

地域ブランドの活用による都市発展戦略に関する調査研究
- 厚木市シティセールス戦略検討委員会 -

平成 22 年 3 月

厚 木 市
(財) 地方自治研究機構

はじめに

近年、急速な少子高齢化など社会経済環境の構造的変化が一層進行していくなかで、変化に対応した地域づくりを地方公共団体が自主的・主体的に進めていくことが極めて重要となってきた。しかし、地域経済の停滞、雇用情勢の悪化、地域コミュニティの弱体化、社会的格差の拡大等、地方公共団体が直面する課題も複雑化・多様化してきている。

このため、当機構では、地方公共団体が直面している諸課題を多角的・総合的に解決するため、地方公共団体と共同して課題を取り上げ、全国的な視点と個々の地方公共団体の地域の実情に即した視点の双方から問題を分析し、その解決方策の研究を実施している。

本年度は4つのテーマを具体的に設定しており、本報告書は、このうちの一つの成果を取りまとめたものである。

都市間競争が激化するなかで、都市が持続的に発展するためには、定住・交流人口の増加や企業立地の促進など地域経済を活性化し、市民生活の満足度を高めるとともに、都市の魅力や優位性を内外に積極的に情報発信し、さらに魅力的な都市となるために必要な資源（ヒト、モノ、情報）を獲得し、都市の力として定着させる都市の発展戦略（シティセールス）が求められている。

本調査研究の対象地である神奈川県厚木市は、東京、横浜の近郊に位置し、相模川や丹沢などの豊かな自然環境に恵まれ、交通の利便性や企業、大学の集積を背景に、首都圏機能の一翼を担う拠点都市である。

本調査研究では、市民及び来訪者、首都圏住民の観光行動を把握するマーケティング調査等から厚木市の都市イメージ等を明らかにするとともに、多様な地域資源を始めとした様々な魅力を有効に活用するシティセールス戦略に係る調査・検討を行った。

本研究の企画及び実施にあたっては、研究委員会の委員長及び委員をはじめ、関係者の方々から多くのご指導とご協力をいただいた。

また、本研究は、地域社会振興財団の助成金を受けて、厚木市と当機構が共同で行ったものである。ここに謝意を表する次第である。

本報告書が広く地方公共団体及び国の施策展開の一助となれば幸いである。

平成 22 年 3 月

財団法人 地方自治研究機構
理事長 佐野 徹 治

目次

序章 調査概要	1
1 調査研究の背景と目的	1
2 調査研究の視点	2
3 調査研究の体系	3
4 調査研究の内容と方法	4
5 調査研究体制	6
6 調査概要	7
第1章 厚木市の現状と課題	13
1 厚木市の概要	13
2 シティセールスを進める上での現状と課題	15
(1) 「東京・横浜近郊にある豊かな自然環境を持つ住みよいまち」である	15
(2) 「都市としての中心性があり、活力ある住みよいまち」である	18
(3) 「「温泉」「自然」「ご当地グルメ」など観光・レジャーニーズに応える 高いポテンシャルの地域資源があるまち」である	22
第2章 シティセールスの基本的な考え方	25
1 厚木市が発信すべき4つの都市イメージ	25
(1) 「味よし！ 眺めよし！ 気持ちよし！」くつろげる癒しのまち	25
(2) 「ちょうどいい！」東京・横浜近郊の自然環境と都市生活が調和したまち	28
(3) 「世界へ発信！」市民の夢がスタートするまち	29
(4) 「みんなでつくる！」市民参加・協働によりまちづくりを進めるまち	30
2 シティセールス推進の3つの目標	31
(1) 全国的な認知・イメージの向上	31
(2) まちの魅力の向上	31
(3) 市民の誇り、愛着心の向上	32
第3章 シティセールス推進の戦略	33
1 シティセールス推進の全体像	33
2 シティセールスの4つの戦略	36
(1) 「訪れたいまち・あつぎ」交流拡大戦略	36
(2) 「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」定住促進戦略	40
(3) 「夢を育むまち・あつぎ」文化発信戦略	42
(4) 「協働のまち・あつぎ」協働推進戦略	44
3 プロモーションの推進	45
(1) 多彩な魅力を効果的に情報発信	45
(2) シティセールスの推進体制	47
4 PDCAサイクルによる事業の推進	48

調査研究を終えて	49
「厚木のプロジェクトで得られたもう一つの果実」	
委員長 嶋津 隆文（松蔭大学教授）	
資料編	55
1 シティセールス推進の展開	55
(1) 「訪れたいまち・あつぎ」交流拡大戦略	55
(2) 「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」定住促進戦略	60
(3) 「夢を育むまち・あつぎ」文化発信戦略	69
(4) 「協働のまち・あつぎ」協働推進戦略	71
(5) プロモーションの推進	74
2 アンケート調査の概要と集計結果	79
(1) 市民アンケート調査	79
(2) 立地企業へのアンケート調査	87
(3) 首都圏住民の日帰り・宿泊観光実態及び本市の認知と行動調査	92
(4) 観光交流施設アンケート調査	103
(5) アンケート調査間の比較を行った集計結果	113
調査研究委員会開催経過	115
調査研究委員会名簿	117

序章 調査概要

序章 調査概要

1 調査研究の背景と目的

少子高齢化や地方分権の進展など、地方自治体を取り巻く環境が著しく変化し、都市間競争が激化するなかで、都市が持続的に発展するためには、定住・交流人口の増加や企業立地の促進など地域経済を活性化し、市民生活の満足度を高めるとともに、都市の魅力や優位性を内外に積極的に情報発信し、さらに魅力的な都市となるために必要な資源（ヒト、モノ、金、情報）を獲得し、都市の力として定着させる都市の発展戦略（シティセールス）が求められています。

本調査研究の対象地である厚木市（以下、本市という。）は、東京、横浜の近郊に位置し、相模川や丹沢などの豊かな自然環境に恵まれ、交通の利便性や企業、大学の集積を背景に、首都圏機能の一翼を担う拠点都市です。

本市では、今後高規格道路の整備等により、ヒト、モノ、金、情報の交流がより一層活発化するなかで、平成 20 年度から本市の特性及び魅力となる資源を活用した地域ブランド及び市内外への効果的な情報発信を行うシティセールスの在り方の検討を重ねています。さらに、平成 21 年度からスタートした第 9 次総合計画では、基本施策として「あつぎブランドの創造と発信」を定め、シティセールスの推進を重点的に取り組む施策として位置づけています。

本調査研究では、学識・有識者及び資源を活用した地域活性化の実践者からなる委員会委員からの提言及び市内外からの本市の都市イメージや来訪者及び首都圏住民の観光行動を把握するマーケティング調査等から、本市に賦存する多様な地域資源を始めとした様々な本市の魅力を有効に活用し、「多くの人から認められ、選ばれる都市」の実現に向けて、厚木市のシティセールス戦略に係る調査・検討を行いました。

2 調査研究の視点

本調査研究の目的を達成するために、調査分析作業を以下の各事項に留意して実施しました。

- (1) 次年度以降の具体的な展開に向けて、スピード・効率性を重視した調査・検討
昨年度に厚木市が庁内検討により作成したシティセールス施策の報告書¹の成果を最大限活用し、調査の初期段階でシティセールスの基本理念や次年度以降に展開するシティセールス関連事業の方向性（仮説）について委員提案を中心に構築しました。

同時進行で実施する来訪者及び首都圏住民の観光行動などを把握するマーケティング調査結果等を踏まえ、委員提案事業についての検討を行い、シティセールス推進指針としての全体の整合を図りました。

- (2) マーケティング調査等による「多くの人から認められ、選ばれる都市」の在り方の調査・検討

市民、首都圏住民、本市への来訪者及び旅行代理店、情報誌、市内の集客施設などへ観光・レクリエーションに関する意識や行動の実態に関する動向調査を実施し、市場・消費者（来訪者、流通販売事業者）からの評価・支持を得る「観光・交流による経済活性化につながる（訪れたい、購入したい）地域、商品・サービス」の在り方を調査・検討しました。

市民、首都圏住民へ本市の都市イメージや居住条件などの調査を行い、生活者からの評価・支持を得る「定住促進、生活・文化向上につながる（住みたい、住み続けたい）地域」の在り方を調査・検討しました。

市内立地企業へ進出動機や本市に対するイメージなどの調査を行い、企業からの評価・支持を得る「地域経済の活性化につながる（企業活動を続けたい）地域」の在り方を調査・検討しました。

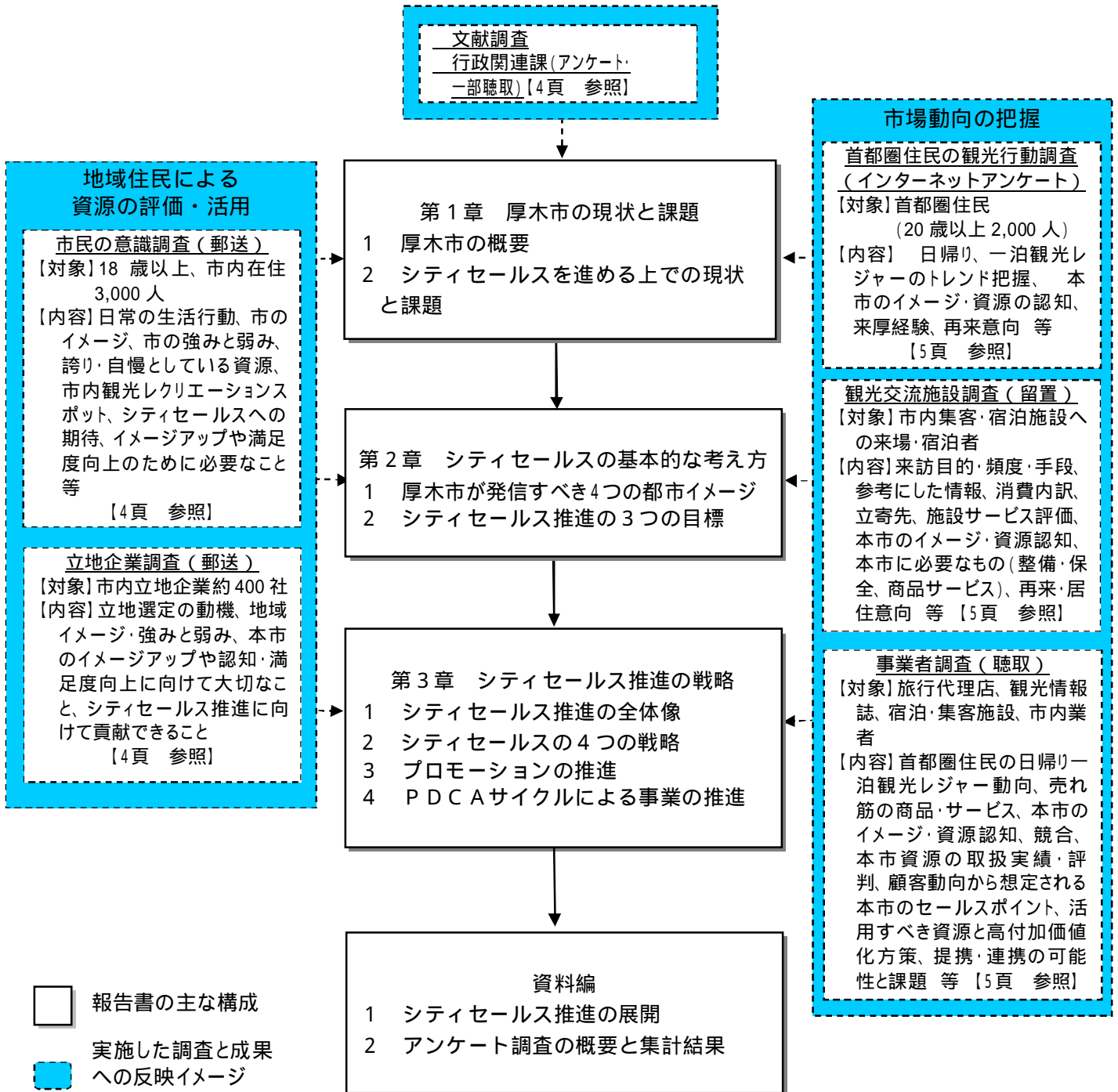
- (3) 本市が発信すべき都市イメージの調査・検討

前述の本市に対する現状分析などを踏まえ、そこから導かれる本市が発信すべき実態ある都市イメージを検討しました。

都市イメージを具現化するため、都市イメージに呼応した事業展開やプロモーションの在り方を検討しました。

¹ 厚木市シティセールス検討チーム「厚木市におけるシティセールス施策の検討について」（平成 21 年 3 月）

3 調査研究の体系



4 調査研究の内容と方法

【 庁内におけるシティセールスの取組 】

調査方法	目的・対象等	調査項目・実施内容等																				
庁内関係課への聴取等調査	<p>【目的】庁内関係課による地域資源活用状況及びシティセールスの取組の現状と課題、新規アイデアと実現に向けての課題の抽出</p> <p>【対象】上記領域の担当部署</p> <table border="0"> <tr> <td>広報課</td> <td>情報政策課</td> </tr> <tr> <td>行政経営課</td> <td>青少年課</td> </tr> <tr> <td>生涯学習課</td> <td>七沢自然ふれあいセンター</td> </tr> <tr> <td>生活安全課（セーフコミュニティ担当）</td> <td></td> </tr> <tr> <td>公園緑地課</td> <td>河川ふれあい課</td> </tr> <tr> <td>産業振興課</td> <td>商業にぎわい課</td> </tr> <tr> <td>農業振興課</td> <td>観光振興課</td> </tr> <tr> <td>観光資源課</td> <td>都市計画課</td> </tr> <tr> <td>道路整備課</td> <td>スポーツ課</td> </tr> <tr> <td>文化財保護課</td> <td>学校教育課</td> </tr> </table> <p>【方法】アンケート記入及び面接調査</p> <p>【調査期間】平成 21 年 8 月</p>	広報課	情報政策課	行政経営課	青少年課	生涯学習課	七沢自然ふれあいセンター	生活安全課（セーフコミュニティ担当）		公園緑地課	河川ふれあい課	産業振興課	商業にぎわい課	農業振興課	観光振興課	観光資源課	都市計画課	道路整備課	スポーツ課	文化財保護課	学校教育課	<p>(1) 事業名</p> <p>(2) 事業内容・目的</p> <p>(3) PRの方法</p> <p>(4) 事業の成果</p> <p>(5) 事業の特徴（他市との違いなど）</p> <p>(6) 現在連携・協力している機関・組織</p> <p>(7) 事業を進める上での課題</p> <p>(8) 今後、他の行政機関（県、他市など）や組織（事業者、NPOなど）との連携の可能性、事業展開の可能性（シティセールスの観点から）</p>
広報課	情報政策課																					
行政経営課	青少年課																					
生涯学習課	七沢自然ふれあいセンター																					
生活安全課（セーフコミュニティ担当）																						
公園緑地課	河川ふれあい課																					
産業振興課	商業にぎわい課																					
農業振興課	観光振興課																					
観光資源課	都市計画課																					
道路整備課	スポーツ課																					
文化財保護課	学校教育課																					

【 地域住民による資源の評価・活用 】

調査方法	目的・対象等	調査項目・実施内容等
市民シティセールス意識調査	<p>【目的】都市イメージ、強み弱みの抽出、地域資源・観光レジャーに関する意識と行動、シティセールスの必要要件の抽出</p> <p>【対象】厚木市に在住する 18 歳以上の住民 3,000 人（抽出は男女、年齢、地区バランスを考慮）</p> <p>【回収】有効回答 1,298 票（43.3%）</p> <p>【方法】郵送法</p> <p>【調査期間】平成 21 年 8 月</p>	<p>(1) 基本属性（性/年齢/居住地/居住理由等）</p> <p>(2) 本市の現在の都市イメージと今後望むイメージ</p> <p>(3) 住みたい、住み続けたい都市の条件</p> <p>(4) 誇り・自慢としている地域資源（観光交流、地場産品、生活文化）</p> <p>(5) 娯楽、買物など日常行動</p> <p>(6) シティセールスへの期待</p> <p>(7) イメージアップや来訪者・市民満足度向上のために必要なこと等</p>
立地企業へのアンケート調査	<p>【目的】立地企業の進出動機、都市イメージ、強み弱み、企業誘致・立地企業の満足度向上の必要要件、シティセールスへの貢献・協力の可能性の抽出</p> <p>【対象】厚木市内に立地している企業 394 社</p> <p>【回収】有効回答 139 票（35.3%）</p> <p>【方法】郵送法</p> <p>【調査期間】平成 21 年 8 月</p>	<p>(1) 基本属性（立地場所/立地年月日/立地前の住所/業種/開業形態/従業員数（地元雇用の割合）等）</p> <p>(2) 本市に立地した動機・目的</p> <p>(3) 本市の立地条件の変化、強みと弱み</p> <p>(4) 本市の都市イメージ</p> <p>(5) 本市のイメージアップや企業誘致・立地企業の満足度向上に向けて大切なこと</p> <p>(6) 高規格道路整備のインパクト</p> <p>(7) 本市のシティセールスに向けて貢献・協力できること 等</p>

【 市場動向の把握 】

調査方法	目的・対象等	調査項目・実施内容等
首都圏住民の日帰り・宿泊観光実態及び本市の認知と行動調査	<p>【目的】首都圏住民の日帰り・宿泊観光行動特性及び本市のイメージ、訪問経験、資源認知等の実態把握により、首都圏からの交流人口の拡大の可能性と必要要件、課題を抽出</p> <p>【対象】首都圏住民 2,000 人 （東京 23 区、横浜市、川崎市に在住で、厚木市への来訪経験の有無により 1,000 人ずつ計 2,000 人に達するまで実施）</p> <p>【回収】有効回答 2,000 票（100.0%）</p> <p>【方法】インターネットアンケート調査</p> <p>【調査期間】平成 21 年 8 月</p>	<p>(1) 基本属性(性別/年齢/居住地/同伴者 / 等)</p> <p>(2) 本市の都市イメージ</p> <p>(3) 本市の来訪経験、訪問目的、地域資源認知、再来意向 等</p> <p>(4) 関東圏で行う日帰り・観光レジャーの主目的と立寄先、同伴者、交通手段、予算、重視する魅力、行き先を決定する際のきっかけ・詳細情報の把握方法 等</p> <p>(5) 住みたい、住み続けたい都市の条件</p>
観光交流施設アンケート調査	<p>【目的】本市来訪者の消費・観光レクリエーション行動及びニーズの把握</p> <p>【対象】市内の主要な宿泊・集客施設への利用・来場者 温泉旅館 14 施設 キャンプ場等 3 施設</p> <p>【回収】日帰り客：有効回答 145 票 宿泊客：有効回答 231 票</p> <p>【方法】留置法</p> <p>【調査期間】平成 21 年 8 月</p>	<p>(1) 基本属性（居住地/年齢/性別/同伴者/交通手段 等）</p> <p>(2) 来訪目的、頻度、行き先を決定する際に参考にしている情報</p> <p>(3) 飲食費・土産物購入額</p> <p>(4) 施設・サービスの評価（雰囲気、品揃え、接客態度、設備）</p> <p>(5) 他の訪問先</p> <p>(6) 本市のイメージ、資源認知</p> <p>(7) 本市に必要なもの（施設・設備面、ソフト面）</p> <p>(8) 再来、移住意向 等 （対象によって設問項目は調整した）</p>
事業者調査	<p>【目的】観光業界や本市地域資源を活用した商品・サービスを提供している事業者から活動状況、資源評価、顧客動向等の把握により、本市の資源を付加価値化した「選ばれる地域、商品・サービス」の条件、主要な購買層、商品・サービス開発の示唆を得る</p> <p>【対象】 旅行代理店 3 社 観光情報誌 4 社 宿泊・集客施設事業者 6 社 市内事業者 2 社</p> <p>【方法】文献調査、訪問調査</p> <p>【調査期間】平成 21 年 8 ～ 9 月</p>	<p>(1) 首都圏住民の日帰り・宿泊観光レジャー動向</p> <p>(2) 売れ筋の商品・サービス</p> <p>(3) 本市のイメージ・資源の認知</p> <p>(4) 上記と競合する地域、商品・サービス</p> <p>(5) 本市資源の取扱い実績、評判</p> <p>(6) 顧客動向から想定される本市のセールスポイント</p> <p>(7) 活用すべき資源と付加価値化の方策と、実現に向けて提携・連携の可能性と課題 等 （対象によって設問項目は調整した）</p>

5 調査研究体制

(1) 実施主体

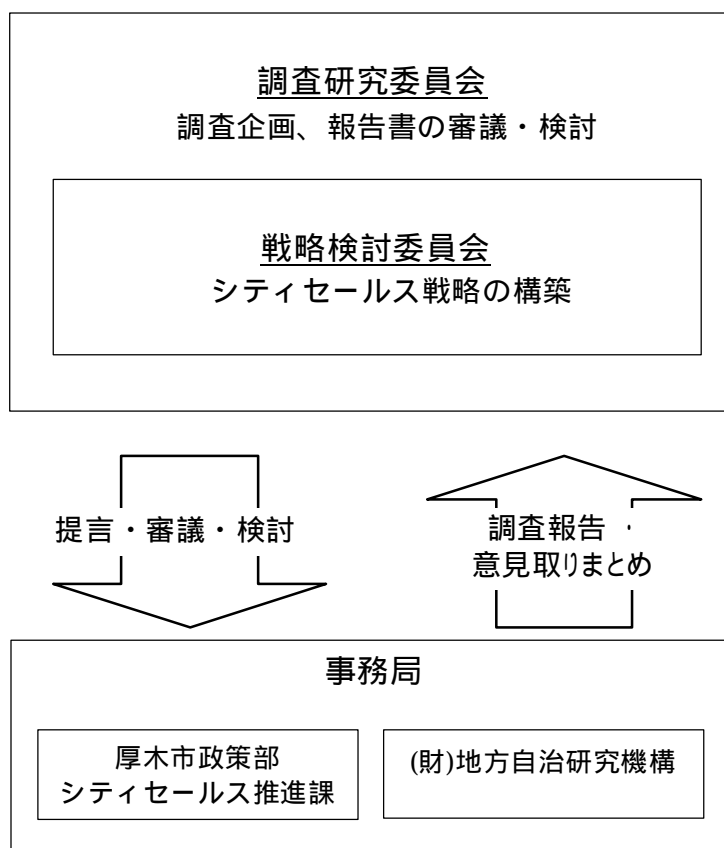
本研究は、厚木市と(財)地方自治研究機構との共同調査研究事業として実施しました。

(2) 実施体制

本研究を進めるに当たり、学識経験者及び有識者等による調査研究委員会を設置し、審議・検討を行いました。

調査研究委員会の下に事務局を設け、本調査研究の具体的な推進に必要な事務、調査、調整を行いました。

調査研究の専門性を確保し、かつ事業を円滑に推進するために、基礎調査機関を選定し、調査業務の一部を委託しました。



第1章 厚木市の現状と課題

1 厚木市の概要 <略>

2 シティセールスを進める上での現状と課題

～市内外に発信できる本市の魅力や強み、可能性とその課題

(1) 「東京・横浜近郊にある、豊かな自然環境を持つ住みよいまち」である

【強み】東京・横浜近郊にありながら自然環境の豊かなまち

市内外で共有されている都市イメージ「豊かな自然環境を持つまち」「東京・横浜近郊の住みよいまち」を基軸とした、さらなる良好な都市イメージの形成が必要。

【課題】市内外への本市の現在の魅力の効果的な発信が必要

首都圏住民の厚木のイメージは「厚木飛行場」が突出し、来訪しない理由は、「厚木のことを知らない」など、本市の現在の魅力が市外に十分に発信されていない。近年の観光消費行動に影響がある「口コミ」「インターネット・ブログ」の活用など効果的・戦略的な情報発信が求められる。

(2) 「都市としての中心性があり、活力ある住みよいまち」である

【強み】「住む・働く・学ぶ」都市としての中心性があり、活力ある住みよいまち

東名高速道路のインターチェンジがあり、本厚木駅は乗り換え路線がない駅としては関東一の乗降客数を誇るなど、交通の要衝で拠点性が高い都市。就労者や学生が多く、活力に富み、日常生活や行政サービスの面でも住みやすいまち。

【強み】「訪れる」都心最短の温泉郷と、我が国を代表する企業に集う人々

飯山・東丹沢七沢温泉郷は都心から程近く、強アルカリ泉の泉質は「美人の湯」として好評。企業の研究施設が集積し、立地企業の経営幹部や関連会社の社員、商談先などのキーパーソンの来訪者が多数。

【課題】「住む・働く・学ぶ」積極的な定住意向の維持と望ましい都市像との調和

積極的な定住意向は減少傾向で、特に20～40歳代の転出意向が高い。転出希望者は「買物」や「市内移動」などに不満。望ましい都市像「安心安全で、快適な生活」との調和が求められる。

【課題】「訪れる」来訪者の利便性向上と市内消費への誘導

観光客には、施設までの交通やおみやげ物については満足度が低い。市内消費に誘導するためにも、移動手段の確保やおみやげ物の充実なども課題。

(3) 「「温泉」「自然」「ご当地グルメ」など、観光・レジャーニーズに応える高いポテンシャルの地域資源があるまち」である

【強み】温泉、自然、食など豊富な地域資源に富むまち

首都圏住民の「温泉」「自然鑑賞」「ご当地グルメ」という観光・レジャーニーズに合致した地域資源(顕在/潜在)を持つ。温泉施設はリピーターが多く、「食」に関するナンバーワン・オンリーワンの魅力が多数存在するほか、「厚木バーガー」や「勝サンド」「猪コロッケ・猪すいとん」など地元食材を活用した商品開発も盛ん。

【課題】地域資源の連携による差別化と市内への回遊・消費への誘導

温泉は首都圏住民や旅行代理店・情報誌などの支持・浸透が低く、単独での競争力は弱い。競合する地域・商品サービスとの優位性の訴求・差別化や周辺の地域資源への回遊や来訪者の市内消費に誘導する取組などが課題。

【シティセールス】まちを豊かにしていくために、効果的にPRすることにより、都市の活性化につなげることを目指す取組。

第2章 シティセールスの基本的な考え方

1 厚木市が発信すべき4つの都市イメージ

～魅力や強みを活かした事業展開や積極的な情報発信を推進

(1) 「味よし！眺めよし！気持ちよし！」くつろげる癒しのまち

厚木市は、「ご当地グルメ」「自然鑑賞」「温泉浴」など、首都圏住民の観光・レジャーニーズに合致した多彩な地域資源を有し、アウトドア系レジャーでは関東一の丹沢・大山地域とリピート率の高い都心最短の温泉郷を擁している。これらを活用し、テーマ・ターゲットを意識した周辺地域との連携・周遊や市内への誘客の仕掛け及びストーリー性を持たせた観光プランづくりを進め、「訪れたいまち・あつぎ」を実現。

(2) 「ちょうどいいい！」東京・横浜近郊の自然環境と都市生活が調和したまち

「東京・横浜の近郊にある、豊かな自然環境を持つまち」であるとともに、「財政の豊かさ」「子育て環境」「まちの情報化」など、市民生活の豊かさや利便性、満足度の高さを示す客観的な評価を積極的に情報発信し、豊かな自然環境と快適な都市生活のバランスがとれたまちであることをアピールし、「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」を実現。

(3) 「世界へ発信！」市民の夢がスタートするまち

我が国を代表する企業の研究施設、多彩な人材を育成・輩出する専門大学、様々な領域で活躍するアーティスト、国際的・全国的なコンテスト等で受賞した職人など、多彩な人材の魅力を紹介するとともに、夢を実現する環境づくりを進め、「夢を育むまち・あつぎ」を実現。

(4) 「みんなでつくる！」市民参加・協働によりまちづくりを進めるまち

「セーフコミュニティ」「自治基本条例」「マイタウンクラブ」などの市民参加・協働によるまちづくりの実践的な取組などを通じて、「協働のまち・あつぎ」を実現。

2. シティセールス推進の3つの目標

- (1) 全国的な認知・イメージの向上
- (2) まちの魅力の向上
- (3) 市民の誇り、愛着心の向上

第3章 シティセールス推進の全体像

1 シティセールス推進のキャッチフレーズ

「^{あじ}味る」、「^{みど}緑る」、「ふれる」 - 思い立ったら 厚木

「味る」は、味わい深く、魅力的なおいしい食がたくさんあるまち、「緑る」は、自然や観光資源に恵まれているまち、「ふれる」は、自然とのふれあいや人と人とのふれあい(協働)があるまちという3方向を表している造語ですが、厚木市の良好な都市イメージを端的に表した言葉です。

その表現は、「意外性」や「触発性」のある意表を突いたフレーズであり、語感のユニークさに、まず、大勢の人に関心を持ってもらうこと、そして、語尾に「る」という動詞型を用いることにより、「行動性」や「積極性」を表現しています。また、体験、実践、実現という具体的な行動を通じて、更にまちの魅力や価値を高めていきたいという願いを込めています。

2 シティセールスの4つの戦略

(1) 「訪れたいまち・あつぎ」交流拡大戦略

地域資源の発掘と魅力の向上

- 魅力的な地域資源の活用
- 厚木の魅力に触れる機会の充実
- 広域的な連携による地元発の観光開発
- 校外体験学習等の誘致
- 既存イベントのブラッシュアップや地域資源との連携

ホスピタリティの向上

- おもてなしのまちへのオール厚木での取組
- 観光ボランティア等の育成・充実
- 外国人来訪者に対する対応強化
- 受入れ基盤の整備

(2) 「住みたい・住み続けたいまち・あつぎ」定住促進戦略

「住んで良いまち」に必要な生活環境の充実と積極的な情報発信

- 東京・横浜の近郊にあるまちという優位性のアピール
- 自然環境と調和した都市生活のアピール
- 恵まれた河川資源の活用による生活空間の充実
- 生活環境の充実と情報発信

本市を学ぶ機会の拡大

- 人々が本市の良さや知識を深める機会の拡大

(3) 「夢を育むまち・あつぎ」文化発信戦略

多くの人々の夢を育む環境の整備

- 文化芸術活動の推進
- 映像メディアを活用したまちづくり
- イベント・コンベンション誘致活動の強化

企業と連携した環境の整備

- 地域の企業と連携した人材育成の推進

(4) 「協働のまち・あつぎ」協働推進戦略

市民協働、市民参加によるまちづくりの推進

- 市民と連携したまちづくりへの取組
- 民間との連携によるまちづくりの推進

企業、大学と連携した取組

3 プロモーションの推進

(1) 多彩な魅力を効果的に情報発信

- 市長によるトップセールスの展開
- ITなど各種ツールを活用した情報発信力の強化
- 様々なマスメディアを活用した情報発信
- 「ひと」による魅力の発信
- 民間と連携した情報発信
- 情報発信拠点の整備
- 市内の交通機関と連携したPR

(2) シティセールス推進体制の充実

- 全庁的な取組の推進
- 庁内推進体制の充実
- 地域住民等との連携による推進体制の整備
- 近隣自治体との連携など広域的な推進体制の整備

4 PDCAサイクルによる事業の推進

シティセールス推進の戦略

～シティセールスの4つの戦略とプロモーションの推進（推進指針から100のアクションを抜粋）～

「訪れたいまち・あつぎ」 交流拡大戦略

【 地域資源の発掘と魅力の向上】

- 1 あつぎ食ブランド制度の充実と活用
- 2 飲食店等との連携によるオリジナル商品の開発
- 3 食など本市の魅力発信するイベントの開催
- 4 B-1の開催に合わせた関連事業の実施
- 5 市内大学連携による「食のシンポジウム」の開催
- 6 イベントスペースでの厚木ブースの積極的な出展
- 7 キャラクターを制作・活用したイメージ発信
- 8 空きビルを活用したフードテーマパークの設置
- 9 「県央やまなみ地域」での着地型観光プランの開発
- 10 ストーリー性のあるオリジナルの観光ルートの開発
- 11 大学生との連携による観光資源の再発見など
- 12 広域連携による魅力あるハイキングコースづくり
- 13 市内公共施設への校外学習等の積極的な受入れ
- 14 既存イベントのブラッシュアップによる魅力の向上
- 15 イベントの同日開催などによる回遊性、話題性の向上
- 16 食や鮎など本市のイメージ発信のためのイベントの開催

【 ホスピタリティの向上】

- 17 接客業と連携したガイドブック等の配布と案内
- 18 市内コンビニなどでの観光情報の提供
- 19 おもてなし向上のための研修の実施
- 20 あつぎ観光ボランティアガイドの育成など
- 21 大学との連携による学生観光ボランティアの育成
- 22 観光分野での市内各種ボランティア団体との連携
- 23 外国語版観光マップの充実
- 24 市内公共サインの外国語併記
- 25 市内飲食店等と連携したメニューの外国語併記
- 26 本厚木駅前観光案内所の機能の充実
- 27 本市の魅力の情報発信基地(道の駅など)を設置
- 28 本市の魅力を楽しめる観光バスツアーの実施
- 29 本厚木駅周辺地区のまちなみの統一化
- 30 来訪者が分かりやすい駅名や案内サインの整備
- 31 色や音など五感への訴えに工夫したまちづくりの推進
- 32 市内の店舗を紹介するおもてなしマップの作成

「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」 定住促進戦略

【 「住んでよいまち」に必要な生活環境の充実と積極的な情報発信】

- 33 首都圏の交通機関と連携したPRキャンペーンの実施
 - 34 サービスエリア等でのPRキャンペーンの実施
 - 35 不動産業界に対する本市の優位性のPR活動の実施
 - 36 マスメディアと連携したPRイベントなどの実施
 - 37 自然環境維持に向けた意識の醸成と取組の実施
 - 38 自然の維持・環境整備に取り組む団体への支援
 - 39 河川周辺の整備やレク活動等での積極的な活用
 - 40 団体等との協働による良好な河川環境の保全
 - 41 相模川をアピールする取組の実施
 - 42 先進的な行政施策や各種事業を積極的に情報発信
 - 43 ECOバイクの導入など環境都市としてのイメージ発信
 - 44 保育施設の充実など、子育て環境の充実と情報発信
 - 45 公共交通機関の利便性向上への取組
- ### 【 本市を学ぶ機会の拡大】
- 46 児童・学生に対する本市についての学習機会の充実
 - 47 地域の郷土史家などによる勉強会や講演の開催
 - 48 「厚木学」提唱シンポジウムや「厚木検定」の実施
 - 49 「あつぎ協働大学」などでの本市を学ぶ機会の充実
 - 50 ITを活用した本市を学ぶ機会への取組

プロモーションの推進

【 多彩な魅力を効果的に情報発信】

- 75 市長による各種イベントなどでの積極的なPR
- 76 友好都市と連携したトップセールスの実施
- 77 見やすく、使いやすく、分かりやすいホームページの構築
- 78 本市の魅力などを一元的に発信する情報サイトの開設
- 79 ホームページ内の「ブロードバンド放送局」の積極的な活用
- 80 マイタウンクラブを活用した地元「口コミ」情報の発信
- 81 ミニブログなどを活用した厚木の魅力的な情報の発信
- 82 情報誌等への的確な情報リリースの仕組みづくり
- 83 情報誌などと連携した特集企画などPRリテリートの徹底
- 84 あつぎビジョンなどの映像メディアの最大限の活用
- 85 厚木FM放送局の開設による市民への情報提供
- 86 本市をPRしていただける市民や企業人を大使に委嘱
- 87 市民や厚木ファンなどによる「口コミ」情報の発信
- 88 市内企業の協力による市の施策(イベントなど)のPR
- 89 行政及び民間情報を一元的に発信できる仕組みづくり

- 90 本厚木駅連絡所などでの情報発信の充実
- 91 愛甲石田駅での情報発信の強化
- 92 市内コンビニエンスストアと連携した情報発信
- 93 電車内などでのポスター掲示やギミック広告の活用
- 94 タクシー事業者と連携した車内広告でのPRや情報発信

【 シティセールス推進体制の充実】

- 95 職員へのシティセールス意識醸成のための研修などの実施(再)情報誌などへの的確な情報リリースの仕組みづくり(再掲)
- 96 各部署が連携した効果的な情報発信の仕組みづくり
- 97 推進チームによる指針実行のための検討や提案(再)市民や厚木ファンなどによる「口コミ」情報の発信(再掲)
- 98 市民、民間、大学などとの連携による推進体制の整備(再)「やまなみ地域」における着地型観光プランの開発(再掲)
- 99 広域連携による効果的な情報発信の仕組みづくり
- 100 県や近隣自治体との協働による広域観光マップづくり

「夢を育むまち・あつぎ」 文化発信戦略

【 多くの人々の夢を育む環境の整備】

- 51 文化芸術活動支援のための環境整備と活動の発信
 - 52 文化芸術による更なる賑わいづくり
 - 53 観光振興と郷土芸能の保存活動を結びつけた取組
 - 54 市民が貴重な文化財や作品に触れる機会の創出
 - 55 フィルムコミッションによる映画などの誘致活動の推進
 - 56 映像メディア活用によるコミュニティ創造などに向けた取組
 - 57 市民などを主体とした映像フォーラム・コンテストの開催
 - 58 B-1など全国的な話題性・集客力のあるイベントの誘致
 - 59 スポーツ施設の整備と全国大会等の誘致
 - 60 プロスポーツチームの誘致とイメージ発信
- ### 【 企業と連携した環境の整備】
- 61 企業の経営者などによる市民向け講演会の実施
 - 62 学校と企業との連携による職業体験受入れ体制整備

「協働のまち・あつぎ」 協働推進戦略

【 市民協働、市民参加によるまちづくりの推進】

- 63 市民協働事業提案制度の充実
 - 64 市の審議会等への市民参加機会の更なる拡大
 - 65 会議への傍聴やパブコムに対する積極的な参加誘導
 - 66 市の施策への企画段階における意見聴取や参加
 - 67 市民団体と連携したシティセールスの推進
 - 68 マイタウンクラブ会員による地域資源の発掘と情報発信
 - 69 マイタウンクラブを通じたコミュニティづくりの推進
 - 70 セーフコミュニティモデル地区の全市的な展開
- ### 【 民間との連携によるまちづくりの推進】
- 71 企業と連携した産業的視点でのシティセールスを推進
 - 72 大学と連携して行う生涯学習事業の更なる充実
 - 73 市主催イベントなどへ企画段階からのスタッフとして参加(再)企業の経営者などによる市民向け講演会の実施(再掲)
 - 74 観光関連大学との連携による観光振興の充実

