

広島経済同友会まちづくり委員会 提言書

～オール広島で「元気なまち“ひろしま”」を実現するための具体的方策～

2025年3月

広島経済同友会
まちづくり委員会

目 次

第1章 背景・目的

提言書作成の背景	3
オール広島で「元気なまち“ひろしま”」を作るための3つの提言について	4
広島市中心部の再開発の推進・パブリックスペースの確立	6
広島都心会議の活動	13
広島経済同友会と広島都心会議との関係性	16

第2章 「ひろしまド真ん中祭り」の振り返り

なぜまちづくり委員会がイベントを実施したのか	18
「ひろしまド真ん中祭り」実施結果	19
「ひろしまド真ん中祭り」開催結果の考察(成果・課題)	31

第3章 方向性の整理

「ひろしまド真ん中祭り」の開催結果から導き出す方向性	33
----------------------------	----

第4章 課題解決のための具体的施策

I ひろしまド真ん中祭りの開催を通じて見えた提言の実現に向けた方向性	35
① まちなか神楽	
② ひろしま市場	
II ひろしまド真ん中祭りの仕組みを他分野に水平展開することで見える提言の 実現に向けた方向性	38
① 組織の一元化	
② マルシェの自走化	
③ 情報の一元化	

1 背景・目的

提言書作成の背景

まちづくり委員会では、2017年の委員会発足から「都心部」と「中山間地域」を一連(連携、共存)のものと考え、「都心部」と「中山間地域」をつなぐという視点から、それぞれの課題や賑わいづくりの方向性を把握し、「都心部」と「中山間地域」それぞれに個別テーマを設定し、それぞれの賑わいづくりを造り上げていくという検討を進めてきた。

2023年3月には「都心部」、「中山間地域」のそれぞれが持つ資源を効率的に活用し、地域それぞれの都心部、中山間地域等の役割を仮説立て、県全体をつなげていくための具体的施策を、「元気なち“ひろしま”」を作るための3つの提言として、「組織の一元化」、「情報の一元化」、「コンテンツのブラッシュアップ」として、提言を行った。

提言後には自ら提言の実現に向けた目指すべき姿や課題を抽出すべく、具体的な活動として、広島ならではの「イイモノ・イイコト・イイトコロ」をいかした活動と発信の実践である「ひろしまド真ん中祭り」を、2023年度、2024年度の二年間で開催。オール広島で「元気なまち“ひろしま”」を作るための3つの提言(以下、「2022年度提言」という)の施策である「まちなか神楽」や「ひろしま市場」、「マルシェの自走化」を意識した取り組みを行った。

当提言は、2022年度提言の実現に向けた具体的な活動を通じて見えてきた、各施策の具体的な方法や手段、役割や課題解決策について整理を行っていく。特に「ひろしまド真ん中祭り」の活動結果からは、進むべき方向性を二つに分け、2022年度提言を具現化していくための提言を行う。

当提言は、活動一つ一つの粒は小さくとも、アクションを同時多発的に複数起こすことでうまれる共創の重要性を改めて明記するものである。

オール広島で「元気なまち“ひろしま”」を作るための3つの提言について

第1章 背景・目的（今、何が必要か？）

広島都心部のまちづくりの流れ（経済同友会の動き含む）

- ・都市機能委員会の提言（H28）以後、**都心部で相次ぐ再開発**が計画
- ・広島都心会議の設立

受け皿の整備はみられるものの、**披露するコンテンツが不足**

提言書作成の背景

- ・「都心部」と「中山間地域」をつなぐためには、**各地域の特色・不足している点を補い合う、連携・共存策、具体的な「つなぐ役割」を担う「方法・手段」を検討**することが必要
- ・県内各地区の都心部は「**受け皿の整備**」、中山間地域は「**魅力あるコンテンツのブラッシュアップ**」

➡ **都心部、中山間地域のそれぞれが持つ資源を効率的に活用し、相互に魅力向上が図れる具体的な連携策について各地区へのヒアリングや具体的な活動を通じて見えてきた点を踏まえ、提言する**

第2章 現状と課題（支部ヒアリングを踏まえて）

オール広島で「元気なまち“ひろしま”」を目指すために、広島の各地域で行われている取り組みや抱えている課題を整理する

- ・広島市中心部：相次ぐ再開発／公共空間の利活用
エリアマネジメント団体／広島都心会議
- ・呉地区：既存のコンテンツを結び付けた観光商品造成が必要
Free Wi-Fiなどのハード面の整備が課題
- ・三原地区：みはらイベントパコ／三原やっさ祭りの知名度向上
- ・尾道地区：HPによる情報の横連携／冬季や夜のコンテンツ不足
- ・福山地区：（株）築切家守舎による賑わい創出／エリマネ組成が必要
- ・備北地区：地域の魅力が当たり前すぎて魅力に感じていない
一元化された情報プラットフォームが必要
- ・東広島地区：ディスカバー東広島／地域外への発信が課題

共通課題①

行政・経済界・民間の連携が稀薄

地域での活動団体は多くあるが、**横連携ができていない**

共通課題②

域内での情報収集等は進んでいるが

地域外への情報発信が弱い（できていない）

共通課題③

地域のいいものは多くあるが

結びつけができていない

これらの課題に対する解決策を提言の3つの軸とする

第3章 まちづくり委員会の具体的な活動（地域間連携のための課題解決に向けた具体的な活動）

関係者ヒアリング

教育 地域間の学校交流は地域の良さを体験できるいい機会になるが、**カリキュラムの都合で実施できていない** ⇒ **教育（共育）**
一次産業 農業を産業として自立させるためには、都心部の受け皿を使い、**消費者と生産者が繋がる機会が重要** ⇒ **場、ソフト（アクション）**
観光 地域間をつなぐ役割は儲からない。つなぎ役の人や組織が整備され、コーディネートしてもらえると広く広報できる ⇒ **人、発信**

発信の場の創出（横川クリスマス／三次庄原フェア）

- ・地域の魅力発信のために、**都心部の場を活用したイベントは重要** ⇒ **場、ソフト（アクション）**
- ・イベントを自走させるためには、「**ヒト・カネ**」の課題解決が必須 ⇒ **ソフト（アクション）**

パネルディスカッション

- ・各地域の魅力を取りまとめる**地域内の「つなぎ役」と、そのつなぎ役同士をつなぐコミュニティが必要** ⇒ **人**
- ・コミュニティやつなぎ役が**ビジネスとして成り立つ仕組みが必要** ⇒ **人**
- ・中山間地域の持つコンテンツなどの「**情報**」を都心部側で継続的に発信できる仕組みが必要 ⇒ **発信**
- ・各地域の魅力発信の「**場**」として、**マルシェなどの「暫定的な場」と「常設の場」が必要** ⇒ **場、ソフト（アクション）**

学生との意見交換 ⇒ **場、ソフト（アクション）**

シンポジウム ⇒ **人、ソフト（アクション）、発信**

- ・地域内連携・地域間連携のためには「**火付け役**」が必要 ⇒ **人**
- ・地域内連携・地域間連携のためには「**青臭い議論**」が必要／連携の前提は「**よいもの**」をつなげること ⇒ **ソフト（アクション）**
- ・好循環を起こすために、地元の人が誇りを持てるための教育が必要 ⇒ **教育（共育）**

第4章 地域間連携のためのキーワード（地域間をつなげていくためのキーワードと目指すべき姿）

人

各地域内に魅力を取りまとめる「つなぎ役」がいて、各地域の「つなぎ役」も連携できている

ソフト（アクション）

“ヒトモノカネ”の問題が解消され、様々な場所でアクションが連動して起こっている

場

マルシェなどの場が継続的に提供されるとともに、オール広島の魅力を発信・提供する常設の場所も整備され、そこに県内外の人が常集積している

発信

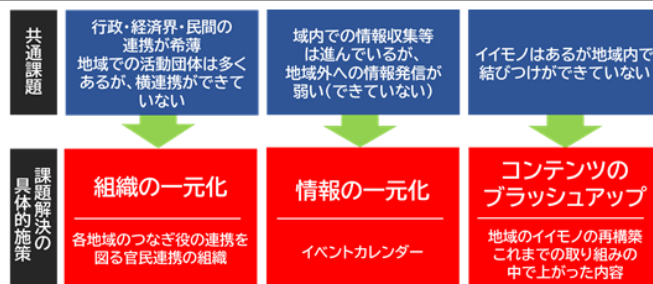
地域の魅力が一元化された「情報プラットフォーム」により、ジャンル別や現在地に対する必要な情報をリアルタイムに提供できている

教育（共育）

地域を越えた学校間の交流が行われているとともに、観光や遊びなど、体験しながら地域の魅力を学ぶコンテンツが整備されている

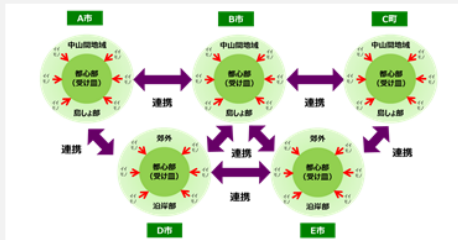
オール広島で「元気なまち“ひろしま”」を作るための3つの提言について

第5章 課題解決のための具体的施策（地域間をつなげていくための3つの提言）



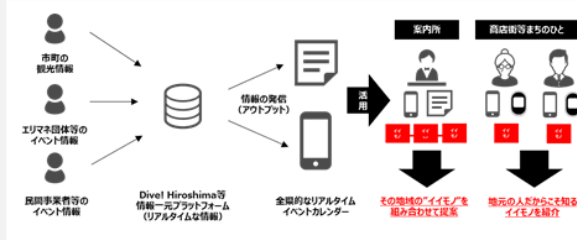
組織の一元化

各地域の「つなぎ役」が一堂に介し、地域間の連携を促進させる官民連携の全県的な組織の整備



情報の一元化

広島県全域の「イモノ」イベントが一括で掲載された「イベントカレンダー」



コンテンツのブラッシュアップ

地域間をつなげていくための5つのキーワードに対して、これまでの委員会の活動の中で上がった具体的な施策の実現と実現のために必要となる(広島都心会議などを中心とした)組織体制の構築

まちなか神楽

広島市中心部のホテルで、隔週で神楽を実施。また、本通りなどの屋外でも実施を行い、毎週どこかで神楽を実施している環境を整備

ひろしま市場

都心や観光地等に常設の市場を整備。イメージは高知の「ひろめ市場」や金沢の「近江町市場」。ものを売るだけでなく、その場で食べることもでき、地元の人と交流できる場所とする。また、リアルタイムな観光情報も提示する

地域の困りごとと解決策を引き合わせる「マッチングサイト」

WEB上に各地域の方が誰でも気軽に相談できるプラットフォームを整備。各地域で課題を投稿し、他の地域は自分たちの持つリソースで解決できる内容があれば、その解決策を提示する

ワーケーション推進月間

広島県のもも海もある風土を活かし、ワーケーション取得率日本一を目指す。広島県で「ワーケーション推進月間」を制定し、期間中は広島県やワーケーションに訪れた市町からワーケーションを実施した企業への支援を行う

「ALL Hiroshima キッズニア」と「大人の社会見学」

WEB上のプラットフォームに小中学生が参加可能な就農体験や職場体験を案内し、登録者が参加できる仕組みを構築する。また、県内の経済団体が旗振り役となり、県内の企業間の視察体験を設ける

学校間による地域間交流のカリキュラムへの組み込み

学校の必修科目としてカリキュラムに地域間の学校間交流を組み込む。たとえば、「海vs山の魅力ディベート大会」のように、イベント要素も含めながら、地域の良さを自主的に見つける取り組みを実施する

