

○議長（茅沼隆文）

再開いたします。

午前10時50分

○議長（茅沼隆文）

引き続き、一般質問を行います。

1番、佐々木昇議員、どうぞ。

○1番（佐々木昇）

皆様、こんにちは。1番議員、佐々木昇でございます。

先の通告に従い、一つの項目について質問させていただきます。開成町地域ブランド戦略のさらなる向上に向けて。

一昨年の足柄紫水大橋の開通、昨年の南部土地区画整理事業完成により新たに誕生したみなみ地区等、町制施行60周年を迎え、さらに魅力的な町へと変貌を遂げようとしている開成町。このタイミングで開成町そのもののブランド化に取り組み、新ロゴマークの作成、町公式マスコットキャラクター「あじさいちゃん」の活用、全国ゆるキャラグランプリでの健闘、町ホームページや広報紙のリニューアル等、開成町の魅力、認知度を高めるための積極的なブランディングは評価できます。しかし、60周年記念事業として発行した住宅地図の不評、また、配付物においても大幅なリニューアルにより本来の形を損なうという町民の声も耳にいたします。

近隣市町も定住促進に積極的に取り組む昨今、開成町においても、町民から住み続けたい、町外の方から住みたいと思えるために、さらなるブランド力の向上と発信力の強化が必要と考えます。町の考え方と方針をお伺いします。

1、ブランドイメージにおける客観的な情報の分析は、2、PR事業の成果と魅力発信のための広報活動は、3、開成ブランド向上のための次なる戦略は、4、より幅広い町民の声を反映させるため、官民一体のブランディングチームの設置をについて、お伺いします。

○議長（茅沼隆文）

町長。

○町長（府川裕一）

佐々木議員のご質問にお答えします。

町制施行60周年を契機に、開成町の新たなスタートとしてブランディング事業に着手し、町のキャッチコピーとして、都会にも田舎にもないよさのある開成町で生き生きと暮らす人々のライフスタイルをモダンと捉えた「田舎モダン」を掲げました。全国的に人口減少への対策が求められる中、開成町の人口は今なお増加し続けております。ブランディング事業への取り組みを通じて「開成町って何かいいよね」という雰囲気醸成し、町への愛着を感じていただき、町内外に開成町の元気を発信し、誇りと憧れを持って多くの方々に集まっていただけるようなまちづくりを進めてきたことで、さらなる定住促進の加速化を図っているところであります。

一つ目のご質問、ブランドイメージにおける客観的な情報の分析について、お答

えします。

ブランディングの取り組みにより、町の魅力である人との強い絆や恵まれた自然環境といった開成町らしさを明確にし、町が行う取り組みに「田舎モダン」のロゴマーク、キャッチフレーズを配し、統一感のあるデザインや色使い等によってイメージを高めるとともに、イメージキャラクター「あじさいちゃん」を活用し、町内外を問わず活躍の場を広げ町の魅力をPRすることで、開成町のブランドイメージをあらゆる世代の多くの方に印象づけております。

ブランディングの取り組みを開始して2年になりますが、町民の皆様をはじめ町外に住まわれる方や自治会、各種団体、企業、メディア、他自治体等、多方面にわたりブランディングの取り組みに関心を持っていただいております。また、それをきっかけとして様々な協働のスタイルが形成されることで、開成町のイメージの向上がさらに図られていると実感しております。

60周年記念によるイベントの内容の充実といった要因もありますが、今年のあじさいまつりの入り込み観光客数が過去最高の21万6,000人を記録し、今年3月のひなまつりでは1日当たりの入園者数も平均で1,000人を超え、前年度比40%増となりました。

また、フェイスブックを活用した情報発信においても「いいね」の数が1年間で倍増している状況や、25歳から34歳の若い世代のフォロワーが最も多く占める状況等、定住促進のターゲットへの情報発信効果が顕在化しております。引き続きブランディングを推進することにより開成町の付加価値を一層高めていき、最終的に定住促進を成果とする総合計画や総合戦略に掲げた目標を達成していきます。

次に、二つ目のご質問、PR事業の成果と魅力発信のための広報活動はについて、お答えします。

PR事業につきましては、ゆるキャラグランプリを初め自治会や企業の夏祭り等、県内外の様々なイベントへの参加、イメージ動画やプロモーションブックの作成、小田急線の各駅へのポスター掲示など、様々な事業を展開しております。ブランディングの取り組みによって、町の元気を様々な方法で発信することでメディアへの露出回数が増え、「あじさいちゃん」を活用したポスターやチラシ等の広報媒体への注目度が上がることで町の良いイメージが多く発信をされ、町の活性化が図られていくという新しい好循環が生まれております。

