

# 市民船 土浦号 ～土浦を動かすのは君だ!～

都市計画マスタープラン策定実習6班  
 班長：矢内 諒 副班長：小林 史嗣  
 班員：今村 昌幸 海老島 彩 中村 浩介  
 TA：小野田 竜巳

## 1. 背景と現状分析

現在の土浦市では、市街地における魅力の衰退や高齢社会の到来、また地域コミュニティの弱体化などの問題点が挙げられている。その一方で、地域の新しい魅力としてカレーが登場してきた。また、全国的にICTを活用した情報提供が注目を集めるようになってきている。

## 2. 将来像

現在、国から地方への権限が委譲され地方自治に重点が置かれるようになってきている。この流れの中で、住民主導の地域づくりの必要性がさらに大きくなってきている。また、将来人口推計より高齢者率が今後一層増加する中で、地域コミュニティ機能の充実が必要とされてきている。

以上より、土浦市のキャッチフレーズを次のように提案し、住民主導のまちづくりを実現する。  
 ・市民がつくり、動かす「土浦」  
 ・地域コミュニティで強く結びつく「土浦」  
 ・各世代が繋がる「土浦」

## 3. 基本構想

将来像のコンセプト図



基本方針

市民がつくり、各世代が繋がる コミュニティで結びつく  
 動かす土浦 土浦 土浦

重点政策

地域SNS 「つちうらライフ」計画  
 土浦咖喱物語 執筆計画  
 ご近所底力 推進計画

## 4. 重点政策

### 4.1 地域SNS「つちうらライフ」計画

#### 地域SNSの特性

なぜ、全国のSNSがあるのに地域SNSを提案するのか。最近、大規模なSNSが多少現実的ではない友人や不特定多数の友人とのネットワークをつくりながら発展している。

その一方、地域SNSは少人数だからこそ、プロフィールを公開しても、相手の顔や居所を知れているので安心である。また、既存の自治体の活動にSNSをプラスすることによって、さらなる会の結束力の強化が望まれる。さらに、全国規模のSNSと使い分けをし、地域SNSでは地元の人に見せることを意識した日記が書かれることによって、自然と地域の情報が口コミで得られる。

#### 「つちうらライフ」の具体的な内容

地域SNS「つちうらライフ」の内容としてその諸機能は以下のようにする。

##### 1. 実名・住所登録制にする

実名登録が原則だが、本名の公開レベルは選択式にすることによって、信頼関係を構築し、荒しを防止する。

##### 2. 特典をつくる

地域SNSへの登録率の上昇をはかる。

##### 3. 災害情報を配信する

災害・事件発生時には優先的に表示する。これは登録者だけではなく、アクセスした人全てに公開する。

##### 4. 政府の広告、観光PR、商業広告を行う

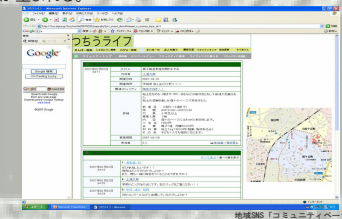


##### 5. 地図機能を取り付ける

災害・防犯情報の共有にも活用する。プライバシー保護の配慮が必要で

##### 6. イベント、クラブ活動、教室の提案から実施

技術伝承・世代間交流・旧友新しい友達との交流が生まれる。



### 4.2 土浦咖喱物語執筆計画

#### 何故カレーなのか

土浦といえばレンコンというイメージが強いが、実は土浦市はカレーともかなり縁が深い。歴史的には80年ほど前に、飛行船「ツェッペリン号」が世界一周の際に土浦に寄港し、そのとき乗員らに地元産の材料を使用した「ツェッペリンカレー」が振舞われた。また、現在も土浦にはカレーを扱う店が多く、土浦駅周辺でなんと30前後のカレー店が営業している。市民一人当たりのカレー店舗数は横浜市以上である。最近では市の後押しや商工会の活動、更には土浦カレーフェスタの開催によって土浦のカレーの認知度は広がっており、カレー食べ歩きブログや全国カレー食べ歩きマップにも掲載されている。

