

## 平成30年度 第1回なかい戦略みらい会議 議事録

日時 平成30年11月7日(水) 10:00～

場所 中井町役場3階 大会議室

### 【会議次第】

- 1 開会
- 2 委嘱状の交付
- 3 あいさつ
- 4 議題
  - (1) 里都まちなかい魅力創生プロジェクトについて
  - (2) 中井町まち・ひと・しごと創生総合戦略事業について
- 5 その他
- 6 閉会

### 【会議資料】

- 資料1 : 地方創生の趣旨
- 資料2 : 里都まち魅力創生拠点整備プロジェクト
- 資料3 : 里都まちブランドプロジェクト
- 資料4 : 里都まちスポーツプロジェクト
- [参照1] 総合型地域スポーツクラブのススメ
  - [参照2] 里都まちふらっとスポーツのご案内
  - [参照3] チャート
  - [参照4] アンケート用紙
  - [参照5] アンケート結果
- 資料5 : 里都まちプロモーションプロジェクト
- [参照1] 中井町シティプロモーション戦略指針
- 資料6-1 : 総合戦略 事業内容
- 資料6-2 : 総合戦略事業 進捗状況
- 参考資料1 : なかい戦略みらい会議設置要綱
- 参考資料2 : 平成30年度 総合戦略 実施体制

### 【会議録】

- 1 開会  
企画課長より開会
- 2 委嘱状の交付  
新任の6名の委員に対し委嘱状を交付

### 3 あいさつ

杉本座長よりあいさつ

### 4 議題

#### (1) 里都まちなかい魅力創生プロジェクトについて

座長 それでは、お手元の議題に沿って二つほど、今日は議題がございます。(1) 里都まちなかい魅力創生プロジェクトについて事務局の方から資料説明をしていただきます。それでは、よろしくをお願いします。

事務局 それでは、資料の1をご覧ください。ここから、地方創生の趣旨ということで説明をさせていただきます。

1番、目的・取組みです。

地方創生の目的は、東京一極集中を是正し地方に活力を生むこと、急速に進む少子高齢化と人口減少に歯止めをかけることです。その目的を達成するために、これまでの人口の変動を分析し、平成72年(2060年)までの人口動向を予測するとともに、目指すべき将来人口を示した「中井町まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」(以下、「人口ビジョン」といいます。)を平成28年3月に策定しました。その中で、20歳代後半から40歳代前半の転出抑止と転入促進を図ること、平成72年に7,000人程度の人口を確保すること、合計特殊出生率を国・県の目標値に追いつくように上昇させることなどを目標としています。

加えて、人口ビジョンの目標を達成するためにはどのような取組みが必要になるのかを検討し、当町の特徴を活かした平成27年度から平成31年度までのまちづくりの5か年戦略として「中井町まち・ひと・しごと創生総合戦略」(以下、「総合戦略」といいます。)を平成28年3月に策定しました。

人口ビジョンと総合戦略の策定に当たっては、行政だけではなく、様々な分野「産・官・学・金・労・言」の有識者の幅広い知見を取り入れるために、この「なかい戦略みらい会議」を設置しまして、人口ビジョンと総合戦略の策定に参画していただきました。総合戦略に掲げる事業を推進していく上では、定期的になかい戦略みらい会議を開催しまして、委員の皆様から様々なアドバイスをいただいているところです。参考資料として、なかい戦略みらい会議の設置要綱を添付しております。

ここで、補足をさせていただきますが、これから「里都まち」という言葉が何回も出てきます。この里都まちの意味を改めて説明しますと、里山に象徴される豊かな自然環境に囲まれた生活の営みと、交通の要衝であり、有名民間企業の研究所等が多数立地する都市的利便性が融合、調和している中井町の特徴を表した言葉。やすらぎのある豊かな自然環境を里とし、都市的な生活を味わえる生活環境を都としまして、その二つを合わせた里都まちという言葉の中井町の特徴を表した言葉として使っております。

平成28年12月には、この里都まちという言葉の商標登録を受けております。

続きまして、2番、総合戦略事業実施体制です。

町では総合戦略事業の担当課を振り分け、総合アドバイザーに参画いただきながら事業を進め

ています。また、リーディングプロジェクトとして「里都まちなかい魅力創生プロジェクト」（ブランド、スポーツ、プロモーション、拠点整備）を立ち上げ、部会を設置して多面的に協議しながら推進しています。

ここで、参考資料2が後ろにございますので、そちらをご覧ください。平成30年度総合戦略実施体制図になります。一番後ろにパンフレットがありますが、その手前になります。

こちらをご覧くださいますと、真ん中に総合戦略が黄色くございまして、総合戦略の策定にこのなかい戦略みらい会議に入っていただきますのと、あと、事業の推進に対して検証機関として入っていただいております。また、右側総合アドバイザーとして野口様に参画いただいております。

その総合戦略の中でも、特にリーディングプロジェクトとして進めているものが、下の里都まちなかい魅力創生プロジェクトになっておりまして、左からブランド、スポーツ、プロモーションとなっております、それぞれ部会を立ち上げております。

また、一番下の紫色で里都まち魅力創生拠点整備プロジェクトとしまして、平成28年度には「なかい里都まちCAFÉ」の建築、平成29年度には「里都まちガーデン」の整備を行いました。この施設については、今、管理運営を中井町商工振興会が担っております。

それでは、資料1の方にお戻りいただきまして、続いて3番の地方創生交付金の活用です。

総合戦略に掲げる事業を進めていく上では、国からの地方創生交付金を活用しながら進めてきました。ただし、町が予算をかけて事業を実施し続けることは困難であり、まちづくりの主役である町民が事業主体を担い、町からの補助がなくても自走化していける仕組みづくりが重要になります。

4番で、人口の推移になります。

当町の人口は、平成6年（1994年）の10,480人をピークに減少しております。人口増加に転じることが最も望ましいのですが、人口減少を少しでも緩やかにしていくことが地方創生の目的であることから、地方創生、つまり総合戦略事業を進めることで、人口動向にどのような影響が出ているかを分析することが重要になります。そこで、確認した直近の数値が次のとおりになっております。

①番が、直近5年間の人口推移になっておりまして、平成26年から平成30年の10月1日時点の人口を表しております。マイナスで書かれているものが、人口減少の幅になります。

次の②番、社会増減と自然増減ですが、これも平成26年から平成30年までの社会増減、つまり転入転出の数、自然増減、出生、死亡の数を表しております。黄色で塗られている部分については、増減の幅を示しております。なお、平成30年は、平成30年1月から9月までの数値の積み上げになっております。

続いて、3ページ目の③番、25歳～44歳の人口です。こちらも同じく5年間の人口になっておりまして、黄色の部分の前年からどれだけ増減があったかというところを示しております。

次の④番、近隣自治体との比較につきましては、平成26年を100パーセントとしまして、人口が何パーセント減少してしまっているかということを表しております。青色の線につきましては、中井町を除く足柄上郡4町を合計した数値になっておりまして、赤が秦野市、黒が二宮町、緑が中井町となっております。

その下の分析なのですが、平成28年度から実際に総合戦略事業を推進し始めてから、平成29年に人口減少が緩やかになりましたが、平成30年に再び人口減少が進んでいます。

人口ビジョンでは、平成30年時点で約9,500人の人口を目指しておりました、実績値では9,453人となりましたので、目標より少し減少幅が大きいという状況です。

②番の社会増減と自然増減の関係につきましては、両方が減少してしまっている状況です。特に、転入増加と転出抑止を目標にしてきましたが、昨年よりも今年の方が転出超過が大きくなっているという状況です。特に、中井町の場合は小田原、秦野、平塚辺りが転出・転入が多いのですけれども、小田原の場合は中井町に転入してきた方のほうが超過している状況なのですが、秦野、平塚については中井町から出ていく方のほうが、転出超過というような状況がありますので、そういったところも要因としてあるのかなと考えおります。

③番の25歳から44歳の人口減少についても、大幅に減少してしまっているという状況です。

④番の近隣自治体との比較では、中井町を除く足柄上郡4町の合計人口が平成30年に上昇していますが、秦野市とほぼ同じ減少幅で人口減少が進んでいると考えられます。中井町は二宮町と同じような減少幅で人口減少が進んでいるのですが、平成27年と平成29年を見ていただくと分かりますように、二宮町が大きく人口減少した年の中井町の人口減少幅は小さく、逆に二宮町の人口減少が緩やかになった年の中井町の人口減少幅が大きいことから、両町でパイの奪い合いをしている可能性があるのかなというふうに考えております。

人口ピラミッドを見ても、足柄上郡の例えば開成町は、人口が増加してしまっていて、あとは大井、松田辺りも人口減少がある程度緩やかになっておりますが、特に中井町は65歳辺りの人口が、かなり多いのですけれども、他の状況のよい町につきましては、40歳代の方の人口ですとか、子どもの人口が多いというのが特徴的でしたので、そこで中井町との差が出ているのかなと考えております。

これらの結果を踏まえますと、人口減少が加速化していることから、取組みの効果が出ていないとも考えられるのですが、総合戦略に掲げる事業を推進しまして、これまでになかった新たな取組みにチャレンジすることで、新たな魅力創出ができています。何が効果的で何が効果的ではないのか戦略を見直し改善を図っていくことが、大事だと考えおります。各種媒体を使って様々な機会を活用しながら積極的な情報発信に努めて、中井町および町の魅力の認知度向上を目指していきたいと考えております。

ここから、事業の具体的な内容を説明させていただきます。

続いて資料の2をご覧ください。里都まち魅力創生拠点整備プロジェクトになります。

1番、里都まち交流拠点グランドオープン。最後にパンフレットを添付していますが、それと見比べながらご覧いただければと思います。

昨年3月に「なかい里都まちCAFÉ」を中央公園内に整備しまして、同年5月21日にプレオープンとなり、プレオープニングイベントを開催しました。その後、なかい里都まちCAFÉ外周に「里都まちガーデン」の整備を進め本年3月に完成し、同年6月16日（土）になかい里都まちCAFÉと里都まちガーデンを含めた「里都まち交流拠点」がグランドオープンとなり、グランドオープニングイベントを開催しました。

グランドオープニングイベントでは次のような催しを開催しまして、約2,400人の来場者を記録しました。

一つがバルーンリリース。町主催のグランドオープン記念式典の中で、里都まちミニパーク、芝生のところですが、ここにおいて来場者全員でバルーンリリースを行いました。

二つ目、ピザ釜とかまどを使ったピザの販売とたけのご飯作りの実演です。

里都まちキッチンに整備した直径約 2 メートルのピザ釜で焼いたピザを販売しました。約 300 枚が完売しました。

また、同じく里都まちキッチンに整備したかまどを使ったたけのご飯作りの実演を行いました。

このような活用ができる施設ということを、ここでPRしました。

三つ目、「なか 110 (いいまる) ごとマルシェ」の開催。町内で活動する民間グループを中心に実行委員会を立ち上げ、マルシェを開催しました。本年 4 月 1 日になかい誕生 110 年を迎えたこともあり、「なか 110 ごとマルシェ」と名付け、次のイベントを実施しました。

アスファルト駐車場部分において、キッチンカー、ハンドメイドの物販、ワークショップなど合計で 21 店舗が出店をしました。

ウッドデッキとインターロッキングブロック舗装部分において、歌、音楽演奏、ダンス、パフォーマンスで 9 グループが出演しました。その様子が、この写真のとおりです。

2 ページ目ご覧いただきまして、2 番、里都まちガーデンの貸出です。なかい里都まち C A F E については、昨年 7 月より施設の貸出を開始しまして、ワークショップや講習会の開催など年間約 40 件の施設利用がありました。外周に整備した里都まちガーデンについても、施設の貸出を開始しております。

下の黒枠で囲ってあるものが、広報で周知した貸出施設および利用料金の一覧になっております。

その下ですが、利用実績・予定につきまして、里都まちキッチンについては、町民、民間グループ、地元企業などによりオリジナルピザ作りで活用しております。

商工振興会主催の里山なかい市でピザ釜で焼いたピザを提供しております。また、地元のパン屋によるピザ作り教室を開催しております。

芝生エリアについてはヨガ教室の開催を検討しております。

アスファルト駐車場については、民間グループによるマルシェ等の開催を検討しております。

また、里都まち交流拠点全体で夜間・野外の食事会を開催しております。ピザの食べ放題や流しそうめん、バンド演奏などにより、100 名を超える来場がありました。

続いて、3 ページ目ですが、3 番の里都まち交流拠点の周知です。

次の取組みを行うことで、里都まち交流拠点認知度アップと利用促進を図りました。

「町広報」「町ホームページ」「フェイスブック」「ツイッター」「魅力創生ニュース」というのは年に 2 回発行しているものでして、町内全戸配布をしております。また、イベントでも配付しているチラシです。

