

○議長（吉田敏郎）

日程第2 一般質問を行います。質問の順序は通告順に行いたいと思いますが、御異議ございませんか。

（「異議なし」という者多数）

○議長（吉田敏郎）

御異議なしと認めます。よって、一般質問は通告順に行うことに決まりました。

それでは、一般質問を行います。質問、答弁は簡潔にお願いをいたします。

それでは、2番、佐々木昇議員、どうぞ。

○2番（佐々木昇）

皆様、おはようございます。2番、佐々木昇でございます。

本日は通告に従いまして、一つの項目について質問させていただきます。

開成町の魅力と認知度の向上を。現在、国内の多くの地方自治体が人口減少問題を抱えている中で、本町では昨年10月には1万8千人を超え、着実に人口増加を続けております。総務省が2019年7月に公表した「人口増減率ランキング2019」、これは住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数、2019年1月1日現在のデータに基づき、2018年1月から12月の人口増減率をランキング化したものであります。その結果、本町は全国市区町村のうち38位という結果が出ております。これは国内でもかなり元気なまちと言えることが証明されております。

一方で、第五次開成町総合計画では、人口推計として、令和4年の1万9千300人がピークとされていることや、後期基本計画第8章「効率的な自治体経営を進めるまち」の中の施策であります「信頼される質の高い行政の実現」では、課題といたしまして「定住人口の拡大、交流人口の拡大を図るため町の魅力を見つめ直し、磨き上げることで、開成町のイメージを向上させることが求められています。」と記載されており、今後、対応策が必要と考えます。

また、本町がどのような町なのか、町外へ幅広く認知度を向上させる施策を講ずるべきであります。

将来にわたり元気なまちを維持するために、更に町の魅力を向上し、認知度を高める必要があると考え、次の事項について町の見解を伺います。

①ブランディング戦略の現状と課題は。

②各種イベントのさらなる戦略は。

③交流人口の増加策は。

④関係人口の考え方と対応は。

以上です。よろしくお願いいたします。

○議長（吉田敏郎）

町長。

○町長（府川裕一）

それでは、佐々木議員の御質問にお答えをいたします。

1問目の、ブランディング戦略の現状と課題は、についてお答えをいたします。

開成町のブランディング事業は、平成27年2月の町制施行60周年を町の新たなスタートと位置づけ、町そのもののブランド化に着手をいたしました。

ブランディングへの取り組みを通して、町内外の多くの皆さんに開成町に「住みたい」「住み続けたい」「訪れたい」という思いを深めていただき、将来にわたり活力に満ちあふれた開成町であり続けるために、人口の年齢構成バランスを意識した定住人口の拡大や、定住、移住のきっかけとなる交流人口や、関係人口の拡大を主な目的としております。

また、開成町の魅力である都心からの絶妙な距離感の中で、程よい田舎の雰囲気を楽しみながら便利な生活を送っている町民のライフスタイルと、小さな町ならではの家族のような町の一体感を「田舎モダン」のフレーズで表現をし、ブランディングのコンセプトとしております。

これまで5年間にわたる取り組みにおいては、広報紙やイベントのポスターなどをはじめとするさまざまな媒体について、「田舎モダン」をコンセプトにデザインし、町のPRにとどまらず、町民の愛着や誇りの醸成などにおいても、「田舎モダン」の浸透を図ってきました。

全国的に人口減少が進行する状況の中で、開成町は、豊かな自然環境と良好な生活環境が調和した町として、また、子育て施策を中心とした幅広いきめ細かな施策展開などによって、現在もなお、定住・移住人口は増加傾向を続けております。これはブランディングにおける取り組みを進めてきたことで、「開成町って何かいいよね」という雰囲気を醸成し、町内外へ開成町の元気を発信することで多くの方々に集まってもらえるまちづくりを推進した結果であり、人口増加の一要素となっていると認識しております。

また、この人口増加傾向の継続によって、昨年3月の小田急線開成駅への急行停車をはじめとするさまざまな社会経済面への相乗効果を生み出しており、今後もブランディングを通して、町の元気を育み、発信していくことから持続可能なまちづくりを推進していきます。

ブランディング事業の課題を挙げるとすれば、将来に向けて開成町の元気やブランド力をさらに向上させるため、当町に住まわれている若い世代の方々をこれまで以上に積極的に巻き込みながら、新たなブランディング事業を展開していくことだと考えております。

将来を見据えた取り組みとして、若い世代の皆さんによる町事業への参画や町の元気につながる地域、自主活動の展開など、積極的に促進することで、新たなコミュニティの形成や若い方々によるさまざまなイベントを展開につなげていけるよう、多種多様で、誰もが無理のない範囲で楽しみながら活動できるような、新たな枠組みや仕組みづくりを支援していきたいと考えております。

こうした取り組みから、地域活動の担い手不足の解消や、文化・芸術、スポーツ活動等の活性化につなげるとともに、これまでのブランディングの取り組みで培った経験を生かして、若い方の取り組みを加えた、より一層大きな開成町の元気を町内外に

