

調査研究(研修) 視察報告書

視察日	平成27年4月13日(月)
視察内容	唐津市：唐津城石垣再築整備事業について
視察者	吉口二郎、加藤義幸、三浦康宏、杉浦久直

唐津城石垣再築整備事業

石垣再築の経緯

唐津市のシンボリックな施設であり歴史・観光資源である唐津城の石垣が、長い年月を経て「はらみ・ゆるみ」を生じ、石材自体にもひび割れや劣化が見られるようになってきたことから唐津市では、平成5年度に「唐津城址本丸石垣調査業務」を実施し、石垣の状況調査を行い、はらみ等の変状が起きている箇所を確認し、その後経過観察を行いながら状況を注視してきました。その中、平成17年1月20日～22日に佐賀県立名護屋城博物館で開催された第2回全国城跡等石垣整備調査研究会の際に、石垣の専門家の方々が唐津城の石垣を視察され、崩落の危険性及び修復の必要性を指摘されました。

平成17～18年度にかけて、「唐津城石垣健全性調査業務」を実施し、石垣の立面図化や背面のボーリング調査等、詳細な調査を行うと共に、「唐津城石垣修復専門委員会」を立ち上げ、土木分野や文化財など様々な観点から検討を重ね、貴重な文化財的価値を有する石垣を伝統技法により積み直すこととなりました。

平成19年度に「唐津城石垣修復実施設計及び耐震設計業務」を実施し、引き続き委員会において、石垣修復範囲や事業年次計画、既存天守閣の耐震補強工についての検討を重ね、「文化財的価値を損なわない内容・方法で修復を行い、事業そのものを観光資源とし観光面との調和を図る」ところを基本に、築城400年を迎えた平成20年度より「唐津城石垣再築整備事業」に着手しました。現在、第1期工事が26年度で終了し、約半分ほどが整備され、今年度より31年度の整備完了を目指し、第2期工事が行われています。

事業費における財源では、国からの社会資本整備交付金等の活用以外にも、ふるさと納税を活用し、平成20年から26年までの間に、2,297万円のふるさと納税をしていただいています。

