



多くの参加者を得た市民の手作りによる灯りのイベント「キャンドルガーデン in PH 通り」
(本文中に関連記事があります)

目次 / contents

特集「まちづくりと社会実験」…………… 2

- ・周南市中心市街地活性化に向けた社会実験
／松尾高志・石本幸良・山本昌彰
- ・国内初の日本版チケット（当日券販売センター）の実験開始
／森脇宏
- ・にぎわいを創り出す景観まちづくりは可能か？
～伊丹市の社会実験の取り組み／中塚一・絹原一寛・羽田拓也
- ・雄三通りにおける社会実験を活用した住民参加の道路のあり方の
検討／久永誠

ひと・まち・地域…………… 10

- ・銀の馬車道と景観まちづくり（兵庫県中播磨地域）／岡本壮平
- ・“使える”総合計画への挑戦
～第5次草津市総合計画策定業務を通じて～／廣部出

きんきょう…………… 14

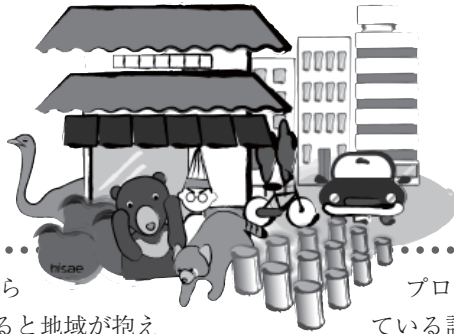
- ・日欧エコプロフィット・セミナーを開催しました／杉原五郎
- ・近況一発信と響き合い／三輪泰司
- ・ひらかれた市場をめざして～大阪市中央市場の見学&料理教室
／大河内雅司

うまいもん通信…………… 17

- ・エクストラバージン菜種油（仮称）／鮎子田稔理

まちかど…………… 18

- ・京都のまち並みの小さな変化～広告付きバス停が登場／石川聡史



いろいろな分野のプラン策定から地域の方々話し合いをしていると地域が抱えている課題と解決の方向性が見えてきます。それらを実現していくためには、行政だけでなく市民や事業者など多様な主体の主体的な参加により、地域みんなでプランを考え、実施するかどうかを判断する必要があります。しかし、現在のように社会経済情勢が読めない状況では、大掛かりな投資はリスクが大きく、だれもが尻込みをしてしまいます。そのためそのプランが本当に地域のために役立つのかを、地域や期間を限定し、まずは「社会実験」にチャレンジする取り組みが各地域で行われています。今や社会実験は、地域主体でまちづくりを進めていく上で、重要なステップの一つといえそうです。

今号の特集では、アルバックがお手伝いしている各地域の社会実験の中からいくつかレポートさせていただきます。

周 南市中心市街地活性化に向けた社会実験 ◆はじめに 京都事務所／松尾 高志

全国的に高齢化社会が進展する中、中心市街地の活性化は、高齢者が車に頼らずに日常生活を送れる場所をつくるという意味で、地方都市では大変重要な課題になってきています。弊社でも様々な地域で活性化の取組のお手伝いをさせてもらっていますが、昨年末に、山口県周南市で、市民と行政が協働で活性化の社会実験の取組をお手伝いしましたのでご報告させていただきます。

周南市は平成15年に徳山市と新南陽市、熊毛町、鹿野町の2市2町が合併して誕生した市で、瀬戸内海に面してコンビナートが広がる山口県有数の工業都市です。新幹線停車駅でもあるJR徳山駅前周辺は、かつては山口県一の賑わいを誇る商店街でしたが、郊外型SCの増設により賑わいが低下し、空き店舗の増加等、空洞化が進んでいます。その対応策として、周南市では、老朽化した駅ビルの建替えや駅前広場整備を柱とした駅周辺整備事業に取り組み一方で、平成18年度から市民と行政が同じテーブルで活性化方策を考える公・民連携まちづくり委員会を立ち上げ、検討を重ねていました。そして、今年度は、検討だけでなく、実際に活性化に向けたアクションを起こしてみようということで、活性化に関する

社会実験を市民と行政が協働でやってみようということになったのです。弊社は18～19年度に委員会運営を受託しており、今年度も引き続き委員会運営と社会実験実施のお手伝いをさせてもらうことになりました。

実験の実施時期は、多くの市民に体験してもらうため、駅前で「ツリー祭り」が開催され、人出が多い12月としました。そして、3つのテーマを設定して、3チームに分かれ、市民参加のワークショップにより、実験内容の検討と準備を行い、社会実験を実施しました。

今回はそのうち、イベントによる市民の集客に主眼をおいた2つのテーマを紹介します。

◆キャンドルガーデン in PH通り

京都事務所／石本 幸良

今回紹介する1つ目のテーマは、「商店街の通りで市民が積極的に参加したイベントを行い、新たなまつりとして定着を図る」ための実験で、徳山駅に近いPH通りという商店街で、灯りをテーマとした



キャンドルガーデン in PH通りの様子 自分の絵を見つけて親子で遊ぶ小学生



夜になると活発に動く？動物



当日の園内イルミネーションの様子



夜間動物園の園内の様子

イベントを開催しました。

このチームではどんな灯りで彩るかの検討から開始し、京都の「花灯路」の取組なども参考に、ペットボトルでキャンドルホルダーを作ることにしました。ペットボトルを彩る絵については市民の製作への参加とイベント当日の参加を促す目的から市内の幼稚園、小学校に絵画の製作を呼びかけました。

作業は11月初めから土曜日ごとにメンバーが集まり、ペットボトルの加工作業に集中しました。その結果、ペットボトルホルダー2000個、絵画1400枚、コップ型キャンドル400個を製作することができました。

イベントは周南まちなかデザインプロジェクト主催の「まちのあかりデザインコンテスト」最優秀作品の点灯式をプレイベントとしました。また、一夜限りの歩行者天国を楽しむため、PH通りの銘店がフードコートを繰り広げ、クリスマス特別メニューで来街者を温かく迎えるイベントも開催しました。

12月19日のイベント当日は前日からの寒波で雪がちらつく天候でしたが、点灯時間頃には比較的穏やかな天候になり、徐々に観客が集まってきました。5時半の市長の点火を合図に一般参加者にも協力を頂き、キャンドルに点火しました。大勢の家族連れやカップルが色とりどりのキャンドルを眺め、親子で自分の絵を探す光景がとても印象的でした。

まちかど広場ではライブコンサートを行い、市民による手作りの冬のイベントを盛り上げました。約3000人あまりの来街者は歩行者天国のストリートにキャンドルの灯りに誘導され、冬の夜のまちなか散策を楽しみました。

今回の社会実験は大勢のスタッフの協力により短時間で企画、製作、開催が実現しました。特に建築士会の30数名にもおよぶメンバーがその中心として活躍されました。

今回の市民の手作りによる灯りのイベントは大勢の市民の参加を得て、まちなかを楽しむイベントの集客性を確認することができました。スタッフは次

年度以降の継続開催と、早期からの準備開始を相互に確認し、再会を約束しました。

◆夜間動物園とカウントダウンクルーズ

大阪事務所／山本 昌彰

2つ目のテーマは「新たなレクリエーションの提供」です。「市民の暮らしの質を高めていく」ためには、市民が街なかにくりだし、楽しい時間を過ごせるような環境が必要です。

