

市

ひたちなか市

ひたち

ひたちなか市

ひたちなかファンを増やし、未来の価値を共創する

ひたちなか市長
大谷 明氏

筑波銀行ひたちなか支店長
大山 真一

筑波銀行は地域金融機関として、地域の皆さまとのつながりを深めるべく取り組んでいます。
「支店長のわがまち紹介」は、筑波銀行の支店長が所在エリアの市町村をご紹介させていただくコーナーです。
今回は茨城県ひたちなか市です。筑波銀行ひたちなか支店長 大山 真一がひたちなか市長 大谷 明氏にお話を伺いました。

ひたちなか市の魅力と課題

本市は「ほしいも」に代表される農業、豊かな海の幸がそろう水産業、そして日立製作所の企業城下町として工業を中心とした多様な産業が発展しています。特に、臨海部のひたちなか地区は、高速道路網などをはじめとした産業流通インフラが発達し、広大な未利用の国有地に多くの企業立地が進むとともに、新たな工業団地造成事業も決定するなど、本市のさらなる発展の要となっています。また、観光面でもネモフィラの丘が有名な国営ひたち海浜公園、那珂湊おさかな市場や海水浴場など、豊かな自然と多くの魅力があるまちです。

また、企業城下町として多くの企業人が全国から移り住み、先住者と調和しながら発展してきた歴史から、異なる風土や考え方など多様性を受け入れる素地があるため、新たに移り住んでくる方々を温かく迎え入れることができることや、地域課題を自ら解決するための市民活動が盛んであることなど、市民力が高いことが強みです。

一方で、本市も人口減少局面に入っており、中でも活力を維持し、持続可能なまちを築いていくことが課題です。2018年11月に市長に就任

し現在2期目となりますが、本市の魅力を市民とともに育て、未来に向けて新しい価値を創り出し、次の世代につないでいくことが、私の役割だと考えています。

職住育近接のまちづくり

2025年度までの5年間を計画期間としている第3次総合計画後期基本計画では、現在の人口15万人の維持を重点テーマに掲げ、仕事・住まい・育児が一体となった「職住育近接」のまちづくりを進めています。

「職」の充実については、常陸那珂工業団地が目標より2年前倒しで分譲を完了したこと、2021年3月に株式会社日立ハイテクの工場が稼働開始したこと、2022年3月にJX金属株式会社が従業員数500名以上の新工場を2,000億円かけて建設すると発表したことから、さらなる雇用の創出が期待できます。さらに、常陸那珂工業団地の分譲完了を受け、茨城県が工業団地造成を決定したことにより、ますます広域的な経済活性化に寄与するビジネス拠点となると考えています。

「住」の整備については、土地区画整理事業で

造成した住宅用地の分譲が子育て世帯を中心に順調に進んでいます。また、9月2日より供用開始を予定しているJR佐和駅の東西自由通路・新駅舎の整備も順調に進み、交通結節機能の強化、利便性向上、交流の促進による賑わいの創出が期待できます。

「育」の整備については、保育所や病児保育環境の整備など保育環境の充実に加え、学童クラブの運営や放課後の子どもの居場所づくりなどにも積極的に取り組んでいます。

また、職・住・育、それぞれの事業の目的や効果は縦割りで考えるものではありません。例えば、子育て環境の整備は福祉や教育政策の一環ですが、子どもを預けやすいということは、働きやすさにもつながるため、雇用対策、経済政策と考えることもできます。さまざまな波及効果を考えながらより効果的な事業を実施していくことがとても重要だと考えています。

マーケティングの推進

私が大切にしている政治理念は「市民の声にまっすぐに向き合うこと」です。市民の声を聴き、その言葉に込められた思いや感情を十分にくみ取れることを意識してきました。就任後に設置したマーケティング推進室は、市民の声・思い・感情を多角的に分析し、合理的な根拠に基づいて政策立案等に反映させるための組織で、外部のマーケティングのプロとともに自治体としてやるべきマーケティングとは何かを探り、人脈や取り組みを広げてきました。

マーケティング手法を用いた調査の中では、地域活動や多世代交流に参加している方のほうが参加していない方よりも市への誇りや愛着を感じている割合が高い傾向があることや、誇りや愛着を感じている方ほど、本市のことを周囲に薦めている傾向があることがわかりました。そこで、本市におけるマーケティングとは、「住み続けたい、働き続けたい、行ってみたい、応援したいと思ってもらえる『まちのファン』を増やし、まちへ関わりたいという気持ちを育て、未来の価値を共創していくことである」と考え、ファンを育てる事業やシビックプライドを高める事業に取り組んでいます。