ブランディング活動では、事業を通じて多くの方々や企業、他自治体等とのつながりも広がり、様々な連携の取り組みへの発展も見られております。引き続きPR事業を展開し、さらなる好循環を生み出すとともに、様々な連携を広げることから町の活性化を図り定住促進につなげていきます。

また、今年度から広報広聴事業も企画政策課に移管をし、世代を超えた様々なニーズへの対応を考慮し、伝える広報から伝わる広報にシフトを図るための戦略的広報を推進しております。町民とのコミュニケーションによる広報づくりを進め、適切な広報媒体や手段を用いることで情報発信力を強化し、ブランディング戦略との

連動による町そのもののイメージアップをさらに図っていきます。

次に、三つ目の質問、開成ブランド向上のための次なる戦略はについて、お答えをいたします。

開成町のブランド力の向上については、平成27年2月に策定をした「開成スタイル～開成町ブランディング戦略プラン」に基づき、これまで同様に取り組みを進めていき、さらなる町の魅力向上、町への愛着や誇りの醸成に努めるとともに、町民や自治会、企業等との協働の拡充を図っていきます。また、これまでのまちづくりの成果をもとに、定住人口や交流人口の拡大を図るため、町の魅力や町の強みを生かした開成町のブランド力の向上を図り、町に住みたい、住み続けたい、訪れたいという意向を高めていきます。

さらに、今年度は、足柄上地区1市5町が連携をし「あしがらエリア」の地域イメージの浸透を図り、自治体の枠を超えた地域全体の活性化を図ることを趣旨とした「あしがらローカルブランディング」を推進します。足柄上地域で活動する関係団体や企業等の連携により「あしがらエリア」の観光振興を推進し、小田原や箱根に匹敵するような地域イメージの浸透や知名度の向上を目標に、インバウンドも視野に入れた交流人口の拡大を図り、足柄地域一帯の活性化を進め、開成町のブランディング戦略との相乗効果を発揮できるよう積極的に取り組んでいきます。

次に、四つ目のご質問、より幅広い町民の声を反映させるため、官民一体のブランディングチームの設置をということではありますが、現在、ブランディング事業は若手職員を中心に構成した庁内プロジェクトチームを設置し、ブランディングの進行管理やデザイン会社との調整、ポスター・チラシ等の広報物のデザイン等に携わっております。手前みそになりますが、このような先駆的な取り組みが、つい先日もマスコミ報道されました。この事業を通じて、町がプロのデザイナーやコピーライター等とかわかれることは、これまでにない行政における特徴的な取り組みとしてメディアに注目されるとともに、職員のデザイン感覚の向上等の人材育成においても効果を生んでいると感じております。

ブランディングを通じた様々な活動には既に多くの町民や団体等が参画をされ、開成町の魅力発信にご協力いただいております。多くの貴重な意見やアドバイスもいただいております。官民一体のブランディングチームの設置は、協働の観点に加え、ブランディングの取り組みそのものを将来的に継続していく上でも考えていく必要があります。平成28年度当初予算において（仮称）子どもフェスタ開催事業を協働推進特別枠として設置しており、子育て世代が楽しめるイベントを保護者の皆さんらとともに企画・運営することにより協働のモデル事業をつくり上げていき、その発展型としてブランディング事業にも結びつけていくような取り組みを進めていきたいと考えております。

以上であります。よろしく願いいたします。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

ただいま町長答弁をいただきまして、順次、再質問させていただきます。

ブランドイメージなのですけれども、私も、これは向上されているのかなというふうに感じております。客観的な視点ということで、ご存知かもしれませんが、株式会社ブランド総合研究所というところが地域ブランド調査2015というところを行っております。市町村では1,000自治体を対象にしておりまして、国内全市790市と東京23区で813自治体、1,000自治体に満たない部分につきましては、事前申し込みをいただいた町村、地域ブランド等の取り組みに積極的な町村をブランド総合研究所で選出し、調査対象を決定しているというようなことなのですけれども、まず確認させていただきたいと思います。開成町は、この事前申し込みというものをしているのか、お伺いしたいと思います。

○議長（茅沼隆文）

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ます。

地域ブランド調査というようにございしますが、特に私どもから、そちらに事前申し込みをしているというようなことはございません。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

そうしますと、開成町、この2015年1,000自治体の中に入っております、そうすると地域ブランド等の取り組みに積極的な町村ということで選出されたということで、この辺でも私は、187団体ですか、その辺に入られているということで、ちょっと評価できるのかなというふうに感じております。

