

市民と市長の対話集会

市長と語ろう！

ほっとミーティング

テーマ ひらつかの「魅力発信」

開催結果報告書

- 1 開催日時 平成29年（2017年）1月18日（水）
午後3時45分から午後5時15分まで
- 2 開催場所 平塚市役所 本館3階 302会議室
- 3 参加者 12人（小泉教授、成川教授、学生10人）



ほっとミーティングの様子

4 市長あいさつ

本日は、授業終了後のお忙しい時間に、市役所へお越しいただき、ありがとうございます。

前回のほっとミーティングは、昨年10月5日に東海大学で開催し、活発な議論が出来ましたので、また皆さんとお会いできるのを楽しみにしていました。若い世代の方々の感覚や考え方は、新鮮で素晴らしいと思っています。また、日々御指導いただいている小泉先生、成川先生におかれましても、ありがとうございます。

今回は、前回のほっとミーティングを踏まえたうえで、本市のシティプロモーションについて、御提案をいただけると伺っています。スローガンである「手をつなぎたくなる街 湘南ひらつか」を実現していくための具体的な提案を聞けるのを楽しみにしています。

なお、本日は提案内容に関係の深い部署の課長にも声を掛け、参加してもらっています。皆さんの豊かな発想力を直接伺い、市政に反映することができればと考えています。

御提案の際は、緊張せずに今までどおり、考えてきたことを素直に発表してもらえればと思います。本日はよろしく申し上げます。



5 主なミーティングの内容

(1) 広報メディア学科の学生による提案

【テーマ】

「話したくなる・自慢したくなるまちへ」～愛着向上のためのひらつかフィルムコミッション大作戦～

【提案者】

東海大学文学部広報メディア学科小泉ゼミナール 学生6名

岸本 龍人（2年）、清水 紀穂（2年）、菰田 涼太郎（3年）

高橋 滯（3年）、木場 貴子（4年）、根本 彩花（4年）

【提案内容】

平塚市のイメージ向上、定住人口を増やすためには、まず、市民の意識を変える必要があると考えました。市民に地元平塚への愛着を持ってもらい、「話したくなる・自慢したくなるまち」へと生まれ変わるため、「フィルムコミッション」を用いた施策を提案します。

「フィルムコミッション」

…映画、テレビドラマ、CMなどのロケーション撮影を誘致し、実際のロケをスムーズに進めるための非営利公的機関のことを指す。実際には、観光協会の一部署が事務局を担当していることが多く、市役所が直接担当しているケースは少ない。

平塚市の現状

平塚市の現状について、強み、弱み、機会、脅威の四点から考察したSWOT分析を実施しました。その中で、弱みとしての「特徴が無い、認知度が低い、自慢度が低い」ことに着目しました。

「認知度が低い、自慢度が低い」を解決するために

平塚市はメディア露出が少ないため、市外からの認知度が低いと考えられます。地元がロケ地に使われることで、メディア露出が増え、魅力化が図れます。

「特徴が無い」を解決するために

観光協会等の第三者団体が実施していることが多いフィルムコミッションについて、平塚市が主体となることで、差別化を図ることができます。

フィルムコミッションで地域活性化を図った事例

平成24年6月から、静岡県熱海市では「ADさん、いらっしやい！」という取り組みを行っており、1人の担当職員が番組の制作担当（AD）を対象に支援しています。ロケ先の情報提供だけでなく、地元出演者との交渉や連絡調整、ロケ弁の手配など、徹底的に無料でサポートする事業です。支援実績は1年間（平成24年6月から平成25年5月）で25件。これにより、平成25年1月から4月の入湯税の利用月別課税人員を前年と比較すると、前年同期比107.5%となり、増加傾向にあります。

具体的施策

一般的なフィルムコミッションと異なる具体的施策は三点あります。

①市民・地元事業参加型

ロケ地の情報提供の役割を市民に協力してもらうことで、市民ならではのロケ地が見つかる可能性があります。SNSを活用し、ロケ地を投稿できるようにします。投稿する際はハッシュタグを付けて、検索しやすいようにします。活用するSNSは、現在実施しているフォトキャンペーンと同様にインスタグラムとし、気軽に投稿されることが期待できます。