そのために、他都市にない周南独自の資源を活用した新しい“風物詩”となるような新しいレクリエーションをつくろうという試みです。

我がワークショップの班では、このためにできるだけ話題性があり、「あっと驚くような」社会実験を企画しようということになりました。

「周南」といえば、まず「コンビナート」。新幹線の車窓から見えるその夜景は全国的にも有名です。それから、頭を抱えるポーズで有名な「マレーぐまのツヨシくん」のいる徳山動物園。社会実験では、市中心部からはやや離れますが、この2つの資源を活用した内容を検討しようということになり、最終的に定まったのが、「夜間動物園」と「年越しカウントダウンクルーズ」です。「周南のまちは夜が寂しい」と言われているため、「夜」をテーマにした社会実験としました。

「徳山動物園 Night」（夜間動物園）

夜間動物園は全国でもあちこちで実施されていますが、冬季開園となると、寒さのために見せられる動物が限られてしまい、集客も極端に減少することが予想されるため、よほどの“目玉企画”がないと難しいそうです。

しかし、冒頭にいう“あっと”驚く企画としては、恋人同士のデートスポットなどとして、「あえて集客を狙わなくても…」と、冬季の夜間開園の実施に踏み切りました。

結果、集客は（予想通り？）上の写真のとおりです（泣）。この日、市中心部では、周南市最大のイ



イベント「冬のツリーまつり」が開催されたため、集客をそちらに奪われた格好になってしまったのです。しかし、同日に実施したアンケート結果などより、その利用者の多くからは、「普段見られない夜間の動物の状況が楽しめた」「イルミネーションがきれい」などの評価をいただき、「狙い通り」(?)、「恋人と静かな所で楽しめてよかった」などの感想もいただいています。

「年越しカウントダウン徳山湾クルーズ」

このテーマのもうひとつの社会実験は、文字通り、12月31日の夜から船上でコンビナート夜景を楽しむ「年越しカウントダウンクルーズ」です。

周南のコンビナートは前述のとおり、その夜景の美しさで有名で、とくに、例年ならば年末年始の帰省に合わせてライトアップが最大規模(100%点灯)となるらしいのです。しかし、今年は運悪く、企業のエコ対策の関係で見送られた格好になり、照明は60%程度でした。

当日は非常に寒く、「どたキャン」がありました。それでも70名の参加をいただき、以下の写真のとおり、無事に「カウントダウン」を実施し、その他、ビンゴ、写真撮影、対岸のイルミネーション&花火大会など、盛況に社会実験を終えることができました。

参加者の多くからは、「夜景がきれい」「実施日がよい」「楽しい」「来年も是非実施してほしい」「スタッフの熱意が伝わった」などの好評をいただいています。



カウントダウンで新年を祝う参加者

検証及び今後の継続に向けた課題

なにはともあれ、社会実験は無事終わりました。「大成功」といっていいでしょう。これも前述のクルーズの評価にもあったように、スタッフの熱意の“賜物”と考えており、関係していただいた周南市市民、行政、動物園関係者、大津島巡航(船)、防長交通(シャトルバス)など協力していただいた多くの方々に感謝しています。

しかし、今後「周南市の名物イベント」として定着させ、継続させていくためには、集客などの面でまだまだ検討しなければならない反省材料は多く、中心市街地との連携方策、採算面、人材面、体制づくりなど多くの課題が残っています。

今回は、いわゆる“行政主導型の社会実験”という形でスタートさせましたが、最終的には「なんとかこのまちを元気にしたい」という周南市市民の熱意によって成功しました。しかし、次年度以降は、その市民の方が主体となっていていただく必要があります。今回の社会実験で得られた人的なネットワークとその熱意を生かし、是非、何らかの形で継続させていってほしいと考えています。

◆おわりに 京都事務所／松尾 高志

3つ目のテーマは、「新たな店舗立地を誘導し、事業意欲を持つ市民の誘発を図る」ための実験として、期間や場所は様々でしたが「とくやまマーケット」と銘打って、5つの実験店舗を開店しました。

今回の社会実験は、3カ月という短期間で内容決定と準備を行うというハードスケジュールでした



船上から見る周南コンビナートの夜景

が、参加した市民の皆さんの力により無事終了することができました。個々のテーマについては、今回の実験を通して、今後継続していくために様々な課題が浮かび上がってきましたが、今回の実験の最大の成果は、中心市街地の活性化を願う多くの市民の存在を確認でき、今後もその力を結集させる人的なネットワークができたことでした。

周南市では、現在、中心市街地活性化計画を策定中ですが、活性化の中心となるのは市民の力であるということを再認識し、今後も引き続き中心市街地活性化の取組を応援していきたいと考えています。

国 内初の日本版チケット（当日券販売センター）の実験開始 大阪事務所／森脇 宏 大阪ミナミの道頓堀で実験開始

京阪神のライブエンターテインメント（劇場公演等）の当日券を一括して販売する社会実験が、3月から3ヶ月間（5月末まで）の予定で始まります。既に新聞やテレビでも報道されていますが、TTC（Today's Tickets Center）という名称で、国内初の取り組みです。場所は大阪ミナミの道頓堀五座の一つ、中座跡の「中座くいだおれビル」の1階、「いちびり庵」という大阪みやげの専門店の一角をお借りして販売ブースを設置します。

取り扱うジャンルは、当面のところ、演芸・お笑い、伝統芸能（能、文楽、歌舞伎等）、ミュージカル、クラシック、現代演劇としていますが、将来的には、もっと範囲を広げていきたいと思っています。

実験を行うのは、



出典：朝日新聞
2010年1月25日 夕刊 1面



販売ブースが設置される中座くいだおれビル
近畿経済産業局の支援を受けたNPO 法人ライブエンターテインメント推進協議会（略称LEO）で、私はこのNPOの理事として、その準備に取り組んできました。

日本版チケットの必要性

「チケットぴあ」によると、関西のライブエンターテインメント興業の約9割に、空席が発生しているようです。この状態を改善するには、当日券販売システムが、次の理由から必要となっています。

ライブエンターテインメントを鑑賞するには、幾つかの障害が存在しています。例えば、近畿経済産業局が昨年度に実施した調査の中で、大阪市内に勤務されている方へのアンケート調査が行われ、ライブエンターテインメント鑑賞の障害等が把握されています。障害として多い順に挙げると、①料金が高い（50%）、②前売券を買うには、前もって予定を組まねばならない（直前に予定を決めたい）（31%）、③チケットが入手しにくい（30%）、④公演情報が把握しにくい（22%）となっています。

つまり、これまで前売券を買う観客だけが相手にされて、当日券を買う観客は閉め出されていた面がありそうです。したがって、当日の公演情報を提供し、当日券を販売するところがあれば、これまで鑑賞に二の足を踏んでこられた観客を獲得することができ、新たな需要の開拓が可能となります。



TTC の仕組み

TTC は、ニューヨークの『tkts』を参考にしています。『tkts』は、ブロードウェイの当日残席を集約し、一覧に示して割引販売を行い、年間 140 万枚も売り上げています。タイムズスクエアにある販売ブースに、多くの観光客が連日並ぶ光景は、観光名物にもなっています。この『tkts』も NPO が運営していますが、そのままのモデルを日本に持ち込むことは難しく、日本型のモデルを工夫しています。