4 地域資源を活用したシティセールスの展開イメージ

★シティセールスとは

シティセールスは、単に都市を売り込む宣伝活動に止まるものではありません。都市づくりの観点から、必要な資源（ヒト、カネ、モノ、情報など）を獲得するために都市外に働きかけ、取り込み、生かしていく一連の活動として、戦略的に進める必要があります。

Step 1 何を得るか

獲得したい資源を明確にし、シティセールスの目標を設定します。

Step 2 誰に何をどう売り込むか

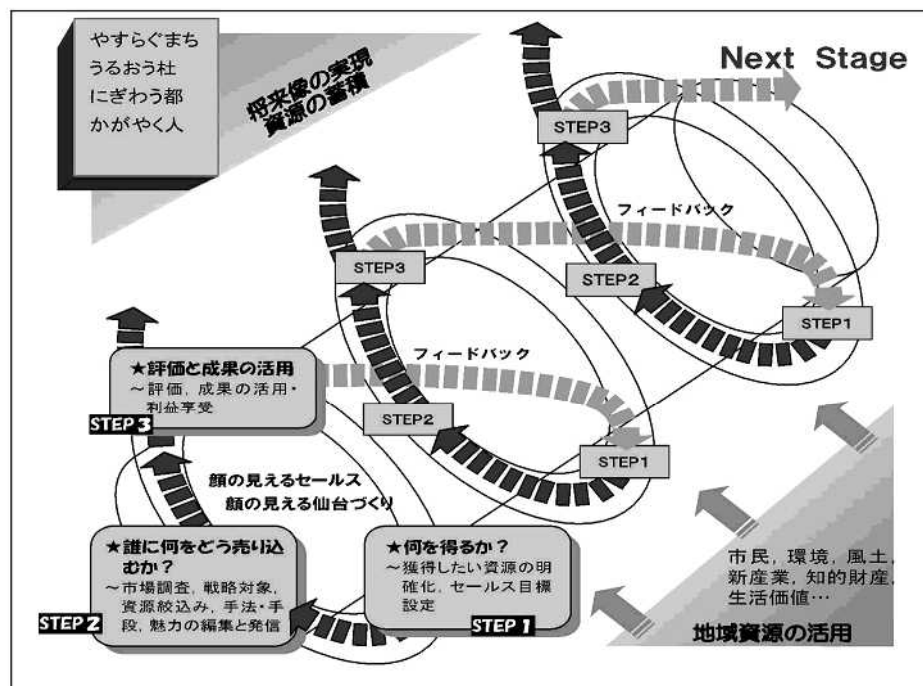
マーケティングの手法により市場を調査し、対象を絞り込み、その対象のニーズに合わせた都市イメージや個別資源を有効に組み合わせ、効果的な手法を選択して、売り込んでいきます。

売り込み段階では、広い対象に一般的な売り込みを行う認知型セールスと、特定の対象に専門的な売り込みを行う交渉型セールスがあります。

Step 3 評価と成果の活用

シティセールスの効果を評価し、次回のセールスに生かすとともに、得られた成果をまちづくりにフィードバックし、生かしていきます。

このプロセスを繰り返し、得られた成果を確実に次回のセールスやまちづくりに生かしていくことで、都市のブランドイメージや個別資源の魅力をさらに高め、都市全体の活力を向上させていく効果を有します。



(資料: 仙台市「仙台市シティセールス戦略プラン」平成 16 年より引用)

第 1 章 厚木市の現状と課題

第1章 厚木市の現状と課題

1 厚木市の概要

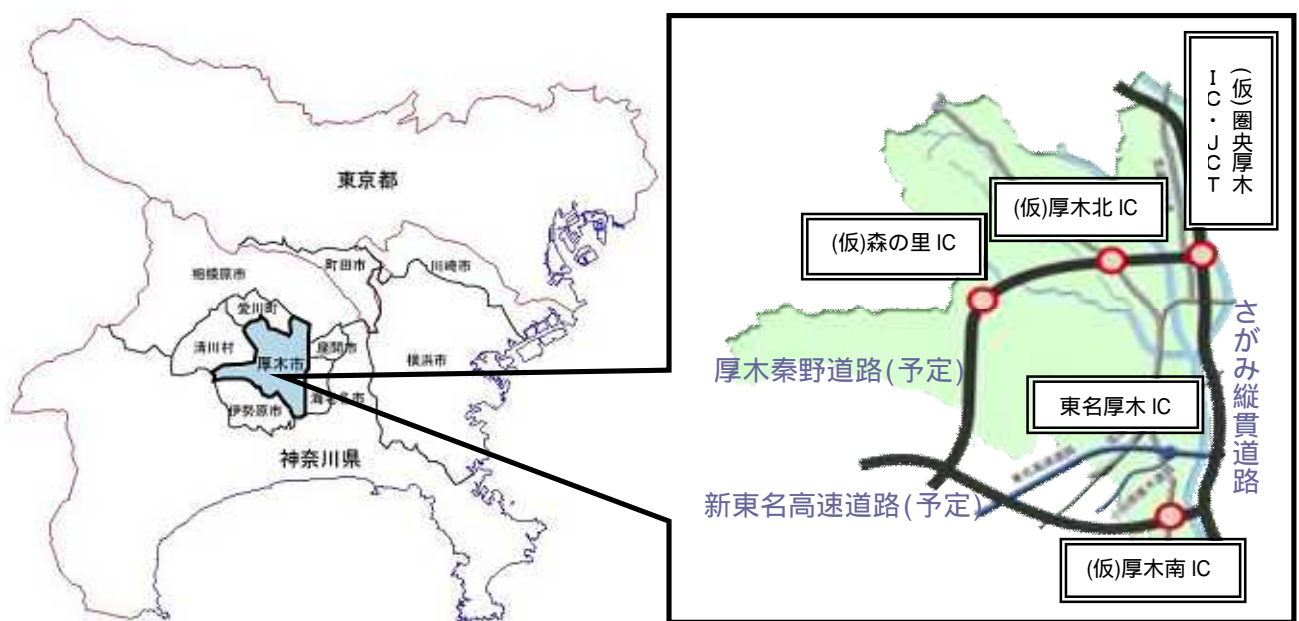
厚木市は、東京都心部から南西 46km、横浜市の西 32km の神奈川県ほぼ中央部に位置する、人口およそ 22 万 6 千人（平成 21 年 10 月 1 日現在）の特例市です。東名高速道路のインターチェンジがあり、交通の利便性から首都圏の流通・業務機能を担う拠点都市として発展しています（図表 1-1）。

近年の人口推移をみると、平成 21 年 10 月現在の人口は、前回の国勢調査（平成 17 年）と比較し、1.7% 増となっています。年齢構成² をみると、生産年齢人口比率は 71.9%、年少人口比率は 14.1% と、全国平均及び周辺市に比べて高く、若さと活力に溢れ、更なる発展が期待できる都市です（図表 1-2）。

産業構造³ をみると、事業所数は、「卸売・小売業」の割合が 25.5% で最も高く、「サービス業」が 17.4% で続き、「飲食店、宿泊業」12.0%、「建設業」9.2%、「製造業」7.7% などとなっています。

また自然環境としては、市の北西から東南に緩やかに傾斜し、西部及び北西部は山岳地帯、西部には大山と丹沢山塊が連なっています。東部には、山中湖に発する相模川が南北に貫通し、これに併流する中津川及び小鮎川の三川の流域に平野が開けており、山と川、温泉を抱え、首都圏の身近な観光・レジャー拠点としての資源を備えたまちです（図表 1-3）。

図表 1-1 厚木市の位置と交通インフラ

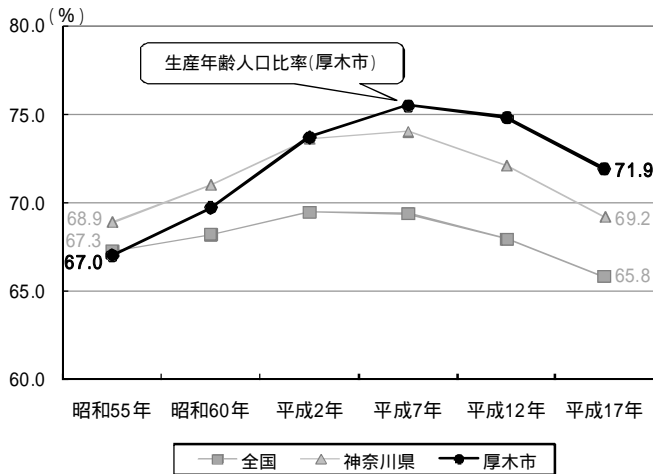


² 人口三分区（年少人口：15 歳未満、生産年齢人口：15 歳～64 歳、高齢人口：65 歳以上）による比較により本市の人口特性を表しています。

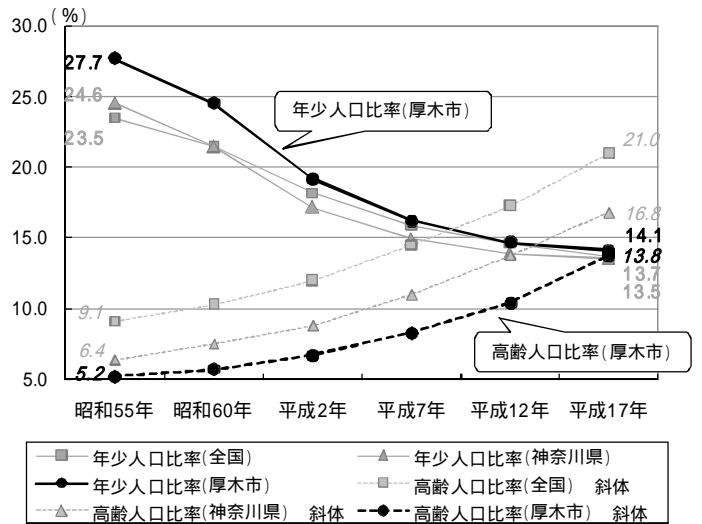
³ 総務省『平成 18 年事業所・企業統計調査』

図表 1-2 厚木市の人口特性（人口三区区分による比較）

< 生産年齢人口比率 >



< 年少人口比率と高齢人口比率 >



資料：総務省『国勢調査』各年版から作成

図表 1-3 首都圏住民の観光・レジャーニーズに対応する資源を備えたまち・厚木

都心から程近い温泉郷

「美人の湯」

ご当地グルメ
「食」の魅力満載

シロコロ・ホルモン
ハム・ソーセージ
地酒・地ビール
とん漬
鮎料理
猪鍋 等

飯山温泉郷
東丹沢七沢温泉郷

山や川など自然が豊富

丹沢大山国定公園、白山
県立七沢森林公園
相模川、中津川などの河川（市内近郊）
ぼうさいの丘公園（市内近郊） 等

首都圏から約1時間の好アクセス

鉄道...新宿～本厚木 約50分（小田急線 快速急行）
横浜～本厚木 約40分（相鉄線・小田急線）
道路...東京IC～厚木IC 約30分（東名高速道路）
「さがみ縦貫道路」「厚木栗野道路」「新東名高速道路」など高規格道路の建設も予定されている。

2 シティセールスを進める上での現状と課題

シティセールスの戦略を検討するに当たり、本市の都市イメージや地域資源など、市内外に発信できる現状での強み(魅力、可能性)は、市が実施した4つの調査(市民シティセールス意識調査⁴、市内企業調査⁵、観光・交流施設調査⁶、首都圏住民調査⁷)によると、次の3つに集約することができます。また、「多くの人から認められ、選ばれる都市」となるために克服すべき課題(弱みや問題点)も併せて整理します。

(市内外で評価された3つの強み)

- (1) 「東京・横浜近郊にある豊かな自然環境を持つ住みよいまち」である
- (2) 「都市としての中心性があり、活力ある住みよいまち」である
- (3) 「「温泉」「自然」「ご当地グルメ」など観光・レジャーニーズに応える高いポテンシャルの地域資源があるまち」である

- (1) 「東京・横浜近郊にある豊かな自然環境を持つ住みよいまち」である

【強み】 1つ目は、「東京・横浜近郊にありながら自然環境の豊かなまち」ということです。

市民及び首都圏住民や本市を訪れた観光客などの市内外からみた本市の都市イメージは、いずれも「自然環境が豊かなまち」という回答が最も多く、「東京・横浜近郊の住みやすいまち」というイメージが2位ないし3位に挙がっており「東京・横浜近郊にある、自然環境が豊かな住みよいまち」というイメージが市内外から持たれていることがうかがえます(図表1-4)。

首都圏に近接していながら、「自然環境が豊かである」というイメージは、多くの人々に支持される“売り”であることから、こうした都市イメージを基に、更に発展させることが有効な取組といえます。

⁴ 本市に在住する18歳以上の男女3,000人を対象とした郵送によるアンケート調査を平成21年8月に実施(回答率43.3%)。

⁵ 市内立地企業約400社への郵送調査を平成21年8月に実施(回答率35.3%)。

⁶ 市内の観光・交流施設への留置によるアンケート調査を平成21年8月に実施(日帰り145サンプル、宿泊231サンプル)。

⁷ インターネット調査会社が有するモニターのうち東京都23区、神奈川県横浜市・川崎市在住の18歳以上の男女2,000人(本市来訪経験者と未来訪者各1,000人)へのアンケート調査を平成21年8月に実施(回答率100%)。

図表 1-4 市内外からみた厚木市のイメージ

		1位	2位	3位
市内から イメージ	市民	自然環境が豊かなまち	東京・横浜近郊の住みやすいまち	交通の利便性が高いまち
	市内企業	自然環境が豊かなまち	東京・横浜近郊の住みやすいまち	有力企業の立地する産業のまち
市外から イメージ	首都圏住民	自然環境が豊かなまち	東京・横浜近郊の住みやすいまち	研究所・大学等のある研究学園都市
	日帰り観光客	自然環境が豊かなまち	観光（温泉地等）に恵まれた癒しのまち	東京・横浜近郊の住みやすいまち
	宿泊観光客	自然環境が豊かなまち	観光（温泉地等）に恵まれた癒しのまち	東京・横浜近郊の住みやすいまち

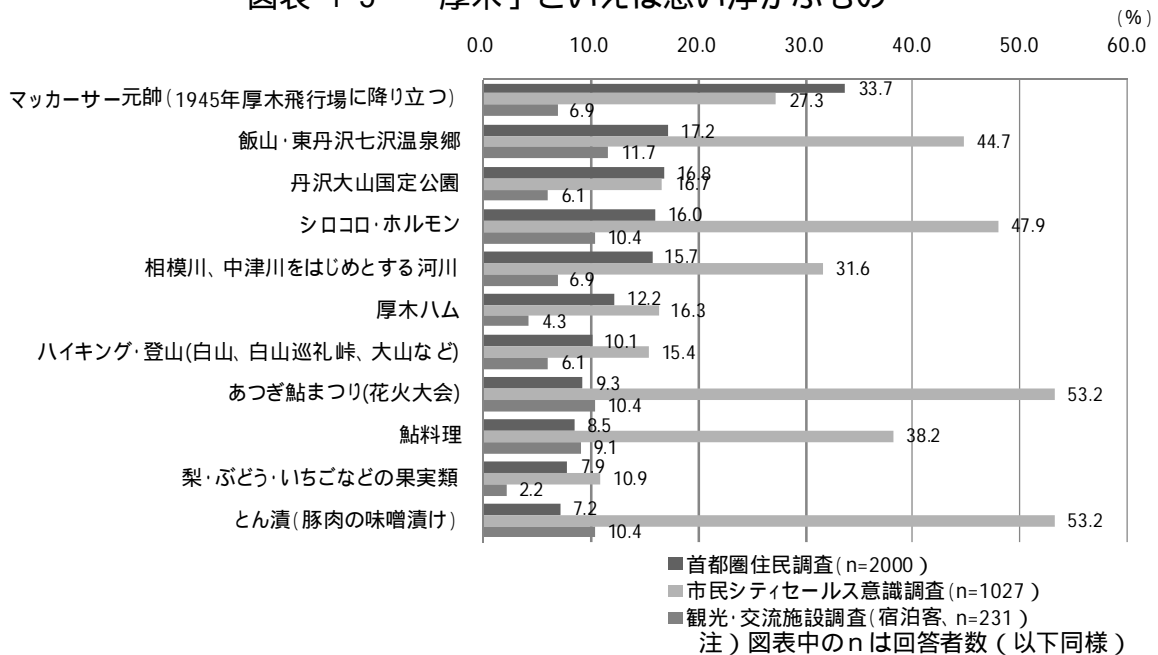
資料：市民シティセールス意識調査、市内企業調査、観光・交流施設調査、首都圏住民調査から作成

【課題】市外へ向けて現在の厚木の魅力を効果的に発信することが十分ではないことです。

「『厚木』といえば思い浮かぶもの」(首都圏住民の本市のイメージ)は、「マッカーサー元帥⁸(厚木飛行場に降り立つ)」が突出し、「飯山・東丹沢七沢温泉郷」や「丹沢大山国定公園」、「シロコロ・ホルモン」などを大きく引き離しています(図表 1-5)。来訪しない理由は、「観光施設やレジャー施設を知らないから」、「特産・名産・名物を知らないから」などが上位を占め、本市の現在の魅力が市外に十分に認知されていないことが挙げられます。

また、「観光・レジャーの行き先を決めるための情報源」として、近年の観光消費行動に影響力を持つ「家族・友人・知人の話(口コミ)」や「インターネット、ブログの評価」が重視されてきています。これらを活用し、本市の魅力や良好な都市イメージを形成する情報を発信していく必要があることが分かります(図表 1-6)。

図表 1-5 「厚木」といえば思い浮かぶもの



資料：上記調査から作成

図表 1-6 観光・レジャーの行き先を決めるための情報源

		1位	2位	3位
きっかけとなる情報源	首都圏住民	家族・友人・知人の話(口コミ)	テレビ	インターネット・ブログの評価
	日帰り観光客	家族・友人・知人の話(口コミ)	以前から知っていた	インターネット・ブログの評価
	宿泊観光客	家族・友人・知人の話(口コミ)	インターネット・ブログの評価	以前から知っていた
より詳細を知るための情報源	首都圏住民	インターネット・ブログの評価	旅行専門雑誌・パンフレット	行政や観光協会等のホームページ

資料：首都圏住民調査、観光・交流施設調査から作成

⁸ 終戦直後の昭和20年8月30日に、ダグラス・マッカーサー元帥が厚木飛行場に降り立ち、そこから日本の戦後処理政策が始まったとされています。なお厚木飛行場は実際には厚木市ではなく、綾瀬市、大和市に所在しています。

(2) 「都市としての中心性があり、活力ある住みよいまち」である

【強み】2つ目は、「住む・働く・学ぶ」という視点から都市としての中心性があり、様々な人が往来し、活力ある住みよいまちであることです。

本市は、神奈川県中央に位置し、東名高速道路のインターチェンジがあり、本厚木駅は「関東地方のターミナル駅以外の乗降人員数」(乗り換え路線が無い駅)としては関東一の乗降人員数 147,618 人(平成 19 年度)を誇るなど、交通の要衝であり、首都圏の流通・業務機能を担う拠点都市として発展しているといえます(図表 1-7)。

市内には交通の利便性を背景に、産業の集積や高い専門性を有する大学(東京農業大学、東京工芸大学、神奈川工科大学、松蔭大学、湘北短期大学)があり、就労者や学生が多く、活力に富んだまちです。「昼夜間人口比率」は県内 1 位、「生産年齢人口比率」は県内 2 位、さらに、「年間商品販売額」は県内 1 位で全国の主要都市に並んでいることなどからも、本市には様々な人の往来があり、活力あるまちであることが分かります(図表 1-8、1-9、1-10)。

また、「厚木市民の日常行動範囲」を見ても、買い物、飲食、余暇など、日常生活のほとんどが「駅周辺・郊外大型店以外の厚木市内」、「厚木市内」で享受できていることや、「厚木市の行政サービス度」に対する評価も県内 2 位と高いことから、住みやすいまちであることがうかがえます(図表 1-11、図表 1-12)。

図表 1-7 駅の乗降人員数

順位	駅名	路線名	乗降人員数
1	本厚木	小田急線	147,618
2	青葉台	田園都市線	110,524
3	綱島	東横線	106,177
12	金沢文庫	京浜急行	74,609
17	横須賀中央	京浜急行	70,709

注)平成 19 年度の 1 日平均乗降人員数(単位:人)。関東地方の 696 駅のうち、ターミナル駅以外の(乗り換え路線がない)駅の順位。図表は神奈川県内駅のみを掲出。

資料:関東交通広告協議会資料から作成

図表 1-8 昼夜間人口比率

全国順位	自治体名	比率
5	厚木市	114.7%
168	平塚市	101.1%
270	小田原市	98.0%
339	綾瀬市	95.8%
357	鎌倉市	95.4%

注)昼夜間人口比率:夜間人口に対する昼間人口の割合
資料:総務省『平成 17 年国勢調査』から作成

図表 1-9 生産年齢人口比率

県内順位	自治体名	比率
1	川崎市	71.5%
2	厚木市	70.8%
3	海老名市	70.2%
3	秦野市	70.2%
5	相模原市	70.0%

注)生産年齢人口比率:総人口に占める 15 歳以上 65 歳未満の人口の割合

資料:『平成 19 年神奈川県年齢別人口統計調査結果』から作成

図表 1-10 年間商品販売額

全国順位	自治体名	金額
1	千代田区	6,380.9
2	港区	5,476.4
3	中央区	4,103.6
8	名古屋市	927.8
9	大阪市	889.2
13	福岡市	680.7
20	千葉市	519.1
22	厚木市	517.3
43	川崎市	399.9

注)年間商品販売額は商業事業所 1 店舗における一年間の有体商品の販売額をいい、消費税額を含む(単位:百万円)。図表は主要市区のみを掲出。

資料:経済産業省『平成 19 年商業統計調査』から作成

図表 1-11 厚木市民の日常行動範囲

		1位	2位	3位
買 い 物	食料品・日用品など	駅周辺・郊外大型店 以外の厚木市内	本厚木駅周辺	郊外型の大型商業施 設
	衣料品・家電製品・家 具など	郊外型の大型商業施 設	駅周辺・郊外大型店 以外の厚木市内	本厚木駅周辺
	高級ブランド品・装飾 品・時計など	東京23区内	横浜市内	駅周辺・郊外大型店 以外の厚木市内
飲 食	日常的な食事	駅周辺・郊外大型店 以外の厚木市内	本厚木駅周辺	郊外型の大型商業施 設
	記念日などの特別な食 事	駅周辺・郊外大型店 以外の厚木市内	本厚木駅周辺	横浜市内
余 暇	家族・友人との娯楽・ 遊び	厚木市内	厚木市以外の神奈川 県内	神奈川県外
	趣味・自己啓発			

資料：市民シティセールス意識調査から作成。

図表 1-12 厚木市の行政サービス度

全国順位	自治体名	点 数
18	秦野市	161.9
33	厚木市	157.8
44	鎌倉市	155.5
73	相模原市	151.1
77	綾瀬市	150.7

資料：日経産業地域研究所「日経グローバル No.114 全国 750 市」(2008.12.15 号) から作成

【強み】 また、「訪れる」という視点から、都心に近接した温泉郷と我が国を代表する企業に集う人々が存在するという事です。

飯山温泉郷や東丹沢七沢温泉郷⁹ は、都心から程近いという立地上の優位性があります。また、泉質が美容効果に富むと言われる強アルカリ泉であることから、「美人の湯」と評判が高く、立地上の強みと泉質の良さを(特に美容や健康に関心が高い女性客などに)訴えることで、温泉地としての魅力向上、差別化が期待できます。また、我が国を代表する企業の研究施設も集積しており、これら企業の幹部や、商談によるビジネス客の来訪も盛んです。

今後は、さがみ縦貫道路、厚木秦野道路、新東名高速道路などの高規格道路の建設とインターチェンジ等の開設が予定されており、交通の利便性や都市の中心性が更に高まり、本市への様々な人の往来が増えることが見込まれます(図表 1-1)。

⁹ 丹沢山地付近の温泉は 2000 万年前に割れ目に沿って上昇してきたマグマの熱水作用のなごりのできたとされ、神奈川県温泉地学研究所では、その特徴として「pH9～10 と高い単純温泉は、肌にさわやかで神経痛、筋肉痛などに良い。塩化土類型の温泉は肌にしみとおり、切り傷、やけどなどに良い。また、塩化土類を含む芒硝型の温泉は、肌になめらかで、動脈硬化症やきりきずなどに良い。」と紹介しています。

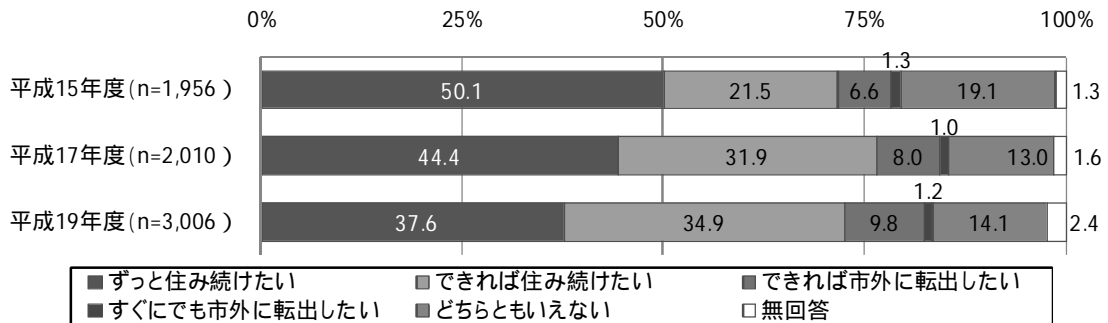
【課題】「住む・働く・学ぶ」という視点では、市民の定住意向が減少傾向にあることです。

隔年で実施している市民意識調査における「定住意向の経年変化」を見ると、多様な人々の往来があるなかで、市民の積極的な定住意向が年々減少しつつあることが課題の一つとして挙げられます。本市に「ずっと住み続けたい」という人の割合は、平成15年度の50.1%から平成19年度は37.6%と12ポイント以上減少しています（図表1-13）。

今回実施した市民シティセールス意識調査では、特に20歳代から40歳代の人に転出意向が強いことが分かります（図表1-14）。その理由として、20歳代では「買い物」、30・40歳代では「治安」などに不満があることが挙げられています。

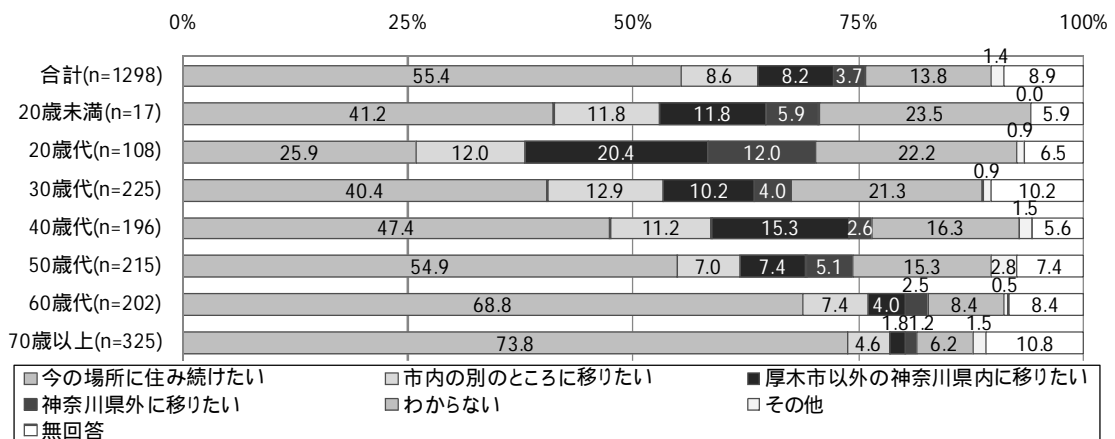
また、「住みたい、住み続けたいまち」を考える際に重視することを見ると、市民にとって住みやすい、あるいは市外の人にとって住みたくなるまちであるためには、「治安が良い」、「医療サービスが充実している」、「防犯体制が充実している」といった安心安全で快適な生活が重視されていることが分かります（図表1-15）。

図表 1-13 定住意向の経年変化



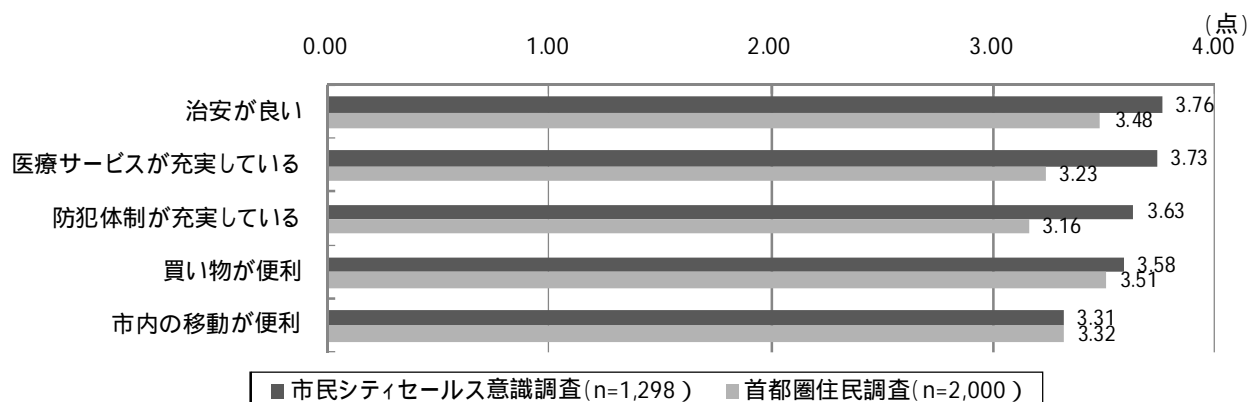
資料：厚木市市民意識調査（平成15、17、19年）から作成

図表 1-14 今後の厚木市での居住意向（年齢別）



資料：市民シティセールス意識調査から作成

図表 1-15 「住みたい、住み続けたいまち」を考える際に重視すること



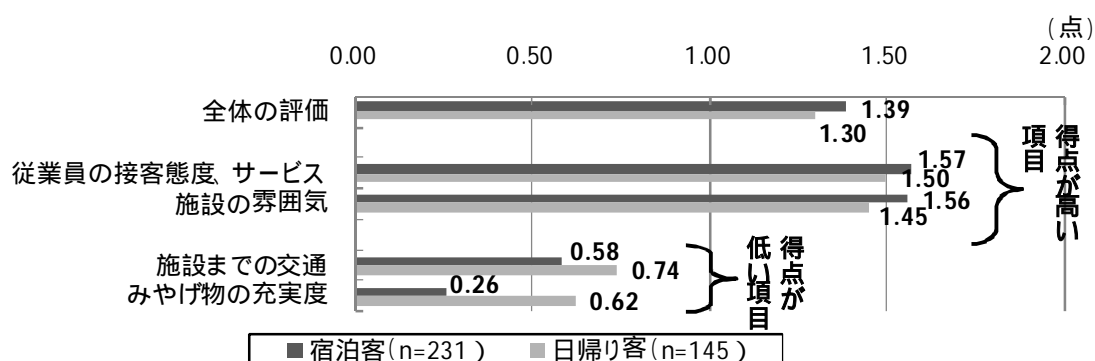
*得点がとくに高かったもののみ表示し、市民シティセールス意識調査の点数が高い順に並べている
 **「とても重視する」(4点)、「やや重視する」(3点)、「あまり重視しない」(2点)、「重視しない」(1点)として各選択肢の合計得点を回答数で除した平均得点(4.00点に近いほど重要と思われる)

資料：市民シティセールス意識調査および首都圏住民調査から作成

【課題】「訪れる」という視点からは、来訪者の利便性が低いとの評価を受けていることです。

「観光客の厚木市内の施設やサービスに対する満足度」について見ると、本市を訪れた観光客は、「従業員の接客態度、サービス」や、「施設の雰囲気」には満足度が高い一方、「施設までの交通」や「みやげ物の充実度」については必ずしも評価が高くありません。観光などで訪れる多くの人々を市内消費に誘導するためにも、移動手段の確保やみやげ物の充実なども課題であることが分かります(図表 1-16)。

図表 1-16 観光客の厚木市内の施設やサービスに対する満足度



*得点がとくに高かったものと低かったもののみ表示し、宿泊客の点数が高い順に並べている
 **「満足」(2点)、「やや満足」(1点)、「ふつう」(0点)、「やや不満」(-1点)、「不満」(-2点)として各選択肢の合計得点を回答数で除した平均得点(2.00点に近いほど満足度が高い)

資料：観光・交流施設調査から作成

(3) 「「温泉」「自然」「ご当地グルメ」など観光・レジャーニーズに応える高いポテンシャルの地域資源があるまち」である

【強み】3つめは、温泉、自然、食など豊富な地域資源に富むまちということです。

厚木市の観光客数は320万8千人（平成19年）で、平成13年比で38.6%増加しています。日帰り客が9割を占めていますが、特に宿泊客は4倍（同年比）と増加しており、都心の身近な観光地として、一層の発展がうかがえます。（図表1-17）。

「首都圏住民が関東圏で観光・レジャーの行き先を決める際に重視するポイント」は「交通アクセス・行きやすさ」、「美しい景観（豊富な自然）」、「温泉がある地域」、「手ごろな利用料金」といった順です。同じく「主な行き先」では、日帰りの場合、宿泊の場合ともに、「温泉浴」が最も多くなっています。「立ち寄り先」では日帰りの場合、「温泉浴」に合わせて「自然観賞」、「公園散策」が、宿泊の場合は、「自然観賞」、「ご当地グルメめぐり」が組み合わせられることが多いことが分かります（図表1-18、1-19）。

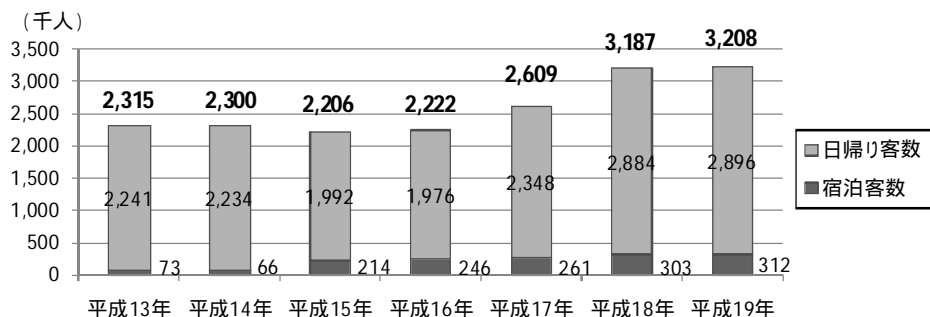
市内には、都心から程近いという優位性のある飯山温泉郷及び東丹沢七沢温泉郷があるほか、丹沢・大山、白山、相模川や森林公園など自然の魅力にも富んでおり、首都圏住民の観光・レジャーニーズに応える地域資源を備えています。

【強み】さらに、「食」に関してポテンシャルが高いということがあります。

今回の調査でも、市民の方々に支持されているとん漬や鮎料理、ハム、ソーセージなどは首都圏住民にも知名度があり、本市の食への関心の高さがうかがえます（図表1-20）。

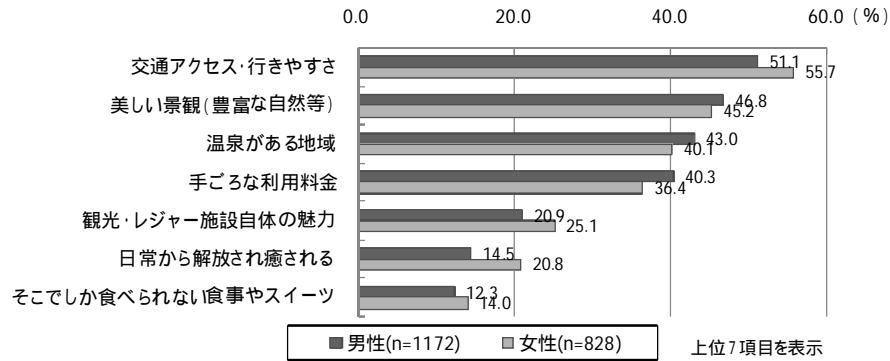
また、平成20年のB-1グランプリで優勝したシロコロ・ホルモンや国際的・全国的なコンテストで入賞した食品も多く、「食」に関するナンバーワン・オンリーワンの魅力が多数存在しています。そして、「厚木バーガー」や「勝サンド」、「猪コロッケ・猪すいとん」など、地元食材を活用した商品開発も盛んです。

図表 1-17 厚木市の延べ観光客数、日帰り客数、宿泊客数の推移



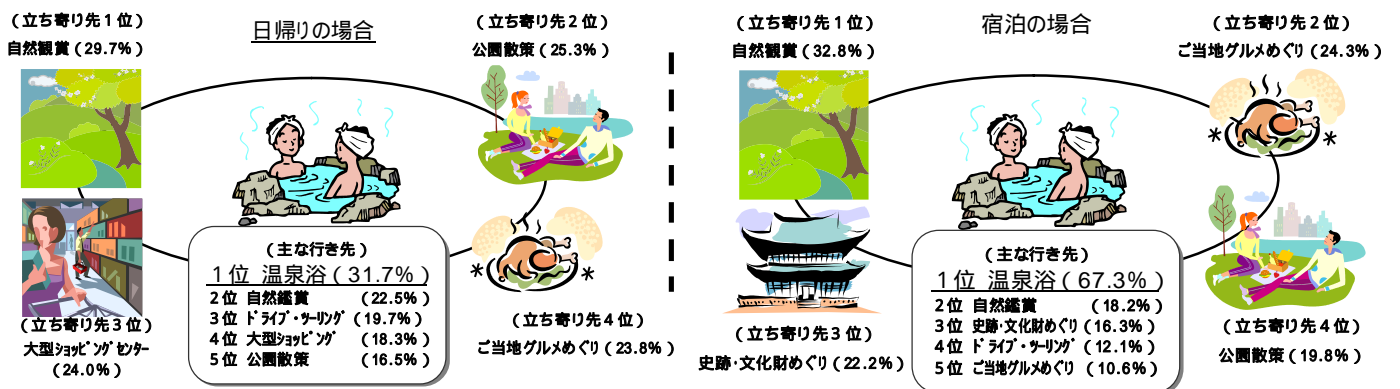
資料：神奈川県観光振興対策協議会『平成19年神奈川県入込観光客調査報告書』から作成

