

第1回桑名市ブランド推進委員会

日時：平成29年6月2日（金）午後1時30分

場所：六華苑和館一の間

－ 会 議 次 第 －

1. 開 会

2. 専門委員委嘱状交付

3. 市長あいさつ

4. 報告

- ・桑名ほんぱく2017の概要について

5. 議事

- ・住吉地区のまちづくりに関する素案及び取り組みについて

6. その他

- ・事務局から連絡

次回会議の日程について

平成 年 月 日（ ） 時から

7. 閉 会

○事務局 それでは定刻となりましたので、ただ今から、平成29年度第1回桑名市ブランド推進委員会を開催させていただきます。

本日は、大変お忙しい中お集まりいただき誠にありがとうございます。本日の出席者は委員4名、専門委員3名で、ブランド推進委員会条例第6条第2項の規定により、会議の開催要件は満たしておりますことをご報告申し上げます。なお、本日、クリス・グレン委員が所用のため欠席でございます。また、この会議は公開でございます。メディア等の撮影についても、許可をいたしておりますので、ご了承いただきますようお願い申し上げます。

それでは、ここからの進行を議長の伊藤委員長にお願いしたいと思います。伊藤委員長、よろしくお願いいたします。

○伊藤委員長 本年度もよろしくお願いいたします。

市長が退席するという事なので、あいさつをお願いします。

○市長 みなさん、こんにちは。

本日は、第1回ブランド推進委員会にお集まりいただきましてありがとうございます。今回から専門委員として松尾委員に入ってくださいました。松尾委員は、今のフナツヤの立ち上げから関わられた現場責任者です。これからいろんな新しい方も入っていただきながら進んでいくのかなというふうに思っています。

5月に富山県南砺市にお邪魔をしまして、ユネスコから石取祭の無形文化財登録の認定をいただきました。全国33の祭りと一緒になってお祝いをさせていただきました。石取祭に対する視点も大分変わってきていると思いました。東員町からかつて桑名で使用されていた石取祭の祭車が発見され、その祭車は現存するものとしては最も古いものであるとわかりました。それを先日、桑名にいただきました。これからどうやって展示していこうかと考えております。いろんな形でこの「本物」をしっかりと提示できたことで、多くの人から応援いただけるようになってきていると改めて感じています。

あと、映画「クハナ！」で地方創生大賞というすごい賞をいただきまして、先日、クハナ！映画部による感謝の集いがありましたけれど、桑名の子どもたちを主役に桑名を舞台にした地方創生ムービーということで、大変好評をいただきました。また、パク・チャヌク監督の最新作「お嬢さん」が、この六華苑を舞台に撮影をしていただきまして、まさかのR18とは思ってなかったんですけれども、すばらしい映画で異例の大ヒットでした。世界の名監督にこの場所を選んでいただいたのは大変ありがたく思っております。

し、それ以降、韓国からのお客さんも六華苑にお越しいただいていると聞いております。

皆さんにもご指導いただきながら、今年も桑名ほんぱくの準備を進めております。今年には59プログラムくらいきていると聞いておりますし、プレイヤーが大分増えてきているなと思いますので、しっかりと桑名の本物を提示できるように頑張っていきたいと思っています。

先日、桑名駅を今後どういう形にしていくのかということ、懇話会からご提示いただきました。伊藤委員長が座長をしていただいておりますが、桑名駅単体で考えずに、桑名駅と住吉をいかにつなぐのかということもしっかり考えた駅の整備をしていかななくてはいけないと指導いただきました。まさにこのあたりと今日の話がつながっていくと思っておりますけれども、3月に住吉地区を皆さんにも歩いていただきまして、いろいろ見るとおもしろい場所があるなど、私も改めて感じさせていただいたところです。今日は、研究室から提案もいただいておりますので、皆さんと一緒にこの住吉地区をミズベリングも活用させていただきながら、桑名を表す素晴らしい場となるように、皆さんと一緒に頑張りたいというふうに思っております。

次の公務がありまして、大変申しわけありませんがここで中座します。今日はよろしくお願いたします。ありがとうございます。

○伊藤委員長 次に、松尾専門委員の委嘱状交付について、事務局からお願いします。

○事務局 今回の委員会から、ザ・フナツヤの総支配人であり松尾様にご出席いただいております。歴史あるフナツヤの再生により新たな価値を創造されておりますことから、今後の住吉地区でのまちづくりを検討するにあたり、専門委員の就任をご依頼いたしましたところ、快くお引き受けいただいております。本日は時間が限られておまして、略儀でお手元にお配りしておりますので、お納めいただきますようお願いいたします。それでは、ご就任いただきました松尾専門委員からご挨拶をよろしくお願いたします。

○松尾委員 皆さん、こんにちは。今回から就任させていただくことになりました(株)ザ・フナツヤの総支配人をしております松尾篤樹と申します。どうぞよろしくお願いたします。僕は大山田地区の再開発の初めくらいに入ってきた人間で、小学校から中高とずっと桑名で住んでいました。この住吉地区は大山田と結構距離はあるんですけど、ハゼ釣りによく来た覚えがあります。まだ河川敷とかがなくて、そんな思い出がある場所です。

創業からザ・フナツヤに携わらせていただいておりますけども、幼少の頃は社会見学
であるの境界を通過して、文化財のことだったりとか、フナツヤってどういう場所なんだよ
というのを覚えてたりした場所に、まさかこのプロジェクトで支配人をやるというのは、
当時思っていなかったんですけど、大役務めさせていただいて、8年目を迎えることにな
ります。当初より一つの観光資源という形で再生を進めている途中ではございます。で
は実際、僕たちが外から見ていたこの住吉地区と、中に入って活動させていただいた中
で、見えてなかった新たな資源や、素晴らしいものと弊害ですね、ここがこうなればも
っとこの街の価値が高まるんじゃないかとか、こういう連携ができればもっとより多く
の方を迎え入れる場所になるんじゃないかというのが、民間の立場からでありますけど
もちよっと見えてきた節もあります。そういったこともあったので、今回ブランド推進
委員専門委員というありがたい役を伊藤市長から任命いただけたと思っております。ま
だまだ経験ありませんが、微力ながら住吉に携わった経験を活かして、少しでもこの
境界が観光資源なり、桑名の発展のために活性化することを、私ができる範囲でさせて
いただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○伊藤委員長 ありがとうございます。あとで出てくる社会実験だとか、お力をおか
りしたいこと多々ありますので、ご尽力いただければと思います。

続いて報告に行きます。先ほど市長から駅の周辺懇話会からの提言書の話がありまし
たので、桑名駅がどうなっていくかをブランド推進委員の皆さんが把握した上で、住吉
地区だけではなくて、桑名全体のブランドを考えていくべきだと思い、提言内容を簡単
に説明します。

1枚目です。リニアが通れば1時間で東京まで行けるような環境になってきます。駅
のコンセプトもまちづくりの方針で「本物力こそ、桑名力。」というものを体現できな
いと意味がないということで、そういう視点で3、4ページは書かれております。5ペ
ージ目に自由通路ということで、今まで西と東側ではつながっていないのが非常に桑名
の問題点でもありましたので、裏表というのをつなげることによって西も東も両方とも
が駅としての顔を持つといった視点で変わっていくというような形であります。

続いて8ページです。「本物力こそ、桑名力。」ということで、駅だけの話じゃなくて
駅から七里の渡しに向けてつないでいくことを一つのコンセプトにしなが、駅前だけ
じゃなくて全体像というのを作っていくことを示させていただいております。

