

事前研究を振り返って ～小諸の活性化～

1 4 EG1029 大内 紅葉

小諸の活性化について4つに分けて述べていきたいと思う。

まずは、小諸高原美術館・白鳥映雪館である。長所、は3つある。1つ目は、展示のテーマが月に1回の頻度で変わることである。常に展示されているもの以外の作品が月によって変わることで、リピーターを飽きさせない効果がある。もうひとつは、今回限りのことだが、小学生による“10年後や20年後の自分へ”という似顔絵である。学校により、水彩画、版画、デッサンなど描き方が違ったので飽きずに楽しめるものだった。本人の手書きによる説明もあったので、作品に対する思いや考えを理解することができた。

改善点は、5つある。1つ目は、地元の人向けであることだ。様々な年齢層をえるために、子供から大人まで楽しめるような展示にするべきだ。飽きさせず、また来たいと思わせるのが大事である。家族層を引き込むことにより、来場者を効率的に増やすことができる。また、県外からの来場者も見込める。2つ目は、内装である。照明が暗く、地味で全体の雰囲気重過ぎていた。来場者の気持ちを高める内装にすべきだ。また、絵の本来の色味や床の段差が見にくかった。照明が人に与える影響は大きいので、スポットライトやブラケットライトなど工夫して、もう少し照明を明るくすべきである。3つ目は、フロアに従業員がいないこと。フロアに絵の解説をしてくれる人がいれば、熱心な人にとってとても良い印象を与える。また、ただ漠然と絵を見るのではなく、気軽に質問できることにより、より充実した時間を過ごすことができる。

4つ目は、発信が少ないこと。ここの作品には、バレエに関するものが沢山展示されていた。興味がある人には嬉しいものである。このことをパンフレットやWebで発信すべきだ。最後、は英語表記がないことである。日本ならではの風景画が楽しめるため、外国人の訪問が多いにもかかわらず、パンフレットや展示品の説明に英語表記が一切見うけられなかった。旅行者の負担を少なくし、作品を理解して楽しんでもらう必要がある。良い印象を与えるためにも、英語表記を準備すべきである。

次に、長野県動物愛護センター ハローアニマルである。長所は、3つある。1つ目は、触れあい方の冊子が丁寧なことである。小さい子をはじめとする、動物との触れあいに慣れていない人に対しての、動物との接し方の案内がとても丁寧で、イラスト付きでわかりやすいものであった。また、絵本式なので、親子で一緒に学ぶことができるものであった。2つめは、展示の仕方が工夫されていたことだ。紹介されている動物の体の機能を身をもって体験できる。そして、動物たちの簡単な歴史や現在の生活に

7
ついて、動いて話してくれるロボットがあった。また、犬と猫でブースが分かれているのもよかった。五感を使って、私たちにとって身近な犬と猫について知る環境がとても整っていた。2つ目は、館内が清潔であること。実際に動物が住んでいるとなると、匂いや床に汚れがあるのではと思う人もいると思うが、ここはとても綺麗で、実際動物がいるとは思えないような館内であった。3つ目は、初めにガイダンスがあったこと。団体で行ったからかも知れないが、最初にこのセンターがある意味や、仕事内容、動物が人に与える影響などが事前に知れた。

改善点は、である。1つ目は、美術館と同じくフロアにセンターのかたがないこと。展示場所にセンターのかたが見当たらなかったのも、質問などができなかった。

2つ目は、パンフレットにある情報が少ないことである。実際に動物と触れ合うことができる時間が載っていなかった。触れあいを前提として訪問しに来た方々にとって不便である。

3つ目は、消毒のことである。触れあいの時間の他に生活している1部の犬と柵越しに触れあうことができた。しかしそのあと、手を殺菌するものがなかった。不特定多数の人たちが触るので、犬にとっても人にとっても消毒は必要である。

次は、市役所である。あまり活性化させるようなことをしていないのではという印象だったが、話を聞くと細かい様々な取組をしていたので良かった。

最後に、私と班で考えた小諸市活性化のプロジェクトアイデアについてである。小諸市に足りないのは集客性と知名度である。多くの人に名前を知ってもらうために、大きな複合施設を作るべきだ。家族連れからグループ、老人にいたるまで楽しめるような施設をつくるのが、活性化に繋がるであろう。