これらにて施設概要、グランドオープニングイベント、施設利用時の貸出方法を紹介しました。なかい里都まち C A F E、中井町商工振興会のホームページでも紹介しております。

竣工記念兼 PR 用パンフレットを作成しまして、町内施設等で配付しました。今後イベント出展時などでも配布します。

また、テレビ放送、新聞、情報誌などに取材をしていただきました。

続いて、4 番の里都まち魅力創生拠点整備プロジェクトの目標と成果です。

一つ目、町内外や世代を問わない交流の場の創出、交流人口増加です。

なかい里都まちC A F Eを活用したイベントや里都まちキッチンでのピザ作り体験などにより、交流の機会が増加しております。なかい里都まちC A F Eの客数は月平均 1,200 人ほどですが、会計数によるカウントであるため、商品を購入していない方や団体での利用などを考えると倍以上の利用者数も考えられます。昨年度の利用平均が、大体 800 人から 900 人程度でしたので、約 1.5 倍に客数が増えているのかなというふうに考えおります。

中井中央公園利用者の憩い場の創出。野球場や多目的グラウンドでスポーツをした後、パークゴルフをした後、広場で遊んだ後など、来園者が一息つきたいときに食事をしたり休憩する場所として利用されております。

地域経済の活性化。食事・ドリンク・デザートを提供、町で開発を進め認証したブランド特産品や手作りのアクセサリなどの販売により、今では月平均 100 万円を超える売上を記録しております。

地域活動の拠点創出。施設を使って自治会の交流会を実施するなど、地域住民が触れ合う場を提供しております。

新たな雇用機会の創出。なかい里都まちC A F Eの物販コーナーができたことにより、初めて自身で作った商品を販売している方が 7 名いらっしゃいます。シェフも現場復帰することになりました。また、主婦層がスタッフとして勤務しております。

町の認知度の向上。昨年度 1 年間でメディアから合計 20 回の取材を受けております。テレビ放送や雑誌などを見て訪れたという来園者も増えまして、その結果が来客数の増加にも繋がっていると考えております。今年度も 10 月時点で、既に 18 件の取材件数を記録しております。

町の情報発信の拠点創出。町のイベント情報、観光パンフレット、ブランドブックなどを設置しまして、町外の方が多く訪れる中井中央公園内で情報発信を行うことで、町外向けの PR に繋がっていると考えております。また、なかい里都まちC A F Eのホームページやフェイスブックができたことで、情報発信の媒体が増えております。

続いて 4 ページ目、今後の課題・対策ですが、一つとして施設の認知度アップです。

町民でも里都まち交流拠点を知らない方がまだまだいるという指摘もあります。引き続き各種媒体を活用して、情報発信に努めていきたいと考えております。また、町の事業をなるべく里都まち交流拠点を使って実施したり、イベント等の機会にはパンフレットを配布するなどして、積極的に PR を行っていきたいと思っております。これまでも、ノルディック・ウォーク教室ですとか防災講習会、認知症カフェ、民生委員交流会などで、町の事業を里都まち交流拠点で行ってきました。担当課だけではなく、町職員全員が里都まち交流拠点の認知度アップを意識してやっていくことが大切だと思っております。

7 月 21 日から 9 月 24 日までの間で実施しました「リアル宝探し」というイベントがあるのですが、その中の宝箱発見報告所をなかい里都まちC A F Eに設定しまして 1,000 人以上の参加者を記録しました。加えて、県と連携して「駅メモ」というもののデジタルスタンプラリーの駅としてなかい里都まちC A F Eを登録することで、認知度向上を図りました。

魅力的な取組みを展開していくことで、プラスイメージのロコミを増やしていきたいと考えております。また、各種メディアには積極的にアピールして、取り上げてもらう努力をしたいと考えております。

二つ目、「協力会」を通してのアイデア出し。

交流拠点の管理運営を担う商工振興会の役員の方、なかい里都まちCAFÉのスタッフ、中井中央公園指定管理者、里やま直売所スタッフを中心に「協力会」を開催しております。会の中で情報の共有を図ったり、利用者増のためのアイデア出しなどを行っています。その成果として、パークゴルフ場利用者のなかい里都まちCAFÉ利用時の割引などが実現しています。引き続き定期的に協力会を開催することで、連携して魅力向上に努めたいと考えております。

三つ目、里都まちガーデンの活用です。

なかい里都まちCAFÉについては、プレオープンしてから利用者の声を聞きながら改善を繰り返し、施設貸出によるイベントの創出もあって利用者数が増えましたが、新たにできた里都まちガーデンも含めて、どれだけ利用者数を増やせるかが課題になってくると考えております。特に、体験型施設である里都まちキッチンをいかに使っていただくかが重要だと考えております。

四つ目、自走化です。当プロジェクトは、地方創生事業として国の交付金を活用しながら進めてきましたが、地方創生の目的に沿いますと、立ち上げは行政の力が必要ですが、民間の力を活用しながら進め、最終的には民間の力で自走化していける体制の構築が必要です。

官民連携・協働という視点も重要ではありますが、新しい人材やグループの発掘を行いまして、民間の力だけでも推進していけるように行政が徐々にフェードアウトしていけるかが課題だと考えております。

続きまして、資料3、里都まちブランドプロジェクトです。

1番、今年度のスケジュールとして、部会、ブランドの創出、ブランドの育成となっておりますが、この事業内容については、次のページから説明させていただきますので、お進みいただきまして、2ページ目、2番の里都まちブランドプロジェクト部会をご覧ください。

今年度、部会を2回開催しまして、1回目として7月に行ったものが議題として、里都まちブランドプロジェクト事業の概要、2番、今年度の取組みについて、3番、里都まちブランド開発支援補助事業についてです。

この議題につきまして、主な委員さんからの意見につきましては、「商品を作ることはできても、それをいかに販売するかが一番の課題であって、販路開拓には町の支援が必要である。」「商品を誰に対して販売するのか考える必要がある。ターゲットによってアプローチが変わってくる。」「本プロジェクトの認知度が低いため、情報発信がもっと必要。」「事業を進めていく上で縁のある地域との連携を検討してはどうか。」「ブランド認証を取った場合のメリットが明確に伝わると、開発支援補助への応募が増えるのではないか。」といったご意見をいただいております。

2回目の部会では、議題として、開発支援補助事業についての報告、ブランド認証について、里都まちブランド研修会について、販売実証支援について、里都まちブランド体験ツアーの企画についてという議題で行いまして、主な意見としては、「商品のパッケージに中井町の説明があるとよいのではないか。」「何かしたいが一步踏み出せずにもやもやしている主婦が研修会に参加しやすい仕組みがあるとよい。主婦と農家・専門家が意見交換をできる機会があるとよい。」「研修会の案内チラシを町内に広く配ることで、ブランド開発の取組み自体をPRするよい機会になるのではないか。」これに対しては、実際に対象事業者だけではなく広く配布をしました。「ブランド特産品を離乳食としても食べられると主婦層が飛びつくのではないか。」「なかい里都まちCAFÉのランチメニューや給食など、日常的にブランド特産品を食べられる環境を増やしてはどうか。」「肉フェスなどの〇〇フェスの開催に合わせてブランド特産品を出品したらPRになるのではない

いか。」といったようなご意見がございました。

これらのアドバイスについて、町でもどのように事業を進めていくかということを検討しながら取り組んでいるところです。

続きまして、3番の里都まちブランド開発支援補助事業です。

8月よりブランド開発支援補助事業を募集しまして、その後、9月20日に専門家を交えた審査会を開催しました。中井町の農産物を使った次の2商品の開発に支援することを決めました。

なお、昨年度は5商品で約150万円の補助を行っております。

一つ目、クラフトビールです。補助金額としては48万円です。

中井町の農産物を使ったオリジナルの地ビールを作るものです。他ではあまりない生姜風味のビール作りを目指して、地元の商店や飲食店、イベントでの販売により味の改良を重ね、評価を獲得していくというものです。ゆくゆくは他の野菜やベリー系の食材を使い、複数種類の地ビールを作り、ギフト用としても使える商品の開発を目指します。農家からの仕入れによる農家所得の向上・発展、中井町を知ってもらうきっかけとしたいといった商品になっています。

それに対して審査員の方々からの意見としては、「生姜と聞くとハーブ的なイメージもあり爽やかさを感じられ、少し透明感があるとヘルシー感もあるので、女性に人気が出るかもしれない。」「ビールにどんな料理を合わせるとおいしいかということ考えるとよい。飲み方のヒントがあった方が消費者は買いやすい。」「具体的な販促の手法と売り方をもっと考えた方がよい。」「まずはお試し価格で販売してみることもよい。」といったご意見がありました。

二つ目がキャロットパンです。補助金額46万円になっておりまして、昔から有名で色が濃く甘い長にんじんを使って、にんじんの形をしたパンを開発する。にんじんの形をベースに様々な形のものを作り小型化し、袋詰めでも販売するものです。インパクトの強いキャロットパンで、中井町の魅力アップを図るものです。

この商品に関して審査会での意見につきましては、「昔からにんじんがあるというストーリーはよい。メロンパンに対抗するような商品になれば面白い。」また、「パンのレベルにもよるが、インスタでないと他との競争が難しい。」「にんじんだけではなく、ラインナップとして他の野菜なども使ってはどうか。」「パンはロスも出やすいので、添加物や香料の使用など、商品設計を固めていく必要がある。」といったご意見がありました。

続きまして、4ページ目、4番のブランド育成支援研修会です。

開発支援補助事業者の自走化を目的に、事業の目的・目標の設定を明確にし、各事業者に見合った支援を実施するものです。昨年度は4回ワークショップを開催しましたが、参加者の様子などから改善を図りまして、今年度は研修会形式にしたり開催時間を早めるなどの変更をしております。

1回目は、既に10月23日に行いまして、テーマとしては今年度の目標設定。内容では、商品づくりの目標を定め今年度の活動計画を立てるといった内容で実施しました。

また、2回目から5回目までについては、11月以降実施をしていく予定です。

続きましては5番のブランド認証品の販路拡大です。

ブランド認証品の販路拡大に向けて、想定される販路に意向調査を行うこととなっております。

想定販路としましては、東名高速道路、中井パーキングエリア、ブルックスショップ&カフェ、ビオトピア、レインボーカントリー倶楽部、平塚富士見カントリークラブです。なお、なかい里

都まちCAFÉでは既に販売しております。

調査手法としましては、先方に直接訪問し、ヒアリングを実施します。ブランドプロジェクトの取組みを説明します。ブランド認証品の販売意向の確認をします。ブランド認証品に対しての評価を徴取します。販売に係る条件、卸率、量、試験販売の可能性について確認します。

調査後につきましては、販路別の商品評価を事業者にフィードバックしまして、商品のブラッシュアップを図ります。試験販売の企画、実施を目指します。

続いて、6番のブランド体験ツアーと販売実証予定です。

中井町の暮らしや風景を体感することで、里都まちなかいブランドのファンづくりを目指すツアーを実施するものです。また、中井町の資源の評価や付加価値の整理を行います。町民によるガイド付きで町の魅力を伝達します。

昨年度に引き続き実施しますが、今年度は里都まち交流拠点を中心にツアーを実施します。町で推奨しているノルディック・ウォークの体験も可能です。

参加費としては、2,160円です。小学生は120円。定員40名。内容は里都まちCAFÉでものづくり体験。里都まちキッチンでピザの昼食。みかんや野菜の収穫体験という内容になっております。

続いて、販売実証ですが、販売力の強化や消費者の生の声を聞いて商品の改良に活かすことを目的に、販売実証を2回実施します。昨年度は横浜の「あざみ野マルシェ」と東京の「交通会館マルシェ」に出店をしました。前回あざみ野マルシェのお客さんの反応がよく、次回の出店を希望されるお客さんも多かったことから、今年度1回目はあざみ野マルシェに出店することを決めております。

2回目については、大磯市、太陽のマルシェ、横浜北仲マルシェといったところを想定しております。

続いて、6ページ目をお願いします。

里都まちブランドプロジェクトの目標と成果ですが、ブランド特産品の開発。目標として、認定品目数10品目ですが、7品のブランド特産品が誕生しております。加えて、認証間近の商品もございます。その他、認証に向けて改良に取り組んでいる商品を合わせれば、10品目を超えている状況です。

二つ目、ブランド特産品の販売施設確保です。販売施設数3施設という目標がございます。

なかい里都まちCAFÉの1施設のみで、現在は販売している状況です。想定される販路に意向調査を行うなどして販路拡大に向けて取り組んでいきたいと考えております。

三つ目、地域資源を活かした事業、産業の拡大です。

中井産の食材を使用したブランド認証品を町外利用者の多いなかい里都まちCAFÉで販売することで、町外にも中井町の地域資源の豊かさやおいしさを印象付けました。たくさんのメディアにも取り上げてもらい、中井町の産業のPRになっていると考えております。

