

平成30年度 政務活動費 先進都市調査報告書

会派名	市政協同
議員名	岡田健一・古澤孝市・金濱元一・早川昇三・南川達彦・鈴木和彦・黒光ひさ
調査実施年月日	平成30年10月30日(火)
調査先 自治体名等	伊勢崎市
調査項目	Made in いせさき事業
調査目的	地産製品のPRによる事業展開の調査
報告内容	<p>基本情報 人口：208,838人 面積：139.4k㎡</p>
実施したこと	<p>伊勢崎市では、「Made in いせさき事業」を調査した。 事業の背景として、伊勢崎市には知名度のある名産品が少ないこと、地域には多くの大手食品製造工場があり知名度の高い製品が作られているにもかかわらず市民理解が低いということが挙げられている。 事業は平成23年度から実施され、これまで伊勢崎製品のPRブースを市内公共施設や交通結節点、民間の大型ショッピングモールに設置し市民意識の高揚を図っている。また、市外へのPRとして東京ビックサイトやメッセ名古屋などへの出店も行っている。 平成26年には、「Made in いせさき・地域ブランド研究会」を創設し、事業の周知、地域資源の更なる魅力アップ、独自の地域ブランド製品の創出を目的として活動を拡げている。研究会には、地元製造企業や農業関係者だけではなく、地元商業・農業高校の教師も参加している点が特徴的であり、その後の展開として、アンテナショップ事業への高校生の参画につながっており、地元への就業意識を高める効果へもつながっている。 事業の拡がりとして、市内で製造されている製品ラベルに地域PRが入ったものが販売され市のPRにもつながっている。また、市として製品を購入し、事業広告を入れ、PRに使うという相互関係を構築するというも行っている。 課題として、大手製造業が多いということで新たな製品開発が簡単にできず、進んでいないことが挙げられていた。</p>
感想(まとめ) 本市へ生かせること等	<p>本市の産業製品は、部材製品が主であるため状況が違うという面はあるが、若者の地元定着に課題のある本市にとって、伊勢崎市の事業によって高校生の地元定着意識が高まってきている実績は目を見張るものであり、地元産業の市民周知、特に若年層への周知は地域定着には重要であることを強く認識することができ、非常に参考になるものであった。</p>