思いやりの町、小諸

～小諸の活性化のために～

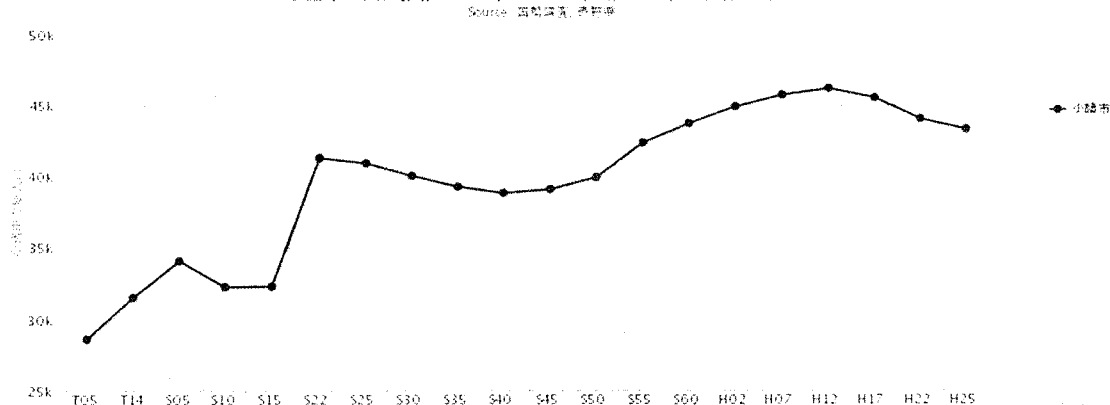
14EG1056 北本 亘

私は今回初めて長野県小諸市を訪れました。長野県といえば、高級避暑地である軽井沢やオリンピックなどの印象が強いのですが小諸市に関してはほとんど無知でした。実際に訪れてみると、非常に過ごしやすい気温で自然も豊かでした。しかし小諸市長の話によると、年々観光客が減少しているそうです。この小諸の衰退にはどのような原因があるのか、またその解決策はどのようなものがあるのか自分なりに考えてみました。

長野オリンピック(1998)の開催に合わせて、開業した長野新幹線によって人やモノの流通が豊かになり、地域社会や地元の経済に好況をもたらしたように思えます。現在、東京～長野間(222.4 km)を長野新幹線「あさま」が最速 1 時間 28 分で結び、長野新幹線は年間で約 950 万人の利用者を運んでいます。全国から多くの人々が豊かな自然や温泉、歴史的文化遺産を求め小諸に押し寄せ、経済は右肩上がりでした。

しかし、表 1 を見るとわかるように近年になると小諸市の人口や観光者数(宿泊者数)は減少の一途をたどっています。それはどうしてなのでしょう。今回小諸市の衰退の解決策として私が提唱するのは観光客を増加させるということです。小諸市に観光客が増えれば、消費活動が盛んになると私は考えます。

小諸市の人口推移 1920年～2013年 (大正9年～平成25年)



(表 1) < <http://demography.blog.fc2.com/blog-entry-4638.html> より引用 >

小諸市への観光客の減少には近年の、日本人のよる遠くへの国内旅行や海外旅行に行きたがる傾向にあると思います。日帰り温泉旅行などもとても魅力的だと思いますが、長期休暇中は北海道や沖縄など普段なかなか行けないようなところへ行きたいと思うのが人々の心理だと思います。さらに近年は飛行機の低賃金化による格安ツアーなどが生まれ、さらに遠く離れた国内や外国への観光客が増えており、小諸市が活性化するにはその層の客を呼び込む必要があります。

冒頭の問題を解決するにはいったいどうすればよいのでしょうか。それは海外に出てしまった日本人の分海外から旅行者を集めればよいと思います。2011 年は東北の震災の影響で旅行者は激減したものの小諸市の政策次第でそれは解決できると思います。では、どのようにすれば小諸市に観光客を呼び込めるのでしょうか。外国人観光

