



令和5年(2023年)12月10日発行

1~2...知事と市長の円卓対話 3...10大ニュース
4...ナバリノ魅力Labo 5...総合防災訓練に1万人超
6...eスポーツのススメ 8-9...年末年始の業務案内



市役所業務は、年末は12月28日まで。年始は1月4日から

発行/名張市 広報シティプロモーション推進室 〒518-0492 名張市鴻之台1-1 ☎ 0595-63-7402 FAX 0595-64-2560 ✉ pr@city.nabari.lg.jp



一見 勝之 知事

知事と市長の 円卓対話



北川 裕之 市長

「語れるまち」のシティプロモーションで、活動人口を増やす!

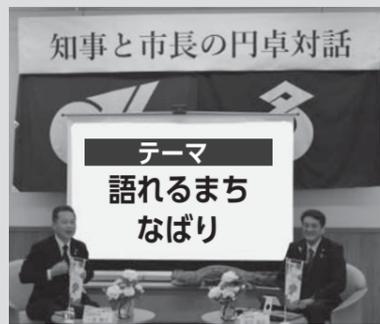
市長 名張のことが好きだと、このまちに定着したくなる。まちの魅力を知れば知るほど、みんなに伝えたくなる。「シティプロモーション」と言うと観光動画などによる情報発信と思われがちですが、名張のことを好きになり、まちに関わろうとする人(活動人口)を増やしていく

ための取組です。まずは、まちを語れる、語りたくなる仕掛けづくりをしているところです。今年の6月から、これからの名張を担っていく40人ほどの皆さんに集まっていたいただき、「名張は、どのような人がどのような形で、幸せになれるまちなのか。どんな暮らしができるまち

なのか」をワークショップで見出し、名張のブランドロゴ(キヤッチコピーとロゴマーク)を作っていく取組を進めています。これにより、多様な魅力のつまった名張を皆さんに語っていただくきっかけになるものにしていきたいと考えています。市民発となるブランドロゴは、3月に開催の市制70周年記念事業でお披露目する予定です。ブランドイメージを皆さんと共有し、活用していくことが、シティプロモーションの取組のカギとなっていきます。

「知事と市長の円卓対話」が11月4日、防災センターで、150人の傍聴者を前に開催されました。市の総合計画の基本理念である「語れるまちなばり」をテーマに、「名張市が進めるシティプロモーション戦略」や「なばりEXPO チャレンジ」について意見交換しました。

問 総合企画政策室 ☎63-7389



関連情報



三重県人口減少対策方針(県HP)



ブランドイメージ創出の取組(市HP)

知事 東京からみて三重県に実際に来てみると「意外に近い」と感じる人が多く、「こんないいところ、どうしてもっと宣伝しないの」と言われることもしばしば。その点、「語れるまち」として、市民の皆さんにまちのよさを知ってもらう情報発信してもらおう取組はすごく魅力的

だと感じます。ただ、ずっと住んでいると、自分のまちの魅力に気が付きにくいのもかもしれません。そこで、名張出身の人で市外で暮らしている人に、名張の魅力を語ってもらうのもいいかもしれませんね。県では全国に先駆けて、昨年、人口減少対策課を設置。人口減

全国に先駆け、人口減少対策課を設置。市町とともに取り組む!

少を緩やかにしながら、経済を維持できるようにしていきたいと考えています。三重県では、転入より転出が年間で約4000人多い状況ですが、そのうち約半数が15~29歳の女性です。三重県は全国の中でもフルタイムの仕事に従事する男女間の賃金格差が大きく、ジェンダーギャップ(男女の違いにより生じる格差)の解消は重要な課題です。また、子育て環境の整備なども重要であり、市町と一緒に頑張って、しっかりと取り組んでいきたいと考えています。

知事と市長の円卓対話



対話のち、怪人20面相に扮し、まちなかを散策した知事(右)と市長(左)

大阪・関西万博を契機に観光を盛り上げて、地域に活力を!