9、10ページお願いします。特に今から議論いただく住吉地区とのつながり、それと

一の鳥居は川からの玄関口であるだけでなく、鉄道としての玄関口、バスとしての玄関口という象徴的なところは踏襲できないだろうか。まさにジョサイア・コンドルが設計した六華苑の和と洋の要素をそれぞれモチーフにしなごらというこごと、色合いもジョサイア・コンドルのそれぞれ使っている石をモチーフにしなごらある程度固定した色で統一できないだろうか。仮に、駅前にマンションだごたりホテルだごたりいろんなものができていったとしても、それがばらばらであると統一感がなくなごってしまうので、一つのデザインモチーフをつくりなごら、皆さんに理解をいただいた開発をしていただきたいなという思いでつづらさせていただきます。

12ページには、各西側と東側の役割を明解にするというこごとと、駐車場なんかは集約しなごら新しい桑名の顔をつくごっていくんだという思いを11ページに書いてあります。このような形で市長に提言させていごらだいて、これをもとに具体的な絵が描かれていくこごとなると思います。

次に、桑名ほんぱくの状況を事務局から報告させていただきます。お願いします。

○事務局 ブランド推進課の出口です。よろしくお願いします。

お手元の「桑名ほんぱく2017の進捗状況について」という資料をご覧ください。

1. パートナーの応募状況です。現状、参加を調整されている事業所様が2社おりますが、現時点では51団体が参加し、59プログラムを提供していただく見込みとなっております。昨年度と比較しますと、団体数は11増、そしてプログラム数は16増となっております、このうち初参加されるパートナーさんにつきましては22団体となり、全体の参加者の4割以上となっております。また、企業の参加も昨年度よりも倍となる見込みです。

次に2の項目です。59のプログラムの現時点での企画内容から5つのカテゴリーに分けて整理しております。昨年度も食に関するテーマのプログラムが非常に人気だったこごともありまして、現段階では19のプログラムが企画されております。こちらにお示ししておりますカテゴリー区分の名称についてはまだ仮で置いておりますが、今後、各プログラムの内容が固まってきたら正式な名称を決めていくという方向で考えております。

次に、3. 桑名ほんぱく事務局の収支計画（案）、そして4の昨年度からの変更点、さらに5のエントリー料の徴収については相関連しますのであわせて説明させていただきます。次のページの資料「桑名ほんぱく事務局運営に関する収支計画（案）」をごらんください。（1）現状の桑名ほんぱく運営にかかる収支、こちらについては、今年度の予算ベースでの収支をあらわしております。支出合計額としては360万円で、そのう

ち半分が桑名ほんぱく公式ガイドブックなど啓発物品に係る経費となっております。また、桑名ほんぱく公式ウェブサイトは、長良川おんぱく事務局が独自で開設している編集・申込サイトを利用しておりますので、その利用料として経費が50万円となっております。研修費30万円とありますが、桑名ほんぱくのプログラムを企画・運営するパートナーの育成や事務局を担う人材育成という内容で研修費を計上しております。これらの支出に対しての収入としましては、ふるさと応援基金を活用しております。

次に、(2) 自主財源で一部経費を賄う場合です。収入に広告収入とありますが、これは桑名ほんぱく公式ガイドブックに企業広告の掲載を募集し得たものを意味します。企業広告につきましては、今年度から掲載申し込みを受け付けておりまして、既に数社の企業様からお申し込みを検討していただいております。今後の目標としましては、こちらの広告収入を140万円、広告掲載企業社としては、15～20社を目標としております。また、エントリー料は桑名ほんぱくのプログラムを企画・運営するパートナーからガイドブックへの掲載料として、来年度から1プログラムあたり1万円を徴収しようと考えております。このエントリー料の60万円は、今後の目標として60団体が参加されるものとして上げております。ふるさと応援基金については、昨年度の決算額を見ても桑名市のふるさと納税というのは増加しております。しかし、今年4月に総務省からふるさと納税の返礼品は3割以下に抑制するようという指導もありましたので、今後これまで通り右肩上がりが続くとは限らないと考えております。そういった事情を踏まえて広告収入及びエントリー料を募集・徴収することで自主財源を確保し、桑名ほんぱくをしっかりと続けていきたいと考えております。

次に、(3) 民間で運営する場合です。今後、桑名ほんぱく事務局を民間に移管した場合は、(1) に示した経費に事務局のスタッフの人件費であるとか、事務所を構えた場合の一般管理費、光熱水費などが計上されてくることを考慮する必要があります。市としましては、当面の間、事務局として桑名ほんぱく全体を統括するとともに、パートナーの新規参加や事業者様の広告協賛、応援サポーターを募り、民間に移行してもたくさんの方が支援していただくなど、ご理解、ご協力が得られるよう土壌づくりを続けていきたいと思っております。ただし、民間運営というのは一例でして、個々のプログラムを企画・運営するパートナーが桑名ほんぱくを契機にスキルアップし、自立して活躍していただけるというのであれば、それは一つの桑名ほんぱくの開催での成果とも考えられると思っております。

最後に、6のオープニングセレモニーの開催についてですが、今年から桑名ほんぱくを広くPRする機会を設けました。オープニングセレモニーという形で、日時は9月2日（土）11時から、場所は六華苑で行いたいと考えております。ブランド推進委員の皆様におかれまして、PRにご協力いただくようお願いしたいと思います。

以上で、桑名ほんぱく2017の概要の説明を終わりといたします。ありがとうございました。

○伊藤委員長 ありがとうございます。重要なポイントとしては、今年度はもう59プログラムが入っていて非常に盛況だと聞いております。ワークショップも非常に活気があって皆さんそれぞれ自主的な動きが3年目にして養われてきたと感じております。

一方で、事務局を桑名市ブランド推進課がやっております、市が降りると全く立ち回れないという状況であります。どこかで自立をしていくために方策を練っていかなくちゃいけない。もっと言うなら財源どうするんだという話になります。今年から広告料を徴収することはやっておるんですが、来年に向けて違う収入源を考えていくのか。恐らく今の段階で議論していかないと、次の委員会にときには、来年度の準備に移らなくちゃいけないと思いますので、今一度委員の皆様から自立していくプロセス、恐らく来年は無理だと思いますが、再来年、その次くらいには自立ができるようなビジョンを描けるといいなと思う次第です。

○中澤委員 ほんぱくは3年目ですが、過去は市の費用で全部やられたんですよ。今回から広告収入を徴収していますが、将来どうしていくんだというところがあまり見えない。だからPLだけ書いてそれで終わり。どういう形で将来していくのかということをおまかでもいいのでビジョンを立てないといけないのかなと思うんですが、いかがなものでしょうか。

○諸戸副委員長 どういうプログラムに揃ってほしいというのを考えたほうがいいじゃないかと思います。例えば、エントリー料を取ることによって、芸術・技術・文化というところは、そもそもお金を取ってない人たちを対象にやってる可能性があって、1万円のエントリー料を払うとマイナスになるからやらないということにならないのかなという気がするんです。食の場合は、実際食べていただいて、そこでお金が落ちていくのでそれはいいと思います。しかし、1万円払ってそれで返ってくるのかというと返ってこないともうやめたということになる。桑名の自然・歴史・文化・技術・芸術というよりは、全部のプログラムが食とヨガのようにお金が稼げるもの以外は成り立たなくな

るんじゃないかという気がします。なので、どこからお金を取るのかというのを、エントリー料もいいと思うんですけども、それ以外の方法も考えないとプログラムがかなり偏ってくるという気がします。

