

政務活動旅行報告書

報告者：内田 実

視 察 日	平成30年7月24日（火）
視 察 内 容	広報誌・自治体情報発信について
視 察 者	築瀬 太 内田 実 小木曾智洋 荻野秀範

【上野原市の概要】

上野原市は、山梨県の最東端に位置し、首都圏への東の玄関口としての役割を担っている。

江戸時代には、甲州街道の宿場町として、江戸と甲州・信濃四方を往復する重要な拠点であり、また、甲斐絹を中心とした織物の町として人々の暮らしや経済を支え、栄えたことが、礎となっている。

平成17年の合併により、現在の上野原市が誕生しているが、首都圏から60km圏内という立地的特性と道路交通網の整備と発達により、首都圏のベッドタウンとなっている。

将来像は、「夢と希望にあふれる快適発信都市」を掲げ、住民すべての暮らしが安全安心であること、歴史と文化豊かで自然と触れ合う地域づくり、地域間の連絡や、交流を強化し、行政と住民の共同化や地域に合った自治ルール作りを目指している。



【自治体情報発信戦略について】

”快適発信都市”を掲げる上野原市にとって、住んでいる地域を市民に広く知ってもらうことは、地域を創世していく原点であり、そのためには、情報発信のモットーの大きな手段となっている広報誌の活用・改革は、喫緊の課題であった。

1 親しまれる広報誌づくり

頑張る市民を応援し、人と人をつなぐ広報に取り組む

市民を積極的に取り上げ、主役に演出することで、親近感を醸成し、信頼を獲得するとともに、人と人をつなぐきっかけとした。

《 名物コーナー ザ・フェイスオブ・うえのはら 》

主役例 ①障がい者アスリート 33歳 男性 久島真さん・上野原地区在住

「ラインを超えて！限界を超えて！日本一への挑戦」

全国障がい者フライングディスク大会 3位入賞

主役例 ②小さな卓球選手 7歳 女子 川尻さくら子さん コモアしおつ在住

“誰よりも練習を繰り返す。それが必ず自信に繋がるから”

前日本卓球選手権大会山梨県予選会準優勝…全国大会県代表

2 《 使ってお得な おトクーポン 》

市内の商店にサービス内容を募り、市民と地元の商店との繋がりが深められる。

活用例 「定価の〇〇%引き」、「ソフトドリンク1杯サービス」、「〇〇〇

OFF」などのクーポンを掲載し、市民は、それを切り取り利用する。

事業者にとっては、新規の顧客増と常連客の獲得・定着化が実現できた。

市内の利用率が向上し、地元の店を知り、利用することで、地域の愛着が生まれるなどの効果となっている。

3 特集記事は、支持率アップに欠かせない。

・2013年 8月号 屠龍～つなげる想い～

・2016年 12月号 ～このまちで、夢叶える～

・2017年 9月号 ～大切なことに気付くこと～

・2017年 12月号 傘 声なき女性の貧困 ～人は人の傘になれる～

などが代表的なものであるが、人物をフィルターに、まちづくりの主役は、『人』であることをコンセプトに、市民に寄り添う意思を強調して編集されている。

※ この成果として、閲覧読者率は、約4倍に向上した。

また、上記の特集は、コンクールの審査で、高く評価され、以下のように数々の優秀作品として、受賞している。

《全国広報コンクール》

・広報誌部門（市の部） … 入選3回

・組み写真部門 … 特選1回 総理大臣賞

・映像部門 … 入選1回 読売新聞社賞

《山梨県広報コンクール》

・広報誌部門（市の部） … 最優秀賞 3回

・一枚写真部門 … 最優秀賞 2回

・組み写真部門 … 最優秀賞 4回

・映像部門 … 最優秀賞 2回

4 広報誌のデジタル化

市政に関心の低い若者への情報提供には、約80%がスマホを利用していること、若者世代の多忙化、若者の活字離れの現状を踏まえ、情報発信にアプリなどを活用し、デジタルブックの配信を開始した。



県内初の多言語対応デジタルブックである「カタログポケット」を採用することで、既存のデジタルブックにはない機能の提供が可能となった。

これは、外国人移住者の増加や、高齢者障がい者への情報発信にも有効に提供できるものである。

【市民の評価】

- 苦情件数がゼロの状況が継続している。
- 広報の残部数もほぼゼロの状況を維持している。
- 内容が良かったなどの手紙が多数寄せられている。
- 取材や広聴活動の中で、「この取り組みは特集にできないの?」、「こんなコーナーを創ったら?」、「あの人を取り上げたら!」などの要望・意見を聞くことが多くなり、広報の組み立てに大いに参考になっている。
- UDフォントを使用することによって、とても読みやすくなった。

