



# 「ミズベリングの聖地」加古川 の実現に向けて

2020年12月6日 **加古川知を結ぶプロジェクト**



# 加古川での現地調査の結果

: 11月1日、11月3日

駅りん 簡単に  
借りられ

高齢者が目立  
空店舗の多

靴下専門店のKIPS  
店ばかり

車が高速  
し危険  
モール

中心地が寂れていて、  
観光地が分散してい  
る。自慢の加古川が  
いかせていない

まる  
気のない  
街

ざ訪れた  
思えない

敷

市域が広 観光地が分散し  
自転車では深訪できない

# 加古川市を取り巻く環境

小野市の工業団地

加古川市からの企業の移転・流出

人口減少の転機：  
子育て支援策は、  
明石市がリード

広い市域が  
足かせに  
なっている

コロナによる小売  
店、ロードサイド  
店への打撃

広い市域ゆえにの  
交通問題：コミュ  
ニティバス

Core Attractionに  
欠ける観光素材・  
コンテンツの分散

加古川市に求められるもの

**加古川には「Core Attraction」  
が必要である**

 **成功事例の研究：**

- ・ 広島県尾道市・兵庫県丹羽篠山市・徳島県神山町
- ・ サイクリングの聖地 しまなみ海道

# Core Attraction形成の成功事例の考察

- ✓ 尾道、丹羽篠山、神山に共通の特徴として、**中心市街地に、若者・アーティストなどが新たな生業にチャレンジできる場・機会**が設けられている。
- ✓ その活用の仕方も、丹羽篠山や神山のケースでは、**ゾーニングで計画的に特色づけを行い、中心地を活性化**させ成功している。
- ✓ **しまなみ海道も10年かけて「サイクリストの聖地」化を達成**し、若い移住者の集積とあわせ**尾道は、観光地としてのリ・ブランディングに成功**した。

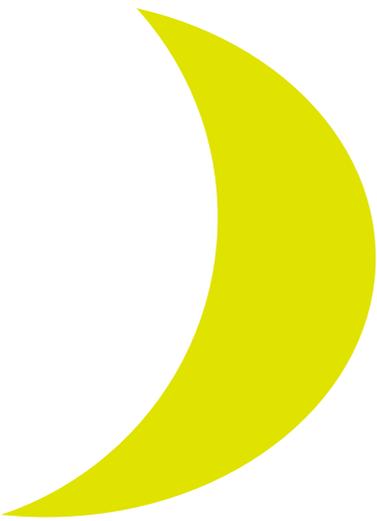
# 加古川市の目指すべき姿

## 加古川に「Core Attraction」をつくる

成功事例を参照しつつ、豊富な水資産を活用した「**ミズベリングの聖地**」加古川という「Core Attraction」をつくり他の地域と差別化しながら加古川の魅力創造を行う。完成形において「ミズベリングの聖地」加古川は、若者、ファミリー層を中心に多様な世代が集まり憩う全国屈指の場・地域となる。また、それは新たな投資を産む場にもなりうる。

☞ ミズベリングストリート（ヤマトヤシキ、ベルデモール、寺家商店街）と「河原地区」河川敷公園エリアと「鹿児の庭・松風ギャラリー・鶴林寺」エリアと結ぶ**一帯の三日月形の地域を「ミズベリングの聖地」加古川として面的に活性化**する提案を行う（**Waxing Crescent PJ 1st STEP**）。

