



研修視察報告書

令和 5年 9月 7日

[会派名： 清風クラブ]

代表者氏名	坂本 直司 	記録者氏名	坂本 直司 
視察者氏名	福田 博行・常俊 朋子・坂本 直司・小林 勝		
視 察 日	令和 5年 7月 27日 (木)		
視 察 先	広島県三次市		
目 的	名張市と同様に市内を 3つの川が流れる三次市におけるかわまちづくりの手法や課題を学ぶ		
<p>《視察概要》</p> <p>1. 背景</p> <ol style="list-style-type: none">1) 昭和 47年の豪雨で堤防が決壊し、死者行方不明 28名の被害が発生2) 堤防を高く、頑丈な護岸整備を実施3) その結果、市民の安全は守られてきたが、人と川との距離が遠くなった <p>2. 内容</p> <ol style="list-style-type: none">1) 国や市の予算でハード整備を進める (平成 9年以降) : 堤防天端の堤内側に桜の植樹整備、護岸の整備、河川堤防照明設置、高水敷の広場整備 (子どもたちの自然体験学習など)、階段護岸整備 (花火大会など)、堤防の歩道整備 (住民の周遊性向上)2) 市民の声を生かした「三次市三川合流部周辺河川環境整備計画」策定 (平成 22年) 計画の方向性は、関係する各計画と各組織が繋がり連携することと、三次地区の文化・観光まちづくりの一翼を担うこと3) 社会実験によるニーズの把握と河川の利活用促進 : 健康ウォーキングコースサイン、野鳥観察会、かわまち Café、水辺で乾杯、野鳥発見スタンプラリー、川のプール、舟遊び体験4) これまでは官がやってきたが、どうやって民間に引き継いでいくか、またワイナリーやもののけミュージアムなどの観光施設とかわまちエリアとの連携が課題 <p>3. 参考となる点</p> <ol style="list-style-type: none">1) 整備計画策定のプロセスにワークショップで意見を出してもらうなど、市民を巻き込んでいること2) 5年単位で3次に渡る重点プロジェクトを策定し、時間をかけて段階的に整備を進めていること3) 維持管理については、サポーターや地元のボランティアが大きな役割を果たしていること <p>※ 三次市の人口 : 約 49,000人 (R5/6/30)</p>			

