生を対象に動画コンテストを開催予定であったが応募者がなかったため、大学生がモデルとなったフォトコンテストを開催した。また東部地域の魅力発信のため、特設サイト及びポスターを作成。

〈大学生向け啓発活動〉

📅10月14日・15日の2日間 名古屋経済大学学園祭にてブース出展。

📅11月3日～5日の3日間 中部大学学園祭にてブース出展。

〈実施主体〉

東部地域イメージアッププロジェクト(令和4年度)

東部地域イメージアッププロジェクト 動画コンテスト及び大学祭での認知拡大ブース出展チーム(令和5年度)

〈特徴〉

1. 大学生が主力メンバーで活動している。
2. 大学生の若い目線での魅力発信がされている
3. 時間・場所を問わず、様々な人に東部地域を知ってもらう活動となっている。



## 〈トライアル活動〉フードロス商品開発プロジェクト(R5)



### 〈概要〉

東部地域に事務所を構える「社会福祉法人自立の家 小牧ワイナリー」と東部地域の地元パン屋「パンベル」、小牧市近隣大学である名古屋経済大学、小牧市が連携し、フードロス商品開発プロジェクトを実施。

具体的には、小牧ワイナリーで大量に破棄するワインパミス(ワインの搾りかす)を使用したパンを地元パン屋のパンベルが開発。そのパンを使ったランチプレート(レシピ)を名古屋経済大学の学生が考案し、そのレシピを小牧ワイナリーのカフェテリアで販売するという取組を実施。

☞8月上旬～9月下旬 ワインパミスを使用したパンを開発(パンベル)

☞11月8日に名古屋経済大学にて学生(2年生)向けにプロジェクトの説明会及びワインパミスを使用したパンの試食会を開催。

☞11月～12月で採用するレシピを決定、1月～3月で販売開始

### 〈実施主体〉

フードロス商品開発チーム

### 〈特徴〉

1. 産学官福が連携した体制が構築されている。  
(産:パンベル、学:名古屋経済大学、官:小牧市、福:小牧ワイナリー)
2. SDGsを意識した取組となっている。
3. それぞれが得意とする役割分担にて実施されている。

### ●役割分担

パンベル:ワインパミスを使用したパンの開発

名古屋経済大学:ワインパミスのパンを使ったレシピの考案

小牧ワイナリー:ワインパミスの無料提供。学生考案レシピをカフェコーナーにて販売

小牧市:マッチング、調整

## 〈トライアル活動〉Waibeeee マルシェ(R5)



### 〈概要〉

人口減少、少子高齢化の進行により、まちの活力・賑わいの低下が懸念される東部地域でキッチンカーやグルメ物販、ハンドメイドなどのブース出店によるマルシェを未利用地となっている桃花台線旧車両基地用地で開催。

また、都市計画上の規制等により、桃花台ニュータウン内においては、飲食店などが立地しづらい環境を逆手にとり、イベントという形で地域に様々な食を提供する。

実施主体のWaibeeee マルシェは、中心市街地の賑わい広場で月1回程度金曜日の夜に Waibeeee マルシェを開催しており、そのノウハウをこの東部地域でも発揮して、まちの賑わいの創出・活力向上に寄与していくことが期待される。

☞11月25日、26日の2日間で実施

### 〈実施主体〉

Waibeeee マルシェ

### 〈特徴〉

1. 東部地域外で実績のある団体が新たに東部地域に進出しようと挑戦する取組
2. 東部地域の特性や未利用地の活用など、新たな挑戦を進めている取組



〈トライアル活動〉東部地域イメージアッププロジェクト  
中学生の郷土愛を醸成するための産学連携支援(R5)



〈概要〉

地域に在住する中学生が郷土愛と地域へのつながりを感じつつ、メディアリテラシーの高さを活かした主体的な発信の貢献をしたくなるよう促すため、小牧市を事業エリアとする CCNet 株式会社の持つ映像作成ノウハウ等を中学生へ提供する産学連携をコーディネート。学びを得た中学生が、在学中または卒業後に東部振興構想を推進する一員として参画することを目標として活動している。

☞8/23(水) CCNet 株式会社による講義(インタビューの仕方などを含む映像作成方法)の開催

☞9/30(木) 中学生が東部地域で地域活動に励む人にインタビュー。

☞年度末までにインタビュー記事を中学生がまとめる。

〈実施主体〉

東部地域イメージアッププロジェクト 中学生の郷土愛を醸成するための産学連携支援

〈特徴〉

1. 小牧市を事業エリアとする企業と中学校及びプロジェクトメンバーが連携した取組
2. こどもを巻き込んだ取組

〈その他〉 地域こども食堂 (R5)



〈概要〉

東部地域の南に位置する下末地区にて、地域こども食堂をオープン。  
地域に住む子育て中のママが

1. 地域で多様な世代の交流の場所をつくりたい
2. こどもたちの居場所をつくりたい
3. 子育て中のママたちが一息つく時間を作ってあげたい

この3つの思いから地域こども食堂を開くことになった。

スタッフは基本、東部地域に在住する人が担い、今はボランティアで活動を実施。

また、場所は地元の集会場で開催しているものの、調理場所が手狭なことから、小学校の家庭科室を借り、調理を実施。また、炊飯には地域の飲食店が協力するなど、主催する子育て中のママの思いに賛同する人たちが連携・協力して実施している。

☞月1回 最終金曜日に開催。

〈実施主体〉

∞無限堂∞

〈特徴〉

1. 地域住民、地域の事業者、教育機関が連携した取組
2. 様々な公共施設を使用した取組(集会所、小学校)