

弘前城築城 400 年祭の総括と平成 24 年度の継承事業について

平成 24 年 2 月 21 日

弘前城築城 400 年祭実行委員会

はじめに

平成 23 年 1 月 1 日のオープニングセレモニーを皮切りに年間を通して展開してきた弘前城築城 400 年祭は、同年 12 月 23 日に弘前公園を会場として開催した「エンディングセレモニー」をもって、グランドフィナーレを迎えた。

市民をはじめ、弘前を愛する全ての皆様の参加とご協力によって盛り上げていただいた 400 年祭の“総り”を次の世代に繋げるためにも、400 年祭の成果を総括するとともに、新年度の予算案等へ反映する基礎資料とする。

※1 当該資料における 400 年祭の結果に係る数値は、原則として H23.12.31 現在。

※2 当該資料における「定性的な評価」は、自己評価のほか、「市民評価アンケート」や「スマイルメーカープロジェクト」によるアンケート、マスコミに寄せられた市民の声、事業実施主体へのヒアリング等をもとに構成。

1 弘前城築城 400 年祭記念事業の実施方針など

「市を挙げて築城 400 年を祝う」こと、「築城 400 年を、地域活性化の好機、新たな未来へ踏み出す第一歩」と位置付け、史跡・文化財の保存活用、文化活動の振興、中心市街地の活性化、都市計画、観光の振興など広範囲の事業を、「官民一体・市民参画」のもとで、東北新幹線新青森駅開業効果を高めるため、イベント期間を設定して実施することとした。

また、この実施方針に沿って、『先人たちの教えに学ぶ』・『地域の資源を掘り起こし、磨き上げる』・『新たな未来を築く』の 3 つの戦略のもとに各事業を展開した。

2 弘前城築城 400 年祭記念事業 (イベント含む)

400 年祭で実施した記念事業は、平成 22 年 4 月から 12 月までのイベント期間を含めると 200 事業に及び、「いつでも、どこかで」の合言葉の通り、期間中、数多くの事業が展開された。

3 集客数 (人出)

400 年祭記念事業の集客数 (人出) は、400 年祭記念特別バージョンとして実施した四大まつり等を含めると約 661 万人 (※) に及び、多くの市民・観光客にお出でいただいた。

※ 四大まつりを除くと約 239 万人。

4 たか丸くん

弘前城築城 400 年祭マスコットキャラクターとして平成 21 年 11 月に誕生した「たか丸くん」。県外 103 回を含め、676 回も登場し 400 年祭の PR に貢献した。なお、たか丸くんはブログ、ツイッターやフェイスブックも活用し、ツイッターのフォロワー数が 4,390 人に及ぶ など、「ソーシャルネットワーク」を通じた PR という、当市としての新たな PR 手法も開拓した。

5 市民参加

400年祭の実施方針のひとつ、「官民一体での実施」を実現するため、以下のような「市民参加の仕組みづくり」を進めた。

① 公募の徹底

専門部会委員・事業提案・各種デザイン・たか丸くんねぶたコンテスト等、400年祭の各ポイントでの「公募」を徹底。

② 助成制度の創設(協賛事業)

市民参画と記念事業の多様性の促進のため、市民・市民団体・民間団体等が主体となった事業計画に助成する制度を創設。合計13件・454万円を助成。

③ デザインの無料使用

400年祭のPRと経済活用を高めるため、題字、シンボルマークやたか丸くんのデザインを活用したグッズ開発を容易にする仕組み(原則申請のみで無料で使用可)や、個人利用(名刺等)の自由化等を図り、シンボルマークの利用は672件に上った。

また、400年祭関連グッズ95件の商品化(売上高約3億2,500万円)などの成果があった。

これらの結果、企画から実行までのほとんどすべてをボランティアが実現した「ねぶた囃子でギネスに挑戦」など、市民手作りの記念事業が数多く開催され、また、市民団体や民間企業による400年祭への参加・協力の輪が広がった。

6 寄附

賛同する多くの企業・団体等、計14団体から、20件・合計3,628,586円の寄附(物品の寄附を含む)が寄せられ、400年祭記念事業やPRに活用された。

7 PR

たか丸くんを活用したイベントでのPRや、TV・新聞・雑誌等各種媒体への広告出稿、HP等の電子媒体の活用等幅広く実施したほか、マスコミへの積極的な情報提供に努めた結果、新聞への記事掲載が1,549件、TV番組の企画として取り上げられた件数が16件、TVニュースとして報道された件数が166件(いずれも当実行委員会把握限り)に上った。

これらを広告費に換算すると(※1)新聞が約5億9,500万円、TVが約7億2,400万円(※2)、合計13億1,900万円(※2)相当の広告効果があったものと推計されるなど、大きな成果につながった。