図表 1-18 首都圏住民が観光・レジャーの行き先を決める際に重視するポイント



資料：首都圏住民調査から作成

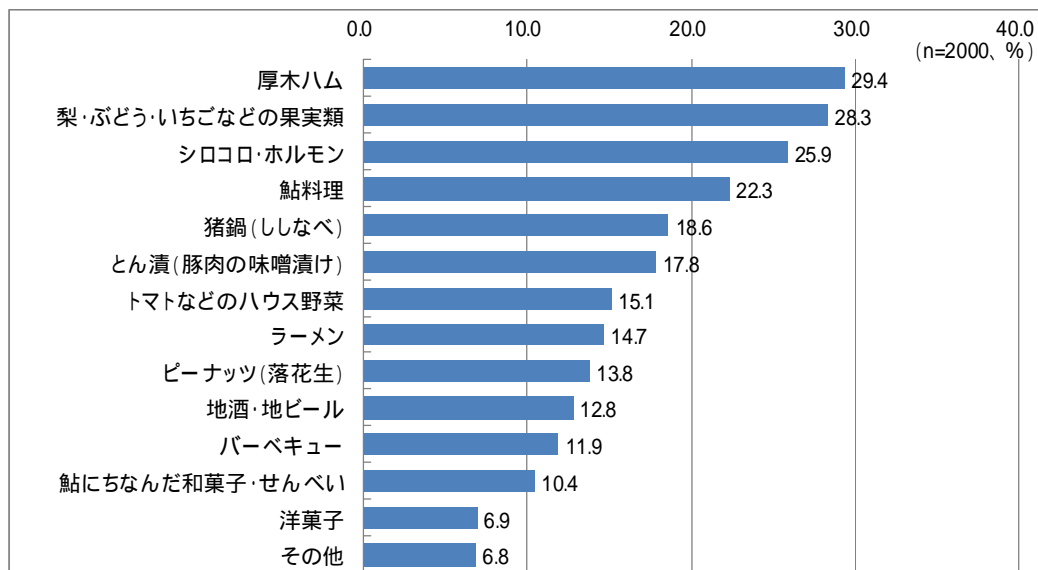
図表 1-19 首都圏住民の関東圏での観光・レジャーの行き先と立ち寄り先



注) 主な行き先は、首都圏住民の関東圏への観光・レジャーの日帰り・宿泊別に「よく行くところ」、立ち寄り先は、温泉浴観光者が「そのついでに行ったところ」の集計結果。

資料：首都圏住民調査から作成

図表 1-20 厚木市の名物、特産の認知度



資料：首都圏住民調査から作成

【課題】 地域資源については、その活用が必ずしも十分ではないことです。

本市には温泉や自然、食など多様で多彩な魅力が存在するにもかかわらず、旅行代理店や情報誌などからは、市場に発信する商品・サービスとして必ずしも評価されていません。「首都圏住民の関東圏での温泉浴の行き先」の結果でも、温泉浴の行き先として本市（「厚木市を含む丹沢・大山地域」）の順位は5位となっており、必ずしも高くありません（図表 1-21）。「箱根・湯河原」など個性的な地域資源や周辺資源との連携を図るとともに、競合する商品・サービスとの差別化を図り、優位性を確保する取組が必要です。

また、近年の観光の新しいトレンドとして、旅行代理店を介さずインターネットで宿を予約する旅行形態や、行き先を決めずに話題づくりやブログのネタを探す小旅行を楽しむ人が増えています。このため、そうした多様な観光客を市内に誘導し、回遊を促す仕組みや受け入れ体制づくりと併せて、効果的な情報発信が重要となっています。

本市を訪れる観光客数は毎月概ね 20 万人弱です。あつぎ鮎まつり（花火大会）が開催される 8 月にはおよそ 99 万人にまで急増するにもかかわらず、同月の観光客消費額は他の月並み（2.6 億円）にとどまっており、本市への来訪が必ずしも消費につながっていないことが分かります（図表 1-22）。本市を訪れる多くの人を市内での消費に誘導する取組が必要です。

図表 1-21 首都圏住民の関東圏での温泉浴の行き先

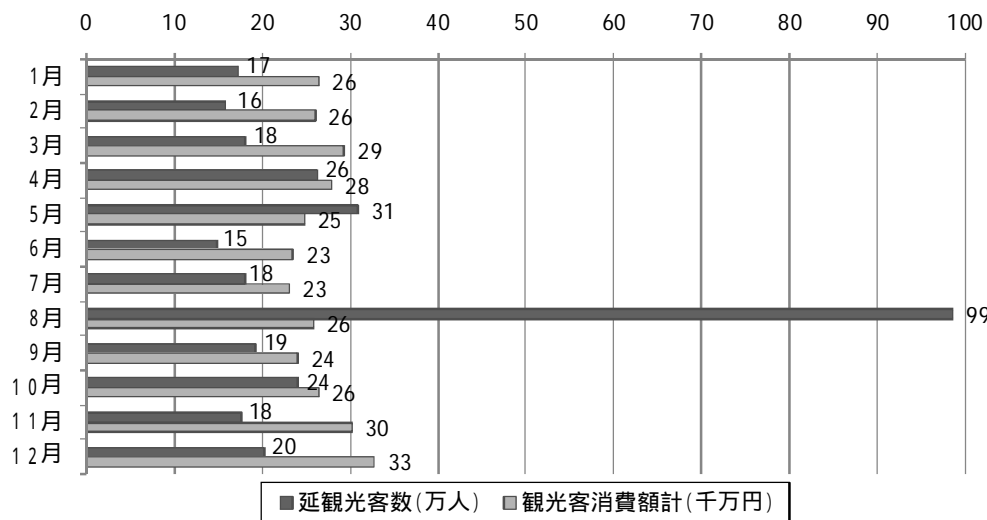
目的	訪問先	1位	2位	3位
温泉浴(1,651件)		箱根・湯河原(69.7%)	静岡県(30.5%)	山梨県(21.4%)

**厚木市を含む
丹沢・大山地域**

5位(10.7%)

資料：首都圏住民調査から作成

図表 1-22 厚木市の月別観光客数および観光客消費額（平成 19 年）



資料：神奈川県観光振興対策協議会『平成 19 年神奈川県入込観光客調査報告書』から作成

第2章 シティセールスの基本的な考え方

第2章 シティセールスの基本的な考え方

1 厚木市が発信すべき4つの都市イメージ

「多くの人から認められ、選ばれる都市」にするために、いかなる戦略があるか、「あつぎブランドの創造と発信」をいかに進めていくか、その観点から、前章で示した分析結果などを踏まえ、シティセールスにおける本市の弱み(課題)を克服し、強み(魅力、可能性)をいかして、次のとおり発信すべき4つの都市イメージ(まちの姿)を表すこととしました。

この都市イメージを更に強化する事業展開や積極的な情報発信を本市のシティセールスの基本として推進します。

(発信すべき4つの都市イメージ)

- (1) 「味よし！ 眺めよし！ 気持ちよし！」 くつろげる癒しのまち
- (2) 「ちょうどいい！」 東京・横浜近郊の自然環境と都市生活が調和したまち
- (3) 「世界へ発信！」 市民の夢がスタートするまち
- (4) 「みんなでつくる！」 市民参加・協働によりまちづくりを進めるまち

(1) 「味よし！ 眺めよし！ 気持ちよし！」 くつろげる癒しのまち

1つ目の都市イメージは、「味よし！ 眺めよし！ 気持ちよし！」くつろげる癒しのまち、というものです。

「ご当地グルメ」や「自然鑑賞」、「温泉浴」など、首都圏住民の観光・レジャーニーズに合致した多彩な地域資源を有する厚木市。

「味よし」の視点では、市内外から支持を得ているとん漬や鮎料理を始め、最近ではシロコロ・ホルモンや全国的なコンテスト等において入賞した魅力的な食品が多数存在することから、人を引き付ける食の魅力を活用するものです。

「眺めよし！ 気持ちよし！」の視点では、アウトドア系レジャーで関東一の丹沢・大山地域を擁し、飯山・東丹沢七沢温泉郷への日帰り・宿泊観光客の4割強が5回以上という高いリピート率を誇っていること、以前に本市を訪れた人の多くが温泉浴を楽しんでいることなど、「知る人ぞ知る、都心の隠れ宿」で知られていることに着目したものです。

特に温泉に訪れた観光客は、自然鑑賞や公園散策、ご当地グルメめぐりなど、周辺の観光資源も訪れていることから、テーマ・ターゲットを意識した周辺地域との連携や周遊の仕掛けづくり、ストーリー性を持たせた観光プランづくりなどとともに、積極的な情報提供を行うことにより、「訪れたいまち・あつぎ」の実現につなげてまいります。(図表 2-1、2-2、2-3、2-4)



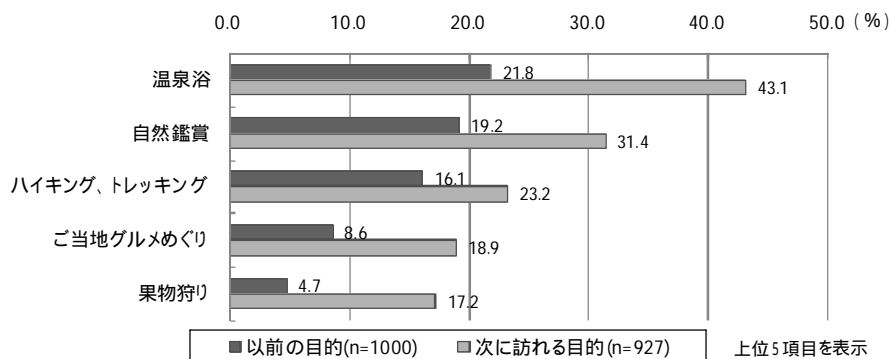
『訪れたいまち・あつぎ』の実現

図表 2-1 首都圏住民の関東圏への観光・レジャー動向(目的別・訪問先)

目的(件数) \ 訪問先	1位	2位	3位	厚木市を含む 丹沢・大山地域
ハイキング、トレッキング(721)	丹沢・大山(33.8%)	箱根・湯河原(19.0%)	東京市町村(17.3%)	1位
キャンプ(365)	丹沢・大山(28.2%)	その他(25.2%)	山梨県(18.9%)	1位
登山、ロッククライミング(301)	丹沢・大山(30.6%)	その他(22.6%)	山梨県(21.9%)	1位
釣り(406)	三浦半島(24.1%)	その他(17.7%)	丹沢・大山(13.5%)	3位
自然観賞(1,326)	箱根・湯河原(37.0%)	山梨県(16.3%)	静岡県(15.8%)	4位(15.1%)
温泉浴(1,651)	箱根・湯河原(69.7%)	静岡県(30.5%)	山梨県(21.4%)	5位(10.7%)
果物狩り(786)	山梨県(51.9%)	静岡県(19.0%)	その他(15.1%)	6位(6.5%)
ジョギング、ウォーキング(580)	東京23区(47.2%)	横浜・川崎(23.8%)	湘南、その他(8.8%)	6位(8.1%)
合宿(263)	その他(32.7%)	山梨県(16.0%)	千葉県(13.7%)	6位(9.5%)
体験学習(223)	その他(31.3%)	東京23区(13.9%)	箱根・湯河原(13.0%)	8位(4.9%)
イベント、祭り(1,022)	東京23区(44.1%)	横浜・川崎(28.8%)	その他(11.6%)	9位(5.6%)

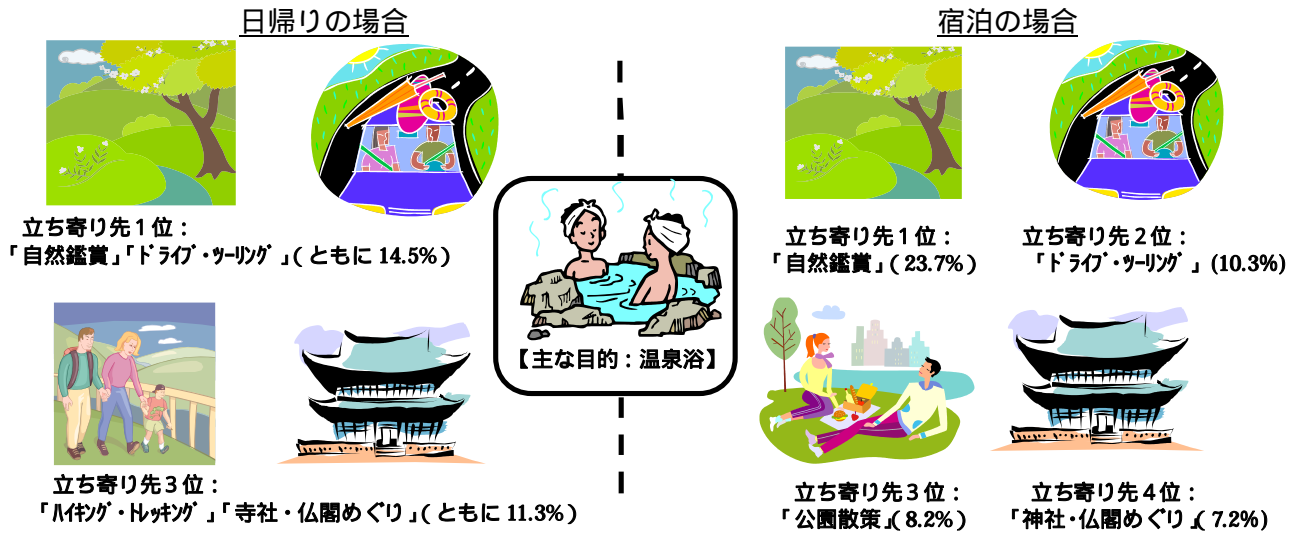
資料：首都圏住民調査から作成

図表 2-2 以前に厚木市を訪れた目的と、次に訪れたい目的



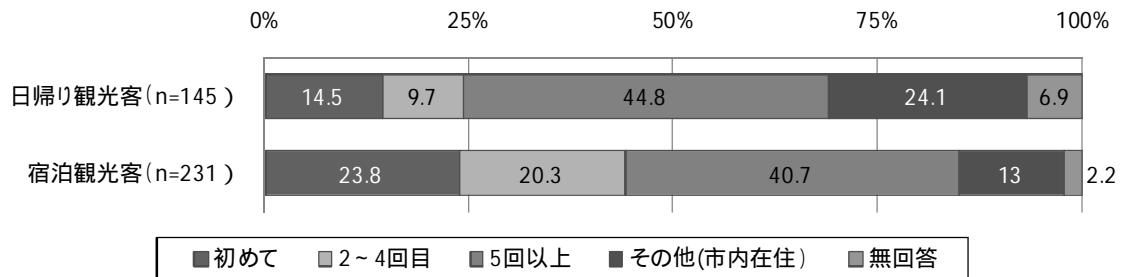
資料：首都圏住民調査から作成

図表 2-3 市内の温浴施設を中心とした観光施設の来訪者動向（立ち寄り先）



資料：観光・交流施設調査から作成

図表 2-4 市内温浴施設への来訪回数



資料：観光・交流施設調査から作成

(2) 「ちょうどいい！」 東京・横浜近郊の自然環境と都市生活が調和したまち

2つ目の都市イメージは、「ちょうどいい！」東京・横浜近郊の自然と都市生活が調和したまち、というものです。

本市は、市民や首都圏住民が持つ共通の都市イメージである「東京・横浜の近郊にある、豊かな自然環境を持つまち」という普遍的な優位性とともに、「子育て環境」が県内1位、「自治体の情報化進展度」(情報公開度)が県内2位、「財政力指数¹⁰」(財政の豊かさ)が県内1位など、市民生活の豊かさや利便性、満足度の高さを示す客観的な評価を持ち合わせています。これらを積極的に情報発信し、豊かな自然環境と快適な都市生活のバランスがとれたまちであることをアピールするものです(図表2-5)。

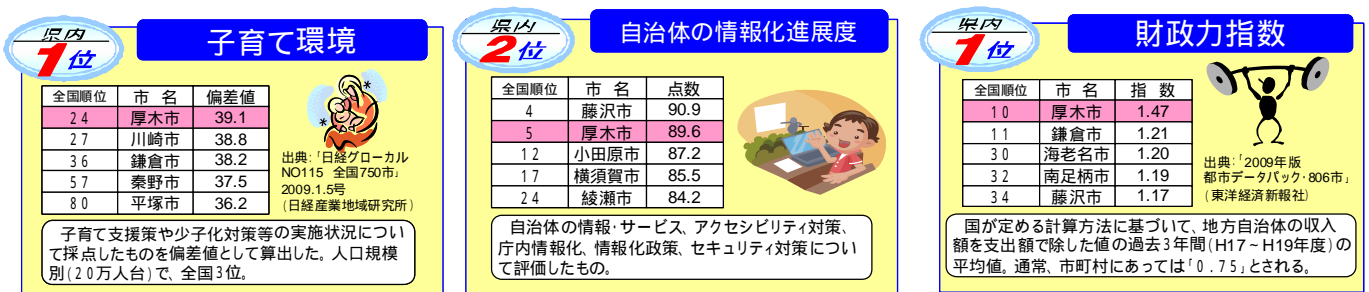
「ちょうどいい！」とは、こうして積み上げられた市民生活の利便性などを評価するとともに、東京や横浜から程良い距離にあること、山や川など自然環境に恵まれていることも含め、住むのに「ちょうどいい！」まちのイメージを築こうとするものです。

こうした都市イメージを発信することにより、「住みたい・住み続けたいまち・あつぎ」の実現につなげてまいります。



『住みたい・住み続けたいまち・あつぎ』の実現

図表 2-5 市民生活の豊かさや利便性を示す客観的な評価データ例



資料:子育て環境:「日経グローバルNO115 全国750市」2009.1.5号(日経産業地域研究所)。自治体の情報化進展度:「日経BP ガバメントテクノロジー」2009年秋号(日経BP社)。財政力指数:総務省『平成19年度市町村別決算状況調』。

¹⁰ 財政力指数が高いほど自主財源の割合が高く、財政力が強い自治体ということになり、1を超える自治体は、普通地方交付税の交付を受けません。厚木市は1.47(平成19年度)です。

(3) 「世界へ発信！」 市民の夢がスタートするまち

3つ目の都市イメージは、「世界へ発信！」市民の夢がスタートするまち、というものです。

本市には、我が国を代表する世界的な企業やその研究施設が多く存在します。

また、バイオテクノロジーやデザイン、観光分野などで多彩な人材を輩出する専門性の高い大学があり、日々新しい発見や今後成長するビジネスの萌芽がみられ、街角からは、メジャーデビューしたミュージシャンや様々な領域で活躍するアーティスト、国際的・全国的なコンテストなどで受賞した職人など、独創的で魅力あふれる人材が多く育っています。

このような土壌を大切にしながら、世界や全国に通じるナンバーワン・オンリーワンを目指す様々な人の思いや夢を育み、実現する環境づくりを進めます。

こうした都市イメージを発信することにより、「夢を育むまち・あつぎ」の実現につなげてまいります。



『夢を育むまち・あつぎ』の実現



(4) 「みんなでつくる！」 市民参加・協働によりまちづくりを進めるまち

4つ目の都市イメージは、「みんなでつくる！」市民参加・協働によりまちづくりを進めるまち、というものです。

本市では、世界保健機関（WHO）が推進する世界基準の安心安全なまちづくりの認証を目指す「セーフコミュニティ¹¹」への取組や、市民と行政とが信頼し合うパートナーとなってまちづくりを進めていくための「自治基本条例¹²」の制定など、市民参加・協働のまちづくりにも実践的に取り組んでいます。

また、地域コミュニティ情報の検索や地域における様々な活動を支援する「マイタウンクラブ¹³」では、積極的な市民参加の形として市民ボランティア「マイタウンサポーターズクラブ」の協力により、情報発信やコミュニケーションが活性化されるなど、高い評価を受けています（図表 2-6）。

今後は、これらの取組を基盤として、更に市民参加・協働を推進するとともに、こうしたまちづくりへの取組を発信し、「協働のまち・あつぎ」の実現につなげてまいります。



『協働のまち・あつぎ』の実現

図表 2-6 本市の市民参加・協働を進める活動基盤



- 11 「セーフコミュニティ」は、事故やけがは決して偶然の結果ではなく予防できるという理念の下、地域や行政、警察や医療機関などが協働し、誰もが健やかで安心して安全に暮らせるまちづくりの体系的なプログラム。平成元年から WHO CSP（地域の安全向上のための）協働センターが自治体や地域に対して認証を行っています。
- 12 「自治基本条例」は、自治を推進するために、まちづくりの基本理念や基本原則、市民及び行政などの責務、市民参加・協働を進める仕組みなどを条例で明らかにすることにより、「まちづくりの拠り所となるもの」です。厚木市では自治基本条例の平成 22 年度中の制定を目指しています。
- 13 「マイタウンクラブ」は、図書館の本や公共施設の予約、講座イベントの申し込みがインターネットから簡単にできるサービスです。また、地域で活動するサークルや企業などの情報の提供に加え、地域 SNS を活用して様々な交流ができます。

2 シティセールス推進の3つの目標

こうした本市の発信すべき都市イメージを踏まえながら、シティセールスを推進する上で、その方向性として、次の3つの目標を設定しました。

(3つの目標)

- (1) 「全国的な認知・イメージの向上」
- (2) 「まちの魅力の向上」
- (3) 「市民の誇り、愛着心の向上」

(1) 全国的な認知・イメージの向上

この目標は、市内外へ向けて、現在の厚木の魅力の発信が課題であることを踏まえ設定したものであり、本市の持つ様々な魅力を積極的に発信し、認知度の向上とより良い都市イメージづくりを行うものです。特に全国に向けて、どのようにアピールできるかという観点から、様々なメディアを活用したターゲットへの効果的な情報発信が重要となります。

せっかく魅力的なまちであっても、人々に認知されていなければシティセールスにはつながりません。また、その魅力を伝える情報も、その情報を求めている人に届かなければ意味がありません。シティセールスにつながる効果的な情報発信をするためには、ターゲットを明らかにし、ニーズにあった層へ、ニーズにあった情報を、最も効果的なメディアを活用して継続的に発信していく必要があります。

(2) まちの魅力の向上

この目標は、定住意向の減少傾向や来訪者の利便性が低いこと、また、地域資源の活用が課題であることなどを踏まえ設定したものであり、本市の持つ魅力的な地域資源をいかし、人々が集まりたくなる魅力づくりを進めていくものです。

本市には豊かな自然、個性的な食文化を始め様々な魅力があります。その魅力は市民の生活に根付き、愛されてきたものです。来訪する人にとって魅力と感じられるのは、地元で愛され、根づいている「本物」の魅力です。今ある魅力を大切にし、更に磨き上げながらも、新たな魅力を発掘、創造し、活用していきます。

他方、来訪者にとって、まちの魅力を感じるには、その地域の人々のまごころです。

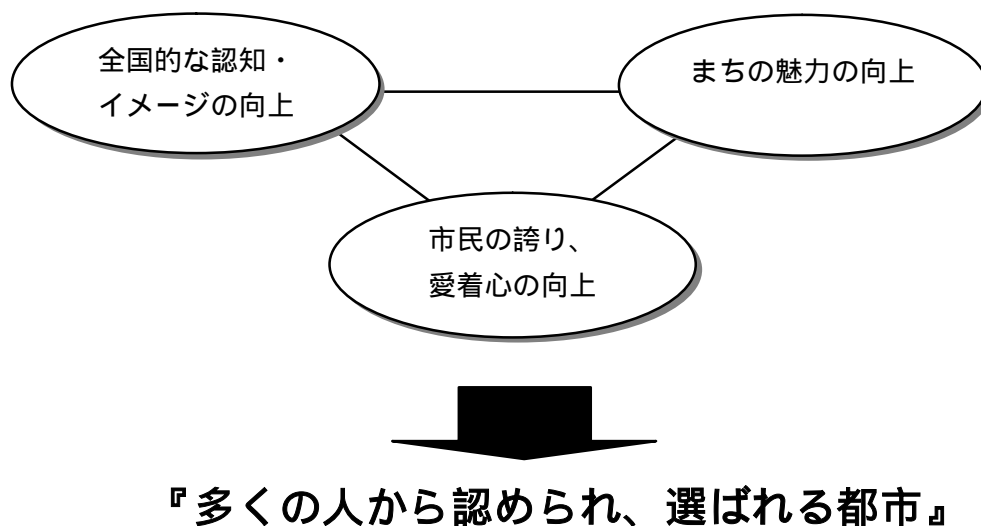
おもてなしの心が最大のサービスという視点に立ち、来訪者が何を求めているかを知り、準備し、思いやり、手厚くもてなすなど、ホスピタリティ精神を醸成することも重要なポイントで、まちの評価や魅力につながります。

(3) 市民の誇り、愛着心の向上

この目標は、全国的な認知やイメージ、まちの魅力向上には、市民の力が不可欠であることを踏まえ設定したものであり、市民参加や協働によりまちづくりの取組を進め、自分のまちを愛し、誇りに思う心を育み、厚木に生れて良かった、育って良かった、暮らして良かったという思いを市民が享有できるようにしていくものです。

特に市民・企業・大学との連携による展開が重要となります。本市では、既に市民によるまちづくりへの積極的な参加・協働や生涯学習の活発な取組が進んでいます。また、これまでも各種イベントなどで市内の立地企業や大学との連携により成功を収めてきた実績があります。その経験やネットワークをいかし、市民・産学官による「オール厚木」体制の下、協働によるまちづくりを進め、市民の誇りや愛着心の醸成を図ります。

これら3つの目標を念頭にシティセールスを推進することにより「多くの人から認められ、選ばれる都市」を展望することができます。



第3章 シティセールス推進の戦略

第3章 シティセールス推進の戦略

1 シティセールス推進の全体像

シティセールスの推進に当たっては、第2章に掲げた「発信すべき4つの都市イメージ」を基本とし、その都市イメージを具現化するため、3つの目標を念頭に置きつつ、それぞれに呼応した4つの戦略を設けました。

具体的には、

- (1) 「味よし!眺めよし!気持ちよし!」くつろげる癒しのまちという都市イメージから、「訪れたいまち・あつぎ」という「交流拡大戦略」を、
 - (2) 「ちょうどいい!」東京・横浜近郊の自然環境と都市生活が調和したまちという都市イメージから、「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」という「定住促進戦略」を、
 - (3) 「世界へ発信!」市民の夢がスタートするまちという都市イメージから、「夢を育むまち・あつぎ」という「文化発信戦略」を、
 - (4) 「みんなでつくる!」市民参加・協働によりまちづくりを進めるまちという都市イメージから、「協働のまち・あつぎ」という「協働推進戦略」を、
- それぞれ設けました。

この4つの戦略とプロモーションについて、実践的な事業展開を明示し、具体的な取組例を100のアクションとして掲げました。

また、シティセールスの推進に当たっては、様々な視点をもって取り組んでいくこととなりますが、そのためには、本市が市内外に「4つの都市イメージ」を積極的に発信する必要があることから、それを端的に表す言葉をキャッチフレーズ(わかりやすく、効果的に伝える言葉)として次のとおり設定しました。

あじ みど
「味る」, 「緑る」, 「ふれる」 思い立ったら 厚木

「味る」は、味わい深く、魅力的なおいしい食がたくさんあるまち、「緑る」は、自然や観光資源に恵まれているまち、「ふれる」は、自然とのふれあいや人と人とのふれあい(協働)があるまちという3方向を表している造語ですが、本市の良好な都市イメージを端的に表した言葉です。

その表現は、「意外性」や「触発性」のある意表を突いたフレーズであり、語感のユニークさに、まず、大勢の人に関心を持ってもらうこと、そして、語尾に「る」という動詞型を用いることにより、「行動性」や「積極性」を表現しています。

また、体験、実践、実現という具体的な行動を通じて、更にまちの魅力や価値を高めていきたいという願いを込めています。

シティセールス推進の全体構成

4つの都市イメージ

3つの目標

「味よし！眺めよし！気持ちよし！」
くつろげる癒しのまち

「ちょうどいい！」
東京・横浜近郊の自然環境と
都市生活が調和したまち

「世界へ発信！」
市民の夢がスタートするまち

「みんなで作る！」
市民参加・協働によりまちづくりを
進めるまち

「全国的な認知・イメージ
の向上」

「まちの魅力の向上」

「市民の誇り、愛着心の向上」

4つの戦略

事業展開

「訪れたいまち・あつぎ」 交流拡大戦略

地域資源の発掘と魅力の向上

魅力的な地域資源の活用
厚木の魅力に触れる機会の充実
広域的な連携による地元発の観光開発
校外体験学習等の誘致
既存イベントのブラッシュアップや地域資源との連携

ホスピタリティの向上

おもてなしのまちへのオール厚木での取組
観光ボランティア等の育成・充実
外国人来訪者に対する対応強化
受入れ基盤の整備

「住みたい、住み続けたいまち・ あつぎ」 定住促進戦略

「住んで良いまち」に必要な生活環境の充実と積極的な情報発信

東京・横浜近郊にあるまちという優位性のアピール
自然環境と調和した都市生活のアピール
恵まれた河川資源の活用による生活空間の充実
生活環境の充実と情報発信

本市を学ぶ機会の拡大

人々が本市の良さや知識を深める機会の充実

「夢を育むまち・あつぎ」 文化発信戦略

多くの人々の夢を育む環境の整備

文化芸術活動の推進
映像メディアを活用したまちづくり
イベント・コンベンション誘致活動の強化

企業と連携した環境の整備

地域の企業等と連携した人材育成の推進

「協働のまち・あつぎ」 協働推進戦略

市民協働、市民参加によるまちづくりの推進

市民と連携したまちづくりへの取組

民間との連携によるまちづくりの推進

企業、大学と連携した取組

2 シティセールスの4つの戦略

ここでは、設定した4つの戦略について、その方向性を示し、それぞれの具体的な取組例をアクションとして掲げます。

- (1) 「訪れたいまち・あつぎ」交流拡大戦略
- (2) 「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」定住促進戦略
- (3) 「夢を育むまち・あつぎ」文化発信戦略
- (4) 「協働のまち・あつぎ」協働推進戦略

(1) 「訪れたいまち・あつぎ」交流拡大戦略

戦略の1つ目は、交流人口の拡大に向けた取組を進め、「訪れたいまち・あつぎ」の実現につなげる事業展開です。

地域資源の発掘と魅力の向上

魅力的な地域資源の活用

市内の魅力的な優れた資源を「あつぎブランド」として認定し、本市のイメージアップのツールとして多様な活用を図ります。また、本市の特色ある食材を活用したオリジナル商品を開発、販売し、新たな魅力づくりを行います。

【アクション（取組例）】

- ・あつぎ食ブランド制度の充実と本市のイメージアップツールとしての積極的な活用 1
- ・市内の農産物等生産者や地元飲食店、コンビニエンスストア等との連携による本市の特色ある食材を活用したオリジナル商品の開発 2

厚木の魅力に触れる機会の充実

本市の魅力に触れてもらう機会を増やすため、本市の魅力を発信するイベントの開催や、市内外のイベント会場など多くの方が訪れる場所で交流イベントを充実させ、本市のイメージを発信し知名度の向上を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・食に関するイベントなど本市の魅力を発信するイベントの開催 3
- ・「B - 1 グランプリ in 厚木」(平成22年9月)の開催に合わせた本市の特色をPRする関連事業の実施 4
- ・市内大学連携による「食のシンポジウム」の開催 5

- ・ふるさと情報プラザなど多くの来訪者が見込まれる場所での厚木ブースの積極的な出展 6
- ・親しみやすいキャラクター（ゆるキャラや子供向けキャラなど）を制作・活用したイメージ発信 7
- ・空きビルを活用した、本市ならではの「食」を集合させたフードテーマパークの設置 8

広域的な連携による地元発の観光開発

本市や本市周辺地域には自然や温泉、食文化など観光資源が豊富に存在しています。それらの一つ一つの資源をつなげ、ストーリー性のある観光ルートをつくり上げることで付加価値の高い魅力づくりを図ります。

【アクション（取組例）】

- ・広域連携基盤である「県央やまなみ地域¹⁴」における着地型観光¹⁵プランの開発 9
- ・森林セラピー基地や温泉、食などの地域資源を組み合わせたストーリー性のあるあつぎオリジナルの観光ルートの開発 10
- ・市内大学生との連携による観光資源の再発見や地域の周遊ルートづくり 11
- ・広域連携による魅力あるハイキングコースづくり 12

校外体験学習等の誘致

森林セラピー基地などを活用した体験活動など豊かな自然に親しみ、本市の魅力に触れ良いイメージを与えることで、将来にわたり厚木ファンの増加を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・旅行代理店と提携した市内公共宿泊施設への校外学習等の積極的な受入れ 13

既存イベントのブラッシュアップや地域資源との連携

本市には「あつぎ鮎まつり」（8月）や「あつぎ国際大道芸」（11月）など集客力のある魅力的なイベントが存在しています。それらのイベントのブラッシュアップにより、更なる魅力の向上に取り組みます。また、イベント間の連携やそれらを魅力的な地域資源と連携させることにより、イベントの効果をより高めます。

¹⁴ 「県央やまなみ地域」：厚木市、秦野市、伊勢原市、愛川町、清川村の3市1町1村で構成される地域で、豊かな自然環境を有し、毎年、首都圏を中心として多くの観光客が訪れています。

¹⁵ 「着地型観光」：地域住民が地元の観光関係者（観光協会、商工会、事業者、行政）と一体となって、地域の観光資源を発掘、プログラム化し、旅行商品としてマーケットへ発信・集客を行う観光事業への一連の取組です。ツアーの内容も地域の資源を総動員し、農林漁業体験、まち歩き、遺産観光、ヘルスツーリズム、エコツーリズム、達人が案内するツアーなど多彩となります。

【アクション（取組例）】

- ・既存イベントのブラッシュアップによる魅力の向上 14
- ・イベントの同日開催や地域（観光）資源とのタイアップ企画の実施による回遊性・話題性の向上 15
- ・「食（味）のまち」「鮎のまち」など、本市のイメージ発信に資するテーマのイベントの開催 16

ホスピタリティの向上

おもてなしのまちへのオール厚木での取組

「訪れたいまち」、「もう一度行ってみたいまち」となるために何よりも大事な観点は、おもてなし（ホスピタリティ）の心と行動です。来訪者に接する機会の多い企業（宿泊施設、飲食店、タクシーなど）や市民、市役所が一体となり、おもてなしの向上を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・ホテル、旅館、タクシー、観光関連業などのサービス業と連携した本市のガイドブックやマップ等の配布と案内 17
- ・市内のコンビニエンスストアとの提携による観光パンフレットの配置など、市内観光情報の提供 18
- ・イベント来訪者に対するスタッフのおもてなし向上のための研修の実施 19

観光ボランティア等の育成・充実

ホスピタリティを向上するために、多くの若者が通う大学との連携や、本市に暮らす市民を中心とした観光ボランティアの育成・充実を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・あつぎ観光ボランティアガイドの育成とあつぎ観光ボランティア協会の更なる充実 20
- ・市内大学との連携による学生観光ボランティアの育成 21
- ・観光分野での市内各種ボランティア団体との連携 22

外国人来訪者に対する対応強化

本市に立地する世界的な大企業の研究施設などにビジネスで訪れる多くの外国人がいます。そうした来訪者に本市で快適に過ごしてもらう工夫をします。

【アクション（取組例）】

- ・外国語版観光マップの充実 23
- ・案内板、誘導板などの市内公共サインの外国語併記 24
- ・市内飲食店等と連携したメニューの外国語併記 25

受入れ基盤の整備

本市を訪れた方が、便利で快適な観光を楽しんでもらえる環境整備を行うことは、まちとしてのホスピタリティの基本であることから、受入れ基盤の整備を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・ 本厚木駅観光案内所の機能の充実 26
- ・ 本市の魅力（観光、飲食、歴史、土産など）の情報発信基地を設置（道の駅など） 27
- ・ 名所探訪・体験型プログラム・ご当地グルメ・温泉入浴など本市の魅力を一度に楽しめる手軽な観光バスツアーの実施 28
- ・ 本厚木駅周辺地区のまちなみの統一化 29
- ・ 来訪者が分かりやすい駅名や駅前などの案内サインの整備 30
- ・ 色（シティカラー）や音など五感への訴えに工夫したまちづくりの推進 31
- ・ 市内の店舗を紹介するおもてなしマップの作成 32

(2) 「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」 定住促進戦略

戦略の2つ目は、生活環境の充実などにより定住促進を図り、「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」の実現につなげる事業展開です。

「住んで良いまち」に必要な生活環境の充実と積極的な情報発信

東京・横浜の近郊にあるまちという優位性のアピール

東京や横浜から1時間程度の近郊にあるまちとして厚木のロケーションは優れています。この住みやすさ・通勤の利便性等をアピールして、本市の優位性の周知を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・首都圏の交通機関（鉄道、バス）と連携したPRキャンペーンの実施 33
- ・東名高速道路のサービスエリア等でのPRキャンペーンの実施 34
- ・大手デベロッパーなど不動産業界に対する本市の優位性の積極的なPR活動の実施 35

