

# 報 告 書

令和7年9月25日

座間市議会議長

熊 切 和 人 殿

企画総務常任委員会

委員長 伊 藤 多 華

企画総務常任委員会で委員を派遣しました事務調査について、別紙のとおり復命がありましたので報告します。

# 復 命 書

令和7年9月25日

座間市議会議長

熊 切 和 人 殿

企画総務常任委員会委員長	伊 藤 多 華
副委員長	竹 田 陽 介
委員	馬 場 佳 陽
委員	大 矢 新一郎
委員	京 免 康 彦
委員	加 藤 学

次のとおり報告します。

- 1 視察日時 令和7年7月15日（火）～17日（木）
- 2 視察先
  - （1）福井県勝山市
  - （2）福井県大野市
  - （3）福井県坂井市
- 3 視察項目
  - （1）にこにこ地域づくり事業について
  - （2）道の駅「越前おおの荒島の郷」について
  - （3）シティプロモーションについて
- 4 概 要 別紙のとおり

令和7年8月5日

座間市議会議長

熊 切 和 人 殿

企画総務常任委員会

委員長 伊 藤 多 華

## 視察所感

### (1) にこにこ地域づくり事業について

勝山市では、10地区ごとの区長会が主体となって自ら策定した計画に基づいて、地域の課題や特色に応じた「まちづくり事業」を展開しており、事業内容は比較的自由で、地域にあった取組が可能。令和4年度に設立された基金は総額約2億5,250万円で、各地区への均等配分と人口に応じた按分があり、各地区に一定額が割り当てられている。各地区に交付される金額は均等プラス人口比例により決定されているが、地区規模によっては活用できる事業規模に限界があるほか、人的資源・運営体力に課題が残る可能性がある。北谷町・野向町のように企業を設立できるコミュニティは、大変すばらしいと考える。一方、区長会が主体となって事業計画を策定・申請し実行するため、地域住民の運営負担が高まり、地域内部で企画力や運営経験が乏しい場合、市の支援が大変重要だと考える。地域の特性を活かせる自由度の高い制度だが、計画提出時に地域住民のニーズとのズレがあると、本来の効果が得られないように感じた。この先、6年交付金があると伺っているが、十分に住民合意を得ないと、各地域によってかなりの差が出てくると感じた。勝山市の区長を本市の自治会に置き換えた場合、市から自治会で自由に使える交付金の援助があるということは、大変羨ましくも感じた。

### (2) 道の駅「越前おおの荒島の郷」について

県の防災計画及び新広域道路計画への位置付けとされ、災害時に広域的な復旧・復興活動拠点となる道の駅として、国土交通省より認定を受けたということに一番の関心を抱いた。災害時に求められる建物の機能、無停電化、通水や水の確保が実施可能な施設であり、駐車場も2,500平方メートル以上の駐車場を備えている。また、福井県初出店のモンベル越前大野店及び併設カフェがあり、アウトドア用品の購入や休憩、ツアー相談が可能で、災害とアウトドアを併設するという発想にも関心を抱いた。中部縦貫自動車道「荒島インターチェンジ」から近く、県外からの交通アクセスも良好であり、観光案内所や道路情報モニターも備えている。バリアフリー設計、ユニバーサルデザインのトイレ・通路など、誰でも使いやすい道の駅は全国各地で多くなってきているが、災害という観点から考えると、本市にも

道の駅をという市民の声もある中で、「越前おおの荒島の郷」のように災害に特化した道の駅という考えは必要かと考える。

### (3) シティプロモーションについて

坂井市は「シティプロモーションアワード2024」で、金賞・育成賞を受賞。キャラクター運営や若者の巻き込みを評価され、県内初の金賞獲得自治体となった市である。特に、市公式キャラクター「坂井ほや丸」がコミュニケーション・キャラクター賞など複数賞を受賞し、ただのゆるキャラではなく行政情報の翻訳機能として有用と評価されている。観光資源（東尋坊・丸岡城など）、食文化（越前がに・コシヒカリ・山海の幸）、歴史や自然といった地域の魅力を「らしさ、かがやく。」として言語化・表現化したブランド構築が行われており、FacebookやInstagram、Xでのキャラクター公式アカウントを活用し、県外や若年層への認知を拡大中である。近年SNSからの情報は、Z世代から高齢者世代まで幅広く活用されている時代であり、市のプロモーションの発信は、常に必然と考える。2024年8月1日時点で、坂井市に転入してきた「新ふくい人」は過去最多の201人に達しているとのこと。これはふるさと納税や市の移住支援制度等の活用による成果と考えられる。また、2025年6月には「街の住みこち&住みたい街ランキング（福井県版）」で、坂井市は 県内3位 に選ばれ、全国誌「住みたい田舎ベストランキング」でも北陸エリア総合3位（福井県内では1位）と高評価を得ており、移住環境や施策が一定の評価を受けている。東京圏型・全国型移住支援金、定住促進奨学金返還支援制度、移住体験ツアー・お試し滞在プログラムなど、多様な支援メニューが整備されている。移住支援制度は子育て世帯や若年層に手厚く、また、定住促進課や結婚支援課と統合された体制は効率的であると考え。一方「住みたい」「住み心地」などのランキングで評価されていても、実際に移住が定住へつながるかどうかは、住宅、雇用、交流支援など具体的な施策との連携が鍵になるといわれている。本市は、ベットタウン化している市であるが、市の将来を考えると、市内の整備にも力を入れ、長期的に移住・定住促進を推進できるよう若者世代の声を聴くべきと考える。

