

ときわ公園全国ブランド化

分類（出所）	番号	分類	項目	ご意見の内容	ご意見に対する市の考え方
パブコメ （意見交換会）	1	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	<p>常盤公園の全国ブランド化</p> <p>①ときわ道の駅の創設（誘致） ときわスポーツ広場の近くに「道の駅」を設置して宇部の特産品を販売する。（農産品、魚介類及びそれらの加工品、宇部銘菓類、赤間硯等の美術工芸品、地酒等）</p> <p>②観光客の集客「花と緑」 ときわ湖外周ロードの両側に「もみじ」を植樹して、もみじ街道を造ったらいかがですか。</p> <p>③ときわ湖のボート乗り場の改善 ときわ湖の貸しボート乗り場の整備が必要と思います。公園全般はよく整備され綺麗に保たれていますが、ボート乗り場の周りが整備されておらずやや見苦しい。</p>	<p>①ときわ公園では、園内で採れるブルーベリーや梅を利用したジャムなど、特産品の開発を行ってまいりましたが、平成27年3月の動物園ゾーンの一部オープンに向け、新たなお土産品の開発を行うとともに、民間事業者によるお土産店を募集し、充実を図ってまいります。</p> <p>②現在、花いっぱい運動から始まった花壇コンクール100回を記念し、四季折々の花を楽しめる「花いっぱい運動記念ガーデン」の整備を進めており、平成26年春には全面オープンの予定です。今後も、平成24年に策定した「宇部市 ときわ公園 緑と花の計画」の実施による花木の増加など、さらなる魅力向上に努めてまいります。</p> <p>③ボート乗り場は、ボートや乗り場など全て民間の施設であり、営業についても民間で行っており、改善について御協力をお願いをしているところです。</p>
パブコメ （意見交換会）	2	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	<p>UBEビエンナーレに宇部市民の関心を高める。 選考委員が選んだ作品だけでなく市民に好評であった作品も選出作品として実態作品を制作展示すれば一段と市民が興味を持つようなUBEビエンナーレになると思います。</p>	<p>UBEビエンナーレにおける市民参加の機会としては、応募作品展における模型作品の人気投票や、本展における実物作品の人気投票を行っており、多くの投票をいただいています。さらに、本展での人気投票は、受賞作家をお呼びして表彰式を宇部まつり会場で行うとともに、模型を宇部市が買い上げ、定期的に企画展等で展示を行っています。</p> <p>また、市民の関心を高めるという意味では、2011年に彫刻展が50周年を迎えたのを機に、「新たなスタート 世界一のUBEビエンナーレに」をスローガンとして「UBEビエンナーレ世界一達成市民委員会」を設立し、関連イベントの充実や、音楽、演劇等、様々なジャンルの活動との連携など、市民総参加の総合アートイベントとして、UBEビエンナーレのさらなる発展を目指しています。</p> <p>今回いただいたご意見に関しても、より多くの市民の皆様に関心をもつていただく手法としては素晴らしいもので、今後の参考とさせていただきたいと考えておりますので、またお気づきの点がございましたら、遠慮なくご意見をお寄せください。</p>
パブコメ （意見交換会）	3	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	<p>「ときわ公園全国ブランド化」 ・せっかくリニューアルするので、他動物園・植物園との差別化をしっかりと”宇部”を売り込みたいし、市民も訪れる公園にしてほしい。 ・UBEビエンナーレは、”芸術”。宇部市の広告としてとても機能していると思います。</p>	<p>動物園のリニューアルについては、開設後50年が経過し、老朽化が著しく進んでいたことから、平成22年8月に、宇部市制施行90周年記念事業委員会の答申をいただき、動物の生態に配慮した動物園へと改善を図り、動物との触れ合いの場を創出するなど、レクリエーションの場や教育、自然保護の場として、市制施行90周年記念事業で整備をすることとし、現在平成27年春の一部オープンを目指して、整備工事を本格化させています。</p> <p>リニューアルの基本方針としては、現在、常盤公園においては、国内で有数の頭数を誇るテナガザルやボンネットモンキーを飼育していることから、この特色を生かして、現在飼育をしている霊長類を中心に動物の生息地の環境を再現して、本来の行動を発揮できる生息環境展示としています。</p> <p>また、子供たちが草すべりやロープ渡りなど、自然の中での遊びを満喫できるコーナーを整備し、また動物とのふれあいコーナー、体験学習施設など、子供たちが命の大切さや環境を遊びながら学べる施設も整備をして、魅力ある動物園としていきます。</p> <p>なお、整備に当たっては、現在飼育している霊長類を中心とした生息環境展示を行うことにより、自然生態園化することを目指しています。</p> <p>ときわミュージアム温室については、国内でも珍しいサボテンや多肉植物、ラン、観葉植物など多種多様な熱帯植物の資源を活かし、また、UBEビエンナーレについては、世界的にも稀で、最も歴史ある「野外彫刻コンクール」を核とする、市民総参加の総合アートイベントとして、更なる魅力の発信に努めます。</p>
パブコメ （意見交換会）	4	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	<p>常盤公園の運営は間違っていると思う。宇部市の拠点として整備していくうえで、地域・宇部に対価を得られる方式にしてほしい。</p>	<p>現在、ときわ公園内の飲食店や売店は、民間事業者の協力をいただき運営しています。また、観光客を増やすことで市内宿泊施設等の利用増につながる等の波及効果につながるものと考えています。</p>

