

和歌山市 中心市街地活性化基本計画 (改訂版)



和歌山市 まちづくり推進室 まちおこし推進課

平成17年3月



目 次

目 次	1
はじめに	3
I. 改訂版における中心市街地の考え方	5
A. 旧和歌山市中心市街地活性化基本計画 からの経緯	5
B. 中心市街地の考え方	7
C. 改訂版策定の方針及び過程	8
II. 中心市街地整備改善及び 商業等活性化の推進のための区域	11
A. 基本計画の区域	11
B. 一体的推進のための重点区域	12
III. 中心市街地活性化の 基本テーマ・基本目標・基本方針等	13
A. 基本テーマ	13
「住遊融合 新しい都市核」	13
サブテーマ	13
B. 基本目標	15
「高機能で暮らしやすく、来て楽しい、どこにもない場所の創造」	15
C. 基本方針	15
「自分たちそれぞれに出来るまちづくり」	15
IV. 和歌山市の概況と 中心市街地の現状と課題	16
A. 和歌山市の概況	16
1. 位 置	16
2. 歴 史	17
3. 人 口	19
4. 産業構造	21
5. 和歌山市の土地利用の状況と将来像	27
B. 中心市街地の現状と課題	28
1. 中心市街地を取り巻く産業の現状	28
2. 中心市街地を取り巻く住環境の現状	34
3. その他中心市街地の現状	35
4. 中心市街地の課題	46
5. 総合評価指標	48
C. 上位計画等	49
1. 和歌山市長期総合計画における位置付け	49
2. 和歌山市都市計画マスタープランにおける位置付け	51
3. 和歌山都市計画区域マスタープラン における位置付け	52
4. 他の個別計画等との関連	53
V. 事業の整理	54
A. 中心市街地の将来像	54
B. 和歌山市中心市街地活性化基本計画（改訂版）事業関連図	56
C. 町衆の心意気！！モダンライフの城下町	57

1. 個店の魅力で人を惹きつけるまち.....	59
2. お気に入りの風景やスポットのあるまち.....	61
3. 長い時間ゆっくりと過ごせるまち.....	63
4. 高齢になっても生き生きと暮らせるまち.....	64
5. 市民とTMOと行政が連携するまちづくりの推進.....	67
D. 施策及び事業.....	69
1. 事業一覧表.....	69
VI. 推進体制の整備.....	106
VII. 資 料.....	108
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.....	108
Aグループ「個店の魅力で人を惹きつけるまち」.....	108
Bグループ「お気に入りの風景やスポットのあるまち」.....	113
Cグループ「長い時間ゆっくりと過ごせるまち」.....	117
Dグループ「高齢になっても生き生きと暮らせるまち」.....	120
B. ワークショップ提案への一般意見募集について.....	125
C. 委 員 等.....	129
D. 用 語.....	134

はじめに

本基本計画に定める中心市街地は、和歌山市を代表する「都市の顔」であるだけでなく和歌山県の顔」でもあり、長い間和歌山城の城下町として栄え、歴史・文化を育み、市民のこころのふるさととも言える地域です。

しかし、最近では、居住人口の減少や高齢化の進展、商店街における空き店舗の増加、郊外への大型店の進出など、中心市街地をとりまく環境は益々厳しくなり、このようなことが今後続けば、地域コミュニティにとっての危機であるばかりではなく、商業、業務機能の中心地として、また、和歌山市の「顔」としての諸機能を失っていくことにもなりかねません。

本市では、平成11年3月に中心市街地活性化基本計画を策定し、その後、中心市街地のまちづくりを担う第3セクター方式のTMOを設立するなど、様々な努力をしてまいりましたが、社会経済状況の変化が予想を上回るスピードで進み、当時計画で想定していた状況を遥かに超えるものとなってしまいました。

今回改訂版として策定されました中心市街地活性化基本計画は、そのような状況を踏まえつつ、地元住民・事業者・市民の方々、TMO、行政が役割分担をしながら活性化を実現していくこととして策定されたものです。計画策定段階から市民参加の手法を取り入れ、前半の公募市民ワークショップと、後半の策定委員会のいずれかに直接的に関わって議論を交わした方々だけでも延べ100人を超えています。

今後は、本基本計画を具体化する段階に移行してまいります。様々な課題を抱えている中心市街地にあって、地域に関わる人々自らがまちづくりの機運を醸成していくことが何より先肝要であります。地元住民の方々、事業者の方々、市民の方々等が一体となり、また行政もこれを支援し、互いに連携し積極的に活性化に取り組めば、本基本計画に掲げるキャッチフレーズ「町衆の心意気!! モダンライフの城下町」のもと、サブテーマ「個店の魅力で人を惹きつけるまち」「お気に入りの風景やスポットのあるまち」「長い時間ゆっくりと過ごせるまち」「高齢になっても生き生きと暮らせるまち」など、魅力的なまちが実現できるでしょう。

今を好機ととらえ、市民の皆様とともに、知恵を出して汗を流しながら、まちを創り、育ててまいりたいと考えております。

最後になりましたが、本基本計画書の策定にあたり、ご尽力を賜りました、市民の方々、策定委員の皆様、関係各位に厚くお礼申し上げます。

平成17年3月

和歌山市長 大橋 建一





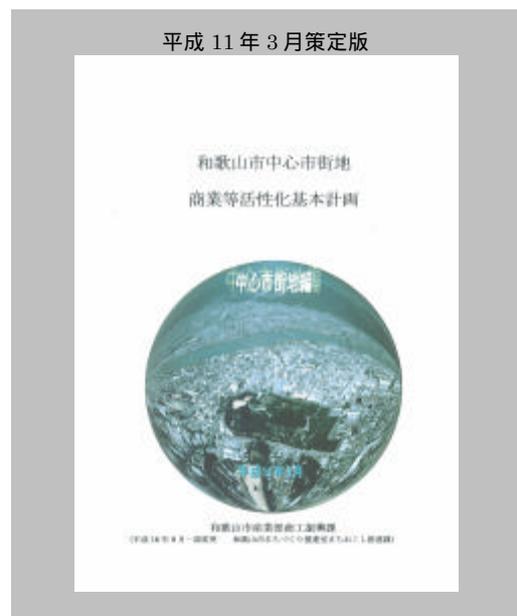
I. 改訂版における中心市街地の考え方

A. 旧和歌山市中心市街地活性化基本計画 からの経緯

和歌山市の中心市街地活性化基本計画は、平成 10 年 6 月に制定された「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」に基づき、平成 11 年 3 月に策定されました。この計画は基本目標を『新感覚 元気！ まちの創造』とし、短期、中期、長期の 3 段階の目標年度を定め、中心市街地の活性化を図るための商業施策を軸とした多岐にわたる施策を定めたものです。（以下この計画を、旧計画といいます。）

策定から約 6 年が経過し、全国的な経済状況の低迷が続く中、本市においても、中心市街地の大型店舗の相次ぐ閉店、大規模小売店舗の郊外展開、商店街の低迷等、中心市街地を取り巻く状況が著しく変化し、旧計画は、その変化に的確に対応することが困難となり、現状にそぐわない実効性の低いものとなってしまいました。

この状況を打破し、中心市街地の衰退に歯止めを掛け、元気な「まちの顔」を取り戻すため、本市では、平成 14 年 10 月から平成 16 年 3 月までの間、本市の職員で構成する組織横断型の「まちおこしプロジェクトチーム」を設置し、中心市街地の現状の調査・研究を行いました。また、職員のみでの検討だけでなく、市民の方々の意見を聴くため、平成 15 年 6 月から平成 16 年 2 月までの間、公募による市民参加のもと、「まちおこしワークショップ¹」を開催して中心市街地の活性化策についての提言を得ました。



1：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。



それらの検討過程において、旧計画の個々の事業について個別評価を実施した結果、中心市街地の活性化を行うにあたっては、その計画全体を担うべき中心市街地活性化基本計画自体を抜本的に見直し、実現性・実効性の高いものとしなければ、今後、「まちの顔」としての中心市街地の活性化は実現し得ないとの結論を得たため、平成16年度、和歌山市中心市街地活性化基本計画(改訂版)以下、本計画とします。)を策定することとしました。

しかし、旧計画の事業の中でも、「まちおこしプロジェクトチーム」による事業の個別評価の結果において、今後、中心市街地の活性化を図る上で、必要な事業であると判断された事業案もあり、検討の結果、下記の事業については、状況に対応する修正を加えた上で、本計画の事業としました。

旧計画から引き継ぐ事業(旧事業名称で記載)	
本町公園周辺総合整備事業	各種サービス制度の開発事業
商業活性化会議設置事業	新業種等誘致・展開事業
テーマモールを意識した北ブラクリ丁空店舗対策事業	
障害者の運営による生産販売一体の福祉工房開設支援事業	
駐輪対策事業	公的出先機関の設置検討事業
商店街連携システム構築事業	中央拠点バス路線整備事業
(旧計画から本計画に引き継ぐべきとした事業21事業の内、16年度末までに完了あるいは完了予定のもの、他の事業に統合できるもの等を除いています。)	

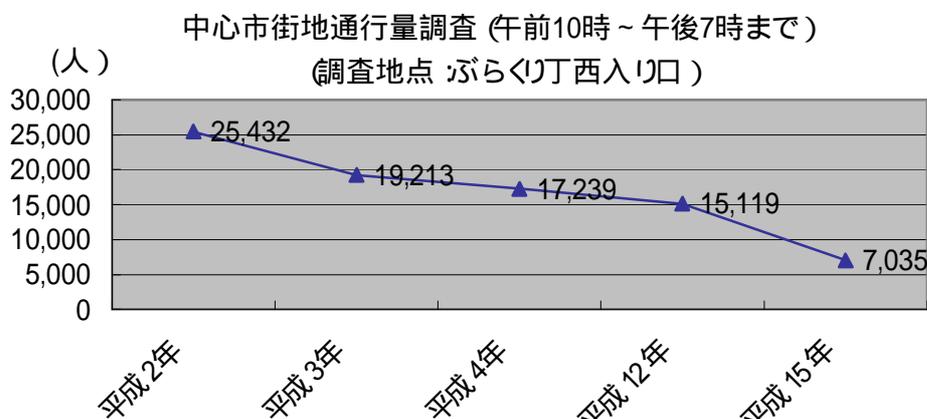


B. 中心市街地の考え方

中心市街地は、「まちの顔」といわれています。

「まちの顔」とは、まちを象徴する個性であり、和歌山市民にとっても、また、遠く和歌山市を離れた人々にとっても、「ふるさと和歌山市」を誇れるひとつの拠り所となる心の原風景でもあります。

本市の中心市街地は、古くから県内随一の商業集積地として、これまで商業・業務機能の中心的役割を果たしてきました。しかし現在では、従来の集客力が低下し、来街者数も下降の一途を辿っています。



資料：和歌山市内商業集積地における通行量調査（和歌山商工会議所）
(各年10月下旬日曜日に調査)

また、中心市街地は、近年、「住む場」としての魅力が低下し、若い世代が郊外に流出するなど、多くの要因から、地域内の人口減少が進み高齢化率は他の地域と比べて高くなっています。

全国の例に漏れず、中心市街地の衰退に加え、郊外の大型店やロードサイド店が立ち並び、「没個性の画一化された都市」という状況になりつつある本市の現況を考えあわせると、個性ある中心市街地の創造が強く求められています。





そのためには、郊外大型店舗や大都市の商業地と同じ土俵で競うのではなく、和歌山市の中心市街地としての特性を生かした独自の商業のあり方を探り、単なる「商業の場」として再生を図るのではなく、住民や来街者を惹き付ける「住む場」「交流の場」としてのまちを創造することが必要となります。

また、人口減少や少子高齢化が進み、そのような状況下で本市が持続可能な都市として生き残るためには、都市の核を中心としたコンパクトで効率的な都市構造が求められています。

中心市街地には、商業や公共サービス等の様々な都市機能が集積していることから、住民や事業者へまとまったサービスが提供でき、高齢者等にも暮らしやすい生活環境が提供できます。また、中心市街地は、商業者、事業者、消費者が近接し相互交流によって、効率的な経済活動を支える基盤ともなっています。さらに、過去の投資の蓄積を活用しつつ、各種の投資を集中することによって、資源環境負荷の小さなまちづくりにつながります。

こうしたことから、本市の中心市街地は、和歌山市全体の核として重要であり、商業の場であるとともに、そこに人が暮らし、そこを人が訪れ、その人々の間に交流が生まれる「暮らしと交流の場」であり、本市の個性を印象付ける「どこにもない場所」と考え、活性化の最重要地域とします。

C. 改訂版策定の方針及び過程

まちは本来、市民がまちづくりの主体となり、その盛り上がりの中で、発展していくものです。その中で行政の役割は、市民のアイデア、そこに住む人たちの希望が、法的に実現可能なものか、周辺地域との調和、本市の長期総合計画との調整は可能か、コスト的な問題はどうかといった専門的なアドバイスをしながら、合意を形成し、プランを実現可能なものにまとめあげていくことにあると考えられます。計画の段階から実施、そして実現まで、行政と市民が一緒になって、同じ目線で話し合いをし、まちづくりをしていくという市民参画のスタイルが今求められています。

そこで、改訂版策定にあたっては、計画づくりの段階から、市民等が話し合い、行政と協働して計画案を作成できる、ワークショップという市民参画の手法を取り入れることとしました。

そのため、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を開催し、提案を取りまとめることとなりました。

このワークショップは、中心市街地のまちづくりに関心のある市民、中心市街地の住民、中心市街地の商業者の合計 24 人の公募によるメンバーに加え、和歌山県、和歌山市、TMO¹職員で構成する協働スタッフと共に考える形で開催し、その中で参加者が様々な意見を出し合い、議論を重ね、提案をまとめあげました。

また、これに先立ち、まちづくりに関わる市民グループ、NPO²団体、学生グループなどから、本計画の基本テーマ、基本目標、基本方針を踏まえた提案も提出されました。

さらに、ワークショップからの提案に対して広く市民から意見を求め、その検討結果を本計画に組み込むことにも配慮しました。

これらワークショップ等の一連の過程は全て和歌山市のホームページ上に公開することとしました。

旧計画では、計画そのものの周知を徹底することができず、民間や市民の関与は少なく、市民にとっては、今ひとつ身近なものとして捉えられない状況でした。また協働で事業を計画し、実施していく構造にはなっていなかったこともあり、まちづくりが他人事のように感じられたことも否めません。

そこで、本計画では市民・商業者・行政等がそれぞれ自分たちに何ができるかという立場で考えた案を盛り込み、それらについて、周知を図る事業を行うことで実効力を上げる計画としました。

1：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。

2：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。



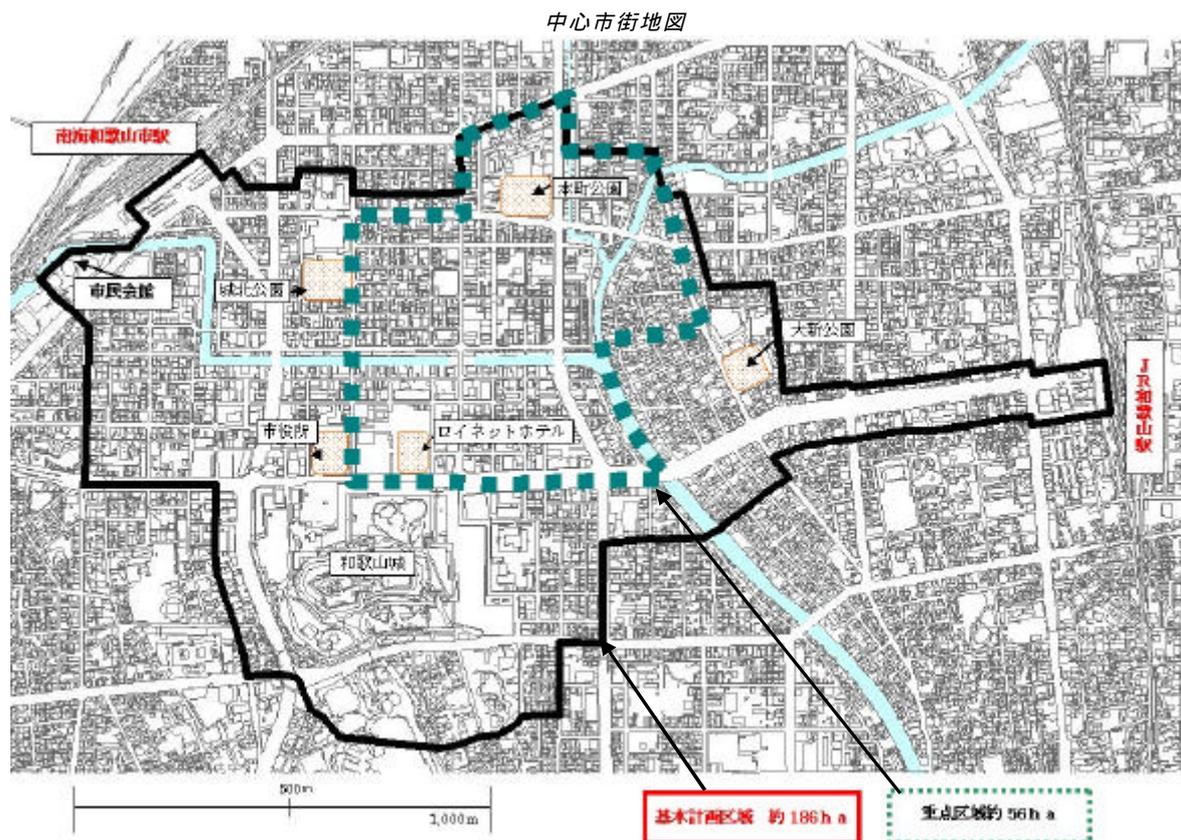


また、旧計画の事業実施時期は長期間に設定されており、策定から時間が経過するに伴い、激変する社会経済情勢に対応できないものとなってしまいました。また、策定当初必要とされた事業実施の検討にも着手できず、形骸化してしまったという反省から、本計画では「5年以内実施できる(着手できる)事業」を中心に策定することとし、加えて事業の進捗状況が把握できるよう、それぞれの事業の評価が可能なように評価指標と目標を設定しました。

以上、本計画は、和歌山市のまちづくりを考え、より良いまちにしていくことを願う多くの市民のまちへの思いが込められた提案に、前述のまちおこしプロジェクトチームが旧計画の個々の事業を評価した結果、今後も中心市街地の活性化を図る上で必要とした事業や今後必要と思われる事業案を加え、検討策定されることとなったのです。



II. 中心市街地整備改善及び 商業等活性化の推進のための区域



A. 基本計画の区域

和歌山城の城下町として、古くから栄えた商店街群を有し、県下最大の商業集積地であるぶらくり丁周辺地域は、他の都市の中心市街地の多くが駅を中心とした商業集積であるのに比べ、南海和歌山市駅とJR和歌山駅の間地点に位置しているという立地上の特徴があります。しかし近年、この地域は、衰退の度合いが最も高く、整備、改善、活性化を一体的に行わなければ、今後、立地的にも著しい衰退が予想される地域であり、また活性化することで周辺に与える影響も大きい地域です。



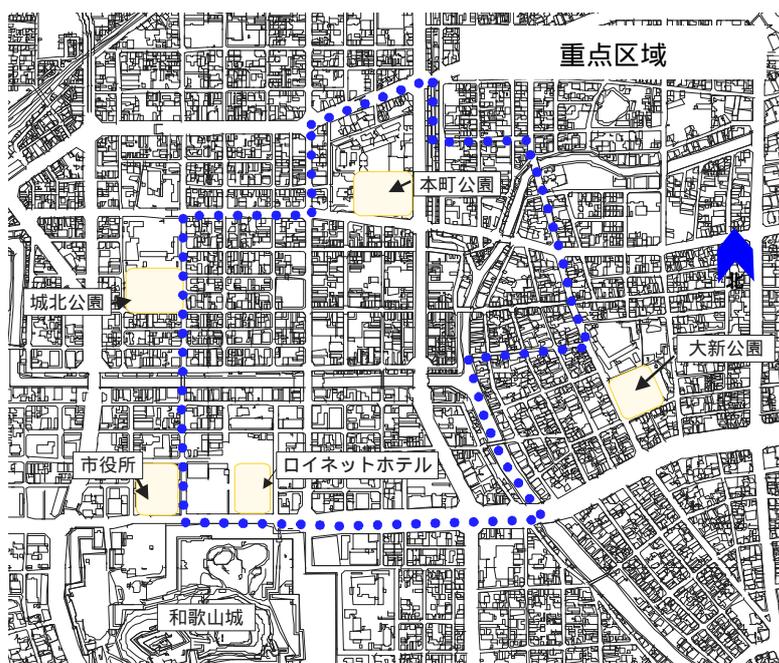
また、本市のシンボルともいえる和歌山城と連携して、観光の視点を入れた活性化を一体的に図ることは、ぶらくり丁を含む周辺地域の新たな商業集積の可能性を生み出す重要な要因となります。

さらに、市民会館などの公的施設の有無、交通アクセス、都市機能の高度化等を考慮に入れ、本計画の一体的推進を図るため、2駅を含めた範囲を基本計画区域として設定しました。

B. 一体的推進のための重点区域

基本計画区域の中でも、特に商業・業務機能が集積し、かつてより本市の顔として、象徴的存在でもあったぶらくり丁周辺地域については、本市の中心市街地活性化にあたって、重要な役割を担うことから、より効率的で効果の高い活性化を目指し、重点区域とします。

ここを活性化することにより、市全体に対する波及効果が最も高いと考えられる区域として設定されました。



(以降、本計画書では、重点区域をぶらくり丁周辺地域と表現することがあります。)

III. 中心市街地活性化の 基本テーマ・基本目標・基本方針等

A. 基本テーマ

「住遊融合・新しい都市核」

本来、中心市街地のまちづくりは、商業の活性化のほか、住環境の整備や暮らしの質的向上、良好な景観形成、余暇や趣味を楽しむことが出来る場所や機会の創出など、特別な交流の舞台として創造する取り組みが必要です。

都市の魅力とともに和歌山市ならではの個性を持ち、長時間の滞在が楽しめ、そこに暮らす人々や、そこを訪れそこに遊ぶ人々との交流の風景そのものが、魅力ある日常の情景となるようなまちを、和歌山市の都市核としての中心市街地に創造します。

サブテーマ

基本テーマに掲げたまちを創造するため、以下の4つの課題をサブテーマとして設定し、基本テーマに沿ったまちを創造するためのガイドラインとします。

a) 個店の魅力で人を惹きつけるまち

個店それぞれが魅力的になることによって人が賑わい、また、人を惹きつけることができ、その魅力が集積されて全体の魅力となるような商業集積があるまち。

b) お気に入りの風景やスポットのあるまち

そこに住む人や訪れる人が、お気に入りの風景やお気に入りの特定の場所を持つような、文化の香りがし、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。



c) 長い時間ゆっくりと過ごせるまち

そこに住む人や訪れる人が、買い物をしたり、風景を楽しんだり、学んだり、遊んだり、落ち着ける場所を持ったり、時間をかけてまちを歩いたりすることができるような、長い時間過ごせるまち。

d) 高齢になっても生き生きと暮らせるまち

子どもから高齢者まで、そこに住むことで生き生きと暮らせ、地域のコミュニティがあり、趣味を楽しむ生活ができ、アクティブな暮らし空間や時間があるような、地方の都市核として、洗練されたライフスタイルで暮らせるまち。