令和7年8月8日

座間市議会議長

熊 切 和 人 殿

企画総務常任委員会

副委員長 竹 田 陽 介

## 視察所感

### (1) にこにこ地域づくり事業について

福井県勝山市にて実施されている「にこにこ地域づくり事業」の視察を行った。人口減少や高齢化が進む中、同市では地域住民が主体となって「暮らしやすさ」と「つながり」を育むための独自の取組を展開しており、非常に先進的な地域づくりの事例であると感じた。

特に注目すべき点として、勝山市は一般財源から2億5,000万円の基金を創設し、地域主体の活動に対して持続的な支援を行っている点である。こうした大胆な財政措置は、地域の自主性を尊重しながらも市がしっかりと後方支援を行うという姿勢の表れであり、他自治体にとっても大いに参考となる。

また、過疎対策事業債を活用した柔軟な財政運営により、持続可能かつ戦略的な地域支援体制が整備されている点も印象的であった。財源の裏付けをしっかりと確保した上で、事業を単発に終わらせず、中長期的な地域ビジョンに基づく支援が実現されている。

さらに、「自治会加入率が100%」という地域の繋がり強さにも驚かされた。これにより、情報伝達の円滑さや地域活動の実行力が非常に高く、各種施策の実効性を確保する上でも大きな強みとなっている。特に、高齢者の見守りや地域サロン活動など、行政だけでは手の届かないきめ細やかな支援が、地域の中で自然と展開されている様子は深く感銘を受けるものであった。

このように、勝山市の「にこにこ地域づくり事業」は、財政的支援・人的つながり・行政と住民の連携が三位一体となった好事例であり、我が地域においても参考とすべき多くの学びを得ることができた。

今後は、今回の視察で得た知見を活かし、地域の実情に即したかたちでの制度設計や住民参画の促進を検討していきたい。

最後に、貴重な取組を丁寧にご紹介くださった勝山市職員の皆様及び地域住民の皆様に、心より感謝申し上げます。

## (2) 道の駅「越前おおの荒島の郷」について

福井県大野市に整備された「道の駅 越前おおの荒島の郷」を視察した。本施設は、「天空の城」として名高い越前大野城や、名峰・荒島岳といった観光資源に恵まれた地に位置し、中部縦貫自動車道・荒島インターチェンジの出口すぐという抜群の立地を活かし、観光・地域振興の拠点として整備されたものである。

道の駅は、単なる休憩・物販施設にとどまらず、地方創生・地域振興を意識した多機能型施設として設計されている。敷地内には、特産品販売所や飲食施設に加え、屋外交流広場や地域振興施設なども併設されており、観光客だけでなく地域住民の交流・活動の場としても活用されている。

特筆すべきは、整備に当たり、国の「社会資本整備総合交付金」や、福井県の「周遊・滞在型観光推進事業費」などを効果的に活用し、地域資源を活かした持続的な観光インフラとして事業化されている点である。国・県の支援制度を的確に活用しながら、民間活力も取り入れた運営が行われており、官民連携によるモデル的な地域振興施設であると評価できる。

施設は、荒島岳や越前大野城といった周辺観光地との連携を前提に構築されており、「点」ではなく「面」での観光誘客を意識したハブ拠点として機能している。とりわけ、自然景観や歴史文化に触れる「滞在型観光」への転換を後押しする拠点としての可能性を強く感じた。

また、地元産品や工芸品の販売、地産地消を活かした飲食の提供、体験型イベントの開催など、地域内経済循環の促進にも貢献しており、交流人口の拡大と地域の活性化を両立する仕組みが整いつつある。

本視察を通じて、交通インフラの整備と観光資源の磨き上げを連動させた地方創生の具体事例として、多くの学びを得た。今後は、こうした先進事例を参考に、自地域においても観光とまちづくりの融合を進めていきたい。

最後に、視察対応にご協力いただいた大野市ならびに関係者の皆様に深く感謝申し上げる。

## (3) シティプロモーションについて

福井県坂井市におけるシティプロモーション事業の取組について視察を行った。坂井市は、東尋坊や丸岡城といった観光資源を有するほか、自然・歴史・文化・農業など多彩な地域資源を活かし、「住んでよし、訪れてよし」のまちづくりを進めている。

本事業の特徴は、単なる情報発信にとどまらず、市民の想いや意識を“資源”として捉え、地域政策の基盤とする戦略的なプロモーションの実践にある。

特に注目すべきは、修正地域参画総量指標（mGAP：modified Gross Area Participation）を導入し、地域に対する住民の関与意欲を数値化・可視化した点である。この指標は、市民一人一人の「思い」や「関わりたい」という内面的な意欲を地域資源と位置付け、地域の現状把握や将来的な施策展開に活用するものである。

これは従来型の定量評価では見えにくかった「住民の思い」を、まちづくりに生かす画期的な試みであり、今後の地域行政にとって重要な参考事例となり得る。

また、プロモーション活動においては、「元モーニング娘。」で坂井市出身の高橋愛さんをアンバサダーとして起用し、情報発信力と市民の共感力を高めている点も印象的だった。著名人の力を一過性の話題作りではなく、地元愛や地域回帰の象徴的存在として継続的に活用している点に、戦略性と一体感のあるブランディングだと感じた。

さらに、SNSや動画、Webを活用した柔軟な広報、地元の若者やクリエイターとの協働、住民参加型のコンテンツ制作など、市民協働による発信体制の構築も進んでおり、「外に開く」「内から育てる」という両輪のバランスが取れたプロモーションであると実感した。

本視察を通じて、データ・感性・参加を融合させた、次世代型のシティプロモーションの形に多くの学びを得た。今後は、mGAPのような住民意識の可視化手法や、地域資源としての「人の思い」を生かす視点を、自地域における施策検討の中でも取り入れていきたい。最後に、貴重な取組をご紹介いただき、丁寧に対応してくださった坂井市職員ならびに関係者の皆様に心より感謝申し上げます。

