

令和3年度鯖江商工会議所青年部

“さばえ”のいいところを
活かしたまちづくり

「屋外型アクティビティの提案」

はじめに

令和3年度の政策提言では、青年部会員を始め市民からのアンケートをとり、“さばえ”の魅力についての調査を行いました。

また、魅力だけではなく、「あったらいいなと思うもの」「課題点」など様々な角度からも声を拾い上げ、いいところを活かしたまちづくりを当団体が企画し、政策提言としてご提案いたします。

鯖江市の良さと注目点

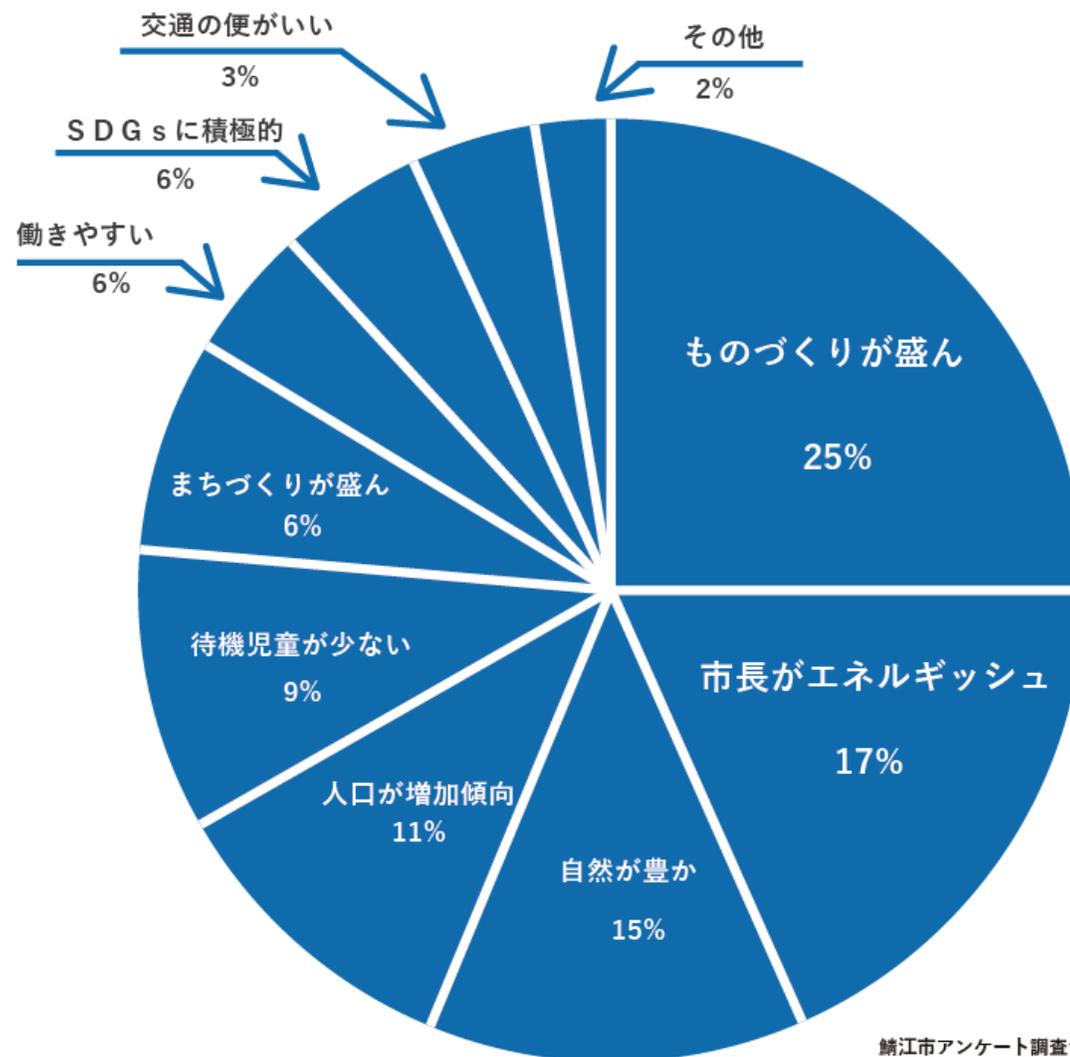
