

協議テーマに係る意見書の提出について（地域活性化委員会）

意見書を次のとおり提出するものとする。

令和3年2月4日提出

地域活性化委員会

委員長 富山敬大

安澤和樹

石井綾人

伊藤すみれ

伊藤悠真

後藤謙太

竹中仁志

西川柚希

前田莉菜

宮田莉奈

## 意見書（地域活性化委員会）

当委員会の所管事項に関し、高校生の視点から、以下の項目について提案するものです。

### 記

1. 高齢化を抑制するため、市内企業の情報発信や積極的な企業誘致を行い、若者の雇用や所得を確保することで市内への定住を促すとともに、市税収入の増加を図ること。

また、高齢者が自家用車に頼らずに暮らせるよう高齢者を対象としたバスの無料化などのサービス導入やコンパクトなまちづくりの推進、廃校を活用して高齢者が楽しく集うことができる「高齢者の学校」の設置など、高齢者が暮らしやすいまちづくりをすすめるとともに、「高齢者の学校」を若者との交流の場としても活用し、世代を超えて理解を深め、若者にとっても暮らしやすいまちづくりに取り組むこと。

2. 商店街を活性化し行きたくなるまちとなるよう、中央通りのライトアップを時間によって色を変化させる、シーズン毎にデザインを変える、市役所にも装飾をして注目を集めるなど、観光名所となるように工夫することや、空き店舗の短期貸し出しにより人気店の出店を促すなどして、「映える」イメージアップを図るとともに、食べ歩きができたり、お持ち帰りや宅配サービスのあるお店の出店を促進すること。

また、格安で飲み物が飲めるような「商店街で使える共通コップ」のシステムを作り上げたり、消費者に直接的に訴えることのできる「商店街で利用できるクーポン券」の発行に関する取り組みを行うこと。

さらに、「共通コップ」については、「映える」ように人気店とコラボし、おしゃれで四日市を連想できるようなオリジナルデザインにすることで「映える街」として、また、コップの使用により、ごみやフードロス削減につなげることで、「SDGsに取り組む街」としてアピールすること。

3. 夜景が見える場所の周辺に若者が楽しめるスポットやコミュニティバスなどで市内を回れるモデルコースを募集するなど、若者のアイデアを取り入れるとともに、旧東海道を生かした集客など、四日市だけでなく周辺の都市も視野に入れ、三重県全体を巻き込んだ観光施策を行っていくこと。

4. お気に入りの風景、お店をInstagramやTwitterなどで応募してもらうフォトコンテストを開催するなど、SNSを活用して四日市の魅力の発信に努めること。フォトコンテストは、市民だけでなく店舗側からも募集し、美しい写真が撮れるスポットやご当地グルメなど、さまざまな情報発信のツールとして広く活用するよう努めること。

また、市のパンフレットやロードマップ等についても、フォトコンテストに応募された写真を活用するなど、写真をメインにしたレイアウトに一新すること。

さらに、SNSだけでなく、さまざまな世代の方に四日市の温かい雰囲気を感じてもらえるよう、ポスターやチラシなどの紙媒体も併せて活用すること。

以上、意見書を提出します。

令和3年2月4日

四日市市議会高校生議会

四日市市議会宛

## 【まちづくり】

○四日市市の所得を上げることによってもっと若者を増やす。

**理由** 現在、三重県四日市市の高齢化率は、約25%で「4人に1人が65歳以上」である。この高齢化を抑えるためには、若者の就業、所得という面で考えるべきと思ったからである。その問題の解決案として、「企業誘致」を徹底して行うべきである。企業誘致の利点としては、税収を増やすことができ、その地域の雇用を増やすことができる。さらに、企業誘致の補助金（地方創生推進交付金、地方創生拠点整備交付金）を受けとることができるので、若者を増やすという点で優れており、大企業などの工場にもよいシステムであるといえる。

→四日市には、すでに大きな企業がある。そこで、四日市にある企業をSNSで発信することによって、若者に市内への定着を促すことができるのではないかと。

○人口減少、少子高齢化という問題にあたって、コンパクトシティの形成。

**理由** 今の時代、働き口がないため都会へ出た若者たちの多くは地元に戻ってくることはほとんどなく、お年寄りの姿が一定の地域に偏ってしまう。実際、四日市市でも2020年の高齢化率は約26%という結果がでており、約4人に1人が高齢者であることが分かる。今後はもっと高齢化率は上がっていき、1人の若者が背負う老人の数は増えると予測される。そのため、将来のために老人がくらしやすいまちづくりを行うことを提案する。公共交通機関の充実や医療、介護、バリアフリーに力を入れるだけでなく、コンパクトシティ化の形成を提案する。コンパクトシティは、郊外に居住地域が広がることを抑えるとともに、生活に必要な諸機能（例えば、病院やスーパーなど）が近接した街のことである。メリットとして福祉・商業等の生活に徒歩や公共交通機関で容易にアクセスできること、またそれがお年寄りにとっては外出が促進されるため健康につながり、さらに自動車への依存が抑制され二酸化炭素排出量の削減など多岐にわたる利点があるとされている。そして、お年寄りの住みやすい街となれば福祉などの雇用が増え、若者の増加にもつながるのではないかと考えられる。また、税収が安定して、子育て施策や公共施設を充実することもできると考える。

