

印西市シティセールスプラン（案）に係る市民意見公募の意見と対応

意見の募集期間…平成28年2月1日（月）～平成28年2月15日（月）

意見提出者…5名

番号	ご意見	対応
1	<p>①良く調査分析されていると思います。しかし、中核をなす目玉が見えてきませんでした。</p> <p>②また、具体的な行動計画のタイムスケジュール（マクロ・スケジュールではなく）が不明です。何を・いつまでに・誰がかわかりません。</p> <p>③こういう取り組みは、試行錯誤しながら進めていき、課題を早期発見し是正して、更に進化させていくものだと私は思います。時間軸を鑑みると、まず先行させるものは何か、その目的（目標）設定と明確な意思表示等々が必要と感じます。</p> <p>④関心のある市民を公募するなど小集団化し、アイデアを募る方法もあるのではないのでしょうか。</p> <p>⑤シティセールスプランを拝見して、印西市単独に見えますが、成田ゾーンの観光客や隣接する住民の取り込み（連携）も必要だと思います。特に成田には、今後とも多くの人たちが来客するはずです。</p>	<p>具体的な取り組みなどは今後、実施計画を策定予定です。</p> <p>P.27の5.(3)シティセールスを推進する仕組みづくりの項目に「目標値の設定」を追記します。</p>

番号	ご意見	対応
2	<p>印西市シティセールスプラン（案）において、印西市の魅力・強みとなる可能性をもった素材〔セールスポイント〕が、記載されていますが、可能性どころか、剥落しかけているものもあるのではないのでしょうか。</p> <p>例えば、大学キャンパスでは、電機大学は都内に移転する方針を示していたり、順天堂大学は、佐倉市との移転交渉を進めているようです。</p> <p>また利根川・印旛沼・手賀沼に囲まれた水辺が多いとありますが、市民でさえほとんど利用しない水辺です。</p> <p>日本医科大学千葉北総病院はありますが、高額医療を主体としていて、市民の健康管理に必要な人間ドックはやっていません。</p> <p>豊かな自然に育まれた新鮮な農産物とありますが、市内で販売・消費されているのはほとんど市外産です。</p> <p>名産品・ご当地グルメ〔煎餅、うなぎ、みそピー唐揚げ、メロン、米など〕とありますが、どれだけブランドとして確立されているのでしょうか。</p> <p>都心や成田空港へのアクセスが良いとありますが、住民は運賃に不満を持っています。</p> <p>また、現在、年間約 2000 万人の訪日外国人観光客がありますが、そのうち約半数の 1000 万人は、成田空港より北総線・京成本線・JR 成田線・リムジンバスなどで都心へと流れていますが、本市には宿泊施設や観光設備などがいないため、そのうち 0.1% も印西市に留まってくれていません。</p> <p>セールスするために必要な歴史遺産・文化遺産・自然遺産・産物・施設・設備・人材など、悉く欠けていて、魅力のない、売れない物を並べていても何の成果も得られません。</p> <p>セールスするための仕掛けが、印西市には必要はないですか。一つの提案として素通りする訪日外国人が、印西市にある施設に立ち寄ってもらうものを作ることです。</p> <p>それは常設展示館です。北総線日医大駅と千葉ニュータウン駅間の鉄路の上に、常設展示館をもうけ、日本国内の企業の製品や地方の特産物の展示と、宿泊施設及び多目的ホールを併設し、常時イベントを開催すれば、あらゆるシーズンを通じて、訪日外国人を印西市に呼び寄せることが出来ます。</p> <p>常設展示館をインターネットで紹介し、訪日外国人に、半日早く日本に来て下さい。そして展示館に来て下さいと案内すれば、多くの訪日外国人が立ち寄ってくれるでしょう。</p> <p>さらに、雇用の機会は増え、居住人口は増加し、印西市は飛躍的に発展するでしょう。今必要なことは、このような大胆な投資が必要であり、</p>	<p>貴重なご意見として参考にさせていただきます。</p>

投資運用を仕切る人材が必要です。

投資資金の調達は、世界の金持ちに投資を呼びかければ可能です。世界の主要国が、金融緩和競争を行った結果、世界の金持ちは、お金をもてあましており、使うところがなく困っているのです。ある意味格差の拡大ですが、利用できる者は利用しましょう。

地方都市で、島根県安来市は安来節で有名ですが、ここには世界一の日本庭園があり、美術館と併設されていて、国内はもとより、世界各国から観光客が訪れています。

それは足立美術館です。この美術館は、横山大観の富士山の絵画がいくつも展示されていると共に、美しい日本庭園を鑑賞できるようになっています。

年間 100 万人以上の観光客が、小さな地方都市を訪れているのは驚きですが、13 年間、世界一の日本庭園を維持管理するのは並大抵ではないと思われませんが、世界各国から日本庭園の庭師になりたいと、応募者が殺到しているとのことでした。

インターネットの発展は、様々な情報が、同時に、大量に伝達することが出来ます。それと共に、その情報の評価は、常に上昇方向にあり、ありふれた情報は、いつの間にか自然淘汰されてしまうのです。

