

事例番号 104 市民・事業者・行政が協働する新しい時代のまちづくり（兵庫県伊丹市）

1. 背景

伊丹は江戸積み酒造業で栄えた清酒発祥の地である。伊丹の酒を表す「丹醸」は上質酒の代名詞となり、将軍家の御膳酒にもなった。また、酒造業の経済力を背景に伊丹では文化活動も盛んになり、俳諧塾「也雲軒」には諸国の俳人・文人が集まった。伊丹の酒造家に生まれた上島鬼貫は「東の芭蕉、西の鬼貫」と称されるなど、伊丹は俳諧文化のまちとしても栄えた。

このような歴史を背景する伊丹市は、今日においても文化が集積する都市である。中心市街地にある「柿衛文庫」は、東大図書館の「酒竹・竹冷(しゃちく・ちくれい)文庫」、天理大学図書館の「綿屋(わたや)文庫」と並ぶ日本三大俳諧コレクションと称される。その「柿衛文庫」は他の美術館や工芸センターなどと一体となって文化ゾーン「みやのまえ文化の郷」を形成している。また、中心市街地には文化ホール、音楽ホール、演劇ホールなどの文化施設が充実している。

一方、経済面では、大型ショッピングセンターの開業など他の都市と同様の事情により旧来の中心市街地が活力を失いつつある。酒造会社も今では3社が残るだけとなった。このような状況に対し、市は1999(平成11)年に中心市街地活性化基本計画を、2001(平成13)年にTMO構想を策定し、TMOを中心とした活性化施策を展開してきている。



伊丹市の位置（資料:伊丹市ホームページ）

2. 目標

中心市街地活性化基本計画は、「住みやすく買い物しやすい活気ある郷町(まち)」をまちの将来像としている。また、2004年に採択された地域再生計画は「中心市街地活性化計画と整合を図りながら、支援措置を活用することによって、民間の創意工夫を引き出し、より効果的に地域経済の活性化を図っていく」ことを目標としている。地域再生計画は「民間にできることは民間に」を基本的精神とし、市民や事業者が連携し、それを行政が支援する仕組みができた時に地域再生の趣

旨が実現され、“伊丹”という地域に魅力を感じる店舗の出店が進んで新たな雇用も創出される、というシナリオの実現を目指している。

さらに、伊丹市は現在、「伊丹都市ブランドの構築」をまちづくりの目標に掲げており、その一環として 2006(平成 18)年度から「ことば文化都市事業」を推進している。これは、これからのまちづくりにおいてはコミュニケーションの重要性が一層増すという考えに基づくものである。

3. 取り組みの体制

TMO、市民、商業者、市等の協働により地域資源を活かしながら様々な活動が展開されているが、中心となっているのは「いたみ TMO」である。「いたみ TMO」は伊丹商工会議所と「NPO 法人いたみタウンセンター」とで構成されており、TMO の 7 分野の事業のうち、①PR 事業、②バックアップ事業を商工会議所が、③プロモーション事業、⑤情報化推進事業、③空き店舗等活用事業、④周辺環境向上事業、⑤公の施設等管理事業を「NPO いたみタウンセンター」が担っている。

いたみ TMO の体制と役割分担 (資料:伊丹商工会議所ホームページ)



商工会議所が行う事業	NPO 法人いたみタウンセンターが行う事業
① PR 事業 各種の PR 事業を実施し、活性化に結びつける事業	① プロモーション事業 まちの話題づくり・イベントの開催など即効性のある事業
② バックアップ事業 NPO 法人いたみタウンセンターが能力を発揮できる環境をつくる事業	② 情報化推進事業 情報化によるマネジメント・新しい販売形態
	③ 空き店舗等活用事業 商店街の魅力をつなげていく事業
	④ 周辺環境向上事業 商店街のイメージアップにつなげる事業
	⑤ 公の施設等管理事業 中心市街地の活性化に寄与する事業

4. 具体策

(1) 「伊丹郷町再生計画」(地域再生計画)

伊丹市の地域再生計画である「伊丹郷町再生計画」(計画期間:平成16年4月～平成20年3月)は、伊丹市のまちづくりの考え方をよく示している内容となっているのはじめのその概要を紹介する。