令和7年8月14日

座間市議会議長

熊 切 和 人 殿

企画総務常任委員会委員

馬 場 佳 陽

## 視察所感

### (1) にこにこ地域づくり事業について

福井県勝山市は人口約2万人、面積は約254平方キロメートル、福井市から東に約28キロメートルの場所に位置している。かつては、繊維産業で栄え、視察冒頭の福井市議会議長の言葉を借りると、織物の機械からガチャンという音がするたび一万円が儲かった、ガチャマンの時代があったとのことだった。今もなお、繊維産業は市の特色となる産業として据えられているものの、2024年3月の北陸新幹線福井駅開業や2029年春予定の福井と岐阜を結ぶ中部縦貫道の開通を見据え、観光業にも注力していくとのことだった。同市には、県立恐竜博物館もあり、日本で最も恐竜化石の出土が多いとのことで、市内の移動中には大小様々な恐竜のモニュメントやモチーフが見られ、強力な観光資源だと感じられた。

今回視察させていただいた、にこにこ地域づくり事業は、「にこにこ地域づくり基金」を新しく創設し、交付金事業を行うものである。基金の額は総額2億5,250万円（にこにこにかけている）であり、勝山市内10の地区の各区長会（座間市の自治会に当たる）に対して交付される。交付に当たっては、区長会で協議会が開かれ、交付金の使途を決めるためのまちづくり計画の計画書及び申請書を市に提出し、議会に補正予算として諮られる。なお、交付金の使途は、地域が主体となったまちの活性化のためであれば、社会通念上適切でないと認める経費は対象外となるものの、原則自由となっている。

同事業には、大きく2つの背景があり、1つ目にまちづくり会館の設置が挙げられた。令和4年に、勝山市の第6次総合計画が更新されることに伴い、人口減少が進み、地域活動が停滞することを見据えて、地域住民も自ら参画する形で社会教育や地域活動、防災機能の強化などを図ることを目的とし、従来の教育委員会の所管であった公民館を廃止し、市長部局の所管へと移動し、まちづくり会館として改めて設置された。まちづくり会館には、3名の市職員が常駐し、それぞれの地区の区長会の事務を担っている。また、まちづくり計画の協議会にも参加し、市とのパイプ役も務めている。なお、後述するが2つの地区は、まちづくり会館ではなく、市民の立ち上げたNPO団体が指定管理を受けて、コミュニティセンターを運営している。

2つ目に、平成14年から推進された「エコミュージアムによるまちづくり」があった。勝山市の市全域を屋根の無い博物館と捉え、市内の10地区がそれぞれ博物館のブースであるという考え方に基づいたものであった。事業当初に、10地区でまちづくり団体を設立し、各地区のまちづくり団体に対して、補助事業で支援を行っていた。18年間で92団体が383事業を行い、各事業に対する助成額の総合計はおよそ1億1,700万円であった。同補助事業は、わがまち助成事業と呼ばれ、地域の特産品や観光に重きを置いた内容であり、多くの団体が試行錯誤して様々な事業に取り組んだとのことだった。その中でも事業として成功したケースは少なかったが、立ち上げた事業を成功させ自立して事業継続している事例もあった。一つに、市内で最も人口が少ない北谷町地区では、冬の保存食として作られていた熟れ鮭し（なれずし）を地域特産品として復活させ、販売を行い、企業組合を設立するまでに至った。また、野向町地区ではかつて栽培していたエゴマを復活させ、エゴマ油を生産し、株式会社を立ち上げ、地域特産品として販売体制を確立させた。エゴマ油はふるさと納税の返礼品にもなっている。こうした成功事例を持つ、北谷町地区と野向町地区では、市民がNPO団体を立ち上げ、市からの指定管理を受けてコミュニティセンターを運営している。他の8の地区には、市の直営するまちづくり会館が設置されていることに鑑み、北谷町地区と野向町地区では、にこにこ地域づくり事業の基金とは別に、コミュニティセンターの運営費が計上されている。

なお、勝山市は明治の市町村制により、1町9箇村が誕生し、その後一つの村が町に合流、昭和29年に1町8箇村が合併し、市制を施行した経緯があることから、市内が10の地区に分かれている。地区ごとに人口及び高齢化率は大きく異なり、勝山地区の人口1万129人に対し、最も少ない北谷町地区では人口が66人となっており、ほかの地区ではおおよそ500人から1,500人ほどの人口となっている。

加えて、勝山市内の区長会（座間市での自治会にあたる）の加入率が、ほぼ100%であることも、にこにこ地域づくり事業が成立するために重要な要因であると考えられる（人口密度の高い地域の賃貸に住む単身者や若い夫婦が入らないことはあるとのこと）。区長会の加入率がほぼ100%であることから、市からの交付金の使途を協議する区長会にはほぼ全ての住民が関与できることとなる。

こうした背景を踏まえて、令和4年度から事業が開始され、現在は4年目に入るタイミングである。にこにこ地域づくり事業の基金総額は10年間で2億5,250万円、配分額は基金の総額のうち、半分を均等割り、残る半分を人口で割っている。令和7年時点での執行率は平均41.88%、最も執行率の高い地区では63.6%となっている。現時点で同基金を活用して行われた地域の取組は、コロナ以降開催を見送られていた夏祭りの開催、地区の歴史をまとめた冊子の発行や住民の憩いの場の提供、小学生全員に防災ヘルメットを配布、交通困難者への買い物支援などがあった。説明していただいた職員の方によると、当初は豪雪地帯になる地区もあることから、除雪機の購入費用などに充てられるのかと想定していた