市長 私は、政策の一丁目一番地に観光振興を掲げていますが、名張には大きな地場産業がないため、今ある資源を最大限に活用することが求められます。そこで、まずは、土産物や農業、交通といった幅広い産業にもかわる観光振興を進めていくこととしました。

しかし、赤目四十八滝の入山者数は減少の一途。今後、観光客数の増加はもちろん、特に、滞在日数と観光消費額を伸ばしていく必要がありますが、10万人当たりの年間観光消費額は、伊勢志摩の23億円に比べ、伊賀地域で7億円にとどまります。

こうした中、大阪・関西万博では全国、全世界から2,300万人が訪れるといわれています。このチャンスを生かそうと、商工会議所や観光協会などと連携し、5月に名張市産業活性化推進協議会(ナウダツ)を設立。新しい旅行プログラムやオリジナルの土産物を創出する支援をしています。

また、水族館プロデューサーの中村元氏に市の地域力創造アドバイザーになっていただき、オオサンショウウオの活用はもちろん、バリアフリー観光にも注力するよう助言いただいていますので、ぜひ県と一緒に取

組んでいきたいと思っています。

知事 県も観光に力を入れていこうと考えていて、就任後、予算を倍増させました。観光客に滞在してもらうために、宿泊はもちろん大切ですが、人に語りたくなる体験ができるかがポイントになってくると思います。赤目四十八滝のように連続して続く滝を楽しめるところは少ないので、バリアフリー観光についても、皆さんとよく話し合いをさせていただき、協力できるところを考えていきたいですね。

市長 夏にはフィリピンで観光や土産のトップセールスをしてきました。フィリピンの国民の平均年齢はなんと24歳で、人口も増えているエネルギーある国です。富裕層もいますし、大家族で出かける習慣もあります。市

では、フィリピンを外国人誘客のターゲットにしていますので、県もターゲット国に加えていただければと思います。また、フィリピンで日本語教育に力を入れている大学との交流も検討していますが、介護分野などの人材不足も補えるようになってくればいいですね。

知事 いま、東南アジアからの観光誘客で目を付けているのはシンガポールやタイ、マレーシア、インドネシアといった人口が多かったり、国民所得が多かったりする国です。他に先んじて、フィリピンに目を付けることはメリットがあると思います。「名張はフィリピンの人にやさしいところ」と認識されるようになれば、交流も増えていくのではないのでしょうか。県も支援していきたいと思っています。

市長 夏にはフィリピンで観光や土産のトップセールスをしてきました。フィリピンの国民の平均年齢はなんと24歳で、人口も増えているエネルギーある国です。富裕層もいますし、大家族で出かける習慣もあります。市



ブランドイメージ創出ワークショップのメンバーと「知事と県民の円卓対話」で意見交換

「知事と市長の円卓対話」の後、やなせ宿(新町)で、6月から名張の魅力を活かしてきたブランドイメージ創出ワークショップのメンバーのうち7人が知事や市長と意見交換しました。

怪人20面相の姿で、会場のやなせ宿に現れた知事と市長。立ち寄ったフラットベース(元町)で変身したんだそう。参加いただいた皆さんから、それぞれの活動や今後の魅力発信などについて語られる中、「名張はまちを愛する人が多いですね」と一見知事。対話の中から、首都圏でのPR活動の場などで、伊賀米を活用していただけることになりました!

市民発! なばりブランドロゴ総選挙

12月スタート!

投票は1/21まで
特設サイト、市役所などで

市民発の名張のブランドロゴ(キャッチコピー&ロゴマーク)を決める総選挙を実施! 特設サイトや市役所などで投票をお願いします。

※名張ならではの魅力を表し、まちの姿を共有するもので、市民参加の「ブランドイメージ創出ワークショップ」で見出された名張の魅力を基に3つの案を示します。

特設サイト
詳しくは、
広報なばり
1月号でも
掲載予定

☎ 広報シティプロモーション推進室 ☎ 63-7402