

## 長崎市提案型協働事業提案企画書

団 体 名	DEJIMA BASE
提案事業の名称	出島表門橋公園の賑わい創出に向けた社会実験実施事業
提案事業の目的	かつて、日本で唯一海外に開かれた窓であった出島と長崎奉行所があった江戸町を繋ぐ出島橋の周りには、自ずと、土産物売り買いする人々が集まり、市があったと言われている。本事業は出島表門橋公園の賑わい創出に向け、実験的に様々な企画を実施し、市民が知る→体験する→参加するというサイクルをとおり、市（マーケット）を市民とつくっていくことで日常的な賑わいを創出することを目的としている。
課 題 の 緊急性・重要性	出島の公園を使いたい市民はそれなりにいるが、許可がなかなか降りなかったり、使い方がわからなかったり、史跡前の公園ということで一歩ひいおり、イベントを企画しづらい公園として市民に認知されてきており、この状況の中で、賑わいを発生させるような企画が、自発的に発生することは難しいと考えられる。一方、これから、出島エリアが長崎観光のハブになっていく考えられる中で、ここ1、2年で賑わいが自然発生していく仕組みづくりを急ぎ構築していく必要がある。
協働の必要性	出島表門橋公園及び出島において条例等で禁止行為などが定められており、その利用にあたっては所定の手続きが必要であるが、個々企画で判断され、認められないケースが多いのが実情であり、一般市民にとっては公園で何か和を実施するには、ハードルが高い。かといって、行政のみでは、賑わい創出の企画を日常的に起こすのは難しい。 本事業では、行政と市民が協働し、市民が提案する企画を、行政が積極的に他部署と密接に連携し、実験的に実施することで、新たな使い方を提示できるとともに、一定のルールも見えてくる。 短期間で市民が自走する仕組みをつくっていくためには、協働事業が必要である。
協働による 相乗効果	<p>【市民】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ やれそうもなかったことが実現する姿を目にすることで、やりたいと思う人が増える。</li> <li>・ 参加者は、知らない間に出島ファンになっていく</li> <li>・ 参加者は、行政とのネットワークができ、ハードルが下がる</li> </ul> <p>【行政】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ルールさえ守れば、なんでもできることを実感する。</li> <li>・ 出島表門橋にふさわしい賑わいを市民と共有できる。</li> <li>・ 許可を通しやすい環境が整う</li> </ul>

<p>協働の役割分担</p>	<p>1 提案団体が果たそうとする役割</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ニーズ調査</li> <li>・ ワークショップの開催・運営</li> <li>・ イベントの企画・実施</li> <li>・ イベント開催者へのヒアリング</li> <li>・ 事業のとりまとめ</li> </ul> <p>2 本市に期待する役割</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 積極的な企画の許可（実験的な基準の緩和）</li> <li>・ 関係部局との調整</li> <li>・ 広報ながさきやホームページを使った広報活動</li> <li>・ イベントへの参加（一緒にやって欲しい）</li> <li>・ 備品の貸し出し等の協力</li> </ul>
<p>提案事業の内容</p>	<p>①ニーズの把握：18万円</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 出島表門橋公園で求められているニーズの把握を行う。</li> <li>・ 市開催の利活用ワークショップの結果</li> <li>・ イベント実施団体へのヒアリング</li> <li>・ 街頭アンケート（市民、観光客） 場所は、出島周辺、アーケード、イベント etc</li> </ul> <p>【市の役割】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ヒアリング箇所の紹介、アンケート場所の提供</li> </ul> <p>【予算】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アルバイト 10名×2日=1000円×9h×20人=180,000円 (9:00~19:00 9h勤務、1h休憩 交通費込み)</li> </ul> <p>②企画WSの開催（3~4回）：27万円（謝金、交通費、雑費）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 賑わい創出に向けて実施する企画をWSで決定する</li> <li>・ メンバーは、繋がりからの選定、一般公募</li> <li>・ ワークショップ内容 <ul style="list-style-type: none"> <li>①ニーズの把握、</li> <li>②何をやりたいか（マーケット(市)、単独イベント)</li> <li>③何をやっていくか（いつ、だれが）</li> </ul> </li> <li>・ 地元を中心に毎回ゲストを迎え、賑わい創出のキーマンとなる人材を育成</li> <li>・ ワークショップで出てきた案を可能な限り実践する。</li> </ul> <p>【市の役割】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市の様々な広報による告知、</li> <li>・ イベント開催の協力 →現時点で無理なことも、実験的に実施するよう調整</li> </ul> <p>【予算】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 謝金：4000円×2.5h×3名=3万円</li> <li>・ 交通費：東京-長崎 10万円×2回=20万円（繁忙期で計上）</li> <li>・ 雑費：4万円</li> </ul>

