

VII. 資料

A. 「和歌山市中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」からの提案

Aグループ「個店の魅力で人を惹きつけるまち」

【想定する中心市街地像】

それぞれの店が、「その店にしかない『魅力』」を持っている姿

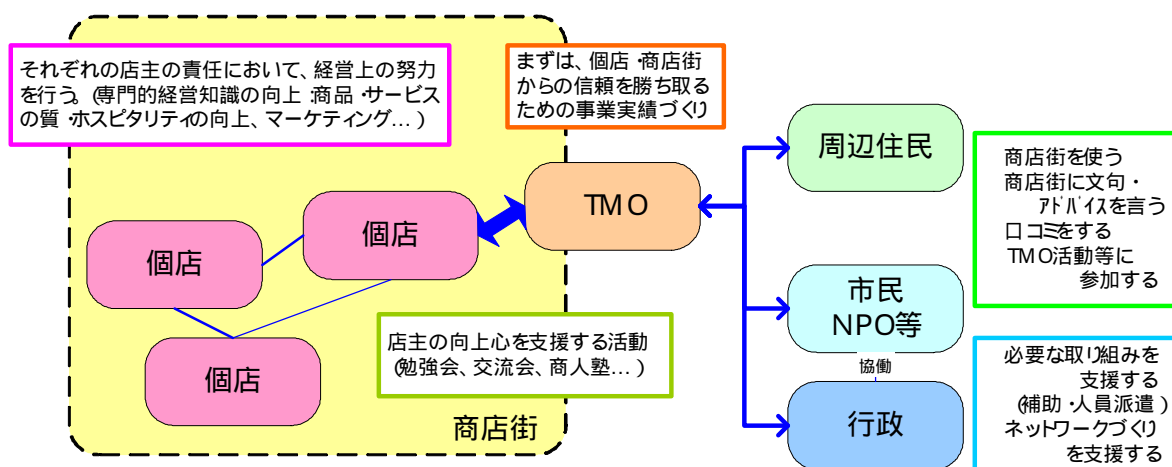
きめこまやかなサービス、店の持つムード・雰囲気、店主の人柄、独自の仕入れルート、お客さんへのアドバイス、「売る店」ではなく「買ってもらえる店」となっていること。

各店主が『魅力』を付けるための努力を、自らの意志で継続している姿

各店独自の努力（勉強・スキルアップ）と、その向上心をサポートする関係者の取り組み（商店街全体の取り組み、TMOの取り組み、住民・市民の取り組み、行政の取り組みなど）が相乗効果を発揮していること。

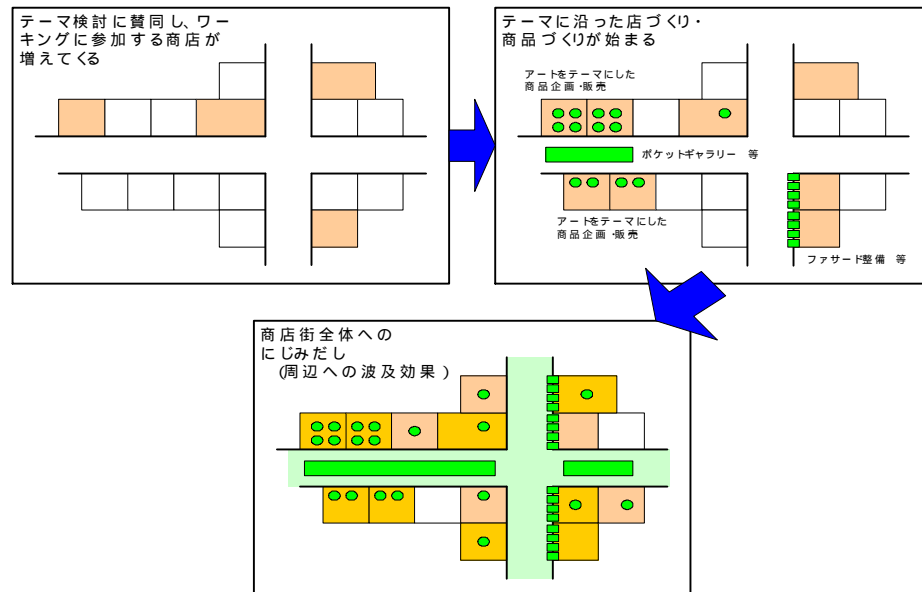
各主体間の関係性が深まっていること。

[イメージ]



その結果として...

[イメージ]



中心市街地が、市民の「公共財 = 市民の共有財産」となっている姿

事業名：「まちづくりのテーマの策定と遵守」事業（各種事業を進めていくための前提となる事項）

概要：

本市の中心市街地活性化を図る上での対外的なまちづくりのコンセプト・特徴を決め、それをより所・ルールとした、街の個性づくりを行う。

特に、商店街の皆が共感し、遵守できるまちづくりのテーマを設定する。

具体的には、特に、若手店主等による有志ワーキング（作業部会）を立ち上げ、斬新なキャッチフレーズを作成する。

[テーマ案]

「旧さと新しさの同居するアートのまち」

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）オブザーバーとしてテーマ検討のワーキング（作業部会）に参加する。

（商業者）主体的に検討を実施。確定したテーマ案について各店主との調整を行う。

TMOが中心に行うこと

基本的には「オーガナイザー（組織者）」としての役割を担う。

例えば、対市民アンケート等を実施し、テーマ案についての評価を得る。また、その活動についてPRする。テーマを設定した後は、テーマの遵守度合いを観測し、指標として観測する。

行政が中心に行うこと

全体に目配りし、支援等が必要な場面では、TMOに協力して迅速に手を差し伸べる。

評価指標と目標：

- ・短期的には、趣旨に賛同し、ワーキング等へ参加する商業者の数（5年後に 店程度）
- ・長期的には、テーマに沿った活動（商店街環境や景観の整備、イベント等）の進捗度合い

事業名：個店力アップ事業

概要：

店主の自助努力と、その周辺の登場人物によるサポートを包含した魅力向上の取り組みを行う。特に、消費者の声・意見を店づくりに生かすことのできる仕組み（＝「友の会」）と、商品・サービスの質向上を誘導する仕組み「逸品倶楽部^{いっぴんくらぶ}」をつくり、運用する。

（事業の体系）

- ・勉強会・商人塾（商業者間で、経営に関する能力を向上していく取り組み）
- ・テナント・ミックス（TMO等による新規出店誘導）
- ・商業者から意図が明確で、強い要請があった場合の専門家指導
- ・友の会（意見交換の仕組み、ポイントカード等）
- ・逸品倶楽部（商業者間で、店・商店街の名物を企画・開発する取り組み）
- ・ファサード（正面の外観）の改装・店内改装事業