一方で、本市の魅力や様々なまちの情報が十分に伝わっていないということもわかりました。そこで、市内外に向けて幅広く魅力を発信する事業や移住定住を促進する事業、人と人・人とまちとの「つながり」を意識した事業に取り組んでいます。

ひたちなかファンの満足度を高める

ファンを増やすためには、すでにファンになっていただいている方を大切にして満足度を高めることが第一です。ファンの方がもっと本市を好きになって自発的にプロモーションする、ファン同士で何か楽しいことをやってみる、地域課題の解決に向けた取り組みにチャレンジする、市ではそういった取り組みや情報発信を支援する、そうした中から新たなファンが生まれ育つ。そういう流れを作っていきたいと考えています。

シビックプライドを高める

シビックプライドを高める取り組みとして、2021年度には市民の皆様と、ひたちなか市のキャッチコピー「ひとが咲くまち。ひたちなか」とロゴマークを作成しました。これは、市公式LINEやSNS、イベントなどで積極的に活用しています。2022年10月には、「SDGs×シビックプライドシンポジウム」を開催し、大勢の市民の皆様と本市の未来について考えました。当日のゲストの一人として、本市出身で、お笑いトリオ・森三中の黒沢かずこさんが出演、同時に「ひたちなか応援大使」に就任していただきました。黒沢さんとのお話は、本市の取り組みに目が留まった黒沢さんから私宛にお手紙をいただいたところから始まったものです。



ひとが咲くまち。ひたちなか
キャッチコピーとロゴマーク

市内外の関係性を高める

市内外に本市の魅力を発信する取り組みとして、公募により結成した市民サポーター「いいところ発信隊」によるSNSを活用した住民目線での魅力発信や、民間企業のオンラインコミュニティを活用したプロモーションを実施しています。

本市への転入増加や関係人口の創出につながる取り組みとして、本市での暮らしが体験できる「お試し移住事業」の実施や東京圏から移住した世帯に対する「移住支援金」の拡充、本市出身の学生や東京圏等に在住する学生などがフィールドワーク等を通じて地域と多様な関係性を築く「絆構築プロジェクト」などに取り組んでいます。また、コロナ禍をきっかけに本市出身の大学生等に「ひたちなか学生エール便～ネモフィラBOX～」と銘打って本市の特産品をお届けしています。この事業でできたつながりを元に、学生の皆様には、本市とのつながりを持ち続けてほしいと思います。

情報発信力の強化

「市報ひたちなか」は市民へ向けた情報発信の主力で、「市民が主役の広報紙」を編集方針に掲げ、まちをつくる人たちの活動やいきいきした表情を紹介することで、まちへの誇りや関心を高めることを目指しています。担当職員は写真撮影、紙面デザイン、文章構成などの技術向上、楽しく読んでいただくための企画力向上に努めています。この取り組みの成果として、本市の市報は公益社団法人日本広報協会が主催する全国広報コンクールにおいて5年連続で入賞することができました。

市報で発信しきれなかったまちの魅力をより身近に感じていただけるよう、FacebookやInstagram、Twitter、LINE、noteといったデジタルを活用した広報では、住民だけでなく発信者の息遣いも感じられるように力を入れています。また、それぞれのメディアの特性や使う年齢層なども踏まえながら、どこからアプローチしてもつながるように、それぞれが補完し合うようにすることを目指しています。また、本市の公式LINEには、「市民レポート機能」を追加し、市民の方による危険箇所等の情報提供や市への提案、魅力的な写真の投稿などができるようになってきました。LINEの友達登録数は現在2万5千人位ですが、これが5万人になると3人に1人は双方向でコミュニケーションができることになり、災害時などでも大きな力になると考え、登録を呼びかけています。



2023年全国広報コンクール 広報写真(組み写真部) 特選 受賞紙面

観光地化を目指す取り組み

本市には国営ひたち海浜公園をはじめ、特産品の農産物を扱う「長砂直売所」、水産物を扱う「那珂湊おさかな市場」などの観光スポットがあり、多くの観光客が訪れていますが、「観光地」として認知されているかというと、そこまでには至っ