【視察者の感想及び岡崎市への提言】

• これらのことから、市の広報誌に対する市民の意識が確実に変わっていることを実感できており、市民の主体的な意見や要望が、動きになることは、「協働のまちづくり」が進化していることを実感した。

若者に対応するためには、大多数が利用しているスマホの活用や今後ますます増加すると思われる外国人向けの情報提供として、多言語対応の情報提供は、必須である。

• がんばる市民を応援する、人と人をつなぐ広報誌とし、名物コーナー「ザフェイスオブ上野原」広報誌見開きに配置しているとのこと。他市では後の方が多いが、広報に載っていたことが話しのきっかけになる。人と人をつなぐきっかけであり、他のメディアにも露出のきっかけにもなる。

一般的には平等性公平性で誰か一人を取り上げるのを躊躇する傾向があるが、行政広報だからこそ市民を取り上げるべきとの姿勢は学ぶべきであると感じた。

また、広告収入でページ数を確保して、広報として載せていきたい記事が載せられるよう自律的運営を進めている。裏表紙に4万円の広告スペース。その他の広告スペースもH29は193万円の収入との事。単に広告収入だけでなく、営業活動がまた地域とのリレーションになる。うまく運営すれば広報誌制作予算は広告で賄えるかもしれない。

・端的に一言で表せば、親しまれる広報誌づくりのため、一人の職員が頑張ったという事である。ともすれば、無機質で、読まれることなく廃棄されがちな自治体広報誌を、行政と市民を繋ぐ情報発信戦略と捉え、様々なアイデアにより「広報誌で街の意識を変える」に取り組んでいるものである。

本市においても広報誌については担当部局が、様々な工夫を凝らして作成しているところであるが、市民の興味を惹くための所では参考に出来る様に思われる。上野原市と本市では、自治体の人口規模が大きく異なるため、単純な比較は出来ないが、考え方を取り入れ、ICTの活用も視野に入れ、広報誌を含む自治体情報発信戦略として考えていきたい。

・親しまれる広報づくりをコンセプトとし、①「頑張る市民を応援する・人と人をつなぐ広報」市民を積極的に取り上げ、人と人をつなぐきっかけに信頼される広報とする。②「使ってお得なおトクーポン」店を知り、地域に愛着が生まれる広報とする。③「支持率アップに欠かせない特集記事」人物をフィルターに、まちづくりに主役とし、市民に寄り添うこととする。④「広報収入でページ数確保を戦略として掲げている」営業活動を進め有料広報として広報経費の一部とする。

以上のような基本的な考え方で広報誌を作成し、全国広報コンクールの広報紙部門で入選3回、山梨県広報コンクールの広報紙部門で最優秀賞3回と輝かしい状況にある。

しかし、現在まで担当者が一人で動き作成してきたとの話があった。この点は、人口23千人の自治体であり行うことにできる限界であると考ええる。

本市の広報紙は地域住民が主役となる機会が少ない広報であり今後参考とする必要があると考ええる。

また、参加商店の割引や広告収入など強化する必要があり参考とするべきであると感じた。

調査研究 (研修) 視察報告書

報告者：磯部 亮次

視 察 日	平成 30 年 7 月 25 日 (水)
視 察 内 容	埼玉県三芳町：広報戦略について
視 察 者	築瀬 太 加藤 義幸 山崎 憲伸 内田 実 小木曾 智洋 荻野 秀範 磯部 亮次

[三芳町の位置と地勢]

三芳町は埼玉県の中でも最も南に位置し、かつ東京都に最も近い町である。ベッドタウンとしての開発発展も進みつつあるが、町内には農地や緑地も多くあり、川越芋の一大産地となっている。2016年には、川越市・所沢市・ふじみ野市とともに「武蔵野落ち葉堆肥農法」が日本農業遺産に認定されている。こうした、立地条件や歴史を生かして、純然たる都会でも田舎でもない「トカイナカ」を標榜して、地域おこしに取り組んでいる。面積は 15.33k m²、人口は 38,541 人である。

[自治体広報誌で日本一を受賞した広報戦略の概要]

読まれないまま捨てられていた「広報みよし」をリニューアルして、町民に愛される広報誌として蘇らせ、5年目で日本一に輝いた。



[活動の内容]