発信することで、さらに多くの方に集ってもらえるまちづくりを推進をし、開成町ブランドの価値をこれまで以上に高めていきたいと考えております。

次に、2点目の各種イベントの更なる戦略は、及び3点目の交流人口の増加策は、については関連性がありますので、あわせてお答えをいたします。

あじさいまつりにつきましては、町の観光資源であるあじさいを核とする自然景観について、北部地域をはじめとする町の魅力として広く対外的にPRするため、町民参加のもとに、都市との交流、個性の創出の場として活用するとともに、地域産業の発展につなげることを目的に開催をしております。

近年、あじさいまつりの会場においては、通りによって、花の色や種類が異なる箇所が見受けられますので、植栽によって統一感を出し、花の充実を図ってまいります。

また、あじさいまつりの直前はホテルの発生時期でもあり、ホテルを観光資源として、ホテルの飛ぶまち、またホテルの住む水のきれいな町などとして、町の魅力をPRしていきたいと考えております。

次に阿波おどりにつきましては、阿波おどりをはじめたきっかけは、町商工振興会の夏祭りにかかわるイベントとして開催されてきました。近年では、「小さな町が、いちばん熱くなる夜。」とキャッチフレーズをつけて開催しており、今後も地域振興と商工振興の発展に寄与するイベントとして実施をしてまいります。

現在瀬戸屋敷で開催されている、開成町瀬戸屋敷ひなまつりのスタートは、町婦人会の自主事業として実施されました。年々規模が大きくなり、魅力あるイベントに育て上げていただいた結果、現在では実行委員会形式による、瀬戸屋敷ひなまつりとして実施をしています。

今後は民間のアイデアを取り入れつつ、町としてできるだけ協力しながら、開成町の魅力を発信してまいります。

今回、拠点整備を行った瀬戸屋敷は、各イベントに欠かせない存在であると考えております。都市住民との交流を促進するために、農業体験を核とした観光・体験プログラムの充実を図ることや、北部拠点施設の活用による食や観光コンテンツづくりへの挑戦などから、地域資源の開発を進めることで広域の魅力あるファンを増やし、交流人口の拡大を図りながら、地域住民との協働による、おもてなし体制の構築に取り組むことで、更なる定住促進にもつなげていきたいと考えております。

最後に、関係人口の考え方と対応について、お答えをいたします。関係人口につきましては、総務省による「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書」等において、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々と位置づけられております。

全国的な人口減少、少子高齢化などによる地域づくりの担い手不足という課題に対して、地域によっては、若者を中心に変化を生み出す人材が、地域に入りはじめるような動きもあり、関係人口と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されております。

開成町は全国的な傾向とは異なり、現在も人口増加が続いておりますが、一方で、

自治会をはじめとする地域活動等において、担い手不足などの課題が少しずつ顕在化している状況もあります。

今年度のまちづくり町民集会では、理事会活動における諸課題などについて、全14自治会の役員の皆さんと意見交換し、担い手不足に対する現場の声を聞かせていただきました。その中でも将来に向けて、自治会と町との連携をさらに強化し、地域の活性化を図るために、より強固な協力体制を構築していくことの必要性を確認をいたしましたので、町としてもこれまで以上に自治会活動をはじめとしてさまざまな活動をきめ細かく支援をし、協働の取り組みを加速してまいります。あわせて将来を見据えて、地域外の方々に関係人口となっただき、近隣市・町を含む足柄地域や県西地域などにおいて継続的なつながりを持っていただくことは大変に重要であり、そのための機会やきっかけづくりの必要性について認識しながら、近隣自治体との連携等により関係人口を増やし、地域の持続性確保に努めてまいります。

町としても、現状において関係人口と呼ばれる方々との関係は、ふるさと納税やブランディング事業、ビジネスや余暇活動、地域ボランティア等をきっかけとした受動的な関係構築にとどまっていることから、今後は行政側が主体的にかつ積極的に関係人口との接点を創出し、新たな地域活性化策として位置づけられるよう、具体的な事業展開について研究を進めてまいります。

以上です。よろしくお願いいたします。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

ありがとうございます。それでは順次、再質問をさせていただきたいと思います。

「各種イベントの更なる戦略は」と「交流人口の増加策は」について、まずお伺いしたいと思いますけれども、あじさいまつり、阿波おどりに関しまして、特にさらなる戦略というようなことはないような答弁だったと思いますけれども、両イベント、これ30回、これすごいことですが、町民の皆様の声としてマンネリ化とか、来客数が減少しているのではないかと、阿波おどりも栈敷席に空席が目立っているなどという、イベントに対してそういった声を聞かされるのですけれども、これまでも少しずつイベントに対して変化、これ工夫しているのは承知しておりますけれども、実際に、こういった両イベントの来客者とか、関係者の声、この辺りをどうやって吸い上げて、把握、認識されているのか。あとはここ、来客数、この辺の推移、この辺について、町の考えをお聞きいたします。