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）「友の会」へ参加する。

（商業者）

全体としての努力・・・「友の会」及び「逸品倶楽部」のメンバーとして参画し、消費者の声を反映させた「逸品」づくりを行う。また、「友の会」運営等に必要なポイントカード割引への負担協力を行う。

個店としての努力・・・地域オンリーワン～地域ナンバーワンを目指した自主的な経営努力を積極的に展開する。（マーケティング、商品構成見直し、店舗改装等）また有志による共同勉強会等を開催する。

TMOが中心に行うこと

- ・特に、「全体のオーガナイザー（組織者）」として、事業コーディネート部分を担当する。
- ・商店街全体のテナント・ミックス事業、不動産活用プロジェクトを担当する。
- ・「商人塾」の事務局を運営する。
- ・「友の会」及び「逸品倶楽部」の事務局を運営する。

行政が中心に行うこと

商業者から明確な意図を持った強い要請があれば、経営力向上のための専門家派遣制度、ファサード（正面の外観）改装事業等への支援・協力を行う。

評価指標と目標：

- ・「友の会」会員数（5年後に 万人）
- ・「友の会」における意見交換数
- ・消費者意見が反映された取り組みの数（サービス改善等の件数）
- ・逸品の数＝ブランドとして認知された店（名）の数（5年後に 店）

事業名：まちの新陳代謝促進事業～空き店舗対策等を検討する特命チーム～

概要：

空き店舗に関する現状の問題点把握とその要因分析を踏まえて、課題解決策を検討する特命チームを立ち上げ、数年以内に実行成果を出す。

場合によっては、特定物件の所有者の協力を得て、所有と使用を分離した空き店舗活用の実証実験を行い結果がよければ、拡大していく。

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

- （商業者）・特命チームを立ち上げて、主体的に検討を実施する。
- ・実証実験への協力を行う。（物件の提供）

TMOが中心に行うこと

- ・特命チームの「オーガナイザー（組織者）」となり、能動的な事務局として積極的な運営主体となる。
- ・実証実験の実施主体となる。（テナント・ミックス事業と連動し、新規出店者を募集する。）

行政が中心に行うこと

特命チームへ参加する。（行政の視点から参画し、適切な支援・助言を行う。）

評価指標：

- ・短期的には、特命チームの活動度合い（会合の回数、実証実験の進捗度合い）
（5年後に一定の成果が出ていること。実証実験が少なくとも1案件実施済みであること）
- ・長期的には、埋まった空き店舗数/テナント等が入れ替わった店舗数

【補足資料 :TMO の強化について】

以下に示す、TMOの強化に向けた取り組みは、ワークショップでのAグループ討議にて、各種の事業を行っていく上で必須の共通条件」となるものとして意見が出されたものである。

中心市街地活性化基本計画の改訂版報告書を策定する際には、以下の内容について盛り込みを行うことを希望したい。

TMOの組織体制強化・ネットワーク強化の取り組みに向けて

1. 問題意識

中心市街地の活性化を行っていく上で、商店街全体の事業コーディネートを行っていく主体が重要なことは言うまでもない。

ただし、現状の当該TMO（（株）ぶらくり）は組織陣容・事業資金ともに、限界があり、その設立趣旨を十分に発揮できていない状況にあると考えられる。

また、商店・商店街におけるTMOへの参画・協力の意識も薄いものにとどまっている。このため、TMOのあり方を再検討・再構築した上で、TMOが柔軟かつ有効に機能できる体制・仕組みを創っていくことが重要であると考えられる。

2. 基本方針

「商店主がTMOを使いたくなるようなTMOにする」ための体制強化を行う。

独自事業による実績づくり、ネットワーク体制の強化（専門家や関心を持つ市民の参加を誘導）

3. 具体的な対策（案）

市民参加の誘導

- ・市民がTMO応援団として、TMO活動に有志参加することを受け入れる。（PR強化、受け入れ体制の強化）
- ・市民が市民企画の事業をTMOに持ち込み、事業共催者となる。（市民イベント等）
- ・現在の大学生や若手経営者の事業運営参画をさらに促進する。

組織体制強化

- ・ 専門ノウハウを有するタウン・マネジャーを登用する。
- ・ 学・法・官・民の有償ボランティアネットワークを編成，タウン・マネジャーをバックアップする体制を作る。（有償とは実費のみ負担）
- ・ 商業者も，TMO事業へのこれまで以上の協力を行う。（資金融通，場所提供等）
- ・ 行政もできれば，人員派遣等の支援を行う。

活動資金強化

- ・ コーディネイト事業による商店街への貢献を目に見える形にしていき，その対価としての出資・協力金を得るというサイクルを構築する。
- ・ 助成金等もハードだけではなく，ソフトとか体制づくり等も含めたものに変えてゆく。

Bグループ「お気に入りの風景やスポットのあるまち」

【想定する中心市街地像】

現在の和歌山市の中心市街地内に、魅力的な風景・スポットは多々あり、普段の生活の中で、それらの風景に気づかない、風景として見るような演出がされていないことが問題である。今後、まち（中心市街地）を利用するすべての人たちが、**まちを風景として見る**ようになり、まちの風景に関心を持つためには、市民や地域住民の意見を反映した**まちの景観に対してのポリシー**があり、そのポリシーに沿った様々なアイデアを市民・地域住民・商店主・行政と連携しながら実現する**プロデューサーが存在するまち**が望ましい。

また、上記のような仕組みを通して市民がまちの風景に関心を持つとともに、地域住民、商店主と協力して現在ある様々な問題（ゴミ、落書き、放置自転車など）を解決し、まちの風景や景観を維持発展できる基盤（PDCA サイクルの確立）を作ったのちに、まちの景観に関する様々な規制を整えていくことが好ましい。その後、景観やデザインを優先するあまりに機能性や安全性が犠牲にならないように住民合意をとりながら各種ハード事業を実施していき、**まちのメンテナンス**をする。

まちの景観という視点を通して、これまでの経済中心の中心市街地活性化策とは違ったアプローチをすることで、これまでの商業空間の機能以外に注目が集まり、まちの空間すべてが利用者に愛されることが期待される。

事業名：ふうけい.com 事業

概要：

和歌山の中心市街地の風景・スポットを題材としたホームページの立ち上げと運営。
ワークショップの市民メンバーから出たアイデアの中からWEB上で実現可能なものを選び、**インタラクティブ（双方向）なコンテンツ¹**とする。