市民へのアンケートをとりました。

「鯖江の良さ」「暮らしてどうか」

など、市民からはたくさんの良さや意見を頂き、今回のテーマの

「“さばえ”のいいところ」

の種がたくさん集まりました。

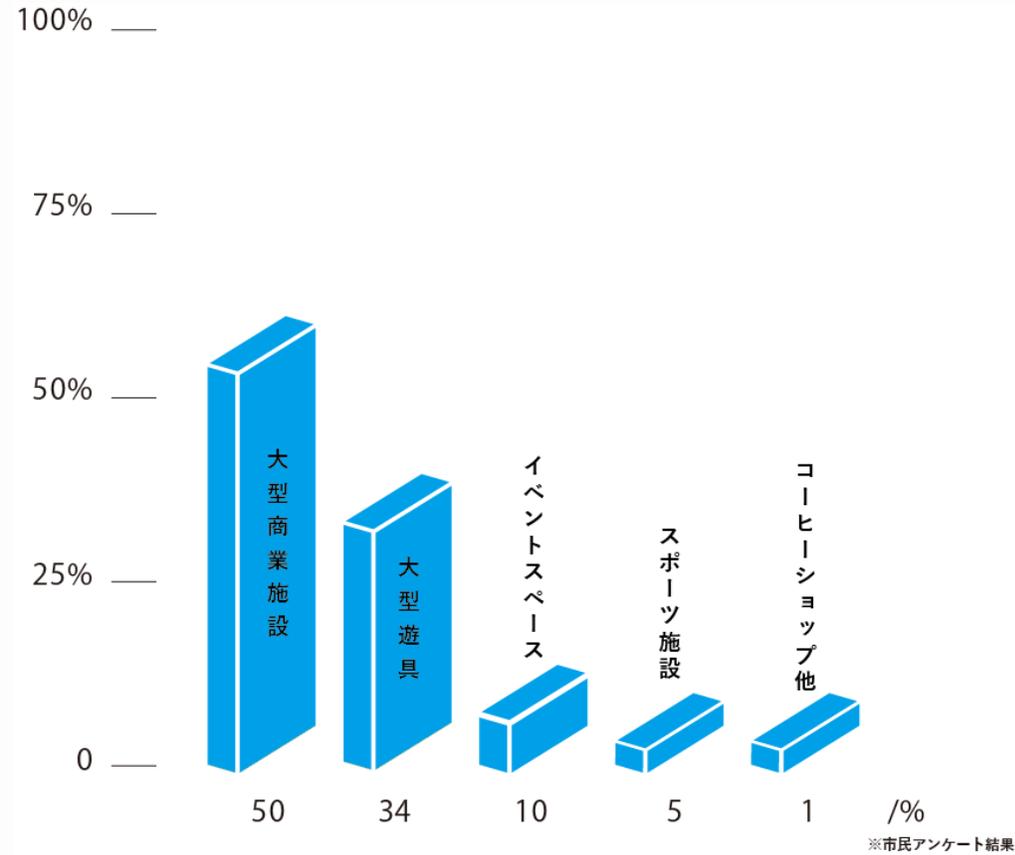


鯖江市アンケート調査データ参照

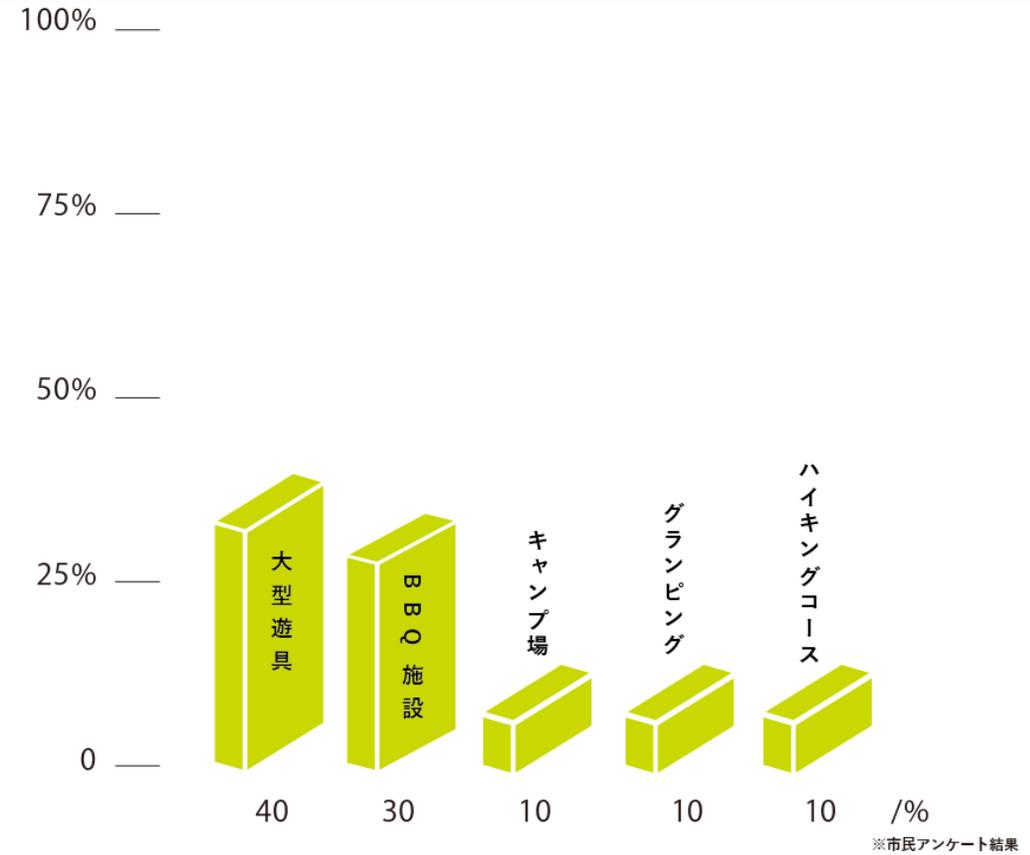
鯖江の課題って？

- ・人を呼び込むためのコンテンツが少ない
- ・新幹線が通らず、交通の便で不便になりうる可能性があること
- ・自然は多いけれど、意外と自然に触れられる場所がないこと
- ・利用頻度が少なかったり、利用されていない公共の施設や環境があること
- ・里山問題（人工的に建材目的で植樹された、杉の山の手入れ問題など）
- ・SDGsなど環境などへの持続可能な社会のあり方が求められ、リユース
リサイクルの必要性が上がっている
- ・3密回避をするために、人が集まることに対して抵抗が生まれた
- ・コロナの影響で、生活様式が変わり県外へ出る機会が減った
- ・子どもが遊べる環境が少ない

