

平成28年12月2日

嬉野市議会議長 田口 好秋 様

総務企画常任委員会
委員長 辻 浩 一

総務企画常任委員会報告書

平成28年9月議会において付託された下記事件の調査結果を、嬉野市議会会議規則第107条の規定により報告する。

付託事件名 観光施策の連携について

目的

平成28年第2回定例会において、嬉野市デザインウィーク事業が提案され予算化された。国からの呼びかけで、青森県弘前市の雪燈籠祭りと当市のあったか祭りと連携を組み、観光施策の活性化を図るものである。そこで、弘前市の雪燈籠祭りの現状とその他の観光施策で連携できるものや参考にできないか調査を行った。

また、地方創世の取り組みの分野で注目浴びている八戸交流センター（八戸ポータルミュージアム「愛称はっち」）の調査を行った。

「弘前市との観光連携について」

日時 平成28年10月26日 午前9時～11時

場所 青森県弘前市庁舎

対応者

弘前市経営戦略部広聴広報課	デザインウィーク担当理事	五十嵐 雅幸 氏
弘前市経営戦略部広聴広報課	デザインウィーク担当主管	渋谷 卓 氏
弘前市観光振興部観光政策課主幹兼誘客推進係長		大和田 淳 氏

弘前市は青森県の西南部に位置し、総面積524.20km²の内陸型の地形である。人口は平成27年度現在約177,500人で青森市、八戸市に次ぐ第三の都市である。主産業は農業で、主要作物は言わずと知れたリンゴであり生産量は日本一を誇る。

弘前デザインウィークの基本コンセプトは「弘前への愛」となっている。

弘前デザインウィークとは、中長期にわたった弘前ブランディングプロジェクトによるクリエイティブな地方創生を実現するため、弘前への郷土愛を育む市民運動（ムーブメント）であり、オール弘前体制の組織を作り独自のコンテンツを開発し、弘前の魅力を生み出し、全世界へ発信する活動を、弘前城天守が元の位置に戻るまで（現在弘前城石垣修理のため天

守の移動（曳家）工事中）継続する事を掲げてある。

ターゲットとしてはインナー（市民に向けたインナーイベント）とアウトター（外部への発信と集客を目的としたアウトターイベント）となっており、これらを組み合わせて継続性と独自性の高いプロジェクトへ深化させ、市民参加型のクリエイティブプログラムを実施することで、市民の弘前に対するより深い愛を育むことを目標としている。

実例として、地元クリエイター（弘前の資源となる価値を創造している人（例）伝統工芸、伝統音楽、りんご、酒、米、etc）でクリエイターズ・シンクタンクを結成している。これらクリエイターが、弘前デザインウィークのフィールドで国内外のクリエイターと競演することで、地元クリエイターに光が当たり、磨かれていくことに期待している。プランとして、サブカルチャー・融合・世界基準・発信力・市民参加などをメニューに掲げ、様々なプログラムを展開している。主なプログラムは以下3つ。

プログラム1・未来の弘前の土づくり＝人材育成

プログラム2・弘前商品開発とブランディング

プログラム3・PR イベント

これらのプログラムの中で、様々な事業を展開している。

東京デザインウィークとの連携は、弘前デザインウィークが東京デザインウィークに強く影響を受けたプロジェクトであるため、東京デザインウィークをオブザーバーとし、ハイレベルなクリエイターの刺激を受けながらプロジェクト成功のノウハウを吸収し、その構築を目指している。また、各地のメディアパートナー（テレビ・新聞等）を活用して、弘前を全世界に発信するとしている。

弘前デザインウィークがデザインする弘前の未来像は、市民の創造力を育むことで市全体の活性化、成長につなげるプラスのスパイラルを目指している。

なお、デザインウィーク担当職員は5人態勢で取り組んでおられた。

今回当市と連携となる弘前雪燈籠祭りは、40回の歴史を数え毎年2月中旬、11日前後の4日間弘前城内で開催され、主催は市内各種団体から構成される実行委員である。内容としては、雪燈籠はもちろんミニかまくらや自衛隊の協力により大雪像などが設置される。当初から市民参加型の祭りで、燈籠は市民の手作りとなっている。大雪像を背景にしたプロジェクトマップや、弘前城の石垣を背景にした石垣マルチ・プロジェクトが近年では集客に大きく寄与しているとの事である。他にも様々なアトラクション等開催しているが、基本的に雪がメインであるので、これらの実物が当市に運ばれ紹介されるのは難しいと思われる。また、ねふた祭りの山車等も輸送費が高額になるため、山車に使用した絵を活用した回廊あたりが紹介されるのではないかと考える。