HP立ち上げ時、核となるコンテンツと、その概要は以下の通り。

- ・テーマ別マップの作成
地図を作っていく過程が重要（インタラクティブな追記可能なものにする。）
- ・街並み点検隊（後述の「まち風景問題解決事業」との連携）
自分達で出来ること、TMOが出来ること、商店主が出来ること、行政が出来ること、の4グループを作って、実際に人が集まって活動する。結果をWEBで発表・意見交換をする。
- ・好きな場所のアンケート
ゲーム性のあるもの、トーナメント制、年齢別などおもしろいアンケートを行う。
- ・和歌山まちフォトコンテストの開催
携帯電話のカメラを利用した市民主体のフォトコンテスト
プロのカメラマンを審査員にした本格的な全国規模のフォトコンテスト
- ・小学生が見たまち風景
小学4～6年生が「まちの資料」を作り、それを基に小学1年生～3年生が「まちを紹介」する。結果をHP上で発表する。
各小学校で行っている総合学習などにおいて先生の選択肢の一つになる。

その他のコンテンツとしては

- ・まちをイメージできるテーマとエリアの提案
- ・中心市街地夕日百景

1：情報の内容。放送やネットワークで提供される動画・音声・テキストなどの情報の内容のことをいいます。

- ・まちを利用したWEB上のロールプレイングゲームの開発

- ・フリーペーパーと連携したコンテストの開催
- ・まちに設置するオブジェなどのデザイン案の募集
- ・ベンチ，バス停などのデザイン案の募集
- ・住民合意の仕組みづくりの意見交換
- ・中心市街地のキャッチフレーズ，キャラクターの作成
- ・まちのテーマを決める

事業の効果	
インタラクティブなWEBコンテンツを充実させることで，市民ボランティア以外の市民（市外の人も含む）との協働作業（書き込み，情報提供など）を重ねていくことで，上記の目的が達成される。	
場所	アップロード先：株式会社ぶらくりのサーバ
開始時期	メンバー募集からイメージ統一までに半年～1年の期間を要する。

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

- （市民）・ふうけい.com 立ち上げ時：コンテンツの決定，WEBデザイン，プログラミング
- ・ふうけい.com 運営時：作成・編集ボランティアによる管理・運営
- （商業者）・ふうけい.com 立ち上げ時：情報提供
- ・ふうけい.com 運営時：スポンサーになり資金提供

TMOが中心に行うこと

- ・事業主体として「ふうけい.com」の立ち上げ・運営・管理の責任を持つ。
- ・ふうけい.com 立ち上げ時：行政・市民・大学との連絡調整，場所・必要資金の提供，市民ボランティアの募集
- ・ふうけい.com 運営時：スポンサー募集，作業・アップロード場所の提供，大学生などの他団体との連携，広報

行政が中心に行うこと

- ・ふうけい.com 立ち上げ時：(株)ぶらくりへの支援（増資等），市民ボランティアの募集
- ・ふうけい.com 運営時：情報提供，広報

評価指標と目標：

- ・ふうけい.com の利用者数（アクセス数）・・・3,000人/月
- ・利用者書き込み以外のHPの更新回数・・・4回/月
- ・HP管理運営の市民ボランティアの参加人数・・・30人/年
- ・市民ボランティアの組織化・・・法人化

事業名：まち風景地図作成事業（企画名：チズコミュ）

概要：

テーマ別マップの作成

既存の店舗・駐車場の場所などを紹介する地図ではなく，風景などのテーマに特化した来街者がまちをイメージしやすい紙地図の作成。また，地図を作ることを事業の目的とするのではなく，地図を作る過程において，より多くの市民が参加し，現在の中心市街地内で参加者が新たな風景を発見し，その過程を楽しむことも目的とする。

地図は外からの来街者ではなく、和歌山市に住んでいる人達がまちの風景を再発見できるようにものを作成。

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）まちの景色の発掘作業，地図の作成におけるアイデアの抽出

（住民）まちの景色の発掘作業，地図の作成におけるアイデアの抽出，情報提供

（商業者）情報提供

TMOが中心に行うこと

事業主体として，立ち上げ・運営・管理の責任を持つ。配布場所の選定，資金的な援助，作業スペースの提供，広報

行政が中心に行うこと

本事業への協力，配布場所の選定，資金的な援助，市報わかやまなどを通じた広報（例：連載ページの一つに）

評価指標と目標：

- ・チズコミュ作成過程における市民の参加人数・・・50人
- ・配布枚数・・・10,000枚

事業名：まち風景問題解決事業

概要：

ハード整備実現に向けて，現状から解決しなければならない問題の解決

（ハード整備に向けたステージ1，(例)ゴミ，落書き，治安，公園の清掃など）

地域住民，商店主，市民たちの市民ボランティアでチームを作成し，上記の問題を解決していく。この際に，事前に5W2Hに沿って事前目標を設定し，その達成度合いを定期的にすべての参加者でチェックすることとする（PDCAサイクルの確立）。

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）市民ボランティアチームへの参加，問題点の洗い出し，事業の評価

（住民）市民ボランティアチームへの参加，問題点の洗い出し，事業の評価

（商業者）市民ボランティアチームへの参加，問題点の洗い出し，事業の評価，広報（参加者の募集）

TMOが中心に行うこと

事業主体として「市民ボランティアチーム」の立ち上げ・運営・管理の責任を持つ，市民ボランティアのデータベース化，既存の組織との連携，市民ボランティアの募集
行政が中心に行うこと

本事業への協力，事業の評価，市民ボランティアの募集

評価指標と目標：

- ・地域住民，市民，商店主，TMO，行政の各チームへの参加人数・・・各10人
- ・各問題解決チームの事前目標の達成率・・・100%

事業名：規制整備事業

概要：

ハード整備実現に向けての，様々な規制の強化と緩和

（ハード整備に向けたステージ2

（例）内川の開放時間，車の進入規制，まちなみ条例の強化，照明・騒音などに関する規制，イベント時など道路を利用しやすくする規制緩和，公園の特区申請など）

TMOが中心となって，様々な意見の合意形成を図りながら，まちのあるべき姿に沿って規制の強化，緩和を行政が行っていく。

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

- (市民) TMOが主催するワークショップへの参加
- (住民) TMOが主催するワークショップへの参加
- (商業者) TMOが主催するワークショップへの参加

TMOが中心に行うこと

自治会・商店街組合・市民などの意見をまとめ合意形成したうえで行政へ様々な規制に関する働きかけをする。合意形成にむけた定期的なワークショップの開催と情報の公開を行い、窓口機能を担う。

行政が中心に行うこと

事業主体：TMOから挙げられた規制に関する要望に応じていく。

(実現不可能なものは、どういう理由で無理なのかを明確にする。)

