

第4回
第3期鳥取市中心市街地活性化基本計画検討委員会
議事概要

日 時：平成29年9月11日（月）10：00～12：00

場 所：市役所本庁舎6階全員協議会室

出席委員：倉持委員長、桑野副委員長、大谷委員、玉木委員、渡辺委員、成清委員、中村委員、安田委員、徳田委員、山口委員、土橋委員、坂本委員

事務局：中心市街地整備課

オブザーバー：経済観光部

3. 報告・協議事項

(1) 第3回委員会概要

（【資料1-1】【別紙】【参考資料1-2】【参考資料1-3】により事務局説明）

[委員長]ただ今の説明に関連してご意見、ご質問等があればお願いしたい。また、質問された委員の方においては十分な回答になっているかどうかといった視点からも聞いていただきたくお願いしたい。（⇒ 一同意見・質問なし）

[委員長]よろしいか。何かあれば意見交換の場で受けるものとし、次の「第3期計画（基本方針等）素案」について事務局より説明をお願いする。

(2) 第3期計画（基本方針等）素案について（【資料2】【中活協資料】により事務局説明）

[事務局]（計画素案説明後）事務局よりゾーン設定について説明したが、中心市街地活性化協議会でも駅周辺のまちづくり構想を検討していただいております、その資料を委員会資料として添付している。これについて成清委員より説明をお願いする。

[成清委員]冒頭に委員長からも説明があったが、もう少し民間の事業を発掘して調整していかないかということで協議の場を持っている。現在、山陰東部圏域の交通結節点である鳥取駅周辺エリアは、ハブ拠点として交流を促進するエリアにということでもとめようとしている。そうすることで、市民・観光客・移住希望者に「選ばれるまち」になっていくということである。（以下、【鳥取駅周辺まちづくり構想（案）中間報告—ストレスのないまちの交流を促進するエリア】について説明）

[委員長]ありがとうございました。【資料2】【中活協資料】とボリュームがある形で説明を頂いたが、これが中活の基本計画の中身になってくる部分である。ご意見、ご質問等について自由をお願いしたい。

[中村委員]今回の報告内容で気になった点は、ITに絡めた計画や指標というものが少ないということである。今の時代、情報発信の方法はITが主流なので、例えば、メーカーでもそうだが人気とか関心、興味を図る指標としてはホームページのダウンロード数、ページビュー数が絶対的に必要な指標と考える。例えば、鳥取市自体の関心がどう変わっているとか、鳥取市の中でも指標としている民間事業者のページビュー数がどう変わっているか、人が動いていないがパソコンで検索していることは興味があるということだから、そういったところを指標にしてみてもどうか。また、まちづくりの方に関して、メーカーがモノづくりをする場合は入口、出口を必ず考

えるが、誰にどうやって何を売ることによってモノづくりは変わるものだ。印刷によるカタログで売るとホームページで売るとでは商品の仕様が全く違ってくるものもある。このため、鳥取のこういった人々に来てほしいという発信方法が今後 SNS を中心として IT によるものとなれば、IT によるまちづくりの仕方もあると思う。例えば、商業だとフォトジェニック、写真にとりたくなるような見せ方をしていないと売り上げが何十倍も違ったりしている。今の時代は個人発信の SNS が中心になっており、旅という観点だと写真を撮る目的で旅をする人がほとんどだったりしている。特に一人旅だとその目的が多い。そうだとしたら、鳥取駅を降りて誘導したい街のあいだ間に写真を撮りたくなるスポットがどこなのか、具体的に地図の中にこの場所は絶対にフォトジェニックだという地点を決めて人が歩くルートみたいなものが立体的にできていないと旅をしたい人にとって魅力的な街にはならない。すごく写真が大事な時代なのでそこをどれだけ意識できるか。また、民藝に興味がある人や瑞風に乗る人は絶対に美意識が高いので、そういう人たちに駅を出てがっかりさせないことが重要である。全体的に均一的に美意識を高くすることは無理だとしても、要所要所でさすがだねといったポイントがきちんとちりばめられているかを考えてお金を落とすところを決めないといけない。具体的な例でいうと新庁舎建設の工事囲いがシルバー色のアルミ製になっている。場所がスターバックスの向かいで隣がイオンなので、若年層や感性の高い人が集まる場所でもあるので、すごくもったいないといつも感じている。アルミのシルバー色はすごく事務的な印象を与える。例えば、部屋で言うとカーペットやカーテンなど面積が大きいところがおしゃれであれば全体がおしゃれに見えるように、囲いの壁が民藝調の素敵な色や模様になっているとスターバックスに座った県外の客がすごくおしゃれな壁と思って写真をインスタグラムにアップする。すると、それだけで鳥取市のハッシュタグに「いいね」が多く付くかも知れない。もし、そこにお金を掛けてどれだけの効果が期待できるかわからない場合、指標の一つにページビュー数とかダウンロード数とかハッシュタグ数など IT の指標を設けておくとお金をかけたことによってどれくらいの効果があるかをそこで図れると思う。通常フェイスブックを使っている方はわかると思うが、フェイスブックのアルゴリズムで記事に対する閲覧率は 30% と言われており、すなわち自分の友達の 30% ぐらいしか記事を見ていないということだが、そこにたくさんの人がその記事「いいね」とシェアしてもらえると閲覧率は 150~200% にもなる。それはとても広告効果が高いことで、どれだけ写真を撮ってシェアしてもらえるか、記事の場合も 70% は写真が良いかが問われているので、良い写真を撮ってもらえる環境をどれだけ作っていけるかといったことが魅力的なまちづくりに直結しているようなところがある。ビジュアル面をもう少し戦略的に計画の中に入れて欲しいと思った。

