

平成25年度 名取グローバルネット会派視察研修報告書

期 日：平成26年1月14日（火）～平成26年1月16日（木）

視察先：兵庫県赤穂市（1月14日） 広島県福山市（1月15日）

広島県尾道市（1月15日） 広島県竹原市（1月16日）

視察者： 及川秀一 小野泰弘 山田龍太郎 郷内良治

視察項目：

兵庫県赤穂市： 観光振興によるまちの活性化
赤穂観光アクションプログラム（平成25年～27年度）
について

広島県福山市： 都市ブランド戦略を学ぶ
福山市の都市ブランド戦略 ばら100万本プロジェクト

広島県尾道市： 食を通じた教育とまちづくり推進
おのみちスローフードまちづくり事業について

広島県竹原市： 地域固有の歴史や伝統を守る取り組み
竹原市歴史的風致維持及び向上について



赤穂観光アクションプログラム

名取グローバルネット

小野泰弘 及川秀一 郷内良治 山田龍太郎

要約

忠臣蔵や製塩という歴史的な観光資源に恵まれた赤穂市は、観光客の減少に危機感を持ち観光アクションプログラムの見直しを続けてきた。平成 25 年度の新プログラムは、これまでの観光誘客プログラムに加えて、PR 戦略や観光資源の発掘・活用を図っていくこととしている。小学生を含む若年層への対応策、ゆるキャラを使った観光 PR、交通アクセスの充実、広域観光の推進等が主な事業となっている。

1. これまでの観光アクションプログラムの概要

赤穂市は忠臣蔵や塩のまちとして知られており、平成 11 年の NHK 大河ドラマ「元禄繚乱」の放送によりその年の年間観光客数が 271 万 9 千人を記録した。その後は 150－160 万人で推移してきたが、近年減少傾向にある。赤穂観光アクションプログラムは、従来のイメージに加え、赤穂の魅力を開発または再発見することにより、多彩な魅力を備えたまちを目指して平成 16 年 9 月に策定された。平成 19 年 3 月には、新しい観光と地域づくりの視点から実効性のあるものとして見直され、その後、平成 21 年 3 月に近隣市町と連携した広域的な観光ルートの整備、滞在型観光客の増加をねらって再度見直しが行われた。

2. 新観光アクションプログラム（平成 25～27 年度）

このプログラムは平成 25 年 3 月に策定された[1]。これまでのリピーター並びに滞在型観光客の増加プログラムを継続しつつ、PR 戦略や観光資源の発掘・活用を図っていくこととしている。新しいプログラムの主なものを以下に示す。

① 資源の発掘

海ホテル見学が定着していることから、夏休み中の小学生向け工場見学（市内にある TOTO 及びアース製薬）を実施した。

市内にある既存スポーツ施設に加え、今後整備予定の各施設を利用しやすくなるようなシステムを作り、スポーツ合宿地として活用してもらう。

古くから縁結びの神様として信仰を集める伊和都比売神社近くの海岸に、夕陽

が美しく見え干潮時に海岸と陸続きになる小島がある（図1）。この一帯を恋人の聖地として新たなイメージを確立できるよう取り組む。

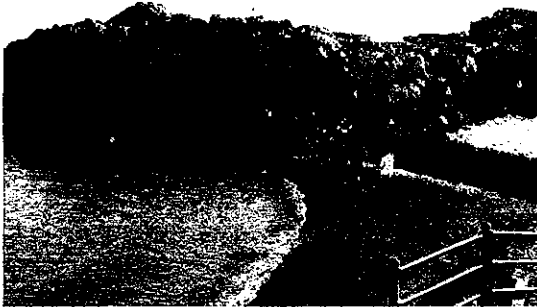


図1 恋人の聖地の候補地

② 観光 PR

赤穂のゆるキャラ「陣たくん」を活用し市内外における PR 活動を行うほか、認知度向上をめざし、ゆるキャライベントへの参加、開運グッズの制作・販売等を展開する。



図2 ゆるキャラ「陣たくん」

BAFC(播州赤穂フィルムコミッション[2])と連携し、映画・ドラマのロケーシ

ョン撮影誘致のための撮影適所を集約したパンフレットを作成する。

③ 交通アクセスの充実

バスと自転車を利用した市内観光のため、乗り捨て可能なレンタサイクルの拠点整備を行う。また、JR・バスの時刻表が一体となったものを作成する。



図3 市内循環バス「ゆらのすけ」

④ 広域観光の推進

世界遺産姫路城と倉敷の美観地区との間の宿泊地として利用してもらえるよう広域観光ルートを含むパンフレットの作成やホームページでの情報発信を行う。

今年のNHK大河ドラマ「軍師官兵衛」[3]の放送に合わせ、播磨を巡る観光ルートの提案など、近隣市町と連携した観光客の誘致を図り、旅行会社等へもプランを提案していく。

3. 推進体制

市建設経済部産業観光課観光係・商工会議所・観光協会等が中心となって、市民や関係機関・団体と相互に連携することになっている。プログラム毎に主体となって取り組む団体が決められている。随

