

# 文教大学との連携による 「地方創生プロジェクト」

## （ 報 告 書 ）

- ・ 地方創生プロジェクトまちづくり政策提案概要 . . . . P1～P2
- ・ 「さむかわ地方創生プロジェクト」政策提案シート . . . . P3～P14

文教大学連携事業 【地方創生プロジェクトまちづくり政策提案概要】

	政策提案タイトル	提案名称	提案概要	政策分類／ターゲット	キーワード	備考
1	さむかわだから できること	さむかわ よこちょう (神社・初詣)	<ul style="list-style-type: none"> <li>さがみ縦貫開通後の参拝客の増加を見込み、収益拡大のため道路上を活用した「さむかわよこちょう」の臨時運営 (ミソコ+巫女の歩き売り、福男イベント、地ビール)</li> <li>駐車場不足解消のため年末年始休業中の企業駐車場の解放と臨時バスの増強</li> </ul>	観光振興、商業活性化 ／参拝客	既存資源の有効活用 資源：巫女、企業、神社周辺 道路 「さむかわよこちょう」の 臨時運営	事例： 広島県 福山市 三蔵稻荷神社
		さむかわ ひろば (自然・アウトドア)	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存資源（川、スポーツ施設）の整備（釣り場、BBQ 場、アスレチック場を設置）※街コンやサークル活動の場として利用</li> <li>スポーツイベント（さむかわカップ）の開催</li> <li>スポーツ施設&amp;ちよい呑み（街コン、サークル活動）</li> </ul>	交流人口、定住促進 ／若者、家族	既存資源+@ 思い出のまち	
		さむかわに 住ませ隊	<ul style="list-style-type: none"> <li>勇退世代による住ませ隊の結成と若者定住のきっかけづくりとして居住インセンティブの創出（ホームシェア、下宿）</li> <li>「さむかわよこちょう」や「さむかわひろば」の運営補助</li> </ul>	定住促進、世代間交流、 雇用促進、空き家解消 ／若者	定住促進組織結成 勇退世代と若者のミット創出 による定住促進	参考： 下宿クラブ
2	寒川 for all all for 寒川	スイートピーを使った商品開発・工場建設	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存資源（スイートピー）を活用した特産品創出</li> <li>商品開発（シャンプー、アロマキャンドル、香水、洗剤、柔軟剤）と雇用の創出（6次産業化）</li> <li>工場にて体験型イベントの実施</li> </ul>	シティブロモーション、地域ブランド、観光振興 ／消費者、体験者	既存資源の発展的活用による町知名度アップ、観光大使、メディア活用、イメージキャラクター、他自治体との連携イベント	
		スイートピーを使ったイベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>「花（鼻）の祭典」の開催とアロマキャンドルによる終日イベント（花で活性化したい自治体との連携イベント）の実施</li> <li>イメージキャラクターの作成</li> </ul>			
3	BACK TO THE SAMUKAWA	SAMカード	<ul style="list-style-type: none"> <li>電子地域通貨「SAM カード（イオングループと提携した WAON カード（Felica ポケット搭載）」の導入による町内消費のミット創出</li> </ul>	商業活性化及び町外への購買力流出抑制 ／商業者及び消費者	町外への購買力流出の抑制と商業活性化	
		子育て支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>ふれあい塾への託児所設置</li> <li>町営無料塾の設置（文教大学生を活用）</li> </ul>	子育て支援、学力向上 ／子ども	地域資源：学生活用 子どもの学力向上	

	政策提案タイトル	提案名称	提案概要	政策分類／ターゲット	キーワード	備考
4	幕開けの寒川 ～三本の矢政策～	寒川神社 門前町計画	・ 参拝で終わらせず、観光客に楽しんでもらう門前町を整備	観光振興、交流人口の増 加、工業振興 ／町外の来訪者	さがみロボット産業特区 空き家のリノベーション	
		新レジャー施設 の設立	・ ロボット産業+水道記念館によるレジャー施設（ロボットミュージアム）を整備			
		交通・駅前 インフラ政策	・ 交通インフラの整備（渋滞の解消、歩道の確保、空き家のリノベーション、ツインシティ計画）			
5	寒川を“ある活”	川とのふれ あい公園を 親水施設化	・ 川とのふれあい公園の人工的な噴水を活用し、幼児用プールを整備	地域交流促進、地域コミュ ニティ・地域活動の促進、 定住促進 ／寒川町の子ども・町民	子どものころから寒川町を 五感で感じ、町の自慢、誇り を醸成	事例： 栃木県足利市 のじゃぶじゃ ぶ池
		さむか輪に なろう	・ 田端スポーツ公園の 300mトラックと野球場を活用し、地域住民が一体 となれるイベントの実施（“さむかわ輪”になろうイベント）			
		スタンプラリー まち歩き	・ 寒川の4か所の公園を活用したスタンプラリーを実施			
6	寒川だけど HOTです	コスプレイベント	・ 町の認知度を上げる地域興しの一環として寒川神社の袴活用し たコスプレイベントの実施 ・ ミス寒川やご当地アイドルの結成を結成し、SNS や動画投稿サイトを使 い町PRの実施	観光振興、交流人口 ／マニア、参拝客 シティプロモーション、観光資源 創出／サイト利用者等	コスプレによるニッチ戦略 動画投稿サイトを活用した PR 戦略	事例： 広島県 北広島町
		進化形 わいわい市	・ 体験型観光（花、料理教室）と食事処いちのみや（地元食材の料 理）の整備	観光振興、交流人口 ／観光客	寒川を体験、直売所強化	

