

計画書と計画策定者の意識から見る

「弘前らしさ」についての研究

A study on Hirosaki city's identity

from the viewpoint of government plans and conscious of planners

00-1565-1 土田 哲也
指導教官 中井 検裕

第1章 研究の背景と目的

1-1. 研究の背景と目的

市町村合併、首都機能移転等、近年地方を取り巻く状況は熱気を帯びているように感じられる。しかしながら一方で、多くの地方都市は問題を抱えているのも事実である。中央と地方の構造から生じる問題や、都市毎に固有の問題が生じている。

今日の地方都市の問題解決を図るには、その都市の「個性」が必要なのではないだろうか。地方と中央、あるいは地方と地方の比較という見方を見直し、都市をその独自性に着目して深く掘り下げるといった手法は問題解決のために有効であると思われる。実際、その都市らしさを明確に認識してはいないが、都市毎の施策が「都市らしさ」をもとに生み出されている場合もあると予測される。

1つの都市の「個性」を見つめるためには都市全体を見渡す視点が必要である。しかし、都市内部に住まう者でも都市全体を見るといった視点を持つことは難しい。そこで本研究では、東京からの距離が大きく地域の固有性を保っている青森県弘前市を対象として、計画書と計画策定者の意見に着目して、それぞれの「弘前らしさ」を導出し、比較問題とその解決の枠組みを把握し、「弘前らしさ」について考察を行うことを目的とする。

1-2 対象地概要

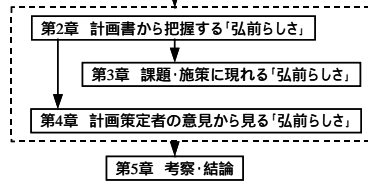
弘前市は400年の歴史を持つ城下町である。市内には弘前城址をはじめとする文化遺産が残る観光都市である。また、国立弘前大学をはじめとして3大学、3短大、9つの高等学校を有する学園都市、りんごに代表されるように全国有数の農業都市でもある。



第1章 研究の背景と目的

1-3. 論文構成

本研究は、5章からなっており、その論文構成は【図1】の通りである。



【図1】対象地概要と論文構成

【表2】計画書にみる「弘前らしさ」のテーマ

	総合計画	都市計画マスタープラン	観光振興計画	緑の基本計画	中心市街地計画
歴史	城下町らしい雰囲気	旧城下町(2)・歴史資源(2) 洋風の建築物 街道沿いの集落 遺跡が多い、歴史資源	歴史的建造物(2)	歴史的要素を有するまち 歴史ある緑(2) 歴史文化遺産(2)	歴史的まち並み
景観	魅力ある都市景観	歴史を実感できる景観 社寺の緑が見え隠れする景観 こみせを活かした街並み、広大な田園景観 自然地域の特性	農村景観 岩木山の眺望	緑の景観 都市景観を特徴づける緑	
地形	津軽地域の中心	岩木山・河川が流れ、水に恵まれている(2) 市域が南北に長く、飛び地	津軽地方の中心	変化に富んだ地形 緑の生育環境の基盤	津軽平野という地形の特徴
緑	農村部の豊かな緑	さくら、水とみどり 水田や林檎園に囲まれている 豊かな丘陵地、樹林地		豊かな緑(3)	
文化	文化都市	祭りや生活文化 まつり	質の高い文化資源、まつり・人文資源 文学、郷土料理・津軽三味線		独特の文化圏
産業	りんごのまち(3)	農業都市(3) りんごの生産量日本一・りんご(2)・広大な林檎園	素材や工芸品、地場産業(4) 産業観光、伝統工芸・りんご(2)		
教育	学園都市・学術都市 高等教育施設が集積	学園都市(2)・文教地区 大学のまち(2)			高等教育機関
人	協調姿勢	地域コミュニティの広がりを形成	ボランティアガイド		
気候	豪雪地域	日本海側特有の気候・雪国 気温の年較差が大きい	風土、名水		

第2章 計画書から把握する「弘前らしさ」

2-1. 分析手法

弘前市が発行する計画書から「弘前らしさ」を把握する。【表1】に示された計画書から、「弘前らしさ」を見つけるべく「独自」や「特徴」といったテーマでテキストを全文検索する。検索に引っかかった文章に見出しをつけ、似た意味を持つものをグループ化して、「弘前らしさ」のテーマを探る。

	策定年次	計画年次	発行者
弘前市総合計画	2000	-2010	総合計画推進室
弘前市都市計画マスタープラン	2003	-2023	都市計画課
弘前市観光振興計画	1999	-2010	観光物産課
弘前市緑の基本計画	1999	-2015	都市計画課
弘前市中心市街地活性化基本計画	2001	-2010	商工労政課

