館林市つつじが岡公園の運営等に関する調査研究報告

研究員　古屋 秀樹（国際観光学部国際観光学科　教授）

１．はじめに

つつじが岡公園は、館林市が管理する都市公園（総合公園）で、群馬県館林市のほぼ中央に位置しており、4 月下旬から 5 月上旬に、「旧公園」、「新公園」と呼ばれる一帯はツツジが咲き誇る。市民をはじめとする多くの人々が来訪しているが、特に「旧公園」は、文化財保護法で規定された「名勝」の指定も受けるとともに、公園区域の一部が「城沼風致地区」に含まれている。

2010（平成 22）年に群馬県から館林市に公園管理が移管され、市による整備・維持管理・運用がはじまったが、その整備・維持管理について示した計画や方針はこれまでなかった。そこで、より良い公園づくりのために、「つつじが岡公園（尾曳橋東側）経営基本方針」（対象期間：2018（平成 30）年～2022（平成 34）年）を策定することとなった。方針策定にあたっては、人口減少や超少子高齢化といった社会の縮小化にともなった財政の厳しさ、既存の社会資本の有効利用への要求など、都市公園を取り巻く環境の変化を考慮するとともに、2017（平成 29）年に改正された「都市公園法」も踏まえている。

本報告は、つつじが岡公園と関連した土産品の開発事業、ならびに、3 カ年にわたって行った「つつじが岡公園運営会議」の成果を示すものとする。

２．アクセサリー販売及び製作体験教室

2.1　事業の目的

本事業は、つつじが岡公園で咲く「つつじ」を利用しながら、物産への活用策の１つとして、細かくしたつつじ花びらをレジン樹脂でパッキングしたリングトップを持つ指輪の販売、ならびに製作体験教室を行い、お土産品としての購入実態、つつじ祭りでのイベントへの参加実態を把握することを目的とする。

2.2　事業の概要

(1)　体験教室

・製作品　つつじをパッキングしたリングトップを持つ指輪の製作

・開催日：4 月 29、30 日、5 月 3 日、①11:00~11:45、②13:30~14:15、③15:30~16:15

※各日 3 回実施。集合は各回 10 分前。終了後 15 分で掃除、準備。

※各回の間隔を１時間以上とったのは、掃除や次の回の準備をする時間、休憩時間の他、アクセサリー販売や次回開催の告知、整理券配布などで時間がかかるためである。

・人数：各教室 20 人定員（1 テーブル最大 5 人）1 日最大 60 人

・料金：製作者１人につき 500 円

・募集、告知方法

①会場にてポスター、看板を置き告知する。また学生も積極的に声かけを行う。

②各回開催までに 20 枚の整理券を用意し、参加者は整理券を事前に購入する。開催までに時間があれば、集合時間を伝えて再度集合することとした。

③集合時間になり次第、整理券保持者を会場に誘導する。

・進行について

①会場に一人全体進行を置き、大まかな作り方を一通り説明する。(5 分)

②各テーブルに学生を 1 人アシスタントとして配置し、参加者は各自作業を始める。(35 分)

③挨拶、宣伝（ゼミホームページやインスタ利用など）を行う。(5 分)

(2)　アクセサリー販売

・販売日：4 月 29、30 日、5 月 3 日

・販売方法

ピアス、イヤリング、指輪全てを 1 つ（1 ペア）ずつ小パウチ袋に封入し、個包装で陳列を行う。また、パウチ袋の中には製作団体名や連絡先の他、宣伝文などが書かれた PR カードも入れる。宣伝に関してはインスタグラムなど SNS への投稿（ハッシュタグ#）を促すものとする。

・販売品目　ピアス:80 セット、イヤリング:20 セット、指輪:130 セット 合計 230 セット

・販売価格　各種 500 円/個

2.3　損益

収入　129,500 円（259 個（販売 200 セットならびに体験教室における 59 個））

費用　97,027 円（材料費　55,907 円 、固定費(UV ライト)＋学生交通費　41,120 円 ）

損益　（収入-費用）32,473 円　※利益金は、館林市観光協会に収納した。

◆原価率と収益

1 個あたり製作費①（材料費のみ）　215 円（原価率 43%）

1 個あたり製作費②（固定費、交通費込）　374 円（原価率 74%）

固定費、交通費も含め、1 個あたりの収益　126 円

写真　体験教室風景（左）、作成した指輪（右）

2.4　考察

(1)　販売品

今回、販売できたのはピアス 80 個、イヤリング 20 個、指輪 100 個の合計 200 個である。ピアスは手に取って見る人が多いのに対して、指輪は 30 個ほど売れ残る結果となった。ピアスは複数保有への許容範囲が広いのに対して、指輪は利用場面などをある程度想定しながら購入するためと考えられる。また、いずれの商品とも、公園のつつじを活用したこと、手作りであるためデザインが唯一無二であること、料金が 500 円と比較的低廉であったことから、老若問わない女性から支持されたと考えられる。