B. 基本目標

「高機能で暮らしやすく、来て楽しい、 どこにもない場所の創造」

中心市街地は、商業の魅力ある展開はもとより、都市機能が充実し、高齢になっても暮らしやすく、ひとりでも家族でも楽しく時間を過ごせ、全ての世代の人たちが自分のまちとして誇れるようなまちとします。

また、そのために、新しい視点で、市民と行政が協働して大小さまざまな試みを積み上げ、他の地方都市とは一味違うどこにもない場所を中心市街地として創り上げます。

C. 基本方針

「自分たちそれぞれに出来るまちづくり」

本計画においては、市民、商業者、地域住民、行政といったそれぞれの立場で、それぞれが(連携することにより)自ら実現可能なことを念頭に、まちづくりを考えます。

基本テーマ、基本目標を考慮し、主として5年以内に取り掛かることができる事業を計画に盛り込み、民間の活力を最大限に活用した、実行力のある計画とすることを目指します。

また、サブテーマを基本方針に基づく方針とします。

なお、本計画に位置づけられた各種事業が円滑に実施されるためには、地域住民を始め、本計画に関わる全ての人たちの理解と協力を得ることが重要です。



IV. 和歌山市の概況と 中心市街地の現状と課題

A. 和歌山市の概況

1. 位 置

和歌山市は、和歌山県の県都で紀伊半島の北西部にあって、北は緑豊かな和泉山脈、西は風光明媚な紀淡海峡に面し、紀の川の河口に位置します。市域は、東西 29.0 km、南北 17.5 km で、面積は 210.24 km² となっています。(平成 15 年 2 月 18 日現在)

北は大阪府、南は海南市、東は岩出町、貴志川町に接しており、西は紀淡海峡を隔てて兵庫県(淡路島)、徳島県と相對しています。



2. 歴 史

本市の歴史は、市内のいくつかの集落遺跡で出土した石器などから、旧石器時代まで遡ることができます。

紀の川河口付近は、早くから、内陸河川舟運と外洋舟運との結節点として栄えてきました。「古事記」や「日本書紀」などに、日前宮や雄湊、竈山、徳勒津宮（現在の新在家付近）といった和歌山の地が登場し、大和盆地に発生した古代の政権とも関わりの深い地域であったことが分かります。

奈良時代には、天皇の行幸をはじめ多くの人々がこの地を訪れ、風光明媚な和歌浦やその周辺の多くの地名が和歌に詠まれて「万葉集」にとどめられており、和歌浦周辺の海が当時の中央官人たちの関心を集めていたことを知ることができます。

慶長5年（1600年）、関ヶ原の戦いで軍功のあった浅野幸長が入国し、「町割り」が実施されてから多くの商工業者が集まり、城下町としての体制が整えられました。

元和5年（1619年）に、徳川家康の第10子、徳川頼宣が55万5千石を拝領してから、その後250年間、徳川御三家の城下町として栄え、江戸時代後期には、約9万人の人口を擁する全国8位の近世都市となっていました。

明治大正期を通じて、綿フランネル、メヤス、捺染、皮革、木工などの生産が盛んとなり、近畿地方における主要な工業都市として発展しました。

昭和に入って、製鉄所や化学工場の進出があり重化学工業の礎が築かれました。昭和30年から40年代にかけての高度経済成長期には、鉄鋼業を中心に重化学工業が急速に発展し、また旧来型の地場産業の堅調もあって、総じて順調な発展を遂げています。

しかし、昭和40年代後半のドルショックやオイルショックにより、高度経済成長期から低成長期へと移行し、基礎素材型産業が構造改革の必要に迫られる中で、本市の製造業は低迷する事態となりました。近年では高付加価値型産業への転換、ハイテク・IT産業の進出、高度技術開発型企業の成長など産業構造に変化の兆しが見えています。





本市は、明治 22 年の市制施行以来、周辺の町村を編入して市域を拡張してきましたが、昭和 34 年に海草郡紀伊村の編入を最後に、現在の市域となっています。



3. 人 口

平成 16 年 10 月 1 日現在 ,和歌山市の人口は 380,494 人で ,世帯数は 148,343 世帯となっており ,国勢調査の人口のピークであった昭和 60 年から減少傾向が続き ,20,858 人の減少となっています。

一方で ,世帯数は増加傾向にあり ,核家族化が進行していることがうかがえます。



	昭和 5 年	昭和 60 年	平成 2 年	平成 7 年	平成 12 年	平成 16 年
人口 (人)	400,802	401,352	396,553	393,885	386,551	380,494
世帯数 (世帯)	126,196	128,362	132,843	139,875	143,651	148,343

(資料 :国勢調査 ,H16 年は国勢調査基準人口世帯数)

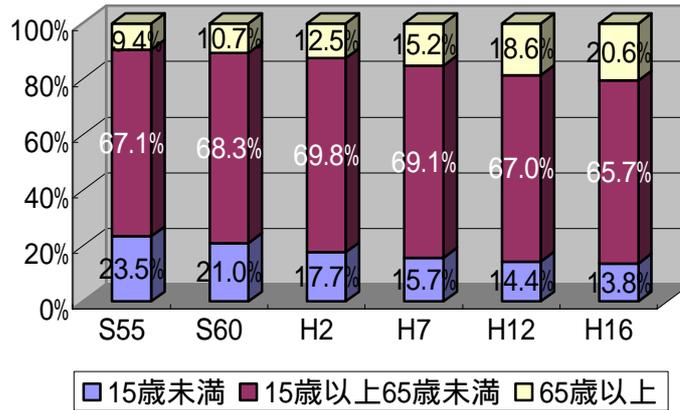
次に年齢別の人口構成を見ると ,昭和 55 年に 9.4%だった高齢者 (65 歳以上)の割合が ,年々増加し ,平成 12 年で 18.6% ,平成 16 年 (住民基本台帳人口)においては 20.6%に達しており ,全国の例に漏れず ,和歌山市でも高齢社会が到来しています。

また ,15 歳未満の人口については ,昭和 55 年が 93,982 人であったのに対し ,平成 12 年には 55,790 人と大幅な減少となっており ,昨今の出生率の低下等を考えると ,今後ともこの少子化の傾向は続くと推測されます。





年齢3区分別人口構成比の推移



(資料：国勢調査，H16年は和歌山市住民基本台帳人口 H16年3月末現在)

和歌山市の年齢3区分別人口構成

	昭和55年	昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年
15歳未満	93,982	84,472	70,020	61,870	55,790
15歳以上65歳未満	268,878	274,083	276,361	271,973	258,783
65歳以上	37,635	42,764	49,640	59,995	71,924
年齢不詳	307	33	532	47	54
計	400,802	401,352	396,553	393,885	386,551

(資料：国勢調査)

	平成12年	平成16年
15歳未満	57,078	53,381
15歳以上65歳未満	266,048	254,801
65歳以上	70,697	79,877
計	393,823	388,059

参考 和歌山市住民基本台帳人口 (各年3月末現在)

4. 産業構造

a) 就業者数

本市の産業別就業人口の推移は次のとおりです。

		昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年	増減率 (平成2年 平成12年)
総就業者数		179,537	184,415	188,322	176,586	4.25%
第一次産業	農業	6,275	5,083	4,810	3,747	26.28%
	林業	58	43	42	40	6.98%
	漁業	739	662	687	529	20.09%
第二次産業	鉱業	41	39	18	33	15.38%
	建設業	14,532	16,033	17,902	16,758	4.52%
	製造業	43,733	42,802	39,284	32,632	23.76%
第三次産業	電気・ガス・ 熱供給 水道業	1,474	1,514	1,792	1,619	6.94%
	運輸 通信業	12,969	12,089	12,624	11,793	2.45%
	卸売 小売 飲食店	45,998	46,271	46,010	43,944	5.03%
	金融 保険業	7,347	7,693	7,331	6,001	21.99%
	不動産業	1,654	2,339	2,115	2,035	13.00%
	サービス業	37,419	41,114	45,603	47,541	15.63%
	公務 (他に分類さ れないもの)	6,444	6,588	7,177	6,865	4.20%
分類不能の産業		854	2,145	2,927	3,049	42.14%

(資料 :国勢調査)

平成2年と平成12年の総就業者数を比較すると、4.25%と若干減少しています。

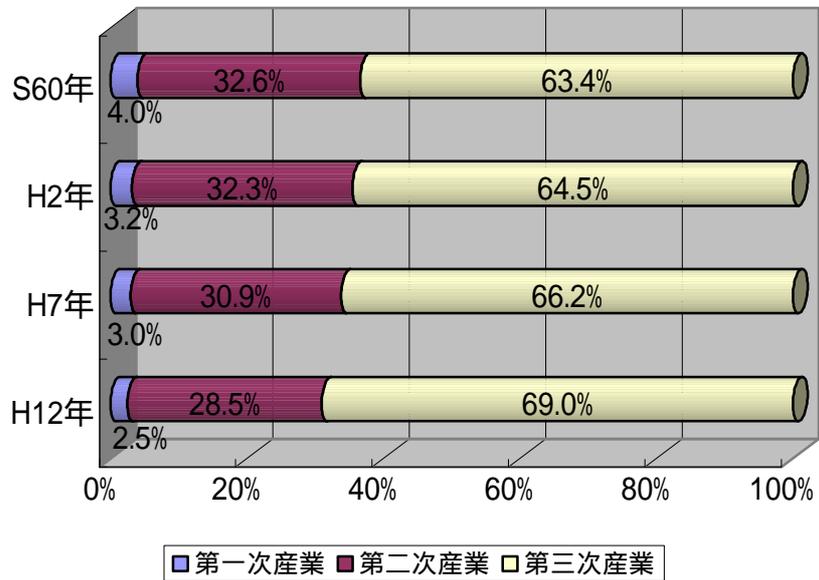
産業別で見ると、製造業が23.76%で約10,000人の大幅な減少となっている一方、サービス業が15.63%増で約6,000人増加しています。





昭和60年から平成12年にかけての産業別就業人口構成比の推移を見ると、第1次産業就業者数が1.5%、第2次産業就業者数が4.1%減少しているのに対し、第3次産業就業者数は5.6%の増加と、産業構造が変化してきていることがわかります。

産業別就業人口構成比の推移 (分類不能の産業を除く)



(資料: 国勢調査)



b) 市内総生産

産業別市内総生産は次のとおりとなっています。

		平成7年度		平成12年度		生産額の増減率 (平成7年度 平成12年度)
		金額(百万円)	構成比	金額(百万円)	構成比	
第一次産業	農業	7,613	0.50%	6,219	0.43%	18.31%
	林業	271	0.02%	199	0.01%	26.57%
	水産業	1,039	0.07%	686	0.05%	33.97%
	小計	8,923	0.59%	7,105	0.49%	20.37%
第二次産業	鉱業	393	0.03%	137	0.01%	65.14%
	製造業	533,466	35.33%	489,018	33.64%	8.33%
	建設業	106,664	7.06%	63,627	4.38%	40.35%
	小計	640,523	42.42%	552,782	38.02%	13.70%
第三次産業	電気・ガス・水道業・廃棄物処理業	50,433	3.34%	58,708	4.04%	16.41%
	卸売・小売業	145,731	9.65%	126,927	8.73%	12.90%
	金融・保険業	91,131	6.04%	88,755	6.11%	2.61%
	不動産業	152,564	10.10%	142,689	9.81%	6.47%
	運輸・通信業	100,798	6.68%	86,883	5.98%	13.80%
	サービス業	197,726	13.10%	234,019	16.10%	18.36%
	政府サービス生産者	166,576	11.03%	191,496	13.17%	14.96%
	対家計民間非営利サービス生産者	24,690	1.64%	23,826	1.64%	3.50%
	小計	929,649	61.57%	953,302	65.57%	2.54%
	合計	1,579,096	104.58%	1,513,189	104.09%	4.17%
	輸入品に課される関税	8,722	0.58%	8,969	0.62%	2.83%
	控除)総資本形成に係る消費税	5,848	0.39%	7,257	0.50%	24.09%
	控除)帰属利子	72,057	4.77%	61,115	4.20%	15.19%
市内総生産		1,509,913		1,453,786		3.72%

(資料:平成13年度和歌山県市町村民経済計算推計報告書)

平成7年度と平成12年度の産業別の構成比を比較すると、第1次産業については0.59%から0.49%、第2次産業については42.42%から38.02%とそれぞれ減少しています。また、その一方、第3次産業では61.57%から65.57%と増加しています。





また、平成12年度と平成7年の総生産を比べると、3.72%となっており、長引く市内経済の低迷が表れています。それを産業別で見ると、第1次、第2次産業については、構成する産業が軒並み減少していますが、第3次産業については、サービス業などが増大していることから全体としては微増しています。

平成12年度の産業別の構成比は、製造業が33.64%で最も多く、次いでサービス業16.1%、政府サービス生産者13.17%と続いています。

本市の製造業は、鉄鋼、化学を中心とした重化学工業と地場産業として発達した繊維・化学・木工・皮革等の二極構造になっています。

製造業のうち、鉄鋼業については、本市経済が大きく依存してきた大手メーカーの規模縮小の影響等があり、平成14年の鉄鋼業の製造品出荷額は、10年前と比べ約45%の減少（工業統計による。）となっています。

c) 商業の現状

本市の商業（小売業のみ）の状況は、次の表のとおりとなっています。

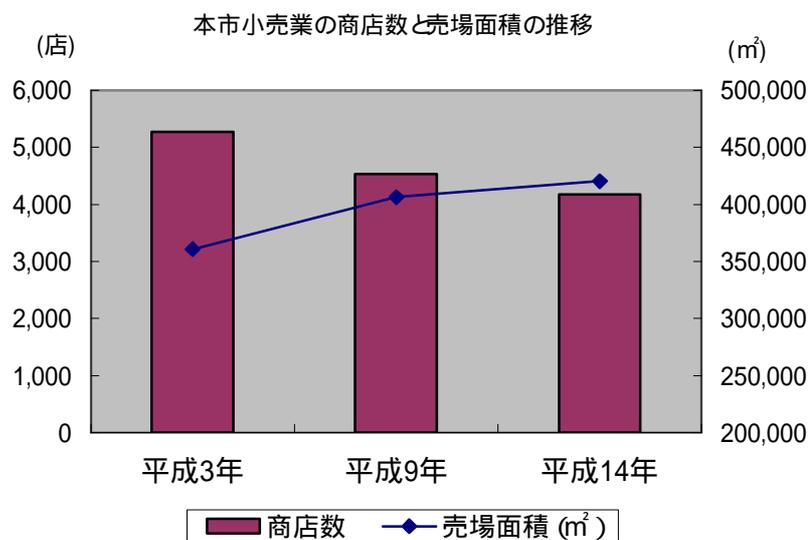
和歌山市の商業（小売業）の状況

		和歌山市	和歌山県	和歌山県に対する本市の割合
平成3年	商店数	5,266	18,095	29.10%
	年間商品販売額（百万円）	434,974	1,006,354	43.22%
	売場面積（㎡）	360,648	1,027,227	35.11%
平成9年	商店数	4,531	15,837	28.61%
	年間商品販売額（百万円）	465,512	1,116,999	41.68%
	売場面積（㎡）	406,436	1,201,816	33.82%
平成14年	商店数	4,170	14,398	28.96%
	年間商品販売額（百万円）	383,894	967,265	39.69%
	売場面積（㎡）	420,402	1,191,653	35.28%

（資料：経済産業省 商業統計）

平成14年においては、和歌山県全体の約30%の小売店舗が本市にあり、年間商品販売額では約40%を本市が占めています。

平成3年から平成14年までの推移を見ると、本市の店舗数は減少傾向にある一方で、売場面積は増加傾向にあり、小売業の大型化が進んでいることがうかがえます。和歌山県も同じような傾向を示していますが、平成14年度の1店舗あたりの売場面積を比べてみると、本市が100.8㎡、和歌山県が82.8㎡で、本市の小売業が県全体より先大型化していることがわかります。



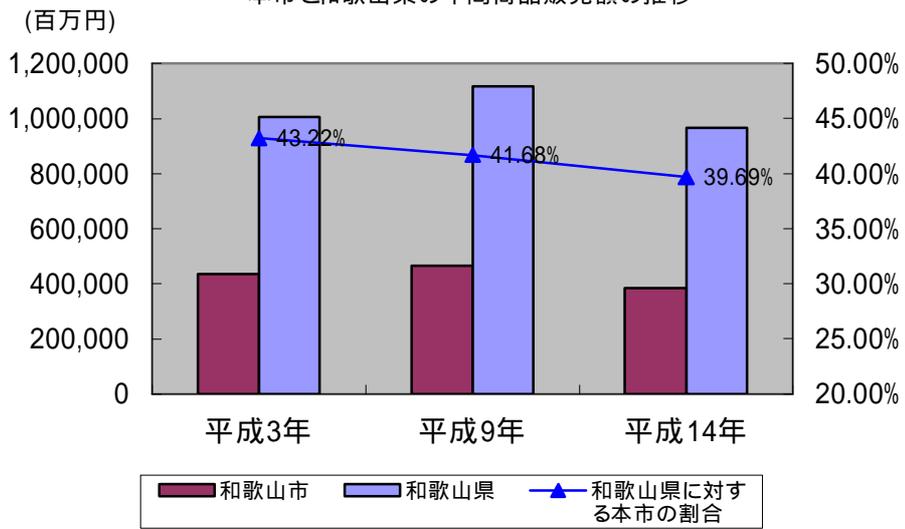
(資料：経済産業省 商業統計)

また、年間商品販売額を見てみると、本市の和歌山県に対する割合はやや減少しており、県内における本市商業の求心力が低下しつつあると考えられます。

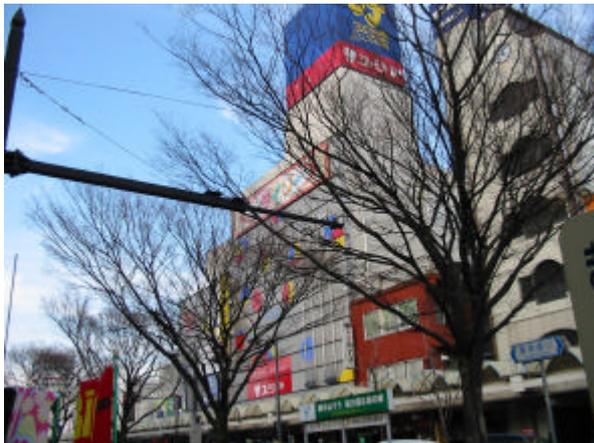




本市と和歌山県の年間商品販売額の推移



(資料 経済産業省 商業統計)



5. 和歌山市の土地利用の状況と将来像

和歌山市の土地利用の現況は、大きく分けると商店街や官公庁及び企業のオフィスといった商業・業務機能が集積している中心市街地、紀の川河口両岸臨海部に広がる工業地、中心市街地周辺の旧市街地及び郊外に広がる住宅地、これら既成市街地の外縁部に広がる農地と山地に分類できます。

中心市街地においては、モータリゼーションの進展やそれに伴うロードサイド型店舗の増大等により、郊外に商業機能や人口が分散する傾向が続き、中心市街地の空洞化と土地利用の停滞といった課題を抱えています。また既成市街地においては、急速な宅地開発の結果、都市基盤や生活基盤整備の遅れが生じているところもあります。

和歌山市長期総合計画(第2次基本計画)では、土地利用における基本方針を「都市的土地利用」、「自然的土地利用」、「自然と都市の共生地域の土地利用」に分けており、また、地域別の整備方針として、臨海部・中心部・北西部・北東部・中心東部・東部・南東部・南部の8地域の方針が示されています。

各区域の整備方針	
臨海部	海と産業集積を活用した基幹産業振興ゾーンの形成
中心部	高度な都市機能が集積する魅力的な都市ゾーンの形成
北西部	多様な都市機能を有する豊かな郊外ゾーンの形成
北東部	緑豊かな居住地、山林、田園が調和したゾーンの形成
中心東部	商業業務機能の集積と新住宅市街地ゾーンの形成
東部	運輸流通業務、軽工業集積ゾーン及び都市近郊農業ゾーンの形成
南東部	都市近郊農業と農村型リゾート・レクリエーションゾーンの形成
南部	総合観光リゾート・レクリエーションゾーンの形成



(資料：和歌山市長期総合計画第2次基本計画)



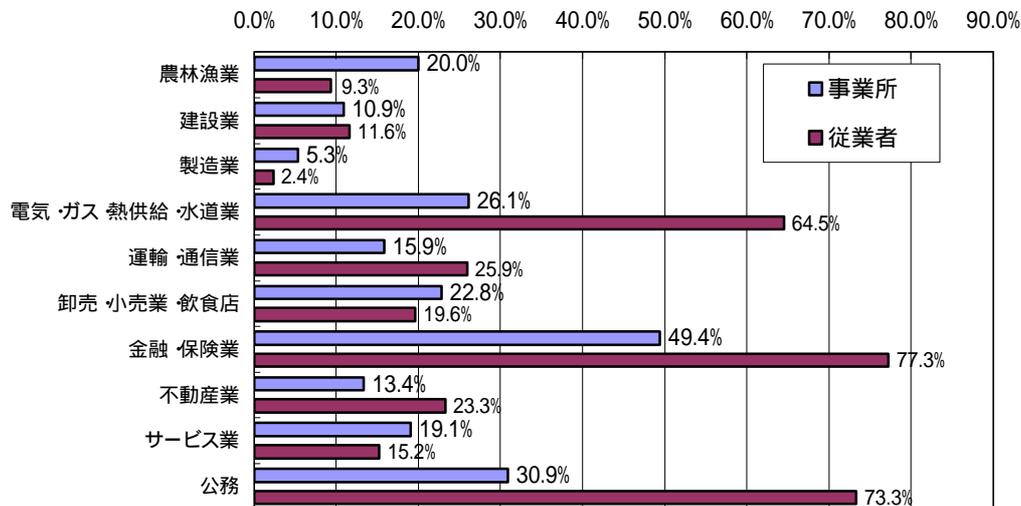
B. 中心市街地の現状と課題

1. 中心市街地を取り巻く産業の現状

a) 産業構造

市全体から見た中心市街地における事業所・従業者を産業別に見ると、金融・保険業や公務をはじめ多くの事業所があり、従業者数も多いことがわかります。特に金融・保険業に至っては、半数近くの事業所が中心市街地内にあり、大部分の従業者が働いています。

中心市街地における産業別事業所・従業者の市内全体に占める割合（平成13年）



（資料：総務省 事業所統計）

中心市街地区域に全部及び一部含まれる町丁を集計

産業別事業所数,従業者数(平成13年)

