

視察調査・研修会等報告書

令和4年10月14日

下記のとおり報告いたします。

小山市議会議長 福田 洋 様

議員氏名(土方 美代



研修・視察年月日	令和4年10月12日～令和4年10月14日
研修会場・視察先	出島メッセ
研修名・視察目的	第84回全国都市問題会議
対応者(説明者)の 役職・氏名等 ※視察調査のみ記載	
参加議員(同行者)	苅部勉・森田晃吉
調査概要	別紙1参照
市政の課題等に対し どのように参考になるか、 所感等	別紙1参照

第84回全国都市問題会議

テーマ

個性を生かして『選ばれる』まちづくり～何度も訪れたい場所になるために～

内容

はじめに都市の定義とは、不特定多数の人が集う場所。その結果、商業や様々なサービスが発達することにより一層人が集まる、そんな流れのある生き物だと感じました。また、交流人口の話では、交流の形は時代とともに形を変えなければならない、柔軟性をもって、集まる人のニーズに合わせる事が重要(例えば、長崎なら江戸時代は貿易、昭和は観光など)では、小山市ならどうか? 結城紬や渡良瀬遊水地など魅力の掘り起こしは積極的だが、裏を返せば、来る人のニーズに合わせるのではなく、今ある観光資源に合う人のみが訪れているのではないかと伺える。商売と同じで、同じものばかりで変化がなければ飽きられる。一度訪れたら二度はいかない。お客様のニーズに合わせて変化を取り入れるから何度も訪れてくれる。この柔軟性や方向転換をフットワークよく行政が取り入れられるかは疑問である。どこか今ある観光資源に執着しすぎて、時代のニーズにこたえていないのではないかとさえ思えてくる。

都市のグラデーションを考える。

もし、小山市に求められているものがベッドタウンならどうか? ビジネス街ならどうか? 観光地なら何度も訪れたい場所か? おやま遊園地があったころはどうだったのか? 余談ですが、私は東京生まれの東京育ち。それでも桜金蔵さんが登用された「おやまゆうえんち」のCMを知らない友達はいませんでした。また、おやまゆうえんちに行った子は、自慢げに「また行くんだ」とお友達に話し、みんな親に「連れて行って」とせがんだ記憶が鮮明に思い出されます。時代は流れ、今では東京までのアクセスの良さ、立地利便性に重きを置き、移住、定住、工業団地の事業者誘致にシフトしてきました。では、これからの令和の時代はどこにシフトしていくのか?

あれもこれもと、バランスのとれた都市も素晴らしいですが、何か一つだけ特化したアンバランスを売りにするのもありだと考えます。栃木県は北関東3県、知名度ランキングでも万年ワーストを競っています。それは大変おいしいこと。ランキングの10位から40位など、TVにも取り上げられません。ワーストランキングを競っているからこそ、おもしろおかしくマスメディアも取り上げてくれるのです。いわば、コンプレックスは仕込みのいらぬネタであり、これを活かさないのはもったいないと思います。

極端な話、広告宣伝費をすべて町づくりにあて、「日本一知名度が低いけれども、日本一住民の幸福度が高い都市。人には教えたくない自慢の都市」なんて売り出し方もあるのではないかと思います。