○伊藤委員長 一律にするだけじゃなくて、例えば歩合をすとか考えてもいいのかもしれないし、確かにカテゴリーによっても意義があるものと少しビジネスタイプのものと分けてもいいかもしれません。

○安藤委員 皆さんおっしゃっているとおり難しいことだと思うんです。エントリー料を払ってまでやれるプログラム、全くそういうものじゃないボランティアのような気持ちでやられているプログラムとかいろいろある中で、ある程度収益が得られるものしか残っていかないという気はしますね。去年を見てましても非常に活発になってきて、成立しなかったプログラムはほとんどなかったですよ。ですから、長良川おんぱくに非常に近づいてきておりいい傾向なんですけれども、規模が大きくなればなるほどいろんな問題が出てきます。事務局を民間に委託したときに、誰に委託して誰が中心になってやるんだということが問題です。当然、そんな急に民間委託はないと思いますけれども、その辺りも慎重に考えないとせっかくここまで来たほんぱくがどこかで頓挫してしまわないかなという気もしますので、桑名市としてかじ取りをしっかりとっていただかないと難しいと思います。我々も委員で関わっている以上は、当然応援もしなきゃいけないという気持ちはあります。

○黒田委員 プログラムは多様性が必要だと思いますので、収益性だけで見ると難しいものも出てくるので、例えば何か一部は収入源を得られるようなタイアップイベントのようなものも含みながら、映画のロケ地として桑名を活用して、そういうところから何かサポートが得られるとか、あるいはスポーツイベントでスポーツメーカーとかとうまくPRと絡めてサポートしていただければ、ある程度の収入源というのはそこを頼りにして、その他の文化的なものやNPOで活動されていて自主財源が厳しいところはその分補填してもらおう。あと、文化イベントに対する支援制度とか基金とかあるので、いろいろ探ってみるといいかもしれません。なかなかタイアップは難しいと思うんですが、うまく乗れそうなものがあれば可能性はあると思います。

○伊藤委員長 今年度のことをやりつつも来年度のことを計画していかないと、終わった後にやっていると遅いと思いますので、肝に銘じて頑張ってもらいたいと思います。

○松尾委員 僕は他にイベント映像の制作の会社を立ち上げて運営しているんですけ

ども、実際これを民間でやろうと思うとディレクションやイベント、カメラとなると相当な費用がかかってくるんですね。これは、実際桑名の中でもうインクルードされてしまっているの目に見えないんですけど、これはかなり大変な事業になるんだろうなというのと、これ一本で生計を立てられる会社っていうのはまずいない。じゃあ何か柱を持って委託を快く受けてくれる善意ある会社でないと難しいかなと思います。そもそも将来どうしていきたいのか、どういう立ち位置でほんぱくを形にして5年後運営していくのかっていうのがどうなんだろうというのがあります。このほんぱくの収支に関して、去年は形にならなかった事業が少なかったということで、集客としてはうまくいくんだろうなと思うんですけども、この支出はもっと何とかなるんだろうと思っています。イベント映像制作やイベント関係の運営を手伝わせてもらってる中で、桑名の資源はすごくたくさんあるんですけど、情報をユーザーに届ける方法が極端に下手です。SNSだとかいろんな議事見ても出てくるんですけど、じゃあそのSNSをうまく活用できるかというところすごく疑問です。話がかわってしまうんですけど、ゆめはまちゃんって僕すごく彼女って魅力ある方だと思うんですね。2、3年前は三重県で圧倒的な支持を得ていたにもかかわらず、今ほとんど顔を出さなくなって、四日市のこにゅうどうくんはその座を明け渡してる状態です。このほんぱく自体もそうなんですけど、何に関しても影響力ある人間、キャラクターが発信するということは、それだけで支出の部分はかなり抑えられると思います。キャラクター運営させていただいている中で、SNSって本当に思ってもいない効果がたくさんあります。民間の飲食店をキャラクターでコンサルさせてもらっているんですけど、そのSNSの運用だけで1日8～9組くらいの来店実績につながるの、情報の拡散というのは人件費だけで動かされるものなので、このゆめはまちゃんというのをまず一つプラットフォームにしながら、ほんぱくもしかりですけど、今後の桑名市の情報発信源と、ユーザーと運営側を結びつけられるコンテンツに仕上げていくことも並行してやっていかないといけないと思っています。

○伊藤委員長 ぜひ7年間の経験とイベント運営という意味でちょっと違う視点を入れていただけるかと思うので、引き続きいろんなアドバイスに乗ってあげてください。

○風間委員 ほんぱくに関して言うと、先ほど中澤委員がお話されていたような将来のあり方とかビジョンというのは何事においても大事な点だと思います。すごい先というのは難しいかもしれないので、2018年はどうありたいかということをお話していくのは大事なことだと思います。その上で、長良川おんぱくと桑名ほんぱくは、

川というメッセージを大事にされていたと記憶していますので、この企画が立ち上がった意図とか思い、メッセージをもう一度掘り起こすといいのかなと感じます。加えて今日のテーマであるミズベリングとつながっているストーリーだと思うんですね。その桑名たらしめるいろんな歴史もあるし、どんなイメージを持ってもらうかとか、まちに来ていただく手段が電車なり車なりっていったときに、その川の周りとか川で行き交うというイメージやストーリーというのは、ほんぱくを作りやすいと思うので、ただプログラムを労力かけてお金かけてやるだけではなくて、どう活用していくのかという視点を入れていくといいんじゃないかなと思っております。このほんぱくに関しては引き続き松尾さんのように私たちの経験とつながりで応援できることはやっていきたいなど改めて思っております。先ほどの事務局からの説明でいいなと思った点は、研修費という考え方で、事務局やりたいとかこの事業を市民がやりたい思いがある人はいるっていうのはすごいいいことだと思うので、その桑名市民をほんぱくを生かして、行政が考えてやるだけではなくて、一緒に作るという意味では研修とか人材育成というところにもっと2018年やその先に向けて力を入れていくと、人材というのも一つの資産になりますので、その辺を話していけるといいんじゃないかというふうに思いました。

先ほど諸戸委員がおっしゃられたとおり、文化とか歴史、自然とかお金に換算しにくい要素は、誰かが守っていかないとなくなっていったり廃れていってしまうものですので、経済の中で交換価値としてわかりやすい食だったりとか、そういうものではないものへのお金というのは、資金とか財団という長いレンジでお金をまわしていく方々と一緒に桑名で本物にしていく、磨き上げていく必要があると思うんですね。皆さんおっしゃるように、一つの財源が短期的なものだけではなくて、長期的な財源も視野に入れてハイブリッドで収支計画を作っていく必要性があると思うので、ここはプロの視点を入れたほうがいいんじゃないかなと思っております。以上です。

○伊藤委員長 皆様、的確なご意見ありがとうございます。ほんぱくが私はイベントで終わってしまっただけでは意味がないと思っていて、ほんぱくをやるから、桑名駅からつながる八間通のバナー広告とか、駅前の広場も踏まえて広告をパッケージで売ってしまうとか、シェアサイクルを実験的に走らせることによって広告を得るだとか。今、エリアマネジメントということで、まちづくりが収入を得て公共還元するという時代になっていますので、イベントというより、これをやることによってある意味桑名がもうかる仕組みを幾つも持っていくことと、参加費とパンフレットに載せる広告費だけで考えて

しまうと打つ手がなくなって苦しくなってしまうと思うので、いろんな稼ぎ方があると思います。多方面、多角的に少しまちづくりの視点で考えていただきたいと思います。特に委員の皆さん実践しておりますので、事務局のほうからも積極的にアプローチして来年度のビジョンを考えつつ今年度に臨んでほしいと思います。