ピアスは販売初日から売れ行きがよく、一番人気の商品タイプはぶら下げるフック式であった。フック式は製作時間を要するものの、台座型よりも来園者からの評判が高かった。今回はメッキ加工品を使用した商品のみであったが、アレルギー対応したものなど幅広い種類の展開も実際に求められた。

(2)　体験教室

体験教室では各回 20 人の参加を予定したが、実際は各回平均 5~10 名程度あった。スタッフ 5 名で対応したことから、10 名を超えない程度の人数であれば参加者 1 グループに対してスタッフ 1 人がつき、1 テーブルに 1 グループが着座することとなった。この人数を超える場合、リングトップを作成するモールドの数が各テーブルに 1 または 2 個しかなく、参加者がモールドを使えずに待つ時間が生じた。待っている間に指輪のデザインなどを選んだりしたが、モールドの数が多ければ待ち時間の回避が可能と考えられる。また、今回は指輪での実施であったが、ピアスやイヤリングでも製作したいという声が多く上がった。

参加者は、女子小学生とその保護者という組合せが多く、若年女性層ならびに家族来訪者への訴求力が比較的大きかったと考えられる。

(3)　販売場所

販売場所は、観光案内所下のスペースを利用した。インフォメーションと隣り合い、メインの

出入り口とも比較的近いため、多くの来園者が足を運んでくれた。もともと事務所内のスペースを活用するという案もあったが、体験をしている姿を見て、参加したいという声があがったり、販売品を見ている来園者の姿を見て近寄ってくる人たちも大勢いたため、人目につく観光案内所下は立地として良かった。

今回は、3 日間とも天候に恵まれ、多くの来園者が販売場所を来訪したが、屋根はあるものの雨天の場合は、スペースが充分でなく販売が難しくなることも予想される。

３.公園の経営基本方針の策定

つつじが岡公園を、更に良いものにしていくために、公園整備の目標や関係主体の役割、そのための事業や評価方法などを示した計画を策定し、関係主体間で目標・手順を共有することが望ましいと考えられる。3 年間にわたる検討の主要事項を示すとともに、その際の留意点、将来の方向性について説明する。

3.1　公園を取り巻く現状と課題

(1)都市公園法の改正

公園行政では、これまでは経済成長、人口増加等を背景として、緑とオープンスペースの量の整備を急ぐことが急務となっていたが、近年では、社会の成熟化、市民の価値観の多様化、都市インフラの一定の整備等を背景とし、緑とオープンスペースが持つ多機能性を最大限引き出すことを重視するステージに移行すべきとの指摘が顕在化しており、文献 1 では下記の 3 つの視点が今後の公園の機能として言及されている。

1) 都市のため　（持続可能で魅力あふれる高質都市の形成 など）
2) 地域のため　（個性と活力ある都市づくりの実現 など）
3) 市民のため　（市民のクオリティ・オブ・ライフの向上 など）

これらを踏まえながら、2017（平成 29）年には「都市公園法」も改正され、公園の管理について下記のような新たな観点が示された。

観点１：ストック効果をより高める⇒公園管理者も資産運用を考える時代へ
　－今あるものをどう活かすか、という視点を重視すべき
　－都市公園を活性化する、また、必要に応じて再編するという考え方が重要
観点２：民間との連携を加速する⇒民がつくる、民に任せる公園があってもいい
　－公共の視点だけでモノをつくらない、発想しない
　－民間のビジネスチャンスの拡大と都市公園の魅力向上を両立させる工夫を
　（民間活力による新たな都市公園の整備手法の創設など）
観点３：都市公園を一層柔軟に使いこなす⇒公園のポテンシャルを柔軟な発想で引き出す
　－画一的な都市公園の整備・管理は×（一律でボール遊び禁止 等）
　－公園の個性を引き出す工夫で、公園はもっと地域に必要とされる財産になる
　（公園の活性化に関する協議会の設置など）

この中で、観点 3 では公園整備に多様な主体がかかわる仕組みについて言及しており、公共の視点に加えて民間活力の活用をうたった観点 2 とも関連して、公園づくりに多様な主体の参画という方向性を打ち出していると考えられる。

