

PROJECT SUMMARY

試行・実証実験などから見てきた課題を踏まえた
連携ビジョン素案と将来像の実現に向けて

連携ビジョン素案

水戸のまちなかの連携の理想は、それぞれの関係者が主体的に関与することで、「互いを活かし、まちを使い倒す連携」です。

未来ビジョンに対して、各主体が自身の事業理念や目的を軸に再解釈し、「自分ごと」としての関与できる状況をつくることが重要です。

※まちを使い倒す
まちの魅力を知り、活かし、育て、とことん楽しむ価値観。

連携の核となるビジョンの共有が欠かせない

未来ビジョン コンセプト 挑戦心を育む、コンパクトなまちなか暮らしを取り戻す

- ・共通のビジョンの下、相互に連携し、事業を推進。
- ・必要に応じて多様な主体を巻き込みながら、連携の輪を広げ、効果的な連携で事業の質を高める。

ビジョンの共有

協議会を核とした連携

ウォーカブル化による連携促進

互いを活かし、まちを使い倒す連携

まちなかのメディア化

ローカルファースト運動の展開

まちをつなぐ道路空間の快適性・利便性を確保

- ・協議会の未来ビジョンの柱の一つであるウォーカブル化は多方面に様々な価値をもたらす。各主体が本来持っている目的を踏まえた上で、ウォーカブルな空間づくりによるメリットを解釈し、多様な形で関与していく。
- ・まちの大動脈である大通りが居心地よく歩きたくなる空間に変貌していくことで、まちなか全体の連携を促す装置となる。

まちなかを使い倒す価値観で、まちを活かす

- ・水戸のまちなかを積極的に使い倒し、まちを楽しみながら、育てていく。
- ・使い倒す姿がまちへの関心を引き、育ったまちが、また多くの人を楽しませる。
- ・それぞれの個性を活かした連携で、地域経済の循環を生み、もっと魅力的に。

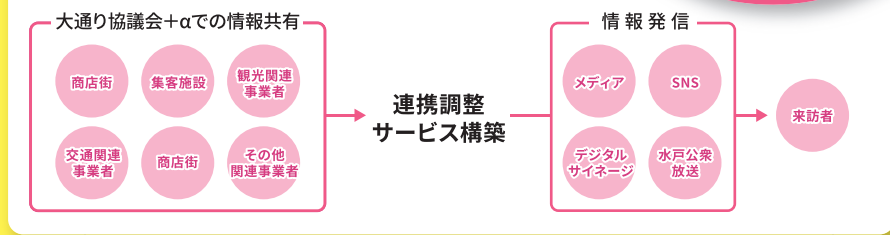
Illustrator:坂紗希

まちなか全体での大きな連携を実現

- ・協議会は、国・県・市などの「官」と、学識経験者や専門家、商店会・企業、公共交通事業者、都市再生推進法人をはじめとする「民」によって構成されているエリアプラットフォーム。まずは、構成員が「自分ごと」として主体的に関与し、事業の質を高めていく事が重要。
- ・構成員同士の連携をはじめ、各構成員のネットワークを活かし、まちなかやその関係者との連携を生み、より大きな連携を実現していく。

一元化された質の高い情報発信

- ・日常的な情報共有で、まちなか全体でターゲットを合わせた企画・営業を展開。
- ・まちなかを使い倒してもらえる一体的な情報発信。



将来像の実現に向けて

2024年度の取り組みを通して、未来ビジョンの実現に向けて次の必要性が明らかになりました。

- 未来ビジョンをより分かりやすく、共感が得られるものにアップデートする。
- 未来ビジョンを各主体が「自分ごと」として共有・認識を図る。
- 未来ビジョンの実現に向けて事業を具体化し、関係者それぞれの役割を明確にしながら進める。
- エリアプラットフォームとして、協議会に所属する組織・団体が主体的に関与し、双方向で円滑な情報共有・連携がとれる仕組みをつくる。
- 必要に応じてネットワークを拡大し、連携の幅を広げる。

2025年度の取り組みについて

2025年度は、連携ビジョン素案の検証と連携促進を図るための試行実験や、プロモーション活動を実施し、これらを踏まえ連携ビジョンのとりまとめを行う予定です。連携ビジョンを含む水戸のまちなかの未来ビジョンの実現に向けて、引き続き活動してまいりますので、ご協力・ご支援の程よろしく願いたします！