評価指標と目標：

- ・規制整備に関する改善要望に対する改善率・・・100%
- ・ワークショップの開催回数(1案件につき4回とする)・・・2案件/年

事業名：ハード整備事業(ステージ3)

概要：

ステージ2をより発展させ、具体的なハード事業を実施する。ワークショップ内で出たハード整備事業は以下の通りである。

- ・まちの風景として、公園を楽しく憩える場所にする(芝生の広場など)
- ・まちのメンテナンス(ペンキの塗り変えなど)
- ・花の広場をつくる。
- ・オブジェの設置
- ・堀詰橋のステンドグラスを活かしたライトアップ

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

- (市民) ハード整備要望をTMOへ提出, 事業の評価
- (住民) ハード整備要望をTMOへ提出, 事業の評価
- (商業者) ハード整備要望をTMOへ提出, 事業の評価

TMOが中心に行うこと

ハード整備要望の統合(窓口機能) 合意形成 計画策定 計画を行政へ提出
事業評価

行政が中心に行うこと

事業主体：事業の実施, 事業計画と事業評価の公開

評価指標と目標：

- ・景観整備の実現・・・1件/年

(注意)

ステージ1・2・3は基本的に連続したものとする。前のステージが完了すると次ステージに移行する。

Cグループ「長い時間ゆっくりと過ごせるまち」

【想定する中心市街地像】

「世代性別，平日休日，昼夜を問わず，「観る～飲食～買い物」という時間消費型の中心市街地。」

「青空ギャラリー」整備運営事業を軌道に乗せることにより，「まちづくりへの市民参加意識の醸成」「ぶらくり丁の人通りの増」を図り，「滞留環境」整備事業の誘導を図る。あわせて「歩行環境」整備事業を行い，中心市街地全体の回遊性・滞留性創出の端緒とする。



事業名：「青空ギャラリー」整備運営事業

概要：

中心市街地の核であるぶらくり丁周辺地域を、「時間消費型の商店街」とするため、アーケード下に展示棚・ベンチ・ファーストフード等を提供するモバイルユニット（可動式店舗）を整備。

「絵画・写真・活け花・書道など各文化サークルの発表の場としての青空ギャラリー」を継続的に運営する。

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民有志）事業主体TMOへボランティアスタッフとして参加。実質的に「企画立案，資金調達，運営，関係機関への支援協力依頼等」の業務を行う。

（各サークル）青空ギャラリーの積極的利用

（市民・企業・各団体）事業主体TMOへの寄付・協賛・出資等の資金協力

（商業者）本事業への協力

TMOが中心に行うこと

本事業の実施

行政が中心に行うこと

本事業への支援協力

評価指標と目標：

- ・発起人会の発足（趣旨書の作成等）
- ・TMOとの調整（ボランティアスタッフとしての認知）
- ・各サークルの意向調査（アンケート等）
- ・企画案の策定：事業計画，資金調達計画，収支計画等
- ・資金調達
- ・実施案の策定
- ・「青空ギャラリー」整備
- ・運営開始（平成17年度）

事業名：「滞留環境」整備誘導事業

概要：

訪れた市民に「長い時間ゆっくり過ごせる快適な滞留環境」を提供するため、ぶらくり丁周辺地域の通りに面する民有地での「水と緑に囲まれたオープンカフェ等」の整備の誘導を図るまちづくり勉強会等を開催する。

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（商業者）勉強会への参加

TMOが中心に行うこと

本事業の実施

行政が中心に行うこと

本事業への支援協力

評価指標と目標：

- ・企画案の策定（勉強会スケジュール，講師の人選等）
- ・参加呼びかけ
- ・勉強会等の開催
- ・商業者による「オープンカフェ等」の運営開始（平成21年度迄）

事業名：「歩行環境」整備事業

概要：

ぶらくり丁周辺地域を訪れる市民に「より安全で快適な歩行環境」を提供するため、隣接する2つの市営駐車場及び公園前のバス停からぶらくり丁へ至るアクセス動線を「老若男女誰にも優しいバリアフリーな道路」として整備する。

役割分担：

行政が中心に行うこと

本事業の実施

評価指標と目標：

- ・交通量調査，アンケート調査等
- ・事業着手（平成21年度迄）

Dグループ「高齢になっても生き生きと暮らせるまち」

【想定する中心市街地像】

- ・多世代交流が進み、まちには会話や笑顔があふれ、町中を走る電動車いすや電動スクーター、介護の人の姿がある。商店や住宅には植栽が施され花とみどりに囲まれたゾーンが形成されている。
- ・タウンモビリティは身近なものとなり、公共交通機関と各所に設置されたタウンモビリティステーションが有機的に連携されている。
- ・緑に対する意識が深まり、ごみの分別・リサイクルが徹底され、生ゴミをコンポストに循環する試みが始まろうとしている。
- ・子どもから高齢者まで幅広い住民が安心して便利に楽しく暮らせる街として再生が始まっている。

事業名：和歌山陽だまりのまちづくり

タウンモビリティ導入 - タウンモビリティを考えるまちづくり人づくり塾開催事業

タウンモビリティ

電動スクーター、車椅子などを商店街等に用意し、障害・病気・ケガ・高齢などのため常時又は一時的にスムーズな移動が難しい人々に提供し、ショッピングを含めまちの諸施設を利用できるようにするシステムのこと。

欧州では英国を中心に広まっている。移動に困難を持つ人々の人口比は決して小さな数字ではなく、これらの人々が買物だけでなく、銀行・郵便局・役所・図書館・美術館・飲食店などへ出かけ、自ら日常生活を営むことの社会的意義はきわめて大きい。加えて、これらの人々は「社会経済の重要な構成員であり、有望なマーケットである」と欧州では広く認識されている。

概要：

タウンモビリティに対する認知度が低いため、まずは周知を広め正しい知識とその必要性を広く啓発し、受け皿となる体制づくりに寄与する学習事業を推進する。

- ・タウンモビリティの必要性とその背景の説明会
- ・受入体制づくり学習会
- ・安全性と運転方法の講習会
- ・学習会修了生による新しいコミュニティの形成

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）啓発学習会を企画し、行政と協力してそれを推進する。

（住民）啓発学習会に参加し、ボランティアとして継続する。

（商業者）啓発学習会に参加し、店舗内の工夫を行う。

TMOが中心に行うこと

タウンモビリティのPR（サイト・チラシ）及び学習会の告知

行政が中心に行うこと

事業主体：学習会の企画・運営・広報

評価指標と目標：

- ・指標・・・学習会の回数、及び参加者人数、ボランティアの参加率

- ・目標・・・連続した講座の開催，地域住民の80%の参加，ボランティアグループの発足
開始年度 平成18年度

事業名：和歌山陽だまりのまちづくり
タウンモビリティ導入 - 店舗内バリアフリー化促進事業

概要：

店舗内の段差解消やレイアウト棚の配置工夫等，店舗内のバリアフリー化を促し，電動スクーターや車椅子の利用しやすい環境を整備する。

- ・段差解消プレートの設置
- ・手すり，杖等の設置

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（商業者）店舗内の段差解消，及びレイアウト棚の配置等の工夫