→「高齢者が自家用車に頼らない」ことを目的とする例の一つとして、高齢者のために無料でバスに乗れるというようなサービスを導入した方がよいと思う。

→高齢者向けに、コンパクトなまちを宣伝するなら、ポスター、チラシといったような、温かみのある「紙」の方が、温かい四日市の雰囲気を感じてもらいやすくなるのではないか。

→範囲がせまく比較的簡単に利用しやすい、あすなろう線の付近や近鉄四日市周辺のお店を知ってもらえるように範囲をしぼった積極的な情報発信を行う。（コンパクトなまちづくりのために）

○少子化によって廃校になった学校を高齢者の学校として使うこと。

**理由** C O V I D - 19の影響でたくさんの方々が失業している。また、日本は少子高齢化が進んでいる。そこで、「高齢者が住みたい町ランキング1位」に四日市がなればよいと思う。自分が最期を楽しく迎えるのに最適な町にするために高齢者に「高齢者向けの小学校」に通ってもらい、楽しく集団生活を送ってもらう。さらに孤独死を減少させることができると思う。「高齢者向けの小学校」には、廃校となった小中学校の校舎を再利用したらよいのではないかと考える。

→「高齢者の学校」の設置という意見の追加で、高齢者だけの学校ではなく、高齢者と若者が楽しく集うことができる学校を設置すると思います。例えば、平日は、高齢者同士が集まって若者との交流方法を考える。そして土日に実際交流する、というような。そうすることで世代を超えた他者理解が深まり、高齢者だけでなく若者も暮らしやすい町になると思うからです。

### 【中心市街地の活性化】

○四日市駅周辺の娯楽施設及び万人向け施設のエリアの拡大 e x。商店街の空き店舗を市が所有し、1カ月、1年など期間を設け不動産会社を経由せず割安で貸し出す。（割安にする分、売り上げのいくらかを市に納めるなどの対策があっても良い。）クイズや有名人を呼んだイベントの実施。（市の風景や建築物でクイズを出すと、運動にもなりよい）

**理由** 現在の四日市市の問題点として、人が集まりやすい場所と集まらない場所の差が激しいことや、最終目的地になるような施設が少ないということが挙げられる。現在、アピタ周辺には人がたくさんいても商店街付近には人がいないなどの光景はよく見る。その改善策として、娯楽施設及

び万人向け施設エリアの拡大を挙げる。例として出したが、流行している店などを「流行期だけ出店する」のような選択肢を作っただけにより、人気店が出店しやすくなり、人気店が出店すれば必然的に人が集まってくることに繋がると思ったからだ。桑名では、最近、近くのイオンにアスレチックが楽しめる施設ができ、結構人気がある。なので、再開発などで作ってみるのはどうかなどもある。また、クイズや有名人が来るといったイベントは、人が集まりやすいと思ったので、例に挙げた。これらのことは、個人的に「こんなことがあれば行くのに」と思うものを挙げてみたので、同年代の人は集まると思う。

→行列のできるような店ではなく、食べ歩きのできる商店街を目指すと思う。商店街の奥まで行きたくなるような工夫が必要だと思う。あと、夏祭りの時のようにごみが多く出るので、ゴミ箱を多く設置することでゴミ問題も解決できると思う。

→コロナの影響で、まだ積極的に外に出れないため、宅配サービスや持ち帰りのできるお店の出店を促進。

○商店街を発展させるため、四日市市商店街で使える共通コップの作製、導入。

**理由**①環境問題への取り組み。使い回せるコップを使うことによって、四日市市がSDGsに取り組んでいることをアピールすることができる。

②非日常を日常でも使えること。友達等と遊んだ時に買ったコップを日常の中で常に思い出に触れられる。

③四日市に人を集め収益を上げることができる。コップを使えば、格安で目玉商品を飲めるようにする。しかしそのためには、人気店への誘致やコップ導入加盟店への優遇などのシステム作りが必要である。しかし、格安で飲み物が飲めれば、ケーキ等のサイドメニューで利益を上げることが出来る。そして市がコップ販売を行うことで市に利益が入る。つまり、ドリンクは人を集めるための道具であり、コップやサイドメニューで利益を上げる。