熱量のある人が登録されたプラットフォーム

精力的に活動している当事者をジャンルごとに取りまとデータベース化する。登録された方とマッチングできる仕組みの構築により、地域間のマッチングや人の観光コンテンツ化を行う

マルシェの自走化に向けた支援

広島市中心部で受け皿を持つまちづくり団体などと連携し、三次庄原フェアのような、各地区のマルシェイベントを実施。実施に係る費用は、広島都心会議などに支援いただきながら実施する

おわりに

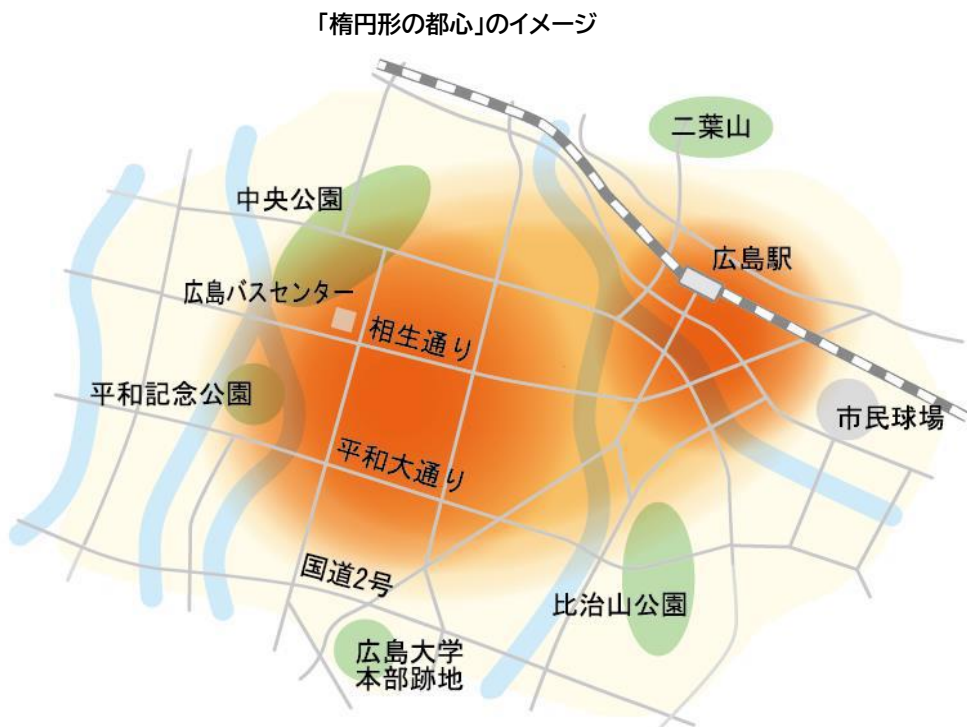
- これらの取り組みの実現のためには、プレイヤー・企業・まちづくり組織・行政等の連携による「共創」が必要
- 広島経済同友会としても、各支部があり、多様なテーマの委員会活動を行っている我々こそが地域や分野をつなぐ「つなぎ役」にふさわしいという考えを持ち、その中で、まちづくり委員会としても、支部間連携や委員会連携をより積極的に行っていくなど、オール広島で広島のまちの課題解決に向けた具体的な取り組みが遂行できるように働きかけを行っていく

広島市中心部の再開発の推進・パブリックスペースの確立

広島市中心部は、企業の本社や支社、官公庁施設等、中枢都市にふさわしい都市機能を有する施設に加え、百貨店などの商業施設等も集積しており、広島広域都市圏の経済の中心といえる。また広島駅、広島バスセンター・紙屋町周辺などの交通結節点もあり、交通の要衝でもある。広島市中心部は、広域都市圏の経済・生活の中心としての役割を担い、中四国地方の中枢として地域の発展を牽引する役割を期待されている。

そのような中で、広島市では、広島駅周辺地区と紙屋町・八丁堀地区を都心の東西の核と位置付け、都市機能の集積・強化を図ることで相互に刺激し高め合う「楕円形の都心づくり」を進めており、2017年3月には、当エリアの将来像や目指すべき姿、その実現に向けた施策等を記載した「ひろしま都心活性化プラン」が策定された。

また、広島市中心部では、広島駅周辺並びに広島紙屋町・八丁堀地域が、従来より都市開発事業等を通じて緊急かつ重点的に市街地の整備を推進すべき地域として国が定める「都市再生緊急整備地域」に指定され、さらに2020年9月には、開発事業等を通じて重点的に市街地の整備を推進すべき地域として国が定める「特定都市再生緊急整備地域」に指定された。同地域で再開発を行う場合は、税制面などでの優遇が可能となるため、数多くの再開発事業が動き出しを見せており、都心の受け皿としての役割が加速している。



参考：広島市都市計画マスタープラン

実際に、広島市中心部では、様々な再開発事業が進むとともに、公共空間等の利活用など、受け皿整備につながる動きが見られる。ここでは、現状の主な再開発事業並びに公共空間等の利活用について整理する。

(1)再開発事業

◆ 旧広島市民球場跡地整備事業「HIROSHIMA GATE PARK」

(2023年3月31日開業)

旧広島市民球場跡地を緑豊かなオープンスペースを中心とした空間とするとともに、都心の新たな賑わい拠点となるような、年間を通じて多様なイベントが開催できる空間として整備された。10月にはオクトーバーフェストが、12月にはクリスマスマーケットが開催される等、多くの来場者で賑わいを見せている。

整備実施にあたっては、P-PFI制度を活用し、民間事業者のノウハウを最大限に活用しながら、広島の「顔」となり、若者を中心とする多くの市民や平和記念公園を訪れる観光客を引き付ける、にぎわいとおもてなしの心が感じられるゾーンとして整備されている。



◆ サッカースタジアム等整備事業ならびに中央公園広場エリア等整備事業

(サッカースタジアム:2024年2月1日開業/スタジアムパーク:2024年8月1日開業)

エディオンピースウィング広島は、広島の新たなシンボルとして広域的な集客効果を高めるなど、広島県、広島市全体の活性化につながる施設として整備された。日本初のまちなかスタジアムとして賑わいを創出している。

また、サッカーのための施設にとどまらず、スタンド下を活用したにぎわい機能の導入を進めるなど、多機能化・複合化を図ることで、年間を通じて、幅広い世代の人が楽しめる施設というコンセプトになっている。さらに、スタジアム横に整備されたスタジアムパークでは、サッカースタジアムと一体となったにぎわいの創出につなげることで、幅広い世代の人や観光客が楽しめ、憩える都会のオアシスとなっている。



◆広島城三の丸整備等事業(第1期／2025年3月開業予定)

広島歴史を感じられる広島城の目下にある「広島城三の丸」において、広島食や日本の食を楽しめる飲食店や、武家茶道・上田宗箇流の世界を身近に感じられる飲食店をはじめとした茶道・弓道など歴史・文化を体験・体感できる店舗、広島県の逸品や話題の商品、地元で愛されるお土産を取り揃える物産館などを整備する。神楽等を上演できる多目的広場やマイカー駐車場も設け、観光客や市民が楽しめる場所を目指していく。



◆広島県庁舎敷地有効活用事業(2025年3月27日開業)

広島県の中核拠点である県庁周辺で働くワーカーや都心部に遊びに来る方々の仕事と生活の日常をアップデートする憩いの拠点を創出する。

建物は分棟で配置し、ピロティやテラスを有することで、木のぬくもりを感じられる憩いの空間を創出する。さらにグランドレベルで高い開口率を設け、屋外と一体となる居心地の良い場をつくり出している。さらに県庁正面エントランス前に芝生広場を整備し、テイクアウトのフードやドリンクを楽しめ、またバス停前の待ち時間などに一息つける空間を創出している。



◆ 広島駅南口広場の再整備等事業（2025年春並びに夏 開業予定）

広島駅南口広場では、JR西日本が実施する駅ビルの建替えと連携し、路面電車を駅ビルの2階レベルに高架で進入させる駅前大橋ルートを整備するとともに、それにより生まれる空間を活かして、駅周辺に点在するバスの乗降場を集約するなどの広場の再整備を計画している。新しく整備される新広島駅ビル(minamoa)は、広島に新たな賑わいや交流、感動を創出する施設として、ショッピングセンターやシネマコンプレックスなど、多種多様な商業施設やホテル等の導入されている。あわせて、広場を中心に広島駅南口Aブロック・Bブロック・Cブロック、及び広島JPビルディングへのペデストリアンデッキを設置し、駅自由通路とつながる2階レベルの歩行者ネットワークの構築を目指している。



出典元：JR西日本ホームページ

◆ 基町相生通地区市街地再開発事業

（高層棟及び変電所棟：2027年度 竣工予定／市営駐輪場棟：2029年度 竣工予定）

基町相生通地区市街地再開発事業は、相生通りに面した朝日会館跡地およびその北側の基町駐車場一帯で進められている市街地再開発であり、「広島都心地域」における官民連携のリーディングプロジェクトとして実施される。国際的なビジネス環境の形成、業務機能の高度化に資する高規格オフィスを整備するとともに、国内外からの観光客やビジネス来訪者等の更なる誘客、滞在ニーズに資する世界に通用する良質なホテルの整備が計画されている。さらに、相生通りの道路空間と一体的な利用が可能となるオープンスペースの整備により、居心地が良く歩きたくなるまちなかの沿道空間の形成につなげるとともに、地域のエリアマネジメント団体等と連携しながら、多様な地域活動による賑わいと交流の機会創出を目指している。



(2)公共空間等の利活用

◆ 民地内の開放された空間を活用した社会実験（カミハチキテル）

広島市都心部のまちづくり団体「カミハチキテル」による基町クレドふれあい広場を活用した公共空間での社会実験。空間内に芝生やテーブルを配置するとともに、コンテナ店舗を出店した。テーブルは社会実験後も常設として残り、都心の新たな憩いの空間となっている。



◆ ひろぎんホールディングス本社ビル1階 トゥモロウスクエア

ひろぎんホールディングス本社ビルの建て替えに伴い、当ビル1階を誰もがいつでも気軽に立ち寄れるにぎわいとふれあいのスペースとして整備。イベントスペースやカフェ、ライフスタイルマーケットなど、誰もがいつでも立ち寄れる空間づくりを行っている。



◆ 紙屋町地下街シャレオの利活用

紙屋町地下街シャレオでは、中央広場を活用した都心のにぎわい創出につながる様々なイベントが実施されている。近年では、2022年7月に「紙屋町ビアケイブ」が開催され、ビールメーカー4社と、地元飲食店によるグルメの販売が行われた。開催期間中は多くのお客様が訪れるなど、都心の賑わいにつながるイベントとなった。また、広島市青少年施設との連携事業である「Youth Festival」やKOI PLACEの野外シネマとの連携企画である「映画と、週末のひととき」映画上映会の実施など、数多くの連携企画も実施されている。

また、近年では、広島都心会議が主催でスポーツとビールの祭典「Hiroshima Sports and Beer Night」を開催。クラフトビールや地元飲食店によるグルメの販売に合わせ、サンフレッチェ広島のパブリックビューをはじめとする広島の魅力のひとつであるスポーツを楽しめる空間を創出。普段は通行者が多く、立ち寄りが生れない地下街の空間に目的をつくることで、新たな賑わいを創出した。

中央広場以外でも広島工業大学の学生による西通りの空き店舗活用検討のためのワークショップの実施や、紙屋町BASEや紙屋町SWINGを活用した広島都心会議主催の「学生との意見交換会」の実施など、多様な活用方法を行っている。