宇都宮市富士宮市の事例からみても、土浦市は「咖喱のまち」としてのスペックが十分に備わっていると考えられる。

#### 土浦咖喱物語執筆計画の具体的な内容

現在あるつちうら咖喱物語はつちうらカレーへの認定を行うのみで実質的な活動は行っていない。そこでつちうら咖喱物語を執筆する団体という意味合いを込めてつちうら咖喱物語執筆委員会と命名した。

##### 1. 土浦咖喱物語執筆委員会HP作成とカレー紹介

HPを作成することで、おすすめ店の紹介などを充実させていく。また、例えばカレー食べ歩きブログや全国有名カレー紹介、今月のランキングといったサイドコーナーにも力を入れて、興味を引く内容にする。

##### 2. マスコミとの協力（積極的情報公開）

富士宮、宇都宮、横浜など職によるまちおこしの成功事例都市は共通してマスコミの後押しがあった。これらの事例に習い、マスコミの協力を得て全国的に認知度を高めていくべきである。

##### 3. カレーの材料（辛辛、糸、ジャガイモ、タマネギ等）の生産拡大

カレーの材料となるレンコン、ジャガイモ、おくらなどに加えて、米や各種スパイスの生産を行う。そのうえでつちうら咖喱の定義として「土浦産の素材を5品目以上使用していること」とし、土浦ブランドを押し出していくことでさらなる経済効果が望める。

##### 4. B-1グランプリ優勝を目標に

B-1グランプリとは最近注目されているB級グルメの日本一を決める大会である。全国から様々な食品が集まってくるが、カレーという品目扱っている団体はない。この番組で優勝することにより「カレー」といふ品目扱い「土浦」というイメージを全国に宣伝することができる。



### 4.3 ご近所底力推進計画

#### 何故「ご近所底力」なのか

地域の連帯感や公共心の薄れ、地域コミュニティの弱体化が進んでいる。ヒアリング結果より土浦の良いところ、良かったところは、「近所づきあい」「泥臭い人間関係」「遠くの親戚より近くの他人」であることがわかった。しかし、最近ではそれが薄れつつある。

そこで、住民主導のまちづくりを実現するために、地域コミュニティの活力が必要である点と、土浦しよの推進・復活という点に注目して「ご近所底力推進計画」を提案する。

#### ご近所底力推進計画の具体的な内容

町内会が一致団結して取り組める市の行事が現在市民体育祭のみである一方で、市民の意識としては、地域活動やイベントの関心が高いことから、「ご近所底力推進計画」を推進するための重点政策として、

#### 「つちうらルネサンス」

を提案する。

「つちうらルネサンス」とは、自治体・町内会コミュニティを中心とした団体が発表を行う地域文化祭である。運動メインの市民体育祭に加え、文化・芸術活動でも地域参加できる仕掛けづくりを行えば、イベント自体を各町内会で楽しんでいたことはもちろんのこと、作品発表のために町民が集い、コミュニティの結束を強める、顔を合わせ話をする機会をつくる、地域で協力して発表作品をつくるといったことが可能となる。また、今後各地域で増加する高齢者も積極的に活動に参加しやすくなる。

具体的には、中学校地区で各町内会の発表をする地区大会を行い、そこで優秀作品となった町内会が本大会に参加するものとする。各中学校地区での開催場所には各中学校の体育館を利用し、本大会には土浦市民体育館を使用する。発表題目は町内会で自由に決める。あるいは開催毎にテーマを決め、それに向かって取り組んでもらう仕組みを。なお、本大会優秀作品には、表彰を行うほか、上位の県や全国大会での発表に推薦する。各町内会での作品創作にあたっては、多少の予算が必要になる場合もあるが、「つちうら咖喱物語執筆委員会」をスポンサーに付け、最高2万円までの準備金を支給する。また、町内会によっては町内会構成人数に大きく差があるため、町内会間の合併などを考慮する必要がある。開催日に関しては、市の行事や観光イベントが比較的に少ない11月の第2土曜日～第3日曜日とする。

