

魅力を照らせ！ つちうらいと

～土浦市中心部活性化計画～

筑波大学理工学群社会学類都市計画専攻4年次

川邊 晃大 久保田 彩加 小出 拓也

星野 萌々子 Rim Er-rbib

■対象地について

茨城県土浦市

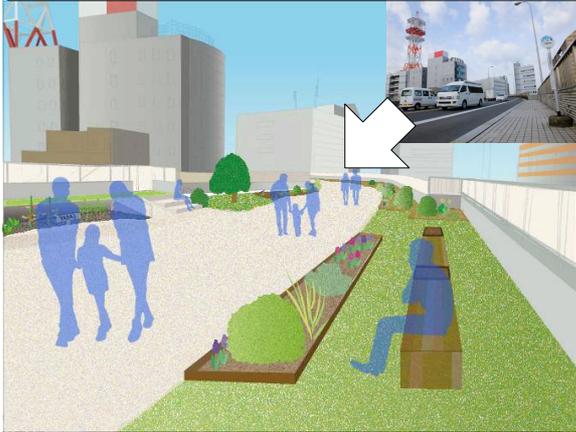
- 【人口】 140,397人
- 【世帯数】 57,448世帯
- 【面積】 122.89km²
- 【立地】 東京から60km圏内、つくば市、霞ヶ浦に隣接
茨城空港から約20km、成田空港から約40km
- 【交通】 JR常磐線 土浦駅、神立駅、荒川沖駅
常磐自動車道 土浦北IC、桜土浦IC



■コンセプト

かつて茨城県南の中心として栄えていた土浦だが、現在その賑わいを失いつつある。当時にぎわいを支えていたもの、象徴してきたもののうち、土浦高架道・霞ヶ浦・レンコンにスポットライト「つちうらいと」を当て、今の時代に合わせた形にアレンジ、再活用することで土浦の活性化を目指した3つの提案を行う。

土浦高架道 天空公園化計画



背景

●かつての茨城県南中心地

土浦市は古くから茨城県南の運輸・商業の拠点都市であり、その中心部には多くの百貨店、あるいはショッピングセンターが開業し県南の商業の中心地としてにぎわいを誇っていた。

●土浦高架道とモール505

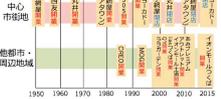
中心部のビルの間を抜けるように通る土浦高架道はつくば万博開催にあわせ土浦駅と筑波研究学園都市を結ぶよう建設された高架道路であり、地方中核都市の中心市街地に高架道路を導入する**全国の初事例**となった。この土浦高架道の建設に合わせ、高架道に沿う形の全長505mのショッピングセンター『ザ・モール505』が建設され、現在まで土浦ならではの独特な高架下商業空間を形成している。



課題

●商業の衰退

県南の中心として栄えた土浦だが、筑波研究学園都市の台頭・郊外の大型ショッピングセンターの進出により、中心部の商業施設が閉店・撤退し、その賑わいを失った。



●土浦高架道の重要性低下

現在の土浦高架道の利用実態に関して市民へヒアリングを行った結果、「あまり使わない」「駅の西側から乗り降りできたら利用する」という声がかかれた。また2016年3月には地上の道路「川口中線」が開業することで、交通が分担され今後利用が低迷することが考えられる。



川口中線開通前後の高架道交通量変化

項目	開通前	開通後
交通量	6280台/日	4788台/日

約24%の減少が予想される

施策概要

- ①土浦高架道の東側約1kmを「天空公園」としてリノベーション
- ②残りの高架道を土浦駅の西側（中心市街地側）で下ろすよう再整備

施策目標

かつて運輸・商業の拠点として栄えていた土浦中心市街地において『土浦高架道』という固有の既存ストックを活用して、**再び人々のにぎわいと求心力を取り戻す**

効果1：愛着あるランドマーク創出

●多くの人に親しまれる公園



高架道に続くエスカレーター・モール505のエレベーター等の既存の昇降設備を使って天空公園の創出。元々の特徴的な空間構造と相まって親しめる公園となる。市民が誇る土浦の新たなシンボルとなる。

●イベント開催によるにぎわいと愛着の創出

天空公園の「指定管理者」としてモール505の事業主を指定。公園管理に加えイベントの企画・運営を専任し、高架道上での定期イベント開催による「モール505への集客」と「天空公園への愛着醸成」を可能とする。



