

日本共産党平塚市議会議員団  
電話0463-23-1111 (内線2375)  
平塚市浅間町9-1 平塚市議会控室

No.1343 2016年 1月31日

日本共産党平塚市議会議員団  
団長 高山和義  
電話・FAX 31-4638  
k.takayama@mb.scn-net.ne.jp  
松本敏子  
電話・FAX 59-4607  
mail@matsumoto-toshiko.jp  
渡辺敏光  
電話・FAX 31-6431  
w-toshi@agate.plala.or.jp

無料法律相談  
次回は2月18日(木)  
午後4時~6時(要予約)

たいと思われるまち」となるよう都市イメージの向上に重点的に取り組む。

具体的には、平塚駅と海岸を結ぶ、なぎさプロムナードや湘南海岸公園、平塚新港等がある海岸エリアの更なる魅力向上と発信。

・子育て世代から選ばれるため、子どもを生ま育てやすい環境づくりと定住促進を図る。

**\*なぎさプロムナード**

駅前から海まで続く約1キロの散歩道—市はの中で、○人漁の像 ○村井弦斎公園 ○カトリック平塚教会 ○湘南海岸公園等を観光名勝として宣伝している。

【Q】「地域ブランド調査2014」(株ブランド総合研究所)では、本市の認知度・イメージは、JR沿線近隣3市(藤沢、茅ヶ崎、小田原)との比較で、一番低い数値。どのように分析をしているか

【A】全国規模の観光資源に乏しい。全国ネットのテレビ番組等のマスメディアに取り上げられる頻度が他市より少ない。

平塚市議会12月定例会の報告  
共産党市議団の総括質問から

12月8日に行った渡辺議員の質問のポイントを報告します。

＜質問テーマ＞

- 1 平塚市シティプロモーション指針— 選ばれるまち・住み続けたいと思われれる平塚市—
- 2 「子ども・子育て支援新制度」での学童保育— 市が実施主体となる中でどう変わるか  
今週号では、「シティプロモーション」について報告します。

＜平塚市シティプロモーション指針＞

選ばれるまち・住み続けたいと思われれる平塚市

「平塚市シティプロモーション指針」の定義—

「平塚の魅力や地域資源を磨き上げ、また新たに発掘や創出していくとともに、それらを市内外に効果的に発信していくことで、多くの人から選ばれるまち・住み続けたいと思われれるまちを実現していく取組み」。

「指針」の4点の目的— ○「市民の平塚への愛着・誇りの醸成」 ○「対外的なイメージの向上」 ○「交流人口の増加」、○「定住人口減少の緩和」

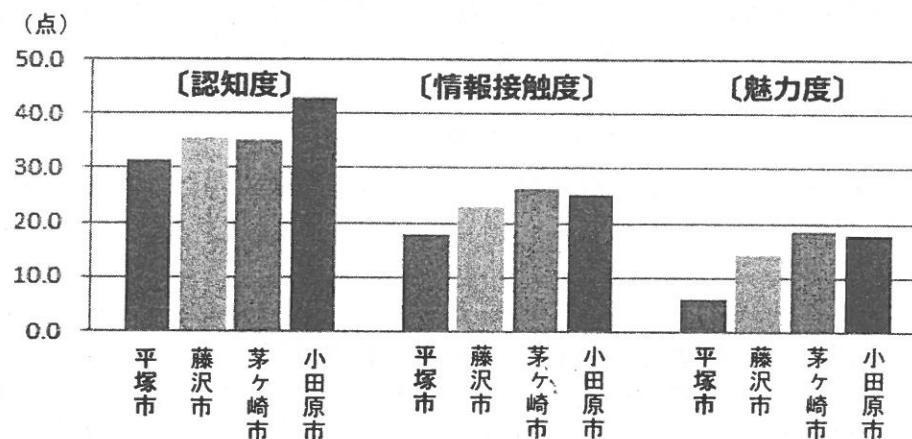
【Q】「平塚市の魅力、地域資源」とはどのようなものか。4つの目的を達成するために具体的にどのような内容・手順ですすめていくのか。

【A】人口動態のデータ、意識調査の結果等からの分析から、本市のイメージ面で課題があると認識(別表参照)。まずは「選ばれるまち」「住み続け

① 「認知度」等 平塚市とJR東海道線沿線近隣3市との比較

地域ブランド調査2014 [株ブランド総合研究所] (2014年) を一部編集

※回答者属性: 20代~60代の消費者



【Q】シティプロモーションの最終的目標は「人口増」なのか

【A】ひとつの大きな目的として、人口減少社会に歯止めをかけること。同時に、住みたくなるようなまちをめざす。

「交流人口」では、平塚市でいろいろな消費活動をしていただき、経済活性化の部分で上積も狙う。

【Q】最終的には「人口増」だという。大事なことは、地域の魅力として、内(裏面に続く)

(表面からの続き)