ていないと感じています。コロナ禍から社会・経済活動が正常化に向かう中、いよいよ観光という柱をしっかりと打ち出していくため、観光スポットに向かう道路の渋滞や駐車場不足の解消などに取り組んでいきたいと考えています。ほしいもや水産物などの特産品については、「ほしいも品評会」や「伊勢海老祭り」等のイベントの開催、東京圏等での積極的なプロモーション活動を展開しています。また、市観光協会と連携したプロジェクト「SHIO_KAZE」では、市内事業者と県内のデザイナーによる「市民が誇りに思うお土産」の開発に取り組んでいます。

「ふるさと納税」については2020年10月に返礼品の提供を開始しました。後発での参入でしたが、寄付額は毎年順調に増加し、昨年度は2億円を超えました。今後は体験型の返礼品を拡充して本市を訪れるきっかけを提供し、交流・関係人口の増加や地域経済の活性化につなげていきます。



筑波銀行に期待すること

筑波銀行には、地域住民の生活や企業活動の支援という重要な役割を担ってもらい、大変感謝しています。

あふれる情報とともに日々めまぐるしく変化していく現在の社会においては、まちづくりを進めていくうえで、行政の発想とスピード感ではもはや十分に対応できないと感じています。企業の考え方やノウハウ、即時性、改善力など数多くある優れた面をまちづくりに役立てたいと、私も積極的に企業とのパートナーシップ協定を進めているところです。引き続き、住民や企業の課題やニーズに対する深い理解と柔軟な対応を期待しています。また、地域に根差した金融機関として、イベントへの協力、教育や文化の振興など、地域の持続的な発展に向けて、ともに歩むパートナーとしての活動も期待しています。

(取材日:2023年6月14日)



発展するわがまち ーひたちなか市ー

このコーナーでは、「支店長のわがまち紹介」で取材させていただいた市町村の施策や事業、取り組みなどを紹介しています。

国営ひたち海浜公園をはじめとする臨海部の「ひたちなか地区」は、ビジネス&プレジャーの実現できる国際港湾公園都市の形成を目標に、4つのゾーンごとに特色あるまちづくりが進められています。観光産業の成長やにぎわいの創出、企業誘致、貿易拡大など、本市の発展を牽引するエリアをご紹介します。

レクリエーションゾーン / 国営ひたち海浜公園



国営ひたち海浜公園は、新型コロナウイルスの感染拡大前の2019年時点で年間200万人以上の集客を誇る県内屈指の観光施設です。四季を彩る花々たちを目的に多くの観光客が訪れます。中でも、春のネモフィラは、空の青とのハーモニーが美しく、世界の絶景として人気を集めています。

豊かな自然環境を活かした野外音楽フェスなど、大規模イベントの会場としても知られ、今年9月2日（土）にはウォルト・ディズニー・カンパニーの創立100周年を記念した「Disney Music&Fireworks」が初開催されます。

都市ゾーン / にぎわいある広域交流拠点



ひたちなか地区の国営ひたち海浜公園と近接する都市ゾーンにはショッピングセンターや映画館、大型ホームセンター、家電量販店、飲食店などが立地し、家族・友人と楽しむことができる交流の拠点になっています。国営ひたち海浜公園へ訪れる人も合わせて、週末は市内外からの多くの人でにぎわうエリアです。

産業ゾーン / 常陸那珂工業団地



茨城港常陸那珂港区や、そこに直結した高速道路網、広大な未利用の国有地など、他の地域にはない強みが評価され、世界的にも有名な製造業や建設機械メーカーなどの企業立地が進んでいます。今年度からは、茨城県が常陸那珂工業団地に隣接する国有地約23ヘクタールを活用し、新たな工業団地の造成に向けて調整を開始しており、さらなる企業誘致による雇用の創出や、市内立地企業の今まで以上の発展が期待されます。

港湾ゾーン / 茨城港常陸那珂港区



国や茨城県による整備が順調に進み、取扱貨物量についても順調に推移しています。令和4年の取扱貨物量は建設機械の輸出増加等の要因で過去最高を更新しました。着々と進む整備と併せて、臨港地区には大型建機メーカーや物流企業が進出し、国際物流港湾としてのさらなる発展が期待されています。また、広い岸壁を有し、近隣の観光施設（国営ひたち海浜公園やおさかな市場など）にもアクセスが良いことから、国内外の大型クルーズ船も寄港しています。