

## 都市問題会議視察研修報告

### 1 調査事件

#### (1) 第73回全国都市問題会議(10月6日～7日開催)

—都市の魅力と交流戦略—

### 2 調査の概況

#### (1) 鹿児島市

##### ア 鹿児島市の概要

鹿児島市は、人口約60万人を擁する県都であり、政治・経済・文化などの都市機能の集積と噴煙を上げる活火山・桜島や波静かな錦江湾といった雄大な自然とが共存する、南九州の中核都市である。島津77万石の城下町として発展し、幕末から明治維新にかけて数多くの偉人を輩出した個性あふれる歴史や文化は、最近では平成20年のNHK大河ドラマ「篤姫」や、平成21年から本年にかけてのNHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」等を通じ、独自の魅力として全国に知られている。また、日本の南に位置し、東アジアに近接する陸・海・空の交通結節点であることも大きな特性である。

交通機能は本年3月に、九州新幹線鹿児島ルートが開業し、博多まで1時間19分、新大阪まで3時間45分で結ばれた。また、本州最北の青森から九州最南端の鹿児島までの約2,000kmが高速鉄道で一本につながったことにより、全国各地との時間的距離が格段に短縮され、鹿児島市を取り巻く時間地図は大きく様変わりすることとなった。より多くの人を鹿児島市に呼び込む絶好のチャンスであり、全線開業以前から、新幹線効果の最大化、地域経済活性化へつなげるためのさまざまな取組を展開している。

#### (2) 特別講演 3・11からの復興と安全なまちづくり

講師：東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻教授 大西 隆

##### ア 東日本大震災と減災思想

今回の災害が、津波被害と原発破壊によってもたらされたために、再来する恐れの高い津波に対して安全なまちや集落の復興をいかに図るのか、放射性物質によって汚染された地域をどのようにして人間の居住や活動に適した土地として復興できるのかといった未知の問題を解決しなければならず、十分な答えを見出すのは容易ではない。

震災から7か月という時期は、既に方向が決まった事項については復興事業に着手するとともに、解決すべき課題について、どのように取り組んでいくべきかの見通しをつけるタイミングでもあろう。同時に、被災地の復興だけではなく、これから同様の災害が起こる恐れのある国内外の全ての地域に対して生かすべき教訓を導き、予防的な対策をとっていくことが求められる。

教訓として重要なことは、想定を超えた巨大な災害が発生する可能性は常にあり、それへの対処には、「減災」の考え方をもって当たるほかないという点である。減災とは、被害を完全になくすことはできずに、被害の軽減を図ることとされるが、より具体的に

は人命は守るが、家、施設などの財産は失われることを覚悟するという意味である。津波災害については、住宅、小中学校をはじめとする教育施設、高齢者や身障者のための施設、あるいは病院については、大津波が届かない高台や、耐浪性のある建物の津波の届かない階以上に設けることが必要である一方で、三陸でも主力産業である水産業、その他の工場、事務所、商店等は、可能であれば、高台や人工地盤の上に立地することが望ましいのはいうまでもないが、立地条件上やむを得なければ、近くに避難ビルを設けたり、避難路を確保して、大津波時には浸水する地域に立地させようという考えである。しかし、この場合でも、重要な設備は上層階に設置するという工夫によって、被害を最小限に留めることが求められる。

これまでの経験では、日常的に不便であれば、結局は居住地として長続きしないことが示されてきた。したがって、人命第一という理念だけではなく、それを現実可能とするために、利便性や快適性に優れており、かつ防災性が高い住まい方を追求する必要がある。

その上で、減災をより進めるためには、避難施設と日常生活に組み込まれた避難行動が欠かせない。自動車でも、徒歩でも逃げられる避難路や避難場所を設け、さらに避難場所は多段階に設置して、より安全な場所への非難を可能にすること、避難訓練に真剣に取り組む姿勢を維持して、一人一人が避難の習慣を身に着けることが命を守る。