時、プログラムの進捗状況を評価し、必要に応じて見直しをかけることになっている。

4. 考察

忠臣蔵や製塩で一般に知名度が高くとも、赤穂市への観光客を増やすことは難しくなっている。単に歴史だけでは観光客の関心を引けなくなっていることが要因の一つではないだろうか。その一方で、歴史を観光の目玉にしていながら観光客が激増している稀有な例がある。今回の視察先の一つにもなっている広島県竹原市である。歴史的建造物を保存・維持している地域を舞台にしたアニメの放送が契機となり全国から若者が訪れたのである[4]。しかし、歴史への興味からではなく、アニメそのもの、或いは登場人物（キャラクター）が若者の共感を生み、実在の場所行ってみたいという、いわゆる“聖地”“詣でになったのだと考えられる[5]。

本市にも歴史的観光資源はあるものの、赤穂以上に観光客の興味を引くことが難しいものばかりであり、竹原市のような

僥倖を期待することもできない。それよりも、震災復興事業として建設が予定されている新施設に目を向けるべきである。名取市沿岸地域活性化振興ビジョンには、閑上地区のレクリエーション施設の整備が示されている。震災以前のサイクルスポーツセンターや海浜プールを復活させるだけではなく、市外の人々の関心を惹きつけリピーターとなってもらえるような施設や仕組みを整備し、本市の新しい観光資源とすべきである。

参考文献

- [1]<http://www.city.ako.lg.jp/kensetsu/kan kou/documents/actionprogram25-27.pdf>
- [2]<http://www.ako-info.jp/bafc/>
- [3]<http://www1.nhk.or.jp/kanbe/>
- [4]<http://tamayura.info/>
- [5]http://www.pressnet.co.jp/2012_11/121124_10.shtml

福山市の都市ブランド戦略

名取グローバルネット

小野泰弘 及川秀一 郷内良治 山田龍太郎

要約

終戦後の復興期からばらを植え続けてきた福山市は、市制施行100周年となる平成28年度までに「100万本のばらのまち 福山」を実現するため「ばらのアクションプラン」を策定した。さらに、都市のイメージアップと知名度向上のため都市ブランド戦略コンセプトブックを発表した。そのキーワードは、互いに異なったもの同士を重ね合わせ新たな価値をつくる「セッション」である。その考え方は、市章ともなっているコウモリとばらを組み合わせた都市ブランドのロゴマークに象徴されており、福山市の情報発信や製品に統一感と信頼性をあたえるものと期待されている。

1. みんなの「ばら」100万本プロジェクト

昭和20年8月8日、福山市は、空襲により市街地の約8割を消失した。戦災からの復興を願い、住民が「花こそ心が和らぐもの、花を育てよう」と、行政と協働し1,000本のばらを植えたことから福山の「ばらのまちづくり」が始まった。これが、住みたいと思えるまちを築くという市民と行政の「協働」の原点であった。平成24年春の時点で、ばらの数は約77万本である。

「ばらのアクションプラン」は、市制施行100周年となる平成28年度までに「100万本のばらのまち 福山」を実現するために策定した行動計画である。今後3年間で100万本まで増やすための具体的な取組みを以下に示す。

(1) ばらの育苗を始める地域団体、NPO

などに対し、130万円を上限として補助する制度を創設する。

(2) 駅前大通りの歩道などに設置する大型プランターを管理する「ばらオーナー」を募集する。

(3) 国道2号線の植栽スペースにばらを植栽する。国土交通省が実施している「ボランティアロード制度[1]」を活用し、その管理と周辺の清掃を行える団体などを募集する。

(4) 100万本のばらのまちづくりを盛り上げ、「ばらのまち 福山」の魅力を全国に発信する「ばらのイメージキャラクター」を募集する。採用者には賞金5万円を贈呈。

(5) 市内各地域における、ばら栽培のリーダー養成をめざし、「福山ばら大学」を開設する。

(6) 協働のばら花壇整備事業を募集する。5人以上の団体に対し、花壇整備に必要な

費用（レンガ、ブロック、ばら苗など）について10万円を上限に補助する。

2. 都市ブランド戦略コンセプトブックができるまでの経緯

都市ブランド力とは、都市のイメージアップと知名度向上のために、優れた地域資源を創出・発信する力のことである。めざすところは、行ってみたい、住んでみたい或いは住み続けたいという人々を増やすことにある。福山市は隣接する尾道市と倉敷市に観光で対抗できないという意識が、市民の中にあると言われている。この意識を変えるべく、市民協働で築き上げてきたばらのまち福山の新たな都市ブランド（＝優れた地域資源）を創出・発信するための考え方（＝コンセプト）をまとめたのが、都市ブランド戦略コンセプトブックである[2]。

