

地域

神仏だけの祭でなく日野のベースになる場

新しい住民の参加する場

ふれあいホール周辺の活用

ヨーロッパは100年先の人間関係づくり

個人のお金で住宅建設=若者呼び込み

地元への愛着ある住民をつくる

商業

商店街=個性を出す

「小さい商い」を増やす

楽しめる場がない

ノウハウの提供

西友・イオンに負けない商店街になる

黒川公園でアユの養殖⇒日野の名産に

浅川と用水を活かした豊田南口商店会

工業

誘致よりも残ってもらう

グーグル・アップルの誘致

住と職のバランスの良い企業

大企業にできないこと
⇒零細企業「人情」

企業と住民の関係づくり
「良好になればうるさく感じない」

工業的立場=20~30年先は見えない

緑で工場を囲む

小さい企業を増やす

操業できる場づくり

出ていかなければなら
ない状態

未来の日野市

定住したいまち
ふるさと日野

まちのブランドイメージを高めたい

大企業に居心地のよいまち

若い人が夢を見れるまち

地域における区分け
企業・住居・観光

働く場と住む所は近い方がよい

工業が今とは全く違う形になる

ソフト・アイデアの地産地消

子育てがしやすいまち

生涯、学習ができるまち

伝承・文化の力

住みたい日野

行政の役割「企業と住民の仲介」

観光

多摩川・浅川・用水の活用

高幡山 大文字焼

高幡不動は永遠のテーマパーク

新選組のまち 日野

観光協会の将来を見据えた運営

情報発信・収集

農・水・緑をもっとセールス

教育の大切さ

市民意見がたくさんほしい

こまめな情報発信

フェイスブックの活用
↓
プッシュする情報発信

他市の住民目線では水・緑がみえにくい

まちづくり

緑と清流 あきる野のには勝てない

人口集中・高齢化

人口増やす

高幡⇒お不動
豊田⇒散策
日野⇒新選組

付加価値の創造
『高い教育(学歴)』

豊田駅の南北通路の活用

緑は緑のままがよい

ヨーロッパは100年先にまちづくり

緑視率のUP
景観を市民と共に。

交通利便性

横田基地の活用