TMOが中心に行うこと

事業主体：商店への周知徹底と協力推進

行政が中心に行うこと

NPO との協働システムの構築

評価指標と目標：

- ・指標・・・参加店舗数，段差の解消率，棚の配置の適正度
- ・目標・・・全店舗の80%の参加率，段差の解消率80%アップ
開始年度 平成19年度

事業名：和歌山陽だまりのまちづくり
タウンモビリティ導入 - 電動スクーター配置（確保）事業

概要：

電動スクーターを確保するために、慈善団体等からの寄付を募り，かつメーカー企業にスポンサーとして協力してもらう。さらに貸し出し拠点の確保と貸し出し制度のシステムを構築する。

地元のディーラー（電動スクーター取扱店）に販促機会を提供することで，協力を依頼する。

- ・電動スクーター，電動車椅子デザインコンクールの開催
- ・電動スクーター，電動車椅子のショールーム展示

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）事業主体：新しいNPOグループを立ち上げ実務を行う。

（商業者）全面的な協力

利用料が必要な場合は，それを負担

（お買い物金額に応じて駐車料金を負担するのと同じ仕組み）

TMOが中心に行うこと

慈善団体やメーカー，ディーラーとの渉外窓口の役割を担う。

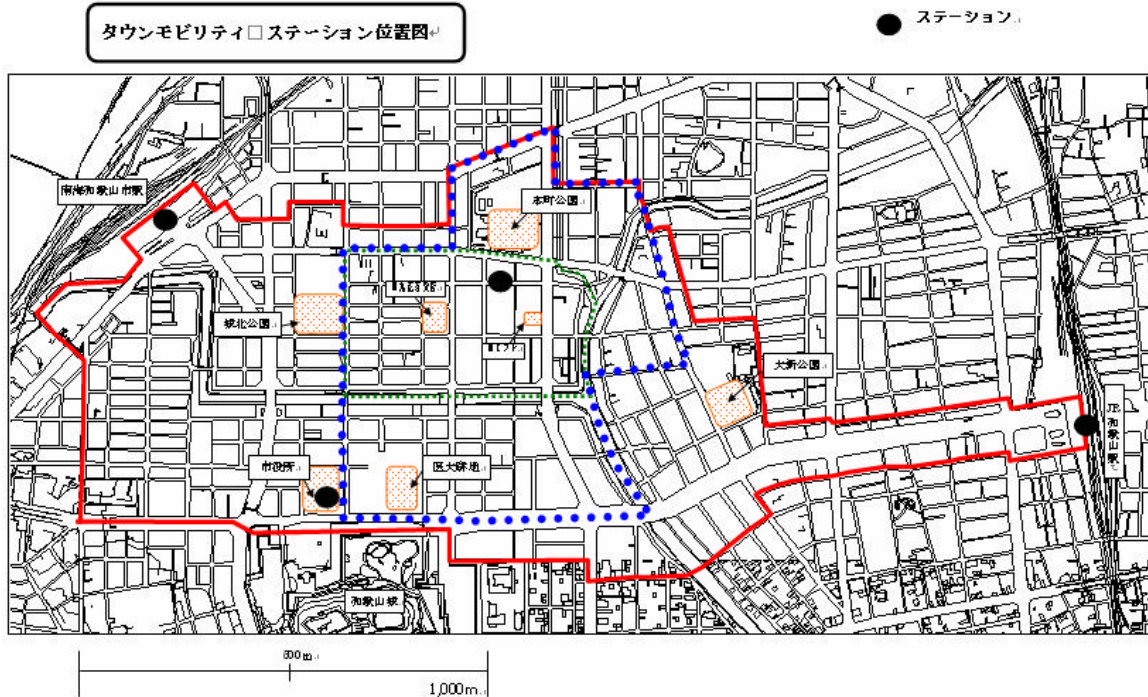
行政が中心に行うこと

NPO との協働システムの構築，ステーション運営等への支援

評価指標と目標：

- ・指標・・・スクーター・車いすの確保数，タイアップ企業の数，ステーションの数，NPOグループ
- ・目標・・・スクーター・車いす台数20台，タイアップ企業2社，

ステーションの数 4 カ所，NPO による運営
開始年度 平成 19 年度



事業名：和歌山陽だまりのまちづくり

「心のさしかけ」設置事業

概要：

コミュニティセンターや公民館より小規模な交流の場（しゃべり場）を設置し、ものづくりなど趣味の会等を開催し、サンダル履きで気軽に利用できる施設を整備する。

- ・陶芸教室や手芸教室など趣味の会を開催する（月 1 回）
- ・写真展や絵画展など小さなギャラリーを開く
- ・親父の居場所づくり

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）施設の利用と運営協力

（住民）施設の利用と運営協力

（商業者）運営主体 施設の提供，賃借料の負担

TMO が中心に行うこと

事業主体：サロン運営，マネジメント，PR

行政が中心に行うこと

場所の確保と財源助成，イベント募集，広報

評価指標と目標：

- ・指標・・・場所の選択，利用者人数，ボランティアの参加率
- ・目標・・・場所 2 カ所，教室開催 年 12 回
利用者人数延べ 200 人，ボランティアの人数延べ 50 人
開始年度 平成 20 年度

**事業名：和歌山陽だまりのまちづくり
こども村づくり促進事業**

概要：

子どもたち（小学生・中学生）の居場所・体験活動を日常的に実施し、子どもたちが主体的に参画できる街のイベントをつくる。また、どこにもない楽しみと遊びのスポットを創出する。

- ・子ども店長が事前準備から参画するキッズフリーマーケットの開催
- ・街で遊ぼうドラマワークショップ定期開催
- ・サーカステントフェスティバルの開催
（公園に開設したテントで子どもフェスティバルを実施）
- ・中心市街地内の公園に、プレーパーク（安全な遊び場）を常設

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）事業主体：既存のNPOグループを中心に、ボランティアとして企画運営に参加