が、今のところ雪に関する活用はないとのことだった。なお、基金は年度ごとに各区長会から申請のあった費用を取り崩し、残った金額を運用し、得られた運用益は一般会計に繰り入れている。

率直な感想としては、市民に対して基金の用途を、最低限の制約はあるものの、自由に委ねていることに非常に驚いた。説明して下さった職員さんからは、市民に用途を決めなかったことは、従来の発想に捉われない自由な活用が可能な一方で、市民には戸惑う様子も見られたため、一定程度用途を指定してもよかったかもしれない、長期的なビジョンを描いてもらってから交付開始してもよかったかもしれないなど、事業実施当初を振り返っての所感もあった。また、本市では自治会の加入率がおおよそ40%台であることに比べ、本市の自治会にあたる勝山市の区長会は加入率がほぼ100%であることにも驚いた。

本市では、座間市地域自治振興事業補助金交付要綱による補助金があり、世帯数に応じて補助金が支給されたり、レクリエーション大会を行うための費用等も補助を受けることができたりするものの、自治会員数が年々減っていることで予算不足が起き、イベント等で節約や規模の縮小をして実施している自治会もある（令和7年第1回定例会2月28日鈴木一寿議員の一般質問にて）。なお、勝山市においても勝山市区長連合会事業補助金交付要綱があり、「補助金は、連合会の会員数に16,000円を乗じた金額を上限額とし、予算の範囲内で交付する」等とある。勝山市の区長会の加入率がほぼ100%であることからすると、同補助金はおおよそ最大限交付された上で、市が更に予算を割いていることとなる。座間市においては、まずもって自治会の加入率を上げることが優先の課題と思われる。また、勝山市のここにこ地域づくり事業は全国的にも珍しい試みと思われるため、今後の経過も注目していきたい。

## (2) 道の駅「越前おおの荒島の郷」について

福井県大野市は、人口約3万人、総面積は、872.43平方キロメートル、福井県で最も面積が大きく、面積の約9割が森林となっている。市街地はかつて織田信長の家臣、金森長近により築かれた城下町で、北陸の小京都とも呼ばれる碁盤目状のまち並みが今も残っている。

今回視察させていただいた「越前おおの荒島の郷」は道の駅であり、長野県松本市から岐阜県北部を横断し、福井県福井市へと繋がる中部縦貫自動車道の荒島インターチェンジのそばに位置している。敷地面積は49,137平方メートル、建物面積が5,082平方メートル、駐車台数は小型車169台、大型車33台、ハートフル（バリアフリー）4台、自動二輪10台と福井県内最大規模の道の駅となっている。

大野市が、市のブランディングをどのようにしていくかを考えている中で、道の駅の構想が立ち上がり、中部縦貫自動車道がいずれ全線開通することを見据えて、同道路の利用者を市内に引き込むための施策として、平成24年に「越前おおのまるごと道の駅ビジョン」が

策定された。その後、道の駅指定管理予定者に「中日本ハイウェイ・エンジニアリング名古屋(株)」が選定され、平成30年に事業認定の取得、用地取得の完了及び福井県との協定が結ばれた。令和元年6月に現場工事が始まり、令和3年に開駅した。同事業者は、ネクスコ中日本のグループ会社で、高速道路の保全点検等を主に担っている。説明によると、2010年以降に、ネクスコ中日本グループ全体で地域貢献を強化する方針が示され、沿線の自治体や施設との連携による地産地消などを推し進めているとのことだった。同事業者は、大野市とも交流がある郡上市（雪まつりに協賛するなど）と関係があったことから繋がり、大野市のブランドロゴである「結いの故郷（くに）越前おおの」やパンフレットの作成等、大野市のシティプロモーション業務にも携わっていた。

一般的に、道の駅は市町村等が設置し、国土交通省に道の駅として登録を申請する。道の駅は、道路利用者への安全で快適な道路交通環境の提供及び地域の振興に寄与することを目的とし、以下の3つの機能が求められている。1つ目に休憩機能として、利用者が24時間無料で駐車場やトイレが利用できること、ベビーコーナーなど子育て応援施設が設けられていること、2つ目に情報発信機能として、道路情報や地域の観光情報及び緊急医療情報を提供すること、3つ目に地域連携機能として、文化教養施設、環境レクリエーション施設などの地域振興施設を設けることである。加えて施設及び施設間を結ぶ主要経路のバリアフリー化が求められている。こうした一般的な道の駅で求められる機能に加えて、「越前おおの荒島の郷」は、災害時に地域の防災拠点として活用できる防災機能も併せ持ち、国土交通省から防災道の駅の認定も受けている。防災道の駅の認定要件は、県の防災計画及び新広域道路計画への位置づけがされ、災害時に広域的な復旧及び復興活動の拠点となる道の駅であること、建物の耐震化、無停電化、通信や水の確保等がされ、災害時においても業務実施可能な施設であること、2,500平方メートル以上の駐車場を備えていること、道の駅設置者（市）と道路管理者（県）の役割分担等が定まったBCP（業務継続計画）が策定されていることなどである。こうした要件に加えて、指定避難所として指定されている旧蔵生（わらびよう）小学校が隣接していることやヘリポートが設けられていること、車中泊が可能なRVパークが設けられていることも特徴的であった。また、屋外に大きな屋根が設けられている部分があり、普段は休憩や飲食のスペースとして、イベントや災害時にはキッチンカーや緊急車両が雨や雪、日差しを遮って作業できる場所として機能している。また、ガソリンスタンドを敷地内に建設する予定もあるとのことだった。