○議長（吉田敏郎）

産業振興課長。

○産業振興課長（遠藤孝一）

では、佐々木議員の質問にお答えさせていただきます。今、あじさいまつりと阿波おどりということで、まず、あじさいまつりのほうからお答えさせていただきたいと思います。ここ数年、来客数は、直近が17万6千人、その前が17万9千人で、3

0 回の時は 18 万 7 千人、29 回の時は 21 万人と。直近で一番多かったのは、28 回の 21 万 6 千人ということで、御指摘のとおり、集客数的には減っているという状況はございますけれども、これはかなり、天候の影響と花の咲き具合というところでもかなり推移していて、実際前後するところのお客さんは、実際は来ているのですが、まつり期間中の人数をカウントすると、こういうことになっているという状況でございます。

あとは出展者のアンケートや、来客者に簡単な質問をして、アンケートを集約しているという状況でございます。また、田んぼのあぜにあじさいを植えて、そこからスタートしたあじさいまつりですから、舞台等でイベントをやるにはかなり限られたことしかできないという状況はございますけれども、基本的にはあじさいまつりは、花を見せるというところが一番大事だと考えています。

町長の答弁にもありましてとおり、部分的には不揃いな通りもあるので、まず花の色の統一感やら、品種、アナベル通り等の強化をして、花をきれいにするというところで集客を図っていきたいと考えてございます。

また、阿波おどりのほうは、商工会の夏祭りから秋の祭りの阿波おどりということで、町の提案からスタートしたのが阿波おどりでございます。最初は旧道で行っていたお祭りを、県道の開成小学校の横の県道に移して、かなり広いエリアでできるということで集客数をアップした。途中は福祉会館での舞台でのコンテストとか、いろいろ工夫をしてまいりました。御指摘のとおり、マンネリ化という御指摘もありますけれども、かなり町外連、あるいは町内連の勉強会等で、大分盛り上げていただいている実態があります。後は出店の状況が、かなり今度、そういう場所が少なくなっているということが事実です。あとは御指摘の観客席の問題等は、次年度はこれは撤去して、観客の見るスペースに変えていくというふうに実行委員会では決めているところです。いずれにしても、何ら前年同様ということではなくて、各年工夫をしながら、イベント等で集客を募っていきたいと考えております。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2 番（佐々木昇）

ありがとうございます。毎年工夫を重ねて行っていくということで、ちょっと一つだけ聞きたいのですけれども、あじさいまつり、阿波おどりに関しては、アンケートとか、答弁なかったのですけれども、あじさいまつり、アンケートを出店者等で行っているという、この辺で特に大きな課題みたいなそういうところはないのか、その辺だけ確認させてください。

○議長（吉田敏郎）

産業振興課長。

○産業振興課長（遠藤孝一）

出店者にこのアンケートを取ると、まるで税務署にお金を余分に取られるのではな

いかみたいなことで、実際と裏腹な回答が出てきてしまうということがあります。しかしながら、出店者については、具体的にそういうことはないので、ぜひ、実態の売上金額等を記入してくださいということで調査をしているのですけれども、その辺は実数とはちょっと離れた数値なのかなというところが課題であります。

あとは出店エリアも限られたところで、基本的には、今、新規出店の場合は、地元の地主の方に許可を得て出店するという状況でありまして、なかなか町外から自由に店を出すという状況にはないという状況であります。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

ありがとうございます。今、御答弁いただきましたけれども、イベントというのは、いろいろな方に足を運んでいただいて、答弁にもございました地域産業の発展、地域振興、商工振興こちらの発展ですね。こういったところもつなげていかなければいけないということで、今、御答弁が多少ありましたけれども、この辺しっかりと反映されているのか。町はどういうふうに見ているのか。ちょっと再度、御答弁よろしくお願いします。

○議長（吉田敏郎）

産業振興課長。

○産業振興課長（遠藤孝一）

あじさいまつりの場合は、地域の情勢というようなことで、スタートは自治会長さんたちがお店を出していただいたり、町の職員とあと商工会というようなところで、そもそも商工振興というスタートではなかったというところが事実なのですが、実態はもう、開成町において一番大きいお祭りとして成長を遂げているわけですから、目標としては、客単価を上げたいというところが目標であります。いわゆる手ぶらで来て、散歩がてら来るとなると、どうしても客単価は低いので、その辺を魅力ある商品等、あるいはブランドを展開して、開成町の魅力を発信しながら、そういう購買力の向上に努めたいと考えてございます。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

ありがとうございます。イベントは地域産業、今言いました、地域振興、商工振興の発展というような目的もありますけれども、これ今、実態はなかなか難しいというところなのですが、以前から同僚議員も言っておりますが、これはやはりしっかりと経済的効果、これを1回検証するべきだと思っているのですけれども、これは以前から同僚議員が言っておりますけれど、こちらの状況というか、これが行われているのか。まあ、なかなか難しいというようなところもあるようですけれども、その辺について、町の考えをお伺いします。

