



寒川町
にぎわい交流創出ゾーン
ビジョン



将来見通しに係る注意事項

- ✓ 本資料に記載されている将来に関する見通しは、公表時点での入手可能な情報に基づくものであり、潜在的なリスクや不確定要素を含んだものです。記載された見通しと大きく異なると見込まれた場合には、その都度、軌道修正する可能性があります。
- ✓ 実際の影響を与えうる要素としては、日本および海外の経済及び安全保障情勢、社会インフラや生活スタイルの変化、生活基盤に大きく影響を与えるサービスの登場等、現在想定しえない変化が含まれます。

他計画等の関係

- ✓ 本資料作成時点で、寒川町における他の計画については、そのすべてを尊重し、整合性を保っています。計画の修正等により、本資料に影響がある場合は、速やかに、本資料も修正を行います。

本説明資料における表示方法

- ✓ 数値：単位未満四捨五入
- ✓ 比率：単位で計算後、表示単位の一桁以下を四捨五入
- ✓ 年度：断りがない限り、4月～翌3月の事業年度を示す

1 . 目指す姿

ありたい様子、エリアの図（イメージ）、ビジョンの目的と他計画の関係

2 . 描く エリアの様子

ビジョンを実現するためにミッションを達成する、
描くエリア（県道東側：公共施設集積エリア）のイメージ

3 . ビジョンの活用

ゾーンのビジョン関連像、ビジョン／ミッション／バリュー／コンセプトの関係、
ビジョンの活用（個別案件）

（参考） 策定資料・過程

前提①「つながる力で 新化するまち」、前提②『「高座」のころ。』、作成過程①町全体の分析、
作成過程②ゾーンの分析、ゾーンのビジョン作成における作業対策会議・新設を検討する施設との関係、
町民・関係機関アンケート・ヒアリング調査

1 .目指す姿

多様な人がゆるやかにつながる
きっかけと過ごしたくなる場

多様な人がゆるやかにつながる きっかけと過ごしたくなる場

多様な人が

このゾーンには、特定の人だけでなく、誰もが集まり利用できる場とします。

ゆるやかにつながる

ゆるやかで多様なつながりは、
こころ豊かな暮らしをもたらします。

きっかけと

一人ひとりの想いや可能性に寄り
添った機会を作り出します。

過ごしたくなる場

「自分の居場所」「みんなの居場所」と
思える安心できるエリアを目指します。

エリアの図 (イメージ)



2 .描く エリアの様子

ビジョン

多様な人がゆるやかにつながる
きっかけと過ごしたくなる場

にぎわい交流ゾーンにおいて目指すありたい姿。

「つながる力で 新化するまち」の実現。
パブリックスペースに積極的にパーソナルスペースを用意する。



ミッションの達成により
ビジョンを実現する。

ミッション

つながる機会

つながりたい時に、つながれる場／機会。

人、地域、団体、企業、公共など多様なつながりの機会。
新たな取り組みをしたい時に、仲間を募ることができる。

多様性

属性に縛られないコミュニケーションができる場／機会。

同じ属性だけでない他者と関わることができる。
一方通行でない、相互にメリットのある関わりができる。

自分らしく生きる

自己実現の場／機会。

自分がやりたいことに集中して取り組むことができる。
新しいことにチャレンジできる。

ゾーン内においては、
ハード・ソフト両面
によりミッションの
達成を目指す。

出 会 い

カフェや公園、水辺の遊び場、顔見知りや仲間が集う店などのお気に入りの居場所を持てるようにします。

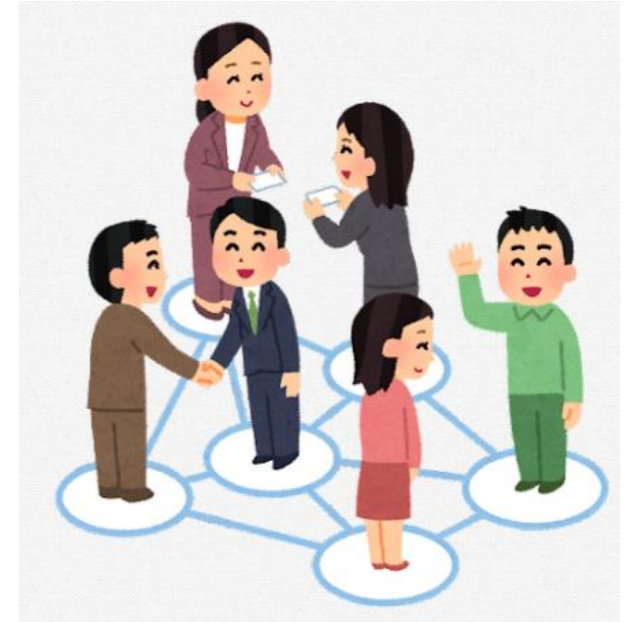
いつもの居場所、顔見知り、仲間が複数持てることは暮らしの中で安心を感じられます。