以上から、つつじが岡公園の整備・維持管理においても、これらを踏まえながら、利用者、市民にとってより良いつつじが岡公園を創り育てることが必要であり、そのための公園の経営基本方針を策定することが急務と考えられる。

(2)　公園経営により期待される効果

利用するだけの公園から発展し、市民、利用者、事業者、行政がそれぞれの役割を担い、公園づくりに自ら参画するようになると自分の思いが実現し、さまざまな効果が発現することが可能となる。それらには、以下のような、多くの効果が考えられる。

・館林市固有の地域資産であるツツジを育成し、世界に PR することで館林市の個性を打ち出すことが可能。
・館林市民がつつじが岡公園をより一層誇りに思い、愛着を持つことが可能。
・公園への来訪動機がより強固になり、館林市内外から 1 年を通じた利用者の来園が可能。
・周辺の施設と連携をすることで「周遊ルート」を PR でき、かつそれにより PR 効果を上げ、来園者の増加が期待できる。

これらによる各主体への効果は、表-1 のようにまとめることができる。

表-1　公園経営による期待される効果

主体	市民、利用者	事業者	行政
効果	**公園の利用による効果** ・休養・休息や健康・スポーツ増進へのメリット ・教養・文化活動等へのメリット **公園の非利用的効果** ・公園整備に関わるプライド醸成 ・地域の誇りやアイデンティティの醸成	・民間活力のためのインセンティブ増大 ・効果的な都市公園の管理・整備による公園外の事業者の収益増大 ・プロモーション・CSR（企業の社会的責任）への効果	・つつじまつりをはじめとする利用者増加と経済効果の誘発 ・公園管理・整備の費用対効果の増大 ・良好な都市空間の整備実現

上記に示すように、公園整備による効果は多岐にわたるため、公園の整備・維持管理の取り組みは、常にどの主体にどのような効果をもたらすものか、関係主体相互にどのように関わり合いを持つことが出来るのか、考えながら、推進されるべきであると考えられる。

(3)　公園を取り巻く現状と課題

現在、つつじが岡公園は、3 つの課題を抱えていると考えられる。

1）つつじが岡公園に現存する古木は他では見ることのできない貴重なものである一方、古木も多く、何らかの原因で枯損したものもある。できうる限りの対策を講じ、より多くの古木を保護し、次世代に引き継ぐことが課題といえる。

2）つつじまつりの入園者数が減少傾向であること。

3）誘客できる時期が 4 月初旬から 5 月初旬に開催されるつつじまつりに集中していること。特に、9 月以降については、つつじが岡公園内で大きな集客イベントはなく、秋冬は春夏に比べると入園者数は大きく減少する。

3.2　経営基本方針策定の考え方

今まで述べてきたようにつつじが岡公園は、幾つかの課題を抱えており、管理する館林市の財政の厳しさ、市民の価値観の多様化といった公園整備・管理を取り巻く環境も大きく変わろうとしている。

このような中で、公園が直面する課題に効率的・効果的に取り組むためには、公園づくりに関わる主体の理解や協力が不可欠となるため、公園整備・維持管理の方向性を明確にする必要がある。本基本方針はその役割を担うもので、策定にあたっては、目指すべき公園像を明確にすること、公園の本質的価値を明確にすること、公園の利用者を想定しながら、公園の整備・利活用の方針と公園自体を創り育てる過程も着目すること、以上が重要といえる。

さらに、これまでの公園行政で見られた行政主導の事業実施・維持管理から、館林市民や企業をはじめとする関係主体との連携・協力のもとで「公園づくり」すること、そしてそのような環境づくりを行政が行うことへの転換が必要不可欠といえる。

これは、前述した公園を取り巻く環境の変化から、行政による「お仕着せ」から、関係者自らが「公園を創る、それを愉しむ」という新しいステージを目指したものであり、「空間」として公園自らが持つ価値、機能を伸ばしていくという考えによるものである。

つつじが岡公園は、都市公園（営造物公園）の中に「名勝（文化財）」が含まれているため、目指すべき公園像を考える場合、この公園と文化財という 2 要因を考慮する必要がある。特に「名勝」にあたる「旧公園」は、多くの先人たちのたゆまぬ努力の積み重ねによって形作られているため、目指す公園像を考える際、その歴史を振り返ることが重要といえる。