ブランド開発を町が支援するメリットを活かして、地元企業等が積極的に商品開発に取り組み、地域資源を活かした商品づくりが活性化しました。中井町はお土産として買っていただける商品が不足しているという欠点がありますが、『なかいの逸品、太鼓判！』と自信を持って打ち出せる町の商品が誕生しております。

8番、課題と対策です。

まず、ブランド開発支援補助ですが、商品戦略、販売戦略が欠如しているものもごございます。事業方針から事業計画まで厳格な精査を行うとともに、補助事業対象者の継続的な取組みが必要になります。これに対して、審査段階での商品化の目途、販売チャネルの設定を厳格化するというふうを考えております。

続いて、ブランド認証ですが、課題としてブランド認証品の情報発信やプレスリリースが不十分。また、認証済みの商品については販路拡大を図る必要がある。それに対して、積極的な情報発信を各種媒体を活用して行っていく。取組みや商品に対する理解を深めてもらえるように、町民や想定販路等にしっかりと説明していくことが大事だと考えております。

三つ目、研修会ですが、商品の販路拡大に向けた商品レベルの向上が必要です。事業者の積極的な参画および目的意識を持った自主的な活動が必要になります。それに対して、各自が成果目標を設定し、町は課題をクリアするためのサポートを行うことが重要だと考えております。

参考に7ページ目で、ブランド特産品7品を紹介しております。

続きまして、資料の4になります。里都まちスポーツプロジェクトです。

一つ目の今年度の事業のスケジュールにつきましては、また同じようにこの後説明しますので、2ページ目に飛んでいただきまして、2番で里都まちスポーツプロジェクト部会です。

1回目の部会は4月に開催しまして、里都まちなかいノルディック・ウォークについて、総合型地域スポーツクラブについて、里都まちスポーツイベントについてという議題で意見交換を行いました。

主な意見としては、「ノルディック・ウォークは一時的に実施する方はいるものの定着させることが難しい。イベントではなく定期的に実施する機会を作れるとよい。親子でできることをアピールするのもよいのではないか。」「総合型地域スポーツクラブの創設に向けてプレ事業を行う場合には、今後の取組みに参加をしてくれる新しい方の発掘が大事になる。」「プレ事業は他のスポーツイベントや里都まち交流拠点での取組みと連携させていくべき。また、何回か試験的にやってみて、最後に大きなイベントをやるのもよいのではないか。」「スポーツイベントについては、交付金が出なくなったら中断するというパターンにならないように、継続していける形を模索しなければならないし、イベントの実施主体も考えていかなければならない。」

第2回目については、これから開催予定です。

3番の中井町の「地域スポーツ」を考える勉強会、総合型地域スポーツクラブ設立に向けてです。昨年度に第1回から第3回までを開催しまして、町内のスポーツ・文化団体関係者を主に総合型地域スポーツクラブの設立に向けて勉強会を開催しました。

第4回目は、テーマ「プレイベントの企画・運営について」。6月3日に開催しました「なかい健康スポ・レク祭」でプレイベントを開催することとしまして、具体的な活動内容を検討しました。

総合型地域スポーツクラブの概要や勉強会の取組内容などを広くPRするために、プレイベントで何ができるかを話し合いました。

その結果、PRブースを設けて総合型地域スポーツクラブの趣旨・目的が分かるものの掲示、存在を認知していただくために共通の腕章を付けることなどを決めました。

3ページ目をお願いします。

第5回の勉強会では、「なかい健康スポ・レク祭での啓発活動等について」をテーマとして話し

合いました。

総合型地域スポーツクラブの創設を目指すため、勉強会のメンバーを中心に「里都まちぷらっとスポーツ」という組織をつくり、活動することとしました。

また、イベント当日に配布・掲示する資料の内容確認を行いました。より多くの方に興味を持っていただくために、自分のスポーツタイプを診断するチャートを作成しました。チャートに興味を持った方には、アンケートに協力していただき、回答していただいた方には、里都まちぷらっとスポーツのバッジ、右下の写真ですが、こちらを渡しました。

ここで参照資料に飛んでいただきたいのですが、参照 1 としまして、総合型地域スポーツクラブのススメ。これで、総合型地域スポーツクラブというものは、どういったものなのかということを紹介しました。

次の参照 2、里都まちぷらっとスポーツのご案内。ぷらっとスポーツでは、どのようなことやっていくのかということを紹介しました。

続いて、参照の 3、これがチャートになっておりまして、これで YES、NO で判断していくと、ご自身がどのようなスポーツのタイプなのかということが分かるようになっていまして、裏面にはどういったタイプかということの解説が付いております。

参照 4 としまして、里都まちぷらっとスポーツアンケートになっております。

参照 5 として、実際にとったアンケートの結果になっておりまして、例えばカッコ 1 番で本日の展示は分かりやすかったと言っていた方が 31 名いらっしゃったり、3 番の総合型地域スポーツクラブについては、関心があるという方が 9 名いたり、よく分かったという方が 16 名いらっしゃいます。

また、裏面の 8 番では、氏名と住所記載ありで、今後勉強会などに参加したいと言っている方が 15 名いらっしゃいますので、そういった方々を取り込んでいって、どんどん輪を広げていきたいというふうに考えております。

それでは 3 ページ目にお戻りください。

次、第 6 回の勉強会としましては、今後の取組みについて。

イベントの際にとったアンケート結果を確認しました。里都まちぷらっとスポーツの活動に賛同してくれた方、スポーツに高い関心のある方を次回の勉強会に招待するなどして、活動の輪を広げていきたいというふうに話しました。

今後の里都まちぷらっとスポーツの活動に関して、年度内には仮クラブでもよいので、何かしら形に残すことを目標としました。それを達成するためにも、いつまでに何をやるのかという点を明確にして取り組んでいこうという話になりました。

また、次回のイベントのアイデア出しの中で、「ロゲイニング」の開催可能性について協議をしました。ノウハウがないため、鎌倉市で実施しています「かまく RUN」というロゲイニングがあるのですが、そのロゲイニングの関係者を呼んで、レクチャーしてもらえるように調整してはどうかというアイデアが出ました。

なお、里都まちぷらっとスポーツについては、ホームページとフェイスブックを立ち上げ活動を周知しております。また、町が発行しています魅力創生ニュースにも掲載し、勉強会への参加者を募っております。

続いて、4 ページ目です。里都まちなかいノルディック・ウォーク教室です。

第1回として、6月3日に実施しました。

平成28年度より実施しているノルディック・ウォーク教室の今年度1回目を「なかい健康スポ・レク祭」と一緒に開催しまして、公認指導員を2名招いて、1日3回教室を実施しました。会場である中井中央公園野球場の中をウォーキングし、ノルディック・ウォークの正しいやり方を参加者に指導するとともに、会場内を歩くことで他のスポーツ・レクリエーションを行っている方へノルディック・ウォークの存在をアピールしました。それぞれの参加者はこのとおりです。

また、「美・緑なかいフェスティバル」において、ノルディック・ウォークの体験エリアを設置しました。

続いて、なかい里都まちCAFÉにおいて、ノルディック・ウォーキング用ポールの無料貸出を行っておりまして、その利用実績が今、月平均10件程度です。

利用者の傾向としては、土日に利用する方が多く、家族数名で借りるパターンもあります。同一人物の利用が特に多いです。また、町外利用者が多い状況です。

課題としましては、土日に来園した家族にいかにかPRができるか。町民にノルディック・ウォークを認知してもらえるか。町外利用者に中井町、つまり、中央公園でノルディック・ウォークを行えることを知ってもらえるか。口コミでどれだけ広げてもらえるかというところが課題だと考えております。

5番、中井町スポーツ推進計画に係る実施状況調査です。

平成29年3月に策定しました「中井町スポーツ推進計画」の着実な推進を図ることと、計画に掲げた基本目標を達成するために、庁内の関係課に事業の達成度や課題を調査しました。

これについては、概ね順調に進んでいるものが多いのですが、取組みが不十分といった評価になったものもございまして、改善を図っていきたくと考えております。

5ページ目の6番、里都まちスポーツプロジェクトの目標と成果になります。

一つ目、交流人口の増加、スポーツ関連イベント参加者数年1,500人。平成28年度から開催しているノルディック・ウォーク教室およびキッズサイクルフェスティバルにより、交流人口が大幅に増加しております。昨年度実績で、ノルディック・ウォーク教室については51人。キッズサイクルフェスティバルについては700人が参加をしております。昨年度のスポーツ関連イベント参加者数の合計は1,701人となりました。

続いて、スポーツ実施率の増加です。町民のスポーツ実施率50パーセント、これが目標になっております。ノルディック・ウォーク教室およびキッズサイクルフェスティバルを新たに開催することで、スポーツを実施する機会を創出しました。また、なかい里都まちCAFÉでノルディック・ウォーキング用ポールを無料貸出することで、ノルディック・ウォークを気軽に体験できるようにしました。加えて、里都まちふらっとスポーツでは、スポーツの範囲を限定せず、軽運動や遊びまでを活動の対象と捉え、中井町に合った総合型スポーツクラブの形成を図っているため、クラブが誕生すればスポーツ実施率も増加する見込みであります。この実施率については、調査を行っておりませんので、数字としては今のところ不明です。

総合型地域スポーツクラブの創設です。創設までには至っておりませんが、今年度中に何かしら形にするということを目指しております。これまで6回開催しました勉強会を通して、初めは限られたスポーツ・文化団体の方々が参加者でありましたが、輪が広がりまして「里都まちふらっとスポーツ」という組織を作るまでに取組みが進みました。自主的に活動をしようとする熱

意ある町民の発掘が進んでおります。

続きまして6ページ目、課題と対策です。

里都まちなかいキッズサイクルフェスティバルについてです。

2年間実施してきましたキッズサイクルフェスティバルについては、多額の経費を要しております。今年度も250万円の予算を計上しております。当該イベントに対しては、交流人口の増加という視点では、町外・県外から多くの方が参加している、新しいスポーツの体験ができる、参加者に好評という評価がある一方で、金銭面での負担が大きく、主催者を民間に移しての継続も困難、一部の子ども・親のための競技になっており、皆のスポーツとはいえないという課題もあります。

それに対しまして、現状のランニングバイクを活用しつつ、より町民等の参加が図れる事業内容を検討したり、既存の別サイクルイベントとの連携を検討するなど、他の手法を模索しながら持続可能な事業となるように、見直しを図っていきたいと考えております。

続きまして、資料5をご覧ください。

資料の5、里都まちプロモーションプロジェクト。こちらで最後になります。

こちらの1番は同じように今年度のスケジュールになりますので割愛させていただきます、2番の里都まちプロモーションプロジェクト部会になります。

会議を9月に開催しまして、一つ目の議題として、これまでのシティプロモーション事業についてということで、シティプロモーション戦略指針の策定、里都まちロゴを使用したピンバッジや焼印の制作、小田急線つり革広告等について議論しました。

また2番で、今年度のシティプロモーション事業について、シティプロモーション用コンテンツ、PR冊子・動画の制作、アクションプラン策定に向けた準備という内容で協議をしました。

2ページ目ですが、主な意見として、「町PR用の横断幕を掲出していることはよいのですが、メンテナンスをせずに汚いまま掲出されていると悪いイメージを与えてしまうため、定期的な張りかえなどの対応が必要なのではないか。また、それを役場が行うのではなく、地域のメンテナンスは町民がやるという仕組みづくりができる」とよい。「小田急線のつり革を使って中井町をPRしたことを踏まえ、小田急線の駅でPR動画を流したら効果があるのではないか。」「全国的なニュースがある時期を狙って、一緒に中井町のPRができると効果的なのではないか。」「PR冊子・動画について、冊子にQRコードを載せるのであれば、そこから冊子に書かれている内容の細かい情報・根拠が分かるページに飛ぶとよい。」ここは当初、QRコードを読むことによって、動画が見られるように我々では検討しておりました。「また、何を目的として誰をターゲットにして制作するのかを明確にする必要がある。ブランドロゴやメッセージがあるのだから、積極的に使用するべき。」「ブランドメッセージに合った取組みを役場の各課ができているのか整理した方がよい」という意見がございました。

続いて3番のブース出展です。

湘南ベルマーレホームタウンデーに出展をしました。

こちらの目的としましては、中井町の紹介、魅力のPR。また、直近のイベントの紹介を行い来客増を図る。また、ブランドメッセージ「ちよどいい ちよっといい」の普及。このブランドメッセージについては、後ほど説明させていただきます。