お気に入りの居場所

何気ない日々の暮らしの中で出会いのきっかけをつくります。ゆるやかで多様なつながりは、感謝・安心・愛情・親切などの感情が連鎖し、こころ豊かな暮らしをもたらします。

チャレンジしたくなる

挑戦したい人の活動を受け入れることができる場所を作ります。多様なつながりは、挑戦する気持ちを抱きやすくなります。また、誰もが活用できる施設があることで挑戦が生まれます。



3 .ビジョンの活用

ゾーン全体

ビジョン

多様な人がゆるやかにつながる
きっかけと過ごしたくなる場

- ビジョン : ありたい姿
- ミッション : 使命
- コンセプト : 実行原理
- バリュー : 価値基準
- アイデンティティ : 自己規定

ミッション

- つながる機会
- 多様性
- 自分らしく生きる

バリュー



各公共施設にコンセプト

アイデンティティ ≡ ブランド『「高座」のころ。』

- 公共施設 マネジメント
- 既存施設 保全・改修
- 新規施設 コンセプト

「穏やかさ、優しさ、あたたかさ」を感じてもらう = 「安心」を感じてもらうための気配りや気遣いなど

ビジョン – 町総合計画2040 より言語化

ミッション – 町総合計画2040策定過程資料（意見）
+ マーケティング分析 より

「つながる力で 新化するまち」を達成するために基本的に追加・修正しない



(ゾーン全体の)
バリュー – ビジョン/ミッション より設定
ゾーン内の全施設などで相互補完し、
ビジョン、ミッションを達成する

時代や社会の変化に応じて随時追加・修正する



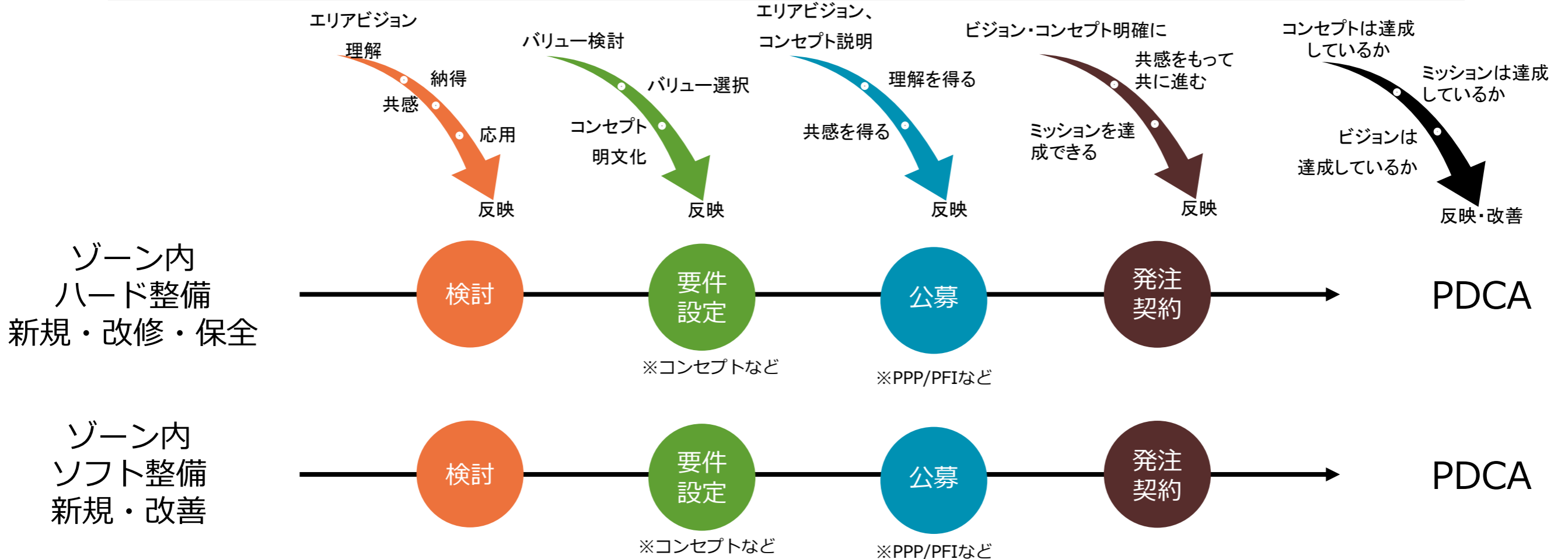
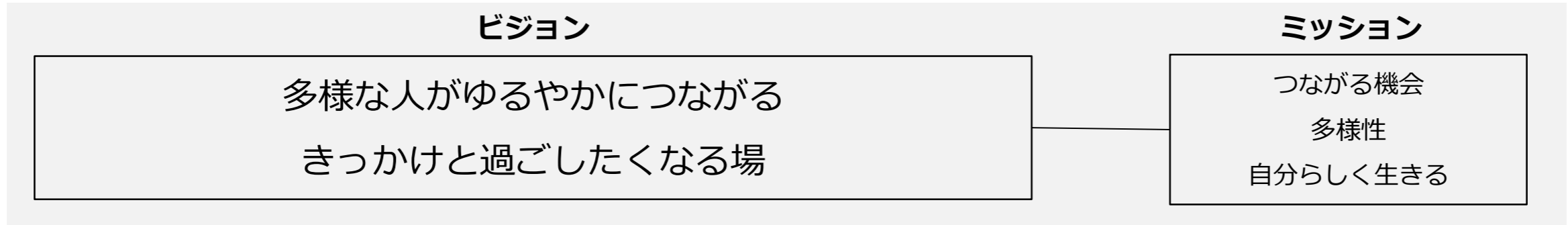
(施設の)
バリュー – ※親和性の高くないバリューも、なるべく内包するよう意識する。
ゾーン全体のバリューから、施設の機能等と
親和性が高いものをチョイス