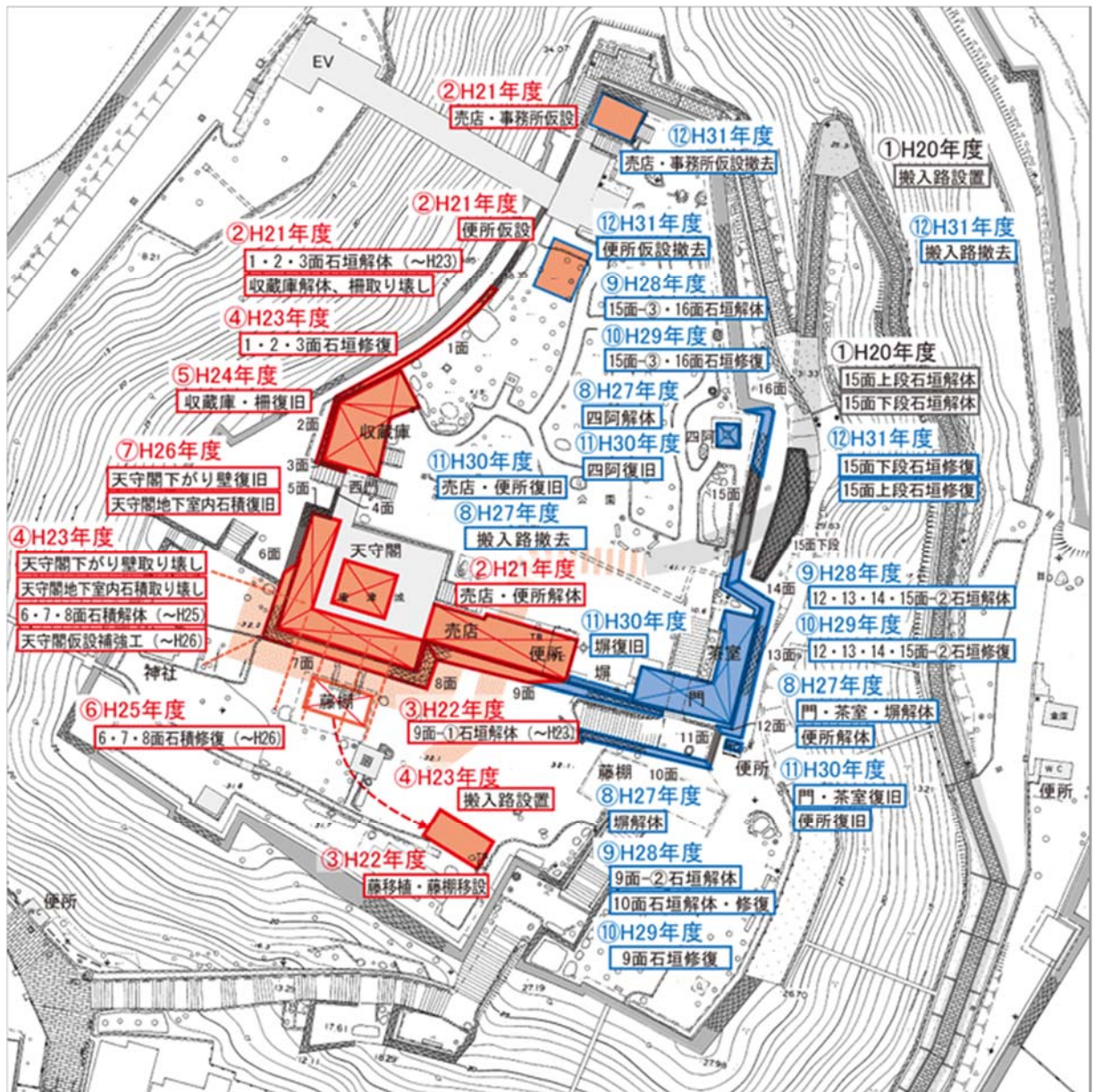


事業計画

- 平成20年度に本丸東側石垣(15面)を解体し、工所用仮設搬入路を設置
- 平成21～26年度のⅠ期事業では、本丸西側石垣(1～3面)、天守台石垣(6～8面)、本丸南側石垣の一部(9面西側)を再築
(調査費用：約2,500万円、実施設計費用：約3,000万円、Ⅰ期事業費：約9,500万円)
- 平成27～31年度のⅡ期事業では、本丸南側石垣の残り(9面東側、10面)、本丸東側石垣(12面～16面)を再築予定(Ⅱ期事業費：約10億円)

事業実施に伴い「唐津城石垣再築推進委員会」を新たに立ち上げ、事業の円滑な推進のため、土木分野、文化財の見識者に意見を求めながら、歴史ある石垣の保全と来訪者の安全確保のため石垣を再築しています。今後、唐津城をさらに100年、200年と将来に継承していきます。

唐津城石垣再築整備事業計画図



石積修復済 (8面)



石垣解体面 (9面)



搬入路設置 (9面)

〔感想・岡崎市への反映〕

唐津城石垣再築整備事業の終了年度は平成31年を予定しています。平成5年度に石垣の状況調査が行われてから26年間におよぶ長い期間を要する事業であります。

本市においても平成26年度に、岡崎城の石垣調査が行われています。その調査においては、石垣カルテの作成とカルテに基づき危険度の判定が行われ、調査結果によれば、修理及び対策の検討が必要とされる箇所が7カ所、経過観察が必要とされた箇所が207カ所となっています。

岡崎公園には多くに市民の方や、観光客が訪れる場所であります。今後、崩落等の危険度が高いと判定された、7カ所について積み直しが必要であるのかどうか、修理方法を検討され、岡崎城址全体の整備計画を見直すとともに、早急に石垣整備実施計画を立て事業の実施を図っていく必要があると強く感じた。

平成27年は、徳川家康公が薨去されて400年という節目の年を迎え、本市では今年度、徳川家康公顕彰四百年祭事業が行われています。家康公が亡くなられて400年であり、また家康公が生まれて475年であります。25年後の家康公生誕500年に向け、岡崎城石垣整備事業が計画的に進める必要があると提言いたします。