事務局のほうから何かありますか。

○事務局 ご質問いただいた将来的計画ですが、まずほんばく自体1年目はプレという形で行って、去年が本格開催という形でやらせていただいて、今年が事務局としては2年目という立ち位置で考えています。市役所といたしましては、とりあえず5年という期間でほんばくについては考え方をしています。当初3年という話もあったんですが、3年ではなかなか成果が出ず難しいだろうと考えています。その中でNPOやそういった受け手側が桑名には今のところいない。ただ個人的にはやってみたいという方はいる状況でして、どうシフトしていけるかというところが今後の課題だと思っています。今、ブランド推進課としては、パートナーさんを大事にさせていただいて、個別にパートナーさんの相談を受けて、不安を取り除いてあげるというメンタル的なところと、プログラム構成を細かく見てあげることでプログラムの質を上げていく。質が上がってくれば、事務局機能というところもある程度お手伝いできるようになってくるんじゃないか。自分のプログラムだけに精いっぱいになるのではなくて、他のプログラムをお手伝いすることでスキルアップになるんじゃないかと考えています。そういう情報をパートナーさんにも共有させていただいて、みんなですべて盛り上げるという一つの認識を持って、去年よりは今年、今年より来年という形で人材育成に力を入れていくというところが市役所の今の限界かと思っています。出口の説明にもありましたが、最悪、ほんばくを5年やって引き受け手がなかった場合どうしていくかということになると、一人ひとりがスキルアップすることで市内で拡散してやっていただくというところに期待をするしかないのかと思います。

○伊藤委員長 参加している市民とちゃんとコミュニケーションをとってスキルアップを促して培っているというのは伝わってきますので、非常にいいことだと思うんですね。その反面、ビジョンは描かなくちゃいけないで、例えばまちづくり会社をつくるんだということで目指していくのか、NPO法人みたいな形で法人格持つていくのか、ビジョンを描きつつ、今年度には5年後、6年後の話を描いて我々も議論できるようなものを次出てくるといいかなと思う次第ですね。よく助成金がなくなるとそのまま終わっ

てしまうというパターンになりがちなので、駅も踏まえてまち自体を活性化していかなくちやいけないという話もありますし、マスタープランの話もあり、社会実験の話もありますから、何か法人格を持たせながらのほうがいいのかもかもしれませんね。あと皆さん、お手伝いしていただけるようなプレイヤーが委員の皆さんもいますから。では、前向きにビジョンを描きつつよりスキルアップしていくという方向で進めたいと思います。

続いて、5番目、住吉地区のまちづくりに関する素案ということで、汗を流して作った学生に発表をさせたいと思いますので、お聞き苦しいかとは思いますがお願いします。

○福田 伊藤孝紀研究室修士1年の福田と申します。よろしくお願いします。

資料の構成としましては、全7枚から構成されまして、前半の4枚はまちづくりに関して、後半の3枚がミズベリングと水辺空間を活用した社会実験についての内容になっております。

まず1枚目からご案内させていただきます。まず桑名市の現状として、桑名の本物を残す水辺ということで、江戸、明治、大正、昭和の歴史の積層であったり、水辺空間において回遊性が生まれている背景が桑名市にありまして、それとは別件で、お堀としてめぐる水辺空間を活用していく取り組みとして国土交通省で水辺空間に関する規制緩和が行われ、水辺空間を活用していくことの推進が行われています。次に課題点としまして、これまでのブランド推進委員会内で話し合われてきた内容から4つの課題を抽出しております。次に、それらの課題点を受けた方針について少しお話しさせていただきます。まず歴史資源の点在について、複数の時代が積層されることによってできた街である桑名市の時代背景というものを統一することによって、統一されたデザイン構造を設定することによって、各時代らしさを演出していくことで歴史資源が点在している現状をつないでいけるんじゃないかと考えております。次に、知られていない水辺の魅力について、かつてお堀だった場所は、時を経ることによって埋め立てられ、レンガ造りに整備されることによって、それぞれ個性があるお堀が今も残っております。そのような個性に合わせた利活用というものを行っていけばいいかと思えます。次に、集客できるコンテンツの不足についてですが、ナガシマリゾートという目玉コンテンツはあるんですが、住吉地区といたら何があるんだろうという観光客が多いと思えます。それを受けて桑名で新しくコンテンツを導入していく段階で、観光客のためだけの整備になるのではなくて、市民も一体となって活用できるようなコンテンツにしていくことによって市民と観光客の観光交流というものを促進していければいいかと思えます。次に、分散

する駐車場について、ブランド推進委員会の中でもお話がありました街に点在する駐車場についてですが、駐車場を一部に集約することによって車の通りが少ない歩きやすい街が生まれて、自転車、コミュニティサイクルなどを導入することによって、回遊ルート、ネットワーク性というものを高めていけるのではないかと考えています。これらの4つの方針を受けて、今「本物」の水辺と歴史を、歩いて楽しむ街」というコンセプトを掲げております。これは桑名の本物であるまちの歴史、そしてこれからの本物として整備されるコンテンツ、これらの歴史としての本物とこれからつくっていかれる本物が水辺を起点としたネットワークによって再編成されることによって歩いて楽しめる本物の街というものができるのではないかとこのようなコンセプトを持っております。

次に2枚目に行きます。桑名の本物として歴史ある水辺などを活用したまちづくりを行っていく上で、まちづくりの中で新たなコンテンツをデザインしていくための指針となる方向性を示す事例を、このページでは挙げております。大きく3つ方向性がありまして、1つ目は歴史資源の再生・移築というものになっております。これは大正村や昭和村などで行われていることで、当時の建築を保存、再現、移築することによって、かつての街並みを再現する事例です。これを桑名市に置き換えてみると、新たなコンテンツを入れていく上でブランドショップなどを入れるときに、これらに外装であったり壁の仕上げであったりなど伝統的な工法を活用することによって、桑名の歴史的な背景を表出させることができるんじゃないかと考えています。次に、新たな建材の挿入について、歴史的な建築物に例えばガラスであったりとかスチールであったりを挿入することによって、新たな価値を付加していくような取り組みになっております。これらを桑名市に置き換えてみますと、桑名市のお堀にある城壁の石垣や木造の建築物などに水をモチーフにしたガラスなどを複合化することによって、水辺と歴史が一体的になって活用されていくのではないかと思います。次に、緑化による環境共生について、事例の1つ目を見ていただきますと、都市の大樹は、植物の成長を目で見えるように段階的に緑化が進んでいくという取り組みで、ただ緑化をするだけでなく都市のシンボルとして建築物を変化させているような事例になっております。次の事例は、軌道敷緑化することによってまちの景観を変えております。これを桑名に置き換えてみますと、カラーリーフなどの活用によって、時代背景を模した色の設定を行うことで環境共生と同時に歴史の表出などを行っていくのではないかと思います。

次に3枚目です。方針Aの「時代背景の表出」に関して、江戸、明治、大正、昭和時

代の背景を踏襲したゾーニングを行っていくための素案を提出しております。まず資料の左側を見ていただきますと、歴史資源のプロットで赤・緑・青の色分けになって、それぞれ時代背景が違う歴史シーンはエリア内に点在しています。それらを受けてゾーニングの素案を2案出しております。素案1の点的な整備について、拠点から範囲を広げていく整備になっておりまして、江戸では九華公園の周り、明治・大正では六華苑や諸戸氏庭園、昭和では寺町商店街などの周辺の位置的な背景を持つ場所だったり、駐車場空き地として活用できそうな場所を候補として挙げています。素案2としまして、線的な整備。これは通りから段階的に範囲を広げていくという整備になっております。これも時代背景や土地のポテンシャルなどを判断材料として位置を設定しております。これら进行评估する軸として1枚目のA、B、C、Dの各方針に対してどのような効果があるのかというものを◎、○、△で評価しております。

