

第97回 まちづくり塾記録

「まちづくり講座受講生による研究成果発表」

平成21年度 まちづくり講座受講生
平成22年3月27日(土)15:00～17:00

まちづくりの普及、啓発を目的とし、一年を通してまちづくりの基礎を学び、まちづくりに取り組む担い手を育てる。この講座は、まず一般公募した受講生(男性8名、女性6名)から何を学びたいかを聞いてからカリキュラムを組み今年度は11回開催した。内容は、各分野の講師を招いての座学と現地に出向くフィールドワーク、そして一年を通してグループ別に自主研究を行った。今日はその自主研究の成果を発表する。

グループ別自主研究の成果発表

A. 浜松城公園の活性化について(山田、松島、泉谷)

1. 浜松城公園の現状

いろいろな設備が揃っているわりに利用者が少ない。浜松市内外のPRの仕方、イベントの工夫が必要ではないかと思う。しかし、すべての施設を充実させるのは難しい。いくつか絞って重点的に良くしていく方法を考えて。

2. 浜松城の活性化

(1)ハード、整備の提案

1. 浜松城を遠くからでも見えるようする。(思い切って現在の市役所を天竜区に移転する。区役所があれば市民の生活に支障はない。かなりの用地が確保でき、天竜区の活性化にも繋がる。)
2. 本丸、大手門、城下町の整備
3. 公園内の立ち木の整備
4. 大型観光バス駐車場の整備、拡大
5. 大型トイレの設置(どこにもない立派なものを作れば知名度が上がり宣伝になる。)
6. 大型お土産店の設置(観光客だけでなく、一般市民も利用できるようなショップや道の駅などを設置。テナントには地元業者を入れ活性化を図る。)

(2)ソフト、イベントの開催

1. すべての施設の入館料を無料にする。(他県、世界から来た人たちに浜松を知ってもらうため、また一日ゆっくり楽しんでもらうため。)
2. 浜松城まつりの開催(京都三大まつりに匹敵するような大型のまつりを開催)
3. 花まつりの開催(春と秋に園芸業者と協力し、植物に触れ楽しむまつりを開催。)
4. イベントの分割化(現在行われているいろいろなイベントを浜松城公園の広場でも開催する。)
5. 音楽広場としての活用(つま恋のような全国的イベントの開催)

何かしらイベントをしないと利用者は増えない。公園周辺施設の年間の利用者は浜松城11万7815人。一日平均524人。美術館4万7260人。一日平均210人、文芸館1万4000人、一日平均60人だそうだ。この10倍にはしていきたい。

(質問)強い思いは伝わったが、実現するにはいろいろな人の理解を得る必要があると感じた。

(回答)長所の影には短所もあり、いろいろな問題も出てくると思う。しかし、思い切ってスタートしなければ何時まで経っても産業都市で終わってしまうのではないかと思っている。

(質問)北九州市から一年前に引っ越してきた。浜松城で「これだけは見て行って」と言えるものはあるか？

(回答)徳川家康を知らないと浜松城は語れない。出世城と呼ばれることを前面に出していけばいいのでは。

B. これからの景観まちづくりへの提案(佐藤、石川、田村)

それぞれのまちがそれぞれの形でまちづくりを進めていくうえで、景観についてどのような意識を持ち、またどのような配慮をしていけばいいのか調査、研究したことを発表する。

1. 景観とは

「景観法を活かす」という本に、「景観とは、対象の全体的な眺めであり、それを契機にして形成される人間の心理的現象である。」と書かれている。つまり、景観とはただ目に入る景色だけではなくそれを見た自分や周りの人の気持ちの変化まで景観に含まれることになる。

2. 私たちが考える景観とは

(1) 自分だけのものではない

自分だけが良ければいい、好ましいというのではなく、自分のお金で家を建てる場合でも少し立ち止り、まち全体を考えてみる。

(2) みんなで考える

どんな景観が望ましいのか住んでいる人みんなで考えることが大事。

(3) 心地よい気持ちになる

そこに住む人がまちや建物を見て「落ち着く、暖かい、好きだな。」と思い、よそから来た人も「また来たい。」と思えるような景色が景観として重要。

3. アンケート調査(2月27日、28日センター祭で実施)

パネルに浜松のまちなかや浜松城、天竜二俣の写真数枚を掲示し、「好きだな」と思うものと「好きではない」と思うものにシールを貼ってもらった。

4. 調査の結果わかったこと

1. 派手で目立つものや周りとは調和していないものには好ましくないと感じる人が多かった。
2. 浜松城や天竜二俣のまち並みのように歴史や自然があるものに好ましいと感じる人が多かった。
3. 自然と人との暮らしが融合していたり、歴史が残っているものに好ましいと思う人が多かった。

