

K Jブランド戦略（案）に対する意見の概要と町の考え方

提出者数 4名

提出件数 14件

○提出意見と町の考え方

提出意見1：自然環境（観光資源）「ホテルの里づくり」を要望します。

町の考え方：K Jブランド戦略では、川島町の豊かな自然環境を町の地域資源の一つとしており、町の魅力として、情報発信の強化を図っていきます。これまで、町は、NPO等と連携し、ホテル再生プロジェクト等の自然環境の保全に取り組んできましたが、こうした取組について、町内外へ積極的に情報発信し、町外から多くの方が、川島町を訪れるよう取り組んでまいります。

提出意見2：農産物、歴史建造物、伝統文化の地域資源の三要素の内、「歴史建造物」に関する情報発信が不十分であると思います。これらの発信については、近隣市町村と連携して川島町の歴史建造物をPRしたいものです。また、所有者との協力関係の再構築が必要です。

町の考え方：K Jブランド戦略では3つの戦略を掲げており、戦略3「話題づくり（接点づくり）」では、PR動画の作成、専用ホームページの開設、SNS等さまざまな方法での情報発信強化に取り組めます。ご意見のとおり、歴史建造物の積極的な情報発信には、所有者の協力が必要となりますので、協力関係の再構築に取り組んでまいります。近隣市町村との連携につきましても、埼玉県川越都市圏まちづくり協議会（川越市、坂戸市、鶴ヶ島市、日高市、川島町、毛呂山町、越生町）や比企地域元気アップ実行委員会（東松山市、滑川町、嵐山町、小川町、川島町、吉見町、鳩山町、ときがわ町、東秩父村）を通じて、広域観光周遊ルートの形成やイベントでのPR等に取り組みながら、歴史建造物についても情報発信を図っていきます。

提出意見3：農産物を食べられる場所として、「川島屋台村」（飲食可能）の建設を提案したいと思います。将来的には、屋台村でも農産物の直売や受注ができるような「新農産物デリバリーシステム」を構築することで一層の活性化につながると思います。

町の考え方：農産物を食べられる場所としては、町内飲食店等と連携を図りながら、農産物の地産地消の推進に取り組むとともに、飲食や買物等ができる観光・文化・交流の拠点としての回遊拠点「ふれあいパーク」（仮称）の整備を進めます。

提出意見 4：川越・比企地域・レインボー協議会を含め広域観光を意識した発信へ。川島単体としての発信ではなく、近隣地域の観光資源とも連携し、戦略的にK Jブランドの発信を行ったほうが効果的であると考えます。

町の考え方：K Jブランド戦略では、他市町村等との連携し、情報発信強化に取り組めます。埼玉県川越都市圏まちづくり協議会や比企地域元気アップ実行委員会では、構成市町村で連携したイベントを開催し、PRに取り組んでおります。また、埼玉県川越都市圏まちづくり協議会では、平成26年度から圏域内を巡るバスツアーを実施しており、圏域内の観光資源をつなぐ広域観光周遊ルートの形成を目指しております。このような取組を通じて、他市町村と連携し、効果的に情報発信に取り組めます。

提出意見 5：観光コンテンツの掘り起こしでは知名度のある方を導入してみてもと考えます。

町の考え方：ご意見のとおり、今年度、町では民間事業者と連携し、地域資源の掘り起こしを実施しました。今後は、それらの地域資源について、町民や来訪者、外部アドバイザー等、多くの方からのご意見をいただきながら、観光コンテンツとなるよう磨き上げに取り組んでまいります。知名度の高い方からのご意見をいただければ、影響力が大きく、PR効果が高いと思いますので、参考としたいです。

提出意見 6：廃校する小学校での宿泊と農業・日本の伝統文化体験を絡めたツーリズムの検討。インバウンド対策・ツーリズムを考えて欲しいです。

町の考え方：オリンピックの開催に向けて、川越市の外国人観光客数が年々増加している中、川島町の地域資源である遠山記念館などの歴史建造物、農産物、伝統的な食文化などは、外国人観光客にも関心が高いと思われます。外国人観光客に訴求できる観光資源や体験メニューづくりを、民間事業者と連携し、研究、検討をしていきます。廃校の小学校の利活用については、地域住民の意見や学校統合協議会での議論により、活用方法を決定していくことになると思います。