また、「水戸まちなかデザイン会議」も引き続き開催していきます。活動の様子や今後の予定は、HPやSNSにて随時発信中です！皆様のご参加お待ちしております！



2025.3.31 Vol.14 発行:水戸のまちなか大通り等魅力向上検討協議会事務局 水戸市桜川2-2-35 産業会館3階(水戸商工会議所内) mitonomachinaka@gmail.com
編集:水戸のまちなか大通り等魅力向上検討協議会事務局(株式会社まちみとラボ)、TRIX MAG.編集部

まちみとラボが提案する水戸のキュレート・ポータルサイト「TRIX MAG[トリックスマガジン]」

「TRIX MAG[トリックスマガジン]」では、ピックアップイベントの紹介、今日明日・週末のイベントがピンポイントで検索できるイベントサーチ、水戸の観光案内情報など様々なコンテンツをご用意しています。ぜひ、ブックマークしてみてください。イベント情報もぜひお寄せください。

タイアップ記事広告、バナー広告スポンサー募集中!／掲載イベント受付中! http://trix-mag.com/?page_id=325

スマホ対応!

ブックマークをお願いします!



水戸のまちをもっと楽しむ

<https://www.trix-mag.com>

水戸のまちの
IMAがわかる
フリーペーパー



TRIX MAG
MEDIA MIX FREEPAPER

<https://www.trix-mag.com>

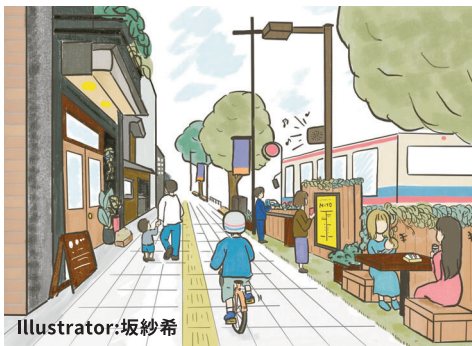
VOL
14
2025
SPRING

TRIX MAG. paper はウェブサイトTRIX MAG.[トリックス マガジン]と連動して不定期発行するフリーペーパー。
TRI=3、X=10 で310=水戸を表し、水戸芸術館でもタワーのモチーフになっている10個の三角形をあしらっています。
アートや音楽、演劇、映画、ライフスタイルのカルチャーコラムを中心に、水戸のまちなかで行なわれる催しの情報を発信していきます。



第5回 水戸まちなかデザインシンポジウム

Illustrator:久保田ありい



「第5回水戸まちなかデザインシンポジウム」を開催 水戸のまちなかの団体や施設との連携の在り方を語り合う

水戸のまちなか大通り等魅力向上検討協議会(以下、協議会)が、2024年9月28日から実施してきた試行・実証実験「水戸まちなかりビング作戦2024」は2025年3月31日に期間満了となりました。ご協力いただき、ありがとうございました。

今回の取り組みでは、まちなかの組織や施設間の「連携」をテーマに、まちなかをもっと楽しめるような仕掛けとして、関係施設・団体と連携したプロモーション活動やガイド付きの「まちあるき」などのイベント企画を実施しました。また、まちなかの快適な居場所づくりとして、大通りの歩道に緑豊かなパーレットを新たに1カ所設置したほか、有志によるまちなか活用企画「まちなかチャレンジ」の継続的な実施、効果検証のためのアンケートやAIによる画像解析技術を用いた交通解析などの調査を行いました。

2025年3月8日には、「第5回水戸まちなかデザインシンポジウム」を開催しました。「水戸まちなかりビング作戦2024」の企画内容や検証結果の報告に加えて、今回の取り組みで様々な連携を行った株式会社茨城口ポッツ・スポーツエンターテインメント代表の川崎篤之氏にご登壇いただき、茨城口ポッツの取り組みとまちなかへの想いをお話いただきました。シンポジウムの後半では、水戸まちなかの「連携」をテーマに、4名のパネリストが今年度の振り返りやこれからの取り組みについて、ディスカッションを行いました。

TRIXMAG本号では、「水戸まちなかりビング作戦2024」の実施結果と「第5回水戸まちなかデザインシンポジウム」、今年度取りまとめた「連携ビジョン素案」についてご紹介します。

HP・SNSで随時発信中 「mitonomachinaka」で検索!