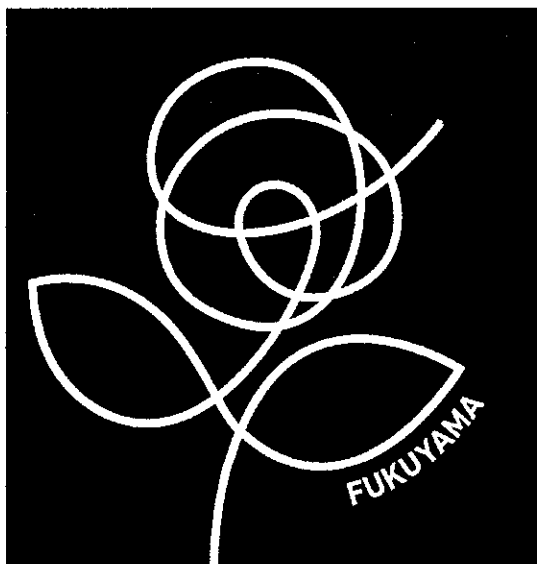


図2 福山市都市ブランドのロゴマーク

福山市都市ブランドのキャッチコピーは、

「何もないとは言わせない！」

である。図1は、福山市の市章ともなっているコウモリとばらを組み合わせた都市ブランドのロゴマークである。

3. セッションが生み出す新たな価値

福山市都市ブランド戦略のキーワードは「セッション」である。セッションとは、互いに異なったもの同士を重ね合わせ、新たな価値をつくる方法であるとしている。図1のばらとコウモリの組み合わせは、まさにセッションを象徴したデザインである。このロゴマークは、都市ブランドに統一感と信頼性をもたせて発信するために用いられる。例えば、

- (1) 都市ブランドの考えやノウハウを学び実行する、その推進活動
 - (2) セッションすることで新しく進化、創造したもの
 - (3) セッションすることで、既に魅力的なものが、より斬新に魅力が伝わりやすく変化したもの
 - (4) 都市ブランドのコンセプトに基づいて様々な福山の魅力を紹介する全てのコンテンツ
- などが挙げられる。

4. 成果と課題

残念ながら、まだセッションの芽は見

られない。福山市は市制施行100周年までに全国に誇れる都市ブランドの構築をめざすとしている。まずは、この都市ブランド戦略を各種団体・市民へ浸透させる「ひとづくり」が課題であるとしている。

5. 考察

福山市には、ばらを市民協働で育ててきたという経緯があり、各種団体・市民が積極的にまちづくりに参加する素地があるように思われる。また、市の方もふくやま魅力発信課という専門の部署を設置して都市ブランド戦略を徹底しており、担当職員の話す内容にも説得力を感じた。未だコンセプトの段階であるが、市制施行100周年に向けて成果を期待するとともに、参考にしていきたい。

住みよさランキング北海道・東北ブロックで名取が3年連続1位を獲得している[3]。しかし、これで安心してはならない。住んでみたい或いは住み続けたいという人々を増やすには、持続性のある名取の都市ブランド戦略を構築し、都市ブランドを市民協働で育てていくことが必要である。

参考文献

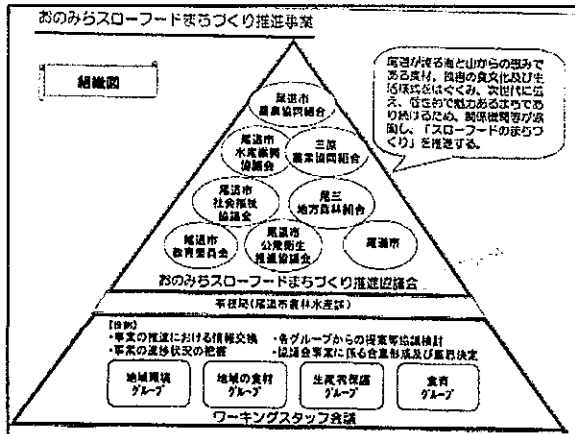
- [1]<http://www.cgr.mlit.go.jp/hirokoku/volunteer/>
- [2]<http://www.city.fukuyama.hiroshima.jp/miryoku/brand/img/CONCEPT.pdf>
- [3]<http://toyokeizai.net/articles/-/14454>

おのみちスローフードまちづくり推進事業について

及川秀一 山田龍太郎 郷内良治 小野泰弘

1

組織は、おのみちスローフードまちづくり推進協議会が中心となり、事業関係機関等が協働し、「スローフードまちづくり」を推進する体制がつけられた。



【組織図】

2-(1) 自然環境の保護

平成20年度より農林水産課が主体で海ゴミの回収による自然観光の保全と水産資源の維持を行った。小型底引き網漁業を中心に、吉和・尾道・因島市の漁協が協力して、容器包装プラスチックを中心に回収を行い海底の清掃を実施した。

【底引き網漁業】

また、森づくり事業として、森林を財産として守り育て、次世代へ引き継ぎ、森林の公益機能の維持増進を図るため、山の清掃活動や山の手入れ（下草刈り等）など実施した。



2-(2) 地域食材の提供

旬の地元食材支援として、PTC親子料理教室の開催。地産地消ツアーは単独事業で、生産量日本一のイチジク（蓬莱柿）に触れ、選果やジャ

ム加工などをつくりたり地元農業・食材について意見交換をするなど、事業を行った(H20)。キッズキッチン教室(H20～H24)、おのみち旬食再発見(H24～年5回実施)などが行われ、タコの調理やぬた料理（伝統料理）など、生命を尊び育む心、感謝の心を養う事やスローフードの伝統料理などをつくることなど行われた。

農林水産物の情報発信

として2013おのみちスイーツコンテスト(H24～)、わけぎ街頭宣伝(H22～)、農水産品の地産地消として学校給食への利用やツアーなど実施された。



【2013おのみちスイーツコンテスト】

おのみちスイーツコンテストでは指定農産物として尾道産柑橘やぶどうを使ったレシピを募集し、新しいスイーツによる尾道産農産物を知ってもらう企画を実施した。

「わけぎ」の街頭宣伝ではJA尾道市と農林水産課の連携事業で3月3日わけぎを食べようキャンペーンを街頭宣伝し、わけぎぬた・わけぎチジミ・わけぎ餃子などわけぎ料理の実演・試食を行った。 【キャンペーンの街頭宣伝】