次に4枚目です。方針のD、回遊ルートによるネットワークに関する内容になっております。これは点的な観光のもとになっている街に点在する駐車場に対してネットワークを形成するために駐車場を集約する取り組みを進めていく段階で、その候補地となるような場所を提示しております。まず資料の左側を見ていただきますと、オレンジで示してあります候補地1、2、3があります。これらの場所に駐車場を実際に整備していく段階として景観に配慮していかななくてはならないと思いますので、先進的な立体駐車場の事例についてお話していきます。事例の1個目として緑化による景観と環境への配慮。屋上を緑化することによる環境への配慮。次にファサードデザイン。建築物の前面をデザインによる環境への配慮とありますが、八事の興正寺の歴史的な街並みを壊さないようにデザインしています。また、立体駐車場を商業施設と複合していくことによって、商店街などのコンテンツが並んでいる場所であるときに、立体駐車場のような活用できない場所をなくしていくことができるんじゃないかと思います。

次に候補地の紹介についてです。1から3の3候補地を挙げているんですけども、まず候補地1につきましては七里の渡しの横にある場所です。これはエリア内にある駐車できる収容台数は845台になっておりまして、その6分の1をカバーできるような規模の駐車場を建設できる場所になっております。候補地2としましては、お堀と八間通によって三方囲まれた場所です。ここはエリア最大で約240台収容できまして、これはエリア内の3分の1をカバーすることができます。候補3は、市民プールの隣の駐車場で、これもエリアの3分の1ほどをカバーできるような駐車場の計画になっております。

これらの候補地を評価する軸としまして、駐車場へのアクセスが1つ目、2つ目として駐車場に停めてからエリアへのアクセスを評価したもの、また収容台数と環境への影響とは、周辺環境にどれくらいの建築物が建っているのかを加味しております。

次に5枚目の水辺空間を利活用した社会実験の実施についてお話させていただきます。まず社会実験を実施する目的としまして、まちづくりに向けた目的とほんばくに向けた目的の2つの方向性があると思います。まず、まちづくりに向けた方向性として、水辺空間を活用した社会実験を行うことで水辺空間のハード整備に向けた知見を得ること。また桑名ほんばくについては、仮設の案内所を設置することによって、ほんばくの趣旨の理解度の向上、参加意欲の向上など情報発信で知見を得ることを目的としています。期間としましては、9月2日にオープニングイベントが行われるので、9月2日土曜日から日曜日にかけての2日間を想定しております。次に、場所と空間活用のコンテンツについて説明します。社会実験を行う場所としまして、大きくエリアA、Bを設定しております。エリアAは総堀になっておりましてレンガで整備された場所です。エリアBは水に囲まれた堤防の上の敷地広場になっております。それぞれのエリアA、Bについて違ったテーマを設けまして、その下に書いてありますキッチンカーや仮設案内所、音楽ブースというものを設置することで空間活用がどのように行われるのかを把握していきます。社会実験が目的を達成するために調査を行っていく必要があると思いますので説明していきます。3つの調査から構成されております。フロー図をご覧ください。調査1は、水辺空間を活用した社会実験の前に行う調査で、水辺空間の利用者に対しアンケートを取り、どんな人が来ているか、どのように利用しているか、水辺空間をどのように感じて来訪しているかなどの情報を聞きます。それらを受けて、社会実験を行う上でどこにイスやテント、キッチンカーなどを配置していくのが最適かを検討していく材料とします。次に調査2-1、2-2につきましては社会実験時に調査を行います。対象としては、社会実験の来訪者に対してアンケートと定点観測を行います。アンケートに関しては、実施前に行ったアンケートとの比較を行い水辺で社会実験を行うことによって出た効果を検証していく。また、定点観測で滞留行為を把握することによって、水辺において什器がいつ使われるのか、水辺の周りにある建築物などに対する影響などを把握していきます。これらの調査を通して水辺空間の利活用における効果と課題を把握します。では、エリアAとエリアBの詳細について話していきます。まずエリアAについて、このエリアを活用していく上でコンセプトにしているのが、周辺環境を生かした水辺エリ

アの魅力創出で、コンテンツとして昼夜で魅力、見方が変わる水辺という特徴を生かして、キッチンカーなどを変化させることにより適切な飲食の販売を行う。また既存の設置物の活用ということで、総堀ではレンガの腰壁がありますので、それをバーカウンターに使うことによって、設置する什器などを最小限に抑えて低コストでイベントを行っています。また、手作り灯りによる夜景については、現地でワークショップを行うことで灯りを参加者に作っていただきます。日が暮れるにつれて風景や灯りを体感することによって水辺の魅力が創出されていくと考えています。具体的な配置は、キッチンカーを3台、30人規模の参加者が座れる什器、ワークショップを行う机とイス、右側部分に示してありますオレンジ色のところでは、昼はスタッフルームとしてごみ箱の管理やエリア案内を行う人が在駐する場所で、夜は什器などを収容する場所として活用します。

次のページにいきます。エリアBについて、体験できる水辺でのほんぱくイベントということで、桑名ほんぱくオープニングイベントと同時に開催することで桑名ほんぱくの情報発信などを目的の一部として掲げております。普段は事前予約が必要な桑名ほんぱくですが、折鶴体験やコーラス体験などのプログラムを実施するで、ほんぱくをサテライト的に体感できるような場所になっております。会場の構成は、一番目につく中央にオレンジ色のテントを設けて、インフォメーションブースとして活用します。このインフォメーションブースは、観光案内や桑名ほんぱくの情報発信などの機能を担います。その周辺には音楽、コーラスを行うステージや、折鶴体験を行う机などが配置されております。折鶴体験は、キッチンカーが置いてある下のエリアや階段を降りた場所に机を置いて広域にワークショップを行っていく会場構成になっております。

以上になります。ありがとうございました。

○伊藤委員長 補足説明をします。1枚目ですが、コンセプト、課題を挙げて、特に時代背景があるのはこの地域の魅力だと思いますし、駐車場の問題も解決しながら歩いて楽しむ水辺と歴史という言葉というのは外せないかと感じております。それぞれの本物を伸ばしていく計画にしていくというのが本来の形とっております。

2枚目をお願いします。非常に難しく、どういったものが答えになるのかは想定していくといろいろ考えられると思うんです。例えば、駅だと全部壊してしまうわけですよ。一からつくるというと、デザイン構造だけ決まっておけば新しくつくったものが同じような石だったり、同じような色だったりと必然的に統一感あるようになってくると守りやすいです。しかし、時代背景が違うものが点在していて、そのすき間を縫ってか

なくちゃいけないとなってくる。どういう形がいいだろうかというところで、例えば歴史をそのまま継承しよう。ヨーロッパでよくあるように、ガラスやアルミやスチールのような近代的なもので先端的な表現を挿入していくのも一つあるかもしれません。また、環境共生ということで緑化をするだとか、環境に配慮した仕立て方をするというのも一つあるかもしれません。他にもご意見をいただければと思います。