まず、劇場側から当日券を提供していただいて、TTC はチケットを委託販売します。販売ブースでは、モニターで当日券情報を提供して、当日券を販売しますが、当日券は実券ではなく引換券を販売し、購入者は劇場の窓口で実券に引き換えてもらいます。TTC では、当日券の販売代金から所要の手数料を徴収し、差し引きした精算金を劇場側へ、月に一度まとめて支払います。

販売価格については、割引となるように劇場側にはお願いしていますが、最終的には劇場側のご判断にお任せしています。前売券は割引しますが、当日券は正価という日本のこれまでの商習慣は、一朝一夕には変えられないようです。劇場関係者のご意見をお聞きすると、当日券の割引販売による値崩れの心配や、割引についての社内コンセンサスに時



テスト中の販売ブース

間が掛かるなど、いろいろ障害があり、しかも劇場によってご事情は様々ですので、一律の前提条件とするのは難しいと判断しました。むしろ割引による影響等について、

劇場側に検証していただくことを、この実験の狙いの一つに位置づけています。

なお、NPO による事業としたのは、この取り組みが関西のライブエンターテインメントを振興するというミッションの下で、劇場関係者の協力をいただくソーシャル・ビジネスであることから、NPO とする方が協力が得やすいと考えたためです。

大阪で開業する意義

東京でなく、大阪で始めるのは、販売ブースから 30 分以内で JR 環状線の沿線の何処にでも移動できるというコンパクトさを評価したためです。いずれ梅田に開設できれば、京都や神戸の劇場にも行きやすくなり、実績が上がれば、京都や神戸にもランチ設置が可能です。なお、当面は対面販売で進めますが、長期的にはネット対応も展望しています。

また、大阪で始めることについては、私なりの思い入れもあります。大阪の文化の歴史と蓄積を考えると、ライブエンターテインメントは、食文化と並ぶ大きな 2 本柱ですので、この 2 つを活性化させることが、大阪の都市格の向上につながり、大阪が自信を取り戻して、優れた人材や産業を大阪に呼び込む契機になることを期待しています。大阪が元気にならないと、関西も元気になりません。

TTC の見通し

上手くレールに乗れば、様々な発展の可能性が 있습니다。ナイトライフで考えると、食事はセットですから、当日券と一緒に食事の案内等も可能です。観光客や出張客にライブエンターテインメントを勧めるには、ホテル等の役割も重要になります。こうした他産業との連携が有望だと考えています。

様々な可能性はありますが、チケットの揃い具合は、現時点では不透明です。ソーシャル・ビジネスは、関係者からの協力が大前提の事業ですが、そのためには、ミッションとビジネス（リスクマネジメント等）の両面で、関係者から信頼を得る必要があります。ミッションの面では理解いただいているようですが、ビジネスの面では、NPO ということもあっ



郷町長屋に設置された短のれん

てか、まだ不安に思っておられるようです。このため、取り組み自体には賛同いただいても、チケット提供については“様子見”の劇場も多く、特に大手になればなるほど、取り扱う枚数も金額も多くなり、リスクも大きくなってきますので、慎重になっておられるようです。

したがって、不安に思われている点について、今後、一つひとつご理解いただく努力を積み重ね、少しでも多くの劇場に協力いただいで、TTCで多様な当日券が販売できるようにしたいと思っています。

に ぎわいを創り出す景観まちづくりは可能か？ ～伊丹市の社会実験の取り組み～

／大阪事務所 中塚 一・絹原 一寛・羽田 拓也
都市景観大賞後の景観まちづくりの次の展開

兵庫県伊丹市の中心市街地に位置する伊丹酒蔵通り地区は、平成20年度に国土交通省の都市景観大賞「美しいまちなみ優秀賞」を受賞された、官民一体で景観まちづくりに取り組まれている地区です（150号を参照）。

伊丹酒蔵通りは歩行者優先道路ですが、中心市街地の商業地にあり、認定された中心市街地活性化基本計画のいわばメインストリートに位置づけられます。近年、沿道では飲食店を中心に店舗の立地が相次ぎ、歩行者の通行量も増加しており、全国的にも極めて珍しく、通りのにぎわいが出来てきています。

今回、平成21年度に国の地域景観づくり緊急支援事業を活用し、地域組織である伊丹酒蔵通り協議会と市とが協働で、経済活動と景観形成の両立を目指した様々な屋外広告物の社会実験等を行い、景観マネジメントの確立に向けた第一歩にチャレンジされました。

日除け幕・短のれんの設置とまち灯りによる景観の演出

第1弾として、10月の「伊丹まちプラ'09」（157・158号を参照）にあわせ、通りのアイストップとな

るところに日除け幕を設置し、さらに2軒の郷町長屋と長寿蔵に短のれんを設置しました。

また、協議会による「伊丹酒蔵通りまち灯り」では、手作りの行灯が通りを暖かく照らしました。加えて、白壁を活用して映像作品を投影する「まちなかシアター」を実施しました。

来場者にアンケートを採ったところ、皆さん伊丹酒蔵通りのまちなみに好印象を持たれており、回答者の7割以上が行灯や短のれん・日除け幕によって「まちなみの印象が良くなった」と答えています。「また訪れたい」という回答も9割を超え、演出の効果が一定見いだせたのではないのでしょうか。

デザイン公募によるのれんの設置・看板のリニューアルとまち灯りによる景観の演出

第2弾として、12月のクリスマスの時期には、「伊丹酒蔵通りクリスマスのまち灯り」の実施にあわせて、同通りの店舗をPRするのれんのデザインを公募し、制作・掲出しました。和食の店だけではなく、歯科医院・パン屋・クリーニング屋・不動産屋など多様な店舗が協力し、全国からデザインの応募が寄せられ、店主の希望に合ったものを選んでもらいました。

これもお店の利用客にアンケートを採りました。回答者の7割以上が、のれんによって通りの印象が「良くなった」と答え、その理由として「和のイメージが強調されまちなみにマッチしている」「にぎやか（華やか）になった」を挙げていました。また6割以上の方が「継続してほしい」と答えるなど、好評価を得ました。

「伊丹酒蔵通りクリスマスのまち灯り」は今回が3回目で、行灯に加えサンタさんなどの光のオブジェが通りを華やかに彩り、道行く人たち、特に子供さんが大変喜んでいました。

さらに、店主のご協力のもとクリーニング店の看板・雨除けを撤去し、短のれんに付け替える看板のリニューアルを行いました。さらにまちなみの統一感が増し、イメージアップにつながったと感じます。



デザイン公募したのれん（パン屋さん）



掲出されたバナー広告

まちなみづくりに貢献するバナー広告の掲出の実験

第3弾として、まちなみづくりに賛同する企業名を入れたバナー広告を街路灯に設置、その広告費用をバナー等の維持管理費などに還元する社会実験を行いました。

このバナー広告は単なる宣伝の手段ではなく、地域の活動を応援し、企業イメージ向上にも寄与する広告、なおかつ上質のデザインでまちなみにも寄与する広告を目指したものです。

掲出に際しては、掲出・管理主体の問題や法令上の問題など数多くのハードルがありましたが、伊丹郷町商業会・アリオ商店会の協力を得て、最終的に8つの企業・事業所の賛同を得ることができ、今後の可能性も見えてきました。