地産地消ツアーは単独事業で、生産量日本一のイチジク(蓬莱柿)に触れ、選果やジャム加工などをつくったり地元農業・食材について意見交換をするなど、事業を行った。



【レモンのマーマレードを作ります】

2-(3)生産者保護・育成

農林水産体験事業が実施され、わけぎの食農体験事業(H20～)や、おのみち魚をさばこう支援事業(H22～)、学校交流事業(H22～)などが



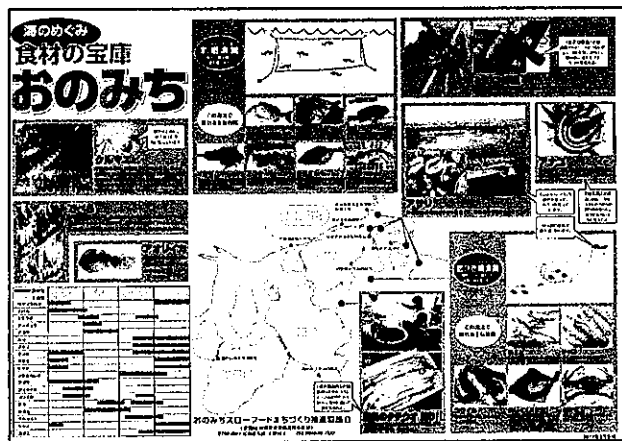
行われた。わけぎの食農体験事業は子供と親の作付体験や調理・販売体験の実施。魚をさばこう支援事業は、魚料理の普及と消費拡大をめざし、魚の捌き方をレクチャーした。参加者のアンケートの結果 5 割の方が、家庭で捌く機会が増えたと回答があった。学校交流事業は海側の学校と山側の学校交流でキノコの採取・毒キノコの見分け方学習など行われた。

【魚をさばこう支援事業】

2-(4)食を通した教育の推進

教育指導課との連携事業として、学校での食育への取り組みが行われた。

食に関する指導年間計画に「尾道の食べ物を知ろう」を組み込み、身近な土地で取れた食べ物について情報提供を行うとともに、地元産への関心と日常生活と関連付けて考えるよう指導する事。地域と連携して、地元風土と特産品について学習に取り組む事。地域の行事と連携し、郷土料理の試食・レシピ配布等に取り組んだ。また、食を通した教育の推進として「食材の宝庫 おのみち 大地の恵み 海の恵み」のチラシ・パネル等作成し尾道を代表する農林水産物の PR を実施した。



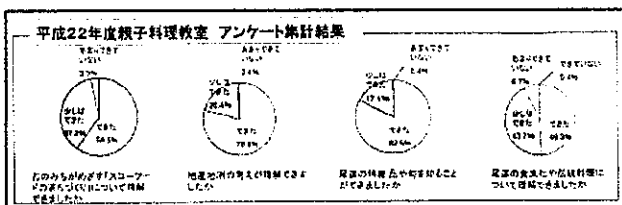
【尾道を代表する農水産物のチラシ】

3.事業の成果と課題

スローフードとは地域の伝統的な料理や文化を大事にしていくという考え方だが、言葉の認知度は 33.9%である(平成 24 年度食育計画市民アンケート)。また、地元代表農産物を知っているかについては一部知っているを含めて 96.8%(平成 24 年度農業振興ビジョンアンケー

ト)であった。地元農産物を優先して購入するについては31.7%であった。

事業参加者へのアンケートでは、尾道の食材を知る事が出来た、地元の農産物を買いたい、生産者の苦勞が分かった、農林水産体験に参加したい、「いただきます」の意味を知る事が出来たなど、意見があり一定の成果があったと考える。



【アンケート集計結果】

課題については、事業の分野が幅広いため、施策として見えにくい事。また、アンケートでは市民の認知度が低い事などが分かった。

今後については、取り組み状況を把握し、問題点・課題を整理し、各組織の強みを生かし、観光や健康福祉の方向へも広げて行きたいとし、食に関する6要素をふまえ施策効果が見えるような形のスローフード事業を進めていくとしている。

※6 要素：食育・観光・産業・環境保全・安全
安心・健康福祉

5. 考察

もっと尾道を知ってほしい、食べてほしいをスローガンに1次産業の農水産物をスローフードと位置づけて、「食」をキーワードに6要素の事業展開を図ることで、まちづくりを推進する取り組みは、全市的な取り組みの事業となっている。様々な角度から話しを伺うと、1次産業を元気にする取り組みとして尾道市の強みを首

長が最大公約数で導き出し事業化し、市内の横断化した連携と市内の組合や協議会、市民団体など横断的な参加が行われ進められている。本市のような秋祭りなどの取り組みは行われていないが、協議会組織での協議の混乱もなく推進されてきている。地域の1次産業である農水産品の新しい特産品開発募集など、地域資源の活用は大いに学ぶべきである。また、スローフードと地域農水産品との食育事業などのコラボレーション事業等組織の横断化の取り組みについては本市での事業化を検討すべきである。本市の先進事例を参考とした今後の取り組みを期待するものである。