施設コンセプト = 施設機能 + チョイスしたバリュー

従来の単一機能だけでなく、ビジョン/ミッションを達成するためのバリューを施設コンセプトに含めることで、ゾーン全体の価値を高める

各施設
(新設・改修)

ビジョンの活用（個別案件）



(参考) 策定資料・過程

まちの将来像「つながる力で 新化するまち」

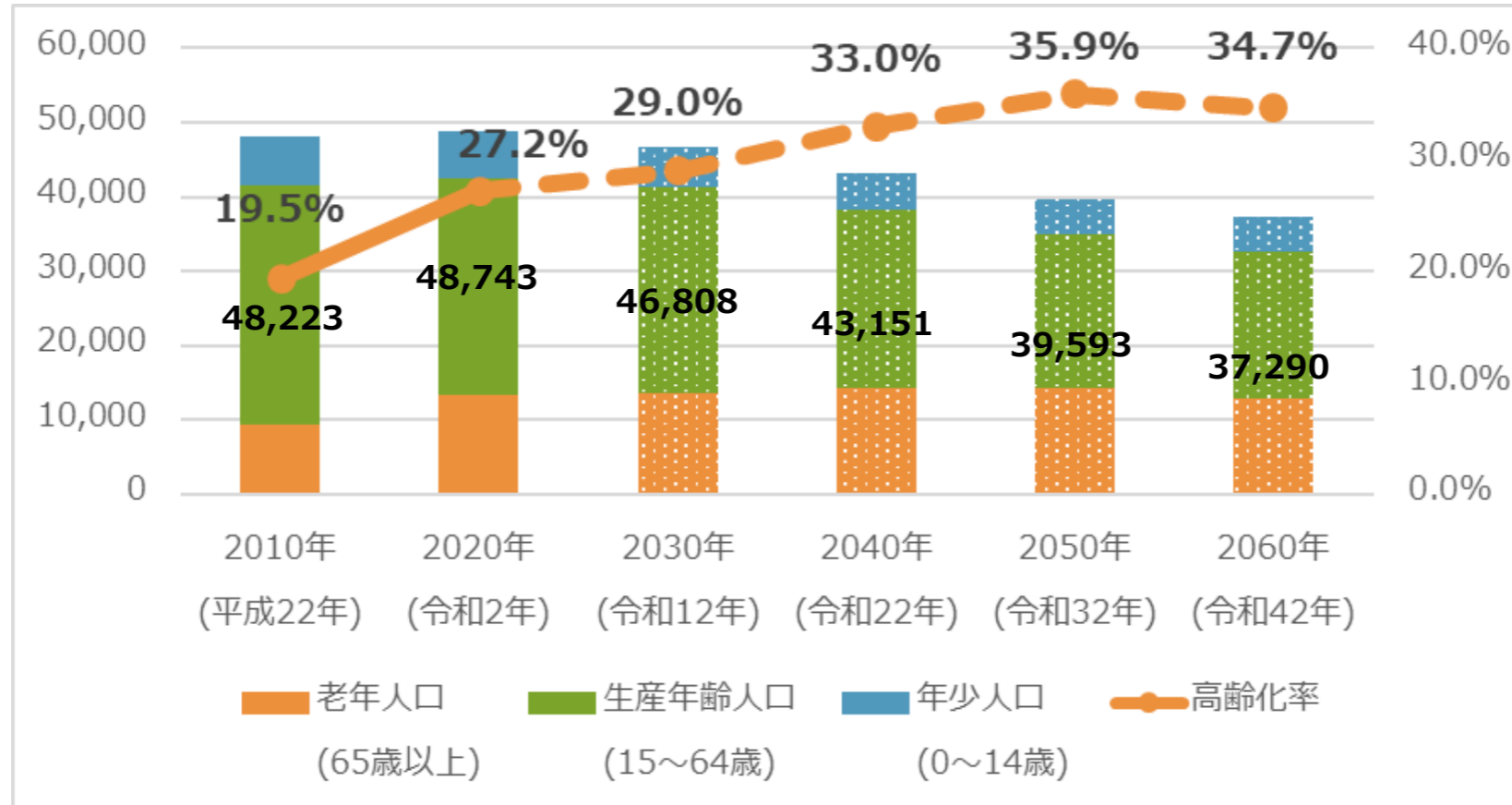
町民のこころ豊かな暮らしを実現するために（目的）

2040年までに実現する寒川町の将来像（目標）

「つながる力で 新化するまち」をつくるまでの3要素

①2040年における背景（課題：少子高齢化・人口減少の進行）

【参考】2020年から2060年までの人口推計（悪いシナリオ）