■土浦の今と昔

<p>1600年</p> <p>1885 (明治28年) 土浦駅誕生</p> <p>日本鉄道土浦線（常磐線の前身となる路線）の駅として土浦駅が開業</p>	<p>1900年</p> <p>1922 (大正11年) 霞ヶ浦海軍航空隊設立</p> <p>日本海軍海軍第3番目に設立された飛行隊。機庫を有した水上飛行機の訓練が行われた。</p> <p>1925 (大正14年) 花火大会が始まる</p> <p>新航空者を慰める目的の花火大会が霞ヶ浦湖畔で開催。現在の「土浦全国花火競技大会」にあたる。</p>	<p>1950年</p> <p>1929 (昭和4年) ツェペリン伯爵が霞ヶ浦に停泊</p> <p>航空機で初めて世界一周に成功した飛行機ツェペリン伯爵が霞ヶ浦で停泊。土浦は東京からの臨時便が出て、30万人が見物したという。</p> <p>1940 (昭和15年) 土浦市誕生</p> <p>1945 (昭和20年) 販売目的でレンコン栽培開始</p>	<p>1980年</p> <p>1967 丸井商店</p> <p>1968 西友商店</p> <p>1985 モール505開店</p> <p>1998 西友商店</p> <p>2004 丸井商店</p> <p>2013 イトーヨーカドー開店</p> <p>商業で賑わう中心市街地</p>	<p>2000年</p> <p>1985 つくば市に西武百貨店開店</p> <p>1985 (昭和60年) つくば万博土浦高架道開通</p> <p>土浦とつくばを結ぶ交通網として土浦高架道が開通。当時は湯地バスが走っていた。</p> <p>周辺都市の商業が発展 中心市街地からの商業施設撤退</p>	<p>2015年</p> <p>2009 土浦市郊外にイオンモール開店</p> <p>阿貝川にプレミアム・アウトレット開店</p> <p>土浦駅前再開発の動き</p> <p>2015 駅前イトーヨーカドー跡地に市役所が移転完了</p> <p>2016 駅前バスターミナルがリニューアル予定</p> <p>2017 駅前に図書館がオープン予定</p>
---	---	--	---	---	--



霞ヶ浦でマリンスポーツ 6次産業化によるハスの郷推進計画

背景
 ●かつての霞ヶ浦と土浦
 近世の頃に霞ヶ浦から江戸湾にかけての水運が発達し、土浦には水運の拠点として多くの旅館や問屋が立地していた。また近代に入っても漁業や水辺遊びが盛んに行われており、土浦の人々の生活と霞ヶ浦の関係は密接なものであった。
 ●霞ヶ浦に対する人々の関心が薄れる
 高度成長の時代に入ると周辺地域での急速な開発・都市化が進み、霞ヶ浦に流入する人々の生活排水・農業排水が総量が急増、霞ヶ浦の水質の富栄養化が進んだ。その結果、人々の霞ヶ浦に対する関心と愛着は薄れ、現在では土浦市の魅力としての霞ヶ浦の面影が失われつつある。

施策概要
 マリンスポーツ事業を霞ヶ浦観光施設「ラクスマリナー」や霞ヶ浦に近接する川口運動公園において展開し、霞ヶ浦を資源とした土浦市の新たな観光の目玉を創出する。

東京から常磐線で1本！1時間！

マリンスポーツを楽しもう！

水圧で空を飛ぶ！

パナポート
 フライングフィッシュ
 ジェットスキー
 アウトボード

土浦駅
 マリンスポーツで遊ぶ！

アジカヤク

現状調査・課題
 「霞ヶ浦に行きたいと思わない」「どちらともいえない」と回答した人の割合
 訪問経験がない人 7割
 訪問経験がある人 5割以上

課題
 ・新規に人を呼び込む
 ・リピーターを生む

調査対象とした14つの対象地のうち一番評価が高かったのが霞ヶ浦であった。しかし霞ヶ浦への訪問回数が少ないほど霞ヶ浦の評価が低くなる傾向が見えた。

施策目標
 ウォータースポーツという霞ヶ浦を資源とした土浦市の魅力的な新観光資源の創出により、『土浦への首都圏からの観光客増加』と『市民の霞ヶ浦への愛着醸成』を計る。

<マリンスポーツとは>

マリンスポーツは水上で行われるレジャースポーツの総称であり、近年若い世代を中心に流行を見ている。例を挙げるとスタンドアップパドル (SUP) やフライングフィッシュ、バナナボード、フライングフィッシュ、ジェットスキー、ウォーターボールなどがあり、現在多くの海辺・水辺の観光地における目玉のアクティビティとなっている。