投稿された場所が撮影に採用された場合は、特典として、映画作品等のエンドロールに投稿者の名前を掲載する権利を与えたり、市長賞や市民賞などの賞を授与することとします。

撮影の際に、地元企業の事業支援者を募集します。ケータリング等の要望があった際には、事業支援者から選択してもらうこととします。地元企業としては売上アップにつながり、制作会社としては、地元企業と触れ合うことで、地元の温かみや人柄を感じてもらうことができ、平塚市をリピートしてもらえらるきっかけ作りにつながります。

②フィルムコミッション専用ホームページを開設

フィルムコミッション専用ホームページを新たに開設し、サイト内に市民向けページと制作会社向けページを作成します。市民向けページでは、月毎の撮影テーマの発表や投稿された写真や動画を確認できるようにして、市民の参加意欲を高めます。

制作会社向けページでは、事業支援者のリストを掲載することで、ケータリング等の要望先の検索を容易にすることができます。

③イベント開催

フィルムコミッションでロケ地の誘致に成功した場合、市役所の1階ホールに撮影に使用された衣装や舞台裏の写真等を展示します。ガラス張りを活かした展示場を設置することで、気軽に見てもらえるようにします。平塚市民だけでなく、平塚市外からも聖地巡礼として足を運んでもらうことで、平塚市の認知度向上が期待できます。

広報施策

①駅構内や市役所にポスターを設置

市民に向けた認知度向上を図るため、平塚駅をはじめとした、商店街等に多くのポスターを設置し、接触率を高めるようにする。

②市内の小・中学校でチラシを配布

市内の小・中学校や店舗に協力してもらい、チラシを配布します。子どもから大人へ幅広い世代へ情報を届けることにします。

③市内の商業施設でカメラのイベントを開催

ひらつかフィルムコミッションをより多くの人に認知してもらうために、プロのカメラマンやブログの投稿者をイベントに招待して、写真の撮影方法を伝えてもらう。撮影に興味を持つ人の認知度向上に寄与すると同時に、商業施設で開催することで、通りすがりの人たちにも情報提供をすることができます。

④広報紙への掲載

現在、毎月第一、第三金曜日に発行されている「広報ひらつか」に活動内容やイベントの告知などを掲載し、広く市民に向けて情報提供をします。

予算の算出

提案を実施するにあたり、電話でのヒアリング等で調査し、予算を算出しました。提案の最低限の予算金額としては、3,476,000円となります。

(内訳) ホームページ作成料	600,000円
チラシA4サイズ10,000枚2種類	40,000円
ポスターA1サイズ1,000枚1種類	36,000円
イベント開催平日4回	800,000円
イベント出演者ギャラ等雑費4回	2,000,000円

まとめ

フィルムコミッションを用いたシティプロモーションを実施することで、メディア露出が増え、平塚市の認知度向上につながるはずです。また、市民も一緒にロケ地の誘致活動に参加してもらうことで、市役所と市民が一体となり、平塚市の良さを再認識できる機会になるのではないのでしょうか。それが、地元の愛着向上につながるのではないかと考えました。



【市長】

学生の皆さん、御提案いただきありがとうございます。
シティプロモーションを展開する際、市外の人たちに向けて、どうやって認知度の向上を図っていくか、という点は大きな課題です。それと同様に、市民に対して、どう平塚市の良さを再認識してもらうか、という点も重要な課題と考えています。

まずは、市民一人ひとりが住んでいる街を素晴らしいと満足していただけるようにしないとけません。そのうえで、行政が市民と一体となって、市の魅力発信について連携をしていかなければ、シティプロモーションの発展は難しいのではないのでしょうか。

本日はシティプロモーションを担当している担当課長が出席していますので、説明をさせていただきたいと思います。

【秘書広報課シティプロモーション担当 下田担当課長】

皆さん、御提案いただきありがとうございます。

平塚市がシティプロモーションを考える際、フィルムコミッションについても、以前から意見が出ていて、一つの選択肢と考えていました。ただ、効率良くPRできるかどうかを考えたとき、疑問に思うところもありました。したがって、提案のように行政が主体的に取り組むという形は想定しておらず、市民の皆さんが主体的に取り組もうという動きが出てきたら、進めていきたいという考えを持っていました。