弘前市はロングスパンのイベントを多く開催しており、必ずイベントどうしが重なり一年中何かしらのイベントが開催されている状況になっている。

委員会の意見

現在各地域で活発に行われているシティプロモーションがあるが、弘前デザインウィークはその進化形で現在あるものからさらに創作し弘前のイメージを発信し、弘前をPRして、その過程において人材育成をしていくのが目的だと認識した。今回雪燈籠祭りとの連携が主となるが、今後デザインウィークとして嬉野市が展開していくのであれば、弘前が展開しているように人材育成を重視していく必要があるのではないかと考える。イメージの部分が多く、実現する事を具体化するのには難しいとは思いますが、市民を巻き込み意識改革を行わないプラスのスパイラルを作りまちの活力を生み出すことが重要である。

「ポータルミュージアム はっち」について

日時 平成28年10月26日 午後3時～5時

場所 八戸ポータルミュージアム会議室

対応者 まちづくり文化スポーツ観光部八戸ポータルミュージアム

はっち 館長 佐々木 結子 氏

八戸市は青森県東部に位置し、太平洋に面した岩手県と接した人口約234,800人の青森県第二位の都市である。産業は水産業と北東北随一の工業都市であり、八戸港湾計画でポートアイランドに造成された液化天然ガス（LNG）輸入基地が平成27年から操業を開始し新たな活力となっている。八戸の中心市街地は、八戸城を中心に形成された城下町で、歴史と文化の息づく街として、古くから活況を呈する街並みが発達してきた。しかし、全国的に中心市街地の空洞化や商業機能の低下が懸念される中において、八戸市でも例外ではなく中心市街地を八戸の「顔」にふさわしい人々が集い、賑わいのあふれる空間に再生するために、八戸市中心市街地地域振興観光交流施設として整備が始まった。

平成17年山車会館及び地域観光交流施設整備の提案がなされ、平成18年に決定された。平成21年建築工事に着工し平成22年12月、5階建会館が完成、正式名称をポータルミュージアムとしポータルミュージアム条例を制定して、愛称を公募し「はっち」に決定した。平成23年2月開館し現在に至っている。その間、東日本大震災の影響も受けたが平成25年5月来館者200万人を突破し6月には第33回東北建築賞「作品賞」を受賞し、10月には「はっち」の市民参画による地域づくりへの取り組み（仕組み）に対し2013年グッドデザイン賞を受賞されており、平成27年6月現在、来館者数400万人を達成している。内容は建物・展示・イベント等すべてに八戸の八にこだわった仕掛けや取り組みとなっている。中央にはっちコートとして八角形の吹き抜けがあり、1階には地場産物販場、シアター1、ひろば、地場木工と精密機械がコラボした展示などある。2階は地元の歴史・文化・産業の展示及びシアター2がある。3階は文化芸能において活用できるスタジオやギャラリー。4階は子育て支援機能を持つこどもはっち、ものづくりスタジオ、食のスタジオがあり、5階は工作スタジオ、共同キッチン、共同スタジオ、レ

ジデンスなどがある。

委員会の意見

「はっち」の所在地は中心街にあり、商業施設の撤退により市有地として取得していた。活用方法としては民間に売却予定であったが、不況により参入が見込めず長年凍結の状態であったが、首長の交代と職員の強い思いで市民交流の拠点となった。人口減少と郊外に大型店舗の進出により、中心商店街が衰退し街の活力が低下しており、その対策としては人づくりが重要だと言う認識の下、様々な年齢・職種の交流で刺激を受け合うことで人材育成につながるとの思いで、多くの市民がかかわる事が出来るメニューを展開していた。

特筆すべきは起業のサポートであり、館内で起業の研修を行ないその後館内で補助金を活用しチャレンジショップを2年間出来るようになってきている。嬉野市においても商店街の活性化は重要な課題であり、様々な取り組みを行なっているが、企業誘致が厳しい中、起業させることも必要ではないかと考える。以前より議会からの提案があるように、空き店舗を活用したチャレンジショップや、八戸市の取り組みのように起業の為に研修制度も必要ではないかと考える。

総括として、弘前市、八戸市共に人口減少が進むなか、定住・人口増加を図るためには人材育成が重要であることから、地元に対する郷土愛を育むことが中心課題となっているようであった。雇用の場の確保することが嬉野市存続の大きな鍵となってくるが、企業誘致も重要な施策として不断の努力が必要であるとともに、進学や就職で市外に出ても地元に戻り起業するような子どもたちを育成するためにも、郷土愛を育むことも重要ではないかと考える。