

テーマ1 まちの活性化

～「掛川ブランド」の創出と地域プロモーションの展開からまちの活性化を図る～

(1) 市役所内の組織づくり

- ・プロモーション課の設置（企画・農林・商工・観光・広報の横断的セクション）
- ・プロモーション担当者(人材)の配置・・・まちの活性化に関するコーディネータとなり、仕掛けづくり、受け皿づくり、他団体とのコラボレーション的役割を担う。

【役割・機能】

掛川市の産業や観光、まちづくりの特徴などの「魅力」を市内外に幅広く宣伝する部署。シティセールスをするにより、他都市にはない掛川市独自の魅力を感じてもらい、わがまちに愛着を持ってもらう。

交流人口、定住人口や誘致企業数を増やすことで、観光収入、税収入、製造品出荷額や商品販売額等を伸ばし、経済面・マンパワー(人財)面でまちの活性化を図る。

step1. 掛川市に来てみてもらう → 2. 何度も来てもらう → 3. 選んで住んでももらう

プロモーションスタッフに民間出身者を全国公募により登用し、公務員の考えだけでなく、地域プロモーションの専門家(経験者)による、これまでにない発想で掛川市を売り込んでいく。

「オール掛川」でまちづくりを行うためには、行政が主導で行う必要があるか？

メリット・・・市民や企業への信頼感・安心感がある。多岐に渡る分野間の調整や情報入手がしやすい。リーダーシップを取りやすい。

デメリット・・・新たな組織編成が必要（人件費、事業費が膨らむかも？）

(2) 市民協働による市のプロモーションの実施

・「シティセールス戦略策定」

市民や事業者とともにまちづくりや商工業・観光振興等、掛川市を売り込むための計画をつくる。人を呼び込むためのソフト事業の充実強化と仕掛けづくり。

・「サポーター制度」

市内外から掛川市や市民活動を支援する人材を登録し活用する制度

【市民サポーター】・・・市民が自治会や生涯学習センター単位で活動する際に、無報酬でリーダー役になる人材。要請に応じて派遣可能。

【市外サポーター】・・・市外から掛川市に対して何らかの支援を行っていただける人材

◇関連事業：ふるさと納税制度(寄附金)のPR

・「特命大使」

国内や世界の舞台で活躍する市にゆかりのある著名な方々に特命大使に就任してもらい、本市の魅力を積極的にPRしてもらう。

現在、「掛川市ふるさと親善大使」17名、「掛川お茶大使」3名を任命し活躍していただ

いている。

・「ロゴ、ゆるキャラの活用」

「お茶のまち掛川」をイメージした「マスコットキャラクター＝茶のみやきんじろう」と「ロゴマーク」を公募・決定し、今後は着ぐるみやのぼり旗等に使用し、「お茶のまち掛川」のイメージづくりに活用する。



・「地域資源の活用」

掛川市内に点在する地域資源(人、施設、行事、体験など)について、組み合わせてPRすることにより、掛川市に1～3日程度滞在できるような仕掛けをつくる。

・「掛川ブランド」の構築

例：「お茶のまち掛川」「環境日本一のまち掛川」

・市内イベント開催時に、駐車場の一部を無料開放する。

過去の実証実験結果を踏まえて、本格実施してみる。イベント場所での滞在を期待するならば、60分ではなく2時間程度必要である。

・「フェイスブック、eーじゃん掛川等の活用」

市内外情報の発信と共有

- ・「掛川らしさ」とは、“ここに行けばこの人に会える” “この店ではこれが買える” “ここに行けばこんな体験ができる” というようなスポット(名物、名品、名店、名人・・・)を市内にたくさんつくりPRする、そのようなコンセプトはどうか？
- ・「まちの活性化」が「自主財源増強」につながることを客観的に示す指標はあるか？ (効果の予測はできるか？)
- ・対象は、市民、近隣住民及び観光客
- ・掛川市に訪れる人を増やす、リピーターを増やす、定住人口を増やす

テーマ2 市有財産の有効活用と(施設)使用料等の収入アップ
～発想の転換で市有施設の有効活用を考え、収支バランスを改善～

- ・公共施設への企業等**広告掲載**強化（例：公用車、玄関マット、印刷物等）
- ・公共施設の**目的外使用**の弾力的運用と条例改正
- ・公共施設の管理運営業務を**民間に委託**する
- ・未利用かつ不要な市有財産の**処分や統廃合**
- ・使用料**基準の見直し**（修繕費を見込んだ視点、収益性を加味した視点）

- ・**広告主(事業者)、施設管理者、行政がトリプルWIN (WIN-WIN-WIN)の関係を築ける仕組みがベスト**
- ・民間委託したら来場者が増える、収益が上がる、市民満足度が上がる、（経費削減につながる）施設はあるか？・・・図書館？ 竹の丸？ さんりーな？
- ・道の駅など集客力の大きい施設は、収入も多いが施設も痛みやすい。→**修繕費を見込んで使用料や賃料収入を上げることを検討すべき。**
- ・使用料の増加は市民負担の増加につながる。しかし、将来にツケを回すのか、今から将来負担を見込んだ料金体系とするのか検討が必要である。
- ・公共施設や指定管理者が管理している施設の自動販売機を一括して契約すれば、ジュース1本あたりの販売単価を安く提供できるのではないか？

テーマ3 使用料の収納率の向上や納税額アップ ～個人市民税、固定資産税の収納率アップ～

- ・市民税収納率を県下No.1レベルに引き上げる（約5億円の増収が見込まれる）
→H22個人市民税87.6%を県下1位の島田市並み92.6%（現状より5%増）に引き上げたと仮定すると、**68億9,300万円×5%＝3億4,465万円**の増収見込み
→H22固定資産税95.2%を県下1位の湖西市並み97.4%（現状より2.2%増）に引き上げたと仮定すると、**104億4,300万円×2.2%＝2億2,974万円**の増収見込み
- ・使用料（市営住宅家賃、幼稚園保育料等）や、負担金（幼稚園保育料、学校給食費等）も滞納整理に力を入れて収納率アップに努める。
- ・現在市では、従来より取り組んでいる滞納整理対策と、新たに「債権管理条例」を制定することにより、滞納整理の強化を図ろうとしている。

納税課における現在の取り組み

(1) 市が行う滞納整理

- ①財産調査 ②差押え ③公売（インターネット）④搜索実施
⑤タイヤロック ⑥執行停止

(2) 静岡地方税滞納整理機構に徴収困難事案を移管

- ・どうすれば、滞納が減り収納率が向上するか？
（例：市民(中高生など近い将来納税者になる世代等)に対する納税教育の実施、職員数を増やして滞納整理を集中的に行う→人件費増）