## 「さむかわ地方創生プロジェクト」施策提案シート

基本情報	グループ提案の名称	さむかわだからできること	
	グループ名	1グループ	
	グループメンバー	金子和雅、野村芽以、岩崎志保、二瓶尚樹、林佑樹、木藤正啓	
	アドバイザー職員	企画政策部 企画政策課 企画行革担当 遠藤 孝	
政策の内容	政策提案名称	①さむかわよこちょう	
	政策提案に伴い着目した視点(コンセプトなど)	寒川神社の初詣に関する問題点(周辺道路渋滞・駐車場不足・門前町がない)年間ではなく初詣参拝客に着目し、寒川の良さをどのように初詣参拝客に伝えることができるのかという視点で政策を提案する。	
	現状と課題	毎年、寒川神社には多くの参拝客が訪れ賑わいを見せている。一方、寒川神社周辺には十分な、駐車場が整備されておらず、渋滞が発生している。首都圏中央連絡自動車道(圏央道)(さがみ縦貫道路)の開通により、今後ますます遠方からの初詣参拝者の増加が見込まれる。また常設の門前町が運営されていない。このような現状を踏まえ、初詣時における駐車場不足及び、寒川の魅力を発信できる機会を十分に発揮できる場(門前町)がないという課題があげられる。	
	政策の目的	目的	「さむかわよこちょう」という名の寒川町の魅力を発信できる機会(場所)を創造し、寒川町の魅力を発信する。
		対象者	寒川神社 初詣参拝客 周辺より訪れる観光客
		手段	寒川にある工業団地を駐車場として借用し、周辺道路を閉鎖し、「さむかわよこちょう」を設営・運営する。
	取り組みの概要	寒川神社の門前町として、周辺道路を閉鎖し、道路上に門前町を運営。出店内容は、町内の商店街の出店や、観光ブースを設置したり、「チームさむかわ」で初詣期間中の参拝客に寒川の魅力が発信できるよう全力を注ぐ。また、文教大学の経営学部や国際学部と連携し、授業の一環などでブースを設置し、官学連携の1つとして実施する方法も考えていきたい。(商工会×経営学部、観光協会×国際学部など) 周辺道路を閉鎖し、道路上に門前町を運営し道路渋滞の解消目指す一方、新たに寒川町に所在する工場に、年末年始における駐車場のための敷地貸出を依頼し、年末年始の工場操業に迷惑のない程度で借り受け、臨時駐車場を町が運営する。臨時駐車場利用料は、相場より安い程度の料金を設定。臨時駐車場から寒川神社までは100円シャトルバスを運営する。また、さむかわよこちょうのイベントとして「さむかわ美人コンテスト」を開催し、集客を見込む。	
期待する成果	・寒川神社の門前町として、周辺道路を閉鎖し、道路上に門前町を運営及び、臨時駐車場の運営により、年末年始の寒川神社周辺における道路渋滞の解消が期待される。 ・「さむかわよこちょう」の運営により、出店者の収入が増加し、結果とし町に落ちる税収入の増加も期待される。(商業の活性化) ・「さむかわよこちょう」の運営により、初詣参拝以外に寒川に訪れるきっかけを作ることが期待される。(観光振興)		
連携して取り組む主体(住民・大学・商工会・観光協会など)			
備考			

