

(様式)

第3回かわにし市民会議 議事メモ

班	4班「文化・歴史の活かし方」
コーディネーター	伊藤 伸
ナビゲーター	福嶋 浩彦
説明担当者(自治体)	教育推進部 中西副部長
日時	2019年7月27日(土) 13時00分から16時00分
場所	川西市役所地下1階 B02会議室
その他	参加者数 19名

趣旨・概要

- 1 推進会議からの意見の共有
- 2 文化・歴史の活かし方について、ナビゲーターからの説明
- 3 文化・歴史の活かし方の方向性について協議
- 4 川西は歴史、文化もある住みやすいまちであることを、市民に感じてもらう取り組みについて協議

総括

コーディネーター総括

川西市はベッドタウンであり観光都市ではない。文化・歴史の活用の方向性は、観光客を集めることに重点を置くのではなくて、子どもから大人までのすべての世代の市民が、『歴史と文化のある川西の良さを実感しながら住み続けたいと感じてもらえることを目指したい』という意見にまとまった。

川西市は、清和源氏発祥の地、三ツ矢サイダー発祥の地、加茂遺跡、勝福寺古墳などの資源があり、歴史深い市である。しかし、この素晴らしさが市民には、まだまだ理解されていない現状がある。それは川西の歴史、文化を知る手段が限られているからであるという課題が提起された。

市民に川西の歴史、文化の良さを実感してもらう取り組みは、すべての世代、地域・学校・家庭それぞれの場所、様々なPR媒体、体験イベントの実施、官民の協働など、多様な方法で実施し、かつそれぞれの取り組みを結びつけて一本の線にしていくことが効果的ではないかと議論が展開した。

歴史、文化については、加茂遺跡、勝福寺古墳などもあるが、『清和源氏発祥の地』を一番PRしていきたいという結論になった。

次回は清和源氏に詳しい、ナビゲーターを迎え、清和源氏の魅力について理解を深め議論をしていきたい。

参) : 市民参加者、コ) : コーディネーター、ナ) : ナビゲーター、市) : 説明担当者

(様式)

協議の流れ

1 第2回市民会議振り返り

川西は住みやすいまちであると実感している市民は多いが、住みやすいことと歴史、文化が結びついてない。

川西の歴史、文化についてなんとなくは知っているが、それがどれだけ重要で意味のあることなのかの理解はまだ薄い。

川西が歴史、文化のある住みやすい街であることをどのようにして感じていってもらおうか考えていきたい。

2 文化・歴史の活かし方について

(ナビゲーター 中央学院大学 教授 福嶋 浩彦氏より説明)

- ・ 住宅都市千葉県我孫子市での事例の紹介

～歴史・文化の活かしの方の取り組み事案を振り返って伝えたいこと～

(市の概要)

- ・ 我孫子市は千葉県にある住宅都市であり、人口約13万人の東京のベッドタウンである。
- ・ 明治期から大正期にかけて手賀沼の景観に魅了されて多くの文化人が来訪し、白樺派の志賀直哉、柳宗悦(やなぎ むねよし)などの文人が住み着いた歴史、文化がある。
- ・ ほかに山科鳥類研究所がある。

(事例)

- ・ 白樺派の文豪の歴史を活用した取り組み実績がある。志賀直哉の書斎を市が買い取り、観光案内もボランティアが行うようになったが、書斎は1度見に来たら終わり、リピートにつながらなかった。ハード面ではなく、我孫子に来たら、白樺派の精神(外の権威や社会的な名誉ではなく、自分自身の内面を掘り下げていき、自分自身を磨いて自立していく)に出会い、自分の中に取り込み自分が変わっていける場所であれば、何度も来たくなる場所になったと思う。

歴史・文化の活かし方として、白樺派を観光にどうつなげるのか、交流人口をどのようにして増やすのかということに流れてしまったが、振り返ると、白樺派の精神を街づくりに活かすべきであったと思っている。

- ・ 我孫子市には、山科鳥類研究所がある。毎年、鳥をシンボルとして、鳥と自然環境をテーマにしたお祭りを実施している。
- ・ 市の基本構想「手賀沼のほとり、やすらぎのまち」を掲げていたが、「手賀沼のほとり、心輝くまち」に変更した。『やすらぎのまち』の持つ意味は、明日への活力を養うまち、明日になれば、東京(仕事)に行き活躍することを現わしている。定年を迎えた市民はまだ元気で、多くのことをやりたいと思っている。『こころ輝くまち』に言葉を変えて、我孫子で一人一人が活躍し輝くという将来都市像に変えた。