○議長（吉田敏郎）

産業振興課長。

○産業振興課長（遠藤孝一）

ちょっと以前、コンサルにお願いをして、経済効果ということは出したものはございますが、具体的には、周遊が一番大事だというふうに考えています。というのは、あじさいまつりの会場に来て、そのまま帰ってしまうということではなく、いかに町なかに寄っていただくかというところがポイントだと考えてございます。

北部の振興というところも実際は行っているところで、その辺を北部の中で回ってスタンプラリーとか、インスタグラムで募集をしたりというようなことはやっているのですけれども、それが広がって、町なかの商店等にお金が落ちるような、そういう工夫が今後必要だと考えています。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

ありがとうございます。この両イベントは、先ほども言いましたが、回数、これはかなり重ねておりますので、回数を重ねているということはすごいことだということで、私も評価はしておりますけれども、このイベント、今後も継続していくということで、だからこそしっかりと検証等を行って、いつまでもさまざまな人たちに愛される活力あるイベントにしていきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

あと、来年度ですか。瀬戸屋敷、これ整備が行われて開始すると思いますけれども、これは答弁にもありましたけれども、各イベントに欠かせない存在になるということですが、このあたり、どのように関連させていく考えなのか。あじさいまつり、阿波おどりで、現在考えていることがあれば、お聞かせください。

○議長（吉田敏郎）

産業振興課長。

○産業振興課長（遠藤孝一）

瀬戸屋敷は、従来、あじさいまつり期間中は特別イベントとして、瀬戸屋敷オリジナルで、指定管理者のほうでイベントを組んでいただいているという状況がございます。それが阿波おどりにつながるかというところは、今後、この拠点を整備したところは、いわゆる加工室が二つと、販売室、情報発信室というところを設けてございます。そんな中で、いろいろ特に食品の開発というところがポイントになろうかと考えてございます。過去にもいろいろ補助金をいただきながら、こうじの関係を使って、こうじを使った料理、あるいはこれからつくられる予定の味噌や、地域でつくった大豆を使った食品、あるいは小麦もつくっていますので、その辺で開発したパン等をつくっていくという計画がございます。できれば、そこから特産品となるようなものをつくって、各種のイベント会場で売れるというようなことも展開してまいりたいと思います。この拠点は、北部の農家の方にも役立てていただきたいということで、3月

中に説明会等を行いますけれども、答えはこうですというものは今はありません。ただし、この5年が勝負ということで、使用の仕方あるいは加工品のつくり方を研究しながら進めてまいりたいと考えています。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

この瀬戸屋敷、答弁にもありました今後核となる施設として、拠点整備を行ったということです。単独でも、各イベント、こちらの連携でも、存在感をフルに、今、御答弁ありました。スピード感を持って、町の魅力アップにつなげていただくことを期待したいと思います。

続いて、先ほど答弁にございました、ホテルときれいな水。これも私、開成町の魅力、十分な魅力の一つだというふうに以前から思っておりますけれども、この辺、具体的にどのようにPRして、どのような効果を期待しているのか、お聞かせいただきたいと思います。

○議長（吉田敏郎）

産業振興課長。

○産業振興課長（遠藤孝一）

ホテル公園みたいなものは、以前から計画には上るのですけれども、なかなかそれは実現していないという状況がございます。しかしながら、今現在、瀬戸屋敷のほうで何とかホテルを発生をさせたいというような努力もしていただいています。ホテルの鑑賞会ということで、5月末の土日には、瀬戸屋敷の敷地内でホテル鑑賞会ということで、あじさいまつりのプレイベント的な立場でそういうことを行っているのですけれども、実際に行ってみると、かなり期待外れの状況にあるということで、また、PRは特にしてないですけども、松ノ木河原の横の水路にはかなり発生したり、山王供養水辺公園等にも発生しているという現象がございます。でもこれを、ホテルを何とか増やして、ホテル祭りというような位置づけまで持っていけるような状況になりましたら、それが理想ということでありますけれども、イメージとしては、花と水とホテルというようなことで展開をしていきたいと考えてございます。

○議長（吉田敏郎）

上下水道課長。

○上下水道課長（熊澤勝己）

水のPRということで、上下水道課のほうの、水道の水の関係のPRということで、私のほうからお答えをさせていただきます。

水に関しましては、あじさいまつり等で、きき水というような関係で、開成町の水のおいしさというものをPRをしてきました。また、ホームページでも、開成町の水のおいしさというものはPRをしていますけれども、去年は他町で行った水のPRに関係した協力等を行ってまして、開成町の水のPRという部分では、引き続き行っ

ていきますけれども、今は足柄地区全体での水のおいしさというところで、他の行政と協力をしながら、水のPRをして行こうというふうに考えております。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