内容としては、PRブースにてポスター・チラシの掲出と配布。ノベルティ、ブランドメッセー

ジ入り缶マグネット、里都まちハート型風船の配布をしました。また、iPadで町PR映像を流す。中井町の公式キャラクター「なかまる」による客寄せとPR。試合前のグリーティング。SNSパネルを使っての情報発信を行いました。

3 ページ目の成果と課題ですが、里都まちのハート型風船を初めて配布したのですが好評で、特に小さい子ども連れの家族の集客に効果的でした。ベルマーレクイーンによるSNSパネルを使った撮影を行うことで集客増に繋がり、その後の情報発信にもなった。なかまるの人気の高いため、なかまるのマグネットを配布するなど、なかまるを効果的に使っていきべきではないかというふうに考えております。

続いて、美・緑なかいフェスティバルの啓発ブースの出展です。

目的としては、中井町の紹介と魅力の発見。ブランドメッセージ「ちょうどいい ちょっといい」の普及。

内容としては、会場内を回るクイズラリーを実施しました。中井町に関するクイズを全6問出題しました。全問正解者にはフェイスペイントシール、マグカップ、ブランケットをプレゼントしました。全問正解者以外には参加賞として、ブランドロゴが書かれているハート型風船、ボールペンをプレゼントしました。

ブランドロゴなどの焼き印が押された都まんじゅうの販売をしました。

SNSパネルを使った情報発信の促進を行いました。

成果と課題としましては、クイズラリーの参加者が66名でありまして、想定よりも少なかったということがあります。中井町に関するクイズとなっておりまして、もっと参加してもらって町を知ってもらえるように働きかけられればよかったと考えております。なお、全問正解者は33名でした。

都まんじゅうは用意した200個が完売しまして、SNSパネルを使って写真を撮る方もいたため、町のPRになったというふうに判断しております。

続いて、4ページ目です。

シティプロモーション用コンテンツ制作業務です。目的としまして、町の魅力や施策を広く発信することにより、町の知名度の向上や町外在住者の移住および町民の定住促進に繋げるために、町の魅力・価値・ポテンシャルを効果的に表現したシティプロモーション用コンテンツを制作するものです。

内容としては、一つ目、3分程度のPR動画を制作。二つ目、20ページ程度のPR冊子を制作するものです。

現在の経過としましては、動画、冊子の材料にするため、業者が町内を回り町民にインタビューを実施しております。子育て中のお母さんや、町外から中井町に移住して新たな生活を送っている方等を中心に取材を行っております。また、町事業等の取材も行い素材集めをしているところです。

続いて、5番の魅力素材撮影です。

里都まちなかいの特徴を表した魅力的な写真や動画をドローンを使って撮影し魅力発信を行っております。また、町の四季折々の風景を撮影し、PR動画の素材として活用しております。

一つ目、人文字の撮影です。

なかい誕生110年を記念して、中井中央公園多目的グラウンドで「夏期巡回ラジオ体操・みんな

なの体操会」というイベントを開催したのですが、その終了後に約 1,200 人の参加者で人文字をつくり空撮を行いました。

また、田んぼアート。町民のアイデアで町民の手により、なかい誕生 110 年を記念して田んぼアートを作製しました。それらの様子が写真のとおりです。

6 番で、ノベルティの充実です。

一つ、はっぴの制作。

昨年度に青色のはっぴを作りましたが、今年度は紺色を新たに作り、PR ブース出展時等に活用しています。出展者の統一感や目立つことでの PR を狙います。

続いて、5 ページ目です。レジ袋の制作。

日頃使い回ししやすいレジ袋を制作しました。イベント時に商品などを入れて手渡すことができます。里都まち交流拠点のグランドオープニングイベント「なか 110 ごとマルシェ」の出店者に袋を配り、商品を渡すときにはこの袋に入れて渡してもらうことで、味気ない袋とは一味違う楽しさを演出しました。

スウィングバナーの制作。普通のものより旗よりも目立ち PR 効果の高いスウィングバナーを制作しました。デザインは里都まちブランドプロジェクト部会長からアイデアをいただきながら決定しまして、イベント時に活用しています。なお、同デザインで PR 用のテーブルクロスを制作済みです。

7 番で、中井町シティプロモーション戦略指針の策定と推進です。

目的・経緯としまして、シティプロモーションを推進していく上では、町民・町が共通の認識を持ち、同じ方向に向かって活動していくことが望ましいです。また、町民が自分たちの町に対して、誇り、愛着、推奨する意欲を持つことが重要であり、アンケート調査を行うことで、町民の町の魅力を推奨する意欲、地域活動へ参画する意欲、地域で活動している人に感謝する意欲がどのくらいあるかを調べました。これから、それぞれの意欲が高い人を増やしていく取組みが必要と考えております。加えて、町民を中心にグループワークを行いまして、シティプロモーションを展開していく上で、ターゲットをどこに設定するべきか、ターゲットに対して刺さるブランドメッセージは何かを考えまして、その結果をまとめて本年 3 月に「中井町シティプロモーション戦略指針」を策定しました。

ここで、戦略指針の方についていただきたいと思えます。

戦略指針の 8 ページ目をご覧ください。

全体を説明しますと時間がかかってしまいますので、ある程度抜粋して説明をしますが、8 ページ目でターゲットの説明がございます。

戦略的で効果的なシティプロモーションを行うためには、ターゲットを明確に設定し、ターゲットに刺さる施策を実施する必要があります。まちが将来にわたって持続していくために必要な若い世代が流出している現状と、国や県の平均を下回る合計特殊出生率であることを鑑み、町内に呼び込むためのものと町内に留まるためのものの二つをターゲットとします。

メインターゲット、サブターゲット、いずれも子育て世代で、年代は 30 代、40 代となっております。ただし、メインターゲットの方につきましては、居住エリアは近隣都市。価値観として子育てするならば、自然豊かなところがいい、子どもに地元をつくりたい、お金にも心にもゆとりを持って子育てをしたいといった方を対象にしております。

サブターゲットとしましては、居住エリアを町内として、対象としては町内の集合住宅の居住者、子どもの成長に合わせライフスタイルが変化している方、戸建て購入を検討している夫婦としております。

続きまして9ページ目、その裏をご覧ください。

⑥番のブランドメッセージ・ボディコピーです。

里都まちなかいを効果的に訴求していくために、ブランドロゴとともにターゲットに対し”ひっかかる”ブランドメッセージが必要です。ブランドロゴと併用して、本町におけるシティプロモーション活動に一貫性や統一性を持たせ発信力・求心力を強化します。

ブランドメッセージ、キャッチコピーについては、「ちょうどいい ちょっといい」としました。

ボディコピーとして、都会すぎず田舎すぎない空気感が、ちょうどいい ちょっといい。

まだあまり知られていない秘密感が、ちょうどいい ちょっといい。

遠すぎず近すぎない人との距離感が、ちょうどいい ちょっといい。

かながわの中井町は、住む人、訪れる人、みんなにとってちょうどよくて、ちょっといいところといった意味を込めまして、「ちょうどいい ちょっといい」というブランドメッセージにしました。

それでは資料の方にお戻りください。

5 ページ目ですが、今後の展開としましては、戦略指針に基づきアクションプランの策定に向けて、さらなる現状分析、意識調査を行っていきます。調査は町民に対するものと町外の方に対するもので2種類を想定しております。そこから目標設定し、より具体的なシティプロモーション活動・行動の内容を考えていきます。

町の各担当課でどのような行動が取れるか、既存事業と絡ませてどのようなプロモーションができるかなどを整理し行動していきます。

続いて、6 ページ目です。

なかまるスタンプの制作です。ユーザー数が非常に多いLINE を使いまして、町をPRするために「なかまるスタンプ」を制作しました。

これまでに約300人がなかまるスタンプを購入して利用しております。また、直近の3か月で実際にスタンプを送信した件数が5,126件で、受信した件数が9,723件という結果が出ております。

続いて9番、SNSを使った発信です。

町公式のフェイスブックとツイッターを使いまして、イベント情報等を発信してきましたが、中井町の魅力をもっと伝えるために、開庁日は毎日情報発信を行うようにしました。

それにより、これまでフェイスブックの月の平均閲覧件数が約150件であったのに対しまして、約350件に増加しております。

続いて、10番の里都まちプロモーションプロジェクトの目標と成果です。

一つ目、中井町を推奨している町民の増加、目標値60パーセントになりますが、昨年度の美・緑なかいフェスティバルで実施したアンケート、町外在住者も含むものですが、43パーセントの方が高い推奨意欲があるという結果になりました。シティプロモーション活動に町民が積極的に参加することで、町民に中井町を活性化させる一員であることの認識を持っていただき、町への誇りや愛着の醸成を図っていきたくと考えております。また、今年度制作するPR動画や冊子を使

った情報発信を行うことで、町民に中井町の良さを実感してもらいたいと考えております。

二つ目の取材件数については、年 12 件という目標値がございまして、昨年度 1 年間の取材件数は 20 件。昨年度は町オリジナル婚姻届や「里都まち」という言葉についての取材を受けました。今年度については、人文字、シティプロモーションのノベルティ、ブランドメッセージなどについて取材を受けております。

先ほど申し上げましたが、10 月時点で 18 件の取材を受けております。

三つ目、町民の参画意欲、感謝意欲の向上。推奨意欲に加え、町民の地域活動への参画意欲と地域で活動している方への感謝意欲をいかに向上させられるかが重要であり、現状分析・意識調査を通じて、どのような活動が効果的かを整理して実行していきたいと考えております。

最後に 7 ページ目です。

課題と対策につきましては、戦略指針に基づいた活動で、策定した戦略指針に基づき、設定したターゲットに対して具体的に何をしていくのか、ブランドメッセージをどのように活用していくのか整理する必要があると考えております。

それに対しましては、現状分析、意識調査を改めて行いながら、町としてできることを全庁的に整理しまして、また、町だけでできることにも限りがあるため、町民にも町の魅力を積極的に町内外へ発信してもらえるように、シティプロモーション活動への参画を呼び掛けていきたいと考えております。

また、取組みの成果を測定するために、継続的に調査を実施していきたいと考えております。説明は以上になります。

座長 はい、ありがとうございます。

内容が多いので分かりにくいところもあるかもしれませんが、それを含めて全体に対してのことですので、ご意見いただければと思います。よろしく申し上げます。

ちょっと、先に確認させていただきたいのですが、まずはブランドプロジェクトの 7 ページに特産品 7 品ノミネートされていますけど、今ネットで見たらふるさと納税の商品になっている。その辺、指摘はあるんですか。アップしてから、人気があるとかないとか。その辺はどうですか。

担当課 ブランドの方で担当しています産業振興課の相原といいますけれども、先生おっしゃるとおり、ふるさと納税の返礼品の中に 2 番の緑みかんシロップ、中井町のみかんを収穫する前の段階で加工したものなんですけれども、これらを含めた返礼品として扱ってはおります。出ていないわけではないのですが、いくつか何人かには発信の方はできている状況です。ちょっと数は、手元に資料を持ってきていませんので。

座長 このアイスクリームとスイーツはあまり。

担当課 まだ、返礼品としては出していないです。

座長 出していない。

担当課 今、ふるさと納税の返礼品として出ているのは2番です。

座長 それだけ。

担当課 はい。

座長 他は出ないのですか。何か理由があるのですか。

担当課 今年度、認証されたものがほとんどなので、これから事業者の方と相談をして、タイアップ事業者として協力していただけるかと、そういった協議をしていきたいと思っています。

座長 分かりました。ありがとうございます。どうでしょうか、皆さん。ご質問でもいいですし。

委員 その関連ですけれども。

座長 はい、どうぞ。

委員 昨年度、5商品で150万円の補助で支援したと、この5商品については、この7品目の中に含まれているんですか。

担当課 昨年度5商品に対しての補助を開発支援ということでさせていただきましたけど、まだ全てが認証に向けた取組みをしているわけではなくて、認証の時期が大体いつも私どもの方では1月、年明けくらい、今年度は12月を予定しているのですけれども、そういった中でこれから、認証に向けた手続き、商品化ができていて、販路の目途もついている、そういったものに関して審査をしていきますので、全てが認証されているものではございません。ただ、事務局としては、開発支援を町として行っている以上、商品化されるまでいろんなワークショップ等を開いて、商品化に向けた取組みの方は続けていただくよう、努力はさせていただいております。

座長 今は、商品化に向けて、いろいろ取組みをしているという。

担当課 そうですね。

座長 ちなみに、いつ頃を目指して商品を揃えるのですか。あと7つ。

担当課 この7つは、もう商品化がされていますけれども、開発支援をして専門家の先生、販路のマーケティングの先生、また、審査をしていただく方を3人、専門家の先生を呼んでやっていただいておりますけれども、いずれにしましても、商品化に向けての取組みというのは、補助した事業者に対しては継続していただけるよう、町としてもいろんな取組みはしていきたいというふうに考えております。