○諸戸副委員長　　これは大変難しい問題だなと思っているんですが、住吉エリアを歩いて一番気になるのは建物がない場所があるので、そこに歴史資源の再生として何か移築するのかというそれは大変厳しいと思いますし、新たな建材の挿入というほど建物が残っていないので、街全体を見て、新しい建物といわゆる古い街並みのハイブリッドみたいなので、そこも整合性をとるのが非常に難しいところで、歴史的なイメージを持つものだけをつくり直そうとすると、それなりにコストがすごくかかってくると思われまますし、表面だけを取って付けたようなものをつくると、日本には本物がいっぱいあるので、そこと比較されたときに張りぼてだという話になってしまうので、テーマとしては難しいところだと思っています。明治、大正といえ、この建物がいい例ですけれども、最先端のものと昔のものをハイブリッドにしているので、それを現代に置き直して街を組み上げるのかと何となくは思うんですけど、それがいいかどうかは自分ではわかりません。中途半端ですいません。

○伊藤委員長　　答えがないので、皆さんのご意見聞きつつ案をもう少し深掘りできればいいと思います。大正村とか昭和村とかわかりやすいところはいいですけど、そうじゃなくて困っているところもいっぱいあって、リーディングできるような桑名の新しい発展の仕方を全国に先駆けられるようにお知恵をお貸してください。

○安藤委員　　前回、住吉地区を皆さんと一緒に歩いたんですけども、中澤委員もご指摘されたと思うんですが、雑草が非常に多い。誰かがきちっと意識を持ってやらない限り絶対だめだなと思います。地域の人たちが整備意識を持ってきちっとやらなきゃいけないと思っています。

それと、桑名市と高山市では何が違うんでしょうか。高山に行くと人がいっぱいいますが、桑名の市街地の観光客は少ないですよ。直感的に思うのは、高山の観光地のような所には車があまり通ってないんですよ。桑名は車が通っているので、人が脇役になっている。高山の場合は、国道のような広い通りには観光客はあまりおらず、狭い空間の道路を人がいっぱい歩いている。桑名でも寺町通り商店街は人通りが多くて元気があ

る商店街だと思うんですが、中は車が通ってないですね。適度な広さだと思います。名古屋の大須商店街も、車が多いところにはないですね。車社会だと名古屋がファッションなどが不在な街だとよく言われるのは車社会だからなんですね。東京は、車社会じゃないんで、寒ければコートを着て歩くし、名古屋は寒かったら移動が車なので、寒かろうが暑かろうが車利用の人はそういうものが必要ないということで、外を歩かないことが多いとファッションブルな人間が少なく、年中同じような格好をしているんですね。そういうところを踏まえて、人のことを中心に考えて、人が歩きやすい街、駅から水辺へ来るのにもなるべく狭い道で、できれば歩行者天国にするとかも考えていったほうがいいんじゃないかなと思っています。

○伊藤委員長 ありがとうございます。続いて黒田委員、いかがでしょうか。

○黒田委員 安藤さんがおっしゃったように、歩きたくなるような部分が少ないのが、他の集客がすごく多い観光地との違いですね。いろいろいいものあるんですけど、密になって見えない。ボリュームが足りない。そこまで引きつけるだけの魅力をうまく見せられていない状況だと思うんですね。ただ、歴史的な景観を密にできるのかというのは、具体的にどういう方法があるのかは思いつかないです。最近、岐阜の古民家で中は最新のショップに入れていたり若者のブランドを入れたりして、ミスマッチに見えるものを入れることで、新しい魅力を出すという試みがあるので、そういうことを桑名でも可能性があるのか、リサーチしておかないといけないと思います。それと、市民の人たちが自発的に景観をよくしようという意識付けをし、それには何が有効かという、ユネスコ登録された石取祭をうまく活用すると発信力はすごくありますし、一番古い時代の祭車が見つかったというニュースで拝見したんですけど、これも相当な発信力がある素材なので、祭りの時期だけじゃなくて、年間通じて石取祭と関連するエリアが幾つかあるんでしたら、何か仕掛けられないかと感じます。

○伊藤委員長 注目を集められるような拠点が線となって歩行者専用になってという発信力あるような場所を先にやっつけていかないと進んでいかないような気はしております。松尾委員いかがでしょうか。

○松尾委員 今のお話をもう少し広いところから見ると、桑名市は決して観光客の入りが悪いのではなく、むしろ三重県内で言えば統計的な数値をどうとったかわからないんですけど、伊勢市を超えて桑名市が三重県内で一番人が来る場所になっているんですね。ナガシマリゾートも含めてなので。それで一番なんだからと言ってしまふとこ

の建設的な話もできないですが、住吉地区というところで集約するなら、それだけナガシマリゾートの集客力があって、向こうに引っ張られるのは必然的なことなので、住吉地区に何があるかという、僕も知らなかった歴史的なものなんですね。今年、春日神社さんで新年のご祈祷をしていただいた時に、宮司さんとお話させてもらいました。春日神社の社務所の横にある建物が、実は昔のフナツヤだったというのを僕は7、8年経って初めて知りました。そういうことを携わっている人間が知らなかったわけです。そういう情報を知ったら、社務所をそれまで気にも留めなかったのがすごい思い入れが出てきたり、フナツヤはどんなのかなと過去を馳せたりといったものが、この街で埋もれている価値がすごくたくさんあるんじゃないかというのは個人的に思います。国土交通省さんから一昨年からミズベリングの話いただくんですが、決定的にエリアで足りていないものは、駐車場設備なんですよ。桜祭りのイベントをやったり石取祭をしたりすると、交通麻痺になるんですね。経営活動をしている中で、フナツヤもありがたいことに数字右肩上がりにはなってきているので、観光をどうこうせずとも民間でやっているところは、集客がそもそもあるとは思うんですね。ただ、新しいものに変化しづらかったり、チャレンジできないというのは、旧市街に建物がそのままあったり区画整理ができてなくて、お客様が来たとしても迎え入れる体制がないので新しいチャレンジがしづらい。フナツヤに併設してある駐車場は限られているんですね。なので、約500台の中の何分の1かはフナツヤが借りています。フナツヤにご来館いただいた方は、ここはフナツヤの駐車場だとわかった上で、公園の駐車場が5時に閉まっちゃうので止められるんですね。夜に、離れにある駐車場はお客様がいないにもかかわらず、停まっていることもあるんです。これも桑名の景色がよかったり景観がよかったり、夜は歩くと気持ちいいんですね。なので、そういう方たちが、ちょっとくらいいいかなと後ろめたさもありながら仕方なく止められているのは、多分フナツヤに限らず、近隣の店にもよくあるかなと思います。

今年、灯街道のイベントを4日間していましたが、短期的ではなくてある程度の季節を設けて動かすことに意義があるんじゃないかと思います。あと、灯街道のイベントしかりなんですけど、どのように誰に発信するかというのが、今回初めてのイベントだったということもあって、うまく行かずに集客にかなり苦戦したと思っています。あそこの旧東海道に、この季節に行ったら灯籠の明かりがついているんだというイメージがつけられれば、それでお客様は足運んでいただけるんじゃないかと思います。だけど、今の

状況だと、この近くに来ていただいたとしても迎え入れられるだけの駐車場がないので、桑名駅前や末広駐車場に停めて、わざわざ戻ってくるかといったらな「無い」とお客様の声を聴いたりしました。話を戻しますけど、歴史的価値があるものとか、建造物の素晴らしいものはたくさんあるけども、価値の表面化をいかに情報として届けていくかという作業をもう一回やるだけでも、僕はその魅力を感じて桑名のあの旧市街地、住吉地区に来ていただく方は増えるんじゃないかと思っています。