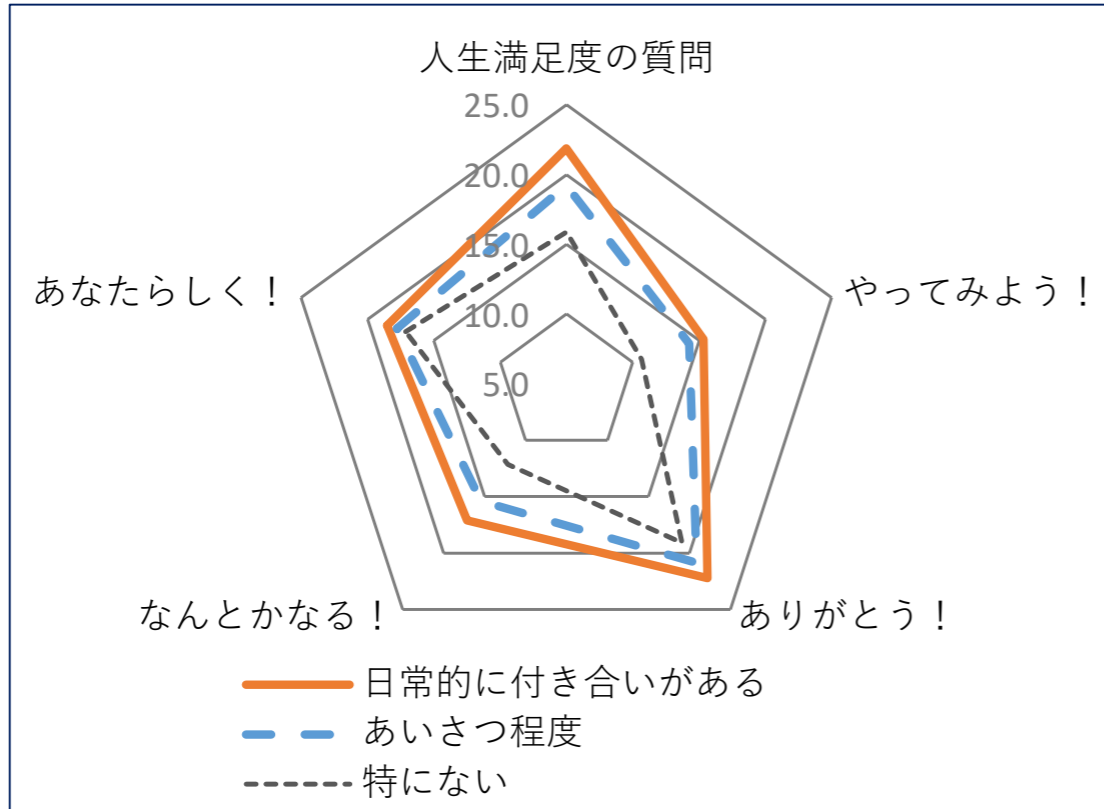
2020年から2040年の間で、

- ・人口は約11.4%減少
- ・高齢化率は5.8%上昇、年少人口は20.8%減少／生産年齢人口は18%減少

「つながる力で 新化するまち」をつくるまでの3要素

②課題を克服する手段（寒川の強み、町民性、幸福学の視点）

【参考】幸福度アンケート結果（ご近所付き合いの有無による比較）



幸福の感じ方を構成する4つの因子

- 「やってみよう！」因子（自己実現と成長）
- 「ありがとう！」因子（つながりと感謝）
- 「なんとかなる！」因子（前向きと楽観）
- 「あなたらしく！」因子（独立とマイペース）