町長の公約で、「広報誌」のリニューアルが提案された。それまで、どこにでもあるようなありきたりの広報誌であった「広報みよし」は、読まずに捨てられるようなものであったと振り返っている。

2011年に広報担当を庁内公募し、そこへ名乗りを上げた一行政マンが、かつての慣習や因習を断ち切って、新たに町民に愛される、特に若い世代に手に取ってもらえる広報誌を目指して、完全リニューアルを図り、「住民が主役」の誌面づくりをして、現在は、購読率が80%を超えるようなものになり、取組からわずか5年余りで、内閣総理大臣賞を受賞するまでにしてきた。

また、当時年間1千万円を超える広報誌の予算であったものを現在までに約半分の500万円台へと抑えてきた。

内容的には、月一回の発行。16,330全世帯に配布。全32ページ。となっている。約10ページに渡る、町内に関する特集記事と、行政からのトピックス記事、行政のお知らせ、みんなの広場（市民広報ページ）、子ども通信、フォトニュース MIYOSHIのアイドルの構成になっている。

ユニバーサルデザインを使用して、文字とページ構成が大変読みやすくなっている。

また、文字ばかりではなく、写真等を多く利用しているのも特徴的である。

また、各ニュースには、必要に応じてQRコードを添付して、ダイレクトに応募や詳細記事に飛べるようITとの連動もしている。

誌面の写真には、AR機能がついており、写真にアプリケーションソフトを起動させた携帯端末を翳すと、動画が見られるような機能もある。

また、こちらもITと連動させ7ヶ国語の対応もしている。

また、表紙の写真は町民をモデルとしていて、正面からの写真を多用している。

[プロジェクトの経過・成果]

成果として、各年齢層に渡って、読んでいる人々が増えてきているとデータが示す結果となった。広報誌としての役割を十分果たしているといえる。

また、広報誌のコンクールで5年目には内閣総理大臣賞という一席を得ることができた。

担当者である行政マンは、現在全国の自治体からおよびがかかり、かつ視察件数も格段に上昇した。広報誌を作成する本人が、町の広報として東奔西走するに至っている。すべからく、大いなる成果と言える。

魅力再発見
おすすぬガイド
自然と里山
歴史に飲れる
日本農業遺産

広報みよし
全国で2位
がん検診
無料クーポンを
該当者に送付

お知らせ
健康寿命を
伸ばそう！
区長・副区長決定
カミトマルシェ
子どもフェスティバル
宇留屋体ふ利用申込
子ども大学 etc.

フォトニュー
里山イベント
役職前の夜桜
JICA 派遣



MOTTO 三芳町が好きになる。

今月の表紙
三芳町広瀬大塚の
金澤朋子さんごナ
ブリーダーを養
あるグループ
[Juice-Juice]
のメンバーの
皆さん（前列左
から菅本佳津、
金澤朋子、加賀
菜々美、後列左
から加藤真由、穂村
あかり、宮崎由加、
高木紗衣菜、穂村
晴）コンサート
イベント、フ
ジオ日本で放送
日程 23:30 から
金澤さんが MG
を飾る「藤菜
-BARUNAI」や、
毎月開催の1時に放
送中のテレビ東京「The
Gib Geli」をそのま
ディアで3Dライブも PR
しています。

SNAP 撮影会
SATOYAMA SATOUMI
250人以上が参加
LOVE MIYOSHI
会場開催！
SNAP 撮影会



【表紙】
町内唯一の養牛場宮本一孝
さん。牛とふれあう「ふれあひ」を毎日
開催。牛乳をお届けしています。
牛が泣くようになった牛は養牛場
「ペットでなく養牛」といふ異なる
人の愛情から、宮本さんお話しです。

[感想・岡崎市への反映]

どこでも、成功するカギは「人」である。ここでも、ある意味スーパー行政マンが大車輪のごとく働いて成果を出すに至った。

しかしながら、庁内公募を決めたのも、この事業の変革を求めたのも町長であり、いわば、お墨付きをもらって活動できたわけでもある。

各部署や庁内の部署間、人間間では、大なり小なり問題もあったようであるが、グイグイ進むことで、思う方向性に進めたようである。

広報誌は、私の感覚では、まるで民間のタウン誌のようである。とても官公庁が出すような印刷物とは思えない。

特に特集記事については、広報担当者の独自性で内容が決まっていく、担当者のセンスに頼るところが大きい。

誌面の構成については、担当者になってから相当に勉強したようである。文字と写真の配置やバランス、また、写真も自ら撮影し、先にも書いた通り、ユニバーサルデザインについても取り入れている。