Hiroshima Sports and Beer Night



Hiroshima Sports and Beer Night



紙屋町ビアケイブ



紙屋町BASEの活用

◆ 広島駅前 川の駅(猿猴橋もと)の利活用(広島駅周辺地区まちづくり協議会)

JR広島駅南側の猿猴川河岸の賑わい創出については、2021年10月より、猿猴橋もとの川の駅スペースの有効活用として、地域のまちづくり団体である「広島駅周辺地区まちづくり協議会」による広島駅南口実証実験イベントを開催している。定期的なマルシェの開催やキッチンカーの設置などにより、広島陸の玄関口における、水辺に憩える空間の創出につなげている。



◆ KOI PLACE

JR西広島駅と広島電鉄広電西広島駅の間点にあるKOI PLACEは、ひろでん会館跡地の暫定活用として、広場を中心とする施設が整備されている。西広島エリアに新たな賑わいを生み出すとともに、地域住民や駅利用者の憩い・くつろぎ・交流する場を創出することを目的に、今後進むJR西広島駅周辺のまちづくりを見据えた地域価値の向上を目指す。定期的に開催されるマーケットやマルシェなどのイベントに加え、屋外の芝生空間を活かし、ストリート神楽や野外シネマなどのイベントも開催される。2022年3月には、都心部と中山間地域をつなぐ連携イベントとして「三次・庄原フェア」が開催され、都心の受け皿としての役割も果たした。



◆ 横川駅周辺での空間の利活用

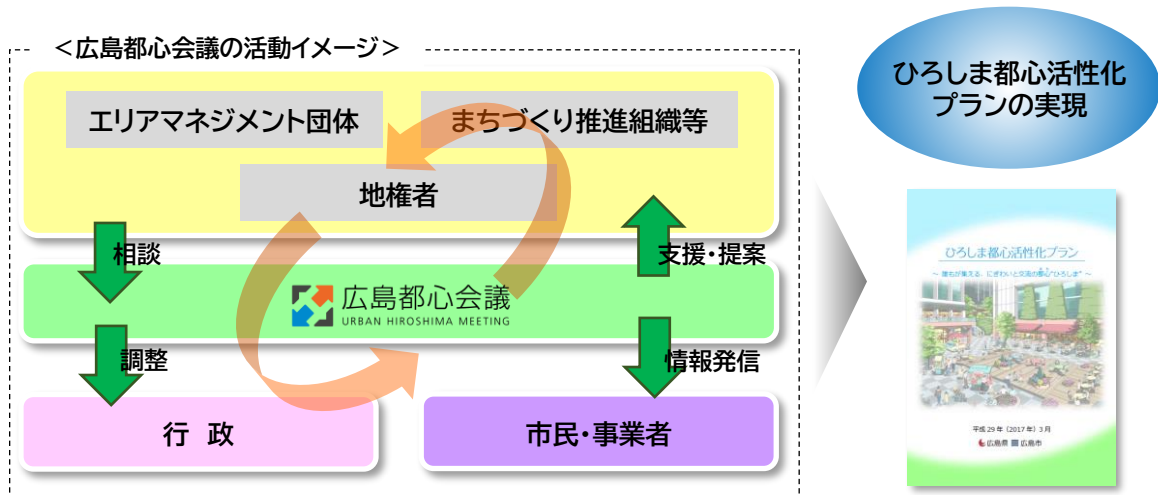
横川地区の個性豊かな商店街が集結し、主に横川駅の空間を活用した地域の活性化につながるイベントを数多く開催している。定期的なマルシェに加え、「横川ゾンビナイト」や「ガワフェス」「横川ふしぎ市」など、常に新しい文化や話題を発信している。2021年12月に開催された「横川クリスマス」では、まちづくり委員会および備北支部と連携し、備北地区のお酒や特産品の販売を行い、都心の受け皿としての役割を果たした。



広島都心会議の活動

広島市中心部における相次ぐ再開発の動きや地域のエリアマネジメント団体の設立・活動が見られる中で、これらの動きを個別最適ではなく全体最適につなげていく必要がある。先述の都市機能委員会の提言書の中でも、まず優先して動き出しを行う必要のある点として「産官学民が一体となって継続的にまちづくりを議論、推進できる新たな仕組み・体制づくり」の必要性が提言されており、それらの流れを受けて、2021年4月には、地域住民、地権者、民間企業、エリアマネジメント団体等の様々な関係者や行政と連携し、一体となって継続的にまちづくりを推進させるための官民連携のまちづくり推進組織「広島都心会議」が設立された。

現在、エリアマネジメント団体や地権者と行政の中間に位置するプラットフォームとしての役割として双方と連携した一体的なまちづくりを推進する働きを行うとともに、エリアマネジメント団体の連携を図る取り組みや、産官学民の様々な人がまちづくりについて考える場の提供など、広島都心部のまちづくりに対する機運を高め、活性化させる活動を行っており、今後官民連携によるまちづくりの一層の推進が期待される。



広島都心会議 組織構成 ※2025年3月末時点

会 長：棕田昌夫（広島電鉄㈱代表取締役会長）
副 会 長：部谷俊雄（㈱ひろぎんホールディングス代表取締役社長）
田村興造（広島ガス㈱相談役）
顧 問：湯崎英彦（広島県知事）／松井一實（広島市長）／池田晃治（広島商工会議所会頭）
理事企業：エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ㈱／㈱大林組広島支店／㈱ガリバープロダクツ／
㈱フジタ／㈱三井住友銀行／㈱読売広告社／清水建設㈱広島支店／大成建設㈱中国
支店／中国電力㈱／三井不動産㈱中国支店／三菱地所㈱中四国支店
正 会 員：52社 賛助会員：25社 特別会員：1社 オブザーバー：中国財務局、広島県、広島市

(2) 広島都心会議の「Show Room」の整備

紙屋町地下街にまちづくりの活動拠点や情報発信拠点となる場所を整備。会議や交流の場として、学生や都心会議の会員が集い、様々な活動を行うことのできる場所とすることで、新たな動き・連携を生み出していく。



(3) 広島都心全体をフィールドとした連携した動き

エリアマネジメント団体や企業と連携したまちの賑わいを創出する具体的なアクションの連続的な実施を増加させている。(CITY SCAPEやクリスマスマーケット、オオカミフェス等)



クリスマスマーケット(紙屋町・基町にぎわいづくり協議会)
※ひろしまクリスマスマーケット実行委員会と連携



ひろしま真ん中祭り(並木コンソーシアム(什器レンタル))
※広島経済同友会まちづくり委員会と連携



オオカミフェス(紙屋町・大手町未来会議)
※JC(広島青年会議所)と連携

広島経済同友会と広島都心会議の関係性

広島経済同友会は、「支部制」を持つ類まれなる団体であり、広島地区のほか、呉・三原・尾道・福山・備北・広島中央(東広島、竹原)の計6つの支部を有し、各地域に根差したより良い経済社会の実現、国民生活の充実のための諸課題に率先して取り組んでいる。

近年では、オール広島支部交流会の開催や、まちづくり委員会が発起人の「ひろしまド真ん中祭り」の実施等、オール広島経済同友会での取組も増加している。

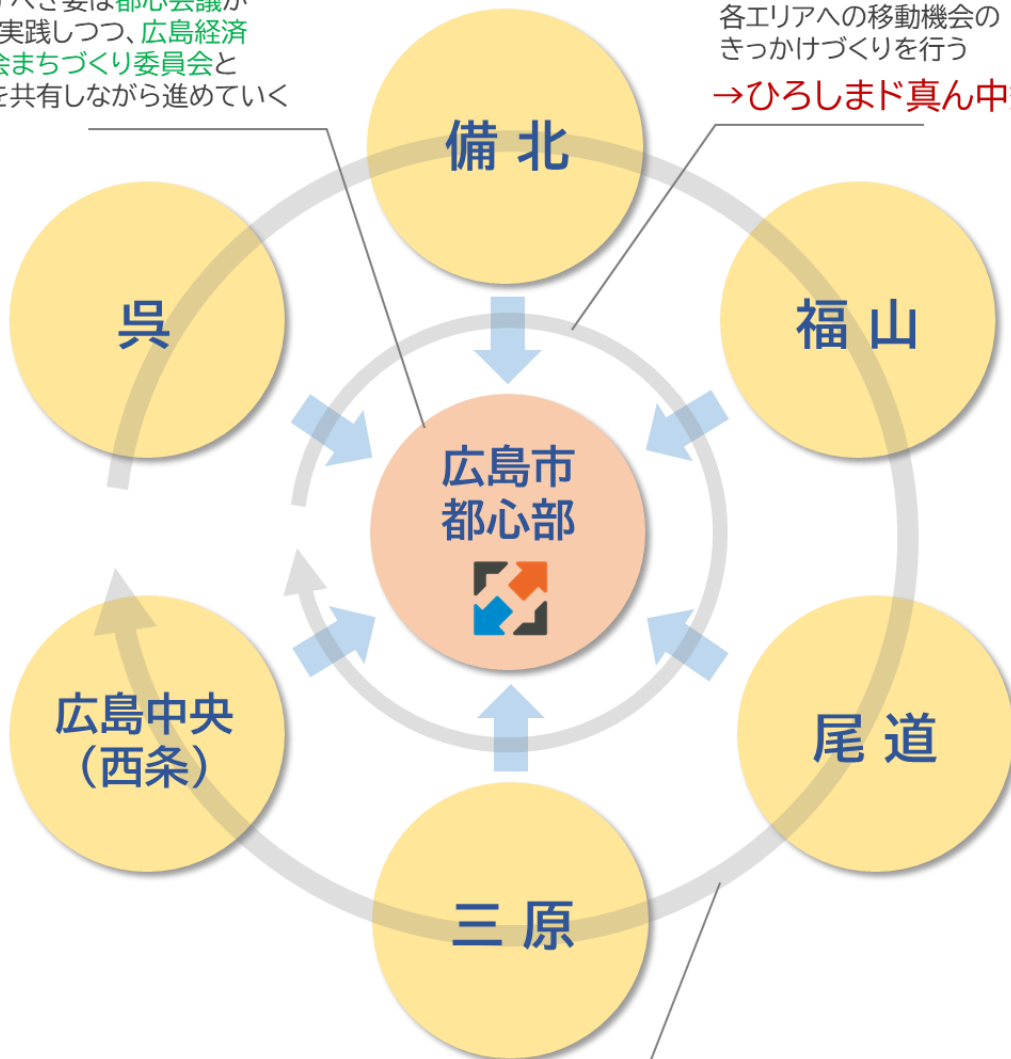
また、「広島都心会議」とも連携を行うことで、都心部と県内の各地域を連携させる動きに繋げている。

広島市都心部について

広島市の都心部の課題や
目指すべき姿は都心会議が
検討・実践しつつ、広島経済
同友会まちづくり委員会と
情報を共有しながら進めていく

各エリアが連携しつつ、
コンテンツを都心部に集め
各エリアへの移動機会の
きっかけづくりを行う

→ひろしまド真ん中祭り



地域間(支部間)連携について

広島経済同友会まちづくり委員会が地域
や分野の「つなぎ役」として、積極的に連携
させていくことで、「オール広島での地域
活性化」に繋げていく

2 「ひろしまド真ん中祭り」の振り返り

なぜまちづくり委員会がイベントを実施したのか

ひろしまド真ん中祭りの役割は、まちづくり委員会の活動テーマである、「都心部と中山間地域をつなぐ」ことの具現化であり、広島県の都心部の人が集積する場所（ひろしまゲートパーク等）を使い、各地域にある、地元の人にとっては当たり前になっている“イイモノ”を多くの方に届ける・知ってもらうこととしている。そして、イベントを通じて知った“イイモノ”をきっかけに、地域に興味を持ち、現地に足を運んでもらう「交流人口」や「関係人口」を増やす、というサイクルを創り上げていくことを最終的な目的と設定した。

