

1 自然環境や景観を活用した観光と地域ブランドづくりの推進

1) 自然環境保全と景観形成・緑化

2) 地域イメージの形成

3) 観光・地域ブランド

III 緑と活力にあふれた魅力あるまち

1 自然環境や景観を活用した観光と地域ブランドづくりの推進

1) 自然環境保全と景観形成・緑化

◆◆現状◆◆

町には、住民にとって誇りの源泉となっている平地林や三富新田などの特徴的な緑地があります。こうした自然環境と農地を保全活用し、良好な景観を形成するとともに、緑に恵まれた公園や街路樹の整備、緑化などを増進し、緑と魅力にあふれる景観や快適で持続可能な環境基盤の形成をめざしています。

また、藤久保の平地林が県の緑のトラスト保全地※第14号地に指定されるなど、町の平地林の価値が高まっています。町としても平地林を町有地として確保しており、県との連携を強化しながら、緑の保全に努めています。

◆◆課題◆◆

近年は市街化調整区域での開発が進行するなど、有効な緑地保全策を構築することが急務となっています。そのため、緑地保全に努めるエリアの明確化や建築行為などを制限し、緑地保全につなげる制度や景観条例などの規制が必要となっています。

平地林の整備活動については、国、県、企業、地域住民等と連携を図りながら保全していくことが求められます。また、緑化条例などの規制について検討する必要もあります。

また、優れた自然環境を後世に残し広く住民へ公開するために、緑のトラスト保全整備事業を引き続き推進していくことが求められます。

さらに、けやき並木通り（いも街道）の景観整備や観光化など、街路樹の整備や緑化活動を促進させ、緑にあふれる景観づくりを進めていくことも必要です。

■ トラスト保全地



※緑のトラスト保全地：優れた自然や貴重な歴史的環境を財産として後世に残すことを目的に埼玉県が指定するもの。

今後の施策

① 平地林の整備と景観形成【環境課】

国や県の補助事業を活用し行政、企業、地域住民、ボランティア団体等で協力し平地林の整備活動を推進します。また、良好な自然環境となるよう緑地条例や景観条例等により調和のとれた景観形成を検討します。

② 緑のトラスト保全整備事業の推進【環境課】 **重点プロジェクト**

平地林を公有地化し、優れた自然環境を後世に残し広く住民へ公開します。そのため、保全地内の散策路や木柵の設置等の整備事業を推進します。また、トラスト保全地の取得、整備、保全、管理等のための寄附金を町内企業、地域住民等から広く募集します。

③ 緑化の推進【環境課】

緑化推進協議会を中心とした、行政連絡区単位の花植え活動や緑化活動を、行政、企業、各種団体、住民等との協働により推進し、緑にあふれる景観づくりに努めます。

④ 緑地の活用と人材育成【環境課】

緑地の活用や保全について子どもから大人までが参加できる緑地活用プログラムの策定や緑地ボランティア等の拡大や専門家の育成に関する基本方針の策定を検討します。

● 達成目標

達成目標	現状値 (平成 27 年度)	平成 31 年度 目標値	平成 35 年度 目標値
保存樹林の指定	2.5ha	5ha	7.5ha

■ 緑地公園



Ⅲ 緑と活力にあふれた魅力あるまち

1 自然環境や景観を活用した観光と地域ブランドづくりの推進

2) 地域イメージの形成

◆◇現状◆◇

急激な少子高齢化、人口減少社会のなかで「選ばれるまち」になるためには、町の良好なイメージを町内外に発信し、魅力ある地域イメージの形成を図る必要があります。このことから、町では広報紙や町ホームページ等を通じて町内外に積極的に情報を発信してきました。

特に、これまで、町のイメージである「緑」や「自然」、町のマスコットキャラクター「みらいくん・のぞみちゃん」を活用し、親しみやすい町のイメージづくりを形成してきました。

また、ロケーションサービス*として、庁舎周辺の公共施設を利用したテレビドラマや映画などにおける撮影の協力、支援などを行っています。

さらに、シティプロモーション活動について調査・研究し、今後の施策展開に活かすためシティプロモーション自治体等連絡協議会に加盟し、さまざまな市町村や民間事業者と情報交換や連携を進めてきました。

ふるさと納税は、寄附者の謝礼品に町の特産品や6次産業品、町内企業の工業製品等を利用して町のPRや寄附額の拡大を推し進めています。

◆◇課題◆◇

魅力ある地域イメージの形成を図るため、積極的にシティプロモーション活動に取り組むことで、情報人口や交流人口の増加を図り、ひいては、定住人口の獲得につなげていくことが必要です。

ふるさと納税については、今後においても、町の特産品等をPRし、地域活性化のツールのひとつとしてさらに拡大していく必要があります。

ロケーションサービスについては、ロケーション地のデータベース*の構築や情報提供を拡大し、さらに、町の魅力をアピールしイメージアップを図る必要があります。

国際交流やスポーツ振興などの視点から地域イメージを向上させるため、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックの波及効果を積極的に活かす手段を検討することも望まれます。

また、今後も住民が町に誇りや愛着を持てるような機会を設けるとともに、町の魅力やマスコットキャラクターを活用しながら町外に向け広くPRし、地域イメージの向上を図る必要があります。

※ロケーションサービス： 映画やドラマなどの撮影をスムーズに進めるため、ロケ地に関するさまざまな情報の提供や公共施設の使用などを支援するサービス。映像を通して地域の魅力を発信し、広くPRしていくもの