また、写真のあるページは基本フルカラーになっている。

デジタルとも連動させ、ITを実践しているのが現代的で最先端といわれる所以であろう。

また、経費的にも年間1千万円を外注に出して作成していたものを内製していく事で、ほぼ印刷代だけを経費として計上することができた。その額が500万円の圧縮と聞くと、素晴らしいとしか言いようがない。

本市の広報誌も昨今誌面がかわりつつあるが、先駆者の内容を見ると、もっと高みを目指してほしいと願う。3色刷りも物足りない。

また、実際にARや多言語の対応について確認したが、本当によくできている。こ

こだけでも、すぐに真似ができそうなものである。

全てについて、本市も一度取り組んでみたらよいと感じた次第である。

また、別件で庁内の人事において、私自身も予てより思っていたのは、庁内公募人事の有用性である。

全ての課でとはいかないまでも、例えば、広報、観光、企画関係は、公募してやる気のある人間に十分成果を出してもらうのは、良いと方法と考える。

ある意味専門性をもって取り組んでもらえば、いろいろな可能性も出て来ると思われる。

本市でもスーパー行政マンが活躍できる環境づくりと、方法論を検討してもよいと考える。

・初めに感じたことは広報誌、議会だよりともに表紙に人物の写真を使っており、その写真をみるだけで、何を訴えたいかがわかり、中身の記事を見たくなくなった。ページをめくっていくとふんだんに写真が使われており、記事を読みたくなくなる工夫がされていると感じた。文字の書体は、ユニバーサルデザイン書体が使われており、初めて知ったが、この書体は「読みやすく」「読み間違えにくい」とのことで、読み手にやさしいという工夫が至る所でなされている。

広報は、電子媒体も含め、シティプロモーションを展開していくうえで、一番重要な事だと再認識をした。

本市においても、読まれる広報誌をつくるには、どうしたら良いかを、今一度考えるときが来ているようだ。

・たかが広報誌、されど広報誌ということを実感する取り組みと感じた。

本気で取り組むと捨てられていた広報誌が日本一を受賞するまでになったことには感銘を受けた。

町外の方の意見も大いに参考になるとのことである

・以前は、1100万以上の予算をかけて業者丸投げ委託で制作していたが、あまり読まれずに捨てられていた広報誌を「読んでもらえる広報誌」に変えてきた。

現在印刷製本費も600万ほどに軽減（自作DTPのため印刷製本のみを入札できたため）したうえ、若い人をターゲットに、目に焼き付く表紙にリニューアルした。20代も増えたが、高齢者も増えたとのこと。「カタポケ」アプリを使い、多言語オーバーラップ化とプッシュ式（スマホにお知らせが届く）にしたこと、UDフォント（ユニバーサルデザインフォント）により読みやすくなったことで、高齢者もスムーズに読め

るようになったようだ。

取材なども職員がすべて行っているが「まちを知り尽くす職員だからこそ本物を探し出し届けられる」との言葉に、これまでの実績に裏打ちされた自負心と前向きな姿勢が感じられた。

大きなリニューアルに庁内の抵抗はどうであったかの問いに、「縦書きを横書きにしただけでも苦情があったが今は理解されている。各部からのお知らせが減ったことにクレームがあったが、丁寧に説明して回ったことにより理解された。」など派手な活躍のイメージがあるが、地道な説明など丁寧な仕事をしてきた事がうかがえた。

政策調査報告書

報告者：小木曾 智洋

視察日	平成 30 年 7 月 26 日（木）
視察内容	青森県弘前市 弘前城石垣修復工事・観光化に付いて
視察者	山崎 憲伸、築瀬 太、内田 実、荻野 秀範、磯部 亮二、小木曾 智洋

【事業概要】

■弘前城本丸石垣修理事業

弘前城は、昭和 58 年の日本海中部地震後、本丸東面石垣の定点観測を開始し、平成 14 年まで観測した結果、石垣に変異が確認され、このまま進行した場合、天守台石垣を巻込んで崩落する危険性が指摘された。平成 16 年度に石垣修理計画を策定し、平成 19 年度より石垣修理事業の基礎調査に着手した。調査の結果、東面の石垣が内濠側に約 1 m 孕むと共に天守が北東隅で約 30cm 沈下し、全体的に濠側に傾斜している事が判明した。平成 20 年度、専門家による「弘前城本丸石垣修理委員会」が組織され、平成 24 年度解体修理範囲が決定された。

