

平成25年度 第2回 わくわく市民懇談会

- 1 日 時 平成25年4月27日（土） 午後7時20分～午後7時56分
- 2 場 所 替佐区公民館 2階 大広間
- 3 出席者 信州中野ふるさと交流団 団員 他27名
市長、随員職員
- 4 次 第
信州中野ふるさと交流団定期総会に合わせて開催

市長講話

「これからの中野市 ～信越9市町村広域連携広域観光連携を中心に～」

- ・冒頭のあいさつ・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- ・変化への対応について・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- ・人口減少と北陸新幹線開業について・・・・・・ 2
 - ◇人口減少について・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - ◇北陸新幹線開通について・・・・・・・・・・・・ 3
- ・中野市のポテンシャルについて・・・・・・・・・・ 4
 - ◇中野市の豊かな観光資源について・・・・・・・・ 4
- ・地域ブランドコンセプトについて・・・・・・・・ 4
 - ◇中野市の地域ブランドづくりについて・・・・ 5
 - ◇シティーセールス戦略について・・・・・・・・ 5
 - ◇地域のコンセプトについて・・・・・・・・・・ 6
- ・地域力UP総合戦略について・・・・・・・・・・・・ 6
 - ◇地域を豊かにする経営思想について・・・・ 6
- ・当面の施策方針について・・・・・・・・・・・・ 7
 - ◇政策ディメンションについて・・・・・・・・ 7

「市長講話」

冒頭のあいさつ（わくわく市民懇談会について）

- いろいろなところで私が、何を感じ、考えているのかをお話をしながら、また、ご意見をいただきながら、中野市をこれからより元気にして行きたいと考えています。

広域観光連携について

- 信越9市町村ということ形でお聞き及びかとおもいますが、これからは、広域で連携しないと、訪ねていらっしゃるお客様のニーズにこたえることができない。
- 旅行に行くときには、自分の中でストーリーを作って旅をしますが、1都市1エリアだけの観光だけではなく、様々な地域を繋げて、お客様に対外的に宣伝していくことがこれから重要であります。経済というのは交流人口、交流が増える、人が動くことでお金が使われるわけです。ですから、9市町村連携は新幹線のことを中心に出てきた話です。

人口減少と北陸新幹線開業について

- 長期的には人口減少・少子化社会で、これからの地域社会、コミュニティーのありようも人口が減少する中で、様々な問題を解決していかなければなりません。コミュニティーの在り方も、より地域連携・地域コミュニティーの密接なコミュニティーが本当は必要になるのではないかと考えています。
- 日本政府は地域をもっと活性化させなければならないということから、広域観光連携もそうですが、地域がまとまることによって何かの資金をだしましょうというようなことを考えているように思えます。それにこたえて、私たちも広域連携拡大をやっつけようと考えております。
- 一方で、直近ではあと2年をきったわけですが、北陸新幹線が開業します。これは人流が増加し、ビジネスチャンスが増えるのだということを、私たちが考えていくべきだろうということで私は、今政策をいろいろ考えております。
- 農業就業者、中心市街地の空洞化、高齢化社会の安心・安全をいかに確保するか、教育福祉・子育て環境の整備、これが整ってないと、固定資産税の高いところから安いところに行くとか、水道料金の高いところから安いところに行くというこ

とが人口密集地帯では頻繁に起きています。横浜は、一定のどこまでは若い人がいますが、子育てが終わった人たちは、今東京に人が流れるという事態が起きています。この国際競争、都市間競争、地域間競争という波が、この地域にもやがてやってくるでしょうという考え方があります。

- 一方で、直近では北陸新幹線の開業という問題があります。この問題は、人口誘導が大きく変化することを、「私たちは変わらないんだ、ただ通過する人たちだけだ」と思わず、自分たちにも関係あると思わなければならないのです。
- この前に、JRの常務さんの話を聞いた時に、上信越国立公園エリアに含まれた地域と、飛騨高山白川郷・五箇山との対決かもしれないと、大きな目で自分たちを見つめてくださいということを言われました。
- 長野・飯山エリアは三国山脈系、上信越国立公園の間に含まれたエリアとして、まとまった文化圏、かつては上杉謙信と武田信玄の取り合いの場、ある人に言わせると上杉謙信の精神的な支えの地域がこのエリアであった。ここを武田信玄が攻めてきたので、上杉謙信は川中島にやってきたというようなことを唱える方もいらっしゃいました。いずれにしても、ここは1つのまとまった文化圏であり、今回妙高市まで入れて9市町村で広域連携というのが始まるわけです。
- 一方で、上越から西がJR西日本になります。会社が別ですから観光客の取り合い、地域間競争が起こります。どれだけ魅力があるものを訴えかけるかを今問われており、飯山市の足立市長と話し合いながら、連携して取り組んでおります。