【表1】対象とする計画

2-2. 計画書から見た「弘前らしさ」

【表1】で示された5つの計画書より把握された「弘前らしさ」を【表2】に示す。「弘前らしさ」は、「歴史」、「景観」、「地形」等、9つのテーマにまとめることが出来た。

2-3. 計画と「弘前らしさ」の関係

テーマごとの特徴としては、歴史や景観といったテーマについては、5つの計画書で言及されていた。総合計画の中では歴史について、雰囲気という抽象的な概念で記述があったのに対して、観光振興計画では歴史的建造物というように、より具体性を持ったもので「弘前らしさ」をあらわしていた。景観においても同様のことが言える。都市マスタープランでは、都市内部の特定の土地利用がなされる場所における景観のみに「弘前らしさ」が限定されていた。計画書が扱うもの、またその扱い方が異なれば「弘前らしさ」は別の形であらわされるのである。文化や産業については、総合計画・都市マスタープラン、観光計画の記述が多い計画書のみにおいて見られた。特に教育については、総合計画でその記述が見られただけであった。

計画書ごとの特徴としては、総合計画や都市マスタープランで、様々なテーマに渡って「弘前らしさ」についての記述が見られたのに対して、緑の基本計画や中心市街地活性化基本計画で定義される「弘前らしさ」は少数のテーマに限って見られた。

第3章 計画書の課題及び施策に現れる「弘前らしさ」

3-1. 分析方法

「弘前らしさ」についての定義がなされていた5つの計画書の本文中で記述される課題と施策について、それが弘前独自のものであるかを知るために、第2章で示された「弘前らしさ」のテーマの出現を見る。分析手法としては、計画書の記述から課題と施策を取り出し、その一つ一つについて、「弘前らしさ」のテーマの有無を調べる。その後、統計的な分析を行う。

3-2. 結果の考察

分析の結果を【表3】に示す。全体に共通する傾向として、「弘前らしさ」を含む課題、施策は、らしさを含まないものよりも少なかった。特に中心市街地活性化基本計画においては、その割合は小

さく、この計画は、弘前独自の問題に目を向けていないという事もいえよう。観光振興計画では、施策において「弘前らしさ」を含むものが多く見受けられた。他の計画が市民の生活に向かうのに対して、観光は他の土地の人をも想定したものであり、その施策にはその土地独自のものが求められている。

次に「弘前らしさ」のテーマに着目して分析を行う。総合計画及び観光振興計画では産業に関するものが多かった。一方、緑の計画及び中心市街地計画においては、景観や緑に関するものが特に施策の段階で多く見られ、弘前の問題解決にこれら弘前独自の資源が利用されていると考えられる。

	総合計画		都市マス		観光振興		中心市街地		緑の基本計画						
	課題	施策計	課題	施策計	課題	施策計	課題	施策計	課題	施策計					
1 歴史	4	11	15	34	4	38	4	8	12	1	5	6	10	9	19
2 景観	3	10	13	55	15	70	0	5	5	2	12	14	8	8	16
3 地形	1	1	2	2	2	4	2	5	7	0	2	2	1	2	3
4 緑	3	9	12	42	12	54	0	3	3	1	10	11	4	1	5
5 文化	4	17	21	9	3	12	5	15	20	0	4	4	0	0	0
6 産業	20	52	72	12	4	16	24	35	59	1	2	3	1	1	2
7 教育	2	7	9	4	3	7	0	0	0	0	0	0	0	5	5
8 人	17	28	45	16	6	22	1	6	7	3	1	4	1	6	7
9 風土気候	7	21	28	16	4	20	0	2	2	0	1	1	0	2	2
10 その他	136	357	493	191	69	260	47	88	135	38	128	166	64	81	145
らしさ計	61	156	217	190	53	243	36	79	115	8	37	45	25	34	59
	31%	30%	31%	50%	43%	48%	43%	47%	46%	17%	22%	21%	28%	30%	29%
総計	197	513	710	381	122	503	83	167	250	46	165	211	89	115	204

【表3】「弘前らしさ」に関する課題・施策

第4章 計画策定者の意識から見る「弘前らしさ」

4-1. 本章の目的

計画書で定義されている「弘前らしさ」が計画策定者のうちで共有されているかを把握するために、ヒアリング調査を実施した。ヒアリング対象者の属性データを【表4】に示す。

