

第2回 信州須坂まちの元気創出推進委員会

議事録

【日時】 令和2年12月9日(水) 13:30~16:00

【場所】 生涯学習センター(旧中央公民館)3階ホール

【内容】

1. 開会あいさつ
2. 議事
 - (1)事業戦略について説明
 - (2)質疑
3. 事業の進捗報告
 - (1)文化財・まちのお宝(魅力)まるごと電子ブック構築事業について
 - (2)質疑
 - (3)その他事業について説明(交流拠点整備事業と総合的休憩所整備における市としての方向性)
 - (4)質疑
4. その他
 - (1)今後のスケジュール等
 - (2)全体を通して質疑

【出席者】

32名

(委員13名 市関係者8名 事務局4名 アドバイザー3名 事業戦略委託事業者5名 アプリ委託事業者3名)

※アドバイザーはオンライン参加

【資料】

- ・次第
- ・席次
- ・事業戦略資料
- ・文化財・まちのお宝(魅力)まるごと電子ブック構築事業について
- ・事業計画書(案)

【会議内容】

1. 開会 中澤事務局長
2. あいさつ 中澤委員長

今回の会議では須坂市に点在している文化財や歴史、芸術、その他ある郷土史料などの地域資源を活かした「まると博物館構想」による地方創生に取り組むために「まちの元気創出推進委員会」を7月30日に立ち上げた。その後、評議会の中で検討して頂いた。これまでの進捗状況について若干述べたい。推進委員会の内部組織としては、元気創出事業推進を行っている部会として回遊促進、文化振興、産業振興、3つの部会の適用をさせて頂いた。また9月に委員会実施したが戦略構築事業、文化振興事業、回遊促進事業、産業振興事業、さらには電子ブック構築事業、交通検討業務の6つの事業について事業の調査・検討を行い、委託事業者を公募型・プロポーザル方式において適用させて頂いた。委託事業者の皆様は現地の地域資源などの調査や専門部会での意見聴取、各連帯町での市民へのヒアリング調査を元として、本日の第二回の委員会のなかで戦略構築受託事業者からの提案について審議を頂くのが本日の目的である。

共同事業体から提案があったことを元にして、文化振興事業などの受託事業者には来年度と再来年度行う事業計画を立案して頂き、各部会がその提案を元に実施する事業を決定していく。そのため本日は極めて重要な会議である。

事業の目的について再確認する。事業の目的には3つ大きな目的がある。1つは「文化振興を図って市民の地域に対する愛着度を高める、そして若者の流出を抑制し市外からの回遊を促進する」つまり市民の皆さんに自分の地域の文化財をしっかりと見て自分の文化に対する愛着度を高めてもらいたいということである。2つ目は「インター周辺開発予定地の開発集客施設を訪れる人の流れを市内に循環させる」、インター周辺の開発が終われば年間800万から1,000万の人が訪れる。その人々の一部でも市内に来てもらって市内を循環させる。そのようなスキームを作っていきたい。3つ目は「観光収支額の増額で新たな雇用の創出を生み出し地域の元気創出へ繋げる」、観光事業それから雇用創出へ繋げてきたい。これら3つの事業を大きな目的として掲げている。このことについて委員の皆さんにも念頭に置いて頂けるとありがたい、また地方創生推進交付金事業に関しては事業を進めるなかで計画を変更することも可能である。従って委員の方から、より効率的な事業提案がされた場合には事業内容の変更をすることも考えている。そのため今回出された提案に関わらず、委員の方からは色々な意見を出して頂き、本当に良い事業であればそれを変えていくことも検討している。委員の方には地域の活性化のために力を貸して頂き、共にこの事業を推進していきたいと考えている。そのため今回は忌憚のない意見を委員から頂ければと思っている。

2. 議事

(1)事業戦略について

(共同事業体より説明)

(2)質疑

委員：大変魅力ある話だった。文化財保存活用倉庫を使う案を思いつかれたことに関心がある。この案が決まれば回遊のターゲットも絞られてくると思う。文化財保存活用倉庫の戦略の方向性が決まると良い。旧小田切家には25歳の学芸員が居るが、自分たちの持っている文化財よりも文化財保存活用倉庫の映画資料の方に興味を持っている。スペースも広く、駐車場のスペースもあり、いろいろなことができるのではないだろうか。市民にとってはただの倉庫であり、何気なく通りすぎていて何があるのかも分からなかった。(市にとっての)玉手箱だったら良いと思う。

