

○議長（茅沼隆文）

それでは、次に、7番、下山千津子議員、どうぞ。

○7番（下山千津子）

皆様、おはようございます。7番議員、下山千津子でございます。通告に従いまして、「田舎モダン」でさらなる定住促進を。の質問をさせていただきます。

先般、小田急線の設備投資計画の策定に伴い、快速急行と急行電車が開成駅に停車する旨の新聞報道がされました。

昭和60年に開成駅が開業して以来の夢がようやく叶うことになりました。これは先人の方々の努力の賜物でございます。

この好機を本町だけでなく足柄上地区全体の発展につなげるためには、今こそ定住促進や交流人口を増やして活性化のための手だてを総合的に再編し、戦略的な情報発信が重要と考えます。

現在のところ町制施行60周年を契機にブランディングのコンセプトに掲げた「田舎モダン」もこれまでの様々な取り組みにより町内外に浸透しつつあるように感じております。

特に、あじさいちゃんを公式マスコットキャラクターにしての情報発信において、平成27年度ゆるキャラグランプリでは県内自治体第3位、平成28年度では県内自治体第1位という好成績を収めております。また、平成29年4月には町内に住む子育て中の主婦5人が町を有名にしたい、活性化したいとの思いから、「あじさいちゃんクラブ」を結成され、テーマソングやダンスなどの普及活動に努めていただいております。

そこでブランディング戦略の今後の取り組みとあじさいちゃんの利用促進について以下の質問をいたします。

①本町のキャラクターの管理運営は適正になされていますか。

②定住促進と活性化に向けて企業や団体との連携を図りながら、本町のキャラクターをどう生かしていくのか。

③ブランディング戦略推進事業全般についての評価と今後の展望をどのようにお考えですか。

④町内外における定住促進などの推進体制をどのようにしていくのか。

以上、壇上からの質問とさせていただきます。

○議長（茅沼隆文）

町長。

○町長（府川裕一）

それでは、下山議員の御質問にお答えをいたします。まず、町のブランディングについては、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付け、町そのもののブランド化に着手をいたしました。

開成町のブランディングの取り組みの最大の目的は、「住みたい」「住み続けた

い」「訪れたい」という思いを深め、していくことであり、この目的達成のために、統一したコンセプトのもとで、ブランディングを進めるため、開成町の魅力である、都心からの絶妙な距離感の中で、ほど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」という言葉で表現をし、ブランディングのコンセプトとしております。

これまでも広報紙などの町民生活に密接にかかわるものから、イベントポスターなどの人を呼び込むための町外への発信ツールまで、あらゆるものを「田舎モダン」というコンセプトでデザインし、町外へのPRだけではなく、自分の住む町への愛着や誇りの醸成においても、「田舎モダン」の浸透を図ってきました。

その結果、開成町に住み続けたいと思う町民の割合は、平成27年の開成町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定時に転入者を対象に行ったアンケート調査では76.6%でありましたが、今年度の町民意識調査では、82.2%に上昇するなど、着実に成果が出始めているものと捉えております。

それでは、一つ目の、開成町キャラクターの管理運営は適正になされているかについて、お答えいたします。

開成町の公式キャラクターあじさいちゃんの管理運営については、「デザインの管理」及び「着ぐるみの管理」の2点があると考えておりますが、どちらも管理と活用のバランスを意識しながら適正に管理しているものと認識をしております。

「デザインの管理」については、広く活用していただくことを前提としながらも、デザインの不適切な改変が発生しないように、マスコットキャラクターの使用に関しては申請に基づき町が承認する手続をとっております。

一方、「着ぐるみの管理」については、町の事業や他の市町村等が主催するキャラクターイベントへの出演などは、原則として町職員が対応しておりますが、町内の保育園のイベントや企業の夏祭りなどに対しては、あじさいちゃんの着ぐるみの貸し出しを行っており、平成29年度の例では、年間8件の実績となっております。

なお、着ぐるみの貸し出しにつきましては、あじさいちゃんのイメージを損なうことがないように、動作や運用方法などに関して、使用される方々との調整が必要であることから、無制限に貸し出しを行うことについては、現時点では、慎重な考えを持っております。