世界の見る目は、常に新規性と進歩性を求めている事を意識しなければなりません。

印西市の魅力・強味となる可能性を持った素材〔セールスポイント〕を、もう一度新しい視点から見直してはどうですか。

番号	ご意見	対応
3	<p>印西市にこの案であると若者に対する働きかけが見受けられません。子育て支援についての施策が具体的に示されていません。流山市のように若い世代を呼び込むための子育て支援のために保育園、幼稚園の充実の施策がない。これでは若者、子育て世代は印西市には積極的に引っ越してこない。</p> <p>木下駅圏では木下保育園、大森保育園、大森幼稚園が平成 29 年 3 月に廃止される。印旛高跡地に民間の「認定こども園」が平成 29 年 4 月に開設される。木下駅からは「認定こども園」は遠くて不便なところになってしまう。このようなことから木下駅圏には若者、子育て世代は住みづらくなってしまう。</p> <p>(理由→改善策)</p> <p>若者世代に来てもらうために住居費の助成を行うこと</p> <p>子育て世代に来てもらうために保育園、幼稚園の納付金について助成を行うこと</p> <p>上記の助成金については千葉県で一番の高額の助成金を出して若者、子育て世代を印西市に呼び込むことが必要であります。</p>	<p>具体的な取組みなどは今後、実施計画を策定予定です。</p> <p>貴重なご意見として参考にさせていただきます。</p>

番号	ご意見	対応
4	<p>シティセールスをすることには賛成ですが、市としての明確なコンセプトが必要と考えます。</p> <p>印西市のコンセプトとして以下のテーマを提案します。</p> <p>印西市は都心からの距離は変更しようがないため、ゆったりとした緑豊かな街を考え</p> <p>基本コンセプト：“通勤できる別荘地”</p> <p>このために必要な施策：</p> <p>街の徹底的な美化、街路樹、花壇の充実</p> <p>おしゃれな街の施設</p> <p>きれいな遊歩道、マラソンコース、サイクリングコース</p> <p>各家庭の庭のガーデニングコンテスト</p> <p>(イギリスで行われています)</p> <p>印西カフェコンテスト</p> <p>子育て費用補助施策</p> <p>ベンチャー企業の利用できるきれいな施設</p> <p>(イギリスの郊外、シリコンバレーなどの街づくりを参考にする)</p> <p>奇跡のはらっぱの整備</p> <p>リバーサイドの観光資源化</p>	<p>具体的な取組みなどは今後、実施計画を策定予定です。</p> <p>貴重なご意見として参考にさせていただきます。</p>

番号	ご意見	対応
5	<p>はじめに</p> <p>印西市ふるさとづくり運営会議に関する設置要綱の一部改正</p> <p>・第1条第3項(平成27年12月28日告示)により、『シティセールス』とは「市がもつ様々な魅力を発信することで、地域の活性化促進を図る行動」と定義され、云わば『基本概念』が示されましたが、「市がもつ様々な魅力」との一言での表現では、あまりにも抽象的で漠然、曖昧模糊とした標記になっておりまして、その施策事項内容に関しては何も触れられておりません。</p> <p>「別紙」等での「具体的な事項＝何を発信するのか」(施策等)を明記すべきです。</p> <p>会議資料の印西市シティセールスプラン(案) P.22(4)印西市のセールスポイントには「印西市の魅力・強みとなる可能性を持った素材」とありますが、「市がもつ様々な魅力」に必ずしも匹敵する内容ばかりでもないように思われます。</p> <p>ところで、会議(1月28日)での事務局説明では、「各課がやっていることを束ねる枠を作り、体系化する」内容で理解して欲しいとの発言がありましたが、意味合いが今一納得できかねます。</p> <p>そして、当該資料に『シティセールスプラン(案)』と題するのでしたら、P.23～24の基本方針を第1番に掲げ、『シティセールス』に関する施策事項の整理、列記、『シティセールスプラン』の基本となる定義・内容の理解、管理循環過程のスケジュールについての共有を図るべきと思われます。</p> <p>1. P.1 1. シティセールスの位置付けに関して</p> <p>(1) 総合計画(2)創生総合戦略といきなり掲示され、いずれも「シティセールスの推進」と記述されているが、「シティセールス」の具体的な内容には触れることのない説明となっている。</p> <p>(1) 「シティセールス」の具体的な施策内容を列記すべきである。</p> <p>(2) 「シティセールス」と総合計画・総合戦略の位置づけを分かりやすく図示すべきである。</p> <p>(3) P.2に「平成27年度策定予定のシティセールスプラン」と、突如「シティセールスプラン」との表現が出てきているが、『はじめに』に記述のように「シティセールスプラン」とは何かの基本的な定義・具体的な説明を記述すべきである。</p> <p>2. P.6 3. 意識調査に関して</p> <p>(1) 市民満足度・重要度調査結果について</p>	<p>シティセールスの定義について、P.1の末尾に追記します。</p> <p>P.19のグループインタビューについて、調査対象人数を追記します。</p> <p>P.28のスケジュールについて、「具体的な取り組み内容及び各年度のロードマップについては別途定める」旨を追記します。</p> <p>その他については、貴重なご意見として参考にさせていただきます。</p>

25年度結果のみを表示しているが、それ以前（22年度総合計画策定時の調査）・それ以降の調査結果との、時系列分析・推移も表示すべきである。

(2) (3) グループインタビューについて

調査対象が極めて曖昧であり、調査場所・調査方法・調査対象人数等を明記すべきである。

3. 5. シティセールスの展開に関して

「市がもつ様々な魅力」（設置要綱）

「まちの魅力」を再発見する（P.1シティセールスの推進）

「市の魅力・強味となる」可能性をもった素材（P.22印西市のセールスポイント）

「市の魅力の創生・向上」（P.25シティセールス推進戦略の構成）

とその都度、使い分けされており、全体に統一性に問題があると思われる、例えば『現状あるもの（確認）・忘れられているもの（再発見）・これから創出するもの（創生）』等のテーマにて、市民を含めたワークショップ開催等の手法で整理するべきである。

4. P.28 スケジュールに関して

(1) 「本シティセールスプランに沿って取り組みを展開」とあるが、ここでは総合計画の計画期間との関係を表示しているのみであり、上述の通り創生総合戦略との関係も表示すべきである。

(2) 『シティセールスプラン』の具体的な施策決定・施策実施・施策評価の管理循環過程に関するスケジュールを表示すべきである。