# Waxing Crescent PJ の 1st STEP



ミズベリングストリートの活性化

「河原地区」河川敷公園の活性化

鹿児の庭・松風ギャラリー・鶴林寺  
エリアの活性化



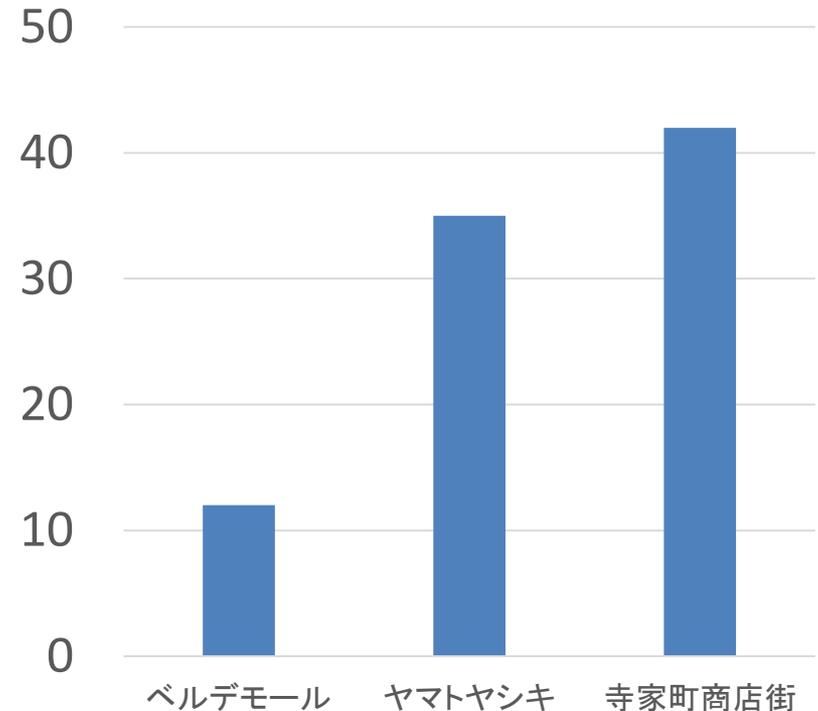
「ミズベリングの聖地」加古川の顔  
となる子育て支援

# ミズベリングストリート 実施の制約条件

- ✓ **ベルデモール**は店の**入れ替わり**が激しい。
- ✓ **寺家町商店街**は、昔ながらの間取りで奥行きがあり面積が広く坪単価も高いため、**家賃も高い**。商店街の担い手はみんな**高齢**である。
- ✓ **ヤマトヤシキ**は、ビルの1/3をヤマトヤシキが百貨店経営し、残り2/3を「カピル21」が運営している。

