

「諫早市シティプロモーション戦略（いさはや魅力発信戦略）（案）」
 に対するパブリックコメントの募集結果について

1. 募集期間 平成29年4月28日（金）から平成29年5月11日（木）まで（14日間）
2. 募集方法 窓口提出、郵送、ファクシミリ、電子メール
3. 閲覧方法
 - ・市ホームページ掲載
 - ・市総務部 秘書広報課（本館5階窓口）
4. 意見の件数 57件（10名）

5. 意見の反映状況

区分	対応内容	件数
ア	・案に修正を加え反映させたもの	2
イ	・シティプロモーションの全般的な意見として参考にするもの（課題等）	11
ウ	・具体的な作戦の企画、実行において参考にするもの	44

57

6. 提出された意見の要旨

番号	住所	年齢	性別	意見要旨	区分
1	北九州市	30代	女	諫早市が何を推したいのかわからない（PR材料がバラバラで幅が広すぎてよくわからない）	イ
2				大きな地場産業が少ないのはわかるが、市が企業や産業を紹介しているのかがよくわからない	ウ
3				特産物のイベントがあれば行きたい！	ウ
4	市内	40代	女	諫早で生まれ育ち、大人になってから市外に出て近頃諫早に戻ってきた。外に出てみるとなお、諫早のゆったりとした空気が心地よく感じられ、あらためて諫早の街が好きになった。	ウ
5				この戦略プランを読みながらとてもワクワクした。普段の生活の中で、思いついたことを気軽に投稿できる窓口こそ大切。諫早のいいところや「こんなまちになってほしい！」ということを考え、諫早について深く考える人が増えていき、本当に元気のある街になっていくのでは？と思った。とても楽しみにしている。	ウ
6	東京都	40代	女	時々帰省しているが、年々、諫早に戻ってきたくなくなっている。東京都でも各区がシティプロモーションの作戦を作りきれていないのに、さすが諫早！と嬉しくなった。	イ
7				自身がおばあちゃんになって諫早に戻った時、交通の便がよくなってほしいとか、徒歩でも安全に歩ける街であってほしいと思うが、Uターン予備軍の定住より、若い世代の定住を進めるべきだと思うので、どうして私たち世代が「こんなに諫早を好きなのか」ということを記憶をさかのぼって議論する必要があるのでは？	イ
8				観光地に望むのはパッション。「諫早出身者」が故郷・諫早に望むのは安らぎ。この二律背反する考えもシティプロモーションを進めるうえでは大きな課題になるのかもしれない。個人的には適度なパッションは必要。	イ

9	市内	60代	男	「いさはや＝スポーツ」に特化した各種事業を検討・実施する	ウ			
10				「スポーツ都市・いさはや」宣言をし、既存の市スポーツ施設を原則無料開放する	ウ			
11				ゴミ焼却施設の更新時に、競泳用障害者温水プールを建設し各種大会を誘致。（近郊自治体でプールがないのは本市のみ（？）。バリアフリー障害者プールは県内にもない）	ウ			
12				JR・島鉄・バス・タクシー等の交通企業とタイアップした「楽々ウオーキング・いさはや」を開催（9時スタート、12時終了）。諫江88カ所巡りなど具体的なウオーキングコースづくりを行うとともに、温泉施設や郷土料理との組み合わせを図る。	ウ			
13				諫早出身の著名スポーツ選手・指導者による「スポーツイベント・いさはや」を開催し、全国のスポーツ同行者の集客や、市民の年齢階層別に合ったスポーツ参加機会につなげる。	ウ			
14				干拓地を周回する「湾岸一周マラソン・いさはや」大会（フル・ハーフ・20キロなど参加しやすい距離を検討）を開催し、大会前後に農水産物やお土産品などの「いさはや物産祭り」を同時開催する。	ウ			
15				オリンピック競技（ボルタリングなど）に対応できる施設整備を行う。	ウ			
16				市ホームページの活用と情報アップ能力の向上を図る（簡単検索やキャラクターの活用など）	ウ			
17				「諫早」の漢字表記をすべての媒体に「いさはや」のひらがな表記に統一し、全国へ一層の周知を強化する。	ウ			
18				大学・高校・県出先機関などに海外留学生・研修生が市内に在住している。これを事業化するとともに、帰国後の観光誘致につなげる。	ウ			
19				新幹線開業にあわせ、駅周辺に若者が集うモールの施設誘致を図り、若者の集客・定住につなげる。	ウ			
20				市長や管理職はもちろん、一般職員と市民が触れ合う機会・場をつくり「まちを知る」	ウ			
21				行政主催の研修に加え、市内の企業や大学などのトップリーダーによる講演などを開催し「課題を知る」	ウ			
22				市内各団体役員との交流機会をつくり「思いを知る」	ウ			
23				年齢階層が若い職員（35歳以下程度）と若者が交流する行事・場をつくり「夢を知る」	ウ			
24				諫早は県の中央に位置し、交通の要所でもあり、海・山・川・温泉などに加え、他県にはない広い干拓地を有している。この地理的な優位性を活かし、文化・田園・スポーツをコンセプトにした、子どもや若者から高齢者まで、住んで、暮らして、楽しいまちづくりを希望します。	イ			
25				市内	50代	男	「諫早市」と「本市」という記述が混在して分かりにくい。	ア
26							「市内部」という表現が、『諫早市域』のことなのか、『諫早市役所内部』のことなのかよくわからないので、スルッと読めない。	ア
27				市内	40代	女	初デート、ドライブシアターなどなど、『映画』の存在は若いころの記憶にとても深くむすびついている。『映画館』のある街になるといいな、と思う。	ウ
28							何かしら若い世代の心に残る施設、スペース、そんなものがあるといい。	ウ