座長 説明が全く分からないですけども、もうこれ既に7つは商品化されている？

担当課 これはされています。

座長 認証されている。

担当課 そうです。

座長 そうしたら、もうどんどん販売できる。それが、その後説明している話何だかよく分からないですけど。

担当課 今、おっしゃったように。

座長 だったら、この7つは返礼品の中に入れられる。なぜ入れられないのですか。

担当課 事業者の方の協力がまだ得られないような状態です。

座長 だって商品として出ているのでしょうか。

担当課 商品として出ていますけれども、タイアップ事業者として協力していただけるかどうか、その辺の協議がまだ詰め切れていないというところです。

座長 それは役場の中、それとも事業者の人。

担当課 タイアップ事業者。

座長 開発の人は売れるために作っているんじゃないですか。

担当課 そうですね。

座長 だったら、自動的にのつけてもいいんじゃないですか。

担当課 自動的にというわけには、やっぱりいけないので。

座長 どうしていけないの。

担当課 例えば、アイスクリームに関して言えば、うちの町はふるさと納税に関しては、さとふるさんという会社を通しています。そちらの方で、輸送の関係、そういった方の協議とか、そういったものもありますし。

座長 他の市町村で、アイスクリームで何十億円って稼いでいるところがあるのですが、そこは冷蔵で送っていないですよ。カードを送って、そのカードを自分がメーカーの方に出して送っていただくという形をとっているの、市としては別に冷蔵とか何かということは、業者の方に任せておいて、ただ引換券を返礼品として出しているというのが普通です。

担当課 また、ふるさと納税に関しては。

座長 ちょっと悪いのだけど、そのせっかく取り組んでいるのに、町の方はそれを推進する気がないというふうにはしか思えないのですよ。だって、こんなに一生懸命やって、いろんな話題性が出ているのに、今の話だとできない話でしょう。

担当課 できないというより。

座長 どうやったらできるかということを考えるのが、地方創生なのです。だから、ご説明の内容では、やっぱり取組みが甘いと。民間が、こんなに頑張っているのに、全然顔が出ていないのです。これは、もったいないのです。結局、行政の対応が悪いために、せっかく民間が盛り上がってきているのを潰しちゃうということはよくあるので、それでお話しているのですが、なんか前向きな姿勢として全然聞こえないのです。これはやっぱりまずいと思うのです。

担当課 はい、これからふるさと納税に関しては調整します。

座長 いいです。もう分かりました。他いかがでしょうか。はい、どうぞ。

委員 まず、人口問題が最初に出ていて、それは国をあげての問題なので、町一つでどうにもならないというふうには思っているのですけれども、地域で聞いた話なので、証拠をとっていないからはっきりしたことは言えないのだけど、中井町が一番外国人が多いらしいです。人口減といながら増えているじゃない。増えていいのか悪いのかという話がある。それから、今後増えたら今、外国が問題になっていますよね。フランスやドイツがね。不満を持って。そういうふうな事態になるかもしれないのに、人口減ですというだけで済む話じゃないと思うのですよ。実態を見ればね。だから、例えば近所の買い物に行っても、外国の方が車じゃなくて歩いて来ている。車は持っていない。親子連れとか。そういう人、結構見ますよ。だから多いのだろうというのは想像できるのだけど、人口増えるならいいじゃないのといって、こっちの人たちを人口が減っているからといったら、私は知りませんが、その両面で見るといい。だから、人口減、人口減と言っているだけでは済まない実態が、現に今、起きていますねという話。

あと、プロジェクトの報告があるのですが、いい案が参加者から出ているので、これをいつどうやって誰がやるのだということが何も書いていない。これ意見出ていますよって。これから精査して、これから立案して、どんどん検証しますなんて書いていなくて、この戦略の年度は27年から31年。あと1年ですね。全然時間がないですね。

前のまちカフェの話をするのは何ですけど、あれも結構 1 年以上時間をかけてまとめ上げて、いい案ができたのですよ。これ面白いことやっていますねって。結局、町民の方にアイデア出させておいて、結局検討しますどうのこうので、うやむやになっているというパターンにまた始まっているなという気がするんですよ。

以上です。

座長 事務局の方から何か。

事務局 外国人の方が中井町に多いということで、確か 300 人ほど中井町には居住されております。

人口統計の中には、外国人の方も一緒に入っているというようなことですが、中井町が特段、その外国人の方を人口対策として呼び寄せているという事業展開をしているわけではもちろんございませんが、町内のある企業にお勤めの方が会社の方で雇用されて、その方が中井町に居住されているということで、今、委員からお話された内容については、そういう形で現状としてはある程度人口が 1 万弱の中では、高い率となっているということは、町の方でも承知はしております。

それから今、ご指摘のありました各プロジェクト。担当の方から説明をさせていただきましたけど、今後の課題と取組みということで、確かにご指摘のとおり、来年度が総合戦略の最終年度というふうに、一応 5 年間の期間ですから、来年度が最後の期間となっているということで、後の説明もまたあろうかと思えますけど、その目標数値というのをある程度設けさせていただいた中で、それに対する取組みをさせていただいておりますので、それが達成できるように、本来に来年ですので、今年度ある程度そういった課題の解消に向けて具体的に、達成に向けてはしっかり取り組んでいかなければいけないというふうには、もちろん考えておりますので、そういった取組みをしていきたいというふうに思っております。

以上でございます。

委員 人口減少について、中井町のシティプロモーションの戦略指針のところ、メインターゲット、サブターゲットという文言がございますが、やはり 30 代、40 代の方は、中井町に入っただくということは、将来的にもいいものだと思っております。この中で、サブターゲットの中で、今現状やはり町内にいられる若い方々を町外の方に流出されないというのは、いい考えだと思うのですが、今集合住宅の居住者を戸建ての方に検討される夫婦をうまく抑えて、町外への流出というのをさけるべきだというものがあるのですけれども、今現状、私が営業等見まして、中古の空いている戸建てが多いように見られるのです。その点を踏まえまして、この調整区域の多い中井町の中で、新しい区画整理ですとか、そういう人口増を狙うプロジェクトですとか、あとは空き家考えた中古の流通というのも、結構、今見直されているところもございますので、そういうものを含めたところで、将来的に何か中井町の方でもお考えになっているのか、ご計画があるかどうかを教えてくださいたいと思います。

以上です。

座長 お願いします。

事務局 最初にご指摘のありました区画整理事業、これにつきましては今、居住系の区画整理ということでは、今のところ予定はしていないというような状況でございます。

あと、空き家の関係ですけど、確かに調査をしまして、中井町にも空き家バンク制度というものを創設したのですけれども、空き家の所有者の方にそういった登録について、町の方からもご通知等差し上げて、登録の呼び掛け等はさせていただいております。しかし、なかなか登録に至っていないというようなところもございます。

また、神奈川県宅建協会の小田原支部さんの方とも協力しながら、中井町でやっています三世代同居の補助制度だとか、あと空き家の改修制度等についても、そういったところには周知させていただきながら、空き家の活用という面では、昨年からの取り組みを始めたということですので、おっしゃられることは、本当にそのご指摘のとおりかなというふうには思っておりますので、そういったことで空き家バンク、それからまた今後の展開として、そういった宅建協会との一緒の取り組みの中で、いろんな物件の町の方だけではなく宅建協会さんの方で登録されている、そういったケースの中での取り組みというの、取り組んでいるところですので、またそういうのを徐々に広げていきたいというふうには考えております。

委員 その件に関して、最近の資料、町の広報かなんかで、2件対象が引き合いが合って、1件が成立したみたいな空き家がありましたけど、現状からするとちょっと少ないなど。あまり、町が関わってやると、不動産業のあれみたいになっちゃうから、立ち入り方は難しいと思うけれども、例えば、私の家の隣の方なんか自動車関係で、広いスペースが欲しいので移ってきたみたいで、そういう空き家バンクとは違う観点で魅力を持っている人もいるし、そういうケースが多いと思うんですよ。広い場所が。そういったところをうまくアピールするようにしていけばいいのかなと。交通は不便ですからね。通勤用の住宅というのは、一番欲しい人たちなのでしょうけど、30代、40代とか。非常に望み難いのですよね。バスもなくなったりとか、今どうしようもない。

だから、そういうユニークな点を掘り下げて、アピールすればいいと思うんですけど。

担当課 今空き家の話になっていますけれども、中井町の新規就農者について後でまた少し説明があるかと思うのですけれども、平成23年から9人の方、町外から中井町の方に移住してきたり、農業をしに来ている方が9人います。そのうち、調整区域の農家住宅を建築した方が1人。空き家を購入された方が1人。空き家を実際に借りて農業をやっている方が3人。みんな所帯を持っている若い方なのですけれども、あとはアパートに住んでいる方が残りの方。町外から来たという形で、そういった空き家の方を町としても情報は提供して、あとはマッチングだけをさせて、あとは相手への交渉をしていただくということで、取り組みの方はさせていただいているのは実例としてございます。

委員 空き家に関しては確かに、農家よりは必要なスペースがあつていいと思うのですが、農業になると就農。現実、私1人見ているのですけど、相当厳しい状況で大丈夫かなという。だから町の方のフォローというか、必要だと前にも言ったことがあるのですけれども、うまくビジネス

にのっている人もいるのでしようけれども、私の見た範囲ではちょっと大丈夫なのという印象が強いのですけど。

就農だからといって安心はできない。町がどこまで関わるものなのか分からないですけれども、決して就農があるということで、安心はできないような気がします。見ておられますか。町の方は。

担当課 今の新規の就農者の関係なのですけれども、今国の方の支援制度で、年間 150 万円を最大 5 年間、計 750 万円を 45 歳までいただける施策がございます。中井町でも、今 6 人の若い方がそれを受けて農業に従事しているところなのですけれども、ここにいる委員さんの中にも J A さんもおられますけれども、農業委員とか J A、神奈川県、町も含めましてサポート体制というのを作っていきまして、年 1 回、2 回という営農指導とか、そういったものを行っていますので、何とか継続できるように、支援策等も町としても検討していく必要があるのではないかと認識しております。

委員 よろしいですか。

座長 どうぞ。

委員 全体の報告が大変な量です。非常に詳細に報告がされていて、前より分かりやすいところもありますけれども、その中でいうと最初に書いてあった自走化というのは、実際はとても大事だと思うのですけれども、個別の案件はともかく全体像として、この報告書の中に割と数字が少ない。何人集まったとかということは分かるのですが、ただでなのか、ピザが 1 枚いくらだったとか、そういう細かいようですけれども、そういったものを今後ぜひお入れになった方がいいです。自走化するということは、続けてやってもらう人は足まで出してやってくれないので、その辺がすごく大事だと感じます。

我々の立場というか、専門分野で総合型スポーツクラブをよくやってくれと言われるのですが、我々がやってもしょうがないです。地元でやはり盛り上がっていく習慣がつかないといけません。その中で、やはりこれは事業のあり方が受益者負担をどれだけ取れるか。受益者負担も 100 円なら来るよという人から 300 円取れるかというのが、大体うまくいくかいかないかの瀬戸際というか、その切れ目になるので、非常にいい絵が描かれているのですけれども、今度はその数字を入れながら、まさに自走できるようにしていただいた方がよろしいかと思えます。よろしく願います。

事務局 ありがとうございます。

座長 他に、どうぞ。

委員 SNS にかなり頼り過ぎているのではないかなと思って、私たちみたいな 30 代、40 代の世代って、割と子育てに忙しくて、SNS を見る機会がちょっと少ないので、今回タビカであったブラン

ドのツアーも人が少なく、参加者がいなくて中止になったなんていう広告を見たのですが、神奈川新聞さんとか紙面にさせていただくと、割と子育て世代に情報が発信できたりとか、そういったものもうまく使って、今回集客がなかったからこのタビカのツアーを中止にしました、それだけで終わっていくのも、今後ちょっとどうなのかなとかなり心配になっています。

それだけ、ブランドにちょっと興味がないって思われちゃっている問題があるんじゃないのかなと。どのくらい載せてPRしたのか、ちょっと分からないのですが、ちょっと私たちもラジオ局に放送してくださいという話はしたのですが、そのままちょっとぼい投げの状態なので、PRするならPRするというものをもっと皆さんに周知していかないといけないのではないのかなと思いました。あと、町民主体、町民主体って、かなりおっしゃっていますが、割とそこは今欠けているんじゃないかなと思っています。美・緑なかいフェスティバルに関して、町民団体で一生懸命マーケットとかマルシェとかやっている方々がいるのにも関わらず、今回は外の団体さんにマルシェをやってもらったりとかというのも、ちょっと町民一生懸命頑張っているような活動をしていこうと思っているのに、ちょっと心が折れてしまったり、逆に町外に引っ越したいと思っちゃう方も、中にはいらっしゃるんじゃないかなという心配にもなりました。