今回の津波被災地には、既に低地に農地を設け、住宅地を高台に移していたので被害を免れた集落も、残念ながら数は少なかったとはいえ存在した。そうした集落を少しでも増やしていくために、少し大胆な土地利用転換を図って、安全を確保することも必要になってこよう。

原発災害における減災はより困難を伴う。原子力発電所に事故があれば、被害は想定し得ないほど大きく、深刻なものとなる。今回も、大津波や電源破壊など想定外の災害が続き、まだ被害の全貌が確定しないのであるから、有事の際に際限なく災害が拡大する技術は封じ込めるほかないという考え方を持つことが、減災につながるのではないだろうか。そうであれば、今後の努力は、どうすれば原子力発電を減らしていくことができるのかをテーマに、代替エネルギーの開発、省エネの推進に注がれるべきであろう。

## イ 予防的な対策

現状では、神奈川県から高知県にかけての沿岸部をはじめとして、北海道から九州に至る日本列島の、特に太平洋岸に津波災害の危険があり、今回、被害の出た地域の振興だけではなく、これから危険がある地域についての予防をいかに進めるかが問われている。

減災の考え方に基づけば、①防災施設の整備、②住宅の高台移転等の安全なまちづくり、③避難施設整備や避難訓練の徹底が対応策となる。これらはそれぞれ独立して進めることができるが、整備に時間を要する①、②に対して、③の避難訓練は最も即効性がある。今回の教訓では、地震発生後の津波警報で津波の高さが曖昧に報じられ、警戒心を減じたと指摘されている。より確実な津波警報を発する方法を開発し、実施するとともに、一旦逃げたら、警報が解除されるまでに低地に戻らないことを徹底することが必要である。また、避難道路は自動車での避難を想定して、人と車が共存できるものにしなければならない。①、②は被害削減に極めて重要な役割を果たすが、①には公共事業としての事業費が、②には一般の人々の自主性と協力が求められる。どちらも施設や住

宅の整備を含むものであり、実施に当たっては、地域防災計画の中で再配置を位置付けて、小中学校、老人福祉施設、病院等の避難困難な人がいる施設から、施設の建て替え時期等を狙って移転を促進することが重要である。住宅や施設の移転候補地に先行的な基盤整備を行うことができれば、さらに効果があろう。

今回の津波では、防波堤、防潮堤そのものが倒壊して、被害を与えたり、津波の勢いを弱めることができなかつたと報告されている。したがって、大津波は乗り越えても、堤防が壊れない構造を確保して、軽減効果を発揮できるようにすることが課題である。

津波の際は、それぞれが自力で逃げる覚悟と行動が重要とされる。しかし、携帯電話がこれだけ普及している時代であるから、それが不通にならずに連絡が取り合えれば、救援活動がよりの確に行える可能性がある。津波警報を知らせる防災無線等の改良と共に、情報通信網の安定性、信頼性への期待は大きい。

「災害は忘れた頃にやってくる」と言われる。今後危険性が指摘される地域では、直近の大災害からもっと時間が経過しているケースもある。他所での災害体験を共有することによって警戒感を高めるなど、不断の努力によって災害への警戒意識を維持することが問われている。

#### ウ 人の繋がりによる防災力と自治体間の協力

提言に向けた議論の中で、最も強く主張したことは、“被災地主導の復興”ということであった。ただでさえ、被災してダメージを受けている人に、復興の推進役たれというのは酷ではないかという意見もあった。もちろん、被災地外の人々の支援はもとより、国が財源を確保し、制度を整えて行う復興政策も復興に決定的な重要性を持つことは言うまでもない。しかし、震災前から人口減少高齢化に見舞われていた地域の復興を考えれば、被災者である地元の人々が自ら復興の担い手になり、復興の力をそのまま地域の発展につなげていくような活動を形成していくことが不可欠であると考えたのである。