（住民）イベントへの参加，ボランティアとして運営に参加

（商業者）既存のNPOグループを中心に，ボランティアとして企画運営に参加

TMOが中心に行うこと

集客の方法等のアドバイスや情報の提供

行政が中心に行うこと

官民協働のシステムづくり

評価指標と目標：

- ・指標・・・開催回数，参加人数，ボランティアの参加率
- ・目標・・・キッズフリーマーケット 年2回
ドラマワークショップ 年12回
サーカステントフェスティバル 年1回
プレーパークの常設
参加人数延べ150人，ボランティア数延べ60人
開始年度 平成17年度

**事業名：和歌山陽だまりのまちづくり
わかやま里花づくり推進 - フラワー玄関口整備事業**

概要：

商店街店舗の入り口や中心市街地内住宅の玄関前，ベランダ等に植栽を施し景観美を創出する。

- ・市民寄せ植えガーデンデザインコンクールの開催
- ・寄せ植え講習会

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）ガーデンデザインコンクールの作品を店先に展示

ボランティアとして植栽に協力する。（既にNPOグループ複数有り，協力要請）

（住民）植木の維持・管理

（商業者）植木の維持・管理

行政が中心に行うこと

事業主体：種，苗の配布

評価指標と目標：

- ・指標・・・参加店舗及び戸数，植栽の規模
- ・目標・・・全店舗及び戸数の80%，花や緑の絶えない街並み
開始年度 平成18年度

事業名：和歌山陽だまりのまちづくり

わかやま里花づくり推進 - **元気の素循環事業**

概要：

商店街から出る生ゴミを収集し，コンポスト（堆肥）化して，商店及び住宅の玄関前プランターに戻すしくみをフラワー資源再利用計画として策定し推進する。

「フラワー資源再利用計画の策定」

- ・モデル地区の設置
- ・循環型まちづくりの啓発学習会（生ゴミの徹底分別周知）
- ・生ゴミの資源化、肥料化のシステム構築

役割分担：

自分たちが中心に行うこと

（市民）循環型まちづくりに対する理解と協力

（住民）生ゴミ分別の徹底

（商業者）生ゴミ分別の徹底

TMOが中心に行うこと

事業のPR

行政が中心に行うこと

利用計画の策定

評価指標と目標：

- ・指標・・・アンケート調査
住民啓発
生ゴミの資源化、肥料化等循環型システムの構築
- ・目標・・・フラワー資源再利用計画の策定
開始年度 平成22年度

B. ワークショップ提案への一般意見募集について

和歌山市では、本計画策定にあたり、より多くの方々に策定作業に関わっていただくため、和歌山市中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップからの提案」（p108～p124）をホームページに掲載し、意見を募集しました。

意見募集概要

1 実施期間

平成16年10月1日～29日

2 意見提出者 6名

3 提出状況

電子メール 5名

ファクシミリ 1名

4 意見の内容及び策定委員会の考え方

意見1	策定委員会の考え方
<ul style="list-style-type: none"> ・「歴史」「文化」といった視点をもっと重視する。 ・中心市街地の歴史的遺産や文化財などをまちの重要な要素として保存、活用することで、歴史ある商業集積地として認知され、郊外の量販店とは違う、風格・潤いがあるおしゃれなまちと感じさせることができる。 ・古いものを撤去し新しく建設するだけでは、清潔であるけれども、魅力的なまちにならないことを、戦後の私たちは痛切に感じている。 ・アートや音楽・芸能など「文化」を取り込み、歴史的建造物、用途が決まらないビルを文化の発信拠点として活用する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・本計画の基本テーマは「住遊融合・新しい都市核」としており、その基本テーマにそったまちを創造するためのサブテーマとして「お気に入りの風景やスポットのあるまち」があります。ここでは、中心市街地を「文化の香りがしたり、歴史を感じるなど他所にはない独特の雰囲気を持った場所のあるまち」として創造するための課題の一つとして「地域資源の掘り起こし」をあげています。 ・「歴史的建造物、用途が決まらないビルを文化の発信拠点に」というご提案については、「地域資源の掘り起こし」を進めていく中で、検討されていくと考えます。

意見 2	策定委員会の考え方
<p>・たくさんの人が集まる施設が多く場所に分散している中で、中心市街地の意義とは何か疑問に感じる。</p> <p>・Dグループで電動車を必要とする高齢者をターゲットにしていることから、ブラクリ丁周辺に住む人のための対策としか考えられないので、周辺住民が普段の生活をする上で必要なスーパー、コンビニ、レンタルCD店、リカーショップ、月極駐車場等を整備し、人口増対策するのが現実的だと思う。</p>	<p>・中心市街地は、まちを象徴する個性であり、「まちの顔」と言われています。</p> <p>スポットとしての集客施設が、市内各所にあることとは別に、和歌山市を他の地方都市とは違うどこにもない場所として創造するための「核となるべき場所」として、中心市街地はあると考えます。</p> <p>・ワークショップでは、本計画の基本テーマ「住遊融合・新しい都市核」を実現するために4つのサブテーマを決めて、グループに分かれて討議しました。</p> <p>Dグループの「タウンモビリティの導入」については、Dグループのテーマ「高齢になっても生き生きと暮らせるまち」を実現するための事業として考えられたものです。Dグループでは、テーマに沿って中心市街地を子どもから高齢者まで生き生きと暮らせるまちにするための一つの手法として「タウンモビリティ」を考えました。また、ここでは訪問者がタウンモビリティを利用することも視野に入れていきます。</p> <p>Aグループでは、個々の店の魅力で人を惹きつけ、賑わうことをテーマに事業を考えています。</p> <p>Bグループでは、住む人や訪れる人がお気に入りの風景やスポットを持てるまちにするための事業を考えています。</p> <p>Cグループでは、住む人や訪れる人が、長時間過ごせるまちにするための事業を考えています。</p> <p>4つのグループテーマでそれぞれ、住む人や訪れる人に対する事業を考え、提案されたのが、今回の「ワークショップからの提案」です。</p> <p>本計画は、中心市街地に住む人の増加と共に、訪れる人の増加、住む人と訪れる人の交流を考えて策定しました。</p>

意見 3	策定委員会の考え方
<p>ワークショップでは、「これがスタートでこれからが本番だ」と必ず言うがそれが本番にならない。ワークショップはかえって逆効果で行政への不振が高まる。市民の動きを見る段階はもう過ぎているため、行政のやる気を具体的な事業で見せて欲しい。</p>	<p>このワークショップは、計画の策定段階から市民参画を得るために実施されたものです。市民の方々のニーズや動きは常に変化していきますし、それを的確に共有し、協働して対応していくというのが行政のあり方と考えています。そのためには、ワークショップは有効な手段です。</p> <p>「提案して終わり」のワークショップにも意義はあると考えますが、今回は次につながるワークショップとして位置付けています。また、市民参画したいと考えているが、具体的にどうすればいいか分からないという初心者に対しては、「まずワークショップに参加する。」というのは効果があると考えています。</p> <p>これまでのように行政主導でなく、協働で事業を計画し、実施していくためのシステム作りも重要であり、それが具体的な事業の実施につながると考えています。</p>