座長 どうですか。

担当課 まず、ブランドの中で今年度の取組みとして、資料の5ページになりますけども、6番のブランド体験ツアーということで、今週中井町に外からのお客さまを呼び込もうということで、計画をさせていただいておりました。参加者が少なく、今、事務局の説明の中では開催するというものでありましたけれども、委員おっしゃるとおり、今回11月10日は中止にさせていただきました。改めて計画をし直します。SNSに頼り過ぎたというよりも、PRの仕方をちょっと間違ったというのかもしれないけれども、去年は観光バス1台、定員オーバーという形もありましたので、改めて調整し直したいというふうに考えております。

それからもう一つ、美・緑なかいフェスティバルの方は、先ほど座長からも来園していただいたということをおっしゃっていただきましたけれども、今年、なかい誕生110年を記念した形で、例年と大幅に変えた会場レイアウトを作らせていただきました。あくまで美・緑なかいフェスティバルは、町の人々の取組みの中で作り上げていくということで認識はしておりますけど、一部中井中央公園全体を町の中ではちょっとやりきれないということも役員の方からも話がありまして、町外の組織、アウトソーシングという言葉を使わせていただきますけれども、お願いをして賑わいの方を出せたようなことです。

また、来年度以降、委員おっしゃるとおり、委員会の方に町民からの意見等もございますということをお伝えしながら、新しい取組みの方を検討していきたいと思っておりますので、ご理解いただければと思います。

座長 すみません。その委員会というのは、どういう構成なんですか。委員会の構成しているメンバーはどういう人たちですか。

担当課 商工振興会、体育協会、文化団体の振興委員、それから社会福祉協議会、以上です。

座長 それは町内の方なんですか。

担当課 皆、町内の方です。

座長 なのに、なんで外に頼まなきゃいけないんですか。

担当課 模擬店、出店者の方に関しては、その中で役割がありまして、商工振興会の方が中心になってやっているんですけども、町のメイン会場はあくまで町の人々の住民だけで取組みをしています。

座長 それは知っていますが、出店者を外に頼んだという理由がよく分からない。

担当課 そこまで商工会の方で、町の中で作り切れないというところが委員の中から出まして、今回は新しい風を入れようということで決めました。

座長 地方創生の趣旨に合っていますかね。

担当課 それは、先ほど申しましたように、改めて来年度以降の開催に向けて検討します。

座長 いや、そうじゃなくて、この事業をやっている中に置いて、選択すべき道ですか。僕だったら怒りますよ。まず地元が優先でしょう。地元の商工会なら、地元を優先しないとおかしいじゃないですか。それを町が指導できないというのは問題じゃないですか。だって、町の110周年事業でしょう。その一環じゃないですか、大きくは、事業そのものは委託した、やっていただいているでしょうけど、全体の町としての姿勢はそういうことじゃないですか。そこを曖昧にすると、住民はいなくなるんだよ。

担当課 分かりました。

座長 この人たちは団体だからいいけど、それ以外の住民に対しての配慮がないということは、町の姿勢がないということになるんですけど、いいですか、それで。

担当課 改めて検討してみます。

座長 この委員会やっている意味が全くなくなっちゃうんです。僕も座長やりたくなくなっちゃうけどさ、そんな話を聞いていると。さっきのブランドもそうですけど、さっきおっしゃっている話もそうですけど、なんか一つ一つやっているように見えますけど、なんかばらばらで。全体で言わせていただくと、なかまる君がいるのに、ここの中井町を宣伝するために動いているんですけど、ただ町をアピールするだけ。くだらないキャンペーンをやる必要はないんですよ。なんで、このサッカーに行ったときに、持っていくノベルティグッズじゃなくて、中井ブランドで開発した品物を持って販売するとか、全然連携ができていないんですよ。一番後ろの立派なプロモ

ーションもありますけど、これ組み立ては立派ですけど、なかまる君をどうやって使うかなんて全く書いていないわけね。「ちょうどいい ちょっといい」はいいんだけど、なかまる君が言っている言葉ならいいのだけど、その関連が全くないんですよ。これはこれで独立している、なかまる君はなかまる君で町のアピールだけしている。ブランドはブランドでやっている。

今、奈良の観光戦略をやっていますけど、せんとくんというのをイベントで作りましたが、彼は今、奈良県の観光大使なんです。あらゆるメディア、あらゆる場所に出てきます。だから、せっかく一つのキャラクターがあるんだったら、それを町を宣伝するためだけにキャラクターが出てくるのじゃなくて、このブランドを説明するとか、いろんな場面でリンクしていかないと駄目で、特に一番最後のシティプロモーションのところに、なかまる君の活用がないというのは全然意味がないじゃないですか。せっかく人気があるんでしょう。ターゲットにしている子どもたちに対してだって非常に受けると思うんですけど、そこに対して全然戦略がない、書いているのを見ると。

それから、いわゆる町の中のいろんな人をヒアリングして、データを取ってとか写真を撮って、それをビデオでつないで流して、見てくれる人が何人いるかなんですよ。今、そういう映像が腐るほどあるんですね。やっぱり編集が一番重要になってくるので、せっかくなかまる君という素晴らしいものがあるのであれば、もうちょっと知恵を使ってやっていただいた方がいいかなと、どうですか。

事務局 そうですね。お話があったように、ここはこうやっている、ここではこうやっているではなくて、まずはこの庁内全体で、そういった取組みを一体的にやっていかなくちゃいけないというのは、もちろんご指摘のとおりだというふうに思いますので、その辺の活用も含めてご意見いただきましたので、実践をさせていきたいというふうに考えております。

座長 それでは他、どうでしょうか。はい、どうぞ。

委員 本当に、ただの町民意見です。

この資料の方の4ページのリアル宝探しをやりましたね。これって、パンフレットを小学校とかで子どもが持って帰ってきたんです。中学生にも配って。これの参加した景品というんですか、あれがアプリのシラサギでしたよね。

担当課 参加賞ですね。

委員 参加賞。それって子どもは楽しみにして持って帰ってきた。でも、参加賞がアプリのものとかというのは、結局、誰のためにそれを開催したのかなと思って。子どもはすごく楽しみにして学校から持って帰ってくるわけですね。やろう、行こうとなったときに、結局、それがアプリのものである、スマートフォンを持っていない子どもとか中学生。フィルターがかかっている中学生とか、結局なんだよという答えだったんですけど、そういうのって考えてあったのかなと思って。学校とかで配る割には、そういうアプリ対象とかというのは、回りの子どもたちからも話を聞いた上で1枚ずつもらったんですけど、あれは結局、町を知ってもらおう、アプリをダウン

ロードしてもらおうなのか、子どもたちにも楽しんでもらうという趣旨で学校とかで配布されたと思うんですけど。

担当課 リアル宝探しは、夏休みから9月中旬まで、約1か月間開催させていただきました。1,000人を超える参加者があったんですけども、多くは町外から町を知っていただくという目的で開催させていただきました。町民の方には、小・中学校の子どもたちに改めて中井町のそういったところを知ってもらおうと、探検してもらおうということで配布はさせていただいたところです。町民も1,000人のうち10パーセントぐらい、100人ぐらいは参加していただきました。

景品の方を町内と町外で分けるなり、そういった取組みも必要だったのかなというふうに思いますけど、また、何か計画ができるようなことがあれば、改めて考えさせていただきたいと思います。

座長 はい、どうぞ。

委員 今話を聞いて、もっといろんな人たちにマーケティングというか、声を聞いた方がいいんじゃないかなと。それを町ができないのであれば、どこか委託業者とかに頼んでも、町の人たちの声をもっと聞いてもらいたいと思います。私たちもNPOで子ども食堂とかやっていますけれども、お母さん世代が大体60人ぐらい集まってくる中で、町に対しての思いとか、こうしてほしいああしてほしいなんて意見もたくさん出てくるので、直接現場に来てくだされば、もちろん声も上げますし、聞き取っていただいてもいい、もっと町の方たちと密に接していただく機会を増やしていただいた方が、総合戦略をする上でもいいんじゃないのかなと思います。

座長 直接、そういう取組みをしている市町村もあります。各区に5人ぐらいの職員がいて、全ての会に出席するという。そこから吸収してきて、縦割りではなくて総合的にコミュニケーションをして、その5人が必ず市役所の中で、これは教育の問題だから教育課の方に報告とか、またはこれは市の話であるから、ここの課と合同で今度会議をしましょうと。そういうふうに、小さな1万人ぐらいの町ですけど、やっているところはあります。横浜市も、基本的には区ごとに担当職員というのがいて、総合的にその地域の問題を吸収していく。縦割りで問題を解決する時代はもう終わったんです。やっぱり、問題が非常に複合化しているので、地域の問題は地域の複合化した問題としてどうやって捉えるか。対応が違ったりするので、そういう体制に行政がしているところもあります。業者に頼むといっても結局同じことになるので、やっぱり会話することが一番重要で、そういう場が公開で設けられているかどうかということが、すごく大事なんです。

小田原の場合ですと「まちづくり応援団」というNPOがいて、あそこが民間と行政の接点みたいな役割をしているんですけど、公開で市長選でも3人の候補を呼んできて、それぞれ質問して、政策について公開で聞いたりすることがある。今の社会というのは、公開性がすごく重要でして、それがやっぱり中井町には、仕組みがまだあまりないような気がして、これは行政だけではできなくて、やっぱり市民の方たちもどういうふうに自分たちの意見を反映していけばいいかということを考えていかないと、行政に投げても結果は、それでうまくいくなうまくいっているわけで、やっぱりそこは日本の多くの課題なんですね。今までは、税金がたくさんあったときは、業

者の方をたくさん雇って、それぞれ市民がお願いすればやってくれるという時代があったんですけど、それができない時代になったときに、一体どうしたらいいか。そこに協働というのがあるんですけど、このときにやはり、本来はお互いの距離が縮まるような仕組みを作らないといけないんですけど、それがないと結局は、いろんなことをやっているけどその言う場がなくて、その地域の盛り上がりができていかないということになってしまうのです。

今回の報告見ていると、非常によく組み立てはできているんですけど、やはり一つ一つが切れているところがすごく問題でして、その辺をもうあと1年ちょっとですけど、本来はその融合するような意見の交換の場がどこかでできるかどうか、この事業は一区切りするでしょうけど、その後終わっていいって話じゃないわけですよ。その後、国ももっと自走しなさいよと言っているわけで、それができるかどうかという住民と行政側の新しい関係の約束事が、この事業をして少しでも信頼関係ができて、今までと違うやり方でこういうふうによれば、我々市民ももうちょっと努力しますよという方向性が出ないと、多分この事業をやった意味が全くなくて、せっかく民間の方も気持ちが出てきていると思うんですね。行政さんの方も、それなりに勉強されていると思うんですけど、やはり今日の意見を聞いていると、うまくいっていないところが各所に出てきているようですから、やはりその辺の議論を本当はさせていただくといいかなと思いますけど。

事務局の方はその辺を宿題にして、次回までに少し検討していただいて、来年はぜひそういう場が生まれるようによろしくお願いします。

委員 ちょっと、最後にいいですか。

座長 はい、どうぞ。

委員 里都まちスポーツのところで、ノルディック・ウォークというのがあるのですが、これはどこからノルディック・ウォークがいいなという話に。唐突だなと。

座長 どうですか。ノルディック・ウォークを導入した理由です。

担当課 28年度から始めさせていただきまして、町のスポーツ推進計画を立てるときに、アンケート調査を行ったのですけれども、普段やっている運動だとか、これからやっていきたいという運動の中で、ウォーキングだとか、そういったものの意見が多かった部分もありまして、気軽に誰でもできるウォーキングとそういうポールを持って、運動効率を上げられるノルディック・ウォークというのをちょっと採用させていただいて、教室だとか町内のコースを設定して、普段歩くイベントをやらせていただいた経緯があります。

委員 報告だと、いまいちの参加の状況です。

担当課 今年度、そうですね。スポ・レク祭のときに、ちょっとやらせていただいたのですが、他にも種目がたくさんあって、子どもがかなり多く来るイベントで、なかなかここに参加を得られなかったという結果ではありました。

委員 里都まちスポーツと考えたときに、このプロジェクトの中で検討されているんだけど、例えば、中井のパークゴルフ場とか施設としても既に稼働しているものがあるんですけど、やはりそれは、それなりに利用者も多くて、多分楽しいから利用するんだろうから、その辺の施設が里都まちスポーツの中に既存のそういったものを活用しようとかというのは、あまりこの資料からは読み取れない気がしたんですけど。

