

議会運営委員会 視察報告

7月2日、神奈川県西部、足柄上地区の中央部に位置する開成町におじゃましました。この町の議会は情報公開、町民参加を積極的に進め、平成22年1月より通年議会（一年間を通じて議会がいつでも必要な時に開催できる）施行の条例改正をしました。「議会の活性化と開かれた議会」を目指して議会改革に取り組んだ神奈川県で初めての自治体です。また、日曜議会を開催し、一般質問の傍聴に大勢の町民の方々に議場に足を運んでもらう等の先進地であり、この取り組みについて勉強させていただきました。

開成町とは

- ①温暖な気候と全町域平坦地で行政面積 6.56平方キロメートルの神奈川県下で一番小さな町です。
- ②人口 16,300人、産業別人口比率は、第一次産業 3.6%、第二次産業 34.9%、第三次産業 61.5%
- ③一般会計予算 45億4,600万円、財政力指数 0.99、実質公債比率 15.4、経常収支比率 80.3
- ④17ヘクタールの田んぼのあぜに植えられたアジサイ 5,000株が咲く6月上旬の「あじさい祭り」は9日間で20万人の観光客が集まり、21年かけて一大祭りに成長した。
- ⑤歴代町長が受け継いできたまちづくりのDNAがあります。
- ⑥人口増加率は、2000年から2005年で12.9%、神奈川県下トップです。



今年4月に小学校が新しく一校開校して子どもの増加に対応しています。議会も初めての試みとして町民を対象に議会報告会を開催するなど、議会活性化に対し全議員が同じ方向に向かい取り組んでいることに、見習うことがたくさんあると自覚をいたしました。また、議会改革に対しても、5年間かけて勉強しながら議論を重ねて準備した結果が通年議会へとつながったことは、私たちが大いに参考になったとともに、決意も新たに議会改革をもう一度考える機会を得ました。

(文責 織田昭雄)

議員勉強会 No.7

●● デスティネーションキャンペーン「D.C」って？ ●●

6月の議員勉強会では、「信州諏訪エリア推進協議会」が計画しているデスティネーションキャンペーン(DC)について、日報ツーリスト営業部長の武田道仁氏をお招きして、お話を伺いました。

◆デスティネーションキャンペーン(略DC)とは…
Destination(目的地・行き先) Campaign(宣伝)の合成語で、JRグループ・地方自治体・観光関係者が一体となって実施する大型観光キャンペーンです。長野県では『未知を歩こう。信州』、お隣山梨県では『週末は山梨にいます』等がキャッチフレーズになっています。

◆「DC」での宣伝展開
～全国に向けて開催地を集中的にPR～
全国の駅でポスター掲出・列車内吊りポスター掲出・テレビCM放送・JR時刻表雑誌等への掲載。

◆「DC」方向性の変遷
～DCの主役は「地域」～
当初型 *観光地宣伝キャンペーン
従来型 *送客キャンペーン
現行型 *地域おこし・地域文化発信観光キャンペーン

◆「DC」キャッチフレーズ・ロゴマーク
公式ピンバッジ
「未知を歩こう。信州」(300円)
信州DCイメージキャラクター
「アルクマ」くん⇒



◆「DC」今後の推進体制・取組方針 役割等
JRグループでは、都市圏を始め全国への情報発信、イベント列車、臨時列車の運行等を行います。また、地域では、魅力ある観光素材の掘り起こし、磨き上げ、「おもてなし」の仕組みづくりを行います。
*おもてなし…ウォーキング環境整備(歩きマップ、ルート作り)挨拶や声かけ、無料休憩所の設置、トイレの貸し出し、ボランティアガイドの育成など。

みんなの力で信州デスティネーションキャンペーンを成功させましょう。(文責 小池一夫)