また、「ド真ん中まつり」というイベント名については、出店事業者がイベント出店により自社事業が潤う良いきっかけとなり、それが結果として地域の活性化につながることや、イベントを通じてうまれた地域のファンがさらなるファンを呼び、最終的にはその地域や広島県全体の価値向上に繋がることから、様々な地域の魅力の中で「お客様自身のド真ん中を射抜くもの（すきなもの）を見つけてほしい」という考えから設定した。

さらにイベントの開催場所についても「賑わいの中心となるド真ん中とは、特定の場所を指すのではなく、県内各地の様々な場所で開催していきながら、その時々イベントの開催場所で賑わいが生まれている状態が望ましいと考え、設定したものである。

開催趣旨・目的

広島都心部の人が集まる場所を使い、各地域にある広島の“イイモノ”を多くの方に届ける
知ってもらう



触れた“イイモノ”をきっかけとして、実際に現地に足を運んでもらう



その地域にとっての「交流人口」・「関係人口」を生み出していく

短期的効果

出店事業者様の知名度向上、売上UP、ファンづくり

中長期的効果

広島県全体の周遊促進、滞在時間の延長、購買促進

目指すべきゴール

- ① イベント自体の開催が開催前に認知されている
- ② 誘導的・偶発的、どちらの形でも多くの来場者がイベントに来られ、全ブースの売上が好調である。
かつ、地域のPRが十分に行えたという手ごたえがある
- ③ 事前に仮説立てた課題や検証すべき項目に対し、出店事業者、来場者から指標となるデータやニーズの収集ができている
- ④ イベントの開催が自走化できている

2023年12月3日 実施概要・結果

日時:2023年12月3日(日) 10:30~18:00

開催場所:ひろしまゲートパーク

出店者等:計25事業者(詳細は下記のとおり)

地域	出店事業者
三原	ちゅるりんCar、空の駅オーチャード、おはぎのこだま、お好み焼ふくちゃん、三原市観光協会
尾道	尾道ええもんや、尾道ラーメン・居酒屋とりかわ権兵衛、尾道てっぱん料理くらぶ、大丸日本料理場
福山	文字のしおり、FUKUYAMA MONO SHOP、からあげ専門店ばんぶ、ともの、Ginger Diamond
備北	しょうばらゆめさくら、道の駅たかの、道の駅ゆめランド布野、トレッタみよし
広島中央	広島県産落花生協農園、賀茂泉酒造、白牡丹、賀茂鶴酒造、豊栄プロジェクト、ORIOLI、いいね！竹原

ステージ:三原やっさ踊り振興協議会によるやっさ踊り、羽佐竹神楽団による
神楽公演(戻り橋、塵輪、八岐大蛇)

来場者数:約8,000人



【イベント総括】

- ・ 来場者には満足の高いイベントとなったが、出店側は飲食と物販など、ジャンルによって満足度の差が出るイベントとなった。立地条件の良さに対し、売上が想定以下であると答えた出店者もいた。広報不足を指摘する声もあったため、次回イベントの最優先事項課題とする。
- ・ 「まちなか神楽」の実現に向けて神楽公演を実施したことで集客にも良い影響を与えた。またやっさ踊りについても多くの来場者に喜んでいただける結果となった。
- ・ この度はテストマーケティングを兼ねて舞台を製作したが、費用対効果を考えると効率が悪いため、伝統芸能等を披露することのできる常設の場の検討等を進めていく必要性を感じた。
- ・ 三次庄原フェア、ひろしまド真ん中祭りとも出店者のイベントへの参加マインドや意識は高い。
- ・ イベントを取りまとめる側(主催)と出店者が抱える課題の項目は「ヒト・モノ・カネ」で共通していると分かった。イベントまでの取りまとめ作業(行政への届出等も含む)、当日スタッフの確保、什器の確保準備、イベント開催費用、出店料等、継続的かつ自走したイベントの開催のためには、現在のスキームを活かしイベントを開催しつつ、イベンターやコーディネーターの育成、組織の設立や成長が必要不可欠であると感じた。

【来場者からの主な意見】

イベント全般

- ・ イベント自体を知らずに来たが、ブースを回る中で、色々と食べたり買ったりした。こういった取組は今後も定期的 to 実施してほしい
- ・ ネットで知って来た。行ったことのある地域もあればそうでないところもある。知らない地域やものを知るいい機会になった
- ・ 県内の色々なものが見れることを楽しみに来た

舞台関係

- ・ 参加型のやっさ踊りが非常に楽しかった
- ・ 出店事業者のPRタイムがあれば良かった
- ・ 神楽の人气がすさまじかった

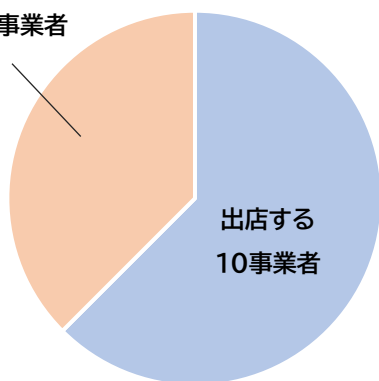
2023年12月3日 アンケート結果(出店事業者)

【出店者アンケート】

Q 場の提供があった場合、次回も出店を検討するか

条件によっては出店する

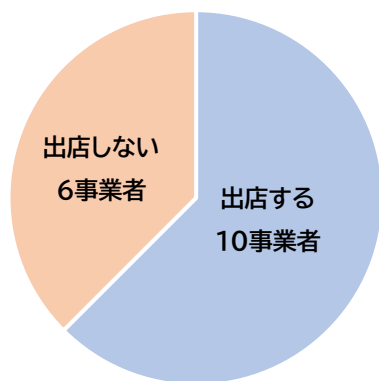
6事業者

出店する
10事業者

【「条件によっては出店する」を選択した理由】

- ・開催時期
- ・人員の確保
- ・移動距離
- ・出店手数料
- ・来場者数の少なさ
- ・開催目的

Q 出店料徴収があった場合、次回も出店を検討するか

出店しない
6事業者出店する
10事業者

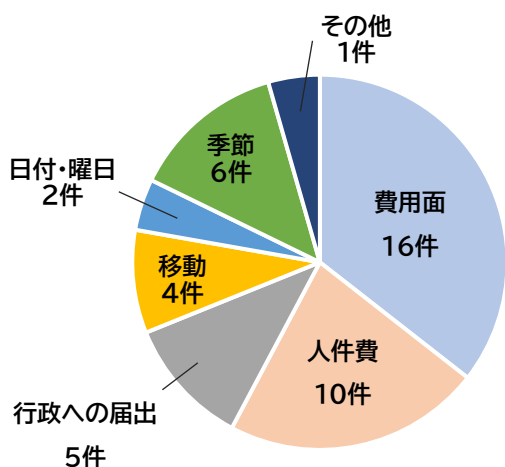
【「出店する」を選択した理由】

- ・売上の10%等であれば検討
- ・企画内容にもよる

【「出店しない」を選択した理由】

- ・採算が合わない(特に物販)
- ・告知等が十分できて、来客数が増えれば有

Q イベントに出店する上でハードルだと感じる点

その他
1件費用面
16件人件費
10件行政への届出
5件移動
4件日付・曜日
2件季節
6件

【「その他」を選択した理由】

- ・開催時間

Q イベントにあったら良かったと思う要素

- ・ 各ブースを周ることによる特典(スタンプラリーとか)
- ・ こどもが飲食できるスペース。どこからでもステージが見えれば嬉しい
- ・ カープの選手のトークショーや子供の楽しめる企画、出店商品の抽選会
- ・ BGM ステージがはじまるまでの間が、少しさみしかった感じでした。

Q こんなイベントを実施してほしいという要望

- ・ 今回のような広島各地の物産展
- ・ 地域特産品グランプリなど
- ・ 各市町村B級グルメ大集合
- ・ 広島各地のお好み焼きの食べ比べセット販売
- ・ 広島の新作マーケット的な新商品を紹介する場
- ・ 各地の郷土芸能大会(各地の食とお酒のブースあり)
- ・ 車で行ける会場でのイベント(公共交通や徒歩では買い物量の制限を受けてしまう)
- ・ 広島のを一堂に集め、食とのコラボが愉しめるようなイベント
- ・ 広島の魅力を発信できるイベント
- ・ 主に子供達を対象にした職の体験型のイベント

Q 呉や三原など、それぞれの地域でのイベント出店意欲

出店する
19事業者

【検討する条件】

- ・ 出店料免除
- ・ 什器準備
- ・ 行政への届出主催対応
- ・ 交通費
- ・ 駐車場
- ・ その他(目的と対象。収支予想が見込める場合)

2024年9月28日、29日 実施概要・結果

日時:2024年9月28日(土) 12:00～21:00、29日(日) 10:00～17:00
開催場所:ひろしまゲートパーク、シャレオ西広場
出店者等:28日…27事業者、29日…31事業者(詳細は下記のとおり)

地域	出店事業者
呉	居酒屋利根本店
三原	ちゅるりんCar、おはぎのこだま、お好み焼ふくちゃん、三原市観光協会、道の駅みはら(神明ちゃん)
尾道	尾道ラーメン東珍康、しまなみブルワリー、尾道ブルワリー、尾道ええもんや
福山	縁や、日本畜産(株)、からあげ専門店ばんぶ、藤井堂、炉ばた焼しろ
備北	しょうばらゆめさくら、三次ワイナリー、HIROSHIMA NOH BREWERY、美和桜、平田観光農園、道の駅たかの、道の駅ゆめランド布野、エイコーンズ
広島中央	広島県産落花生協農園、賀茂泉酒造、賀茂鶴酒造
その他	広島魚市場(株)・広島リビング新聞社、広島県観光連盟、NTTドコモ、広島電鉄(株)、ハダシランド、レガーレFC

ステージ:両日…ひろくまステージ、出店事業者紹介
28日…サンフレッチェOBによるトークショー
29日…三次太鼓育成会による三次どんちゃん、三原やっさ踊り振興協議会によるやっさ踊り、桑田天使神楽団による神楽公演
(紅葉狩、八岐大蛇)

シャレオ:28日…西通りにてサンフレッチェパブリックビューイングの実施
来場者数:約32,000人





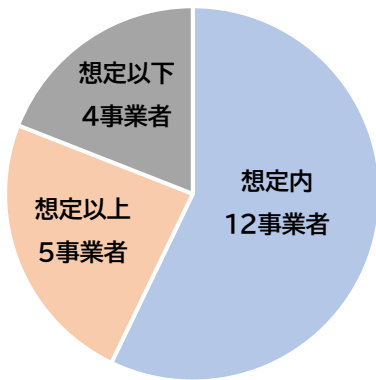
【イベント総括】

- ・ 広島経済同友会の支部制を活かした地域ならではの出店をいただいたこともあり、広島在住の方でも「知らないものをたくさん知ることができ、いい機会の提供をしてもらった」とのお声をいただいた。
- ・ 近隣施設でサンフレッチェの試合、コンサート等が行われた影響もあり、ゲートパークへの立ち寄り客は非常に多かった。
- ・ 昨年度は広報不足が否めなかったため、専用Instagramアカウントの開設、中国放送でのインフォーマーシャル対応、ラジオカー出演、地元新聞社との連携などの広報を実施した。その結果、通りすがりではなく、イベントそのものを目的に来られた来場者も見受けられた。
- ・ 昨年度の反省ならびに出店者アンケートをうけて9月末の実施としたが、予想以上の猛暑により、事業者によっては売上に悪影響を及ぼした。
- ・ 昨年同様、神楽公演並びにやっさ踊りは非常に盛り上がり、今年初参加された三次太鼓育成会様による三次どんちゃんも、会場練り歩きを行っていただき、ステージとマルシェ出店の一体感を作り上げていた。
- ・ 来場者のアンケート等を見ても、地元に密着したイベントは稀有なものであり、かつ非常に求められているものと分かった。どういった主催団体でひろしまド真ん中祭りを継続・発展させていくかは連携事業者含め、しっかりと検討していく必要がある。