調査研究(研修)視察報告書

報告者：三浦 康宏

視 察 日	平成27年4月14日（火）
視 察 内 容	① 大会等開催支援事業について ②佐賀市プロモーションムービーについて
視 察 者	吉口二郎、加藤義幸、杉浦久直、三浦康宏

<佐賀市の概要>

佐賀市は九州北西部、佐賀平野の中央に位置する水と緑のまち。幕末期には、その先進性と技術力、工業力で維新回天の牽引役ともなった佐賀藩 36 万石の城下町。05 年 10 月、諸富町・大和町・富士町・三瀬村と合併した後、07 年 10 月に川副町・東与賀町・久保田町と合併し、現在の佐賀市に。市内には有明佐賀空港が所在し、博多まで J R 特急で 40 分の距離にある。14 年 4 月に特例市へ移行。権限の拡大と共に「まちづくり自治基本条例」を施行し、市民主体のまちづくりを推進する。又、自然災害が少ない地勢を活かし、企業誘致にも積極的に取り組む。更に 14 年 5 月には有明佐賀空港と成田空港を結ぶ航空路線が開設。既存の国際路線と合わせ、特に東アジアからの誘致推進を図るなど国際戦略にも主眼を置く。
面積：431.42 k m² 人口：237,506 人



<佐賀市 ①大会等開催支援事業の概要>

そもそも平成 8 年に県の補助事業として始まった事業を引き継ぐ形で平成 12 年より観光振興に力を入れた新市長の方針で取り組み、平成 19 年 4 月には観光協会へ移管し進めてきたが、平成 27 年から観光振興課内に観光・コンベンション室を設け、更なるサービスの充実を目指している。

内容は、観光客誘致政策の一環として大会・会議等の開催により、宿泊客の誘致及び交流人口の拡大を図り、地域経済の活性化に資するため、大会等を主催する者に対し、予算の範囲内で佐賀市大会等開催支援補助金を交付するといったもので、補助対象要件として、①市内で開催される大会である事、②大会参加者が市内宿泊施設に延べ 100 泊以上宿泊する事、③佐賀市の地域経済並びに学術及び文化の振興に資するものである事、④政治的または宗教的活動を目的としない事、⑤営利目的でない事、⑥国又は地方公共団体が主催、共催しない事、⑦市から他の補助金等や減免措置等を受けない事、⑧大会



決算において剰余金が計上されない事が挙げられる。

補助金額は、学生で 100 泊～199 泊 3 万円から 1,000 泊以上で 24 万円まで段階を追って額が決まっており、同様に、一般で 100 泊～199 泊 5 万円、1,000 泊で 40 万円となっている。但し、九州大会及びその同等規模の大会と認められるものについては限度額を 20 万円、申請の前年までの過去 3 年間に連続して佐賀市で開催されたものや佐賀県内市町において輪番で開催しているものの

限度額は 10 万円と定める。

実績として毎年 20 件弱、220 万円程を補助しているが、予算の範囲内限定で交付される為、平成 26 年度は 4 件申請を断っている。

課題として、新たな大会の誘致や大会主催者の意向をくんだ細かなサポート等が挙げられ、今年度より新たな部署を設け、室長を旅行業者から登用し、今までの受け身の態勢から、積極的に行き働きかける改善を図っている。



<佐賀市 佐賀市プロモーション事業の概要>

佐賀市の知名度を向上させ競争力を高め、観光や特産物といった佐賀の魅力を、年齢層に応じた広報媒体を用いて効果的に情報発信することにより、佐賀市のブランド力を高めることを目的に、①市長のトップセールスの充実、②佐賀市認知度アップキャンペーン、③SNS を活用した情報発信の 3 つを柱に展開。平成 26 年 4 月に総務部秘書課内に元広告代理店勤務の女性室長と元出版社勤務の女性嘱託職員からなるシティプロモーション室を新設し、同 5 月には 6 課 1 室からなる庁内連絡会議を立ち上げた。