北陸新幹線による人口移動

- 長野新幹線は、開業前に東京・長野間の移動が2万人弱だった利用者が開業直後には25%増加し、開業9年目には42%増加しました。新幹線は時間が短縮されることによって人はより行動半径を広くします。今回、8両編成が12両編成になると、1両100人と計算して400人、400人×1日のダイヤ数が27本として、すべて長野駅にはとまります。飯山駅にはすべて止まるとは限りませんが、長野は止まることになり、一日に約10,000人以上が増加します。1万人というと、中野市の4分の1弱の人口がこの近辺で動くため、これを何とか捕捉したい。
- 北越急行の輸送密度が一日7,400人を運んでいた人が、北陸新幹線に振り替ってくることになるでしょう。これからは今までの考え方ではなく、東京からの距離、首都圏から人口密集地からの距離ということで考えていただいて、これを何とか

しなければならないと思っております。

- 首都圏、1都3県3300万人おり、首都圏から長野まで1時間半で来れます。ただ、首都圏だけではなく、関西圏からの流入も考えた方がよい。東海道新幹線はほとんどがビジネスマンで、車両はいつもいっぱいです（こだまは除く）。関西から金沢に行くときには「ひかり」で米原までいき、特急「しらさぎ」で2時間半です。金沢からは長野まで1時間で来れます。そうすると、関西の人たちは金沢を通過して信越自然郷にやってくる人たちが増えると考えた方がいいと言われました。東京から長野新幹線に乗った人は高崎で多くの人が降り、また軽井沢で多くの人が降り、長野についたら少人数になっています。そこには余った席があり、その余った席には新規誘客人員を見込めます。大手旅行会社はその余剰空席に格安ツアーを組んでツアーを企画します。そのツアーを9市町村が提案することによって、お客さんを関西から呼び込める。大阪から入ってくる人は軽井沢まで4時間で長野まで来れるようになるのとすると、北陸経由で入ってくる可能性があります。

中野市のポテンシャルについて

- 中野市の持っているポテンシャルとしては、豊田が8年前に中野市と合併してツーリズムができるようになりました。農村体験もより風光明媚なところで異次元空間体験もできるようになりました。新しい自然環境を持っており、なおかつバランスも良い土地になっている。産業分類でも、工業あり、商業あり、農業もある。人文環境も、ものすごい人がいる。とにかく、多々ある文化が集積しているところであります。その中で、資源をもう一度組み直して、整理して情報発信することが必要であります。交流団の方にはもう少し中野市の歴史をもっと組み込んでいただきたいと思っております。中野市に住んでいる人たちも、もう少し体系的に自慢できるものを持ってもらいたいと思っております。

中野市の豊かな観光資源について

- 中野市には、有形文化財、無形文化財、土人形あり、高野辰之先生もいて、童謡唱歌の里と言ってもいいぐらいの土地で、そういうものを組み立てていって、地区でできるようなブランド、ストーリーを持って情報発信して行くべきだと思っております。

地域ブランドコンセプトについて

- ブランドというといわゆる、きのこ料理、リンゴとかの単品の製品ではなく、地

域ブランドとは、「確立している地域というのは、地名が広く知れ渡っている」そこで、今、信州中野市に市名を変更しようという意見もありますが、中野市として聞いて、その地名から「豊かな連想の世界が広がる」多々ある自然資源、文化財資源等が全部つながります。「信州中野土びな」、「高野辰之先生」、「ふるさと」などがつながったらしめたものです。これを上手に宣伝する必要があります。ばらばらにやっても駄目です。みんながその思いになって、そして、情報発信することが必要です。

- 仙台と言えば杜の都、伊達正宗、牛タン、笹かま…、秋葉原は電気の町から、日本のサブカルチャーの発信地帯になっています。
- 若いも若きも、年代差を超えて連携して何かをやることを想定していますので、皆さんにやってもらいたいと思っております。