客を増やすには小諸市の国際化が必要になると思います。新幹線を使えば、羽田空港や成田空港からも難無く小諸市に訪れることが出来るため、アクセス面では特に問題は無いと思います。しかしそれだけでは外国人旅行者を呼び込むことが出来たとしても、旅行客を満足させることは出来ません。国際化を進めるには、看板や標識などに英語や中国語といった表示つけ、様々な言語に対応できる案内所の設置が必要です。小諸市全体による、学生のことからの英語教育の強化が必要となるでしょう。これらが行われないと、せっかく小諸市に遊びにきてもらったのに、小諸市の魅力を十分に紹介することが出来ず、リピーター客をうむことが難しくなるでしょう。このほかにも現代はネットによる評価などがとても重要になっているため、海外雑誌や海外のwebサイト上で積極的に小諸市を宣伝すると良いでしょう。そして訪れてもらった外国人旅行者にTwitterやFacebookなどのSNSで感想を述べてもらい、悪い書き込みから問題点を見つけ改善に取り組み、良い書き込みからはそこを最大限に宣伝するとさらに観光客が増えるでしょう。こうした口コミにより、小諸市の認知度が広まりツアーなどが組まれれば、テレビなどに取り上げられたりして自然と国内からの観光客も増加すると考えます。観光客がふえるとその分ゴミなどが増え、せっかくの豊かな自然が失われるようなことがあれば元も子もありません。地元の人も暮らしやすい町づくりも大事でしょう。

こうした解決策を行うことで多くの観光客を小諸市に呼び込むことができるのではないのでしょうか。観光客が増えれば消費活動も盛んになり経済が豊かになると思います。しかしこれらは地元の人たちの小諸市をPRしたいという強い気持ちを前提とした考えです。いくら政策を考えても実行しないと意味がないですし、かたちだけの政策も見かけ倒しで終わってしまうと思います。本当に小諸市が大好きで、様々な人に小諸市を知ってほしい、訪れてほしいという気持ちがあつてこそその政策なのです。実際に訪れて、私は現地の人たちからそのような気持ちを感じ取ることが出来ました。『おもてなしの心』それが小諸市を大きく動かしてくれることを期待しています。

<参考・引用文献>

- ・ <http://www.kanko.komoro.org/localwriter/>
- ・ http://www.forum-fukuoka.com/bullet_train/19_0815/

事前研修を振り返って
～小諸の活性化～

14EG1084 杉山裕亮

私たちは一泊二日で小諸・軽井沢で研修を行った。研修した理由は明治学院大学の一期生である島崎藤村ゆかりの地を訪ねるためであり、また小諸の町の取り組みや街並みを見学することによって小諸市の活性化について考えるためである。そして私の班は小諸市の政策に焦点を当てて見学した。

まず、小諸を見学して思ったことは景色や自然がとてもきれいなことである。春には懐古園で桜まつり、秋には紅葉まつりなど季節に即したイベントがたくさんある。小諸のさくらは日本さくら名所100選に選ばれており観光に訪れる人も多い。そして懐古園には島崎藤村記念館があり、5万人もの人々が訪れるそうだ。しかしあまり活気を感じることはできなかった。実際のところバブル崩壊が原因で商業施設が撤退していたり、昔は大都市からのアクセスが存在したが新幹線が建設され乗車駅が隣の佐久市になってしまい人が来なくなってしまった。他にも若者が少なく感じられた。小諸市を訪れる観光客は60～80代が多くターゲット層が狭い。さらに何を推していきたいのかも分かりづらくインパクトもなかった。

小諸市の政策のとしては、町おこしの一環として2012年の1月から放送された「あの夏で待ってる」というアニメがある。このアニメは小諸市を舞台として描かれた作品である。アニメの力はとても強く、ファンが聖地巡礼といって作中で描かれた場所を実際に訪れてみたり、作中のキャラクターのコスプレをしてやってきたりもする。私も放送時にこのアニメを見ていたのだがここに行ってみたいと思った。だが、小諸を訪れ「あの夏で待ってる」のポスターを見て初めて小諸が作品の舞台だと知った。もっと小諸であることを推したほうがいいのではないのかと思った。

以下を踏まえたうえで小諸市をもっと良くしていくために取り組むべきことは市のアピールを大胆かつ分かりやすくかつスタイリッシュにしていくことである。具体的にいうと、まず一つめはタブレット端末使ったりスクリーンで映像を流したりして誰にでもわかりやすくすることである。私は懐古園での説明がとても堅苦しく感じられた。だからタブレット端末やスクリーンを用いてCGで昔の状況を再現することによって若い人でもわかりやすく興味を持つことができると思う。