担当課 パークゴルフ場の利用については、もう既に皆さん町外の方も多く来ていただいています。そして、町の方でも自治会親善の大会を開いたりということはされています。それは、町としても活用させていただいて、他に現在行っていないものとして、ここのプロジェクトを始めるに当たって、始めた事業を紹介させていただいたということです。

委員 この数年間の取組みの中で、いろんな部品やパーツというのはできてきたんだろうと思うんですけど、さっき座長がおっしゃったとおり、そのパークゴルフで町外から来た人に、どういう状態で帰ってもらうとか、連携してせっかくパークゴルフが、それだけ町外から来られるのであれば、それを上手にこの中に取り込もうとかという、そういうのがちょっと工夫がいるんじゃないのかなと。

里都まちスポーツのところの項目にそれが上がっていないというのが、それはそれでもう出来上がっちゃっているから、新しいものを作んなきゃいけないんだというふうに思われているのか、ちょっとそこはどういった考えで、さっきのノルディック・ウォークになったのか。あるものをうまく活用すればいいじゃないかというのをちょっと感じました。

それから、シティプロモーションですけど、例えばいろんな町でテレビのドラマや映画やそういったもののロケ地を誘致するとかという、一番最短と言えれば最短なんですけど、そういうのもアイデアとしては出る。シティプロモーションの方の検討では出なかったのでしょうか。

座長 いかがでしょうか。

事務局 具体的にはそういった検討までは、部会の中では話はできませんでした。実際、今お話があった中央公園等は、この前のTBSの『モニタリング』の中で、中央公園の一部が使われたりということもあり、実際に他でも使っているというような実績はございます。

委員 今の委員さんのお話で、さっき触れようかなと思ってスルーしちゃったんですけど、すごくいい話ですね、3,500くらいスポーツクラブとか一応数字上はできて、かなりたくさんうまくいっていないなど。それは似たようなものを作っちゃうんですね。ウォーキングが一番大事でしょうけど、その未病とリンクして、歩けなくなるとは困るからスポーツをしましよと。遊具いっぱいになっちゃうから、楽しくない雰囲気になるんですよ。既存団体は強いので、そこが絵を描いちゃうけど、団体名はあれですけど、何とか団体というところからだけの話になる。そこだけうまくいかなくなる。世界の中でも、大型スポーツクラブって、100年ぐらいやっているドイツなんかからして見ると、やっぱり人気スポーツが中心になって発生しているんですね。我々で言えば、今6種目やっていますけど、やっぱり中心はサッカーです。そこがパワーを持たないと、

いわゆる穴の開いた経費の部分が埋まっていけないんですよ。そういうのが出ると、パークゴルフをやる。もっとうまくなりたいから、脚力を付けた方がいいんです。だから、こういうウォーキングをノルディックでやると、普通の脚力より効率的に付きます。こういう建てつけでやると、帰りにやっていこうとか、この日はゴルフが終わったらこれを必ずやっていくんだみたいな、平均的に利用者が増えていきます。

ドイツはほとんど、サッカークラブが中心の総合型スポーツクラブですけど、派生したころの60年ぐらい前は、大体が体操クラブです。これは、その頃って体操がすごい当時流行っていたんですよ。ただ、今それがどんどん形を変えていっているというので、委員さんが言うように、まさにパークゴルフをうまく使いながら総合型スポーツクラブという形にした方が、はるかに効率がいい。しかも有名なんです、中井のパークゴルフって。ちょっと補足です。

座長 多分これまでは、ノルディック・ウォークの講習会みたいなのがあったのですが、楽しくないんだと思います。ノルディック・ウォークをなぜやるかということ、楽しく歩いているうちに、そういう自分の体力が付くとか、ヨーロッパでもう一つあるのが、地形医療ってあるんです。お医者さんが、心臓の動脈の動きをコントロールしながら心臓病のある人に運動してもらおうとか、糖尿病の人にはこういう負荷をかけて、こういうふうに歩いた方がいいと、全体のコースの計画があって、それを歩くときに、多分ノルディック・ウォークみたいな効率的に歩くということで、上半身も伸ばしていくんです。そこまでいったことをやっていないんですよ、多分。

だって、1時間もないわけですから、せいぜい歩くのが運動公園の回りですよ。何も楽しくないわけですよ。本来のノルディック・ウォークの楽しさは、体験してみないと。それから、本来は日常的にやっていただくことだと思うので、今、委員おっしゃったように、やっぱり体を使って何かやっているものに対して、補足的にこういうものをやるとすごくいいというみたいなんです。

このノルディック・ウォークのちょっと嫌なのは、パークゴルフもそうですけど、道具を買わなきゃいけないんです。それを売りたい人は一生懸命それを振興しようというんですけど、楽しいコースを設定してあるか、ノルディック・ウォークで歩く中井町のコースがあるかということ、そんなの設定していないで、講習会してポール買って歩いてくださいって。なんかすごい物だけ売っている感じがすごくするんですよ。あそこにもスティック置いてあるんですけど、それが見えたらやっぱりやらないでしょう。小学校のスポーツで、剣道ってすごい高いんですよ、道具をそろえると。そうすると、やりたくても運動具一式を買わなきゃいけないというので、なかなかできない。サッカーはボール1個あれば、シューズも買ったりと結構高いんですけど、非常にとっつきやすいスポーツと、やっぱりお金がたくさん必要なスポーツがあるんですね。その辺、考えていかないとなかなか普及は簡単にはいかないんで、ノルディック・ウォークやるなら、やっぱり楽しいノルディック・ウォークのコースを設定して歩いていくとか、そういうのをやらないと、これは広まらない。何回やっても、5、6人ですよ。もう1回教われれば、別に行かなくてもいいし。1回目楽しくなければ、あれ行っても楽しくないよと言われてれば誰も行かないです。

委員 中井町に来る必然性ですよ。

座長 そうですね。それは風景が見えて、そのコースが設定されていて、ここで見ると富士山が

見えてちょっと休んで、またちょっと汗かいてと、なんかそういう設定がされれば、やっぱり面白いんだと思うんですけど、そういうところまで広がっていただいて、農地を見てもらうとか、そういう効果もあればいいと思う。最初は、そういう話でノルディック・ウォークが出てきたんですけど、そのことだけができていて。だから、コース設定が全くできていないので、そこは問題だと思うんです。僕も中井町すごく好きで、中井をずっと走ると本当にいい 360 度景観が広がっている場所があるので、あそこがあるのはすごくいいと思うんですけど、その話に進まないんです。それはやっぱりどこが問題なのか、市役所の人がノルディック・ウォーク専門家ではありませんから、市民の中にはいらっしゃるかも分からないんですけど、その辺を少し仕掛けないとこの先に進めないと思いますね。

委員 ちょっと時間があれですから、総合型でよく間違うのが、何種目かやらなきゃいけないから入っちゃうと、別にいいんですよ、1 種目でも。例えば、フィンランドのスポーツクラブなんか、ジャンプしかやってないです。でも、ジャンプをやるために夏の間ランニングをしますよ、ランニング一緒にやりますか。ジャンプやるために筋肉付けるので、ウエイトリフトやりますよ、一緒にやりますか。これ必然的に複合体になっているんです。その中で人気のあるやつだけ増やしていけばいいんです。それであれば、その経営上も地味ですけど、ある程度。このパークゴルフをやる人たちを最初に中心に巻き込んで、ヨガをやる集中しますよとかっていうのならやってみようって。あまり、たくさんやらなきゃいけないというふうにとらわれない方がいい。

座長 ありがとうございます。ちょっと時間もありますので、次の 2 の方もちょっと進まないといけないので、すみません、お願いします。

事務局 それでは、資料の 6-1 と 6-2 に進みまして、説明させていただきますが、まず資料 6-1 をご覧ください。

ここから総合戦略の事業の内容と実績、今後の方向性についてお話をさせていただくのですが、ちょっと省略をしながら説明させていただければと思います。

まず、基本的戦略 1 については、里都まちブランド・里都まち耕業による地域経済活性化戦略ということで、全体の目標としては戦略を策定しました平成 28 年の基準値が数値目標のところにございまして、戦略が終了する平成 31 年度までの目標が目標値のところにかかれてあります。

このプロジェクトについて、基本的戦略については、新規就農者数 4 戸だったものを 10 戸にする。新規起業数 0 社だったものを 5 社にするというものになります。

実際、プロジェクトの方としましては、里都まちブランド特産品開発事業で、これはブランド特産品を開発するものになりまして、認定品目数 10 品目を目指すものです。

次の里都まちブランド流通マーケティング事業については、販路の拡大を図って販売施設数を 3 施設に増やしていきたいといった目標でございます。

プロジェクト 2 の里都まち耕業プロジェクトですが、起農・創農者支援事業としまして、農業体験や収穫体験など、そういったものを実施して、新規就農者数を獲得していきたいといったものです。

次の起業・NPO 等設立支援事業につきましては、国の補助制度の活用を図りながら、商工団体や

金融機関と連携して支援を行ったりとか、また平成 29 年度から空き家バンク制度を創設しておりますので、空き家を活用した起業等も支援していきたいということで、新規起業者 5 社を目標に掲げております。

続いて 2 ページ目ですが、基本的戦略 2 の里都まちスポーツ・情報の駅による交流促進戦略です。

この数値目標としては、交流人口 150,000 人だったものを 200,000 人にする。転入者数を 384 人から 440 人にするといったものであります。

プロジェクトの 1 としては、里都まちスポーツ交流人口増加事業ということで、スポーツイベントを主に行いまして、スポーツイベント参加者数を 1,500 人確保するといった目標です。

二つ目が里都まちスポーツ・プチツーリズム事業で、未病センター・なかい健康づくりステーションというものを保健福祉センターに平成 28 年 2 月に設置をしまして、健康づくり・体力づくりの拠点として活用促進を図っていくものです。この目標が、未病センター利用者数年 1,000 人になっております。

また、里都まちスポーツのまち事業につきましては、スポーツ実施率 50 パーセントを目指しまして、スポーツイベントや総合型地域スポーツクラブの活動を通して実施率を上げていこうといった取組みになっております。

プロジェクト 2 の里都まち情報の駅プロジェクトについては、一つ目が Wi-Fi スポット設置事業です。現状、役場と井ノ口公民館、なかい里都まち CAFE の 3 か所に Wi-Fi スポットを設置しております。今後はランニングコストと利用実績を基に判断し、9 か所という目標値に対して検討していきたいと考えております。

情報コンテンツ等開発支援事業につきましては、コンテンツ延べ閲覧回数累計 50,000 回というのが目標でございまして、それに対して新たに昨年度なかい里都まち CAFE のホームページを立ち上げまして、施設の紹介やイベント情報などを発信してきました。なかい里都まち CAFE の方に情報を集めまして、ホームページだけではなくフェイスブック等でも、こまめに情報更新・発信をしていきたいと考えております。

プチ田舎だけど便利なまち定住支援事業については、町内の通信網についてはある程度整備されている状況ですが、Wi-Fi スポットの設置などを通じてインターネットの接続環境の向上を図りたいといったものでして、インターネット接続率を 80 パーセントにしたいという目標でございします。

続きまして 3 ページ目ですが、里都まち子育て応援戦略となっております、最初に数値目標ですが、基準値年 43 人の出生数に対しまして、年 61 人の出生数を目指すといった戦略になっております。

プロジェクト 1 としまして、保育料、給食費助成事業ですが、現状保育料と給食費をそれぞれこのような状況で補助をしているというものです。これを通して、園児の増加数ですとか転校者の減少数、出生数の増加数の改善を図っていききたいといった目標を掲げております。

次の切れ目のない相談・情報発信事業ですが、里都まちなかニューボラを昨年度開設しまして、専任の相談員として助産師を配置するなどして、子育て支援を充実させました。

また、ママと赤ちゃんの癒やしの場として産後ほっとステーション事業を行っておりまして、子育ての切れ目のない支援体制を構築しております。

この目標は、なかいネウボラ設置数 1 か所と、なかいネウボラ利用者数年 800 人となっております。

次の里都まち子ども居場所づくり事業ですが、プログラム実施回数月 6 回という目標に対して、親子で楽しめる土曜学習を開催したりですとか、民間団体によるコミュニティ食堂等の開催によって、そのプログラムの数を増やしていこうというものです。

四つ目、多様な雇用形態の創出支援事業ですが、地元企業にアンケート調査を実施しまして、取組み内容や課題等多様な雇用形態に関して把握・整理をしているところです。子育て環境の充実を目標に、町から企業に対してどのようなことができるかということを整理していきたいと思っております。実施企業数として 1 社を目標に掲げております。