【おのみちスローフードまちづくり事業】

参考文献

[1]尾道市市勢要覧

[2]平成25年度尾道市の概要（尾道市議会事務局）

[3]おのみち旬食「食」の再発見

（おのみちスローフードまちづくり推進協議会）

[4]おのみちスローフードまちづくり事業について
<http://www.city.onomichi.hiroshima.jp/www/service/detail.jsp?id=790>

[5]尾道市農林水産課ホームページ
<http://www.city.onomichi.hiroshima.jp/www/section/detail.jsp?id=24>

広島県竹原市

地域固有の歴史や伝統を守る取り組み

名取グローバルネット

及川秀一 山田龍太郎 郷内良治 小野泰弘

要約 江戸時代に日本有数の塩の産地として名をはせた竹原。塩田経営を基盤とした質見世、酒造業、廻船業など吉井家住宅に代表される富裕層は、本瓦葺・漆喰塗籠で多様な形式の意匠に優れた大規模な屋敷を持ち、神社仏閣など重厚な街並みを形成していた。平成 20 年に「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律（「歴史まちづくり法」）が施行された。その法律は平成 21 年に策定した第 5 次長期総合計画の目指す将来像の基本目標である「守り 活かす 歴史文化のまちづくり」の方向性と合致した。この方向性に沿った目指す将来像をより効果的に実現するため、地域固有の歴史や伝統を守る取り組みとして、歴史的風致維持向上計画が策定され実施された。歴史的建物や街並みの維持継承とその概要並びに推進体制の取り組みについて学ぶ。

1.歴史的風致維持向上計画策定までの経緯

竹原市は瀬戸内海沿岸部に位置し、平地部と山地部で構成され、中央に流れる賀茂川を利用した塩田を基盤に発展したまちである。先人は塩を基盤に酒造業、廻船業などの多角経営で営んでいた。竹原市の街の特徴として江戸時代から昭和初期の建物が良く残り変遷の過程が良くわかる街並みであり、製塩を基盤とした港・商業の発展に見る歴史的風致のあるまちである。

酒造りでは「安芸の小灘」と言われ酒造家が 16 件あった。特産品として葡萄も有名で明治 41 年神田善太郎は「ナイアガラ」による竹原葡萄の知名度を全国へ広げ注目を浴びた。

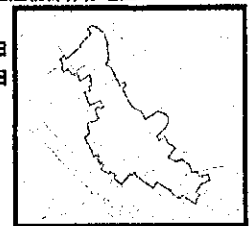
また、福田の獅子舞、田万里八幡神社当屋祭、忠海祇園祭など伝統行事の祭礼に見る歴史的風致があり現在まで大切に受け継がれている。

街並みは歴史的建造物が大切に保存されている一方、少子高齢化の進行により空き家・空き地・倒壊の危険性など、生活スタイルの変化に

より、現代的な家屋が増え、連続性のある街並みの維持、歴史的景観の保全が困難になってきている。先人たちが守り続けた貴重な文化財や景観を維持・向上させ、歴史的風情を後世に継承していくためには、今まで以上に住民・行政が文化財の保護について方向性を共有し、協力しながら取り組むことが必要と考えた。

昭和 40 年頃から全国の研究者調査やマスコミによる紹介で、街並みの素晴らしさが紹介され住民にその価値と保存への意識付けなされた。

■名称	竹原市竹原地区伝統的建造物群保存地区
■面積	約 5.0 ha
■指定日	昭和 57 年 4 月 1 日
■選定日	昭和 57 年 12 月 16 日
■世帯数	96 戸 人口 189 人 (H25.4.1現在)
■建築物	367 棟
内 保存物件	(建造物 96 件・工作物 38 件)



【竹原地区伝統的建造物群保存地区】

昭和 54 年伝統的建造物群調査が行われ、その後、保存意識が加速し昭和 57 年 4 月に保存地

区及び都市計画が決定され、国に価値が認められ昭和57年12月に重要伝統的建造物群保存地区に選定された。

昭和56年に保存条例が公布された後、昭和57年4月に竹原地区の保存地区5.0haを指定し建築物367棟の内、保存物件建築物96件、工作物38件を指定した。

2. これまでの取り組み

歴史的風致を維持向上するにあたり、重点的かつ一体的に事業を推進するために区域を設定、重要伝統的建造物保存地区を指定し、歴史的風致形成建築物(森川家住宅・藤井酒造・旧城原家土蔵等)の保存修理事業や文化財保存計画の見直しにより、歴史的町並みを後世へ伝える事業、さらには、周辺環境の保全のため旧広島銀行竹原支店跡地小公園整備事業など推進した。

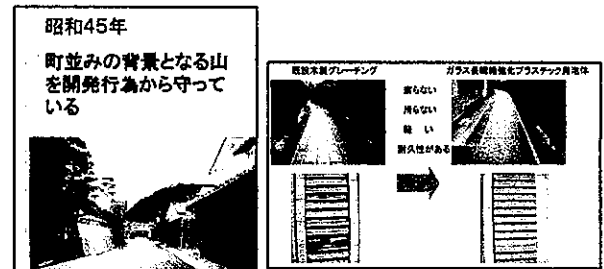


【保存・修理事業】

風致地区の景観への取り組みとして、街並みの背景となる山を開発行為からまもったり、中国電力による無電柱化(裏配線方式)や電話線の埋設及び景観舗装など行ってきた。【無電柱化】