事業は大きく分けて、天守の曳家と石垣の修理で構成され、平成 27 年度に天守曳家工事が完了し、現在は平成 28 年度より着手した石垣解体工事が施工されている。天守曳家工事は仮天守台設置、天守構造補強、曳家に伴う解体復旧を合わせ、直線距離にして約 71m 移動した。又、石垣解体工事は延長約 100m、1,187m² の石垣解体が、遺構調査と併せて行われている。

弘前市では、本事業に於ける各種工事を、公開型工事、魅せる・体験型工事とし、広く市内内外へ PR し、観光振興に役立てている。



- ・石垣修理状況（左上）
表面石積裏の裏込材、石垣切羽部が確認できる
- ・石垣修理見学用展望デッキ（右上）
内濠部へ張り出して設置されているので至近距離から見学できる
- ・曳家後の移動した天守（左下）
- ・曳家展望デッキより望む移動前天守位置（右下）

■弘前城を活用した観光振興

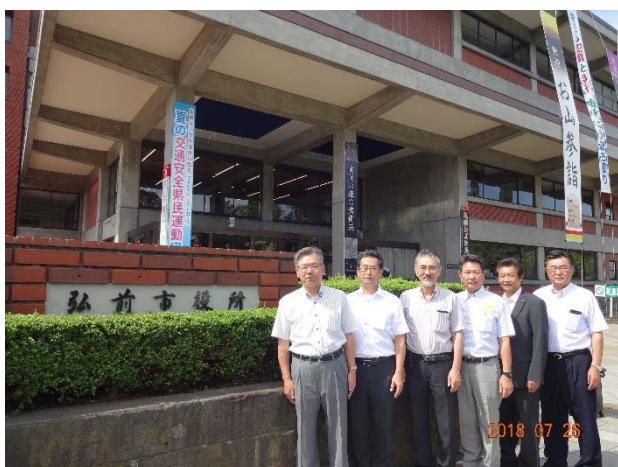
弘前城を活用した観光振興として、弘前城天守映像化事業、弘前城石垣修理 PR イベント事業、現存 12 天守 PR 事業の 3 事業が推進されている。

これら事業は、本丸石垣修理事業に伴う弘前城天守曳家により、当面の間弘前を代表する景観である下乗橋からの弘前城天守を見る事が出来なくなるため、弘前公園及び周辺に於いて、新たな観光コンテンツを制作し、市民や観光客に提供すると共に、弘前城本丸石垣修理事業そのものを最大の PR コンテンツと捉え、国内外へ広く情報発信し、話題性の喚起と弘前市の更なる認知拡大と観光誘客を目的としている。

事業方針としては、弘前城本丸石垣修理事業を契機に、5 箇年の中長期観光振興計画「HIROSAKI MOVING PROJECT」を立ち上げ、城だけでなく弘前の人々や街全体を動かし、魅力を発信していくプロジェクトとして、市民やインバウンド・地理的親和性の高いエリアもターゲットにし、将来の弘前ファンを育てることに重きを置いている。弘前ならではの観光コンテンツも創出し、誘客を図ると共に、将来へと話題性を繋げ、単年で PDCA を回し、その時々状況に見合った施策を効果的に実施し、持続的な観光振興を目指している。具体的な施策として以下の 4 つの施策が挙げられる。

- ・ブランディング——コミュニケーションコピー&ロゴの開発
- ・PR コンテンツ——バーチャル曳家イベントの実施
- ・観光コンテンツ——弘前城石垣マルチ・プロジェクション、曳家ウィークの実施
- ・情報発信——タイムプラス発信、特設サイト制作、Web PR、マス PR

曳家ウィークでは、弘前市民や観光客、一口城主を対象に曳家体験を開催。弘前城天守の架台に繋がれた 4 本の綱を約 100 名の参加者が引っ張り、実際に城を動かした。曳初式、地切式、着座式等のイベントを合わせ 3,900 人の参加者が有った。又、バーチャル曳家イベントは、新宿ステーションスクエアにて、工事工程に合わせ、バーチャルでの曳家体験等各種イベントが開催され、15,000 名近くの来場者が有った。その他、マルチプロジェクション等各種イベントに於いても、多数の来場者、参加者が有った。現存 12 天守 PR プロジェクト等、他自治体との共同、或いは、連携イベントも開催された。



