

期 日 平成30年5月14(月)～

視察先 広島県呉市……「蔵本通りの屋台」について

福岡県大牟田市…「大牟田市シティプロモーションについて」

太宰府市……「大宰府市景観計画」について

第1日目 5月14(月) 広島県呉市……「蔵本通りの屋台」について

視察の目的

知立駅連続立体交差事業と合わせ、知立駅周辺土地区画整理事業における重要な課題でもある「賑わいづくり」として会派では早くから「屋台」に関心を持ち調査研究を続けてきた。呉市の「蔵本通りの屋台」を視察し、過って知立駅南地区で非常に賑わいを齎した「麗人街」の再興に繋げるため調査する。

呉市を訪問し担当部局との情報や意見の交換を行い、当市における喫緊の課題でもある知立駅周辺の賑わいづくりに資する事を目的にした政務調査である。

全国的にも貴重な都市公園を利用し、行政が関わる「屋台」運営について学ぶ。

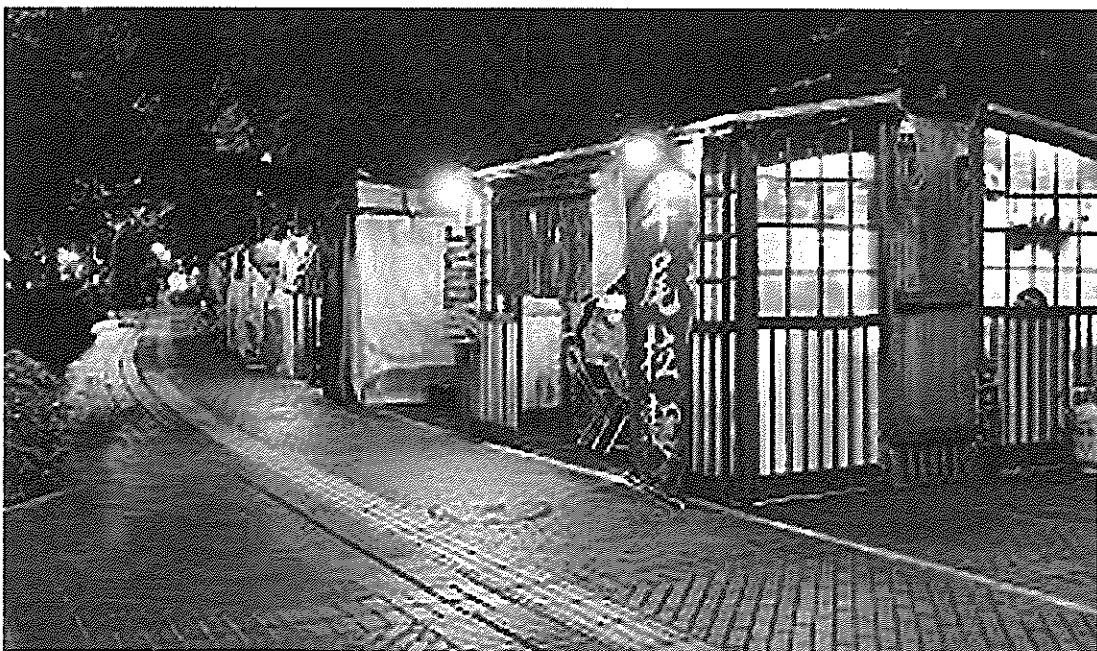


概要 呉市名物の「屋台」は、観光に訪れたら是非行って頂きたい。ラーメンやおでんなどの定番メニューの他に、色んな創作料理を提供する屋台が立ち並んでおり、「お店選び」も楽しみの一つだとお聞きしました。車椅子を使われる方にはテーブルが高すぎるため屋台の横にテーブルを出してくれます。又、車いす用のトイレは市営駐車場の多目的トイレが近くにあって安心して利用頂けるとのことでした。屋台と並んで呉市には漫画家松本零士の代表作「宇宙戦艦ヤマト」に登場する宇宙戦艦ヤマトやロボット、アナライザーの模型の他、創作の原点となったコレクションを展示、書籍などが読めるコミュニティールームもある。因みにこのミュージアムは JR 呉線「呉駅」から徒歩で10分の呉市中通に位置しており、連日賑わいを見せている。

課題 最近では後継者の問題、応募者の減少などもあるとお聞きしました。後継者の育成と地域との連携、そうした点について行政も一緒になって研究する必要がある見受けられます。