次に、定住促進と活性化に向けて企業や団体との連携を図りながら、本町のキャラクターをどう生かしていくかについて。お答えをいたします。

あじさいちゃんの活用につきましては、開成町での暮らしを楽しむ町民の象徴として、ブランディングの取り組みにおいて起用をしており、自分の住む町への愛着や誇りの醸成という観点からは、町内のイベントのあじさいちゃんの参加を積極的に進めていくことが重要であると考えております。

また、町外への開成町のPRという観点からは、あじさいちゃんを通して開成町のファンを獲得していくことが重要であると認識をしております。

しかしながら、これまでの様々な形で取り組みを進めてきましたが、職員のみで対応するにも限界があり、これまで以上にあじさいちゃんを活用していくためには、町民団体などの協働をより一層深めていく必要があると考えております。

次に、ブランディング戦略推進事業全般についての評価と今後の展望について、お答えをいたします。人口減少が進行する県西地域において、着実に人口が増加をし続けていることや、住み続けたいという住民の意向の高まりがアンケート調査からも明らかになっていることなどから、ブランディングを開始した平成27年度からの4年間において、一定程度の成果が出ているものと捉えております。

「ブランディング」や「シティプロモーション」については、地域ごとに目的や手法が異なりますが、開成町が目指す「ブランディング」は「開成町らしさ」をPRすることで、町民の町への愛着や誇りを醸成し、「住み続けたい」という意向を高めること、また、開成町に魅力を感じて「住みたい」「訪れたい」という意向を高めることが目的であります。

自治体間、特に近隣市町との関係性においては、限られた人口の奪い合いではなく、「開成町らしさ」を追求し、PRするブランディングの取り組みを通じて開成町のまちづくりに興味を持っていただき、まちづくりにかかわりたい方々を増やしていくことから協働のまちづくりを加速させていくことが重要だと考えております。

最後に、町内外における定住促進等の推進体制について、お答えをいたします。

定住の促進に関しても、人口減少が進む県西地域において着実に人口が増加し続けていることから、一定の促進が図られているものと認識をしております。

また、状況により定住促進のための補助制度を創設する市町村もあると承知をしておりますが、現時点では当町において定住促進を目的とした新たな補助制度創設等の考えは持っておりません。今後も開成町らしさとは何かを追求し、PRすることで開成町に魅力を感じて転入していただくことが、将来を見据えた場合に、町民の町への愛着や誇りの醸成さらにはまちづくり参画の観点からも重要であると考えております。

なお、平成27年に新たに誕生した「みなみ地区」の住宅地に早期に人を呼び込むことが、開成町の定住促進の目標であると認識しており、これまでも不動産事業者などと連携をしている分野ではありますが、官民連携のさらなる強化について検討していく必要があるものと認識をしております。

以上であります。よろしく願いいたします。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

1点の答弁をいただきました。順次再質問をさせていただきます。

全文の最後の答弁で、平成27年の開成町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定時に転入者を対象に行ったアンケート調査では76.6%であったが、今年度の町民意識調査では82.2%に上昇したと答弁がございました。このアンケートに

については、平成２７年のいつからいつまでの転入者数で、平成３０年度の町民意識調査では対象者はどのくらいの件数で、調査項目はどんな内容でされたのかをお聞きいたします。

○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、御質問にお答えをさせていただきます。まず、平成２７年度に実施をいたしました、まち・ひと・しごと創生総合戦略策定時の転入者向けのアンケートでございます。こちらにつきましては、転入、平成２５年の７月から平成２７年６月までの２年間の転入者１００名を対象に実施をさせていただきました。回答は１００人のうち４７人という結果でございました。内容につきましては、持ち家の割合ですとか、開成町に転入された理由等とともに、定住の意向等をお聞きしたところでございます。

また、平成３０年度、今年度、第五次開成町総合計画策定に、後期基本計画の策定に伴います町民意識調査につきましては、町内在住の１８歳以上の男女２，０００人を対象にアンケート、意識調査を行ってございます。

なお、回答につきましては、７９５人で、回答率は３９．７５％でございました。こちらの内容につきましては、総合計画に係る政策への関心度、満足度についてアンケートとしてお聞きをしたものでございます。

以上です。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○７番（下山千津子）

それでは、①から再質問をさせていただきます。これまでのあじさいちゃんが出演したイベントなどの内容は、どのようなもので、成果をどのように捉えておられますか、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）