水戸のまちなか大通り等
魅力向上検討協議会



Facebook



Instagram



MITONOMACHINAKA

PROJECT REPORT 試行・実証実験「水戸まちなかリビング作戦2024」

(期間:2024年9月28日～2025年3月31日)

水戸まちなかリビング作戦2024の概要

大通り歩道の空間活用

2023年度に続き、大通りの歩道にベンチやテーブル等を含むパークレットや共用駐輪場を設置。
2024年度はパークレットを1カ所追加し、情報発信機能としてデジタルサイネージも導入。



連携企画の実施

●プロバスケットボールチーム「茨城ロボッツ」との連携企画

① 飲食店でのチケット割引
南町を中心に合計12店舗にご協力いただき、ホームゲーム当日限定のお得なサービスを提供。

② ホームゲーム当日のまちあるき
土曜日の試合後と日曜日の試合前に、まちあるき企画を実施。ロボッツの試合と水戸のまちなかをセットで楽しんでもらう体験を提供。延べ54名が参加。

③ デジタルマップの作成
①の協力店舗やMitoriO周辺グルメガイド掲載店舗、まちの駅みと、バス停、みとやりのステーションなど、まちなかに関するお役立ち情報を掲載したデジタルマップを作成し、配信。

④ フラッグ・懸垂幕掲出
水戸駅北口ベストリアンデッキや大通りに200枚を超えるフラッグ・懸垂幕を掲出。

●デジタルサイネージでの情報発信

新設したパークレットにデジタルサイネージを設置し、まちなかのイベント情報や連携企画の情報を発信。



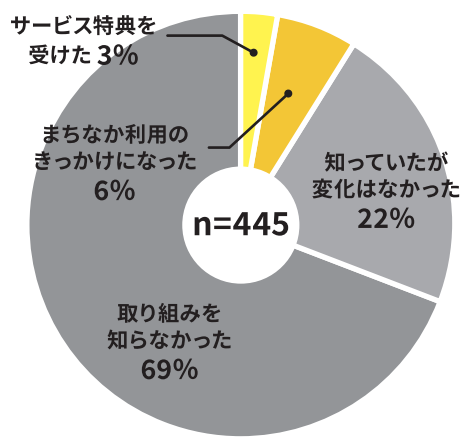
県外・相手チームのファンにもまちあるきにご参加いただきました！



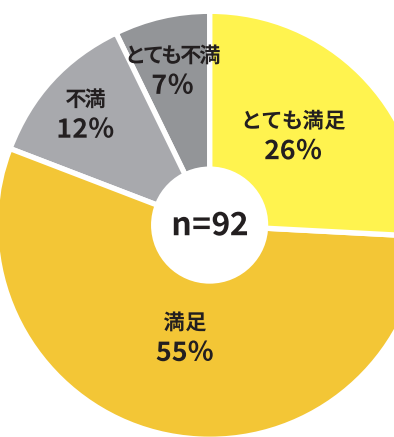
水戸まちなかリビング作戦2024に関するアンケート

集計期間:2024年10月～2025年3月 回答数:445件

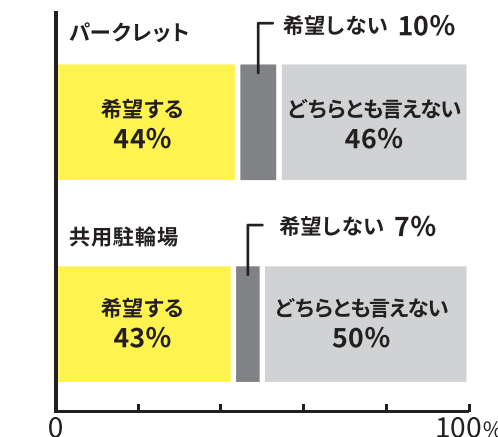
ロボッツとの連携企画による効果



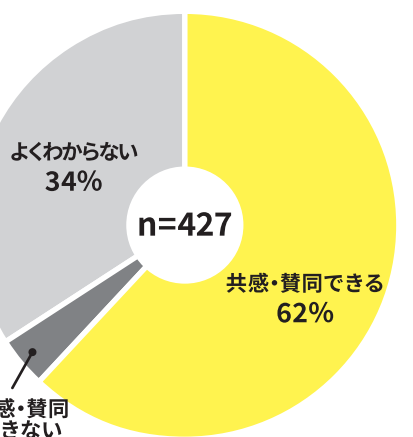
パークレットの満足度



パークレット・駐輪場の継続要望(n=445)