「復興まちづくり会社」は、そうした被災地主導の復興を体現する組織で、初期は、財政資金で復旧・復興の事業を担いながら、やがて、様々な起業を行って地域の産業と雇用を育てていくことを狙っている。被災というハンディーキャップを補うためには、今後、適切な特区制度を導入して、事業機会を広げていくことが望まれる。

被災地の復旧復興過程で、自治体間の協力が大きな役割を果たしていることも特筆するべきであろう。(総務省データ：8月現在で1270名余の市町村職員が派遣)もちろん、国からの派遣、民間からのボランティアを含めた人的支援も行われている。自治体間の人材派遣を中心とした協力が、被災地と全国を結ぶ多様な連携と支援の輪を広げることに役立つように、被災地からの復興状況報告を適宜行って、復興への歩みを職員間だけでなく各地の市民とも共有していくことが必要であろう。各国政府も被災地での救援、復旧作業に手を貸してくれた。災害からの教訓、復興への方策、さらに適用の経過を、諸外国にも伝えて、減災の思想と方策を共有していくことも重要である。

### (3) 基調講演 九州新幹線とまちづくり

講師：九州旅客鉄道株式会社代表取締役社長 唐池 恒二

#### ア 九州新幹線（鹿児島ルート）

冒頭、九州新幹線全線開業のコマーシャルが3分間流れました。九州新幹線に向かって沿線から手を振る姿は多くの皆さんが印象に残ったと思います。東日本大震災の関係

でコマーシャルは中止になっていましたが、YouTube で流され、大変な反響があったとのこと。一般の皆さんがそれぞれの思いで九州新幹線の開業を祝う姿に感動を覚えた人も多かったと思います。地域の活性化を地域の皆さんと一緒に進めていく取り組みが読み取れる素晴らしいコマーシャルだと思います。

九州新幹線は、2004年3月13日に新八代～鹿児島中央間で第一期開業がされ、2011年3月12日に博多～鹿児島中央間の全線開通となりました。全線開業の効果を「タテ軸」から九州全域の「面」への取り組みとして、在来線に走らせた9つの観光列車が、地元の観光資源として活用され相乗効果が生まれている。

#### イ 新博多駅ビル「JR 博多シティ」

新幹線全線開業に合わせ2011年3月3日に開業した。開発面積は22,000 m<sup>2</sup>、延床面積は200,000 m<sup>2</sup>の地上10階地下3階建であり、阪急百貨店、東急ハンズ、シネコン(Tジョイ)、専門店(約230店)などが入居。地下1階は博多地下街とも連絡、博多一番街や博多小径などの食品売り場になっている。また、FM福岡のスタジオや森をイメージした有田焼の壁画なども随所に描かれている。屋上には「JR 博多シティつばめの杜ひろば」があり、展望テラスやイベントステージなどの他、ミニSL(つばめ電車)が庭園内に展開している。

駅前広場はケヤキ20本を植樹した「緑陰広場」が整備され、ヘンリー・ムーアの彫刻作品やモニュメントなどが設置された。「ハコ」から「エリア」へ展開する取り組みを行っている。

#### ウ 都市の魅力の3要素とまちづくりのポイント

東大の木村庄三郎名誉教授の言うまちづくり三要素「安全・安心、歩く楽しさ、食とお土産(ショッピング)」にさらに(ゆい)地域の共同体意識、誠実、おもてなしの心と表現を加えることが大切である。宮崎県日南市の飫肥は日本一のまちづくりをしている。すれ違う幼稚園児や女子高生が気楽に挨拶をしてくれる。これは飫肥の申し合わせ事項として取り組んだ結果で、緊張感のあるまちになっている。

#### エ まちづくりには「気」・・・「気」を満ち溢れさせるには

スピードとキレのある動き、明るく元気な声、スキを見せない緊張感、向上しよう、成長しようというどん欲さである。はやるブティックでは、店員が常にディスプレイの服をたたみ直すなど、緊張感がありスキを見せず、スピード感と元気な声で対応をしている。