こうした市民や道路の利用者に提供される休憩機能や防災機能に加えて、観光拠点としての機能も非常に魅力的な場所であった。施設内には、福井県内の特産物や大野市内の地場産品が品揃え豊富に並んでいた。売れ筋はマイタケ弁当や水まんじゅう、でっち羊羹、毎朝届く農産物などである。さらに、バームクーヘン工房「森のこしかけ」では、大野市で生産されたコシヒカリの米粉100%を使用したバームクーヘンを販売している。同事業は越前おおの荒島の郷の開駅に伴って立ち上げられたとのことだった。また、施設内にはキッズスペ

ースがあり、十分な広さとクライミングウォールも設けられ、子ども連れの来場者にとっても非常に嬉しい環境と見受けられた。また、同施設にはモンベルがテナントとして入っており、約300坪の大型店で品揃えも豊富な上に、カフェが併設されている。加えて、土日には、クライミングやカヤックの体験も可能で、県外からもモンベルを目的地として訪れる利用者も多いという。

開駅から4年ほど経過したが、初年度に約75万人が来場し、その後も年間約60万人以上が訪れている(大野市は人口約3万人)。大野市は地場産品等を出品している事業者と連携し、商品づくりをサポートするなどしている。指定管理者となっている中日本ハイウェイ・エンジニアリング名古屋(株)では、開駅に当たって様々な道の駅に視察等を行い、成功する道の駅の特徴を以下の大きな2つに整理したという。1つ目に、人口集中都市に近い立地(車で片道2時間ほど)であること、2つ目に、道の駅の魅力や特産物が強みとなることである。越前おおの荒島の郷は中部縦貫自動車道の開通に伴い、名古屋までを見据え、地域の特産物として里芋や舞茸、椎茸を強く推しているという。今後も、道の駅としての魅力を強化していくために、イベントの開催や新商品の開発、来場者の減る冬季の施策などを探っている。

本市においても、四谷・新田宿地域では道の駅を設けてはいかがかというアイデアが市民からも提案されることがある。比較的、農業の盛んな地域では、その土地の多くが市街化調整区域に指定されており、開発行為が原則として制限されている。そのため、道の駅の建設など公益性の高い施設であっても、許可の取得に時間や手続きがかかる場合が多い。大野市においては、道の駅ビジョンが策定された平成24年(2012年)から、開駅した令和3年(2021年)までに、おおよそ10年ほどの月日を要している。長期的な計画を着々と進めてこられた関係者の努力がうかがえる。また、本市で仮に道の駅を開駅すると考えた場合、中日本ハイウェイ・エンジニアリング名古屋(株)の方から説明があった成功する道の駅の2つのポイントについて、人口集中都市からのアクセスについてはクリアしていると思われるが、神奈川県内及び座間市の特産物としてわざわざ足を運びたいと思えるような魅力のあるものを商品として並べることができるかについては、やや心もとない部分がある。本市においても、農産物の生産が継続され、農業振興を強化していくことは大いに進めていきたい部分である。しかしながら、農業振興の目的で、もし道の駅を開駅するとしてもターゲットの設定は明確にするべきと考える。関東及び首都圏は魅力あるスポットがひしめきあい、その中で集客を目指すには高いハードルがあると考えたほうが無難に思う。隣接する自治体がベッドタウンである強みを生かし、近場からのアクセスを呼び込める機能や魅力が必要と考える。個人的には、県央地域はファミリー層も多く住んでいることから、屋内型の子どもが遊べるスペースと広い駐車場、食事ができる施設があれば、非常に魅力的に思う。

### (3) シティプロモーションについて

福井県坂井市は、人口約8万8,000人、面積は約209平方キロメートルの福井県北部に位置し、東西に延び両端が日本海に面している。ドラマや映画でも登場する崖絶壁のある東尋坊や、江戸時代以前に建設され400年以上もの歴史を持つ丸岡城が有名である。

坂井市では、人口減少及び高齢化が進んでいる中で、市外から人を増やすという視点とは別に、今いる人をとどめる、あるいは戻ってくる動機を高めるような「インナーブランディング」に重きをおいたシティプロモーションを行っているとのことだった。その中でも、就職や結婚など、ライフスタイルに多くの変化がある若者に市の魅力を知ってもらい、定住を選択肢にしてもらう、さらに積極的に地域と関わるまちづくりのプレイヤーとして育てることも見据え、20代の若者をターゲットとした。

今回の視察に当たって説明を受けたシティプロモーション事業においては「地域を語る若者を増やす」ことを目的として定めたという。さらに、地域を語る若者を増やすために、以下の3つの要素を必要事項として定めている。1つ目に地域の魅力を言語化すること、2つ目に語る機会を提供すること、3つ目に愛着を加速させるツールがあること、加えて、mGAP（修正地域参画総量指標）を用いてその取組を評価することとした。なお、mGAPは東海大学の河合孝仁氏が提唱している、まちの愛着を推奨・参加・感謝の3つの意欲から数値化する成果指標である。

シティプロモーションの具体的な事業として、地域の魅力の言語化を行うため、令和5年度から「なんでもある坂井市の「なんでも」を言語化する坂井市ブランディング推進事業」を実施した。10～40代の市民をメインターゲットとするワークショップ6回と、フィールドワーク3回で構成され、成果品として、坂井市の魅力を言語化したブランドメッセージ、ロゴ、キャラクターを制作することとした。参加者総数は62名、年代は10～40代、職業も高校生や大学生、フリーランスや公務員、議員や地域おこし協力隊、元アイドルなど様々な立場の人が参加した。全ての回にコピーライターが参加し、参加者が坂井市の魅力を言語化したものを集約したものを取りまとめ、「らしさかがやく」というキャッチコピーと、個性豊かな多様性を表現する万華鏡をモチーフとしたロゴデザインが完成した。