そこで、これまでの歴史を踏まえるために、古文書からキーワードを抽出したところ、①躑躅（つつじ）というテーマ性を色濃く継承してきた公園であったこと、②躑躅を里人、郡民をはじめとする周辺住民の力で保護してきた歴史的地域的背景が強いこと、③躑躅のみならず城沼をはじめとする周辺を含めた地域の価値を見出していたこと、が明らかとなり、これらの伝統を守り継ぐことが非常に重要と設定することができた。

一方、「名勝躑躅ヶ岡」の外側（フリンジ部）は、都市公園（総合公園）として整備・維持管理がなされ、多くの市民に利活用されている。営造物公園として市民生活を支えており、引き続きこの役割を担うことが望ましいと考えられる。

以上から、つつじが岡公園が目指す公園像として、次の 2 点を設定することができた。

公園像１　館林の誇りとなる公園【公園の質向上の視点。①躑躅、②保護、③風光明媚に相当】
公園像２　人々がともに手を携え、愉しむことのできる公園
【利活用主体の視点。④協働ならびに総合公園の機能に相当】

明治初期に荒廃していた躑躅ヶ岡は、有志による取り組みによって昔の姿を取り戻し、現在に至っている。人々が手を携えながら協働で再生に取り組んだ過程は、自らの手で地元の宝を守ろうとする強い気概を感じることができる。さらに、そこで何かを行うことができるという能動的な場として公園が機能しており、単なる憩いを超える自己実現の場・ステージと見立てることもできる。

そのため、公園の利用者や市民がともに手を携えて検討する「協議の場」を設置し、公園の活用を意図した民間活力による新たな都市公園の整備手法の創設が長期的な検討項目といえる。

なお、以上 2 つを公園像として設定することが望ましいと考えられるが、「保護」と「利用」という背反する文言となっている。この考え方として、優先されるべきは、歴史を有し、公園のアイデンティティである「躑躅」の保護であること、そして保護のために「適切な利用」環境を作り、収益、市民の愛着などを「保護」に活用するという、優先順位があることを指摘できる。

3.3　つつじが岡公園の経営理念

つつじが岡公園が目指す２つの公園像を実現していくために、「公園の経営理念」を設定して、

関係主体の理解、協力を図る必要がある。様々な視点から検討を行い、下記の 5 点をつつじが岡公園の経営理念として設定することができる。

①躑躅の保全･保護とその有効活用を目指すこと

躑躅の保全・保護を行うとともに、それを踏まえた適切な利用管理、収益確保を検討する。

②公園の歴史的背景の重視とそれを反映した景観の形成を目指すこと

先人たちのたゆまぬ努力と､地域の風土との関連の上に成り立った公園のストーリーを大切にし、良好な景観形成に取り組む。

③現利用者に加えて、潜在している有望マーケットの開拓を目指すこと

利用者視点に立って､現在の来訪者に加えて､訪日外国人旅行者などの潜在的利用者の開拓を行うため、積極的なプロモーション活動を行い、公園空間を分かち合う仲間を増やす。