求められる環境



屋内施設のアンケート集計

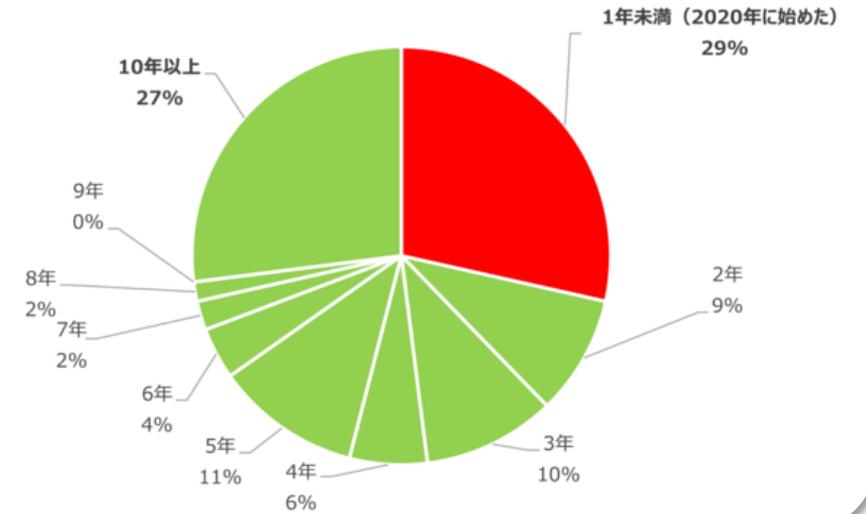


屋外施設のアンケート集計

全国的な環境の変化

- コロナ禍でリモートワークが進み、
田舎での生活（スローライフ）が注目される
- 隣町では、屋外型のアクティビティがあり、
集客を図る大型な商業的環境が増えつつある
- 遊びに行きづらい昨今の環境で、開放感があり人との3密を
避けることのできるアウトドアがブームとなり、
個人や家族など様々な利用者も多い

Q:あなたのキャンプ歴はどれくらいですか？
(SA, N=400)



ソトレシピ総研『キャンプトレンド調査2021』



市民からも屋外活動について意見が寄せられています

- ・西山公園はとてもいいが、キャンプやバーベキューができないため
- ・最近流行りだから
- ・適度の運動が大事だと思うから
- ・子供と手軽に遊べる施設が欲しい
- ・コロナ過において屋外で過ごせる環境は必要
- ・鯖江は子供が増えているし、鯖江市以外からも家族が集まれば
活性化につながるから
- ・とにかく可能性をたくさん作れる施設
- ・パンダランドは斜面にあり、子供たちだけでは遊ばせにくいし、危
ないこともある
- ・鯖江には観光資源が全くないので、県外から来られる方が少ない
- ・アウトドアできる場所が少ない
- ・子供たちに色々な経験をして欲しい
- ・健康につながる施設こそ長続きすると感じる
- ・アフターコロナの時代、アウトドア人気はさらに高まりそうだから
- ・大型遊具：子どもが遊べるから
- ・宿泊施設などがあれば外からのお客様も取り込める
- ・外遊びが見直されてるから
- ・市民の憩いの場として、あるといいと思うから

様々な魅力・課題・希望を基にアイデアを拾い上げ、
令和3年度の政策提言として・・・

提案

「屋外型のアクティビティ」

YEG

屋外型のアクティビティの提案

「既に存在する環境に新たな用途を加えた屋外型アクティビティの提案」

利活用として「筋生田町スキー場」を対象とし、屋外型アクティビティを作る。

冬のスキーシーズン以外の利用目的がないことやリフトが故障しているにも関わらず積雪が少ないことから修繕することも見送られている状況にあることから、別の用途を加えることでまた新たなニーズを生み出すことが可能になる他、オールシーズンでの利用が可能となる。



屋外型のアクティビティの提案

～初めは資金をかけずにできることから～

- ① グラススキーやそり遊び
- ② B B Q 場
- ③ イベント会場貸出
- ④ グランピング
- ⑤ 傾斜を活かした遊具

利用者の状況や収益などに応じて、中長期的に計画を進める。

また、アウトドア用品などを扱うメーカーやショップと共同企画することができれば、その地ならではのスタイルやその場に設置する用品や設備の提案などの検討が可能となりよりニーズに合った環境が提供できる。



屋外型のアクティビティの提案

～出来上がるとどうなる？～

『施設として』

- 県内外からアウトドアを好むユーザーのアクセスが増える
- 利用頻度が少ない施設の利活用ができる
- 新しい生活様式に合った、アクティビティを身近に感じることができる

