

# 令和3年度茅ヶ崎市地域再生計画評価書

## 1 地域再生計画の名称

第2期茅ヶ崎市まち・ひと・しごと創生推進計画

## 2 評価対象事業の名称（企業版ふるさと納税受領事業）

茅ヶ崎市まち・ひと・しごと創生推進事業

ア 結婚・出産・子育ての希望をかなえ、茅ヶ崎への人の流れをつくる事業

- ・子育て世代の本市への継続的な転入を維持するため、若い世代が参加しやすく、本市でのライフスタイルへの興味を深めるきっかけづくりなど、子育て世代に向け、本市での暮らしのプロモーションに取り組む事業

【実施事業】

- ・子育て世代の転入促進プロモーション事業 等

## 3 地域再生計画に掲げる評価方法

毎年度12月までに地元の経済に知見を持つ外部有識者による効果検証（ヒアリング）を行う。

## 4 効果検証（ヒアリング）結果

【外部有識者】

- ・横浜銀行 茅ヶ崎支店 支店長 横山 博行 様
- ・湘南信用金庫 茅ヶ崎営業部 部長 石田 貴一 様

【ヒアリング日】

令和3年12月24日（金）

【ヒアリングの視点】

- ・令和2年度に行った施策の効果及び今後の施策展開に向けた知見を得るため、市内の不動産市場の動向、及び新型コロナの影響を受けた市内経済の状態についてヒアリングを行った。

【ヒアリング内容】

横浜銀行 茅ヶ崎支店 支店長 横山 博行 様

<p>市内の不動産市場</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住宅ローンは引き続き好調で、安定して多くのお申し込みをいただいている。</li> <li>・傾向として、子育て政策が充実している自治体が居住地に選ばれている傾向がある。</li> <li>・湘南地域では、まさに30代前後の子育て世代やプレ子育て世代が出産や入学を見据えて、住宅ローンのお申し込みをいただくことが多い。茅ヶ崎についても同様の傾向にあるが、お客様からは「住宅の価格や立地、ネームバリュー等がちょうどよい」という声が多い。</li> <li>・弊社シンクタンクでも、茅ヶ崎は住宅用地の購入ニーズが多く住宅価格が高騰しているとの分析をしている。</li> <li>・最近では市内全域で需要に供給が追いついておらず、特に人気の高い地域では「建てれば売れる」という状況が続いている。</li> <li>・茅ヶ崎では、相続で土地が売却され、いくつかの区画に分けられた住宅を子育て世代が買うという傾向がある。</li> <li>・コロナ後もいかにこの流れを保っていけるかがポイントとなる。</li> </ul>
<p>市内の経済状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飲食や観光、宿泊業は新型コロナの影響を強く受けており、茅ヶ崎は特に飲食業が影響を受けている。</li> <li>・感染者数の減少に伴い、会食における規制も緩和されたが、弊社含めまだまだ大人数での会合が自粛されているため、大きな会場を抱える飲食業者は特に厳しい。</li> <li>・そのような状況でも、引き続き飲食業含めた様々な業種から新規事業への融資のお申し込みをいただいている。</li> </ul>
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・茅ヶ崎のお客様は非常にあたたかい人柄をお持ちだが、ホノルルウィークやアロハシャツなども含めて、市外の方にあまり知られていない部分があると感じる。プロモーションサイトやSNS等にアクセスしてもらうためのプロモーションが重要。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・冠水ポイントや街頭消火器の設置場所など、プロモーションサイトを通じて周知できると、安全・安心もアピールできるのではという声も耳にする。</li> <li>・首都圏中央連絡自動車道の周辺開発の際も、製造業を誘致する自治体があった。製造業が誘致できると、税収面では強みとなる。茅ヶ崎は土地が少ないまちだが、誘致に向けた政策があるとよいのではないか。</li> </ul>
--	---

湘南信用金庫 茅ヶ崎営業部 部長 石田 貴一 様

市内の不動産市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>・順調に伸びている。</li> <li>・茅ヶ崎は住宅地として非常に人気があり、市全域において不動産価格が高騰している。</li> <li>・茅ヶ崎の不動産需要はしばらく続くのではないか。</li> <li>・市外からの転入者は増えているが、近隣市と比較して茅ヶ崎は子育て世代の転入が少ないという調査結果もあるため、当該事業は的確なものと言えるのではないか。</li> <li>・これまでの経験から、茅ヶ崎の人は転入者にとっても優しいので、まちの魅力を市外の方に知ってもらうことは有効だと思う。</li> </ul>
市内の経済状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国等の事業者支援策もあり、事業者からの融資のお申し込みは増加している。</li> <li>・観光や飲食等、新型コロナの影響を受けている事業者もちろんあるが、支援策の効果は一定程度あったのではないか。</li> <li>・また、茅ヶ崎はインバウンドや市外からの集客も多くないため、外的要因に左右されにくいという特徴も、比較的影響が少なかった要因の1つとなったのではないか。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏中央連絡自動車道が開通した際も、「近隣市町ではなく茅ヶ崎に来たい」という企業の声も多かったため、税収面を考えると一定規模の企業誘致ができるとよいが、茅ヶ崎は土地が少なく難しい。</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>・先日学生のプレゼンを聞く機会があったが、「茅ヶ崎は観光都市ではなく住宅都市の傾向が強い。海やサーフィンといったイメージは数十年変わっておらず、文化資産やクリエイターの活用促進など、人口減少にどう対抗していくか」という内容だった。こういった若者の意見を取り入れるのもひとつかもしれない。</li></ul>
--	--	---

## 5 総括

市内の不動産市場は好調であり、近隣市と比較し、子育て世代の定住促進を強化する事業目的は本市にとって適切であるとの評価をいただいた。

転入需要に対し住宅用地の供給が不足している状況だが、コロナ後にも転入需要を保っていくことが重要であり、本市の住環境や市民の人柄等、本市の強みをより強く市外にアピールし続けるべきとのご意見を踏まえ、引き続き、プロモーションサイトの充実を図り、暮らしのプロモーションに取り組んでいく。