

常総市の都市ブランド戦略事業について

金子 晃久 議員

質問

「常総市」という地名は全国的には知られていない。よく、「あつ、常総学院の」と言われ、実は常総学院は土浦市で」と言った説明をされた方は多いのではないかと。私の場合、「茨城県の水海道」という表現をするが、私も常総市の議員であり、抵抗を覚えている。このようなことから、常総市の都市ブランド獲得は喫緊の課題である。当市の歴史的背景や自然環境、東京からのアクセスの良さを勘案するに、魅力的な都市環境を有していると考ええる。これを全国に発信することで、定住人口・交流人口の拡大、地域産品の消費拡大、コンベンションの誘致、企業誘致など大いに期待できる。このような都市環境層における都市ブランドの構築は非常に有効な取り組みであると考えられる。また、合併した本市においては、新たな自治体のアイデンティティーの確立や住民の一体感の醸成にも大変有意義であると考える。以上のことから質問する。

①都市ブランド化の目的と概要を伺う。②都市ブランド化を推進するに当たり、困難な部分と解決法、克服法を伺う。③都市ブランド化への市民及び企業の連携について伺う。

答弁（企画部長）

①地方分権の流れに対応すべく地域力の増加を図り、地域環境層を勝ち抜いていくための地域活性化政策として実施されるものである。②都市ブランドとは、地域の商品と差別的優位性を明確にし、商品の品質、サービス、信頼性を維持し高めていくことが重要となり、徹底した管理戦略が必要となる。③市民、事業者と市が三位一体となり、筑波大学とも連携し、ブランド戦略会議を組織している。

再質問

今年度、200万をブランド化事業に計上したが、どの程度の成果、スパンを見ているか、また、マスコットキャラクターを検討しているか伺う。

再答弁（企画部長）

速やかな策定、ブランド化の実践を目指す。また、

マスコットに関しても検討していく。

（その他の質問）

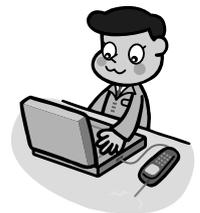
○常総市の情報発信について ○「活き活きしようそう、あつたか市政」について

ニンニク等アメリカのデザイナーフーズを取り入れた予防医学の推進とブランド化について

堀越 輝子 議員

質問

日本では、がんが死因のトップを占めているがわが市においても同様である。しかしながらがんは、早期発見・早期治療により治療可能な病気となつてきており、普段の食生活の改善や予防医学の重要性が高いことも実証されている。アメリカでは国立がん研究所で、がん予防に有効な食品を見つけ、有効性を科学的に証明し、発ガン抑制効果が認められた食材やハーブの40種類をデザイナーフーズ・リストとして公表した。こうした研究成果を元に、官民一体となつて全国的な運動を展開した結果、がん罹患率、死亡率が減少していった。日本では、官民一体となつた予防医学の実践



の成功事例として有田町や舟形町の例が挙げられる。同町ではウイルスやがん細胞と戦うナチュラルキラー細胞を活性化させる乳酸菌を使用したヨーグルトを、小中学生に継続的に食べてもらい、免疫力の強化やインフルエンザや風邪の罹患率を抑えたことを確認している。このように、効果が認められる機能的食品の推進は、膨らむ医療費の抑制や国民の健康で幸福な生活のため、国が率先して進めるべき運動ではあるが、現時点ではまだまだその状況には至っていない。デザイナーフーズの多くは抗酸化作用を持ち、がん抑制に有効であるが、中でもニンニクは、予防効果もとても高く、がん以外にも多くの疾病を予防する効果がある

答弁（保健福祉部長）

今後の検討課題の一つであると考えている。ブランド化については、都市ブランド戦略会議の中で十分検討していきたい（その他の質問） ○一人一ゴミ運動の推進について