その他、仮説・検証・調査について、グループインタビューをしたと思うが、どのような方法で行ったのか教えてほしい。

共同事業体：方法としては、はじめにパンフレットやチラシに載っているレベルの情報について、そのまま説明し、そのときの関心度合いをチェックする。次に自分たちが深掘りして得た情報を説明し、関心度合いの高まりをチェックする。今回我々が戦略資源について設定した部分については、深い説

明をしたことで関心度合いが極端に上がった。少し説明の角度や深掘りした情報を加えると関心度合いは高まる。

今回の美空ひばりに関する話はグループインタビューのあとで得た情報だったので関心度のチェックはしていないが、恐らく関心度は高まると思う。

委員：先程の「須坂市民は果物を買わない」という話に付け加えると、須坂市民は果物を沢山もらうので買う必要がない。旧小田切家ではリンゴケーキが売れており、市民は「リンゴを作っているけど（おいしく加工されたものなら）食べたい」と言っている。そういう意味では市民にスイーツは当てはまると思った。

委員：小田切家の関係で旧小田切家（山木）住宅を重伝建として登録して頂くという話をさせてもらっている。持ち主との話の中で越家や小田切家の関係など裏話として個人的に興味を引かれるものがあった。その辺りも調査してもらえると面白いのかなと思う。

委員長：須坂市の旧小田切家住宅ではなく、もう一つ小田切の住宅がある。越寿三郎さんと関係のある周遊になる。民間の方で家財とかの整備をしようと考えている。素晴らしい造りで土蔵もすごく、社会福祉協議会の売りになる。見てもらえば何かの一つなると思うということをお願いしたいのではと思う。

委員：整備の方は費用がかなりかかると思う。自分は小田切家と越家のやりとりの話を聞いており、そのような話を皆さんにもお聞かせできればと思う。

委員長：丁度蔵の町並みを通して越家の前で女性に着物着てもらって番傘を持たせて写真を撮ってポスターを作った。外観を見るも良しと、越家の色々な見せ方を考えている。

委員：写真業をやっており、今話にあった小田切家の古い写真を預かって修正して先月納品した。越寿三郎さんの若い頃の写真や運動会か何かで人が集まっている写真もあった。そういったものも今後調べて頂きたい。須坂のふるさと納税だとリンゴ、ブドウが多く希望されていた。県外の人からは魅力的なのだと思う。国で進めている GoTo 商店街に先月ギリギリで政府の方へ申請した。内容としては、コロナの影響もあってスタンプラリーではなく LINE を利用した。須坂には名産品のパンフレットがあるが知らない人が多いので、この機会に総額 150 万円ほど配れればと思う。これは採択されてからの話だが年内に結果が出る予定である。この事業は 2 月頭頃で終了しなければならないので、通るのではないかと期待している。ただ一過性に過ぎない、今後イオンモールができた場合に市内を周遊してもらうにはどうすれば良いのか、そのような状況で LINE などを利用して市内を回ってもらって QR コードを読み取ってもらって申請してもらう。するとコードを読み取った人の年齢、性別、また人が多く来る曜日などが分かるので、それらの情報を活用しながら事業をすすめていけたらと考えている。

委員長：ぶどうは戦略的資源に加えられており大事なものである。イオンモールも大事で何か良い方法はないかと考えている。

委員：須坂市に住んでいるが知らないことが多かった。今回の文化財保存活用倉庫のことも全く知らなかった。どのようにしたら見せてもらえるのかも分からなかった。須坂に良い文化財が多くあるのは分かっているが、全てを紹介しようとする難しいと思っていた。しかし、今回のストーリー性のある観光回遊ルートの話は一つに絞られて分かりやすく非常に良いと思った。市外から来る人も市民も利用しやすいルートだと思う。

フルーツに関しては、県外の人はかなり関心を持っている。季節外れでもお土産に桃が欲しいというお客さんもおり、農家を紹介すると沢山購入している。県外の人がどのように須坂を見ているか、自分たちが思ってもないようなものに魅力を感じているということが分かった。

インターチェンジのイオンモールに関しては交通の便など問題があると思う。イオンモールがあることで市が落ち込むのではなく一緒に活性化していくと良いと思う。

委員長：文化財保存活用倉庫は企業から購入したもので、現在はあくまで倉庫として使っている状態である。寄付で頂いたものや北村製紙の機械などが入っている。まだ市民に見てもらえる状態にないが、これをどのように市民に見てもらおうかという提案だった。