産業大分類	中心市街地		和歌山市	
	事業所数	従業者数(人)	事業所数	従業者数(人)
農林漁業	2	10	10	107
建設業	131	1,253	1,200	10,779
製造業	98	767	1,841	32,439
電気・ガス・熱供給・水道業	6	907	23	1,406
運輸・通信業	71	3,079	447	11,868
卸売・小売業・飲食店	1,854	9,738	8,114	49,562
金融・保険業	175	5,826	354	7,541
不動産業	135	634	1,011	2,722
サービス業	1085	7,671	5,695	50,310
公務	38	5,616	123	7,658
合計	3,595	35,501	18,818	174,392

資料 総務省 事業所統計

中心市街地は区域に全部及び一部含まれる町丁を集計

b) 商 業

中心市街地には、JR和歌山駅周辺からけやき通り沿い、南海和歌山市駅周辺、そして両駅の間にあるぶらくり丁周辺地域などに、合わせて11か所の主な商店街があります。その中でもぶらくり丁商店街をはじめ6つの商店街がある重点区域は、本市最大の商業集積を形成しています。重点区域の商店街の商品構成は、買回り品¹が中心で、次に専門品²が多く、食料品や日用品などの最寄品³は一部を除き取り扱いが少ないのが特徴です。

また、ぶらくり丁周辺地域には核店舗となる大規模小売店舗(店舗面積が1,000m²を超えるもの)も立地していましたが、相次ぐ閉店により商品構成に変化が現れています。平成16年9月現在、中心市街地に、大規模小売店舗は9店舗立地しており、そのうち重点区域には7つの大規模小売店舗があります。

1: 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。

2: 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。

3: 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。



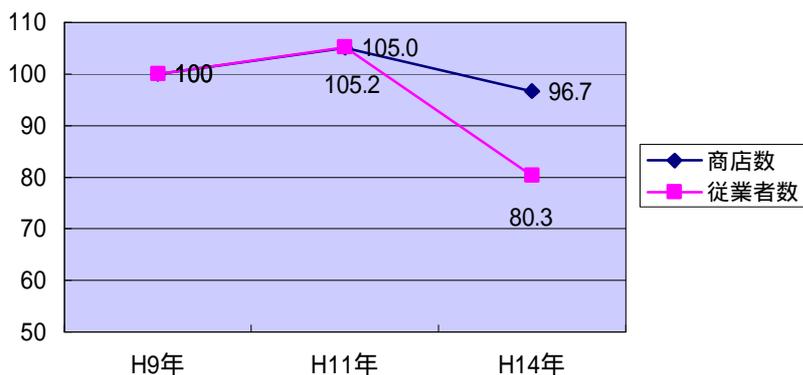


(1) 商店数，従業者数

中心市街地の小売業を見ると、商店数は、平成9年から平成14年の間、ほぼ横ばいですが、従業者数は減少しています。この間、従業者を多く抱えていた大店舗が相次ぎ閉店した影響が大きいと考えられます。

また、中心市街地の商店数の本市に占める割合はほぼ横ばいと言えます。

平成9年を100とした場合の中心市街地の商店数と従業者数の推移



(資料：経済産業省 商業統計)
中心市街地区域に全部及び一部含まれる町丁を集計

小売業の商店数と従業者数

	平成9年		平成11年		平成14年	
	商店数	従業者数(人)	商店数	従業者数(人)	商店数	従業者数(人)
中心市街地	812	4,320	853	4,545	785	3,471
和歌山市	4,531	22,721	4,573	23,915	4,170	23,671
中心市街地の占める割合	17.92%	19.01%	18.65%	19.00%	18.82%	14.66%

(資料：経済産業省 商業統計)
中心市街地は区域に全部及び一部含まれる町丁を集計

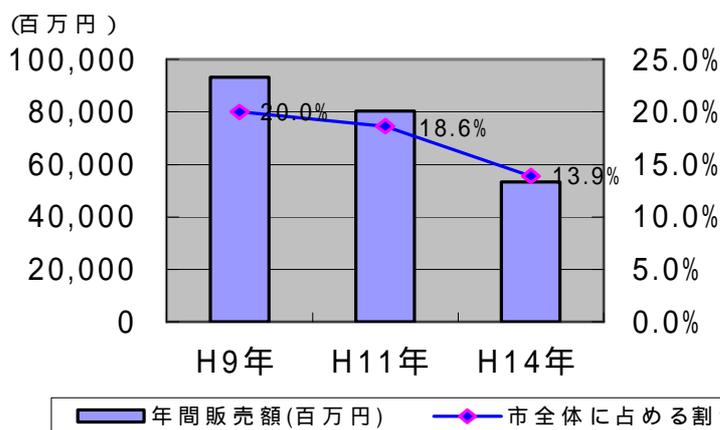
(2) 年間商品販売額，売場面積

小売業の年間商品販売額について，平成9年から平成14年の推移を見ても大きく減少しており，平成14年度の年間商品販売額は，平成9年の6割弱となっています。

長引く景気の低迷といった厳しい経済状況を受けて，本市全体の年間販売額の推移も減少傾向にあります。中心市街地の販売額の全体に占める割合が減少してきていることから，本市における中心市街地商業の競争力低下がうかがえます。

また，売場面積についても，市全体では，平成9年と平成14年を比較すると増加しているにもかかわらず，中心市街地では減少しており，全体に占める割合も低下しています。

中心市街地の年間商品販売額の推移



(資料 経済産業省 商業統計)

中心市街地区域に全部及び一部含まれる町丁を集計

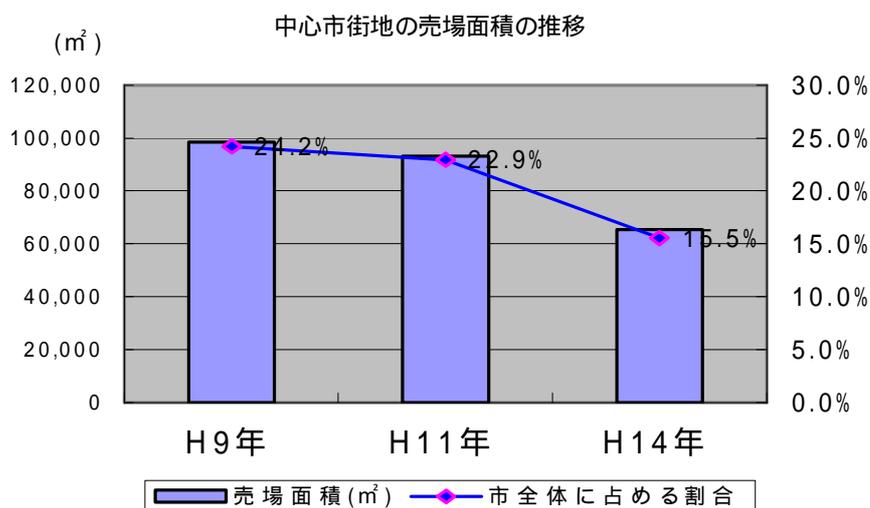
小売業の年間商品販売額と売場面積

	平成9年		平成11年		平成14年	
	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)	年間商品販売額 (百万円)	売場面積 (㎡)
中心市街地	93,159	98,388	80,348	93,116	53,356	65,283
和歌山市	465,512	406,436	431,285	406,141	383,894	420,402
中心市街地の 占める割合	20.0%	24.2%	18.6%	22.9%	13.9%	15.5%

(資料：経済産業省 商業統計)

中心市街地は区域に全部及び一部含まれる町丁を集計





(資料：経済産業省 商業統計)

中心市街地領域に全部及び一部含まれる町丁を集計

c) 工 業

中心市街地の工業の現状は次の表のとおりです。

工場数, 従業者数, 製造品出荷額等それぞれの市全体における割合は低いものとなっています。

工場数 従業者数 製造品出荷額等 (平成 14 年)

	工場数	従業者数(人)	製造品出荷額等 (万円)
中心市街地	45	377	436,316
和歌山市	945	24,526	91,803,917
中心市街地の占める割合	4.76%	1.54%	0.48%

中心市街地は区域に全部及び一部含まれる町丁を集計 (資料：経済産業省 工業統計)

業種別では, 食料品製造業が約 4 割を占めて最も多く, 次に印刷業が多くなっています。

d) 観 光

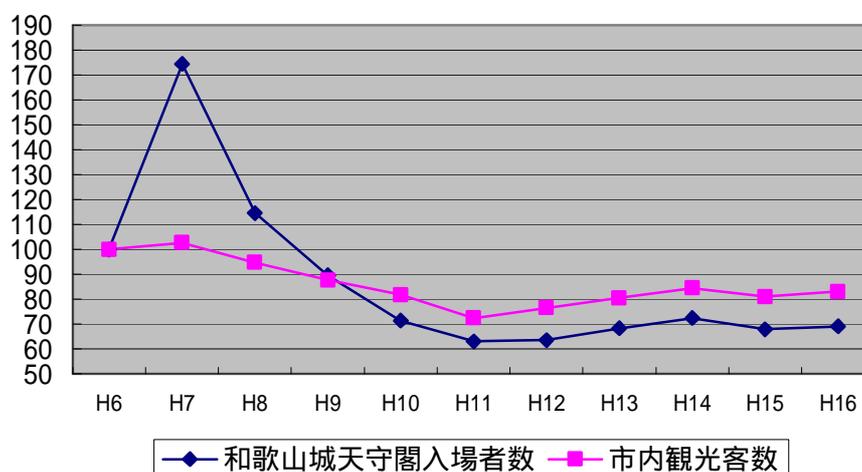
中心市街地の観光資源としては、御三家紀伊徳川家の居城として偉容を誇った和歌山城があります。和歌山城は、昭和 20 年の戦火により焼失しましたが、和歌山城再建を望む市民の熱意によって、昭和 33 年に再建され、史蹟和歌山城として親しまれています。平成 17 年は、和歌山城築城 420 周年、また、平成 20 年には再建 50 周年を迎えます。

和歌山城は、姫路城・伊予松山城と並んで日本三大平山城と称されます。天守閣がある本丸は標高 48.9mの虎伏山の頂に位置し、市民はもとより観光客にとっても本市のランドマークとして認知されています。

和歌山城天守閣のこの 10 年間の入場者数は、NHK大河ドラマ「吉宗」が放映された平成 7 年をピークに減少した後、ほぼ横ばい状態で推移しています。平成 16 年の天守閣入場者数は 142,152 人です。

同じく、市全体の観光客数も平成 7 年の 7,291,826 人をピークに減少してから横ばいで推移し、平成 16 年は 5,898,114 人となっています。

平成 6 年を 100 とした場合の入込者数の推移 (1 月～12 月)





2. 中心市街地を取り巻く住環境の現状

中心市街地重点区域における建物の状況を用途別の件数で見ると、住宅用途が約 2 割で、商業・業務関係施設は 5 割強となっており、建物の用途割合から見て、中心市街地における住環境は都市型であることがうかがえます。

中心市街地における公園の整備状況を見ると、大新公園 (1.69ha)、本町公園 (1.69ha)、城北公園 (1.26ha)、汀公園 (0.38ha)、湊北公園 (0.16ha)、和歌山公園 (20.45ha)、岡公園 (1.83ha) の 7 つの都市公園が中心市街地内にあります。その内、大新公園、本町公園、城北公園の 3 つは小学校に隣接していません。

和歌山城跡である和歌山公園は、周辺住民だけでなく市民全体の憩いの場となっています。

中心市街地重点区域の建物の利用状況 (平成 16 年 6 月現在)

		住宅	公共公益 関係施設	商業・業務 関係施設	工業関係 施設	その他	合計
中心市街地 重点区域	用途別 件数	376	78	947	153	246	1,800
	用途割合	20.89%	4.33%	52.61%	8.50%	13.67%	100.00%

(資料 和歌山市調査)

中心市街地では、市内各地までのバス路線が整備されており、便数も多くあります。特に、JR和歌山駅や南海和歌山市駅までの運行数が多く、また運行時間帯も長く設定されています。駅や市内各地までのアクセス性が良く、主な交通手段が公共交通機関である方にも、便利な環境にあると言えます。



重点区域の停留所(3地点)におけるJR和歌山駅,
 南海和歌山市駅までのバス運行状況

		平日		土休日	
		JR和歌山駅	南海和歌山市駅	JR和歌山駅	南海和歌山市駅
本町2丁目 (2ヶ所計)	便数 (本)	91	162	78	142
	時間帯	5:00～21:00	6:00～21:00	6:00～21:00	6:00～21:00
ブラクリ丁 (2ヶ所計)	便数 (本)	29	44	26	50
	時間帯	7:00～21:00	6:00～20:00	7:00～21:00	6:00～21:00
公園前 (3ヶ所計)	便数 (本)	243	167	184	143
	時間帯	5:00～22:00	6:00～21:00	5:00～21:00	6:00～21:00

平成16年9月末現在

3. その他中心市街地の現状

a) 人口・世帯数

和歌山市住民基本台帳(平成16年3月31日現在)によると,中心市街地の人口は,8,919人で,市全体に対する割合は約2.3%となっています。また,1世帯あたりの人員数は中心市街地が2.18人,市全体が2.47人であり,中心市街地は市全体より先都市型の家族構成に推移しているといえます。

中心市街地の人口は市全体と同じように逡減傾向にあります,減少のスピードが市全体と比べて速いといえます。昭和60年から平成12年の国勢調査の推移を見ると,市全体では3.7%減少しているのに対し,中心市街地の場合は約22.1%の減少となっています。

(和歌山市住民基本台帳と国勢調査では,数字に多少の違いがあります。)





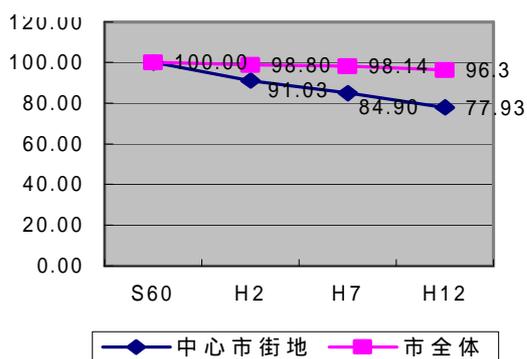
中心市街地の人口・世帯数の推移

	昭和60年	平成 2年	平成 7年	平成 12年
人口 (人)	10,835	9,863	9,199	8,444
世帯数 (世帯)	3,708	3,645	3,731	3,602

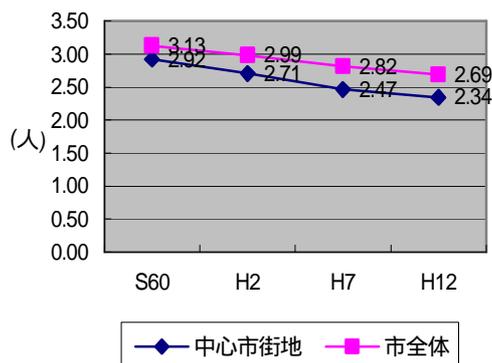
(資料: 国勢調査)

中心市街地区域に含まれる町丁を集計
(区域の境界にある町丁分については、住宅件数等により比例配分)

人口の推移 (昭和 60 年を 100 とした場合)



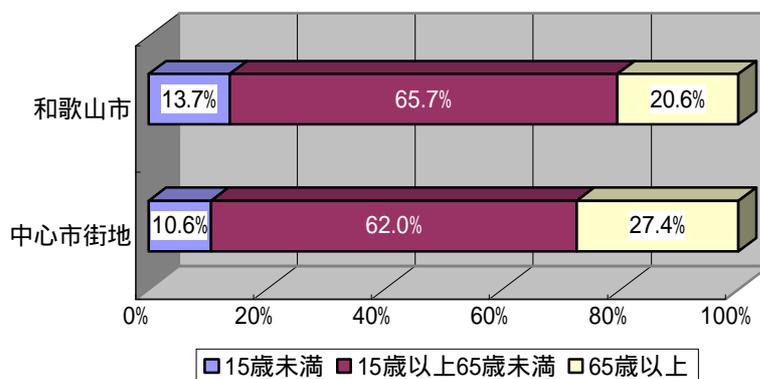
1 世帯あたり人員数の推移



(資料: 国勢調査)

次に年齢別の人口構成を見ると、中心市街地の 65 歳以上の人口は 27.4%と、市全体の 20.6%を大きく上回っており、高齢化が進んでいることがわかります。

年齢 3 区分別人口の構成比



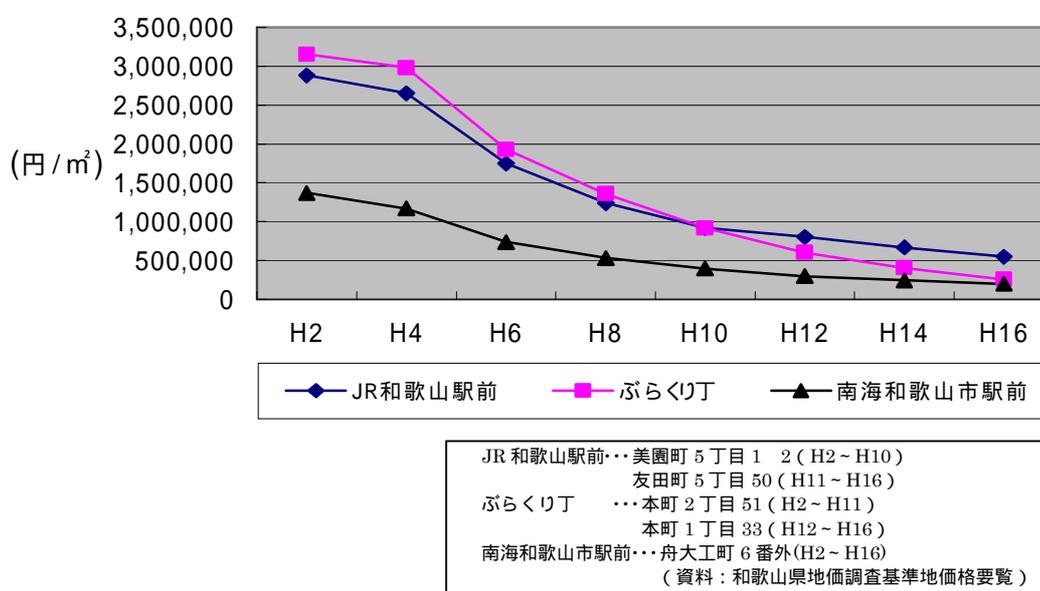
中心市街地は区域を含む本町、城北、広瀬、雄湊、大新、新南、宮北の 7 地区の集計
(資料: 和歌山市住民基本台帳 平成 16 年 3 月末現在)

b) 地価の状況

平成 2 年から平成 16 年の中心市街地の地価の動向を和歌山県地価調査 (基準地価格, 7 月 1 日時点)で見ると,ぶらくり丁 (旧丸正百貨店前), JR和歌山駅前, 南海和歌山市駅前のいずれの地点でも大幅に下落しています。特にぶらくり丁の地価については,平成 16 年は平成 2 年から約 92%下落し,前年からの下落率においては 21.4%と市内の商業地で最大の下げ幅となりました。

平成 11 年以降,市内の商業地で最も地価が高い地点は JR和歌山駅前で,ぶらくり丁の地価を上回っており,ぶらくり丁周辺地域商業の求心力低下を反映した形となっています。

中心市街地の地価調査基準地価格の推移



c) アンケートから

中心市街地に対する市民の意識を把握するため,市民全体,重点区域内の居住者,重点区域周辺のマンション居住者,重点区域内の土地所有者を対象にアンケート調査を行っています。



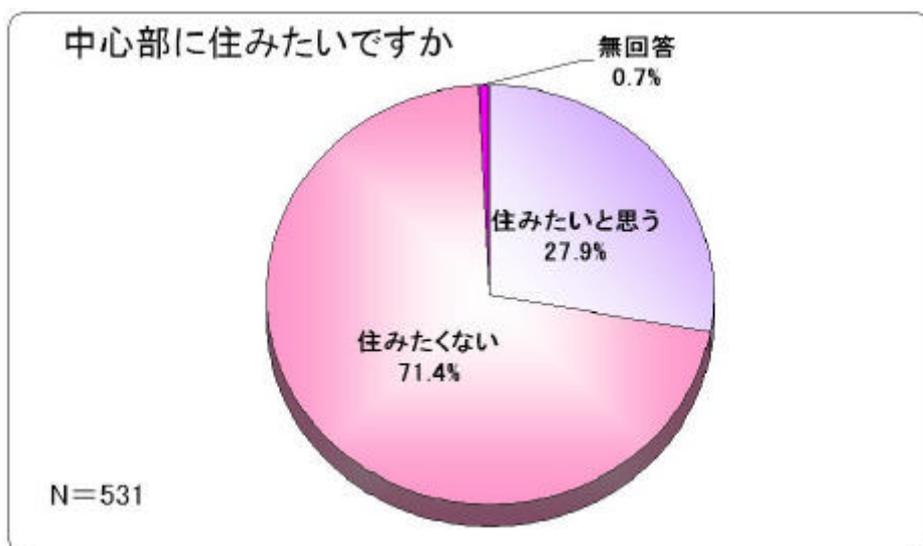


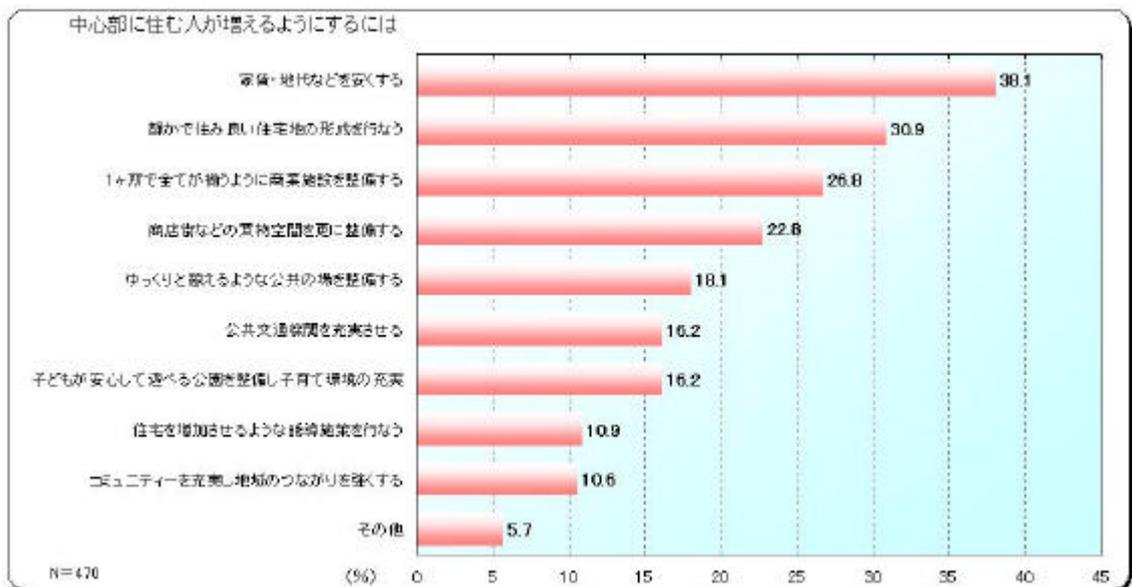
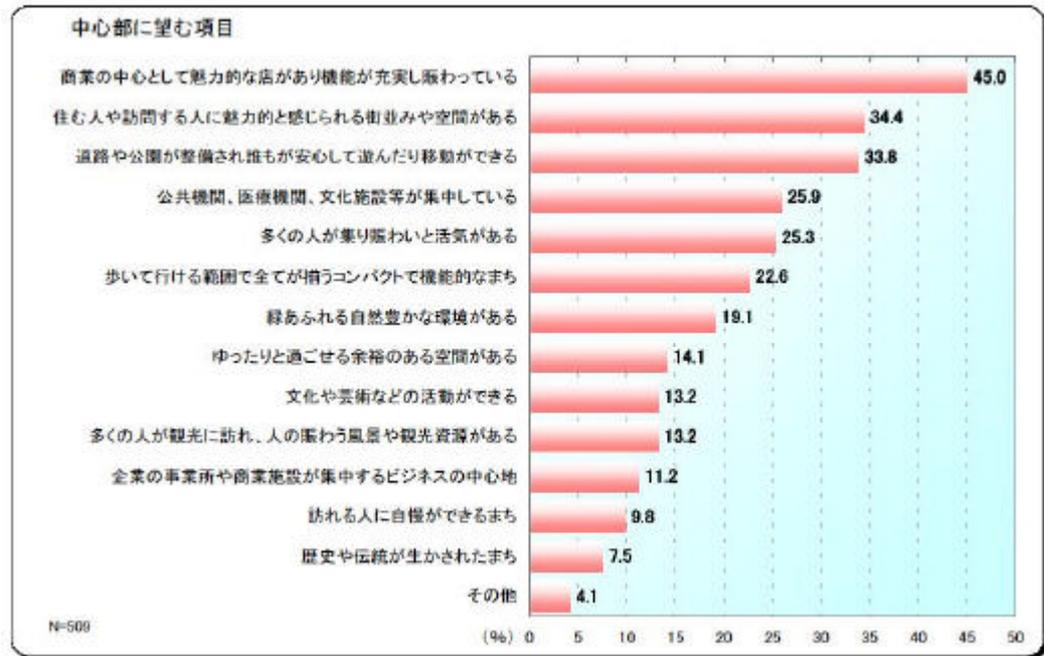
(1) 市民対象のアンケート調査

