

おわりに

新居浜市では、総合戦略に掲げる定住人口・交流人口の拡大を目指し、本市固有の魅力を効果的に情報発信し、本市のイメージアップと認知度の向上を図るため、昨年度よりシティブランド戦略に取り組んでおります。

「シティブランド」とは、都市の名前から人々が思い浮かべる全体的な評価のことであり、望ましい評価をつくり上げていくことが「シティブランド戦略」となります。

従いまして、「シティブランド戦略」は、新居浜市をこんなまちにしよう！という、市民の皆様への約束であり、未来の新居浜に向け、市民と行政が一緒に作っていく、新しい新居浜のストーリーを紡いでいくものとなります。

そこで、まず目指すべきことは、市民の皆様にもまちへの誇りと愛着を持っていただき、住みたい、住み続けたいと感じてもらふことであり、さらにその先には、市外にも新居浜の魅力が伝わり、観光客の誘致や移住促進につながるものと考えます。

「新居浜」の語源は、奈良朝末期の「新居」に由来していると言われており、元来新居浜地方一帯は、農漁村でありましたが、元禄4年の別子銅山の開坑によって、「新しい仕事」が生まれたまちであります。

そして、住友関連企業群を中心に、四国屈指の工業都市として、働き手である多くの「新しい人々」を受け入れ、発展してきたまちでもあります。

新居浜市は、今でも、毎年多くの「新しい人々」を迎え入れてきた結果、ずっと新居浜に住んでいる人、一度市外に出て戻ってきた人、そして新居浜に新しくやってきた人が概ね3分の1ずつを占める構成となっております。

新居浜は、これまで「新しい」ヒト・モノ・コトを受け入れるだけでなく、それをチカラとして、他の地域にはない「個性」と「新しい価値」を生み出してきました。

それらが目に見えるカタチとなったものが、新居浜太鼓祭りや別子銅山近代化産業遺産をはじめとする歴史や文化、ものづくりの技ではないかと思えます。

これからも、この「新しいをチカラにするまち 新居浜市」という言葉をブランドエッセンスとして、具体的な「シティブランド戦略」の推進に積極的に取り組んでまいります。

折しも、平成29年は市制施行80周年という新居浜市にとりまして記念すべき年でございます。同時に「愛顔^{えがお}つなぐ えひめ国体」が本市においても開催されます。

ヒト、モノ、コト。このまちに集まるたくさんの「新しい」を受け止め、交わり、次の「新しい」を生み出す絶好の機会となります。

「Hello! NEW」(ハロー、ニュー)、新しいをチカラに、このまちの未来につなげるための力強い一歩を踏み出す一年にしたいと考えております。

どうか、議員の皆様、市民の皆様におかれましても、「市民の誰もが幸福を実感できる 笑顔輝く新居浜市」の実現に向けまして、チーム新居浜の一員として一層のご支援とご協力を賜りますようお願い申し上げます。