※「カピル21」は、昔から商売をしていた雑貨屋、年配向けのご服屋からなる団体で活発には活動していない。

加古川メインルート内の空き店舗数

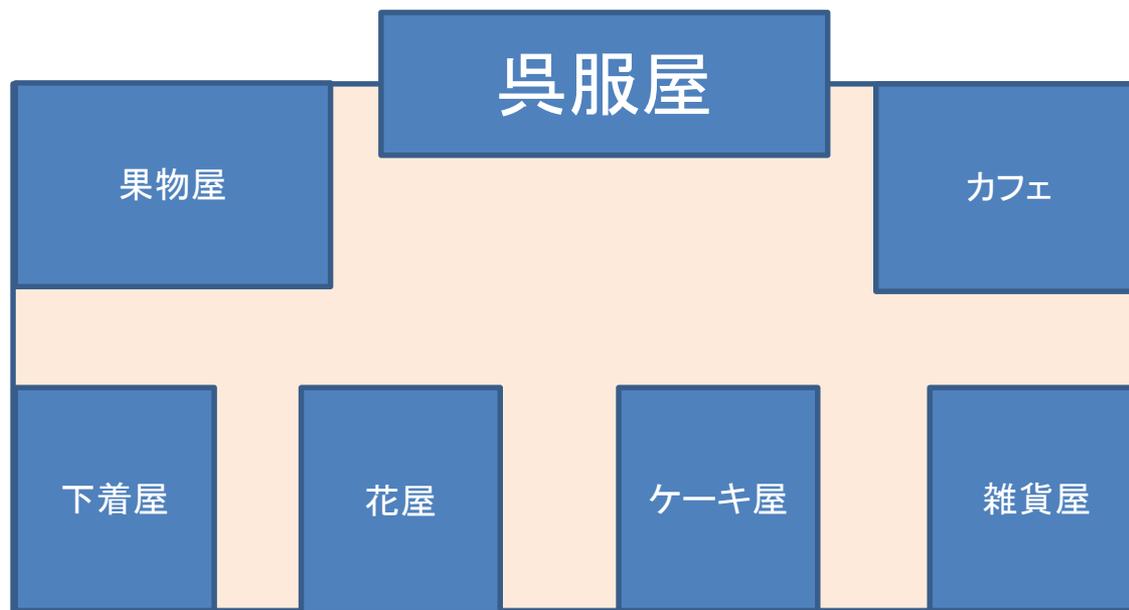


※計測方法：4時間程度の手打ちカウント計測、長期休業も含む

👉 これら制約条件を踏まえ、**寺家町商店街から着手**する。

# ヤドカリ方式 shop in shop

香川県観音寺市  
商店街を応用



## 一坪実験店舗

家賃無料、商品販売のロイヤリティ料で若者に  
経営させる。古い店舗に新しい風を入れるとい  
うメリット&店が入れ替わる新陳代謝

# 複合店舗方式

複数の経営者が  
共同で店舗経営  
する手法



月額30万 ÷ 5 事業  
= 6万

1 事業月額 6万

## シェアリング店舗

👉 さらに、昼はイタリアン、夜はワンショットバーと業態を変え、ナイトライフを充実させる

## ミズベリングストリート 寺家町商店街③

こうして、**既存店舗にも変化を与え、シェアリングで若い担い手が借りやすい形を導入**することがポイントである。ゾーニングと全国公募で、幅広く募集することが話題づくりにもなる。**若い人にチャレンジの場を与える**ことは加古川市の**イメージ戦略**としても**優れシティプロモーションにもなる**。商店街や権利関係の調整などの細かい問題はあるが、若いカエネルギーが寺家町商店街に注がれれば老舗店舗にとっても刺激になる。

加えて、ディズニーランドの年間パスのように、利用者へ特典を付与する「**ミズベリングストリート年間パス**」の**ような仕組みを導入**し、商店街にインセンティブが発生するような仕掛けにする。

## ミズベリングストリート 寺家町商店街④

**第3**に「ミズベリングストリート」としての特性を埋め込む。デイキャンプや川を利用したカヌーやスタンドアップパドルなど、河川敷公園のコンテンツと店舗を連動させることと、**靴下や建具など地域の特産品をオリジナルブランドで展開**することが必要となる。これを契機に、**今治タオルや兎島ジーンズのように志方の靴下もブランド化**（OEMをODMへ転換）する。そうすれば、若い人が靴下や建具へも挑戦する好循環が生まれる。

また、ミズベリングストリートには、「ミズベリング」という文脈で、モンベル、スノーピークなどアウトドアに強い企業や、ミズノ、オニツカなど**スポーツ系の企業誘致**にもつなげる。

## ミズベリングストリート 寺家町商店街⑤

第4に、「株式会社加古川まちづくり舎」やケーブルテレビの「BANBAN」などとも連携し、高砂市や稲美町など東播磨地域の人づくりや市民団体400団体のボランティアの活動と連動させる。

株式会社加古川まちづくり舎は、団体でビルを購入して、まちのなかに「保育園」をつくり子供をベースにしたまちづくりを指向している。このような要素も埋め込み、ミズベリングストリートを若者やファミリー層に支持される場とするだけでなく、**子育て支援の拠点・象徴として機能**させる。

## 「河原地区」河川敷公園の活性化 完成形のイメージ

- **グランピング、オープンカフェなど水辺を楽しめる仕組み仕掛けを実現。**  **民間からの投資誘導**  
(赤穂のキラキラ坂のようなイメージ)
- コワーキングスペースなどの配備。
- ヤマトヤシキ、ベルデモール、寺家町商店街  
一帯を若い人が来て交流するオープンな空間化。
- 川沿に可動式のカフェやグランピング施設など親水性の高い設備を整備されるように政策誘導。