寒川町の特徴（幸福学：統計的観点）

- ・ご近所付き合いなどの「ひとのつながり」を持つ人の方が統計的に幸福感が高い
- ・特に自己実現と成長を表す「やってみよう」の項目で大きな差が表れている

「つながる力で 新化するまち」をつくるまでの3要素

③町民と行ったワークショップ（みんなが望むこと）

総合計画策定のための町民ワークショップ（講演会）

令和元年8月から10月と令和2年1月にかけて計12回実施

- ・幸福学に関する講演会
- ・全体ワークショップ
- ・分野別ワークショップ
- ・地域別ワークショップ
- ・次期総合計画のための講演会

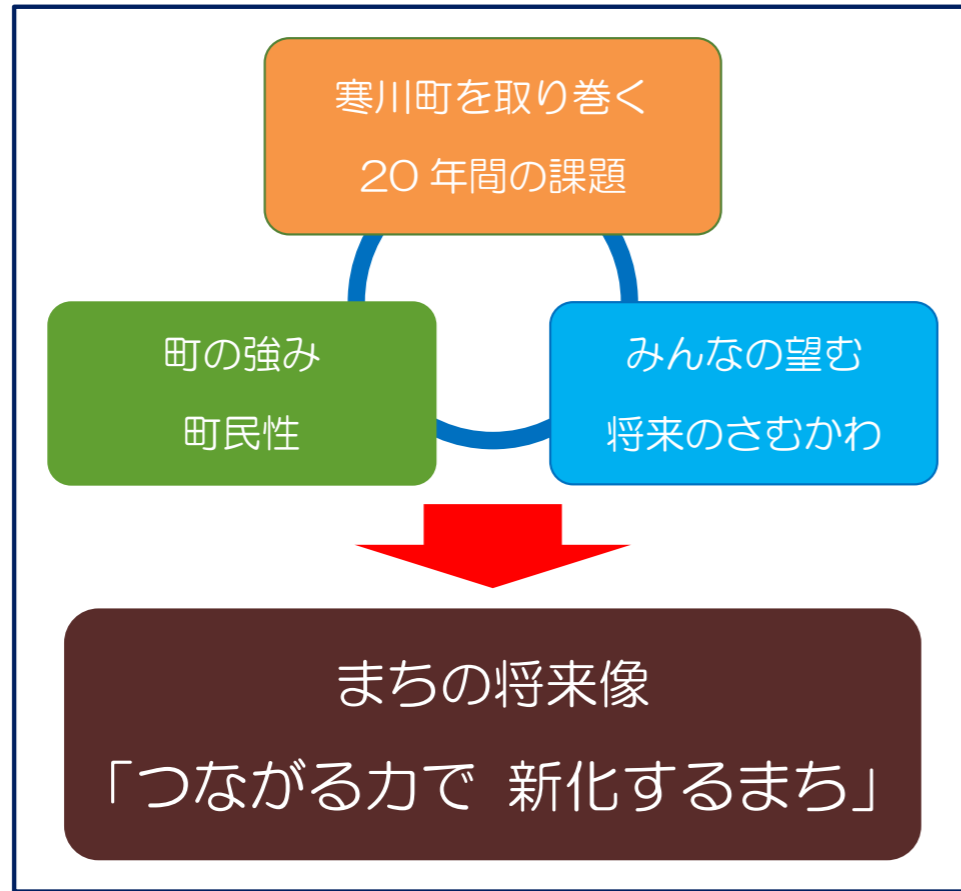
ワークショップでの主な意見（集約）

- ◆人がつながるきっかけ・居場所づくり
- ◆人のあたたかさを感じるまち
- ◆落ち着いたくらしができるまち
- ◆にぎわいのあるまち

ワークショップでは、将来の町に望むこととして、「ひとのつながり」や「あたたかさ」、「落ち着き」と「にぎわい」の同居したまちであることなどが挙げられました。



「つながる力で 新化するまち」とは



『つながる力』

寒川町の町民性・強みであり、同時に町民が将来に望む姿を表し、今後のまちづくりを進めていくための原動力としています。



『新化するまち』

将来的な課題を克服し、成長していく姿を表し、単なる「進化」ではなく新たなことにチャレンジしながらイノベーションを起こしていく姿を「新化」というキーワードに込めています。