きれいな水と飲み水、多少あれなのですけれど、水、この辺ちょっと分けてあれなのですかね。これは何か一緒になって、開成町のきれいな水ということで、PRとかできないのですかね。ちょっと今、答弁をいただいたので、言わせていただきたいと思います。これは飲み水の関係ですけれど、以前から私もこれは聞いているけれども、PR、以前と全然何か変わっていないような感じがして、この辺のPRの結果なども聞きたいのですけれども、ちょっと通告からずれていると議長に怒られそうなので、この辺がまた、別の機会にさせていただきたいと思いますけれども。いずれにせよ、やはり水も開成町の魅力の一つだと思いますので、今後、さまざまな戦略をとって、PRをして、活用していただきたいと思いますというふうに、お願いいたします。

それでは、次の質問をさせていただきたいと思います。「ブランディング戦略の現状と課題は」と「関係人口の考え方と対応は」について、こちらと一緒に質問させていただきたいと思います。

まず、開成町ブランド、先ほどの答弁でちょっと出ましたけれども、こちら観光客へのおもてなしや、開成町を広くPRするために開発等された産品を、開成町ブランドとして認定し、販路拡大等により、商工振興や農業振興の促進を図っています、ということで行われているというふうに思います。これまでの5回で、私が確認したところ19品、こちらが認定されていると思います。そして、今年1月に第6回認定品の募集、これを行ってございましたけれども、この辺、開成町ブランドの取り組み、こちら順調に進んでいるのか、現状をお聞かせください。

○議長（吉田敏郎）

産業振興課長。

○産業振興課長（遠藤孝一）

お答えさせていただきます。平成26年スタートの開成町ブランドということで、いわゆる主には、飲み物やら食べ物という状況でございます。30年度に一度更新をした、基本的には5年で1回見直すということがありますので、更新のときには、かなり生産もやめてしまったという品物もあります。

定着しているものの中に、やいちろうという焼酎がございましたけれども、これは、町がなかなかこの事業をやっていくのは難しいということと、販路の見つけ出しがでなかったと。目標の年次までにできなかったということで、現在は、いわゆる生産を中止しているという状況でございます。

あとは具体的には、郷弁さんとかは、その辺は実施を継続して行っている。あるいは当初は、あしがり郷とか虹のしずくというお酒があったのですけれども、これも瀬戸酒造の関係で、現在はこのブランドはなくなっているというような状況でありまし

て、また、この３月に、このブランド認定審査会というものを実施する予定です。今のところ、３点応募がありますので、認定されれば良いなというところであります。

しかしながら、当初の予定していた開成町のいわゆるマーケティング調査ですとか、その辺のＰＲとかが、町としては反省点もございます。その辺のＰＲ不足等を補いながら、今後はブランドの価値を高めるというところに努めてまいりたいと考えてございます。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○２番（佐々木昇）

ありがとうございます。これは認定品から外されたり中止になったりというようなところも、今、答弁でいただきましたけれども、このブランディング戦略プランでは、開成町ブランド取り組みに対して、マーケティングによる市場調査や戦略的なプロモーション、こういったものも行うということでございましたけれども、ＰＤＣＡサイクルですか、こういったものも非常に大事だというふうに思います。このあたりの取り組み結果、この辺はどのようになっているのか。そういったことも含めて、こういう結果になっているのか、もう一度お聞かせいただきたいと思います。

○議長（吉田敏郎）

産業振興課長。

○産業振興課長（遠藤孝一）

ではお答えさせていただきます。確かに最初は、発想としては開成町ブランドを多く認定して、つくりたいという実態がございました。その後、ブランド認定した品物等をどう販売し、どういうルートに乗せていくかなどというところが、町の大きなイベントごとに、そういうブースを設けて宣伝をしてきたという状況はありますけれども、御指摘のいわゆるＰＤＣＡサイクルというところを、多少うまくいっていなかったというところが反省点としてあります。今後認定したもの、あるいはこれから認定するものについて、いわゆるアフターフォロー的な支援を強化していかなければいけないと思いますので、ＳＮＳやら、町のホームページ等を活用し、また、イベントでのこの辺の強化も図りたいと思います。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○２番（佐々木昇）

ありがとうございます。認定品として申請していただいているものです。今後しっかりと支援していただきまして、町のＰＲ、また、商工、農業の振興に取り組んでいただきたいと思いますというふうに思います。

続いて次の質問に移らさせていただきます。この、ブランディング事業は、平成２７年から取り組んでいるわけですがけれども、その中での一環としてはホームページま

た広報紙なども、変えられたというふうに思います。こういったものに関して、かなり私的に定着してきたかなというふうに思っておりまして、当初の取り組みでも、成果が出てきているもの、こういったものもあるということで、そういったことも含めて、また新たな展開、こういったものも考えていくということを思っているのですけれども、答弁で、課題といたしまして、町に住まわれている若い世代の方々を積極的に巻き込みながら、新たなブランディング事業を展開していくことだというふうにありましたけれども、新たな展開に向けて考えられているというのですか、現状でそういったことに対して考えていることがあれば、計画的、このようなものがあるものでしたら、ちょっとお聞きしたいと思います。

○議長（吉田敏郎）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

それではお答えをさせていただきたいと思います。新たなブランディング事業の展開ということでございますが、基本的には、ブランディング自体、町の認知度を上げて、町の魅力向上を図る、発信していくというようなことで、町内の皆様の町に対する愛着、誇り等の醸成を図っていくというようなことが、一つ目的としてございます。

