

政策分野5

【歴史・文化・地域】

歴史・文化がかがやく、人が集まるまちづくり

5-1 培われた歴史・文化で地域への理解と愛着を深める
(歴史・文化)

5-2 島田を知り、好きになってもらう
(情報発信・シティプロモーション)

5-3 人との連携・交流が生まれる地域をつくる
(移住・国際交流・多世代交流)

培われた歴史・文化で地域への理解と愛着を深める（歴史・文化）

基本的な施策の方向性

地域で育まれた歴史や文化、そして、そこに住む人が生み出す芸術は、私たちの想像力や表現力を高め、日常生活にうおいを与えます。そこから人と人との交流が広がり、活力ある地域社会の実現にもつながっていきます。

様々なイベントを通じて、歴史・文化芸術は、教育、福祉、観光・産業、まちづくりといった多様な分野との関わりが見られるようになっていきます。市民、行政、議会の協働のもと、豊かな自然や、先人たちから受け継がれてきた文化、そして、今を生きる私たちが創造する新しい文化をまちづくりに活用し、次の世代へとつなげていきます。

施策と内容

1. 歴史資源を守り、活用を進めます

当市固有の財産である文化財をしっかりと保全・継承していきます。
大井川川越遺跡、諏訪原城跡、蓬莱橋といった由緒ある文化財を活かした魅力あふれるまちづくりを進め、国内外の人々に当市の歴史を情報発信していきます。

主要な取り組みの事例

- 大井川川越遺跡の保存管理と観光資源としての活用
- 諏訪原城跡の復元・保存整備と見学者の利便性向上につながる整備の推進
- 蓬莱橋周辺の施設や周辺の道水路整備
- 歴史文化基本構想の策定

めざす値



2. 歴史に触れる機会を創出します

歴史・文化を伝えていく重要な役割を担う博物館をはじめ、当市の歴史を学ぶ「場づくり」、「機会づくり」を充実させ、地域への愛着を醸成します。

主要な取り組みの事例

- 学校、自治会、市民活動団体等と連携した出前講座や体験学習の実施
- 博物館の常設展示内容の充実
- 収蔵品管理施設の改修

めざす値



※平成28年度は企画展「島田の刀鍛冶と天下三名槍」の入場者（23,389人）を含む数値。（参考：平成27年度博物館入場者数 42,810人）

この柱のみんなめでさそう値

市民意識調査「歴史・文化資源が豊かである」と感じる市民の割合	H28(2016)	H33(2021)
	31.8%	41.8%
	34.3%	42.2%

政策分野5
歴史・文化・地域

▲東光寺の猿舞（県指定無形民俗文化財）



▲島田市博物館

3. 文化・芸術に親しむ機会を充実します

文化・芸術活動への市民の参加を促すとともに、島田の文化を引き継ぐ人材の育成に力を入れていきます。

主要な取り組みの事例

- 市民参加型、協働創造型、支援型の文化事業開催
- 街角ライブやアウトリーチ事業¹の展開
- 「お茶のまち」の知名度の向上と島田市緑茶化計画の浸透
- 文化施設のあり方について一体的に検討

めでさそう値

市民文化祭出展者、出演者、観客数計(年間)