アンケート調査の結果から、寒川町では「つながり」が「成長や自己実現」に効果的に寄与するという仮説を立てました。そこで、様々なヒト・モノ・コトと積極的に「つながる」ことで、様々な課題を克服し、これからの時代を切り開いていくことを目指して、「つながる力で 新化するまち」をまちの将来像としました。

ブランドスローガン「高座」のころ。 用語・定義



「高座」

品格

高い志

誇り

いにしえから現代まで（町民の本質）

町民は、一人一人が穏やかで、心優しく、
その心のつながりを大切にしてきました

ブランドの核

「高座」という地名

「人のころ」

寒川町の町民性（強み）

寒川町は、町のブランドスローガン『「高座」のころ。』に表されるように、いにしえより穏やかさ、優しさ、あたたかさを町民性として受け継ぎ、心のつながりを大切にしてきました。

この心のつながりが寒川町の持つ強みと言えます。

- ブランド 差別化された「良い認知」
- 目的 選ばれるまちになる
- 目標 「良いまち」と認知される
- スローガン 「高座」のころ。



マーク

「高座郡」その名に品格と高い志を感じるこの地で
いにしえからさむかわの人々に受け継がれている
穏やかさ、優しさ、あたたかさが「高座」のころです。

- 方向性 マインドバリュー Notステイタスバリュー

まちの将来像「つながる力で 新化するまち」

ブランドスローガン 「高座」のこころ。 用語・定義



これらを踏まえて

寒川町のマーケティングリサーチ / 寒川町の目指すべき方向性

【寒川町の分析】

3 C分析

企業のマーケティングにおいて、顧客（Customer）・競合（Competitor）・自社（Company）の観点から市場環境を分析し、経営戦略上の課題を導く手法。