全9回のワークショップ及びフィールドワークでは、参加者を都度募集し、メンバーを固定しないことを意識したという。すべての回に参加する必要がないため、参加のハードルが低くなる点や、参加者の総数を増やすことにつながる点、新しい参加者に対して前回は参加していた市民がワークショップの経過を語ることで、自然と坂井市の魅力を自ら語る点など有効に作用していた。さらに、開催場所を地元企業のカフェスペースやお寺の講堂などで行い、スピーカーも持ち出してBGMとしてカフェサウンドをかけていた。行政主催のワークショップにありがちな、無機質な会議室での無音のワークショップに比べて、若者向けのイベントでの場づくりを意識した工夫だった。開催場所を提供する事業者には、参加者に事業説明を行う時間を設け、若者が地域の企業を知るきっかけも提供した。

次に、語る機会の提供として令和6年度、若者による情報発信チーム「坂井らしさキャラバン」という事業を実施した。メンバーを公募し、平均22.5歳の13名がチームメンバーとなった。活動期間を1年とし、有名フォトグラファーやライターから写真や文章を学べる講座も併せて開設し、市内の事業所等に訪れ取材を行い、noteにて記事を書き、情報発信を行う内容となっている。坂井市キャラバンに関する工夫として、個人ではなく複数人のチームで取材に行くこととし、参加者が同年代で楽しみながら取り組める環境を整えた。また、情報発信のツールとして、坂井市公式のnoteではなく、各個人のnoteアカウントから記事の投稿を行う、それらをまとめて市の公式アカウントでも発信するという形をとることで、キャラバンの任期の後も、個人のnoteで引き続き情報発信を継続することが可能となる。さらに、派生した試みで、福井県内のフォトグラファーから写真撮影の技術が学べるフォトウォークを開催し、坂井市の歴史や文化に触れながら写真を撮り、noteの記事にするというイベントも行っている。

最後に、坂井市への愛着を加速させるツールとして、坂井市公式キャラクターを作ることとした。令和5年9月に、キャラクターの姿かたちのない状態からXをはじめ、公式キャラクターとして活動を開始する前に180日間SNSの運営を行った。キャラクターが完成していく過程を見せ、結果的に多くの人を巻き込むことができたという。キャラクターの詳細を決めるためのオンライン会議には100名が参加し、名前の応募には6,000件以上のアイデアが寄せられた。誕生した坂井ほや丸は、生き物として個性を尊重されるキャラクターとして、メタ的な質問等を禁止している。生き物としてSNSでもコメントに返信したり、SNSを情報発信のツールではなく、ユーザーとのコミュニケーションの場として利用している。SNSでの投稿もほや丸の日常を投稿し、坂井市の名勝地や特産物が写真に写っていてもあえて言及せず、ほや丸の素朴な感想などのコメントに留めている。坂井ほや丸のファンを飼い主と呼称し、言葉も坂井市の方言を前面に出したものとなっている。

坂井市のシティプロモーション事業に関する説明を通じて、細部に工夫が詰められている印象を受けた。シティプロモーションの基盤づくりとなるワークショップでは、参加者が自ら坂井市の魅力を語る機会を自然に演出する点や、無機質になりがちな会議室でのコミュニケーションではなく、市内のカフェスペースやお寺の講堂など普段行かない場所でありながら、関心が高まるような場所でBGMを流してわいわいとした雰囲気をつくるという工夫がされている点が素晴らしいと感じた。坂井らしさキャラバンやフォトウォークについては、ターゲットの若者に訴求する、インスタグラム、映え、ライティングなどのキーワードが取り上げられ、若者の感覚をうまくつかんだ優れた企画と感じた。更に、坂井ほや丸についても、生き物として尊重することを打ち出し、公にされていない背景設定などもあるとのこと、やはり細部まで詰められたブランディング、誕生から運用及び継続にも非常にエネルギーを割いていることと感じられた。一般的に、地方自治体において、市長や市職員あるいはSNS等では自治体のロゴ画像や景色の写真と共に自治体に関する情報が発信されていたも

のが、自治体公式キャラクターがそれらに成り代わって発信するツールとなっている。一方で、坂井ほや丸では、そういった情報発信もそぎ落とし、キャラクターとして生き物の人格を持って日常を発信しながら、市内外を問わずユーザーとコミュニケーションをとり、仲良くなることを第一優先事項としている点が、従来の自治体公式キャラクターと大きく違う点と見受けられた。また、説明冒頭には、坂井市の南北に勝山市の恐竜博物館やあわら市の芦原温泉など、有名な観光地があることを添え、隣接する市町村へのアクセスに優れた場所であると、観光の拠点としてPRをしている点も印象的だった。

本市においては、令和2年（2020）年3月の「座間市まち・ひと・しごと創生総合戦略」総括評価報告書を見る限りは、近隣市町村に係る転出・転入がおおよそ同数で推移しており、首都圏に通学・通勤する現役世代のベッドタウンとして近隣市町村と均衡していると思受けられた。本市においても、将来を見据えて生産年齢人口は全国的な傾向と同様に減少すると予想され、インナーブランディングの観点からも、座間に関わる人々が座間に住みたい、関わり続けたいと感じてくれるまちとなることは市政運営からも非常に重要である。