紹介のあった熱海市の事例や、近隣市だと観光協会を中心に取り組んでいる藤沢市もありますが、それぞれの地域の実情を反映した形での成功事例だと思っています。

正直なところ、平塚市にも撮影のオファーはあるのですが、選んだ理由を聞いてみると、特徴がないところが良い、という回答であり、平塚市のイメージの認知度が低いことを改めて感じるどころです。

【市長】

担当課長から説明いただきました。確かに、市議会でもフィルムコミッションを実施しないのか、という質問もありました。ただ、実際に誘致をするのに、多くの手間がかかってしまう部分があります。それは、すべての調整を抱えなければならぬという理由であり、消極的に考えていました。

しかし、平塚市としては、手をつなぎたくなる街、温かさを売り込んでいきたいので、皆さんの提案は貴重だと考えます。

私の任務としては、平塚市の認知度を高めること。また、住みやすい街を作

ることです。子育て世帯に選ばれる街づくり、高齢福祉が充実し、スポーツ活動も意欲的であり、全体としての魅力づくりが必要だと考えます。

前回のほっとミーティングの際にも話がありましたが、平塚市にもPRできるものが沢山あります。ただ、一つの目玉だけを先行させすぎても、中身が無い状態では元も子も無いので、しっかりと一つ一つを含めて、全体を吟味する必要があると思います。

シティプロモーションの一つの選択肢として、フィルムコミッションを平塚市の目玉として取り組めるかどうかも含めて検討できればと考えます。

【東海大学 広報メディア学科 小泉教授】

それぞれの街には、それぞれのいいところがあると思います。平塚市のイメージとして、安心安全に関する評価が低いと聞いていますが、実際に住んでみると、そうしたイメージを感じていない人が多いようです。

手をつなぎたくなる街、という部分で、誰と手をつなぐかを考えたとき、それは制作会社のADさんでもいいのではと思います。行政として、温かい対応が出来れば、それに抱くイメージが変わってくるのではないのでしょうか。大和市でもフィルムコミッションを展開していますが、環境的には海も山も無いのですが、どこにでもある街を売りとして、細かく対応していくことで、それを魅力としています。

【市長】

要は、目の付け所が大切だと思います。私も、市長を務める前は、行政職が長いですから、市民サービスをしっかりやっていたら成果はついてくるという考えがありました。ただ、今日においては、積極的に新事業を展開したり、PRを打っていくという必要性を感じているところです。

今回のフィルムコミッションについても、予算案を作っていており、参考にできる部分があると思います。ぜひ、具体的に考えてみたいと思います。御提案ありがとうございます。

【秘書広報課 平野課長】

以前になります。日経新聞の記事で、千葉県流山市においてシティプロモーションが成功しているという内容があったのですが、実は待機児童がどんどん増えてしまっていて、対策が追いついていない現実もあるそうです。市長の説明であったとおり、全体として中身を充実させていかないと、上辺だけでは良くないと考えています。

なお、平塚市が主導していくというフィルムコミッションの形については、躊躇している部分があります。実際に進める形として、市民が主体というよりも、市民がリードし、それに対して平塚市がお手伝いをしていくという形がとれるかどうかを考えてほしいと思いました。

【商業観光課 戸塚課長】

平塚市のシティプロモーションについて、既に行っている事業を紹介したいと思います。平塚市の観光ガイドマップには、聖地巡礼として、トッケイセキユリティ平塚総合体育館やホテルサンライフガーデンチャペルを掲載しています。ただ、認知度が低いため、周知の方法については、方向性の検討が必要だと考えています。

なお、現在検討中ではありますが、ららぽーと湘南平塚にある光の広場で観光キャンペーンを実施するなど、情報発信の場として活用することを考えています。

(2) 現代教養センターの学生による提案

【テーマ】

「モダンなまちづくりへの一歩 ～ピアと日本初上陸グルメとシェアハウスの提案～」

【提案者】

東海大学現代教養センター プロジェクト実践B 学生4名

福田 尚史 (工学部機械工学科3年)