① にぎわいの創出

伊丹市の中心市街地活性化計画では、東のJR伊丹駅周辺地域、西の阪急伊丹駅周辺地域、南のサンロード商店街地域、北の宮ノ前地域を4極とし、東西の極を結ぶ市道中央伊丹線と南北の極を結ぶ市道宮ノ前線を2軸とする“4極2軸”の整備を施策展開の重点としている。また、伊丹市は、2軸沿道の魅力を高めるために、商業施設出店に対する補助制度を設けて店舗等の誘致促進を図っている。特に、市道中央伊丹線(歩行者優先道路で長さ約800m、幅10m)沿道の補助対象部分は商店率が28.7%(商業・サービス業の店舗長÷全長×100)と大変寂しい状況にあることから、今後、行政、商業者、市民が力を合わせて魅力ある通りに再生していくことが課題となっている。

「伊丹郷町再生計画」では、このような状況を踏まえて、2軸の交差点である「三軒寺前広場」(イベントができるスペースとして整備された道路区域)の周辺を中心に、幅員の比較的広い周辺道路を使用して、①道路上でのイベント開催、②オープンカフェ等(ワゴン・屋台、花・緑等含む)の配置、などによってにぎわいの創出を図っていくとしている。

② TMOのNPO法人化

「伊丹郷町再生計画」は、TMOをNPO法人化し、その組織基盤を強化することで業務の拡大を図っていくことが重要であるとしている。それは、「民間にできることは民間に」との精神から、今後、市民や商業者が主体となって事業展開していく際に、TMOがますます中心的役割を果たすことが期待されると考えられるからである。NPO法人化したTMOが上記の①道路上でのイベント、②オープンカフェ等、を活用して行政の支援を受けつつ市民や商業者と連携できたときに、地域再生の趣旨が実現できると計画では考えられている。

計画がTMOのNPO法人化を重視する背景には、TMOの財政基盤の問題がある。TMOの収入は県・市・商工会議所からの補助金が主体となっているため財政基盤が脆弱であり、ボランティアに活動してもらう場合には個人が負担を強いられることになり、活動範囲が制限されがちになる。そこで、計画では、TMOをNPO法人化することで経営体質の強化を図り、実費弁償的な給付ができるような組織体への移行を図ることとしたわけである。

(2) 「いたみTMO」の活動

① 設立の経緯

1999(平成11)年に策定された中心市街地活性化基本計画を具体化するため、2001(平成13)年にTMO構想が策定され、2001年に「いたみTMO」が発足した。また、TMOのタスクフォース(戦略実行部隊)として「いたみタウンセンター」(ITC)が当初からイベント事業の企画運営や調査・研究事業等を担ってきたが、その活動を強化するとともに責任体制を明確にし、さらには市民参加に

よる協働型まちづくりを展開するため、2005年に同センターを特定非営利活動法人化して「NPO 法人いたみタウンセンター」を発足させた。その背景には「伊丹郷町再生計画」の上記の考え方があった。主な経緯は以下のとおりである。

1999年3月	中心市街地活性化基本計画策定
8～10月	伊丹市郷町あきない勉強会を開催
1999年11月～	
2000年12月	まちづくり機関(TMO)協議会開催
2000年9月～	
2001年11月	TMOワーキング会議を開催
2001年3月	いたみ TMO 構想伊丹市長より認定、「いたみ TMO」誕生
5月	いたみ TMO 推進協議会発足、「いたみタウンセンター」(ITC)発足
2004年6月	地域再生計画に採択
2005年7月	「NPO 法人いたみタウンセンター」発足

② 大規模イベント「いたみわっしょい」等の実施

「いたみわっしょい」は、市の TMO 構想の一事業として、「NPO 法人いたみタウンセンター」(ITC)が中心となって企画運営をしている。イベント開催の主旨は、中心市街地の活性化と、市民、特に子どもたちの元気をまちの元気につなげていこうというものである。

2002(平成14)年に第1回「いたみわっしょい ～おどらんかい 2002～」を開催し、24 チーム、約600名が出演した(最年少エントリーは2歳、最年長エントリーは81歳であった)。その後、毎年冬の恒例行事として回を重ねるごとに出演者が増え、市の一大イベントとして定着した。

「いたみわっしょい」では、参加者全員による中心市街地クリーンアップ事業も実施するなど、参加者自らが美しいまちをつくるという意識を高めるための取り組みも行っている。

○ これまでの大規模イベントへの取り組み

2001年度	ナイトバザール、ミュージック&バザール
2002年度	第1回いたみわっしょい、第1回冬の元気まつり
2003年度	第2回いたみわっしょい、第2回冬の元気まつり、わっしょい夕涼み市
2004年度	第3回いたみわっしょい、第3回冬の元気まつり
2005年度	第4回いたみわっしょい、第4回冬の元気まつり