重点区域以外に住んでいる16歳以上の和歌山市民から無作為に1,800人を抽出し、対象としました。

「中心部に住みたいか」とい質問に対しては、3割弱の市民が住みたいと答え、日常の買い物や公共施設の利用及び公共交通の利便性の高さに魅力を感じています。一方で7割の市民が住みたくないと答えており、全体としては、居住の場としての魅力が低い状況にあると言えます。中心部に人口を増やすための課題としては、家賃、地代が安くなること、良好な住宅地の形成、商業施設の整備という答えが多く、また中心部に望むこととしては、商業機能の充実という答えが最も多くなっています。

ここでいう「中心部」とは、本町、城北、広瀬、大新の4地区を指します。







(2) 重点区域内居住者対象のアンケート調査

重点区域に住んでいる16歳以上の和歌山市民から無作為に500人抽出し、対象としました。

多くの人が、たくさんのお気に入りの商店や飲食店、公益施設、風景、スポットなどがあると回答しています。中心市街地に住んでいる理由としては、「先祖代々住んでいる」が最も多く、その次は車がなくても生活できることや交通利便性が高い、買い物に便利ということが挙げられており、都市機能を魅力として感じていることが分かります。中心部に人口を増やすための課題と中心部に望む項目のどちらにも、商業機能の充実という答えが最も多く、近年の商業機能の低下が大きな問題であると捉えられています。





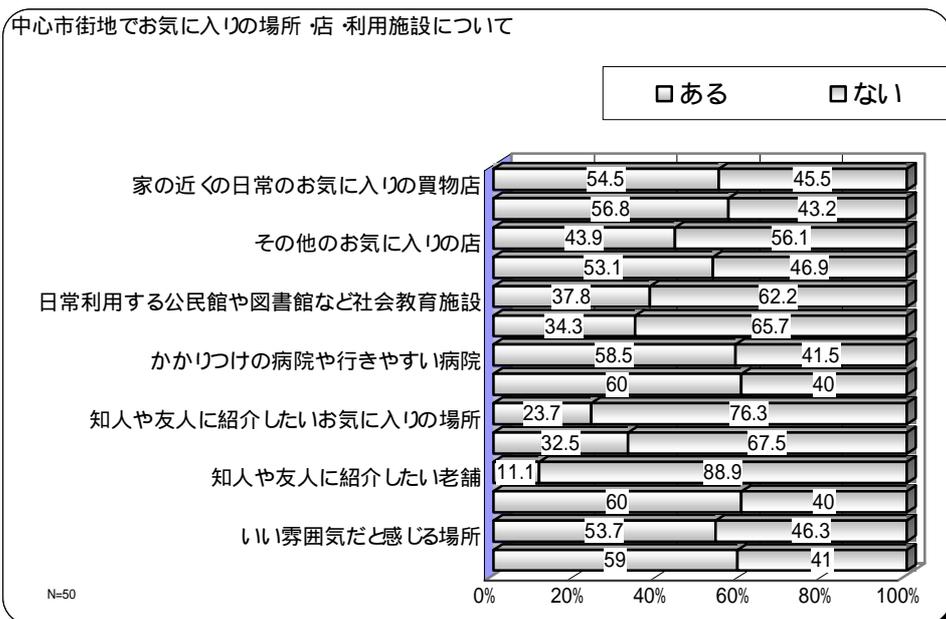


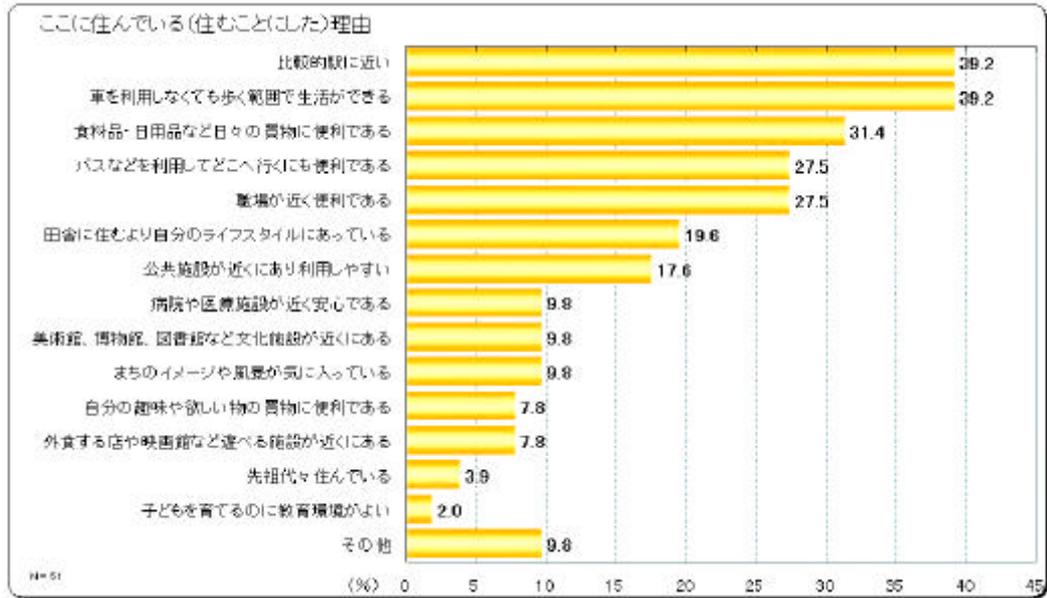
(3) 重点区域を含む周辺のマンション居住者対象のアンケート調査

重点区域を含む周辺の比較的近年に建設された(築10年以下程度)マンションを抽出し、それらのマンション戸数である245戸を対象としました。

前掲の(2)の重点区域内居住者と同様に、多くの方が、たくさんのお気に入りの商店や飲食店、公益施設、風景、スポットなどがあると回答しています。中心市街地に住むこととした理由としては、駅に近いなど交通利便性が高く、車がなくても生活でき、買い物にも便利であることが挙げられており、この内容は、市民が中心部に住みたい理由として挙げた内容、及び重点区域内居住者が住み続けている理由として挙げた内容と同様であり、市民が共通して感じる都心居住の魅力であると言えます。

重点区域に人口を増やすための課題や望む項目には重点区域内居住者と同様に商業機能の充実という答えが最も多いですが、人口を増やすための課題には家賃や地価を安くするという答えも多く、自らが重点区域に転入してきた経験からそう感じているものと考えられます。





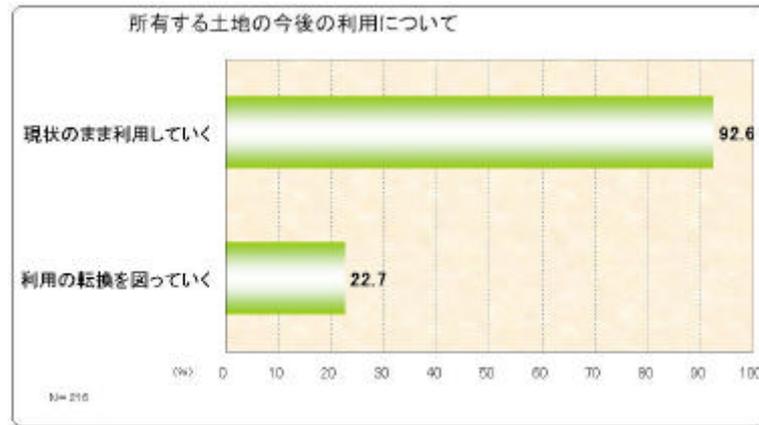


(4) 重点区域の土地所有者対象のアンケート調査

重点区域内に土地を所有する市民を無作為に 500 人抽出し、対象としました。

土地所有者に高齢者が多いことに加え、経済の低迷により土地・建物需要が低くなり、家賃や地代が下落したために、積極的な土地建物活用の意欲が低調になっています。

また利用の転換の意向を持っている土地所有者の半数近くが、「当面駐車場として利用する」と答えており、土地活用の有効な方法を見出せないために、とあえず税金対策として利用しておくなどの消極的な活用を考えていると推測されます。





4. 中心市街地の課題

a) 全般

本市の中心市街地は、かつては県内はもちろん大阪南部までを商圈としてきました。また、金融機関をはじめ様々な企業の事業所や行政機関が建ち並び、本市の顔として、本市の文化・経済・行政の中心として確固たる地位を誇っていました。

しかし、相次ぐ大規模小売店舗の閉鎖・倒産や周辺商店街の空き店舗の増加などによる集客力の減少、少子高齢化の進行、地価の大幅な下落など、様々な面から中心市街地の活力が低下していることがうかがえます。

重点区域にある商店街の空き店舗の状況(平成16年12月現在)

	本町 商店街	北ぶらくり 商店街	ぶらくり丁 商店街	中ぶらくり丁 商店街	東ぶらくり丁 商店街	ぶらくり丁 大通り商店街	合計
総数	40	63	55	29	51	59	297
店舗	31	42	49	24	37	45	228
空き店舗	9	21	6	5	14	14	69
空き店舗率	22.50%	33.33%	10.91%	17.24%	27.45%	23.73%	23.23%

(資料：株式会社ぶらくり 調査)

中心市街地通行量調査(午前10時～午後7時まで)
(調査地点 ぶらくり丁西入り口)

	東方向	西方向	計
平成2年	12,980	12,452	25,432
平成3年	9,654	9,559	19,213
平成4年	8,641	8,598	17,239
平成12年	7,453	7,666	15,119
平成15年	3,667	3,368	7,035

資料 和歌山市内商業集積地における通行量調査(和歌山商工会議所)

(各年10月下旬日曜日に調査)

しかし、前述(- B 中心市街地の考え方 P.7)のとおり、中心市街地は本市にとって重要な位置を占めています。

したがって、今後この地域の活性化は重要であり、商業や業務、娯楽・サービス機能の向上や、住環境の魅力化、加えて独自の雰囲気づくりや交流の舞台づくりなどが必要です。

そのための詳細な課題として、賑わい性の創出、界隈性の創出、回遊性・滞留性の創出、暮らし空間創出を掲げ、それぞれ「個店の魅力で人を惹きつけるまち」「お気に入りの風景やスポットのあるまち」「長い時間ゆっくりと過ごせるまち」「高齢になっても生き生きと暮らせるまち」をテーマとして設定しています。

b) テーマ別の課題

テーマ別の課題の中には、複数のテーマにまたがるものもあります。下記の分類では、影響が大きいと思われるテーマに分類して記述しています。

(1) 個店の魅力で人を惹きつけるまち（賑わい性創出）

核店舗に頼らない個店のまちであること
まちの情報が常に発信されていること
個店に独特の魅力があること
まちの魅力化の努力を意欲的に行えること
新陳代謝のあるまちであること

(2) お気に入りの風景やスポットのあるまち（界隈性創出）

暮らしの風景が魅力となるような空間があること
癒される風景があること
花・緑の多いまちであること
多種多様な風景がまちの魅力として保たれること
まちづくりに市民が積極的に参画するまちであること
地域資源の掘り起こしができること





(3) 長い時間ゆっくりと過ごせるまち（回遊性・滞留性創出）

- まちが交流の舞台となること
- ゆっくりと留まれる場所が創造できること
- 市民レベルのネットワークが充実したまちであること
- 目的が無くとも歩き回れるまちであること
- 人がやって来やすいまちであること
- 市民等の活動の場があること
- 人にやさしいまちであること

(4) 高齢になっても生き生きと暮らせるまち（暮らし空間創出）

- 今後の人口動態に対処できること
- 全ての世代でまちを共有できること
- 生活に便利であること
- 子どもも高齢者も安全であること
- コミュニティが機能するまちであること
- 商業集積としての魅力が高まること
- 居住環境が整ったまちであること
- 移動環境が整ったまちであること

5. 総合評価指標

- 和歌山市政世論調査の中心市街地の現状を問う項目において、
「以前に比べて賑わってきた」とする回答者の比率。
平成 21 年度目標値 50%

C. 上位計画等

1. 和歌山市長期総合計画における位置付け

和歌山市長期総合計画において、中心市街地活性化については、各論第 3 部第 1 章「都市機能の高度化」及び第 2 章「地域産業の育成・強化」に述べられています。

「都市機能の高度化」では、本市が大阪湾ベイエリア南部及び和歌山県の中核都市としての役割を担っていくために、市の顔である中心市街地において、定住人口の増加、商業・業務機能の再生や都市型産業の集積、魅力ある街並みや快適な居住環境の形成、交通環境の向上や交流空間などの形成を図り、再生・活性化することの必要性が示され、「地域産業の育成・強化」では、郊外型大型店舗や新業態店舗の進出による中心市街地商業地域の吸引力の低下、営業不振や後継者不足による商店の閉店や廃業といった現況を踏まえた上で、中心市街地が、本市だけでなく和歌山県内の核となる商業地として再生・活性化することの必要性が示されています。





和歌山市長期総合計画 第2次基本計画 (平成 15年 3月策定)	
基本理念	<p>個性の尊重と多様性の共存</p> <p>歴史・文化の継承と新時代の創造</p> <p>自然環境の保全と人間活動の調和</p>
将来都市像	「いのち ひかる 未来和歌山」
施策の大綱	<p>国内外との活発な交流と連携を進める都市</p> <p>健康で思いやりのある安心して暮らせる都市</p> <p>都市圏の中心となる魅力と活力のある都市</p> <p>豊かな生活環境や自然環境を創造し、地域文化を発信する都市</p>
中心市街地に関する主な内容	<p>都市圏の中心となる魅力と活力のある都市</p> <p>- 都市機能の高度化 - 良好な市街地の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 中心市街地活性化基本計画の具体化 ・ 商業・業務・都市型産業機能等の集積 ・ 都心居住の誘導 ・ 魅力ある交流空間の形成 ・ 交通環境の整備 <p>都市圏の中心となる魅力と活力のある都市</p> <p>- 地域産業の育成・強化 - 商業・サービス業の振興</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ まちの魅力創出 ・ 商店街の魅力向上 ・ 利便性、快適性の確保 ・ 新規開業者の誘致支援

2. 和歌山市都市計画マスタープランにおける位置付け

和歌山市都市計画マスタープランでは、中心市街地は拠点商業地等の都市機能が集積する区域として位置付けられており、商業拠点の活性化と景観・環境整備の推進が示されています。

和歌山市都市計画マスタープラン（平成11年3月策定）	
まちづくりの目標	豊かで魅力ある都市環境と活力ある産業を有する中核都市の形成
都市づくりの基本テーマ	<p>自然と共生できる都市</p> <p>安心して住むことの出来る都市</p> <p>永く住み続けられる都市</p> <p>活気のある産業と楽しく働くことが出来る都市</p> <p>憩いや遊びの空間のある楽しい都市</p> <p>他の都市や地域の中の移動が便利な都市</p>
中心市街地に関する主な内容	<p>全体構想 - 都市整備の方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土地利用の方針 商業・業務施設等が集積する区域である拠点商業地とする。 ・市街地整備の方針 中心市街地は、戦災復興による土地区画整理事業が完了しており、再開発等によって商業機能や居住機能を更新して、土地利用の高度化を促し、魅力ある都心の再生を推進する。 ・河川・上下水道の整備方針 市街地内を流れる内川を、和歌川アクアルネッサンス事業の促進等により水質浄化を促し、橋やウォーターフロントの整備と合わせて、川を活かしたまちづくりを推進する。 ・景観形成の方針 けやき大通り沿道や和歌山城周辺等、市のシンボルとなる地区で、景観整備に関するモデル事業の展開を推進する。 <p>地域別構想 - 中心部</p> <ul style="list-style-type: none"> ・将来像 高度な都市機能が集積する魅力的な都心ゾーン ・まちづくりの施策 JR和歌山駅西地区・南海和歌山市駅前の再開発、けやき大通り沿道地区の再整備、ぶらくり丁周辺を核とする広域商業拠点の活性化、県立医大跡地の再整備、和歌川アクアルネッサンス事業の促進、市堀川・真田堀川・大門川的环境整備

3. 和歌山都市計画区域マスタープラン における位置付け

和歌山県が策定した和歌山都市計画区域マスタープランでは、基本理念の一つに「コンパクトなまちづくり」が挙げられており、和歌山県及び近畿圏南部の拠点として多様な機能と魅力を併せ持つ「和歌山」の市街地中心部の再生が必要とされています。また、各都市計画の方針の中でも、都市機能の集積、整備等による中心部の再生が盛り込まれています。

和歌山都市計画区域マスタープラン（和歌山県，平成16年5月策定）	
将来像	世界都市関西の一翼を担う中枢都市圏域
まちづくりの 基本理念	コンパクトなまちづくり 交流による活力あるまちづくり 安全・安心なまちづくり 環境共生のまちづくり ひと・コミュニティを育むまちづくり 他の都市や地域の中の移動が便利な都市
中心市街地に 関する主な内容	<p>都市計画の方針 - 土地利用に関する方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市街地中心部の再生のための土地利用の誘導 都市機能の集積とともに、多様な世代の住み替えに対応する住宅の供給により、快適な都市生活が営めるように商業と住宅の用途混在や土地の高度利用を促すための土地利用を図る。 <p>都市計画の方針 - 都市施設の整備に関する方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市街地中心部再生の根幹となる都市施設の整備 市街地の根幹となる道路の整備、下水道の整備等主要な都市施設の整備を推進する。その際には、既存の都市機能の集積を活用した市街地整備に努める。 <p>都市計画の方針 - 市街地開発事業に関する方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市街地中心部再生のための再整備等の促進 交通機能充実、商業、医療福祉等の都市機能の更新、都市居住の促進、都市防災機能の向上などにより市街地の再整備を図る。 <p>都市計画の方針 - 自然環境の整備または保全に関する方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市街地中心部の利便や防災に配慮した公園広場の整備や 緑のネットワークの形成 防災性と日常の利便性に配慮した公園緑地や避難経路を兼ねる緑のネットワークの形成を促進する。

4. 他の個別計画等との関連

和歌山市活性化戦略提言書

和歌山市活性化戦略提言書では、本市の活性化に「地域経済活性化」「市のイメージ形成 情報発信」「少子高齢化対策」「人的資源の育成」「若年層市外流出の歯止め」といった 5 つの課題が提起されています。その中の地域経済活性化については、観光による産業の活性化とともに、中心市街地の再生による商業の活性化の必要性が述べられています。

和歌山市活性化戦略提言書（平成16年3月策定）	
活性化ビジョン	がんばりの共鳴 「チャレンジ精神あふれるまち・和歌山市」
先導プロジェクト	身も心も癒される観光の提案 和歌山市らしい文化・スポーツ・教育の振興 海の活用と海の恵みのブランド化の促進 和歌山まるごと体験の実現
中心市街地に関する主な内容	和歌山まるごと体験の実現 - 和歌山市市街地「観光ロード」の整備 ・JR和歌山駅～アロチ～ぶらくり丁～南海和歌山市駅を結ぶエリアを、市街地観光及び県内観光の情報ゲート及びルートとして計画的に整備する。 ・JR和歌山駅、アロチ、ぶらくり丁、南海和歌山市駅のそれぞれに観光ショッピングセンターや県内特産品の飲食店、県内各地を紹介するコーナー、海産物ショップを設けるなど、拠点連携の流れを作る。 ・歩道整備、レンタサイクルの仕組み、小型電動カー等移動手段の確保 ・県内観光資源のミニ体験ができる施設の計画 「みかん狩り園」「手作り醤油体験館」「温泉資料館」など



V. 事業の整理

A. 中心市街地の将来像

中心市街地は世界共通の概念です。日本に限らず世界の各地で中心となる場所があり、世代を超えて市民は中心地を大切に守っています。

本市の中心市街地は長い歴史を経て形成されてきました。ぶらくり丁商店街区域は今から180年ほど前に誕生したといわれ、当時の城下町の商圈の中心をなしてきました。整然と区割りされた区画に当時の家々が建ち並び、路線式の町割り¹を採用していた関係で、道が町の人々を結びつけ、町の共有財産として大切にされていました。当時は人々の交流スペースが「道」であり、江戸時代の町人は縁台に腰掛けながらゆっくりとした会話と時間を楽しんでいたのです。

また、自分の家屋を売ったり買ったりすることは基本的にはその町に所属する町人の全員の同意がないとできないとされていたそうです。つまり、当時の人々の間にはまちの建物や道は暗黙のうちに「公共性」の考え方が共有されていたといえます。そこにはヨーロッパの美しいまち並みを守っている人々にも決して引けをとらないまちを愛する^{いき}「粋」な町衆たちの心意気があったのです。

時を越えて2005年3月、本計画策定作業では、市民参加のもとで新たなまちづくりを模索することになりました。まちには伝統と文化があり、それを次世代に継承してゆく。つまり、中心市街地に人が住み、そこで楽しみ(遊び)、伝統を温めながら新しいまちを形成してゆく。そのようなイメージを持って本計画は策定されています。