子育て中の身からすると、いわゆるシティプロモーションよりも、2人目を座間で産みたいと思うか、産後ケアや一時保育など子育てを助けてくれる機会があるか、子どもを座間の学校に通わせたいと思うか、というような、子育てや教育環境の充足が市在住の子育て世帯に向けては市への愛着や信頼に直結していると感じる。一方で結婚や出産を経験していない若者に対しては、ライフスタイルの変化が起きる前に、座間に愛着を持ってもらい、ライフスタイルの変化が起きた際には座間を選んでもらえるようなアプローチが必要なのだらうと感じた。さらに端的に考えれば、地域に対する印象には、その地域で得られた記憶が大きく影響する面もあるのではないかと感じた。例えば、市との関わりでは、市職員の対応や学校の先生、施設職員や施設の雰囲気など、地域との関わりでは、ご近所付き合いやひまわりまつり、地域のイベントや夏祭り等の雰囲気も影響すると考えられる。坂井市のような若者にとって魅力的な企画は、企画そのものが持つ目的や有効性がある一方で、参加を通じて市の職員や地域の住民との交流そのものが参加者にとって良い思い出となり、坂井市のイメージを強化するものとなる側面もあるのではないかと感じた。座間市においても既に様々なイベントがあり、市内外から来場者が訪れている。楽しかった、蔑ろにされなかった、マイナスなことがあっても真摯に対応してくれた、というような一つ一つの記憶を積み重ねることも「やっぱ座間が好き」の下地になり得るのではないかと感じた。

令和7年8月20日

座間市議会議長

熊 切 和 人 殿

企画総務常任委員会委員

大 矢 新 一 郎

## 視察所感

### (1) にこにこ地域づくり事業について

恐竜博物館を有し恐竜の町として有名な勝山市は、市全域がジオパークとして認定もされている。その勝山市で実施されている「にこにこ地域づくり事業」は、2億5,250万円を市内10地区に人口等の割合を考慮して配分し、10年の期間をかけて地域活性化、まちづくりの一助にしていく交付金として令和4年度からスタートしているが、以前はエコミュージアムと称して補助事業を実施していたとの経緯があった。実施当初は各地区ともに活用方法に苦慮し実積が上がってこなかったとのことだが、各地区に配置されている市職員と区長会とで連携し協議会等を設置し、地域に合ったまちづくりの計画が動き出してきている。地区ごとのばらつきはあるものの、全体として4年目で執行率は4割強に見込まれるとのこと。この事業は、地域の課題を浮かび上がらせるとともに、地域住民の意見交換をする場、地域コミュニティの醸成の一助になると感じた。また、計画した事業が県・市の事業と被る場合には県・市が優先されるものの、追加項目として対応もできるとのことで、防犯カメラの設置件数を増やした事例を具体例として説明いただき、市民ニーズにも柔軟に対応できると認識した。全国でもあまり例を見ない先進事例だったが、地域に合ったまちづくり、人材育成、未来に向けた投資だと感じた。ただ、10年先のヴィジョンをしっかりと作っていかないと計画倒れになってしまいかねないとの発言は印象的だった。6年後、令和13年以降の事業継続については未定とのことだが、こういった市民の思いが形になる良い事業と感じた。今後も事業の進捗状況については注視していきたい。

### (2) 道の駅「越前おおの荒島の郷」について

大野市では、平成24年に「越前おおのまるごと道の駅ビジョン」を策定し、令和3年4月に道の駅「越前おおの荒島の郷」が開駅した。人口集中都市に近いこと、すぐ近くに高速道路のインターチェンジがあることで来場しやすく、また福井県唯一のモンベルが出店していることで道の駅の魅力も上がり、強みだと感じた。防災に強い道の駅をコンセプトに防災拠点としての機能もあり、災害情報の提供コーナー、場外離着陸場、防災倉庫・自家発電機、

調整池が施設内にあった。開駅前には、災害を想定した大規模訓練も実施しており、施設における大野市として事前準備もできていると感じた。

道の駅の管理者である、中日本ハイウェイ・エンジニアリング名古屋（株）によれば、「魅力の創出・人が行きたくなる仕掛け」を常に考えて実行に移していかなければならないとおっしゃっていた。開駅当初は想像以上の来場と売上げがあったが、時とともに落ち着きつつあること、特に冬場は雪の影響もあり来場者は減少傾向とのこと。地域の強みと魅力の創出を図るために6次産業化をし、オリジナル商品の開発も行っていること、また農作物等を出荷している生産者でつくる道の駅独自の産直の会も発足するなど、前述の魅力創出に尽力している印象を受けた。

越前おおの荒島の郷の立地は座間市の西部地域によく似た環境と感じた。田園風景に現れる道の駅、可能性が無いわけではないが、産直の場、地域の魅力発信の場、防災の場についてしっかりと研究していく必要があると改めて実感した。

### (3) シティプロモーションについて

坂井市のブランドメッセージ「らしさ、かがやく。」には市民の想いがふんだんに詰まった印象を受けた。地域の現状を把握することから始め、その結果をもとにシティプロモーションへ。ターゲットを若い世代とし、地域の魅力を言語化する取組は、ワークショップ形式ではあるものの、会議室にこだわらず企業のカフェスペースなど、いつもと違う空間で開催することをベースに参加者も固定ではなく都度募集するなど、意見が出やすい環境を作る工夫が多く見受けられました。また、坂井市を体験するために参加者は市内の企業等を多数訪問し、地域の声を聴く機会も設けられていて素晴らしいと感じた。このような活動から生まれたメッセージは愛着も高いだろうと推察する。更に、愛着を加速させるツールとしての公式キャラクター「坂井ほや丸」もまた魅力的でした。SNSは情報発信ではなくコミュニケーションの場として活用するとのことで、本市の公式キャラクターにも参考にできることがあるのではと感じた。座間市におけるシティプロモーションは市発信が多く感じる部分もあり、市民が自分ごととして興味関心を持ってくれることで市の魅力発信をしてくれる環境を模索していくことも必要ではないかと視察を通して感じた。