### (4) 主報告 新幹線の開業効果をまちの力に

-地域特性を生かした魅力づくりと情報発信- 鹿児島市長 森 博幸

#### ア 新幹線全線開業を踏まえた取り組み

##### (ア)鹿児島市観光未来戦略の策定・推進

「“一味違う鹿児島” 魅力多彩な国際観光都市の創造」など4つの基本方針と15の重点戦略を掲げ、官民一体となって各種取り組みを戦略的に推進してきている。

##### (イ)新幹線開業効果をまちの力に ～地域資源×公共交通

###### a. よりみちクルーズ+桜島周遊バス

桜島フェリーは、桜島地域と市街地のみならず、薩摩・大隅の両半島を片道約15分・24時間運行で結ぶ海上交通機関としての重要な役割と使命を担っており、年間乗客数

は約500万人、航送車両は約150万台と世界屈指の輸送量を誇っている。この従来からの交通機能に、自然景観という地域資源を掛け合わせて付加価値を生み出し観光客等にとっての魅力向上を図っている取り組みが、桜島フェリーを運航する鹿児島市船舶部において実施している「よりみちクルーズ」である。

桜島と錦江湾というダイナミックな自然景観の魅力を洋上から身近に楽しめる約50分間のクルーズであり、新幹線全線開業に合わせ、新たに就航した電気推進船の新造船も使用し、本年3月10日から1日1便の運航を行っている。(7月末現在9,000人利用)

#### b. 観光電車+市電軌道敷緑化

桜島フェリー同様、この日常の交通手段という従来からの機能に、歴史等の地域資源を掛け合わせ、新たな魅力の創出を図っている取り組みが「観光電車」である。鹿児島中央駅発で天文館やJR鹿児島駅などを巡り、鹿児島中央駅に戻る約70分のコースで、土日・祝日限定の午前・午後にそれぞれ2便ずつ運航し、電車に同乗した「観光サポートガイド」2名が、鹿児島の名所や歴史等を案内している。

また、市電については、平成18年度から全国に先駆けて軌道敷の緑化に取り組み、平成22年度末時点で緑化延長約4.6km、芝生面積約2万5千㎡の緑鮮やかなグリーンベルトが誕生している。ヒートアイランド現象の緩和や騒音の低減に資するものであると同時に芝生軌道の上を走る路面電車は、潤いと安らぎのある特徴的な都市景観づくりに大きく寄与している。

#### c. 観光地周遊バス「カゴシマシティビュー」

市内の各観光名所を専用バスで周遊する「カゴシマシティビュー」は、平成6年の運行開始以来、コースや車両の充実を図ってきており、現在、特色おあるバス3台(レトロな路面電車風バスや海とイルカをイメージした青色基調バス)により、「城山・磯コース」「ウォーターフロントコース」「夜景コース」の3つのコースで、昼間25本、夜間2本(土曜日)の運行を行っている。コースには、「篤姫」ゆかりの地や西南戦争などの史跡の宝庫である城山周辺、世界文化遺産の国内暫定リストに登録された異人館等を擁する磯地区などが含まれ、ここ数年は年間20万人前後の利用実績がある。

#### d. 食と新幹線

新幹線全線開業を機に、鹿児島が有する黒牛、黒豚、黒酢、さつま揚げやキビナゴ料理など固有の食文化を、地域資源として更なる活用を図り、新たな魅力を創り出すことを目的に、平成21年度から“美味のまち鹿児島”魅力づくり事業に取り組んでいる。平成21年度は、市や関係団体等で構成する「美味のまち鹿児島“づくり協議会”」を設立し、活動の素地づくりを行った。平成22年度に協議会内に立ち上げた“美味のまち鹿児島”「薩摩美味(うんまか)維新」実行委員会が主体となり、新たな食のスタイル“美味両棒(うんまかちゃんぼ)”の提案やプレイベント、鹿児島独特の盃である「ソラキュー」を活用し、協力店から各種サービスが受けられる食べ歩きキャンペーンなどを実施した。