1: 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



平成 22 年には、5 年間で多くの事業が市民や TMO 等民間と行政の協働によって実施され、その結果本市の中心市街地は、変化の兆しが見え、和歌山市の顔としての形を整えつつある時期にきていると考えます。

商業集積は、例えば工房を持った店舗が増えて、この地独自の商品提供をするなど、個店個店の個性化への意識が高まり、TMO 等による店舗配置も効を奏し、まちの情報発信も絶えず行われていることから、来街者数も上昇傾向に転じます。

本市のシンボルである和歌山城や内川などが観光資源として活かされ、商店街には観光客向けの土産物等を扱う店舗も出店し、中心市街地を訪れる観光客も増加しつつあります。

通りには、空き店舗であった場所にセツバック¹して店舗が造られ、ポケットパークなどにはオープンカフェが出店するなど、様々なパターンが生まれ、画一的なイメージから多様な楽しさへと変貌するにしたがって、通りを人が流れ、また留まるようになってきます。

また、買い物利便性が向上したことに合わせ、住居が増加したことで、新しい都心のライフスタイルを持った住人も増加し、安全な移動手段が整いつつある中、そこに住む高齢者がまちなかで趣味の活動をする機会も増大し、交流の拠点等としても機能し始めています。

まちの風景は、様々な雰囲気のある場所が生まれたことで、メリハリのあるものに変化し、多種多様な人がまちに遊びに出かけてくるようになります。

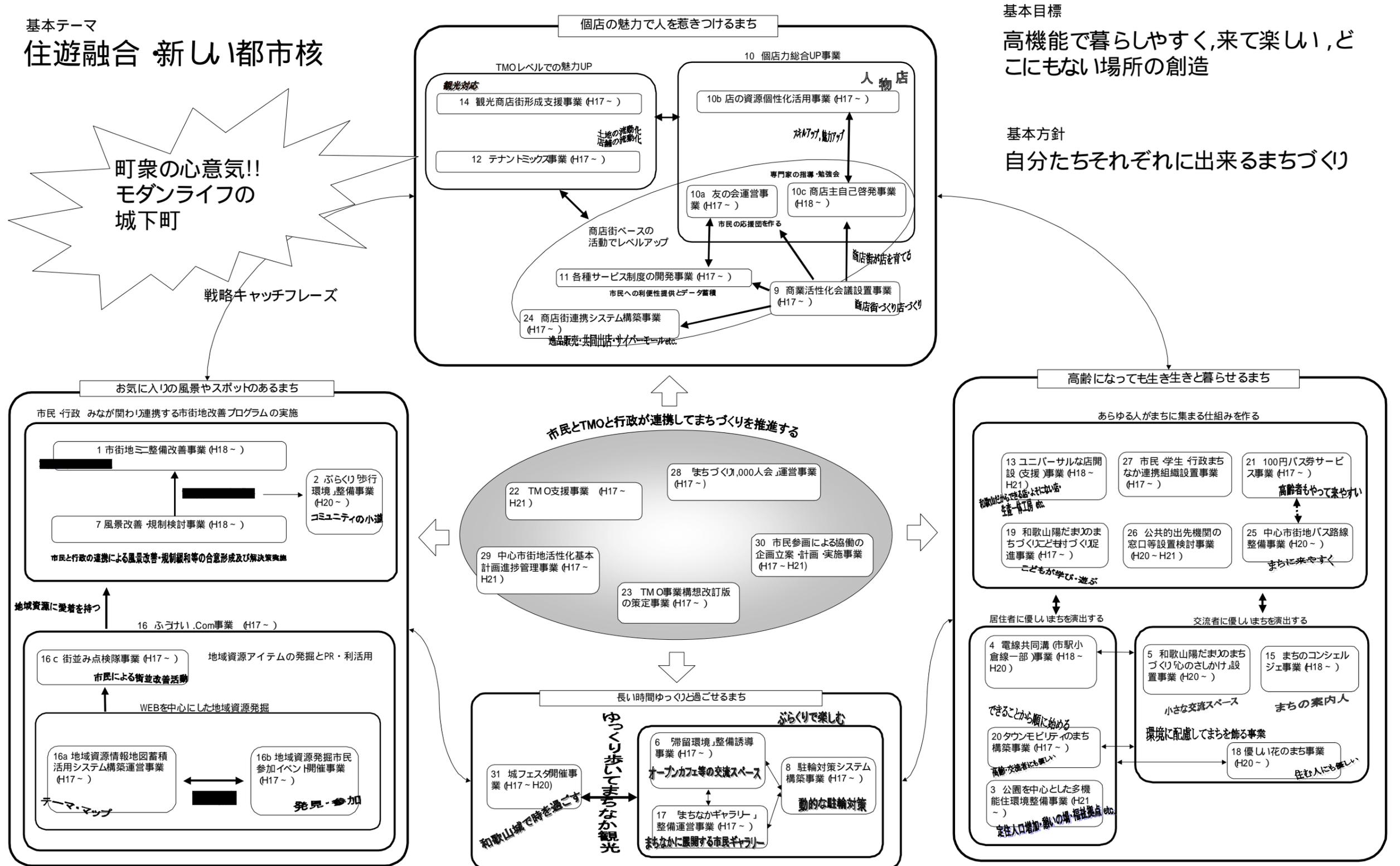
全体として、本市の人口減少にもかかわらず、中心市街地の定住人口・交流人口は増加傾向で、都心へのコンパクト化が進み始め、中心市街地は、住と遊が融合した交流の場として機能し始めています。

そのような状況を、本計画では想定しています。

1：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。



B. 和歌山市中心市街地活性化基本計画（改訂版）事業関連図



C. 町衆の心意気！！モダンライフの城下町

本計画を策定するにあたり、計画の基本テーマを「住遊融合・新しい都市核」と設定しました。それは、交流の場所であり、人々が暮らす場所でもある中心市街地を、単なる娯楽地帯や単なる住宅地ではなく、それらを融合した独特な場所として位置づけたことにほかなりません。

そしてそれは、都市を持続可能なものとして発展させる形態のひとつである、コンパクトシティを目指す選択でもあります。都市の中心に核としてのまちを形成し、それを都市の個性を表象するところとして育てていく、そのような過程に、本計画は位置づけられます。

今回の計画は5年という短い期間で何ができるかについて市民、行政、商業者、学生など、様々な方々が考え、その意見や検討結果を中心にまとめられたものです。この期間に目指す基本的な目標は「高機能で暮らしやすく、来て楽しい、どこにもない場所の創造」とし、中心市街地を、和歌山市の個性を創出していく場所としています。

また、全ての人々がまちづくりに関わり、自らが行動することでまちを創り、育てていくという思いから、基本方針を「自分たちそれぞれに出来るまちづくり」として、協力・連携・分担しあえば実施可能であると考えられる施策を基本に計画を検討しました。

さらにこの基本方針を考える上での視座として、基本方針に基づく方針、つまり4つのサブテーマを設定し、市民ワークショップ等を通じて、計画案を検討しました。

商業の活性化の視座からは、賑わい性を高めるための「個店の魅力で人を惹きつけるまち」、地域資源として景観・風景などを捉える視座からは、限界性を高めるための「お気に入りの風景やスポットのあるまち」、まちを交流の場所であると捉える視座からは、回遊性・滞留性を高めるための「長い時間ゆっくりと過ごせるまち」、最後にすべての世代がこのまちを暮らしの場所として考えるという視座からは、暮らし空間としての環境を高めるための「高齢になっても生き生きと暮らせるまち」、以上、これらまちを考える上での4つの側面を設定し、施策や事業をまとめています。





今後、本計画に記載された事業は、多くの方々の手で実施されていくこととなります。これに当たり、実施するものが心に描きやすいイメージ。いわば、戦略キャッチフレーズとして、「町衆の心意気！！モダンライフの城下町」を掲げます。

和歌山市は、長い期間、城下町として栄え、歴史や文化が堆積したまちです。

そこには、城下町としての町割り(都市計画)があり、武士や町人たちの文化や歴史があり、それらが様々なかたちで人々の心の中で受け継がれて、今を迎えています。

全国で8番目の人口を誇ったといわれる江戸時代から、戦災などにより、当時をしのぶ多くのものを失い、様々な社会変化を経て現在に至っていますが、その間、時代時代に応じた対応をしながら和歌山の市民は、センチメンタルバリュー¹をまちのそこに残しながら、城下町の気風を継承してきました。市民の心の奥には当時の心意気がいまだ残っているのではないのでしょうか。

和歌山城は、わがまちの象徴として大きな力を持っています。その城から城下町の武士、町人たちの暮らしていた地域に、再び、今の時代に新しい城下町を創っていきたいという思い。古きものと新しきものの融合としよ²を期待し、そこに住む自立した人々(町衆)の心意気を了解してまちづくりを進めたいという意味で、キャッチフレーズのもとに事業の展開を図っていきます。

以下については、各サブテーマを実現するための事業について述べています。これらの事業は行政が主体となって進める事業以外に商業者が主体的に進める事業、TMOやNPOが進めていくことを想定している事業が多くあります。

1: 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。

2: 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。

1. 個店の魅力で人を惹きつけるまち

商業集積の魅力は、もともと個店の魅力の総体であるといえます。核店舗に頼ることなく、それぞれの店が魅力を放ち、それらの情報が常に発信されている。このようなまちを創っていく必要があります。城下町においてそれぞれの店の主人がまちの在り方に関わり、主体的にまちを運営する努力を行っていったように、現在においても、個々の店がまちの一員として運営に加わり、魅力を高めていかなければなりません。また、新陳代謝が常におこなわれるような仕組みを作り、変化に富んだまちを形成する必要があります。

まちづくりは、商業の活性化のみでできるものではありませんが、商業がまちづくりに影響するウェイトは大きなものがあります。

商店街ベースの活動でレベルアップ

意欲のある商店主で構成される^{事業番号9}商業活性化会議の設置により、商業者と商店街、さらにはTMOとの棲み分け・役割分担が明確にされ、商店街活動の活性化を促し、商業レベルでのまちのクオリティアップ（品質向上）を図ることができます。

この商業活性化会議では商店街ベースの話合いが主となりますが、ここを中心に商業者団体等にも動きかけ、^{事業番号24}商店街連携システムの構築を行います。これにより、逸品の販売や共同出店、サイバーモール（仮想商店街）の構築などの市全域の商店街との連携を図る仕組みが整い、全市の商店街が結束を固め、相互メリットを生むことができます。また^{事業番号11}各種サービス制度の開発事業を行うことで、消費者にとっての利便性を向上させ、まちへの興味を深めながら、商業集積が持つておくべき顧客情報の蓄積を図り、きめの細かい商業展開を実現できるようになります。またそれら商店街全体に関わるもののほか、商店街が個店を育てる努力もしていかなければなりません。

^{事業番号10}個店力総合UP

市民の中でもぶらぶらファンと呼ばれる人たちは、まちを支える重要な位置を占めています。この人たちと商業者有志が協働して設置する^{事業番号10a}連携組織友の会事業は、さらなるファンを増加させ、地域に関りながら相互に支えあって商業集積の安定を図ることに重要な役割を果たします。またこれにより、地元消費のメリットを浸透させ、ひいては中心市街地コミュニティというものの魅力を認識させることにもつながります。





また、商業・サービス業の専門家を招き、商店主への指導や、勉強会や商人塾を開催する事業番号10c 商店主自己啓発事業は、商店主自身の商業知識や経営レベルの向上と新しい業種への転換や、現在の店舗を魅力アップさせる方策の獲得をもたらす、常に動きのある商店街を形成していく基礎になります。

以上と並行して、商業者が持っている資源、つまり建物・内装(店)、商品(物)、専門家(人)に磨きをかけてさらなる個性化を行い、それを「売り」としてクローズアップさせて、個々の店を地域内で独自のものとしていく事業番号10b 店の資源個性化活用事業により、店、物、人のそれぞれのレベルでの魅力アップ・クォリティアップを図り、消費者を惹きつけ、個店の潜在能力をフル活用した、堅牢な集客装置として商店街が機能するようになります。

それぞれの個店の総合力を互いに上げていくことで、商店主のレベルが上がり、消費者との信頼関係が生まれ、個性化が固定客を生み、総体的に商業集積のレベルアップが図られ、中心市街地を取り巻く商業環境の変化に対しても強固なまちをつくることができます。

TMO レベルでの魅力 UP

土地・建物の流動化を促しながら、商業集積全体の適正店舗配置を視野に入れ、様々な新業種などの展開、不動産プロジェクト、身の丈にあった再開発などを、テーマ性も意識しながら行っていく事業番号12 テナントミックス事業は、TMO が主体的に行っていく事業です。まちの新陳代謝が活発になり、多様な店舗展開が可能となるほか、常に「おもしろいまち」が演出されるとともに、社会状況の変遷にも強いまちの体質を維持します。

また、中心市街地を交流の場とするために必要な観光という要素を加える、事業番号14 観光商店街形成支援事業では、観光客という新しい顧客を獲得できることで消費人口の増加を図ることが可能となり、多機能な商業集積を形成していけるようになります。

これらを含め、行政や商店街、或いは市民レベルでは難しいまちの活性化の部分をTMO が担うことで、まちのクォリティが向上し、多機能性の幅が広がり、総合的なまちづくりが可能となります。

2. お気に入りの風景やスポットのあるまち

まちの風景には、様々なものがあります。風景が魅力となるまちを形成していくためには、風景そのものについて考える必要があります。

和歌山城は大きな地域資源ですが、これ以外にも今まで気づかなかった地域資源は数多くあると思われます。普段は意識されないものであっても、和歌山を訪れる交流客にとっては、それが独特の地域資源であり魅力となるものもあります。

そう考えていくと、地域資源の掘り起こし作業は非常に重要です。そして市民がその資源を大切に思い、磨きをかけていこうとする活動が、まちづくりに市民が積極的に参加するまちの形成には大きな力となります。

花や緑が多いまちであることはもちろん、癒される風景があることもまちの魅力の重要な要素です。また、暮らしの風景が魅力となるような空間があることも必要です。このほか、自然の風景、心和む風景、いにしへの風景やモダンな風景、アジア的風景など、多種多様な風景をまちの魅力として保っていく努力が、新しい城下町を形成していくことでしょう。

事業番号16
ふつけい.Com 地域資源アイテムの発掘とPR、活用など

WEB上で、地域資源をいろいろな人々が自由に蓄積、マッピングでき、テーマやキーワードに応じて検索できる^{事業番号16a}地域資源情報地図蓄積活用システム構築運営事業は、市民によるこの地図データベースが機能し、活用されることで、まちの情報が様々な角度から利用できるとともに、そのセットアップやアップロード、運営に市民が関わりを持つことにより、コミュニティやネットワークの形成やまちを育む機運が生まれると考えます。このシステムは、様々な活用が可能で、その多くは利用する市民によると想定していますが、^{事業番号16b}アップロードに際して行われる、地域資源発掘市民参加イベント開催事業は、自分たちのまちの資源への興味、愛着を生み、それらをPRしたり、保存したりする意識が芽生える絶好の機会となります。





以上のような WEB を中心にした地域資源発掘は今後のまちづくりにとって、大きな原動力になると考えられます。

一方で、中心市街地のまち並みについて、市民それぞれが、誰が何をできるかを明確にし、その活動を積極的に行おうとする^{事業番号16c}街並み点検隊事業は、市民が役割分担をして、まちの風景の問題を解決していくなど、時間がかかっても、「まちは市民のもの」として風景の質を高めていくこととなります。

ふうかい.Com事業の実施で、風景をまちの重要な資源と考えて、人々が集まり、それを活用し、情報発信するという連の活動が常態化し、地域資源への愛着が生まれるとともに、ふるさとの中心市街地を誇り大切に作る気運が高まります。

市民・行政 皆が関わり連携する市街地改善プログラムの実施

WEB 上での試みは、現実社会の風景を仮想世界のなかで結び付け、蓄積整理し、現実世界での活用を図るものですが、一方で、人が直接行わなければならない現実の身近な問題が存在します。

まちを維持していくための身近な課題として、ごみ、落書き、治安、清掃など様々なものがあります。また、景観上の課題や、まちを利用する上での課題、つまり、看板や占有許可など、解決すべき規制上の課題があります。これらについて市民が、主体的に行政と連携を保ち、風景改善・規制緩和等の合意形成及び解決策の実施を図る^{事業番号7}風景改善・規制検討事業では、市民とそれを支援する行政が、納得しながら問題点を一つ一つ解決していく過程が在り、その過程でコミュニティ意識が醸成され、人々の意識が向上することによって、徐々にではあっても美しいまちが出来上がっていくと考えます。

上記活動を通じてまちが美しくなってくる時期を見て、必要に応じて芝生を敷いたりオブジェを設置したりする小さなハード整備を行う^{事業番号1}市街地ミニ整備改善事業では、TMO や行政がスポット的な整備を行うことで、まちにアクセントが生まれ、費用対効果の高い整備が実現します。

また、^{事業番号2}ふらくり歩行環境整備事業などにより、市営駐車場からのアクセス動線が整備され、その周辺の雰囲気作りがなされ、まちの風景の幅が広がっていきます。

このように、ソフトからハードへ小規模に緩やかに進む市街地整備、つまり、時間はかかるけれども市民、行政、TMO が連携して合意形成を図りつつ行う風景・景観改

善のアプローチは、市民の意識も含めてまちを徐々に変化させ、メリハリのある地域の風景を形成していきます。

3. 長い時間ゆっくりと過ごせるまち

中心市街地は、交流の舞台であり、交流の受け皿です。そのためには、人に優しいまちであることと、人がやって来やすいまちであることは重要な課題です。ここでは、市民レベルのネットワークが充実したまちであることはもとより、市民等の活動の場があることが必要です。またゆっくりと留まれる場所を創造し、目的がなくとも歩き回れるようなまちを創る必要があります。

動的な駐輪対策

本来自転車は、店舗などの目的地の入り口まで行けるメリットを持っています。一方で商店街など、アーケード等で一体化した商業集積では、歩行者と自転車の混在が安全性や景観を低下させる要因ともなっています。歩行者の安全確保と商店街の景観整備、快適な消費空間の確保を図るために、中心市街地内の一定地域では、商店街の入り口を目的地の入り口と捉えるなど、ルール作りを行い臨機応変に駐輪を誘導する^{事業番号8}駐輪対策システム構築事業が必要です。円滑な運用により、市民の中心市街地へのアクセスにおいて、自転車の利便性が向上し、身近で手軽な地域として、来街者の増加が期待できます。

まちなかに展開する市民ギャラリー

商店街を時間消費型商店街とし、同時にまちづくりへの市民参加意識の醸成を図る^{事業番号17}まちなかギャラリー整備運営事業は、例えばアーケード下の文化サークル発表の場など、中心市街地を市民ギャラリー化する事業です。様々な市民による発表の場が形成され、人々がそこに集まり、かつての城下町がそうであったように、庶民の文化をリードする場所としてまちの機能を高めます。

オープンカフェ等の交流スペース

市民が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、オープンカフェ等の滞留施設の整備を目指すなどして、勉強会・合意形成から始める^{事業番号6}滞留環境整備誘導事業では、中心市街地の要所要所に市民が心地よく滞留できるスペースが確保され、時間消費型の交流者に対応したまちを形成します。





和歌山城で時を過ごす

和歌山城は大きな観光資源であり最適な滞留環境のひとつでもあります。
事業番号31
城フェスタ開催事業による様々なイベントの実施は、市民はもとよゝ観光客にも、ともに楽しみながら和歌山の良さを知ってもらふ機会となります。これをきっかけに、和歌山城からロイネットホテルを経てぶらくり周辺地域へと至る地域が交流の場として認知され、朝市などの新たな賑わいも生まれてくるのが期待できます。

4. 高齢になっても生き生きと暮らせるまち

あらゆる世代が都市型の生活を営み、高齢になっても生き生きと暮らせるまちを実現していくことが、さらに交流を生み、中心市街地としてのクオリティを向上させます。全ての世代でまちを共有できることや今後の人口動態に対処できることが中心市街地に求められています。居住環境が整ったまちであることは勿論、生活をしていく上で便利であることが重要です。また、商業集積としての魅力が高く、移動環境が整ったまちであることは、地方都市のライフスタイルを支える大きな魅力になります。また、今後の社会的な変化を考えると、子供も高齢者も安全であること、多種多様なコミュニティが機能するまちであることが求められます。

あらゆる人がまちに集まる仕組みを作る

多くの市民が集まることを前提に、まちを設計する必要があります。世代に偏りなく人が集まる魅力のある場所は、暮らしの場としても快適です。そこでは、公共の利便性が高く、市民の交流のための施設があり、公的性格を持つ窓口なども設置されることが望まれます。そのため、事業番号26
公共的出先機関の窓口等設置検討事業により、市民が日常的に必要な手続きを中心市街地で全て行えることを目指します。

事業番号19
こども村づくり促進事業では、こども店長のフリーマーケットなど、こどももまちの風景の一翼を担い、まちなかは、そこで様々な体験をすることにより、社会的能力などを獲得していくフィールドとなって、まちの機能の幅が広がります。こどもがまちに集まることで、優しいまちが意識されるようになります。また、事業番号27
市民・学生・行政まちなか連携組織設置事業では、市民や行政の連携作業に加えて学生のまちづくり活動がまちな

かに新しい風を呼び込むと期待できます。様々な人々の連携の総合力が高まると共にまちの活力も向上していきます。

事業番号25
中心市街地バス路線整備事業などにより、全市域から人が集まりやすくなります。高齢者にとって^{事業番号21}100円バス券サービス事業のようなサービスがなされることが、中心市街地を自分たちの活動の場にするひとつの誘因となり、まちで時間を過ごすケースが増加し、元気な高齢者の増大が期待できます。

また、中心市街地では、ユニバーサル¹という発想が今後重要になります。ノーマライゼーション²の意識が浸透する中、障害者や高齢者がまちなかで工房型の店舗を持ち、社会の一員としてまちを支えたり、探さなければなかなか手に入らない子育てのための商品がこのまちには置いてあるという、^{事業番号13}ユニバーサルな店舗開設(支援)事業は、全ての人々が中心市街地に意義を見出せるようなまちづくりを目指します。

子どもから高齢者まで、様々な年齢層、様々なジャンルの人々が中心市街地に集まりやすくなり、多重なコミュニティ層が生まれることは、質の高いまちの形成につながっていきます。

- 1：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。
2：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。

交流者に優しいまちを演出する

まちに来る人を優しく迎える雰囲気作りや景観美創出を目指す、^{事業番号18}優しい花のまち事業は、環境負荷にも配慮してまちを飾る事業です。人の心を優しくする花などをまちに増やしていくことで、人がやってくる環境もさることながら、住む環境としても優しいまちとなります。

また、ポケットパークや中高年が集まれる場など、まちなかに気軽に行ける小規模の交流の場の設置を行っていく、^{事業番号5}心のさしかけ設置事業では、多様な人々が、まちに行けば自分の居所があり、訪れることで心が癒されたり趣味が実現できる、そういうシーンを演出します。