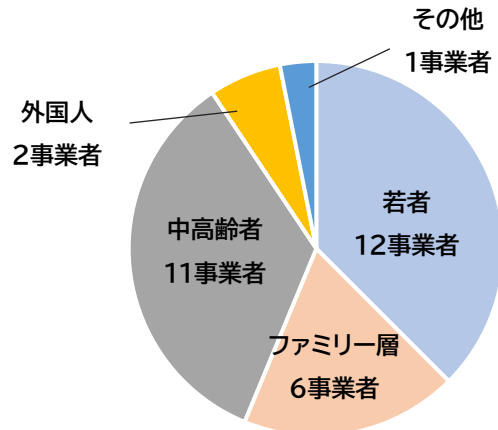
2024年9月28日、29日 アンケート結果(出店事業者)

【出店者アンケート】

Q 売上は想定内か



Q 主な購買層

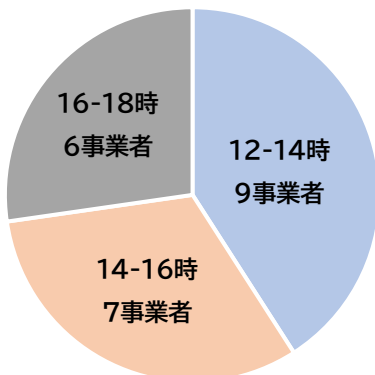


【「その他」を選択した理由】

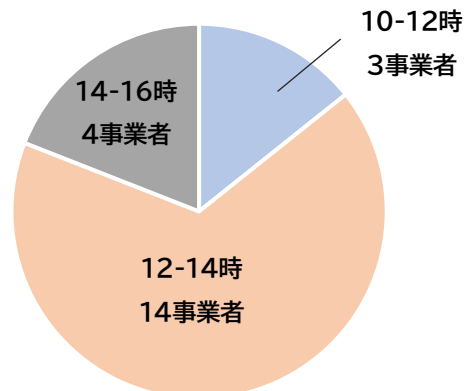
- ・サッカー観戦者
- ・県外からの観光客(中部、関東方面)

Q 売上が多かった時間帯

28日



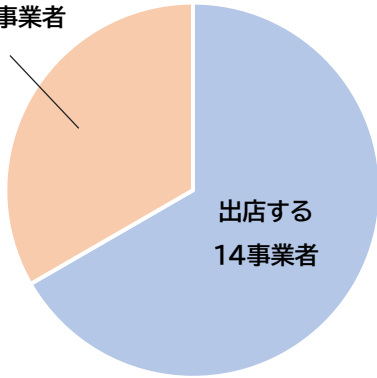
29日



Q 場の提供があった場合、次回も出店を検討するか

条件によっては出店する

7事業者

出店する
14事業者

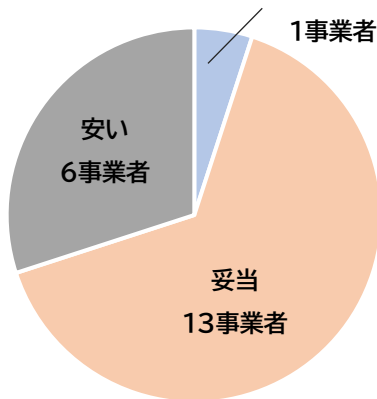
【「条件によっては出店する」を選択した理由】

- ・開催時期
- ・人員の確保
- ・移動距離
- ・宿泊施設の金額

Q 出店料は妥当か

高い

1事業者

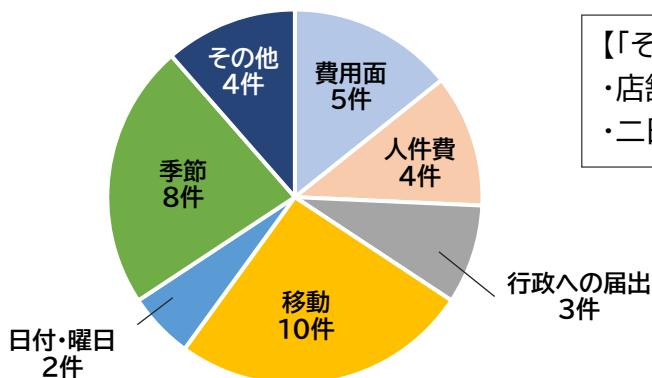
安い
6事業者妥当
13事業者

※2日間出店…8,000円(キッチンカーは7,000円)
1日のみ出店…5,000円(キッチンカーは4,000円)

Q イベントに出店する上でハードルだと感じる点

【「その他」を選択した理由】

- ・店舗の繁忙期と重なるため人が出しづらい
- ・二日間開催、時間

日付・曜日
2件行政への届出
3件

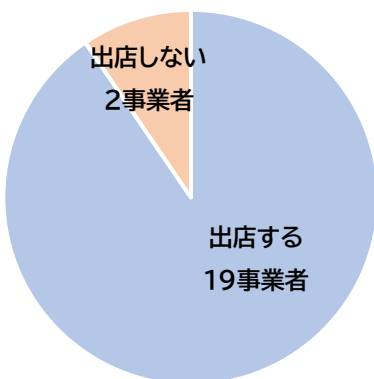
Q イベントにあったら良かったと思う要素

- ・ 音楽等のライブ
- ・ こども参加型の催し。夜まで開催するなら、光のアートなど
- ・ 広島のをテーマにした、その道のプロのディスカッション
- ・ テレビ中継
- ・ 集客できる有名人の参加、歌などのにぎやかさ
- ・ 郷土芸能、地元の中・高校生の芸能(太鼓・神楽等)
- ・ 子供も参加出来る体験型のようなものがあればファミリーも来場しやすいと感じる
- ・ 子供達によるパフォーマンス

Q こんなイベントを実施してほしいという要望

- ・ 今回のような広島市内の集客がある土地でのイベント
- ・ 「地域のイモノを知ってもらう・・・」はとても良いと感じている
- ・ 各催しにて「海産物」の出店が少ない印象。「食」「地産地消」「肉・魚・野菜・果物」「季節(旬)」等にお役に立てるコンテンツがあるので、是非ともよろしくお願いいたします
- ・ ダンススクールのダンス
- ・ お酒と料理と音楽を楽しむフェス
- ・ ステージでのPRタイムは本当にありがたかった

Q 広島市以外でのイベント出店意欲



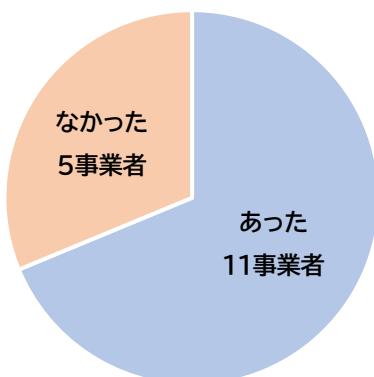
【検討する条件】

- ・ 出店料免除
- ・ 什器準備
- ・ 行政への届出主催対応
- ・ 交通費
- ・ 駐車場

【出店しない理由】

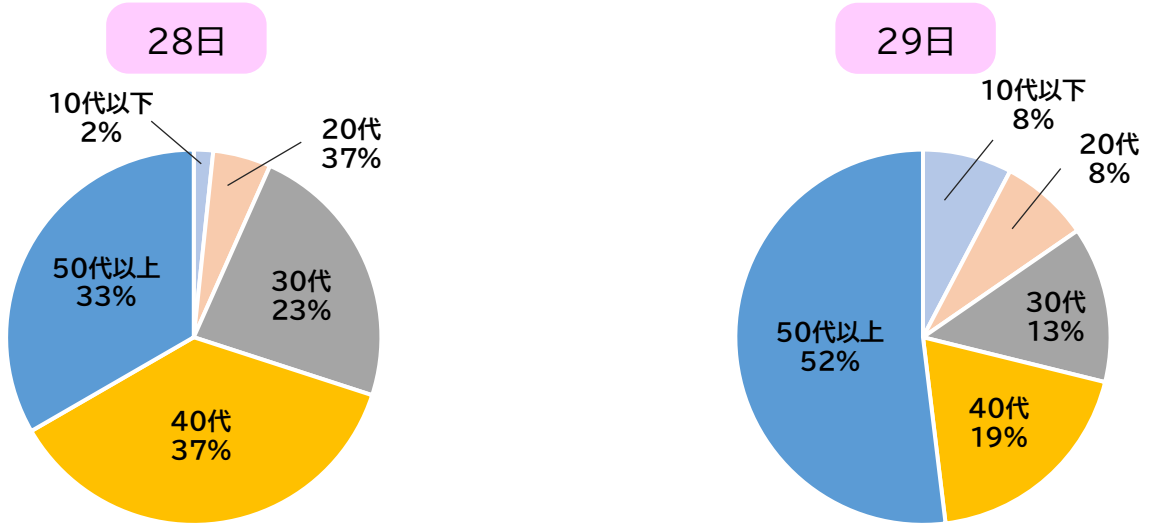
- ・ 集客数の見込み

Q ステージPR(出店事業者紹介)の効果

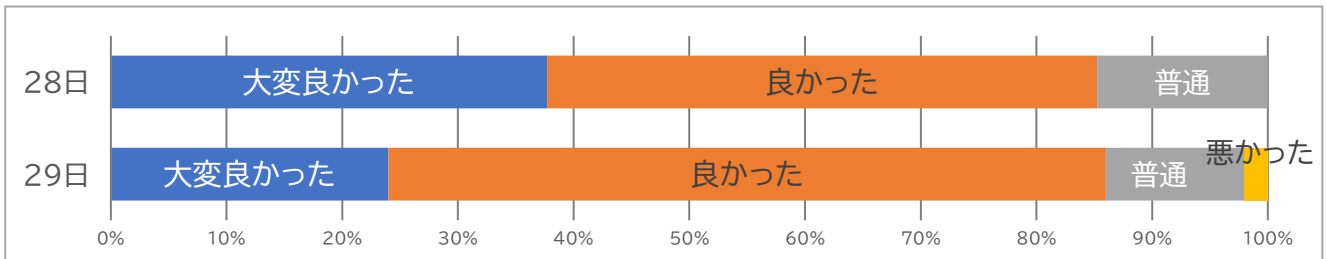


2024年9月28日、29日 アンケート結果(来場者)