次に、二つめはホームページをスタイリッシュにすることである。小諸市のホームページも小諸市観光協会のホームページも今風ではなく少し見づらい。またスマートフォン用にページを最適化できるようにするのもスマートフォンの需要がこれからもっともって高まるので必要である。

三つめはメディアをうまく活用することである。テレビやインターネットはもちろんラジオや雑誌などを利用していくべきである。テレビではコマーシャルを流してたくさんの人に小諸を知ってもらったり、ラジオを小諸で開局したりするべきである。小諸市のTwitterは存在するが、更新が2週間3週間に一回と更新頻度が少ないのもっと積極的に取り組むべきである。メディアをどんどん活用していくことによって口コミが広がりいろんなメディアからの取材を受けて小諸の情報が日本中に広がっていくはずである。最終的にはNHK

大河ドラマなどの放送につながっていくと思う。

四つめにはアニメの力をもっと利用していくことである。アニメの経済効果は絶大で、過去には埼玉県久喜市を舞台に描かれた「らき☆すた」は三年間で推定22億円の経済効果が認められている。実際「あの夏で待ってる」においてもたくさんの経済効果がでていいる。アニメの2期の制作が決定しているので再びの経済効果に期待できる。1期の放送時に行われていたラッピング電車やスタンプラリーはもう一度行うべきである。他にもアニメのキャラクターを使って懐古園などの観光名所の案内をしたり、キャラクタープレートをもっとたくさんつくって面白くするべきである。前回の放送時期は1～3月だったので今回は夏の時期に放送してダイレクトでアニメの雰囲気を味わえるようにしてほしい。さらに放送時の最後にキャラクターによる小諸市の紹介があればもっとアピールすることができる。

「あの夏で待ってる」だけでなく、週刊ヤングマガジンで連載されている小諸の初代藩主である仙石秀久を描いている「センゴクー統記」も小諸をアピールできると思う。歴史マニアや歴女など歴史が好きな人も世の中にはたくさんいるのでそういう人々が小諸に訪れることによってさらに経済効果が期待できるであろう。

小諸はまだまだ可能性を秘めておりこれからもっと発展していけると思う。今回の研修で得られるものがたくさんあった。これからの学習に生かしていきたい。

事前研修を振り返って

～小諸の活性化～

14EG1105 千葉 佳里菜

長野県小諸市。軽井沢町のほぼ隣に位置するこの市だが、名前を聞いたことのない人のほうが多いのではないだろうか。私も今回の研修で初めて小諸市という街を知った。なぜここまで知名度が低いのか、小諸市の知名度を上げ、街を活性化するためには一体どうすれば良いのだろうか。

小諸市を訪れてみると、人通りは少なく、荒地や荒畑などが多く見られた。実際、小諸市の人口は少なく、過疎地域も存在している。しかも、高齢者の割合が多いというのが現状だ。これと言った特産品もない。街自体にも活気溢れる様子はあまり見られなかった。そんな中、私たちが訪ねたワイン工場「マンズワイナリー」には小諸市の活性化へのヒントが多く存在していた。

ワインと言えば、そして、ぶどうと言えば山梨県のイメージが強いが、小諸市でも貴重な日本産のぶどうが作られている。小諸市は雨が少なく、標高も高い。さらに太陽の光がよく当たる、というようなぶどう作りに最適な気候を兼ね備えている。そんな小諸市で作られているワインを全国的に売り出していけば、小諸市の知名度も上がり街も活性化すると考えられる。問題は、どのようにしてワインを売り出すのか、ということである。そこで、知名度を上げるのに最適なのが「CM」である。現在、多くの企業が自社の製品を宣伝する目的でCMを利用している。小諸市のワインも多くの企業と同じようにCMで宣伝すれば、ワインの知名度は一気に上がる。さらに、小諸市のワインが気になった視聴者がパソコンやスマートフォンを使って小諸市のワインを検索すると、マンズワイナリーの通販サイトにたどり着くことになる。そこで、小諸市のワインを気に入った視聴者が通販サイトでワインを買うことでワインの知名度と同時に小諸市の知名度、ワインの売り上げも大幅に上がることが考えられる。さらに、実際に小諸市に訪れて小諸市でワインを買いたい、飲みたいと考える人が現れれば、小諸市の宿泊施設や周辺の商業施設も活性化していくと考えられる。このように、小諸市のワインは小諸市の特産品として街の活性化を考えるうえで非常に重要な役割を果たすことになると言える。