委員：まなび一号でインストラクターをしており、その目線で話をしたい。ターゲットは須坂市民と来訪者のどちらに重きを置いているのか気になる。どちらをターゲットとしているかによって無関心者に関心者に変えるという事業戦略の基軸が大きく変わる。須坂市民は割と冷めているところがあり、関心を持ってもらうのが難しい。今回の話を聞いていると事業の大半が来訪者を対象としているが、須坂市民が須坂をしっかりと知ることによって初めて情報を発信できると考えている。インストラクターをやりながら町中の散策のガイドをしているが参加者が固定されはじめています。須坂市民の無関心層に関心層に変えるのは、長年やってきてかなり難しいと感じている。今回提案されていることで、この問題を上手く解決できる具体案があれば聞かせて欲しい。

委員長：市民に自分の地域に愛着を持ってもらう、自分の地域の歴史や文化財に誇りを持ってもらうのが大事である。そうすることで市外の人に紹介するときに色々な説明をしたい、還元したいという思いが生まれるのではないかなと思う。

共同事業体：長い間努力をされていたのと感じた。ターゲットは市民、来訪者両方を想定している。市民ではない外の人に情報を発信することで外部から刺激や流れが生まれ、それに触発される形で市民が地域の良さを再認識することを狙っている。

委員：コースに絞るのは非常に良いと思う。目的を持って動くのは文化の面で大事だと思う。市民感覚から言うと買い物と食べ物は重視していいと思う。食事については依頼する施設の方も絞られてくると思う。施設の方で工夫しているものも位置づけると良いと思う。

見学については施設で何を見て、何を楽しむか示せば良いと思う。また解説者については年配の人が現在多いので広い世代に担ってもらえると良いと思う。施設の方で何らかの位置づけや工夫をしてもらえると良いと思う。駐車場については、どのような場所を設定するかが大事な要素になると思う。

委員長：食べ物は大事で、観光客の一番の楽しみだとも言われている。地域については誇りを持っていないと説明できない。それについて委員会の中で話をしてもらえればと思う。

共同事業体：駐車場に関しては急激な増加は考えにくい。蔵の町並み近辺が主要な観光になるとおもいますが駐車場が分かりにくい。案内があつて場所が分かりやすくなると良いと思う。インターチェンジから来る人も多くなると思うので、そのタイミングで拡張も考えて頂きたい。

郷土愛に関しては、外からの評価や刺激を上手く地域に紐付ける必要がある。竜の割石などに関する情報の発信の仕方も、無関心層に関心層に変える人材を育成する上で作っていくと良いと思う。

委員：長野経済研究所の方から考えを聞かせて欲しいということで個人面談をした。JTBの計画で進めていくということで良いのか。長野経済研究所の案はどうなるのか。

事務局：今回話したのは戦略構築事業である。この後、議決を頂ければ、文化振興事業の方に溶け込ませていく。地方創生交付金の方で3つの目的を達成するためのソフト事業をはじめ、それを活かすためのハード事業等を各部会の中で今後検討していく。戦略構築事業の中で改善すべき点はフィードバックして頂き、今後の検討事項とする。

委員：広告戦略としてマス媒体を使った須坂の認知度を上げるための具体的な方法はどのようなものか。

共同事業体：絞り込んだ形でインターネット媒体に特定のテーマごとに落とし込んでいく。マス媒体に入れてしまうと他の情報に溶け込んでしまう。マス媒体は市が現在行っているプロモーションの範囲にとどめて情報の出し方の工夫をする。費用を大きくするよりも情報の出し方、内容を変えて個別に個人を囲い込むことを考えている。

委員：富岡製糸場のような一時的な盛り上がりを見ていると、須坂の歴史文化を取り上げて本当に人が来るのか疑問である。須坂を知ってもらうのが先決だと思う。移住が現在リモートワークで注目されており、移住で若い人を増やさなければ須坂の未来はない。3億6000万円という予算があるのだから、実現できるか分からないが予算をギャラに使って有名人（浅田真央、市川海老蔵など）に来てもらってトークショーや公演をしてもらうことが須坂の認知度を上げることに繋がると思う。また食事の場所が無ければ作れば良いと思う。インパクトのあることをしなければ須坂には人が来ないのではと考えている。

