

(審議事項について、**資料 1～3**及び**参考資料**を都市計画課より説明)

(質疑等の要旨)

- 委員 : 本日欠席の委員からの意見はあるか。
- 事務局 : まちづくりの方向性として「つなぐ」という言葉を用いているが「結ぶ」がよいのではないかと、いうものである。この点については、「過去と未来をつなぐ」という時間軸の意味合いも含まれているため、事務局としては現状の表現にさせていただきたいと考えている。また、めざすまちの姿として「働き“稼げる”まち」とあるが、稼ぐには、働くという意味が含まれているので、どうかというご指摘があった。
- 委員 : 立地適正化計画(以下「立適」という。)においては、今後、居住誘導区域についての議論もあるかと思うが、骨子案を検討するにあたって、まずは前提として、尼崎市のハザード情報について各委員と共有したい。
- 事務局 : (スクリーンにハザードマップ(「地図情報あまがさき」の「ハザードマップ等」)を映写。猪名川・藻川洪水や武庫川洪水ハザードマップ等で市域のほぼ全域が浸水想定区域になることを確認。)
- 委員 : このような地域特性だからこそ本市が繁栄してきたという側面もある。このような立地とうまく付き合っていく必要がある。
- 事務局 : 市域のほぼ全域が浸水想定区域であるといった状況を市民に周知することが特に重要であると考えている。ハード対策としては公共施設が拠点となるように整備する一方で、災害時に市民がどのように避難するのか、備えをしておくのかを示す必要がある。都市計画マスタープラン(以下「都市マス」という。)で具体的に記載することは難しいかもしれないが、地域防災計画の中で避難についてしっかり言及することが重要である。
- 委員 : 「魅力を伸ばすまちづくり」とあるが、魅力的な空間とは人それぞれ異なると思われる。この点について、各委員の意見を伺いたい。
- 事務局 : どのようなまちが魅力的かということもこの場で議論できればと思う。
- 委員 : 何を魅力的に感じるかは確かに人によって変わるものである。子育て世代であれば、子育てをとおして人々とつながって、みんなに子供を見守ってもらえるような空間が魅力的であると思うし、尼崎市ではこのような空間を作ることが可能だと思う。そういう意味では、市内には身近に公園がたくさんあり、使っている人は使っているが、市民への周知が不十分であるように感じる。近年であれば、市のホームページに掲載するよりも Instagram (インスタグラム) に掲載する方がより多くの人に見てもらえるのではないかと。多くの人に見てもらえれば、市外の人とのイメ

ージアップにもつながると思う。

委員：イメージアップということでは、先日テレビ番組で市内の商店街が取材されていたが、シャッターを閉めた店が目立ち、さびれたイメージであった。こうした昔ながらの商店街は、権利関係の問題で建替え等が進みにくいと聞く。骨子案の「“稼げる”まち」の中で「商店街の空き店舗の活用推進」とあるが、何か取組を進めているのか。

事務局：兵庫県の事業ではあるが、まちなか再生事業というものがある。建替え等ハード的な整備も重要だが、どのような人が来てどのような活動をするのかという視点が重要であり、ソフト的な活動に対しても支援を行っている。骨子案にあるとおり、過去に「つくった」もの、つまり、ここでいえば商店街をどう「生かす」か、そして商店街の人だけではなくその周辺の人にどう「つなぐ」かが新しい都市マスのテーマとなる部分である。

委員：商店街については、より魅力的にするということも考えられるが、火災の対策等の安全面の課題がある。地元の人から改善してほしいという声が上がらないと行政が手出しするのは難しい部分があると思うが、どうか。

事務局：商店街については再生を目指すものと土地利用を変えた方がよいものもある。土地利用転換の障害になりうるアーケードの撤去補助を行っているが、権利関係が複雑でなかなか利活用されない実態がある。しかしながら、会長ご指摘のとおり安全面で問題であるので、管理不全状態の空き家に関しては、住宅に係る税制優遇を見直す取組を進めている。再利用できるものについては商業の助成金を入れて活用してもらえるように、産業部局と都市計画部局と連携して施策を展開しているところである。