自然環境と調和した都市生活のアピール

丹沢・大山等を控えた豊富な自然や、身近な里山や河川などの存在は貴重です。その維持・整備を図り、より親しみを感じさせる自然としての環境を整えるととともに、市外に対して、こうした自然環境と都市生活の調和をアピールし、住んでみたいまちとしての魅力向上と発信を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・マスメディアと連携した丹沢・大山や河川でのPRイベント、キャンペーンの実施 36
- ・市民による清掃活動や学校教育と連携した環境保護教育の推進など自然環境維持に向けた意識の醸成と取組の実施 37
- ・丹沢・大山などの自然の維持・環境整備に取り組む団体への支援 38

恵まれた河川資源の活用による生活空間の充実

市内には相模川を始めとした大小の河川が全域に広がり、市民の暮らしと密接につながっています。この豊かな河川資源を活用し、市民の親しみやすい、ふれあいの場として、心やすらぐ生活空間を提供し、住みたい、住み続けたいまちとしての魅力向上を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・河川周辺の心やすらぐ生活空間としての整備やレクリエーション活動などでの積極的な活用 39
- ・河川活用を進める団体等との協働による良好な河川環境の保全 40
- ・“鮎”と“ひと”をつなぐ相模川をアピールする取組の実施 41

生活環境の充実と情報発信

市民や市内企業にとって本市は、子育て環境（県内 1 位）や財政力指数（県内 1 位）など客観的な評価を持ち合わせたまちです。更に満足度の高いまちになるための生活環境（子育て、安心安全、教育、文化、スポーツなど）の充実を図るとともに、シティセールスとなる事業の積極的な情報発信を行います。

【アクション（取組例）】

- ・本市の先進的な行政施策や各種事業を市ホームページや広報紙、ポケットブックなどを活用し積極的に情報発信 42
- ・E C Oバイクの導入などの先進的な取組の実施と、あつぎエコ特別大使を中心とした環境都市としてのイメージ発信 43
- ・保育施設等の充実など、本市の手厚い子育て支援策の更なる充実と、子育て環境の充実したまちとしての情報発信 44
- ・公共交通機関（電車）始発便の充実や電車の乗り入れなど、公共交通機関の利便性向上への取組 45

本市を学ぶ機会の拡大

人々が本市の良さや知識を深める機会の充実

歴史、文化、観光など、そのまちにまつわる様々な事項について関心をもつことは大切なことです。こうしたことから、本市についての学習機会を充実させ、厚木の良さや知識を深めることにより本市への愛着心を育みます。

【アクション（取組例）】

- ・児童・学生に対する本市についての学習機会の更なる充実 46
- ・地域の郷土史家や大学研究者などを講師とした地域の公民館などでの勉強会や講演の開催 47
- ・本市で育まれてきた自然・歴史・経済・文化を再発見し、後世に伝えていく「厚木学」提唱シンポジウムの実施 48
- ・「あつぎ協働大学」や「輝き厚木元気塾」などにおける本市の観光、歴史、文化などを学ぶ機会の充実 49
- ・ITを活用した本市を学ぶ機会（厚木検定など）への取組 50

(3) 「夢を育むまち・あつぎ」文化発信戦略

戦略の3つ目は、市民の夢に向かう活動を支援し、「夢を育むまち・あつぎ」の実現につなげる事業展開です。

多くの人々の夢を育む環境の整備

文化芸術活動の推進

市民が夢に向かい、生き生きと文化芸術活動を行うことができるようなまちは魅力です。そうした市民の夢を育む環境づくりに取り組むとともに、多くの市民が身近な場所で文化芸術に親しむ機会の充実を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・ 中心市街地における文化芸術活動を支援するための環境整備と中心市街地からの文化芸術活動の発信 51
- ・ あつぎ市民芸術文化祭の更なる充実や、市内で開催されるイベントに文化芸術を採り入れるなど文化芸術によるにぎわいづくり 52
- ・ 観光イベントにおいて地域の郷土芸能を発表するなど、観光振興と郷土芸能の保存活動を結びつけた取組 53
- ・ 市民が貴重な文化財や作品に触れる機会の創出 54

映像メディアを活用したまちづくり

本市には映像メディアに関する民間企業、大学が立地しています。民間企業、大学、市民、行政が連携して映像メディアを活用したまちづくりを進めるとともに、映像メディアを通して市内外に本市の魅力をPRします。

【アクション（取組例）】

- ・ あつぎフィルムコミッションを活用した映画、TVドラマなどの誘致活動の推進と市民エキストラの積極的な募集 55
- ・ 産官学連携による映像メディアを活用し、豊かなコミュニティの創造、経済の活性化に向けた取組 56
- ・ 市民や大学生を主体とした映像フォーラム・コンテストの開催 57

イベント・コンベンション誘致活動の強化

全国規模の各種イベントや大会を誘致することで集客を図るとともに、来訪者だけでなく全国に向けて本市の魅力やイメージを発信します。

【アクション（取組例）】

- ・ B-1 グランプリなど全国的な話題性・集客力のあるイベントの誘致 58
- ・ 全国大会、プロスポーツなどが開催可能なスポーツ施設の整備と地元・観光業界と一体となった全国大会等の誘致 59
- ・ プロスポーツチームを誘致し、スポーツのまちとしてのイメージを発信 60

企業と連携した環境の整備

地域の企業等と連携した人材育成の推進

本市には、多くの企業の工場・研究所が存在します。その強みをいかし、それら企業と連携して、企業の経営者や研究者などによる市民向けの講演会などを開催することで、地域の人材育成を図るとともに、地域全体で人材育成に取り組むまちとしての機運の醸成を図ります。

【アクション（取組例）】

- ・市内企業の経営者や研究者などによる市民向けの講演会の実施 61
- ・市内の学校と企業が連携した職業体験の受入れ体制の整備やこれら取組のPR 62

(4) 「協働のまち・あつぎ」 協働推進戦略

戦略の4つ目は、更なる市民協働の取組を推進し、「協働のまち・あつぎ」の実現につなげる事業展開です。

市民協働、市民参加によるまちづくりの推進

市民と連携したまちづくりへの取組

市民自治意識の高いまちは魅力的です。本市では、地域課題や多様化する市民ニーズに的確に対応するために、市民の発想力や創造力、得意分野をいかしながら、市民活動団体などと行政が対等のパートナーとして、協力して行動することを重視しています。市民協働、市民参加のまちづくりを更に充実させながら、こうした本市の姿勢を大いにPRしていきます。

【アクション（取組例）】

- ・市民協働事業提案制度の充実 63
- ・市の審議会等への市民参加機会の更なる拡大 64
- ・会議への傍聴やパブリックコメントに対するより積極的な参加誘導 65
- ・市の施策(イベント等)への企画段階における市民の意見の反映や参加 66
- ・市民団体と連携したシティセールスの推進 67
- ・マイタウンクラブ会員による地域資源の発掘と情報発信 68
- ・マイタウンクラブを通じたコミュニティづくりの推進 69
- ・セーフコミュニティモデル（推進）地区の全市的な展開 70

民間との連携によるまちづくりの推進

企業、大学と連携した取組

市内には、多くの企業や専門性の高い大学があります。今後ともそれぞれの包括協定等を通じ、対等のパートナーとして行動し、地域の活性化やまちづくりを進め、本市の積極姿勢を発信していきます。

【アクション（取組例）】

- ・市内の企業と連携し、駅構内への製品展示やネーミングライツなど産業的視点でのシティセールスを推進 71
- ・市内大学と連携して行う生涯学習事業「あつぎ協働大学」の更なる充実 72
- ・市主催イベントなどへ企画段階からのスタッフとして参加 73
- ・市内企業の経営者や研究者などによる市民向けの講演会の実施（再掲）
- ・市内観光関連大学との連携による本市の観光振興の充実 74

3 プロモーションの推進

シティセールスの推進に当たっては、効果的な情報発信とシティセールスを推進するための体制づくりが重要です。

(1) 多彩な魅力を効果的に情報発信

市内外に効果的に情報発信することにより認知度を高め、多くの方々にその魅力を伝える取組が重要であることから、様々な手法により、積極的なプロモーション（働きかけ）を行います。その際、とくにアナログ（ひと）とデジタル（情報）の双方の効果的なプロモーションが必要になります。

市長によるトップセールスの展開

シティセールスの推進に当たり、市長が先頭に立つことは大いにインパクトがあることから、様々な場面においてトップセールスを進めます。

【アクション（取組例）】

- ・ 市長による各種イベントでの積極的なPRや市ホームページ、パンフレットでのPR 75
- ・ 友好都市と連携したトップセールスの実施 76

ITなど各種ツールを活用した情報発信力の強化

情報発信効果が高い市ホームページを始め、市民、厚木ファンにより「生」の情報交換が日々行われている厚木ならではの「マイタウンクラブ」、また厚木ビジョンや市広報など、各種ツールを最大限に活用した情報発信を行います。

【アクション（取組例）】

- ・ 誰にとっても見やすく、使いやすく、分かりやすいホームページの構築 77
- ・ 本市の魅力や観光情報を一元的に発信する情報サイトの開設 78
- ・ 本市ホームページ内の「ブロードバンド放送局」の積極的な活用 79
- ・ マイタウンクラブを活用した地元「口コミ」情報の発信 80
- ・ ミニブログなどを活用した厚木の魅力的な情報の発信 81

様々なマスメディアを活用した情報発信

効果的な情報発信を行うには、ターゲットの明確化とその情報を届けるための的確なツール選択が必要です。ターゲットに届けたい情報がしっかりと伝わるようにTV、雑誌、新聞など様々なマスメディアを活用して情報発信をしていくことが必要です。情報発信に当たっては、記事として取り上げてもらおうための適切な情報のリリースはもちろん、取り上げたくなるような取組にしていくことも大切です。

【アクション（取組例）】

- ・ イベントに合わせた情報誌等への的確な情報リリースの仕組みづくり 82
- ・ 情報誌やテレビ局と連携した本市の特集企画などパブリシティの徹底 83
- ・ あつぎビジョン、ケーブルテレビなどの映像メディアの最大限の活用 84
- ・ 厚木FM放送局の開設による市民への情報提供 85

「ひと」による魅力の発信

本市にゆかりのある著名人を特別大使として任命し、テレビなど様々な媒体を通して市のイメージアップを図ります。また、本市の魅力を広くPRしていただける方々を大使として委嘱するほか、市民でなければ分からない魅力的な情報を口コミやインターネットなどにより発信していただける方の協力の下で、日常での活動において市のPRを図ります。

【アクション（取組例）】

- ・ 本市にゆかりのある著名人や本市のPRに協力していただける市民や企業人を大使に委嘱 86
- ・ 市民や市外の厚木ファンなどの協力による「口コミ」情報の発信 87

民間と連携した情報発信

効果的な情報発信を行う上では行政だけでなく、民間の視点により情報発信を行うことも重要です。こうしたことから、民間と連携した情報発信を積極的に進めます。

【アクション（取組例）】

- ・ 市内企業の協力による市の施策（イベントなど）のPR 88
- ・ 行政情報と民間情報を一元的に情報発信できる仕組みづくり 89

情報発信拠点の整備

本市を訪れる方にとっての玄関口である本厚木駅などでの情報発信を充実します。また、来訪者が多く立寄る市内のコンビニエンスストアと連携した情報発信を行います。

【アクション（取組例）】

- ・ 本厚木駅連絡所（観光案内所）などでの情報発信の充実 90
- ・ 愛甲石田駅での情報発信の強化 91
- ・ 市内のコンビニエンスストアと連携した情報発信 92

市内の交通機関と連携したPR

多くの方々に利用されている公共交通機関（電車、バス、タクシーなど）と連携し、交通広告を活用したPRを行います。

【アクション（取組例）】

- ・電車内や沿線駅構内、またバス車内での観光ポスターの掲示やギミック広告（興味や注目を引くために意外な仕掛けをした広告）の活用 93
- ・タクシー事業者と連携した車内広告でのPRやフェイス・トゥ・フェイスでの情報発信 94

(2) シティセールス推進体制の充実

庁内の推進体制の充実を始め、地域住民や団体との連携による体制づくりや、近隣自治体との広域的な連携を図り、シティセールスの継続的な活動を推進します。

全庁的な取組の推進

シティセールスを本市の全庁的な取組として位置づけ、職員一人一人の意識の向上を図るとともに、本市の魅力的な施策について、各部署から積極的な情報発信を行います。

【アクション（取組例）】

- ・職員一人一人のシティセールス意識の醸成のための研修などの実施 95
- ・イベントに合わせた情報誌などへの的確な情報リリースの仕組みづくり（再掲）
- ・各部署が連携した効果的な情報発信の仕組みづくり 96

庁内推進体制の充実

庁内関係部署で構成する「シティセールス推進チーム」を継続し、庁内のシティセールス事業の推進に向け、庁内一体となった組織的な取組を進めます。

【アクション（取組例）】

- ・推進チームによる本指針の戦略を着実に実行するための検討や提案 97

地域住民等との連携による推進体制の整備

シティセールスの推進に当たり最も重要な担い手は、本市の魅力や特性を最も良く知っている市民や地域団体、民間事業者の方々です。こうした方々とも協力・連携してシティセールスを実施・推進するための体制を整備します。

【アクション（取組例）】

- ・市民や市外の厚木ファンなどの協力による「口コミ」情報の発信（再掲）
- ・市民、地域団体、民間事業者、大学などとの連携による推進体制の整備 98

近隣自治体との連携など広域的な推進体制の整備

県や近隣自治体と連携した推進体制を整備し、効果的なシティセールスに取り組めます。

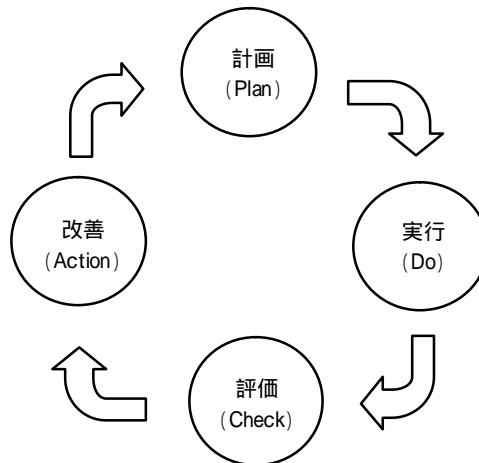
【アクション（取組例）】

- ・ 広域連携基盤である「県央やまなみ地域」における着地型観光プランの開発（再掲）
- ・ 広域連携による効果的な情報発信（広報など）の仕組みづくり 99
- ・ 神奈川県や近隣自治体との協働による広域観光マップづくり 100

4 PDCAサイクル¹⁶による事業の推進

事業の推進に当たっては、マーケティング調査を踏まえた戦略的な取組はもとより、偶発的に訪れるチャンスにも迅速、的確に対応していかなければなりません。

社会の潮流を的確に把握しつつ、計画（Plan） 実行（Do） 評価（Check） 改善（Action）を繰り返し、効果的・効率的な事業展開を図ります。



PDCAサイクル

¹⁶ 「Plan...企画」、「Do...実施」、「Check...評価」、「Action...改善」というサイクルのことで、事務事業を実施して終わりにするのではなく、結果を振り返って評価(Check)を行い、改善(Action)することで次回の企画(Plan)・実施(Do)につなげていくものです。

調査研究を終えて

調査研究を終えて

厚木のプロジェクトで得られたもう一つの果実

委員長 嶋津 隆文
(松蔭大学教授)

地域ブランドの活用に関する本調査研究は、ほぼ1年間を通し8回を重ねて議論してきた。当然ながらその過程で、各委員から報告書には載録しきれない、多くの発言ややりとりがあった。しかしそこでの忌憚のない意見のいくつかは、私にとってはすこぶる新鮮であり、今回の作業過程でのもう一つの貴重な果実であったと思われるものである。

厚木市を舞台に、厚木市シティセールス戦略検討委員会という別の顔も持ちながら、進められてきた今回のプロジェクトである。そこでは若年から年配層まで、また多様な職場出身の15人の委員から幅広く意見が出され、時には対立することも空回りすることも起きた。それでも何とかとりまとめに至ったそのプロセスでの、地域ブランドやシティセールスに関する各委員の発言は、紛れもなく今日のわが国の地域や住民ニーズの実相を示しているものとも言えるのである。

それだけに、この発言のやりとりを含む幾つかのエピソードを、委員会でのもう一つの成果としてそれなりに記録しておくことも、私に課せられた作業ではないか。そう考えて、巻末に走り書きメモとして載録する次第である。

厚木というまちの一角での、生(なま)の市民の議論の声、他自治体等での同種のプロジェクト運営での、何らかの参考になればと思うものである。

1 「このまちのウリは何であろうか」の議論で

15人の委員は、年齢層は30代から60代に及ぶ。また肩書も商業団体から農業団体、ホテル関係者、観光協会役員、公募市民などと多様である。

そのメンバーを抱え、いかに各人からホンネの議論を引き出せるか。また斬新な視点を聞き出せるか。委員会ではスタートに際し、まずこのことを配慮した。すなわちシティセールスの方向性を出すのに大切なことは、整然とした理論というより、日常生活で各人が皮膚で感ずるこのまち(厚木市)のイメージや課題を、ストレートに提出してもらうことが出発点となると考えたのである。

客観的な観光動向や定住意識は、前後して(財)地方自治研究機構によるアンケート調査の実施が予定されていた。それとの整合は後で議論すればよい。そのアンケートなどの結果に影響を受ける前に、委員からは市民の生(なま)の感覚での問題点や方向性を、ストレートに浮かび上がらせることが大事だろう。まずそう思ったのである。

果たしてこの問いかけは、とりもなおさず「このまちのウリは何であろうか」という論点にストレートに結びつくこととなった。換言すれば、厚木市がアピールできる「誇り」とは何かを見つける作業に直結することとなったのである。その結果、アンケート調査の補強も受けつつも、早期に4つの都市イメージは集約されることとなった。それが、

「味よし、眺めよし、気持ちよし！」

「ちょうどいい！」

「世界へ発信！」

「みんなでつくる！」

の4つなのである。そこでここに至る過程で、大いに印象的であったエピソードを、散発的ながら述べておくこととする。

2 「4つの都市イメージ」をめぐる議論で

第1は、「味よし、眺めよし、気持ちよし」のイメージをめぐる論議での発言についてである。

「食」でいこう。これが各委員の圧倒的な声であった。厚木のまちのウリは「食」であるとの意見が初めから強く出されたのである。厚木市には背後に雄大な大山や清冽な中津川などといった眺めのよい自然も控えている。しかし今日の厚木の特徴（ウリ）となり、今後のポテンシャルを持つ一番のファクターと考えれば、「食」がもっとも有効であろうとの意見であった。

この「食」を基軸にしようとの主張の背景ははっきりしていた。平成20年のB1グランプリ（B級グルメ）全国大会（久留米市で開催）で、厚木のシロコロ・ホルモンが全国一となり、地元だけでなく、テレビや新聞などマスコミで騒動に近い話題となっていたからである。この盛り上がりを一載一遇のチャンスと考え、今が旬のシロコロ・ホルモンを突破口に厚木の「食」の拡大を図り、さらには商店街への誘客を拡大する。そしてまち全体の活性化を図ろうと各委員は期待したのである。厚木は従来からとん漬やソーセージなどの肉製品が特産として浸透している。地元の資源として存在する「食」産業の広がりをベースに、マスコミのノリに乗って、地域全体の活性化を図ろうとの算段である。

もちろん委員会では、シロコロホルモン探検隊長らがメンバーとして参加しており、この「食」重視での方向性を主張する。しかしそれだけではなかった。ほぼ全員のメンバーが、自分のまちが全国的な話題に上っていることへの小気味よさを楽しんでおり、この資源を活用しない手はないと確信しているようにも見受けられたものである。

「味よし、眺めよし、気持ちよし」の都市イメージは、こうして比較的すんなり設定された。もっとも「食」と文字はいささか直接的過ぎるのではないかという指摘から、最終的には「味」という表現に変わったことは留意されてよいであろう。

第2に取り上げるべきは、「ちょうどいい」の都市イメージ論議でのやりとりである。委員会でメンバーがホホーと納得したのは、「ちょうどいい」というフレーズがある委員から提案された時のことであった。

厚木のまちは、生活上もショッピングの配置や、散策できる自然（山、川、緑）も近い。東京から1時間というロケーション上も、あるいは人口規模的にも恰好の頃あいである。暮らすのに「ちょうどいい」まちではないか。現状をいたずらに否定することをせず、いわば「足るを知る」といったまちのあり様が提言されたのである。その提案は、何と若い女性からであった。

これからの世代の目線を示された気がしたからであろうか、その視点と表現の目新しさに、他の委員も同意する。発展性ばかりに固執するのではなく、さりげない日常の中での充実感を大切にしようとの発想に、大いに新鮮さを感じたものといえようか。あるいは、今あるまちの姿に自信を持つべきだとの意味合いに、納得したのかもしれない。

いずれにせよ「ちょうどいい」とのフレーズは、そのまま厚木の有力な「都市イメージ」として採用されることになるのである。

第3に記しておくべきやりとりは、「世界へ発信！」に関してである。このでっかい方向性は、上記の「ちょうどいい」イメージと、ともすれば対照的な発想といえるだろう。しかしこの積極性も矛盾なく、厚木の都市イメージとして設定されていく。経緯でいえばこういうことである。

そもそもこの「世界へ発信！」の都市イメージは、厚木のまちの技術や人材資源に着眼し、日本や世界に飛び出しリードしてほしいとの次世代への期待を込めたものであった。しかし、それがさらに強調されることになったきっかけは、B級グルメ（シロコロ・ホルモン）を契機にして厚木を元気づけようと、話しが盛り上がっていた時のことであったのである。

「厚木をB級のイメージとすることには異論がある。厚木には日産やソニーなど世界のトップ企業があり、世界のVIPが集まってくる。このまちはB級でなくA級でもある。このこともしっかりとウリにすべきものではないか」。

こうホテル関係者から発言があったのだ。たしかに日産やソニーといった、多くの世界のトップ企業の存在は十分、厚木市民にとっての誇りになっていたものであろう、これまた委員一同大いに頷くところとなったのである。

このことに関連して、付言していくことがある。すなわち厚木の従来イメージとして、圧倒的に浸透しているのが「マッカーサー元帥」である。戦後60年以上経ちながら、サングラスにパイプを咥えて厚木飛行場のタラップに降り立った人物の姿は、現在も敗戦日本の記憶として厚木市のみならず日本中に強烈に残されている。この負のイメージを何とか払拭したいとの思いは、委員会の、とくに年配層のメンバーの中に十分感じられたところであった。

厚木市民にとって、敗戦イメージは特にトラウマといってもよい存在なのである。マッカーサー色の払拭のために、戦後日本の復興と発展の象徴である日産やソニーなどの企業ブランドを活用できないか。そう考えたとしても不思議ではない。連合国支配は厚木から始まった。まちのこのイメージを、戦後経済の発展の舞台であることをアピールすることで、180度転換できるかもしれない。そんな市民の思いが、この「世界へ発信！」の都市イメージには込められている。私にはそう思われたものである。

第4として掲げられた、の「みんなでつくる！」という都市イメージは、主として行政サイドから提案されたものだ。安心安全のまちづくりや自治基本条例の策定などを進め、自治と協働のまちをつくりたいと欲する厚木市にすれば、「みんなでつくる」というイメージづくりは軸にしたいところである。しかしこのイメージの方向性も、昨今の風俗店の広がりなどを懸念するメンバーからは強く賛同された。こうして協働してまちづくりを進めるとの4つめの都市イメージも、大きな異論もなく設定されていったと言える。

ちなみにこのやりとりで見られるように、今次の調査研究の特徴としては、市民による委員会としながらも、市の担当者もこのメンバーの一員として参加したことも挙げられる。職員は、単に事務局として黒子的な行動に終始するのではなく、メンバーとしての自由な発言を行うことを前提とした。そして担当職員もそれを是とし、忌憚なく発言したのである。役所が出過ぎれば市民委員の反感を買い、市民委員だけの主張では方向が拡散しかねない。その微妙なバランスの中で双方の議論が整理されていったことは、委員長としてホッとしたものである。

それにしてもこうした委員会の運営を下支えする作業は、スタッフに大きな負担を強いるものである。深夜までの残業を重ねながらその職を果たした研究機構や市のスタッフの、その努力には敬意を表したいものである。

さて、こうした「味よし、眺めよし、気持ちよし」といい、「ちょうどいい」といった都市イメージの論議を経て、何よりも感じられたことがある。それは、委員たちの、いやおそらくその背後にみえる市民の、自分たちのまち厚木への「思い」というものである。実に強い愛着心と自信がそこには垣間見えたのだ。換言すれば、高齢化や成熟社会への移行の中で、各地域に広がるコミュニティ重視の傾向の一端というべきものかも知れない。

そのこともあってであろう、委員のメンバーからは、市(市職員)へ時おり「我々の意見を十分反映させるつもりがないのではないか」といった発言も出された。上述したように、「突出」を是とする市民の行動と、「バランス」を配慮しなくてはならない行政の相克である。しかしそれも、それぞれに地元厚木への強い愛着心があればこそその所以ではないかと思われたものである。

3 「キャッチフレーズを何にするか」の議論で

ついで一番時間がかかったのが、キャッチフレーズの論議であった。シティセールスにとっての中心作業である。それだけにメンバーの思いも強く、なかなかの難産であった。

作業としては、それまでに出示された4つの都市イメージとそれに基づく戦略を、すべて吸収するところから設定しようと議論が重ねられた。すなわち「味わう」「にぎわう」「ふれあう」の3つのファクターを入れ込んで、キャッチフレーズを作っ
ていこうとの議論となったのである。

まず、出示されたのは

「ふれあう」 「にぎわう」 「味わう」 厚木（あつぎ）

という案であった。年末までのことである。しかしまとまるまで至ることはなかった。年明けにはパブリックコメントが市民に行われた。そこから、一つのヒントが市役所に届けられたのである。それが「思い立ったら厚木」というフレーズであった。思わず飛びついたものである。そこで案としてまとまれたのが、

「味」と「緑」と「ふれあい」と

…思い立ったら厚木（あつぎ）

というものであった。しかし最終回になってキャッチフレーズ論議は再び盛り上がることとなる。

「「ふれあい」などというのは私達の世代には気持ち悪い」と若い女性メンバー。

「「緑」などという言葉は動きがなく平板ではないか」とは団塊世代の年配男性。

「この際、思い切って「緑」という名詞でなく「緑る」といった動詞にしてはどうか」。

このホテル関係委員の発言で論議はさらに熱が入っていったのである。「緑」を「緑る」とする。「味」も思い切って「味る」とする。すなわちそのことによって、若い人たちにも意表を突かせ、触発性をもたせようとしたのである。極めつけはにぎわい懇談会会長の一言であった。

「そうそう、ラリルレロというラ行のつく商品はヒットするんですよ、昔から」。

これで勝負があったのだ。かようにして決定されたのが、本報告書のキャッチフレーズなのである。

「^{あじ}味味る」「^{みど}緑緑る」「ふれる」

…思い立ったら厚木

「食」と「自然（山と川と緑）」と「自治」の3方向を表現し、「る」という動詞型で「行動性」「積極性」を表現する。意表を突いたフレーズの「意外性」「触発性」でシティセールスをしていこうとの思いが、ここに凝縮したのである。シティセールスは勢いがなくてはならない。楽しくなくてはならない。委員会でのそんな一貫

した気運が、こうした結果を生んだものとも言えるのである。

こうした結果になったものの、最後までメンバーが案じたのが市（行政）サイドの決定である。委員会としては、このドキッとするような斬新なフレーズを提案するものの、果たして厚木市が行政として最終的にこれを受け止められるのか、市の方針と出来るのか。率直に案じているが、この委員会の提案を受け、厚木市の行政計画として、上記のフレーズが採用されることを期待するものである。

資料編

資料編

1 シティセールス推進の展開

本編（1～3章）では、各種調査等から得られた現状をもとに、本市が発信すべき4つの都市イメージ、それを踏まえたシティセールスを推進する上での3つの目標、さらにそれらを具体化するための4つの戦略と事業展開・アクション（取組例）を示してきました。

資料編では、これらの事業展開・アクション（取組例）も採り入れた平成22年度に展開する事業を戦略毎に整理し示しました。

(1) 「訪れたいまち・あつぎ」交流拡大戦略

【 地域資源の発掘と魅力の向上】

NO.1	あつぎ食ブランドの活用	担当課	シティセールス推進課
事業目的	あつぎ食ブランドを効果的に活用し、市内外に対して積極的に情報発信し、本市の知名度の向上やイメージアップを図る。		
事業内容	1 あつぎ食ブランド活用による“厚木”のPRを展開 ・都庁PRコーナー ・東名高速海老名サービスエリア ・有楽町ふるさと情報プラザ ・都道府県会館（県東京事務所） 2 あつぎ食ブランドPRパンフ等作成 など。		

NO.2	厚木市緑のまつりの開催	担当課	公園緑地課
事業目的	厚木市を花と緑あふれる住みよいまちとして発展させ、緑がもたらす多くの潤いと安らぎを市民に認識してもらえよう実施している。		
事業内容	平成22年度で37回を数える。会場は、森の里1丁目にある若宮公園自由広場。緑に親しもう教室、植木・草花の即売会、緑の相談コーナーなどに加え、「花と緑のステージ」では音楽演奏、ダンス・舞踊、子供キャラクターショーなどが行われる。初日の開会式では「全国植樹祭2010」を記念して植樹イベントを行う予定。		

NO.3	にぎわい爆発あつぎ国際大道芸の開催	担当課	商業にぎわい課
事業目的	中心市街地の公園、商業施設などを利用しにぎわい創出を図るとともに、中心市街地商店会の商業活性化事業を支援することにより、商業振興を図ることを目的とする。		
事業内容	中心市街地の複数を会場として、様々な大道芸を鑑賞するイベントを開催するため実行委員会を組織し、同委員会へ委託して開催する。		

NO. 4	小江戸あつぎまつりの開催	担当課	商業にぎわい課
事業目的	中心市街地の公園、商業施設などを利用しにぎわい創出を図るとともに、中心市街地商店会の商業活性化事業を支援することにより、商業振興を図ることを目的とする。		
事業内容	「第6回小江戸あつぎまつり」 江戸時代に、渡辺華山が厚木の繁栄を「江戸と変わらず」と賞賛したことから、イベントを実施する。		

NO. 5	観光環境の整備	担当課	観光振興課
事業目的	首都近郊に位置する優位性と豊かな自然と温泉等に恵まれた観光資源を活かし魅力ある観光地づくりを行うとともに、観光施設的美観性確保と観光客の利便性を図り、快適環境を促進する。		
事業内容	飯山地区へ桜の苗木の植栽、養生等の維持管理 七沢地区へのもみじの苗木の植栽、養生等の維持管理		

NO. 6	観光行事の開催	担当課	観光振興課
事業目的	魅力あるイベントを開催し、市のイメージアップと集客力の向上を図る。		
事業内容	1 あつぎ鮎まつりの開催 期日 8月上旬 会場 相模川三川合流点、厚木中央公園、厚木中央通りほか 催物 大花火大会、オープニングパレード、DANBEパフォーマンスコンテスト等各種催物 2 あつぎ飯山桜まつりの開催 期日 3月下旬から4月上旬にかけて 会場 飯山白山森林公園 桜の広場 催物 飯山白龍太鼓、飯山温泉花見おどり、さくら輿ほか各種催物 3 地域の観光イベントの補助 総事業費の30%以内(会議費、食料費、寄付金等除く)を補助		

NO. 7	観光PR展の開催	担当課	観光振興課
事業目的	本市の観光情報を都内在住者等に広く紹介宣伝し、誘客促進を図る。		
事業内容	観光PR・物産展の開催 厚木の名物・名産の販売及びパンフレット等を配布して厚木のPRを実施		

NO. 8	観光案内の実施	担当課	観光振興課
事業目的	本市の観光地、観光施設を広く紹介宣伝し、誘客促進を図るとともに、利便性を増進する。		
事業内容	観光地の案内業務、宿泊施設の紹介宣伝を実施し、観光客へのサービスの向上と誘致拡大に努める。		

NO.9	B-1グランプリ等の開催	担当課	観光振興課
事業目的	「食」をテーマにしたまちづくりの手法の一つとして、全国的に注目されているB-1グランプリを厚木で開催することで、「市」、「商業」、「市民」が一体となった「まち」を目指すと共に、全国にシティセールスを実施する。		
事業内容	<p>1 B-1グランプリ in 厚木大会 主催：実行委員会、愛Bリーグ 開催日：平成22年9月18日(土)、19日(日) 会場：厚木中央公園ほか 参加団体：48団体</p> <p>2 (仮称)かながわ食の祭典 主催：厚木市、神奈川県、実行委員会 開催日：B-1グランプリと同時開催 参加団体：50団体</p> <p>3 緊急雇用 (主な業務) (1)全国の市町村に対する広報活動 (2)県民・市民に対する広報活動 (3)参加団体を擁する市町村との連携による広報資料等の作成 (4)大会当日の会場広報、案内活動 (5)その他、実行委員会との連携による集客・広報活動 (雇用期間) 4月1日から募集を開始し、5月1日から10月30日の雇用期間とする。</p>		

NO.10	花ごよみの創出	担当課	観光資源課
事業目的	四季折々の花を観光資源の一つと位置づけ、誘客に結び、入込観光客数の増加を図るものです。		
事業内容	<p>1 桜狩ウォーキング事業 市内の桜の植栽地や季節の花の群生地を地図に入れ込み、開花時期を示すとともに、主な名所旧跡などを入れ、この地図を片手に散策ができるウォーキングマップを作成します。</p> <p>2 フラワーウォール創出事業 中津川堤防法面の除草後に防草シートを張り、つるバラの実証栽培(植栽面積約40㎡)、市民協働での育成など、全体(植栽面積約7,000㎡)実施に向けた体制作りを図ります。</p> <p>3 花の里創出事業 飯山観音、白山周辺において、桜だけではなく四季を通して集客を図るため、四季の花の名所づくり(河津桜、蠟梅等)や花の道づくり(アジサイ、パンジー等)などを、七沢においては、里山をいかしたモミジや花の広場づくりなど、地域と協働で花の里づくりを行い新たな観光資源を創出します。</p>		

NO.11	あつぎマラソンの開催	担当課	スポーツ課
事業目的	<p>厚木市民を始め、県内外のマラソン愛好者を対象に大会を実施することにより、首都圏における中核都市をめざす元気で明るい厚木市を紹介し、競技力の向上と更なる生涯スポーツの振興を図ることを目的とする。</p> <p>また、小中学生対象部門の充実を図ることにより、子どもの基礎体力の向上、自己で掲げた努力目標の達成及びスポーツ活動の習慣化を目指すことを目的とする。</p>		
事業内容	<p>厚木市荻野運動公園競技場を発着点とする周辺道路を使用し、10月下旬に小学生・中学生・高校生及び一般の部門を開催する。</p> <p>【種目及び部門】</p> <p>1 km 親子の部・1 kmの部・1.5 kmの部</p> <p>3 kmの部・10 kmの部・ハーフマラソンの部</p>		

NO.12	あつぎ駅伝競走大会の開催	担当課	スポーツ課
事業目的	<p>大会を通して、市民のスポーツ活動に対する関心を高めてスポーツ交流を促進し、併せて競技力の向上を図るとともに、首都圏における諸機能の一翼を担う業務核都市として、また県央都市圏の中心拠点として着実に発展を続けている「明るく楽しい、元気なまち厚木」を紹介する。</p>		
事業内容	<p>厚木市荻野運動公園競技場を発着点とする周辺道路を使用し、1月下旬に地区対抗・女子・高校・大学・一般及び小学生の部開催する。</p> <p>【種目及び部門】</p> <p>地区対抗の部 6区間 21.0975km</p> <p>女子の部 6区間 21.0975km</p> <p>高等学校、大学、一般の部 6区間 42.195 km</p> <p>小学校の部 4区間 4.9 km</p>		

【ホスピタリティの向上】

NO.1	シティセールスの推進	担当課	シティセールス推進課
事業目的	<p>本市の魅力や特性を生かして他都市との差別化を図り、多くの人や企業などから認められ、選ばれる都市を目指す。</p>		
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 おもてなし意識の醸成と体制整備 <ul style="list-style-type: none"> ・市職員の研修会の実施 ・接客事業者等との協働による体制づくり ・市街地歓迎ムード（花・フラッグ等）の創出(B-1ほか) ・おもてなしマップづくり 等 2 あつぎ情報誌（B-1を含む。）の発行 3 市内大学との協働による食のシンポジウムの開催 4 あつぎ大使の充実・活用 など。 		

【 その他既存事業】

NO. 1	国内外友好都市の受入派遣	担当課	秘書課
事業目的	国内外友好都市との各分野での交流を促進するため、訪問団の受入及び派遣を行い、市民文化の向上を図る。また、国内外友好都市のPRを行う。		
事業内容	国内外有効都市（網走市・横手市・揚州市・軍浦市・ニューブリテン市へ）へ訪問団を派遣または受け入れ友好都市PR活動を行う。		

NO. 2	七沢自然ふれあいセンターの活用	担当課	七沢自然ふれあいセンター
事業目的	施設利用の推進並びに七沢自然ふれあいセンターの豊かな自然環境を活用した事業を展開し、学習機会と場の提供することを目的とする。		
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 七沢自然ふれあいセンター施設利用 厚木市立小中学校、団体・家族・少人数グループを対象に自主的、創造的な教育活動の実践や様々の体験活動を支援。 2 子ども自然体験教室・親子ふれあい自然体験教室自然にふれながらの野活動を通して、人や家族のふれあいを深めるため実施。 3 ふれあいデー 施設を開放して、日ごろの活動体験や施設の紹介をするため開催。 4 七沢フレンズ（中高生ボランティア）の活用 各種活動体験する参加者に指導・助言などリーダーとしての研修を実施。 5 自然環境体験事業 施設周辺の森林セラピー基地を拠点として、季節にあった体験事業を実施。 		