③ チャレンジショップ、空き店舗対策

中心市街地の空き店舗活用事業の一環として、2004(平成16)年1月に伊丹ショッピングデパートにおいて「小学生と大学生によるわいわいチャレンジショップ」を開催した。また、同年11月にピバ伊丹(伊丹中央サンロード)において「チャレンジショップ遊創工房」を1ヵ月限定で開催した。「チャレンジショップ遊創工房」では一般公募により4人の出店者が選定され、手作りのお菓子、雑貨、ファッション小物、地元芸大生により創作されたポストカードなどが展示・販売された。

2003年には、関西大学商学部の学生・大学生による伊丹市中心市街地における商店街の現状

調査(空き店舗調査)が実施され、中心地に進出した大型ショッピングセンターの影響の調査や、後継者不足などの問題を抱えている 7 つの商店街を対象にした空き店舗の有効活用、中心市街地の集客力アップのための対策の検討が行われた。



イベント「いたみわっしょい」(写真提供:伊丹市)

(3) 「伊丹アピールプラン」

① 「伊丹アピールプラン」の策定

伊丹市は 2003 年度に「伊丹アピールプラン」を策定した。これは、「伊丹市まちづくり基本条例」(2003 年 10 月 1 日施行)に基づき、「市民提言」として「伊丹アピールプラン市民会議」(公募委員 10 人、団体推薦・事業者委員 11 人で構成)が同年 10 月 16 日に市長に提出した提言書をもとにまとめられたものである。このアピールプランの第 1 章には、策定の趣旨が次のように述べられている。

地方分権や市町村合併が進行する中で都市間競争が激しくなり、住む人が自己のライフスタイルや価値観により自己実現が可能な都市を選択する時代になっている。伊丹市には、先人から受け継いだ、歴史、文化、自然、風土、コミュニティや都市施設等、ハード・ソフトの固有の地域資源がある。これらを市民の財産として共有し、活用することにより、都市をいかし、いきいきと活動でき、住むことに喜びを感じる成熟したまちを創造するため、「都市の整備」から「都市の活用」へと政策転換を図ったところである。

「都市の活用」を具体的に展開していくためには、伊丹市の良さをより多くの方々に知っていただき、住む人がまちへの愛着と誇りを持ち続けられる、定住志向の高いまちづくりを進め、訪れた人が

まちの個性や魅力を感じ、交流人口の増加を図れるための計画が必要であり、この「伊丹アピールプラン」を策定するものである。

このように、歴史、文化、自然、風土、コミュニティ、都市施設等、伊丹市固有の地域資源を市民の財産として共有し活用することがアピールプランのねらいであるが、その際、アピールプランは「編集」と「共創」という言葉を用いる。それぞれの意味は次のとおりである。

編集: 地域資源を個々に活用する、あるいは、アピールの取り組みを個別ばらばらに行う、のではなく、相互につながりを持たせ、連携しながら、一丸となって、活用する、あるいは、取り組むこと

共創: 多くの人が「共」に、地域資源の活用、アピールの取り組みを行うことにより、訪れることの楽しみと住むことの喜びを感じる、成熟したまちとしての伊丹の魅力を「創」り出すこと

このような基本的理念の下、伊丹市では、まずもって現在ある地域資源を保全し、その魅力を市民・市民団体、事業者、行政が共有するとともに、相互につながりを持たせ、連携させることでさらに価値を高めていくことを重視し、次の8つの基本方針を掲げている。

- 方針1 「歴史資源」の活用
- 方針2 「文化資源」の活用
- 方針3 「自然資源」の活用
- 方針4 「空港」をいかしたまちづくり
- 方針5 「市民活動」の編集
- 方針6 市民がアピールする仕組みづくり
- 方針7 施策やイベントの連携
- 方針8 情報の収集・発信

それぞれについて「行動計画」として以下の具体策を掲げている(かっこ内は実施期間)。

アピールプラン 行動計画の内容一覧

方針1 「歴史資源」の活用
(1) 歴史資源の保全等
① 多田街道や旧大阪道など、歴史的街道の沿道整備と散策ルートの設定(短期)
② 文化財を巡る散策ルートの設定(短期)
③ 伊丹郷町大溝の再現(短期)
④ 弥生時代を訪ねる散策ルートの設定(中期)
(2) 歴史の承継と活用
① 酒蔵のある街としてのまちづくり(短期)
② 旧岡田家酒蔵などの文化財や歴史資源を活用したイベント(短期)
③ 歴史に関わるテーマによる講座の開催(短期)