これまでさまざま行ってきた取り組みについては、これまでどおり続けていくというようなことが、まず基本としてございます。その上で、ここで申しあげたのは、さらにこれまでの取り組みの幅を広げるというようなこと。また、中身の充実と言いますか、さらにその認知度、魅力みたいなものは、これまで5年間かけて、いろいろ上がってきたり、深まってきたりという部分はあるのですけれども、まだまだ町内の方でも、いろいろなことをまだ御存じない方もいらっしゃるし、町外のほうにも、特に都市部については、その辺の情報なりが広がっていかないというような状況もございまして、さらなる目線というようなことで、若い方の目線であるとか、町外の方の目線で開成町を見た時に、開成町の魅力というのは、こういうところももっとあるよというようなことの御提案をいただくとか、その辺の入り口をまずは環境として整えさせていただいて、今までそういうブランディングに御参画していただかなかった若い世代ですとか、町外、町内でもまた参画していなかった方々を集めながら、特に具体的にどういうふうに新たな展開をしていくということは、そういう今まで御参画いただけなかった方々の御意見を集約した中で考えていきたいと思っておりますし、さらにブランディングが定着するように、もともとの目的を達成できるように、今後も進めてまいりたいと考えてございます。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

新たなブランディングということで、若い方たちの参画、こういったところは、開成町の大きな施策でもあります協働の推進、こういったところにもつながってくる。非常に重要な、また、なかなか難しいというような課題というふうに感じますけれど

も、ぜひブランディングで良い成果が出せるような取り組み、こういったところを期待したいというふうに思います。

ちょっとそういった中で、まだ予定だと思いますけれど、来年度、体育祭が開催される年かなというふうに思います。ちょっとまだ、体育祭開催という決定はされておりませんが、ちょっとこういったところも、そういうところで一翼を担えるようなイベントかなというふうに思うのですけれども、その辺を含めて、担当課から、もし開催に際して何か考えがありましたら、お聞かせいただきたいというふうに思いますけれども。

○議長（吉田敏郎）

自治活動応援課長。

○自治活動応援課長（小玉直樹）

それでは、スポーツの関係ですので、私のほうからお答えさせていただきたいと思います。

今、それぞれ町長の答弁等の中で、また、企画課長等の中で、若い世代というような形がありました。町民体育祭、5年ぶりに、来年度実施、開催を予定しているところですが、町民体育祭については、スポーツを通じた地域のコミュニティーづくりですとか、絆づくり、また、地域の人材発掘、こういったことを目的に開催を予定しているものでございます。そういった意味では、子ども等を含めた中で、若い世代の方が参加していただいて、それぞれに地域のほうに入っていくような、地域活性化になるような、そういったようなプログラム等を今後開催するスポーツ関係団体等を通じた実行委員会の中で検討して、地域活性化につながるようなイベントにしていければと考えているところでございます。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

ありがとうございます。開催するようであれば、ぜひ開成町が盛り上がるようなイベントにさせていただくことを期待しております。

続きまして、ブランドというのか、交流人口、関係人口というのか。私もちょっとこの辺ははっきりしないのですけれども、開成町の新たな魅力の一つとして、新庁舎、ちょっとこちらのほうについてお伺いしたいと思いますけれども、いよいよ今年、来年度5月のゴールデンウィーク明けから供用開始というふうに予定されております。日本初のZEB、ネット・ゼロ・エネルギー・ビルということですので、視察ですね、開成町を盛り上げ、活性化を考えた中で、視察、こういったことも行政関係者だけではなく、建築関係の方や環境エネルギー、こういうところに精通された方たち、もちろん一般の方たちにも、積極的に視察を受け入れて、町の活性化につなげていくというふうな考えもでございます。私はぜひやっていただきたいのですけれども、この辺、視察受け入れに対しての町のお考えをお伺いしたいと思います。

○議長（吉田敏郎）

財務課長。

○財務課長（田中栄之）

それでは、お答えをさせていただきたいと思います。平成27年の基本構想の段階から、開成町の新庁舎のコンセプトといたしますのは「ひとと自然が調和した「安全・安心」の庁舎」ということで、一貫して続けてまいりました。特にその中でも、地球環境に優しい庁舎ということで、省エネルギー、創エネルギーに取り組みまして、日本初のZEB庁舎を現実のものとしたところでございます。

御案内のように、日本初のZEB庁舎ということで認知度が高まってきたということで、これまでもいろいろな各種講演会等の場を通じて、積極的に情報発信はしてきたわけですが、そういったものが実を結んで、本当に全国から多くの問い合わせ、それから視察の申し込みを数多く頂戴をしているところでございます。これにつきましては、5月7日にオープンをしまして、最初のうちは、少しこちらのほうも落ち着きませんので、6月ぐらいを目処に受け入れをしますということで、問い合わせについてはお答えをさせていただいているところでございます。

