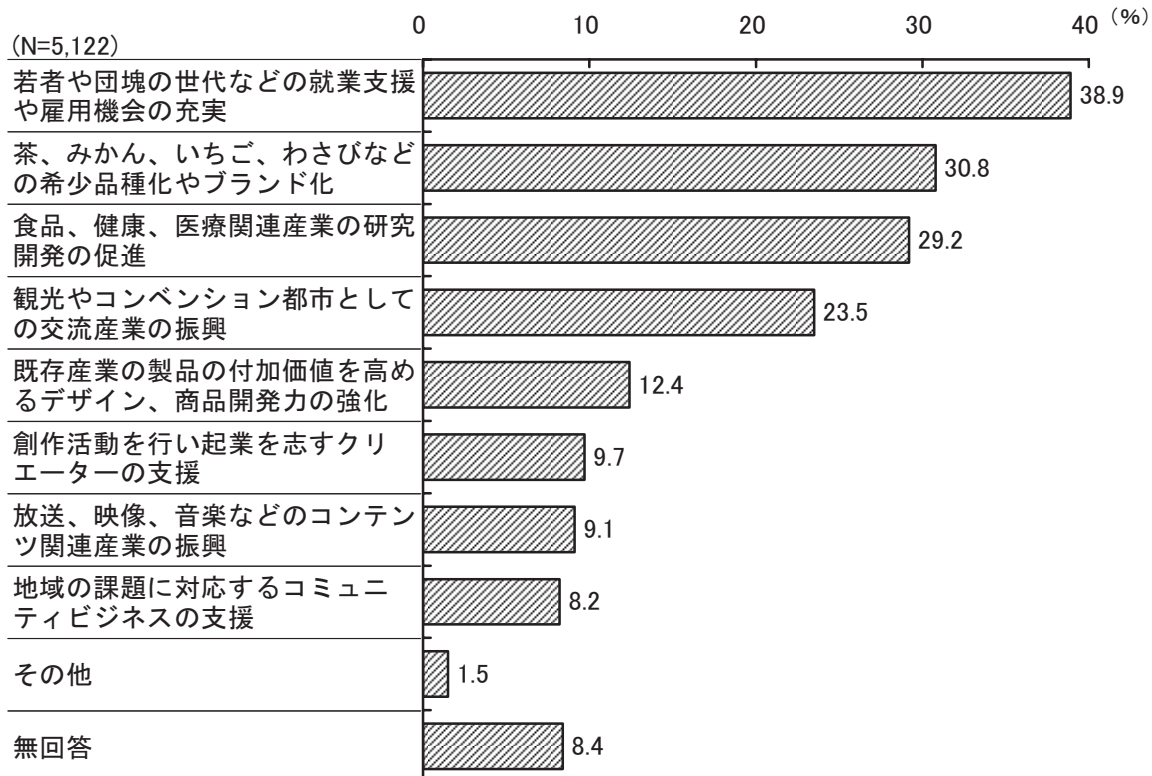


11 元気な経済が生まれるまちづくりについて

(1) 創造型産業のまちを実現するために市や企業等が取り組むこと

問 24 これからの成長産業といわれる付加価値の高い創造型産業のまちを実現するために、市や企業などが最も重点的に取り組むべきものはどのようなことだと思いますか。

(○は2つまで)



Point!