#### e. 広域的な資源×新幹線

九州新幹線の全線開業は、時間的距離の短縮による競争激化の側面を有しているが、一方で、鹿児島市をはじめ福岡市や熊本市など沿線の各都市において更なる魅力アップが図られれば、九州全体としての集客力の向上、パイの拡大につながるものと考えられる。特に東アジアなどからの誘客においては、オール九州という視点に立ち、新幹線や

航空路線、海上航路などの交通機能を生かしながら、他都市と連携した広域的な観光ルートを開発し、一体的に情報発信していくことが、非常に大切な要素となる。

堺でい20年、「鹿児島市、熊本市、福岡市交流連携協定」を締結した。連携・協力は、東アジアへのプロモーション活動の強化など観光振興に向けた施策推進のみならず、三市の施設入場券の共通割引制度の導入といった地域資源の相互活用なども行っている。

f. その他の取り組み

平成20年にスタートした、自然や歴史を感じながらガイドと一緒にまち歩きをする「鹿児島ぶらりまち歩き」や、県内外の大学生との連携等により進めるまちの回遊性を高めるための取り組み、本年10月から11月にかけて中心市街地で行うコミュニティーサイクルの社会実験（まちなかの複数の拠点で自転車の貸し出し、返却ができる）などがある。

(5) 一般報告 地域資源の観光資源化を成功に導く価値創造アプローチ！

株式会社バリュー・クリエーション・サービス代表取締役

株式会社リクルートじゃらんリサーチセンター客員研究員

社団法人日田市観光協会事務局長 佐藤真一

ア “カスタマー視点” × “メディア視点” の考え方

(株)バリュー・クリエーション・サービスは地域活性における観光振興のアプローチ手法として「“カスタマー視点”で地域が潜在的に持つ価値を発見し、“メディア視点”でプロデュースする」という考え方を基本としている。

この考え方は地域資源の有効活用というテーマにおいて、数多くの成功事例を通してまとめ上げたものであり、大分県の(社)日田市観光協会での実戦経験を通して確信に至ったものである。(社)日田市観光協会では、この考え方にに基づき地域資源の観光資源化に着手した結果、4年間で事業規模を3倍、事業を通じて稼ぎだした自主財源が6倍という状況にまで成長を成し遂げた。

イ じゃらんリサーチセンターのGAP調査

(株)リクルートの“じゃらんリサーチセンター”では、ここ数年、多くの地域において地域資源の観光資源化をサポートするツールとして「GAP調査」という手法を提供してきた。この調査は、対象となる地域が有する自慢の地域資源を観光振興の対象とするエリアの方々に対して、「期待度×満足度」「認知度×関心度」という2つの切口でアンケート調査を行い、多くの地域資源の中から観光資源化が可能なものを抽出することを目的としている。

マーケティングにあたっての注力ポイントとしては、「観光客にとっての価値を明確にすること」と「他地域が有する類似資源との差別化を明確にすること」である。地域資源の観光資源化においては、この工程が観光資源を活用した戦略立案につなげる最も重要なフェーズであり、最も地域側が苦手としていることでもある。

ウ 観光客を動かす2つの行動ソフト

地域資源を活かすためには、観光客を動かす2つの行動ソフトの存在が不可欠です。

1つめは、「情報」に他なりません。対象となる地域資源が地域側の思うほど認知されていないことにより、観光資源として機能していないケースがある。認知されていないとは、その地域資源の本当の価値が観光客に正しく情報として伝わっていないというこ