景観マネジメントフォーラムの開催

2月2日には、東京大学教授の西村幸夫先生をお招きして、景観マネジメントフォーラム～にぎわいを生み出す景観まちづくりをめざして～を開催しました。

西村先生からは、全国各地の先進的なまちづくり事例をご紹介頂き、伊丹では、新旧の折り合いを上手く付けながら、文化の薫りがする「ここ」にしかないストリートづくりを、とのアドバイスを頂きました。

パネルディスカッションでは、地域の景観づくりは商売にとってもプラスの効果を生み出すこと、京都や金沢のような全国的な観光都市と違う伊丹のようなまちでは、地域の人たちが主役となって楽しみながらまちを創っていくことが大事であること、そして、景観を一つの「旗印」として地域経済の活性化や地域力の向上、さらにはまちの愛着づくりへと進めていく都市経営の戦略が重要であること、が提起されました。

通りのにぎわいづくりに寄与したかを検証

この事業の総括として協力頂いた店主へのアンケートを実施し、今回の取り組みが通りのにぎわい

づくりや商店・企業のイメージアップ、さらには来店者の増加に寄与したか、を検証しました。その結果、本事業がまちなみの印象の向上、さらには通り全体のにぎわい（通常と比べた来街者の増加）にも「貢献した」という回答が出され、屋外広告物を活用したにぎわいづくりの効果が一定示せたのではないかと考えています。

持続的なまちづくりへの第一歩

地域の皆さんは伊丹酒蔵通りを愛し、誇りを持って色々な新しい取り組みにチャレンジされています。国のモデル事業等は期間が短く、単年度であるケースが多いのですが、事業のプロセスにおいて次の展開への財源を確保していくしくみを構築できるかどうか、事業の継続性を決めると考えます。そのため、企業の広告活動や店舗の営業活動等の地域経済活動と景観形成とが連携し、地域で話し合っただけでうまく資金が循環するようしくみを創っていくことが、にぎわいを生み出す景観まちづくりを広げていくための重要なキーワードであると考えています。

◆寄稿◆とれとれの句を演出する景観づくりは、にぎわいを生み出す

／(株)バード・デザインハウス 鳥山大樹・竹岡寛文

今回の社会実験は、これまでの「計画」を実際にまちの中に埋め込んでいく実践的なプログラムであり、非常に刺激的なプロジェクトでありました。

デザインでは、伊丹市のメインカラーに定めた「伊丹オレンジ」とそれと対比的に日本の和の代表色である「藍（紺色）」の2色を基本色として、にぎわい感を演出しつつも華美に走らず上品で洗練された伊丹のイメージを表現するよう心がけました。その中で「短のれん」は当初、計画になかったのですが、10m以上の水平なラインが景観を形作る大きな要素となり、同時に「風」を視覚化し、自然をひとつの景観要素として取り入れることが



旧岡田家酒蔵にて行われたフォーラム

でき、予想以上に大きな効果を上げたのではないかと考えています。

また、公募作品の「のれん」を選定・監修し、制作するという役割でしたが、取りまとめは、なかなかキビシイ作業でした。紙上のデザインチェックでは「まちなみ」になじむデザインになっているか不安もありましたが、いざお店に掛かってみると布のもつ柔らかさにより、個性的な魅力が生まれてきました。改めて布素材の力を実感した次第です。

街灯に付けるバナーは、東の「芭蕉」、西の「鬼貫」と評される伊丹の俳人鬼貫のイラストと四季それぞれに詠んだ句を配し、「ことば文化都市・伊丹」を表現するデザインにしました。

今回の事業をきっかけに、これらが来訪者を楽しませる「まちなみの装置」として役立ち、地元商店が支える仕組みを一過性の社会実験に終わらせず、まちへの愛着を深め、誇れる景観として今後も育てていっていただければと強く願っています。

雄 三通りにおける社会実験を活用した住民参加の道路のあり方の検討／東京事務所 久永 誠

昨今、都市計画道路の見直しをめぐり各地で様々な検討がなされていますが、神奈川県茅ヶ崎市では、住民参加により都市計画道路の見直しのあり方を考えるための社会実験が実施され、お手伝いしましたのでご紹介します。



ポスター



雄三通りの社会実験の様子



JR茅ヶ崎駅前と湘南海岸を結ぶ幅員8mの県道「雄三通り」は、沿道に店舗が立ち並び、歩行者、自転車、自動車輻輳しています。市内（駅以南）の道路の特徴として「幅員の狭さ」、「南北を通る基幹道路の不足」などが挙げられ、雄三通りは幅員20mの基幹道路として都市計画決定されていますが、未着手の状態です。所謂「塩漬け状態」に陥っており、実態は生活道路としての性格を持っています。このような背景の下、沿道関係者は、雄三通りのあり方について市主催の検討会で議論を重ねました。

検討会では、現況幅員を望む地権者、安全な道路とするため一定の幅員を確保したい商業者等から多様な意見が出されるなか、社会実験の提案が出されました。

この社会実験は、雄三通りを安全な道路とするにはどの程度の幅員が必要か把握するために、現行の相互通行を1車線一方通行とし、道路両側へ歩道と自転車通行帯を振分け、現況道路で安全な道路空間を体験するものです。

社会実験（平成20年10月実施）の結果、通行帯の区分により交錯が減り利用者の安全性が向上する一方で、歩道、自転車通行帯の幅員不足、搬入車等の駐停車空間の確保が課題となりました。

この実験結果を踏まえ、市は21年度から都市計画道路の見直し作業を進めています。このように、社会実験が都市計画道路の見直し検討の一助となるものとして考えられます。



銀の馬車道と景観まちづくり (兵庫県中播磨地域)

大阪事務所／岡本 壮平

みなさんは、「銀の馬車道」をご存じでしょうか。明治9年に開通した「旧生野鉾山寮馬車道」で、生野鉾山（朝来市生野町）と飾磨港（姫路市）とを結ぶ市川沿いの高速産業道路（延長約49km）でした。この明治の文明開化と殖産興業の近代化遺産を活かし、現代の地域ブランドを創造していく取り組みのシンボルが『銀の馬車道』です（142号を参照）。ここでは、銀の馬車道沿いで進む、景観まちづくりについてご紹介します。

中村・粟賀町地区（神河町）

中村・粟賀町地区は、越知川下流の農村として開け、播磨と但馬をつなぐ生野街道の街道村、宿場町として形成されました。銀の馬車道も地区の中央を通っていましたが、生野街道は国道312号に、銀の馬車道は播但鉄道に機能代替され、ともに当地区を迂回したため、往時のような賑わいは失われましたが、旧街道沿いには伝統的な様式の町家や商家が残されています。

この地区の景観的特徴として3点挙げられます。まず「街道筋と農村が融合した町並みのつながり」です。街道筋らしい商家や町家とともに、塀や蔵を



造り酒屋の建物（景観形成重要建造物：中村・粟賀町）

持つ農家建築や茅葺き民家など農村の特徴も混在しています。それらが融合して調和ある景観を生み出しています。

次に「水のつながり」です。越知川から分流した水路が地区内を流れ、町並みの背景にある田園や森林との環境的なつながりを感じることができます。

最後は「木の文化」です。神河町は町域の8割以上が森林で県内でも林業が盛んな地域です。そうした土地柄を反映してか、立派な梁や一枚板の破風板、焼き杉板など木の文化を感じさせる特徴があります。