いずれの年代でも「就業支援や雇用機会の充実」が高い。

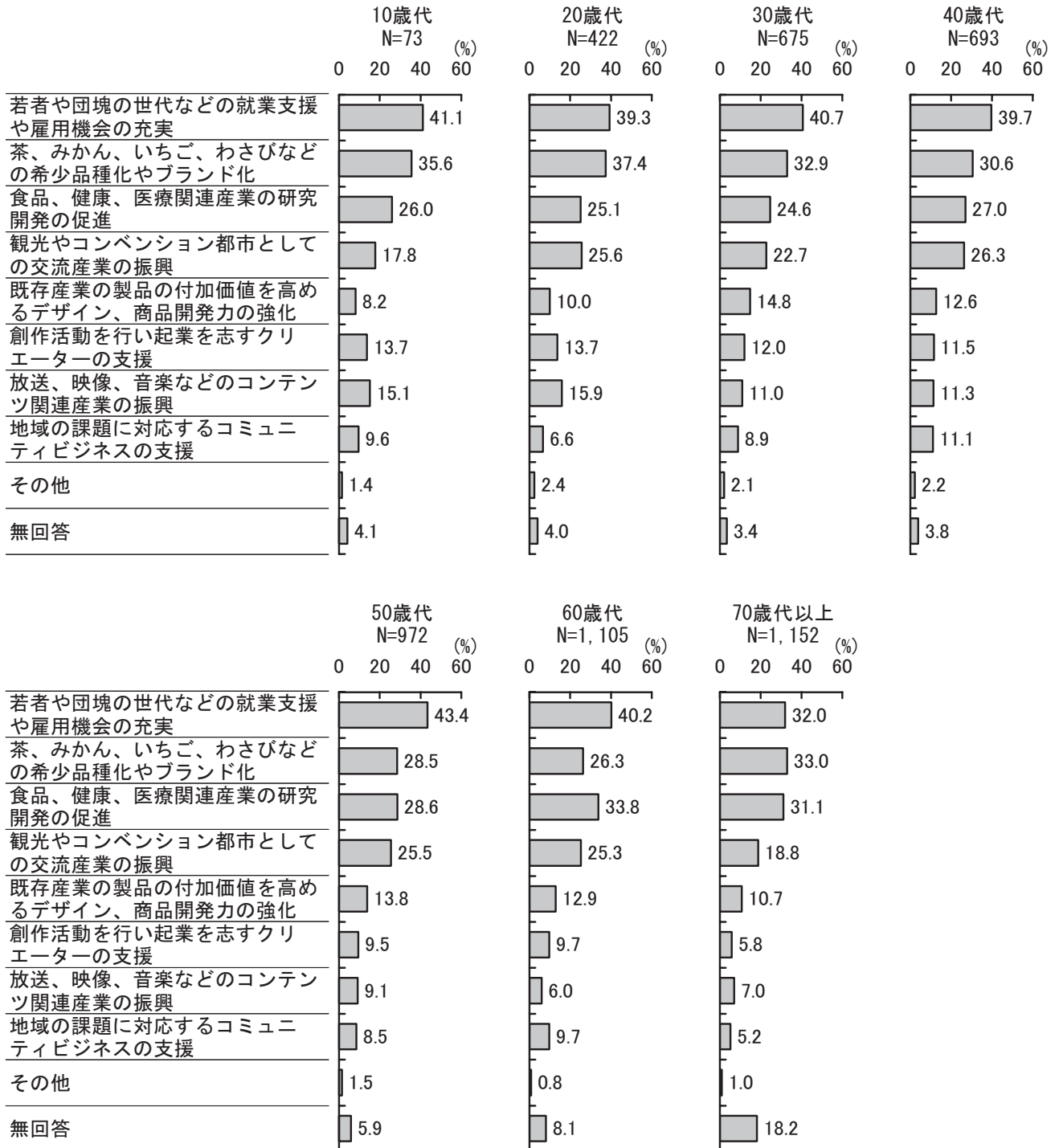
創造型産業のまちを実現するために市や企業が取り組むことは、「若者や団塊の世代などの就業支援や雇用機会の充実」(38.9%)、「茶、みかん、いちご、わさびなどの希少品種化やブランド化」(30.8%)、「食品、健康、医療関連産業の研究開発の促進」(29.2%)などがあげられる。

●その他内訳●

- 企業誘致…人の増加が購買力に繋がる。
- 交通の便をもっと良くし、大手企業の本社部門を。
- 交通渋滞の解消。
- 商店街をオリジナリティ豊かにする。
- 商業施設の充実化。
- エコ、安心、安全。
- 自然を活かした環境保全関連産業の振興。
- 農業他、食料生産業の保護と活性化。
- 海、港を生かしたレジャー施設の充実。及びその周辺飲食施設の充実。(横浜市の様な町づくり)
- 製造業の発展。(船舶・エンジン精密機械・アルミ製品)
- 現状対策に貢献できるビジネスへの支援。
- 地球温暖化を抑制する事業の促進。