# 「河原地区」河川敷公園の活性化

- ミズベリング・イベント
- ・ 「ミズベリング春夏秋冬」

「河原地区」河川敷公園⇒**親水性の高い交流広場化**

- ・ 水辺のマルシェ、水辺の青空市（産直市）、水辺の読書会、体験靴下づくりの会、建具祭り、水辺の子育て相談会・産褥体操、ヨガ教室などを実施。



企画・コーディネートを委託

「株式会社加古川まちづくり舎」、ケーブルテレビ「BANBAN」

# 「河原地区」河川敷公園の活性化

## ■ ミズベリング・イベント

- ・ かつめしを中心とした**B級グルメの会、芋煮会**(東北地方)等、川周辺の企画・イベントの招致。
- ・ ターゲットを**東播磨地区から関西全域へ**



かつめし(加古川市)

# 「河原地区」河川敷公園の活性化

## ■スポーツアクティビティ（カヌー、スタンドアップパドル、渡し船、自転車）

・河原地区から両荘地区へ至る川筋で、**カヌー、スタンドアップパドル**などが気軽にできるようなゾーンの設置。

⇒教室を開講。将来的には**手漕ぎの渡し船**の導入。

・河川管理は**国土交通省とも連携**し、水辺のサイクリングロードとしての魅力も高める。

（休憩所・レスキュー所の設置等）



・**ミズベリングストリート**の関連店舗の商品供給。

・**兵庫県と連携**し、春夏秋冬で、市民マラソン大会などの実施。

# 「河原地区」河川敷公園の活性化

## ■ キャンプ、グランピング、キャンピングカー

- ・ 河原地区→**イベント広場・アクティビティ拠点**  
駐車スペースを設け、導線を慎重に設計。
- ・ 両荘地区→**ワーケーションの基地**  
仕事の合間のリラクゼーション。

・ **グランピング施設での水辺のウエディング**  
例えば、両荘地区河川敷公園で式をあげ、渡し船で、家族が「河原地区」河川敷公園で披露宴をあげるような仕組みにする。



引き出物は**ミズベリングストリートの店舗群と連動。**

## 「河原地区」河川敷公園の活性化

(施策への追い風を踏まえたプロジェクト案)