NO. 3	みどりの育成	担当課	公園緑地課
事業目的	あつぎつつじの丘公園に市民の手で植えられたつつじ等の適正な育成、維持管理を行い、日本一のつつじの公園に育て上げるとともに、みどり豊かな荻野運動公園拡張区域の植生管理やコミュニティーガーデンに花を植え、市民はもとより観光客に感動と安らぎ提供する。		
事業内容	<p>あつぎつつじの丘公園、荻野運動公園拡張区域、コミュニティーガーデンの良好な環境が保持できるように適正な育成・維持管理を行う。</p> <p>あつぎつつじの丘公園については、5月上旬のツツジの開花期に合わせて、5万2千本のツツジの花を堪能していただけるよう休憩所を設置し、「つつじが元気に咲きました！2010」を開催する予定。</p>		

(2) 「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」定住促進戦略

【 「住んでよいまち」に必要な生活環境の充実と積極的な情報発信】

NO.1	ワンストップサービスの推進	担当課	行政経営課
事業目的	第4次行政改革大綱の重点指標である市民満足度の向上を目指し、市民の利便性の向上や親しみやすく、分かりやすい窓口とすることを目的とする。		
事業内容	本庁舎1階・2階で実施している証明書発行や戸籍等手続、税務関連、子育て・高齢者関連をエリアとして捉え、各エリアでは、市民の方に移動していただくのではなく、職員が入れ替わり対応するワンストップ型総合窓口を開設し、案内表示も見直しをするなど、より一層、迅速に、正確に、分かりやすく、市民目線に対応し、満足度の高い窓口を目指します。		

NO.2	後期高齢者の人間ドック助成	担当課	医療政策課
事業目的	健康の保持増進のため、特定健診と同等以上の人間ドックの助成をする。		
事業内容	75歳以上の方が受診した人間ドックの費用の一部を助成し、健康の保持・増進を図る。(長寿健診との重複不可、年1回、2万円を上限。)		

NO.3	あつぎ健康相談ダイヤル24の実施	担当課	医療政策課
事業目的	市民が医療や健康に関する不安について、いつでも相談できる環境を整備し、市民が安心して生活が送れるようにすることを目的とする。		
事業内容	電話による医療・健康相談窓口を設置し、24時間・365日専門のヘルスカウンセラーが、市民からの医療、健康、メンタルヘルス、介護、育児等の相談に対応する。		

NO.4	災害時看護職ボランティアの登録制度の実施	担当課	医療政策課
事業目的	災害時に必要に応じて設置する市内14箇所の医療救護所において、医療救護活動を迅速かつ効果的に行えることを目的とする。		
事業内容	看護師等の資格をお持ちの方に「災害時看護職ボランティア」として、各医療救護所に事前に登録していただき、災害時に医療スタッフとして御協力いただく。		

NO.5	保健センターフェスティバルの開催	担当課	健康づくり課
事業目的	市民の健康に対する意識を高め、普及啓発に関する各種事業を展開することにより、健康の増進を図ることを目的とする。		
事業内容	各種健康・栄養相談、体力測定、健康関連団体の紹介、健康あつぎ21等健康啓発事業の実施。		

NO. 6	事業所内保育施設設置費の補助	担当課	こども育成課
事業目的	保育サービスの拡大を図り、保育所待機児童の解消と企業における子育て支援を促進する。		
事業内容	企業等が設置する事業所内保育所の施設整備費等に対して、補助金を交付する。		

NO. 7	子育て支援センターの運営	担当課	こども育成課
事業目的	地域の子育て家庭や、これから子育てを始める家庭の保護者や児童に対する支援体制の充実を図るために設置した子育て支援センターにおいて、児童の健やかな成長や子育て家庭に対する総合的な支援を行う。		
事業内容	子育て家庭や、これから子育てを始める家庭の保護者に対し、総合的な支援活動を実施する。拡充内容として子育てサロンを土曜日開所する。		

NO. 8	小児医療費の助成	担当課	こども家庭課
事業目的	小児に係る医療費の一部を助成することにより、その健全な育成を支援し、小児の福祉の増進を図ることを目的とする。		
事業内容	満9歳までの乳幼児等の入・通院及び中学生以下の小児が入院した場合、健康保険適用の医療費の自己負担額を助成する。(対象年齢を小学校修了までに拡大予定)		

NO. 9	子育て日常生活用品の支援	担当課	こども家庭課
事業目的	子どもを生み育てやすい環境づくりに向けて、第2子以降の子を養育している子育て世帯に対し、日常生活用品を支給することにより、経済的負担の軽減を図り、子育てを支援する。		
事業内容	紙おむつやおしりふきシート等について、受給者がカタログから選択した品物を毎月自宅に配送する。		

NO. 10	母子家庭等への福祉手当金の給付	担当課	こども家庭課
事業目的	近年の離婚の急増など、母子家庭等をめぐる諸状況の変化に対応し、母子家庭等の自立促進のため、子育て、生活支援、就業支援をするとともに、経済的支援など総合的な母子家庭等の福祉増進を図ることを目的とする。		
事業内容	父若しくは母が死亡し、又は父母が離別し、又はこれと同様の状況にある児童(義務教育修了前までの間にある者)と生計をともにし養育し、かつ、本市に住所を有する父又は母等に対して児童の年齢に応じて手当金を支給する。		

NO.11	母子家庭等への家賃の助成	担当課	こども家庭課
事業目的	近年の離婚の急増など、母子家庭等をめぐる諸状況の変化に対応し、母子家庭等の自立促進のため、子育て、生活支援、就業支援をするとともに、経済的支援など総合的な母子家庭等の福祉増進を図ることを目的とする。		
事業内容	父若しくは母が死亡し、又は父母が離別し、又はこれと同様の状況にある児童(18歳に達する日以後最初の3月31日までの間にある者)と生計をともにし養育し、かつ、本市に住所を有する父又は母で者に対して家賃額に応じて助成する。		

NO.12	母子家庭等への児童就学祝金の給付	担当課	こども家庭課
事業目的	近年の離婚の急増など、母子家庭等をめぐる諸状況の変化に対応し、母子家庭等の自立促進のため、子育て、生活支援、就業支援をするとともに、経済的支援など総合的な母子家庭等の福祉増進を図ることを目的とする。		
事業内容	父若しくは母が死亡し、又は父母が離別し、又はこれと同様の状況にある小学校、中学校又は高等学校に入学する児童と生計をともにし養育し、かつ、入学する日に本市に住所を有する父又は母に対して就学祝金を支給する。		

NO.13	不妊治療費の助成	担当課	こども家庭課
事業目的	医療保険の対象とならず、高額な医療費を要する特定不妊治療(顕微授精、体外受精)について、治療に要する費用の一部を助成することにより、不妊治療をする夫婦の経済的負担の軽減を図ることを目的とする。		
事業内容	戸籍上の夫婦で1年以上本市に居住しており、かつ、神奈川県が指定した医療機関において特定不妊治療を受けた後、神奈川県特定不妊治療費助成事業の交付決定を受けている者に対して助成する。		

NO.14	パートナーフェスタの開催	担当課	人権男女参画課
事業目的	ひとりひとりの基本的人権が尊重され、だれもが安心して快適に生活を送ることができるよう、人権問題の解消を図る。		
事業内容	パートナーセンター利用サークルによる華道・書道・茶道等の展示、体験、コーラス・踊り・演奏等の発表、外国籍市民による日本語スピーチ発表会、男女共同参画推進講座などをパートナーセンターを会場として実行委員会形式で行う。		

NO.15	セーフコミュニティの推進	担当課	生活安全課
事業目的	<p>事故やけがは、偶然の結果ではなく予防できるという観点から、地域住民と行政等が協力して、「誰もがいつまでも安全で健康に暮らせるまち」に取り組み、WHO（世界保健機関）のセーフコミュニティ認証を受け、「世界に誇れる安心・安全なまち」を目指す。</p>		
事業内容	<p>市民、各種団体、関係機関、行政などが協働して、事故やけがの予防対策に取り組み、市民が安心して健康に暮らせるまちを目指し、セーフコミュニティ事業の推進を図る。</p> <p>また、安心安全活動の推進や市民を対象とした啓発事業、対策委員会（タスクフォース）による安心・安全対策の実施やモデル地区の指定及び拡大による安心・安全対策の実施などセーフコミュニティ活動を推進する。</p> <p>セーフコミュニティ活動を広く周知・発信するため、（仮称）「市民安心安全フェスタ 2010in あつぎ」を開催するとともに、WHO の認証取得を目指す。</p> <p>世界一の「安心して安全なまちの創造」に向け、継続性あるセーフコミュニティ活動の推進を図るため、市民協働による検討組織を立ち上げ、「（仮称）セーフコミュニティ推進に関する条例」の策定に向けて検討を進める。</p>		

NO.16	児童用自転車ヘルメット購入費の助成	担当課	交通安全課
事業目的	<p>児童用自転車ヘルメット着用を普及させ自転車乗用中の児童の頭部を保護し、かつ転倒時における怪我の軽減を目的とするとともに交通安全意識の高揚を図る。</p>		
事業内容	<p>市内在住の小学生及びその保護者に対し、児童用自転車ヘルメット購入費の一部を助成する。ヘルメット1個につき1,000円の補助（児童1人1回）</p>		

NO.17	幼児2人同乗用自転車の購入費の助成	担当課	交通安全課
事業目的	<p>幼児2人同乗用自転車（幼児2人を同乗させる場合の安全性に配慮した自転車）を普及させ自転車利用者の安全を図る。</p>		
事業内容	<p>市内在住の6歳未満の幼児を2人以上養育している保護者に対し、幼児2人同乗用自転車の購入費の一部を助成する。</p> <p>購入価格の1/2を補助（上限4万円）但し実車講習会受講者のみ</p>		

NO.18	チャイルドシート着用の推進	担当課	交通安全課
事業目的	<p>乳児を交通事故から守るとともに、チャイルドシート着用の促進を図る。</p>		
事業内容	<p>市内在住の1歳未満の乳児を養育している保護者に対し、チャイルドシートを無料貸出する。</p>		

NO.19	中心市街地LED防犯灯の設置	担当課	生活安全課
事業目的	厚木市グリーンニューディール基金を活用し、既存の防犯灯をLEDに改修することにより、電力消費量の削減等を図り、財政的負担の軽減と地球温暖化防止という側面から防犯をサポートします。		
事業内容	平成22年度、23年度で、中心市街地内(約56ha)における既設の32ワットの防犯灯250灯を、現在と同じ電気料で蛍光灯100ワット相当の照度が得られるLED防犯灯に交換する。また、中心市街地内の公園2箇所(市管理のもの)に、ソーラーパネルLED防犯灯を設置します。		

NO.20	生ごみ処理機等購入費補助金の交付	担当課	資源対策課
事業目的	家庭から排出される生ごみの減量化及び資源化対策の一環として、電動生ごみ処理機及び非電動式生ごみ処理容器の購入費の一部を補助している。 【対象】厚木市民が市内の販売店で購入したもの 【補助率】購入費の3/4(税抜き・100円未満切捨て) 【補助限度額上限】電動 5万円、非電動式 1万円		
事業内容	平成20年4月から補助率を1/2から3/4に引き上げたところ、電動は約3.7倍、非電動式は約1.4倍の申請があり順調に普及しています。 なお、この補助制度において特に電動の補助制度は県内他市町村と比較しても高い補助割合となっており、平成21年10月から実施したごみ減量化・資源化新システムに伴い、平成21年12月末現在、昨年度を約114%上回る申請がありました。こうした制度は他市町村にも誇れる制度だと思います。		

NO.21	厚木市さつきまつりへの補助	担当課	公園緑地課
事業目的	市の花さつきの開花期をとらえ、市の花として広く市民に紹介するとともに、東部地区商業の振興対策の一環として実施している。		
事業内容	平成22年度で34回を数える。会場は、中央通り及び厚木中央公園。 さつき盆栽の展示・即売、さつき苗無料配布、優良さつき盆栽の表彰、さつきまつり記念大売出し、歩行者天国オープニングパレード、みこしショー、子供ヒーローショー、歌謡ショーなどが行われる。		

NO.22	水辺のふれあいの創出	担当課	河川ふれあい課
事業目的	市全域の水辺を対象に、水辺と人とのふれあいをより身近にするため、憩いと活動の場の再生・創出を図る。		
事業内容	1 (仮称)河川ふれあいマップ作成 2 親水広場ふれあい事業の実施		

NO.23	企業立地元気アップサポートの実施	担当課	産業振興課
事業目的	企業等の立地の促進及び産業用地の創出により、市民の雇用機会の拡大及び産業の活性化を図り、にぎわいあふれる利便性の高いまちづくりの推進に寄与することを目的とする。		
事業内容	<p>平成 21 年 4 月より新たに既存の条例を全面リニューアルいたしまして、全国でもトップレベルの「厚木市企業等の立地促進等に関する条例」を制定し、企業が立地する際の支援を更に拡大するとともに産業用地の創出にも配慮した制度となっているものです。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 固定資産税等の課税免除と不均一課税 2 雇用奨励金 3 企業立地奨励金 4 環境配慮型設備設置奨励金 5 産業用地創出奨励金 		

NO.24	エンゼルサポートの実施	担当課	商業にぎわい課
事業目的	市内商店会等の商業活動などを支援することで、街のにぎわいを創出し、商業の活性化を図ることを目的とする。		
事業内容	子育て支援に協力する店舗、企業等で予め設定した割引やサービス等の届出を取りまとめ、エンゼルサポートカードを所持する世帯が買い物を行うときに各種の特典が受けられるものとする。		

NO.25	市民朝市の開催	担当課	農業振興課
事業目的	市内で生産、収穫された新鮮で安心・安全な農畜産物の販売を通じて、農業者と都市住民との交流を促進し、地場消費拡大と農業経営の安定を図る。		
事業内容	文化会館駐車場において朝市を開催し地場農産物を広く紹介するとともに、新たに販路拡大、地場消費拡大の推進を目的とする。		

NO.26	夕焼け市の開催	担当課	農業振興課
事業目的	市内で生産、収穫された新鮮で安心・安全な農畜産物の販売を通じて、農業者と都市住民との交流を促進し、地場消費拡大と農業経営の安定を図る。		
事業内容	荻野運動公園にて夕焼け市を開催し、市内で生産される新鮮で安全な農畜産物や食料品を消費者に直接提供することにより、地産地消の推進と地場消費拡大を図るとともに、生産者と消費者のふれあいの場を創造することを目的とする。		

NO.27	獣害防護柵の設置	担当課	鳥獣被害対策課
事業目的	広域的な獣害防護柵（電気柵）の設置により効果的な被害防除を図り、野生鳥獣による生活・農作物被害を防止し、市民等の安全及び農業経営の安定を図る。		
事業内容	広域的な獣害防護柵（電気柵）の設置により効果的な被害防除を図り、農耕地及び住宅地への有害鳥獣の侵入を防止する。 ・防護柵（電気柵）設置事業 実施地区：小鮎地区、玉川地区 計画延長：6,000m（小鮎地区3,000m＋玉川地区3,000m）		

NO.28	中学校学校給食の実施	担当課	保健給食課
事業目的	食育基本法が施行され、生徒に対する食育として、生涯にわたって健全な心と身体を培い豊かな人間性を育むための基礎作りを目的として中学校給食を実施する。		
事業内容	望ましい食習慣の定着のため、小学生で基礎を身につけ、中学生の時期に定着を図るため、生きた教材として完全給食を市内全13校に提供する。 【参考】 県下実施率(厚木市含) 16.2% (H20.5.1)		

NO.29	あつぎマラソンの開催(再掲)	担当課	スポーツ課
事業目的	厚木市民を始め、県内外のマラソン愛好者を対象に大会を実施することにより、首都圏における中核都市をめざす元気で明るい厚木市を紹介し、競技力の向上と更なる生涯スポーツの振興を図ることを目的とする。 また、小中学生対象部門の充実を図ることにより、子どもの基礎体力の向上、自己で掲げた努力目標の達成及びスポーツ活動の習慣化を目指すことを目的とする。		
事業内容	厚木市荻野運動公園競技場を発着点とする周辺道路を使用し、10月下旬に小学生・中学生・高校生及び一般の部門を開催する。 【種目及び部門】 1 km 親子の部・1 km の部・1.5 km の部 3 km の部・10 km の部・ハーフマラソンの部		

NO.30	あつぎ駅伝競走大会の開催(再掲)	担当課	スポーツ課
事業目的	大会を通して、市民のスポーツ活動に対する関心を高めてスポーツ交流を促進し、併せて競技力の向上を図るとともに、首都圏における諸機能の一翼を担う業務核都市として、また県央都市圏の中心拠点として着実に発展を続けている「明るく楽しい、元気なまち厚木」を紹介する。		
事業内容	厚木市荻野運動公園競技場を発着点とする周辺道路を使用し、1月下旬に地区対抗・女子・高校・大学・一般及び小学生の部開催する。 【種目及び部門】 地区対抗の部 6区間 21.0975km 女子の部 6区間 21.0975km 高等学校、大学、一般の部 6区間 42.195 km 小学校の部 4区間 4.9 km		

NO.31	中央図書館の運営	担当課	中央図書館
事業目的	高度化・多様化する市民等の学習及び情報ニーズに応えるため、中央図書館や移動図書館を運営し、図書館資料の充実を図り、市民の教育と文化の発展に寄与する。		
事業内容	個人や団体への図書等の貸出や調査・相談等により、生涯学習や情報ニーズに応える。 現状 ・総貸出冊数1,680,279点で、県下の単館での利用数は人口規模で比較するとトップである。 ・県央地区公共図書館(8市1町1村)中、広域利用者が最も多い。 ・県央地区公共図書館で、利用者に共通項目で一斉に行った図書館満足度調査で総合1位の評価を得た。 ・市民意識調査で、1年間に利用した公共施設のトップである。 こうした現状から、本市で最も集客力のある事業(施設)を行っているといえる。		

NO.32	こどもブックライフサポートの実施	担当課	学校教育課
事業目的	学校図書館の機能の充実とともに、児童・生徒の主体的・意欲的な学習活動や読書活動の推進を図る。		
事業内容	市内各小・中学校にこどもブックライフサポーターを配置し、学校図書館担当教諭の職務を補佐するとともに、学校図書館の円滑な運営のための業務を行う。		

NO.33	登校支援の推進	担当課	青少年教育相談センター
事業目的	子どもたちが抱える心の問題の軽減を図り、不登校児童・生徒数の増加を防ぐため、小中学校における教育相談の質を高める。		
事業内容	不登校をはじめとする児童・生徒の心の問題への早期対応のため、登校支援相談を活用する。 不登校対策研究校の指定を行い、小学校へのスクールカウンセラーを派遣し、カウンセリングを充実させる。またモデル校においてQ-Uアンケートを実施し、学級経営の改善について研究する。さらに、学校からの要請により不登校サポートチームを設置し、対応を協議する。		

【本市を学ぶ機会の拡大】

NO.1	小学校「放課後あつぎ元気塾」の実施	担当課	学校教育課
事業目的	小学校3、4年生の児童に国語及び算数の基礎的・基本的な内容の確実な定着を図る。		
事業内容	放課後の教室を利用し、小学校3、4年生の児童に国語及び数学の基礎的・基本的な内容の確実な定着を図るため、復習を中心とした個別の学習指導を行う講師を派遣する。		

NO.2	厚木市SEL教育基金の活用	担当課	学校教育課
事業目的	厚木市SEL教育基金を活用した事業を実施することにより、確かな学力を身に付けた心豊かで健康な児童・生徒の育成を図る。		
事業内容	厚木市SEL教育基金条例に基づき、「児童・生徒の表彰」や「携帯型学習機器を活用した学習活動」及び「厚木こども科学賞の表彰」などの事業を行う。		

NO.3	先生のための寺子屋講座の実施	担当課	教育研究所
事業目的	今日的な教育課題に対応するとともに、学級経営等における実践に即、生かせる研修を実施し、教育実践意欲の向上に資する。		
事業内容	教職員及び将来本市で教職をめざしている市民を対象に、土曜日に開催している自主参加型の研修講座で22年度は12講座を予定している。		

(3)「夢を育むまち・あつぎ」文化発信戦略

【 多くの人々の夢を育む環境の整備】

NO.1	フィルム・コミッションの実施	担当課	広報課
事業目的	映画やテレビドラマなどの撮影を誘致・支援することにより、観光振興及び経済振興、並びに、市民参加による地域振興等を図る。		
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・あつぎフィルム・コミッション協議会の運営 ・ロケ候補地、撮影関連サービス、市民エキストラの登録と制作会社等への紹介 ・その他撮影に係る手続き、活動の支援 		

NO.2	子ども科学館の運営	担当課	青少年課
事業目的	プラネタリウムを通して宇宙や科学に関する情報を提供するとともに、音楽、文学など様々な分野に触れる場として活用することにより、文化への関心を促し、知的好奇心に応える。		
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 500万個の恒星を投影できるプラネタリウムでの投影 2 星空コンサートなど科学以外の分野と融合させたイベントの実施 3 コスモシアターをプラネタリウム、音響・映像機器を備えた多目的貸ホールとして市民に開放 		

NO.3	野外彫刻造形展の開催	担当課	生涯学習課
事業目的	野外での作品展示や体験教室など、市民が気軽に芸術文化に触れる機会を提供し、市民の芸術文化への創造と育成を図る。		
事業内容	<p>毎年、ぼうさいの丘公園を会場として、彫刻・造形作家や市民グループの作品を野外に展示し、多くの芸術作品に触れてもらう機会を提供している。また、彫刻作家の指導による石彫教室や木の工作教室も同時に開催している。</p> <p>なお、H22年度に20回目を迎えるため、20周年記念事業を計画中である。</p>		

NO.4	厚木青少年音楽コンクールの開催	担当課	生涯学習課
事業目的	地域の文化活動の一環として、厚木市及び県央地区の音楽文化の普及向上を図り、音楽を愛好する青少年の育成に寄与する。		
事業内容	ピアノ、バイオリン、声楽、その他の楽器の4部門においてコンクールを開催する。上位入賞者には、市民文化祭の音楽発表部門に出演してもらうとともに、他のコンクールへの出場を促すための奨励金を交付する。		

NO. 5	郷土芸能の公開	担当課	文化財保護課
事業目的	本市の特色ある歴史・文化を色濃く伝える相模人形芝居等の郷土芸能を保存・伝承することを目的とする。		
事業内容	市内に伝承される郷土芸能を広く周知するため、公演の場を提供する。 1 保育所、幼稚園、小中学校、高校、大学、企業等での公演 2 郷土芸能まつりの開催		

NO. 6	和田傳文学基金の活用	担当課	文化財保護課
事業目的	和田傳氏の遺志による寄附金に基づき、和田傳文学賞を実施することにより、詩・作文・短歌・俳句を通して文学に親しむとともに、児童・生徒の文学的資質の高揚を図る。		
事業内容	市内各小・中学校及び厚木市に在住で私立小・中学校に通っている児童・生徒に、詩・作文・短歌（中学生のみ）・俳句（中学生のみ）の募集を行い、審査委員会において選出された作品を、和田傳文学賞授賞式において表彰する。		

NO. 7	あつぎ協働大学の開設	担当課	生涯学習課
事業目的	多様化・高度化している市民の生涯学習意欲に対応すること、また、市民の協働意識の向上を図ることを目的とする。		
事業内容	市内5大学との包括協定を活用して、市と5大学が連携して実施する。各大学の個性を活かした教養科目と、市の施策や概要などを学び、まちづくりやボランティア活動などにつながるための市民協働科目を実施する。		

NO. 8	輝き厚木塾の開設	担当課	生涯学習課
事業目的	生涯学習の振興、学習環境の整備等		
事業内容	市民と行政が協働して行う生涯学習のスタイルで、市民が講師となって自主的に企画・運営していく講座を“輝き厚木塾”として開設していく事業。 “生涯学習リーダースキルアップ研修”を実施し、講師の資質向上を目指す。		

(4) 「協働のまち・あつぎ」協働推進戦略

【 市民協働、市民参加によるまちづくりの推進 】

NO. 1	自治基本条例の策定	担当課	企画政策課
事業目的	厚木市における自治の基本理念を明らかにするとともに、市民、議会及び行政の役割や責務、市民参加・市民協働のまちづくりを進める上でのルールを定めることにより、地方自治の本旨の住民自治の拡充を図ることを目的とする。		
事業内容	「住民自治の確立」を目指し、平成 20 年度から市民と共に取り組んできました自治基本条例を制定します。また、この条例を広く市民へ周知するため、シンポジウムなどを開催します。		

NO. 2	広告事業の実施	担当課	行政経営課
事業目的	市の資産に民間企業等の広告を掲載することにより市の資産を有効に活用し、及び新たな財源を確保することで、市民サービスの向上及び地域経済の活性化を図る。		
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・官民協働による広告事業を利用して地域価値向上を目指す。 ・（仮称）厚木市シティセールス推進指針の関連として、駅前の案内サインやマスメディアを活用した情報発信、市内交通機関と連携した PR など、市内企業の広告を掲載する広告事業を活用し、地域経済の活性化を図る。 		

NO. 3	市民協働の推進	担当課	地域力推進課
事業目的	市民活動の推進と市民協働のルールづくりを推進する。		
事業内容	<p>1 市民協働事業提案制度</p> <p>この制度の目的は、市民活動団体の専門性や柔軟性をいかした公益的な事業の提案を公募し、プレゼンテーション等の審査を経て採択された事業について、団体と市が協力し、対等な関係で事業を実施するものです。また、提案事業については、市民サービスの向上が図られ、協働で実施することで相乗効果が期待できる事業であること等が要件となっています。</p> <p>なお、応募数 11 件(平成 21 年度)でしたが、このうち、採択された 2 事業(予算化は 1 事業{あつぎ環境市民の会「みんなの環境展」})について、市と市民活動団体が協働で事業を実施するものです。</p> <p>2 (仮称)市民協働推進委員会の設置</p> <p>自治基本条例に関する提言書にも掲げられている、市民と行政の協働を進めるため、「協働の基本原則や仕組み」などについて、検討する組織を設置するものです。</p>		

NO. 4	あつぎ協働大学の開設（再掲）	担当課	生涯学習課
事業目的	多様化・高度化している市民の生涯学習意欲に対応すること、また、市民の協働意識の向上を図ることを目的とする。		
事業内容	市内5大学との包括協定を活用して、市と5大学が連携して実施する。各大学の個性を活かした教養科目と、市の施策や概要などを学び、まちづくりやボランティア活動などにつながるための市民協働科目を実施する。		

NO. 5	輝き厚木塾の開設（再掲）	担当課	生涯学習課
事業目的	生涯学習の振興、学習環境の整備等		
事業内容	市民と行政が協働して行う生涯学習のスタイルで、市民が講師となって自主的に企画・運営していく講座を“輝き厚木塾”として開設していく事業。 “生涯学習リーダースキルアップ研修”を実施し、講師の資質向上を目指す。		

NO. 6	グリーンアイル（みどりの回廊）の整備	担当課	公園緑地課
事業目的	市民の健康やゆとりの創出、また観光にも寄与すべき事業の1つとして、既存の公園緑地をフルに活用し、本市の豊富な自然と様々な事業との連携により蘇らせ、ネットワーク化することで市の発展・活性化を目指す。		
事業内容	H21年度策定の基本計画に基づき事業実施に向け、職員並びに市民との協働により事業検証し、優先度や年度事業費の算定を実施していく。 【H22年度は予算計上していない】		

NO. 7	エンゼルサポートの実施（再掲）	担当課	商業にぎわい課
事業目的	市内商店会等の商業活動などを支援することで、街のにぎわいを創出し、商業の活性化を図ることを目的とする。		
事業内容	子育て支援に協力する店舗、企業等で予め設定した割引やサービス等の届出を取りまとめ、エンゼルサポートカードを所持する世帯が買い物を行うときに各種の特典が受けられるものとする。		

NO. 8	市街地にぎわい懇話会の開催	担当課	商業にぎわい課
事業目的	中心市街地の公園、商業施設などを利用しにぎわい創出を図るとともに、中心市街地商店会の商業活性化事業を支援することにより、商業振興を図ることを目的とする。		
事業内容	商業の活性化を図り、中心市街地のにぎわいを取り戻すことを目的に広く消費者、事業者及び学識経験者から意見を聴取し、今後の中心市街地活性化の施策を反映させる「市街地にぎわい懇話会」を開催する。		

NO. 9	にぎわいアドベンチャーの開催	担当課	商業にぎわい課
事業目的	中心市街地の公園、商業施設などを利用しにぎわい創出を図るとともに、中心市街地商店会の商業活性化事業を支援することにより、商業振興を図ることを目的とする。		
事業内容	あつぎにぎわい処を拠点に「市街地にぎわい懇話会」と「大学生」が協働して、実行委員会を立ち上げ、年間20回程度のイベントを企画・運営することに対する事業費補助を行う。		

NO.10	にぎわいまちの魅力の創造	担当課	商業にぎわい課
事業目的	中心市街地の公園、商業施設などを利用しにぎわい創出を図るとともに、中心市街地商店会の商業活性化事業を支援することにより、商業振興を図ることを目的とする。		
事業内容	回遊路であるタウンモール沿いに位置する公園や商業施設等を利用して、季節感あふれる事業を支援することで、中心市街地への集客を図り、商業活性化に結びつける。 また、東部商業地域の商業活性化を目的として、地域の商店会等が実施する空き店舗を活用した店舗展開や集客施設の運営など、新たなまちの魅力を引き出す事業を支援する。		

【 民間との連携によるまちづくりの推進 】

NO. 1	地域公共交通活性化・再生の検討	担当課	都市政策課
事業目的	快適な交通環境を創るため、既存の電車やバスなど公共交通の充実を図る。		
事業内容	地域公共交通の活性化及び再生を総合的かつ一体的に推進するための「地域公共交通総合連携計画」の目標達成に向け、具体的な取り組みを検討する。今年度については、バスセンターでアクスト線以外の乗り溢れを解消するため、既存連節バスを新たな路線に導入し、効率的・効果的な運行を検討する。		

NO. 2	元気アップスクールの推進	担当課	学校教育課
事業目的	各小・中学校が地域とのきずなを大切にした特色ある学校づくりを推進し、児童・生徒の「生きる力」の育成を図る。		
事業内容	基本予算のほか、各小・中学校が設置した企画推進委員会からの提案プランを受け、地域との連携・信頼関係を基盤にして行われる事業に対して必要な経費を交付する。		

(5) プロモーションの推進

〔 多彩な魅力を効果的に情報発信〕

NO. 1	シティセールスの推進（再掲）	担当課	シティセールス推進課
事業目的	本市の魅力や特性を生かして他都市との差別化を図り、多くの人や企業などから認められ、選ばれる都市を目指す。		
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 おもてなし意識の醸成と体制整備 <ul style="list-style-type: none"> ・市職員の研修会の実施 ・接客事業者等との協働による体制づくり ・市街地歓迎ムード（花・フラッグ等）の創出(B-1 ほか) ・おもてなしマップづくり 等 2 あつぎ情報誌（ B -1 を含む。 ）の発行 3 市内大学との協働による食のシンポジウムの開催 4 あつぎ大使の充実・活用 など。 		

NO. 2	広報の実施	担当課	広報課
事業目的	市政や市民活動に関する情報を広報紙やパブリシティなどにより、市民に分かりやすく提供する。		
事業内容	市の魅力の発信に特化したシティセールスガイドを作成する。また、名刺サイズに折りたためるミニガイドも作成。職員が名刺とともに配布することで、市内外に市の魅力をPRする。		

NO. 3	映像メディアの活用	担当課	広報課
事業目的	ケーブルテレビや駅前の大型映像装置、インターネット動画配信などのメディアを効果的に活用し、市内外に向けて、市政情報や生活に役立つ情報などを分かりやすく発信する。		
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・映像メディアの情報の連携と効果的な発信。 ・B-1 グランプリを2日間生中継し、あつぎビジョンやケーブルテレビで状況を発信する。 ・映像コンテストと広報写真コンクールを同時開催する。 		

NO. 4	地域情報化の推進	担当課	情報政策課
事業目的	インターネット等の情報システム及び情報機器を活用し、市民サービスの向上を図るとともに、行政事務の合理化を推進する。		
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 厚木市公式ホームページについて、平成21年度にリニューアルした機能を活用し、より多くの方に利用していただけるよう、内容の充実を図る。 2 マイタウンクラブの更なるサービス内容の充実と安定したシステム稼働を図る。 3 上記システム等によりサービスを提供するために必要な施設、ネットワークの維持管理を行う。 		

NO. 5	地域連携ポータルサイトの維持管理	担当課	情報政策課
事業目的	厚木市地域連携ポータルサイトを運用することにより、生涯学習の充実、地域経済の活性化、地域コミュニティの再生などを図るとともに、当該システムの安定稼動に係る維持管理を行う。		
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 第三者の立場から、地域連携ポータルサイト運営全般を評価するため、第三者評価機関を年2回程度開催する。 2 地域連携ポータルサイトの機能追加などのシステム改修を実施し、利便性の向上を図る。 3 地域連携ポータルサイトシステム（サーバ機器等）の運用、管理、保守業務を行う。 		

【 推進体制の充実】

NO. 1	シティセールスの推進（再掲）	担当課	シティセールス推進課
事業目的	本市の魅力や特性を生かして他都市との差別化を図り、多くの人や企業などから認められ、選ばれる都市を目指す。		
事業内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 おもてなし意識の醸成と体制整備 <ul style="list-style-type: none"> ・市職員の研修会の実施 ・接客事業者等との協働による体制づくり ・市街地歓迎ムード（花・フラッグ等）の創出(B-1 ほか) ・おもてなしマップづくり 等 2 あつぎ情報誌（B-1 を含む。）の発行 3 市内大学との協働による食のシンポジウムの開催 4 あつぎ大使の充実・活用 など。 		

シティセールス推進のための事業展開【平成22年度】

「訪れたいまち・あつぎ」 交流拡大戦略

【 地域資源の発掘と魅力の向上】

- 1 (新)あつぎ食ブランドの活用
- 2 厚木市緑のまつりの開催
- 3 にぎわい爆発あつぎ国際大道芸の開催
- 4 小江戸あつぎまつりの開催
- 5 観光環境の整備(飯山、七沢地区における観光整備)
- 6 観光行事の開催(鮎まつり、飯山桜まつりの実施)
- 7 観光PR展の開催
- 8 観光案内の実施
- 9 (新)B-1グランプリ等の開催
- 10 (新)花ごよみの創出
- 11 あつぎマラソンの開催
- 12 あつぎ駅伝競走大会の開催

【 ホスピタリティの向上】

- 1 (新)シティセールスの推進(おもてなし体制整備、あつぎ情報誌の発行、食のシンポジウム開催、あつぎ大使の充実・活用)

【 その他既存事業】

- 1 国内外友好都市の受入派遣
- 2 七沢自然ふれあいセンターの活用
- 3 みどりの育成(あつぎつつじの丘公園などの維持管理)

_____ はアクションの反映
(新)は新規事業

「住みたい、住み続けたいまち・あつぎ」 定住促進戦略

【 「住んでよいまち」に必要な生活環境の充実と積極的な情報発信】

- | | |
|-------------------------|--------------------------------------------------|
| 1 (新)ワンストップサービスの推進 | 18 チャイルドシート着用の推進 |
| 2 後期高齢者の人間ドック助成 | 19 (新)中心市街地LED防犯灯の設置 |
| 3 (新)あつぎ健康相談ダイヤル24の実施 | 20 生ごみ処理機等購入費補助金の交付 |
| 4 災害時看護職ボランティアの登録制度の実施 | 21 厚木市さつきまつりへの補助 |
| 5 保健センターフェスティバルの開催 | 22 (新)水辺のふれあいの創出(親水広場ふれあい事業の実施や(仮称)河川ふれあいマップの作成) |
| 6 事業所内保育施設設置費の補助 | 23 企業立地元気アップサポートの実施 |
| 7 子育て支援センターの運営 | 24 エンゼルサポートの実施 |
| 8 小児医療費の助成 | 25 市民朝市の開催 |
| 9 子育て日常生活用品の支援 | 26 夕焼け市の開催 |
| 10 母子家庭等への福祉手当金の給付 | 27 獣害防護柵の設置 |
| 11 母子家庭等への家賃の助成 | 28 中学校学校給食の実施 |
| 12 母子家庭等への児童就学祝金の給付 | 29 あつぎマラソンの開催(再掲) |
| 13 不妊治療費の助成 | 30 あつぎ駅伝競走大会の開催(再掲) |
| 14 パートナーフェスタの開催 | 31 中央図書館(移動図書館)の運営 |
| 15 セーフコミュニティの推進 | 32 (新)こどもブックライフサポートの実施 |
| 16 (新)児童用自転車ヘルメット購入費の助成 | 33 登校支援の推進 |
| 17 (新)幼児2人同乗用自転車の購入費の助成 | |

プロモーションの推進

【 多彩な魅力を効果的に情報発信】

- 1 (新)シティセールスの推進(おもてなし体制整備、あつぎ情報誌の発行、食のシンポジウム開催、あつぎ大使の充実・活用)(再掲)
- 2 広報の実施(シティセールスガイドの作成)
- 3 映像メディアの活用(ケーブルテレビ、大型ビジョン、インターネットを活用した情報発信)
- 4 地域情報化の推進(ホームページやマイタウンクラブの充実)
- 5 地域連携ポータルサイトの維持管理(マイタウンクラブ内のSNSサイトなどの運用、管理)

【 推進体制の充実】

- 1 (新)シティセールスの推進(おもてなし体制整備、あつぎ情報誌の発行、食のシンポジウム開催、あつぎ大使の充実・活用)(再掲)

【 本市を学ぶ機会の拡大】

- 1 小学校「放課後あつぎ元気塾」の実施
- 2 厚木市SEL教育基金の活用
- 3 先生のための寺子屋講座の実施

「夢を育むまち・あつぎ」 文化発信戦略

【 多くの人々の夢を育む環境の整備】

- 1 フィルム・コミッションの実施(映画やドラマなどの撮影誘致)
- 2 子ども科学館の運営(プラネタリウムの投影や貸しホールとして市民に開放)
- 3 野外彫刻造形展の開催(芸術作品の屋外展示や石彫教室等の開催)
- 4 厚木青少年音楽コンクールの開催
- 5 郷土芸能の公開(教育施設での講演や郷土芸能まつりの開催)
- 6 和田傳文学基金の活用(小中学生への詩、作文等の募集及び表彰)
- 7 あつぎ協働大学の開設
- 8 輝き厚木塾の開設