政策の内容	政策提案名称	②さむかわひろば	
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	地域資源の活用 (川、スポーツ施設、運動場など今あるものに+α)	
	現状と課題	自然が多く川や運動場などがあるのにあまり知られておらず整備もされていないので整備をし若者や家族連れが来やすい環境を作る。	
	政策の目的	目的	町に来てもらい寒川がどんな場所か知ってもらう
		対象者	若者、家族連れ
		手段	BBQ場、スポーツ施設、釣り場を整備
	取り組みの概要	川に石を置き釣りをしやすい環境を作る。 ・バーベキュー場の整備 河川敷を土砂で整地し、公衆トイレなどを設置する。 バーベキューセットなどの貸し出しを行う ・無料のスポーツ施設を生かす。 学生によるサークル活動や家族連れなどに利用してもらう。 ・+αアスレチック設営「さむかわひろば」	
期待する成果	(家族連れ) 整備されたバーベキュー場や釣り場、近くにあるスポーツ施設、さむかわひろばで遊べる →休日を寒川で過ごしてもらえる！ (若者) スポーツ施設やちよい呑みを生かし 街コンやサークル活動の場として利用してもらえる。 →寒川が思い出のまちに！		
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)	町役場		
備 考	スポーツ施設を利用したスポーツ行事「さむか(わ)っぷ」の開催をする →チャレンジデーのようなもの		
政策の内容	政策提案名称	③さむかわに住ませ隊	
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	寒川町における高齢者増加および若者流出 定住促進に向けたきっかけづくり	
	現状と課題	寒川町において、高齢者増加および若者の流出という現状がある。一方、寒川町周辺の自治体には、大学が多くあり、その多くは通学圏内となっている。しかしながら、それらの大学に通学する学生の一人暮らしの場として、寒川町が選ばれにくいという課題が発生している。	
	政策の目的	目的	大学生の一人暮らしの場所を寒川町で提供し、卒業後の定住につながるきっかけを作る
		対象者	寒川町から通学圏内の大学生
		手段	会社を退職した方々で自分の子供の独立や一人暮らしなどで家の部屋が空いている人たち (以下勇退世代と表記)にさむかわに住ませたいを結成してもらい、さむかわに住ませたいによる大学生の下宿先受け入れをしてもらう。
	取り組みの概要	勇退世代による「さむかわに住ませ隊」を結成し、「さむかわに住ませ隊」による大学生の下宿受け入れをしてもらう。下宿先提供に対し、下宿斡旋は各大学の生協へ依頼し、学生への情報窓口となってもらう。さむかわに住ませ隊と大学生協との調整役として町が仲介する。また、さむかわに住ませ隊による下宿する者に対し、町として、寒川でしか使えないような商品券を支給し、寒川での消費をきっかけづくる。また「さむかわに住ませ隊」を窓口として、下宿する大学生に寒川の魅力に気付いてもらい、定住に繋げられるような仕組みを構築する。	
期待する成果	勇退世代は、下宿受け入れをすることにより若者との交流が生まれ、また、さむかわに住ませ隊として、帰属意識が芽生え、健康長寿につながる。 大学生は、さむかわに住ませ隊による下宿により、生活費の節制になる。また寒川での下宿が、大学卒業後の定住へのきっかけとなることが期待される。 町は、下宿する学生が増加することにより、定住へ繋げやすい環境が整うことが期待される。		
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)	住民 大学生協 町		
備 考			

## 「さむかわ地方創生プロジェクト」施策提案シート

基本情報	グループ提案の名称	寒川 for all all for 寒川	
	グループ名	2グループ	
	グループメンバー	本間洵也、坂井健太、松尾萌絵、佐久間智宏、岡田豪、佐々木翔哉	
	アドバイザー職員	企画政策部 企画政策課 企画行革担当 鈴木俊輔	
政策の内容	政策提案名称	①スイーツを使った商品開発・工場建設	
	政策提案に伴い着目した視点(コンセプトなど)	寒川町の特産品であるスイーツに着目し、スイーツを使った商品を作り、町を有名にしていこうと考えた。工場の空きスペースを活用し体験型のイベント会場の設営。	
	現状と課題	全国的に「寒川町」の知名度は低いと考えられ、定住先の選択肢となるためには町を知って貰うきっかけが必要。 スイーツは生産しているが、スイーツを使って商品開発をする工場がないので工場の設置する場所や誰が作るのかが課題。 また、町内におけるスイーツの生産量が6次産業化に耐えうる量であるかが問題点であるが、6次産業化の為に新規就農者を開拓することも考えられる。	
	政策の目的	目的	町の特産品であるスイーツを使用し、新たな商品を開発することにより、寒川町の認知度を上げるとともに、町外だけではなく、町内に対してもスイーツが町の特産品であることを認識してもらおう機会とする。 さらに商品開発及び製造の為に企業を誘致することにより、新たな雇用を創出するとともに、工場の空きスペースを活用し体験型のイベント会場を作ることにより家族連れの観光客の増加にもつながる。
		対象者	寒川町に住んでいる住民、近隣の市町村。商品のターゲットは30～40代の女性。イベント会場は子ども連れの家族。
		手段	開発した商品を近隣市町村の結婚式場、銭湯、ビジネスホテルなどに協力してもらい販売・試供品としておいてもらう。 併せて、「スイーツ」という共通点を利用して、松田聖子に町の観光大使を担ってもらおうとともに、スイーツをイメージした新たな「町」のゆるキャラを作成し町のPRを行う。
	取り組みの概要	寒川町の知名度向上の取り組みとして、町の特産品であるスイーツを利用した新たな商品を開発する(6次産業化)。スイーツの香りを利用した香水・アロマキャンドル・シャンプー等の商品を想定している。 「スイーツ」という共通点を利用し、松田聖子に町の観光大使を担ってもらい、全国的にPRするとともに、町の特産品であることをさらにアピールするためにスイーツを利用したゆるキャラを作成し、積極的に町のPRを行う。 アロマキャンドルは結婚式場などに使ってもらえるようにし、併せて花を使用したイベントを開催し、夜のライトアップにも使用する。シャンプーは銭湯、ビジネスホテルなどに置いてもらい多くの人に使ってもらえる環境を整えることにより良さを知ってもらう。 どの商品も容量や容器を小さくすることにより価格を200～300円程度にし、お土産として選んでもらえるような内容にする。あくまでも寒川町を有名にすることを最大の目標としているため。ふるさと納税の返礼品としての利用も考えられるが、この場合は商品のサイズを大きくする必要があるので考える。 また、商品開発及び製造のため、企業を町内に誘致するとともに工場設営にあたり工場の空きスペースを活用し、世界に一つだけのシャンプーを作るなどの体験型のイベント施設を作ることにより子ども連れの家族にも足を運んでもらえるきっかけとする。	
	期待する成果	成果としては商品が有名になることにより寒川町の知名度が上がることを期待する。商品が売れることによりお金が生まれるので新たな事業や町の活性化につながると思う。 また、企業を誘致することにより町内に新たな雇用の場が創出され、新しいひとの流れが出来ることも期待するとともに、工場の体験型イベントを通じて子ども連れの家族が足を運ぶきっかけなり寒川町を知ってもらうことから始め、最終的に寒川町に住みたいと考える人が増加する事に繋がればと考える。	
連携して取り組む主体(住民・大学・商工会・観光協会など)	商工会、スイーツ農家、スイーツ協会を作る		
備考			