### ミズベリング

4つの河川敷公園のうち、ミズベリングストリートと連動する「河原地区」河川敷公園の活性化を目指す。

そのうえで、他の3つの河川敷公園への拡張や、国や県と連携し活用の手法を発展させる。

季節問わず行えるイベント開催

春夏秋冬、季節を愛でるミズベリングを開催

**若者・子育てに悩む主婦層をターゲットとしたイベント**  
**ミズベリングストリートと一体化で地域活性化**

# ミズベリングイベント (通年)

- ウォーキング + お料理  
イベント
- キャンプ・グランピング  
イベント
- 自転車を使い河川敷を  
サイクリング



# ミズベリングイベント (春夏秋冬)



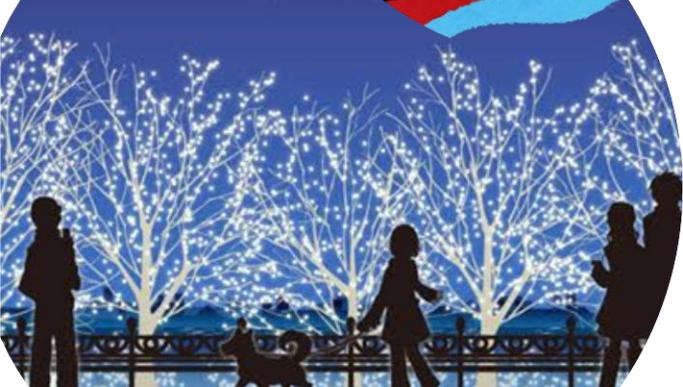
春 マルシェ, 読書会,  
ヨガ教室, お花見



夏 カヌー, フェス,  
スタンドアップパドル

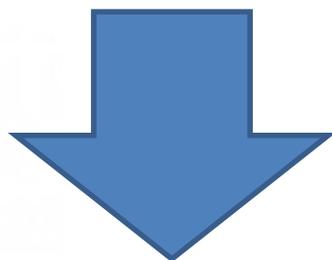
秋 靴下作り, 子育て相談会

冬 川辺のイルミネーション



# ミズベリングイベント (子育て支援)

子育て支援として、母体の産後の  
の運動をサポート



運動をするきっかけとして河川敷での  
ウォーキングイベントを開催

## 鹿児の庭・松風ギャラリー・鶴林寺エリアの魅力



- ✓ このエリアも大阪の「てんしば」のようにパークマネジメントを行う適地である。オープンな空間を若い人やファミリー層が集いマルシェや蚤の市など様々な活動の場へと導く。神戸製鋼所、ハリマ化成、ニッケ、植垣などの企業を巻き込み魅力化を進める。

# 子育て支援と ミズベリング

「取り組むケア」による子育て  
施策の差別化

+

かこはぐのアプリ化+乳児家庭全戸訪問事業の改善

## 子育て支援施策の拡充の背景

全国的な少子高齢化の進展下にあっても、加古川市は、新快速で大阪から1時間という好立地により、これまでベットタウンとして着実に人口を増加させてきた。しかし、近年、**人口が減少**に転じ少子化対策のための施策が重要な政策課題になってきた。

一方、子育て施策では**近隣の明石市が先行**しており、単なる後追い施策では対外的なアピールにかける。「かこはぐ」などの諸施策に見られるように、**加古川市の子育て施策は充実しているが、それが認知されていない。**

## 「取り組むケア」による差別化

出産・育児のステージのなかで、これまでフォーカスされてこなかった「産後」から社会復帰へ至る期間（約1年間）に対するケアに最先端の施策を講じ、**他市町との差別化**を図る。

出産後の母親へのケアのうち、産後8週間の「受けるケア」は完全だが、産後リハビリ・体力の回復期（2ヶ月～6ヶ月＝仲間を得る）や社会復帰準備期（7ヶ月～12ヶ月＝家族で社会復帰の準備、保育活動申請）など「取り組むケア」が十分ではない。

 **NPOマドレボニータの支援を得て実施**

# Waxing Crescent から Full moonへの展開

## 3rd STEP (Full moon)

ベルデモール→コベントガーデン化（英）、  
寺家町商店街＝アルベルゴ・ディフーズ  
（伊）、靴下等伝統産業のブランド化

## 2nd STEP (Half moon)

ヤマトヤシキのコミュニ  
ティデザイン＝あべのハル  
カス、マルヤガーデンズ

グランピ  
ング施設

## 1st STEP

実験商店街  
河原地区河川敷公園  
活性化

取り組むケア

ワーケーション、  
リモートワーク、  
企業誘致など

取り組むケアの最  
先進地へ

「水の都ワンダー  
ランド加古川（仮  
称）」＝地域丸ごと  
博物館化

連携中枢都市圏の  
姫路との広域連携

はばタンファミ  
リー戦略で最先端  
の子育て地域へ

ミズベリングの聖地  
加古川

Core Attraction

加古川の豊富な水資源を活用

水辺の利活用  
商店街  
中心市街地活性化



地域振興

観光振興

さらに、生活支援とも融合！！！！



行政施策におけるDX推進の提案

Waxing Crescent が  
Full moon になった時



加古川は、**ミズベリング**の  
**聖地**として輝いている

ご清聴ありがとうございました

Full moon

望月ゼミからの  
の提案でした