[委員長] ありがとうございます。他はいかがか。

[大谷委員] ビジュアル戦略・IT 指標について、現在の実態を数値的に把握できる手法があるのか。中村委員の意見についてはよく理解でき賛成ではあるが、指標となれば現状がどうかといった数値的に図れる方法があるのか気になる。

[事務局] 今難しいかなと思ったのが、指標を設定するには過去からの積み上げたデータと、

これからのデータがあって、過去のデータがどのように推移しており、事業によってどのように上向いていくのか。そのような推移を見ながら目標設定をしなければならぬ点が指標設定する上で難しいと思った。

[中村委員]個人的には過去は必要ないと思う。今時点の鳥取市のページビュー数がどうかとか、どこに持っていきたいかと目標が大事とは思いますが、その戦略がうまい市町村が全国にあるのでそこを見習いたいとか、個人的には鳥取市は情報発信がうまくないと思っており、そうした時に情報発信力のあるところと組むこともありかと思う。この前、旺文社のことりっぷというウェブマガジンを担当する方と会談したが、ことりっぷ鳥取版も出ていて何故鳥取版を出したか理由を聞くと、鳥取に旅をしたい人よりも鳥取出身者が鳥取版を作って欲しいと強くPRされたので作成するに至ったと聞いた。鳥取の人でも自分たちが鳥取の魅力を把握できていなかったり、どうやったら鳥取を県外の人に情報発信したらよいか悩んでいたりが、ことりっぷが紹介したことでひとつの形になった。ことりっぷは民間とも組んでいて、鳥取であれば鳥取マガジンという個人運営のブロガーと組んで、鳥取マガジンの情報をことりっぷも紹介する、発信だけではなく、お迎えとかイベントをして、その土地に興味のある人を集めてツアーを組むような動きもある。このように、情報発信力の非常に高い民間といくつか提携するということもありかと思う。そういう民間は情報管理がしっかりしているので、こういうところを目指したら成功に導いてくれるのではないかと思う。

[事務局]指標にするかしないかは別として、情報発信することは必ず必要なところである。いまおっしゃった考え方がとても重要であると思っているので、いろいろな事業を展開する中で情報発信に力を入れる施策を作っていくと思う。

[委員長]多分、シティセールス系の施策でも色々と評価・検証をしていると思う。それらと絡めて含めるものは含めていくといった考えもあると思うので検討をよろしく願う。

[徳田委員]資料を見るとしっかり作られていると思ったが、しっかり作られているがためにぼやけている感じがする。活性化の目標を3つ上げているが、それに加えて方針や重点施策もあげられている。既に目標が決まっているのであれば、それに向かって具体策をどのようにしていくのかといった方向で持っていく方が良いのかなと感じる。ゾーンも決めているのでゾーン毎にこの目標に対しては、これをするとか具体的にしていかないとずっとぼやけた状態で委員会が終わってしまうのかと危惧してしまう。具体策に進んでいけばと個人的には思う。

