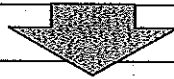


【事業の紹介】地域にぎわいづくり推進事業

1. 事業の目的

- 「海の寺泊」ブランド確立によって人と自然と歴史が融合した活力ある地域を目指す。
- 市民と行政の協働のまちづくりを目指す母体の形成と育成を図る。



2. 事業の進め方と実施概要

1) 検討委員会(ワークショップ形式による市民主体の検討・参加者10名) 計5回のワークショップを開催

開催回	開催日	開催場所	開催回	開催日	開催場所
第1回	2009年3月5日(木)	旬感鮮喰「海」	第4回	2009年12月22日(火)	寺泊支所2F
第2回	2009年3月26日(木)	寺泊支所2F	第5回	2010年2月12日(金)	寺泊支所2F
第3回	2009年9月28日(月)	寺泊支所2F	第6回	2010年3月(予定)	

【ワークショップとは】 もともと「工房」という意味をもっていて、共同作業による「創作活動」に置き換えられます。特に、①参加者が主体性をもって、②参加と体験を通じ、③お互いが学びあう、ことが大事だと言われます。

2) まち歩きいいところ再発見(地域の魅力発掘調査) 2009年11月18日(水)

地域の外と中の目で寺泊の魅力を再発見するため、富山のNPOと一緒に寺泊を歩きながらの調査を実施

3) 寺泊のまちづくりに関するアンケート調査(住民のニーズを把握⇒検討材料として)



3. 活動方針(検討結果)

1) 市民と行政の協働のまちづくりを目指す

- ソフト事業を優先に、ある程度活動が盛り上がってきた段階で行政支援を求める
- いわゆる「陳情」ではなく、「市民と行政がどこで汗をかくか」という役割分担をする

2) まちづくりプラットフォーム(母体)の検討

- 地域での活動や人の情報を集積して発信する機能が不足している
- そのような機能と活動や人の“つなぎ役”が必要

⇒寺泊での活動や行事、人材や団体を調査して情報を整理することから始める

3) 寺泊のまちづくりのあり方を議論する

- 「何をやるべきか」の以前に「寺泊をどのようなまちにしたいか」をしっかりと議論する
- 昔のように、まちづくりを喧々諤々とする機会が少なく、団体や組織の枠を越えた話し合いの場も少ない
- 寺泊の魅力を住民自らが発見(自覚)し、誇りを持てるようにする必要がある



4. まちづくりビジョン(検討結果) ※大きな方針の確認として

1) 住民が主体の「もてなしのまちづくり」

商業優先の買う・見る観光から、文化的・精神的な面を優先にした体験・交流型の観光へシフトする

2) 素材の磨き方、使い方の工夫による「魅力づくり」

「寺泊＝海のまち」だけでなく、旧街道沿いの歴史や山手の自然を活かした「歩いて楽しいまち」を目指す

5. 第4回ワークショップまでの主な意見

1)「まち歩きいいところ再発見」の感想

【ロマンス街道】実際に歩いてみると、見直し・設備の必要性を感じた／【汐見台】もっと活かしたい！／【街並み】空き店舗を利用して「まちの駅」のような、ふれあい・交流拠点がほしい／【お寺】風情はあるが観光客を呼べるかが疑問／【散策コース】30分くらいで歩けるコースづくりを／【まちの案内】まちのことを案内できるツールが必要／【細い路地・階段】クルマで入れない細い路地・階段は売りになる／【土産】買いたい土産物がない(富山の人の話)／【商店】外から店の仕事の様子が見れたら魅力的(昔はそうだった)