【所感・岡崎市への反映】

弘前市では、観光作業での中心的存在である弘前城を、本来であれば改修工事により、仮囲い等により閉鎖されるものを、工事安全管理と両立させ、公開工事とすることで、新たな観光の目玉として利用し、成功事例として注目すべき点が多く見られる。石垣改修工事そのものを、新たなイベントとして捉え、これに付随、或いは、波及する更に新しいイベントを多く立ち上げている。

城の石垣は、歴史的遺産としての側面を持ち、建設時の状態を維持保存すべきであると云った考え方と、土木構造物として第三者に対する安全対策を施すべきであると云う、相反する考え方が内在する。この辺りの兼ね合いは石垣の現状、歴史的背景等勘案すべき事項が多くあり、通り一遍に方針を決定する事は困難である。

観光産業都市を目指す本市の中心的観光資源である、岡崎城公園に於いても、危険と思われる部分のある石垣があり、現在発掘調査が行われてところである。調査結果により、直ちに対策が必要であると判断されれば、場所にもよるが観光資源としての価値が一定期間、減少する可能性も有る。弘前市の様に、改修工事そのものを公開工事とし、新たな観光資源として捉えることも可能である。

【同行者の所感】

○姫路城の大修復もそうであったが、弘前城石垣工事を観光事業として取り組むことは、大切であり、観光事業においては転んでもただでは起きないといった精神が必要であると感じた。

○弘前城は、建築当時の様子がそのまま残っている全国でも珍しい城郭であるが、石垣のはらみ（地下水の滞留等）で弘前城の天守閣が危険な状態に。これは弘前市の危機という事で、市民全体で改修工事を行う事とした。そこで工事の全工程を公開し、市民の理解と協力を得ようとしたという点までは、よくある事と感じたが、その後の動きがすごかった。

内堀の水を抜いたとき、内堀を公開したが、これが大変な人気になった。そこで城普請の雰囲気を出すことにより、工事現場を観光資源に。また、天守の曳屋を長期的なイベントとしてブランディングしていくなど、積極的な情報発信が観光化に繋がっていったとのこと。曳屋で天守を戻すのは2021年。それまで話題をキープすることが課題ではあるが、市民参加とともに、長期にわたる観光資源として城の整備工事を進めていく事例としてたいへん参考になった。

○弘前城本丸の基礎となっている石垣が、外に膨らむ「はらみ」現象が起き、城郭の崩落の危険性が生じ、市民随一のシンボルである弘前城が危機に陥ったが、城を100m移動する曳家事業を通して、石垣修復工事を全国にPRすることで、工事自体を観光の題材とし、観光資源として活用するとともに、市民のまち興しに役立てた取り組みは、まさにピンチをチ

チャンスに切り替えるユニークな事業として、評価されるものである。

○この弘前城は、昭和 58 年に起こった日本海中部地震後、本丸東面の石垣がこのまま進むと崩落する危険性があると判断し、平成 16 年に石垣修理計画を策定し、平成 19 年度より修理事業の基礎調査を行い、平成 24 年度に解体修理範囲を決定し、平成 26 年度より弘前城主の曳家をはじめとした工事に着手したものである。

平成 26 年度から 28 年度に行われた曳家工事は、移動距離 77.6m で、市民や観光客に曳家体験をさせ、郷土への誇りや愛着心を育むきっかけにしようとするもので、マスコミにも多く登場している。

また、石垣の解体においても解体を開催する前に、イベントとして参加者を募り紹介イベントを開催している。

石垣修理事業そのものを最大の PR コンテンツと捉え、国内外に広く情報発信して市のさらなる認知拡大と観光客誘致を目的として事業を行っている。

本市としても、岡崎城跡の調査を行っており、着手前から市民の参加を得て行うなど、大いに検討する必要があると考える。

○弘前城の石垣が「はらみ」がみられ、平成 20 年から修理委員会が組織され計画を策定して、25 年から実施されている大規模な修理事業である。

しかしながら、単に修理するだけでなく、イベント性を持たせることで、工事自体も観光資源にしていくという逞しさが伺える。

何よりも、東北地方唯一の現存する、高さ 14.4 メートル、総重量 400 トンの天守を曳家によって移動させるのに、市民に参加してもらったり、濠から水を抜き、実際に石垣解体風景も、展望デッキを設置して、見学ができるようにしたり、当然移動した天守にも入館でき、工事の概要を知ることができたりと、10 年掛かる事業を 0 にするのではなく、可能な限りプラスの効果を得られるよう計画してきたところに携わってきた人々の知恵を感じるところである。