そしてもう1つ、小諸市の活性化に必要なものがある。それは、先ほど述べた荒地や荒畑である。実際に小諸市にあるいくつかの荒地や空き地には「工場用売地」の立て札が立てられていた。もともと人口が少なく、無駄な土地が多い小諸市がより多くの土地を工場用の売地として提供すれば、多くの工場が小諸市に建つことになる。工場が建つと当然、その工場で働くために多くの人のほかの地方からやってくることになる。そうすると、必然的に小諸市の人口は増え、過疎地域の問題も解決の方向に向かう。さらに、工場の従業員として若者が多くやってくることが考えられるため、高齢化を食い止める1つの要因になる。人口が増えると工場の従業員が増え、工場の生産効率

や売り上げは上がることになる。さらに、街では病院や学校などの公共施設が充実し、小諸市はより住みやすい街に変わっていくと考えられる。人口の増加と公共施設の充実が進めば、ワインの名産地としての小諸市だけでなく新しい地方都市の1つとして小諸市は世間一般に広がっていく。観光地として、さらに住みやすい街として小諸市の知名度は上がり、街に活気が溢れることになると考えられる。

以上2つのことを実現するために必要なことがある。それは、市民と地域社会の協力だ。これからの小諸市は商業、工業、農業、観光業の4つが基本となり発展していく。しかし、行政が一方的に発展を推し進めても意味はない。地域市民の協力があってこそ街は活気あるものになっていく。そこで小諸市が実際に取り組んでいるのが「 $1 \times 2 \times 3$ 次産業 = 6 次産業プロジェクト」だ。これは、例えば小諸市で収穫されたぶどうを小諸市の工場で加工しワインを製造し、小諸市で売るといふ、いわゆる地産地消のプロジェクトである。このプロジェクトによって地域社会と市民の結びつきが強くなり、地域に密着した街の発展も見込まれる。

一見、何もないように思われる小諸市だが、注意深く見てみると活性化へのヒントが多く存在している。小諸市の活性化に向けて地域社会も市民も動き出すべきである。その2つの協力がまた新たな街の発展のためのアイデアを生み出すことも十分に考えられる。今はまだ知名度も低い小諸市だが、これからの小諸市は多方面からの発展が期待される重要な街である。

小諸経済発展の鍵

ーコンパクトシティ構想とソフト面の充実化ー

14EG1114

長沼 駿

小諸地区は、文明開化が起こり日本のあり方が大きく変化する中で、比較的早く経済を発展させた地区である。日本国政府が諸外国との条約改正の為、明治11年に東京に商工会議所を設置すると、明治35年、小諸にも商工会議所が設置された。県内3番目の早さである。その後小諸市が発足し、デパート等の商業施設の誘致も行われ、小諸経済は順調に成長した。しかし、隣市の発展が追い付いてくると、小諸経済はそのアドバンテージを失い勢いが衰え始める。そして、新幹線の誘致に失敗し、隣接する佐久市に新幹線停車駅が建設されると、それが決定打となって小諸の経済の衰退はさらに加速する。佐久市から小諸市へ向かうしなの鉄道の運行本数を増加させる等の措置を講じたが、思うような成果はあげられず、人口減少に伴い商業施設の撤退や商店街の閉鎖が相次いだ。

小諸市が経済の再興を目指して今取り組んでいるのは「小諸市コンパクトシティ構想」だ。

では、コンパクトシティとはどのようなものなのか。コンパクトシティとは、無秩序に分散する商業施設や公共施設、住宅等を一か所に集約させる事により、有効活用されていない土地や防災面の問題を解決すると共に、経済の活性化を図る構想である。

国土交通省は、過疎化や高齢化が進む地方都市において、民間の協力を得ながらのコンパクトシティ化を推奨している。

震災復興の一環として岩手県釜石市では、大手スーパー「イオン」の協力を得て、公共施設・商業施設・住宅を一か所に集約したコンパクトシティ化を実現した。この取り組みは、地域発展の有効策として注目を集めている。