政策の内容	政策提案名称	②スイートピーを使ったイベント	
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	寒川町にはスイートピーという知名度の高い花が特産品なのでもっと多くの人に伝えたいと考えた。 またスイートピー＝寒川町になることにより寒川町の知名度も上がると考える。	
	現状と課題	寒川町がスイートピーの町という印象が町外だけでなく町内にもない。 また、特産品となっているものの、スイートピーを觀賞してもらえない公園がない。	
	政策の目的	目的	スイートピーを利用したイベントを開催することで、多くの人に寒川町に来てもらい、スイートピーの町だと認識してもらおう。併せて、住民にはスイートピーが町のシンボルであることを再確認してもらい誇りに思ってもらえるようにする。
		対象者	住民、他県の人、マスコミュニケーション
		手段	河川敷や公園などに仮設会場を作りそこでイベントをする。将来的には仮設ではなく、常設の公園とし、新たな観光スポットとする。 また、花を利用して観光振興等を行っている他の市町村などと協力して鼻(花)の祭典を開きメディアなどを通じて全国的に情報を発信してもらい新たな観光客を呼び込む。
	取り組みの概要	花を利用して観光振興等を行っている市町村などと協力して鼻(花)の祭典を開く。あえて「鼻」という漢字を使用した理由としては鼻で花の香りを楽しんでもらうという意味と、富士宮焼きそばの事例を参考に遊び心のあるタイトルにした。B-1グランプリのように食べ物ではなく花で活性化しようと考えた。 イベントの前半は花の展覧会や即売会等を開催し、後半、日が沈む頃より花を使用して作成したアロマキャンドル等を使用したイベントを開催する。他の市町村と協力し、スケールメリットを活かした大規模なイベントにすることで話題性を作り、マスメディア等に取り上げてもらうことと、自慢の花を一番にしたいなどの競争力が生まれ、よりスイートピーについて愛が生まれると考えた。花のブースの横に政策提案①の商品などを置くことにより、お土産として購入してもらうなどして多くの人の目に触れる機会を作ることができる。	
	期待する成果	町の人々のスイートピーへの関心及び特産品であるという認識を高め誇りに思ってもらおう。 鼻の祭典などのイベント活動を通じて寒川町の知名度を上げることにつながる。また、花を利用して開催するイベントは幅広い年代の方々も楽しめるイベントであると考えるので多くの人々に足を運んでもらう機会を作れるため寒川町の良さを伝えることができる。	
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)	商工会、観光協会、他の市町村で花で有名にしたいところ		
備考	スイートピーを使ったゆるキャラの作成		