お答えをいたします。ちょっと出演したイベントの内容ということで、実績ベースでお答えをさせていただきますが、昨年度、平成２９年度の実績につきましては、出演イベント等の回数につきましては、年間７０回程度でございます。イベントにつきましては、町の三大祭りをはじめ、町内外の様々なイベントに参加をさせていただいておりまして、神奈川県や様々な自治体、企業等のお祭り、イベントですとか、マスメディアへの出演、自治会、各種団体の行事等での町民の交流などを内容として、主に町のＰＲということで内容としてございます。

それで成果でございますけれども、基本的には、ブランディングの目的でございます、開成町全体のイメージアップの向上というようなことが意識調査の結果も含

めて向上しているというところが、大きな成果として挙げられると思いますけれども、また、様々な年間70回程度のイベント等に、職員等が参加していく中で、職員のスキルアップもごさいますでしょうし、県内外を問わず、全国の自治体との交流等も拡大しているというようなこともごさいますので、そういうものも含めて様々なメリットがあったというふうに認識してごさいます。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

ただいま御答弁に、あじさいちゃんのメリット、知名度が上がって、随分開成町のために影響力があるというように理解をさせていただきました。そのような中であじさいちゃんの出演や、貸し出しに関して、公式キャラクターとして一定の考え方やイメージを損なわないための内容の精査などによる御苦勞もあるようでごさいますが、今後もブランディングを推進していく上では、より幅の広い皆様に対して貸し出しを行うなど、PR効果を意識した活用展開を考えることも必要と思ひますが、今後のさらなる活用に対するお考えはどのようでごさいますでしょうか。

○議長（茅沼隆文）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

お答えいたします。こちらにつきましては、町長答弁でも申しあげましたとおり、あじさいちゃんの貸し出しにつきまして、イメージを損なわないというようなことの趣旨がごさいますので、イメージを損なわない範囲において、貸し出しを行っていきたいというふうに、これまでどおりの基本的な考え方でいきたいというふうに考えてごさいますが、御指摘のとおり、町内企業ですとか、また、各種団体等から、相談をいただいた場合には、ある程度柔軟な対応をしていききたいというふうに考えてごさいます。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

ただいまイメージを損なわない、そういうことに努力をしていくというふうな御答弁をいただきましたが、具体的に想像はつくのですけれども、具体的にどういったことを注意しているかということをお聞きいたします。

○議長（茅沼隆文）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

お答えをいたします。どのような部分に注意しているかというようなことでごさいますけれども、先ほど、町長答弁のところでも申しあげましたけれども、あじさいちゃんのイメージが損なわないというふうなことに限しては、動作ですとか、運用方法などに関して、使用者側と綿密に調整をさせていただいて、また、運用の手

引というようなものを使用される方にお渡しをして、ある程度留意いただきたい点については、事前にお伝えをしているというようなことは、配慮してございます。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

それでは、あじさいちゃん運用の手引には、細かいことが載っておりますが、そういうことに注意して、貸し出しをしているということで理解をさせていただきました。

それでは、定住促進や開成町のさらなる活性化を図る上で、これまで同様にブランディングを推進していくことは欠かせないと考えます。答弁において、町民団体などとの協働により一層深めていく必要があるとのことでございましたが、具体的にどのような団体との協働を想定しているのか、伺います。

○議長（茅沼隆文）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

お答えをいたします。現在、あじさいちゃんの活動におきましては、様々団体との協働というように行わせていただいておりますけれども、特に昨年発足をされましたあじさいちゃんクラブと連携をさせていただいていると。こちらにつきましては、正式に発足されたのは昨年というようにございまして、我々のあじさいちゃんの活動につきましては、平成27年度から、子育て世代を中心とする町民のボランティアの方にサポートをいただいて、お願いをしてきたというように、かなり4年ぐらいお付き合いをさせていただいてる中で、あじさいちゃんの運用ですとか、ブースの中で、あじさいちゃんグッズの販売等をお手伝いをいただいたりということで、様々な活動をお手伝いいただいているというように状況がございまして。

また、昨年、町民活動応援事業を活用して、あじさいちゃんのテーマソング、開成町を作成をしていただいて、また、今、子どもさん等にダンスの普及活動を行っていただいているというようにございまして、今後も、無理のない範囲の中で、あじさいちゃんの運用に関して、あじさいちゃんクラブとの連携を深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）