まちや商店街をよく知る人々による案内人事業、^{事業番号15}まちのコンシェルジュ事業では、初めてまちを訪れる人々やまちに不案内な人々にも、まちの状況を案内できるコンシェルジュ(案内人)の設置により、だれにも安心してわかりやすいまちとなります。

まちを訪れる人々にとって、心が休まり、安心安全に居続けられる優しいまちの実現を目指します。





住む人にも優しくやって来る人にも優しいまち

こどもや高齢者、障害者にとって、バリアフリー¹な歩道は安心です。電線共同溝事業^{事業番号4}は、可能な限り歩行者にとって優しいまちづくりをし、誰もが安心安全に歩行・回遊できるまちを形成していきます。

タウンモビリティのまち構築事業^{事業番号20}は、話し合いから始め長い期間をかけて実現する長期事業です。高齢者・障害者が自由にまちのなかを移動でき、全ての人々が助け合って暮らせ、交流できるまちへと向かって、質の高いまちづくりが進められます。

また、中心市街地内の公園周辺地域を、住宅や福祉拠点や市民の憩いの場とする複合的な場所として整備を図る公園を中心とした多機能住環境整備事業^{事業番号3}は、少子高齢社会に突入した和歌山市において「ひとの住むまち」としての機能を全体的に向上することが出来ると考えられます。

住み暮らす人々がいて、そこに交流者がやってくる、互いの交流が生まれまちが活性化するという中心市街地が持つ機能を最大限発揮できる基礎を、5年以内に確立することを目指します。

1：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。

5. 市民とTMOと行政が連携するまちづくりの推進

行政においても、中心市街地のまちづくりについて、本計画が円滑に実施出来るよう努力する必要があります。^{事業番号29}中心市街地活性化基本計画進捗管理事業においては、説明会の実施やパンフレットの配布、行政内部の進捗の管理等、本計画を実施するに当たっての様々な取り組みをしていきます。

また、TMOはまちづくりの中核をなす組織であることから、^{事業番号23}TMO事業構想改訂版の策定事業において、今後TMOが実施する事業について、明確にし、市民等に周知するとともに、国を始め行政関連機関とも連携していきます。また、本市も^{事業番号22}TMO支援事業において、TMOがまちづくりの核として認められ、総合的なまちづくりの原動力となれるよう、支援していきます。

さらに本市では、^{事業番号28}「まちづくり1,000人会」運営事業を行い、市民参画の向上や効率のよい市民参画の方法を探り、市民の方々との連携を強化していきます。

また、本計画で想定し切れなかった喫緊の事業についての対応として、^{事業番号30}市民参画による協働の企画立案・計画・実施事業では、市民がその担い手となり行政との協働体制で計画作りから実践までを行えるよう、趣旨に沿った事業であれば、基本計画事業として位置付けが可能な記述となっています。





D. 施策及び事業

施策及び事業についてはTMOが実施すべき事業も含め、次にまとめています。これらの事業は、常に周りの情勢・状況等を勘案し、状況に即した対応をしながら進めていくものとしています。

なお、各事業を実施するための市民・行政・TMOなどの役割分担については、現在想定される役割を記述していますが、事業実施段階では、実施主体の自主性を尊重し、協働する各々の役割を協議の上、より明確にし、実状にあった役割分担で事業を推進することとします。

1. 事業一覧表



事業番号	事業名	中心になると考えられる組織		1例としてのそれぞれの役割 (支援・協力等) (市民は地元住民, 学生, NPO等の団体を含む)
公共の用に供する施設の整備その他の市街地の整備改善のための事業				
1	市街地ミニ整備改善事業	行政	行政でしかできない部分の整備を推進	市民 ^{*1} , 商業者 ^{*2} : TMOへハード整備要望の提出, 事業評価 TMO: ハード整備関係の市民側の窓口機能を受け持ち, 合意形成から計画策定等の過程を経て行政に要望を伝達, 連携のもと事業実施。事業評価
2	ぶらくり「歩行環境」整備事業	行政	交通量調査, アンケート調査等事前調査を含む	市民, 商業者: アンケート調査や計画策定ワークショップなどに参加 TMO: 計画策定ワークショップなどに参加, 関連事業としてTMOができる事業は連携展開
3	公園を中心とした多機能住環境整備事業	行政	計画づくりを推進	市民, 商業者: ワークショップなどを通じて地域福祉計画等を考慮しながら, 計画づくりに参画 TMO: ワークショップなどを通じて地域福祉計画等を考慮しながら, 計画づくりに参画
4	電線共同溝(市駅小倉線一部)事業	行政	事業主体	
商業活性化のための事業				
ハード事業				
1	市街地ミニ整備改善事業	TMO	民間でできる部分の整備を促進	市民, 商業者: TMOへハード整備要望の提出, 事業評価 行政: 既存の国の補助制度があれば活用支援, アドバイス・許可等その他可能な協力
5	和歌山陽だまりのまちづくり「心のさしかけ」設置事業	TMO	サロン運営, マネジメント, PR, 国等の既存補助制度があれば申請	市民: 施設の利用と運営協力 商業者: 施設の提供, 賃借料の負担等 行政: 場所の確保, イベント募集, 広報, 補助金等があれば活用支援・協力
ソフト事業				
6	「滞留環境」整備誘導事業	TMO	勉強会の開催, 資金相談, 開業支援, 関係者調整等	市民, 商業者: 勉強会等へ参加, オープンカフェ等の整備・開業を目指す。 行政: 既存の国の補助制度があれば活用支援, 許可, 場所の提供等可能な協力

* 1: 場合によっては地元住民, 学生, NPO等の団体なども含むものとします。

* 2: 場合によっては商店街協同組合, 商店街振興組合等および商工会議所も含むものとします。

事業内容	事業名	事業番号
公共の用に供する施設の整備その他の市街地の整備改善のための事業		
<p>適正な規制の強化と緩和や地域の問題を地域住民や市民等が、合意形成の上解決する「風景改善・規制検討事業」の次の段階として、市街地の整備による風景・景観の向上を図るため、市民発案をもとにした整備等を、行政^{*1}・TMO 連携の下に推進する。</p>	市街地ミ二整備改善事業	1
<p>交流者に「より安全で快適な歩行環境」を提供し、同時に市営駐車場からのアクセス動線の確保を図るため、ぶらくり丁へ至るアクセス動線を「老若男女誰にでも優しいバリアフリーな道路」として整備する。</p>	ぶらくり「歩行環境」整備事業	2
<p>定住人口の増加、福祉拠点及び市民の憩いの場としての複合的な場所の確立を図るため、中心市街地内の公園の周辺地域を多機能な住環境エリアとして、また福祉の拠点として整備することを目指し、空き家等既存資源を生かしながら、周辺住民等の合意形成を図るとともに、民間による事業や地域再生計画等国の支援も視野に入れて慎重に計画づくりを推進する。</p>	公園を中心とした多機能住環境整備事業	3
<p>子どもや高齢者、車椅子を利用する人たちを含めた全ての人々が、安心・安全に歩行できる環境作りや災害時に強い防災環境作り、また電線、電柱がなくなることによる景観の向上を目指し、電線共同溝工事並びに歩道整備をおこなう。</p>	電線共同溝（市駅小倉線一部）事業	4
商業活性化のための事業		
ハード事業		
<p>適正な規制の強化と緩和や地域の問題を地域住民や市民等が、合意形成の上解決する「風景改善・規制検討事業」の次の段階として市街地の整備による風景・景観の向上を図るため、市民発案をもとにした整備等を、行政・TMO 連携の下に、推進する。</p>	市街地ミ二整備改善事業	1
<p>まちなかに気軽に外向ける小規模の交流の場の創出を図るため、コミュニティセンターや公民館より小規模な交流の場を設置し、ものづくりなど趣味の会等が開ける気軽に利用できる施設を整備する。</p>	和歌山陽だまりのまちづくり「心のさしかけ」設置事業	5
ソフト事業		
<p>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、「水と緑に囲まれたオープンカフェ」等の整備・開業を目的に、まちづくり勉強会等の開催や事業を実施する。</p>	「滞留環境」整備誘導事業	6

* 1：主として和歌山市を指すものとします。場合によっては、和歌山県や国を含むものとします。

事業番号	事業名	想定される実施例
公共の用に供する施設の整備その他の市街地の整備改善のための事業		
1	市街地ミニ整備改善事業	<ul style="list-style-type: none"> ・芝生の広場などの公園整備，ペンキの塗り替えなどのまちのメンテナンス，花の広場，オブジェ¹の設置，堀詰橋のステンドグラスを生かしたライトアップなど。 ・歩行環境の整備等を考慮し，JR 和歌山駅および南海和歌山市駅から重点区域に至るアクセス動線となるルート周辺市街地整備を機会を捉えて適切に実施。
2	ぶらくり「歩行環境」整備事業	市営駐車場である本町地下駐車場，城北公園地下駐車場からの動線整備等。
3	公園を中心とした多機能住環境整備事業	駐車場，多世代同居型住宅，高齢者向き住宅，老人ホーム，総合ケアステーション，その他福祉・医療施設等を，空き家等既存資源を生かしながら設置。
4	電線共同溝（市駅小倉線一部）事業	南海和歌山市駅からぶらくり丁への動線である市道市駅小倉線の九家ノ丁交差点より本町3丁目交差点の間の整備。
商業活性化のための事業		
ハード事業		
1	市街地ミニ整備改善事業	<ul style="list-style-type: none"> ・芝生の広場などの公園整備，ペンキの塗り替えなどのまちのメンテナンス，花の広場，オブジェの設置，堀詰橋のステンドグラスを生かしたライトアップなど。 ・歩行環境の整備等を考慮し，JR 和歌山駅および南海和歌山市駅から重点区域に至るアクセス動線となるルート周辺市街地整備を機会を捉えて適切に実施。
5	和歌山陽だまりのまちづくり「心のさしかけ」設置事業	ものづくりなどの趣味の会の開催，小ギャラリー，中高年の居場所の設置。
ソフト事業		
6	「滞留環境」整備誘導事業	<ul style="list-style-type: none"> ・計画立案会議の実施 ・勉強会の実施 ・「滞留の小道」指定 ・安心安全スペース認定 ・オープンカフェ実施

1：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。

実施予定年度					評価指標	21年度目標値	目標値算定根拠等	貢献すると思われるテーマ				事業名	事業番号
H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度				(H22年度)	高齢になっても生き生きと暮らせるまち	長い時間ゆっくりと過ごせるまち	お気に入りの風景やスポットのあるまち		
公共の用に供する施設の整備その他の市街地の整備改善のための事業													
					合意形成ができ、整備が完了した箇所の合計数	1						市街地ミニ整備改善事業	1
					整備前と比べたがらくり入り口での通行量UP率	50%						がらくり「歩行環境」整備事業	2
					検討成果(実現可能な手法の確立)							公園を中心とした多機能住環境整備事業	3
					整備進捗率	100%						電線共同溝(市駅小倉線一部)事業	4
商業活性化のための事業													
ハード事業													
					合意形成ができ、整備が完了した箇所の合計数	1						市街地ミニ整備改善事業	1
					トータル利用者数	のべ400人	200人/年×2年					和歌山陽だまりのまちづくり「心のさしかけ」設置事業	5
ソフト事業													
					勉強会から生まれたオープンカフェ等の店舗数	2店舗						「滞留環境」整備誘導事業	6

は市民ワークショップでの出所テーマ。
出所がワークショップでないものは、最も強く影響すると思われるテーマ。

事業番号	事業名	事業を実施することで解決に寄与と思われる課題 (…直接 ……間接)											
		市民レベルのネットワークが充実したまちであること	まちが交流の舞台となること	地域資源の掘り起こしができること	まちづくりに市民が積極的に参加するまちであること	多種多様な風景がまちの魅力として保たれること	花・緑の多いまちであること	癒される風景があること	暮らしの風景が魅力となるような空間があること	新陳代謝のあるまちであること	まちの魅力化の努力を意欲的に行えること	個店に独特の魅力があること	まちの情報が常に発信されていること
公共の用に供する施設の整備その他の市街地の整備改善のための事業													
1	市街地ミニ整備改善事業												
2	ぶらくり「歩行環境」整備事業												
3	公園を中心とした多機能住環境整備事業												
4	電線共同溝(市駅小倉線一部)事業												
商業活性化のための事業													
ハード事業													
1	市街地ミニ整備改善事業												
5	和歌山陽だまりのまちづくり「心のさしかけ」設置事業												
ソフト事業													
6	「滞留環境」整備誘導事業												

事業を実施することで解決に寄与すると思われる課題（ ……直接 ……間接）											事業名	事業番号	
が ゆ つ く り 留 ま れ る 場 所	の 目 的 は 無 く も 歩 き 回 れ る ま ち で あ る こ と	が 人 が や っ て き や す い ま ち で あ る こ と	が 市 民 等 の 活 躍 の 場 が あ る こ と	が 人 に や さ し い ま ち で あ る こ と	が 今 後 の 人 口 動 態 に 対 処 で き る こ と	が 全 て の 世 代 で ま ち を 共 有 で き る こ と	が 生 活 に 便 利 で あ る こ と	が 子 ど も も 高 齢 者 も 安 全 で あ る こ と	が コ ミュ ニ ティ が 機 能 す る ま ち で あ る こ と	が 商 業 集 積 と し て の 魅 力 が 高 ま る こ と			が 居 住 環 境 が 整 っ た ま ち で あ る こ と
公共の用に供する施設の整備その他の市街地の整備改善のための事業													
												市街地ミ二整備改善事業	1
												ぶらくり「歩行環境」整備事業	2
												公園を中心とした多機能住環境整備事業	3
												電線共同溝(市駅小倉線一部)事業	4
商業活性化のための事業													
ハード事業													
												市街地ミ二整備改善事業	1
												和歌山陽だまりのまちづくり「心のさしかけ」設置事業	5
ソフト事業													
												「滞留環境」整備誘導事業	6

事業番号	事業名		中心になると考えられる組織	1例としてのそれぞれの役割 (支援・協力等) (市民は地元住民, 学生, NPO 等の団体を含む)
7	風景改善・規制検討事業		TMO: 中心となって市民ボランティアチームの立ち上げ, 運営管理, 要望の取りまとめ等 行政: 規制緩和・強化等	市民・商業者: TMO が主催するワークショップ等への参加, ボランティアチームへの参加 TMO: 自治会・商店街・市民などの意見をまとめ合意形成した上で行政へ要望するためのワークショップ等の開催 行政: 個別アプローチへの協力, 事業の評価支援, 市民ボランティア募集
8	駐輪対策システム構築事業		商業者 ルール作りをし, どの商業者も主体となる。	市民: 駐輪の弊害を理解して協力 商店街: 商業者間の調整, 企画立案 TMO: 対策検討会議に出席 行政: 放置自転車対策等可能な協力
9	商業活性化会議設置事業		TMO 商店街連合会などと密接な連携を取りながら運営	商業者・商店街: TMO と密接な連携を取りながら TMO の企画立案のもと自主的な運営を図る 行政: 規制緩和など可能な協力
10	個店力総合 UP 事業		TMO 全体計画・管理・運営	/
	a	(仮称)友の会事業	商店街 商店街以外の商業者とも協働	市民: 友の会への参加 商業者: 友の会への参画, ポイントカード等への負担協力 TMO: 事務局運営 行政: 可能な協力
	b	店の資源個性化活用事業	商業者 自らの専門性を前面に出したアピール。逸品倶楽部への参画, 逸品製作, <u>ファサード</u> ¹ ・店内改装, 連携してPR など	市民: 店舗の利用 商店街: 商店街以外の商業者と協働で逸品開発等 TMO: 隠れた専門家の掘り起こし, 事務局運営, アドバイス, PR 等 行政: 国等の既存補助制度があれば活用支援, 可能な協力
	c	商店主自己啓発事業	商店街 商店街以外の商業者とも協働	商業者: 勉強会, 講習会への参加 TMO: 事務局運営等 行政: 専門家の派遣等の協力
11	各種サービス制度の開発事業		TMO 企画立案・事業実施	商店街・商業者: 制度への参加, 支援協力 行政: 既存の国等の補助制度があれば活用支援, その他可能な協力

1: 建物の前面の外観

事業内容	事業名	事業番号
<p>活性化実現に向けて、現状の様々な規制の強化や緩和を図るため、市民や地元住民、NPO や企業などが様々な意見を出し合い、合意形成を図りながら、まちのあるべき姿に沿って規制緩和・強化を推進する。また、現状を踏まえて解決しなければならない問題の解決を図るため、発生している問題（例：ゴミ、落書き、治安、公園の掃除等）に対し、地域住民・市民・商業者等で構成するボランティアチームなどで解決策を検討し、実践する。</p>	<p>風景改善・規制検討事業</p>	<p>7</p>
<p>歩行者の安全確保と商店街区の景観整備、快適な消費空間確保を図るため、駐輪対策システムを構築する。自転車は自動車とは性質が違い、各店舗入り口までの交通手段として使用されていることから、駐輪を臨機応変に誘導するような対策が必要であり、その仕組作りをおこなう。</p>	<p>駐輪対策システム構築事業</p>	<p>8</p>
<p>商業活性化を目的とした商店街ベースの事業展開を図るため、商店街が連携し、定期的に様々な検討をする会議を設置・運営する。</p>	<p>商業活性化会議設置事業</p>	<p>9</p>
<p>店主の自助努力創出とそれへの支援の仕組を形成するため、様々な事業や手法を組み合わせ、相乗効果を生みながら個店の魅力 UP を図る。また必要に応じて詳細事業については見直しを行い内容の変更や事業の追加、取り止め等を動的に実施することも想定。</p>	<p>個店力総合 UP 事業</p>	<p>10</p>
<p>店主と周辺のまちづくり関係者との連携を図るため、市民・商業者協働の友の会を設立・運営する。 関係者の連携が個店の魅力 UP につながるような会を想定。</p>	<p>(仮称) 友の会事業</p>	<p>a</p>
<p>店の資源である「人」「物」「店」を個性化して個店や商店街への誘客を図るため、商業者間で連携し、消費者の声を前面に出し、反映させながら、店の専門家のクローズアップ、名物品（逸品）の企画・開発・販売、店の視覚的なグレード UP などをおこなう。</p>	<p>店の資源個性化活用事業</p>	<p>b</p>
<p>商業・サービスの専門家を選び、専門的な見地からの指導を受けられる体制を確立する。 また、店主の魅力ある店舗形成能力の向上を図るため、勉強会あるいは商人塾等を開催する。</p>	<p>商店主自己啓発事業</p>	<p>c</p>
<p>来街者への利便性の提供とデータ蓄積を図るため、様々なシステム構築や制度を実施するなど、収益性や顧客情報管理等に利用できるデータ蓄積性を持った多彩なサービス制度・事業の開発等をおこなう。</p>	<p>各種サービス制度の開発事業</p>	<p>11</p>

事業番号	事業名	想定される実施例
7	風景改善・規制検討事業	<p>・5W2H¹のPDCAサイクル²を確立して全員で評価する仕組みづくりを行いながら解決策を検討し、実践。</p> <p>・内川遊歩道の開放時間、車の進入規制、景観条例の強化・緩和、照明・騒音などに関する規制・緩和、イベント等に関する規制・緩和、公園関係の規制・緩和などの検討。</p> <p>1：5W(Where Why What Who When) 2H(How How much) 2：Plan(計画), Do(実施), Check(検証・評価), Action(見直し)の繰り返しのこと。</p>
8	駐輪対策システム構築事業	<p>状況把握をおこなうため、自転車使用者や消費者にアンケートを実施。動的な駐輪場所による実証実験。対策会議も実施。</p>
9	商業活性化会議設置事業	<p>集客の仕掛け、店舗バリアフリー、ユニバーサルデザイン³、不法駐車、商店主の支援、ぶらくりファンの獲得、美化などについての検討。</p>
10	<p>個店力総合UP事業</p> <p>a (仮称)友の会事業</p> <p>b 店の資源個性化事業</p> <p>c 商店主自己啓発事業</p>	<p>友の会、逸品倶楽部、勉強会・商人塾、テナントミックス、ファサード改装・店内改装、専門家による指導、店の専門家クローズアップ等。</p> <p>・意見交換の仕組みを形成。</p> <p>・ポイントカード等の手法を用いて消費者情報のデータベースの作成など。</p> <p>・店主・従業員が専門知識(例えば枕、帽子、リラクゼーションなど)を持ち、客をサポートしていけることを、前面に出してPR。</p> <p>・「逸品倶楽部」をつくり、個店ごとに他には無い逸品を開発して各店で販売。</p> <p>・商店街にテーマ設定をした場合などは、そのテーマに沿うように改装等を行うなど、個店のファサードや店内改装を積極的に実施。</p> <p>・タウンマネージャー派遣制度⁴などを活用し、商業集積についての一般論や個別論、まちづくりについての理論など学習。</p> <p>・経営に関する能力向上を目指す勉強会や講習会をはじめ、最新商業を取り巻く状況を認識し、魅力向上につなげる情報の収集・学習などができる勉強会や商人塾等を開催。</p>
11	各種サービス制度の開発事業	<p>利便性・ホスピタリティ・アメニティに考慮した来街者対応制度やカードサービス事業等の実施。</p>

3：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。

4：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。

実施予定年度						評価指標	21年度目標値	目標値算定根拠等	貢献すると思われるテーマ				事業名	事業番号
H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	(H22年度)				高齢になって生き生きと暮らせるまち	長い時間ゆっくりと過ごせるまち	お気に入りの風景やスポットのあるまち	個店の魅力で人を惹きつけるまち		
						解決された問題の数	4件	1件/年×4年					風景改善・規制検討事業	7
						駐輪システムに肯定的な消費者の比率	80%						駐輪対策システム構築事業	8
						会議により実施することになった施策数	10	2件/年×5年					商業活性化会議設置事業	9
													個店力総合UP事業	10
						消費者意見が反映された取り組みの数	12件	3件/年×4年					(仮称)友の会事業	a
						名物(人・物・店)として認知された数	50						店の資源個性化活用事業	b
						勉強会等に4回以上参加した人数	25人						商店主自己啓発事業	c
						実施できた制度数	5						各種サービス制度の開発事業	11

は市民ワークショップでの出所テーマ。
出所がワークショップでないものは、最も強く影響すると思われるテーマ。

事業番号	事業名	事業を実施することで解決に寄与と思われる課題 (…直接 ……間接)													
		核店舗に頼らない個店のまちであること	まちの情報が常に発信されていること	個店に独特の魅力があること	まちの魅力化の努力を意欲的に行えること	新陳代謝のあるまちであること	暮らしの風景が魅力となるような空間があること	癒される風景があること	花・緑の多いまちであること	多種多様な風景がまちの魅力として保たれること	積極的に参加するまちであること	まちづくりにより市民が積極的に関与できること	地域資源の掘り起こしができること	まちが交流の舞台となること	市民レベルのネットワークが充実したまちであること
7	風景改善・規制検討事業														
8	駐輪対策システム構築事業														
9	商業活性化会議設置事業														
10	個店力総合 UP 事業														
	a (仮称) 友の会事業														
	b 店の資源個性化活用事業														
	c 商店主自己啓発事業														
11	各種サービス制度の開発事業														