意見 4	策定委員会の考え方
<ul style="list-style-type: none"> ・ B チーム提案「お気に入りの風景やスポットのあるまち」 ・ 県外の人に名所等を P R するためにも、ホームページを立ち上げることは大事である。 ・ P R 組織を結成して、全国を巡業するのも有効的な活動である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中心市街地の風景を発掘・創造し、地域資源として活用を図るために、ホームページ上での展開を図る事業「ふうけい・Com」は、情報発信という面でも、有効な事業と考えています。 このホームページを見た市・県外の方が、和歌山市を訪れてくれるきっかけとなることで、商業だけでなく、観光の視点からの賑わい創出にもつながります。 ・ P R 組織については、費用対効果等についても考えながら、検討していくべき課題と考えます。

意見 5	策定委員会の考え方
<p>・人が集うところに街が出来、街が出来るところに人が集まる。そんな自然の原理をいつのまにか忘れてしまったところに、「まちづくり」という言葉がポツカリと浮かんでる。</p> <p>人が流れ街が変わってゆく姿をちゃんと見据えた上で論じているのか。</p> <p>このようにしたいという「まちづくり」は、まずこの街に住む人々が、今できることを少しずつ積み上げるしかないのではないかと思う。</p> <p>街に住む人々の思いはひとつではなく、それぞれが違ってあたりまえだが、小さな一致点を見つけて協働してゆくのはどうだろうか。</p> <p>・図書館や公園、住むための施設は、中心市街地に点在している。高齢者や社会的弱者にとって、便利で静かな街は魅力的だ。</p> <p>まちの変化をちゃんと受け止めて「まちづくり」を実践していく方法があるのではないか。</p>	<p>・まちは人が集まるところに自然発生的にできるものだという事は、ご指摘のとおりです。</p> <p>中心市街地は市の公共財であると考えます。</p> <p>中心市街地のまちづくりについてのワークショップに参加し、真剣に討議する方がおられるのは、そういった意識が市民の方々の中にあるからだと考えています。</p> <p>中心市街地に住む方とともに、このまちのことを考える方々、行政が、一緒に考え活動する「協働のまちづくり」を進めていく必要があります。</p> <p>・これからの中心市街地は、その特性を生かして単なる「商業の場」としてでなく、住民や来街者を惹きつける「住む場」「交流の場」として創造することが必要です。</p> <p>また、人口減少や少子高齢化が進む中、和歌山市が持続可能な都市として生き残るためには、商業や公共サービス等の様々な都市機能が集中している中心市街地を核とした、環境負荷の小さなまちづくりが必要と考えます。</p>

意見 6	策定委員会の考え方
<p>和歌山陽だまりのまちづくり子ども村づくり促進事業は「子どもが育つまちづくり」という点で時代のニーズに繋がる意味を持つ。NPOとのネットワークを生かして連携を。</p>	<p>本計画では、「和歌山陽だまりのまちづくり子ども村づくり促進事業」で、中心市街地内に子どもの居場所や体験場所を確保し、遊びや学びのフィールドとすることを目的に、既存のNPO法人が主体となる事業としています。</p> <p>NPO等と行政との連携が必要となることはもちろん、今後は官民協働のシステム作りを検討・推進していく必要があります。</p>

C. 委員等

和歌山市中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定 ワークショップ開始前事前調査

NPO 法人 子ども劇場和歌山県センター
TMO（株式会社 ぶらくり）
社団法人 和歌山県建築士会
和歌山市民アクティブネットワーク（市民団体）
和歌山大学経済学部 足立研究室
和歌山大学システム工学部 本多・平田研究室，ぶらくり wakwak クラブ

和歌山市中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定 公募市民ワークショップメンバー

総括コーディネータ 足立 基浩					
テーマ		氏名	テーマ		氏名
惹きつけるまち 個店の魅力で人を	ファシリテータ	川崎 昌和	と長い時間ゆっくり 過ごせるまち	ファシリテータ	片桐 裕明
	地域住民代表	山本 好男		地域住民代表	大松 美輪
	商業者代表	吉備 久芳		商業者代表	市谷 康一
		西口 哲司		市民代表	青木 彦藏
		前島 徹			徳田 直季
	市民代表	鶴飼 俊行		平畑 浩司	
		川口 美智子		和田 祐毅	
まちやお気に 入りの風景 スポットのある	ファシリテータ	西川 昇	まき高年齢になつて 暮らせるも生	ファシリテータ	鳥淵 朋子
	地域住民代表	塩崎 朗浩		地域住民代表	小林 一三
	商業者代表	森下 幸生		商業者代表	太田 淳二
		和田 眞		市民代表	川口 昌紀
	市民代表	谷脇 ゆかり			栗須 太器治
	永井 択	土橋 進			
	森 一世	安岡 真由			

（敬称略 順不同 29名）

和歌山市中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定協働スタッフ

平成 16 年 4 月 1 日設置

氏 名	所 属	職 名
生 原 敏 和	TMO（株式会社ぶらくり）	プロジェクトマネージャー
池 田 宗 晃	生活環境部産業廃棄物課	副主査
奥 野 章	福祉保健部高齢者福祉課	副主査
奥 山 由 佳	まちづくり推進室観光課	企画員
亀 井 宏 和	産業部商工振興課	企画員
川 井 美 紀	教育文化部学校教育課	企画員
川 端 真 理	和歌山県企画部計画局企画総務課	主任
田 村 佳 紀	企画部企画課	企画員
中 筋 蘭	市民部 NPO・ボランティア推進課	事務副主任
中 村 浩 二	建設部住宅建設課	企画員
藤 森 弘 之	和歌山県商工労働部商工政策局商工振興課	班長
堀 内 勇 志	都市計画部都市計画課	企画員
眞 野 廣	市長公室国際交流課	主幹
宮 崎 久	教育総務部保健給食管理課	企画員
和 田 年 晃	財政部財政課	班長