当地区では、これまでに「銀の馬車道交流館」の開設、「まっせまつり」での町家等にのれんを飾るイベント、町家等を紹介する案内板の設置など、歴史と文化を生かした地域活性化に取り組んできました。住民の間にも、徐々に景観と活性化を結びつける認識が広がってきています。この町並みの特徴について学ぶ勉強会も開かれ、県の景観条例を活用した景観保全と地域活性化の模索が始まっています。



街道筋と農村が融合した町並み（中村・粟賀町）



銀の馬車道でのれんを飾るイベント（中村・粟賀町）

野里街道地区（姫路市）

野里街道地区は、姫路城の北東に位置し、世界文化遺産姫路城のバッファゾーンとしてユネスコに登録されている地域内にあります。銀の馬車道から分岐した野里街道と姫路城下町とがつながる場所にあります。古くから街道筋に商店が建ち並び、商店と住宅が混在する暮らしの場として発展してきました。

姫路市では城下町再生に向けてハード・ソフト様々な取り組みを進めており、野里街道地区は多くの町家が残る、城下町再生の一番手として目されています。これまでに「景観まちづくり道場」なる勉強会の開催、町家再生の社会実験、「野里街道まちづくりの会」という住民組織の立ち上げなどがなされています。さらに昨年は、住民と市が協力して、「町並み環境整備事業」を念頭に、景観まちづくりのワークショップが開催されました。

住民からまず出されたのは、「景観と活性化の両立問題」でした。つまり「歴史的な建物が野里らしさを生み出していることは承知しているが、人口（特に子ども）が減少し地域に活気がなくなっており、そのためにはマンションや新しい建物も必要で、町家が解体されるのも仕方ないのでは…」ということでした。まさに生活者としての実感を持って問題の本質をついた問題提起でした。簡単な処方箋はもち



城下町の風情を残す町並み（野里）

ろんありませんが、話し合いをする中で、「目の前に問題はあるけれども、将来の世代のために我々がやるべきことは何か」という視点から、新たな建物や要素を取り入れつつ、野里らしさを継承するための「景観ルール」と、景観のベースとなる「町並み整備」について協議がなされました。今後、それを基本に市において町並み環境整備事業が検討される予定です。

住民のみなさんがもっとも重視したのは、「景観まちづくり」でした。所有者任せでなく地域で町家を守る仕組み、町並みを活かした商売や観光など賑わいづくり、そして何より住民自身が地域の良さを誇りを持ってコミュニティを育むこと。そうした「まちづくりの力」こそが、生き生きとした景観を後世に継承する源になる。それがワークショップの到達点でした。

銀の馬車道がつなぐ景観まちづくり

この2地区は北と南に40km以上離れていますが、かつて銀の馬車道が繁栄をつないだ縁があります。そして今、ともに継承してきた歴史的資産を守り、地域づくり・まちづくりに活かそうとしています。表層美化や安易な観光化でなく、地元の住民に支持された「景観まちづくり」として取り組まれること、そして、誇りと元気をつなぐ、新たな縁が広がることを期待して応援していきたいと思います。



町家とマンション等の共存の模索が続く（野里）



使える総合計画への挑戦
第5次草津市総合計画策定業務を通じて
京都事務所／廣部 出

■背景

「総合計画」はどこへ？

地方分権から地域主権へと、地方自治の態様がリアルに変化する兆しをみせる中、地方自治法が規定する基本構想の策定義務撤廃の方針が決定されました。他方で多くの自治体で自治（体）基本条例が作られて基本計画の議決が新たに盛り込まれるなど、地方自治における総合計画の位置づけを自治体自らが改めて行う動きが進んでいます。

市民意思を反映する地方自治へ

また、地方自治への市民参加に様々な手法の導入が図られて、市民の声を自治に生かすボトムアップの仕組みが充実する一方で、マニフェスト選挙が主流化し、いわゆる「政治」における首長マニフェストが施策・事業のレベルの行政行為に直接踏み込むものとなって、行政内部のトップダウンの意思決定に明解さが求められるようになってきています。

説明できる行政計画へ

「行政計画」が、こうしたボトムアップとトップダウンによる市民意思が交わるところに位置するということが際立つ中、行政の、そこに現れる矛盾を解消する役割も、いっそう強調されることとなります。また、従来以上にアカウンタブルな（説明できる）計画としなくてはなりません。このことが、例えば、総合計画と達成評価、予算編成を連動させようと図る自治体の拡大にも結びついています。

総合計画の宿命？

総合計画は、その名の通り総合性を有することに意義がありますが、その反面「総花化」を揶揄されることが常に伴い、また、部門別のマスタープラン等が次々と策定される時代にあって、その「総合性」は無実化しがちです。また、行政が予算編成中心となりがちのため、実務面においても総合計画は軽視されやすい。

草津市の取り組み

もはや伝統的ともいえるこの課題に対して、滋賀県草津市では、総合計画の基本計画に地域経営の基本を集中させ、行財政システムの根幹を担わせる手法が選択されました。本稿では、その考え方と取り組みをご紹介します。

草津市では、現行計画が平成21年度に終了することから、平成20、21年度の2年間をかけて次期計画の策定に取り組まれました。基本構想期間は次の概ね10年間として平成32年度に、基本計画期間は第1期を3か年度、第2、3期を4か年度に設定。これは、市長マニフェストとの整合を図るためのものです。そして、策定過程や策定後の進行管理において市民と行政の協働に基づくとしています。

基本構想（平成21年12月22日議決） 平成22（2010）年度から平成32（2020）年度まで		
基本計画		
第1期 平成22（2010）年度から 平成24（2012）年度まで	第2期 平成25（2013）年度から 平成28（2016）年度まで	第3期 平成29（2017）年度から 平成32（2020）年度まで

■次期総合計画の概要

計画は“すっきり”してないと“使えない”！

はじめに、総合計画がこれからの地域経営の手引書となることを確認し、「長期に描くビジョン都市像」「中長期のプロジェクト」「短中期の施策・事業」のレベルを明確化する。その上で「都市像」は市民間にシビック・プライドをもたらす価値観を表現することとし、都市フレーム等と合わせて基本構想を構成しています。

「プロジェクト」は、約10年の牽引策として整理し、シンプルに分野ごととした施策・事業体系等と合わせて基本計画に。施策を束ねる基本方針ごとには、その達成目標と各主体の行動指針を設定しています。なお、計画の機能性・評価のしやすさのため、施策・事業の再掲載はしていません。

このほか、基本構想に「行政の姿勢と役割」を、基本計画に「地域経営の方針」「行財政マネジメント」として“新しい公共”と行政自体に係る内容を記載しています。

すべての施策・事務事業体系を一本化！

次に、市が行うすべての事務事業を「基本計画」の下位に重複なく整理し体系化しています。このことにより、逆に部門別マスタープラン等の位置づけ等に課題は残りますが、市が行う施策・事業は、すべてこの総合計画に基づくこととなって、行財政システムとの連動も可能となります。