下田 瑠祐 (工学部動力機械工学科2年)

山下 香織 (文学部北欧学科2年)

鈴木 愛貴 (文学部北欧学科2年)

【提案内容】

一点目として、平塚の楽しさづくりとしてのピア(遊歩栈橋)、二点目として、平塚で住む新しい形としてのシェアハウスを提案します。

平塚市の現状

平塚市についての提案を考えたとき、交通網の整備、福祉の充実、医療費等の多くの事柄が挙がりました。しかし、現実的な提案よりも、学生らしいアイデアを提案しようということになりました。

平塚市のイメージは何かと検討しましたが、具体的なものが浮かばなかったため、若者からの視点を重視したイメージの構築に向けて協議しました。

具体的施策

① ピア(遊歩栈橋)

平塚ピアは、アメリカ・ロサンゼルスビーチにあるサンタモニカ・ピアを参考に発想した栈橋型の新しい観光名所です。平塚の海岸に建設することを考えた結果、平塚駅から南に1.3キロメートルの位置にある「扇の松入口」交差点付近が良いと考えました。

平塚ピアは、湘南ひらつかビーチパークに隣接する海に飛び出ている建築物です。海岸沿いの国道134号の交差点から延長して作ります。建物全体の長さは300メートル、幅は100メートルを想定しています。

平塚ピアの上の建物には、日本初上陸グルメを中心とした様々なお店を誘致します。先端にはイベントが開催できるスペースを設けて、東海大学主催のフェスを実施します。

また、平塚の海岸沿いには、サイクリングロードが無いので、海岸沿いにサイクリングロードを整備し、平塚ピアを休憩ポイントとすることで、海岸線全体が目玉スポットとして注目されると思います。

海上に建設するので、津波対策を検討する必要があります。近隣の高層建築物の協力を得ながら対策をしていきます。



②日本初上陸グルメ

平塚ピアに出店する店舗については、注目してもらうために、Instagramやツイッターなどに取り上げてもらえるようなお店を取り入れたいと考えます。まだ日本に進出していないお店を誘致することで、たくさんの方の来客が見込めるのではないのでしょうか。

例えば、イギリスから進出した「FLANZE&EVANS LONDON」やアメリカから進出した「SHAKE SHACK」はオープン前でも多くのメディアに取り上げられていました。

誘致するお店の候補としては、アメリカで160店舗以上のレストランを展開している「The Cheesecake Factory」やインドネシアで30店舗以上のドーナツ店を展開している「J.CO DONUTS & COFFEE」を挙げます。また、日本では珍しい北欧のイメージを取り入れた「オスロコーヒー」や「ミッケラー」というデンマークの地ビール専門店も注目されると思います。

勿論、平塚の特産品として、新鮮な野菜等を扱う直売所の設置も進めます。観光で訪れた人にも、平塚市を知ってもらうことができるように、アメリカのサンタモニカで展開している Farmers Market をイメージした造りにします。平塚発祥の商品として、生チョコレートをPRしていくのもよいと思います。

このように、地域のものを販売することで、地域の活性化につながりますし、コミュニティが活発な所には、住みたいと思う人も増えるのではないのでしょうか。こうした試みによって、平塚市の希薄なイメージを脱却し、最先端なものを感じられる場所にできればと考えました。

③ シェアハウス（市をあげてのシェアハウス促進業務）

平塚ピアと日本初上陸グルメの誘致により楽しさを提案することで、平塚の魅力が向上します。その次の手として、人を呼び込む戦略、定住人口を増やす戦略が必要となります。

そこで提案するのが、シェアハウスという新しい形です。

「シェアハウス」

…家を複数人で共有し、それを活かした交流や共有を楽しめる新しい住まいの形。普通のアパート等と違い、家賃や初期費用を安く抑えることができることから、近年日本で増えており、若者や外国人に人気です。