市民が我孫子で輝くためには、文化なしでは輝けない。市の文化をどう作るのか、その背景にストーリーがあることが大切である。

(助言)

参) : 市民参加者、コ) : コーディネーター、ナ) : ナビゲーター、市) : 説明担当者

(様式)

・歴史、文化の活かし方を検討するのなら、例えば源氏を活かすのなら、源氏がその時代に何を目指し、それが現代に問いかける意味を市民と共有して、まちづくりに源氏の息吹が感じられるとよいと思う。

文化・歴史の活かし方の方向性、PRのターゲットについて

ナ) 文化・歴史の活かし方について、わかりやすいのは観光であるが、川西は住宅都市である。住宅としてとしての観光を考えた時に、外に発信するまえに、まずは市民がその良さを知ることが大切ではないか。歴史文化の考え方や思想の良さを市の空気感として出して、それを組織と市民が感じられるようになれば、おのずと外の人にも関心をもっていただけるようになるのではないか。

川西市の現在の総合計画のキャッチコピーは『であい ふれあい ささえあい 輝き つなぐまち』である。そのことばの裏にあるエピソードやストーリーが大切である。市や市民が輝くためには、歴史や文化は必要であり、ここでの議論が重要になってくるのではないかと思う。

参) 歴史文化のPRについては、外に対してより、市民向けに充実させる方が大切ではないかと思う。

参) 観光客を呼ぶという発想もあるが、週末に川西で家族が楽しめるようになれば良いと思う。

参) 子どもたちが川西の文化に触れるチャンスがあれば良いと思う。

ナ) 川西は観光都市ではない。住宅都市の観光、つまり住んでいる人が面白い、週末に家族皆で出かけたいと思えるものをどう作っていくのか、軸を作ることが大切。

川西の歴史文化の良さと、それを市民が知る手段をどのようにして増やすか

市) 教育委員会では、川西の郷土の歴史の副読本(小学生・中学生)を作っている。しかし、それをどのように使うのかは学校の裁量に任せている。川西出身でない教員も多く、まずは教員に伝えないといけなと思う。川西の歴史、文化に関する出前講座を実施しており、機会を増やしていくのも必要かと思う。

コ) 市の文化、歴史を子どもに伝えるのに学校の授業だけに頼ろうとすると無理が生じてしまう。どこかに押し付けるのではなく、学校、地域、家庭それぞれで実施していき、それが連動していくことが大切である。

参) 平成4年ごろ、住友信託の営業マンが、多田神社の宮司と一緒に『川西の歴史』の漫画本を製作し、顧客に配った本を本日持参した。わかりやすい内容になっている。

参) おもしろいし、わかりやすい(多数の人が絶賛)。漫画だと、手に取りやすく、歴史に疎い人に触れてもらうのによい手段だと思う。

参) 他市に住んでいたことがあるが、市のイベントの更新がまめにされていた。それをみてよく出かけるうちに、地元の歴史、文化に自然と触れる仕組みになっていた。情報の発信が頻回にあるとよいと思う。

参) 川西に転入してきたが、市の歴史文化を知る機会が少ない。転入者への情報提供が必

参) : 市民参加者、コ) : コーディネーター、ナ) : ナビゲーター、市) : 説明担当者

(様式)

要だと思う。川西市の歴史、文化の情報を知る手段がない。制度を作ってほしい。

- 参) 能勢電車は山下から単線になる。山下～日生中央の線路変更は鉄道ファンの間で話題になった。能勢電の中の里山の写真展などもよい。能勢電車の駅名は、情緒ある駅名である。歴史との関連もある。能勢電主催のハイキングに沢山の人が参加している。
- 参) 嵐山駅にある足湯をまねて、能勢電の平野に作り、清和源氏発祥の地とプリントした足ふきタオルを販売すると宣伝になるのではないか。
- 参) 多田神社、多太神社に行ってみたが、多太神社は案内板が多く行きつかなかった。
- 参) 人をつなげる場合は、インフォメーションが大切であるが、川西のインフォメーションの仕方を残念に思っている。まず、新名神のインターを降りた時に、『清和源氏の里の看板』がない。能勢電に乗ってもない。清和源氏発祥の里の看板が市内に一つあるだけである。看板が多田神社につながっていることが大切。目にふれるアイキャッチは効果的で、三行でよいのでキャッチコピーを掲示することが大切である。アサヒ飲料の自動販売機の色は通常青だが、多田神社にある三ツ矢サイダーの自動販売機はパッケージデザインになっている、見せ方は大切である。
- 参) 清和源氏にまつわる物語を NHK の大河ドラマに取り上げてもらうよう働きかけてほしい。
- 参) 勝福寺古墳があり、太刀が出土している。今古墳ブームであり、仮説は興味深い。
- 参) 行政は財政難なので、企業との協働が必要だとは思うが、企業は利益を見いだせないと動かない。行政に協働を考えていくアイデアと役割を期待したい。
- ナ) 本気になれば財源はどこかにある。本当に必要なことを見極め、それに使うことが大切である。源氏の里を PR していくのなら、市民が動いたほうがいいものになる。