■計画の構造と評価体系（概要）

	内容	評価と管理		
		内容	時期	
基本構想	○ 将来ビジョン・都市フレーム等 ○ まちづくりの基本方向 ○ 行政の姿勢と役割	総括	構想期末	
基本計画	○ プロジェクト（構成する事業は、各分野事業に編入）	プロジェクト単位で達成評価等	計画期末	
	○ 地域経営の方針	総括		
	○ 分野ごとの施策・事業 ○ 行政マネジメント	3層の評価体系		
評価の階層		ツール（調整中）	評価と管理	
基本方針	基本方針／主体別行動指針	協働で設定した達成目標・指標	進捗概要評価、ピクトグラムによる可視化	毎年度
施策	施策／施策の概要	施策評価スケール	達成度評価	毎年度
				計画期末
事業	主要事業（掲載事業）	P&Cシート	実行性評価	毎年度
	すべての事務事業	事業仕分け等	効率性評価	計画期末

市長マニフェスト対応をビルトイン！

市長マニフェストについては、関連する事業に「マニフェスト関連事業」のタグをつけており、市長任期末には、マニフェストに基づく取り組みを抜き出して評価できるよう図っています。今後、さらに熟していくであろう政策マニフェストを、行政として受け止めていくためのひとつの方策です。余談ですが、マニフェストの内容規定については、例えば自治（体）基本条例が担うのがいいかもしれません。

■将来のローカル・ガバナンスの模索

本来、ここでは「新しい公共」についても言及しないわけにはいかないのですが、本稿の範囲を超えますので、関連内容のみごく簡単に。

今回の計画策定においては、将来に地方政府、さらには近隣政府の確立へ向かうことも視野に入れ、その下準備といえる取り組みがなされています。計画細胞の手法を取り入れた「座・でいすかす」（ニューズレター153号参照）、また、市民と行政職員が対等の立場で参画する市民会議などです。「市民が市政に責任と役割を持ち、主体者として行動すること」こそ、シビック・プライドの根幹。そういう市民像を描いたとき、行政はどう役割していくのか。これらの取り組みは、まさにその模索でもあったと思います。

■総合計画と行財政システムの連動

草津市では、当初より従来の事務事業評価等の事務コストを軽減し、行政評価の実効を高める視点も含めて、総合計画の達成評価と行政評価を一体化さ

せ、評価結果を予算編成に用いることを企図されていました。そのための事務、年度スケジュール等も含めて、基本計画と行財政システムとの連動を検討することになります。

評価・管理事務、その基礎固めが大事！

第一に、基本計画における事務事業の単位と予算の細事業の単位の整合を図り、内容と名称の整理を行いました。これは、肝心です。そして、約700項目の事務事業のうち約300項目を主要事業に設定し、「実施計画」レベルのプランニングとコントロールが「動的」に行えるP&Cシートを作成することとしました。

あまりに管理主義的に仕組みを設計すると閉塞感を招きかねませんので、このシートについては、当面、課レベルの管理に委ねて、業務遂行において「達成目標と期間」「具体的行動とコスト」の関係を意識化し、「計画」「達成評価」の意義の共有を図ることを重視しています。

評価体系は、3層で！

その上で、基本計画には「基本方針」「施策」「事業」の3層の評価体系を設定しました。

- ・「計画の進捗がだいたいわかる」：「基本方針（約60項目）」のレベルには、市民会議と各担当課のキャッチボールを通じて達成目標と指標、各主体の行動指針を設定し、ピクトグラムを活用して達成度を可視化することで、誰もが基本計画の大まかな進捗を捉えることができるよう工夫しています。
- ・「成果を捉える」：「施策（約140項目）」のレベルでは、下位にある主要事業の評価等を総合して各施策の達成を評価することになります。（施策）≡（合目的な行政行為のまとめ）と捉えており、行政の取り組み全体を目的単位で並べて、その目的に適った成果が得られたかどうかを評価することになります。
- ・「やり方の妥当性を捉える」：「事業」のレベルでは、先述の通り主要事業について実行性を動的に管理し、また、すべての事務事業について、基本計画期末に効率性の評価を行います。（事業）≡（手段的な行政行為のまとめ）と整理していますので、目的のために行った行為の妥当性を評価する

こととなります。

これら各層の評価が、すべて、毎年度の予算編成、また、次期基本計画検討時の基礎となります。

■おわりに

次期総合計画には、地域主権と地域経営への転換、ローカルガバナンスの確立の視点を含め、また、それらを総合計画の位置づけや役割・機能と擦り合わせていくことが求められます。このことは、たぶん各自治体とも共通するところではないでしょうか。

アルパックでは、総合計画策定業務等にあたるスタッフ相互の交流のもとで、時代状況と新しい時代

展望に適切に答えられる総合計画のあり方を常に研究しています。

そうした中で、総合計画を地域経営の中心に据え、「基本計画」を高機能にするという選択をした場合において、草津市の事例は好例だと思っています。もちろん、自治体規模が小さければ、部門別マスタープランを総合計画に完全に統合してしまうことも、あり得ると思います。あるいは逆に、自治体規模が大きければ、総合計画は基本構想のみとし、部・局に予算と権限を一定委ねて、部門別のマスタープランを高機能化するという選択が妥当かもしれません。



日欧エコプロフィット・セミナーを開催しました

代表取締役社長／杉原 五郎

2月16日(火)の午後、大阪・天満橋にあるドーン・センターにて「日欧エコプロフィット・セミナー～オーストリアの経験を学び、日本の環境経営について考える～」を開催しました。名古屋工業大学の小竹暢隆准教授を代表世話人とし、アルパックと(株)フルハシ環境総合研究所が事務局を務める「エコプロフィット研究会」が主催し、大阪市と大阪府中小企業家同友会の後援をいただきました。行政、企業関係者、経済団体、産学連携組織、専門家、市民団体から多彩な方々20数名のご参加を得ました。

ちなみに「エコプロフィット」とは、1991年にオーストリアのグラーツ市で開発された、企業及び地方自治体向けの環境改善プログラムです。

セミナーの冒頭で、小竹先生から今回のセミナーの趣旨説明と講師のトーマス氏(オーストリア・グラーツ市出身の経営コンサルタント)のご紹介をしていただき、その後で、トーマス氏から逐次通訳を含めて約2時間余りご講演をいただきました。報告の柱は、①持続可能なマネジメント(考え方～価値観～行動)②エコビジネスプランに基づくウィーンでの取り組み事例、③アジアでのエコプロフィットアプローチ(フィリピン、韓国など)。

トーマス氏は、グラーツ大学時代(化学を専攻)から今日まで約20年、行政と中小企業が一体となった環境改善プログラム・エコプロフィットの開発と普及に取り組んでこられました。現在43才の新進気鋭の経営コンサルタントですが、このプログラム開発の初期、経験と実績のない中で相当苦労されたとのことでした。最初は、グラーツ市や州政府から公的資金によるサポートがあったのですが、企業の自発的な意志で環境と資源効率の改善に注力し、コスト削減など企業経営の向上に目に見える改善効果が実感できる内容とすることで、

多くの中小企業(大半は従業員9人以下のマイクロ企業)の参画が得られたとのことでした。

ウィーン市(人口160万人、オーストリアの首都)では、1998年から2008年まで11年間で680企業に経営コンサルティングを行い、4000万ユーロ(約50億円)を上回るコスト削減を達成しました。具体的には、節水、天然資源の削減、廃棄物の発生抑制、CO²の排出削減、エネルギー使用量の削減、交通・物流の発生抑制など。ウィーン市での取り組みでは、3つの原則(「環境保護は経済的に成り立ち、短期間で投資回収が可能」「企業・行政・専門家などすべてのパートナーとの連携が重要」「小さなところからPDCA(Plan・Do・Check・Action)を回して、継続的な改善に導くことが重要」)を明らかにしています。