提出意見 7：アートイベント（トリレンナーレ）を開催し、イベント後にも作品が残るようにして観光資源を増やしていくと良い。

町の考え方：今年度、開催したかわじマイルミネーションでは、多くの方に足を運んでいただきました。来年度に向けて、町民の方等が制作したイルミネーション作品が展示できるようなスペースを設けるなど多くの方が参加できるイベントの開催方法を検討していきます。

提出意見 8 : K J ブランドロゴの必要性について。新たなロゴが必要か疑問です。

町の考え方 : 取り組みの「ロゴやキャッチフレーズづくり」については、かわじまブランドを確立していくため、ロゴやキャッチフレーズを作成し、町全体で統一的にPRをしていくために取り組むものです。関係団体が使用している既存のロゴを含めて、「川島町ブランド推進協議会」で検討をしていきます。

提出意見 9 : ふれあいパーク建設に向けて、既存の活用されていない建物をどう活用していくか、観光客の周遊、町民の周遊などを検討すべきと思います。

町の考え方 : 廃校の小学校の利活用については、地域住民の意見や学校統合協議会等での議論により、活用方法を決定していくことになると思いますが、地域の活性化につながるよう検討していきます。

提出意見 10 : ターゲット層について、30代ニューファミリーや夫婦のほう
が、定住につながると考えます。

町の考え方 : ターゲットについては、アンケート調査等を経て、首都圏在住の女性のうち、特に20-39歳前後の女性を優先的に訴求していくことが効果的であるとの分析により設定したものです。その中には、ご意見の30代ファミリー層や夫婦も含まれておりますので、効果的な情報発信により、定住等にもつなげていきます。

提出意見 11 : 川越市にアンテナショップ開設し、観光客のニーズや動向、生の声を収集し、ふれあいパークの方向性や研究に役立ててはどうか。

町の意見 : 埼玉県川越都市圏まちづくり協議会では、7市町が連携し、川越市にある仲町観光案内所において、アンテナショップイベントを開催し、町の特産品の販売をしたり、イベント情報の発信をしております。引き続き、この取り組みを重ねて、消費者のニーズなどの把握に努めていきます。また、川越市と連携した情報発信や、川越市に店舗を持つ業者等と連携し、川越市内で川島町の商品を販売できるよう卸売りの強化に取り組めます。

提出意見 12 : 川越市に来る観光客が川島町に寄ってもらう方策を考えるべきではないか。

町の意見 : ご意見のとおり、川越市の観光客は年々増加しており、川島町としても、その観光客が川島町に訪れるような取組が必要であると考えております。川越市を訪れる観光客は概ね半日の滞在時間であることから、川島町へ足を運んでもらうことで、滞在時間も長くなり、消費拡大につながると考えられます。そのため、川越市と連携し、情報発信の強化に取り組むとともに、観光

資源や体験メニューの磨き上げに取り組んでいきます。

提出意見：13 東京五輪「選手村の食事」に川島産の食材や加工品を使ってもらうことはできないか。

町の考え方：平成29年度においては、川島産の農産物や加工品を都内でも扱ってもらうよう、都内飲食店等との交流機会をつくり、直接販売できるよう販売ルートの開拓に取り組む計画となっております。東京五輪の「選手村の食事」については、この取り組みの中で、可能性を模索していきます。

提出意見：14 いちじくの消費を増やす取り組みがあるとよいと思います。また、いちじくエキスを抽出した化粧品（スキンケアや入浴剤など）を利用できたらと考えます。

町の考え方：いちじくは町の特産品として、ブランド化及び6次産業化を進めており、情報発信強化、販売ルート開拓、新商品の開発の取り組みを進めることで、消費拡大につなげていきます。