事業を実施することで解決に寄与すると思われる課題（ ……直接 ……間接）												事業名	事業番号	
ゆつくり留まれる場所 が創造できること	目的は無くとも歩き回 れるまちであること	人がやってきやすいま ちであること	市民等の活躍の場があ ること	人にやさしいまちであ ること	今後の人口動態に対処 できること	全ての世代でまちを共 有できること	生活に便利であること	子どもも高齢者も安全 であること	コミュニティが機能す るまちであること	商業集積としての魅力 が高まること	居住環境が整ったまち であること			移動環境が整ったまち であること
													風景改善・規制検討事 業	7
													駐輪対策システム構 築事業	8
													商業活性化会議設置 事業	9
													個店力総合 UP 事業	10
													(仮称)友の会事 業	a
													店の資源個性化 活用事業	b
													商店主自己啓発 事業	c
													各種サービス制度の 開発事業	11

事業番号	事業名		中心になると考えられる組織	1例としてのそれぞれの役割 (支援・協力等) (市民は地元住民, 学生, NPO等の団体を含む)
12	テナントミックス事業		TMO 戦略・企画立案, 事業実施	商業者: 自主的な経営努力の展開, 新規参入者との交流, 土地建物の有効活用 商店街: TMOとの連携, 支援協力 行政: 土地建物の流動化の促進, 既存の国等の補助制度があれば活用支援, その他可能な協力
13	ユニバーサルな店開設(支援)事業		NTPMOO 商業者・商店街と連携のもと, 企画立案・事業実施	市民・住民: NPOとの連携, 店舗の利用などの協力 商業者・商店街: TMO・NPOと連携, 商業コミュニティの一員としての受け入れ, その他可能な協力 行政: 既存の国等の補助制度があれば活用支援, PR等可能な協力
14	観光商店街形成支援事業		TMO 企画・立案, システム構築等 事務局運営	市民: 計画づくりに参画, もてなしの心で交流者に対応 商業者・商店街: 観光を意識した商店街構造等を模索し, 計画づくり, 実施等に協力, または, 自ら実施 行政: 可能な支援等
15	まちのコンシェルジェ(案内人)事業		TMO 企画・立案, 事業実施	市民: コンシェルジェに応募等 商業者: コンシェルジェに応募等 行政: 可能な支援, 協力
16	ふうけい・Com事業		TMO 全体計画・管理・運営	運営・管理体制を明確にするために, 行政・TMOの協議・協働で市民ボランティアのNPO化などを図る。企業化も視野に入れ, 企業化した場合は実施主体がその企業に移行
a		地域資源情報地図蓄積活用システム構築運営事業	T市民 市民はシステム構築参画や運営管理等を主体的に実施 TMOは事務局を運営	市民: 情報提供, ボランティア参画 商業者: 情報提供, 資金提供, ボランティア参画等 行政: 観光資源アドバイザーとして参画, PR等可能な支援・協力
b		地域資源発掘市民参加イベント開催事業	N市民 市民やNPOが主体となって実行委員会方式で運営	商業者: 実行委員会等に参加, 情報提供 TMO: 活動のきっかけづくり, 実行委員会等に参加, 関係者との調整, WEBへのアップロード, スポンサー募集, 会議場所の提供等 行政: 実行委員会等に参加, 可能な協力

事業内容	事業名	事業番号
<p>土地・建物の流動化を促しながら，商業集積全体の店舗の適正配置を視野に入れ，テーマ性も意識しつつ，様々な新業種などの展開，不動産プロジェクト，身の丈にあった再開発，その他有効な事業を推進する。</p>	<p>テナントミックス事業</p>	<p>12</p>
<p>高齢者，障害者その他様々な人々に対応した商品を売る店舗，或いは自らが販売する生産販売一体型工房の開設など，ユニバーサルな発想を生かした店を，NPO等との連携のもと，空き店舗等を利用して開設する。</p>	<p>ユニバーサルな店開設（支援）事業</p>	<p>13</p>
<p>中心市街地内に観光客等を誘導し，交流の場とし，買回り品主体の商店街から，観光系商店街の要素を加えて，消費者層の範囲拡大を図るため，土産物販売，物産販売，名物創出などにより，商店街等商業集積を観光に対応したものとするための事業を支援する。</p>	<p>観光商店街形成支援事業</p>	<p>14</p>
<p>交流客の利便性を高め，まち独特のシステムとしてまちの雰囲気に参加することをめざし，まちや商店街を良く知る人をコンシェルジェ（案内人）として配置する事業をおこなう。</p>	<p>まちのコンシェルジェ（案内人）事業</p>	<p>15</p>
<p>風景を発掘・創造し，地域資源として活用を図るため，和歌山市の中心市街地の風景・スポットを題材としたページを基本に，多様な展開ができるWEBを立ち上げ，双方向性のある動的な維持管理と利用を考慮した効率的な運営ができるシステムを構築する。</p>	<p>ふうけい.Com 事業</p>	<p>16</p>
<p>地域資源として，その場所の写真を市民がWEBにUPでき，それらを中心市街地の地図上にマッピングし，また，キーワードなどで選択的に地図上に再構成できるシステムを構築する。</p>	<p>地域資源情報地図蓄積活用システム構築運営事業</p>	<p>a</p>
<p>地域資源について，様々なイベント形式で地域資源情報地図蓄積活用システムを利用した資源の掘り起しをおこなう。</p>	<p>地域資源発掘市民参加イベント開催事業</p>	<p>b</p>

事業番号	事業名	想定される実施例
12	テナントミックス事業	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗対策：統一性を持ったテーマ（例：キッズ，レトロ等）を意識した業種展開やファサード・店内改装など。 ・インキュベータ¹施設の設置 ・不動産活用プロジェクト：空店舗，空地，空ビルの流動化を図る。また，地権者への活用知識向上のための講座や相談会の実施などを行う。 ・店舗リーシング²：個性的な店舗や，新しい品揃えの店舗，今無い業種・業態の店舗等の誘致・展開を働きかけるなど，新規事業展開を図ろうとする人への支援も含め，今までにないものの導入により，域内競争を活発化。 ・商業上のまちづくりのテーマ，コンセプトを決め，それを拠り所にルールづくりを行い，それに基づき商店の個性化を促進。
13	ユニバーサルな店開設（支援）事業	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者，障害者の就業機会を増やし，社会の一員として商業に携わり自立する場を提供するため，空き店舗などに，高齢者，障害者など自立を目指す人たちが生産販売一体となった店舗を開設できるよう支援・協力。 ・消費者のニーズに沿った他では買えないものを提供できる店舗（例：アトピーのこども用の食材販売，離乳食メニューのあるレストラン，おしゃれな介護用品店，障害者の為の喫茶店等）の開設支援・協力。
14	観光商店街形成支援事業	<ul style="list-style-type: none"> ・各店舗の逸品をはじめ，土産物，県特産品販売などを行う店舗エリアを設定，店舗導入し，新しいスポットとする。 ・観光客向けの名物品を創出。
15	まちのコンシェルジェ（案内人）事業	<p>自薦他薦を問わず希望者を募り，勉強会等を経て，TMO や専門機関などが認定し，「まちのコンシェルジェ」としてまちに出て，案内するシステムを確立する。</p>
16	ふうけい．Com 事業	<ul style="list-style-type: none"> ・テーマ別マップ作成 ・アップロードイベント ・お気に入りスポットコンテスト ・街並み点検 等
	a 地域資源情報地図蓄積活用システム構築運営事業	<ul style="list-style-type: none"> ・テーマを決めた地図の作成や，市民のネットワークでお気に入りのスポット情報の地図などを作成し，交流客にも利用できるようにする。 ・新しい観光資源発掘型の地図を基本にテーマを設定し，個店情報や風景情報，癒しの空間情報，暮らし実用情報など，様々なジャンルをダウンロードし，紙利用できる WEB 上の地図データベース作成（作成過程に市民が参加）。
	b 地域資源発掘市民参加イベント開催事業	<p>WEBを利用してイベント的に市民参加で実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・好きな場所アンケート ・和歌山まちフォトコンテスト ・小学生がみたまち風景展

実施予定年度					評価指標	21年度目標値	目標値算定根拠等	貢献すると思われるテーマ				事業名	事業番号	
H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度				(H22年度)	高齢になっても生き生きと暮らせるまち	長い時間ゆっくりと過ごせるまち	お気に入りの風景やスポットのあるまち			個性のあるまち
						TMOが空き店舗に新規出店させた数	50店舗	10店舗/年×5年					テナントミックス事業	12
						開設店舗数	4店舗	1店舗/年×4年					ユニバーサルな店開設(支援)事業	13
						観光交流客の来街率(アンケート対象者による)	10%						観光商店街形成支援事業	14
						街頭アンケートでの支持率	30%	コンシェルジェを知っている人の30%					まちのコンシェルジェ(案内人)事業	15
						テーマ数	10テーマ						ふうけい.Com事業	16
						全地図1テーマ当たりの平均アクセス数	1,500件/月						地域資源情報地図蓄積活用システム構築運営事業	a
						イベント参加者数	のべ500人	100人/年×5年					地域資源発掘市民参加イベント開催事業	b

は市民ワークショップでの出所テーマ。
出所がワークショップでないものは、最も強く影響すると思われるテーマ。

事業番号	事業名	事業を実施することで解決に寄与と思われる課題 (…直接 ……間接)												
		核店舗に頼らない個店のまちであること	まちの情報が常に発信されていること	個店に独特の魅力があること	まちの魅力化の努力を意欲的に行えること	新陳代謝のあるまちであること	暮らしの風景が魅力となるような空間があること	癒される風景があること	花・緑の多いまちであること	多種多様な風景がまちの魅力として保たれること	積極的に参加するまちであること	地域資源の掘り起こしができること	まちが交流の舞台となること	市民レベルのネットワークが充実したまちであること
12	テナントミックス事業													
13	ユニバーサルな店開設(支援)事業													
14	観光商店街形成支援事業													
15	まちのコンシェルジュ(案内人)事業													
16	ふうけい・Com 事業													
	a	地域資源情報地図蓄積活用システム構築運営事業												
	b	地域資源発掘市民参加イベント開催事業												

事業を実施することで解決に寄与と思われる課題（…直接 ……間接）											事業名	事業番号		
ゆっくり留まれる場所 が創造できること	目的は無くとも歩き回 れるまちであること	人がやっつきやすいま ちであること	市民等の活躍の場があ ること	人にやさしいまちであ ること	今後の人口動態に対処 できること	全ての世代でまちを共 有できること	生活に便利であること	子どもも高齢者も安全 であること	コミュニケーションが機能す るまちであること	商業集積としての魅力 が高まること			居住環境が整ったまち であること	移動環境が整ったまち であること
													テナントミックス事 業	12
													ユニバーサルな店開 設（支援）事業	13
													観光商店街形成支援 事業	14
													まちのコンシェルジ エ（案内人）事業	15
													ふうけい・Com 事業	16
													地域資源情報地 図蓄積活用シス テム構築運営事 業	a
													地域資源発掘市 民参加イベント 開催事業	b

事業番号	事業名		中心になると考えられる組織	1 例としてのそれぞれの役割 (支援・協力等) (市民は地元住民、学生、NPO 等の団体を含む)
16	c	街並み点検隊事業	TMO 有志グループでの勝手連的活動，TMO と連携	市民：グループに参加，情報提供 商業者：グループに参加，情報提供 TMO：活動のきっかけづくり，グループに参加，関係者との調整，WEB へのアップロード，スポンサー募集，会議場の提供等 行政：グループに参加，可能な協力
17	「まちなかギャラリー」整備運営事業		TMO 市民ボランティアチームの立ち上げ，運営管理，既存組織との連携	市民：有志によるボランティアスタッフとして実質活動主体となり，企画立案，資金調達，運営，関係機関への支援協力依頼等を行う サークル等：ギャラリーの積極的利用 市民・企業・団体等：事業への資金協力や協賛 行政：可能な限りの支援協力
18	優しい花のまち事業		行政 TMO に業務委託を想定，連携して可能な支援	市民：自作品を玄関口，店先等に展示，ボランティアとして植栽に協力，循環系の仕組みづくりに参画 商業者：店先に花の展示，植木の維持管理，循環系の仕組みづくりに参画
19	和歌山陽だまりのまちづくりこども村づくり促進事業		NPO NPO 法人による事業実施	市民・商業者：イベントへの参加，ボランティアとして運営に参加 TMO：活動の呼びかけ，アドバイスや情報提供 行政：既存の国等の補助制度があれば活用支援，官民協働のシステム作り
20	タウンモビリティ ¹ のまち構築事業		実施段階により中心になる組織等が変わる	市民：電動スクーターの確保・配置時に新しい NPO を立ち上げ，実施主体となる。学習会等への参加，官民協同システム構築参画等 商業者：店内のバリアフリー化，学習会等への参加，ホスピタリティの向上 TMO：バリアフリー化の周知徹底，商店街，慈善団体，関係団体への協力依頼，調整 行政：必要性・背景等の説明会，学習会開催協力，官民協働システム構築検討会，システムを受け持つ機構の立ち上げ等

1：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。

事業内容	事業名	事業番号
<p>中心市街地の街並みについて、その向上のために誰に何ができるかを明確にすることを目指し、有志のグループを作って、活動を行うことができるよう、支援・協力する。</p>	<p>街並み点検隊事業</p>	<p>c 16</p>
<p>ぶらくり各商店街を時間消費型商店街とし、同時にまちづくりへの市民参加意識の醸成を図るため、アーケード下を「文化サークルの発表の場」として活用、展示棚・ベンチ等を置くなどして、運営する。</p>	<p>「まちなかギャラリー」整備運営事業</p>	<p>17</p>
<p>まちに来る人を優しく迎える雰囲気作り、景観美の創出を推進する。環境負荷、資源再利用などに配慮しながら、花などを利用してまちを飾る。</p>	<p>優しい花のまち事業</p>	<p>18</p>
<p>中心市街地内における子どもたちの居場所・体験場所を確保し、遊びや学びのフィールドとするため、市民が主催する事業等を開催する。</p>	<p>和歌山陽だまりのまちづくりこども村づくり促進事業</p>	<p>19</p>
<p>移動に困難を持つ人々のまちなか移動を容易にし、行動範囲を広げることを目的に、タウンモビリティの導入を図る。 将来のまちの姿を見据え、広く地域住民、市民、商業者等にタウンモビリティの認知度を高め、受け皿となる体制作りを寄与するためのタウンモビリティを考えるまちづくり人づくり塾開催に始まり、電動スクーターや車椅子使用者の店舗内での買い物の利便性向上を図るための店内バリアフリー化の促進、ぶらくり各商店街等や中心市街地内で電動スクーターの貸し出し等を円滑にするための電動スクーターの確保配置、官民協働システム構築に至るまで、タウンモビリティをキーワードとして、できることから始め、時間をかけて、高齢者・障害者に優しいまちを実現できるように、順を追って事業を進めていくことを想定している。</p>	<p>タウンモビリティのまち構築事業</p>	<p>20</p>

事業番号	事業名		想定される実施例
16	c	街並み点検隊事業	実際に街並み向上ワークショップなどを行い、現実の特定ポイントを選ぶなどして、自分たち、TMO、商店主、行政等、それぞれの出来ることを明確にし、結果をWEBで発表・意見交換をするなどの活動。
17	「まちなかギャラリー」整備運営事業		絵画、生け花、写真、書道などの展示や、同時にファーストフード等を提供するモバイルユニット ¹ を整備するなどして活性化を図る。
18	優しい花のまち事業		<ul style="list-style-type: none"> ・市民寄せ植えガーデンデザインコンクール、寄せ植え講習会などを開催することなどで、店舗の入り口や中心市街地内住宅の玄関前、ベランダ等への植栽を促進し、花のまちとしての景観美を創出する。 ・資源再利用等、環境関係の啓蒙も兼ねて、循環型の生活提案を行うことを目的に、商店街から出る生ゴミを収集し、コンポスト(たい肥)化して、商店及び住宅の玄関前プランターに戻す仕組みをフラワー資源再利用計画として策定(モデル地区の設置、循環型まちづくりの啓発学習会開催、生ゴミの資源化、肥料化のシステム構築等)。
19	和歌山陽だまりのまちづくりこども村づくり促進事業		<ul style="list-style-type: none"> ・子ども店長が準備から参画するフリーマーケット開催。 ・まちで遊ぼうドラマワークショップ(ドラマによる表現教育。実生活に必要な他者を認めつつ自己表現する姿勢を養うことなどを目的)の定期開催。 ・サーカステントフェスティバル(公園にテントを設置しこどもフェスティバルを実施)の開催。 ・中心市街地内の公園にプレイパーク(安全な遊び場)を常設。
20	タウンモビリティのまち構築事業		<ul style="list-style-type: none"> ・タウンモビリティを考えるまちづくりひとづくり塾開催事業(正しい知識とその必要性を理解してもらうための説明会・学習会などを開催)。 ・店内バリアフリー化促進事業(店舗内の段差解消やレイアウト棚の工夫等バリアフリー化を促進するなど、電動スクーターや車椅子を利用しやすい環境整備を促進)。 ・電動スクーターの確保・配置促進事業(慈善団体や製造メーカーからの支援を求めるなどして電動スクーターを確保し、貸し出し拠点の確保と貸し出し制度のシステムを構築、地元の取扱店に販促機会の提供や協力依頼するなどの市民等の活動を支援促進)。 ・タウンモビリティ官民協働システム構築事業(中心市街地に住む人、訪れる人の中で電動スクーターや車椅子の必要な人に対してそれらを提供、域内移動の利便性を提供するため、NPOなどとの協働による活動を支えるシステムを構築)。

実施予定年度					評価指標	21年度目標値	目標値算定根拠等	貢献すると思われるテーマ				事業名	事業番号	
H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度				(H22年度)	高齢になっても生き生きと暮らせるまち	長い時間ゆっくりと過ごせるまち	お気に入りの風景やスポットのあるまち			個店の魅力で人を惹きつけるまち
					確実に不具合が修復された箇所	3箇所						街並み点検隊事業	c	16
					ギャラリー合計開催数	10回	2回/年 ×5年					「まちなかギャラリー」整備運営事業		17
					のべ参加戸数	全戸数の8割						優しい花のまち事業		18
					のべ開催イベント数	60	1回/月 ×5年					和歌山陽だまりのまちづくりこども村づくり促進事業		19
					運営ボランティアグループの発足数	18年度中に1グループ						タウンモビリティのまち構築事業		20

は市民ワークショップでの出所テーマ。
出所がワークショップでないものは、最も強く影響すると思われるテーマ。

事業番号	事業名		事業を実施することで解決に寄与と思われる課題 (…直接 ……間接)													
			核店舗に頼らない個店のまちであること	まちの情報が常に発信されていること	個店に独特の魅力があること	まちの魅力化の努力を意欲的に行えること	新陳代謝のあるまちであること	暮らしの風景が魅力となるような空間があること	癒される風景があること	花・緑の多いまちであること	多種多様な風景がまちの魅力として保たれること	まちづくりに市民が積極的に参加するまちであること	地域資源の掘り起こしができること	まちが交流の舞台となること	市民レベルのネットワークが充実したまちであること	
16	c	街並み点検隊事業														
17		「まちなかギャラリー」整備運営事業														
18		優しい花のまち事業														
19		和歌山陽だまりのまちづくりこども村づくり促進事業														
20		タウンモビリティのまち構築事業														

事業番号	事業名	中心になると考えられる組織		1例としてのそれぞれの役割 (支援・協力等) (市民は地元住民, 学生, NPO等の団体を含む)
21	100円バス券サービス事業	TMO	企画・立案・運営	市民：高齢者は利用 商業者・商店街：バス券サービスシステムに参加, その他必要な支援 行政：元気70パスをできるだけ継続, その他可能な支援
22	TMO支援事業	行政	TMOが効率的に事業運営出来る環境の構築を推進, TMOが行うまちづくり事業の促進	TMO：合意形成事業, まちづくり事業等の実施, TMOの役割と立場を理解してもらう活動を行う
23	TMO事業構想改訂版策定事業	TMO	TMO事業構想改訂版策定	市民：策定に参画 商業者：策定に参画 行政：策定に参画, 助言, 国等の補助制度があれば活用支援, その他可能な協力
その他高度化事業				
24	商店街連携システム構築事業	TMO	市域商店街, 個店等と密接な連携をとりながら運営	市民：ボランティアとして運営参加, 制度の利用 商業者・商店街：情報提供, システムへの参加, 資金提供等 行政：国等の補助制度があれば活用支援, その他可能な協力
25	中心市街地バス路線整備事業	民間		市民・商業者：民間会社, 行政への要望 行政：民間会社との調整, 要望等可能な支援・協力
その他活性化に必要な事業				
26	公共的出先機関の窓口等設置検討事業	行政	行政以外の公共的機関の設置に関しては連携	市民・商業者：アンケート等に回答, ワークショップ等に参加 公共的機関：ワークショップ等に参加
27	市民・学生・行政まちなか連携組織設置事業	TMO	運営・管理	学生：代表者を派遣, 企画運営に参画 市民：まちづくり団体などから代表者を派遣, その他連携を支援・協力 行政：企画運営に参画



事業内容	事業名	事業番号
高齢者の中心市街地までのバスアクセスの利便性向上を図るため、TMOで無料バス券事業について具体化の方法を考え、中心市街地へバスを利用してくる高齢者が、無料でバスを利用できるよう仕組みを検討し、事業実施する。	100円バス券サービス事業	21
TMOは中心市街地のまちづくりを推進する上で中核をなす重要な組織であることから、本市のTMOであるまちづくり会社(株)ぶらくりを一般に周知するなど、TMOとしてより効率的に事業運営が出来るような環境の構築を推進するとともに、(株)ぶらくりが行うまちづくり事業の促進を図る。	TMO支援事業	22
TMOが地域のまちづくりの中核組織となれるよう、和歌山市中心市街地活性化基本計画の改訂を受けて、事業・組織など、現状に対応できる形態を検討・構築し、TMO事業構想を改訂する。	TMO事業構想改訂版策定事業	23
その他高度化事業		
市域の商業集積をまとめた状態にするため、各商店街間・個店間の情報伝達を目指し、商業者団体とも連携を図りながら、様々なソフト施策と相互連携が可能なシステムの構築を図る。	商店街連携システム構築事業	24
JR和歌山駅、南海和歌山市駅の両駅及び市全体からのバスアクセスの利便性を向上するため、ぶらくり丁周辺の路線の新設あるいは見直しをおこなう。	中心市街地バス路線整備事業	25
その他活性化に必要な事業		
ぶらくり丁周辺地域における公共の利便性向上を図り、あわせて市民の交流の場を創出するため、公的性格を持つ機関やその窓口設置について検討する。	公共的出先機関の窓口等設置検討事業	26
<p>大学とまちの連携を目指し、学生がまちなかで機能的に活動でき、それをまちの活力としたり、また大学のまちなか講義の実験的な場所とするため、現在、まちなかに関わる学生グループ(ぶらくりwakwakクラブ等)を発展させ、市民・行政・大学の連携をスムーズにし、まちなかの活動をサポートでき、相互に有益な連携を生むような新組織(仮称)「ぶらっくす(Bura-X)」の設置・運営をおこなう。</p> <p>また、拠点となる場所を確保し、一般向けの大学講座や学生の授業等も実験的に行えるよう、支援、促進する。</p>	市民・学生・行政まちなか連携組織設置事業	27



