



宇部市

人口 172,377 人 (H25.3.31 現在) 面積 287.71 km²

□■まちの概要

「緑と花と彫刻のまち」

- ・明治以降、石炭産業の発達とともに急速な発展⇒「村」から一躍「市」へ
- ・エネルギー需要が石炭から石油に転換⇒化学工業を中心とする臨海工業都市へと成長
- ・世界一といわれた降下煤塵⇒「宇部方式」により環境問題克服。国際的に高い評価
- ・市民一丸となった緑化運動、花いっぱい運動、そこから展開を見せた市内への彫刻設置事業
⇒半世紀を越える歴史を有した、国内最古にして最大の野外彫刻展「UBE ビエンナーレ」の開催
- 「21 世紀に残したい日本の風景」で総合公園第 1 位に選ばれた「ときわ公園」を中心に、市内随所で約 200 点の野外彫刻作品を展示

□■シティプロモーションの取り組みの概要

- 平成 23 年、市制施行 90 周年でまちの歴史を振り返り、記念イベントを通じてシティセールスの必要性を認識。
- 平成 24 年 4 月、戦略的にシティセールスを行う組織として、シティセールス推進室を設置。
同時に、各部局間の連携を図るための全庁横断的な組織「宇部市シティセールス推進本部」を設置。
- 平成 25 年 3 月、1 年間の活動の成果と検証を基に「宇部市シティセールス基本方針」を策定。
- ・基本コンセプト…本市独自の「まちづくりのドラマ」をできるだけ多くの人に伝える。

(具体的な取り組み例)

- ・首都圏及び県域等での情報発信、首都圏で食のプロモーション、築地場外市場にアンテナショップ「ブッチーネ」開設、メディア訪問やプレスツアーの実施、シティセールスパートナー制度の創設、フェイスブックの開設（外国語含む）、市職員全員にシティセールスハンドブックを配布、等

「炭鉱のまち」から「緑と花と彫刻のまち」へ、そして「エコまち宇部」を目指して
宇部市は、これまで幾多の苦難を「市民力」により、挑戦、そして克服してきたまち
「共存同栄」、「協同一致」を基本理念とした『市民力』によるまちの再生の歴史を、多くの地域や人々に
伝えたい…これが私たち宇部市のシティプロモーションのコンセプトです。

〔市民力による挑戦・克服の軌跡 I〕

1 戦災復興、石炭産業の衰退からの再生

- ①石炭産業の振興による「まち」の発展～「村」から一躍「市」へ(1921 年)
- ②戦災による市街地の焼失からの復興
- ③石炭産業からセメント・化学工業への転換



空襲による工場被爆 (昭和 20 年)



沿岸部のセメント・化学工場群 (昭和 25 年頃)

2 宇部方式による公害の克服



急速な発展の代償として、公害問題の深刻化(昭和25年頃)
 ※降灰量 1平方キロメートルあたり 55.86 トン
 →世界一煤塵の降るまち



「産・官・学・民」による公害克服の取り組み(宇部方式)(昭和25年～)



国際的評価

国連環境計画のグローバル500 賞を受賞(平成9年)

【市民力による挑戦・克服の軌跡 II】

1 市民運動の取り組み

①緑化運動・花いっぱい運動
 「緑と花づくりを通して生命の尊を」
 「人づくりの原点を緑と花づくりに」
 という市民の願い



②街を彫刻で飾る運動
 「戦後、荒廃した人々の心に豊かさを」
 「自然と人間の接点としての芸術を」
 という市民の願い



花と緑と彫刻のまち



③日本で最初の試み「第1回宇部市野外彫刻展」の開催(昭和36年)



50周年を迎えた「第24回UBEビエンナーレ」(平成23年)の展示風景



エコパーク化を目指す「ときわ公園」

④そして「エコまち宇部」へ～低炭素社会の実現に向けた取り組み
 エネルギーの地産池消「再生可能エネルギー」への転換…「ときわ公園」のエコパーク化など

□■今後の課題や方向性

課題

- ・基本コンセプトである歴史(まちづくりのドラマ)や彫刻、UBEビエンナーレの認知度が低い。
- ・交流人口の増加

方向性

- ・宇部ブランドの確立と本市の認知度の向上を目指し、情報発信とプロモーション活動を戦略的に展開していく。
- ・市職員全員をシティセールスパーソンと位置づけるとともに、市民をシティセールスパートナーとして巻き込み、官民一体でシティプロモーションを展開していく。

担当所管名◎ シティセールス推進室

電話番号◎ 0836-34-8155



大津市

人口 342,394 人 (H25.10.1 現在) 面積 464.10 km²

□■まちの概要

琵琶湖の南西部に位置する滋賀県の県庁所在都市・中核市。天智6年（667年）、天智天皇により「近江大津京」が置かれたことから古都保存法に基づく「古都」に指定されています。