5. まとめ

アンケートの結果を踏まえ、景観に対する意識づくりに求められることは次の3つがある。

1. 景観を知ること

地元が存在する大切な景観に気付くこと。そのためには地域の自然や歴史に興味を持ち、地域を見つめることが大切。

2. 景観を守り、活かすこと

建物に刻まれた歴史や自然などを劣化させず維持していくこと。また、住民や地域外にもアピールすることも必要。

3. 景観を育てること

歴史の流れを踏まえながら新しい物を作っていき試みや、現状を一段上のものにする気持ちが必要。人的ネット - ワークが次の世代に引き継がれ伝統が守られていくことが求められる。

5. 今後の景観について

自分だけのものではないという意識を持つ。たとえ自分が建てた家、自分の会社の看板であってもまちの景観の一部を構成するものであることを踏まえたうえで計画することが求められる。景観づくりは、地域に住む人たちと地域に建物を建てる人が協力し取り組むことが不可欠。住民間のネットワークや地域の持つ雰囲気や地域の景観を保護し、景観に配慮したまちづくりへと繋がるのではないかと考える。

(質問) まちなかの電光掲示板が眩しいと話していたが、暗いと役に立たない。広告は人が集まる場所に出すもので広報効果がなければ意味がない。そこを言われるとかわいそうだった。

(回答) 自分がいやだなと思うことでも他の人はそうは思わなかったりする。人それぞれ立場、見方が違う。そこに住んでいる人たちやそこに関わる人たちが話し合いで決めていくことが大事だと思う。

(質問) アンケート調査で使った写真が「まちなか」「天竜区」「お城」とバラバラな気がした。いろいろ取り上げてその結果が「みなさんそれぞれでした。」という答えでは伝わらない。

(回答) 私たちも何がいいのかまだ考え中で「難しいね。」というところで終わっている。提言までできたら良かったと思っている。

C. 肴町商店街の活性化マーケティング(瀧井、野田、鈴木)

大学生の私たちは大学で学んだマーケティングの手法を活かし、肴町商店街についてアンケート調査を実施し今後の商店街の方向性を考えた。

1. 肴町商店街とは

浜松駅から歩いて約8分。名前のとおり昔は魚屋が軒を連ね、徳川家康の時代からお城へ御用を仰せつかってきた。しかし、現在では魚屋は減少、乾物屋などの老舗と今どきの店が融合している。

2. 現状把握(別紙参照)

店舗へのヒアリング調査

- ・実施期間 2月27日
- ・調査対象者 肴町商店街のお店(文房具店、乾物屋2店、ジュエリーショップ、洋服屋、酒屋)
- ・調査内容 肴町商店街の現状、活性化のための活動内容、肴町商店街の売り

3. 市民の意見 ~アンケート調査~ (別紙参照)

- ・実施期間 2月27日、28日(まちづくりセンター祭で)
- ・調査対象者 浜松市と所縁のある20歳以上の男女(回答者数130人)
- ・調査内容 肴町商店街の認知度、イメージ、商店街へのニーズ

4. 提案

アンケート調査の結果から、ターゲットを「こだわりがあり、専門性ややすらぎを求めている人」とし、郊外のショッピングセンターなどでは満足できない20代後半から60代位までの男女とする。

・どんな商店街にすべきか。

商店街のブランド化を図る。例えば、巣鴨地藏通り商店街は「おばあちゃん原宿」と呼ばれブランドが出来ている。そこで肴町商店街は「食とファッションの専門商店街」というブランドを確立する。

・プロモーション

1. 商店街や専門店の強み「人」を活かし、他にはない情報と知識、コミュニケーションを大切にす。
2. 肉屋がすき焼きの肉を特売にし、八百屋がすき焼きに使う野菜を安く販売するなど横の繋がりを強化する。またスタンプカードの導入やホームページの改良なども考えられる。
3. テレビ局や新聞社から取材の依頼を受けるくらい魅力的なイベントを行い、お金を使わず客観的な面から広報をしていく。また、静岡文化芸術大学というファッションや芸術を学ぶ大学がまちなかにあるので、学生と協力してイベントを行う。

5. まとめ

メインターゲットを「こだわりのある専門を求める人」とし、商店街のブランドを確立させる。そして「人」を活かしたイベントで「つながり」を作るプロモーションを行い、その流れを通し肴町商店街の活性化へ繋げる。また、まちなかの商店街全体に独自の「色」を持たせ、まちなかを一つのショッピングセンターとして捉え、全体のマーケティングをする必要がある。今年発足する「浜松まちなかにぎわい協議会」に期待している。

(質問)なぜ肴町商店街を選んだのか。逆に有楽街はなぜ選ばなかったのか。

(回答)お店の並びが商店街としてやりやすいという簡単な理由で決めた。有楽街は夜のまちというイメージがあり、昼のまちの機能を持っていないのではと思った。

(質問)「ここがクリアできないから活性化が出来ない」という問題点があったら教えてほしい。

(回答)まちなかの問題として、回遊性を作る必要性や、交通の問題、駐車場の問題など様々な問題があり簡単に活性化出来るとは思っていない。まち全体が活性化した中で肴町の色を出す提案である。