実績として、26 年 6 月 16 日、YouTube に世界的にブームになっていたファレルウィリアムス「HAPPY」の佐賀 Ver. を作成し、熱気球世界選手権 PR ムービー「HAPPY with BALLOON in SAGA」として公開、1 万件を超える閲覧を数える。また羽田空港女性用レストルームでの佐賀市 PV 「slow & easy Saga」 放映及びポスター掲示や、日本一の数を誇る恵比寿像をイラスト化し、SNS で使えるスタンプとして申請し、送られた人には「福」が届くと言う噂と共に全国へ伝播させる女子高生プロデュース企画「えびすたんぷ」等、様々な取り組みを進めている。

<佐賀市 ②佐賀市プロモーションムービー「W・R・S・B」の概要>



平成 25 年 11 月にシティプロモーションで実績のある三寺雅人氏を招き講演会を開いたところ、翌年 7 月の企画募集に際し地元広告会社から三寺氏を起用してワラスボをテーマとしたムービーを制作する企画提案があった。それを採用、制作総指揮を三寺氏にお願いし、地元の広告会社と組んで「W・R・S・B」ムービーが制作された。全編 2 分 27 秒、映画の予告編テイストで期待感をあおる展開で、英語字幕を付け海外へのリリースも意識したものになっている。製作費は 200 万円、制作期間は 6 ヶ月、ロケ

地は全て佐賀市内。YouTube での再生回数が 81,508 回(3 月 31 日現在)、その他テレビ、新聞、雑誌、ラジオ、web ニュース等、多くのメディアで取り上げられ、広告換算費は 5,000 万円以上となっている。ムービー以外にも特設サイトを充実させたり、ポスター、リーフレット、ステッカーを作成し、掲載店や観光施設等への配布、又大きめのリアルなフィギュアを制作する等、様々な展開を図っている。それに便乗し、市民の中からも有田焼で WRSB グッズを作成したり、飲食店が WRSB メニューを展開したりと、広がりを見せている。課題として、実際に足を運んでもらうための現地ガイド、ツアー等の仕掛けをつくる必要性を挙げられていた。



[感想・岡崎市への反映]

まず「大会等開催支援事業」であるが、佐賀市は年間 500～530 万人が観光に訪れるとのことであったが、その内宿泊される観光客は約 50 万人ということで、何とかして宿泊客の増加を図りたいと考えており、その一環として本事業に力を入れておられるのを感じた。そんな中、本市と同様に年度初めに施設予約を行う為、何年も前から準備を進めるような大きな大会、コンベンションを開く際には、やはり優遇措置を与えるなど柔軟な対応をしており、岡崎市もその判断基準を早急に設定すべきとの思いを強くした。

次に「プロモーションムービー」については、作品自体のインパクトはもとより、着眼点、展開の仕方に技ありの感を抱いた。本市のはんにゃを用いた「家康公 400 年祭」の PRCM とはまた違った発想で興味深い、いずれにしる佐賀市は総務部秘書課に民間から専門の職員を採用し室を設けており、その 2 名の職員の力、やる気がかなり反映されているのが伝わった。「大会等開催支援事業」も旅行業社から室長を登用し新たな展開を目論んでおり、本市も目的に応じ、そのような積極的な人事を試みることも必要ではと考える。

調査研究（研修）視察報告書

報告者：杉浦 久直

視 察 日	平成27年4月15日（水）
視 察 内 容	シティセールス事業について
視 察 者	吉口二郎、加藤義幸、三浦康宏、杉浦久直

<宇部市の概要>

山口県の南西部、瀬戸内海に面する県下3番目の人口の市である。江戸時代は寒村であったが、明治以降石炭の採掘により発展し、大正10年に村制から一気に市制へと移行した。第二次大戦により市街地は焼失したが、戦後の復興で回復し、工業都市へと発展した。その中では公害問題等を産官学民で乗り越えて、今の「緑と花と彫刻のまち」へとつながる取り組みがなされてきた。



面積 287.71 km² 人口 171,220 人（平成 26 年 4 月 1 日現在）

<シティセールスへの挑戦>

宇部市においては2005年の178,955人をピークに人口は減少局面へと入っており、今後2040年には128,870人へと減少すると想定されている。また、少子高齢化の進展もあり、自主財源の減少、社会保障経費の増大など、自治体経営苦難の時代が訪れている。そうした中、人口流出を食い止め、宇部市への新しい流れを作るため、宇部市の住み良さと魅力を発信するシティセールスの推進に取り組んでいる。