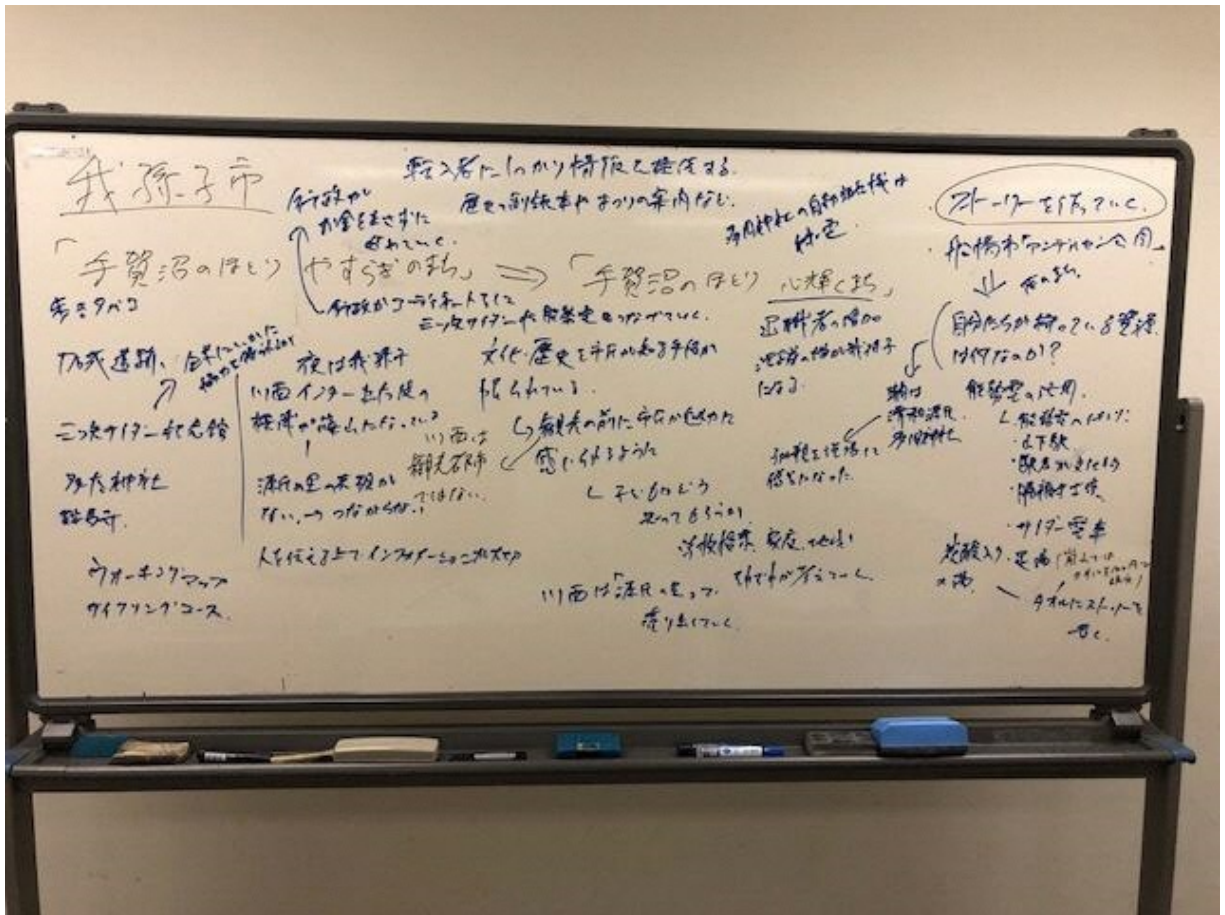
1 その他

- 参) 歩きたばこをなくしたい。
- コ) 歩きたばこは、市民目線でも、外から来た人に対しても印象が悪い。

参) : 市民参加者、コ) : コーディネーター、ナ) : ナビゲーター、市) : 説明担当者

(様式)

ホワイトボードの写真



参) : 市民参加者、コ) : コーディネーター、ナ) : ナビゲーター、市) : 説明担当者