下山議員。

○7番（下山千津子）

あじさいちゃんクラブとの御説明がございましたが、4年のお付き合いの中でお手伝いをさせていただいてることなんです、このように若い子育て世代の女性たちが、積極的に町のイベントや様々な活動に参加されることは、女性の活躍とか、町民参画の上でも大変喜ばしいことと存じておりますし、町の活性化の原動力として他町にはない大変貴重な成功事例と考えております。総合計画の中で協働を

大きな政策の柱とする開成町にとりましては、そのような団体を育成、支援することが肝要と考えますが、この点はいかがでございましょうか。お伺いたします。

○議長（茅沼隆文）

自治活動応援課長。

○自治活動応援課長（小玉直樹）

それでは、今、協働に関する御質問ということですので、私からお答えをさせていただきますと思います。今、町民活動応援事業のことを言いましたけれども、あじさいちゃんクラブも、昨年度２９年度、町民活動応援事業を活用して、現在協働の取り組みを進めているというところでございます。

ただ、町民活動応援事業については、平成２９年度で一応終了したということなんですけれども、町では、協働によるまちづくりの加速化を図るために、予算の中で協働推進特別枠というのを設けて、それぞれの担当課、所属課においても、関係する活動団体との協働事業に現在も取り組んでいるということでございます。

今年度におきましても、企画政策課の方では、あじさいちゃんクラブとの連携による、開成町の普及活動ですとか、町のＰＲ活動を共同推進特別枠を活用して、現在も連携して行なっているということです。そのような形の中で、応援事業自体は育成支援というような話があったんですけれども、応援事業は平成２９年度で一応終わってはいるんですけれども、共同をテーマに、全町的な取り組みをそれぞれの団体と進めているところでございます。

なお、うちの課としても応援事業のほうは終わったんですけれども、協働を進める上で、町民ですとか、団体とのコミュニケーションの必要性ですとか、信頼関係の構築というのは、もう必要不可欠だなというのは感じてるところでございます。

つい先月なんですけれども、町民活動応援事業を採択された団体というのが、これまで延べ５０団体いるんですけれども、そういったような団体を中心にアンケート調査を実施したところでございます。その中の設問の中では、町民活動応援事業を契機にはじめた団体なんかもちろんありますし、あじさいちゃんクラブなんかもそうだと思うんですけれども、活動を行う上で課題になっていることすとか、町と協働する上で期待することは何ですかといったような設問を設けて、アンケート形式ではありますけれども、聞き取りを行い、今後の活動に向けて活動しやすい環境づくりの支援は現在も進めているところでございます。

以上です。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○７番（下山千津子）

ただいま様々な御答弁をいただきました。協働の推進は、少子高齢化に対応する上でも、大変重要と考えてございます。その中での現状は、無償ボランティアとしての活動が主なスタイルとなっているように感じます。団体のやる気や、善意に支えられている要素が大きいと感じております。

先ほども御答弁にございましたが、私も町民活動応援事業も一定の成果が得られたということで、29年度に終了したことは承知しているところでございますが、今後の協働の推進を考えますと、積極的に活動され、公益的に大きな成果が望める団体に対しましては、一定の期間における金銭面も含めた団体育成を支援する仕組みづくりや、団体の独立を支援する相談窓口の設置など、町民がまちづくりに参加しやすい環境をつくっていくことが寛容と考えますが、この協働に関しては、もう少し詳しく、どのようなお考えかお聞きいたします。

○議長（茅沼隆文）

自治活動応援課長。

○自治活動応援課長（小玉直樹）

それでは、お答えします。今の御質問の中で、支援というような形の中と、もう少し資金的な援助がどうかといったような御質問かと思います。

先ほどのお答えと重なってくる部分はあるのですが、あじさいちゃんクラブだけではなくて、全体を捉えた協働の広域活動団体という形をお答えさせていただくのですが、先ほども言ったように、協働推進特別区枠というのがありますので、そういったような活動をやったりですとか、また、現在は、子育て版応援事業といって、子ども・子育て支援室のほうで、今年度から子育て支援に特化したそういったような支援を行っているというところでございます。