三次市視察レポート

かわまち事業を活かしたまちづくり



清風クラブ 小林勝

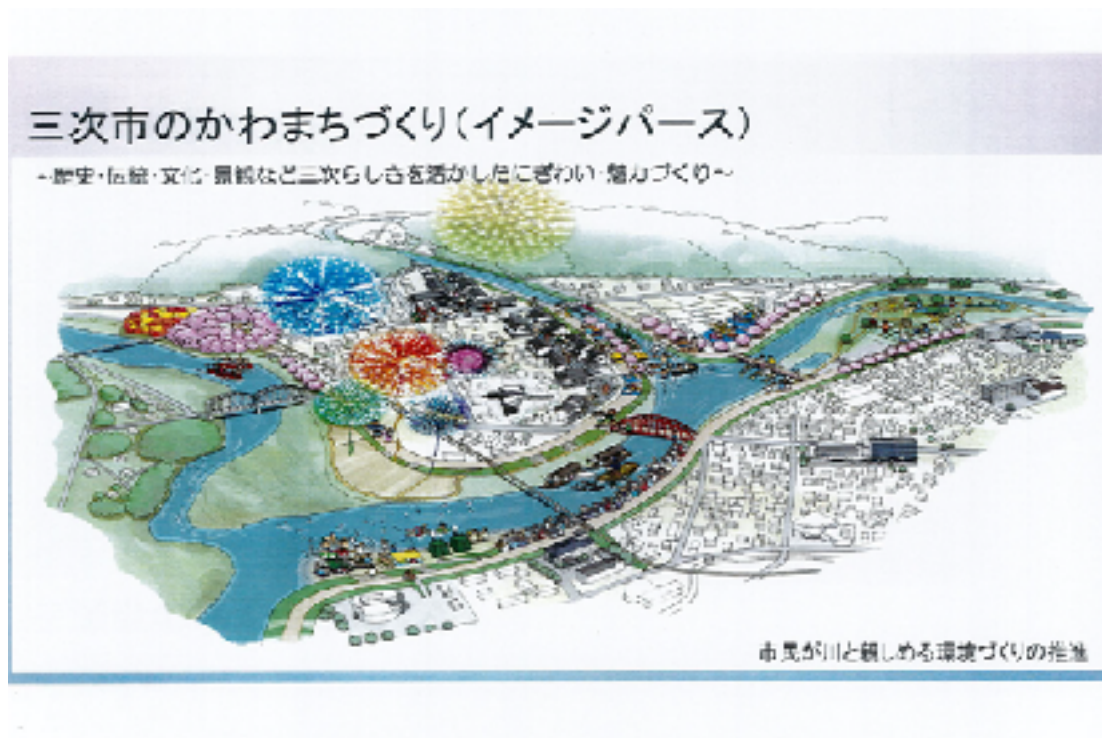
2023年8月14日

三次市の現状

そこから学び考えるべきこと

現状が似ているからこそ学ぶ点が多い

名張市のかわまちは、上流で名張川と青蓮寺川が合流し、そして新町黒田付近でさらに宇陀川と合流し、三つの川が交わり、その後、旧町を抱え込む様に「つの字に曲がって」木津川下流域へと流れていきますが、三次市も、江の川・馬洗川・西城川と三つの川が巴状に交わる中につの字に曲がる内側に旧市街地があります。川の交わり方や、その周辺の町の配置についても似たところが多々ある。



三次市のかわまち周辺では桜並木のエリアや親水エリアなどを設けているが、その点においても名張市と似ている事から、三次市の方に率直にどういった悩みがあるか聞いてみた。

その中で印象的だったのは

- 1・堤防の高さが高く、川の内側と外側の境目がはっきりとしてしまい、返って内と外の精神的距離が広がった。
 - 2・三次市の中でも観光客数の多い「三次ワイナリー」や「電光石火みよしパーク」から旧市街地かわまちエリアとの連携が課題である。
 - 3・観光の拠点や観光ハブがなく、駅前の観光案内所を訪れる人の数も減っている。
- と言う事である。

1番については、名張市としてこれからの事業である為、参考にするべきであるが、2番と3番については、既に名張市の現状の悩みと同じである。

名張市も赤目四十八滝には人は来ているが、滝だけ見て泊まらず帰る人が多い。そして観光案内所についても、名張市も同様に駅前にあるが、鉄道を使って観光に来る人は少なく、訪れる人は当然に少ない。

故に、名張市においても新しい観光ハブは必要だと感じた。（三次市も同意見であると言われていた）

単に観光のハブとしてだけでなく、地域交通のハブとして、市民の足としてだけでなく、観光客の足としても期待が出来る。

案内してくれた三次市の議員さんと職員の方曰く、「観光の拠点をかわまち周辺に設けたいが適当な場所がないのが悩ましい」との事であった。

※地図で見る限りでは寺戸親水公園エリアや十日市親水公園エリアなどが良いと思えた。



国の治水事業は一旦落ち着き、これから自治体としてどう言う事業でどう活かすかが課題の三次市と、これから国の治水事業が始まり、それをまちづくりにどう活かすかが課題の名張市。

川の交わり方や、その周辺の市街地の現状が似ている両市だからこそ、互いに情報を共有し、両市の関わりが互いのまちづくりの一助になればと思った。

研修視察報告書

令和 5年 9月 7日

〔会派名： 清風クラブ〕

代表者氏名	坂本 直司 	記録者氏名	坂本 直司 
視察者氏名	福田 博行・常俊 朋子・坂本 直司・小林 勝		
視 察 日	令和 5年 7月 28日（金）		
視 察 先	和歌山県橋本市 （橋本市の人口：59,876人（R5/6/30））		
目 的	条例は制定していないものの、既にシティプロモーション計画を策定し、まちづくりには生かそうとしている橋本市の手法や課題を学ぶ （橋本市選定の理由は、人口規模、観光客数や課題など名張市と類似のため）		
《視察概要》			
1. 背景			
1) 平成 28年、移住者相談などを担当するシティセールス促進課が発足			
2) 市内にはパイル織物やへら竿など資源が豊富で魅力も多くあるが、対外的に伝える内容や手段・対象者が統一されていないというモヤモヤから始まった			
2. 内容			
1) 30代から40代の職員14名で、シティプロモーション庁内ワークショップを5回実施			
2) メインターゲット像を「ファミリー世帯」、初期段階のシティプロモーション事業を「情報発信」に設定			
3) 庁内横断的なシティプロモーションの取組を目指し、シティプロモーション計画を策定			
4) 令和5年度よりシティプロモーション計画を運用開始			
5) シティプロモーション5ヵ年方針を「情報発信」「外部連携」「資源の展開」の3つのフェーズに分ける			
6) さらにシティプロモーションの3本柱に「定住・移住 関係人口創出」「産業」「観光」を設定			
7) 令和5年度の事業内容は、①シティプロモーション庁内推進委員会開催 ②各課シティプロモーションに資する情報発信洗い出し ③シティプロモーション計画アクションプランの策定 ④全職員対象シティプロモーション研修 ⑤令和5年度事業の実施			
3. 参考となる点			
1) 市長がどこに行っても、挨拶の中で「シティプロモーションを進めていく」と伝えてくれることで、職員も「やってるんだ」という意識づけに繋がっている			
2) 条例制定は、シティプロモーションの継続性の確保・予算の根拠になるが、橋本市は条例ではなく総合計画で明確化している			
3) シティプロモーション自治体連絡協議会へ参加しているメリットは、他の自治体の事例を知ることが出来ることと相談出来ること			
4) シティプロモーションのゴールは、単に観光客数の増加などではなく「住民の福祉の増進」とのこと			