平塚市に住むにあたって、最も魅力的なのは、他の湘南エリアに比べて、家賃相場が安いことです。平塚市は藤沢市と比べて約1万円の差があり、この点からも気軽に湘南エリアに住める街ということがわかります。

そこで、気軽に住める街である平塚と気軽に住めるかたちのシェアハウスをあわせることで、人を呼び込むことができると考えます。

ターゲットとしては、特に若者や外国人層を対象としており、平塚市の発展に寄与できる人材に住んでもらうことでメリットになると考えます。

シェアハウスに住むことを促す平塚市の取り組みとして、マッチング業務を提案します。マッチング業務は、住む人にとっても、住んでもらいたい人にとってもメリットがあります。平塚市が対応していることでの安心感があり、多くの希望者を見込むことができます。

昨今、高齢化が進んでおり、空き家も多く出ていることから、空き家物件をシェアハウスとして活用することで、空き家に対する解決策としても考えることができます。

2020年の東京オリンピックに対応するための民泊を検討することもできますし、東海大学や神奈川大学の学生を対象とした学生特化型のシ

シェアハウスを作ることも、イメージアップに効果があり、定住増加につながると考えます。

シェアハウスの取り組みは、全国的に見ても、自治体が促進していることがほとんどないため、実現した際は大きな話題として注目されると思います。

まとめ

私たちの提案は、あくまで学生ならでの意見です。平塚市の住みよい街のイメージをアップし、定住人口を増やすことは大切で、これからも考える必要があります。しかし、その前に、「楽しい街」というイメージがないと、人は集まってこないのではないのでしょうか。

楽しさづくりでは、話題性や流行の発信地として、平塚市をアピールすることができれば、より平塚市を身近に感じるができると思います。

若者がシェアハウスに住み、「平塚ピア」で出会い、そこから愛が芽生えて結婚し、平塚で一軒家をかまえて、通勤に便利で待機児童ゼロの平塚市で子どもを育てる。こうしたライフプランができる街、それが「手をつなぎたくなる街」ではないのでしょうか。

このような夢のような提案がどこまで実現できるかどうかはわかりませんが、平塚市のイメージアップ、定住人口増加のきっかけになれば幸いです。



【市長】

提案ありがとうございました。当初、突拍子もない提案だと言われていましたが、実際はそうでもないと思います。平塚市として、取り上げなければならない行政課題を挙げていただきました。海岸エリアの魅力化の検討や空き家対策は必要な施策です。今後、行政として、解決方法を模索しているところで、こうした提案は助かります。

平塚駅から海岸までの通りで、海の雰囲気を感じることができるのは、平塚市の良さだと思います。食事や買い物を楽しめるスポットを呼び込むことは、魅力の向上につながるのではないのでしょうか。

提案のピアについては、デザインはいいと思います。ただ、すぐに実現できるかどうかは難しいところです。避難ビルの話がありましたが、これも必要です。安心安全で楽しめる街とするためには不可欠なものだと思います。

今年2月26日、圏央道の茨城県区間が全線で開通することになり、常磐道とつながります。これによって、海の無い街からも湘南エリアに向けて、多くの観光客が来てくれると思います。昨年暮れに、国土交通省関東地方整備局横浜国道事務所長と話をする機会がありました。平成26年6月と平成28年6月を比較して、北関東のインターチェンジから湘南エリアへのインターチェンジへの車の移動が、まだ常磐道とつながっていない段階でも、4.6倍に増えており、確実に人が来てくれていることを実感しました。海岸エリアの魅力化を進めることで、この人の流れを呼び込めるようにしたいと考えており、参考にしていきたいです。

やはり、若い世代の人たちを引き付けるためには、新しいものを提案することが必要です。お店の誘致をすることができれば、大きな魅力になると思います。これも取り組む可能性はあると思います。

シェアハウスについては、現実問題として空き家が出てきています。どう住まう仕組みを作っていくのか、が私たちの仕事です。富山県等の日本海側の自治体では、住めなくなった住居を若い人たちへ提供していくような制度も出来てきていると聞いています。平塚市の空き家率は県内としては少ないのですが、それでも現実問題として喫緊の課題なので、シェアハウスも取り組みの一つとして、可能性があると考えています。ただ、若い人は対象にできますが、高齢になった人たちに対する制度も考えないといけないのではないのでしょうか。