[委員長]これは国の様式に沿って書かなければならない部分があってこうなっているのだろう。この後、各々の事業がどれくらい目標に対して貢献するのか予測と数値が出てきて、その積み上げが何年間でこうしますと言ったものがそれぞれのエリアで出てくるので今後は具体的な計画になると思う。今日は計画の前半部分が提示されていると理解しておけばよいと思うが、この件について事務局として間違いはないか。

[事務局]はい。

[大谷委員]冒頭に委員長より青森の視察の話があった。青森を見て鳥取が未だ弱いと話があったが青森で目立った参考となるような話があればお聴きしたい。

[委員長]関連して言えることといえば、青森は観光市であり、かなり観光系拠点整備をして

いて、北側に海がある地形で港の近くに「A-FACTORY」という大きな土産屋と年中ねぶたが見れる「ワ・ワッセ」という大きな施設が整備され、また、新幹線新青森駅周辺をテコ入れしたい状況でもある。なぜ観光市になっているかといえ、海外とのフェリー航路がかなり増えるという情報があり、そういった人を上手に街に取り込んでいこうとしている。青森は船が到着する場所と街なかが非常に近いので具体的なターゲットが決まったうえでの事業展開を行っている。別の視点でみると街なかの商業施設「アウガ」をはるか昔に中心市街地活性化の目玉として整備したが、経営が傾いて7階ビルの1~4階が空きフロアーになっている状況である。これがいわゆる失敗であったといろいろと取り上げられているが、アウガに今後市役所が入ることになっている。かなり本格的な大移動で結構な数の職員の移動があり、それに応じて、既に周辺の民間の土地の確保が進み、そこに市役所がくるので空き店舗を抑えている情報や民間主導のミニ開発が同時に動いている情報がさらっと行くだけで聞ける。そもそも、結構なハード整備を駅周辺で仕掛けて終わっており、今は新しい開発の話もあるが、それらを観光客も交えてこれまで整備した施設をどう生かしていくかといった段階に入っている。よそから見てわかりやすいストーリーが見える感じになっているのが青森の実態だった。余計な話だが、青森は都市の課題として、鳥取のように他から人が来てくれないと困るとか活力がある街なかでなければだめだというのではなくて、除雪費を如何に抑えるかという非常に具体的な街の課題がある。しかし、中活のいろいろな事業をやっても除雪費が変わらないというオチもある。元々はそれをどうにかしたいという強い思いからスタートしているのが青森のまちづくりだが、やはり、周辺に住まわれている方をどうするかという問題は街なかだけでは解決できない。よって、少しは都市全体として見た時に街の中心部をどうするかという話はあるが、周辺と中心部の関係性といった面ではなかなか厳しい部分もある。しかし、新しくよそから来てくれるインバウンドに対して街がある程度同じ方向を向いて動いていくというところで、動き自体が目玉というか、関連付けやすい形になったという印象を持っている。

[委員長]他にご意見があればいかがか。無ければ私の方から、1点目として、空き家を活用する部分について、ターゲットエリアを決めて、この空き家を重点的にしたいということだが、杉本委員も言っていたように、この辺りの空き家や土地は比較的放っておいても動くという話もあった。ここを敢えてターゲットにするというのは逆に民間の動きだけでは不十分であるとか、民間の動きでは追いつかないぐらい使われない、ダブついて仕方がない等の課題がなければ設定するのは難しいのではないか。というのは、むしろ動かした方が良いところがあるのではないか。それはもしかしたら中心市街地の外にあるのではないか。そのあたりの整合性がとれないとまずいと思う。2点目は、駅周辺の観光客交流人口が増える計画は駅に人が増えるという想定で行っている。駅利用すなわち列車系で観光に来られる人と自動車で観光に来られる人の割合というか、そういう考えで計画をしていかないと、なかなか列車で来られる方だけを相手にするわけにはいかない。では、自動車の方を相手にするとすると自動車を止める場所はどこになるのだろう。そういった話が出てこないで駅からどこかに向かわせようとするだけでは難しいと思う。それよりも、もし興味が