この調査は、インターネットを通じて全国の消費者2万9,046人から回答を集めて実施し、魅力度、認知度など全77項目に及び、各地域の地域外から見た評価をしているということなのですけれども、結果としてですけれども、上位の100位までしか、私、確認できなかったのですけれども、残念ながら100位には開成町は入っていませんでしたのですけれども、この1,000自治体に入っているということでも、私、とても評価できるのかなというふうに思っております。

それで、ブランド総合研究所がこの評価を多角的に分析した調査報告書やブランド評価分析レポートというものを提供しておりまして、これ、ちょっとお金がかかるのですけれども、こういったものを入手して今後の戦略に生かしては、と私は考えているのですけれども、その辺についての考えをお聞かせください。

○議長（茅沼隆文）

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ます。

こういうものの活用をというようなことだろうと思いますけれども、我々も、今、お話にもございましたとおり、100位までの市区町村ランキングというようなことでは承知をしております。ただ、有料の部分もございまして、こういう市区町村での活動がこういう評価をされているのだなというような傾向的なものを捉える一つの材料としては、活用させていただいているというようなことでもございまして。こちらの調査等の内容につきましては、有料というようなこともございますけれども、活用については今後、必要に応じて考えていきたいというふうに思いますけれども、こちらの調査の結果にこだわらずに、ブランドイメージの向上を図っていくというようなことにつきましては着実に進めていきたいというふうに考えてございます。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

そうですね。私も、結果ということには、そんなにこだわることはないと思いますけれども、調査報告書とか今後の研究材料としては、私、価値があると思いますので、前向きに検討していただいて、今後のブランド戦略に活用していただきたいというふうに思っております。

それでは、次の質問に移らせていただきます。PR事業の成果と魅力発信のための広報活動についての質問ですけれども、先ほど町長答弁にありましたプロモーションブックですけれども、これは、どのような目的でつくられたのか。また、私が見たところ、吉祥寺や辻堂などで配られているということですが、その辺の反応というか手応えというか、この辺はどうだったのか。私の感覚からすると、こういったものは、一回見たら、それっきりになってしまうのかなんていうふうにちょっと思っていて、それなら写真を使ったカレンダーとか、そういったほうがよかったのかなんて思っているのですけれども、その辺についてのお考えをお伺いします。

○議長（茅沼隆文）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

それでは、お答えをいたします。

まず、プロモーションブックをつくった意義というようなところでございますが、こちらにつきましては、先ほど町長答弁でも申し上げましたとおり、町制60周年をきっかけに町のブランディングに取り組んできたというようなことで、2年ほどが経つわけでございますが、そちらのブランディングへの取り組み、指定プロモーション事業の、ある意味、集大成として製作をしたというようなことで、ある程度、86点の写真、コピーライターのほうにキャッチコピーをつけていただいて、町の日常の様子を写真におさめて、開成町はこういうところだよと、開成町、こんなにいいところだよというようなことをいろいろな方に知っていただくというようなこ

とでつくった次第でございます。

それと、今後の活用というようなことでございますけれども、こちらの活用につきましては、今、申し上げましたとおり、開成町を知っていただくためにつくったものでございますので、様々な、待合室がある医療機関ですとか車の販売をされているディーラーですとか、そういうところに置くことで町内の方にはご覧をいただく機会をつくっていきたいというふうに考えてございますし。また、プロモーションブック、大きいものと啓発用の小さいもの、二つご用意しているということでございまして、町外へ様々なイベントで出かける中で、町内の魅力を知っていただくという一つの手段として、そういうものの活用も図りながら町外、県外の方に開成町をPRしていきたいというふうに考えてございます。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

わかりました。せっかくつくったものですので、ぜひ、開成町、ブランディング戦略の成果、こちらにつながるような活用をしていただきたいというふうに思います。

続きましてカレンダーの件なのですけれども、もう承知はされているとは思いますが、今年度、デザインが変わってから見づらくなったよというようなお話をよく聞きます。これ、ぜひ見直していただきたいと思うのですけれども、そんな中で写真ですね、こういうのは以前よりよくなったというような声も私は聞いております。カレンダーに限らず、ブランディング戦略として広報紙などの写真は本当によくなったというようなお話も聞きますので、ぜひ、以前よりよくなったというようなものに、カレンダーをしていただきたいと思っておりますけれども、町の考えをお伺いいたします。

