

平成 28 年度 第 2 回 海老名市にぎわい振興審議会 会議録

日時等	平成 28 年 10 月 14 日（金） 13：30～15：20 政策審議室		
議題	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 28 年度 にぎわい振興事業について ・平成 29 年度 にぎわい振興事業について 		
出席委員	羽田会長、三田副会長、並木委員、尾崎委員、澤地委員、門脇委員、長委員、半澤委員、伊藤委員、遠藤委員 計 10 名		
公開の可否	公開	傍聴者数	0 名
幹事	経済環境部次長 石井 商工課長 中込		
事務局・説明者等	にぎわい振興係：主査 立花、主事 三坂		

案 件

平成 28 年度 にぎわい振興事業について

・実証実験ツアーについて

委 員：参加費は、内容からすると妥当だと思う。海老名の売りとして、「史跡巡り」が入っていない。参加者の年齢層によるが、史跡巡りを入れるのもいいと思う。中央図書館は、全国的に珍しいと思うが、感想はどうだったか。

事 務 局：中央図書館は、参加者の多くが既に行ったことがあり、アンケートには、回答がなかった。今後、親子でなく、大人を対象としたツアーを企画している。

委 員：テロの影響もあり、身近な国内バスツアーは人気がある。バスツアーは、高齢者の参加が多いので、支援なども含め、外出する機会としてとらえ、にぎわいにつなげるのもよいと思う。

委 員：市の収支はどうなっているのか。この参加費でツアーが組めるのか。

事 務 局：市の負担と参加費が、同額になるようにした。バス代は市負担で、工場見学や会場の使用について、企業にご協力をいただいた。

委 員：今回の内容は、普段から無料で協力できるもの。

事 務 局：ツアーを商品化へ進めていくために、料金設定も含め、旅行業者への委託による実施も、今後、検討していきたい。

委 員：今後、参加費の設定も含め、魅力あるツアーが組めるとよいと思う。

・ブックカバーPR 事業について

委 員：内側の文字が小さいように思う。ランキング表示は、特定の方へのアンケート結果なので、過大広告にならないように表現の工夫が必要。

委 員：表紙から「海老名」感が少ないように思うがどうか。

委 員：戦略的に「海老名」感を少なくし、本を買った人には京都や奈良のように見

えるが、実は海老名市という作り方をしているように思える。外からブックカバーを見る人を対象にするなら、表紙に「海老名」と大きく入っている方がよい。デザイナーの意図は、あえて「海老名」感を消しているように思える。データの出典や年度などは、入れた方がよい。

事務局：データの出典や年度は入れていきたい。次のイラスト版の掲載内容については、案を作成後、メール等により各委員へ確認させていただきたい。

・名店・名産選定事業について

委員：名産の部門を分けるなら明確にしておく必要がある。

委員：選定の数に10点とあるが、あまり枠をはめない方がいいのではないかな。

事務局：選定数は固定ではなく、候補が多く、よいものがあれば、増やす予定で、10点は目安で。

委員：この事業の目指すものはなにか。

事務局：今ある資源を掘り起こしたいと考えている。

委員：選ばれたものへのメリットをどうするのかを考えることが重要である。他の自治体で、ただステッカーを貼り、自店のみで販売をしているため、販売促進につながっていないところもある。市の公式ホームページへの掲載など、選ばれた事業者が、「ありがたい」と思う方法が大切。工業製品の場合、「B to C（消費者対象）」というよりも、「B to B（企業対象）」の方が重要になる。工業製品は市のプロモーションにより、技術をPRすることで、効果がある。選ばれたものへのメリットによって、選定する部門（工業製品をいれるかどうか）も見えてくる。1次産品も標章がとれたら、名産に入れておくべきだろう。