2)具体的にやるべき・やりたいこと

住民向けマップ	まず住民の意識の向上をして、住民が楽しめる活動をする 住民が集めた情報をマップにして、住民向けに発信する
紙風船のまちとしてPR (寺泊の名物として有名にする)	紙風船をつくっている方が考える以上にスゴイ技術 寺泊の各店舗の一角にディスプレイして地域全体の雰囲気づくりに 相乗効果で売上げアップにもつながるのではないか
お寺を来訪者に開放する (お寺めぐりをしてもらう)	魅力的だが現実的には、ゴミの問題や留守番の人手なども問題がある 季節や期間限定でやる方法もある(イベント的な七福神めぐり)
浜のお客さんをまちなかへ	なかなか上手いいかない、歴史に興味がある人が少ないかもしれない まず住民の人を対象にツアーをしてはどうか(語り部・食べ物・色々なコース)
丸ポストを利用したストーリーづくり (これほどの数は全国的にも珍しい)	ここからラブレターを出すと恋愛成就するという物語をつくる 「初君と為兼」遊女でも純愛だったはず、歴史はロマン(正しかどうかは二の次)
ロマンス街道を何とかしよう	名前とイメージが異なる⇒昔はアベック街道と呼ばれていた 一部の私有地を通るので本来は地主さんとの話し合いが必要 お寺を巡るコースとして売り出す(お寺への相談と理解が必要) 支所から歩くようにしたい(支所の跡地利用とセットで考える) 中高年を対象にする・歴史的な売り出し(昔の遊郭とのつながりを) 住民参加でやりたいが、やることを決めてから具体的に協力をお願いすべき
支所の跡地利用	ゆっくり休めるところがほしい⇒地元の人と外の人との交流の場として 散策途中でお茶をいただける休憩所があれば良い(例えばルクレールなど)
浜辺のジョギング・ウォーキングコース (水族博物館～コロニー)	木々のトンネルを通る素敵なコース、夕方は最高 ロマンス街道とリンクすれば面白い ちょっとした整備や工夫で、外から利用者がくるかもしれない
まず寺泊を知ってもらうことが大事	市民委員のメンバーや住民がブログを書きまくったら有名になるはず
音、季節、時間で再発見してみる	せっかく富山の方からいいヒントをもらったので活用したい 寺泊を季節や時間帯ごとの魅力をアピールできるようにしたい オルゴール塔、山鳥、さざ波…寺泊の音をアピールする

特定非営利活動法人 地域交流センター

TEL 03-3553-7344

FAX 03-3553-7346

市民の思いを“かたち”にしてみよう！

長岡市は、「海の寺泊」ブランドの確立によって人と自然と歴史が融合した活力ある地域を目指し地域づくりに取り組んでいます。その一環として、市民が自ら考え、アイデアを出し合い、それらを実際にやってみようという取り組みを昨年度から始めています。

この取り組みは、「ワークショップ」という、まちづくりの手法を用いることで、市民の自主性を大切にしながら、実体験や交流の中から、イキイキとしたアイデアが生まれてきています。



富山の方から「お寺と海が入った寺泊らしい撮影スポットを紹介すべき」とアドバイスをいただきました。(まち歩きいいとこ再発見にて)



● ワークショップとは

もともとは「工房」などの共同作業場を意味する言葉ですが、現代アートや音楽の世界で参加型の創作活動として発展し、まちづくりの手法として広がったものです。

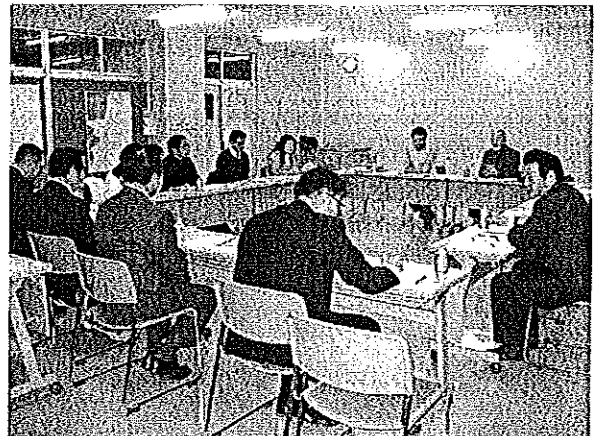
しっかりとした定義はありませんが、決められた議題にそって、会議をするようなものではなく、参加者がお互いの意見に触発されて、また新しいアイデアや展開を生み出すという効果をねらったものです。

ワークショップの大事な要素として、①参加者の主体性、②参加と体験、③相互作用による学び、とされています。

ワークショップの様子

寺泊のまちづくりにかかわる活動をされている方や各種委員会で活躍されている方など市民10名のメンバーでスタートしました!! 皆さんは、寺泊がもっと魅力的なまちになるように、にぎわいのあるまちになるように、という熱い思いのある方々です。

市民ワークショップだより第1号では、これまでの取り組みとして、「市民ワークショップ」と「まち歩きいいとこ再発見」の様子をお伝えします。



市民と行政の役割分担！

この事業は市民からの要望を行政が聞いて実現する…というのではなく、全国的にもまちづくりの基本となりつつある「市民と行政の協働」が大前提となっています。

つまり、市民と行政とがそれぞれの長所を活かしながらか役割分担をして、「市民はこれだけ頑張るから、行政もここまでは協力してくれ!」といった市民の発意で行政を動かし、市民主体のまちづくりを行おうというものです。



市民が主役のまちづくりを！

最初のワークショップでは、細かいことは後回しにして、寺泊をどうするべきか、どうしたいか、について思う存分語り合いました。そこで共通して見えてきたのが、「寺泊の観光って、一般市民はまったく接点がないよね」ということでした。もっと市民自らが寺泊のことに興味をもって、地域の内側から盛り上げないといけないし、誰もがわかりやすく参加しやすい活動を起こしていかないとけない、という大きな課題が見えてきました。