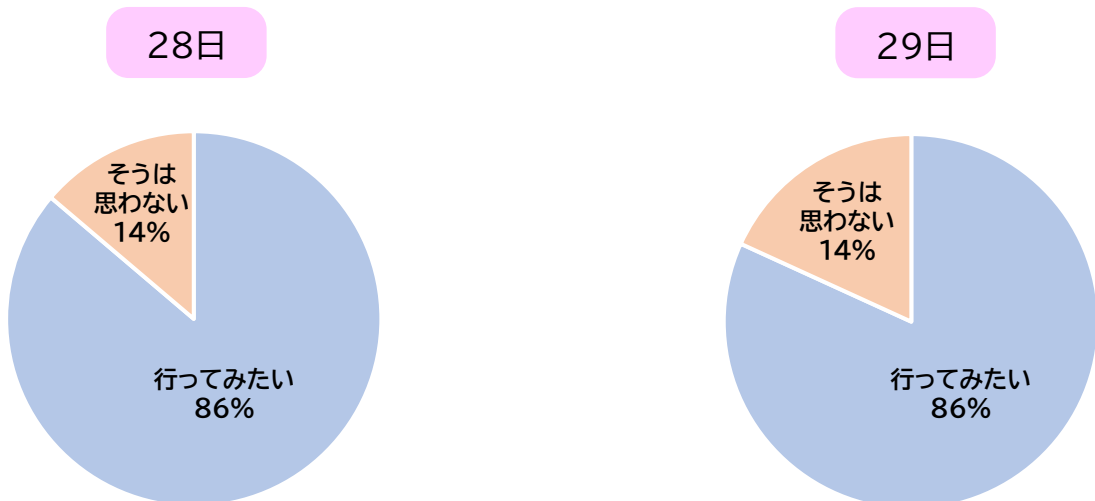
Q 来場者年齢



Q イベント満足度



Q 現地訪問意欲



【「行ってみたい」と思った理由】

- ・ このイベントで食べたもの、買ったものがおいしかったから、地元でも味わいたい
- ・ 作り手(スタッフ)と話ができたので、是非現地にも行きたくなった。スタッフの笑顔に惹かれた
- ・ なかなか行けないところもあるが、今日をきっかけにして行ってみたいという意欲がわいた

【「そうは思わない」理由】

- ・ 遠い
- ・ 時間がない
- ・ 県内よりも県外に旅行したい
- ・ レトルトが買えるから現地に行かなくても良い

Q 広島魅力を発信するイベントの必要性

28日

必要
100%

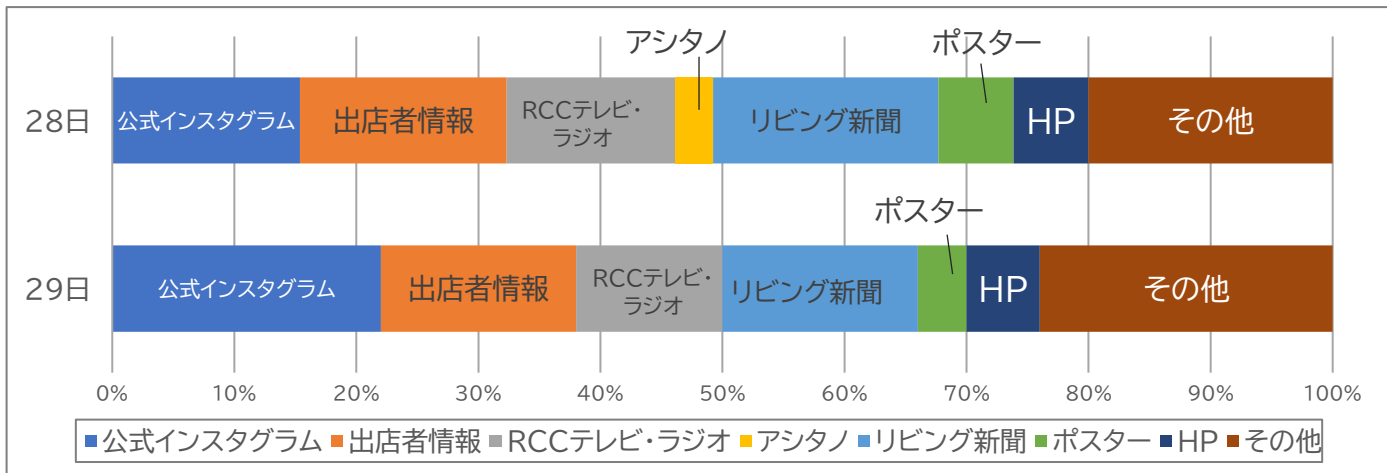
29日

必要
100%

【必要だと思った理由】

- ・ 広島魅力を多くの観光客(外国人も)に知ってもらいたい
- ・ 県内でもなかなか行かないところが多くあるので、そういった場所の魅力を伝えるイベントは必要
- ・ 広島をもっと盛り上げてほしい。もっと元気なまちに
- ・ 自分が知らないおいしいものと巡り合いたい
- ・ 県外の人へのお土産ネタを作れる
- ・ 地元を盛り上げるためには地元から発信をしないとイケない
- ・ 人口減少対策、まちの魅力づくりは大事
- ・ 個別で発信するには限界がある
- ・ 宮島、原爆ドーム以外の知られていない見どころを観光につなげる

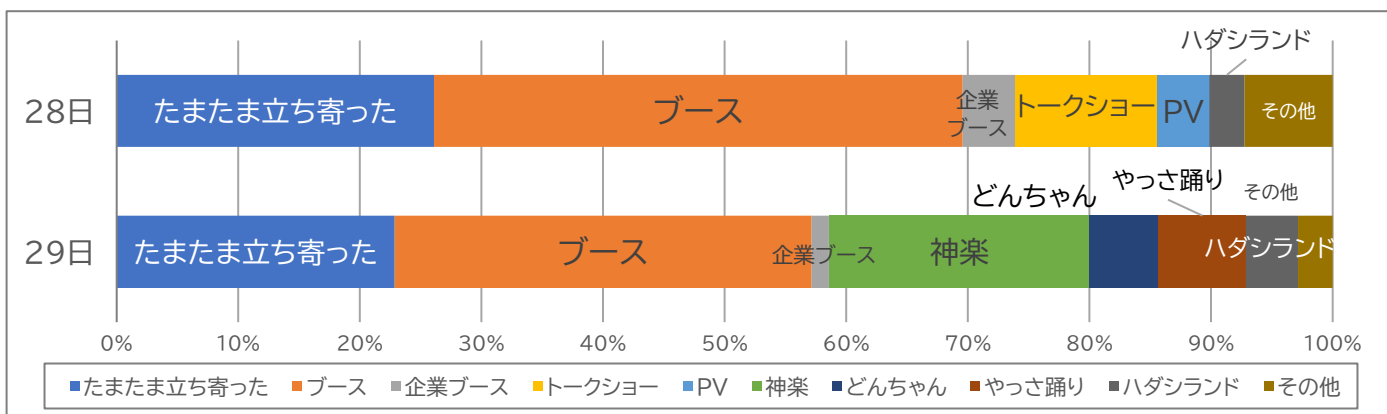
Q 来場のきっかけ



【「その他」を選択した理由】

- ・ 電車の中吊り広告
- ・ インターネットのイベント情報
- ・ ひろくまSNS
- ・ 経済同友会の案内

Q イベントの目当て



【「その他」を選択した理由】

- ・ ひろくま

「ひろしまド真ん中祭り」開催結果の考察(成果・課題)

- I 2023年度は8,000人、2024年度は二日間で32,000人の来場があり、大いに盛り上がった
- II 広島在住の方も「知らなかったコト・モノ」が多くあり、現地訪問意欲を育てることができた
- III 観光客にとっても、ここにしかない本物(ニッチであるがリッチ)を知り、食べることができるなど、広島らしさを感じられるイベントとなった
- IV 出店者はお客様の生の声を聞くことで、今後の商品展開や開発につながるきっかけを作ることができた
- V 出店者の選定、コンセプトも含め、他のイベントとは一線を画す、唯一無二のイベントに成長した(イベント事業者ではなく、同友会を通じて地元の人がイイモノを紹介・出店している仕組み)
- VI 誰もが訪れる、知っているイベントになるためには、情報発信方法や媒体を県全体で整理していく必要がある
- VII イベントを取りまとめる側(主催)と出店者が抱える課題の項目は「ヒト・モノ・カネ」で共通している
- VIII イベントのためだけの舞台設営は費用対効果が悪い。様々なパフォーマンスに対応した舞台の常設化が成されることが望ましい

3 方向性の整理

「ひろしまド真ん中祭り」の開催から導き出す提言の実現に向けた方向性

「ひろしまド真ん中祭り」の開催を通じて見えてきた成果と課題を2022年の提言内容と照らし合わせることで、提言の実現に向けた二つの方向性に整理を行った。

一つ目は、伝統芸能の披露やひろしま市場との連携等、「ひろしまド真ん中祭り」の開催内容そのものを通じて見える方向性である。

二つ目は、二年間の「ひろしまド真ん中祭り」において、課題として残った部分の解消や実施に関してのスキームを水平展開していくことで見える方向性である。

次章では、この二つの方向性について、具体的な方策を提言する。

広島在住の方も「知らなかったコト・モノ」が多くあり、現地訪問意欲を育てることができた

観光客にとっても、ここにしかない本物(ニッチであるがリッチ)を知り、食べることができるなど、広島らしさを感じられるイベントとなった

イベントのためだけの舞台設営は費用対効果が悪い。様々なパフォーマンスに対応した舞台の常設化が成されることが望ましい

観光客にとっても、ここにしかない本物(ニッチであるがリッチ)を知り、食べることができるなど、広島らしさを感じられるイベントとなった

出店者の選定、コンセプトも含め、他のイベントとは一線を画す、唯一無二のイベントに成長した(イベント事業者ではなく、同友会を通じて地元の人がイイモノを紹介・出店している仕組み)

イベントを取りまとめる側(主催)と出店者が抱える課題の項目は「ヒト・モノ・カネ」で共通している

誰もが訪れる、知っているイベントになるためには、情報発信方法や媒体を県全体で整理していく必要がある

ひろしまド真ん中祭りの開催を通じて見えた提言の実現に向けた方向性

ひろしまド真ん中祭りの仕組みを他分野に水平展開することで見える提言の実現に向けた方向性

4

課題解決のための具体的施策

ひろしまド真ん中祭りの開催を通じて見えた提言の実現に向けた方向性

(1) まちなか神楽

2022年提言

広島市中心部のホテルで、隔週で神楽を実施。また、都心部のオープンスペースや、イベント、本通りなどの屋外でも実施し、毎週どこかで神楽を実施している環境を整備する。これらにより「毎週どこかに行けば神楽を見ることができる」環境を作る。

2023・24年活動

「ひろしまド真ん中祭り」において、神楽公演を披露。二年とも多くの観覧者を集めることができ、非常に満足度の高い結果となった。また、あらすじ等の多言語案内の必要性も認識した。

しかし、課題も顕在した。以下、見出した課題を明記する。

- ① 広島市内では神楽等を披露する、50～100人規模のアリーナが存在しない（存在はするが予約がいっぱいで借りるのが非常に困難）
- ② イベント時の公演のために100-200万かけて特注の舞台を製作しており、費用対効果が非常に悪い
- ③ 花火(火薬)使用に関しての届出提出について、正確な情報が掴みづらい
- ④ 多言語対応は神楽団によって言い回しを変える必要があるなど、事前の情報ストックが必要

提言・方策

課題
①・②

- ①広島市内では神楽等を披露する、50～100人規模の会場が存在しない（存在はするが予約がいっぱいで借りるのが非常に困難）
- ②イベント時の公演のために100-200万かけて特注の舞台を製作しており、費用対効果が非常に悪い