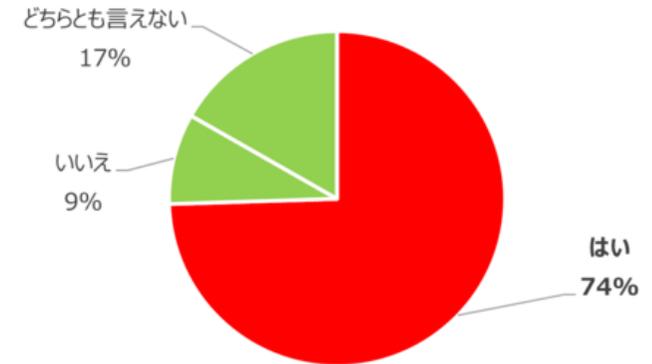
『まちとして』

- 高齢化が進んだり、空き家が増えている町内に活気が生まれる
- 利用が増えることでインフラ整備が必要になり地域が活性化する
- スローライフが全国的にも流行する中、鯖江市の空き家の需要が増える

(アウトドア好きの人は移住の際に、荷物が多いので一軒家だと安心)

Q:コロナが収束した後も、キャンプを続けたいと思いますか？

(SA, N=400)



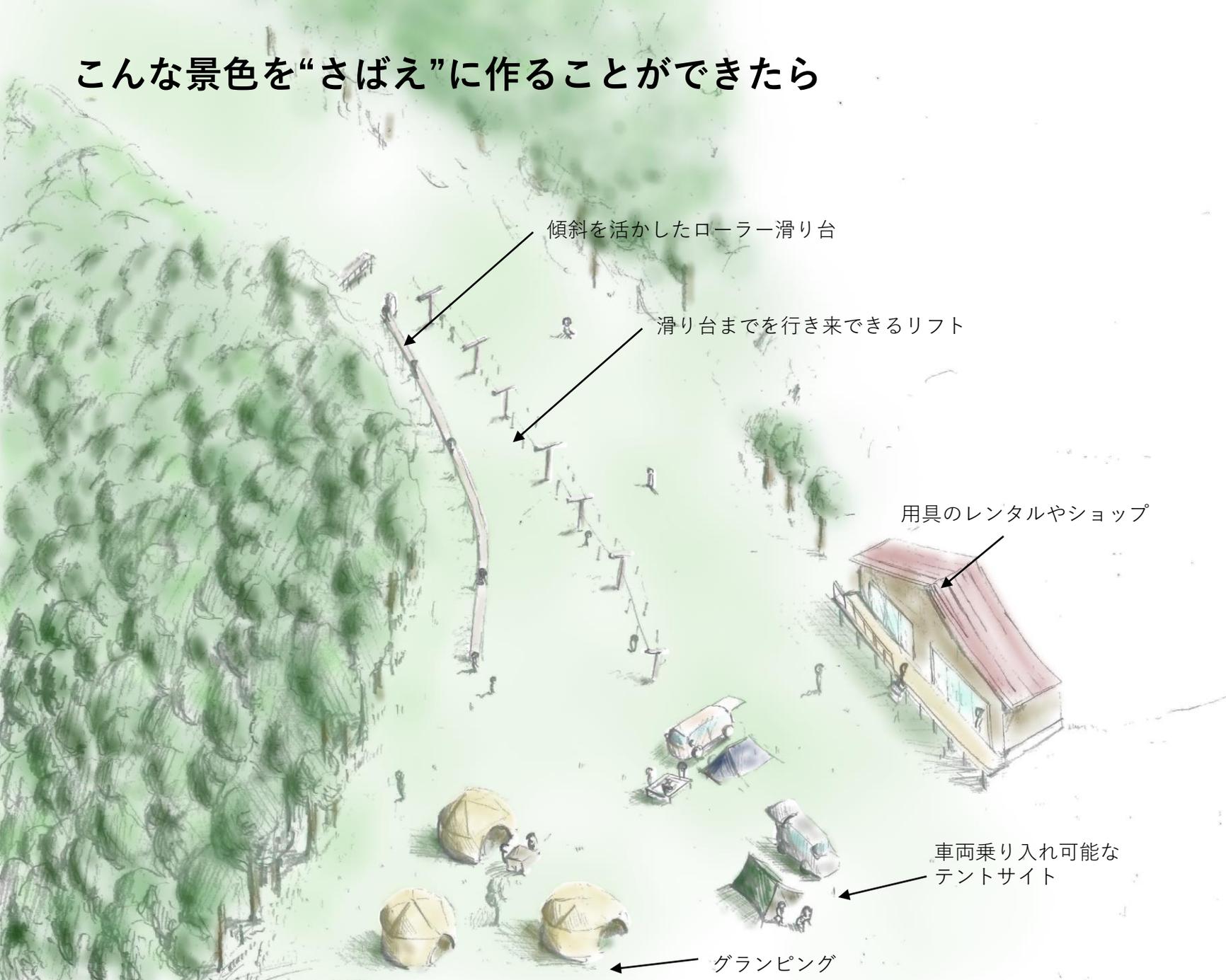
Q:「コロナ禍」でキャンプを始めた理由、あるいは頻度が増えた理由について

当てはまるものを教えてください

(MA, N=127)



こんな景色を“さばえ”に作ることができたら



実現した時に考えられることをディベートで事前に分析

～反対としての意見編～

【どうやって運営するの？】

・ 資金調達は？

クラウドファンディング
などを活用

・ 誰が運営していく？

施設に関連する企業など、市内に限らず
メリットのある企業に！

【安全面、自然の問題】

・ 近隣住民からの騒音苦情

・ 駐車スペースがない

・ 鳥獣害はないの？

筋生田町の町民の一部にリサーチ！
賑わいが生まれるなら是非との声が！

空き家を解体や休日の
企業の駐車場をシェア

【管理については？】

・ 他の市町の施設との差別化

・ 地域にゴミが増えるかも

実現した時に考えられることをディベートで事前に分析

～肯定的な意見編～

【どうやってこの環境を知ってもらう？】

- ・クラウドファンディングを活用して全国的に周知と予算の獲得
- ・この環境に対してメリットのある企業に対して協賛金を募る
- ・伝統工芸×アウトドアを見せ方としてつくる