中野市の地域ブランドづくりについて

- 中野市と言ったら、リンゴやブドウ、きのこ、日本酒、ワインなどがあり、それらを繋げていくと、そこにストーリーが生まれます。地域とは、「風土や自然という環境の中で成り立ち、人々がそこに暮らし」これも自然な暮らしを見せた方がいい。普通の野良仕事とか、草取りとか育てるのが大変だとかそういうことを教えた方がずっと身近です。原風景は自分たちの暮らしでいいのではないのでしょうか。地域独特の文化を教えてあげれば良いと思っております。

シティーセールス戦略について

- 中野市のすべてを売り込んでいきたい。物・文化・風土すべてを売り込むことを機能的にやりたい。一言でいえば魅力の発信をしていきたい。いろいろな人の意見を聞いて、コンセプトを共有して発信していく。9市町村の中で、すでにブランド化している地名があります。野沢温泉村、山ノ内町の志賀高原、スノーモンキーなどがあります。
- 「日本の黎明期 農耕栽培をはじめた豊穡の土壌 豊穡は唄となり、やがて童謡と唱歌の故郷、自然と共生する暮らしのある、癒しの地となった」ぐらいの信州中野というように、うたえたらいいなと思っております。

地域のコンセプトについて

- ブランドイメージを高めて、人が来れば経済を活性化できると思っております。
- わたしが、各地域に行って「地域のブランドを作ってください」、「地域づくりをしてください」とお願いしています。9市町村のなかで中野市をもっと際立たせていかなければならない。もう一度自分たちの地域を考えて、どうしようかということがまとまれば、そのやり方や手法が見えてくるので、それを発信していけばいいのです。
- 私が各地区でお願いしているのは、同じ中野市の中でも、自分たちの地区の特徴など、集まったところにストーリーができて、信越自然郷、中野市、中野市のブランドができてくると思っています。

地域力UP総合戦略について

- 「地域力」とは、「地域社会の課題や問題について、市民や企業をはじめとした地域の構成員（任意団体等）が、自らその問題の所在を認識し、自律的かつ、その他の主体との協働を図りながら、地域問題の解決や地域としての価値を創造していくための力」です。豊田地区なら豊田の価値はなんだということです。交流・連携・協働が必要で、地域で協働して、自分たちの地域はどうしたらよいか、課題発見、問題発見、問題解決型の思考でお願いしたい。

地域を豊かにする経営思想について

- 松下幸之助の言葉に「理念のないところに経営の成功はない」だから、地域も「地域経営」や「自治体経営」と言いますが、私たちもこの地域を経営するんだというということで考えると、そこには理念が必要です。自分たちの統一ブランドコンセプトが必要です。ここは、高野辰之先生でいくのであれば、童謡と唱歌でいいんです。それで一本化して全部それを集約して、一つ明確に打ち上げているのが重要です。価値観の背景にある公益性であり、自分の利益でなく、利他、あいてのことがよくなればいいんだ、みんなのために動いていただきたいし、精神性も、豊田地域のこれまでの歴史、文化、風土を大事にしてほしい。
- 経済活性化には交流人口をいかに増やすかもあるのですが、反面、人の幸せには、地域、郷土の愛着をいかに醸成し、深めていくかを大事にしてもらいたい。

- いま、私が1つ考えているのは、皆さんで道の名前を考えてもらいたい。例えば、東山だと、哲学の道もいいかもしれません。私は、京都の佇まいは中野の東山も同じように見えます。そのような発想で、道路に名前を付けてもらうとうれしいです。例えば、「中山晋平記念館にどうやって行けばいいのですか」と尋ねられた時に、「晋平通り、ぼんぼこ通りをいって」など、地域の人が、地域の言葉でもいいので、何か味わいのある名前を地元の人で考えてもらいたい。

当面の施策方針について

- まず、情報発信していきましょう、そして、観光拠点を創出して、地域内で連携・協働して、中野市を全体としてブランディングして、イメージ付けしていきましょうということです。

政策ディメンションについて

- 先日、立志館高校と協定を結びましたが、情報の在り方、持って行き方は変わってきておりまして、竹原地区で話をしたときに、フェイスブックをやりましょうという提案をしました。そうすれば、ネットワークが広がって宣伝になります。そのようなことを考えるには、若い人の力を借りた方が、より広がりがあると思っています。この会も、若い人、OBを入れればいいのではないのでしょうか。
- 私が申し上げたいのは、皆さんがまとまって、目標を一つにしてこの地域をもう一度考えてほしい。まとまって考えていただければ、私も話を聞きます。具体的には、道の名前を付けるなどのお願いをしに行きますので、よろしく願いいたします。

意見等は特になし