## 「さむかわ地方創生プロジェクト」施策提案シート

基本情報	グループ提案の名称	BACK TO THE SAMUKAWA	
	グループ名	3グループ	
	グループメンバー	茂木寿弘、笹井雄司、原山勇氣、吉村穂里、今村敦、片野弘貴	
	アドバイザー職員	企画政策部 財政課 契約検査担当 佐藤仁	
政策の内容	政策提案名称	①SAMカード	
	政策提案に伴い着目した視点(コンセプトなど)	駅前、商店街が閑散としている	
	現状と課題	寒川町内からお金が流失している→寒川内での消費が少ない	
	政策の目的	目的	寒川町の商業活性化
		対象者	寒川町及び寒川町周辺に住んでいる近隣市民
		手段	Felicaポケットアプリケーションを使った地域電子通貨利用による寒川内消費の増加
	取り組みの概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フェリカポケットマーケティング株式会社にカード制作の委託</li> <li>・イオングループと提携(WAONカードとの連携)</li> <li>・SAMカードにWAON、公共施設利用権限、スタンプラリー機能、子供見守り機能などの搭載</li> <li>・SAMカード運営事務所の設立(NPOもしくは外部企業に委託)</li> <li>・イオン提携によるイオングループの売り上げの0.1%が寒川町に納められる(このことを利用しSAMカード会員のプレミアム分を賄う)</li> <li>・会員が増えた後この事を売りに他企業にアピール</li> <li>・加盟店をポータルサイトで宣伝</li> <li>・加盟店の情報をメールマガジンで配信</li> </ul>	
	期待する成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SAMカード使用により寒川町内での消費の拡大</li> <li>・商店街の活性化</li> <li>・駅前などに有名チェーン店の展開</li> <li>・スタンプラリーの景品に寒川の特産品を使うことで寒川の知名度拡大</li> <li>・人口の増加</li> </ul>	
連携して取り組む主体(住民・大学・商工会・観光協会など)	イオングループ、NPO法人、フェリカポケットマーケティング株式会社		
備考			



政策の内容	政策提案名称	②子育て支援	
	政策提案に伴い着目した視点(コンセプトなど)	高齢者が多い→治安が良い 遊ぶ場所が無い→勉強に集中できる	
	現状と課題	保育士の確保、各施設の施設資金	
	政策の目的	目的	子育ての町を目指す
		対象者	寒川に集まる子供たち
		手段	安全、遊び、学びの提供
	取り組みの概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・街コンにより人を集める</li> <li>・高齢者と触れ合う機会を与え、高齢者に活力を与え、子供たちに経験を与える</li> <li>・バザーや蕎麦打ち教室などを開催し、町に来る機会を与える</li> <li>・親水緑道を設置し、命の大切さを伝える</li> <li>・水上ホバーなど、川で遊べる施設の設置、釣り(その場で食べる)などから、自然に触れる機会を与える</li> <li>・武道やスポーツ教室を開き、真っ直ぐな心を育む</li> <li>・町特有の学割(食券 例棒コロ無料券、文房具券など)</li> <li>・ふれあい塾や学童保育に、退職された教育関係者や大学生ボランティア(主に文教大学)による学業支援により、学力向上させ、文教大学の教育に対するイメージUP</li> <li>・各中学、高校にも自習スペースを確保し、自習をサポートする機会を作る</li> <li>・町営の無料塾の設置し、勉強したいと願っている生徒を助ける</li> </ul>	
	期待する成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口の増加</li> <li>・高齢者の孤独化の防止</li> <li>・寒川の中学、高校生徒の基礎学力の向上</li> <li>・地域住民同士のコミュニケーションによる防犯効果</li> </ul>	
連携して取り組む主体(住民・大学・商工会・観光協会など)	文教大学、ボランティア		
備考			

## 「さむかわ地方創生プロジェクト」施策提案シート

基本情報	グループ提案の名称	幕開けの寒川 ～三本の矢政策～		
	グループ名	4グループ		
	グループメンバー	浅原悠斐、佐々木杏奈、佐藤祐樹、神保直樹、野堀涼平、横瀬 峻哉		
	アドバイザー職員	総務部 税務課 町民税担当 北田賢治		
政策の内容	政策提案名称	①寒川神社門前町計画		
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	寒川神社への参拝客にお金を使ってもらい、観光客の確保		
	現状と課題	参拝客の少ない時期の売上低下により、年間通じて資金源(町内売上)の多寡に極端に偏りがある＝安定的でない		
	政策の目的	目的	参拝客にお金を使ってもらい、寒川町の資金源にする	
		対象者	寒川神社への参拝客、隣接地域からの観光客	
		手段	門前町として商店街を形成	
	取り組みの概要	寒川神社への参道(大門踏切前⇒寒川郵便局前⇒いこいの広場入口)と寒川神社敷地に門前町を形成し、参拝客や観光客にお金を使ってもらい、参拝客や観光客も楽しめる場が増えるため、お互いにWin-Winな関係となる。寒川町の資金源となり、経済面から盛り上げるきっかけになる。店舗の誘致に関しては、現在寒川町にある店舗を優先的に考え、移転費用に関しては、町で補助金を出していく。ツインシティ計画や新道路の開通に伴い、新たな観光客が訪れると考えられるため、町のPR活動が一番行える場にもなると考える。		
	期待する成果	寒川神社への参拝客並びに隣接地域からの観光客にお金を使ってもらい、寒川町の資金源とする。 人の流れ、お金の流れを形成し、町民の生活を豊かにする。 門前町単体での観光客も期待できるが、寒川神社との相互関係により、お互いに知名度や資金的な利益が向上する。寒川神社を中心としたコンパクトシティとなっていく、湘南地域へのアクセスも良いため、湘南地域の観光の中心になる。		
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)	寒川町役場、寒川神社、出店企業、大学【アシスタントスタッフとして】			
備 考	三重県伊勢市のおかげ横丁 ( <a href="http://www.okageyokocho.co.jp/guide.php">http://www.okageyokocho.co.jp/guide.php</a> )			