29	市内	60代	男	基本的な考えとして『若者が活躍できる 花と緑の学園都市』	ウ
30				人口減少は国の政策では止まらない。もっと大胆な政策が必要。 単年度の予算配分ではなく、10年、30年といった先を見据えた予算配分が必要。 例) 0歳～6歳までの保育費を全額無償化するなど	ウ
31				交流人口は国内のみならず海外からの交流人口(インバウンド)も必要だと思う。手だてとしては、留学生、実習生、観光客が主。移住もあり得ると思う。	イ
32				諫早の農業は干拓地などもあり大型化しており、東南アジアなどからの実習生を活用し、留学生特区などを申請認可することで留学生のアルバイトを解放し、今後の人手不足の解消に役立てる。	ウ
33				企業誘致も良いが、重工業型の企業は今の若者は就職したがない。 IT企業、アプリ開発等のソフト企業等を商店街などの空家などに誘致してはいかがか。ソフト企業誘致には雇用を条件とした、助成金や税の優遇等のメリットを。	ウ
34				若者増加による街の活性化にあわせて、大学や各種学校、日本語学校、各種専門学校などの誘致が図られる。	ウ
35				佐賀県でやっていたが、諫早をテーマにしたテレビ、映画のロケ地を招いてはいかがか。(佐賀ではタイの映画だったが、タイからの観光客は毎日200人程度、タイ人観光客のリピート率は70%を超えるらしい)	ウ
36				外国人観光客のために、案内板の表記を4カ国語で(英語、中国語、韓国語、スペイン語)。	ウ
37				諫早の主要な施設等にWi-Fiを設置する。民間施設にも補助金が出せないか。諫早のどこでもWi-Fiが繋がるのは外国人観光客にはメリットである。	ウ
38				国の補助制度を利用し、古民家再生ができないか。宿泊施設、飲食店などができれば。	ウ
39				新幹線の鹿児島駅のように、駅前に屋台村ができないだろうか。	ウ
40				今の眼鏡橋まわりのつつじでは、観光客へのアピールができない。もっと名所らしくできないか。	ウ
41				春は桜、つつじ、菜の花、夏には菖蒲、ひまわり、秋にはコスモスなど、特に諫早に関係の深い菖蒲園があればよい。	ウ
42				学校の運動場の芝生化を幼稚園、保育所から優先的に行えないか。	ウ
43				農産物、水産物、加工品などから、諫早の『新たな』名産品を考案できないだろうか。	ウ
44	内村選手や役所広司さんなど、諫早の魅力を伝える『大使』に任命し、全国、海外に諫早の良さを発信してもらおう。	ウ			
45	諫早の『匠』を紹介し、各産業をもっとPRする。	ウ			

46	横浜市	30代	女	就職で上京。帰省する度に諫早の変化を感じる。 (それ故に)知らないことがたくさんあるので、FB等で何かを(コンテンツを、の意味か?)具体的に出していくといいと思う。(諫早でホテルが見られるなんて知らなかったという記述あり)	ウ
47				その具体的なものをPRするためにマップを作成。(駅や高速SAなど市外から来る人が手軽に手にしてくれそうなもの)	ウ
48				内村選手はとても有名だけど、『内村選手=諫早』という図式は諫早以外の人にはイメージがまだ結びついていない。	ウ
49				ウナギといえば諫早!とすぐに想起してもらえるようになれば...	ウ
50	市内	40代	男	この戦略の目的自体が資料から読み取れない。わかりにくい。明確な目的が示されておらず、「これまでの課題」のページにある課題分析とその対策についての納得性が得られないからだと思う。必要性が伝わってこない。	イ
51				対象ごとの視点が必要。 ・市民と市民以外 ・市民であっても地元出身者と県外出身者などの区分が必要。 内輪が盛り上がるようなネタを一押ししても全く売りにならない。 県外在住者にはのんのこもまったく意味がわからない。 一部の盛り上がりで終わる。	イ
52				飛行機から見る多良岳、五家原岳、諫早湾、橘湾、大村湾が織りなす大自然など、他所とは違う魅力がたくさんある。 また、史跡や石碑のひとつひとつにもそれぞれ意味合いがあったり、物語があったりする。それらを次世代にオリエンテリングやサイクリングなどの体験を通して訴えて、紡いでいくようなやり方もあると思う。	ウ
53				諫早湾干拓にまつわる全国的な印象もマスコミ等がいいようにやられて、負のイメージばかりが先行している。しっかりと地元の声発信してこなかった行政にも問題があるのかもしれない。 干拓とともに発展してきた地域であり、防災事業としての事業前後の違いを地元がしっかりと発信しなければ、県外に出て行った人たちが地域に愛着をもてることなどできない。	イ
54				地方創生をやらないといけないからやるとかいった導入ではなく、本当にやらないといけないんだ、危ないんだという訴えから入らないと、心に響かず、しぶしぶの「協力」どまりでコミットメントに基づく協働の意識は生まれないと思う。 以上、自戒も込めて、厳しめに記載いたしました。	イ
55	東京都	40代	男	シティプロモーションが必要なのは分かったが、今までもやってきたことではないのか。 今まではバラバラやっていたものをみんなで一緒にということか。 余計な税金かからないように。 率先して諫早がやることなら嬉しく思う。	イ
56				HPで諫早の学校の『校歌』が聴けるようにしても面白いかも	ウ
57				諫早出身者たちの『あの街の今が見たい』というリクエストにこたえるHPコーナーなど。	ウ