④市民、企業などの関係主体と連携・協力した「公園づくり」を目指すこと

これまでの行政主導の事業実施・維持管理から、館林市民や企業などの関係主体と連携・協力のもとで「公園づくり」を行う。

（公園の利用者は、利用主体だけでなく、公園をマネジメントする仲間、盛り上げるアテンダントとしての役割が期待される）

⑤事業評価、費用対効果分析を適切に実施すること

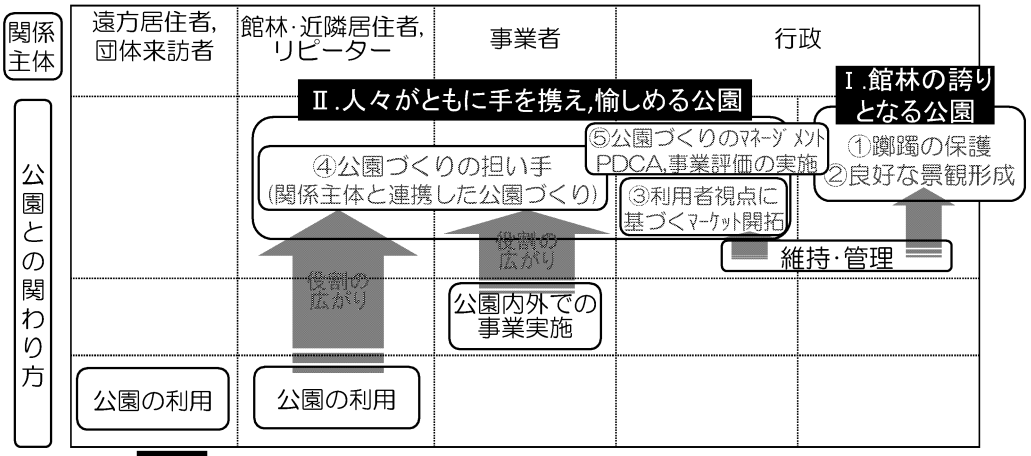
適切な事業評価を行い、PDCA サイクルに基づいた検証、改善を行う。

表-2 は、5 項目の経営理念と「「目指すべき公園像」等との関連性を示したものである。

表-2　つつじが岡公園の経営理念と「目指すべき公園像」等との関係

目指すべき公園像やそのための戦略、行動指針、公園を取り巻く問題点・背景	公園の経営理念				
	①躑躅の保全・保護とその有効活用	②歴史的背景の重視とそれを反映した景観の形成	③現利用者に加えた、有望マーケットの開拓	④市民、企業等の関係主体と連携した公園づくり	⑤事業評価、費用対効果分析の適切な実施
公園像 1　館林の誇りとなる公園－公園の質の向上－【①躑躅、②保護、③風光明媚に相当】					
・「躑躅」を公園の本質的価値・基調として位置づけ	○				
・「躑躅」の保護を優先事項として積極的に実施	○				○
・公園の周辺環境を含めた「風光明媚」な公園づくり、景観形成のあり方を検討する。		○			○
公園像 2　人々がともに手を携え、愉しむことのできる公園 －利活用主体の視点－【④協働ならびに総合公園の機能に相当】					
・利用者が楽しみ、来訪したくなるような利用者視点を考慮した整備・維持管理に留意			○	○	○
・ストック効果をより高めるために、公募設置管理制度などを検討			○	○	○
・公園のポテンシャルを柔軟な発想で引き出すことを念頭に、公園の活性化に関する協議会の設置などを検討			○	○	○
公園が抱える問題 1 利用者数の減少ならびに有効活用の低さ			○	○	○
公園が抱える問題 2　古木の保護と次世代への継承	○				○
公園を取り巻く背景、環境 既存の社会資本の有効・効果な管理・活用へ			○	○	○

なお、これらの理念を実行する上では、市民、企業などをはじめとする関係主体の理解、支援がなければならない。関係主体を巻き込む場の創出を如何に設け、互酬性の関係を構築しながら、各主体が能動的に何かを行うことが出来る、という場が作られ、結果としてより良い「公園づくり」が進むことが期待される。そのための役割分担、公園と関わりを示したものが、図-1 である。



凡例　白抜き: 目指すべき公園像，①～⑤:経営理念，赤文字:将来の方向性を示す．

図-1 公園経営の関係主体とその関わり方

４．まとめ

先人たちのたゆまぬ努力の積み重ねによって形作られたつつじが岡公園を、更に良いものにしていくために、本研究では誘客のための１手段として物産面からの検討を行うとともに、公園の経営基本方針策定について詳述した。

つつじ花びらをレジン樹脂でパッキングしたリングトップを持つ指輪の販売、ならびに製作体験教室を通じて、指輪販売では、公園のつつじを活用したこと、手作りであるためデザインが唯一無二であること、料金が 500 円と比較的低廉であったことから、老若問わない女性から支持されたと考えられる。また、体験教室の参加者は、女子小学生とその保護者という組合せが多く、若年女性層ならびに家族来訪者への訴求力が比較的大きかったと考えられる。

その一方で、来訪者のニーズと商品に若干ミスマッチがあったこと、アレルギー対応したものなど幅広い種類の展開も実際に求められたなどが課題としてあげられる。

次に、経営基本方針の策定では、「目指すべき公園像」を明らかにしながら、その構成要素である「館林の誇りとなる公園」ならびに「人々がともに手を携え、愉しむことのできる公園」づくりのための戦略、行動指針を示した。さらに、具体的な体制、プロジェクト、ならびにその評価方法について示すことによって、「つつじ」の保護がなされるとともに、公園づくりにおいて関係主体相互の協力関係を築くこと、さらに行政が経営視点を導入しながら、公園のマネジメントが行われることが期待される。

なお、これらは社会・経済環境や公園を取り巻く環境の変化を踏まえながら、評価指標による検証下での PDCA サイクルに則って随時見直しを行うことが望ましいと考えられる。

参考文献

1. 国土交通省都市局公園緑地・景観課 HP、http://www.mlit.go.jp/common/001197445.pdf（閲覧日 2018 年 1 月 4 日）