毎年の弘前城の桜まつりは有名であるが、工事期間は影響が出て当然であるものの、最小限に食い止め、逆に期間限定のチャンスに変えていこうとする努力を感じた。

本市においても、石垣の調査が行われているが、まだまだ、手のついていない調査箇所がある。石垣で「はらみ」の出ている箇所も実際に見受けられる。今後の修復については岡崎城跡整備基本計画における岡崎城跡石垣保存修理基本計画に則って行われていくが、天守閣自体が昭和 34 年頃にできたものであり、都市公園として機能してきた岡崎公園であるという点から、単純に城跡の価値を高めるために、現存の様々な施設を撤去するような安直な計画だけでなく、風致に特化していく部分と、現代にあったハイテク技術を連動させた先端的な施設を配備することによって人の集う、本来の交流拠点の意味を成していくのでは。と感じているところでもある。価値ある石垣であるならば、その価値が経済に結びついていくことを率直に望みながら、歴史と経済の融合を目指す強かさを計画に入れることを望みたい。それが結果として、弘前城から感じる修復事業の神髄にも感じる。

政策調査報告書

報告者：荻野秀範

視 察 日	平成30年7月27日（金）
視 察 内 容	宮城県名取市：貞山運河の利活用について
視 察 者	加藤義幸、築瀬太、内田実、小木曾智洋、荻野秀範、磯部亮次

【名取市の概況】

名取市は、宮城県のほぼ中央に位置し仙台市に隣接しており、面積は98.17km² 緑豊かな地域環境を形成した地域で、昭和58年には「5万人都市」となり、さらに団地開発により平成6年4月には6万人を超え、今後も着実な人口増加が見込まれる都市である。



平成23年3月11日に発生した東日本大震災では、市域の約3割が浸水し、死者・行方不明者は900人を超え、甚大な被害を受けた。

現在、復興に向け全力で取り組んでおり、復興公営住宅の建設が平成30年12月に完成の予定で進められている。

また、子どもたちの学びの場の確保のため、被災した閑上（ゆりあげ）小学校・中学校を市として初めて小中一貫校として整備されている。

【貞山運河事業の位置づけ】

2001年～2010年を計画期間として策定された名取市第4次長期総合計画では、基本計画に「活力ある既存産業の振興と新たな産業づくり」の第7節に「新たな観光基盤の形成」と位置付けられ閑上海浜地域の海浜都市公園化の推進を掲げ、定期観光船及び空港へのアクセスシーバースの開設を検討することとした。

2011年～2020年の第5次長期計画では、主要施策で「観光資源の活用と魅力の創出」を掲げ、貞山運河の利活用を図ることとした。

平成23年3月に発生した東日本大震災では、市域の約3割が浸水し、死者・行方不明者は900人を超え、甚大な被害を受けた。

復興への取り組みの目標として、地域資源と仙台空港を生かして集積・連携する産業を掲げ、これを達成するための視点として、仙台空港や貞山運河を生かした新たな産業・観光などの展開が必要であるとし、「空の道・水の交流プロジェクト」を挙げ貞山運河・広浦を中心として、空と水辺をつなぐ観光軸の形成を進めることとしたものである。

【戦略】

「名取市閑上地区かわまちづくり計画」が平成26年12月に国交省の採択を受け、事業を展開している。

閉上地区の「かわまちづくり」は、名取川堤防背後に整備される「土地区画整理事業」の市街地と名取川の河川空間との一体感を確保し、河川空間の利活用を図っていくこととした。

「かわまちづくり」で高水敷整備した個所は、市が多目的広場として整備し、「なとり夏祭り」をはじめとした多様なイベントに活用している。

「かわまちづくり」対象区間においては、名取川堤防とまちづくりが一体となった空間を整備することに加え、市民とともに水辺空間の利活用を図り、賑わいを創出していくため、市が包括的に河川を占用したうえで民間事業者を誘致し、河川のオープンスペースである立地条件を活かし、現時点では、27店舗「オープンカフェ」を誘致するとともに、河川管理者が整備した低水護岸を利用し、発着場として活用し、仙台空港から貞山運河を通じて閉上地区までの「水上バスルート」を構築した。