令和7年7月28日

座間市議会議長

熊 切 和 人 殿

企画総務常任委員会委員

京 免 康 彦

### 視察所感

#### (1) にこにこ地域づくり事業について

今回の視察では、福井県勝山市が実施する「にこにこ地域づくり事業」について学びました。人口減少と高齢化が進む中、地域ごとに10年間で最大6,000万円の交付金を配分し、住民主体でまちづくりを進める制度は、地域の自立と持続可能な自治を目指す先進的な取組みと感じました。

特に、交付金の使途を住民に委ねることで、地域の課題や資源を見つめ直す契機となっており、防災、買い物支援、特産品の復活など多様な成果が生まれています。一方で、初年度の執行率が低かったことから、制度設計時のビジョン共有の重要性を再認識しました。

本市においても、地域コミュニティ再生のヒントとして大いに参考となる視察でした。

#### (2) 道の駅「越前おおの荒島の郷」について

福井県大野市の道の駅「越前おおの 荒島の郷」は、市全体を「道の駅」と見立てた先進的な構想のもと整備され、観光・産業振興・防災拠点の機能を兼ね備えた施設です。民間との連携を早期から進め、指定管理者による柔軟な運営が地域経済の活性化に直結していました。

また、地元農家が参加する「産直の会」、高校生や企業との商品開発、メンバーとの連携など、多様な主体が関わる持続的な仕組みづくりは非常に参考になりました。防災面でも、自家発電や物資拠点としての機能が整備されており、災害対応の観点からも学ぶ点が多くありました。

本市においても、地域資源を活かした官民連携と多機能な公共施設整備の推進が重要であると実感しました。

#### (3) シティプロモーションについて

坂井市のシティプロモーション施策では、「らしさ輝く坂井市」というブランドメッセージのもと、若者を巻き込んだ地域愛着の醸成や、SNSを活用した双方向の発信が印象的でした。

特に、公式キャラクター「ほやまる」を“生き物”として扱う徹底した世界観づくりや、エキサイト大使による情報発信など、共感と参加を促す仕掛けに学びが多く、今後の地域PRや定住促進に活かせる視点を得ることができました。

令和7年7月18日

座間市議会議長

熊切和人 殿

企画総務常任委員会委員

加藤 学

### 視察所感

#### (1) にこにこ地域づくり事業について

勝山市では、人口減少・高齢化が進む中、地域コミュニティの維持・再生を目的に「にこにこ地域づくり事業」を展開。市内10地区へ10年間で総額2億5,250万円の交付金を配分し、地域ごとの自主的な課題解決を促している。特筆すべきは、地域の特色を生かした継続的な活動や、住民主体の話し合い・執行体制で、地域自治の醸成に寄与している点である。しかし、導入初期は「何にどう使えばよいか分からない」という住民の戸惑いが大きく、執行率の低さが課題となっていた。地域によって活動格差も生じており、支援の均衡や伴走支援の強化が求められている。

座間市に導入する場合、都市部ゆえの町内会の希薄化を踏まえ、地域単位の再設定や住民間対話の仕組み整備が不可欠であろう。また、初期段階からの伴走支援、使途の柔軟性、執行管理の明確化など、制度設計の工夫が導入の鍵となるとの所感を持った。

#### (2) 道の駅「越前おおの荒島の郷」について

同施設は中部縦貫自動車道の全線開通を見据え、市全体を一体的に活性化する拠点として整備され、農産物直売所、飲食施設、防災拠点、総合アウトドアブランドの「モンベル」出店による、観光機能を備えた複合型の道の駅である。4年間の累計来場者数は250万人を記録し、防災道の駅にも指定されている。一方、課題としては、来場者増による農産物の品不足、豪雪による冬季の来客減、テナント間の連携強化が挙げられる。

座間市に道の駅を導入する場合、地域資源や交通導線を生かした魅力づくり、地場産品供給体制の整備、防災機能の明確化、そして持続可能な運営体制と民間連携の在り方が重要な検討課題となるとの所感を持った。

#### (3) シティプロモーションについて

坂井市では「らしさ、輝く」をブランドメッセージに、観光・定住促進を目的とした先進的なシティプロモーションを展開していた。特筆すべきは、若者を中心としたインナーブランディングへの注力である。市民の愛着度(mGAP)の調査から20代の参加意欲が著しく低かったこ

とを契機に、ワークショップやフィールドワークを重ね、市民自身が地域の魅力を再発見・言語化するプロセスを設けた。成果として生まれたロゴやキャッチコピーは、プロの手による完成度を持ちながらも市民参加型で創出されたことが評価されている。また、SNSを通じて人気を得た公式キャラクター「坂井ほや丸」は、福井弁による親しみやすさと徹底した“生き物”としての世界観で高いエンゲージメントを実現し、ふるさと納税にも波及している。

一方で、坂井市のプロモーションが成功した背景には、専門のデザイナーやコピーライターといった外部の専門家の協力、職員の強い熱意、そして柔軟な発想で事業を進める行政の姿勢が大きく関係している。こうした取組を座間市でそのまま再現するには、人手や予算の制約から難しい面もある。また、坂井市は広大な自然や観光資源を活かせる地域だが、座間市は面積が小さく住宅地が密集する都市型のまちであり、そのまま同じ手法を用いるのは現実的ではない。座間市ならではの地域資源や暮らしの魅力を見つめ直し、それに合った形でのプロモーションを模索することが必要であるとの所感を持った。