小諸商工会議所の副会頭の塩川秀忠氏の話では、現在は小諸市内を走る路線バスによって市役所、病院や図書館が結ばれていると言う。これらがコンパクトシティ化によってほぼ一か所に集められ、徒歩で移動できる範囲に収まるようになるのだ。

小諸市のコンパクトシティ化は既に開始している。現在は新しい市役所新庁舎が建設中で、同敷地内に図書館及びコミュニティースペース、病院、立体駐車場、公園、商工会議所会館の建設も予定されている。これだけの主要な施設が集約されれば、バリアフリー化の効果も相まってその他施設も自然とここに集まる可能性が高い。小諸市民の生活の質の向上はほぼ確定的で、図書館や病院が移転した後の土地は、工場建設を喚起するなど有効活用される。

しかしながら、これで経済が活性化するかどうかは即断できない。同じコンパクトシティ化であっても、釜石市は「イオン」の協力によって集客に成功し

たが、小諸市にはそういった目玉が無い。

工場や商業施設の誘致はもとより、小諸に在来する「マンズワイン小諸ワイナリー」や「懷古園」、「小諸城址」、「小諸市動物園」、「北八ヶ岳天文台」、温泉施設等の観光スポットを Twitter や Facebook 等の SNS やインターネット等のツールを使って積極的に PR していく必要がある。

2012 年 1 月から 3 月まで小諸が舞台となったアニメーション番組「あの夏で待ってる」(略称なつまち)が放送された。小諸市はこれに着目し「なつまちおもてなしプロジェクト」を結成。番組の声優陣を招いてイベントを開催するなどの活動を行い、今まで小諸に関心を持たなかった若者たちを招く事に成功した。2014 年 5 月 10 日から「なつまちスタンプラリー サイクリング&ウォーキング」を開催する予定もあり、今後も活動が続いていくと思われる。

このようなアイデアを用いた観光客の呼び込みも小諸の経済の活性化に有効である。

B 級グルメやゆるキャラを利用して町おこしに成功している自治体も多くあるが、小諸市は現在、特筆すべき B 級グルメはない。ご当地ゆるキャラ「こもろん」もゆるキャラグランプリ 2013 で全 1580 キャラの中で 1332 位に終わるなど、残念な結果となった。だが、考案されたばかりのキャラクターであるので今後の PR 活動しだいで知名度を上げていく事は充分期待できる。実際、熊本県のゆるキャラ「くまモン」が県にもたらした経済効果は 2 年間で 1244 億円に上った。

小諸市の経済状況は決して楽観視できるものではない。新幹線の通る佐久市の発展状況と頻繁に比較され、誘致失敗の悪い例とされる事もしばしばある。しかし、今回のコンパクトシティ構想とソフト面の充実を図る事によって、状況が改善される可能性は充分にあるはずである。小諸と縁の深い明治学院大学の生徒の一人として、今後の小諸市の更なる発展を願わずにはいられない。

参考文献

- ・企画部広域計画課(更新日不明)「COMPACT CITY コンパクトシティとは」
http://www.thr.mlit.go.jp/compact-city/contents/what_is/what_is.html
(2014年4月5日)
- ・国土交通省(2013年8月26日)
「国土交通省におけるコンパクトシティの取組について」
<http://www.mlit.go.jp/common/001018163.pdf>
(2014年4月5日)
- ・流通ニュース(2014年02月20日)「イオンタウン釜石／釜石の復興を願い、
3月14日オープン」
<http://ryutsuu.biz/store/g022023.html>
(2014年4月5日)
- ・小諸市観光協会(更新日不明)「TVアニメ「あの夏で待ってる」舞台の地」
<http://www.kanko.komoro.org/natsu-machi/index.html>
(2014年4月5日)
- ・ゆるキャラグランプリ総合ウェブサイト(2014年4月4日)「2013 総合ゆるキ
ャラランキング」
<http://www2.yurugp.jp/ranking/>
(2014年4月5日)
- ・朝日新聞 DIZITAL(2013年12月27日)「くまモン経済効果、2年で1200
億円 日銀試算」
<http://www.asahi.com/articles/ASF0SEB201312260007.html>
(2014年4月5日)