（敬称略 順不同 15名）

和歌山市中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定委員会

平成16年10月1日設置

役職	氏名	所属等
委員長	足立基浩	和歌山大学経済学部助教授
副委員長	射場道雄	和歌山市助役
副委員長	松見弘	和歌山市理事
委員	市川一光	和歌山市都市計画部長
委員	岩本吉了	和歌山市政策審議監
委員	奥野久直	和歌山市財政部長
委員	小倉常男	和歌山市建設部長
委員	小原智津	和歌山女性の活躍推進協議会委員
委員	木村哲文	和歌山市企画部長
委員	小林史郎	和歌山市中央商店街連合会長
委員	塩崎朗浩	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」市民メンバー代表
委員	下中儔	和歌山市市民部長
委員	谷口正己	株式会社ぶらくり代表取締役社長
委員	土橋進	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」市民メンバー代表
委員	徳田直季	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」市民メンバー代表
委員	豊岡博行	和歌山市市長公室長
委員	鳥淵朋子	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」ファシリテータ代表
委員	中埜博	株式会社まちづくりカンパニーシーブネットワーク取締役 コミュニティ・デザイナー
委員	西村誠造	和歌山県商工労働部商工政策局商工振興課長
委員	額田隆次	和歌山商工会議所企画調整部長
委員	林秀晃	和歌山市教育委員会教育文化部長
委員	本多友常	和歌山大学システム工学部教授
委員	前島徹	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」市民メンバー代表
委員	松澤勉	和歌山市産業部長
委員	的場俊夫	和歌山市福祉保健部長
委員	宮田俊雄	和歌山市教育委員会教育総務部長
委員	森崇	和歌山県企画部計画局企画総務課長
委員	森下尚	和歌山市まちづくり推進室長
委員	若林豊	和歌山市生活環境部長

（敬称略 順不同 29名）

和歌山市中心市街地活性化推進協議会

(平成16年4月1日現在)

役職	所属	氏名
会長	助役	射場 道雄
副会長	理事	松見 弘
副会長	まちづくり推進室長	森下 尚
委員	政策審議監	岩本 吉了
委員	市長公室長	豊岡 博行
委員	企画部長	木村 哲文
委員	総務部長	鎌田 純雄
委員	財政部長	奥野 久直
委員	市民部長	下中 儷
委員	福祉保健部長	的場 俊夫
委員	生活環境部長	若林 豊
委員	産業部長	松澤 勉
委員	都市計画部長	市川 一光
委員	建設部長	小倉 常男
委員	下水道部長	堀部 美智夫
委員	総合防災室長	秦野 正彦
委員	水道局経営管理部長	植田 龍彦
委員	水道局工務部長	武内 功
委員	消防局長	辻 守
委員	教育総務部長	宮田 俊雄
委員	教育文化部長	林 秀晃

(敬称略 順不同 21名)

実行管理グループ

氏名	所属等
足立 基浩	和歌山大学経済学部助教授
小原 智津	和歌山女性の活躍推進協議会委員
塩崎 朗浩	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」市民メンバー代表
土橋 進	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」市民メンバー代表
徳田 直季	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」市民メンバー代表
鳥淵 朋子	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」ファシリテータ代表
中 埜 博	株式会社まちづくりカンパニーシーブネットワーク 取締役 コミュニティ・デザイナー
本多 友常	和歌山大学システム工学部教授
前島 徹	「中心市街地活性化基本計画（改訂版）策定のための市民ワークショップ」市民メンバー代表

（敬称略 順不同 9名）

D. 用語

5 W 2 H	5 W (Where Why What Who When) 2 H (How How much)
NPO	政府・自治体や私企業とは独立した存在として、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体。
PDCA サイクル	Plan (計画), Do (実施), Check (検証・評価), Action (見直し) の繰り返しのこと。
TMO	Town Management Organization(タウンマネジメントオーガナイゼーション) の略で、まちづくりを管理・運営する機関。
インキュベータ	ベンチャービジネスを軌道に乗せるまでの施設・機器・資金などの援助を行う組織。また、広く出資者をいいます。
オブジェ	物体のこと。日用の既成品・自然物などを、本来のその機能やあるべき場所から分離し、そのまま独立した作品として提示して、象徴的・幻想的な意味を与えようとするもののことをいいます。
買回り品	いくつかの店舗を訪れて比較して購入する製品などが該当します。価格に加えて、機能や品質が重要さを増します。価格は、最寄品に比較して高くなっています。
コンテンツ	情報の内容。放送やネットワークで提供される動画・音声・テキストなどの情報の内容のことをいいます。
しょう 止揚	ヘーゲル弁証法の根本理念。違った考え方を持ち寄って議論を行い、そこからそれまでの考え方とは異なる新しい考え方を統合させていくという意。
セットバック	建築物の外壁を敷地境界線から後退させて建てることや建築物の上部を段状に後退させることをいいます。
センチメンタルバリュー	ものそのものだけの価値ではなく、ものにはそれに付随する個人の思い出なども価値としてあるという考え。心情的価値。
専門品	自分の気に入った特定の店舗を選択したり、感性・嗜好などから好きなブランドが決まっているような商品。価格も高いものが多くなっています。
タウンマネージャー派遣制度	中小企業総合事業団に登録された中心市街地活性化に関する各分野の専門家を長期にわたり派遣し、TMOの組織体制の整備、ゾーニングの方向性、商業機能の整備、ソフト事業の実施等に係る指導・助言を行います。
タウンモビリティ	電動スクーター、車椅子などを商店街等に用意し、障害・病気・ケガ・高齢などのため常時又は一時的にスムーズな移動が難しい人々に提供し、ショッピングを含めまちの諸施設を利用できるようにするシステム。
ノーマライゼーション	どのような障害を持つ人であっても特別視されることなく、社会に生活する個人として社会に参加し行動できるようにする考え方。
バリアフリー	高齢者や障害者の生活や活動に不便な障害を取り除くこと。障害(バリ

ア)には、建物や道路等の段差などの物理的なバリアや人々の意識や態度、行動等の背景にある心理的なバリア、文化・情報面におけるバリア、制度の欠格事由等の制度的なバリアがある。

ファサード	建物の前面の外観
モバイルユニット	可動式店舗のこと。
最寄品	最寄の店舗で購入するような商品。食品や雑貨などが含まれます。価格が安いことが重要。
ユニバーサル	すべてに共通であるさま。一般的であるさま。また、万能であるさま。
ユニバーサルデザイン	まちづくりや商品をデザインするに当たって、高齢者や障害者のための特別なデザインを考案するのではなく、はじめから誰もが利用しやすいデザインを採用していこうとする考え方でなされたデザイン。
リーシング	商業施設の開発コンセプトに合った専門店や飲食店を国内外から選択し、テナント契約の交渉を行うことをいいます。
路線式町割	区画の中の家のかたまりが1つの町を形成するのではなく、道をはさんだ両側の家並みで1つの町を形成。 街区式町割
ワークショップ	もともと「作業場・仕事場」といった意味ですが、特にまちづくりなどを考える際に様々な立場の人が集まって共同で行う研究会、意見交換会、研修などを指す言葉として使われています。