→共通コップ、コロナ禍の現在においてはなかなか賛否を呼ぶ意見かもしれないが、フードロス削減やゴミの削減などに期待できるかもしれない。

→商店街で使える共通コップを「映える」ものの対象となるように、オシャレで四日市を連想できるようなデザインにしてはどうか。人気店の出

店に共通コップを、人気店のロゴと四日市を連想できるデザインをコラボさせたものにすれば、より共通コップの存在を知ってもらうことができ、使ってもらえるようになるのではないか。

○市民など消費者向けに商店街の店舗で利用可能な商品券、割引券といったクーポン券を発行し、より多くの人が商店街で買い物をしたいと感じられるようにする。

**理由**これまでの取り組みをみると、商店に対する支援や、イベント事業に対する補助などが多く見られるが、消費者に対するものはあまり見られない。そこで消費者に対する取り組みも必要であると考えた。商店街に人が来なければ店の経営も厳しいため、商店街で利用できるクーポン券を発行することで、それまで利用した事のなかった人にも訪れる機会が生まれ、リピーターとして何度も訪れるようになるかもしれないと考える。リピーターによる経済的好影響は大きいと考えられており、新しい商店街に人が集まることによって新たな事業者も参入する可能性もでてくるのではと考える。

○商店街の充実と中央通り、市役所も入れて”明るくする”。

**理由**商店街について、店の単位でみると商店街の店のいくつかはSNSによる発信を行っている。その規模や範囲までは定かではないが、そういった少しずつの認知がやがて大きな存在になるのだと思う。大須や日本橋、大阪の心斎橋、東京、秋葉原、アメ横、竹下通りなどはその典型であるといえる。駅前には特に居酒屋など飲食関連の店が多いが、お土産や特産品を取り扱う店があっても良いと思う。中央通りについて、冬は駅前だけライトアップされているので、せっかくならアピタの前の公園くらいまでライトアップし、市役所にひと役買ってもらうのはどうか。せっかくなら高い建物なのだから、イルミネーションで装飾すればインパクトは大きいと思う。立地としてもJRと近鉄の間なので目立つと思う。

→中央通りのライトアップのデザインをシーズン毎に変えていくべきだと思う。その季節に合ったライトアップを見ることができ、四日市がインスタなどで「映える街」として一つの良い原因を与えることができる。

→普通のライトアップじゃつまらないから。ライトアップに工夫をこらすべきだと思います。例えば、ライトアップの色をある時間になったら変えるなど、そのライトアップが観光名所になるような努力をするべきだと思う。

○バスの本数を夜に多くする。

**理由**四日市は（商店街を含む）夜に活気があるところがあって、大人の人はお酒も飲むので車を運転できないため、夜だけでもバスの本数を多くしたら、商店街を利用しやすくなるから。

### 【シティプロモーション】

○市内の数少ない観光スポットを直接むすぶ乗り合いタクシー的なものの導入。

**理由**都市部の行通システムは便利だが、パンフレットがすすめてくる観光地とやらは車社会がベースにされているので、いい場所だと思っても抵抗がある。乗り合いタクシーやコミュニティーバスで小規模の観光ツアーを定期的に運行してはどうか。電車やバスの”1日フリーパス”的な制度を入れると気軽さが増すと思う。また、これは市内向きでもあると思う。

○全国の人に届くようなインパクトのある宣伝をする。せっかく綺麗な夜景があるから、友達や恋人と楽しめるスポットを近くにつくる。（あすなろうの車内ライトアップはとても人気だった）高校生たちでおすすめのルートを作る→「1日をコーディネートする」意見へのつけ足し。デザイン、取材、配布から自分たちでやれば良い社会経験にもなり、友人などを通じて見てくれる人も増える。

**理由**TwitterやYouTubeを見てみると、四日市を知ることができる。ゲームや色々な場所から夜景を見ることができる動画があがっているのに、周りの人とそんな話をしたことがないから。特にゲームはなじみのある地域がでてくるので市民としては見ていて楽しく、周りの人に知られていないのは残念。実際に存在する人をモデルにすると「会いたい！」となるかもしれないと思った。何年前に愛知県豊根村の「チョウザメが村の人口を超えましたので、食べに来てください。」という広告がネットで話題になっていた。見ている人が思わず他の人に教えたくなるくらいの宣伝ができると「四日市市」の名前も広がると思う。

→電車の1日フリーパス、周辺の食事券、体験券、入場券をまとめて1日で回れるモデルコースのセットとして割引して販売する。

○旧東海道を含めた、”名古屋－伊勢” or 大阪、和歌山－伊勢、鈴鹿－名古屋でのルートで、観光、ビジネス客の呼び込み

**理由**「四日市」だけに集中して見るだけでなく、上記のようなルート、県や地方を見て考えるべきだと思う。例えば、お正月、伊勢神宮へ初詣した後、伊勢周辺の宿は混み合うので、四日市や鈴鹿に呼び込むと経済効果が期待できるのではないか。（お正月プライス）そのためにも商店街、駅前の充実は大切だと思う。