橋本市視察レポート

シティプロモーション



清風クラブ 小林勝

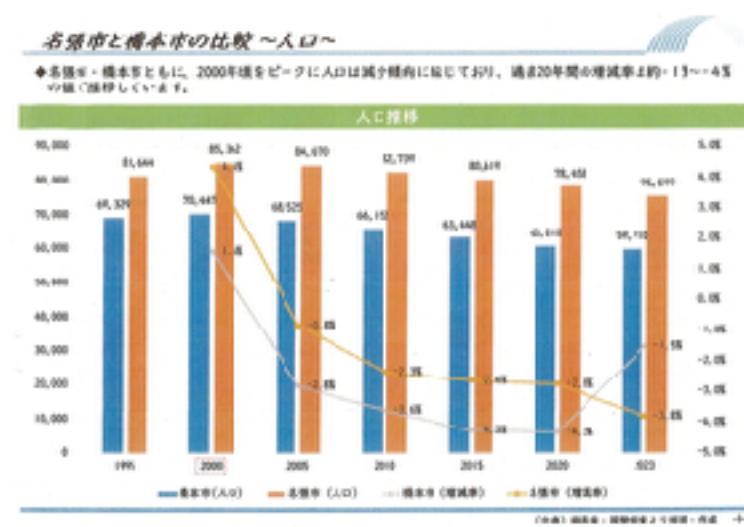
2023年8月8日

名張市と橋本市の比較

現状はよく似ている

人口、予算...etc..

人口は橋本市が6万弱、名張市が7万5千と、やや名張市の方が多いが、市の当初予算は橋本市が290億程、名張市が280億程で同規模で、両市とも面積は130k m2前後と同じくらいである。また議員定数も同じ18である。