【実現することで起こりそうな効果】

- ・アウトドア関係の企業やショップとの連携
- ・周辺の空き家や敷地に新しいショップができるかも
- ・リフトがあり、傾斜があるアウトドア施設をウリに



そして、提案はここで終わりではありません！

すでにある”さばえ“の魅力とは何か？

市民へのアンケートにより多くの声が寄せられました。

※次ページ、アンケート結果

今、必要なことは様々な魅力をどのように世間に見せていくかをブランディングしていくことが鯖江にとって必要なことだと感じます。

「めがねのまちさばえ」というブランドは全国的にも確立し、「眼鏡の鯖江」と身近に言われるほどです。これから必要な魅力とは、「住みよいまちであることを知ってもらうこと」が大きな価値になると考えます。

そこで、上記の鯖江の魅力をブランディングし、魅力を見える化していくことで移住定住を促進できると考えます。

そして、提案はここで終わりではありません！

- ・ 良いところを発信し続ける
- ・ 施設の充実→SNSでの拡散
- ・ オンリーワンの発掘
- ・ **大型商業施設**
- ・ メディアに取り上げられる話題性の創造
- ・ 観光スポットの強化
- ・ 発信力！！
- ・ 鯖江の魅力をまずは鯖江に住んでいる
自分達や住民の皆さまが知ることで
- ・ 市民自らが発信していく事も重要になってくると思う
- ・ 子育て、教育分野での魅力の強力な発信
- ・ 市民目線のSNS発信
- ・ 点ではなく、面でみることで、鯖江の楽しめる
プランがいくつもできることが大事だと思う
- ・ 情報発信(メガネや漆器だけに限らず)
- ・ ローカル的な発信ではなくもっとおしゃれな発信を
- ・ **YouTube**などで面白おかしくPR。
- ・ オンリーワンっぽいこと