…など

【年代別】

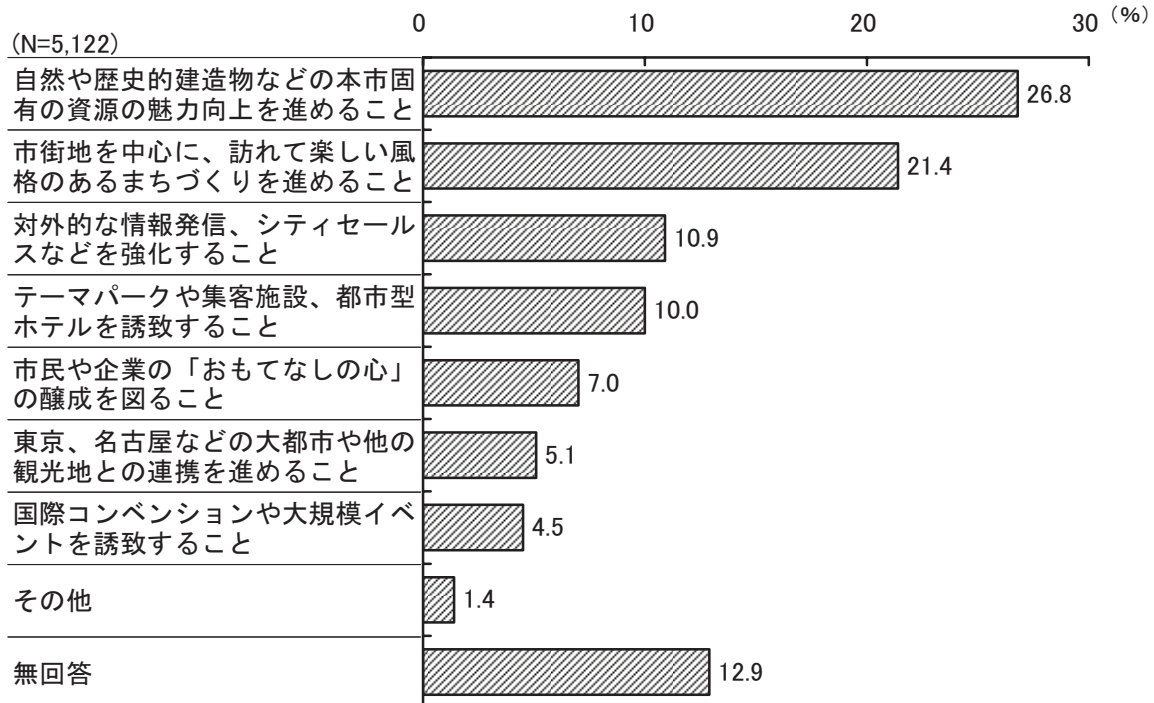


年代別にみると、10歳代と20歳代では「創作活動を行い起業を志すクリエイターの支援」(10歳代：13.7%、20歳代：13.7%)と「放送、映像、音楽などのコンテンツ関連産業の振興」(10歳代：15.1%、20歳代：15.9%)がそれぞれ1～2割と、他の年代に比べてやや高くなっている。また、40歳代と60歳代では「地域の課題に対応するコミュニティビジネスの支援」(40歳代：11.1%、60歳代：9.7%)が1割前後となっている。50歳代以上では「食品、健康、医療関連産業の研究開発の促進」(50歳代：28.6%、60歳代：33.8%、70歳代以上：31.1%)に3割前後と他の年代に比べてやや高めとなっている。70歳代以上では「観光やコンベンション都市としての交流産業の振興」が18.8%と他の年代に比べてやや低くなっている。

(2) 国内外から訪れる人を増やす上で、最も重視すること

問 25 静岡空港、新東名高速道路、中部横断自動車道、清水港などを活用し、国内外から本市を訪れる人を増やす上で、最も重視すべきことはどのようなことだと思いますか。

(○は1つ)



Point!

「自然や歴史的建造物などの固有資源」と「風格のあるまちづくり」が2～3割。

国内外から本市を訪れる人を増やす上で重視すべきことは、「自然や歴史的建造物などの本市固有の資源の魅力向上を進めること」(26.8%)、「市街地を中心に、訪れて楽しい風格のあるまちづくりを進めること」(21.4%)では2割以上の方があげている。また、「対外的な情報発信、シティセールスなどを強化すること」(10.9%)、「テーマパークや集客施設、都市型ホテルを誘致すること」(10.0%)についても1割の方があげている。