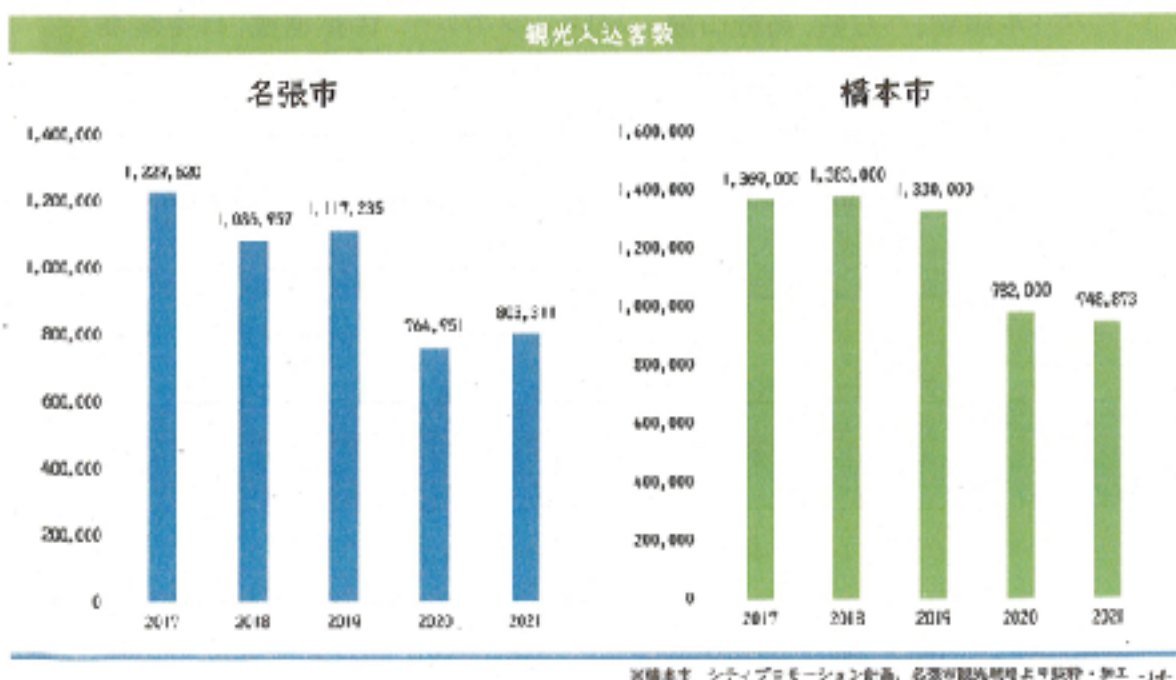


橋本市においては人口減少率が2,000年以降緩やかになっており、ひとつの要因として「京奈和道路」の開通が大きいと見られる。名張市も近鉄で大阪まで1時間の距離だが、橋本市も南海鉄道を使えば大阪難波まで電車で1時間程の距離である。しかし両市とも鉄道の利用率は下がっており、駅周辺の衰退は名張市の現状と似ており、駅の利用客数の減少がその理由と考えられる。一方で、京奈和道路や橋本バイパスが整備開通した事で大阪や奈良や和歌山市へのアクセスが良くなった事で減少率が緩やかになったと思われる。特に京奈和自動車道と近畿自動車道が繋がった事で関西空港へのアクセスも良くなり観光だけでなく、物流や通勤も便利になり、交流人口も増えた事も大きい。幹線道路沿いには大型FC店の数も多い。

次に観光についてだが、観光入り込み客数についても名張市と橋本市はよく似た数字である。ただ、名張市には赤目四十八滝や青蓮寺湖などの観光地があるが、橋本市はその名張市の観光入り込み客数を上回る数字がある。その要因がPR力や発信力にあるなら研究したいと感じた。事実、頂いた参考資料に移住や観光について促進する内容のものが多く、橋本市の力の入れ様が垣間見える。名張市も見習うべきである。

名張市と橋本市の比較～観光～

◆名張市及び橋本市における観光入り込み客数は、新型コロナウイルス感染症の影響で2020年度以降減少傾向にあるものの、2020年から2021年においては増加もしくは維持傾向にあります。



シティプロモーションについて

橋本市は名張市よりシティプロモーションについては先行している。

先行している事もあり、**シビックプライド**と言う新しい言葉については、本編には無く市長の言葉として記載されているのみである。

シビックプライドについて橋本市職員に質問すると、「本市でもインナープロモーション、そしてインターナルプロモーション（市職員の意識を高める）を特に意識して取り組んでいるとの返答を頂いた。

橋本市としては、施行した際には言葉として「シビックプライド」は無かったものの同意語であるインナープロモーションやインターナルプロモーションを醸成し、アウトタープロモーションへと繋げて行くとしている。

まとめると・・・重要なのは・・・

- 1・まずインターナルプロモーションをもって庁内の機運を高める
- 2・並行して市民主体のインナープロモーションで郷土愛を醸成する。
- 3・上記を経て、市民主体のアウトプロモーションを後押しする。

先行事例の橋本市が分析する現状

シティプロモーションに関する現状

都市のイメージを高め人口・経済等の資源を獲得する方法として、現在全国でその取り組みが拡大している

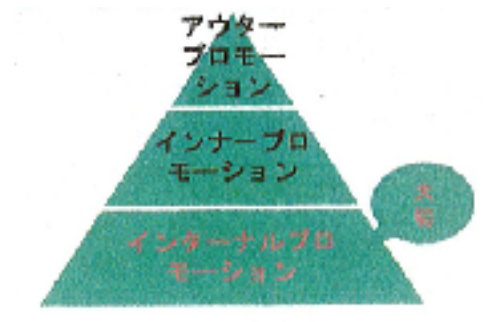
・全国61.6%の自治体において総合計画等への明記がされており、行政計画においても36.8%強の自治体で策定している(CP自治体等連絡協議会実施全国調査)

一方で、シティプロモーションの具体的な取り組みについては、PR動画の作成やゆるキャラの活用を主とし、他地域との差別化要素が少なく、形式化している地域もみられる

今後のシティプロモーションでは、**地域の特徴**や**資源を活かしたうえでターゲットを設定し**、**コンテンツを絞り込んで発信していくことが必要**

・市民向けインナープロモーションと、市外向けアウトプロモーションの2つの側面からのプロモーションの考え方が重要

・職員自身の自治体への愛着度を高めるための**インターナルプロモーションの重要性が注目されている**



市民主体のシビックプライドからなる市民主体のアウトプロモーションなら官主体ではなく予算も多くは必要ない。名張市のインターナルの気運を高め、市民によるシビックプライドに肩を貸す取り組みが出来れば良いと考える。そうする事で**一過性の事業ではなく、持続可能なシティプロモーション**≡**シビックプライドが実現**すると考える。