政策の内容	政策提案名称	②新レジャー施設の設立	
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	新たな観光地の創出、夏場を中心としたレジャー施設(ターゲット→子ども)	
	現状と課題	1月以外の観光客数が少ない 1月以外の観光客増加	
	政策の目的	目的	年間を通して集客力のあるまちづくり
		対象者	子供連れ家族
		手段	新・ビックレジャー施設設置
	取り組みの概要	町営プール底の隆起修理で町営プールを復活させる。 町営プール横のテニスコートを寒川浄水場横の広場に移動する。 現テニスコート場所にロボットミュージアムを設立。 ロボット産業企業の誘致し、プール、水道記念館、ロボットミュージアムの3つを併合した施設づくりを行う。 ロボットミュージアム内容:コミュニケーションロボットや水道記念館に因んだ水回りお世話ロボット等の展示と体験、高校生ロボットコンテストの開催。	
期待する成果	大規模施設設立により寒川町を目立たせる。 家族の休日レジャー対象に、町営プール復活により1月の対となる夏場の観光客増加を狙う。 ロボットミュージアム、水道記念館で年間を通しての観光客増加を狙う。 政策「③交通・駅前インフラ政策」と併せて、町民の生活拠点と観光拠点を区分けし、町民の生活環境にも配慮を行う。		
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)	ロボットミュージアム企業の誘致(例:富士ソフト株式会社)		
備 考	移動後のテニスコートの使用料金は現在の金額を引き継ぐ(2時間1200円) テニスコートの移動資金は門前町での収益を利用 富士ソフト株式会社様HP( <a href="http://www.fsi.co.jp/">http://www.fsi.co.jp/</a> )PALRO( <a href="http://palro.jp/">http://palro.jp/</a> )		
政策の内容	政策提案名称	③交通・駅前インフラ政策	
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	交通の発展と駅前、駅周辺の施設、店舗等の充実による寒川の発展	
	現状と課題	繁忙期の町内の渋滞、歩道の安全面の問題と繁忙期以外の集客	
	政策の目的	目的	渋滞の解消と生活面での、歩道の安全の確保。また、年間を通じて安定した集客へ。
		対象者	今住んでいる町民と、町外からの観光客、参拝客。
		手段	交通、道路の整備、新幹線新駅の開通による集客の増加。また、繁忙期の町内消費の増加。
	取り組みの概要	繁忙期の町内の渋滞にあたり、寒川町の主要道路・県道を二車線へ。 住宅街での白線だけの歩道は、可能な限りガードレールや段差の確保を行う。 倉見駅、宮山駅前のインフラに関して、喫茶店等の誘致を行い、参拝への過程も楽しめる寒川町を目指す。 新幹線新駅の開設に関しては、JR東海がお金を出すことは考えにくいので、積極的に町で駅を誘致する。	
期待する成果	効果としては、倉見駅での新幹線駅開設による利用者が現れれば、湘南、江の島や鎌倉の観光の拠点としての町となり、集客は大きな増加が期待できる。 また、都市圏へのアクセスとして町の利用者の増加も期待できるため、寒川町の利用者が増加し、町内経済の活性化(=収益)へとつながる。 ツインシティ計画とも兼ね合い、寒川と周辺地区が相互に補完し、相乗効果の発揮が期待できる。 町の主要道路を整備(南北や東西への道路を複車線化)し利便性を高めることで、交通・産業・観光拠点としての価値を高めつつ、町民の生活環境にも配慮を行う(町内交通総量が増えても、町民の生活道路の交通量増加を招かない)ことで、住みよい町作りを形成する。		
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)	寒川町役場、商工会、観光協会		
備 考			