名前	性別	総合計画	都市計画マスタープラン	観光振興計画	中心市街地活性化基本計画	緑の基本計画
Aさん	男					
Bさん	男					
Cさん	男					
Dさん	男					
Eさん	男					
Fさん	男					
Gさん	男					
Hさん	男					
Iさん	男					
Jさん	男					
Kさん	男					
Lさん	男					
Mさん	男					
Nさん	男					
Oさん	女					

【表4】 ヒアリング対象者

4-2. 計画策定者の計画への関わり

計画策定者の、策定プロセスにおける役割について、計画策定の時期が古い、緑の基本計画では行政が策定した叩き台に対し審議委員会が審議をするという関わり方であった。総合計画、中心市街地計画においては、計画策定者の専門性が計画立案に生かされている。都市計画マスタープランでは、さらに市民の意見をそれまでよりも積極的に計画に取り入れる試みがなされている。緑の基本計画と都市計画マスタープランの策定の間はわずか4年であるが、その間に行政以外の立場の計画策定者の果たす役割の重要性は増していると言えるだろう。

4-3. 計画策定者の意識【表5】

歴史については計画策定者の間で多くの発言が得られた。その発言は城下町や歴史的建築物について言及するものであり、歴史に対する認識は共通していると言える。気候に関しても、雪が弘前特有の重要な課題であるという意識が計画策定者の間で共有されていた。景観に関しても発言者は多かったが、景観形成に関連が深いと思われる人からの意見が少なかった。対照的に教育の意見は、教育関係者に限って見られた。緑及び人の資源に関しては計画策定者の間でその評価が分かれた。

第5章 総合的考察

5-1. 計画の「弘前らしさ」との関係

ヒアリングによって得られた回答を策定した計画書で分類し、2章で得られた「弘前らしさ」を規定するテーマと比較した。歴史、文化、産業に関しては、総合計画、都市計画マスタープラン、観光振興計画とその策定者の間で「弘前らしさ」の定義が一致していた。人や気候に関しては計画書ごとに大きな違いは見られず、どの計画書の策定者でも似たような意識が共有されていた。

5-2. 結論

「弘前らしさ」のテーマが計画書より把握された。課題・施策には景観、緑、産業が主に活用されていた。ヒアリング調査によって歴史、気候に関して共通する意見が種々の計画策定者から得られた。以上の結果をみると、計画策定時には、計画策定者は生活者としての視点でなく、専門家としての視点のみで計画づくりをする場合があるといえる。このことによって、計画では「弘前らしさ」の一面が隠れてしまっているのではないだろうか。