ときわ公園全国ブランド化

分類(出所)	番号	分類	項目	ご意見の内容	ご意見に対する市の考え方
その他(市外政策提言)	5	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	UBEビエンナーレを「宇部最大のイベント」に格上げさせて、「ビエンナーレ フェスティバル」として、「市民参加の新しい祭り」を創作します。芸術作品をどのように「まつり」に取り込むか。芸術と郷土料理・郷土名産土産をどのように融合させるか市民・特に若い学生たちのアイデアを求めて協力をうながす。そんなまつりがあれば、友人を案内する良いチャンスにしたい。	現在本市では、2011年に彫刻展が50周年を迎えたのを機に、「新たなスタート 世界一のUBEビエンナーレに」をスローガンとして「UBEビエンナーレ世界一達成市民委員会」を設立し、関連イベントの充実や、音楽、演劇等、様々なジャンルの活動との連携、また、「まちなかアートフェスタ」や「宇部市芸術祭」など他のイベントとも連携し、市民総参加の総合アートイベントとして、UBEビエンナーレのさらなる発展を目指しており、積極的に情報発信を行うことで認知度の向上を図り、市民の誇りや愛着心の向上・交流人口の増加に繋げていきたいと考えています。
パブコメ(意見交換会)	6	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	炭鉱の語り部をやりながら、石炭記念館に多少かかわりを持っています。石炭記念館の宇部石炭博物館への発展には内外充実が必要です。めざしたいものです。	宇部の発展の基礎となった石炭産業の歴史を学ぶための石炭記念館も地域資源の一つとして、さらに活用できるよう検討させていただきます。
パブコメ(意見交換会)	7	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	平成33年度に向けて、大きな柱を大事に。 ②ときわ公園の全国ブランド実現委員会	②ときわ公園では、これまで実施してきたイベント等の充実、動物園ゾーンのリニューアル、既存施設の利活用の方向性の検討やPR方法の工夫により全国ブランド化を推進してまいります。
意見交換会(1回目)	8	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	ときわ公園に何人入場者よりも収益のほうが重要。利益が出て発展につながる取組をすべきだ。	現在、ときわ公園の収益には、各施設の貸館や駐車場などの有料公園施設の使用料があります。また、リニューアル中の動物園ゾーンにつきましても、有料化を検討しているところです。これらは、入園者の増加が収入増に直結しているため、今後も入園者増に向け努力してまいります。
意見交換会(1回目)	9	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	白鳥の復活と常盤公園の有料化を検討していただきたい。	現在、白鳥の復活に向けて取り組んでいます。また、常盤公園の有料化につきましては、都市公園としての機能を維持しながら、有料ゾーンと区別しながら運営してまいります。
意見交換会(1回目)	10	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	ときわ公園のイルミネーションに感動し、宇部市の元気を見ました。冬だけでなく、季節に応じて再開していただきたい。	TOKIWAファンタジアは、ときわ公園の冬のメインイベントであり、冬のイベントとして更なる充実を図ってまいります。また、季節に応じた四季折々のイベントを充実し実施してまいります。
意見交換会(1回目)	11	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	中期実行計画(概要)が全体的に抽象的に作られている。それぞれの課題や言葉の意味について具体的に示してほしい。 ・ときわ公園のブランド化のイメージ(兼六園、後樂園等を目指すのか) ・「ブランド」の定義	これまでの広報紙やテレビ、新聞、ホームページやフェイスブック等の広報媒体を活用した情報発信にとどまらず、新たな戦略的な売り込み作戦を行うために、広告宣伝・アート等の専門家のアドバイスを得ながら、全国に向けて強力で発信し、全国ブランド化を図り、賑わいの創出、地域経済活性化に繋げていきたいと考えています。 ときわ公園のブランドとは、「環境・芸術・スポーツ・福祉」の融合した先進的モデル公園のことを言います。
意見交換会(2回目)	12	ときわ公園全国ブランド	常盤公園の整備・活性化	常盤公園の駐車場が有料なので、自分が植えた記念樹の様子を気軽に見に行けない。平日は駐車場の利用者が少ないので、有料化が財政にどの程度影響しているのか知りたいし、できれば駐車場は無料にしてほしい。	現在、ときわ公園の収益には、各施設の貸館や駐車場などの有料公園施設の使用料があり、その大半が駐車場使用料収入によるものです。常盤公園の維持管理のため、受益者負担のひとつとして駐車場使用料を徴収していますが、平成26年4月から来園者の利便性を考慮し、駐車場使用料を時間制にするよう見直しを行いました。また、リニューアル中の動物園ゾーンにつきましても、有料化を検討しているところです。