→四日市だけに焦点を当てるのではなく、周辺の桑名市や鈴鹿市、菰野町、東員町さらには三重県全体を巻き込んで考えるのは重要なことだと思う。

→亀山市にある関の宿場町は、旧東海道の宿場町の中でも、江戸当時の町並みが美しく保存されていて、有名である。そこで、最も美しい町並みが撮れる場所を発信してはどうか。また、四日市では、三ツ谷の一里塚の桜の木が並んでいるところでも美しい写真が撮れることを発信してはどうか。

○商店街を活気づける。情報発信の強化（SNS）。ホームページから外へ（意見を参加させる）夏のイメージは強いけど、春と秋と冬のイメージが弱い。

**理由**四日市中心の方に住んでいる人にしか伝わっていない情報もあるため。四日市のイベント＝夏祭り・花火大会のイメージが強いが、他の四日市のイベントを知らないから。

○SNSなどの情報発信媒体（HP以外）の運用・活用。

**理由**コロナ禍でもやはり強いのはオンライン。SNS（Instagram、Twitter、TikTokなど）の媒体を市も商店街も各店ももっと使うべきである。営業情報や位置情報、店舗イメージはもちろん、従来の紙ベースの媒体では多く残る問題をスマートフォンなどで解決する。

○周辺地図、ロードマップ、パンフレット、ポスターのイメージチェンジ！

**理由**ロードマップ、パンフレットに関しては、もっと写真をメインに印象をはでやかにすれば見ごたえがあり、手にしやすくなると思う。オンラインパンフレット（QRコードを読み取ってもらう）も導入したらよいと思う。

○四日市の魅力を多くの人に知ってもらうためにパンフレットやポスターを市民から、特に若い人たちから写真を募集して自分たちの手でパンフレットやポスターを作っていくことを提案する。そして、写真の募集をかけるときはグラ

ンプリにしたり、SNSに発信したりして、より楽しく多くの人に四日市を知ってもらおうための工夫をしたらいいと思う。

**理由** 四日市の魅力を知ってもらうためには、情報発信がまず大切だと思う。

しかし、パンフレットやポスターは普段あまり目につかないため、四日市市民がパンフレットやポスターの制作に関わることで、より市民目線のものになると思う。美しい写真、おいしい食べ物、かわいい物が映っているパンフレットやポスターは目につくため、特に写真は重要である。そして、写真の募集をかけるときグランプリにしたらよいと思う理由は、グランプリにすることでより多くの人々が写真を投稿したくなり盛り上がると思うからである。その時、写真はSNSで発信すると、四日市市民以外の人でも四日市の魅力が伝わり、四日市に興味を持ってもらえると思う。

○「私の自慢の四日市」フォトコンテストの開催。対象は年代を問わず四日市に住んでいたり、通勤通学で四日市を利用したり四日市の魅力を伝えたいと思っている人。TwitterやInstagramの投稿に自分が紹介したいお店やきれいな場所など、四日市にある自慢したい所や物の写真を載せ、共通のハッシュタグをつけて応募してもらう。

**理由** 課題となることはやはり情報発信、どれだけ素敵なパンフレットを作っ

てもそれを手に取って見る人が少なかったらせっかくたくさんある四日市の魅力が伝わらないので住んでいる人、利用する人に市などから伝えるのではなく、その人たち自身が発信していけばその人の友達、SNSでつながりのあるたくさんの人に情報が届くし、他の人の投稿を見ることでその人も四日市の魅力を再発見できると思う。また、最近人気の旅行スポットなどはSNSでたくさん取り上げられたりハッシュタグをつけてたくさん投稿されています。（例：#大須商店街9.9万件

(Instagram) ) 投稿が増えると人の目につく機会が多くなり、四日市のことを知ってくれる人や訪れてくれる人が増えると思う。その人に四日市って何があるの?と聞かれた時にたくさんの物や場所をスマホ1台で簡単にいつでも紹介できることが利点だと思う。

→ SNSに発信する内容として風景やお店だけではなく、「とんてき」や「なが餅」などのご当地グルメの発信にも努めるといいと思います。そしてフォトコンテストの内容も市民だけでなく、ご当地グルメの紹介としてお店側からも参加してもらえるような工夫をすることも推奨しま

す。

→フォトコンテストの入賞者に、商店街だけ使えるクーポンを贈呈し、使ってもらい、それをインスタグラムやツイッターで発信してもらってはどうか。

→開催の告知をSNSだけでなく、学校など、日常的に人が集まる場所で行うとよいと思う。