<シティセールス体制>

2012年には山口県内初となる専門部署としてのシティセールス推進室を総合政策部内に設置し、①何を売り込むのか（セールスポイントの決定）、②どうやって売り込むのか（重点プロジェクトの実施と積極的な情報発信）の検討をおこなった。そして、2014年には広報・シティセールス部を新設し、広報・シティセールス課として再編成することで、情報発信力を強化するとともに、市の全職員がシティセールスパークソンであるという意識の醸成に取り組んでいる。

<セールスポイントの決定>

宇部市のキャッチフレーズであった「緑と花と彫刻のまち」。これはかつて化学工業都市へと発展する中で、世界一の降下煤塵による大気汚染ともいわれていたまちを、産学官民の協力による緑化事業や花いっぱい運動、街を彫刻で飾る運動などにより、美しい景観を持つ街に生まれ変わらせたという宇部市の歴史を映し出したものである。そこで、シティセールスコンセプトを「まちづくりのドラマを伝えよう！」とし、そのまちづくりのドラマを中心とした、「彫刻のあるまちとときわ公園」、「UBE ビエンナーレ（現代日本彫刻展）」、「産業観光」、「うべふるさとツーリズム」の4つの柱と地域の「食（グルメ）」にまでセールスポイントを絞り込んだ。

<3つの重点プロジェクト>

I. イメージアップ戦略として、首都圏メディアに宇部に来てもらうプレスツアーの開催や、東京での情報発信となるUBE ビエンナーレ模型展の開催、市長自らのトップセールスでの積極的な情報発信など、宇部市の都市イメージの発信。

II. シティセールスパートナー戦略として、市民や協力者などを登録し官民共同での情報発信を行うとともに、宇部ラーメンのブランド化や、フィルムコミッション、提案型ふるさと応援事業助成金など、官民連携での魅力向上。

III. 観光集客戦略として、宇部市最大の観光地であり、さくら名所100選や、「21世紀に残したい日本の風景」で総合公園の部第1位に輝く「ときわ公園」の魅力を発信、向上することで、昨年度は24年ぶりに入場者数50万人を超え、さらに動物園ゾーンのリニューアルにより、修学旅行などのツアー誘致に向けた旅行会社への売り込みを進めている。

<現状の課題>

平成27年度の挑戦として、新たな人の流れを作るために、移住・定住人口の増加を目指した取り組みを推進していく予定である。ガイドブックの作成や、ホームページの活用により宇部市の住み良さと魅力をアピールをしていくとともに、第26回UBEビエンナーレ×まちじゅうアートフェスタとして、市民参加でのさらなるまちのイメージの向上を目指していく方針である。ただ、現状の課題として、まだまだ、各課から広報・シティセールス課への情報の伝達が遅く、集まりが悪いため、それらをコーディネートした情報発信がうまく出来なかったり、タイミングを逃してしまうということもあり、職員の意識向上をさらに続けていくことが必要とのことであった。

〔感想・岡崎市への反映〕

岡崎市では、平成28年の市政施行100周年を契機とするシティプロモーションの推進に向け、100周年記念事業推進課が中心になって取り組みを進めている。しかしながら、現状では100周年記念事業がその業務の主眼になるため、どうしてもシティプロモーションの取り組みは後手に回っているような感否めない。

シティプロモーションは広範な取り組みであるため、市職員全体の意識の共有、また、専門部署での取り組みが必要になってくると考えられる。宇部市では、シティセールスの専門部署として、シティセールス推進室により、何を売り込むかの検討を行った後、広報部門と一体化した広報・シティセールス部、広報・シティセールス課による情報発信の取り組み体制を構築したが、本市でもそうした市全体でのシティプロモーション推進体制の構築が必要であろう。

まち・ひと・しごと創生という国の方針のなかで、各地方での人口減少に対する取り組みが求められているが、本市としても、交流人口及び定住人口の増加に向けた取り組みを積極的に進めていく必要を改めて感じさせられた。