仮に今商業施設を鯖江市に誘致したとしたら？

アンケートの中にも「大型商業施設」は数多くの声が寄せられています。

大型商業施設が鯖江にできることで多くの集客効果を発揮します。

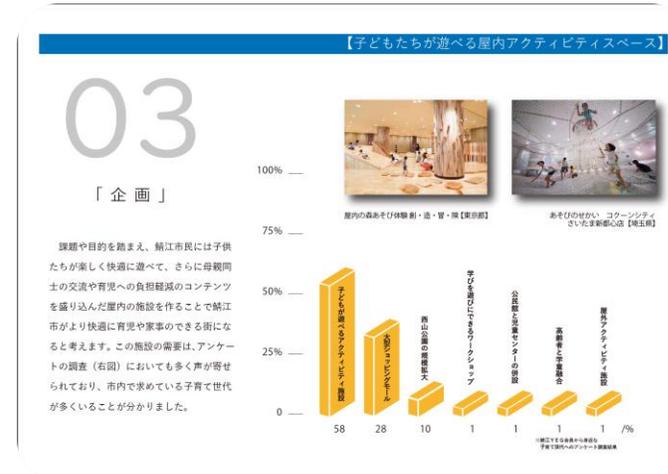
その一方で、「今の魅力が陰に隠れるのではないか」「商業施設があるあの町という認識」など想定される課題があります。



めがねミュージアム



西山公園

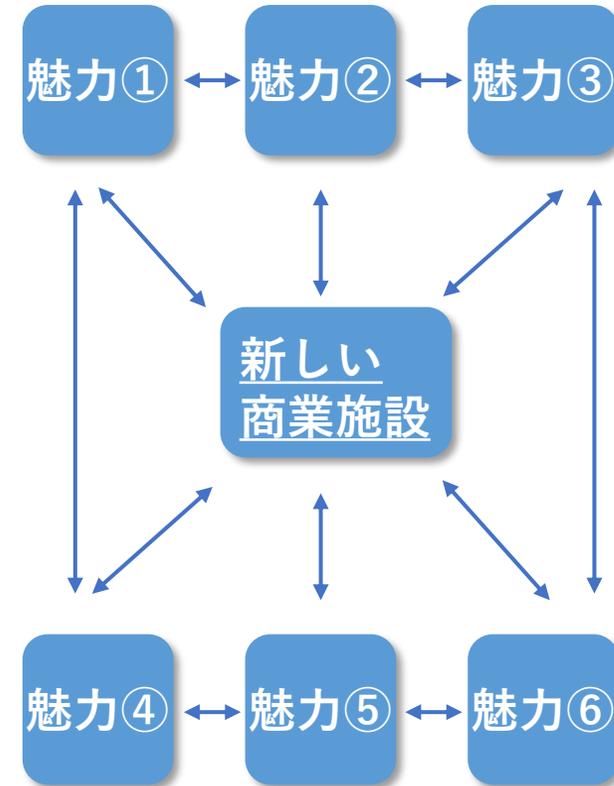


令和2年度提言内容



ラポーゼかわだ

仮に今商業施設を鯖江市に誘致したとしたら？



仮に今商業施設を鯖江市に誘致したとしたら？

既にある鯖江の魅力を初めて訪れた人でも気づくことができる発信力！



街として一体感の生まれるインフラデザイン
参考：静岡県清水町カモメの街灯



目を引く看板や標識デザインで人を誘導