解決策
提言方策

令和3年7月に定められた広島城三の丸整備基本計画(策定:広島市)において、神楽などの広島歴史・文化・伝統を伝える催しを鑑賞できるたまり空間の確保が明記されており、公募設置等計画の認定を受けている広島城アソシエイツについても、三の丸に神楽などを上演できる多目的広場を設けることとしている(2026年9月供用開始予定)ことから、屋外公演の舞台一元化は可能である。ゲートパーク等でイベントを実施する際には、中央公園エリア一体で実施する等、管轄エリアマネジメント団体等との連携が必要

課題③

花火(火薬)使用に関しての届出提出について、正確な情報が掴みづらい

解決策
提言方策

届出に関する情報が容易に取得できない状況は、イベント開催自体やひろしま神楽自体の衰退につながる問題である。記載方法や提出時期や提出方法についても安全性に問題がないうえでの簡素化等を進めていく必要がある

課題④

多言語対応は神楽団によって言い回しを変える必要があるなど、事前の情報ストックが必要

解決策
提言方策

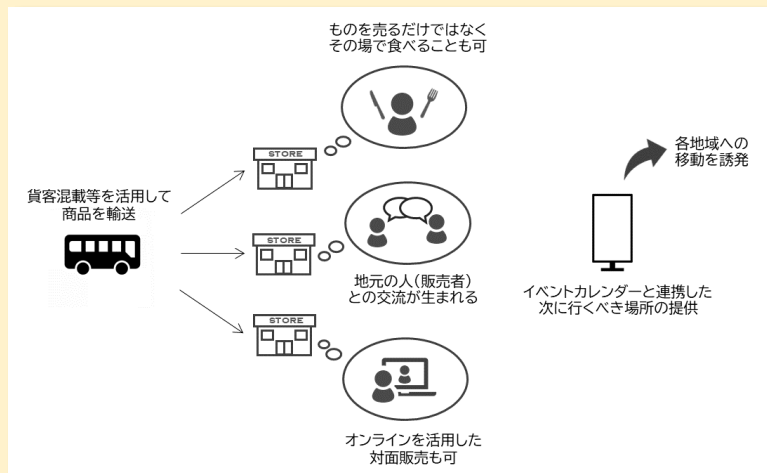
県内に存在する神楽団は300近くあり、すべての対応を個別に行うことは困難ではあるが、行政を含めた一元化された組織で多言語化された翻訳データを保有し、共有する等の情報一元化が必要である

ひろしまド真ん中祭りの開催を通じて見えた提言の実現に向けた方向性

(2) ひろしま市場

2022年提言

都心や観光地等に常設の市場を整備。イメージは高知の「ひろめ市場」や金沢の「近江町市場」。ものを売るだけでなく、その場で食べることもでき、地元の人と交流できる場所とする。また、リアルタイムな観光情報も提示する。



ひろしま市場イメージ

2023・24年活動

「ひろしまド真ん中祭り」において、広島魚市場㈱に出店いただき、旬の鰹を使った商品を提供いただき、二日とも完売した。また、先進地事例として「近江町市場」を視察し、店舗が軒先にテーブルを準備し、その場で海産物を手軽に食べられるような仕組みを提供し、多くの観光客でにぎわっていた(食べ歩きは禁止)。両取組の情報を見ても、地域ならではの海産物におけるニーズは非常に高く、恒久的なファンを獲得するためにも、「まずはどうやって知ってもらい、食べてもらうか」のための取組が必要である。

また、イベント等の「臨時店舗」での出店に伴う食品取扱に関しては、刺身やお寿司などの提供は食品衛生上禁止されている。しかし、海産物の良さを知ってもらうためには「生食」での提供が必須となるが、広島市内中心部には、近江町市場のような手軽に海産物を食べることのできる空間が提供されていない。



ひろしまド真ん中祭りの開催を通じて見えた提言の実現に向けた方向性

(2) ひろしま市場

課題①

臨時店舗の出店に伴う食品取扱に関して、刺身やお寿司等の提供は基本的に禁止されていることから、「生食」を気軽に提供することが困難

解決策
提方策

条件は他都市も同様である。

イベント時には「営業許可を取得している店舗にて調理した刺身等を加工せずに販売」や、この度の「ひろしまド真ん中祭り」のように、揚げ物としての提供を行うことを継続的に続けていき、「瀬戸内の魚」のブランド力を上げていくべきである。

また、イベント計画時には、生鮮食品を取り扱う主催者には一定の助成金を付与する等、県全体として生鮮食品の認知度向上を目指していくべきである。

課題②

広島市内中心部には、近江町市場のような手軽に瀬戸内の魚を食べることができる空間の提供がなされていない

解決策
提方策

2032年を目途に広島市中央市場が建て替え予定とされており、観光客向けのにぎわい施設の新設も検討なされている。

最終的には広島市中央市場に回遊する仕掛けづくりが必要だが、まずは観光客が多く集まる広島市内に常設の市場として生鮮食品が楽しめる場をつくるべきである。

毎年3月に、広島市中央市場にてマグロの解体ショーや青果物や水産物のメニュー提案や試食等ができる「市場まつり」が開催されており、非常に多くの来場者で賑わっている。広島魚市場(株)との協議の際、建て替えが行われている期間は当まつりは開催ができないとのことであった。そこで、例えば、シャレオ西通りの空き店舗区画並びに紙屋町スウィングを活用し、「出張市場まつり」を開催し、手軽に海産物を食べることでできる機会を提供する。その際に来場者から意見をいただくと同時に、常設のひろしま市場出店に向けての課題や整理すべき項目を洗い出していく。



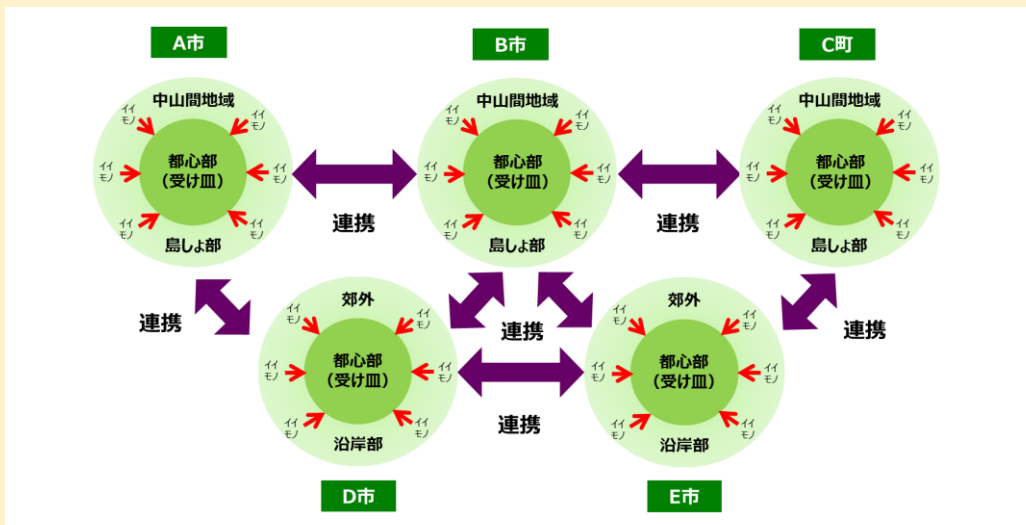
ひろしまド真ん中祭りの仕組みを他分野に水平展開することで見える提言の実現に向けた方向性

(3) 組織の一元化

各地域における様々な魅力を連携させるために、地域内の横連携を図ることのできる仕組みづくりが必要である。備北観光ネットワーク協議会や各地域のDMOなど、現在、そのような組織が整備されている地域もあるが、まだそのような組織体がない地域でも、整備を推進していくことが望まれる。

また、地域内のみならず、地域間の横連携を図れる組織体も必要である。これらの組織が連携することにより、全県的な情報や人脈のつながりが生まれ、各地域でのコンテンツの相互発信が可能となり、その結果、地域全体の活性化につながることを期待される。

現在の各地域内の連携状況を改めて整理したうえで、地域間をつなぐ組織の整備が望まれる。さらに、各地域で整備された受け皿を活用し、地域間についても連携する仕組みづくりが構築され、各地域内で他の地域も含めたイイモノが発信されていることで、オール広島で地域の活性化が図られている、といった姿が望ましい。



「ひろしまド真ん中祭り」は、広島経済同友会と広島都心会議が連携し、得意分野を活かし合うことで来場者にとって満足度の高い、他のイベント差別化が図られたイベントとなった(広島経済同友会＝支部制を活かした普段は現地に行かないと触れられない「イイモノ」の出店斡旋／広島都心会議＝関係するエリアマネジメント団体と連携した什器等の貸出)。

ただし、イベント時に使用する舞台の設営や伝統芸能の多言語化など、「一元化された組織」が担うことでより良い課題も生まれた。

ひろしまド真ん中祭りの仕組みを他分野に水平展開することで見える提言の実現に向けた方向性

(3) 組織の一元化

提言・ 方策

現在の広島都心部を中心としたまちづくりの組織体制については、都心部の課題や目指すべき姿の実現に向けた取組については官民連携のまちづくり組織である「広島都心会議」が検討・実践しつつ、広島経済同友会が地域の支部制や多様なテーマの委員会活動の内容と連動させることで、広島経済同友会が都心部と地域・分野の「つなぎ役」としての役割を担い、その結果、「オール広島での地域活性化」を推進させている。

このように、産学官民それぞれの持つ得意分野の強みを活かして、お互いの弱みを補填し合う関係性を築き上げることで、総合的に強力な組織運営を可能とする。今後も広島経済同友会や都心会議をはじめとした様々なネットワークが行政と連携しながら取組を推進できる仕組みを構築するなど、民間、行政、それぞれの強みを活かし、補完しあえる「共創」を様々な場面で生み出していく必要がある。

ひろしまド真ん中祭りの仕組みを他分野に水平展開することで見える提言の実現に向けた方向性

(4) マルシェの自走化

2022年提言

都心部の受け皿を活用したマルシェは各地域の魅力を地域外に発信することに加え、出店者同士の横のつながりの創出、地域内の関係性の構築、また情報の横連携の創造につながるといった様々な効果が期待できる。

そこで、広島市中心部で受け皿を持つまちづくり団体などと連携し、三次庄原フェアのような各地区のマルシェイベントなどの実施を推進していく。

イベントの継続的な実施にあたっては、出店料やイベント対応者の人件費等「ヒト・カネ」の課題解決が必要であるため、広島都心会議などの団体と連携し、実施に係る費用を支援できる仕組みづくりを整備していく必要がある。

また、現在、広島市の都心部では、受け皿の増加に伴い、マルシェの開催数が増加傾向にあるが、一方でマルシェを開催するイベンターやコーディネーター不足が課題である。そこで、イベントを企画実走させるためのプロデューサーを育成する取り組みも必要もある。

2023・24年活動

「ひろしまド真ん中祭り」を開催して分かったことは、イベントを取りまとめる側(主催)と出店者が抱える課題の項目は「ヒト・モノ・カネ」で共通していると分かった。イベントまでの取りまとめ作業(行政への届出等も含む)、当日スタッフの確保、什器の確保準備、イベント開催費用、出店料等、継続的かつ自走したイベントの開催のためには、現在のスキームを活かしイベントを開催しつつ、イベンターやコーディネーターの育成、組織の設立や成長が必要不可欠である。

また、この度の「ひろしまド真ん中祭り」は食・物販・伝統芸能を地域のイイモノとして披露したが、「イイモノ」を他のキーワードに変えることで、イベントという手法以外にも、地域を盛り上げる「コト」は起こせるのではないか。