視察においては、庁舎の説明、案内にとどまることなく、町としての環境への取り組みについてお話をするという。こういったものを一つのコンテンツとして磨くことによりまして、あえていえばブランド化ということも可能だというふうに考えてございます。

あわせて、環境への取り組みを質・量ともに充実させるということになりますと、町だけではなかなか難しいと考えてございますので、町民の皆様、それから企業等の連携ですね。そして、何よりも近隣自治体との協力、こういったものを取り付ける中で、一つの大きな流れをつくっていききたいなというふうに思っております。なお、つけ加えますと、先ほど水のお話がありました。目に見える水ではないのですが、開成町の場合には、水に恵まれているということで、地下水を利用して、省エネの空調システムを導入しているというようなことも、視察の時には、現在もお話をさせていただきますので、今後とも、そういったものを結びつける形で、しっかりと話をさせていただいて、最終的には県西地域等でエコツアーというのですかね。いろいろな太陽光発電であるとか、水力発電等をやっている自治体がございます。メガソーラーなどをやっている自治体もございますから、そういったところを1日かけてぐるっと一周回っていただくというようなものもできたらなと考えてございますので、そういったものの拠点として、改めてこの新庁舎というものを活用してまいりたいと考えております。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

ありがとうございます。そうですね。私も庁舎に限らず、他の開成町瀬戸屋敷とか、

小水力発電、こういったところに足を運んでいただきたいというふうに考えていたのですけれども、今、課長の答弁の中で、広域を含めた中でそういった取り組みを考えていくということなので、ぜひ広域の中でも開成町が主導をとって、また、スピード感を持って取り組んでいていただきたいというふうに思います。

続きまして、関係人口の関係ですね、質問させていただきたいと思います。

この関係人口ですけれども、総務省でも、地域外の者が関係人口となる機会、きっかけの提供に取り組む地方公共団体を支援するモデル事業というものを、「関係人口創出・拡大事業」として実施しております。そういったことで、ちなみに私がこれ見た限りで、神奈川県では松田さんがこれ、モデル事業の団体に、神奈川県でただ一つだけ採択団体ということになっておりましたけれども、今後、この関係人口と言われる方たちが、地域の活性化には非常に重要な役割を果たしてくるというふうに考えております。町としては、答弁によりますと、こういった方たちのまちづくり、これから進められていくというふうなことだったと思いますけれども、現在、ふるさと納税やブランディング事業、ビジネスや余暇活動、地域ボランティア等をきっかけとした、受動的な関係、これにとどまっているということでしたが、私、以前にもこれ言わせていただきましたが、ふるさと納税、納税者の方たちと良い関係、こういったものを構築するために、納税後のフォロー、こういったものをしっかりやっていただきたいということで言わせていただいたのですけれども、この辺の取り組みをしっかりとやっていただいているということを感じまして、この辺がどうなっているのか。寄附していただいているだけでもありがたいのですけれども、その後も、開成町のファンになっていただくと、良い環境構築をしていただきたいというところで、その後、この辺あたりどうなっているのか。他にもさっきブランディング事業、ビジネスや余暇活動、地域ボランティア、こういったことが紹介されましたけども、こちらのほうでも、関係人口ということで何か動きがあるようなことがありましたら、お聞かせいただきたいと思います。

○議長（吉田敏郎）

総務課長。

○総務課長（山口哲也）

それでは、佐々木議員の御質問にお答えいたします。ふるさと納税ということでしたので、私のほうからお答えをさせていただきます。議員、以前から御提案いただいているように、寄附を一つのきっかけに、開成町のファンになってもらえるような取り組みを、という御提案をいただいております。我々のほうでも御寄附をいただいた方に、お礼状をお送りするときに、町のイベント関係の、そういった冊子といえますか、パンフレットですとかイベントの御案内をさせていただくと。せっかく、開成町のことを知っていただけたわけですから、その後も開成町に興味を持って、いずれはお越しいただき、最終的には住んでいただけるような、そんな取り組みをしていきたいと考えて、今も続けているところでございます。

○議長（吉田敏郎）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

具体的な取り組みということで、ふるさと納税で多額の寄附をいただいた方、駅前のロンちゃんの関係で多額の寄附をいただいた方というようなことで、町の魅力を伝えるための資源として、ロンちゃんの活用みたいなことについては、これまでの展示というような形で、町内の公園の中で子どもたちに見ていただくというようなことでやってまいりましたけれども、町内には、さまざまな鉄道ファンの方がいらっしゃって、ロンちゃんの価値みたいなものを違う目線で捉えている方が多くいらっしゃるというようなことが、今回の御寄附を通じて分かってきたということがございます。それをどういうふうに、今後、町の魅力発信の中につなげていくかということは、先ほどブランディングで申しあげたとおり、さまざまな御意見を頂戴する中で、発信ですか、そういうものにつなげていきたいと考えておりますが、まずはそういう方たちがいらっしゃるというようなことを、町内の皆様に、ある意味広報などの媒体を通じて知っていただいて、こんな楽しいことが開成町にあればあるのだよというような素材を、チャンネルを増やしていくというようなことを、一つ具体的な事業というようなことの中に組み込んでいくことを進めてまいりたいというふうに思っておりますので、具体的というようにことで、これからの予定の話になりますけれども、ロマンスカー、電車ファンみたいなどのテーマを通じて、広報などでそういうものを発信して、新たに開成町の魅力になり得るものを御紹介していくような、そういう機会はこれから先も、さまざまな御意見いただく中で我々もアンテナを高くして、広報などに反映していけるように努めてまいりたいと思っております。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