所感 知立市にはかつて「麗人街」という屋台がありました。高度成長時代のサラリーマンたちの溜まり場として大変な賑わいを見たわけですが。しかしその後「スナック&カラオケ」ブームが到来しいつの間にか「麗人街」はすべてなくなってしまいました。

平成35年度にはいよいよ知立駅高架事業が完了します。駅前広場や南北線、高架下利用などまちの賑わいづくりについていよいよ本格的に議論が進められる時期になりました。そこで今回呉市の屋台を視察させて頂き、当市でもかつて大変な賑わいを見た「麗人街」の再興の参考と致します。清潔でお値打ちで、子供から大人まで楽しめる今どきの「屋台」はラーメンやおでんの定番のみならず各屋台がそれぞれの特徴を持って顧客を獲得されていました。イタリアンから中華、和食などなど何でもそろっていました。現在高架事業の進捗に合わせて、駅周辺の賑わいづくりについては駅周辺の経営者と商工会や市、市民、そして専門家を交えて駅前広場の在り方、南北線の位置付けと役割、及び高架下の利活用など多面的に研究すべきである。呉市は公園法や道路交通法など様々な課題に屋台の経営者や商工会、警察など関係者が一堂に連携し、協議の末課題を解決し現在に至っておられました。屋台と言っても時代のニーズにマッチすることが最も大切であることを視察で学びました。



第2日目 5月15日(火)福岡県大牟田市

「大牟田市シティプロモーションについて」

シティプロモーションに取り組む背景

石炭産業の全盛期である昭和34年には、208,877人だった人口が戦27年度には117,360人へと一貫して人口が減少し続けています。又、少子高齢化が進んでおり高齢化率は全国平均や福岡県平均と比べて高い数値となっています。大牟田市は世界文化遺産に登録された三池炭鉱関連施設をはじめ、全国的に注目を集めています。持続可能な開発のための教育や認知症支援に向けた取組みの他、食べ物、祭り、自然環境、温暖な気候、住環境の地域資源や魅力が多く有ります。しかしながら、市内居住者であるが故にその魅力を十分に認識しておらず、また、市外居住者へ十分に魅力が伝わっておらず、まちのイメージが宜しくないと言う課題もあります。こうした背景を踏まえ平成28年3月に策定した大牟田市まちづくり総合プランや大牟田市まち・人・仕事創生総合戦略では、「人口減少社会への対応」に向けシティプロモーションに取り組むこととしています。



概要

大牟田市がシティプロモーションに於いて目指す最終目標は、「市民の将来的な定住」「人口減少の抑制」と「市外からの移住者の獲得(人口の増加)」です。しかしながら、シティプロモーションは実施してすぐ成果が出るものではなく、中長期的に取り組む事でその成果を発揮する者です。その為、本戦略では、今回の戦略で目指す事と将来的に目指すことを明確にしなが、中長期的に取り組むを進めます。

目指すこと(方向性)

- ・市民に大牟田市への愛着と誇りの醸成
- ・市外から見た大牟田市のイメージと知名度の向上

選ばれる町大牟田に向けた取組み

- ・地域資源の磨きあげ
- ・生活便利性の向上
- ・イメージアップと効果的な情報発信
- ・おもてなし力の向上

- ・産業の多様化による雇用の確保
- ・教育・子育て環境の充実

将来目指すこと

- ・市民の将来的な定住〈人口減少の抑制〉
- ・市外からの移住者の獲得〈人口の増加〉

生活のしやすさに繋がる魅力

- ・ 便利な街まち
- ・ 安心で、子どもを育てやすいまち

大牟田市に関心を持ってもらうきっかけとなる魅力

- ・歴史があるまち
- ・食文化があるまち

魅力の発信によってマイナスイメージを払拭。そして「暮らすのにいいまち」を軸としたシティプロモーションにより新しく行動を起こす時の候補地として挙がるまちを目指す。交通アクセスよし！ 子育て環境よし！ 買い物しやすさよし！」と暮らしに寄りそう魅力が沢山あります。働く場所に迷ったら、子育て環境に迷ったら、遊ぶ場所に迷ったら、そんな時の思いだしてもらおう魔法の言葉〈それなら、おおむた〉。