相談窓口についてなんですけれども、県内には多くのサポートセンターとかがあって、その中で相談窓口を常設したりとかしてるところもあるんですけれども、現状うちとしては、そういったようなところが、今、ないような状況なので、できればNPO団体とか、そういったところが中間支援組織的なところが窓口になってやっていただければ良いんですが、現在すぐそういったような対応がとれませんので、先ほどと同じような回答にはなるんですけれども、まずは今年度はアンケート調査をとって、応援活動事業は終了したけれども、その後の活動はどうですかというような形の中でコミュニケーションをそれぞれの団体と深めていくと。応援事業が終わったから、もううちは知りませんよっていう気持ちはさらさらございませんので、そういったようなまずはコミュニケーションをやって、関係性を築いていくというような形の中と、あとソフト面的な支援にはなるんですけれども、町のお知らせ版のみんなの掲示板ですとか、町のフェイスブックを使った側面的な後方支援ですとか、あとそれぞれの団体のスキルアップにつながるような講座、そういったものは継続してソフト面にはなるんですけれども、引き続き実施していきたいと考えているところでございます。

以上です。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

町民活動応援事業は3年間にわたりまして、50団体活躍されているようでござ

いますが、大変コミュニケーションをとって、今後も40ですか、5団体、60、
済みません。50団体と、ちょっと私は聞き間違いましたか。そういう3年間で5
0団体も活躍されているということで、大変喜ばしいことですし、コミュニケーシ
ョンをとりながら、今後も支援していかれるということで大いに期待をするところ
でございます。

そのゆるキャラグランプリでは、県下自治体で第1位を取られております。この
ゆるキャラグランプリに関しまして、今後どのように出場を考えておられますか。
お聞きいたします。

○議長（茅沼隆文）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

お答えをいたします。ゆるキャラグランプリの出場のお話でございますけれども、
平成27年と28年、こちらの年度におきましては、ゆるキャラグランプリに参加
をさせていただきました。ちなみに27年は浜松での開催、28年は、愛媛県松山
市での開催ということでございます。今、申しあげましたとおり、会場が遠方であ
るというようなこと、また、備品等も含めて、着ぐるみも含めて、車両でそれを搬
入しなければならないというような職員の負担もかなり大きいものがあるというよ
うなことがございまして、昨年度から参加を見合わせているというような状況でござ
います。

今年度、大阪の東大阪市の開催と伺っておりますけれども、こちらにつきまして
も、基本的に現在の時点では、参加を考えていないというような状況でございます。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

理解いたしました。

それでは、③のブランディング戦略推進事業全般についてお尋ねいたします。

今年は、第五次総合計画の後期基本計画の策定の大事な年でございますが、この
ブランディングにおいて、今後は何に重点を置き、それをどのように進めていかれ
るのか、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）

お答えをいたします。総合計画の後期基本計画の中で、今後どのように進めてい
くかということでございますけれども、基本的な考え方、スタンスにつきましては、
特に変えることはないということが、まずございます。

ブランディングの取り組みの最大の目的は、先ほど町長答弁にもございましたと
おり、「住みたい」「住み続けたい」「訪れたい」というような思いを増やすとい
うことにございます。また、「田舎モダン」というブランディングのコンセプトで

様々なものを統一してきたというような流れも変更は特に考えてございませんし、それらをさらに活用して、町外へのPRだけでなく、自分の住む町への愛着、誇りの醸成をさらに図っていくというようなこと。それと町のPR、さらなる拡大に向けて、さらに加速を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）

下山議員。

○7番（下山千津子）

某デザイン会社と4年前に契約し、若手の職員も一緒になって取り組まれてきた成果といたしまして、広報紙などでは国や県レベルで入賞されたり、また、『かいせいびより』も、ふるさとパンフレット大賞で優秀賞も受賞されております。このブランディング戦略推進事業は町にとっても画期的なものと言えらるる感じでございます。この『かいせいびより』の配布は、現在どのような状況でございますか。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）

お答えをいたします。配布というようなことでございますけれども、基本的に配布に関しましては、イベント等で、町外のあじさいちゃんが出演するイベントを中心に配布をさせていただいてるというような状況でございます。また、あわせて配架というようなところでいえば、町内の公共施設、また、カーディーラー、病院等に置かせていただいて、待合の時間等に冊子をご覧くださいというような機会をつくらせていただいているということがございますし、町外においては、原宿のビオトピア、こちらへの配架ですとか、銀座シックス、こちらのインフォメーションセンター等にも配架をさせていただいて、『かいせいびより』を活用した町のPRに努めているというような状況でございます。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