【本市への反映】

- 現在の閉上地区は、不幸にして東日本大震災で浸水し高水敷整備が実施されており、計画に沿って事業が進められている。民間事業者を誘致し朝市などが開催されるとともに、常設のオープンカフェが設置されており、継続的なものであり市民への周知度はこれからであるとのことであったが、マスコミが取り上げており、今後、多くの人が集まる場所となると考えられ、本市も継続的に集客できる施設を設置する必要がある。本市としても、リバーサイド事業の沿線に継続的に営業できる民間事業者を誘致して、自立可能な事業として運営してもらうため、採算性を向上させる取り組みを側面から支援する必要がある。市のシンボルである名取川と貞山運河を震災復興の副産物として、水資源を活用した交流拠点をも面的に広げることで、地域経済の発展につなげ、仙台空港を起点として、水辺空間と空をつなぐ道筋を創り上げた構想は、特筆すべき事業である。
- 名取市に於ける、貞山運河の歴史的価値を観光資源化する事業として、舟運事業がある。この事業は、名取川や貞山運河、広浦等の豊かな水資源を活用し、被災沿岸部の集客施設を水運により結び付け、復旧復興が進められる沿岸部の交流拠点を面的に広げることで、地域交流及び地域経済の活性化や観光事業の促進を図るために実施するものである。現状は、事業途中であり、間もなく試験運行が開始されるとの事であった。民間事業者による完全自立運営であり、初期投資は全額国庫補助により賄えたとのことであり、民間活用による復興事業の一つとして、将来に渡り評価できるものとする。
- 本市の乙川舟運事業とは規模が大きく異なる為、外形的な部分では参考とし辛いですが、事業スキームや、民間主導に対する市との係わり等に於いては、参考にするべき部分があるように考えられる。
- 貞山運河舟運事業は、閉上地区の震災復興計画に位置づけるとともに、かわまちづくり計画が採択されたことにより、復興を機に実施に至ったとのこと。震災という苦難をチャン

スに変えてきた事例であり、皆さんの苦勞が感じられた。

かわまちづくりでは、まちづくり会社が側帯（側帯そのものは国の交付金で整備）上の商業施設を誘致整備することとなり、貞山運河の船着き場の他、河川堤防の側帯として堤防道路と同じ高さの商業施設（オープンカフェ等）を設置する計画となった。

費用負担についても復興支援やかわまちづくりだけでなく、完全民間事業とすることで実施事業者への補助など地方創生交付金の有効に活用したり、宝くじの自治復興補助金を使ってシンポジウムを開催するなど、様々な工夫で事業費を賄ってきており担当者はじめこの地区への強い思いに感心した。

- ・観光資源の活用と魅力の創出という主要施策に則り、日本最古で最長の貞山運河の活用を試みる。単に観光政策だけではなく、被害がひどかった関上地区の復興も視野に入れている。災害復興部復興調整課が担当部局として対応しているものである。

運河を使って、周遊と水運とを目指しているものであるが、最終的には仙台空港とつなぐ航路をつくるものである。現在船着き場の整備と、周辺の民間施設誘致が行われている。事業の実施については、民間に委ねる。現在は2021年の本格実施時期に向け、計画が進められている最中である。

課題はまだ解決しておらず、市域を越えた実施計画であり、隣接市との連携が必要。東北農政局管轄の防潮水門を通過するための手続き、事業自体の採算性、船着場を各拠点に作らなければならない、など。

しかしながら、復興を進めていく上での起爆剤としたいとの考えが十二分に感じられるものであった。

私、個人として、震災間もない頃に、この関上地区に訪問した。何もかもが流されていて、惨憺たる状況だったのを記憶している。当時の日和山と東禅寺が今も目に浮かぶようである。

あれから7年の月日が経ったが、地面の嵩上げ出来てきて、今から本格的に民家が建てられていくといったところであると感じた。しかし、7年の月日は短いようで長く、この関上地区に住んでいた人々も、すでにより内陸部にて新居を構えて日常を過ごしており、戻ってくる元の住民ではなく、新たな住民を掘り起こすことでの復興となっていく。街が十分に形成されない中での、新たな事業への取り組みはなかなか難題と感じたのも正直なところであるが、ぜひ、成功に結び付けていただきたいと望むところである。

さて、本市に関しては、リバーフロント計画が進行中である乙川・菅生川にて、不定期で舟遊びが実施されている。整備が終了すると、北東街区から岡崎城前まで、舟で行き来することが可能となるようである。観光政策として、期待もするところであるが、併せて、観光客の誘致に具体性を持たせるべきと課題を感じるところである。本市は川が多く、水運が可能であるのならば、距離も伸ばして市民の足に利用しても良いとも感じるところである。