道路整備としては景観舗装への取り組みや既設木製グレーチングを、腐らない、滑らない、軽い、耐久性のあるものとしてガラス繊維強化プラスチック発泡体を使用したものへ整備を行った。

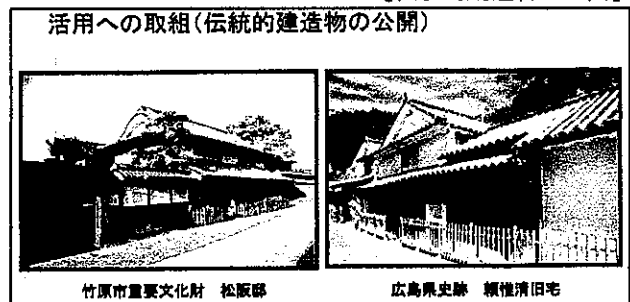


【景観保護】

【道路整備】

活用としての取り組みとして竹原市重要文化財の松阪邸や広島県史跡の頼惟清旧宅など、伝統的建造物の公開に取り組んだ。また、平成17年度は休憩場所の整備として、憧憬の広場整備を、観光案内場所として平成22年に「道の駅たけはら」を玄関口に整備した。

【伝統的建造物の公開】



【道の駅たけはら整備】

【憧憬の広場整備】



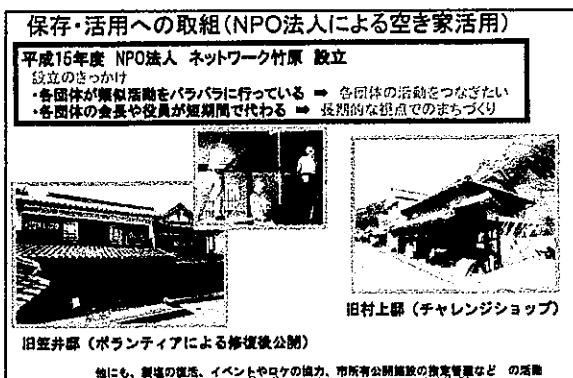
平成22年迄は年間15万人程度の観光客数が、平成23年からのアニメ「たまゆら」（監督佐藤順一）のテレビ放映などでロケ地巡り「聖地巡礼」として賑わいをみせ、平成23年の入込観光客は27万3千人、平成24年は29万3千人で道の駅とアニメ効果で観光客数が大きく伸びた。



【アニメたまゆらポスター】

保存・活用としての取り組みでは平成15年NPO法人ネットワーク竹原を指定管理者として指定し、類似活動のつなぎ、各団体の会長や役員が短期的に変わる事への対応や空き家活用など長期的視点でのまちづくりの活動に取り組んできた。

【NPO法人による空き家活動】



観光ガイドについても、平成元年にたけはら町並みガイド会が結成され、のちに「たけはら観光ガイド会」に改称され平成21年からJR西日本と連携しDiscover West ハイキングを開始し、観光ガイド育成にも取り組んできた。



【観光ガイド8名で活動】

3. 推進体制

本計画の策定は建設産業部産業文化課観光文化室と建設産業部都市整備課を事務局として取り組まれた。平成22年の文化行政強化によりまちづくり推進課内に文化生涯学習室を創設し計画の策定が進められた。さらに計画策定体制及び庁内連携の強化を図るため、関係各課の係長及び担当者で組織する「竹原市歴史空き家活用的風致維持向上計画推進会議プロジェクトチーム」を立ち上げ副市長を会長とする計画推進会議にて計画案が策定された。平成24年2月に構成員の見直しが行われ、新たに「竹原市歴史的風致維持向上計画策定協議会」が設置され、計画案を基に計画策定協議会での協議とパブリックコメントを経て策定された。

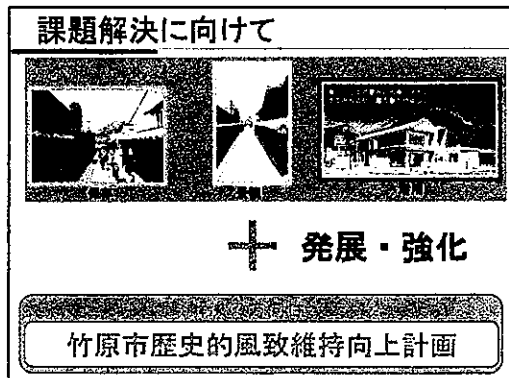
建物の保存には補助率80%上限600万円による修理・修景事業に取り組んできた。平成24年には重伝建地区選定30周年事業として記念誌を発行し保存・伝承への啓発への取り組みが行われた。

4. 伝建地区とその周辺を取り巻く課題

課題として、竹原市の高齢化率は32.8%だが伝建地区は住民の高齢化が平成25年4月1日現在47.1%と高く、空き家が増加し維持管理されない建物が多く劣化や維持管理費の負担が大きくなってきている。