## 「さむかわ地方創生プロジェクト」施策提案シート

基本情報	グループ提案の名称	寒川を“ある括！”		
	グループ名	5グループ		
	グループメンバー	島田恭坪、篠崎杏樹、木内丈、山下祐太郎、高谷京平		
	アドバイザー職員	都市建設部 都市計画課 都市計画担当 杉崎康太		
政策の内容	政策提案名称	①川とのふれあい公園を親水施設化		
	政策提案に伴い着目した視点(コンセプトなど)	水道記念館の近くにある町営プールが運営していないため、それに代わる施設運営。 町営プールでは味わえない、寒川の水や自然と触れ合える場所の提供。 使われてもいなく、汚れているが、活用できる。		
	現状と課題	川とのふれあい公園にある野球場やサッカー場は使用されている。 しかし、相模川をイメージしたような噴水やその周りの広場は閑散としていて、 噴水に関しては清掃整備がなされておらず、藻やごみで汚れていた。 無駄な場所となって利用価値がない。		
	政策の目的	目的	この噴水をリノベーションして、寒川の水と自然を感じてもらい、 利用価値を与え、大人と子どもが触れ合ってもらうことが目的である	
		対象者	幼児、又は保護者	
		手段	親水施設(びっちょりプール)に変革させ、自然の中で、親子で遊べる	
	取り組みの概要	噴水自体の形(面積、体積)は変えず、清掃整備を行う。 清掃をしてもらう企業は寒川町にある、リネックス(有) に委託。		
	期待する成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・寒川のきれいな水をはじめとする自然と触れ合える</li> <li>・家族との触れ合いが増える</li> <li>・町営プールが運営していない分、多くの利用者が見込める</li> </ul> <p>寒川がきれいな水と触れ合える場所の提供できるのは寒川の特権であり、この川とのふれあい公園の周囲には相模川や目久尻川が流れていたり、周辺の草木が青々と茂っています。これはまさしく、寒川オリジナルと呼ぶことができます。この寒川オリジナルを味わえる。 ⇒このプール一つで寒川の特権を味わうことができる ⇒寒川への思い入れが増す</p>		
連携して取り組む主体(住民・大学・商工会・観光協会など)	住民(公益社団法人 寒川町シルバー人材センター) 役場職員			
備考				

政策の内容	政策提案名称	②さむか輪になろう	
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	田端スポーツ公園にある不便な陸上競技場の300mトラックを活用 イベントを通して、地域間または地域住民間でつながりを作る。	
	現状と課題	平成14年から21年まで平均370件の利用で平成22年は4411件と11倍以上の利用状 況になった。しかし、スポーツ・レクリエーション活動に、十分と評価した人は全体の 7%、やや十分と評価した人が24%⇒全体の3分の2の町民は満足していない	
	政策の 目的	目的	さらに寒川にある公園を利用していただき、交流を深め、満足してもらいたい
		対象者	子どもから大人までの男女
		手段	不便な田端スポーツ公園の陸上トラックを活かしてイベントを開催。 公園なので、アウトドアに特化したイベント。 地域住民の人が中心となってイベントを進行。
	取り組みの概要	イベント開催の場所として田端スポーツ公園を無料で貸与。 寒川の住民の方に協力してもらいイベントを開催。 誰でもできるイベント(寒川運動会、キャンプファイヤーなど)	
	期待する成果	300mの広い陸上競技場というメリットを活かして、寒川の地域の人たちが集えて、一 緒になることができる。 一緒になって集うことで、寒川の人たちが寒川の人たちと同じ時間を共有し、寒川な らでは雰囲気と自然を感じてもらえることができる。 そうした寒川でしか流れない時間の中で、さむか輪が生まれ地域住民との関わりや 交流が生まれる。	
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)	住民		
備 考			
政策の内容	政策提案名称	③スタンプラリーまち歩き	
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	あるもの”公園”を活かして あるく活動	
	現状と課題	町に沢山ある公園を活かしきれていない。寒川町では既にスタンプラリーを実施して いたが一過性のものであった。地域とのつながりや将来につながるようなイベントに する。	
	政策の 目的	目的	参加者にさらに寒川町を知っていただき、寒川愛を持たせる
		対象者	小学生～中学生
		手段	寒川の4ヵ所の公園を活用したスタンプラリー型まちあるき
	取り組みの概要	各公園にスタンプを設置し、決まったルートを辿って、計4つのスタンプを集める。スタ ンプを全部集めたら寒川産の梨のジャムとたまごミルク食パンをプレゼントする。まず 初めにスタート地点の田端スポーツ公園で“かながわの水”を配布し、一之宮公園で 湘南みやじ豚の豚むすで腹ごしらえしてもらう。次にさむかわ中央公園で棒コロで腹 ごしらえしていただき、最後にゴール地点の川とふれあえる公園でスタンプを全部集 めた景品として寒川産の梨のジャムとたまごミルク食パンをプレゼントする。	
	期待する成果	・寒川の自然と触れ合える ・寒川町の住民の方々と触れ合える ・寒川の名産品を知ってもらう 寒川町の静かさ、寒川との繋がり、寒川の色々な温かさ、寒川のこと・ものを見る聞く 感じ、五感を通して寒川限定のものや魅力をさらに知ってもらう、再確認してもらう、 もっとすきになってもらう。 ⇒自慢・誇りに感じる	
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)	住民・役場職員 寒川名産品等の生産者		
備 考			