STP分析

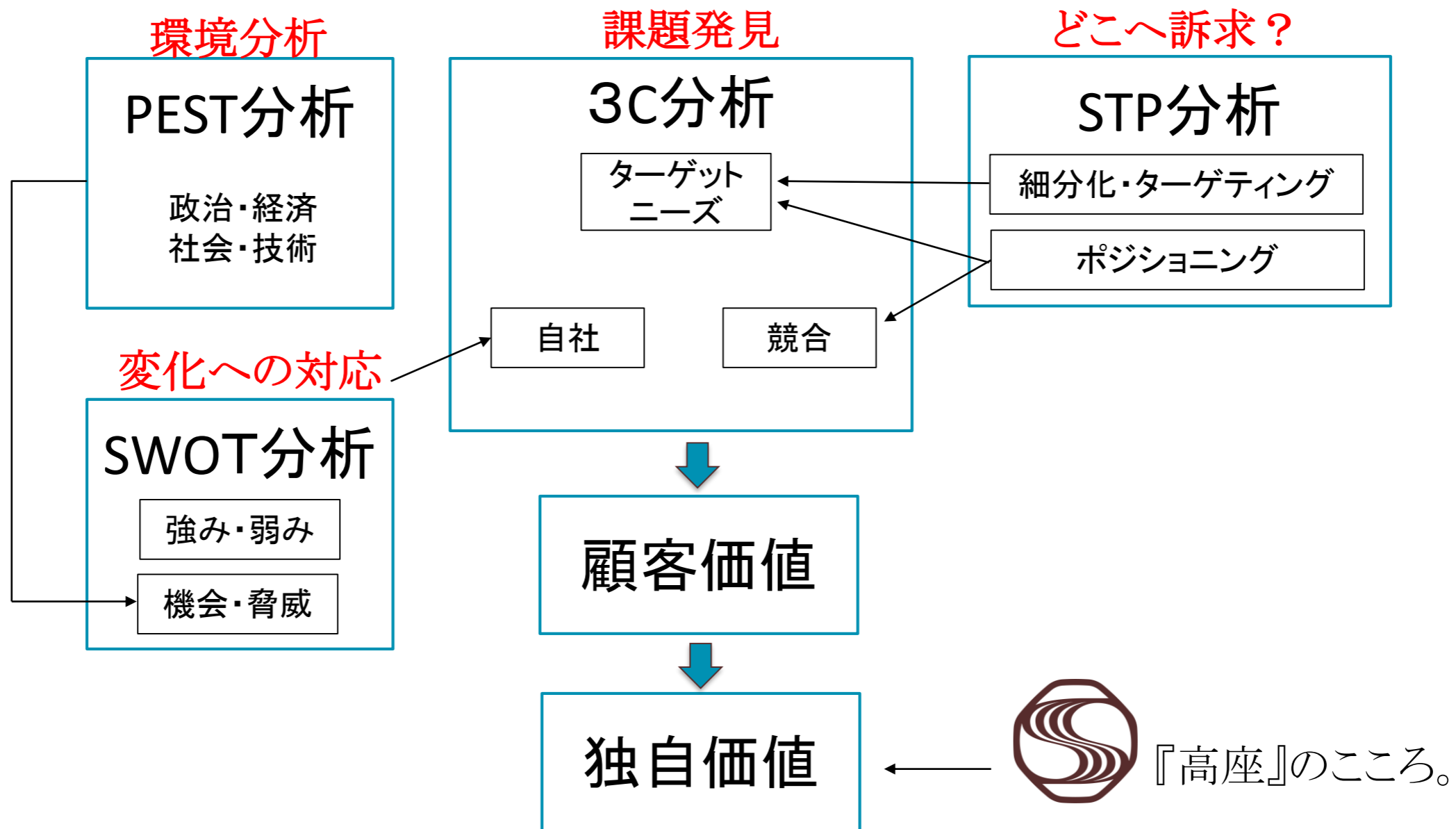
セグメンテーション（市場細分化、Segmentation）、ターゲティング（狙う市場の決定、Targeting）、ポジショニング（自社の立ち位置明確化、Positioning）を行う手法。

PEST分析

政治的（Political）、経済的（Economic）、社会文化的（Social-cultural）、技術的（Technological）。経営戦略における環境スキャニングで使用されるマクロ環境要因のフレームワーク。

SWOT分析

目標達成するために、意思決定を必要としている組織や個人の事業場の都合やプロジェクト計画などに関係する脅威について、外部環境や内部環境を強み（Strengths）・弱み（Weaknesses）・機会（Opportunities）・脅威（Threats）の4つのカテゴリーで要因分析し、事業環境変化に対応した経営資源の最適活用を図る経営戦略策定方法。



政治（国）

- 機会（長期）：Well-beingを重視した政策
- 機会（長期）：地方経済の回復による地方創生の推進
- 脅威（短期）：感染症から命と暮らしを守る

経済

- 機会（長期）：産業集積拠点としての田端西地区のまちづくり
- 機会（長期）：さがみロボット産業特区によるイノベーション創出
- 脅威（長期）：人口減少による地域経済の縮小
- 脅威（長期）：寒川町は商業消費は域外に流出している。
- 脅威（長期）：社会保障費の増

社会

- 機会（長期）：市街化区域への新たな住宅地開発の余地がある
- 脅威（長期）：人口減少社会の到来
- 脅威（長期）：高齢化が進む
- 脅威（長期）：高齢化や単身者の増による地域のつながりの希薄化
- 脅威（長期）：スマートフォンの普及などによる地域のつながりの希薄化
- 脅威（長期）：公共施設の老朽化

技術

- 機会（短期）：メタバースの普及
- 機会（短期）：5Gの普及

「強み」

- 製造業を中心に、安定した雇用の機会がある。
- 豊かな自然環境
- 町財政の健全性
- さがみ縦貫道路のインターチェンジが2か所あり、車による交通利便性が高い。