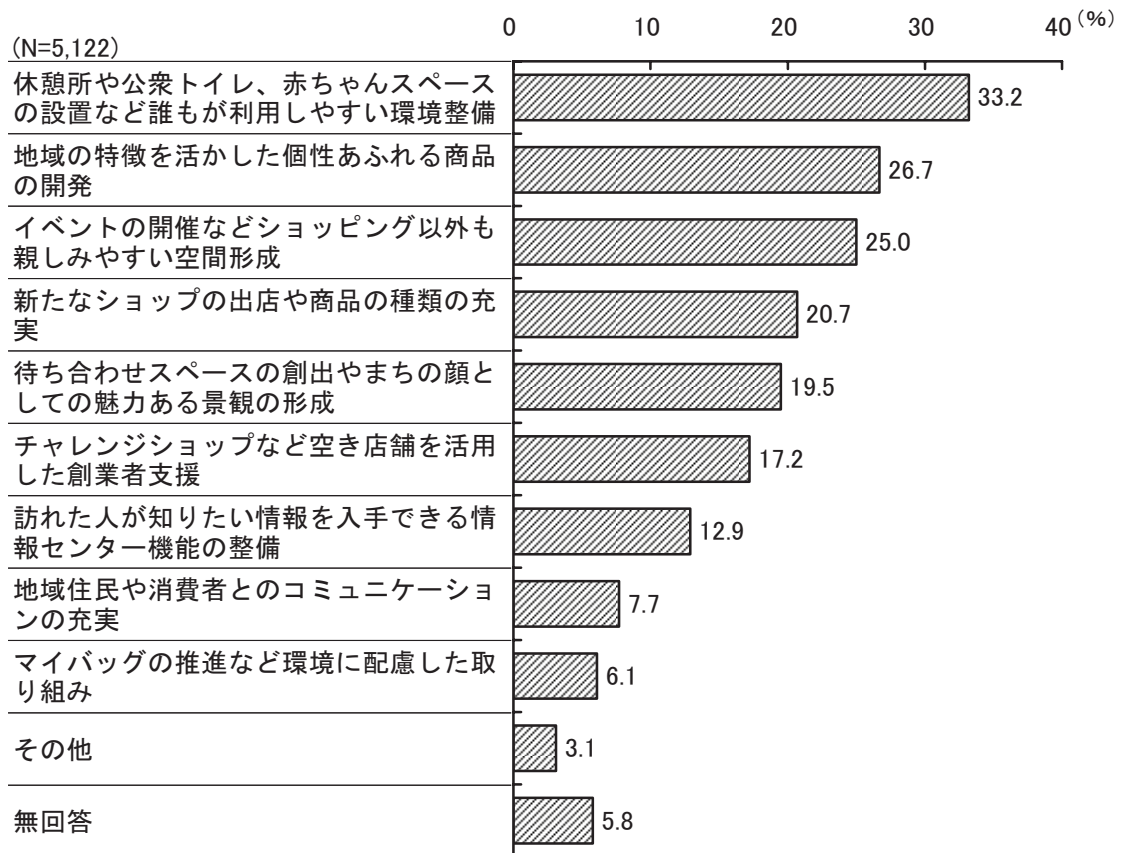
●その他内訳●

- 安心して生活できる社会基盤を整えること。
- 環境を壊さずに出来る事をしてほしい。
- 企業誘致。
- 工場の誘致をして、交通網の要をアピール。
- 交通渋滞の解消。
- 交通アクセス(各町や見どころへのつながり)を良くすること。
- 商店街の活性化。(寂れた商店街の復活を)
- 新幹線とのアクセス。
- 中部横断自動車道の早期完成。
- 電車、バスなど、車を持っていなくても、広範囲を移動できるように交通の便を良くすること。
- 工業化が必要。歴史や農産物重視は、時代遅れの政策。いつまで経っても、市が発展しないのは、工業を誘致する政策を取らない市の責任と、市民は気づいている。

…など

(3) 中心市街地の商業の発展を考える上で、力を入れるべきこと

問 26 これからの中心市街地の商業の発展を考える上で、どのようなことに力を入れていくべきだと思いますか。(〇は2つまで)



Point!