ありがとうございます。私もクラウドファンディングに寄附された方、また、開成町の鉄道ファンの方、ちょっとお話しさせていただいたのですが、正直、私、ロンちゃん、これまで魅力というものをそんなに強く感じていなかったのですが、お二方とお話ししてから、ロンちゃんが宝石に見えてまいりまして、ぜひこのロンちゃん、今、町がそういった方たちと連携してということですので、まずこの関係人口構築ということの一つとしてロンちゃんを、ぜひこういった方たちと連携をして、開成町の魅力の一つとして取り組み、ぜひ行っていつていただきたいというふうに思います。

最後に、町長にお伺いしたいと思います。現在、開成町は元気がありまして、これはこれまでの取り組み、こちらの成果だということは承知しております。そういった中で来年度は、先ほど来出ております新庁舎、これの供用開始、また瀬戸屋敷の整備が完了したということで、新たな施策展開、そういったものに期待していきたいというふうに考えているわけですが、今後、もっと町の魅力、ブランディング戦略で

は強みとも言っておりますけれども、開成町にあるいろいろな強み、こういったものを点として考えて、これを線でつなげて、それを面にして。そういった形で、開成町全体のつながりを持って、開成町の魅力、こういったものをPRしていただいて、町の活性化を進めていただきたいというふうに思いますけれども、町長のお考えを最後にお聞きしたいと思います。

○議長（吉田敏郎）

町長。

○町長（府川裕一）

開成町の魅力をどうやって外に知っていただくかというのはすごく大事なことで、これからも開成町が元気であり続けるためには、すごく重要なことで、その一つの一番大事な核になるのがブランディング戦略であり、それをたって、ここまでやってきましたけれど、その成果の中で私が一番感じているのは、役場の職員が、このブランディング戦略の中で関わりながら、若い職員も含めて、意識がすごく高いなど。他の町のいろいろなそれぞれの職員のレベルはあるかもしれませんが、この戦略を立ててやっている中で、職員がすごく意識を高く持って、外から来る交流人口もそうですし、関係人口の関係もそうなのですけれども、そういう人たちに対して接しているというのがすごくうれしく思っています。それをもっと生かすというのは、すごく大事だと思います。とにかく、交流人口を増やすことによって、定住人口につなげていく。関係人口でさらに開成町を活性化していくというのは、すごく大事なことであります。そのブランディング戦略の中で、先ほどあじさいまつり、ひなまつり、阿波おどりが出ていますけれども、これはそれぞれ一生懸命今までやってきたのですけれども、統一感がちょっと足りなかった。そういう中で、「田舎モダン」というキャッチフレーズの中で、チラシ、ポスターも全て統一的につくることによって、外に発信力が強まったというふうに私は思っています。これはこれからもやっていきます。そういった中で、さらに今回新庁舎が、庁舎として初のZEB庁舎として認証されたということはすごく大きなもので、これは自慢できるものが、そのブランディングの中に、外に発信していく中で、大きな力となってくると思っています。またそれを生かさなければいけない。それは単独で生かすのではなくて、町だけではなくて、町外、県西地域にもできるだけ発信を、協力をしながら広域の中で発信していくほうが、もっと力になるのかなというふうに感じておりますので、特に関係人口においては、今でもそうですけれども、開成町になぜそういう人たちが来ていただけるのかなというのは、開成町のブランディングの中の魅力が発信をされて、開成町というのは何かおもしろそうだなとか、開成町というのは、いろいろな話を持っていくと協力的に話を聞িয়েくれるのだなというのが、外の人に伝わっているのではないのかなという。

例えば、アシガラマルシェ、これは松田の人ですよ。小田原の人でも開成町に来て、いろいろな大きなイベントをやっていただいています。そういう人たちがやりやすい環境をつくっていく。これは職員の意識の高さを高めていくということにつながってくるので、そういう中で、開成町の職員の意識を高めながらやっていくことによって、

結果的に、交流人口も関係人口も増えていくと、私は思っていますので、このブランディングはすごく大切にしながら、これからもやっていきたいと思っております。

以上です。

○議長（吉田敏郎）

佐々木議員。

○2番（佐々木昇）

ありがとうございました。これからも開成町の強み、これを最大限に生かしまして、将来にわたり、元気なまち、これを維持するような施策に期待いたしまして、私の質問を終わらせていただきます。

○議長（吉田敏郎）

これで佐々木議員の一般質問を終了とさせていただきます。