あり簡単に止められるような場所が近くにあれば、ついでに寄ってみようといった行動を観光客はすると思うので、そういうことが一体になっていくともう少し観光の話も広がりがあると思う。3点目は、歩行者・自転車通行量の増加について、若桜街道で見ていくと、今いろいろなイベントを仕掛けてきて増加というかどちらかといえば維持くらいが現実的で、むしろ、維持でも冷静に見ればプラス方向とも言えなくもない。あえて、指標にした場合、増えた数値にしないと駄目になってしまうのであれば、色々これまで手を変え品を変えやってきた中で、更なる上乘せというのはハードルが高いのではないかと危惧がある。4点目は年間宿泊者数についてだが、今何人くらいの宿泊者数がいて、それが積み上げで何人に増えるのか、この指標も街なかの宿泊施設で増加に転じるようにするとすれば、先程の駐車場の話も含めた一体的な感じでやっていかないと簡単に増やすという数字も積み上げにくいと思う。宿泊者数が今どれくらいで、今後放っておいても自然増の傾向が見えるようであればなお良いかなと思っている。

[成清委員] 地区別の方向性の下にある図を見ながら気になっている点をいくつか話す。1点目として、城跡周辺地区の方向性は「歴史・文化等を有する豊かな居住・観光交流の舞台」となっているが、ここに住みたい、住み続けたいと思ってもらうためには芸術文化を体験し、学んだり、子どもを育てていく上でここに住みたいといった点をエリアとしても盛り込むような書き方が必要と思い、各委員の意見をお聞きしたい。2点目として、二核はある程度位置づけが明確になってきていると思うが、二軸の部分については若桜街道と智頭街道が図示してあるが、どちらについても性格付けと戦略が見えない。やはり、しっかりと議論して入れていくべきではないか。空間として道路幅員が広く目抜き通りの位置づけのある若桜街道と、少し道路が狭くヒューマンスケールの智頭街道、そのあたりの空間的違いや空間の使われ方の違いを踏まえて将来像を描いていく必要があると思う。

[委員長] ありがとうございます。何か他にあれば。

[中村委員] 先ほどの成清委員の子育てしてみたい、住んでみたいと思わせるという表現で関連する点を話す。私は「まるにわ」という団体が鳥取大丸屋上の公園ガーデン化計画で活動している。昨日終了したが鳥取大丸屋上でビアガーデンが行われており、家族連れのお客様を見ると大人がビールを飲んでいる傍らまるにわで作った丸い芝生のゾーンで子どもたちが走り回って遊んでいる。子どもたちも飽きないし大人も目が届く範囲で子どもを見ながらビールを飲んでいる。その情景がアットホームであったり、すてきであったり、大人も無理やり子どもを座らせて飲んでいる状況ではないのですごく開放的で良い雰囲気になっている。ある意味、安全安心のひとつであると感じ、都会であれば南池袋公園もそうだが、公園の脇におしゃれなカフェがあると子どもを遊ばせながらお母さん達がそこでお茶を飲みながらコミュニケーションが取れたり、ワークショップやイベントがあったり、公園とカフェのセットというのは昔から非常に相性が良く、そのエリア価値をカフェが高めてくれたりすると思う。自分たちが住んでいる中心市街地にお母さんたちがゆっくりと腰を落ち着けてお茶を飲む空間と子どもたちが安心して遊べる空間があるといった市営でも民間でもよいのだが、もし住むとすれば、カフ

エを併設した公園があるだけで魅力を感じる。また、ロンドンのように美術館や博物館が全部無料で、子どもが利用しやすいという事例があるので、例えば、このあたりに住んでいたら、何か施設の優遇があるといったメリットが一つあっても良いと感じた。

[委員長]もう少し具体的な計画が見えなければ意見として述べるににくい部分があると思うが、今の段階で基本方針、目標、施策など計画内容の大枠が決まるので、ご意見、ご質問等があればお願いしたい。

[成清委員]鳥取駅周辺地区のゾーニング図を確認すると、駅北側の一部が民藝観光ゾーンとして位置づけられており、民藝の再評価に力を入れていくという点でその考え方に異論は無い。しかし、このエリアには鳥取民藝美術館だけでなく、万年筆博士や加藤紙店など良質な品物を購入できる店舗が分布しており、それが地区の特徴になっている。また、鳥取大丸でも民藝品に限らず様々な商品を買うことができる。鳥取の民藝を軸にして、まちづくりに取り組むことは確かに重要だとは思いますが、ゾーンの名称設定にあたっては、あまり民藝に絞り込んだ表現にしない方が良いと思う。