(質問)浜松まちなかにぎわい協議会とは？

遠州鉄道(株)を中心にまちなかの商店など約70団体とタックを組み、まちを一つとして捉えて活性化させていこうとしている。いずれ法人格を取るという話も聞いている。今分かるのはそれくらい。

D. 地域資源の考え方(山岸、西尾、酒井、古谷、小泉)

1. なぜこのテーマに取り組むのか

合併で薄れるまちに対する愛着や誇り、また全国的に展開するロードサイドショップやフランチャイズの店舗、マンションばかりが増える中、自分たちのまちづくりの理念はどこにあるのか、方向性は？という根幹となる部分について考えてみた。

2. 地域資源とは

まちの活性化を考えたとき、地域資源が一つのキーになるのではと考えた。地域資源は歴史や産業、人物、特産品といろいろな形があり、その中に地域固有の資源も入る。それは一時の流行りすたりで変わるものではなく、地域にしっかりと根を下ろし、そこで生活する人々が「ここが自分たちのまちの売り」と自慢できるもので、愛着やアイデンティティを感じるものでなければならない。

3. 浜松の地域資源とは

浜松は産業、人物、観光、農産物など数多くの地域資源があるがまちづくりに活かされていない。地域資源が多すぎて何から手をつけていいのか分からず意識が薄れてしまっているのではないか。そこで、浜松の地域資源を1つに絞り「松」をテーマに考えてみることにした。

4. なぜ浜松の地域資源が「松」なのか

浜松の地名には「松」が付く。名前の由来を探ると文化、歴史が再認識できる。環境をテーマとしても活かせる。また、忘れがちな存在の「松」を選ぶことで意外性もありおもしろいのではないかと思った。

5. 浜松の南の「松」に注目する

代表的な松として、市役所前の「鎧掛けの松」や「姫街道の松並木」、「旧東海道の松並木」など思い浮かぶが、浜松市全体では範囲が広すぎる。比較的目的が向かない、南の方の松について調べることにした。

- ・六所神社 音羽の松(小沢渡町) 最近枯れてしまった。
- ・光福寺 太子淵の松(浅田町) 旧市天然記念物
- ・浜松神社の松(三島町)市保存樹林
- ・神明神社の松(中田島町)市保存樹
- ・海竜寺の松(中田島町)
- ・個人宅の松(山内家、三輪家など)
- ・防風林、防砂林としての松

6. 「松」を活かしたまちづくり

「松」が持つ良さ、風格、存在感を再認識し、「松」をまちづくりに活かしたら面白いことができるのではないかとアイデアを考えてみた。

- ・浜松駅前に浜松の象徴であるシンボル松を植える。
- ・浜松城の周りは意外と松が少ない。桜もいいが松を植えると凛とするのでは。
- ・市役所前の象徴の松、「鎧掛けの松」の整備。浜松市の市木は松。市役所の前にぜひ松を。
- ・街道松の整備をさらに進める。また中心市街地に松を植えて重みのあるまちを作ってみてはどうか。

7. 「松」のまちづくり効果

- ・手間を市民自らが担うことでコミュニティの維持(町民、隣保の結びつき)
- ・育てた松への愛着から、まちへの愛町心へ
- ・町の職人の育成(町の人材育成)
- ・環境への意識を高める
- ・浜松の風土として、冬場の「からっ風」対策として防風林の役目
- ・年間日照時間が全国でも長い浜松の日よけ対策としても良好

8. まちづくりと地域資源

1本の木を「まち」に例えると、地域資源を理解することはそのまちの根っこを理解すること。そして幹をきちんと育て、地域資源という枝葉をどう手入れをしていくのかといったことが地域資源を活かすことに該当する。市民が自分たちの地域はどういうまちなのかを理解し、自分たち自らが育てていくことが大事ではないかと感じる。

(質問)「根っこの会」で松を植える活動をしている。遠州浜の松林は防波堤の役目も果たしているが立ち枯れる松が増えている。また、浜北は松の苗木の生産で有名だが浜松ではほとんど使われない。今後、具体的な活動をしていただけるとありがたい。

(回答) 私たちもただ発表するだけでなく、実際に行動していくことが大事だと思っている。

(質問) 実際にどういうまちにしたいと思っているのか、具体的に聞かせてほしい。

(回答)「私のまちはこういうまち」とはっきり言えるまちがいいまちだと思う。合併してプレやすい時期だからこそもう一度、浜松市として、あるいは自分たちの町で何を大事にしていくのか、その柱を作っていくことが必要。