よって連続性のある街並みを後世に継承する事が困難となっている。

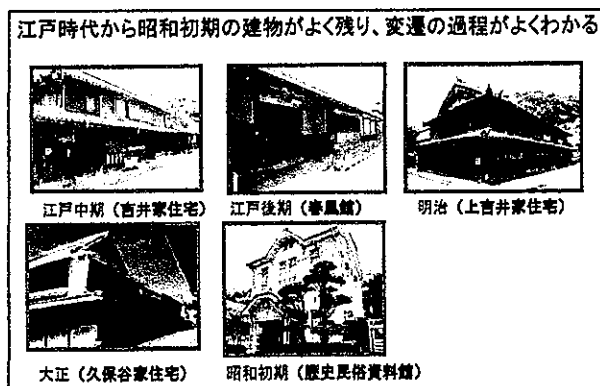
課題解決に向けて保存・景観・活用等取り組んできたが、今後、発展・強化の解決の方向性として「竹原市歴史的風致維持向上計画」の実行していく事が重要であるとの考えである。



【課題解決への方向性】

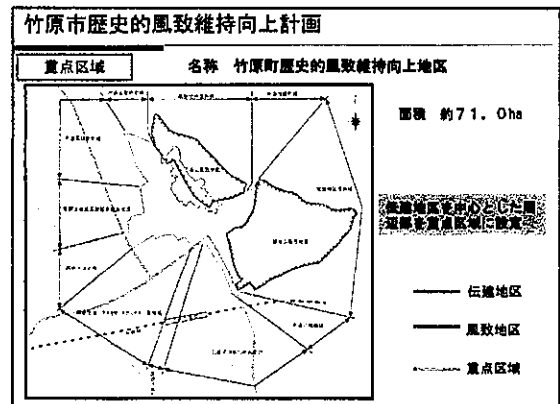
5. 竹原市歴史的風致維持向上計画の概要

この計画は歴史まちづくり法の活用で平成24年6月に認定を受け、計画は平成24年度から平成34年度の11年間となっている。住吉祭りなどの伝統行事や伝統産業の酒製造が行われ、製塩業・酒造業の発展により形成された歴史的建造物が残るエリアや製塩業や港の繁栄を伝える本川、街並みの背景となる寺山・鎮海山の風致地区を重点区域と設定し維持向上を図る計画である。



【竹原市にみる歴史的風致建造物】

地域固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動と、その活動が行なわれる歴史的価値の高い建造物及びその周辺の市街地とが一体となって形成してきた良好な市街地の環境(歴史的風致)の伝建地区を中心とした周辺部を重点地区に設定し維持・向上するものであり、面積が71haとなっている。



【竹原市歴史的風致維持向上地区計画】

6. 成果及び今後の事業計画

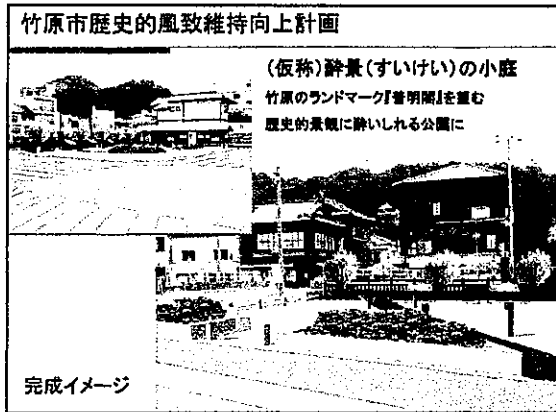
伝建地区周辺部に存在する歴史的建造物の取り壊し前の折衝機会が増加し、所有者からの事前相談が増え、保存に向けた説得を行える機会を多数持つことができるようになった。また、文化財保護部局とまちづくり部局との連携が強化された。計画策定を含め、文化生涯学習室と都市整備課との協議の場が増加とともに、歴史的建造物の取り壊しの情報提供・折衝機会の増加、開発行為情報の提供による埋蔵文化財の有無確認など連携強化が図られた。

さらに、市民の歴史・文化への理解が促進された。当該計画は中学校3年生が理解できるレベルでの策定が求められるため、一般的に敷居が高いと認識されている歴史について幅広い世代間の関心を高める事ができ、文化財保護に対する理解を得られやすくなった。



【建物撤去により歴史的建造物が出現】

【歴史的景観の再現計画 完成イメージ】



新規実施事業として歴史・文化交流の整備のため、ワークショップや意見交換を通じ歴史文化交流施設の建設及び整備方針を検討している。また、歴史的風致形成建造物である竹原市の重要文化財である「森川家住宅保存修理事業」の改修や藤井酒造の保存修理事業などを計画している。

竹原市歴史的風致維持向上計画

実施事業（新規分 歴史的風致形成建造物）

- ・ 竹原市重要文化財 森川家住宅保存修理事業
劣化の詳細調査を行い、改修方針を決定後、修理
- ・ 藤井酒造保存修理事業
破損・劣化の状況を把握し、修理



【竹原市歴史的風致維持向上計画の実施事業】

関連の新規事業として竹工芸品の創作をしている旧城原家土蔵の修理を行い、引き続き活用する「まちなみ竹工房保存修理活用事業」や住民とともに市全域を対象とし景観を保全する景観計画の策定などの取り組みが行われている。