[桑野委員]資料2のテーマに掲げてあるように、鳥取駅周辺の中心市街地が都市の中核であることを踏まえると、人に住んでもらうことより、行政や商業の拠点性を高めることの方が何よりも重要だと思う。また、優先順位的には利便性や災害時の拠点化等に対して、まずは取り組んでいく必要があると考える。そうした意味から、ゾーニング図に示してあるように、駅周辺をゾーン分けし、観光・情報発信・子育て等の機能強化を図ろうとする考え方について私は共感している。また、空き家の有効活用も大切だが、ここにある機能をどのように充実させるべきかを中心に引き続き考えていくことが最も重要である。

[委員長]只今の意見への補足になるが、例えば優先度の順番に応じて活性化の目標を並べ替えるような工夫をすれば、もう少し一貫性や重要度のようなものが明確になるのではないかと思う。

[桑野委員]全くその通りである。例えば指標の設定について、「(2) 地域資源を活かした交流人口の拡大」や「(3) 滞在・回遊による経済活力の向上」を「(1) 若年世代のまちなか暮らしの促進」よりも上位に掲載すれば、施策の優先順位や重要度が明確になり、より響きやすい計画になると思う。

[委員長]これまで発言されていない委員の方に感想でも結構なのでお伺いしたい。

[山口委員]第3期計画素案を読んで感じたことは、第2期計画とあまり大差がなく、しかも大きな目玉もなく、何となく全体的に綺麗なまとめ方で収まっているなといった印象である。第2期計画と大きく違う点は、市役所新庁舎が駅南に建設され、少しエリアが拡大するという点だけのように感じられる。また、「鳥取駅周辺まちづくり構想(案)」の中に“市民・観光客・移住希望者に「選ばれるまち」へ”と記載してあるが、それよりも「選ばせるまち」を目指すべきだと考える。そのためには、中心市街地に行かなければ享受できないような大きな目玉が必要になる。また、中心市街地こそ保育や子育てを充実させることが重要だと思うが、その点についてやや後ろ向きな回答であったことを残念に感じた。最後に中心市街地は特

区として特別な施策や様々な施設があるといった点が、今後一つでも二つでも見えてくれば素敵だと思う。

[安田委員]第3期計画素案を見ると、民藝観光ゾーンでは、鳥取民藝等の文化資源を軸とした取り組みを行うようであり、とても良い考えだと思った。その一方で、私は国府町に現在住んでいるが、仮に中心市街地の空き家改修が完璧に仕上がったとしても、わざわざ移住してみたいとまでは思わない。その理由を具体的に上手く言えないが、空き家を活用した先にプラスアルファの何らかの魅力がなければ住んでみようという気持ちにはなれない。

[委員長]それは、「家があるから住みたくなるのではなく、住みたくなるから家をつくる」ということですね。

[坂本委員]事業の中に目標値と理想値を入れておけば、具体的なイメージがどんどん湧いてくると思う。また、鳥取県では「あいサポート運動」をはじめ、UDタクシーの導入など障がいのある方が暮らしやすい地域社会の実現に向けて現在取組み中である。また、障害のない方でも高齢になると足腰が弱くなり障がい者と同等の動きになってしまうので、まちづくりでは、障がい者等に優しい街であることをメリットとして全面に押し出していければと考えている。具体的には、多目的トイレ、点字ブロックの設置等があげられ、そのような点をアピールできれば良いと思う。

[玉木委員]第3期計画素案によれば、年間売上額を目標指標のひとつに設定しており、その計測地点として6店舗を選定している。しかし、逆に言えば、これら6店舗の売上額が伸びたら、中心市街地全体の経済活力の向上が図れたと評価するのは個人的に疑問である。仮に6箇所の売上額が伸びたとしても、シャッターが閉まっているような店舗が多いようであれば、決して経済活力のある街になったとは言えない。このため、何か別の指標に変えても良いのではないかとと思う。具体的には、新規開業数の増加や廃業店舗の減少数を目標指標に設定してみてはどうか。