「協働のまち・あつぎ」 協働推進戦略

【 市民協働、市民参加によるまちづくりの推進】

- 1 自治基本条例の策定
- 2 広告事業の実施(市の資産に民間広告を掲載)
- 3 市民協働の推進
- 4 あつぎ協働大学の開設(再掲)
- 5 輝き厚木塾の開設(再掲)
- 6 グリーンアイル(みどりの回廊)の整備
- 7 エンゼルサポートの実施(再掲)
- 8 市街地にぎわい懇話会の開催
- 9 にぎわいアドベンチャーの開催(にぎわい懇話会、大学生との協働によるイベントの企画・運営)
- 10 にぎわいまちの魅力の創造(季節感あふれる事業への支援等)

【 民間との連携によるまちづくりの推進】

- 1 地域公共交通活性化・再生の検討(連節バスの新路線への導入検討)
- 2 元気アップスクールの推進(地域連携事業の実施)

2 アンケート調査の概要と集計結果

(1) 市民シティセールス意識調査

【目的】本市の都市イメージおよび強み・弱みを把握するとともに、地域資源・観光レジャーに関する意識と行動およびシティセールスの必要要件等の抽出を目的として実施した。

【対象】本市に在住する 18 歳以上の住民 3,000 人（抽出は男女、年齢、地区バランスを考慮した）

【回収】有効回答 1,298 票（43.3%）

【方法】郵送法

【調査期間】平成 21 年 8 月

【主な調査項目】

- ・基本属性（性、年齢、居住地、居住理由等）
- ・本市の現在の都市イメージと今後望むイメージ
- ・住みたい、住み続けたい都市の条件
- ・誇り・自慢としている地域資源（観光交流、地場産品、生活文化）
- ・娯楽、買物など日常行動
- ・シティセールスへの期待
- ・イメージアップや来訪者・市民満足度向上のために必要なこと

【調査票様式および単純集計】次頁以下参照

郵送法

厚木市在住の18歳以上の男女3,000人のうち1,298人より回収（回収率43.3%）

集計結果は、回答率（%）を【】内に表示

厚木市シティセールスに関する市民アンケート調査 ご協力をお願い

日頃から市政にご協力いただき、厚くお礼申し上げます。

厚木市では、今年度、地域の魅力や特色を積極的にPRしていく「シティセールス」^(注)について検討しています。

この調査は、本市が今まで以上に「住み続けたい、また訪れたい」まちとなるため、市民の皆様には本市のイメージや誇りとなる特色、住みたいまちの姿などについてお尋ねし、厚木市ならではの魅力を生かしたシティセールスを検討するための資料にしていきたいと考えています。

調査の対象として、平成21年7月23日現在、本市にお住まいの18歳以上の方を無作為に3,000人選ばせていただいたところ、あなたに回答をお願いすることになりました。お答えいただいた内容はすべて統計的に処理し、他の目的には一切使用いたしません。

お忙しいところ大変恐縮ですが、本調査の目的をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

平成21年7月

厚 木 市

<ご記入に当たってのお願い>

あて名となっているご本人のお考えや日常の行動についてお答えください。
問1から順にお読みいただき、あてはまる選択肢の番号に をつけてください。
設問によって回答が「1つ」「3つ」などと、 をつける数が異なりますのでご注意ください。（回答例：① 男性）

「その他」あるいは自由回答欄への御記入は、なるべく具体的にその内容をご記入ください。

ご回答いただきましたアンケートは、同封の返信用封筒に入れて、無記名のまま切手を貼らずに、8月14日（金）までに、投函してください。

調査についてのお問い合わせは、次のところまでお願いいたします。

厚木市 政策部シティセールス推進課

担当：小野間（おのま） 加藤（かとう）

TEL：046-225-2448（直通） FAX：046-225-3732

E-mail：0210@city.atsugi.kanagawa.jp

^(注)シティセールスとは、まちを豊かにしていくために、まちの魅力や特色を市内外へ効果的にPRすることにより、まちの活性化につなげることを目指す取組です。

問1. あなたは通算で何年くらい厚木市内にお住まいになっていますか。(は1つだけ)

1. 1年未満	【 1.7】	3. 5年以上 10年未満	【 8.4】	5. 20年以上 30年未満	【21.0】
2. 1年以上 5年未満	【 7.3】	4. 10年以上 20年未満	【14.6】	6. 30年以上	【46.4】
無回答【 0.6】					

問2. 現在のあなたのお住まいの種類は次のうちどれですか。(は1つだけ)

1. 戸建て持家	【69.0】	3. 賃貸住宅・マンション	【 9.7】	5. アパート・下宿	【 4.9】
2. 分譲マンション	【12.9】	4. 社宅・寮等	【 1.2】	6. その他()	【 1.8】
無回答【 0.6】					

問3. あなたが現在のお住まいを選ばれた理由は、どのようなことですか。(は2つまで)

1. 自分の家や土地があるから	【16.6】	7. 交通の便が良いから	【14.3】
2. 親が住んでいて、そのまま同居	【17.3】	8. 生まれ育ったところだから	【10.4】
3. 親の近くに住む必要があるから	【 5.2】	9. 住み慣れて愛着があるから	【 7.4】
4. 通勤・通学に便利だから	【21.6】	10. 手ごろな価格で購入できたから	【19.4】
5. 社宅・寮だから	【 1.4】	11. 手ごろな賃貸価格だから	【 4.9】
6. 自然環境が良いから	【15.3】	12. その他()	【10.8】
無回答【 1.3】			

問4. (市外から厚木市へ転入された方のみ伺います。) 転入に当たり、厚木市以外に他の地域も検討されましたか。検討された場合は、候補地と厚木市に決めた理由を記載してください。

1. 検討しなかった	【36.4】
2. 検討した(候補地:)	【17.8】
(理由:)	
無回答【45.8】	

問5. あなたは、主にどの地域で買い物や飲食(外食)、余暇活動など、日常行動をされますか。(それぞれ1つに)

行 動	地 域	厚木市内			厚木市以外の神奈川県内			神奈川県外		
		本厚木駅周辺	大型郊外型の商業施設	厚木市内その他	相模大野周辺 海老名・	横浜市内	その他県内	町田市内	東京23区内	その他
買 物	食料品、日用品など 無回答【 1.7】	1 【26.8】	2 【20.0】	3 【47.3】	4 【 2.9】	5 【 0.8】	6 【 3.6】	7 【 1.3】	8 【 0.8】	9 【 0.8】
	衣料品、電化製品、家具など 無回答【 4.8】	1 【15.7】	2 【31.0】	3 【27.0】	4 【 6.4】	5 【 3.9】	6 【 6.0】	7 【 5.0】	8 【 3.7】	9 【 2.0】
	高級ブランド品・装飾品・時計など 無回答【15.4】	1 【12.6】	2 【 7.6】	3 【13.1】	4 【 7.3】	5 【15.3】	6 【 3.5】	7 【 5.8】	8 【17.6】	9 【 6.1】
飲 食 (外食)	日常的な食事 無回答【 7.1】	1 【30.5】	2 【 4.2】	3 【49.9】	4 【 3.0】	5 【 1.8】	6 【 3.9】	7 【 1.5】	8 【 1.2】	9 【 1.2】
	記念日など特別な食事 無回答【10.7】	1 【23.1】	2 【 2.8】	3 【29.0】	4 【 5.1】	5 【12.8】	6 【 7.0】	7 【 1.4】	8 【 8.8】	9 【 3.4】
余 暇	家族・友人との娯楽・遊び 無回答【 7.3】	1 【37.0】			2 【33.3】			3 【23.9】		
	趣味・自己啓発(習い事・スポーツ等) 無回答【12.2】	1 【60.1】			2 【15.9】			3 【12.6】		

問6. あなたが考える厚木市の「現在の都市イメージ」と、「将来なって欲しいと思うイメージ」をお答えください。(はそれぞれ3つまで)

	現在の都市イメージ	望ましい未来の都市イメージ
1. 自然環境の豊かなまち	【59.2】	【30.2】
2. 食が充実しているまち	【9.8】	【7.8】
3. 若者が多い活気のあるまち	【6.9】	【12.0】
4. 東京・横浜近郊の住みやすいまち	【26.7】	【9.4】
5. 保健・福祉制度が充実しているまち	【12.6】	【39.8】
6. 居住環境・生活環境の整備されたまち	【12.1】	【36.2】
7. 心あたたまふれあいのあるまち	【5.9】	【14.1】
8. 人口増加の続く発展性のあるまち	【8.2】	【9.2】
9. 研究所・大学等のある研究学園都市	【11.2】	【6.6】
10. 有力企業の立地する産業のまち	【11.7】	【8.6】
11. 交通の利便性の高いまち	【22.1】	【29.7】
12. 観光(温泉地等)に恵まれた癒しのまち	【14.6】	【4.5】
13. イベントなどが充実しているにぎわいのあるまち	【10.2】	【7.3】
14. 国際色豊かなまち	【2.2】	【3.6】
15. 防犯・防災対策が充実した安心・安全なまち	【11.3】	【44.2】
16. その他()	【5.4】	【2.8】

無回答：現在のイメージ【9.1】/望ましい未来のイメージ【10.7】

問7. あなたが「住みたい、住み続けたいまち」を考える際に重視することを教えてください。それぞれについてあてはまる欄に を付けてください。(は1つずつ)

	とても重視する	やや重視する	あまり重視しない	重視しない	
1. 買い物が便利	1【60.9】	2【27.5】	3【4.5】	4【0.8】	無回答【6.3】
2. 飲食店が充実している	1【17.1】	2【41.0】	3【25.3】	4【6.3】	無回答【10.2】
3. 子育て支援サービスが充実している	1【39.2】	2【30.6】	3【12.0】	4【5.3】	無回答【12.9】
4. 教育環境が充実している	1【41.9】	2【31.3】	3【9.6】	4【3.8】	無回答【13.4】
5. 医療サービスが充実している	1【71.6】	2【17.3】	3【2.4】	4【0.8】	無回答【7.9】
6. 基幹病院がある	1【61.1】	2【23.4】	3【3.6】	4【1.2】	無回答【10.7】
7. 福祉サービスが充実している	1【53.2】	2【30.4】	3【5.9】	4【1.2】	無回答【9.2】
8. 行政サービスが充実している	1【42.8】	2【36.1】	3【8.7】	4【1.4】	無回答【11.0】
9. 公園・スポーツ施設等が充実している	1【24.0】	2【45.2】	3【17.7】	4【2.0】	無回答【11.1】
10. 文化施設・公民館等が充実している	1【16.1】	2【43.8】	3【24.4】	4【4.2】	無回答【11.4】
11. 娯楽施設が充実している	1【9.9】	2【26.0】	3【41.4】	4【13.0】	無回答【9.6】
12. 市内の移動が便利	1【42.5】	2【33.7】	3【10.2】	4【2.3】	無回答【11.3】
13. 東京・横浜へ行くのに便利	1【34.7】	2【35.4】	3【16.1】	4【4.2】	無回答【9.5】
14. 防犯体制が充実している	1【61.2】	2【23.3】	3【3.9】	4【0.6】	無回答【10.9】
15. 防災体制が充実している	1【57.3】	2【27.0】	3【4.0】	4【0.5】	無回答【11.2】
16. 治安が良い	1【73.5】	2【13.9】	3【2.3】	4【1.2】	無回答【9.1】
17. 自然環境が良い	1【56.3】	2【26.8】	3【5.4】	4【0.9】	無回答【10.6】
18. 地域コミュニティが充実している	1【23.0】	2【44.6】	3【17.6】	4【3.0】	無回答【11.7】
19. 土地・家賃が安い	1【30.2】	2【33.4】	3【20.5】	4【5.3】	無回答【10.6】

問8. あなたは、これからも厚木市に住み続けたいと思いますか。(は1つだけ)

1. 今の場所に住み続けたい	【55.4】	} →	問10へお進み下さい
2. 市内の別のところに移りたい	【8.6】		
3. 厚木市以外の神奈川県内に移りたい	【8.2】	} →	問9へお進み下さい
4. 神奈川県外に移りたい	【3.7】		
5. わからない	【13.8】	} →	問10へお進み下さい
6. その他()	【1.4】		

無回答【8.9】

問9. (問8.で「3.厚木市以外の神奈川県内に移りたい」、「4.神奈川県外に移りたい」とご回答された方に伺います。)厚木市以外へ移りたい理由はどのようなことですか。(は3つまで)

1. 買い物に不便	【34.8】
2. 外食に不便	【5.2】
3. 子育て支援サービスが不十分	【7.1】
4. 教育環境が悪い	【9.0】
5. 医療サービスが不十分	【16.8】
6. 基幹病院がない	【6.5】
7. 福祉サービスが不十分	【7.7】
8. 行政サービスが不親切	【11.0】
9. 公園・スポーツ施設等が不十分	【5.8】
10. 文化施設・公民館等が不十分	【3.9】
11. 娯楽環境が不十分	【5.8】
12. 市内移動の利便性が悪い	【29.0】
13. 東京・横浜への利便性が悪い	【33.5】
14. 防犯体制が不十分	【8.4】
15. 防災体制が不十分	【0.6】
16. 治安が悪い	【27.7】
17. 自然環境が悪い	【6.5】
18. 地域コミュニティが悪い	【4.5】
19. 土地・家賃が高い	【3.2】
20. その他()	【19.4】

無回答【2.6】

問10.(1)厚木市内によく購入(食)するものや、知人などにお勧めできるもの、「厚木」といえば思い浮かぶものについてお答えください。(はいいくつでも)

	よく購入(食)する	知人などにお勧めできる	「厚木」といえば思い浮かぶ	
【食・特産・名物】	とん漬(豚肉の味噌漬)	【23.7】	【41.1】	【53.2】
	シロコロ・ホルモン	【9.5】	【19.8】	【47.9】
	梨・ぶどう・いちごなどの果実類	【28.0】	【17.3】	【10.9】
	トマトなどのハウス野菜	【23.9】	【6.2】	【4.4】
	鮎料理	【3.1】	【9.8】	【38.2】
	鮎にちなんだ和菓子・せんべい	【9.6】	【18.5】	【36.4】
	洋菓子	【15.0】	【9.3】	【1.9】
	ラーメン	【14.6】	【7.3】	【3.3】
	バーベキュー	【4.1】	【5.8】	【3.9】
	猪鍋(ししなべ)	【1.4】	【6.2】	【19.4】
	地酒・地ビール	【5.1】	【8.9】	【11.7】
	ピーナッツ(落花生)	【10.1】	【13.7】	【15.4】
	厚木ハム	【8.4】	【14.8】	【16.3】
	その他()	【0.7】	【0.5】	【0.3】

無回答【33.7】 無回答【28.7】 無回答【16.6】

(2)厚木市内で、よく行く、知人などにお勧めできる、「厚木」といえば思い浮かぶ、場所や催しについてお答えください。(はいいくつでも)

	よく行く	知人などにお勧めできる	「厚木」といえば思い浮かぶ	
【自然】	飯山・東丹沢七沢温泉郷	【13.3】	【24.0】	【44.7】
	相模川、中津川をはじめとする河川	【16.4】	【15.4】	【31.6】
	ハイキング・登山(白山、白山巡礼峠、大山など)	【7.3】	【19.0】	【15.4】
	県立七沢森林公園	【13.9】	【22.1】	【21.0】
	丹沢大山国定公園	【7.5】	【19.2】	【16.7】
	ぼうさいの丘公園	【28.9】	【21.8】	【13.6】
	その他()	【1.4】	【0.9】	【0.9】
【イベント】 祭り・	あつぎ飯山桜まつり	【18.7】	【24.1】	【35.4】
	緑のまつり	【6.2】	【4.3】	【5.3】
	小江戸あつぎまつり	【6.3】	【6.3】	【8.6】
	あつぎ鮎まつり(花火大会)	【44.9】	【51.8】	【58.2】
	にぎわい爆発あつぎ国際大道芸	【4.9】	【7.9】	【3.9】
	その他()	【0.7】	【0.7】	【0.4】

無回答【31.5】 無回答【23.8】 無回答【18.9】

(3)厚木市内で知っている、今後詳しく知りたい、「厚木」といえば思い浮かぶものやことについてお答えください。(はいいくつでも)

	知っている	知りたい、調べたい	「厚木」といえば思い浮かぶ	
【歴史・文化】	渡辺崋山(1793-1841)から絶賛された厚木の繁栄	【16.0】	【13.0】	【4.1】
	長州藩・毛利氏の発祥の地	【25.9】	【14.2】	【6.5】
	マッカーサー元帥(1945年厚木飛行場に降り立つ)	【56.5】	【4.2】	【27.3】
	木造彫刻(延命寺、妻田薬師、妙伝寺など)	【17.1】	【11.4】	【3.4】
	歴史的工芸品(妻田薬師の銅鐘など)	【12.4】	【10.3】	【3.0】
	歴史的建造物(妻田薬師の薬師堂、古民家岸邸など)	【23.7】	【11.2】	【4.3】
	遺跡(子ノ神遺跡、林王子遺跡など)	【6.6】	【13.0】	【1.9】
	民俗芸能(ささら踊り、神楽獅子舞、人形芝居など)	【18.9】	【8.5】	【8.2】
	その他()	【0.7】	【0.7】	【0.9】

無回答【31.3】 無回答【67.3】 無回答【63.5】

問11. 今後厚木市を住みやすくし、市外に対してもPRしていくための課題としては、どのようなものが考えられますか。(は【施設・設備面】及び【ソフト面】それぞれ3つまで)

【施設・設備面】	【ソフト面】
1. 公共交通機関(移動手段)の利便性向上【38.5】	1. 子育て支援サービスの充実【27.0】
2. 交通渋滞の解消【42.5】	2. 教育環境の充実【23.7】
3. 医療機関の整備【39.6】	3. 防犯・防災体制の充実【47.5】
4. 福祉施設の整備【23.5】	4. 商店街の活性化【40.4】
5. 観光情報を得られる拠点・案内所の整備【4.8】	5. 景観や自然環境(農地・山林・河川)の保全【22.5】
6. 核となる観光交流施設の建設【4.7】	6. 寺院・史跡など歴史的建造物の保全【5.8】
7. 観光施設への交通誘導サインの充実【2.1】	7. 観光情報の積極的な提供【7.6】
8. 豊かな自然環境を楽しめる散策路の整備【20.8】	8. 地元食材を活用した飲食メニューの開発・提供【8.3】
9. 自転車で回遊できる道路の整備【17.3】	9. 地元食材を楽しめる飲食店マップの作成【9.6】
10. まちなかの統一感のあるまちなみの整備【16.2】	10. みやげ物の開発・充実【8.3】
11. 商店街、大型商業施設の整備【30.1】	11. 温泉や地域資源をつないだ観光ルートの開発【10.9】
12. 飲食店の充実【5.9】	12. 自然環境を生かした体験観光メニューの充実【7.2】
13. 文化施設・公民館等の整備【4.2】	13. 徒歩・自転車で回遊できるコースの開発【18.6】
14. 公園・スポーツ施設の充実【9.6】	14. 特色のあるイベント(B級グルメ大会等)の開催【10.5】
15. キャンプ場などレジャー施設の充実【4.3】	15. 観光農園(体験・貸し農園等)の企画・充実【4.2】
16. 宿泊施設の充実【2.2】	16. 生産者や観光ガイドなど地元の人との交流【2.5】
17. トイレ・休憩施設の設置【6.2】	17. 日本を代表する企業の研究施設見学ツアー【6.0】
18. その他()【4.4】	18. その他()【2.2】

無回答：施設・設備面【2.9】/ソフト面【4.5】

問12. あなたは、本市がシティセールスを実施することで、どのような効果を特に期待しますか。(は3つまで)

1. 観光客が増加する【17.3】
2. 市民の一体感が強まる【21.5】
3. 住みたい人が増える【48.6】
4. 住民に地元に対する誇りが生まれる【38.2】
5. 新しい特産品やサービスが生まれる【17.1】
6. 地元産業の活性化につながる【44.8】
7. 経済波及効果がある【31.9】
8. 企業立地の確保につながる【12.7】
9. その他()【4.0】

無回答【4.8】

問13. あなたご自身のことについて、それぞれ、あてはまる番号に を付けてください。

年齢 無回答【0.8】	1. 20歳未満【1.3】	3. 30歳代【17.3】	5. 50歳代【16.6】	7. 70歳以上【25.0】
	2. 20歳代【8.3】	4. 40歳代【15.1】	6. 60歳代【15.6】	
性別 無回答【6.0】	1. 男性【42.8】	2. 女性【51.2】		
ご職業 無回答【1.3】	1. 会社員・自営業【35.4】	4. 学生【2.6】		
	2. パート・アルバイト【13.5】	5. 無職【24.2】		
	3. 家事専業【19.0】	6. その他()【4.1】		
同居のご家族 (あてはまるものすべてに) 無回答【1.2】	1. 一人暮らし【8.0】	4. 祖父母【2.1】	7. その他【3.9】	
	2. 配偶者【68.8】	5. 子【50.7】	()	
	3. 親【19.3】	6. 孫【7.9】		

ご協力、誠に有難うございました。

【クロス集計】

(1) 年齢別の今後の厚木市での居留意向 (図表 1 -13 基礎データ)

(上段:件数 下段: %)

	合計	今の場所に 住み続けた い	市内の別の ところに移り たい	厚木市以外 の神奈川県 内に移りた い	神奈川県外 に移りたい	わからない	その他	無回答
合計	1,298	719	111	107	48	179	18	116
	100.0	55.4	8.6	8.2	3.7	13.8	1.4	8.9
20歳未満	17	7	2	2	1	4	0	1
	100.0	41.2	11.8	11.8	5.9	23.5	0.0	5.9
20歳代	108	28	13	22	13	24	1	7
	100.0	25.9	12.0	20.4	12.0	22.2	0.9	6.5
30歳代	225	91	29	23	9	48	2	23
	100.0	40.4	12.9	10.2	4.0	21.3	0.9	10.2
40歳代	196	93	22	30	5	32	3	11
	100.0	47.4	11.2	15.3	2.6	16.3	1.5	5.6
50歳代	215	118	15	16	11	33	6	16
	100.0	54.9	7.0	7.4	5.1	15.3	2.8	7.4
60歳代	202	139	15	8	5	17	1	17
	100.0	68.8	7.4	4.0	2.5	8.4	0.5	8.4
70歳以上	325	240	15	6	4	20	5	35
	100.0	73.8	4.6	1.8	1.2	6.2	1.5	10.8

(2) 立地企業へのアンケート調査

【目的】本市に立地する企業の進出動機等を把握するとともに、本市の都市イメージおよび強み・弱み、企業誘致・立地企業の満足度向上の必要要件、シティセールスへの貢献・協力の可能性等の抽出を目的として実施した。

【対象】本市市内に立地している企業 394 社

【回収】有効回答 139 票 (35.3%)

【方法】郵送法

【調査期間】平成 21 年 8 月

【主な調査項目】

- ・基本属性（立地場所、立地年月日、立地前の住所、業種、開業形態、従業者数（地元雇用の割合）等）
- ・本市に立地した動機・目的
- ・本市の立地条件の変化、強みと弱み
- ・本市の都市イメージ
- ・本市のイメージアップや企業誘致・立地企業の満足度向上に向けて大切なこと
- ・高規格道路整備のインパクト
- ・本市のシティセールスに向けて貢献・協力できること

【調査票様式および単純集計】次頁以下参照

郵送法

厚木市内の厚木市内に立地している企業 394 社のうち 139 社より回収（回収率 35.3%）
集計結果は、回答率（%）を【】内に表示

問 1 . 貴事業所の本社所在地をご回答ください。（ は1つだけ）

1. 厚木市	【64.0】
2. 厚木市以外の神奈川県（具体的に：）	【10.8】
3. 神奈川県外（具体的に：）	【25.2】

無回答【0.0】

問 2 . 貴事業所の種類をご回答ください。（あてはまるものすべてに）

1. 本社	【57.6】	2. 支社・支店	【20.9】	3. 営業所	【11.5】	4. 工場	【24.5】
5. 倉庫	【5.0】	6. 研究施設	【7.9】	7. その他（）	【5.8】		

無回答【0.0】

問 3 . 貴事業所の開設年（創業、新設、移転等含みます）をご記入ください。

【1960年より前】	【10.8】
西暦（【1960年以降 1990年より前】	【61.2】
【1990年以降 2000年より前】	【11.5】
【2000年以降】	【10.1】

）年 無回答【6.5】

問 4 . 貴事業所の業種をご回答ください。（は売上高が最も多いもの1つだけ）

1. 製造業（）	【29.5】	5. 研究所	【0.0】
2. 建設業	【13.7】	6. 卸・小売業	【16.5】
3. 運輸業	【2.2】	7. サービス業（）	【18.0】
4. 情報通信業	【2.2】	8. その他の業種（）	【16.5】

無回答【1.4】

問 5 . 貴事業所における従業者数と、そのうち市内居住者のおおよその割合をご記入ください。

従業者数（【n=134】平均【74.1】）名 うち、市内居住者の割合（【n=124】平均【47.1】）%

問 6 . 貴事業所の厚木市内での開設形態はどのようなものですか。（は1つだけ）

1. 厚木市にて創業	【48.2】	2. 厚木市外より本社を移転	【15.1】
3. 厚木市外より支社・支店、事業所等を移転	【9.4】	4. 厚木市外より支社・支店、事業所等を新設	【23.0】
5. その他（）	【3.6】		

無回答【0.7】

問 7 . 貴事業所が厚木市内の現在の立地地点を選定した主な理由はどのようなものでしたか。

（はいくつでも）

1. 交通の利便性が良かった（東名高速道路・国道 246 号線の存在等、さがみ縦貫道路等の建設予定）	【38.8】
2. 東京・横浜へのアクセスが良かった	【16.5】
3. 取引相手先に近接していた	【20.9】
4. 必要な敷地・建物面積が確保できた	【46.0】
5. 土地・建物価格が割安だった（または割安感があった）	【12.2】
6. 人材確保が容易であった	【2.2】
7. 従業員の住宅確保が容易であった	【0.7】
8. 市内居住環境の整備状況が良かった	【3.6】
9. 光熱水道・通信インフラの整備状況が良かった	【0.7】
10. 事業所向けのサービス業者が集積していた	【2.2】
11. 厚木市の企業誘致施策（租税負担の軽減及び情報提供等）があった	【4.3】
12. 創業者・経営者等がよく知っている土地であった	【27.3】
13. その他（）	【16.5】

無回答【0.7】

問 8 . 厚木市に事業所を開設した当初と比較して、現在の立地条件をどのように評価されますか。
(は1つだけ)

1. 良くなっている【36.7】 2. 変わらない【41.0】 3. 悪化している【17.3】 4. その他【 2.2】

無回答【 2.9】

問 9 . 厚木市についてお持ちのイメージをご回答ください。(は3つまで)

1. 自然環境の豊かなまち 【58.3】 9. 研究所・大学等のある研究学園都市 【17.3】
2. 食が充実しているまち 【 5.0】 10.有力企業の立地する産業のまち 【25.2】
3. 若者が多い活気のあるまち 【 5.8】 11.交通の利便性が高いまち 【33.8】
4. 東京・横浜近郊の住みやすいまち 【35.3】 12.観光(温泉地等)に恵まれた癒しのまち 【 8.6】
5. 保健・福祉制度が充実しているまち 【 2.2】 13.イベントなどが充実しているにぎわいのあるまち
6. 居住環境・生活環境の整備されたまち【 8.6】 【 7.2】
7. 心あたたまるふれあいのあるまち 【 2.2】 14.国際色豊かなまち 【 0.7】
8. 人口増加の続く発展性のあるまち 【 9.4】 15.防犯・防災対策が充実した安心・安全なまち【 2.9】

無回答【 7.9】

問 10 . 上記のほかに、厚木市についてお持ちのイメージがありましたら、ご記入ください。

問 11 . 厚木市の産業上の立地条件について、周辺都市と比べて優れている点・劣っている点を評価してください(貴事業所の立地場所にかかわらず、厚木市を周辺都市と比較した場合の評価をお答えください)。(各項目あてはまるもの1つに)

	優れている	やや優れている	変わらない	やや劣っている	劣っている	
1. 物流インフラの整備状況	【15.8】	【42.4】	【28.8】	【 9.4】	【 2.2】	無回答【 1.4】
2. 公共交通サービスの利便性	【 6.5】	【34.5】	【30.9】	【22.3】	【 5.0】	無回答【 0.7】
3. 必要な面積の事業所用地確保の容易さ	【 3.6】	【28.1】	【48.2】	【15.8】	【 1.4】	無回答【 2.9】
4. オフィス・スペースの確保の容易さ	【 3.6】	【31.7】	【54.0】	【 7.2】	【 0.7】	無回答【 2.9】
5. 土地取得価格や初賃金の水準	【 2.2】	【20.9】	【59.0】	【12.9】	【 2.2】	無回答【 2.9】
6. 光熱水道等公共料金の水準	【 0.7】	【10.1】	【77.7】	【 7.2】	【 0.7】	無回答【 3.6】
7. 事業所向けのサービスの集積状況	【 0.7】	【18.0】	【63.3】	【14.4】	【 1.4】	無回答【 2.2】
8. 産官学連携先の存在	【 1.4】	【27.3】	【54.7】	【11.5】	【 2.2】	無回答【 2.9】
9. 従業員確保(現地採用)の容易さ	【 3.6】	【22.3】	【54.7】	【13.7】	【 2.9】	無回答【 2.9】
10.従業員の住宅確保	【 2.9】	【26.6】	【60.4】	【 5.8】	【 1.4】	無回答【 2.9】
11.子弟の教育環境等居住環境	【 1.4】	【20.1】	【64.0】	【 8.6】	【 1.4】	無回答【 4.3】
12.許認可等行政サービスの迅速さ	【 1.4】	【14.4】	【66.9】	【10.8】	【 2.2】	無回答【 4.3】
13.固定資産税等租税負担の水準	【 0.7】	【 7.2】	【75.5】	【10.1】	【 0.7】	無回答【 5.8】
14.土地利用規制、景観条例等立地上の規制	【 2.9】	【10.8】	【73.4】	【 7.2】	【 2.2】	無回答【 3.6】
15.企業立地に対する住民の受入れ姿勢	【 0.7】	【16.5】	【71.9】	【 6.5】	【 1.4】	無回答【 2.9】
16.防犯・防災体制	【 0.7】	【18.0】	【59.0】	【12.9】	【 5.8】	無回答【 3.6】

問 1 2 . 上記のほかに、県内近隣都市に比べて厚木市が優れている点や劣っている点などがありましたら、ご記入ください。

問 1 3 . 貴事業所をはじめ、厚木市に立地している企業の満足度を高めるために、今後、厚木市に期待する取組は何ですか。(は3つまで)

1. 交通渋滞の解消	【75.5】	6. 企業活動に対する行政担当者の理解の向上	【28.8】
2. 交通インフラの整備	【45.3】	7. 企業活動に対する住民理解の向上	【 6.5】
3. 土地用途規制の見直し	【24.5】	8. 産官学連携の促進	【16.5】
4. 租税負担の軽減	【30.9】	9. インターンなどの企業研修の斡旋	【 0.7】
5. 許認可等行政サービスの迅速化	【10.1】	10. その他()	【 3.6】

無回答【 0.0】

問 1 4 . 厚木市外の企業に対する本市のイメージアップを図るためには、どのようなことが大切と考えますか。(は3つまで)

1. 立地企業の支援や環境整備などのための国や県の補助事業の活用	【56.8】
2. 企業誘致の取組の周知、メニュー拡充	【39.6】
3. 市内企業との関係の緊密化	【36.7】
4. 企業名を冠した大会やテクノフェアなどのイベントの実施	【13.7】
5. インターンなどの企業研修の受け入れ、斡旋	【 3.6】
6. 国内外のコンベンション(会議、大会、集会)の誘致	【29.5】
7. 見本市・アンテナショップ等への積極的な参加	【18.0】
8. その他()	【 4.3】

無回答【 2.2】

問 1 5 . 現在、厚木市の東部を南北に貫く「さがみ縦貫道路」、市の北部と西部とを結ぶ「厚木秦野道路」、市の南部を東西に貫く「第2東名」等の建設計画が検討されています。これら新しい「高規格道路」の整備が貴社や市内外の事業者にもたらす影響について、どのように評価されますか。(各項目あてはまるもの1つに)

	そう思う	やや そう思う	あまり 思わない	思わない	
1. 自社の事業拡充が見込まれる	【14.4】	【27.3】	【43.9】	【10.8】	無回答【 3.6】
2. 物流量の増加が見込まれる	【29.5】	【48.9】	【14.4】	【 5.0】	無回答【 2.2】
3. 物流専門業者の増加が見込まれる	【25.9】	【48.2】	【20.1】	【 2.9】	無回答【 2.9】
4. 自社の事業所を開設する候補地となる	【 7.9】	【10.1】	【39.6】	【36.0】	無回答【 6.5】
5. 自社の物流拠点を開設する候補地となる	【 7.2】	【13.7】	【36.0】	【36.0】	無回答【 7.2】
6. 交通渋滞の解消が見込まれる	【25.2】	【47.5】	【18.0】	【 7.2】	無回答【 2.2】
7. 交通渋滞が進んでしまう	【 7.2】	【23.7】	【47.5】	【17.3】	無回答【 4.3】
8. 多方面への(からの)アクセスが容易になる	【41.7】	【49.6】	【 5.0】	【 1.4】	無回答【 2.2】
9. 厚木市を訪れる人が増加する	【10.1】	【41.7】	【39.6】	【 5.8】	無回答【 2.9】
10. 厚木市が通過されてしまう	【10.8】	【34.5】	【46.0】	【 6.5】	無回答【 2.2】
11. 地域に発展的なイメージがもたらされる	【16.5】	【41.0】	【34.5】	【 5.0】	無回答【 2.9】
12. 地域の環境・景観が悪くなってしまふ	【 5.0】	【29.5】	【55.4】	【 7.9】	無回答【 2.2】
13. 鉄道の利用者が減少し、駅周辺の産業に影響が出る	【 0.7】	【23.0】	【56.8】	【16.5】	無回答【 2.9】

問 1 6 . 上記のほかに、新規の「高規格道路」の整備がもたらす影響についてのお考えがありましたら、ご記入ください。

問 1 7 . 厚木市のシティセールスに対する取組に対して、貴事業所として考えられる項目がありましたら、ご回答ください。(はいいくつでも)

1. 立地企業として、事業概要の紹介や主要製品・建物の写真提供等に協力できる	【18.0】
2. 立地企業として、厚木市に立地するメリットをコメントできる	【13.7】
3. 会社・工場見学、研究所視察に協力できる	【10.8】
4. 花火大会や祭り等のイベントに協賛できる	【38.1】
5. 花火大会や祭り等のイベントに製品・サービスを提供できる	【10.8】
6. シティセールスの企画に施設や設備等を提供できる	【 6.5】
7. シティセールスの企画にスタッフを参加させることができる	【 5.8】
8. 市の公共施設に企業名を冠した施設命名権(ネーミングライツ)を得たい	【 2.2】
9. 市の発行する各種媒体(封筒や広報誌などの紙媒体、ホームページ等)に広告を出したい	【10.8】
10. その他 (具体的に: _____)	【 2.2】
11. 協力・貢献できることはない	【20.1】

無回答【13.7】

問 1 8 . 厚木市が今まで以上に「住んでみたい、また訪れたい、企業活動を続けたい」まちとなるためのご意見、アドバイスなどをご記入ください。

最後に、以下の欄へのご記入もお願いします。

貴事業所名		お電話番号	
ご記入者 所属部署・役職		ご記入者氏名	

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

(3) 首都圏住民の日帰り・宿泊観光実態及び本市の認知と行動調査

【目的】首都圏住民の日帰り・宿泊観光行動特性及び本市のイメージ、訪問経験、資源認知等の実態把握により、首都圏からの交流人口の拡大の可能性と必要要件、課題を抽出する目的で実施した。

【対象】首都圏住民 2,000 人

(東京 23 区、横浜市、川崎市に在住で、本市への来訪経験の有無により 1,000 人ずつ計 2,000 人に達するまで実施)

【回収】有効回答 2,000 票 (100.0%)

【方法】インターネットアンケート調査

【調査期間】平成 21 年 8 月

【主な調査項目】

- ・基本属性 (性別、年齢、居住地、同伴者等)
- ・本市の都市イメージ
- ・本市の来訪経験、訪問目的、地域資源認知、再来意向
- ・関東圏で行う日帰り・観光レジャーの主目的と立寄先、同伴者、交通手段、予算、重視する魅力、行き先を決定する際のきっかけ・詳細情報の把握方法 等
- ・住みたい、住み続けたい都市の条件

【調査票様式および単純集計】次頁以下参照

インターネット調査

東京 23 区、横浜市、川崎市に在住で、厚木市への来訪経験の有無により 1,000 人ずつ計 2,000 人に達するまで実施
集計結果は、回答率 (%) を【】内に表示

【関東圏への観光行動について】

本調査は、主に関東圏(山梨県・静岡県を含む)を対象とした近郊型のレジャーについてお聞きします。

問 1 . 関東圏への観光・レジャー(帰省を除く)には年間どの程度行かれますか。

日帰り観光・レジャー	年間： 【n=2,000】平均【 4.7】 回程度
宿泊観光・レジャー	年間： 【n=2,000】平均【 1.4】 回程度

問 2 . 関東圏へ観光・レジャー(帰省を除く)をする場合の情報源はどのようなものですか。きっかけとなる情報源や、より詳細を知るための情報源についてお答えください。(はそれぞれ 3 つまで)

