

支店長のわがまち紹介

第5回

茨城県 龍ヶ崎市

「市民活動日本一」「子育て環境日本一」を目指したまちづくり

「天空散歩」(たつのこ山) 写真提供：龍ヶ崎市

茨城県内の44の市町村を、それぞれにゆかりのある筑波銀行の支店長がご紹介します。第5回目は龍ヶ崎市です。筑波銀行は、“地域復興支援プロジェクト『あゆみ』”のもと、龍ヶ崎市、龍ヶ崎市商工会、龍ヶ崎市観光協会、流通経済大学、JTB関東と平成25年4月に「龍ヶ崎市の地域振興に関する協定書」を締結し、連携して地域経済の活性化に資する取組みを実施しています。

龍ヶ崎支店長の田口義文が、龍ヶ崎市副市長 長岡一美氏、政策推進部企画課 参事兼政策監兼課長 龍崎隆氏、政策推進部参事兼まちづくり推進課長 青山悦也氏、政策推進部企画課 副参事兼課長補佐 島田眞二氏にお話を伺いました。

○龍ヶ崎市が自慢に感じることは何ですか。

龍ヶ崎市は、茨城県の南部、首都圏50km圏内に位置し、都心への通勤圏としての役割を担いながら、水田や平地林が広がる水と緑の中に良質な住環境を有しています。

●観光

毎年7月下旬、八坂祇園祭の最終日に「撞舞（つくまい）通り」で行われる国選択・県指定の無形民俗文化財の「撞舞」があります。高さ14mの柱に笛や太鼓の囃子に合わせて暗緑色のたっつけ袴に蛙の面を被った「舞男」（まいおとこ）がのぼり、柱の頂上の円座で東西南北に弓を放ち、逆立ちを



「撞舞」舞男の妙技 写真提供：龍ヶ崎市

したり仰向けになったりと妙技の限りをつくした曲芸を行います。毎年大勢の観衆が集まり、固唾をのんで舞男の演技を見守ります。

今年デビューした市の公式マスコット「まいりゅう」もこの舞男がモチーフで、将来の夢は舞男になりたい龍の子供という設定です。

撞舞通りに面する根町の般若院には樹齢400年以上のシダレザクラがあります。樹高約10m、目通り幹囲5m、枝張り東西約15m、南北約22mの巨木で、県の天然記念物に指定されており、お花見の時期には、このサクラを目当てに近隣から大勢の人が訪れます。

市の北部には、周囲約20km、面積約6.5km²の南北に広がる牛久沼があります。沼には、1963年に皇居から譲り受けたつがいの白鳥が順調に育ち、今では数十羽が優雅に水面を泳ぎ、訪れた人たちの目を和ませています。今年の2月には、皇居のお濠の白鳥が減少したことから、牛久沼の白鳥のつがいを皇居にお譲りしたことで、話題となったところです。



長岡副市長



龍崎課長



青山課長



島田課長補佐



田口支店長

●名物

牛久沼は「うな丼」発祥の地といわれています。江戸時代後期に江戸日本橋に芝居の金方（資金をだす人）で鰻の好きな大久保今助という人がおり、故郷である現在の常陸太田市に帰る途中、水戸街道を牛久沼まで来て、茶店で渡し船を待っている時に鰻が食べたくなり、蒲焼とどんぶり飯を頼みました。食べようとする船が出ることになり、どんぶり飯に蒲焼ののった皿をかぶせて船に乗り込み、対岸で食べてみたら、蒲焼がご飯で蒸されて柔らかくなり、ご飯にタレがしみこんでたいへんうまかったという話です。現在もほとりにゃは鰻店が並び、牛久沼の名物となっています。

また、コロッケによるまちおこしも進めています。平成12年6月、中心市街地に市街地活力センター「まいん」がオープンしたことをきっかけに、商工会女性部有志が、商店街に活気と元気を呼び戻そうと、手作りコロッケを「まいんコロッケ」と命名して販売したことが始まりです。多くのマスコミに取り上げられ、今ではイベント等に出店すると長蛇の列になるほど人気があります。コロッケの種類は豊富で、特にりんごのコロッケはスイーツのようで、ぜひ食べていただきたいものです。11月3日には、全国から20種類のコロッケが集まって「第1回全国コロッケフェスティバル in 龍ヶ崎」が盛大に開催され、5万人もの来場者がありました。

●農産物

龍ヶ崎市は昔からコメの生産が盛んです。都心に近いことから、東京の多くの有名飲食店でも龍ヶ崎市のコメを使用いただいています。市内の農家が平成25年度農業水産祭の天皇杯¹を受賞しました。効率的な大規模経営、独自の販売ルート確立、米粉を使ったスイーツの生産販売によりコメの魅力を伝えたこと及び地域住民への農業体

験の取組み等による協調が評価されたのです。

施設栽培も盛んで、特にトマトは「レディーファースト」という希少価値の高い品種が水分を控える「しめ作り」という技術によって栽培され、味が濃く、甘味と酸味のバランスが良いので、東京市場でも高く評価されています。

○協定の成果、期待することをお聞かせください。

筑波銀行主催のビジネス交流会に参加して市のPRを行い、他の市町村や企業と交流を図ることができました。今後も協定によって得られる様々な交流を通じて龍ヶ崎市のPRを行っていきたくと考えています。

平成26年2月発刊予定の「るるぶ」に期待しています。龍ヶ崎市は、充実した環境の中で、子どもたちや子育て世代がいきいきと暮らせるまちを目指しており、龍ヶ崎市の姿を県外・市外の方々に知っていただいて一度訪れてみたいと思っただけでなく契機として、「るるぶ」を大いに活用していきたくと思っています。

○龍ヶ崎市の今後の展望をお話してください

龍ヶ崎市は、平成26年3月に市制施行60周年を迎えます。人生に例えれば還暦で、成熟しつつあるまちですが、人口の減少や少子高齢化への対応等、取組むべき課題も少なくありません。一例として、老朽化が進みつつある公共施設の再編成についての取組みを開始しました。

まちの活性化と知名度アップのため、龍ヶ崎ブランドアクションプランを策定します。農産物や物産品等の資源を活用した「特産品ブランド」、都市との近接性、豊かな緑等の資源の認知度向上により確立させる「暮らしブランド」、自然及び伝統芸能や歴史的建造物等の資源を活用した「観光ブランド」の3つの要素に分けて龍ヶ崎市の差別化可能な地域資源を定義し、活用していきます。

（文責：筑波総研株式会社 主任研究員 國安陽子）

1：天皇杯は、過去1年間(平成24年8月～平成25年7月)の農林水産祭(※)参加表彰行事(291件)において、農林水産大臣賞を受賞した492点の中から決定されたものです。

※農林水産祭：国民の農林水産業と食に対する認識を深めるとともに、農林水産業者の技術改善及び経営発展の意欲を高めるため、農林水産省と公益財団法人 日本農林漁業振興会の共催により昭和37年から実施しています。(農林水産省プレスリリースより)