いろいろところで、この『かいせいびより』を配布されているということで、町の御努力も理解させていただきました。このブランディング戦略推進事業の成果といたしまして、町はどのようにそれを評価されて、また、その結果、人口、世帯数増の社会効果と税収増の経済効果という点では、どのような結果が出てございますでしょうか。具体的にお示しいただきたいと思ひます。

○議長（茅沼隆文）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

お答えをいたします。ちょっと具体的にというような部分が、経済効果がみたいなところの話を含め、ちょっと難しいところがございますけれども、基本的に成果

という部分で取り上げれば、やはり町に住み続けたいという意向の割合が増加しているというようなことに伴って、人口増加が継続をしているということが最大の成果であろうと思います。これらに付随して、町外にあじさいちゃんなどを活用したPRを行ったことによる効果として、あじさい祭りの観光バスの入り込み数の増えとか、瀬戸屋敷入園者数の増加等につながっているのではないかなというようなことも考えてございますし、また、定住人口に加えて、先ほど挙げさせていただいたような部分での交流人口を増やしていくというようなことが、さらに継続ができるような状況が続けていければ、住民税の増収に加えて、投資活動の促進ですとか、商工業の振興にもつながっていくというふうに考えて、そういうことからの経済効果ということが、じわじわと生じてくるんだろうというふうに考えてございます。

具体的な人口、世帯数の増加の状況につきましては、平成27年の国勢調査、これのときの人口が1万7,013人、世帯数が6,169世帯でございました。直近の平成30年8月1日の県人口統計調査の数字では、人口が1万7,658人、27年度から645人の増、世帯数につきましては、6,594世帯、27年度から425世帯の増加ということでございます。ブランディングを含めて、様々な政策、政策の効果、成果というものが出てきているというふうなことで認識をしております。

○議長（茅沼隆文）

町長。

○町長（府川裕一）

今、課長からブランディングの成果の話がありましたけれども、私は一番、単純に、この4年間でブランディングをやってから、成果が出たということで済ましてはいけない。そう感じております。1番は職員頑張り、この暑い中、着ぐるみに入って、いろいろなところに出て、PRをする。そういう姿を見て、かわいいという追っかけまで、あじさいちゃんのデザインもありますけれども、追っかけまで増えてきて、先ほど、若い女性の皆さんが、一緒に応援してみようという、そういう気持ちになったのは、職員が一生懸命やったから。

スタートを少し話をさせてもらいたいのですのですけれども、議長から、あの当時、一般質問で、ブランディング戦略を考えてやったらどうかという御意見をいただいたのもありますし、ちょうど60周年という町制の区切りの中で町のスタートにしたいなという思いの中でやったんですけれども、普通なら、これはコンサル等に投げて、つくってもらう。何百万もかけて、あるのですけれども、そうではなくて、職員がプロジェクトチームをつくって、一つ一つ手づくりでつくり上げた。冊子で見たことありますか。ブランディング戦略、素晴らしいですね。そういうのを自分たちでつくったからこそ、一生懸命、暑くても、着ぐるみ入ってやっていこうと。それは楽しそうにやっていたのですね。別に仕事でなくて。そういうのを見て、みんな応援者が増えていったというふうに私は理解をしていますし、それが一番の成果なのかな、その結果として、様々ないろいろな賞をもらったり、全部つながって

いくことだと思うんですけども、これから大事なことは、協働という中で、職員がどれだけ頑張れるかによって、それを見て、一般の町民の皆さんと一緒にやっという気持ちになるかというのは、すごく大事だと思うので、これは大切にしながら、これからもやっていきたいなと思っていますので、このブランディングは、これからもどこを変えてかということではなくて、その戦略に沿って、これからも一つ一つ着実に、開成町の良さをPRしていくと。あわせて開成町の町民の皆様も、そういう誇りを持って、今、開成町に住んで良かったという思う人が増えていますので、それを数字を上げていくというところにつなげていきたいなと思っています。

以上です。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

一番の成果は、町に住み続けたいという人が増加しているという、それが最大の成果、それプラス、今、町長が御答弁いただきましたが、職員の楽しそうに頑張っているそういう姿が何よりの成果だと、そういうふうに強くおっしゃいました。職員が一丸となって、このブランディング戦略に3年前から取り組んでいる姿が理解できました。