※データベース： 特定のテーマに沿ったデータを集めて管理し、容易に検索・抽出などの再利用をできるようにしたもの

今後の施策

① シティプロモーション※活動の推進【秘書広報室/政策推進室/観光産業課】

町への愛着意識の向上をめざし、町内外に向けての情報発信を行うため、シティプロモーション各施策を整理するとともに、新たな展開について調査・研究していきます。これによりシティプロモーション基本方針を策定し活動していきます。

② ふるさと納税の推進【政策推進室】

町を応援しようとする人から広く寄附金を募り、町の事業に活用していきます。町の魅力や地元特産品等をPRし、地元産業の活性化を図ります。実施にあたっては返礼品の拡大に努め、地元事業者や企業との連携を深めます。

③ ロケーションサービス事業の推進【観光産業課】

町を舞台とした映像をとおして、町の魅力を積極的にアピールし、イメージアップにつなげていきます。庁舎等公共施設をロケーションとして使用する場合の規定等の整備を行います。

④ 東京オリンピック・パラリンピック効果の活用【政策推進室】

東京オリンピック・パラリンピックの波及効果を積極的に活かし、国際交流、青少年育成、スポーツの振興、観光の振興、インバウンド※等につなげるため、ホストタウン※や日本遺産認定等について検討します。

⑤ 地域イメージの向上【秘書広報室】

適切かつ積極的に町の行政情報や生活情報を提供し、町政への理解を促進するとともに、住民との情報の共有化を図ります。また、町の魅力や住民の顔が見える、地域に密着した記事などを提供し、住民が町に誇りや愛着を持てるような機会をつくり、町外に向けてPRし広く情報発信します。

⑥ マスコットキャラクターの活用【観光産業課】

町のマスコットキャラクターみらいくん・のぞみちゃんを活用して、町内外で行われる各種イベントへの積極的に参加し、町の魅力を広くPRします。

●達成目標

達成目標	現状値 (平成 26 年度)	平成 31 年度 目標値	平成 35 年度 目標値
町への愛着度（住民意識調査）	62%	70%	80%
定任意向（住民意識調査）	83%	85%	90%
ふるさと納税の商品数	14 点（H27）	50 点	—

※シティプロモーション： 地域資源をブランド化し、戦略的に発信することにより、魅力ある地域社会の形成をめざす広報活動を推進していくこと。戦略的に地域の魅力を発信し展開していくもの

※インバウンド： 日本国外から入ってくる旅行者数、外国人による日本旅行者数

※ホストタウン： 大会開催を契機に、大会や事前合宿等に参加する選手・スタッフ等との交流を通じて、スポーツ振興、教育文化の向上、共生社会の実現を図ろうとする自治体

III 緑と活力にあふれた魅力あるまち

1 自然環境や景観を活用した観光と地域ブランドづくりの推進

3) 観光・地域ブランド

◆◇現状◇◇

グローバル化の進展やアジアを中心とした国際観光需要の増加により、観光振興の重要性が高まっています。

また、観光の形態は多様化し、今までの「見る観光」から「体験交流型の観光」に変化し、地域の人との交流を求める需要も増加しています。

町では、「三富新田」「富の川越いも」をはじめ「菜の花」「ほたる」「そば」といった観光資源のブランド化を進めるため、けやき並木通り（いも街道）、竹間沢こぶしの里を中心に整備を行ってきました。

また、産業祭や世界一のいも掘りまつり、体験落ち葉掃きなどの各種イベントをとおして町の魅力を広く発信し、かつ都市住民との交流を促進しています。地域で活動している団体と連携し、観光情報ページ、観光産業課フェイスブックなどでの情報発信を進めて広範囲にPRし、認知度の向上を図っています。

◆◇課題◇◇

町内には、「三富新田」「富の川越いも」をはじめ「菜の花」「ほたる」「そば」といった観光資源が存在しますが、面的な広がりに限られ、認知度不足が課題となっています。

町の観光資源をさらに活かし、地域ブランド※化を図ることで町の魅力を高め、活力あるまちづくりが求められています。

生産者などによる農産物の加工・販売・流通への展開や、企業、団体等による生産者と連携した新商品の開発や加工などの6次産業化の取組も期待されており、観光や体験など、町ならではの付加価値を加えた6次産業化の取組が必要です。

※地域ブランド： その地域に存在する自然、歴史、文化、食、観光地、特産品、産業などの地域資源の「付加価値」を高め、他の地域との差別化を図ることにより、市場において情報発信力や競争力の面で比較優位を持ち、地域に自信と誇りだけでなく、旅行者や消費者等に共感、愛着、満足度をもたらすもの

今後の施策

① 観光拠点の整備【観光産業課】

けやき並木通り（いも街道）や竹間沢こぶしの里等の観光拠点を、各種補助事業を活用しながら整備し、観光客の満足度や利便性の向上を図ります。

② 観光資源のブランド化【観光産業課】 **重点プロジェクト**

「三富新田」「富の川越いも」「菜の花」「ほたる」「そば」といった観光資源のブランド化を図るため、産業祭や世界一のいも掘りまつり、体験落ち葉掃きなどの各種イベントの開催をとおして地域で活動している団体との連携を強めるとともに、SNS等を使った情報発信を積極的に行い、町の観光資源の認知度向上を推進します。

③ 6次産業プラスの推進【観光産業課】 **重点プロジェクト**

生産者などによる農産物の加工・販売・流通への展開や企業、団体等と生産者などとの連携による新商品の開発や加工などの6次産業化に、町ならではの観光や体験などをプラスします。

●達成目標

達成目標	現状値 (平成 26 年度)	平成 31 年度 目標値	平成 35 年度 目標値
観光入込客数	80,813 人	90,000 人	110,000 人

■けやき並木通り（いも街道）