委員長：これを実行して人が来るかは疑問だが、挑戦することが大事である。須坂にイオンモールができると年間1,000万人が訪れる。この人々になんとか須坂の市街地に来てもらいたいと考えており、このような考えがあることを理解して頂きたい。また地方創生交付金を芸能人のギャラに使うことは難しい。

共同事業体：インパクトについては戦略を進めるなかでアクセルをふかす場面が出てくると思うので、そこで重要になる。東京の人は小布施と善光寺には来ており、見せ方の角度を変えると数年で結果が出ると思う。須坂はそのレベルに達している。しかし、一気に来訪者が増えるのではなく、やはり3～5年かかると思われる。

委員：ブドウなど生産物が戦略資源の中に入っていたが、須坂の某味噌屋に嵐の相葉雅紀が仕込みの体験に来て1年後また訪れた。このことから須坂の味噌が戦略資源に入らないかと思う。ルートの4にも味噌屋が1軒入っていたのでこれをもっと広げられないかと思う。また味噌は日持ちするのでお土産や贈答品に適している。またオーナー制度を取り入れるとリピーターに発展するのではないかと考えている。

米子大瀑布は簡単に行けないところが良いところではあるが、中高年者も利用できるルートがあると良いのか悩んでいる。

自分の住んでいる町に2人の移住者が来て遊休農地から荒廃農地になりかけている農地を借りてブドウの栽培をしている。またそのうちの1人は空き家を買っている。空き家対策と遊休農地の復旧、二つの問題が解決されている。これが大きくはなくとも一つのポイントになれば良いと思う。

委員長：味噌の体験ができるプログラムがあっても良いと思う。米子大瀑布はできるだけアクセスを良くすることが大事だとは思うが、現在のような秘境のままでいいと考えている。移住定住のツアーは行っている。農業体験も行っており、ツアーに入れても良いと思う。

3. 事業の進捗報告

(1) アプリ事業文化財・まちのお宝（魅力）まるごと電子ブック構築事業について
（ADK クリエイティブ・ワンより説明）

(2) 質疑

委員長：アプリはいつ頃完成するのか。

ADK：3月実装の予定であり、3月以降も更新していく。

委員長：須坂市民が主として使うものなのか。

ADK：須坂市民をベースに観光客にも利用してもらえればと考えている。

委員長：情報の更新は誰がどのように行うのか。

ADK：情報基本構築は CMS（コンテンツ管理システム）が行う予定である。毎年更新される部分に関しては CMS は入れない。クイズの作り方は工夫が必要である。

委員長：更新する者は事業者に依頼する必要があるのか。

ADK：必要がある部分とない部分がある。

委員：事業戦略の方でガイドの活用要請があった。アプリが充実してガイドが必要でなくなることやガイドとアプリの情報が食い違うなどの問題が発生したときガイドの質を上げていく必要があると思うが、ガイドの活用要請とアプリの充実の関係はどのようなものになるのか。

事務局：アプリでは基本情報の導入部分を担ってもらいたいと考えている。ガイドには深い知識を来訪者に話してほしいと考えており、現時点では切り離して考えてほしい。

委員長：アプリの方は事実をそのまま説明しているだけなので、ガイドには深掘りした情報を話してほしいと考えている。

委員：須坂の施設や店舗をアプリ上で登録できる機能とあるが、自分が決めた施設や店舗は全て登録できるのか。

ADK：登録の際には個人の携帯電話番号で SMS 認証を行う形式を取っている。登録したスポットに関しては誤った施設であった場合や登録の取り下げ申請があった場合には警告が出るようにする予定である。また、そのような場合には事務局に連絡が行き施設の登録を取り下げようになっている。悪意のある誤った登録をしたユーザーの番号はこちらで登録しているので、そのようなことは少なくなるのではないかと考えている。

委員：アプリ実装後は須坂市で管理を行うのか。また、須坂市内を歩いているときに逐一施設に関するプッシュ通知が来るのか。

ADK：CMS の方に取り下げの機能を含めて反映しているのでアップロードも取り下げも随時、市のほうで更新できるようになっている。プッシュ通知機能については現在精査しており、各施設の近くを通る度にプッシュ通知が来ないようにしている。それぞれのハブに対してプッシュ通知を埋め込むことは考えていない。

(3)事業全体の進捗状況について

（交流拠点整備事業と総合的休憩所整備における市としての方向性について田中事務局次長より説明）

4.その他

(1)今後のスケジュール等について説明

(2)全体を通して質疑（質疑なし）

(3)閉会

