

< 小田原市地域経済振興戦略ビジョン策定委員会 会議録 >

会議名	第7回 小田原市地域経済振興戦略ビジョン策定委員会	
日時	平成23年11月1日(火) 14時~15時35分	
場所	小田原市役所 議会全員協議会室	
議題	1 サブタイトル・キャッチフレーズについて 2 地域経済振興戦略ビジョンの素案について	
資料	資料1 サブタイトル・キャッチフレーズ 資料2 小田原市地域経済振興戦略ビジョン 素案(案)	
出席者	委員	畠山委員長、栗田副委員長、岩田委員、荻野委員、金井委員、神山委員、工藤委員、鈴木委員、露木委員、平井委員、前田委員、長谷川委員 ※磯崎委員は欠席
	事務局	産業政策課：露木課長、石井産業政策係長、加藤主任 説明員 産業政策課：津田副課長、竹井地場産業振興係長、和田企業誘致係長 観光課：飯田副課長、農政課：武井副課長、水産海浜課：佐藤副課長

1 サブタイトル・キャッチフレーズについて

資料1に基づき事務局(加藤主任)が説明

⇒ 各委員案、それを踏まえた事務局案「みんなで魅せる 小田原ブランド」を示し、以下のとおり主な意見が出された。

○地域経済振興戦略ビジョンの趣旨をひと言で表していて、簡単で分かりやすいコピーにすべきであると思う。すんなり入ってくるということから考えると、事務局案がいいと思う。

○基本的には事務局案でいいとは思いますが、次の点についても考えられる。

- ・「みんなで」という言葉は、能動的なイメージもあるため、必要ないのではないか。
- ・「ブランド」ではなく、ブランド化する、していくという現在進行の意味も含めて、「ブランディング」にしてもいいのではないか。

○人や技術も含めた地域資源を集約して活かすという趣旨や、東日本大震災以後に地域経営のあり方が変わったことなどを考えると、「人財の結集で自立型創造地域へ」というコピーもふさわしいのではないかと思う。

⇒ 本ビジョンの趣旨をひと言で表していて、簡単で分かりやすい、受け入れられやすいコピーということで、事務局案の「みんなで魅せる 小田原ブランド」をサブタイトル、キャッチフレーズとして採用することとなった。

2 地域経済振興戦略ビジョンの素案について

資料2に基づき事務局(加藤主任)が説明

⇒ 意見等の反映や素案の内容について、以下のとおり主な意見や修正点、説明が示された。

○地域経済振興戦略ビジョンが、総合計画の下に位置付く他の計画や指針、事業等と相反するものではないのと同様に、今後定められる他の計画や指針等も、本ビジョンと相反するものにはならない

よう調整を行うものである。

○基本方針における利活用する資源や条件として、次の点に留意すべきである。

- ・人や技術を活かしていくという視点については、特に、歴史蓄積（地場産品等）の部分でクローズアップさせて記載すべきではないか。
- ・立地条件では、教育機関の集積についても言及してもいいのではないか。

○文化観光においては、文化・歴史資産の経済資源化だけが一人歩きしてしまい、資産を食い潰してしまうイメージになりがちであるが、経済資源化することにより得られた付加価値を、その継承や保全、維持向上につなげる好循環を生み出し、持続可能なものにするという姿勢が必要である。

○そういう意味では、基本方針をはじめとする本ビジョン全体に、「高い意識をもって小田原のブランドを継承すること、維持向上させること、あるいは、変わらないということにこだわる」というエッセンスを盛り込むことが、新しい価値を生み出すというスタンスと同様に、重要である。

○参考事例として掲載している各重点施策に当てはまる民間における取組みについては、数を絞り込んで概要を記述するよりは、様々な分野で経済振興につながる素養があり、それらの取組みが進んでいることを示すために、できるだけ多く列記すべきである。

○「企業」「事業者」という言葉は、定義としてはどちらもすべての法人を含むということではほぼ同一のであるが、言葉のもつイメージは多少異なるため、どちらか一方に限定することなく、文脈に応じて使い分けることとする。

○「新しい公共」を、主体を表すために変えた「“新しい公共”の担い手」の説明の部分は、表現の重複している部分や統一性の採れていない部分があるため、合うように修正すべきである。

⇒ 事務局で、示された意見や修正点等を素案に反映させるが、主な議論は今回の委員会会議で終了となるため、委員長と調整のうえ、内容を確定させることとなった。

3 その他

○今後のスケジュール：行政案として作成 → 市議会へ報告（建設経済常任委員会（11/30）） → 意見反映した後に第8回委員会会議の開催

○次回（第8回）日程：別途日程調整

以上