

第3回 津市大門・丸之内地区 未来ビジョン策定委員会分科会

分科会名	経済活性化、地域資源の活用分科会	エリアの価値向上分科会	未来志向の都市づくり分科会
開催日時	令和4年11月10日（木） 午前10時～正午	令和4年11月11日（金） 午前10時～正午	令和4年11月11日（金） 午後2時30分～午後4時30分
開催場所	津市役所本庁舎8階 大会議室 A、B		
出席者	【分科会員】 村田 敦也、岡本 恒、 豊田 真、奥山 元彦、 新堂 洋一、奥田 博貴、 酒井 亮、山口 尚利 【委員会委員】 辻 正敏、藤牧 和弘	【分科会員】 若松 雅徳、三澤 直樹、 金峰 知彦、服部 諒、 岩田 英里、奥田 博貴、 平西 明日香、鈴木 聡一、 酒井 亮、山口 尚利 【委員会委員】 辻 正敏	【分科会員】 川合 幸児、須川 正之、 大西 香穂、高橋 絢子、 寄詰 真也、岩田 英里、 葉山 怜、酒井 亮 【委員会委員】 辻 正敏
公開又は非公開	公開		
傍聴者	3名	0名	1名

議事次第

- 開 会
- 分科会長あいさつ
- 報 告
 - ・第2回策定委員会の報告
 - ・第3回勉強会の報告
- 議論・検討
 - （1）未来ビジョンたたき台について
 - （2）将来像、コンセプトについて
 - （3）実現に向けた取組について
 - （4）実現に向けた推進体制について
- その他の連絡
- 閉 会





議事概要

1 開 会

2 分科会長あいさつ

3 報告

- ・第2回策定委員会の報告
 - ・第3回勉強会の報告
- 事務局より説明（資料1、資料2）

4 議論・検討

（1）未来ビジョンたたき台について

（2）将来像、コンセプトについて

事務局より説明（資料3）の後、将来像まちづくりのコンセプトについて分科会員同士で意見交換を行った。概要は以下のとおり。

<将来像について>

■津市にとっての大門・丸之内の位置付けについて

- 津駅・津新町駅との関係性を広域的な図面を用いて表現できるとよい。
- エリア外の拠点など、周辺との関わり、特に交通結節点としての在り方が記載されるとよい。
- 県外や海外とのつながり、なぎさまちとの関係が表現できるとよい。

■大門・丸之内地区における各エリア、代表的な場所の将来像について

- 歩いて暮らせるウォーカブルなまち、エリア内で日常生活が完結できるまちを目指すべき。
- スーパーマーケットやドラッグストア等の中核的な店舗が誘致されると、住宅の土地利用も増え、人口増加に繋がると思う。
- 暮らしやすいまちにするためには生活基盤を整える必要があり、そのためにも土地の集約、遊休土地の再編を進める必要がある。
- 津城や津観音を目的に訪れる人は少なくなっているので、買い物などを目的に来訪してもらい、各拠点に寄ってもらえるとよい。ただし、現状のままでは賑わいの低下により、店舗が維持できないと思う。
- 多様な人々が交流できる場、コワーキングスペースなどがあるとよい。
- 交通結節点というキーワードが重要である。将来的な電気自動車の普



及も反映できるとよい。

- 来街者用の駐車場や青空駐車場等の低未利用地についても表現があるとよい。

■大門・丸之内地区に滞在する人と活動の20年後のイメージについて

- 若い世代が市外へ流出するケースが多いので、学生が戻ってきたいと思える、憧れる場、関われる場としての20年後のイメージがあるとよい。
- 中高生をターゲットとしてこの地区に憧れをもってもらって、関わりたい、交流したいという視点の将来像があるとよい。
- センターパレスで勉強、お城西公園でダンス、図書館で滞在など学生の目的となるコンテンツを地区内に作ることが大切。
- 今後、車を持たない若者が増加すると思うので、若い世代は車を持たずに活動するイメージも想定した方がよい。
- 三重大生は大門・丸之内地区に住むのではなく、週末に遊びに来るイメージである。居住させるのであれば、津新町周辺の専門学校生をイメージする。
- 地区内の事業所で働く人の「勤務12年」だけ具体的で違和感がある。
- それぞれの人の暮らし、行動をイラスト等で表現するとイメージしやすい。

<将来像のキャッチフレーズについて>

- 地区の中心性を表現する。（大門・丸之内地区で取り組む理由、違いを強調して特徴を表現）
 - 『津の中心、津の大黒柱、ここがあるから…』
 - 『中心、メイン』『へそはどこ？』
 - 『交通の利便性』
- 「津城」「津観音」など地区をイメージしやすいものを表現する（市民と共有できるもの）
 - 『石垣と仏』『歴史、神社仏閣』
 - 『まちづくりの歴史』
 - 『食の楽しみ、食の文化』
 - 『住むまち、住みやすいまち』『暮らす』