竹原市歴史的風致維持向上計画

実施事業（関連の新規事業）

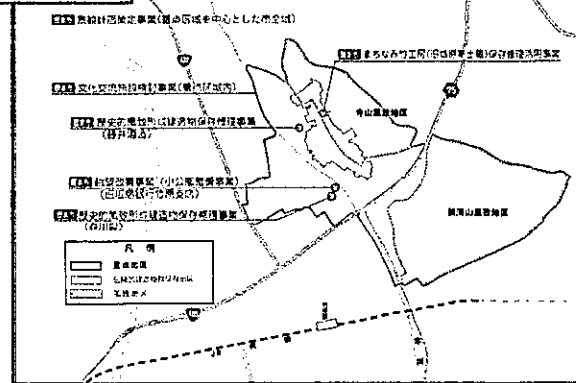
- ・ まちなみ竹工房（旧城原家土蔵）保存修理活用事業
竹工芸品を創作等をしている旧城原家土蔵の修理し、引き続き活用する
- ・ 景観計画の策定 今後、住民とともに、景観計画（市全域が対象）を策定し、景観を保全する



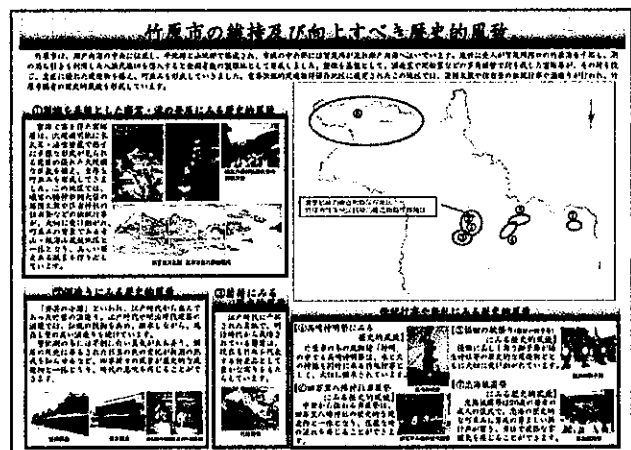
【まちなみ竹工房保存修理活用事業・景観計画の策定】

竹原市歴史的風致維持向上計画

事業実施図



【事業実施図】



【維持向上の歴史的風致】

5. 考察

青い空と後方の山々のやわらかな稜線を背景に平入・妻入の屋根を組み合わせた伝統的建造

物群の組み合わせは芸術作品のような街並みを形成している。塩田を中心とした地域の発展は多くの主要産業を築いた。塩田による財力を学問に投じ町人文化も開かれた。竹原は文教の街としても知られるようになる。その精神は現在に受け継がれているのである。江戸時代から昭和初期の建物が現存し、「歴史的風致維持向上計画」によりその街並みを保存し継承する事になる。街並みの保存では、市民が行政と一体となり住民組織による保存会を発足させ防災訓練や玄関口へ竹の一輪挿しによる美化活動や樹木の維持管理活動への取り組みが行われている。古民家の保存及び活用では NPO 法人による空き家活用に取り組みイベントやロケの協力や市役所所有の公開施設の指定管理など積極的に取り組まれている。

また、竹原市教育委員会による「竹原市歴史的風致維持向上計画」が冊子として平成24年4月に編集され、今後の取り組みが期待される。

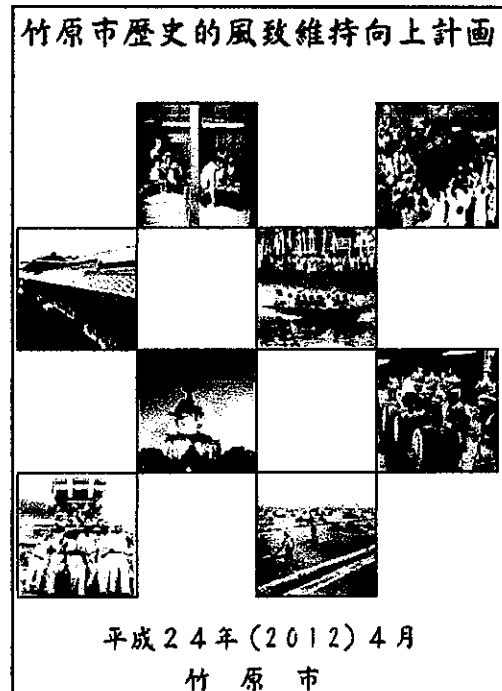
風致建築物等の維持向上の取り組みを通じハード面の維持のみならず、地域を面としてとらえ、街並みを伝える観光ガイドの育成や文化を伝承する取り組みなど第五次長期総合計画の基本目標である「守り 活かす 歴史文化のまちづくり」を実践している所である。

本市の計画にある「人を育て歴史文化が輝く都市の創造」の実施計画の中で多く学ぶものがあると思う。

今後、復興のためのまちづくりにも、住民が参加し行政と取り組みながら進める事が必要であり、計画を進めるための市内の連携と市民への理解・協力が何よりも重要であることを学んだ。このたびの視察は市民と行政の街づくりについて多くを学び本市への提案としたい。

参考文献

[1]竹原市歴史的風致維持向上計画 (H24~34)



[2] 竹原市歴史的風致向上計画の概要

<http://www.city.takehara.lg.jp/machitukuri/manabi/rekishihuti.html> (竹原市)

[3]きてみんさい竹原 安芸の小京都

<http://www.takeharakankou.jp/guide/learn/>
(竹原観光協会)

[4] 竹原市 FaceBook

<https://www.facebook.com/takeharacity>

[5] 広島県 HomePage

竹原市定住相談窓口案内

<http://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/kouryuuteizyuportal/site/1265615948194.html>

[6] 竹原市交流・定住情報

http://www.city.takehara.lg.jp/sangyou/kankou/kankou/jyutaku_info.html