<ul style="list-style-type: none"> ④ 猪名野神社と算額(中期) ⑤ 有岡城跡の活用(中期)
<p>(3) 物語の編集</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 伊丹にゆかりのある歴史的人物の物語の編集(中期) ② 岩屋地区の大規模灌漑遺跡と弥生前期の水稻耕作の物語の編集(中期)
<p>方針2 「文化資源」の活用</p>
<p>(1) 市民文化の継承と活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 中心市街地の文化施設めぐり(短期) ② 鬼貫顕彰事業の PR と投句事業(短期) ③ JR 伊丹駅前広場カリヨンの塔の活用(短期) ④ 地域に伝わる文化財等の活用(短期) ⑤ なぎなたを通して伊丹のアピール(短期) ⑥ 「ジュエリーのまち伊丹」のアピール(短期) ⑦ 敦煌の壁画に描かれた古代楽器の活用(短期) ⑧ 地球音楽シリーズ資料の活用(中期)
<p>(2) 文化事業への参加拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 伊丹市展にテーマ部門設定(短期) ② アイホール(演劇ホール)で学び演劇の世界へ(短期) ③ 伊丹能、市民オペラの開催(短期) ④ 伊丹0号大賞等特色ある展示、イベントの開催(短期) ⑤ 街角ギャラリーの開催(短期) ⑥ 荒牧バラ公園平和モニュメント・地下ホールを活用したイベントの開催(短期)
<p>方針3 「自然資源」の活用</p>
<p>(1) 水辺空間の保全と活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 昆陽池水質浄化と水辺環境の整備(短期) ② 河川浴い等を利用したイベントの開催(短期) ③ 天神川や天王寺川、公園等を巡る散策ルートの設定(短期) ④ 多田街道の水路水質改善等(中期)
<p>(2) 緑の保全と緑化運動の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 市民との協働による特色ある散策路づくり(短期) ② 伊丹花ごよみの情報発信(短期) ③ コミュニティ花壇の再整備(短期) ④ オープンガーデンの推奨(短期) ⑤ 道路・公園、公共施設などにおける緑化・植栽の実施 ⑥ 猪名野神社を花の名所に(中期)
<p>方針4 「空港」をいかしたまちづくり</p>
<p>(1) 空港利用者に対する地域資源の発信とアクセスの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 伊丹空港における市内施設等の PR(短期)

<ul style="list-style-type: none"> ② 「伊丹空港」呼称の使用(短期) ③ 空港と中心市街地を結ぶシャトルバス運行の検討(短期)
<p>(2) 全国的なイベントの誘致</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 第 61 回国民体育大会の実施(短期) ② 「産直市場」「全国のミニイベント」の検討(中期) ③ その他の全国的イベントの誘致(中期)
<p>(3) 空港周辺施設の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 大阪国際空港周辺緑地の整備(短期) ② エア・フロント・アオシス下河原、スカイランド HARADA などの PR と活用(短期) ③ こども文化科学館の活用(短期)
<p>方針 5 「市民活動」の編集</p>
<p>(1) 市民活動相互の連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 伊丹総おどり(短期) ② 市民まちづくりラウンドテーブル事業の実施(短期) ③ 地域対抗「いたっボール」大会(短期) ④ 特色ある地域のまちづくり(中期)
<p>(2) 地域資源や公的施設の市民活動への活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 多田街道や旧大阪道など、歴史的街道の整備と散策ルートの設定(再掲)(短期) ② 文化財を巡る散策ルートの設定(再掲)(短期) ③ 天神川や天王寺川、公園等を巡る散策ルートの設定(再掲)(短期) ④ 中心市街地における大学・短大のイベントの誘致(短期) ⑤ カフェストリートの創出(短期) ⑥ 緑道・公園や歴史景観街道をつなぐコースの整備(短期) ⑦ 市バス利用で施設めぐり(短期)
<p>(3) 市民活動・企業活動と行政施策との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 重要文化財旧岡田家住宅・酒蔵築 330 年記念事業(短期) ② 中心市街地まちなみガイドプラン(短期) ③ 「住みやすいまち、伊丹」のアピール(短期) ④ 特色ある食文化の創出(短期) ⑤ ひょうたんの里・神津を発信(中期) ⑥ イルミネーションによる夜の景観の創出(中期) ⑦ ファクトリーミュージアムの推進(中期)
<p>方針 6 市民がアピールする仕組みづくり</p>
<p>(1) 伊丹アピール講座等の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 伊丹アピール講座の開講(短期) ② いたみアピール大使の任命(中期)
<p>(2) 市民による地域情報誌等の製作支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ① アピールポイントの絵葉書作成(中期)