### ③モバイル屋台づくりWS : 20 万円 (屋台 2 台)

- ・市 (ichi) イベントのベースとなるモバイル屋台の制作ワークショップの開催する。
- ・屋台の材料を購入し、市民とつくる。
- ・台数は 2 台を想定
- ・保管は出島にお願いする。

#### 【市の役割】

- ・イベントの広報、モバイル屋台の保管

#### 【予算】

- ・屋台 : 10 万円 × 2 台 = 20 万円

### ④市 (ichi) の開催 : 4 万円

- ・屋台を用いた市 (ichi) の実践 (収益事業も含む)
- ・収益事業の場合は、委託費からお金はださない。
- ・WS メンバーでまずは使ってみる
- ・状況によっては、一般公募し使ってもらう
- ・収益事業も可能、ただし収益事業の場合は雑費等の補助はしない。

・実施後、市の利用方法、利用料金など、今後の利活用、貸出料について協議を行う

#### 【市の役割】

- ・イベントの募集・広報

#### 【予算】

- ・イベント雑費 : 5000 円 × 8 回 = 4 万円

### ⑤ワークショップ企画の開催 : 31 万円

- ・ワークショップで決定した単独イベントを開催する。
- ・提案者が主催者となり開催
- ・実施後、感想、課題などヒアリングを行う。

#### 【市の役割】

- ・イベントの募集・広報
- ・イベントへの参加

#### 【予算】

- ・フライヤー : @50 円 × 5000 部 = 25 万円
- ・イベント雑費 : 1.5 万円 × 4 回 = 6 万円

<p>提案事業の実施体制</p>	<p>1. 総括責任者 江口 忠宏</p> <p>2. 個別事業責任者          ヒアリング担当責任者 松尾大介（アルバイト 20 名）          イベント担当責任者 江口忠宏</p> <p>3. 事業実施にあたっての専門性やノウハウ          DEJIMABASE のコアメンバーは、出島表門橋及び出島表門橋公園の設計チームのメンバーからなっており、整備コンセプト、整備内容等を誰よりも把握している団体である。また、事業実施段階より、出島表門橋架橋プロジェクトイメージアップ実行委員会として、出島エリアのファンを増やす活動、イベントを数多く実施してきている。</p>																														
<p>事業スケジュール</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>第 1 四半期 4～6 月</th> <th>第 2 四半期 7～9 月</th> <th>第 3 四半期 10～12 月</th> <th>第 4 四半期 1～3 月</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>①ニーズ調査</td> <td>準備・調査</td> <td>調査</td> <td>調査</td> <td>調査・まとめ</td> </tr> <tr> <td>②ワークショップ</td> <td>募集・実施</td> <td>実施</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>③屋台WS</td> <td></td> <td>実施</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>④市の開催</td> <td></td> <td>実施</td> <td>実施</td> <td>実施</td> </tr> <tr> <td>⑤WS企画の実施</td> <td></td> <td></td> <td>実施</td> <td>実施</td> </tr> </tbody> </table>		第 1 四半期 4～6 月	第 2 四半期 7～9 月	第 3 四半期 10～12 月	第 4 四半期 1～3 月	①ニーズ調査	準備・調査	調査	調査	調査・まとめ	②ワークショップ	募集・実施	実施			③屋台WS		実施			④市の開催		実施	実施	実施	⑤WS企画の実施			実施	実施
	第 1 四半期 4～6 月	第 2 四半期 7～9 月	第 3 四半期 10～12 月	第 4 四半期 1～3 月																											
①ニーズ調査	準備・調査	調査	調査	調査・まとめ																											
②ワークショップ	募集・実施	実施																													
③屋台WS		実施																													
④市の開催		実施	実施	実施																											
⑤WS企画の実施			実施	実施																											
<p>事業の展望及び今後の活動展開</p>	<p>①本業務で様々な企画を実施し、公園の可能性を市民が認識することで、自発的にイベントが実施されることが期待される。</p> <p>②本事業で完成するモバイル屋台については、利用申請の手続きを簡素化し、ワンコインなどの定額でのワンストップ貸出を実現したい。思いついた時に、気軽に市（マーケット）が開かれるようになってほしい。可能であれば、その手続き部分を DEJIMABASE で担うことも可能かと思われる。</p> <p>③DEJIMABASE としても、賑わい創出の企画を実施していければと思う。</p>																														