

生まれて、個々が力を付けることができると思います。経済状態が悪い時でも、しぶとく根強く販売ができて、ご飯を食べていけるまちになって欲しいと期待しています。



吉田

皆さんからお話があったとおり、苦小牧にはたくさんさんの魅力が眠っています。その魅力にしっかりと光を当てて届けるために、じっくりと読んでもらいたい情報は広報紙、リアルタイムならフェイスブックなど、ターゲットや情報の種類に合わせたツールを使い分けています。苦小牧をもっと知ってもらい、好きになってもらえたら嬉しいですね。

市長

これからは市民、あるいは市外の人向けに、タイムリーな情報発信をし、そのことをきっかけにして苦小牧を深く知ってもらう必要があります。それと同時に、スムーズに情報を出せる体制をどう整えるのか、両方ケアしながら進めていく。大変かもしれませんが、そういう仕組み作りをやっていないかなければなりませんね。

永井さん

ゆくゆくは、工業と観光のまちに

なればいいなという期待があります。実は2月にコストプレのイベントを企画しています、こ



れは、「クールジャパン」として国内外で注目され、人を呼ぶ大きなコンテンツになっていきます。例えば工場を背景に撮影会を行うことで、工業が観光資源の一つになるんですね。工業が盛んな苦小牧だからこそできるのだと思います。さまざまな魅力を持つ苦小牧を知ってもらうためにも、各事業者が単体ではなく、他の事業者や行政と足並みをそろえてプロモーションができればいいですね。

八木さん

私は官民の連携で、頑張っている方と一緒に取り組んでいければいいなと思っています。まさにmiharuの事業も



そうだと思うんですけど、より多くの人たちと協力しながら、苦小牧と言えばこれというイメージ付けを、長期的に取り組んでいくことが大切だと思います。あとは市民の皆さんにもっと苦小牧のいいところを知って欲しいです。市外で暮らす私から見ると、ホッキ水揚げ日本一

市長

て本当に凄いことなんですよ。そういう一つひとつの魅力に誇りを持っていただければと思います。

皆さんから貴重な意見や要望をいただきました。その中でたくさんの魅力を出し合ってもらい、それぞれの目線でヒントをいただき、大変ありがたく思います。皆さんと対談させてもらい、改めて、柱となるコンセプトなどの戦略を持った情報発信の大切さを感じたところです。市としても情報発信のツールとして、フェイスブックを昨年からスタートし、広報紙、ホームページなどでも戦略を持って効果的に情報発信しているよう検討しているところです。また、それと同時にmiharuのように行政・事業者、そして市民を巻き込む、垣根を超えた連携が結果として、20年後力強くたくましいまちにつながるかと確信しています。



本日はありがとうございました。この対談でいただいた意見を元に、たくさんあるまちの魅力一つひとつを、市民の皆さんと共有していきたいと思えます。未来を見つめ、誰もが「誇れるまち」とまこまい」をもっとデザインしていきましょう。



特集「まちをデザインする」