○議長（茅沼隆文）

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ます。

今年度の町民カレンダーというようなことで、出来栄えに関して町民の皆様から様々な声をいただいているというようなことは我々も承知しているところでございます。ブランディングというような取り組みの中で、ある程度、「田舎モダン」というものを意識したカレンダーを今年については作成したということで、なかなか皆様からの意見を考えますと、利便性というような部分が損なわれているというようなご意見が多いようなところもございますので。町民カレンダーというようなことで、ごみの収集日等の記載があるというような内容も考えながら、来年度の作成時においては、その辺の意見をきちんと反映した形で、よりよく皆様に使っていただける製作物として、ご意見を反映した形のものを、またさらに検討してつくり上げていくということに努めていきたいというふうに考えてございます。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

ぜひ、この辺に対応していただくということで、よろしくお願ひしたいと思ひます。こういった対応ですけれども、私、以前、昨年、ごみ袋の質問をさせていただきました。今年度、ごみ袋は元に戻って、町民の方たちは非常に満足していただいて、感謝される方なんかもらっちゃったり。本当に、開成町の人たち、いい人が多いのかなと感じます。「怪我の功名」という言い方はどうなのかなと思ひますけれども、逆に、こういったことで信頼関係が築けたりなんていうふうにも、私、ちょっと感じたりしておりますので、こういう対応をしっかりとお願ひしたいと思ひます。

続きまして、新たな戦略というところの質問に移らせていただきます。

先ほど答弁にございました、足柄上地区1市5町が連携して、あしがらローカルブランディングを推進していくというふうなことでしたが、この取り組み、町としてどのように連携していくものなのか、お伺ひしたいと思ひます。

○議長（茅沼隆文）

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ひます。

町として、どのような取り組みかというようなことのご質問でございますけれども、こちらに関しましては1市5町というようなことで、足柄上地域、「あしがら」というようなブランドを改めて掘り起こそうというようなことで、開成町だけでは、ある程度、ブランディング事業を推進していくというようなことも限りがあるのだろうというようなことと、宿泊等も含めまして観光というような部分につきましては、開成町だけでは完結ができないというような状況もございます。そういうものを足柄1市5町で取り組んでいくということの中で、様々なニーズに答えていけるような観光をつくって行って、その中で「あしがら」というものをきちんとクローズアップしていただけるようにPRしていこうというようなことでございます。

また、県西地域2市8町で観光に取り組んでいこうというような動きも県のほうを中心にございますので、2市8町ということになれば箱根、小田原というようなことで、もう既に地域ブランドということで全国的に確立したブランドがございますので、そこにも匹敵するような「あしがら」のブランドイメージの定着というものを図っていきながら、そういうものも確立していくような取り組みを、地方創生の加速化交付金というようなことを活用してというようなこととなりますけれども、そういうものもきちんと活用して自治体同士の連携を図っていききたいということでございます。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

こちらの取り組み、これから動き出すというようなことの話も聞いておりますので、ぜひ広域連携の中で1市5町、よい結果を出していただければというふうに思います。

続いての質問ですけれども、水の関係ですけれども、私も開成町にとっては水、最高の資源であり、宝だというふうに考えておりましたが、今年のおじさいまつりで「きき水」を行いました。このあたりの手応えといいますか、皆さんの反応というか、また、今後、タウンニュースの記事で市販化などというようなことも言われておりましたけれども、今後、水をブランドとしてどのようにお考えなのか、お聞かせください。

○議長（茅沼隆文）

上下水道課長。

○上下水道課長（熊澤勝己）

「きき水」ということで、私からお答えさせていただきます。

先般、6月4日、開成町のおじさいまつりにおいて、親しみ広場で上下水道課が主催しました「きき水」というものを行っております。内容としましては、開成町の水道水と市販で売っている水の2種類の水を飲み比べていただいて、水道水がどういうふうなご感想を持ったかということで開催をしました。目的としましては、開成町の水、議員がおっしゃるとおり、開成町の水というのは大変おいしいというふうに私たちも考えておまして、そちらを再確認していただきたいというような目的で、この「きき水大会」を行いました。

行った感想としましては、当初100名程度来られるかなと思いましたが、予想を超える120名以上の方が「きき水」のほうに参加していただきました。感想としましては、やはり開成町の水はおいしいとお答えされた方がかなり大半の方、また市販の売っている水と比べて、どちらが水道水かわからないというぐらいにおいしいというふうなご感想も聞いております。

こういうことをご感想としていただいた中で、今後、町の上下水道課としましては、まずは町民の方に開成町の水はおいしいのですよというものを知っていただくということで、今後の開成町のいろいろなイベント等にも、そういう「きき水」、もしくは水のPRというものを行っていく上で、また町外の方にも開成町の水はおいしいというふうなことを認識していただきたいなと思っております。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