[委員長]先程の意見について事務局に確認するが、目標指標は第2期計画と同じ内容の項目であっても良かったか。あるいは指標自体を変更する必要があったか。

[事務局]年間宿泊者数と年間売上額以外は、いずれも第2期計画で目標指標として掲げていた項目なので、必ずしも同じ指標を用いてはならないということではない。また、第2期計画では新規開業数を目標指標としていたが、内閣府からの指導もあり年間売上額をこれに代わる新たな指標として設定した経緯がある。ただし、先程述べられたように、6つの計測地点の売上額が中心市街地全体の経済活力を表すかどうかと言えば、確かに難しい面があることは認識している。また、国が行う統計調査は5年に1回であり、毎年フォローアップを実施するためには、各個店に対して独自調査を行い、売上額を聞き取りする必要がある。しかし、多くの店舗に売上額を回答していただくことは、現実的に難しいので今回6店舗を計測地点として選定した。なお、6店舗の内、「シャミネ鳥取、鳥取大丸、イオン」は、いずれも大規模店舗のため、これらの年間販売額と中心市街地全体の経済活力との間にはある程度相関関係が出てくるのではないかと考えている。一方、本通り若桜街道沿いに位置する「まちパル、パレットとっとり、こむ・わかさ」の3店舗は小中規模ではあるが、街なかについては、これらを拠点とする考え方で国に

説明しようと思っている。

[委員長]年間売上額の調査にあたっては、もう少し試行錯誤しながら考えていかなければならないと思われる。

[土橋委員]ゾーニング図のエリア決めは全体的に良いと思う。しかし、民藝観光ゾーンの取組み内容として「瑞風を活用したPR」と記載してあるが、具体的にどのようなPRを行い駅前に来てもらうのか、私にはさっぱり理解できない。他にも防災・情報発信ゾーンの中に「市民向け情報発信機能の強化」とあるが、実際に情報発信機能を強化することによって本当に活力ある街になるのかという疑問がある。また、目玉施設のようなものがあって、人がもっと行ってみようと思える場所があるのであれば良いが、そのような施設が一切無い状況では、あまり魅力は生まれてこないのではないかと思う。つまり、観光客はもちろんのこと、鳥取市に住んでいる人が行ってみたいと思えるようにならなければならない。全般的には各ゾーンの取組み内容（青文字）を、実際に実行できるのかといった点が私の率直な感想である。

[渡辺委員]既存ストック活用ゾーンについて、既存ストックとは空き家や空き地などハードなものなのか、具体的に何を指しているのかが明確でない。それをはっきりさせなければ、いろんな意味で活用はできないと思う。例えば、これまでの政策や事業結果も既存ストックとして位置づけることができるとし、そういうものを単に切り捨てるのではなく、しっかり整理しておくことが重要である。とにかく既存ストックという言葉は、分かりやすいようで分かりにくいので、第3期計画に向けて十分検討しておく必要がある。

[委員長]特にこれまでの政策評価は、新しい計画に向かう際に目標数値に対してどうだったかというところで終わってしまい、各事業の良かった点や改良点などについて、あまり議論されない傾向にある。また、只今ご指摘をいただいたように、これまでの政策も既存ストックの一部ではないかという考えは、非常に貴重な意見だと思う。欲を言えば次回検討会で、本件についてしっかり議論したいと思うが、時間の都合上どこまで対応できるか分からないので、今後じっくりと取り組んでいければ良いかなと考えている。

[中村委員]今回の検討委員会では、「丁寧な暮らし」というワードと「万年筆博士や加藤紙店等に代表される老舗店舗」というワードが特に印象的であった。今の時代、ネットでも大手量販店でも買えない物が、老舗では売っていたりすると思う。中心市街地には、17代続く漢方で有名な薬局をはじめ、お味噌屋さん、和菓子屋さん、酒屋さん、書道屋さん、楽器屋さんなど何十代も続く老舗店舗が多数残っており、それが生活をより豊かに丁寧に暮らせる要因になっている。このため、自分たちが暮らす周りにそれらが位置し、利便性とは少し異なる精神的な温もりがあることが、よそから入ってきて暮らす人にとっては大きなメリットだったり、新しい感性だったりするのではないかと考える。また、空き店舗に新しい店が入るかどうかはわからないので、例えば定期的で開催されるマルシェ等によって新しいカフェや新しいチャレンジなどを体験できれば効果的だと思う。さらに、老舗店舗がバランス良く配置されている利点を活かし、それらが自分たちの暮らし

に関わっていることの見せ方というか、データベースで上手に今の人たちの暮らしに合う老舗のあり方のようなものをチョイスして提案できれば、中心市街地で暮らす魅力の一つになるのではないかと感じた。

[委員長]他にご意見が無ければ進行を事務局にお返したい。

4. その他

[事務局]非常に短い期間ではあるが、10月中旬までにはパブリックコメントに向かいたいと考えている。また、その前の10月第1週には次回委員会の開催を予定しているので、引き続き宜しくお願ひしたい。