	きっかけとなる情報源	より詳細を知るための情報源
1. 家族・友人・知人の話(口コミ)	【61.3】	【19.3】
2. 新聞旅行記事・広告	【27.1】	【 6.1】
3. 一般雑誌の旅行記事・広告	【22.1】	【 9.7】
4. 旅行専門雑誌・パンフレット	【23.4】	【26.3】
5. 行政や観光協会等が発行しているパンフレットやマップ	【 8.5】	【12.2】
6. ポスター・チラシ(電車や駅・街かど)	【18.1】	【 3.0】
7. テレビ	【37.1】	【 7.1】
8. ラジオ	【 1.9】	【 0.2】
9. 旅行代理店の窓口・パンフレット	【12.4】	【14.8】
10. 行政や観光協会等のホームページ	【10.3】	【25.1】
11. インターネット・ブログの評価	【31.9】	【51.2】
12. その他()	【 1.2】	【 0.9】

問 3 . 問 2 でお答えの情報源では、主にどのような内容を確認しますか。きっかけとなる情報や、より詳細を知るための情報についてお答えください。(はそれぞれ 3 つまで)

	きっかけとなる情報	より詳細を知るための情報
1. アクセス方法(行き方)	【64.0】	【47.0】
2. 公共交通機関の時刻表	【11.2】	【17.0】
3. 道路渋滞情報	【 6.9】	【 7.3】
4. 駐車場情報	【 7.0】	【 8.2】
5. 施設等の利用料金	【37.5】	【32.4】
6. 施設の営業時間	【14.0】	【15.4】
7. 飲食店情報	【19.4】	【13.3】
8. 周辺の観光情報	【48.6】	【34.9】
9. みやげ物情報	【 4.5】	【 2.9】
10. 現地の雰囲気や様子がわかる写真	【37.2】	【21.3】
11. 現地での所要時間	【10.7】	【11.0】
12. その他()	【 0.3】	【 0.3】

問4. 関東圏への観光・レジャー（帰省を除く）で、「よく行くところ」と「そのついでに行ったところ」を、「日帰り」「宿泊」別に、それぞれ3つまでお答え下さい。

	日帰り観光・レジャー 【n=1,942】		宿泊観光・レジャー 【n=1,303】	
	よく行くところ	そのついでに行ったところ	よく行くところ	そのついでに行ったところ
1. 温泉浴	【31.7】	【14.9】	【67.3】	【 9.7】
2. ハイキング、トレッキング	【10.6】	【 3.1】	【 4.7】	【 4.6】
3. 登山、ロッククライミング	【 2.0】	【 0.4】	【 2.1】	【 0.6】
4. スポーツ	【 9.0】	【 0.9】	【 5.4】	【 2.0】
5. ジョギング、ウォーキング	【 4.4】	【 3.0】	【 1.5】	【 2.5】
6. サイクリング	【 2.1】	【 1.2】	【 0.8】	【 1.4】
7. ドライブ、ツーリング	【19.7】	【 4.1】	【12.1】	【 4.5】
8. 自然観賞	【22.5】	【20.4】	【18.2】	【25.6】
9. 公園散策	【16.5】	【19.9】	【 3.5】	【15.5】
10. キャンプ	【 2.6】	【 0.5】	【 4.9】	【 0.3】
11. 合宿	【 0.7】	【 0.1】	【 2.6】	【 0.2】
12. 釣り	【 4.1】	【 1.4】	【 1.8】	【 2.5】
13. 果物狩り	【 8.5】	【 9.2】	【 2.3】	【 9.1】
14. 体験学習	【 0.4】	【 1.7】	【 0.8】	【 2.0】
15. 史跡・文化財めぐり	【14.5】	【14.7】	【16.3】	【17.4】
16. 芸術・文化鑑賞	【11.4】	【 6.4】	【 5.2】	【 9.8】
17. 神社・仏閣めぐり	【11.1】	【12.3】	【10.0】	【15.3】
18. ご当地グルメめぐり	【11.3】	【21.2】	【10.6】	【21.0】
19. イベント、祭り	【15.1】	【 8.4】	【 8.0】	【 9.1】
20. 花見	【11.0】	【 5.1】	【 3.9】	【 4.6】
21. 大型ショッピング施設	【18.3】	【19.5】	【 4.0】	【16.4】
22. その他	【 4.0】	【 6.6】	【 4.8】	【 5.2】

問5. 最近3年間で、ご経験された関東圏への観光・レジャー（帰省を除く）の目的は何ですか。
 また、訪れた地域を下記の「地域リスト」の番号を目的ごとに3つまでご記入下さい。
 （ご経験のない項目の欄は空白で結構です。）

	丹沢・ 大山 地域	相模 湖・相 模川 流域	横浜・ 川崎 地域	三浦半 島地域	湘南 地域	箱根・ 湯河原 地域	東京23 区地域	東京 市町村 地域	埼玉県	千葉県	静岡県	山梨県	その他
1. 温泉浴 【n=1,651】	【10.7】	【1.9】	【5.1】	【5.2】	【2.0】	【69.7】	【8.1】	【3.0】	【3.5】	【8.8】	【30.5】	【21.4】	【15.7】
2. ハイク、ト レッキング 【n=721】	【33.8】	【10.8】	【6.1】	【9.8】	【6.1】	【19.0】	【4.6】	【17.3】	【6.8】	【5.0】	【7.1】	【13.5】	【12.6】
3. 登山、ツク クイミング 【n=301】	【30.6】	【3.7】	【3.0】	【1.3】	【1.7】	【10.0】	【3.0】	【18.9】	【4.3】	【2.0】	【9.3】	【21.9】	【22.6】
4. スポーツ 【n=638】	【7.4】	【5.0】	【16.3】	【6.6】	【8.8】	【7.5】	【32.8】	【8.3】	【8.9】	【16.6】	【10.3】	【9.1】	【18.3】
5. ジョギング、 ウォーキング 【n=580】	【8.1】	【5.0】	【23.8】	【8.3】	【8.8】	【7.6】	【47.2】	【7.9】	【3.6】	【2.2】	【1.6】	【1.9】	【8.8】
6. サイクリング 【n=395】	【4.3】	【2.5】	【19.5】	【4.3】	【4.6】	【3.8】	【41.5】	【9.4】	【7.8】	【4.3】	【5.3】	【4.6】	【15.4】
7. ドライブ、ツ ーリング 【n=1,146】	【13.4】	【13.6】	【17.1】	【23.1】	【17.1】	【39.4】	【10.6】	【6.7】	【7.7】	【16.1】	【20.9】	【16.2】	【11.7】
8. 自然観賞 【n=1,326】	【15.1】	【8.7】	【8.3】	【13.3】	【13.2】	【37.0】	【14.3】	【9.4】	【6.6】	【8.4】	【15.8】	【16.3】	【10.9】
9. 公園散策 【n=1,235】	【5.7】	【5.8】	【24.0】	【7.9】	【8.4】	【16.1】	【42.1】	【13.8】	【6.5】	【4.7】	【5.2】	【4.6】	【6.1】
10. キャンプ 【n=365】	【28.2】	【10.7】	【3.6】	【4.9】	【3.6】	【6.3】	【4.4】	【8.2】	【5.5】	【7.9】	【8.8】	【18.9】	【25.2】
11. 合宿 【n=263】	【9.5】	【3.4】	【2.3】	【5.7】	【4.6】	【11.8】	【4.6】	【3.4】	【4.2】	【13.7】	【12.9】	【16.0】	【32.7】
12. 釣り 【n=406】	【13.5】	【11.8】	【10.3】	【24.1】	【12.1】	【6.9】	【6.4】	【5.4】	【3.4】	【13.3】	【9.9】	【8.1】	【17.7】
13. 果物狩り 【n=786】	【6.5】	【2.4】	【4.3】	【6.6】	【2.3】	【6.1】	【1.0】	【2.5】	【4.8】	【13.6】	【19.0】	【51.9】	【15.1】
14. 体験学習 【n=223】	【4.9】	【4.9】	【9.4】	【3.6】	【4.5】	【13.0】	【13.9】	【4.0】	【4.0】	【8.1】	【10.8】	【12.6】	【31.3】
15. 史跡・文化 財めぐり 【n=1,031】	【3.5】	【1.5】	【11.6】	【5.8】	【24.9】	【23.9】	【26.2】	【5.8】	【4.7】	【5.4】	【10.9】	【9.6】	【19.9】
16. 芸術・文化 鑑賞 【n=960】	【1.8】	【1.9】	【17.2】	【2.6】	【11.0】	【17.4】	【57.8】	【6.9】	【1.6】	【1.6】	【4.3】	【3.6】	【11.5】
17. 神社・仏閣 めぐり 【n=1,062】	【4.5】	【1.0】	【8.4】	【3.2】	【33.7】	【15.9】	【29.7】	【7.3】	【5.5】	【4.7】	【8.0】	【6.9】	【19.8】
18. ご当地グルメ めぐり 【n=1,062】	【5.1】	【2.1】	【25.1】	【14.6】	【13.7】	【21.1】	【29.0】	【6.1】	【3.6】	【11.4】	【18.5】	【13.5】	【15.5】
19. イベント、 祭り 【n=1,022】	【5.6】	【3.2】	【28.8】	【4.8】	【10.4】	【8.1】	【44.1】	【6.8】	【4.9】	【6.0】	【6.4】	【5.5】	【11.6】
20. 花見 【n=1,241】	【4.3】	【3.0】	【21.8】	【3.8】	【6.0】	【11.1】	【54.6】	【10.8】	【6.1】	【4.4】	【8.5】	【5.0】	【7.3】
21. 大型ショッ ク施設 【n=1,308】	【2.9】	【4.1】	【42.7】	【2.1】	【2.4】	【5.0】	【35.2】	【11.0】	【13.6】	【11.4】	【12.8】	【3.4】	【12.0】
22. その他 【n=458】	【7.2】	【6.6】	【13.5】	【5.9】	【5.7】	【4.8】	【20.3】	【9.6】	【6.8】	【16.8】	【8.3】	【7.6】	【32.3】

問6．観光・レジャー（帰省を除く）を行う場合、行き先を決定する際に重視するポイントはどのようなことですか。（ は3つまで）

1. 美しい景観（豊富な自然等）	【46.1】	11. いくつかの観光スポットが比較的近接している	【 8.3】
2. 温泉がある地域	【41.8】	12. 旅にテーマがある	【 5.1】
3. 観光・レジャー施設自体の魅力	【22.7】	13. オリジナルな企画やイベント	【 1.6】
4. 手ごろな利用料金	【38.6】	14. 対応・接客	【 1.8】
5. 交通アクセス・行きやすさ	【53.0】	15. そこでしか食べられない食事やスイーツ	【13.0】
6. 駐車場の有無	【 6.9】	16. 賑わいがある	【 0.4】
7. 口コミ・ブログなどでの評判	【 5.5】	17. 混雑していない	【10.2】
8. 都会ではできないことが体験できる	【 4.7】	18. トイレ、休憩施設等の充実（豊富さ、清潔さ等）	【 1.8】
9. 日常から開放され癒される	【17.1】	19. 地元の人と交流できる	【 0.2】
10. テレビ・雑誌等で話題となっている	【 3.6】	20. その他（ ）	【 0.9】

問7．関東圏への観光・レジャー（帰省を除く）をする場合、同伴者はどなたの場合が多いですか。「日帰り」、「宿泊」に分けて多い順におよその順位をお答え下さい。（該当のない項目の欄は空白で結構です。）

	日帰り 観光・レジャー 【n=1,942】	宿泊 観光・レジャー 【n=1,303】	記入例 (位)
1. 本人のみ（1人）	【25.1】	【11.9】	4
2. 配偶者（2人）	【44.9】	【43.5】	1
3. 家族（配偶者を含め、子供や親など親族と）	【45.0】	【51.5】	2
4. 友人・知人	【45.9】	【42.5】	
5. サークル仲間	【 7.3】	【 7.8】	3
6. 職場の同僚・関係者	【 8.0】	【 6.3】	5
7. 地域の団体、町内会、子ども会など	【 1.9】	【 1.3】	
8. その他（ ）	【 0.7】	【 0.5】	

問8．関東圏への観光・レジャー（帰省を除く）をする場合の、1回当たりの飲食費用（食事付きのツアー代金は除く。）やおみやげ代は1人当たりおおよそいくらですか。

	日帰り 観光・レジャー 【n=1,942】	宿泊 観光・レジャー 【n=1,303】
飲食費用	【 1,000円未満】 【 5.0】	【 1,000円未満】 【 2.3】
	【 2,000円未満】 【18.9】	【 2,000円未満】 【 8.4】
	【 3,000円未満】 【22.0】	【 3,000円未満】 【10.8】
	【 4,000円未満】 【 5.4】	【 4,000円未満】 【 3.7】
	【 5,000円未満】 【24.5】	【 5,000円未満】 【19.7】
	【10,000円未満】 【18.4】	【10,000円未満】 【25.6】
	【10,000円以上】 【 5.8】	【10,000円以上】 【29.4】
おみやげ代	【 1,000円未満】 【28.4】	【 1,000円未満】 【14.4】
	【 2,000円未満】 【24.3】	【 2,000円未満】 【17.3】
	【 3,000円未満】 【23.3】	【 3,000円未満】 【25.5】
	【 4,000円未満】 【 2.4】	【 4,000円未満】 【 4.9】
	【 5,000円未満】 【15.2】	【 5,000円未満】 【21.6】
	【10,000円未満】 【 4.6】	【10,000円未満】 【11.5】
	【10,000円以上】 【 1.8】	【10,000円以上】 【 4.8】

問9 . あなたが「住みたい、住み続けたい」まちを考える際に重視することを教えてください。
 それぞれについてあてはまる欄に を付けてください。(は1つずつ)

	とても重視する	やや重視する	あまり重視しない	重視しない
1. 買い物が便利	1【55.6】	2【39.8】	3【4.0】	4【0.6】
2. 飲食店が充実している	1【16.7】	2【53.6】	3【26.9】	4【2.8】
3. 子育て支援サービスが充実している	1【13.6】	2【29.8】	3【31.0】	4【25.6】
4. 教育環境が充実している	1【15.6】	2【34.4】	3【27.8】	4【22.4】
5. 医療サービスが充実している	1【40.8】	2【45.1】	3【10.5】	4【3.5】
6. 基幹病院がある	1【30.4】	2【48.4】	3【17.1】	4【4.1】
7. 福祉サービスが充実している	1【23.4】	2【45.6】	3【23.5】	4【7.5】
8. 行政サービスが充実している	1【24.3】	2【51.9】	3【19.3】	4【4.5】
9. 公園・スポーツ施設等が充実している	1【18.6】	2【54.0】	3【23.0】	4【4.4】
10.文化施設・公民館等が充実している	1【12.4】	2【45.7】	3【34.6】	4【7.2】
11.娯楽施設が充実している	1【8.5】	2【32.5】	3【46.7】	4【12.4】
12.市内の移動が便利	1【42.3】	2【48.0】	3【8.6】	4【1.1】
13.東京・横浜へ行くのに便利	1【40.8】	2【45.2】	3【11.4】	4【2.6】
14.防犯体制が充実している	1【33.7】	2【50.8】	3【13.0】	4【2.5】
15.防災体制が充実している	1【30.7】	2【52.0】	3【14.5】	4【2.8】
16.治安が良い	1【55.4】	2【38.9】	3【4.5】	4【1.3】
17.自然環境が良い	1【36.1】	2【49.9】	3【12.5】	4【1.6】
18.地域コミュニティが充実している	1【11.6】	2【45.5】	3【34.3】	4【8.8】
19.土地・家賃が安い	1【26.8】	2【48.1】	3【20.6】	4【4.5】

ここからは、厚木市についてお伺いします

問10 . あなたは厚木市についてどのようなイメージを持っていますか。近いものを選んでください。
 (は3つまで)

1. 自然環境の豊かなまち	【42.9】	10. 有力企業の立地する産業のまち	【9.2】
2. 食が充実しているまち	【4.8】	11. 交通の利便性が高いまち	【11.8】
3. 若者が多い活気のあるまち	【6.8】	12. 観光(温泉地等)に恵まれた癒しのまち	【8.4】
4. 東京・横浜近郊の住みやすいまち	【29.1】	13. イベントなどが充実しているにぎわいのあるまち	
5. 保健・福祉制度が充実しているまち	【1.1】		【1.6】
6. 居住環境・生活環境の整備されたまち	【5.7】	14. 国際色豊かなまち	【6.5】
7. 心あたたまるふれあいのあるまち	【2.3】	15. 防犯・防災対策が充実した安心・安全なまち	【0.3】
8. 人口増加の続く発展性のあるまち	【15.0】	16. その他()	【7.0】
9. 研究所・大学等のある研究学園都市	【17.1】	17. とくにない	【18.4】

問11.(1)「厚木市」に関係あるものの中で知っている、これまでに購入(食)したことがある、今後、購入(食)したい、「厚木」といえば思い浮かぶものについてお答えください。(はいいくつでも)

		知っている	購入(食)したことがある	今後、購入(食)したい	「厚木」といえば思い浮かぶ
【食・特産・名物】	とん漬(豚肉の味噌漬)	【17.8】	【8.3】	【15.9】	【7.2】
	シロコロ・ホルモン	【25.9】	【5.1】	【13.2】	【16.0】
	梨・ぶどう・いちごなどの果実類	【28.3】	【16.4】	【14.5】	【7.9】
	トマトなどのハウス野菜	【15.1】	【7.0】	【10.5】	【2.4】
	鮎料理	【22.3】	【8.0】	【10.4】	【8.5】
	鮎にちなんだ和菓子・せんべい	【10.4】	【3.7】	【7.0】	【3.0】
	洋菓子	【6.9】	【2.7】	【8.1】	【1.2】
	ラーメン	【14.7】	【7.7】	【9.7】	【5.5】
	バーベキュー	【11.9】	【4.2】	【6.6】	【3.4】
	猪鍋(ししなべ)	【18.6】	【6.8】	【8.6】	【6.1】
	地酒・地ビール	【12.8】	【5.5】	【9.9】	【3.0】
	ピーナッツ(落花生)	【13.8】	【7.7】	【8.2】	【3.6】
	厚木ハム	【29.4】	【10.8】	【14.4】	【12.2】
	その他()	【6.8】	【6.5】	【6.1】	【7.6】

無回答【23.9】 無回答【49.5】 無回答【52.5】 無回答【41.9】

(2)「厚木市」に関係あるものの中で、知っている、行ったことがある、今後行ってみたい、「厚木」といえば思い浮かぶ、場所や催しについてお答えください。(はいいくつでも)

		知っている	行ったことがある	今後、行ってみたい	「厚木」といえば思い浮かぶ
【自然】	飯山・東丹沢七沢温泉郷	【45.6】	【22.5】	【20.6】	【17.2】
	相模川、中津川をはじめとする河川	【51.8】	【28.9】	【11.5】	【15.7】
	ハイキング・登山(白山、白山巡礼峠、大山など)	【37.1】	【18.5】	【12.4】	【10.1】
	県立七沢森林公園	【23.6】	【10.7】	【11.9】	【5.7】
	丹沢大山国定公園	【49.0】	【22.4】	【18.6】	【16.8】
	ぼうさいの丘公園	【5.9】	【1.0】	【9.8】	【1.8】
	その他()	【1.7】	【0.4】	【3.5】	【1.4】
【祭り・イベント】	あつぎ飯山桜まつり	【10.5】	【2.9】	【12.9】	【2.9】
	緑のまつり	【3.5】	【0.7】	【9.0】	【0.8】
	小江戸あつぎまつり	【4.5】	【1.1】	【9.3】	【1.0】
	あつぎ鮎まつり(花火大会)	【17.9】	【6.9】	【14.4】	【9.3】
	にぎわい爆発あつぎ国際大道芸	【4.5】	【1.0】	【10.0】	【1.3】
	その他()	【2.6】	【0.7】	【4.3】	【2.3】

無回答【23.4】 無回答【55.4】 無回答【53.4】 無回答【52.9】

(3)あなたが厚木市内で、知っている、今後詳しく知りたい、「厚木」といえば思い浮かぶ、ものやことについてお答えください。(はいいくつでも)

		知っている	詳しく知りたい、調べたい	「厚木」といえば思い浮かぶ
【歴史・文化】	渡辺崋山(1793-1841)から絶賛された厚木の繁栄	【7.4】	【12.1】	【4.0】
	長州藩・毛利氏の発祥の地	【7.8】	【14.8】	【3.7】
	マッカーサー元帥(1945年厚木飛行場に降り立つ)	【44.6】	【10.0】	【33.7】
	木造彫刻(延命寺、妻田薬師、妙伝寺など)	【5.9】	【11.5】	【2.9】
	歴史的工芸品(妻田薬師の銅鐘など)	【3.5】	【9.8】	【1.8】
	歴史的建造物(妻田薬師の薬師堂、古民家岸邸など)	【4.3】	【12.4】	【2.4】
	遺跡(子ノ神遺跡、林王子遺跡など)	【4.3】	【12.3】	【2.2】
	民俗芸能(ささら踊り、神楽獅子舞、人形芝居など)	【5.4】	【10.3】	【3.0】
	その他()	【3.8】	【4.1】	【5.6】

無回答【44.2】 無回答【63.4】 無回答【51.0】

【厚木市への来訪経験ありの人（n=1,000）のみ回答】

問12. また厚木市に行きたいと思われませんか。（は1つだけ）

1. また、行きたい	【17.9】	⇒	問13へ
2. 機会があれば行きたい	【72.8】		
3. 行きたくない	【2.7】	⇒	問14へ
4. わからない	【6.6】		

問13. 次に、厚木市を訪れるとしたら、どのような目的で訪れたいと思いますか。（は3つまで）
【n=907】

1. 温泉浴	【43.1】	12. 釣り	【7.1】
2. ハイキング、トレッキング	【23.2】	13. 果物狩り	【17.2】
3. 登山、ロッククライミング	【6.3】	14. 体験学習	【0.8】
4. スポーツ	【4.7】	15. 史跡・文化財めぐり	【13.6】
5. ジョギング、ウォーキング	【3.1】	16. 芸術・文化鑑賞	【2.4】
6. サイクリング	【1.5】	17. 神社・仏閣めぐり	【6.3】
7. ドライブ、ツーリング	【15.2】	18. ご当地グルメめぐり	【18.9】
8. 自然観賞	【31.4】	19. イベント、祭り	【16.3】
9. 公園散策	【9.6】	20. 花見	【2.4】
10. キャンプ	【4.7】	21. その他（ ）	【2.3】
11. 合宿	【0.7】		

問14. ご来訪いただいて、観光・レジャーの視点から今後、厚木市に特に必要と感じたものは何ですか。「施設・設備面」「ソフト面」にそれぞれを3つまで付けてください。

【施設・設備面】	【ソフト面】
1. 公共交通機関（移動手段）の利便性向上【38.9】	1. 景観や自然環境（農地・山林・河川）の保全【36.4】
2. 交通渋滞の解消【44.0】	2. 寺院・史跡など歴史的建造物の保全【15.2】
3. 観光情報を得られる拠点・案内所の整備【21.8】	3. 観光情報の積極的な提供【33.7】
4. 核となる観光交流施設の建設【15.5】	4. 地元食材を活用した飲食メニューの開発・提供【16.3】
5. 観光施設への交通誘導サインの充実【10.8】	5. 地元食材を楽しめる飲食店マップの作成【19.7】
6. 豊かな自然環境を楽しめる散策路の整備【21.5】	6. みやげ物の開発・充実【14.1】
7. 自転車で回遊できる道路の整備【8.8】	7. 温泉や地域資源をつないだ観光ルートの開発【31.1】
8. まちなかの統一感のあるまちなみの整備【10.0】	8. 自然環境を生かした体験観光メニューの充実【11.6】
9. 飲食店の充実【13.2】	9. 徒歩・自転車で回遊できるコースの開発【14.0】
10. 宿泊施設の充実【6.0】	10. 特色のあるイベント（B級グルメ大会等）の開催【13.5】
11. 公園・スポーツ施設の充実【8.9】	11. 観光農園（体験・貸し農園等）の企画・充実【9.7】
12. キャンプ場などレジャー施設の充実【10.6】	12. 生産者や観光ガイドなど地元の人との交流【3.7】
13. トイレ・休憩施設の設置【7.9】	13. 日本を代表する企業の研究施設見学ツアー【4.6】
14. その他（ ）【3.1】	14. その他（ ）【3.3】

問15. 最後に、厚木市が「住んでよく、訪れてよい」まちになるためのご意見・アドバイスをご記入ください。

【厚木市への来訪経験なしの人（n=1,000）のみ回答】

問12. 厚木市に訪問したことがない理由は何ですか。（はいいくつでも）

1. 観光施設やレジャー施設を知らないから	【42.7】
2. 特産・名産・名物を知らないから	【28.9】
3. 宿泊施設や飲食施設を知らないから	【20.7】
4. 交通の便が悪いから（移動手段が自家用車などに限られる）	【19.1】
5. 基本的に観光や旅行が好きでないから	【1.3】
6. 仕事や子育てに忙しくて観光や旅行に行く暇がないから	【5.0】
7. なんとなく	【47.3】
8. 魅力がないから	【22.5】
9. その他（ ）	【5.3】

問13. 以下は厚木市で楽しめる観光レジャーです。厚木市を訪れるとしたら、どのような目的で訪れたいと思いますか。（は3つまで）

1. 温泉浴	【50.1】	12. 釣り	【2.6】
2. ハイキング、トレッキング	【14.0】	13. 果物狩り	【20.3】
3. 登山、ロッククライミング	【2.7】	14. 体験学習	【0.5】
4. スポーツ	【3.5】	15. 史跡・文化財めぐり	【16.7】
5. ジョギング、ウォーキング	【3.0】	16. 芸術・文化鑑賞	【6.8】
6. サイクリング	【1.9】	17. 神社・仏閣めぐり	【9.8】
7. ドライブ、ツーリング	【8.3】	18. ご当地グルメめぐり	【22.2】
8. 自然観賞	【32.5】	19. イベント、祭り	【10.0】
9. 公園散策	【12.0】	20. 花見	【5.1】
10. キャンプ	【2.7】	21. その他（ ）	【3.0】
11. 合宿	【0.3】		

問14. 今後、厚木市に行ってみようと思われませんか。（は1つだけ）

1. 行ってみたい	【4.3】
2. 機会があれば行ってみたい	【71.2】
3. 行きたくない	【7.9】
4. わからない	【16.6】

ご協力、誠に有難うございました。

【クロス集計】

(1) 男女別の行き先を決める際の重視ポイント(図表1-18の基礎データ)

(上段:件数 下段:%)

合計	美しい景観(豊かな自然等)	温泉がある地域	観光・レジャー施設自体の魅力	手ごろな利用料金	交通アクセス・行きやすさ	駐車場の有無	口コミ・ブログなどの評判	都会ではできないことが体験できる	日常から解放され癒される	テレビ・雑誌等で話題となっている	いくつかの観光スポットが比較的近接している	旅にテーマがある	オリジナルな企画やイベント	対応・接客	そこでもか食べられない食事やスイーツ	賑わいがある	混雑していない	トイレ、休憩施設等の充実(豊かさ、清潔さ等)	地元の人と交流できる	その他	
合計	2,000	922	836	453	773	1,060	138	110	94	342	72	165	101	31	35	260	9	203	35	4	19
	100.0	46.1	41.8	22.7	38.6	53.0	6.9	5.5	4.7	17.1	3.6	8.3	5.1	1.6	1.8	13.0	0.4	10.2	1.8	0.2	0.9
男性	1,172	548	504	245	472	599	99	57	60	170	38	79	66	20	21	144	5	143	17	3	10
	100.0	46.8	43.0	20.9	40.3	51.1	8.4	4.9	5.1	14.5	3.2	6.7	5.6	1.7	1.8	12.3	0.4	12.2	1.5	0.3	0.9
女性	828	374	332	208	301	461	39	53	34	172	34	86	35	11	14	116	4	60	18	1	9
	100.0	45.2	40.1	25.1	36.4	55.7	4.7	6.4	4.1	20.8	4.1	10.4	4.2	1.3	1.7	14.0	0.5	7.2	2.2	0.1	1.1

(2) 主な行き先別の立ち寄り先(図表1-19の基礎データ)

立ち寄り先(日帰り客)

(上段:件数 下段:%)

	自然観賞	ご当地グルメめぐり	公園散策	大型ショッピングセンター	温泉浴	史跡・文化財めぐり	神社・仏閣めぐり	果物狩り	花見	イベント・祭り
温泉浴(n=576)	171	137	146	138	-	109	88	85	32	49
	29.7	23.8	25.3	24.0	-	18.9	15.3	14.8	5.6	8.5
自然観賞(n=418)	-	116	118	90	78	86	83	59	37	46
	-	27.8	28.2	21.5	18.7	20.6	19.9	14.1	8.9	11.0
ドライブ、ツーリング(n=360)	102	90	84	85	71	73	51	53	22	41
	28.3	25.0	23.3	23.6	19.7	20.3	14.2	14.7	6.1	11.4
大型ショッピング(n=316)	80	82	85	-	55	47	37	27	10	33
	25.3	25.9	26.9	-	17.4	14.9	11.7	8.5	3.2	10.4
公園散策(n=297)	74	64	-	75	47	52	56	38	32	38
	24.9	21.5	-	25.3	15.8	17.5	18.9	12.8	10.8	12.8
イベント、祭り(n=274)	70	56	69	80	49	38	29	22	17	-
	25.5	20.4	25.2	29.2	17.9	13.9	10.6	8.0	6.2	-
史跡・文化財めぐり(n=272)	84	93	79	61	43	-	48	29	18	36
	30.9	34.2	29.0	22.4	15.8	-	17.6	10.7	6.6	13.2
芸術・文化観賞(n=210)	52	69	51	63	23	34	31	20	15	31
	24.8	32.9	24.3	30.0	11.0	16.2	14.8	9.5	7.1	14.8
ご当地グルメめぐり(n=207)	46	-	50	65	38	46	41	24	14	32
	22.2	-	24.2	31.4	18.4	22.2	19.8	11.6	6.8	15.5
神社・仏閣めぐり(n=205)	59	80	65	45	26	38	-	19	19	25
	28.8	39.0	31.7	22.0	12.7	18.5	-	9.3	9.3	12.2

無回答除く

立ち寄り先(宿泊客)

(上段:件数 下段:%)

	自然観賞	ご当地グルメめぐり	史跡・文化財めぐり	公園散策	大型ショッピングセンター	神社・仏閣めぐり	芸術・文化観賞	温泉浴	イベント・祭り	果物狩り
温泉浴(n=807)	265	196	179	160	159	159	100	-	80	94
	32.8	24.3	22.2	19.8	19.7	19.7	12.4	-	9.9	11.6
自然観賞(n=226)	-	58	50	54	46	53	30	29	30	37
	-	25.7	22.1	23.9	20.4	23.5	13.3	12.8	13.3	16.4
史跡・文化財めぐり(n=204)	57	82	-	37	26	50	36	31	34	22
	27.9	40.2	-	18.1	12.7	24.5	17.6	15.2	16.7	10.8
ドライブ、ツーリング(n=145)	48	32	37	26	44	23	10	22	16	14
	33.1	22.1	25.5	17.9	30.3	15.9	6.9	15.2	11.0	9.7
ご当地グルメめぐり(n=130)	37	-	33	31	31	27	20	16	24	22
	28.5	-	25.4	23.8	23.8	20.8	15.4	12.3	18.5	16.9
神社・仏閣めぐり(n=127)	49	56	21	25	18	-	23	20	24	12
	38.6	44.1	16.5	19.7	14.2	-	18.1	15.7	18.9	9.4
イベント、祭り(n=98)	26	26	30	17	30	19	16	16	-	13
	26.5	26.5	30.6	17.3	30.6	19.4	16.3	16.3	-	13.3
スポーツ(n=66)	12	11	10	10	20	7	7	18	3	5
	18.2	16.7	15.2	15.2	30.3	10.6	10.6	27.3	4.5	7.6
芸術・文化観賞(n=62)	16	16	16	7	13	12	-	10	15	3
	25.8	25.8	25.8	11.3	21.0	19.4	-	16.1	24.2	4.8
キャンプ(n=61)	22	16	9	8	15	5	5	16	4	10
	36.1	26.2	14.8	13.1	24.6	8.2	8.2	26.2	6.6	16.4

無回答除く

(3) 以前に厚木市を訪れた目的と次に訪れたい目的 (図表 2 - 2 の基礎データ)

		(上段:件数 下段:%)	
カテゴリ	以前の目的	次に訪れる目的	
1 温泉浴	218	391	
	21.8	43.1	
2 ハイキング、トレッキング	161	210	
	16.1	23.2	
3 登山、ロッククライミング	53	57	
	5.3	6.3	
4 スポーツ	75	43	
	7.5	4.7	
5 ジョギング、ウォーキング	25	28	
	2.5	3.1	
6 サイクリング	12	14	
	1.2	1.5	
7 ドライブ、ツーリング	244	138	
	24.4	15.2	
8 自然鑑賞	192	285	
	19.2	31.4	
9 公園散策	106	87	
	10.6	9.6	
10 キャンプ	54	43	
	5.4	4.7	
11 合宿	11	6	
	1.1	0.7	
12 釣り	71	64	
	7.1	7.1	
13 果物狩り	47	156	
	4.7	17.2	
14 体験学習	8	7	
	0.8	0.8	
15 史跡・文化財めぐり	48	123	
	4.8	13.6	
16 芸術・文化鑑賞	24	22	
	2.4	2.4	
17 神社・仏閣めぐり	51	57	
	5.1	6.3	
18 ご当地グルメめぐり	86	171	
	8.6	18.9	
19 イベント、祭り	102	148	
	10.2	16.3	
20 花見	40	22	
	4.0	2.4	
21 その他	291	21	
	29.1	2.3	
22 無回答	73	0	
	7.3	0.0	
サンプル数 (%へ-ス)	1,000	907	
	100.0	100.0	

(4) 観光交流施設アンケート調査

【目的】本市来訪者の消費・観光レクリエーション行動及びニーズの把握を抽出する
目的で実施した。

【対象】本市に所在する以下の主要な集客・宿泊施設への来場・利用者

温泉旅館 14 施設

キャンプ場等 3 施設

【回収】日帰り客：有効回答 145 票

宿泊客：有効回答 231 票

【方法】留置法

【調査期間】平成 21 年 8 月

【主な調査項目】

- ・基本属性（居住地、年齢、性別、同伴者、交通手段等）
- ・来訪目的、頻度、行き先を決定する際に参考にしている情報
- ・飲食費・土産物購入額
- ・施設・サービスの評価（雰囲気、品揃え、接客態度、設備）
- ・本市のイメージ、資源認知
- ・本市に必要なもの（施設・設備面、ソフト面）
- ・再来、移住意向

（対象によって設問項目は調整した）

【調査票様式および単純集計】次頁以下参照

留置法

厚木市内の主要な集客・宿泊施設への来場・利用者のうち日帰り客 145 人より回収
集計結果は、回答率(%)を【】内に表示

日帰りお客様用

厚木市シティセールスに関するアンケート調査 ご協力をお願い

厚木市では、今年度、地域の魅力や特色を積極的にPRしていく「シティセールス」^(注)について検討しています。

この調査は、本市が今まで以上に「住んでみたい、また訪れたい」まちとなるため、本施設を利用された皆様に本市のイメージや特色、また、観光・レジャーの視点から今後必要なものなどについてお尋ねし、厚木市ならではの魅力を生かしたシティセールスを検討するための資料にしていきたいと考えています。

お答えいただいた内容はすべて統計的に処理し、他の目的には一切使用いたしません。

お忙しいところ大変恐縮ですが、本調査の目的をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

平成21年8月

厚木市

<ご記入に当たってのお願い>

問1から順にお読みいただき、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。設問によって回答が「1つ」「3つ」などと、つける数が異なりますのでご注意ください。

(回答例：①.男性)

「その他」あるいは自由回答欄へのご記入は、なるべく具体的にその内容をご記入ください。

ご回答いただきましたアンケートは、施設の従業員の方にお渡しください。

調査についてのお問い合わせは、次のところまでお願いいたします。

厚木市 政策部シティセールス推進課

担当：小野間(おのま) 加藤(かとう)

TEL：046-225-2448(直通) FAX：046-225-3732

E-mail：0210@city.atsugi.kanagawa.jp

^(注)シティセールスとは、まちを豊かにしていくために、まちの魅力や特色を市内外へ効果的にPRすることにより、まちの活性化につなげることを目指す取組です。

あなたご自身のことについて、それぞれあてはまる番号に1つずつ 印付けてください。

お 住 まい 無回答【1.4】	1. 厚木市内 【30.3】	
	2. 厚木市以外の神奈川県央地域（相模原市、大和市、海老名市、座間市、綾瀬市、愛川町、清川村） 【22.8】	
	3. 上記以外の県内市町村 【30.3】	
	4. 県外（具体的な都道府県名： ） 【15.2】	
年 齢 無回答【2.1】	1. 20歳未満 【2.8】	5. 50歳代 【15.2】
	2. 20歳代 【9.7】	6. 60歳代 【26.9】
	3. 30歳代 【18.6】	7. 70歳以上 【13.8】
	4. 40歳代 【11.0】	
性 別 無回答【9.0】	1. 男性【33.8】 2. 女性【57.2】	
ご 職 業 無回答【4.1】	1. 会社員・自営業 【46.2】	5. 無職 【13.8】
	2. パート・アルバイト 【10.3】	6. その他（ ） 【2.1】
	3. 家事専業 【21.4】	
	4. 学生 【2.1】	

問1. 厚木市を訪れたのは今回で何回目ですか。

1. はじめて【14.5】	2. 2～4回目【9.7】	3. 5回以上【44.8】	4. その他（市内在住）【24.1】
無回答【6.9】			

問2. 今回のご来訪の主な目的は何ですか。また、厚木市内では他にどのようなことを楽しみますか。
主な目的には 印を1つだけ、その他の目的には あてはまるものすべてに付け、来訪される場所の具体的な名称をご記入ください。