10歳代から50歳代では「誰もが利用しやすい環境整備」が、60歳代、70歳代以上では「個性あふれる商品の開発」が最も高い。

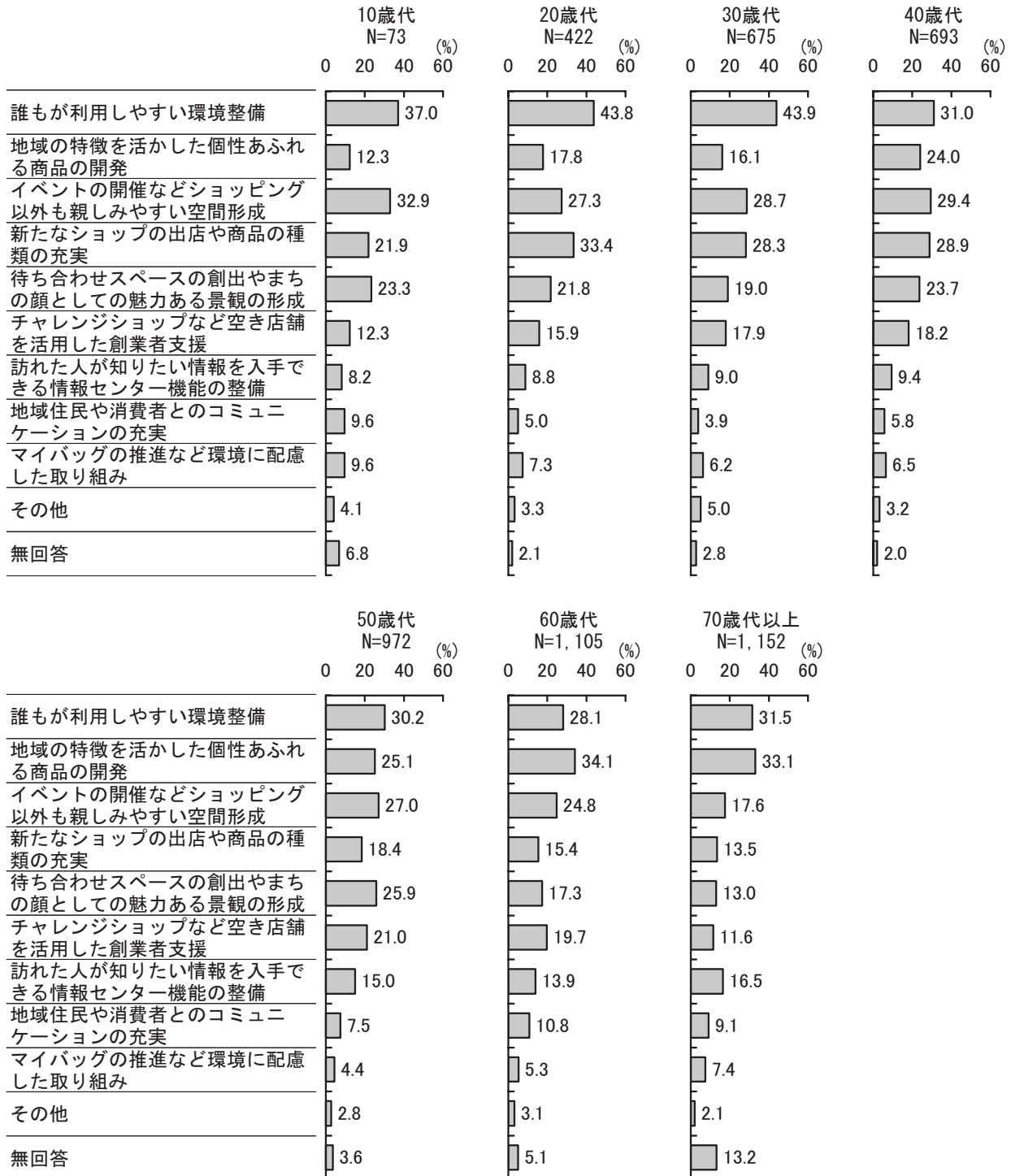
中心市街地の商業の発展を考える上で力を入れるべきことは、「休憩所や公衆トイレ、赤ちゃんスペースの設置など誰もが利用しやすい環境整備」(33.2%)、「地域の特徴を活かした個性あふれる商品の開発」(26.7%)、「イベントの開催などショッピング以外も親しみやすい空間形成」(25.0%)、「新たなショップの新店や商品の種類の充実」(20.7%)などをあげる人が多い。

●その他内訳●

- 公共交通機関の拡充。
- 交通の便を良くする。
- 営業時間の延長。閉店後でも、シャッターアート等で、町が楽しくなる町並み。
- 大型店がほしい！（イオン等）
- 大型店の出店が問題なので、そこを考えないで、中心地ばかり手入れしても、あまり変わらない。
- 機能性のないアーケードよりも、横浜のみなとみらいの様な、雨でも関係ない大空間とした方が買い物しやすい。
- 公共交通の充実、自転車道路、オートバイ・自転車等の駐輪場の拡充。
- 駐車や駐車場の無料化。
- 駐車場利用料金の値下げ。駐車場の確保。
- 利用しやすい駐車場（タワーP）を、中心部に設置すること。
- 高齢者が楽しんで出掛けられる店舗づくり。
- バリアフリー、禁煙。
- 中心市街地の住環境を整備し、駅中心に人口密度を高める。高層ビルをつくり、緑地、公園を広くする。…など

Ⅲ 調査結果

【年代別】



年代別にみると、10歳代から30歳代までは「地域の特徴を生かした個性あふれる商品の開発」（10歳代：12.3%、20歳代：17.8%、30歳代：16.1%）が1～2割と他の年代に比べてやや低くなっている一方で、60歳代、70歳以上では3割以上（60歳代：34.1%、70歳代以上：33.1%）を占めて他の年代に比べてやや高くなっている。20歳代から40歳代までは「新たなショップの出店や商品の種類の充実」（20歳代：33.4%、30歳代：28.3%、40歳代：28.9%）が3割前後と他の年代に比べて高くなっている。