キーワード 2022年提言

ひと

- ・地域の困りごとと解決策を引き合わせるマッチングサイト
- ・熱量のある人が登録(一元化)されたプラットフォーム
- …相談先の統一／投稿された意見の共有化

産業

- ・ALL Hiroshima キッザニアと大人の社会見学
- …広島ならではの産業価値向上、長期的目線で見た担い手の発掘

ひろしまド真ん中祭りの仕組みを他分野に水平展開することで見える提言の実現に向けた方向性

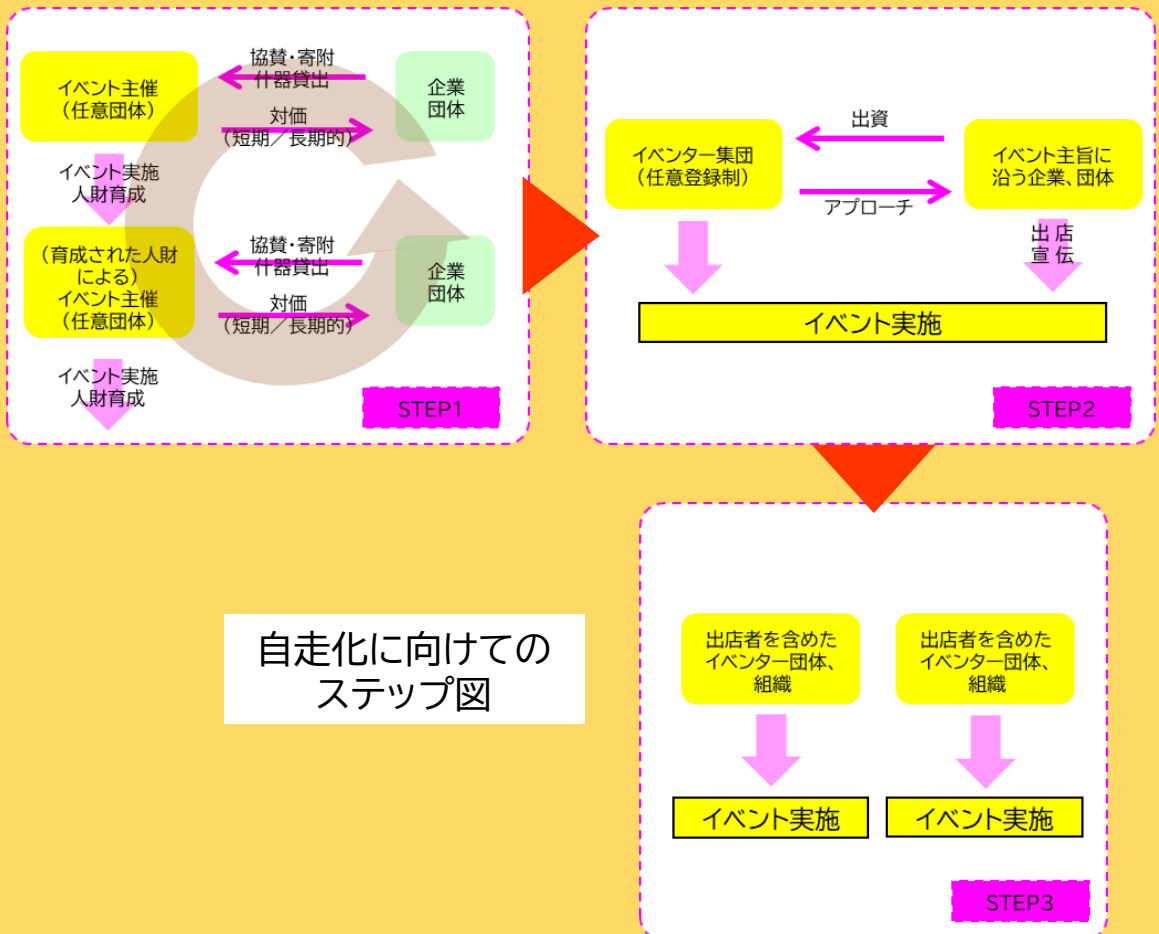
(4) マルシェの自走化

多くのイベントは主催側が採算度外視で開催を行うものや、スポンサー企業の連携によって成り立っている。

今後のイベントについても、同様のスキームで実施されるものが大半ではあるが、その際に、ただイベントを実施するのではなく、イベントに関わる人間を増やし、主催となるヒトやイベンター、コーディネーターを複数育てていき、イベンター同士の横のつながりを構築していくことが重要と考える。

イベンター同士の横のつながりや企業等とのつながりによって、例えばそれぞれのイベント主催が什器等を互いに貸し借りできる仕組みを構築し、「モノ」の相互的協力を可能とするなど、一つずつ、自走化に向けた取り組みを進めていくべきである。最終的には、イベンターが協賛や寄附等にすべて頼ることなく、自主財源や出店料でイベント開催が行える姿を目指していく。

提言・方策



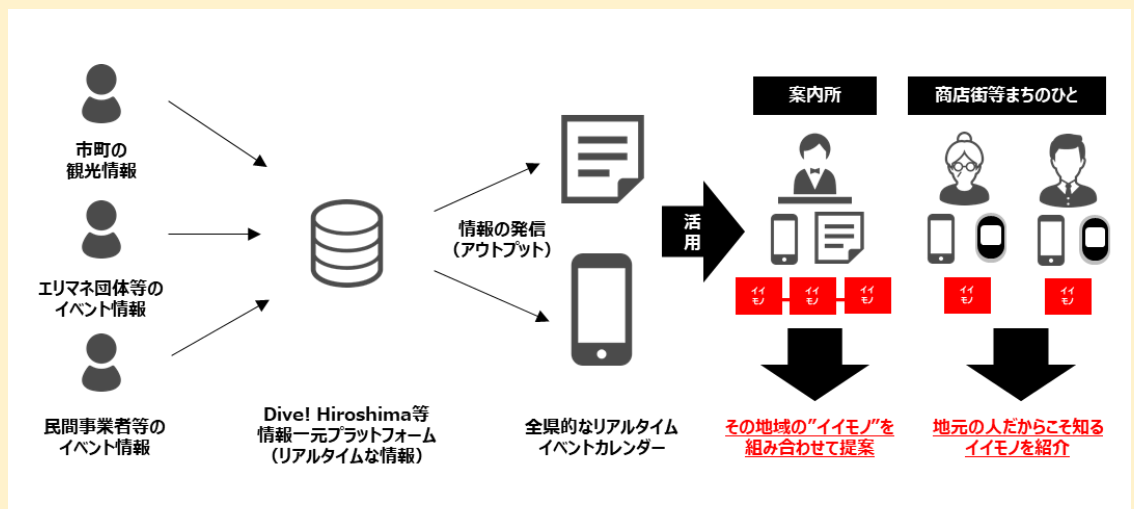
ひろしまド真ん中祭りの仕組みを他分野に水平展開することで見える提言の実現に向けた方向性

(5) 情報の一元化

現在、広島県内では、様々な魅力を発信するイベントや観光コンテンツを保有している。しかし、その情報発信については各地域内での発信にとどまっている状況が多く、情報発信ツールについても、各地域のイベント情報、観光情報を各地域ごとで作っていることが多いため、プラットフォームが多様化し、実際の利用者にとって、情報の取得が非常に煩雑となっている。また、ジャンルごとやリアルタイムの情報などの取得も難しい。そのため、いくらかいい観光コンテンツを有していても、情報発信不足による機会喪失となっている。

そこで、このような情報を一元化し、需要に応じた項目ごとに表示できるようにする仕組みとして、例えば、広島県各市町のもつ観光情報の発信ツール「Dive! Hiroshima」を運営している広島県観光連盟などと連携し、広島県全域の”イモノ”イベントが一括で掲載されたデジタル上の情報カレンダーを作成する。情報は、市町の観光地だけではなく、エリアマネジメント団体や各企業が実施するイベントや各地域で有名な飲食店情報も掲載し、一元化されたデータは、各ジャンルごとのソート(歴史、食、スポーツなど)により、需要に応じた情報を提供することが可能となる。

さらに、そのような情報は様々な場所でアウトプットできるような仕組みにして、観光案内所だけでなく、商店街や各地域のガイド役からも発信できる仕組みを目指す。



ひろしまド真ん中祭りの仕組みを他の分野に水平展開することで見えてくる 提言の実現に向けた方向性

(5) 情報の一元化

情報一元化の具体的取り組みとして、イベント情報を網羅的に検索できるサービス「イベンティア」のサービス提供が開始(2024年10月7日、㈱ジョルテによる提供)された。

イベンティアはエリアやジャンルを問わず、あらゆるイベント情報を集約し、地図やカテゴリから検索が可能。開催期間のほか、お祭りや子ども向けのイベント、季節に応じて可変する様々なジャンルで絞り込みも可能となっている

まちづくり委員会では、提言内容の実現に向けて、㈱ジョルテや広島県観光連盟と複数回協議を行い、当サービス提供開始に協力を行った。



2023・24年活動

最終的な理想像として、一元化された唯一無二のプラットフォームが、情報登録者だけでなく、ユーザーにとっても使いやすく進めやすいシステムになることが求められる。さらには、提供する情報も、地元の人が勧めるものをきちんと提供できる仕組みが必要である。

現状は多くのプラットフォームが乱立している状態のため、統一化していくための課題解決を図っていく必要がある。

イベンティアを広島県内で「誰もが使うプラットフォーム」へと押し上げていくためには、情報提供の流れの可視化や広島県観光連盟等の行政機関との連携強化を図っていく必要がある。また、情報の幅も広島市中心部以外にも広げ、広島県全体で連携強化に向けた施策を行い、情報の一元化プラットフォームとして成長させていくべきである。さらには、地域資源に興味のある人が集まる「ひろしまド真ん中祭り」など、多くの人が集まるイベントを利用し、これらの情報を発信することで、イベントをきっかけに各地域に足を運んでいただくような仕掛けづくりを行う必要がある。

提言・方策

おわりに

まちを元気にするプレイヤーを組み合わせ、
連携し、「共創」することで
イモノ・イコト・イトコロを「育て」て、
「発信」していくことが必要
1+1=2ではなく、3以上になるまちに成長させていく

まちづくりは産業の発展、文化振興、観光振興等、様々な分野を推進していくための土台である。2022年の提言並びにこの度の提言を実現させていくためには、これらの取組を実行する様々な分野での担い手の確保が必要である。そこで、ひとづくり、しごとづくり等との連携を強め、現在行政が中心に推進し、創出されているユニコーン企業やスタートアップ企業、ゼブラ企業などを民間や経済団体がバックアップをしながら育てていくといった「イモノ・イコト・イトコロ」をつくるために「オール広島」でコンテンツ、プロダクトを育て、発信していく仕組みの構築が必要である。

また、当提言で掲げた「イモノ・イコト・イトコロ」を感じてもらう前提には、広島のみちが快適で安心安全な空間である必要があり、そのためのハード・ソフト両面からの整備が求められる。そこで、たとえば、誰もが安心安全に歩くことができるために必要な休憩できるベンチや、広島の特徴である川辺空間を活かすための歩道の整備やライトアップ、広島を訪れた方にイモノ等を紹介する仕組みといった、おもてなしを含めたまちづくりを進めていくことが必要である。様々な方が暮らし訪れる場所だからこそ、多様性を受け入れることのできる、平和で優しいまちをオール広島で目指していくことが必要であり、我々広島経済同友会としても、多様なテーマの委員会活動を行っている特徴を活かし、これらの動きが推進するように働きかけを行っていく。