## 「さむかわ地方創生プロジェクト」施策提案シート

基本情報	グループ提案の名称	寒川だけど、HOTです。～寒川町を今よりもっと魅力的に～	
	グループ名	6グループ	
	グループメンバー	大場雄介、篠崎千波、車田靖宏、川瀬和久、飯田智大、若林和弥	
	アドバイザー職員	企画政策部 企画政策課 広報統計担当 川島安代	
政策の内容	政策提案名称	①寒川コスプレイベント	
	政策提案に伴い着目した視点(コンセプトなど)	コスプレで寒川町を元気に！	
	現状と課題	寒川町の観光の目玉である寒川神社は、年末年始以外の集客が弱い。神社に関心の薄い若い世代を取り込みたい。	
	政策の目的	目的	寒川神社の活性化
		対象者	寒川神社の参拝客、コスプレイヤー、カメラマン、地域住民
		手段	コスプレイベント、和装の着付け体験
	取り組みの概要	寒川神社境内を中心にコスプレイベントを開催。全国各地から集まったコスプレ好き、観光客がSNSを通じて寒川町の認知度を上げる。コスプレ好きというコアな客層を狙うことで、他の自治体と一線を画すPR活動にする。イベントの概要としては、普段入りづらい神社の境内やおすすめのスポット等をイベント参加者に案内、自由に撮影等を楽しんでもらう。参加者のマナー向上、寒川への愛着を持ってもらうべくイベント参加者には寒川(神社)の歴史について講習を受けてもらう。コスプレ好き、写真好きばかりではなく、一般参加者にも楽しんでもらう。具体的には“着付け体験”を行い、神社の仕事を体験してもらう。体験で使用する袴は、繁忙期(年末年始)向けに大量に用意されているものを有効活用、参拝者に貸出を行う。ミズ寒川やご当地アイドルの結成を結成し、SNSや動画投稿サイトを使い町PRを行う。	
	期待する成果	コスプレイベントにより、寒川町にたくさんの人に足を運んでもらうことにより、町がにぎわう。県内、県外の人や外国人に寒川の魅力を知ってもらい、SNS等を通じて、寒川のアピールを行うことができる。	
連携して取り組む主体(住民・大学・商工会・観光協会など)	寒川神社、寒川町役場		
備考			

政策の内容	政策提案名称	②進化系わいわい市	
	政策提案に伴い着目した視点 (コンセプトなど)	今あるわいわい市を進化させる。	
	現状と課題	車を利用しなければ足を運びにくい立地。 現在のわいわい市は町外・県外産の産品が多く混在し、地域の特産品が明確でない。 神社までの参道がきれいに整備されているにもかかわらず、土産店、食事処が少ない。	
	政策の目的	目的	直売所に加えて、体験コーナー、食事処を設け、寒川の魅力を集結。観光客も地元客も集まる場所にする。
		対象者	寒川神社への参拝者、観光客、地元客
		手段	進化系わいわい市を寒川神社の最寄駅である宮山駅に新設
	取り組みの概要	直売店わいわい市を発展させ、“進化系わいわい市”を展開する。進化系わいわい市とは、直売所に加え、体験コーナー、食事処を設けた複合施設。寒川の魅力を集結した施設。 ①地域の食材を使った料理が楽しめる食事処 ②寒川名物を用いた体験型のコーナー ③寒川の土産物店 この3つを直売所に併設させる。  具体的な場所としては、宮山駅から徒歩圏内に進化系わいわい市を設置させる。 ・体験型のコーナーでは、寒川名産のスイートピーを使った押し花(押し花キャンドル、しおり等)、フラワーアレンジメントを作ったり、地元食材を使った料理教室を開く。 ・食事処“いちのみや”(仮)では、地元食材を使った、地元感のある料理を提供する。 地元客も楽しめるように、観光客用の食事処にしない工夫として、町民に対し若干の割引を行い、“(いち)”のみや”としても営業する。	
	期待する成果	・宮山駅から徒歩圏内に進化系わいわい市を設置することで、車を利用しなくても足を運びやすい。 ・参拝者が帰宅する際に足を運んでくれる。 ・駅からの人の流れに沿って街に活気を持たせる。 ・地元の特産品を中心にする事で、寒川ブランドを知ってもらえる。 ・町外の人のみではなく、料理教室、イベントなどで町民の交流の場としても活用できる。	
連携して取り組む主体 (住民・大学・商工会・観光協会など)			
備考			