○伊藤委員長 ありがとうございます。仮に、フナツヤさんがバーかレストランを空いている土地に出すとなると、どんなデザイン展開しますか。

○松尾委員 街並みをどういうふうにしていくかは、どういう風にもやって行けると思うんですね。ちょっととがった感じでやれと言われたらできますし、この市街地に合わせたテイストでやるとしてもできると思います。ただ、結局やることはできるけども、やったところでお客様を迎え入れられる状況じゃないからやれない。これは国交省さんにもお話ししたんですね。別にカフェとかレストランじゃなくても、できる資材というのはたくさんあるんです。これもお話させていただいて、国交省さんはおもしろそうだねとは言っていたんですけど、ただ来ていただいてもお客様の駐車場が足らなく、じゃあ歩いて来るかといったら、買い物して帰っていただく場合は難しいと思います。あの辺りの立地整備が先かなと思います。

○伊藤委員長 駐車場の必要性はよく理解できたので、重点的に進めたほうが良いなと感じました。

 風間委員、お願いします。

○風間委員 去年に2回ほどバルセロナに仕事でツアーを組ませていただくことができました。バルセロナも旧市街と新市街があるんですが、歩いてほしいからとめていらっしゃるわけですね。それは市のエリアマネジメントや、市として戦略的にやっているんですね。なぜそれがバルセロナではできるかという、デザインや建築とにすごく理解があつて力を入れていて、その専門家たちが5年、10年かけて設計しているんですよ。同時に古くからいらっしゃる方々の声もちゃんと聞いている。新しいことをやるのと、住んでいる人たちの満足度を高めるために、住民の買い物であるとか日常生活に対してきちんとケアしてくれているんです。なので、新しいことも受け入れてくれるんだと話を聞いて思いました。商売されている方にとって人が外から来てくれるからこそ商業も成り立つし、住んでいる人たちの暮らしも成り立つというふうに、双方にと

っていいことをデザインされています。この住吉地区が全部はできないと思うんですけど、あるエリアから丁寧にやってみることはできるんじゃないかと思いました。

私は桑名に詳しくないですし、ここの魅力を初めて知る目線でいつも皆さんのお話を聞いたり街を見たりするんですけど、京都を「歩くまち・京都」と門川市長が言われてから賛否両論ありながら今は評価が高いんですよ。歩いている人の目線で気になることが車で見ている方と違うので、一定のエリアを歩く街にして、車を外に停めて歩く人たちが何を求めるのかとか、どういう立ち寄り所が欲しいとか、あるいは水辺でこんな時間を過ごしたいと思えるのかというのを設計していかないといけないと思います。逆に、設計されていると知らない人でも自然とそういう行動デザインがなされると思うので、私は桑名が広いなと思うので、その広い地形を生かして、エリアごとで取り組んだり、エリアごとのデザインをしたりして、回遊を考えられるといいのかなと思いました。この4ページ以降に案が出ていましたけど、そういうものを一つずつやっていったほうがいいでしょうし、社会実験はすごく大事だと思うので、力を入れていったほうがいいと思っています。そこには街の人とかエリアマネジメントとかプロの人が入らないと、全部市役所の方では難しいので、その辺を議論できるといいと思いました。

○伊藤委員長 ありがとうございます。

○中澤委員 おっしゃられたように、まず地区を決めて、整備していく。私はサイクリングで桑名の街を回ったことがあるんですが、自転車で回られている方をお見かけしたことないのでわからないんですが、駅周辺にレンタサイクルが整備されていたり、歩行者天国ももちろん必要だと思います。この諸戸氏邸、六華苑を中心に桑名の誇れる建物があるわけですので、駅を降りたら早く行けるような整備をしていただきたい。市民もそうですし、桑名においていただいた方もゆっくりできるように日陰の整備も必要と思います。その辺を含めて、桑名の誇れる街並みをつくってもらえるといいと思います。それから、灯街道の際は、フナツヤさんの前を通過して一の鳥居、蟠龍橋の辺りを歩いてみてよかったと思いますので、春だけじゃなくて、桑名全体が盛り上がる灯街道というイベントにできるといいのかなと思います。以上です。

○伊藤委員長 ご意見ありがとうございます。聞きながら私の中でも整理ができて、デザインの方向性は、歴史を引っ張ってきて張りぼてでつくってもしょうがないですし、環境技術はどこまで取り入れるかというのがありますが、先端と歴史とのハイブリッド的なものを全国ないしは海外の事例を踏まえて、その効果を検証していきたいと思いま

す。その上で皆さんの思いを聞いていると、このあたりを中心に進めながら、それが拡張していくようなビジョンを描いたほうがいだろうなというのは思いました。ページとしては3ページ目になります。4ページ目の駐車場をどこかに集約してつくることは目的のように書いてしまっていますが、車道をとめて歩行者専用空間をつくり、歩いて楽しめる水辺の歴史を感じられるような空間をつくり出す。そのためにも駐車場を集約してアクセスしやすいようにするんだという目的で、都市整備部とも連携し、統括官という新しいソフトとハードと他の部署を結ぶような担当者もつくられたと聞いておりますので、この辺は一緒になって計画を考えていってもらってはどうかと思います。あと、駅からももちろん歩いて来てもらうのは非常にいいことだと思うんですが、恐らくシェアサイクルみたいな形でいくつかのステーションを点在させて、その効果が本当にあるかどうか社会実験をやるべきだと思います。こちらのほうも都市整備部とあわせて検討をしていったらどうかと思います。

そういう皆さんの熱い思いがありますから、今年度に何とか社会実験を行いたいと思うんですが、市の予算がない状態ですので、具体的にどこまでできるんだとか、具体的にこういうことをできるんだというところまで踏み込んでいただかないといけないです。

○中澤委員 この最後の昼夜で楽しむ食と灯りの水辺イベントは、ぜひとも堤防のあたりとか、その下のあたりなんかでできるといいなと思います。そんなにお金も当面はかからないのかなと思うんですが、人的、物的な協力は、民間あるいは個々で協力させていただかないといけないと思います。周囲の方においでいただけるようなスペースができればまた活性化につながるのかなと思います。

○伊藤委員長 できればその辺の試みもこのほんぱくと合わせてやると地域のブランド力がより高まるので、単独でやっていることを一つに集約させていくというのも今回の狙いです。

○風間委員 最後のページのほんぱくについて、事務局にご質問なんですけど、例えばこういう話をした時に、自分のところでやるイベントだけじゃなくて、ブランド推進委員と一緒にやりますかと協力を求め協力してくれる方はいらっしゃるんですか。もし、サテライトで出していただけると、本業でそういうお食事処を出されていらっしゃる方もいれば、小さくても事業者さんが何店舗か出しているだけで集客は安心できるじゃないですか。それがお店にとっても、こういうブランドとしての試みをするので、プレイヤーとして参加いただけるといいんじゃないかなと思います。あと、プログラム

と連動した情報発信であるとかイベントみたいなものは、告知をちゃんとやってコンテンツがおもしろければ来てはもらえると思うんです。なので、お昼から夜、パーティタイムを楽しめるような設計で親子などのターゲットを絞り込めるかもしれないんですけど、小さく実験をするというのでワークショップなどもここで設計できるといいのかと思いました。そういう方もいらっしゃればお聞かせいただけたらと思います。

○事務局 先ほどの質問に対して回答させていただきますと、事業所さんで行政に協力的な方もいますので、そういう方に声をかけて協力していただくことは可能だと思います。ただ、事業所さんにとってメリットをまず示すのと、市としても狙いをちゃんと伝えるということがしっかりできたら協力してもらえる所はあると思います。