事務局：阪神尼崎駅周辺の中央商店街を見ると、商店街として機能しているが、出屋敷の方の商店街では店舗が減っていき、住宅に建て替わっている。商業系の用途地域では、高容積・高建蔽の住宅を建てることのできることで、新たな密集住宅地になってしまうという課題がある。都市マスの中で、このような地域を商業地域から実態に合わせて住居地域に変更するのか、もしくは商業地域のままにするのかも大きなテーマだと考えている。

委員：大阪市では商業地域にタワーマンションが建っているということはよくある。土地利用の変化に制度が対応出来ていない現状はあるが、今ある制度の枠組みの中で対応を検討しなければならない。

委員：尼崎市は様々な用途がモザイク状につながっていて、絶妙なバランス

の中で成り立っている点が魅力的であると思う。単純な都市構造・用途地域では対応しきれないものである。尼崎市総合計画の「都市機能・住環境指数」は非常に有効であると思う。このような指標も活用しながら継続的にきめ細やかに評価することが重要である。一方で、骨子案にある「魅力を伸ばすまちづくり」という言葉だけでは、尼崎の複雑性を表現するには少々シンプルすぎるように感じる。また、「災害に“不安を覚えない”まち」は「魅力を伸ばすまちづくり」に直結しないのではないか。

委員： 防災に関しては、市域の3分の1が海拔0メートル地域であるということ資料3]12 ページの SWOT 分析の W【弱み】の部分に記載すべきではないか。また資料2]の「重点的な取組・施策」の中で、「南北交通軸の強化」とあるが、資料3]の SWOT 分析を見ると交通網に関しては S【強み】にしか記載されていないため、南北の交通網改善の施策につながらないのではないかと感じた。資料3]15 ページの都市構造の図を見ると南部の臨海地域まで交通網がつながっていないように見える。南部地域で働く人に交通網を「つなぐ」という意思として図に反映すべきではないか。

委員： ご指摘のとおり、市内に住む人だけでなく働く人のことも視野に入れるべきである。

委員： 働く人の交通を「つなぐ」ということが、「稼げる”まち」にもつながってくるように思う。尼崎南部には湾岸線や港もあり物流の便が良く、近年物流施設が多く立地しており、働く人も大きく変わっているように思う。

事務局： ご指摘のとおりではあるが、公共交通を臨海部まで延伸すると赤字路線になってしまう。臨海部の企業が独自に通勤バスを運行しているが、駅前広場に乗降場所は整備されていない。企業が運行するバス向けの乗降場を整備することも考えられる。特に駅前広場の機能の集約は急務であると考えている。南北交通の強化は商業・産業の利便性向上にもつながる。

事務局： 交通政策分野になるかもしれないが、まずは企業のバス向けの乗降場を整備し、その後、企業間でバスの共同運行ができるように調整することも考えられる。企業間でのバスの共同運行が実現すれば、朝夕の主な通勤時間以外も運行できる可能性があり、そうすれば今まで以上に柔軟に働くことができ、また、これまで市民が行き難かった場所にも行けるようになるかもしれない。人が行き、人の目が入ることで、まちがきれいになることも考えられる。