トーマス氏は、いろいろな業種の企業に共通する改善課題(70%)は、ワークショップによる体験学習(Learning by Doing)で改善策を支援、残り30%はそれぞれの企業に固有な改善課題を個別コンサルティングによって改善していく、という2つの方法を駆使することが有効であ



セミナーの様子



ると強調しました。

当日参加された方々がどのような印象と感想を持たれたかに関心があり、出席者にメールや電話でフォローしました。

- ・日本ではやっていない取り組みで、新鮮な印象を受けた。(商工会議所職員)
- ・日本では、環境と経済が共同でシステム化を進めることの重要性はわかっている、なかなか縦割りですうまくいっていないのが実情。コンサルタントが接着剤となって、小手先ではない抜本的なシステム化を検討しないとどうにもならないと感じている。(行政職員)
- ・環境は、やっても儲かるはずがないとの認識でしたが、オーストリアの事例ではそうではないことが理解できた。ただ、日本で具体的にどのようにすればいいのか、宿題が残った。(ものづくり企業の経営者)
- ・エコプロフィットは実効性の高い環境改善プログラムとの印象を受けた。顧客である事業者へのきめ細かいフォローが大切と感じた。(エネルギー会社の社員)
- ・楽しいセミナーであった。企業の経営をまるごと支援する専門家人材(コンサルタント)を育てることも、コンサルタントの役割であるという点が強く印象に残った。(アルパックの若手所員)

今回のセミナーを通じて、オーストリアのグラーツ市とウィーン市を中心とするエコプロフィットの貴重な経験と教訓を学ぶことができました。同時に、日本の地域でどのように環境改善と中小企業の経営支援に取り組んでいくのかについては、乗り

越えなければならない課題があることも事実です。アルパックとしては、地域経済の根幹として重要な役割を担っている中小企業・小規模事業者と幅広くお付き合いをして、それぞれの企業支援を効果的に進め、衰退の危機にある地域経済の活性化につなげていくことが大切と実感しました。

近況一発信と響き合い

取締役相談役／三輪 泰司
(NPO 平安京・代表理事)

“うれしいこと”に、毎月、毎週、毎日めぐり合います。それは何かやったことに対してで、それがまた何かやることを呼ぶのです。

現代の博覧会

2月2日、NPO平安京は「京都・知恵と力の博覧会推進協議会」の感謝状を頂きました。前号でご報告しました大將軍八神社での新型インフルエンザ封じのツアーや、京都市考古資料館のスタンプリナーなどがこの博覧会参加事業だったのです。西陣地域のまちづくり協議会とその一員であるじゅらくだい倶楽部も感謝状を受けました。

この博覧会は、京都市内外全域を会場に800を越える活動を展開して600万人を超える参加者でした。NPO平安京が目指している全市域にネットワークし、増え続ける「平安京ミュージアム」構想と同じ考えです。

地域のNPO・ボランティアが集まり、考古資料館を拠点に「まちづくり協議会」を結成して1年になります。春には合同懇親会をやりたいです。出水小学校の同窓生が明治以来の校歌を収集しました。西陣地域の小学校校歌や校訓を集めてみてはどうでしょう。

ECHO TOUR・2010

京都府庁旧本館・春の一般公開(観桜会)です。3月23日(火)～4月4日(日)。エンターテイメントをメインに、アートは彫刻家協会の野外彫刻展が“響き合い”ます。

このレターがお手元に届く頃にはポスターやピラもでき、京都府の広報も出るでしょう。入場無料ですが、今年はお土産グッズに絵葉書(写真)も計画しています。

去年は1万3千人。今年は1万5千人と見込んでいます。キャパシティからは、1日ピーク3000人が限界。若者からベテランまで、出演・出展の皆さんも発信されるので、実行委員会代表としましては、大入りで事故を起さないよう工夫しなくてはなりません。

デザイン・ガイド

発信といえば、京都建築設計監理協会(KSK)が「京都・建築デザインガイド」を制作し、市民・事業者に配りました。

ニュースレターNo.152(08年11月)「京都市・新景観政策1年」で「デザインガイド」作成の取り組みをご報告しました。1月25日、京都市市政記者室で川下会長が発表し、1月31日、京都市景観・まちづくりセンターで開かれた「京都景観シンポジウム」で、ご参加の皆さんに進呈しました。(次頁・記事写し)

これは、京都で建築をつくろうとされる市民・事業者と、その意向を受けて建築をデザインする建築事務所の所員へ、私どもが考えている心得と基礎知識をガイドする「手引き」です。

景観政策関係条例が施行されて3年余。デザインを気にせんと



1月26日・京都新聞



1月26日・産経新聞

いかんらしいという気分は浸透しつつあります。「デザイン基準」による指導は一定の行政効果を挙げていると言えます。でも本当は建築をデザインするのは悩み多い仕事です。これはハウトゥではなく、悩み、考え、デザイン力を身に付けて頂くためのガイドです。

情報の時代、組織も個人も“発信”しないと存在すら見えない。まず、発信しましたが、実はまだ、内容は不十分だと思っています。「理念」の思いと具体的な「作法」が一貫しているとは言えません。

1部800円で頒布しています。早速に、横浜・長崎・沖縄、行政・建築士会等々から注文が寄せられています。

京都建築設計監理協会 (KSK)

TEL 075-221-1675

<http://www.kyotosekkan.jp/>

ひらかれた市場をめざして 大阪市中央市場の 見学&料理教室

大阪事務所／大河内 雅司

市場見学の人気に迫る

食べ盛りを抱える我が家は、景気が悪くても食費を削るわけにはいきません。嫁さんは毎日4つの弁当づくりに追われています。「安全な食材をできたら国内産で」が理想ですが、薄給ですから「できるだけ安く」というのが本音であります。

そこで、「食材の価格決定や流通に迫ってみよう」ということで、大阪市中央市場を見学してきました。市場の見学者は、5年連続で年間1万人を突破しているそうで、毎日20～30名の団体が2団体は来ていることになりました。その人気の秘密に迫ってみました。

工夫を凝らした盛り沢山のプログラム

プログラムは約2時間で、①市場の説明、②見学会、③広報ビデオで学習、④調理実習、と盛りだくさんの内容です。市場の機能は、①集荷、②価格決定、③分荷、④決裁、⑤相場形成・・・と、固めの内容で始まりますが、その後の展開は工夫が盛り沢山でした。

ここでしか買えない買い物+見学ツアー

オリエンテーションが終わると買い物袋が手渡され、買い物+見学ツアーが始まります。まずは、果実せりを見学して価格決定の現場を体験します。それだけでなく、せられた果物をおみやげでいただきます。

次に、水産仲卸売場です。水産物のせりは4時から5時なので、すでに終わっています。そこで、仲卸店舗の協力で、まぐろの解体、販売が行われます。大きな



果実せりの見学、体験

切り身をほおばった後で、皆さんお得な値段でトロを買い込んでいました。この日は、マグロ以外にも見学ルート上で、うなぎやあなごの焼き魚、かつお節、かまぼこなど、買い物を楽しむことができ、参加者の買い物袋はふくらんでいきました。