海岸エリアの魅力化については、以前からも東海大学と連携して検討していますので、引き続き、協力いただければと思います。

【学生】

私達の案は、当初、福祉政策の充実などを取り上げようと検討していました。しかし、成川先生から、現実的すぎるテーマでは夢が無いので、大胆なテーマ設定にしてはどうかと話があり、今回こうした提案になりました。突拍子もない提案で不安もありましたが、市長から評価をいただいたので、気持ちが救われました。

空き家対策については、今後増加する空き家に対して、差し迫った課題だと感じています。シェアハウスの対象は、若者や外国人のみを考えていたので、高齢者を対象とした検討も必要だと感じました。

【みどり公園・水辺課 石川課長】

みどり公園・水辺課では、海岸エリアの魅力アップについて、中心的に携わっています。

龍城ヶ丘のプール跡地については、情報発信の場所として、検討できればと考えています。この場所は、国道134号から海岸線を眺めることができ、同時に富士山を見ることもできる、素晴らしいロケーションです。今後、皆さんのお知恵を借りて、良いものを計画できればと考えています。

今日は参考になりました。フェスについては、面白い提案だと思いますので、検討していきたいと思います。

【まちづくり政策課 小野間課長】

まちづくり政策課では、主な業務として、空き家対策を担当しています。東海大学とは、土木工学科の梶田先生と交流しており、身近に感じています。

平塚市が住み続ける街として、認知度を高めるための研究をしており、今回の空き家対策の提案としてのシェアハウスの促進業務は興味深いと思います。一つの提案として研究していきたいと考えています。

なお、現在、都市マスタープランの素案を作成しており、パブリックコメントの募集を予定しているので、是非御意見いただければと思います。

6 まとめ

【東海大学 現代教養センター 成川教授】

本日はありがとうございました。ゼミの授業は全部で15回あるのですが、9回目くらいまでは、現実的なテーマについて検討していました。ただ、もう少し夢のあるテーマにしてもいいのでは、ということで、ピアの建設が挙がりました。よく考えると、突拍子もないテーマかもしれません。ただ、私の本業は経営学で、どんなアイデアでもやってみる価値はある、と教えているので、今回の提案に至った次第です。

市政の参考になるかどうかは分かりませんが、このプロジェクトをとおして、学生とともに勉強させてもらいました。学部の違う学生同士が一つのテーマを通して、内容をまとめていく作業によって、成長できたと感じています。

【東海大学 広報メディア学科 小泉教授】

本日は提案の貴重な機会をいただき、ありがとうございました。お忙しい中、市長を含め、多くの職員の方に参加いただきました。

私個人としては、シティプロモーションという言葉に違和感があります。本来、プロモートするという意味は、一方的に情報を出していくということで、相互性がありません。対の言葉としては、コミュニケーションが挙げられます。これからの時代は、シティプロモーションから、シティコミュニケーションに変わっていければいいと考えています。平塚市のスローガンである「手をつなぎたくなる街」というのは、まさに両者が理解しあっている関係性を示しているのではないかと思います。

平塚市の魅力向上には、他の自治体の真似をするだけではなく、オリジナリティを追求していくことが大切ではないでしょうか。

【市長】

今日は本当にありがとうございました。学生の皆さんも立派に発表いただいたと思います。いただいた提案については、担当も含めて聞きましたので、参考にしていきます。具体的に取り組んでいくことができれば、皆さんと一緒に対話をした甲斐があったのではないのでしょうか。

東海大学とは、以前から街づくりについて、関わっていただいています。学生や先生と、引き続き連携して、お力をいただければと考えています。私たちはその意見や提案をしっかり聞いて、どう形にしていくか検討していきます。

若い人たちには、街づくりに興味をもっていただき、平塚市の魅力向上に協力いただきたく思います。これからも引き続き、よろしくお願いします。本日はありがとうございました。