- 委員：確かに臨海部には行きづらいと感じる。臨海部で何か興味のあるイベントがあっても、遠いと感じてしまう。臨海部の企業が共同で運営するバスを市民も使えるようにしてもらえれば嬉しい。
- 委員：既に人が集まっているところをさらに魅力的にするだけでなく、市民が新たに魅力的な空間を発見して、その場所に簡単にたどり着けるようにするというのは重要であると思う。
- 委員：ヨーロッパでは都市交通（モビリティ）と都市計画を一体的に考えることが当たり前となっている。カフェや居酒屋、あるいはイベント等で魅力的な空間を作ったとしても、アクセスできないと意味がない。人の動きとにぎわいをつなげる計画が必要である。また、防災については、冒頭に会長から居住誘導区域のお話であったように、浸水想定区域を居住誘導区域から外すのは現実的ではなく、うまくつきあっていく必要がある。例えば、某都市では、ハード整備が進み災害危険エリアが縮小したことから、居住誘導区域を広げようとしている。一方で、災害リスクを抱える居住誘導区域については、要安全配慮地域などと指定することで、リスクを認識してもらおう取組をしている。このように安全のための情報提供が必要であり、それが「不安を覚えない」ということにつながるものと考えられる。
- 委員：北欧では、道路整備の考え方として、歩行者、自転車、自動車という優先順位になっており、自転車専用道路等ハード面の整備が進んでいるように感じた。また、災害リスクの対応としては、浸水想定区域に含まれる地域には3階建てを推奨するというのも一つの手段であると思う。
- 事務局：近年シェアサイクルの活用が広がってきているように思う。道路整備については、幅員の拡幅ではなく、今ある幅員をどのように再配分するかが重要であると思う。自動車よりも歩行者や自転車を優先したまちづくりを進められるかというのは過去からの課題であり、人の安全を考えた上で交通政策を考える必要がある。家から歩いて行ける範囲で十分に生活ができるということを目指したい。
- 委員：ここまで居住、商業、交通について議論したが、農地についてはどうか。
- 委員：農地は野菜を生産するだけでなく、季節によって変わる風景も楽しむことができる。また、住宅の密集を防ぎ、災害時の避難地としての役割も大きい。こうした農地を今後も確保するためには、生産者を確保して農業だけで生活していけるような仕組みを作っていくことが重要であると思う。
- 委員：生産緑地は放っておけば住宅が建って宅地化してしまう。防災分野に

も関係するため、今回の都市マスでどう記載すべきかが課題である。

委員：東京都練馬区では、体験型市民農園を実施して、気軽に生産者になってもらう機会を作る取組を行っている。都市に住みながら土に触れる機会は大変貴重である。都市圏の市街地に農地が点在する尼崎はそういった取組をする上では、大きな伸び代があるといえる。

委員：参考資料のアンケートについて、回答者の属性によって評価が大きく変わると考えられる。また、市外の人意見は重要で、市内在住者との意見の違いもあると思うので、しっかりと分析してほしい。また、魅力発信については、近年 SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の普及で様々な情報が出ている。特定の施設（点）だけではなく、商業、寺社仏閣、水門などをつなげた面的な魅力の発見、発信が必要である。

委員：子どものころに南部地域は怖いと教えられていたという市内北部出身者を知っている。子どものころから南北の交流を深めてそういったイメージを改善していくべきではないか。

委員：治安やマナーについてはイメージによって形作られている側面が大きいように思う。実際には治安は悪くないということをより発信すべきである。

事務局：治安とマナーがセットになってイメージが作られているように思う。全国的に犯罪率は減っているが、その中でも本市は顕著に減少しており治安は大きく改善しているといえる。ただ、マナーについては、ポイ捨てや自転車の運転、スマホ歩きなど、まだまだ不十分であると感じており、マナー啓発チームを作って指導するなどの取組をはじめようとしている。治安とマナーを別々に考えて、治安は悪くないということをしっかり発信していきたい。

委員：まだご発言のない委員はいかがか。

委員：生まれも育ちも市内であり、当たり前だと思っているので、尼崎の魅力は何かと聞かれても特に思いつかない。遊びに行くなら神戸や梅田に行く。工業夜景などが魅力であるならば、Instagram（インスタグラム）などでもっと発信すべきである。

委員：SNS は年齢層によって利用する主なアプリが異なる。高齢者向けの発信には、LINE（ライン）が有効である。ターゲットに応じて様々な SNS を活用していく必要がある。

委員：南に競艇場、北に競馬場があり、農地や住宅、工場がモザイク状につながっている。ある意味混沌としている尼崎の下町らしさは魅力である。

委員：ご指摘のとおりである。それがマイナスイメージの発信とならないように工夫すべきである。

以上