次の三世代家族推進事業ですが、助成件数年 3 件ということで、三世代同居等推進事業補助金制度を今年度より開始しております。助成実績はまだないのですが、相談件数として 4 件ありまして、それが申請見込みという状況です。

次の里都まち暮らし応援隊事業ですが、里都まち暮らし応援隊員数 10 人という目標で、なかい里都まち C A F E のスタッフが地域のイベント情報や空き家情報等を伝達している状況です。交流拠点に情報を集約するようにしまして、町からも情報提供を行なっていきたいと考えています。また、なかい里都まち C A F E での同窓会イベント開催に向けた検討も進めております。

続きまして 4 ページ目です。基本的戦略 4 ですが、ここでは利便性が向上したと感じている町民を 62 パーセントから 80 パーセントに引き上げる。中井町を推奨している町民を 41 パーセントから 60 パーセントに引き上げるといった目標となっております。

それに対して、プロジェクト 1 としまして、里都まちプロモーション事業、中井町を推奨している町民 60 パーセントを目指して、PR 動画や冊子、ノベルティ等を活用した町の魅力発信を行うことで、町外向けの町の認知度向上と、町民の町への愛着度向上を図ります。それから戦略指針に基づいて効果的にプロモーション活動を展開していきます。

また二つ目、利便性が向上したと感じる町民 80 パーセントが目標で、里都まち交流拠点の利用が活発になることで、町の地域資源や人の魅力を感じたり体験することができるため、交流拠点の施設利用を促進させ情報発信を行っていきます。

三つ目、里都まち好循環のまち事業で、取材件数が 12 件です。各プロジェクトの取組みを連携させて推進していくことで相乗効果を生み、プロジェクトの活動を里都まち交流拠点を中心に展開していくことで話題性を上げ、メディアを活用した情報発信を積極的に行いたいと考えております。

続いて、中心拠点・小さな拠点形成事業です。里都まち交流拠点を整備しまして、また、空き家等を有効活用し、さらなる拠点の形成に取り組んでいきたいと思っております。目標値は小さな拠点認定数 2 か所となっております。

最後に交通ネットワーク形成事業ですが、オンデマンドバス利用者数年 7,000 人というのを平成 29 年度末時点での目標値としています。

現在、町内に 117 か所の乗降ポイントを設けまして、平日のみオンデマンドバスを運行しております。今年度より「なかい里都まち C A F E (なかい里やま直売所)」と変更しまして、交流拠点をつなぐ足としても活用しております。利用登録者数も 3,000 人を超えております。

続きまして、資料 6-2 をご覧ください。

こちらが、実際に総合戦略に掲げる目標値に対しての実績値と達成度の表になっておりまして、実績値を把握するのに調査が必要なものについては、実績値の欄がハイフンとなっております。達成度の欄のところなのですが、二重丸が目標値を既に達成済みのもの、丸については目標値達成に向けて概ね順調に進んでいるもの、三角が目標値の達成が厳しいものです。

基本的戦略1につきましては、新規就農者数が10戸の目標に対して現在実績として12戸、新規起業者数が5社に対して11社。プロジェクトの方にいきまして、ブランド特産品認定品目数が10品目の目標に対して7品目。ブランド販売施設数が3施設に対して1施設。新規就農者数、起業者数は同様です。

この評価としまして、ブランド特産品認定品目数については、認証間近の商品もあり、目標の10品目まで概ね順調に進んでおります。また、課題があることから、認証までは至っていない商品もありまして、開発支援補助や研修会の開催などによる支援を行うことで、認識に向けた商品改良の手助けを継続していきたいと考えております。

ブランド販売施設がない里都まちC A F Eの1施設のみでありまして、今年度実施する想定販路への意向調査などを通じて、どれだけ販売施設数を増やせるかは重点的に取り組んでいきたいと考えております。

新規起業者数については、なかい里都まちC A F Eができたことで、店内の物販ブースを利用しハンドメイドの雑貨を初めて出品する方が7名いらっしゃいました。キッチンのシェフや主婦層をスタッフとして雇用するなど、働く場の創出という意味でも、なかい里都まちC A F Eを整備した効果が出ていると評価しております。

続きまして2ページ目です。基本的戦略2になりまして、交流人口につきましては200,000人の目標に対して181,087人。転入者数については、440人の目標に対して355人。

続いてプロジェクトの方で、スポーツ関連イベント参加者数につきましては、年1,500人に対して1,701人。未病センター利用者数は年1,000人に対して400人。スポーツ実施率につきましては、調査が必要なためハイフンとなっております。Wi-Fiスポット設置数については、9か所の目標に対して3か所。情報コンテンツ閲覧回数は、累計50,000回に対して15,100回。インターネット接続率については同様に調査が必要なため、ここには記載されておられません。

この評価としましては、未病センター・なかい健康づくりステーションの利用促進を図るためには、きっかけづくりが必要になると考えております。なかい里都まちC A F Eが今年度県の「未病いやしの里の駅」に登録をされまして、パンフレット等に掲載されることで特に健康意識の高い方の来客増が期待されると考えております。したがって、なかい里都まちC A F Eで未病センター・なかい健康づくりステーションのPRを図っていきたいと考えております。また、別件で保健福祉センターに来訪された方に声をかけて体験していただくなど、きっかけづくりとしてできることを身近なところから引き続き検討し実行していきます。Wi-Fiスポットについては、3施設に設置をし、年間のランニングコストが約75万円かかっております。利用状況を考慮しながら今後の増設等を検討していきたいと考えております。

続いて3ページ目、基本的戦略3です。

出生数につきましては、61人の目標に対して42人になっております。プロジェクトの方ですが、こども園、保育園、幼稚園の園児の増加数、基準値203人に対してプラス3人ということで、園児数としては206人が目標です。それに対して197人ということで、基準値から比べ

るとマイナス6人という状況になっております。

また、小中学校児童生徒の転校の減少数について6人という基準値がございますが、転校数をマイナス3人ということですので、現状転校生は5人いるということで、基準値から考えるとマイナス1人ということになっております。

出生数の増加数については、43人の基準値に対してプラス5人ですので、48人を目標にするといったものになりまして、実際としては42人で43人からマイナス1人というふうになっております。

続いて、ネウボラ設置数については1か所の目標で1か所設置しておりまして、利用者数については年800人に対して778人。

子ども居場所づくりプログラム数については、月6回に対して月17回。多様な雇用形態実施企業数については1社に対して5社。三世代同居等推進事業助成件数については年3件ですが現状0件。里都まち暮らし応援隊員数については、目標値10人で現状0人となっております。

この評価については、保育料や給食費を補助することによって、すぐに園児数や出生数が増加するとは限らないため、事業を継続しながら中井町が子育て支援としてどのようなことをやっているのかを周知しまして、子育てを応援してくれる町であるということをアピールしていきたいと考えております。

また、三世代同居等推進事業助成事業については、助成実績はないものの事前相談は複数ありまして、制度に関する関心は高いと評価しています。まずは制度の認知度を高めることが必要であるため、各種媒体の活用やPRブース出展時などに積極的にアピールしていきたいと考えております。相談内容から、町外に住む子世帯または親世代が戻ってくる（転入してくる）のに、町民から相談を受けるパターンが多いため、町内向けの周知もしっかり行っていきます。

里都まち暮らし応援隊員については、なかい里都まちCAFÉに町の情報を集め、スタッフ等により情報発信に努めていきたいと考えております。また、同窓会イベントを開催するなどして、中井町との関係が途切れないような取組みを展開していきたいと考えております。

最後に4ページ目をご覧ください。

基本的戦略4の里都まち総合プロデュース戦略でありまして、利便性が向上したと感じている町民80パーセント、中井町を推奨している町民60パーセントという目標に対して、ここも調査が必要ですので、現状数値は把握しておりません。

プロジェクトの方で、三つ目の取材件数につきましては、年12件に対して20件。小さな拠点認定数については、2か所の目標に対して0か所。オンデマンドバス利用者数については、年7,000人程度を29年度末の目標にしておりまして、8,466人となっております。

この評価としましては、町の特徴や魅力を町民に再認識させ、町と町民が一緒になってプロモーション活動を行うことで、町民の中井町を推奨する意欲を醸成していきたいと考えております。なかい里都まちCAFÉに機能を集約させ、各プロジェクトの取組みを連携させながら拠点として活用していくことで、町の魅力を再発見してもらいたいと考えております。

また、株式会社ブルックスホールディングスやJAFと包括連携協定を締結しており、ブルックスショップ&カフェにオンデマンドバスの乗降ポイントを設置するなど、民間企業と連携した取組みを展開することで、さらなる町の魅力向上・情報発信を図っていきたいと考えております。空き家バンク制度の活用を促進しまして、空き家を活用したサロンなどの拠点形成に向けて、情

報提供などの支援を行っていきたいと考えております。

なお、空き家関係については、11月の広報で特集を組んで周知をしている状況です。  
説明は以上になります。

座長 ありがとうございます。では、ご意見をよろしく申し上げます。はいどうぞ。

委員 今も企業の立場で何か協力できないか、自分には何か協力できないかという視点で見ているんですけども、特にブランド特産品等の開発が進んでおりまして、私どもの会社、プロモーションの手段としては、実は年間で2万人ぐらいの来客があるものですから、そういった辺りで協力できないかなというところなんです。

よくあるのですが、社員の食堂で店を並べていただくと結構な売り上げが立つというのと、たかだか1時間でほぼ全体プロモーションできるというのは魅力もあったりします。

また、お客様のところへ行くにあたって、手土産で実はなかなか中井のものを持っていきたくないけど、無かったというのが現実でありまして、お客様は別に高級な何かを欲するんじゃないんで、気持ちが伝わればそれで十分というところがありますので、そういったところでも非常に余地はあるんじゃないかと思えます。

実は、この足柄茶というのもここで発見しまして、会社の中で言っていたのですが、物流面で条件が整わないと駄目だってことで、私どものところはそれなりにお国の要人の方にたまに来てもらったり、ドラマの撮影なんかも来ているので、せめてそういうときに足柄という名前だけでもアピールできると思うので、そんな活用の仕方も実は販路拡大とはイコールで、いろんな方策があるんじゃないかなと思って、材料の一つとして提案します。

座長 ありがとうございます。他いかがでしょうか。はい、どうぞ。

委員 今ご説明いただいた戦略の中の4ページ基本戦略のところなのですが、シティプロモーションなのですが、ターゲット層が30代から40代ということで、メインもそうだしサブもそうですけど、他の委員さんがおっしゃったように、私も40代で、30代、40代でちょうど子育てだったり、仕事でも責任が出てきて、そのことで頭がいっぱいだったり、なかなか情報が伝わりにくい世代でもあるのかなと思うんです。ターゲットはそこで構わないのですが、この里都まちプロモーション事業をやるときに、いっそのこと長い目でシビックプライドを醸成するというところで、10代後半とか20代前半の若い人を巻き込んで、将来的な30代、40代の世代にどうせなっていくので、人材育成を兼ねてここは今、プロモーション事業のときの戦略を立てたときの主体が、大学・企業・町となっていますけど、実際にやはり町民の方を主体にして、巻き込んでその方たちが30代、40代になったときに、こういう町のことに興味を持って活動してくださる方に育てていくという人材育成の面があってもいいのかなというふうに思いました。関わっていけば、いずれ愛着があって、それがシビックプライドに繋がっていくと思うので、なかなか今40パーセントのものを60パーセントには一足飛びに上げるのはなかなか難しく、動画とかイメージフォトとかそういうのもいいんですけど、そういうのを作る際に町民に関わっていただくというのがあっていいのかなというふうに思いました。

座長 ありがとうございます。

それで、子どもは家庭で育てるんじゃなくて、地域で育てる。地域で育てれば、帰ってくるといのがあって、そういう戦略をとっているところもあるのですが、家庭の中で育てるのも大事なんですけれども、家庭は移住しちゃうので、繋がりがなくなっちゃうこともありますけど、地域のおじさん・おばさんとか、地域の方が子どもを育てるとい環境ができると、その地域との繋がりが出てきて、例えば大学の時代に東京に行ったとしても、またその地域を思い出して戻ってくる。今どうしても家族の中で子どもを育てると、非常に強いので閉鎖的なんです。そうじゃなくて、地域がもっと子育て全体に応援するような場所になるといのがありますので、今のお話もそうだと思うんですね。はい、ありがとうございます。

他、いかがでしょうか。特になければ、これでカッコ2の方も終わらせたいと思います。

全体的に1、2を通して、何かどうしてもといのがあれば。

ご協力ありがとうございました。

## 5 その他

特になし

## 6 閉会

企画課長より閉会

以上