とである。

2つめは、「サービス」に他なりません。仮に、その地域資源の本当の価値が観光客に正しく伝わったとしても、商品としてのサービスレベルが低ければ、期待度と満足度を一致させることができず、結果として本当の価値を提供できないことになる。

この「情報と」「サービス」が行動ソフトとして機能してはじめて、地域資源の観光資源化が実現する。

#### エ 情報発信を科学する

地域の中には地域資源を活用して「いい商品」を作るとは得意としているが、「売れる商品」を作ることが苦手な地域がある。「いい商品」でなければ「売れる商品」にはなり得ない。一方で、「いい商品」が「売れる商品」になり得るかは、情報発信の質&量のレベルによる。昔のようなマスメディアを活用したマス・コミュニケーションの手法では全く通用しない時代にあっては、セグメントされたターゲットに適した情報メディアを使いこなし、より効率的な情報発信が求められる。

\* 地域資源の観光資源化を成功に導く情報発信のポイント

- ①「興味を抱かせる」⇒「誘い出す」⇒「受け止めさせる」という仕掛けづくり
- ②「送り手の一方的なコンセプトメッセージ」から“情報のシナリオ化&ストーリー化による「受け手とのコミュニケーションを意識した共感メッセージ」への転換
- ③「効率的な情報デバイスの選択」と「受け手との接触ポイントの強化」

地域の中で、こうした内容について話をすると、「頭で理解はするが、実際には行動せず」といったケースがほとんどです。地域資源は「人の力」によって“情報化”しない限り、観光資源として活躍することはあり得ない。地域における情報発信力が問われる時代にあっては、情報発信力強化に取り組めない地域が地域間競争を勝ち抜くことはできない。

#### オ 「自分サイズの戦略」×「協働による推進」

「自分サイズの戦略」とは、他地域の成功事例を単純にそのまま自分の地域に適用しても成功に導くことが難しいため、自分の地域に合わせたカスタマイズが必要という意味を込めて使っている。

全国的にも有名となった熊本県の黒川温泉で展開している“入湯手形”の仕組みは多くの温泉地で導入されましたが、黒川温泉のような成功事例につながったケースは稀で、あの仕組みは黒川温泉のサイズで楽しめる仕組みなのであって、温泉地としての規模や地形、景観など様々な要因が異なる地域においては、自分の地域に合った仕様に作り込む必要がある。

「協働による推進」とは、「自分サイズの戦略」を描き、実行に移す段階で「誰かがやる」のではなく「皆でやる」ことの重要性を説いた言葉である。観光振興だけでなく全ての地域の場面で必要とされる考え方だと思う。

これまで多くの地域の観光振興に関わってきたが、概して成功している地域には「協働による推進」というマネジメント思考が働いており、地域全体で事業に取り組む姿勢が見てとれる。

#### カ 地域資源を観光資源化するためのデバイスとしての「公共交通機関の役割」

“不便さ”解消は現実的にはとても難しい課題であることは明白である。解決に向けたアプローチとしては、この“不便さ”の間を地域資源の魅力で埋めるという考え方が

より現実的で実践的だと思う。JR 九州はローカル線という“不便さ”を「魅力的な観光列車」という手法で“楽しさ&快適さ”に変換することに成功した。そこには、魅力的な観光列車を開発する過程において、「“地域らしさ”という魅力を観光列車にデザインする」という価値創造のアプローチが見て取れる。

この“デザインする”という行為こそが、これからの地域活性において最も重要な視点である。そして、そのデザインにより、“地域をマネジメントする”という行為につながってこそ、真の地域活性が実現するように思える。

今後、日本の都市が観光地として世界に通用するようになるためには、「地域をどのようにデザインし、どのようにマネジメントしていくのか？」を明確にしていくことが重要だと思う。

\*同じ文書でも句読点の打ち方で意味が変わる。たとえば、“できるわけない”が句点を入れれば“できる。わけない”となり、意味が異なる。このように見方を変えれば、不可能も可能になる場合がある。

-以上-