H28(2016)	H33(2021)
9,100人	10,000人

4. 文化活動を支援し、文化芸術水準の向上を目指します

年齢や活動地域の違いを乗り越え、文化芸術活動に参加しやすい機会を創出するとともに、市民や団体が自ら行う文化活動を支援します。

主要な取り組みの事例

- 「(仮称)文化芸術推進計画」の策定
- 世界に向けて島田ならではの文化・芸術を発信する独創性豊かな文化・芸術創造事業を行う団体の支援

めでさそう値

市民意識調査「文化活動への支援」における市民満足度

H28(2016)	H33(2021)
32.1%	42.1%
53.8%	62.3%

用語解説

1【アウトリーチ事業】文化芸術に接する機会がない人々に芸術家や企画者側から働きかける活動（出前演奏など）

関連データ

■ 博物館本館・分館観覧者数の推移

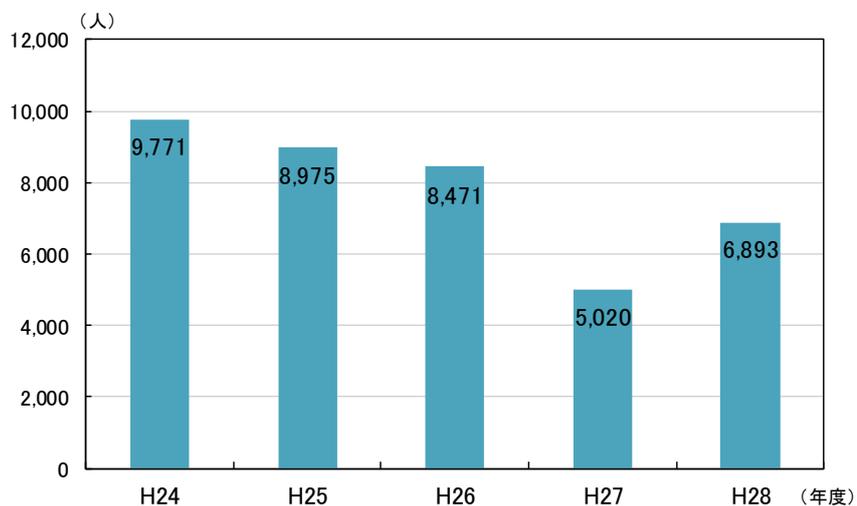
単位：人

年度	H24	H25	H26	H27	H28
博物館本館観覧者数	27,455	27,598	19,037	25,553	36,651
博物館分館観覧者数	14,928	13,981	11,496	17,257	20,744
合計	42,383	41,579	30,533	42,810	57,395

■ 指定及び登録文化財の状況

種別	件数（件）	指定内容
国指定	7	島田宿大井川川越遺跡 諏訪原城跡 智満寺本堂附本尊千手観音厨子 智満寺の十本スギ ほか 3 件
県指定	29	東海道石畳（菊川坂） 上志戸呂古窯跡 智満寺中門 島田鹿島踊 ほか 25 件
市指定	50	愛宕塚古墳 旧東海道と石畳（金谷坂） 河村家住宅 笹間神楽 ほか 46 件
登録文化財	3	徳兵衛酒店店舗兼主屋 徳兵衛酒店土蔵 旧片岡醸造所酒蔵
合計	89	-

■ 市民文化祭入場者数の推移





▲諏訪原城跡発掘



▲川越街道

島田を知り、好きになってもらう (情報発信・シティプロモーション)

基本的な施策の方向性

当市は、歴史や豊かな自然に育まれた魅力ある地域資源にあふれています。

近年、高速交通網の発展がもたらす活気とここに住む人々の温かさから、住みよいまちとして認知され、島田市のイメージは着実に向上しています。

こうした背景をもとに、豊かな自然とほどよい都会の調和のとれた都市ブランド¹を確立し、市民が愛着と誇りを持ち、誰もが訪れたいくなるまちを目指していきます。

魅力ある地域資源をさらにみがきをかけ、市民や事業者、団体と効果的な連携を図り、戦略的なシティプロモーションを展開します。

施策と内容

1. 効果的に情報を発信し、島田に行ってみたくなるイメージを高めていきます

新聞、テレビのほかインターネットやソーシャルメディア²など、人々が情報を得る手段が多様化しています。あらゆる人に欲しい情報がしっかりと届くよう、効率的で整理された情報発信が求められています。

魅力ある地域資源をPRするため、様々なメディアを効果的に活用するとともに、市民自ら発信する情報も活かしながら、多面的・複合的な広報活動を進める必要があります。

主要な取り組みの事例

- 広報紙のほか、多様なメディアと連携した行政情報の積極的な発信
- 地域資源を活かした魅力的な合宿地としてPR
- ふるさと寄附金制度を通じた島田の地域産業の振興

めざす値

島田市公式 SNS (Facebook, Twitter 等) のフォロワー数 (毎年5月時点)

H28 (2016) 5,176 件 → H33 (2021) 5,700 件

めざす値

島田市公式ホームページの総ページビュー数 (年間)

H28 (2016) 2,884,538 件 → H33 (2021) 3,000,000 件



▲文化合宿（茶道）における市民交流

用語解説

1 【都市ブランド】「まちの個性や魅力」による都市の持つブランド力

2 【ソーシャルメディア】インターネット上で展開される情報メディアのあり方で、個人による情報発信や個人間のコミュニケーション、人の結びつきを利用した情報流通などといった社会的な要素を含んだメディアのこと

この柱のみんなめでさそう値

都市の魅力度
(地域ブランド調査³)H28(2016)
545位H33(2021)
400位政策分野5
歴史・文化・地域

▲アンテナショップの出店（駿河湾沼津SA）

2. 島田市緑茶化計画をはじめとしたシティプロモーションの推進により、島田のブランド力を高めます

2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催や賑わい交流拠点施設がオープンする機会は、観光・商業の分野に留まらず、当市の都市ブランド力をあげる新たなチャンスです。

ブランドメッセージ⁴等を効果的に活用し、国内外に向けた様々なプロモーションを戦略的に展開します。

主要な取り組みの事例

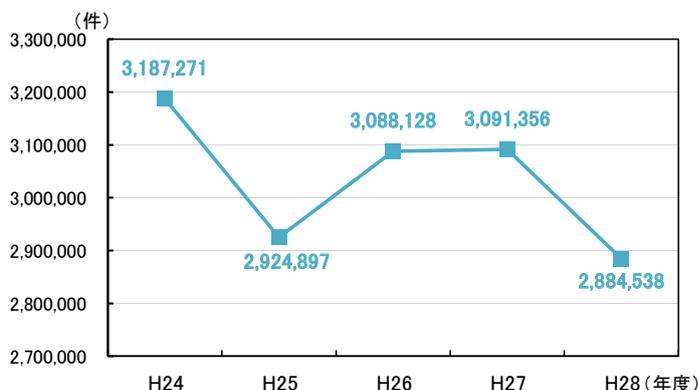
- 国内外に向けた様々なプロモーション戦略の展開
- 「日本一のお茶のまち 島田」を多くの人に伝える機会の創出
- 市内外への「島田市緑茶化計画」の認知度向上