取り組みへの共感度



認知度や利用の面での課題があり、今後は内容や広報手段を改善し、より多くの方に認知・共感される取り組みに進化させていくことが重要です。

■茨城ロボッツとの連携企画については、特典利用者がごくわずかで、内容や広報面での課題が明らかとなりました。■歩道の空間活用(パークレット)については、8割以上の方から満足している旨の回答を得ました。■パークレットや駐輪場の継続を半数近くの方が希望する結果となりました。■取り組み全般に対して、約6割から共感・賛同を得ていることが確認できました。

連携企画に関する主な意見

- ・良い取り組みだから続けてほしい。
- ・このような取り組みがあることを知らなかった。広報を頑張ってほしい。
- ・参加できそうな企画があれば、参加してみたい。
- ・他県から来た相手バスケットチームのファンが、まちなかに点在するロボッツを見つけて驚いていた。試合当日以外の楽しみもあるといい。
- ・ロボッツ以外との連携も企画してほしい。

パークレットなどに関する主な意見

- ・まちなかに休憩場所ができて便利。もっと増やしてほしい。
- ・使用していいのか、用途が分からなかった。広報やお店と連携してほしい。
- ・綺麗な状態を保ってほしい。維持管理がされていれば使いたい。
- ・車道や歩行者の目線、長くたむろしている人がいて座りづらい。
- ・デザインや質をよくしてほしい。
- ・日陰がある場所に設置してほしい。屋根やパラソルがほしい。

連携における課題（既存の連携事例と本実験の活動結果より）

▶ エリアとしての具体的なビジョンが共有されていない

- ・それぞれの取り組みはそれぞれのビジョンで展開

▶ 相互連携で得られる共通の夢・ビジョンがイメージできていない

- ・一時的な連携が主で、大きな相乗効果を生むに至っていない

▶ 連携先が限定的でエリアの価値を高めるような広がりが弱い

- ・偕楽園と弘道館にぎわう観梅時期に比較的静かなまちなか
- ・同日に近くで複数のイベントがあっても、それらを繋ぐ動きはない

▶ 連携することの負担が大きく、連携・継続が難しい

- ・個々の事業者に個別にアプローチしない情報共有されない現状
- ・スピード感や優先度などが事業者により異なる

▶ 認知されておらず効果を発揮していない場合がある

- ・今回の実験での連携企画も認知度に大きな課題あり
- ・ポスティングを禁止しているマンションも存在
- ・情報発信媒体が多く存在し、分散している

など

PROJECT REPORT 「第5回水戸まちなかデザインシンポジウム」

(日時:2025年3月8日)

第5回水戸まちなかデザインシンポジウムの概要

■第1部「水戸まちなかリビング作戦2024」の概要と検証結果の報告
大森賢人(水戸のまちなか大通り等魅力向上検討協議会 事務局)

■第2部 特別講演「茨城ロボッツ×まちづくりで目指す未来」
川崎篤之(株式会社茨城ロボッツ・スポーツエンターテインメント 代表取締役社長)

■第3部 ディスカッション(水戸のまちなかの「連携」について)
川崎篤之
鈴木絵理衣(株式会社コンベンションリンケージ コーディネーター)
黒澤昌寿(南町二丁目商店街振興組合理事長)
大森賢人

本シンポジウムの様子は、YouTubeにてご視聴いただけます

協議会 YouTube ch

講演「茨城ロボッツ×まちづくりで目指す未来」

“茨城の未来にはロボッツが必要だ”

中心市街地を元気にするために茨城ロボッツをしっかりと使い倒すことがいいのではないかと。まちを何とかするためにロボッツを使いたい、使ってもらいたいというような立場でロボッツを経営している。もっとシンプルに言うと、「茨城ロボッツを広島カープにしたい」というのが、一番分かりやすい表現だと思う。沢山の子供たちがお父さんお母さんに連れられて行ったからこそ、大人になっても広島が好き、カープが好き。全国に散らばったとしてもカープが好き。広島は本当に特殊なまちだなと思う。今はそういうものが地方に必要なのでは、と信じてやっている。