事業番号	事業名	想定される実施例
21	100円バス券サービス事業	和歌山市が実施している元気70パス事業の対象者が、ぶらくり丁域のバス停で降車する場合の自己負担分を無料にできるようなサービスシステムを構築。
22	TMO 支援事業	<ul style="list-style-type: none"> ・TMO 周知・合意形成事業(周辺商店の商業者や住民等にTMOの役割と立場を理解してもらえよう、パンフレットの配布や説明会等を実施)。 ・TMO が実施するに相応しい事業について、できる限りの支援をおこなう。
23	TMO 事業構想改訂版策定事業	策定委員会、ワークショップ形式での策定、専門家小委員会での策定など。
その他高度化事業		
24	商店街連携システム構築事業	各商業集積の連携・情報基盤としてインターネットを利用した仮想商店街(サイバーモール)、宅配制度、催し物案内情報の発信、イベント、アンケート等での相互連携を促進。
25	中心市街地バス路線整備事業	民間のバス運行会社との協議が必要となる。
その他活性化に必要な事業		
26	公共的出先機関の窓口等設置検討事業	住民票発行窓口、国民年金窓口、国民健康保健窓口、ハローワーク、郵便局、NPO ボランティアセンター、市民交流センター等のいずれかの設置、もしくはその複合設置も視野に入れ検討。
27	市民・学生・行政まちなか連携組織設置事業	関係機関の代表による連携組織設置検討会議の開催。



実施予定年度						評価指標	21年度目標値	目標値算定根拠等	貢献すると思われるテーマ				事業名	事業番号
H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	(H22年度)				高齢になっても生き生きと暮らせるまち	長い時間ゆっくりと過ごせるまち	お気に入りの風景やスポットのあるまち	個性のあるまち		
						バス停での乗降客調査の一日あたりの高齢者数	120人/日						100円バス券サービス事業	21
						TMO周知率(アンケートによる)	100%						TMO支援事業	22
						5年以内に行える事業数	15事業						TMO事業構想改訂版策定事業	23
その他高度化事業														
						サイバーモールへの登録店舗数	200店舗						商店街連携システム構築事業	24
						協議により見直された件数	2件	1件/年×2年					中心市街地バス路線整備事業	25
その他活性化に必要な事業														
						設置可能となった公共的機関の窓口数	2						公共的出先機関の窓口等設置検討事業	26
						連携事業としてできた活動の数	3						市民・学生・行政まちなか連携組織設置事業	27



事業番号	事業名	事業を実施することで解決に寄与と思われる課題 (…直接 ……間接)													
		核店舗に頼らない個店のまちであること	まちの情報が常に発信されていること	個店に独特の魅力があること	まちの魅力化の努力を意欲的に行えること	新陳代謝のあるまちであること	暮らしの風景が魅力となるような空間があること	癒される風景があること	花・緑の多いまちであること	多種多様な風景がまちの魅力として保たれること	積極的に参加するまちであること	まちづくりにより市民が積極的に参加するまちであること	地域資源の掘り起こしができること	まちが交流の舞台となること	市民レベルのネットワークが充実したまちであること
21	100円バス券サービス事業														
22	TMO支援事業														
23	TMO事業構想改訂版策定事業														
その他高度化事業															
24	商店街連携システム構築事業														
25	中心市街地バス路線整備事業														
その他活性化に必要な事業															
26	公共的出先機関の窓口等設置検討事業														
27	市民・学生・行政まちなか連携組織設置事業														



事業を実施することで解決に寄与と思われる課題（…直接 ……間接）											事業名	事業番号	
ゆっくり留まれる場所 が創造できること	目的は無くとも歩き回 れるまちであること	人がやっつきやすいま ちであること	市民等の活躍の場があ ること	人にやさしいまちであ ること	今後の人口動態に対処 できること	全ての世代でまちを共 有できること	生活に便利であること	子ども高齢者も安全 であること	コミュニティが機能す るまちであること	商業集積としての魅力 が高まること			居住環境が整ったまち であること
												100円バス券サービ ス事業	21
												TMO 支援事業	22
												TMO 事業構想改訂版 策定事業	23
その他高度化事業													
												商店街連携システム 構築事業	24
												中心市街地バス路線 整備事業	25
その他活性化に必要な事業													
												公共的出先機関の窓 口等設置検討事業	26
												市民・学生・行政まち なか連携組織設置事 業	27



事業番号	事業名	中心になると考えられる組織		1例としてのそれぞれの役割 (支援・協力等) (市民は地元住民, 学生, NPO等の団体を含む)
28	「まちづくり1,000人会」運営事業	行政	立ち上げ, 運営管理	市民: 参加登録, 催し等に参加 商業者: 参加登録, 催し等に参加
29	中心市街地活性化基本計画進捗管理事業	行政	基本計画周知 進捗管理	市民・商業者・TMO: 情報提供等, 可能な協力
30	市民参画による協働の企画立案・計画・実施事業	事業によって中心となる組織等が変わる		市民・商業者・TMO・行政: それぞれに役割を実行する
31	城フェスタ開催事業	行政	観光協会, 企業等と連携し, 実行委員会等を設置。企画立案・事業実施	市民: イベント等に参加・協力・PR 商店街・商店主: イベント等に参加・協力 TMO・NPO: 連携してイベント等を実施



事業内容	事業名	事業番号
<p>中心市街地に限らず「まちづくり」の知識等を市民に浸透させ、まちづくりに対する参加意識を醸成し、市民参画レベルの向上を図るため、登録制のまちづくり組織を設置運営し、積極的に市民の活動を促す。</p>	<p>「まちづくり 1,000 人会」運営事業</p>	<p>28</p>
<p>中心市街地活性化基本計画が円滑に実施されることを目指し、中心市街地活性化推進協議会を開催し、庁内の合意形成に努め、基本計画周知、次年度事業予定の把握、当該年度事業進捗把握等を行い、関係各部局及び市民、商業者、TMO 等と連携しながら基本計画事業の実施を促進・推進する。また、状況は市のホームページ等で広く周知するよう努める。</p>	<p>中心市街地活性化基本計画進捗管理事業</p>	<p>29</p>
<p>市民、住民の要望や地域の盛り上がり、社会経済情勢の変化等、今後 5 年間にも様々な状況の変化があると考えられるため、中心市街地のまちづくりには臨機応変な事業実施の仕組みが必要となることから、行政との協働により、本計画の基本方針である 4 つのテーマを実現するために、市民・住民・NPO 等が TMO や行政と協働・連携して、企画立案、計画作成、実施を行うことを、促進・推進する。</p>	<p>市民参画による協働の企画立案・計画・実施事業</p>	<p>30</p>
<p>平成 20 年の和歌山城再建 50 周年に向け、築城 420 年目の平成 17 年度を皮切りに、既存イベント（桜まつり、紀州おどり等）に和歌山城を中心とした新たなイベントなどを加え、「城フェスタ」として開催し、本市のシンボルである「和歌山城」の全国的な PR を図り、観光客等を誘導するなど、市街地交流人口増加を促進する。</p>	<p>城フェスタ開催事業</p>	<p>31</p>

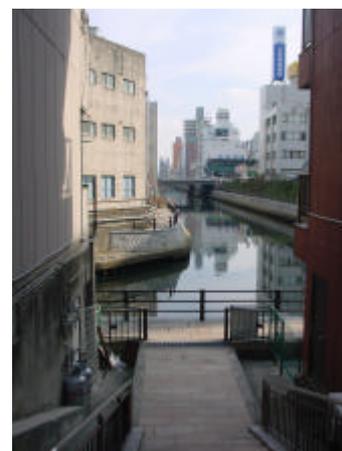


事業番号	事業名	想定される実施例
28	「まちづくり 1,000 人会」運営事業	<p>次の内容について登録会員を対象に推進。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まちづくりに参加できる人の情報を登録し、目的や形態に応じて案内し活動できる市民参加者登録データベースを作成。 ・市民参加についての資料の積極的提供。広報誌，まちおこし通信，マスコミ等の媒体を利用した各種団体・住民等への説明及びまちづくりについての学習会等の実施内容(案内)資料を個別に提供。 ・その他，市民参加レベル向上に必要な情報提供，情報収集等。
29	中心市街地活性化基本計画進捗管理事業	<ul style="list-style-type: none"> ・概要版パンフレットの作成。 ・周辺商店の事業者や住民等に説明会等を開き周知する。 ・中心市街地活性化推進協議会での事業進捗管理等。
30	市民参画による協働の企画立案・計画・実施事業	事業ごとに実施。
31	城フェスタ開催事業	・食祭 WAKAYAMA，お城ウォークなどのイベントの実施



実施予定年度					評価指標	21年度目標値	目標値算定根拠等	貢献すると思われるテーマ				事業名	事業番号
H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度				(H22年度)	高齢になっても生き生きと暮らせるまち	長い時間ゆっくりと過ごせるまち	お気に入りの風景やスポットのあるまち		
						登録者数 1,000人						「まちづくり1,000人会」運営事業	28
						事業の平均進捗度 80%						中心市街地活性化基本計画進捗管理事業	29
						事業ごとに設定						市民参画による協働の企画立案・計画・実施事業	30
						市街地観光客入込数 年間240万人						城フェスタ開催事業	31

は市民ワークショップでの出所テーマ。
出所がワークショップでないものは、最も強く影響すると思われるテーマ。



事業番号	事業名	事業を実施することで解決に寄与と思われる課題 (…直接 ……間接)												
		核店舗に頼らない個店のまちであること	まちの情報が常に発信されていること	個店に独特の魅力があること	まちの魅力化の努力を意欲的に行えること	新陳代謝のあるまちであること	暮らしの風景が魅力となるような空間があること	癒される風景があること	花・緑の多いまちであること	多種多様な風景がまちの魅力として保たれること	積極的に参加するまちであること	地域資源の掘り起こしができること	まちが交流の舞台となること	市民レベルのネットワークが充実したまちであること
28	「まちづくり 1,000 人会」運営事業													
29	中心市街地活性化基本計画進捗管理事業													
30	市民参画による協働の企画立案・計画・実施事業													
31	城フェスタ開催事業													



事業を実施することで解決に寄与と思われる課題（ ……直接 ……間接）											事業番号			
ゆっくり留まれる場所 が創造できること	目的は無くとも歩き回 れるまちであること	人がやっつきやすいま ちであること	市民等の活躍の場があ ること	人にやさしいまちであ ること	今後の人口動態に対処 できること	全ての世代でまちを共 有できること	生活に便利であること	子どもも高齢者も安全 であること	コミュニティが機能す るまちであること	商業集積としての魅力 が高まること		居住環境が整ったまち であること	移動環境が整ったまち であること	
													「まちづくり1,000人 会」運営事業	28
													中心市街地活性化基 本計画進捗管理事業	29
													市民参画による協働 の企画立案・計画・ 実施事業	30
													城フェスタ開催事業	31





VI. 推進体制の整備

和歌山市中心市街地活性化基本計画(改訂版)の推進にあたっては、市、TMO、市民等の協働の連携体制が重要です。

本市においては、助役を委員長に関連部局長等が委員となって、中心市街地活性化推進協議会が設置されており、庁内各部局の事業実施について調整等にあたり、中心市街地の活性化について、本市の役割を遂行できるよう協議する体制となっています。

TMOにおいては、学生のネットワーク、市民のネットワーク等の拠点としても機能しており、まちづくりについて主体的に事業を進めていきます。TMOは、本市中心市街地のまちづくりを推進する上で中核となる組織であるため、行政はできる限りの支援を行ない、TMOがまちづくりをプロデュースできるよう促進します。

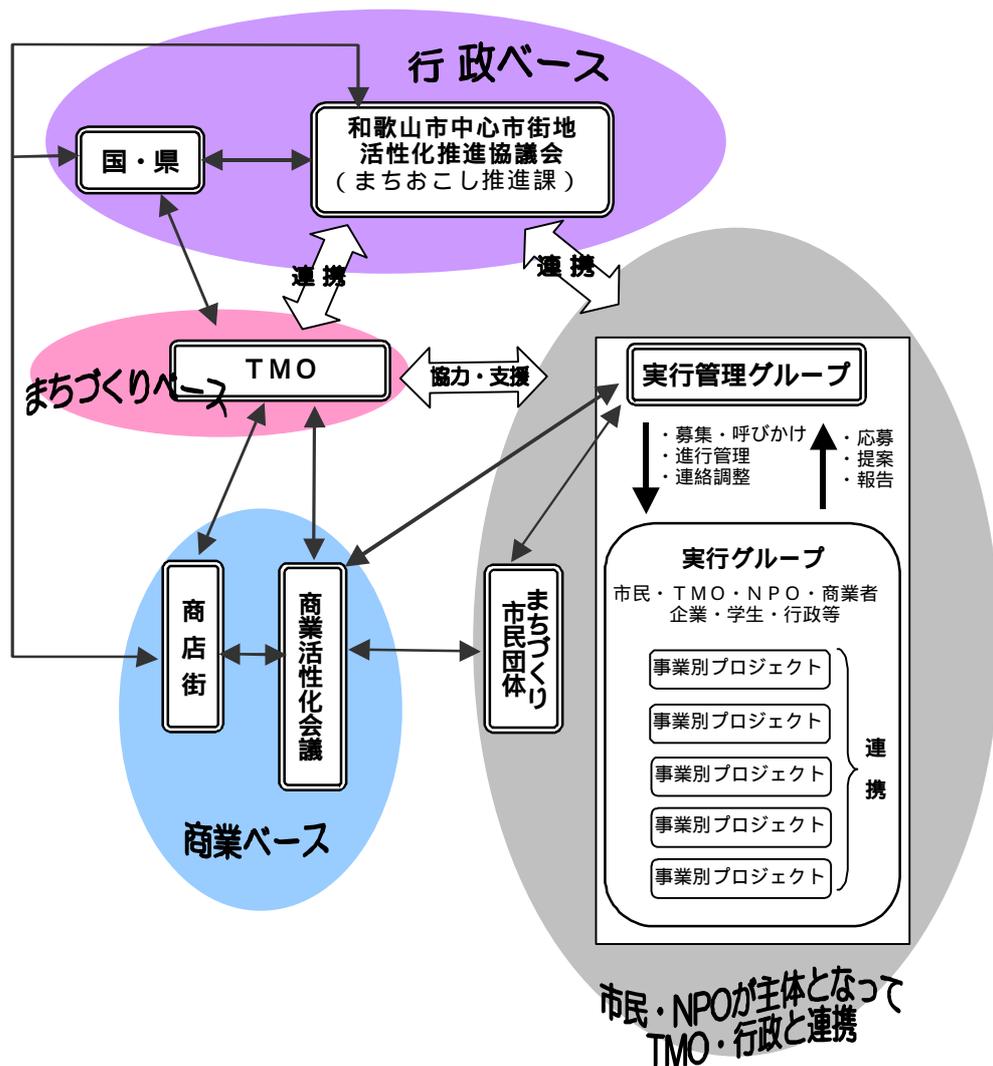
また、基本計画事業を実際に進めていくにあたっては、TMOのみでなく、実際に事業主体となる様々な人々の組織化が必要となることから、商業活性化会議設置事業により、商業ベースの事業を推し進める組織を早急に立ち上げ、また、行政主体及び商業ベース以外の事業を行っていく推進体制としての組織・グループであり、事業実施をプロデュースする「実行管理グループ」及び「実行グループ」を立ち上げ、行政・TMO・商業活性化会議と調整・連携を図りながら事業を推進していくこととします。

実行管理グループのスタートメンバーについては、本計画策定委員会の有志の方がボランティアとして参加することとし、本市まちづくり推進室まちおこし推進課が事務局機能を担うこととします。

推進を担う組織

- ・和歌山市中心市街地活性化推進協議会
(中心市街地活性化推進のための行政内組織)
- ・株式会社ぶらくり(TMO)
- ・商業活性化会議
(商業活性化を目的とした商店街ベースの事業展開を図る)
- ・実行管理グループ
(行政や商業ベース以外の事業実施予定者のプロデュース,事業プロデュースなど)
- ・実行グループ
(行政や商業ベース以外の事業実施主体となるグループ。事業によっては様々な参加者が考えられる)

推進体制図



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

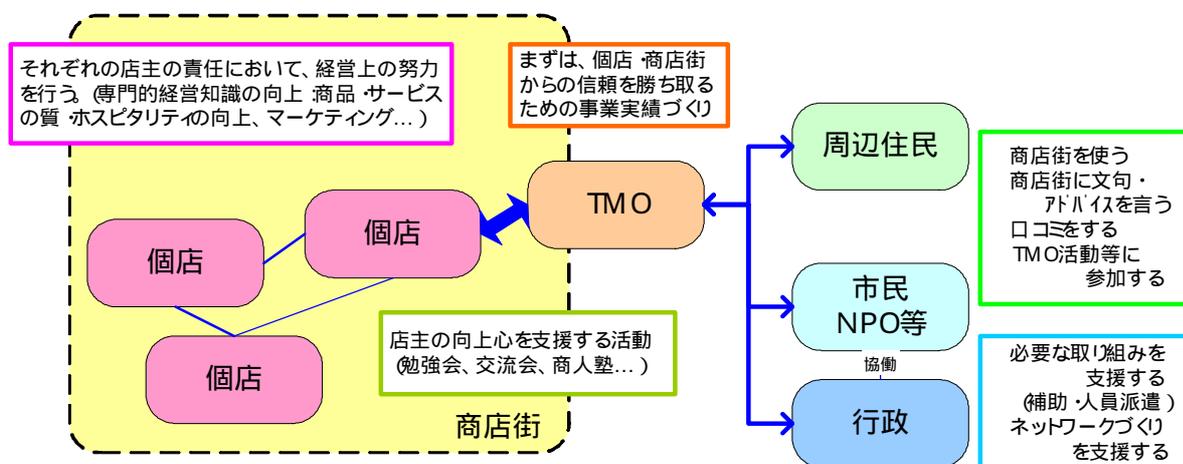
きめこまやかなサービス、店の持つムード・雰囲気、店主の人柄、独自の仕入れルート、お客さんへのアドバイス、「売る店」ではなく「買ってもらえる店」となっていること。

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。

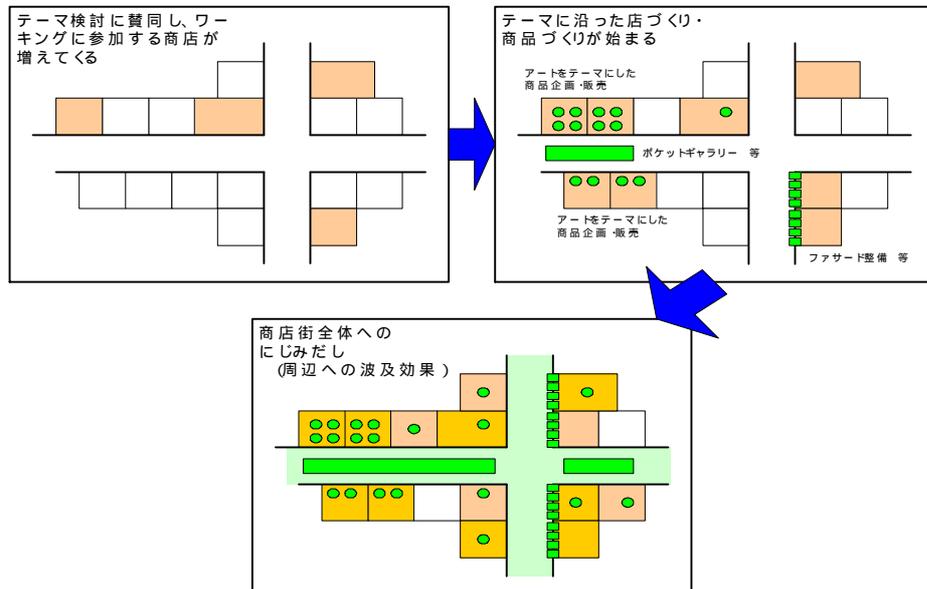
各主体間の関係性が深まっていること。

[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。

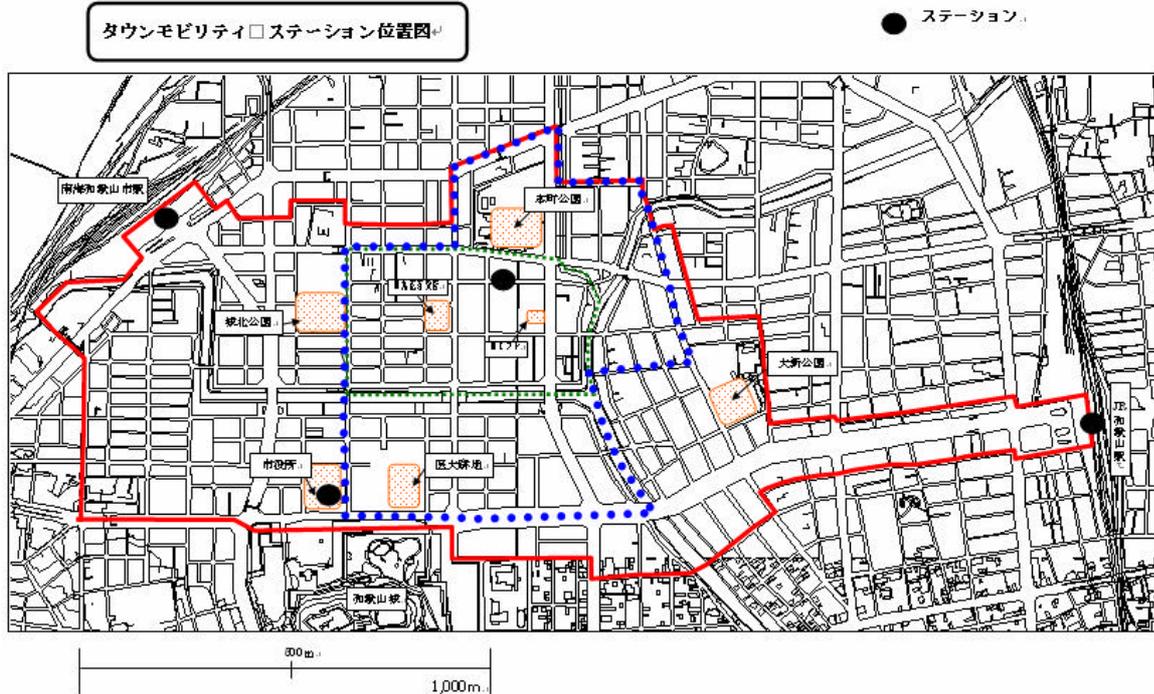
行政が中心に行うこと

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、中心市街地はありと考えます。</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ことは、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。