<ul style="list-style-type: none"> ② 地域活動の発信・交流・ネットワーク化(中期) ③ 市民による地域情報誌やホームページに対する支援(中期) ④ バリアフリーマップの作成(中期)
<p>(3) ボランティアの充実・拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 文化財ボランティア講座の継続(短期) ② 自然解説者の育成(中期) ③ ボランティアガイドの育成と活用(中期) ④ 「歴史の語り部」の育成(中期)
<p>方針7 施策やイベントの連携</p>
<p>(1) 統一テーマの設定・集中的開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 重要文化財旧岡田家住宅・酒蔵築 330 年記念事業(再掲)(短期) ② 冠事業としての情報発信(短期) ③ 道路に愛称設定(短期) ④ いたみ八景の選定(短期) ⑤ 三軒寺前広場イベントの開催(中期)
<p>(2) 異分野間・広域的連携の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 3市1町による文化イベントの開催(短期) ② 鉄道沿線や道路沿道等を意識した市町連携による観光 PR(中期) ③ 伊丹名産の全国発信、地場産業フェアの開催(中期)
<p>(3) 市民ぐるみの企画・運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ① イベント実行委員会への市民参画(短期) ② イベントや市民活動のコーディネーターの育成(短期)
<p>方針8 情報の収集・発信</p>
<p>(1) 行政情報の効果的発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ① JR 伊丹駅デッキ上への案内板の設置(短期) ② 伊丹市ホームページの魅力アップ(短期) ③ 伊丹の地域資源ガイドブックの製作(中期)
<p>(2) 多様な情報媒体の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ① (仮称)伊丹アピール推進会議のホームページ構築(短期) ② FM いたみや CATV 等の活用(短期) ③ 「伊丹アピールプラン」の推進と発信(短期)
<p>(3) 市民・企業の情報媒体との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 伊丹市ホームページの企業等ホームページとのリンク(短期) ② 交通広告媒体の活用(短期) ③ 市内立地企業等の広告・冊子への伊丹の地域情報紹介の要請(中期)

② 「いたみアピールプラン推進協議会」の活動

伊丹市は、「アピールプラン」を推進するため、「いたみアピールプラン推進協議会」を設置することとし、参加者を公募した。公募方法は、2004年6月1日の「広報伊丹」に掲載された記事によれば、以下のようであった。

- | | |
|------|---|
| 対象 | 市内在住・在学・在勤の人で、月2回(1回2時間)程度開催する会議に参加できる人 |
| 募集人数 | 約10人 |
| 応募方法 | 応募の動機を原稿用紙1枚にまとめ、住所、氏名、電話番号を書いて、2004年6月15日(必着)までに直接、市役所2階の企画調整室へ。郵送、ファクスでも可。後日、選考のうえ決定。 |

「いたみアピールプラン推進協議会」は2004年7月に発足し、伊丹市の定住人口・交流人口の増加を目指して市の地域資源を様々な方法でアピールしている。2004年度には、歴史ある酒蔵の町並みや文化的蓄積など、伊丹の地域資源をPRする冊子「いたみでみたい これなあに？」を発行した。また、市の歴史・文化などを紹介する「アピールフォーラム」を毎年、中心市街地で開催している。その他、「平成いたみ八景」の選定など活動は多岐にわたっている(会員数30名、連絡先は伊丹市都市創造部都市企画室内)。



「アピールフォーラム」の様子 (写真提供:伊丹市)

(4) 「伊丹都市ブランド」の構築

① 「伊丹都市ブランド戦略」

伊丹市は、他都市とは違う市の歴史・文化の蓄積等の地域資源を活かして市を「オンリーワン」とする「伊丹都市ブランド戦略」を展開している。「伊丹都市ブランド戦略」は、伊丹の魅力(人、モノ、情報)を全国に発信することで「伊丹に住みたい、訪れたい、ビジネスをしたい」という人を誘引する戦略であり、そのために「伊丹都市ブランド」を構築するというものである。

この「伊丹ブランド戦略」にもとづき、2004(平成 16)年度には、中心市街地において国の重要文化財である旧岡田家住宅・酒蔵が築 330 年の記念イベントを行った。また 2005(平成 17)年度には、同じく中心市街地において市制 65 周年記念イベントが実施され、10 月には著名人を招いた「伊丹文化サロン」が開催された。