をだれに売り込むかを明確にすることだ。答弁で例にあげた「なぎさプロムナード」はどのような「売り」があって対象は誰なのか。

**[A]** 若い年齢の方たちを呼び込みたい。

「子育て世代」や子育てに関して、行政としていろいろな支援や施策をやっている。そういう部分を総力戦で魅力を発信しながら、市の行政サービス、施策を理解していただき若い世代の方々に平塚に住んでいただくよう取り組む。

**[Q]** なぎさプロムナードは今の計画のままでよいと考えるのか。発展させていくのか。

**[A]** ビーチセンターやフィッシャリーナなども含めて取り組む。また海岸エリアだけではなく、湘南平ももっと売り出しができる場所だ。

新たな商業施設もできるし、西部丘陵の自然環境、総合公園もある。これらもとらえながら、プロモーションしていく。

**[Q]** 市民や本市への転入者の意識は自然環境である。全市にどう広げ、具体化するのか。そこから4点の目標を達成するわけだが、どのようなスパン、どういうテンポで目標を実現するのか。

またどこがシティプロモーションの成果であり、評価されるのか。

**[A]** 一程度時間はかかる。「市の魅力の発信」という意味では「ゴールはないと考える。将来に続けて発信していくものと考えている。

**[Q]** そうはいつても、人口増については(指針は人口減少の緩和といっているが)、2040年や2060年の目標をだしている。どうシティプロモーションはかかわるのか。長期の取組ならば、施策、財政、総合計画、そして各課の施策が基本になる。シティプロモーションとして成果をいつまでにあげるかを明確にしなければいけない。

**[A]** 総合計画の人口ビジョンは一つの基準、ターゲット。総合計画の4つの重点施策の具体化を目指して計画を進めている。そういった行政施策も含めて、人を呼び込むような、選んでいただけるような、平塚に住み続けていただけるような視点をふまえて、平塚のさらなる行政としての総合計画に掲げてある、四つの重点施策がよりうまく全体最適ですすめられるような取り組みをめざす。

◎4つの重点施策

- ・強みを活かしたしごとづくり—域外市場産業と域内市場産業の支援等。
- ・子どもを産み育てやすい環境づくり—子育て負担の軽減、環境づくり等。
- ・高齢者がいきいきと暮らすまちづくり—健康な状態を維持した高齢者の増。
- ・安心・安全に暮らせるまちづくり—地域の防災・防犯・交通安全活動等。



**[Q]** 人口減少への歯止め、人口増問題は、最後はどういう施策をかけるかの問題である。行政の仕事や役割は、住民が安心して暮らせるようにすること。そこを重点にして、定住人口が増える取組を求める。

「平塚市シティプロモーション指針」に添付されたアンケート資料を、参考資料としてお知らせします。

平塚市転入者アンケート調査 [平塚市] (2015年) を一部編集

「転入する以前に、平塚市にどのようなイメージを持っていましたか。(自由記述)」

※回答者属性：20歳～49歳の男女 かつ 東京都・神奈川県内から平塚市への転入者

順位	分類	意見数	割合
1	無回答	122	35.9%
2	治安	82	24.1%
3	自然環境・景観	52	15.3%
4	七夕まつり	38	11.2%
5	その他	29	8.5%
6	交通・道路環境	27	7.9%
7	生活環境	23	6.8%
8	特になし	18	5.3%
9	街の景観	15	4.4%
10	ベルマーレ	13	3.8%

順位	分類	意見数	割合
11	湘南	10	2.9%
12	子育て環境	7	2.1%
13	自然災害	3	0.9%
14	競輪	3	0.9%
15	教育環境	2	0.6%
16	囲碁	1	0.3%
17	ベ이스ターズ	1	0.3%

回答者数340人 回答数446件  
※キーワード別に分類のため回答者重複あり

湘南地域イメージに関するweb調査 [東海大学] (2014年) を一部編集

「以下の3つの市について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか?以下の中から、当てはまるものをいくつでも選んでください」(複数選択可)

※回答者属性：1都3県の30代子持ち夫婦男女、湘南地域への認知があり、興味・関心のある方

	平塚市	藤沢市	茅ヶ崎市
イメージはあまりない	31.9%	21.1%	15.3%
自然が豊か	21.9%	35.0%	48.1%
地域コミュニティ(イベントやお祭り)が活発そう	20.0%	13.6%	24.7%
交通が便利	19.4%	39.4%	14.2%
地域に活気がある	13.9%	18.3%	20.3%
住みよさそう	13.3%	27.5%	22.2%
商業施設が充実	11.4%	23.1%	12.5%
治安がよさそう	7.5%	8.1%	9.7%
教育環境が良さそう	5.8%	9.4%	7.2%
福祉が充実	5.3%	4.7%	3.9%
あこがれる	3.3%	13.9%	20.8%
自慢できる	3.3%	6.1%	11.1%