※1 400年祭関連記事・番組・ニュース等の掲載・放映量等をカウントし、広告代理店の協力を得て広告費への換算を試みたもの。

※2 さくらまつり全国放映分を除けば、TV4億2,200万円、合計10億1,700万円。

8 事業費

400年祭記念事業費(記念事業費、PR経費)は民間分を含めると総計7億9,066万円となった。また、当市の記念事業費(PR経費含む、関連事業費除く※)は総計4億987万円となった。

※ H21・22年度は決算ベース、H23年度は補正を含む予算ベース。「関連事業」は400年祭関連として位置付けられたハード事業等。

9 表彰など

当実行委員会が(株)青森銀行から「あおぎん賞」を、たか丸くんが弘前商工会議所から「弘前商工会議所街づくり大賞 弘前城築城400年記念特別賞」を、あおもり観光デザイン会議から「あおもり観光ベストチャレンジャー」を受賞するなど、400年祭の活動は各界から高い評価を受けた。

10 経済効果測定

民間企業等データ取得が必要な構成分野があること(宿泊・入館料等)、新幹線効果の検証と密接不可分であること、外部有識者の知見が必要なこと等から、平成24年度に「(仮)平成23年 観光分野経済効果測定」として実施することとする。

11 400年祭の成果(継承する事業選択の視点)

これらの結果、弘前城築城400年祭の成果を以下のとおり整理するとともに、平成24年度に継承していく事業選択の視点として位置づける。

① 市民参画の機運の醸成

市民をはじめ、弘前を愛する多くの皆様の参加と協力により事業を展開することで、市民が自ら企画・実行する「市民参画」の機運を醸成することができたこと。

② 新しい弘前の魅力づくり

『先人たちの教えに学ぶ』・『地域の資源を掘り起こし、磨き上げる』・『新たな未来を築く』といった戦略のもとで、多くの幅広い分野の事業に取り組んだことから、「新しい弘前の魅力づくり」につながる事業展開の萌芽がみられたことや人材発掘につながったこと。

③ 四大まつりへの新たな魅力の付加

雪燈籠まつりにおける「津軽錦絵大回廊」や「菊と紅葉まつり」における「D-K」、ねぶたまつりの「なぬかびスペシャル」等、四大まつりの新たな可能性を示したこと。

④ 四大まつり以外の新たなイベントの創設

各四大まつりの開催時期の中間期に実施し、今後の大きなイベントとして育てていくことが可能な「弘前城薪能」、「ひろさき元フェスティバル」等の新たなイベントを実施したこと。

⑤ たか丸くん

大きな人気・認知度を獲得した「たか丸くん」を弘前市のマスコットキャラクターとして今後も活用することができること。

⑥ “ひろさき”に対する誇りの再確認と新たなファンの獲得

400年祭の事業展開やPRを通じ、多くの市民が、埋もれていた弘前の魅力を再発見し、あらためて“ひろさきに対する誇り”を再確認することができたこと。また、多くの新たなファンを獲得できたこと。

12 継承する事業

前述の成果(継承する事業選択の視点)や、イベントの集客力、市民・マスコミの評価及び主催団体の事業継続意欲等を踏まえ、財政状況も勘案しながら、継続する弘前城築城400年祭継承事業を以下の通り選定し、平成24年度予算案に反映する。

平成24年度 弘前城築城400年祭継承(24年度予算化)事業一覧(従前からの継続事業は除く)

単位:千円

	事業名	H24予算額	継承する事業 選択の視点	所管課	備考(400年祭時の事業名)
①	商店街若者力活用イベント等支援事業費補助金	1,600	11②⑥	商工労政課	弘前ストリートダンス、書道パフォーマンス
②	(仮称)ひろさき祀フェスティバル開催実行委員会負担金	17,500	11①②④⑥	商工労政課	ひろさき祀フェスティバル
③	弘前ねぶたまつりなぬか日スペシャル	2,434	11②③⑥	観光物産課	なぬかびスペシャル
④	弘前城菊と紅葉まつり運営委員会負担金(誘客特別事業)	5,000	11②③⑥	観光物産課	D-K(デジタル掛け軸)
⑤	弘前城雪燈籠まつり運営委員会負担金 (津軽錦絵大回廊事業)	2,000	11①②③⑥	観光物産課	津軽錦絵大回廊
⑥	マスコットキャラクターたか丸くん活用事業	8,454	11⑤⑥	観光物産課	たか丸くん
⑦	弘前城薪能実行委員会負担金	21,500	11②④⑥	市民生活課	弘前城薪能
⑧	伝統文化後継者育成事業費補助金	1,000	11①②	市民生活課	津軽の音コンサート
⑨	将棋名人戦弘前対局記念大会事業費補助金	500	11②⑥	市民生活課	将棋名人戦弘前対局
	H24年度要求額合計	59,988	-	-	

注 上記の事業のほか、拡充実施するが市の予算負担はゼロの事業(例:建造物・宝物特別拝観事業※)や、民間・市民団体が継続して実施する予定の事業(「津軽藩御本膳普及事業」など)もある。

※ 来年度はNPO 法人と協働で「お寺の日」の名称で実施、市負担はゼロ。