伊丹文化サロンの様子(写真提供:伊丹市)

2006(平成 18)年 2 月には伊丹市といたみタウンセンターの共催により、飲食店にリノベーションした酒蔵で「都市ブランドフォーラム」が開催され、伊丹の歴史・文化・自然に更に特化したブランド戦略を市民・事業者・行政が一体となって継続していくことが再確認された。

「都市ブランドフォーラム」の概要

開催年月日 2006 年 2 月 26 日(日)午後 2 時～6 時半
場所 白雪ブルワリービレッジ長寿蔵(中央 3)2 階
定員 70 名

(プログラム)

〔基調講演〕 滋野英憲・甲子園大学経営情報学部助教授

「まちづくりと都市ブランド」

〔まちづくり活動報告〕

〔パネルディスカッション〕

コーディネーター 角野幸博・武庫川女子大学生生活環境学部教授

パネラー 井戸智樹・歴史街道推進協議会事務局長

坪内稔典・佛教大学文学部教授

森本啓一・いたみアピールプラン推進協議会

藤原保幸・伊丹市長

〔交流会〕

② 「ことば文化都市事業」

市が作成した「構造改革特別区域計画」は、これからの時代のまちづくりにおいては「人と人をつなぐ円滑なコミュニケーション」が一層重要であり、豊かなコミュニケーションが温かい人間関係を築き、生き生きとしたまちづくりを実現すると述べている。このような認識に基づき、伊丹市は 2006 (平成 18)年度から「ことば文化都市事業」を推進している。これは、伊丹市の文化資源である俳句を中心にことば文化を大切にする文化行事である。

具体的な事業としては、伊丹市在住の作家である田辺聖子氏の講演会や展覧会の開催、新たな俳句コンクールである「全国花の俳句大会」を主催し全国トップレベルの大会にすること、俳人・作家等による小学校での授業の実施(俳句・ことばモデル事業)、ことば文化活動の企画・支援等が企画されている。このような活動は「伊丹ブランド」の確立と密接不可分な関係にあり、それに関しては「構造改革特別区域計画」に次のように述べられている。

少子高齢化の進展、産業構造の変化という社会状況の中、かつてのような均一的な地域開発の時代から、地域が自らの知恵や資源を生かした地域経営の時代へと変化している。このような変革の時代においては、伊丹市の活力と競争力を高めるため「都市イメージ」を戦略的に創造していく必要がある。本市においては、新しい時代に向かって多くの課題がある中、今後はさらに、固有の歴史・文化を生かした「伊丹ブランド」の全国発信を展開し、都市の魅力と活力を高め、「ことば文化都市伊丹市」としての都市ブランドの構築(まちおこし)を図るとともに、「ことば文化都市宣言」にまで高めることを目指し、市をあげての施策を展開していく。

(5) 伊丹酒造組合との連携

伊丹酒造組合には明治以後の変遷を経て現在 6 銘柄の酒造元(伊丹市・三田市・猪名川町)が加入しているが、その組合と連携して、清酒発祥の地における歴史・文化資源を活かした都市ブランド戦略プロジェクトが展開されている。これまで、酒造組合に保管されている古文書の一次調査が行われている。また、酒造組合では、5 月の田植えから草取り、稲刈り、酒の仕込み、清酒の完成まで、各過程の作業に参加して新年には自分の作ったラベルを貼ったお酒が楽しめるというイベントを企画して参加者を募集しているが、年間 60 人余りの参加があり人気が高い。



現在も残る酒蔵(伊丹市中央3丁目) (資料:伊丹市ホームページ)

5. 特徴的手法

行政主導ではなく市民主体でまちづくりに取り組んでいること、今ある地域資源を総合的、有機的に連携させて「都市ブランド」を確立する試みを行っていること、従来の画一的な都市開発の発想を脱し、これからはコミュニケーションこそが重要になるという認識の下で「ことば文化都市事業」を展開していることなど、まちづくりを町の人々の目線で総合的に考えている点が大きな特徴である。持続可能な都市再生の時代にふさわしい取り組みになっていることが高く評価される。

6. 課題

2002(平成14)年10月はJR伊丹駅東側に大型ショッピングセンターであるダイヤモンドシティが開業し、JR伊丹、阪急伊丹駅の乗降客が大幅に増加している。この流れをいかに中心市街地に呼びこんでいけるかが課題となっている。

(参考・引用文献)

伊丹市ホームページ

伊丹商工会議所ホームページ

地域再生本部ホームページ