私たちはバスケットボール会社だと位置付けていない。まさに「まちづくりカンパニー」だと思っている。スポーツの力、エンタメの力、メディアの力を使いながら、スポーツが持つ夢、誇り、まさに感情の共有をドライブにして活力をつくり、まちなかで行うことによって事業をつくり、そして地方創生の魁モデルを水戸につくりたい。日本全国の商店街の元気がない中で、スポーツができるまちの活性化、スポーツを使ったまちの活性化をやりたい。それはバスケだけではダメで、色んなことを仕掛けていかなければならないと思ってやっているのがロボッツという会社である。

ロボッツの試合がある日はM-SPOでマーケットが毎日行われていて、まずはM-SPOに寄ってからアリーナに行く。まちなかで大売出しがあって、そのお店に行く、店舗の皆さんがユニフォームを着ている。あるいはお客様向けのツアーが展開されていて、外から来たお客さんも水戸のまちなかを歩くことができる機会が提供されている。さらに試合前後は居酒屋が大盛況している。ロボッツがまちの共通の話題になり、それがまちなかでどんどん展開されていったらいいと思う。そのために水戸駅からアリーナまで、ロボッツののぼりやタペストリー、ポス

ディスカッション

課題と展望をそれぞれの視点からお話しいただきました。詳細はHPまたはYouTubeをご覧ください。

川崎 篤之 氏

(株式会社茨城ロボッツ・スポーツエンターテインメント 代表取締役社長)

まちが好きだと思う人たちの力をどのように結集できるか。例えば市内の様々な団体が一生懸命ポスターを作っているそのお金を掻き集めれば、まちなかのバス停にデジタルサイネージを1個ずつ付けて運営するくらいのお金になるはず。それを誰かがきちんとコーディネートすることで、いつもワクワクする情報が溢れているまちなかにできる。バラバラに人と金が動いているから、できることがぐっと減っていると思うので、一つの方向性で無駄なく一緒に発信する必要がある。商店街をメディアにして、「水戸っているんことが起こっていてワクワクする場所だぜ」ということを、みんなでまとまって方向付けして出せるかに尽きと思う。

黒澤 昌寿 氏

(南町二丁目商店街振興組合理事長)

南町二丁目商店街振興組合は、現在、正組合員19店舗、賛助会員27店舗の合計46店舗で組織されている。県庁の移転や東日本大震災を経て廃業する商店が増え、ビルやマンションが建ち並ぶ間に商店がぼつぼつとあるような状況になってきている。情報発信もコンテンツづくりも人材不足が一番の課題。組合員が震災前と比べて半減していることもあるが、実際に動ける人がほとんどいない。従来なら引退してもおかしくない年代の方が多く、私より年齢が下の方は自分のお店と会社を回すのに手一杯で、外に出られない状況である。

川崎 篤之 氏

(株式会社茨城ロボッツ・スポーツエンターテインメント 代表取締役社長)

ターが今まで以上にたくさんある風景をつくりたい。M-VISIONやM-SOUNDを使いながらまちをつくってみたい。特にM-SOUNDは、本州で唯一残っている街頭放送で、地元の大学生たちが番組を展開しながら今週のまちなかのイベントラインナップを発表していたら、最高に面白いと思う。さらに試合がない日もパブリックビューイングが各店舗やM-SPOで展開されている。どこに行ってもバスケの風景が見られて、みんなの共通の話題になっている。もっと言うと、大工町三丁目からアリーナまでが本当に寂しいので、ここに店がたくさんできて、賑やかになっていたら、もっともっとみんなが歩きたくなる。

“子どもたちの記憶に残る故郷をつくる”

こんなことを繰り返しながら、子どもたちにしっかりとターゲットを絞って、10年・20年先、このまちをなんとかしようと思う皆さんに託せるように、今、私たちは種まきをしなければいけない。

みんなで声を枯らして、応援して、熱狂する。そして、家族と一緒にアリーナのあるまちに行くことが楽しみになる。そして、まちの風景と暮らしが変わっていく。その結果、茨城、水戸、地元を誇りに思う。そういう次の世代の種まきをこのまちなかでやるということが私は重要だと思うし、そのタイミングで茨城ロボッツを使い倒して、このまちの一つのシンボルにし、ちょっと青色で染めていくことができるいいなと思っている。

そういう物語を多くの皆さんと共有し、アクションを起こしていく。それを行政と民間の連携でやっていく。そしてコミュニティをつくっていく。そしてプラットフォームを強くしていく。そういう役割を、これからロボッツはやっていきなにと、改めて思っている。