『いつかは大門に住みたい！』
『てくてく大門、すたすた丸之内』（テクノロジー、スター性）
『大門・丸之内ブランド化』
『住んでいるとカッコイイ』
『ウォーカブル』『健康につながる』
『大門・丸之内が好きになる』
『さわやかに迎える 大門・丸之内』
『大きな門で出迎え 楽しくて心が丸くなる』
『人とつながる』『新たなつながり』『交流』
『まちも人も若返る』

○**取組の姿勢、思いを表現する。（本気度、これまでとは違う等）**

『1回やってみる 大門・丸之内』
『これまでとは違う 最後の挑戦』
『終わりが無い どこまでも行く、本気』
『総力を結集して 動き出す』
『負けないぞ！大門・丸之内』
『場所の力』
『盛り上がる』
『ここにある、ここにしかない』
『古いものと新しいもののコラボ』
『第1号、はじめて』
『どの世代でも、次世代にもつながる』『未来のその先に』

（3）実現に向けた取組について

事務局より説明（資料4）の後、未来ビジョン実現に向けた取組の施策・役割分担・ロードマップやリーディングプロジェクト（短期的・最初取り組む事業等）について分科会員同士で意見交換を行った。概要は以下のとおり。

<立町・大門大通り・国道23号の活用>

■立町・大門大通りの社会実験の実施について

- 社会実験のテーマは「自動車とにぎわいの共存」
- 人が歩きにぎわうことは大歓迎である。

- 若い経営者が人的ネットワーク・やりがい・自己表現のため新規出店するケースが増えているので、そういった若い経営者による新しい発想の出店を促す。
- 店舗の作り方に影響が出るため、車を通すかどうかは地権者目線・お客目線で考え、早めに決定できるとよい。
- 賑わっていた頃は、夜店やお店が立ち並んでいたもので、道路空間にキッチンカーや露店を集めたり、軽トラ市などを実施し賑わいの調査をするのも良いかもしれない。（安全性、市民への周知・理解・協力が必要）
- 平日の夜間は人が少なくなるので、夜間のにぎわい創出には夜間・深夜の送迎バス等交通面も考える必要がある。

■国道 23 号（丸之内商店街エリア）の社会実験の実施について

- テーマは「店先等空間活用による賑わいの可能性調査」
- 社会実験を実施することで、変化する「土地利用」や「にぎわい・人通り」のさらなる発展、継続、連続に繋げる。
- キッチンカーの配置や、歩道上へベンチ等の配置、チャレンジショップなどで賑わいの調査を行えるとよい。
- これまでにやってきた事業を再度実施してみる。（ミニツリーの設置、建物のイルミネーション、クリスマスパレード、演奏会等）
- 既存のイベント、物産展と連動し、回遊性を創出、波及効果を地区全体に広げる。

■その他

- 地区の活性化、にぎわいの創出につながるように社会実験の目的を明確化するとよい。
- フェニックス通りを活用し、新しい移動手段と絡めて実験することも検討できる。

<お城公園・観音公園の活用>

■マルシェイベントの実施

- 既存のマルシェイベントも実施しているが、イベントにどうやって人を集めるか、来訪者にどのように快適に過ごしてもらうかを考える必要がある。

- お城公園はルールが厳しい部分もあるので、まずは、お城前公園を活用することから始め、観音公園の活用につなげるとよい。
- 誰もが利用できる場、事業者の活動の場として公園を活用できるようにする。例えば、ヨガや太極拳、ラジオ体操を、趣味等で行っている講師に取り組んでもらう。

■清掃活動など市民活動の実施

- 市民が公園を管理できるようにアダプトプログラム制度（市民による公共空間の清掃美化活動に対する行政支援）を実施。
- お城公園・観音公園で毎週のように活動があると、公園も綺麗になる。
- お城公園・観音公園をシェア公園にし、事業者、市民が借りられ、日常的に利用や管理ができるスペースを設ける。
- 清掃活動は公園、まちなかの快適性の向上になるが、ハード整備も必要。
- 心地よい空間に改変する必要があるし、日本庭園をリニューアルし、カフェなども設置する。また、竹を使った灯りのライトアップができるとうい。
- 人気のあるカフェなどが出店し、販売と清掃活動などをしてもらえると注目も集まり波及効果も期待できる。

<清潔な空間づくり、安心安全なまちづくり>

■公共空間の清掃・美化

- まち歩き、清掃活動などを通じて地区のことを知る。
- 既に取り組んでいることを把握し、一緒に取り組んでいく。
- 義務感のない清掃活動ができるとよい。市民からも参加者を募集する。
- 最初は義務的になるかもしれないが、ムーブメントとして各企業が取り組む。
- この地区は鳥の糞の清掃や草むしりを行う必要があるが、糞の清掃は市民が簡単にできるものなのかと思う。
- 創作品を置ける、花畑にする、ゲーム感覚で行う等、参加・活動しやすい仕組みを考える。

■防災対策

- 津波による浸水被害を考えると居住誘導策が必要。中古物件の購入補助、地震保険への加入補助、固定資産を安くする、共同住宅への入居・購入補助など。
- ドローンを使ってすぐに被害情報を入手など、ＩＣＴを活用した防災対策を検討する。
- 空き家を使って消防団による防災講座、防災訓練などを実施する。
- 高齢者の避難、自主防災力を高める。