所感

シティプロモーションは具体的にどのような目的を持って進めるべきでしょうか。地方の活性化は自治体ごと変わります。観光地のある自治体は観光客の増加を活性化と考えるでしょうし、過疎が進んでいる自治体であれば転入者の増加が活性化になります。大牟田市の取り組みから学んだことは、まず自分の自治体には何が必要なのかを明確にすることが不可欠で、又、目的の一つに「地域住民に地元愛を持ってもらう」ことが挙げられます。活性化の主な目的は、人の交流や住民の数を増やし経済効果を高める事です。その為には住民の意識が大きく関わってきます。そもそも自治体は住民から成り立っています。各地域の住民が地元を愛し自治体の取り組みに協力することが地域活性化の原動力に繋がります。まさに地域のイメージをブランド化し、世間に広める活動です。新しいブランドのイメージは定着しないため根気と工夫が必要であると思います。大事なことは地域住民と共にブランド作りをするという意識です。地域にはどんな魅力があるか住民からヒアリングし、意見をまとめ上げ、そのうえで創り上げた地域イメージを世間に発信していかなければなりません。住民と地方行政との共同作戦こそが、シティプロモーションの核を担うと言えるでしょう。この様な取り組みこそ知立市のシティプロモーションに相応しいと考えます。

第3日目 平成30市景観計画」について

目的

100年後も「古都大宰府の風景」が映えるまちであり続けること。

概要

太宰府市では、市民・事業者及び行政の協働により、豊かな自然と数多くの文化遺産を活かしながら古都の風情と都市の生活が調和した美しい景観を守り・造り・活かし・育てていく景観まちづくりを進めている。平成22年度に、



「大宰府の景観と市民遺産を守り育てる条例」に基づき景観計画を策定し、良好な景観形成のためのルールを定めました。そして、運用開始から5年を経過した平成28年に内容の見直しを行いました。又、一定規模以上の建築行為を行う場合は、事前協議と行為の届け出が必要です。

基本方針

1 景観資源を認識し、保全・活用する。

- ・景観形成に取り組む際は「大宰府の成り立ちと現況」と文化遺産情報」を確認し行為地周辺の景観資源を把握したうえで現地を踏査します。踏査結果に基づき景観資源を保全・活用することを前提とした計画を立案します。又、景観資源の改編や移設については、協議を行って進めます。

2 大宰府固有の緑を修復・保全・創出する。

- ・ウメやクスノキをはじめとした篠個性を形づくり在来の樹木や草花を積極的に増やし、緑豊かな歴史のまちを修復・保全・創出する。植栽の際は在来種や万葉植物、太宰府市を特徴づける樹木を選定した「お勧め樹種」を参考に、各場所の特性に適した緑化を進めます。

3 周辺環境との調和を図る。

- ・自らが行う建築行為や開発行為などが周囲からどの様に見えるのか点検し、背景となる緑への移り方に配慮します。又、建築行為では隣接する建築部と規模や高さ、壁面の位置などが極端に違わないような配慮や、大規模な壁面は圧迫感の軽減を検討します。そして、作業場や屋外駐車場などは周囲から無造作に見えないよう工夫します。

所感

古都大宰府市の景観計画は、太宰府市にふさわしい景観を目指すために(住宅を建築する場合)景観計画の無い様と周辺の景観資源を事前に良く調べ計画を立案することとされています。又、景観計画の内用に適合した建築計画をお願いするに当たっては必要に応じて専門家の意見を聴くこともできる窓口が用意されています。こうしたまちの特性にふさわしい景観を目指す為のルール作りは市民から提案することも可能である。大宰府市と同様に知立市も歴史と文化がまちの財産であり、市民にとって誇りであるとともにまち自慢でもあります。「太宰府天満宮」はまさに、太宰府市の宝、九州の宝、そして日本の宝物でもあります。そうした事をしっかりと市民7万2千人が認識されており、そうした文化意識の高さと誇りが今日、外国からの観光客900万人を呼び込んでいるとおもいます。参道を歩いて境内まで、目に映る景観、香る食べ物屋、お土産販売店などこの御店の経営者方々も歴史・文化について勉強され、知識を備えておられました。万全な態勢のおもてなしがなされていました。

100年に1度のまちづくりを進める知立市として、百聞は一見にしかず、先ずは担当職員さん自ら太宰府市に出かけられ目で、耳で、鼻で、そして心で、五感で覚えることを進言致します