事務局：1次産品については、農政課の地産地消の事業もあり、連携をしながら、整理をしていきたい。

委員：名産となると食べ物のイメージが強い。量販を目的とする際、地元での扱いや物流など、制度の問題をサポートできるような検討も必要。

委員：消費者目線の選定もお願いしたい。選ばれた10点が客観的にみて、たいしたことがないと、価値が下がることもある。

事務局：消費者の皆様からの目線を取り入れるために一般投票を行いたい。

委員：掘り起しは大事だが、1次産品からの商品開発という考えもある。また、なでしこブランドとして認定を受けている商品もある。6次産業も対象にし、「えびならしき」を大切に進めてほしい。

事務局：海老名のものを使っていると「えびならしき」として加点をするような選考基準も考えている。

委員：応募は、自薦のみであるが、他からの評価として、他薦も必要になってくるのではないかな。

事務局：一般投票の数を伸ばすための仕組みとして、選定後に、一般投票を行った方

に対する景品として、商品の提供をお願いしている。他薦で選ばれると景品の提供依頼が難しくなると考えている。

委員：選定の方法について、一般投票の後、選定委員会ではなく、選定委員会で審査をし、絞ったものを一般投票で選ぶという方法もあるのではないかな。

委員：選定後、次のステップとして育成を行うのか。金沢駅などでは、パッケージに統一感があり、相談をしているように見える。選定された事業者の勉強会などを市がやることも考えられるのではないかな。

委員：市の支援についてだが、市の広報やホームページに掲載いただくことで、地方からの発注もある。「いちごわいん」は、特産品になってから来年で30年になる。課題としては、市内にあまり知られていないことで、周知方法など市でも考えてもらえるとありがたい。名産品として認定されたいという事業者は多い。

事務局：選定後には、遠方へのPRをするため、送料の支援も考えている。新聞の記事として取り上げていただき、PRすることも検討していきたい。今までは、商工会議所の下部組織である各種開発委員会の商品を名産としてPRしてきたが、各店舗で作られるものも含め名産としてPRをしていきたい。

委員：一次産品は農政課所管とのことだが、PRは、一緒に進めるのか。

事務局：農政課と商工課と連携し、シティプロモーション課とも一緒にPRをしていきたい。選定においては、数や店舗の業種にこだわらずに進めていきたい。

委員：選定の部門はどのようになるのか。

事務局：部門での選定数や業種はこだわらずに進めたい。部門は、名店と名産に分けて、募集をしていきたい。

委員：名店というのは、「B to C（消費者対象）」かつ、お店を構えていて、消費者が来訪される店舗という要件を設定しておかないと、あいまいになる。名産は、「B to C（消費者対象）」も、「B to B（企業対象）」で部品などもある。エンターティメント時には整理をする必要がある。

平成29年度 にぎわい振興事業について

・キャッチコピーの公募・選定事業について

・景観写真コンテスト事業について

委員：県内では小田原市が「小田原かまぼこ通り」のキャッチコピーを実施した。「にぎわい」とすると広すぎるので、オンリーワン、ナンバーワンなどの応募しやすいテーマを設定した方がよいのではないかな。呼び込みやすい工夫が必要。

委員：周知方法として、1月実施のブックカバーに掲載するのはどうか。

委員：キャッチコピーと写真は一緒に応募が必要かな。

事務局：キャッチコピーだけでも応募可能である。

委員：市内の中高生にPRするのもよいと思う。景観写真コンテストの募集とキャッ

コピーの募集は、似ている事業なので、一緒に行うのもよいのでは。

委員：トライアングルカレンダーは、なかなか買っていただけない状況なので、写真を公募することで購入いただけるとよいのだが。

事務局：買っていただけるようPRをしてきたい。

委員：カレンダー自体のレイアウトとして、写真と文字の大きさが中途半端で使いにくいように感じる。写真をメインなら大きくした方がよいのでは。

委員：景品を設け、応募を促進するのはよい。「わが街海老名の景観 30 選」など題し、集めていくのもよいと思う。

事務局：委員の皆様からのご意見を踏まえ、来年度の事業を進めていきたい。

以上