<霞ヶ浦×マリンスポーツ>
 霞ヶ浦は湖沼であるため海や川と異なるウォータースポーツにとって障害となりうる波や水流等がなく、また鉄道駅に近接しているためウォータースポーツ事業を展開するには都合の良い場所だと言える。更に土浦市には常磐自動車道が通り、近郊にも圏央道と交わるつくばジャンクションも建設されたため首都圏全域からの集客が見込める。

<施策詳細：2タームに分けた事業計画>
 施策実施にあたり、ソフト面整備期間の『第1ターム』とハード面整備期間の『第2ターム』に分けて段階的に実行していく。

●第1ターム：社会実験・人材確保・ノウハウ蓄積段階
 ・霞ヶ浦観光施設「ラクスマリナー」と連携し、マリンスポーツ用の乗り物を購入。インストラクターと管理者を募集する。
 ・短期間 (例：1年間) で定期的にマリンスポーツのイベントを開催する。ターゲット顧客 (子供、高校生、ファミリー、大学生、シニア...) を分類し、各ターゲットに絞ったアクティビティのメニューを作成し、予約制で参加を受け。
 ・管理者とインストラクターはボランティアとアルバイトで募集し、実験を行いつつ需要を測る。
 ・釣りやマリンスポーツの水域の区分

●第2ターム：ハード整備・施策推進段階
 ・天空公園からアクセスしやすい位置でマリンスポーツ用の施設を建設。
 ・施設からマリンスポーツ艇走を楽しくするために道路を整備し、景観を改善。
 ・顧客を多く呼び込むために交通費と体験費を組み合わせたキャンペーンを実施したり、近隣レストランでの食事クーポンをプレゼント等の推進施策を行う。
 ・リピーターを生み出すために会員ポイントカードを導入します。
 ・顧客数の増加に伴って乗り場用のデッキを追加します。(※地図参照)

土浦市 → 補助金 → **農家**

農家 → 代金 ↓ 農作物 → **JA土浦**

JA土浦 → 代金 ↓ 農作物 → **地元企業**

地元企業 → 代金 ↓ 加工品 → **新規就農者**

新規就農者 → 登録 ↓ 紹介 ↓ 社員 → **市内その他 NPO 法人**

市内その他 NPO 法人 → 事業提携 → **JA土浦**

JA土浦 → 登録 ↓ 紹介 ↓ 社員 → **新規就農者**

新規就農者 → 登録 ↓ 紹介 ↓ 社員 → **市内その他 NPO 法人**

市内その他 NPO 法人 → 事業提携 → **JA土浦**

JA土浦 → 登録 ↓ 紹介 ↓ 社員 → **新規就農者**

新規就農者 → 登録 ↓ 紹介 ↓ 社員 → **市内その他 NPO 法人**

市内その他 NPO 法人 → 事業提携 → **JA土浦**

JA土浦 → 登録 ↓ 紹介 ↓ 社員 → **新規就農者**

新規就農者 → 登録 ↓ 紹介 ↓ 社員 → **市内その他 NPO 法人**

市内その他 NPO 法人 → 事業提携 → **JA土浦**

背景
 土浦はレンコン出荷量日本1位である。これは霞ヶ浦周辺がおいしいレンコンを育てる条件を満たしているからである。近年農業の衰退が問題となっているが、レンコンの生産量に大きな変動はなく、土浦の農業を支える柱となっている。レンコンを使った特産品としてレンコン麵・漬け物・お菓子・レンコンパウダー等の商品があり地元産直所や小売店等で販売されている。

課題
 ①高齢化による後継者不足
 ②ブランド化への遅れ
 レンコンの生産量は日本1の土浦だが、レンコンのブランド化に成功しているのは金沢の加賀レンコン、新潟の大口レンコン、成田の古代レンコンなどで、土浦では成功していない。
 ③市民の愛着の薄さ
 10月に行った街頭インタビューから「レンコンは泥臭い、ダサイ」といった市民の声が多く聞かれた。

提案
 レンコンはハスの地下茎の一部である。ハスはその成長過程から清らかさの象徴であり、仏教では神聖視される花である。日本では有名ではないがハスは花から実・茎・レンコンにいたるまですべて食すことができ、そこでレンコンだけでなくハスを丸ごと売り出す農業振興施策として市・JA・農家・地元企業等による6次産業化団体を設立する。

事業目標
 「土浦=ハスの産地」のイメージ定着
 土浦のハスを市民が好きになる

加工作品イメージ
 試せばわかる、好きになる

花...アロマオイル、化粧品
 ハス茶(花)
 花托(ハチス)...ハスの実

葉...ハス茶(葉)
 茎...織物
 漬け物、天ぷら

レンコン