■防犯対策

- 防犯対策として防犯カメラの設置。

<新たな移動手段の導入>

■シェアサイクルの試行

- シェアサイクル（電動サイクル）のポートの設置。
- 出張に来た人が津駅を利用する、大門・丸之内の飲食店に行くことを想定する。
- 三重大学からの利用を想定する。
- 回遊のスタート・ゴールは市役所・三重会館を想定する。
- 回遊しやすいように三重会館前交差点の改善が必要。
- 国道 23 号の東西の歩行者動線の分断の解消を検討する必要がある。
- 歩道橋の魅力化、活用促進を検討する。

■次世代モビリティの検討

- 電動キックボードの導入等。
- 人を集めるコンテンツとしてモビリティの導入を検討する。
- 自動運転を見据える。
- 移動範囲を拡大させる、移動しやすさをアップさせる。
- 自由に、頻繁に乗り降りできるようにする必要がある。

■その他

- アプリを活用した来訪促進の取組を検討するとよい。

<空き地・空き家・空き店舗の活用>

■空き店舗・空き家の実態把握調査

- 所有者の意向（売りたい・貸したい、情報発信の可否）を把握する必要がある。

■物件情報の発信

- 利用者ニーズに応じた情報発信を行うことが必要。
- 良い物件を探すための情報が必要。
- 若い店主は若い来街者など、同世代がターゲットとなる。
- これまでの成功例を発信する。
- 情報発信時にエリアによってオススメ用途を分ける。
- 空き店舗を紹介する仕組みを作る。

■空き店舗を活用した出店支援

- 空き店舗を改修してから借り手に提供する。
- キーテナントとなる店や不足する機能を補う店を誘致しつつ、経済支援を行う。
- コンビニ・スーパーの出店促進を行う。
- お城公園・観音公園の活用とのマッチングとして、公園などでヨガや太極拳、ラジオ体操を行う講師などに無料または安く貸し出す。
- 日常の買い物ができるところが無いと居住者は増えないし、地区に魅力がないと事業者は出店しない。
- 商店街のメイン通りではなく、裏通りの物件の方が初期投資を抑えられる傾向にあり、そういった場所への出店も見られる。

<地域が一体となった情報発信>

■地域のホームページ等の作成・運用

- 駐車場、観光名所、店の情報を来訪者は絶対に調べるため、ホームページは必要。
- 他のホームページとのリンクを考える。
- 情報の鮮度、キレを重視する、情報の発信者（応援団）を増やす。
- 地区の魅力、人の魅力を引き出せる人材の掘り起こし。
- 情報発信のコーディネートが必要、情報の拡散方法を考える。

■SNSでの発信

- 店ごとのSNSの情報などを大門・丸之内で集約化。（既存のSNSのポータルサイトにする）
- ハッシュタグを共通化して、自分たちで発信。
- インスタグラムでまち歩きなどのエリアプラットフォームの活動も発信する。



○時代と共に変化する媒体についていく。

■その他

○フリーWi-Fiを充実させる。

○マスコミの活用、テレビ、新聞へのプレスリリースを実施する。

○既存のタウン誌を活用する。

○アナログのポスター掲示やプッシュ型の発信も活用する。

(4) 実現に向けた推進体制について

事務局より説明（資料5）の後、未来ビジョンの実現に向けた推進体制について分科会員同士で意見交換を行った。概要は以下のとおり。

<事業の推進、エリアプラットフォーム等の運営>

○各々の活動を共有して、新しい取組を考える。

○活動は構成団体が集まって企画する、取組内容により集合し事業を推進する。

○人材面では、各会社からの出向を検討する。

○事業面では、公共施設を活用する、PFIを活用する。

○財政面では、クラウドファンディング、PFI、国土交通省の補助金、協賛企業からの協力。

○補助金頼りではいずれ限界が来る。

○エリアプラットフォームが収入を得る仕組みをつくる。

○大門・丸之内のまちづくりでエリアの価値を向上させ、お金を回す。

○どうやって儲けるか、どうやって継続させるかのコーディネートが重要。

○予算、事業計画を作り、エリアプラットフォームが機能するように立ち上げることが必要。

○持続性・地域性を重視する。

○地区のブランド化、ポテンシャルを上げる。

<民間企業や住民等の関わりについて>

○企業がエリアプラットフォームにどこまで関与できるか。

○ボランティア、社会貢献では継続しにくい。メリットや企業収益につながらないといけない。

- エリアプラットフォームが企業のビジネスチャンスになる場、それを考える場にならないと参加しにくい。
- 地域の企業・住民のメリットが見えるようにする。
- 企業が投資したいと思える地区にする。
- 企業や住民の参画につながるような特典を考える。（広告や PR の優先など）
- 各主体（構成団体）が「実現したい第 1 号」を持ち寄り、みんなで応援しあえる仕組みを作る。
- まちへの投資など、まちづくりとお金の勉強会ができるとよい。

5 その他の連絡

- ・第 3 回分科会の内容については、事務局で整理した後、分科会員にお示ししたいと思う。
- ・第 3 回策定委員会は 1 2 月に開催予定。

6 閉 会