世界文化遺産の「比叡山延暦寺」をはじめ、三井寺、石山寺、日吉大社など、多くの文化遺産を有しているほか、100km圏内に京都市、大阪市、神戸市、名古屋市があり、古くから近畿圏、北陸圏、中部圏の交通の要衝となっています。

また、市の将来推計では、平成32年まで人口増加が続く見込みです。

□■シティプロモーションの取り組みの概要

平成25年3月「笑顔あふれる元気な大津」をスローガンに「スマイルプランおおつ〜大津市総合計画第3期実行計画」を策定。

●来訪者が集まるまち

大津しかない魅力を全国に発信し、観光資源を一層活かす取り組みを推進します。

●県都として誇れるまち

滋賀県と連携を図り、その相乗効果により、魅力と活力にあふれ市民が誇れるまちづくりを進めていきます。

1 大津ブランドの確立と観光交流の推進

■魅力的な観光ルートづくり

- 「びわ湖」をテーマとした湖上観光事業等の実施
- 京都市、奈良市等と連携した事業の実施（みやこサミット、県市連携会議）
- 温泉を活かした事業の実施 ☆

■来訪者の受け入れ態勢の充実

- 多言語コールセンター業務の実施

■観光資源の発掘、創出と活用

- 食に関わるイベントの実施・支援

2 観光情報の収集・発信

■観光戦略に必要な基礎情報の収集と分析

■情報発信機会の創出と情報発信力の強化

- トップセールスや観光キャンペーン等の実施
- 観光ホームページの充実
- 観光キャラクター「おおつ光るくん」の活用 ☆
- 旅ブログによる観光情報発信

3 古都大津の景観施策

■草津市との景観形成連携

- 「びわこ大津草津景観宣言」調印

■古都指定10周年記念事業



みやこサミット



びわこ大津草津景観宣言・草津市長と

☆ 「おごと温泉」を活かしたくつろぎと癒しのまちづくり

おごと温泉…比叡山延暦寺の開祖「最澄」が開湯したと伝えられる温泉。現在、温泉施設は10。

各施設の若手経営者により様々な事業を展開。市有の3つの泉源から各施設に配湯している。

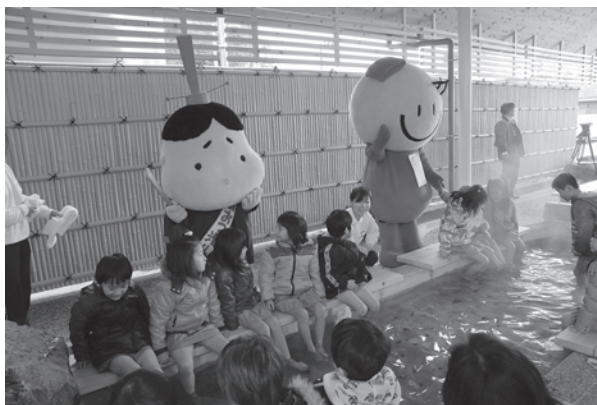
キャンペーンマスコットは「おごとん」。

平成18年から国土交通省「まちづくり交付金」を活用し、おごと温泉観光協会と連携した様々な事業を実施。

- 平成18～19年度 新泉源の掘削
- 平成18年 地域ブランド（地域団体商標）に認定
- 平成19年度 駅名改称 「雄琴駅」⇒「おごと温泉駅」
駅前足湯、駅構内観光案内所開設
- 平成18～22年度 おごと温泉公園（足湯施設、公園、レストラン等）開設
おごと温泉観光協会が指定管理者として運営
- 平成21～22年度 観光案内板の設置

☆ 観光キャラクター「おおつ光ルくん」の活用

- 平成20年 源氏物語千年紀 in 湖都大津のマスコットキャラクターとして誕生
- 平成21年 「大津市観光キャラクター」に任命、「特別住民登録」をして大津市民となる。
- 平成25年 キャラクター商標活用説明会を開催（参加者：17社、報道4社）
 - ◎ 商品として市場を流通することでキャラクターの認知度及び観光地大津の知名度向上を図る。キャラクター使用料は無料。



「おおつ光ルくん」と「おごとん」
(おごと温泉公園内足湯にて)



「おおつ光ルくん」かるたマグネット

□■今後の課題や方向性

- 庁内の推進体制
- 受入れ体制の充実（外国人等）
- 市民・市民団体、事業者、市の3者協働
- 大津ブランド「定番」の確立

担当所管名◎ 企画調整課・秘書課 / 観光振興課

電話番号◎ 077-528-2700（秘書課）