【表5】 計画策定者から見る「弘前らしさ」

	総合計画(6人)	都市マスタープラン(5人)	観光振興(4人)	緑の基本計画(2人)	中心市街地(4人)
歴史	城下町であったというのには馴染みがあるが個性でもある 城下町という歴史 文化財をいかに活用するか 弘前公園での活動が歴史的なものにより制約を受ける いかにお客を呼び込むか、宣伝、ルート化 など	城下町であったというのには馴染みもあるが、個性でもある 弘前の歴史や状況を踏まえて、どうやって都市像を打ち出すか 文化財をいかに活用するか 城下町という歴史 いかにお客を呼び込むか、宣伝、ルート化 など	落ち着いた歴史のなにもある 洋館とフランス料理 観光商品にはストーリーが必要 歴史を調べることでつながりが出来る 歴史のなものを残す 城下町の都市構造	*洋風建築とフランス料理	城下町であったので、道路を広くなくても良い
景観	駅前マンションが景観に対して影響する 今までは条例でしか規制できなかったのが、国の法律でも規制できるようになる 案内標識の統一性が無い	今までは条例でしか規制できなかったのが、国の法律でも規制できるようになる	景観が重要(2) 統一されたまち並みに(2) 駅前マンションで景観がわるくなった(2) 弘前の古いまち並みを生かして活性化 まち並みの整備が重要 景観に対する行政の発言力強化 など	*無理して景観を壊さないでほしい 今までは条例でしか規制できなかったのが、国の法律でも規制できるようになる	新しいまち整備で弘前らしさがなくなった 駅から歩いてみたいという景観に 景観は財産なので次の世代へ 市民の景観への認識はまだだ 市民も行政もチェックすることが必要 まち並みをきれいにするだけでは駄目など
地形	白神についてどうあつかうかが重要(3) 弘前は白神の入り口	観光の資源として、白神が重要な位置を占める 弘前は白神の入り口 白神についてどうあつかうかが重要(2)	白神とのつながりが十二湖ルートが増えている 白神をどうやってアピールするかが重要(3)	*観光の資源として、単に弘前にとどまることなく、広域的なもの(白神)が重要な位置を占める	まちなかの土淵川をうまく生かさないか
緑	自然に恵まれているというメリットが大きい 緑地がそこにあるのが当たり前という意識 公共施設を緑地に りんご公園がある	公共施設を緑地に		*公共施設を緑地に	緑に対しての欲求が少ない 弘前は緑が少ない 駅自由通路はねがた置き場としても使われ、観光ルートとしても期待
文化	さくら祭り、ねがた祭り以外に観光資源が無い 三味線で集客 地域の人が学校で芸能を教えている	さくらまつり 三味線で集客 校庭もねがた小屋への利用 さくら祭り、ねがた祭り以外に観光資源が無い	ねがた祭りのスタイルが変化するとき(2) 文化を感じるまちに ねがたは青森のイメージ 三味線は心のいやし	さくらまつり 校庭もねがた小屋への利用	弘前を文化の感じられるまちにしたい ねがたを通して町会力 公園を舞台にしたさくら祭り、ねがた祭り 商店街としてねがたを出している
産業	りんごをアピールする(2) 弘前といったらりんご 地元での雇用と産業活性化 街角情報センターで買い物を楽しめるイベントを	りんご公園がうまくいっている お土産をまちな情報センターでも売れないか りんごをアピールする(2) 地元の雇用と産業活性化	ピーク時(まつり)は宿泊施設が足りない(2) お土産をまちな情報センターでも売れないか(2) 郷土料理どうやって売り出すのか(2) 地元のものをもっと自信を持って売ってほしい 青森のイメージはりんご(2) 特産品の開発と販売(2) など	りんご公園がうまくいっている お土産を売りたい(2) 郷土料理を食べてほしい(2) お土産(グッズ)をまちな情報センターでも売れないか	観光でお金を落としてもらう(みづくり)を
教育	総合計画策定の際に大学の先生が調査 計画を作る前に弘大に委託調査、基礎研究 弘前は高校や大学に見られるように学部 学校ががたまっていない 開かれた大学をまわっている 総合学習で地域社会との連携 など	弘前大学がまん中にあるのは弘前の特徴 学校ががたまっている 都市マスで総合学習の一環として子供たちも参加 弘前大学がまちのど真ん中にあるのが特徴 計画を作る前に弘大に委託調査、基礎研究	歴史文化環境教育を	弘前大学がまん中にあるのは弘前の特徴 都市マスで総合学習の一環として子供も参加 学校ががたまっている	地域コミュニティからみた教育が必要、昔はあった。 雪のよさを教育で子供達に伝えたい
人	人材の視野を広げる努力をする 市民の皆さんに協力を ボランティア活動がある(2) 弘前は市民に語り掛ける場はない 地域住民の声を聞いて都市マス作成 公園整備の際に住民の意見取り入れる など	行政が住民と協力するべき(3) 地域コミュニティの再生(2) 公共事業や計画で住民参加をしている(2) ネットワーク(2)が重要(2) 人材の視野を広げる努力をする 観光ボランティアが活用 など	ボランティアに力を入れている 全体の足並み揃えることが重要 観光ボランティアをしている 住民参加が実現していない 連携プレーを取りたいが出来ない など	ネットワーク(2)が重要(2) 地域住民の声を聞いて都市マス作成 行政がもっと住民と協力すべき(2) 地域コミュニティの再生(2) 住民参加が行われている	地域での子育て 商店街の人が共同で雪かきをしている ねがたを通じた世代間の交流をする 地域コミュニティは大事なこと 町会組織を大事に活用することは重要
気候	雪に親しむ、レクリエーション 積雪時に歩きやすい道路づくりが課題(2) 雪は特有の大きな課題(2) 雪による生活の不便 除雪うんぬんなど、雪に対するハード自体的問題 雪について行政に対する要望が多い など	積雪時に歩きやすい道路づくり 雪道を歩くのは怖い 除雪うんぬんなど、雪に対するハード自体的問題 雪対策の具体的な計画が難しい	冬(雪)はバスの定時性の問題もある 雪を活用すると言うのは簡単だが、行方は難しい 雪は観光資源という声は確かにあるが難しい 雪灯籠という地元のまつり	積雪時に歩きやすい道路づくり	雪とどう共存していくかがポイント 流、融雪溝の整備には力をいれてほしい 雪が降ると歩行者には危険らしい(2) 雪は必ずしも弘前らしさでもある 雪の対応が重要(2) 雪の問題が大きい など