それで人口が増えたと申しましても、平成27年にみなみ地区で新たに誕生いたしました、基盤整備した20ヘクタールが住区系の土地としてつくられてございます。当初の目標人口のうち、どのくらいの人に移り住んでいられるのか、お伺いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○議長（茅沼隆文）

企画政策課長。

○企画政策課長（岩本浩二）

お答えいたします。みなみ地区の想定人口1,200人ということでございまして、現在、みなみ自治会の人数というようなことでお答えをさせていただきますけれども、7月1日現在で877人の人口というようなことの状況でございます。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

877人ということでございますが、当初の目標数などは、計算にあったと思うのですが、そこをちょっとお示しいただければありがたいです。済みません。当初の目標は1,200人ということで、現在は877人ということで理解をさせていただきました。

それでは、続きまして、④の質問を続けさせていただきます。これまでも不動産業者と連携されている分野はあるとの御答弁をいただきましたが、開成町に住んでみようかなと、興味を持って、モデルルームや、不動産会社に来られた方々に対して、明るい未来に向けて、人と自然が輝く町開成でございますから、町の利点を積

極的にPRされたアンケート用紙を書いてもらいながら、町外からの定住促進に結びつけるような方策はいかがでしょうか、お伺いいたします。

○議長（茅沼隆文）

教育総務課長。

○教育総務課長（中戸川進二）

お答えをいたします。今の御提案いただいたというふうに思っておりますけれども、先ほど御説明差し上げた、平成27年度の転入者アンケート、これと同様に、開成町を今、モデルルームを見学されているという状況において、なぜ、選ばうとされているのか、ですとか、開成町のイメージをどのように感じていただけるかというようなことについて、町外者の町外にお住まいの方の率直な声というものを我々もぜひ聞く機会を増やしていきたいという思いを持っておりますので、ちょっとどういう形で企業の事業者の方の方と調整をしていけば、そういうことが可能になるのかというようなことについては、企業側ともちょっと調整をさせていただいて、できる限り実現に向けて動い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）

下山議員。

○7番（下山千津子）

ぜひよろしくお願ひしたいと存じます。

町長にお伺いしますが、第五次開成町総合計画の中で、本町は、南部地区開発などによる人口増が今後も見込まれ、そのピークは平成34年度で1万9,300人程度と推計されてございます。町の広報紙では、平成30年8月の人口は1万7,658人で、現在1,640人の減でございます。増えてるとは申しても、やはり目標に達してございません。私は今回、「田舎モダン」でさらなる定住促進をテーマに議論させていただきました。人口が増えていると申しましても、4年間で減っている現状がございしますので、開成町に移り住んでみたいねと思っている方々に、外部発信になり、官民連携で今まで以上にスピードアップされて、一生懸命取り組まないと計画人口まで到着するには、かなり厳しく感じるものがございします。この点の町長の所見をお伺いいたします。

○議長（茅沼隆文）

町長。

○町長（府川裕一）

確かに目標に向かっていく中での過程で、今、1万9,300までいくのに間に合うのかという話だと思いますけれども、今、ブランディングをはじめ、様々な施策を導入しながら、さらには若い世代の人に移り住んでもらうように、ここ数年、子育て支援策、教育関係の整備を集中的に、重点的に整備をした結果としては、みなみ地区に来ていただいている方の年齢構成を見ると、50歳以下の若い世代が9割を超えるという、我々の戦略にあった中で来ていただいているのかなと思いますし、みなみ地区だけではなく、開成町はまだ、中部にも開発されつつあるところが

たくさんありますので、やはり開成町のイメージ、良さ、安全・安心という部分、利便性の生活しやすさ、そういうものをもっともっと外に、ブランディング戦略の中で発信をしていく。どちらかというと、近隣の中で取り合いをしてもいけないので、できるだけ外に、遠くのところまで発信できるように、SNSほか、様々なツールを使いながら、これからもやっていきたいなど、そういった中で目標を達成できるように、最大限努力していく。

幸いにして、町民の皆さんの要望だった、小田急線の開成駅が、来年3月には急行が停まると予定になっておりますので、これを起爆剤に、さらに開成町に移り住んでもらえる人、流入を増やしていきたいと考えています。

○議長（茅沼隆文）

下山議員。

○7番（下山千津子）

ぜひ、頑張っていたきたいと思います。期待して、私の質問を終わりにします。