市場の食材を使った調理実習

見学会の後は、市場の食材を使った調理教室です。始めに、市場で扱う野菜について職員の方から解説があります。学習によってより身近になった食材を使って、この日は、ぶりの照り焼きとだいこん煮、スナップエンドウ入りエビマヨ、甘栗おこわ、れんこんのごま酢和え、小松菜ケーキをつくりました(全部ですよ)。調理実習のボランティアさんが下ごしらえをしてくれており、短時間でつくることができました。

まじめに学び、買い物も楽しめる、実にお得なツアーですが、参加費は調理実習の食材費800円のみです！

市場の危機感と新しい役割の模索

食の安全が脅かされている、食糧自給率が低下している、デフレで売れ行きが伸びない、産地は後継者不足・・・食をめぐる問題は山積みです。一方で、ネット販売などの直販型流通は、百貨店の販売額を超えたとか、衣料では、中(卸、中卸)抜き型のユニクロ、しまむらなどが一人勝ちとか、流通をめぐる新しい動きがあります。

食の安全や流通をめぐる新しい動きに対して、市場は危機感をもっており、消費者に市場をひらきながら新しい展開を模索している、と感じました。これまでに果たしてきた卸売に加えて、消費者に働きかけて市場を創っていく、市場を開拓して相場



マグロの解体、販売

をつくる、産地を育成するなど、新しい役割をもとうとしているのかもしれませんが。

「口に入るもの、生活の根っこを支えるものだから、関心をもって自分で料理したいな」、「嫁さん任せで仕事ばかりしては豊



市場の食材を使っておいしくできました

かな生活は遠のいていくな」、と自らの生活を振り返るきっかけになりました。マイレシピが増えたこともよかったですね。お勧めの見学会です。

見学の申し込みは、大阪市中央卸売市場本場市場協会へ

<http://www.honjo-osaka.or.jp>

<お詫びと訂正>

前号 159 号の挨拶文の文中のお名前が間違っていました。

正：「小林誠先生」

誤：「小林稔先生」

お詫びの上訂正します。



うまいもの通信



エクストラバージン菜種油 (仮称)

大阪事務所／鮎子田 稔理

三重県のバイオトレジャー発見事業の平成 21 年度優秀プランに vol.157 でもお伝えした伊賀市の菜種油が選定されました。

この「エクストラバージン菜種油 (仮称)」は平成 21 年春に伊賀市で収穫された菜種を低温圧搾法で搾った後、時間をかけて丁寧にろ過をして精製された菜種油です。菜の花を思わせる美しい黄色い色と昔懐かしい菜種油の香りが特徴です。熱を加えない低温圧搾なので、酸化しにくい油で、生のまま、少し塩コショウしてパンなどにつけてそのまま食べると、香りと適度な油分で美味しくいただけます。



エクストラバージン菜種油 (仮称)

現在はこの春に収穫される菜種から搾油する施設を伊賀市甲野にある旧大山田共同作業所を改修して、整備中です。アルパックでは施設の整備や商品戦略などハード・ソフト両面にわたってお手伝いをしています。商品のネーミングも検討中ですので、ここでは「エクストラバージン菜種油 (仮称)」としています。

このバイオトレジャー発見事業最優秀プランには、同じ伊賀市大山田の「伊賀菜」も選定されました。伊賀菜は赤紫色が鮮やかな新品種の白菜「いがむらさき」を漬物にしたものです。日野菜と白菜を交配させてできた「いがむらさき」は目にも鮮やかで、しゃきしゃきした歯ごたえが楽しめます。



新品種「いがむらさき」を使ったおつけもの

平成 22 年 2 月 3 日、ヒルトン名古屋にて「みえのこだわり食品マッチング交流会 2010」が開催されました。優秀プランのこの「エクストラバージン菜種油 (仮称)」と「伊賀菜」を含めた 5 作品の他、三重県のさまざまな地域からこだわりの食材が出品され、レストランのシェフやバイヤーの方々が、新たな食材を求めて来場されました。

この「エクストラバージン菜種油 (仮称)」は今回この交流会を訪れた料理や販売に携わる方々から、予想を超える反響をいただきましたが、残念ながら今のところ完成品はおろか、試作品としてお渡しできる商品もありません。今回興味を持っていただいた方とは、名刺交換をさせていただき、今後商品化に向けた情報をお送りすることとしています。

ニュースレターでも随時「美味しい伊賀」の情報をお届けしたいと思います。



京都のまち並みの小さな変化 ～広告付きバス停が登場～

京都事務所／石川 聡史

ここ数年の間に、大阪駅周辺の街並みが大きく変わってきました。阪急百貨店の建替えや駅ビルの新築、北ヤード跡地開発など、以前とはまったく違う風景が広がりつつあります。今はまだ完成前で馴染みがないですが、いずれはきっと、見慣れた大阪の顔として定着していくことでしょう・・・と、ここまでは、スケールの大きな街並みの変化の話。

一方、今回ご紹介するのは、それとは逆に、街並みに小さな変化を与えるもののお話です。

ヨーロッパなどの街角にあるバスやLRTの停留所。そこにはモデルさんの写ったファッションか何かの大きな写真の広告が…。現地やテレビ、写真などで、皆さんも一度はそんな風景を見たことがあるんじゃないでしょうか。

京都市でも、このような市バスの停留所に広告を設置する試みが今年度からスタートします。

広告は屋根、ベンチつきのものを設置費用も含めて民間で負担。市にとって広告料は入らないものの、設置費用やメンテナンス費用の負担がなく

なるというスキームです。

デザインは、京都の地域性を意識したものとし、格子を用いた町家風で、ベンチ、屋根、風よけガラスなども設置。市内のバス停1,564か所のうち今年度は10か所、将来的には約400か所に設置するとのこと。

観光客にとってはバス停でも京都らしさを感じてもらえ、市民にとってはベンチや屋根がある快適なバス停が実現、行政にとっては経費節減、企業にとっては広告効果が期待できる、という多方面にメリットが生じるビジネスモデルです。

関西では、京都に先駆けて大阪や和歌山などで既にスタートしており、その他には、横浜、名古屋等にも設置され、広告もなかなかインパクトのあるものが設置されています。

残念ながら、京都市ではこの原稿の執筆時点でまだ設置されていませんでしたが、今後、京都の街角の一風景として定着していくことになりそうです。



今年度設置予定の四条烏丸のバス停完成予想図



一足先に設置された大阪市のバス停



設置が予定される京都市の現在のバス停

アルパック(株)地域計画建築研究所

<http://www.arpak.co.jp> E-mail info@arpak.co.jp

本 社

京都事務所 〒600-8007 京都市下京区四条通り高倉西入立売西町 82

大阪事務所 〒540-0001 大阪市中央区城見 1-4-70 住友生命 OBP プラザビル 15F

名古屋事務所 〒460-0003 名古屋市中区錦 1-19-24 名古屋第一ビル 6F

東京事務所 〒160-0001 東京都新宿区片町 1-20 萩原ビル 3F

九州事務所 (株)よかネット 〒810-0802 福岡市博多区中洲中島町 3-8 福岡パールビル 8F TEL(092)283-2121 FAX(092)283-2128

TEL(075)221-5132 FAX(075)256-1764

TEL(06)6942-5732 FAX(06)6941-7478

TEL(052)202-1411 FAX(052)220-3760

TEL(03)3226-9133 FAX(03)3226-9560