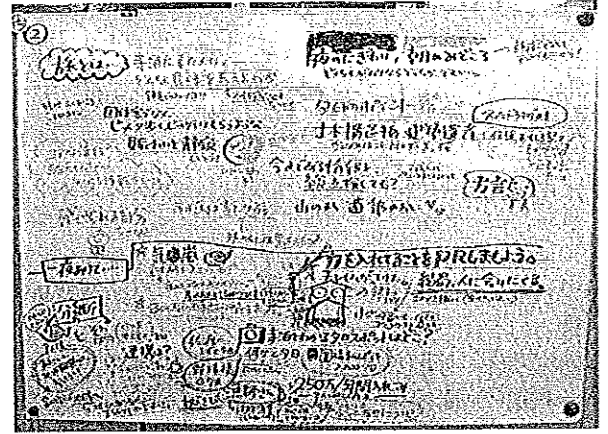
【意見の紹介】市民は地元のことを知らない・人と人のつながりが希薄になっている・まずは寺泊の情報を集めよう・海以外にも魅力があるので

まちづくり母体があれば...

第2回目のワークショップでは、「寺泊は色々な活動があるけど全体としてのまとまりがない」という意見が目立つなか、このワークショップで各団体の意見を吸い上げて情報を集積し、必要に応じて人と人をつなぐパイプ役になれないだろうか?という提案ができました。

「ここに行けば何か情報が集まっている」とか、「誰かを紹介してもらえ」といった「まちづくり母体」が必要であることは皆さん共通した思いのようです。

さらに第3回目のワークショップでは、実際に動き出してみようということになり、寺泊の人や団体の情報を集めて整理し、活用方法を考えることになりました。



歩いて、寺泊の魅力を再発見!

平成21年11月18日(水)、NPO富山観光創造会議の方を招いて、地域の外と内の目で、寺泊の「いいところ」を再発見するまち歩きワークショップをしました。今回は、長善寺さんを基点に、お寺が建ち並ぶ旧街道やロマンス街道を通して、文化センター「はまなす」までのコースを歩きました。

富山の方が、「寺泊といえば、海や魚のアメ横通りのイメージが強く、お寺や階段がたくさんあることを知らなかった」と言っていたので、今までとは違った寺泊の魅力を感じてもらえたと思います。

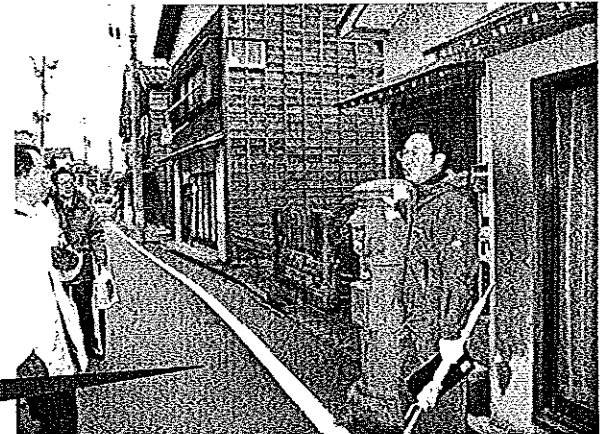
同じ日本海に面した北陸地方の地域でも、文化や風習は違うものです。寺泊の「お寺の冬囲い」は、富山では見かけないそうです。

え!これが面白いの?!

やはり、他所の方からの意見は貴重です。例えば、昔ながらの丸いポストですが、こんなに密集して並んでいるところは見ただことがないそうです。一方、寺泊の住民にとってはとくに珍しくもない日常の風景ですが、この丸いポストに着目していた委員さんもいました。

また、生福寺さんのオルゴール塔に注目した富山の方もいました。「今度は何時に鳴るの?!」と興味津々の様子で、「音」も観光資源のひとつになるということに気づかせてもらいました。

「この近辺、約3.5kmの間にポストが10基あります。」と委員さんから説明がありました。これを何かに使えるのでは?と話が弾みました。



世界にたった2つの工房が!

寺泊には、日本に2ヶ所しかない工房があります。さあ何でしょうか…。それは紙風船工房(工場)です。つまり、世界の中でも、たった2ヶ所のみということになります。富山は薬売りで有名ですが、紙風船と深いつながりがあります。

作業の様子をはじめて見る委員さんもいましたが、「もっとPRしないもったいない!」というのが皆さんの意見でした。たしかに、寺泊で紙風船を作っていることは、ほとんどの観光客が知らないことです。

富山の方からいただいた色々なアイデアやヒントを今後のワークショップで有効活用していこうと思います。

 お問合せ先

発行:長岡市地域振興戦略部(電話:0258-39-2260)・寺泊支所地域振興課(電話:0258-75-3111)
編集:NPO法人地域交流センター