ワークショップについても同様に言えるかなと思うんですけども、屋外でのワークショップはどこができるのかこちらでも考えながらの打診になるかなと思います。

○事務局 ほんぱくのパートナーだけでなければ、ちょっとした店舗を出すのであれば、マルシェ的なものは頻繁に行われているので、そういうところの元締めがみえるので、占用の問題をクリアさえすれば、ある程度の店舗は引っ張ってこれるんじゃないかとは思っています。ほんぱくのメンバーもいろんな業種の方が見えるので、その方々もいろんなチャンスが欲しいことはおっしゃってみえます。だから、いかにハードルを下げてあげられるか、行政として手を差し伸べていけるか、あとやるタイミングを考えていく。ほんぱくのオープニングは事務局では人がたくさん来るものではないと思っていますが、例えば、近鉄さんやJRさんがウォーキングをする時は、2000～3000人が通過してくんですね。通過するだけです。そういう人たちにとっては、桑名でお金を落とすところがないんです。食べる物にお金を払うのだけど、例えば六華苑の中に入ってまで見学していくっていう人は、多分3000人いたら300人くらいしかいない。だから何か食べる物があればそこで食べて次に行く。そういうのが点、点、点としてあれば、買い食いをして行くので、そういうような流れを作ることであれば行けるかもしれないかと思っています。

○風間委員 ありがとうございます。

○伊藤委員長 松尾委員、お願いします。

○松尾委員 今の件に付随してなんですけども、僕は住吉地区の商業とか飲食店とかをやっている東部商研というのがあるんですけど、ネックになってくるのが営業時間です。ある程度自分のお店を運営してれば入ってくるであろうものを捨ててまでしてイベントに行くかという、皆さんはイベントが億劫で仕方がない状況なんです。東部商

研としても、どうやったら組合員さんたちが率先してそこに勝負をかけられるか。結局、今の桑名市さんのスタンスは箱とかフィールドを用意してもらえるんですけど、その後の関わりが薄い部分もあります。例えば、告知の宣伝もしかりなんですけど、当日のオペレーションでのサポートだったりとか、何か売り子だったりとか、そういう形で協力いただければ、多分やってくれる気持ちをお持ちの方はいらっしゃるかなと思います。

あと、エキトピアなど桑名の祭りがいろんな地区で点在しているじゃないですか。あれらのディレクションを兼ねて関係者に来ていただくとか、そのさらに1カ月後にはゆるキャラグランプリがあるので、そこに三重県のゆるキャラを集めるとかしないと、結局動機づけがなければ行かないんですよね。知っていたとしても行こうと思うものがそこにあるから行くわけであって、例えばすごい規模で40、50店舗も来ますと言ったら、結構それだけで動機づけになるかもしれないんですけど、3店舗、4店舗ぐらいだったら、その場所でしか、その日だけでしか食べられない物がない限り、動機づけは難しいんだろーと思います。使える環境と資源は民間にはたくさんあるとは思っているので、そこをいかに絡めて協力していただくか、その宣伝も桑名市で並行してする形になると思うので、何かいい関係性でできるんじゃないかなと思います。

○伊藤委員長 ありがとうございます。黒田委員、お願いします。

○黒田委員 単にイベントやっていますとか水辺で飲食のエリアができますとかではなく、このイベントが何のためにやるんだという意味やそれなりの特徴を出さないと、また、住民が積極的に行きたいと思わせるものがないと、なかなか人は集まらないと思います。例えば、ワークショップにしても、単に親子で作りますじゃなくて、それが何か意味を持っている。水辺に浮かせて灯籠流しをしたり、鎮魂の意味合いと持たしたり、桑名の何かに結びつけて、みんなで参加することに意義があるものに持っていかないとなかなか積極的に取り掛かれないと思います。ジュニア・サミットが行われたり、石取祭がユネスコ登録されたり、国際的にもアピールできるものができたわけだから、そういうものと意味付けしてストーリーを持たせないと弱いかなと思います。

近所にある興正寺で毎月マルシェがあります。キッチンカーもいっぱいそろって、クラフトと飲食もできて若い人もかなり来ますし、なかなか活気があっておもしろいんですけど、多分そういうことを仕掛ける方がいると思うんですけど、単にマルシェといっても桑名でなければというのがないといけない。食べ物にしても桑名らしい飲食を提供できるとか、何かそういう意味を持たせないと厳しいと思います。

- 伊藤委員長 おっしゃるとおりだと思います。でもハードルをちょっと下げていかないと最初は難しいかと思います。
- 黒田委員 何か意味があるワークショップというふうにストーリーを一つつくれば、そんな大きなことじゃなくてもいいと思うんですよ。桑名そのものを子供たちに知ってもらうためのワークショップでいいと思うんですよ。そういうことはだんだん積み重ねればいいのかと思います。
- 伊藤委員長 段階的なストーリーも描いたほうがいいとお聞きしながら思いました。ありがとうございます。安藤委員、お願いします。
- 安藤委員 ミズベリングもほんぱくのオープニングも最初から思い切って行けないので、徐々にやっていけばいいと思います。どれだけ集まるかわかりませんが、最初から高望みしないで、いるメンバーとだけで盛り上げていけばと。名工大の学生バンドを呼んできてオープニングを派手にやっていけばそんなに費用はかからないので、1回やってみて、2回目、3回目と派手にやっていけばいいことなんで、それが知れ渡って常設化されイベント化されていけばいいことだと思います。最初は小さくてもいいので、やるのが大事なんですね。1回やってみないとスタートできないと思います。
- 伊藤委員長 ありがとうございます。副委員長、お願いします。
- 諸戸副委員長 基本的には水辺の空間を使ってやるというのは賛成なんですけど、これはそもそも誰がまずやりたいと言っているのか、そこから考えないと誰もやりたくないかもしれないプロジェクトですよ。先ほど風間委員が事務局に質問されていましたが、魅力があれば参加するんじゃないかという回答だったと思うんですけど、その魅力を我々が伝えないと誰もやりたくないということになるので、目的が水辺が使えるようになりましたから何かやらなきゃいけないというのではなくて、誰のために何をやって、それをどうしたいのかというところなんだと思うんですよ。そのアイデアがある方であれば、市でなくても我々でなくてもそれを活用して事業化されるんですよ。そうじゃないと誰かが最初に事業化できるくらいアイデアと仕組みを考えてあげないと、誰もそれに乗ってこないと思うんですよ。先ほど松尾委員もおっしゃっていましたが、店舗を閉めてまで参加する意味はないと思うので。今の段階は水辺が使えるようになりましたが、今のところ誰も手を挙げていない。だから何かしなきゃいけないというレベルの話だと思うので、それをもう一段深掘りしないとなかなか定着していかないと思うんですよ。そこはこれから短い間ですけども考えないといけないポイ

このブランド推進委員会の中で求められている方向性なのかなと思います。また、マルシェのような形のにぎわいというものもつくっていく必要があるかもしれません。実証実験といいますと、どういった形を目指してのものかということもあると思いますので、そのあたりは委員の皆様のを教えていただきながら進めていかなければならないなと思いました。

次回の会議につきましては、この資料の5ページに大まかなスケジュールをいただいておりますので、こちらを確認しながら委員長とも相談した上で進めさせていただきたいと思っております。

それでは、長時間にわたり、どうもありがとうございました。第1回ブランド推進委員会を終了させていただきます。ありがとうございました。

(閉 会)