	来訪の目的 （主な目的）	来訪の目的 （その他の目的）	具体的な行き先の 名称	記入 例
1. 温泉浴	【42.8】	【32.4】		
2. ハイキング、トレッキング	【4.1】	【15.2】		
3. 登山、ロッククライミング	【0.7】	【1.4】		
4. スポーツ	【2.1】	【2.8】		
5. ジョギング、ウォーキング	【0.0】	【4.8】		
6. サイクリング	【0.0】	【0.7】		
7. ドライブ、ツーリング	【0.0】	【9.7】		
8. 自然観賞	【1.4】	【16.6】		
9. 公園散策	【0.7】	【11.7】		
10. キャンプ	【0.0】	【0.7】		
11. 合宿	【0.0】	【1.4】		
12. 釣り	【2.8】	【7.6】		
13. 果物狩り	【0.7】	【2.1】		
14. 体験学習	【1.4】	【0.7】		
15. 史跡・文化財めぐり	【0.7】	【3.4】		
16. 芸術・文化鑑賞	【0.0】	【1.4】		
17. 神社・仏閣めぐり	【0.0】	【9.7】		
18. ご当地グルメめぐり	【6.9】	【9.7】		
19. イベント、祭り	【2.8】	【6.2】		
20. 花見	【0.0】	【4.8】		
21. 大型ショッピング施設	【0.0】	【1.4】		
22. ビジネス	【0.0】	【1.4】		
23. その他	【3.4】	【5.5】		
24. とくに決めていない	【1.4】	【5.5】		

無回答【28.3】 無回答【36.6】

問3 . 今回のご来訪を決める際に参考にされた情報源はどのようなものですか。(はいいくつでも)

1. 家族・友人・知人の話(口コミ)	【48.3】	7. テレビ	【2.8】
2. 新聞旅行記事・広告	【8.3】	8. ラジオ	【0.0】
3. 一般雑誌の旅行記事・広告	【0.7】	9. 旅行代理店の窓口・パンフレット	【0.0】
4. 旅行専門雑誌・ガイドブック	【2.1】	10. 行政や観光協会等のホームページ	【1.4】
5. 行政や観光協会等が発行しているパンフレットやマップ	【2.1】	11. インターネット・ブログの評価	【17.9】
6. ポスター・チラシ(電車や駅・街かど)	【2.1】	12. 以前から知っていた	【32.4】
		13. その他()	【4.8】

無回答【1.4】

問4 . 今回は、どなたといらっしゃいましたか。(は1つだけ)

1. 同伴者なし(1人)	【0.7】	5. サークル仲間	【6.9】
2. 配偶者・カップル(2人)	【22.1】	6. 職場の同僚・関係者	【2.1】
3. 家族(配偶者を含め、子供や親など親族と)	【44.1】	7. 地域の団体	【5.5】
4. 友人・知人	【20.7】	8. その他()	【0.0】

無回答【0.7】

問5 . 当施設及び当施設のサービスに対する満足度をうかがいます。1~8の項目ごとに、貴方が感じた満足度の欄1つだけに を付けてください。

	満足	やや満足	ふつう	やや不満	不満	
1. 施設の雰囲気	【57.9】	【22.1】	【13.8】	【0.7】	【0.0】	無回答【5.5】
2. 施設の設備	【40.0】	【32.4】	【15.9】	【2.8】	【1.4】	無回答【7.6】
3. 施設までの交通	【29.0】	【20.7】	【26.2】	【9.7】	【2.1】	無回答【12.4】
4. 食事	【60.7】	【17.2】	【8.3】	【1.4】	【0.0】	無回答【12.4】
5. 従業員の接客態度、サービス	【61.4】	【19.3】	【11.7】	【1.4】	【0.0】	無回答【6.2】
6. みやげ物の充実度	【15.2】	【15.9】	【35.9】	【2.8】	【0.0】	無回答【30.3】
7. 利用料金	【29.0】	【18.6】	【32.4】	【2.1】	【0.0】	無回答【17.9】
8. 全体の評価	【40.0】	【35.2】	【12.4】	【0.7】	【0.0】	無回答【11.7】

問6 . 今回のご来訪での、一人当たりの飲食費用やおみやげ代はおおよそいくらですか。

飲食費用	【n=106】平均【4,690】	円
おみやげ代	【n=60】平均【819】	円

問7 . 今回、又はこれまでのご来訪で感じた厚木市のイメージを選んでください。(は3つまで)

1. 自然環境の豊かなまち	【79.3】	9. 研究所・大学等のある研究学園都市	【6.2】
2. 食が充実しているまち	【6.2】	10. 有力企業の立地する産業のまち	【9.0】
3. 若者が多い活気のあるまち	【2.8】	11. 交通の利便性が高いまち	【11.7】
4. 東京・横浜近郊の住みやすいまち	【21.4】	12. 観光(温泉地等)に恵まれた癒しのまち	【31.7】
5. 保健・福祉制度が充実しているまち	【0.7】	13. イベントなどが充実しているにぎわいのあるまち	【6.9】
6. 居住環境・生活環境の整備されたまち	【4.8】	14. 国際色豊かなまち	【0.7】
7. 心あたたまふれあいのあるまち	【11.0】	15. 防犯・防災対策が充実した安心・安全なまち	【0.0】
8. 人口増加の続く発展性のあるまち	【2.8】	16. その他()	【4.8】

無回答【4.8】

問8 . 「厚木市」にまた訪れたいと思いますか。また、その理由もご記入ください。(印は1つだけ)

1. 是非来たい	【30.3】	2. 機会があれば来たい	【32.4】	3. 来たくない	【0.0】	4. わからない	【4.1】	5. その他(市内在住)	【20.0】
(理由)「来たい」とお答えの方は「行きたい場所」や「目的・やりたいこと」など具体的にお書き下さい									

無回答【13.1】

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

留置法

厚木市内の主要な集客・宿泊施設への来場・利用者のうち宿泊客 231 人より回収
集計結果は、回答率(%)を【】内に表示

宿泊お客様用

厚木市シティセールスに関するアンケート調査 ご協力をお願い

厚木市では、今年度、地域の魅力や特色を積極的にPRしていく「シティセールス」^(注)について検討しています。

この調査は、本市が今まで以上に「住んでみたい、また訪れたい」まちとなるため、本施設を利用された皆様に本市のイメージや特色、また、観光・レジャーの視点から今後必要なものなどについてお尋ねし、厚木市ならではの魅力を生かしたシティセールスを検討するための資料にしていきたいと考えています。

お答えいただいた内容はすべて統計的に処理し、他の目的には一切使用いたしません。

お忙しいところ大変恐縮ですが、本調査の目的をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

平成21年8月

厚 木 市

<ご記入に当たってのお願い>

問1から順にお読みいただき、あてはまる選択肢の番号にをつけてください。設問によって回答が「1つ」、「3つ」などと、をつける数が異なりますのでご注意ください。 (回答例：①、男性)

「その他」あるいは自由回答欄へのご記入は、なるべく具体的にその内容をご記入ください。

ご回答いただきましたアンケートは、施設の従業員の方にお渡しください。

調査についてのお問い合わせは、次のところまでお願いいたします。

厚木市 政策部シティセールス推進課

担当：小野間(おのま) 加藤(かとう)

TEL：046-225-2448(直通) FAX：046-225-3732

E-mail：0210@city.atsugi.kanagawa.jp

^(注)シティセールスとは、まちを豊かにしていくために、まちの魅力や特色を市内外へ効果的にPRすることにより、まちの活性化につなげることを目指す取組です。

あなたご自身のことについて、それぞれあてはまる番号に1つずつ 印付けてください。

お 住 まい 無回答【 1.3】	1. 厚木市内 【19.5】	
	2. 厚木市以外の神奈川県央地域（相模原市、大和市、海老名市、座間市、綾瀬市、愛川町、清川村） 【11.7】	
	3. 上記以外の県内市町村 【26.0】	
	4. 県外（具体的な都道府県名： ） 【41.6】	
年 齢 無回答【 1.3】	1. 20歳未満 【 3.9】	5. 50歳代 【15.6】
	2. 20歳代 【16.5】	6. 60歳代 【11.3】
	3. 30歳代 【22.9】	7. 70歳以上 【 9.1】
	4. 40歳代 【19.5】	
性 別 無回答【 4.8】	1. 男性【51.9】 2. 女性【43.3】	
ご 職 業 無回答【 4.8】	1. 会社員・自営業 【52.4】	5. 無職 【 9.1】
	2. パート・アルバイト 【 9.1】	6. その他（ ） 【 6.9】
	3. 家事専業 【11.3】	
	4. 学生 【 6.5】	

問 1 . 厚木市を訪れたのは今回で何回目ですか。

1. 初めて【23.8】	2. 2～4回目【20.3】	3. 5回以上【40.7】	4. その他(市内在住)【13.0】
無回答【 2.2】			

問 2 . 今回のご来訪を決める際にご参考にされた情報源はどのようなものですか。(はいいくつでも)

1. 家族・友人・知人の話(口コミ) 【37.2】	7. テレビ 【 3.5】
2. 新聞旅行記事・広告 【 2.6】	8. ラジオ 【 0.0】
3. 一般雑誌の旅行記事・広告 【 2.2】	9. 旅行代理店の窓口・パンフレット 【 0.0】
4. 旅行専門雑誌・ガイドブック 【 4.8】	10. 行政や観光協会等のホームページ【 4.3】
5. 行政や観光協会等が発行しているパンフレットやマップ 【 7.4】	11. インターネット・ブログの評価 【27.7】
6. ポスター・チラシ(電車や駅・街かど) 【 1.7】	12. 以前から知っていた 【23.8】
	13. その他() 【 6.1】

無回答【 1.7】

問 3 . 今回は、どなたといらっしゃいましたか。(は1つだけ)

1. 同伴者なし(1人) 【 2.2】	5. サークル仲間 【 5.2】
2. 配偶者・カップル(2人) 【23.8】	6. 職場の同僚・関係者 【 2.2】
3. 家族(配偶者を含め、子供や親など親族と)【39.0】	7. 地域の団体 【 5.6】
4. 友人・知人 【20.8】	8. その他() 【 2.6】

無回答【 0.4】

問 4 . 今回のご来訪の手段は何ですか。(はいいくつでも)

1. 電車 【19.0】	6. 定期観光バス 【 0.0】
2. 自家用車(オートバイを含む) 【71.4】	7. 貸し切りバス(ツアー含む) 【 2.6】
3. レンタカー 【 3.0】	8. 自転車 【 0.0】
4. タクシー・ハイヤー 【 2.6】	9. その他() 【 1.7】
5. 路線バス 【10.0】	

無回答【 1.7】

問 5 . 今回のご来訪での、一人当たりの飲食費用やおみやげ代はおおよそいくらですか。

飲食費用	【n=175】平均【9,050】	円
おみやげ代	【n=147】平均【2,645】	円

問6. 今回のご来訪の主な目的は何ですか。また、厚木市内では他にどのようなことを楽しみますか。
 主な目的には 印を1つだけ、その他の目的には をあてはまるものすべてに付け、来訪される
 場所の具体的な名称をご記入ください。

	来訪の目的 (主な目的)	来訪の目的 (その他の目的)	具体的な行き先の 名称	記入 例
1. 温泉浴	【42.0】	【18.2】		
2. ハイキング、トレッキング	【 0.4】	【 5.2】		
3. 登山、ロッククライミング	【 0.0】	【 0.9】		
4. スポーツ	【 2.2】	【 4.3】		
5. ジョギング、ウォーキング	【 0.0】	【 2.2】		
6. サイクリング	【 0.4】	【 0.0】		
7. ドライブ、ツーリング	【 1.3】	【 7.8】		
8. 自然観賞	【 0.9】	【22.1】		
9. 公園散策	【 0.4】	【 6.1】		
10. キャンプ	【13.9】	【 2.6】		
11. 合宿	【 7.8】	【 3.5】		
12. 釣り	【 0.0】	【 3.5】		
13. 果物狩り	【 0.0】	【 0.4】		
14. 体験学習	【 0.4】	【 0.4】		
15. 史跡・文化財めぐり	【 0.4】	【 5.6】		
16. 芸術・文化鑑賞	【 0.0】	【 0.0】		
17. 神社・仏閣めぐり	【 0.4】	【 5.6】		
18. ご当地グルメめぐり	【 0.0】	【 2.6】		
19. イベント、祭り	【 0.0】	【 2.2】		
20. 花見	【 0.0】	【 0.9】		
21. 大型ショッピング施設	【 0.0】	【 1.7】		
22. ビジネス	【 0.0】	【 0.4】		
23. その他	【 6.1】	【 3.9】		
24. とくに決めていない	【 3.0】	【 5.6】		

無回答【20.3】 無回答【45.5】

問7. 今回のご来訪で、厚木市以外にはどのような地域に行きましたか、またはこれから行く予定
 ですか(はいいくつでも)。

	厚木市の他に 訪れる地域
1. 厚木市以外には行っていない・行かない予定	【38.1】
2. 丹沢・大山地域(秦野市、伊勢原市、中井町、大井町、松田町、山北町、愛川町、清川村)	【25.1】
3. 相模湖・相模川流域(相模原市、大和市、海老名市、座間市、綾瀬市)	【 9.1】
4. 横浜・川崎地域(横浜市、川崎市)	【12.6】
5. 三浦半島地域(横須賀市、逗子市、三浦市、葉山町)	【 7.8】
6. 湘南地域(平塚市、鎌倉市、藤沢市、茅ヶ崎市、寒川町、大磯町、二宮町)	【12.6】
7. 箱根・湯河原地域(小田原市、南足柄市、開成町、箱根町、真鶴町、湯河原町)	【12.6】
8. 東京23区地域	【 7.4】
9. 東京市町村地域	【 3.0】
10. 埼玉県	【 2.2】
11. 千葉県	【 6.9】
12. 静岡県	【 6.9】
13. 山梨県	【 7.4】
14. その他()	【 4.3】

無回答【13.4】

問 8 . (1) 「厚木市」に関係あるものの中で、知っている、これまでに購入（食）したことがある、今後、購入（食）したい、「厚木」といえば思い浮かぶものについてお答えください。（はいいくつでも）

	知っている	購入(食)したことがある	今後、購入(食)したい	「厚木」といえば思い浮かぶ	
【食・特産・名物】	とん漬（豚肉の味噌漬け）	【32.9】	【24.2】	【7.4】	【10.4】
	シロココロ・ホルモン	【26.4】	【15.6】	【11.3】	【10.4】
	梨・ぶどう・いちごなどの果実類	【18.6】	【15.2】	【4.8】	【2.2】
	トマトなどのハウス野菜	【10.4】	【7.8】	【2.2】	【1.7】
	鮎料理	【36.4】	【25.5】	【3.5】	【9.1】
	鮎にちなんだ和菓子・せんべい	【15.6】	【11.7】	【2.2】	【3.5】
	洋菓子	【4.8】	【5.6】	【3.0】	【1.7】
	ラーメン	【7.4】	【6.9】	【2.2】	【3.0】
	バーベキュー	【6.1】	【5.6】	【2.2】	【1.3】
	猪鍋（ししなべ）	【32.9】	【19.5】	【3.9】	【5.2】
	地酒・地ビール	【12.1】	【15.2】	【4.3】	【3.0】
	ピーナッツ（落花生）	【12.1】	【11.3】	【2.6】	【3.0】
	厚木ハム	【16.5】	【10.8】	【6.5】	【4.3】
	その他（ ）	【1.3】	【0.9】	【0.4】	【0.4】

無回答【32.5】 無回答【51.1】 無回答【75.3】 無回答【77.5】

(2) 「厚木市」に関係あるものの中で、知っている、行ったことがある、今後行ってみたい、「厚木」といえば思い浮かぶ、場所や催しについてお答えください。（はいいくつでも）

	知っている	行ったことがある	今後、行ってみたい	「厚木」といえば思い浮かぶ	
【自然】	飯山・東丹沢七沢温泉郷	【41.6】	【42.4】	【11.3】	【11.7】
	相模川、中津川をはじめとする河川	【37.7】	【37.2】	【4.3】	【6.9】
	ハイキング・登山（白山、白山巡礼峠、大山など）	【26.4】	【26.0】	【9.1】	【6.1】
	県立七沢森林公園	【31.2】	【27.7】	【6.9】	【6.1】
	丹沢大山国定公園	【31.6】	【28.1】	【7.8】	【6.1】
	ぼうさいの丘公園	【10.8】	【17.7】	【2.6】	【2.2】
	その他（ ）	【0.4】	【0.0】	【0.4】	【0.9】
【イベント・祭り】	あつぎ飯山桜まつり	【17.3】	【16.9】	【9.1】	【4.8】
	緑のまつり	【7.8】	【5.2】	【2.6】	【0.9】
	小江戸あつぎまつり	【10.4】	【6.5】	【1.7】	【0.9】
	あつぎ鮎まつり（花火大会）	【30.3】	【27.7】	【9.1】	【10.4】
	にぎわい爆発あつぎ国際大道芸	【6.9】	【2.6】	【6.5】	【0.9】
	その他（ ）	【0.0】	【0.0】	【0.0】	【0.0】

無回答【34.6】 無回答【39.8】 無回答【69.7】 無回答【81.8】

(3) あなたが厚木市内で、知っている、今後詳しく知りたい、「厚木」といえば思い浮かぶ、ものやことについてお答えください。（はいいくつでも）

	知っている	詳しく知りたい、調べたい	「厚木」といえば思い浮かぶ	
【歴史・文化】	渡辺崋山（1793-1841）から絶賛された厚木の繁栄	【5.2】	【5.6】	【0.4】
	長州藩・毛利氏の発祥の地	【10.8】	【6.5】	【1.7】
	マッカーサー元帥（1945年厚木飛行場に降り立つ）	【34.6】	【4.3】	【6.9】
	木造彫刻（延命寺、妻田薬師、妙伝寺など）	【5.6】	【6.9】	【1.3】
	歴史的工芸品（妻田薬師の銅鐘など）	【3.5】	【5.2】	【1.7】
	歴史的建造物（妻田薬師の薬師堂、古民家岸邸など）	【5.2】	【6.1】	【1.3】
	遺跡（子ノ神遺跡、林王子遺跡など）	【1.3】	【3.0】	【0.0】
	民俗芸能（ささら踊り、神楽獅子舞、人形芝居など）	【6.5】	【3.0】	【1.3】
	その他（ ）	【1.7】	【0.0】	【0.0】

無回答【58.0】 無回答【83.1】 無回答【89.6】

問9. 今回、またはこれまでのご来訪で感じた厚木市のイメージを選んでください。(は3つまで)

1. 自然環境の豊かなまち	【66.2】	9. 研究所・大学等のある研究学園都市	【12.6】
2. 食が充実しているまち	【11.3】	10. 有力企業の立地する産業のまち	【5.6】
3. 若者が多い活気のあるまち	【5.2】	11. 交通の利便性が高いまち	【9.5】
4. 東京・横浜近郊の住みやすいまち	【20.3】	12. 観光(温泉地等)に恵まれた癒しのまち	【25.1】
5. 保健・福祉制度が充実しているまち	【3.9】	13. イベントなどが充実しているにぎわいのあるまち	【4.3】
6. 居住環境・生活環境の整備されたまち	【3.5】	14. 国際色豊かなまち	【0.9】
7. 心あたたまるふれあいのあるまち	【7.4】	15. 防犯・防災対策が充実した安心・安全なまち	【0.4】
8. 人口増加の続く発展性のあるまち	【2.2】	16. その他()	【4.3】

無回答【15.6】

問10. 当施設及び当施設のサービスに対する満足度をうかがいます。1~8の項目ごとに、貴方が感じた満足度の欄1つだけに を付けてください。

	満足	やや満足	ふつう	やや不満	不満	
1. 施設の雰囲気	【63.2】	【15.2】	【11.7】	【0.4】	【0.0】	無回答【9.5】
2. 施設の設備	【42.4】	【20.8】	【23.4】	【3.5】	【0.4】	無回答【9.5】
3. 施設までの交通	【23.4】	【19.0】	【32.0】	【11.3】	【1.7】	無回答【12.6】
4. 食事	【53.7】	【14.7】	【11.3】	【2.2】	【0.9】	無回答【17.3】
5. 従業員の接客態度、サービス	【63.2】	【12.6】	【12.1】	【0.4】	【0.0】	無回答【11.7】
6. みやげ物の充実度	【10.0】	【8.7】	【41.6】	【6.5】	【2.2】	無回答【31.2】
7. 宿泊料金	【46.3】	【10.4】	【27.7】	【1.7】	【0.4】	無回答【13.4】
8. 全体の評価	【48.9】	【24.7】	【11.7】	【1.7】	【0.0】	無回答【13.0】

問11. ご来訪いただいて、観光・レジャーの視点から今後、厚木市に特に必要と感じたものは何ですか。「施設・設備面」「ソフト面」にそれぞれ を3つまで付けてください。

【施設・設備面】	【ソフト面】
1. 公共交通機関(移動手段)の利便性向上【24.7】	1. 景観や自然環境(農地・山林・河川)の保全【28.1】
2. 交通渋滞の解消【27.3】	2. 寺院・史跡など歴史的建造物の保全【12.1】
3. 観光情報を得られる拠点・案内所の整備【13.9】	3. 観光情報の積極的な提供【19.0】
4. 核となる観光交流施設の建設【6.9】	4. 地元食材を活用した飲食メニューの開発・提供【10.0】
5. 観光施設への交通誘導サインの充実【12.1】	5. 地元食材を楽しめる飲食店マップの作成【14.3】
6. 豊かな自然環境を楽しめる散策路の整備【17.3】	6. みやげ物の開発・充実【13.4】
7. 自転車で回遊できる道路の整備【14.3】	7. 温泉や地域資源をつないだ観光ルートの開発【20.3】
8. まちなかの統一感のあるまちなみの整備【6.9】	8. 自然環境を生かした体験観光メニューの充実【10.4】
9. 飲食店の充実【12.1】	9. 徒歩・自転車で回遊できるコースの開発【16.0】
10. 宿泊施設の充実【10.0】	10. 特色のあるイベント(B級グルメ大会等)の開催【10.8】
11. 公園・スポーツ施設の充実【8.7】	11. 観光農園(体験・貸し農園等)の企画・充実【5.6】
12. キャンプ場などレジャー施設の充実【9.5】	12. 生産者や観光ガイドなど地元の人との交流【3.0】
13. トイレ・休憩施設の設置【6.1】	13. 日本を代表する企業の研究施設見学ツアー【5.6】
14. その他()【1.3】	14. その他()【1.3】

無回答：施設・設備面【23.8】/ソフト面【30.7】

問12. 厚木市にまた訪れたいと思いますか。また、その理由もご記入ください。(印は1つだけ)

1. 是非来たい 【27.7】	2. 機会があれば来たい 【37.7】	3. 来たくない 【0.9】	4. わからない 【2.6】	5. その他(市内在住) 【9.5】
(理由)「来たい」とお答えの方は「行きたい場所」や「目的・やりたいこと」など具体的にお書き下さい				

無回答【21.6】

質問は以上です。ご協力、誠にありがとうございました。

(5) アンケート調査間の比較を行った集計結果

(1) 市内外からみた厚木市のイメージ(図表1-4の基礎データ)

カテゴリ	市民シテールス 意識調査(n=1,298)		市内企業調査 (n=139)		首都圏住民調査 (n=2,000)		観光・交流施設調査 (日帰り客)(n=145)		観光・交流施設調査 (宿泊客)(n=231)	
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)
1 自然環境の豊かなまち	769	59.2	81	58.3	858	42.9	115	79.3	153	66.2
2 食が充実しているまち	127	9.8	7	5.0	96	4.8	9	6.2	26	11.3
3 若者が多い活気のあるまち	90	6.9	8	5.8	135	6.8	4	2.8	12	5.2
4 東京・横浜近郊の住みやすいまち	346	26.7	49	35.3	583	29.1	31	21.4	47	20.3
5 保健・福祉制度が充実しているまち	164	12.6	3	2.2	21	1.1	1	0.7	9	3.9
6 居住環境・生活環境の整備されたまち	157	12.1	12	8.6	113	5.7	7	4.8	8	3.5
7 心あたたまふれあいのあるまち	77	5.9	3	2.2	45	2.3	16	11.0	17	7.4
8 人口増加の続く発展性のあるまち	106	8.2	13	9.4	300	15.0	4	2.8	5	2.2
9 研究所・大学等のある研究学園都市	145	11.2	24	17.3	342	17.1	9	6.2	29	12.6
10 有力企業の立地する産業のまち	152	11.7	35	25.2	184	9.2	13	9.0	13	5.6
11 交通の利便性の高いまち	287	22.1	47	33.8	235	11.8	17	11.7	22	9.5
12 観光(温泉地等)に恵まれた癒しのまち	189	14.6	12	8.6	168	8.4	46	31.7	58	25.1
13 イベントなどが充実しているにぎわいのあるまち	132	10.2	10	7.2	31	1.6	10	6.9	10	4.3
14 国際色豊かなまち	28	2.2	1	0.7	129	6.5	1	0.7	2	0.9
15 防犯・防災対策が充実した安心・安全なまち	147	11.3	4	2.9	5	0.3	0	0.0	1	0.4
16 その他	70	5.4	11	7.9	139	7.0	7	4.8	10	4.3
無回答	118	9.1	-	-	368	18.4	7	4.8	36	15.6
サンプル数(%ベース)	1,298	100.0	139	100.0	2,000	100.0	145	100.0	231	100.0

(2) 厚木といえば思い浮かぶもの(図表1-5の基礎データ)

カテゴリ	市民シテールス 意識調査(n=1,027)		首都圏住民調査 (n=2,000)		観光・交流施設調査 (宿泊客)(n=231)	
	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)	件数	構成比(%)
【食・特産・名物】						
とん漬(豚肉の味噌漬)	546	53.2	109	7.2	24	10.4
シロココ・ホルモン	492	47.9	244	16.0	24	10.4
梨・ぶどう・いちごなどの果実類	112	10.9	120	7.9	5	2.2
トマトなどのハウス野菜	45	4.4	37	2.4	4	1.7
鮎料理	392	38.2	129	8.5	21	9.1
鮎にちなんだ和菓子・せんべい	374	36.4	46	3.0	8	3.5
洋菓子	20	1.9	18	1.2	4	1.7
ラーメン	34	3.3	83	5.5	7	3.0
バーベキュー	40	3.9	51	3.4	3	1.3
猪鍋(ししなべ)	199	19.4	93	6.1	12	5.2
地酒・地ビール	120	11.7	46	3.0	7	3.0
ピーナッツ(落花生)	158	15.4	55	3.6	7	3.0
厚木ハム	167	16.3	186	12.2	10	4.3
その他	3	0.3	116	7.6	1	0.4
無回答	170	16.6	638	41.9	179	77.5
【自然・祭り・イベント】						
飯山・東丹沢七沢温泉郷	459	44.7	263	17.2	27	11.7
相模川、中津川をはじめとする河川	325	31.6	241	15.7	16	6.9
ハイキング・登山(白山、白山巡礼峠、大山など)	158	15.4	155	10.1	14	6.1
県立七沢森林公園	216	21.0	88	5.7	14	6.1
丹沢大山国定公園	171	16.7	258	16.8	14	6.1
ぼうさいの丘公園	140	13.6	28	1.8	5	2.2
その他(自然)	9	0.9	22	1.4	2	0.9
あつぎ飯山桜まつり	364	35.4	45	2.9	11	4.8
緑のまつり	54	5.3	12	0.8	2	0.9
小江戸あつぎまつり	88	8.6	16	1.0	2	0.9
あつぎ鮎まつり(花火大会)	598	58.2	142	9.3	24	10.4
にぎわい爆発あつぎ国際大道芸	40	3.9	20	1.3	2	0.9
その他(祭り・イベント)	4	0.4	35	2.3	0	0.0
無回答	194	18.9	810	52.9	189	81.8
【歴史・文化】						
渡辺華山(1793-1841)から絶賛された厚木の繁栄	42	4.1	45	4.0	1	0.4
長州藩・毛利氏の発祥の地	67	6.5	41	3.7	4	1.7
マッカーサー元帥(1945年厚木飛行場に降り立つ)	280	27.3	376	33.7	16	6.9
木造彫刻(延命寺、妻田薬師、妙伝寺など)	35	3.4	32	2.9	3	1.3
歴史的工芸品(妻田薬師の銅鐘など)	31	3.0	20	1.8	4	1.7
歴史的建造物(妻田薬師の薬師堂、古民家岸邸など)	44	4.3	27	2.4	3	1.3
遺跡(子ノ神遺跡、林王子遺跡など)	19	1.9	24	2.2	0	0.0
民俗芸能(ささら踊り、神楽獅子舞、人形芝居)	84	8.2	33	3.0	3	1.3
その他	9	0.9	62	5.6	0	0.0
無回答	652	63.5	569	51.0	207	89.6

(3) 行き先を決めるための情報源 (図表1-6の基礎データ)

きっかけとなる情報源

(上段:件数 下段:%)

	合計	家族・友人・知人の話 (口コミ)	新聞旅行記事・広告	一般雑誌の旅行記事・広告	旅行専門雑誌・パンフレット	行政や観光協会が発行しているパンフレットやマップ	ポスター・チラシ (電車や駅・街かど)	テレビ	ラジオ	旅行代理店の窓口・パンフレット	行政や観光協会等のホームページ	インターネット・ブログの評価	以前から知っていた	その他	無回答
首都圏住民調査	2,000	1,226	541	441	469	189	361	743	38	248	206	639	-	24	0
	100.0	61.3	27.1	22.1	23.4	8.5	18.1	37.1	1.9	12.4	10.3	31.9	-	1.2	0.0
観光・交流施設調査(日帰り客)	145	70	12	1	3	3	3	4	0	0	2	26	47	7	2
	100.0	48.3	8.3	0.7	2.1	2.1	2.1	2.8	0.0	0.0	1.4	17.9	32.4	4.8	1.4
観光・交流施設調査(宿泊客)	231	86	6	5	11	17	4	8	0	0	10	64	55	14	4
	100.0	37.2	2.6	2.2	4.8	7.4	1.7	3.5	0.0	0.0	4.3	27.7	23.8	6.1	1.7

より詳細を知るための情報源

(上段:件数 下段:%)

	合計	家族・友人・知人の話 (口コミ)	新聞旅行記事・広告	一般雑誌の旅行記事・広告	旅行専門雑誌・パンフレット	行政や観光協会が発行しているパンフレットやマップ	ポスター・チラシ (電車や駅・街かど)	テレビ	ラジオ	旅行代理店の窓口・パンフレット	行政や観光協会等のホームページ	インターネット・ブログの評価	以前から知っていた	その他	無回答
首都圏住民調査	2,000	386	122	193	525	243	61	142	4	296	503	1,024	-	18	0
	100.0	19.3	6.1	9.7	26.3	12.2	3.0	7.1	0.2	14.8	25.1	51.2	-	0.9	0.0

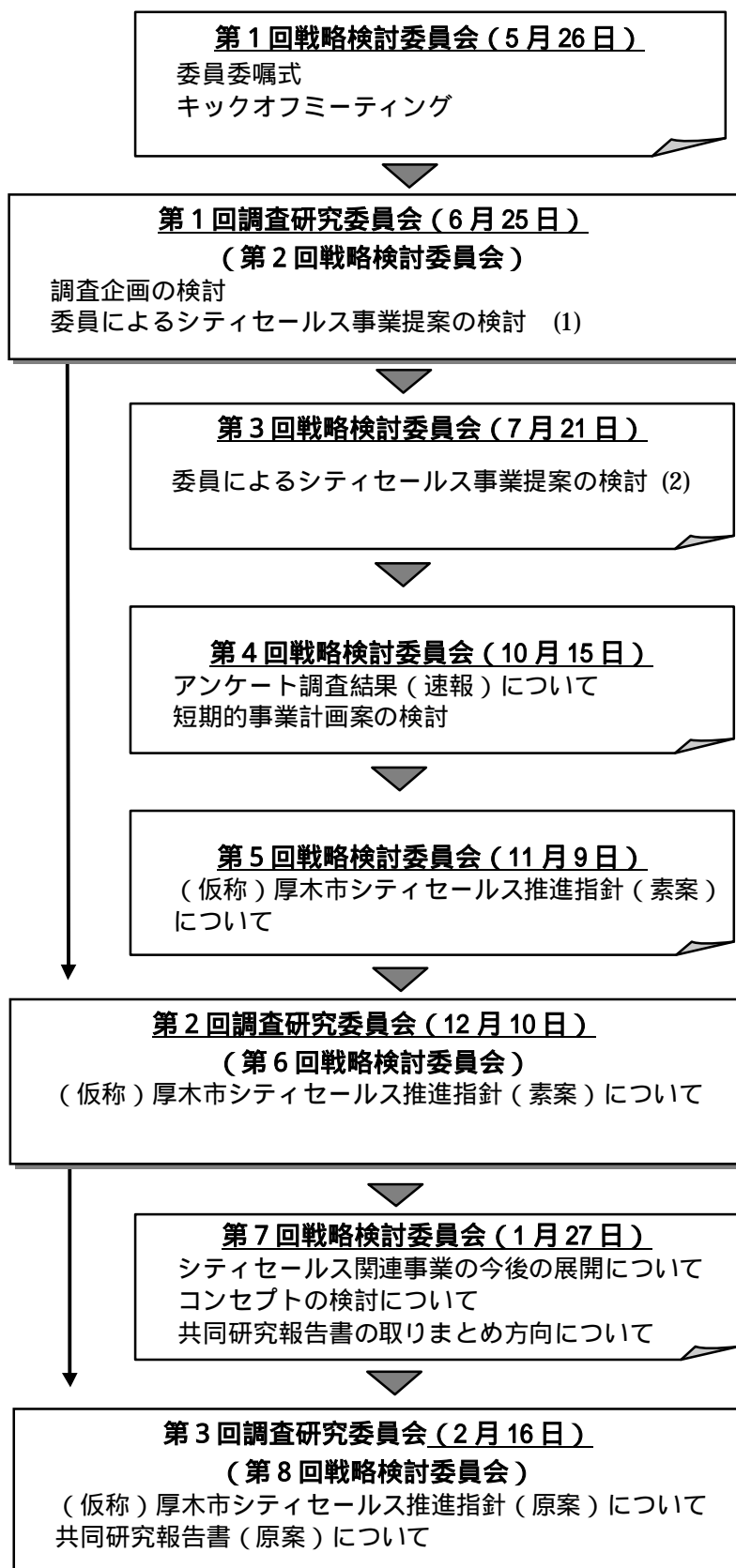
(4) 住みたい、住み続けたいまちを考える際に重視すること (図表1-15の基礎データ)

(上段:市民シティセールス意識調査 下段:首都圏住民調査)

	件数	合計得点	平均得点
買い物が便利	1,298	4,653	3.58
	2,000	7,010	3.51
飲食店が充実している	1,298	3,592	2.77
	2,000	5,685	2.84
子育て支援サービスが充実している	1,298	4,141	3.19
	2,000	4,630	2.32
教育環境が充実している	1,298	4,265	3.29
	2,000	4,862	2.43
医療サービスが充実している	1,298	4,846	3.73
	2,000	6,463	3.23
基幹病院がある	1,298	4,696	3.62
	2,000	6,102	3.05
福祉サービスが充実している	1,298	4,536	3.49
	2,000	5,694	2.85
行政サービスが充実している	1,298	4,350	3.35
	2,000	5,922	2.96
公園・スポーツ施設等が充実している	1,298	3,927	3.03
	2,000	5,735	2.87
文化施設・公民館等が充実している	1,298	3,648	2.81
	2,000	5,268	2.63
娯楽施設が充実している	1,298	3,069	2.36
	2,000	4,741	2.37
市内の移動が便利	1,298	4,300	3.31
	2,000	6,630	3.32
東京・横浜へ行くのに便利	1,298	4,040	3.11
	2,000	6,484	3.24
防犯体制が充実している	1,298	4,711	3.63
	2,000	6,315	3.16
防災体制が充実している	1,298	4,657	3.59
	2,000	6,214	3.11
治安が良い	1,298	4,877	3.76
	2,000	6,966	3.48
自然環境が良い	1,298	4,606	3.55
	2,000	6,410	3.21
地域コミュニティが充実している	1,298	3,885	2.99
	2,000	5,196	2.60
土地・家賃が安い	1,298	3,881	2.99
	2,000	5,944	2.97

調查研究委員會開催經過

調査研究委員会開催経過



調査研究委員会名簿

調査研究委員会 名簿

委員長	嶋津 隆文	松蔭大学観光文化学部教授
副委員長	六ヶ村健三	厚木市市街地にぎわい懇話会会長
委員	池永 和夫	公募による市民
	加藤 一美	公募による市民
	望月 伸晃	厚木商工会議所青年部会長
	石井 正義	厚木市農業協同組合青壮年部部长
	小野塚徳博	厚木市商店会連合会街づくり推進プロジェクトチーム
	大槻 繁夫	厚木市観光協会常任理事(JTB首都圏厚木支店支店長)
	高倉 茂	株式会社ロワジールホテル厚木総支配人
	中川 美希	サンクトガーレン有限会社広報担当
	中村 昭夫	厚木シロコロ・ホルモン探検隊隊長
	和田 綾野	厚木市マイタウンサポーターズクラブ代表
	山本 武史	小田急電鉄株式会社経営企画部課長
	杉田 則夫	厚木市政策部次長
	藤田 萬豊	財団法人地方自治研究機構総務部長兼調査研究部長
事務局	葉山 神一	厚木市政策部シティセールス推進課課長
	小野間善雄	厚木市政策部シティセールス推進課副主幹 兼シティセールス係長
	加藤 晶	厚木市政策部シティセールス推進課主査
	金城 雄一	財団法人地方自治研究機構調査研究部主任研究員
	諸橋 正弘	財団法人地方自治研究機構調査研究部研究員
	緒方 優紀	財団法人地方自治研究機構調査研究部研究員
基礎調査機関	株式会社日本アプライドリサーチ研究所	
	原澤 謹吾	研究調査部研究主幹
	大野 幸雄	研究調査部主任研究員
	伊藤 功一	研究調査部研究員
	庄司 武史	研究調査部研究員

(平成22年1月末日現在)