めでさそう値

島田市の認知度（地域ブランド調査）

H28(2016)
578位H33(2021)
400位

関連データ

■島田市ホームページ総ページビュー数の推移
(年間件数)■地域ブランド調査における
「魅力度」「認知度」の推移

年度	魅力度	認知度
H26	684位	550位
H27	460位	608位
H28	545位	578位

用語解説

3【地域ブランド調査】株式会社ブランド総合研究所が毎年約30,000人への調査により、全国1,000市町村及び47都道府県を対象とした、自治体の魅力度や認知度などのブランド力を評価するもので、平成29年度で12回目となる。

4【ブランドメッセージ】市の魅力や地域の独自性や優位性などをわかり易く表現し、これからのまちづくりの方向性を示すものであり、シティプロモーション活動の「要」となるもの

人との連携・交流が生まれる地域をつくる(移住・国際交流・多世代交流)

基本的な施策の方向性

当市の自然・歴史・文化、地域資源から湧き上がる都市イメージは広く浸透されつつあり、ブランド化を推進する取り組みが功を奏しています。

今後、島田の良さ、魅力に触れることのできる機会を生み出し、当市に興味を持ち、行ってみたいと感じる人、住んでみたいと思う人が増えるよう、積極的にPRしていく必要があります。

さらに、これまで良好な関係を築き上げてきた国内外都市とお互いの強みや特性を活かした交流を推進し、魅力と知名度を高めながら世界の中での当市の存在感を増していきます。

施策と内容

1. 移住支援を促進します

当市の中山間地域、特に川根地域は過疎化が進み、人口減少が顕著となっています。

今後も持続可能な社会を構築していくため、当市の自然の豊かさや心の温かさをアピールしながら、川根地域をはじめ市内全域への移住を支援していく必要があります。

首都圏等からの移住希望者に対して、子どもを健やかに育てられる環境や就労情報等をPRすることで移住の地として選ばれ、ここでの定住につながる施策を展開します。

主要な取り組みの事例

- 「地域おこし協力隊」の積極的な受け入れ
- 首都圏等における移住相談会や体験ツアーの開催
- 空き家バンク事業¹や空き家改修補助など、既存の資源を活用した移住政策の展開

めざす価値

移住相談件数(年間)

H28(2016)	H33(2021)
104件	156件

2. 国内・国際交流を推進します

国外へつながる時間や距離が縮まっています。

世界における当市の存在感を高めるため、これまで良好な関係を築き上げてきた国内外都市との間で、お互いの強みや特性を活かした交流を推進し、都市の魅力を高めていきます。

主要な取り組みの事例

- 国内姉妹都市である氷見市との多分野にわたる交流
- 海外姉妹都市・友好都市等との交流事業
- 市民が主体となって進める海外交流活動の側面支援

めざす価値

市民意識調査「国際交流や都市間交流の推進」における市民満足度

H28(2016)	H33(2021)
27.2%	30.0%
49.3%	52.4%

用語解説

¹【空き家バンク事業】空き家情報をインターネット等で移住・定住希望者に情報提供する事業

この柱のみんなめでざそう値

県外からの移住件数
(H27年度からの累計)

H28(2016)
34件

H33(2021)
140件

政策分野5 歴史・文化・地域



▲移住定住ポータルサイト「住んでごしまだ」 <http://iju-shimada.jp/>

3. 幅広い世代が交流し、このまちへの愛着が湧く意識を醸成します

市民がこのまちに愛着と誇りを持ちながら、住み慣れた場所でいつまでも住み続けたいという願いをかなえていきます。そのためにも、子どもから高齢者までの幅広い世代が活発に交流するまちを目指します。

主要な取り組みの事例

- 子どもを中心に幅広い世代が交流するイベントの開催や地域で子どもを見守る活動の支援
- 子どもから高齢者まで一緒に過ごすことができる、居場所づくりに関する調査・研究

めざそう値

先進的自治会活性化事業新規実施
自治会数 (H29年度からの累計)

H28(2016)

H33(2021)

5自治会

関連データ

■島田市が締結している姉妹都市・友好都市の一覧

種別	都市名	都市提携締結日
国外	姉妹都市	リッチモンド市 (アメリカ)
	友好都市	湖州市 (中国)
	姉妹都市	ブリエンツ町 (スイス)
国内	姉妹都市	氷見市



▲「島田市緑茶化計画」ロゴの展開イメージ