市販化についてのお答えはなかったようですけれども、時間の関係もあります。これは、また、これから議論させていただきたいと思います。

私、この水、先日、山梨県の富士吉田の道の駅、ここに行ってきたのですけれども、こちらで無料で水を提供しているのですけれども、蛇口から水を取り込んで、

水道水ですから塩素も入っているということで、私が行ったのは8時過ぎでしたけれども、かなり、もう六、七人の方が来ておりまして、東京や横浜のナンバーの方もおりました。湘南ナンバーの方がいたので、ちょっと声をかけましたら小田原の方でして、やはり小田原と水の味が全然違うと。そして、また、お茶がすごくおいしくなるということをおっしゃっていました。

私、ぜひ開成町でも無料で水を提供する場所、この辺をつくってはどうかと思うのですけれども。この辺、管理の関係などいろいろ課題もあるようではございますけれども、私、瀬戸屋敷とか、また開成町の玄関口である開成駅前あたりに設置、その辺を考えてはどうかというふうに思っておるのですけれども、この辺の考えをお伺いします。

○議長（茅沼隆文）

まちづくり部長。

○まちづくり部長（芳山 忠）

富士吉田市の取り組みでございますか、水道水を直接、無料で配付しているというようなことでございますけれども、それが適当かどうかというのは、また調査・検討する余地があるかとは思いますが、開成町、非常に水が豊富でございますので、もうちょっと別の形での、先ほど瀬戸屋敷での水の配付、そういったことも含めて今後検討していきたいというふうに考えております。

以上です。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

ぜひ、この辺、前向きに検討していただきたいというふうに思います。

続いて、より幅広い方たちの声を反映させるため、官民一体のブランディングチームの設置についてですけれども、先ほど町長答弁にありました協働の観点に加え、ブランディングの取り組みそのものを将来的に継続していく上でも考える必要があるということで、ぜひ、こちらも前向きに検討していただき、設置していただきたいというふうに思います。

また、協働推進特別枠として仮称ですけれども子どもフェスタ開催事業を行うということですが、こういった取り組みも、ぜひ継続していただけるような取り組みにしていただきたいというふうに思います。

また、開成町は子育て支援も先進的だというふうにお話を聞いております。母子保健推進委員さん等の取り組みや今年発行された子育てガイドブックなど、こういったものも、もっともっと積極的にPRし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。同じような質問を、私、これまで何度かさせていただいてはございますけれども、南部地区にも住民の方たちが住まれてきております。戦略の目的の一つでもあります定住促進の成果も、これから現実的に求められてくると思います。そういった中で、これからも、さらに開成町の魅力を発信し

ていただき、開成町に住みたい、住み続けたいまちづくりをしていただきたいと思います  
ますが、町長のお考え、お伺いします。

○議長（茅沼隆文）

町長。

○町長（府川裕一）

60周年を契機に、開成町の町のブランド力を高めていきたいということでブラン  
ディング戦略を立てて、この2年間やってきました。つい先日のあじさいまつり  
もそうですけれども、町のポスター、チラシ、ひなまつりが始まりでありますけれ  
ども、夏の花火大会、秋の阿波おどりもありますけれども、シリーズとして開成町  
のポスターだというのが一目でわかるように統一感を持ってやってきました。

今、新しく、また若い世代の人たちに、南部地区の区画整理も終わりましたので、  
移り住んでもらえるようにということで、新しく若い人たちを対象にしたイベント  
をどのように進めていくかというのも新たに加えながら、今、話をさせていただきました  
けれども、できるだけ若い人たちと一緒に新たな企画を。町が、行政が今ま  
で企画をいろいろつくってきたのですけれども、そうではなくて町民の皆さん、特  
に対象者が若い世代といえは若い世代のお母さんたちを巻き込みながら、そのよう  
な企画を持ちながら、南部地区にできるだけ若い人たちに移り住んでもらえると。  
ブランディングも含めながら、そのような協働の中で、これからも進めていき  
たいと思っています。

今まで開成町のブランド価値を高めるということでやってきましたけれども、さ  
らにステップアップとして、今、足柄地域で、国の地方創生の補助金が取れた  
ので、1市5町の中で足柄地域全体の価値が上がるように。その中の一つとして開  
成町をもちろん高めていくのですけれども、足柄地域全体のブランド価値を高める  
ために、開成町のブランド力もさらに上げながら相乗効果が上がるように、これか  
ら進めていきたいと考えております。

以上です。

○議長（茅沼隆文）

佐々木議員。

○1番（佐々木昇）

ただいま町長からお言葉をいただきました。ぜひ、開成町に住みたい、住み続け  
たいまちづくりをしていただくようお願いいたします。

これで私の質問を終わらせていただきます。

○議長（茅沼隆文）

これで佐々木議員の一般質問を終了いたします。