「弱み」

- 10代後半から20代を中心に転出超過しており、多子世帯が増えづらい構造にある。
- 女性の働く環境を整えることが課題である。
- 首都圏にも関わらず、地方からの流入は乏しい。
- 商業や公園環境については近隣自治体と比較して、利便性の観点から見劣りする。
- 買物のしやすさや交通の利便性を求めて、町外へ転出している人が多い。
- 寒川町の認知度が低い。

「機会」

- 寒川駅北口地区土地区画整理事業の進行に伴うまちの玄関口の魅力が高まった。
- さがみロボット産業特区によるイノベーション創出
- 市街化区域への新たな住宅地開発の余地
- 年間約200万人の参拝者が訪れる寒川神社
- 産業集積拠点としての田端西地区のまちづくり
- 都市未来拠点としての新幹線誘致周辺のまちづくり
- Well-beingを重視した国の政策

「脅威」

- これまで続けていた人口増加が止まり、人口減少に転じることで、まちづくりの考え方の転換が必要。
- 高齢化が著しく進行する。
- 人口減少社会における自治体間競争の激化
- 地方経済の低迷による地方税の減収
- 増え続ける社会保障費
- 高齢化、単身者の増、デジタルの進化による地域での人のつながりの希薄化

寒川町の「SWOTクロス分析」

	<p>「機会」</p> <ul style="list-style-type: none"> 寒川駅北口地区土地区画整理事業の進行に伴うまちの玄関口の魅力が高まった。 さがみロボット産業特区によるイノベーション創出 市街化区域への新たな住宅地開発の余地 年間約200万人の参拝者が訪れる寒川神社 産業集積拠点としての田端西地区のまちづくり 都市未来拠点としての新幹線誘致周辺のみちづくり Well-beingを重視した国の政策 市街化区域への新たな住宅地開発の余地がある 	<p>「脅威」</p> <ul style="list-style-type: none"> これまで続けていた人口増加が止まり、人口減少に転じることで、まちづくりの考え方の転換が必要。 高齢化が著しく進行する。 人口減少社会における自治体間競争の激化 地方経済の低迷による地方税の減収 増え続ける社会保障費 高齢化、単身者の増、デジタルの進化による地域での人のつながりの希薄化
<p>「強み」</p> <ul style="list-style-type: none"> 製造業を中心に、安定した雇用の機会がある。 豊かな自然環境 町財政の健全性 さがみ縦貫道路のインターチェンジが2か所あり、車による交通利便性が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 心豊かに暮らせる環境を生かしたWell-beingを重視したまちづくり (豊かな自然環境、安定した雇用、交通利便性、生活のしやすさ、町財政の健全性など) Well-beingを感じられる拠点の整備 寒川神社と連携したプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> 長期的視点を持った行財政運営 豊かな自然環境を生かした地域内外の人のつながりの強化
<p>「弱み」</p> <ul style="list-style-type: none"> 10代後半から20代を中心に転出超過しており、多子世帯が増えづらい構造にある。 首都圏にも関わらず、地方からの流入は乏しい。 商業や公園環境については近隣自治体と比較して、利便性の観点から見劣りする。 買物のしやすさや交通の利便性を求めて、町外へ転出している人が多い。 寒川町の認知度が低い。 	<ul style="list-style-type: none"> 女性の働く環境を整える。 	<ul style="list-style-type: none"> 商業や公園環境の充実により、地域内外の人のつながりの強化

S_セグメント

- 自然的 / 都会的
- ゆっくり / 慌ただしい
- まじめ / 適当 / 不真面目
- 戸建多い / 建売多い / マンション多い
- 自信ない → 自信ある
- 保守的 → 挑戦的
- 生活圏狭い / 生活圏広い

○ 寒川町の現在の傾向

→ 現在の傾向を変えていきたい

- 町民アンケートにより、「つながり」がある人は幸福度が高い結果となった。
また、自信を持ち、挑戦的になるためには、人とのつながりが重要となることも判明した。
- 町民ワークショップにより、町民は「ゆるやかなつながり」を求めている。
- まじめであたたかな人とつながることで寒川町の魅力が伝わる。
- 「つながる」ことを求めている人だけでなく、「つながる」ことに無意識な人も含めて「つながることで幸せになれる人」をターゲットとする。

T_ターゲット

「つながる」ことで幸せになれる人

P_ポジショニング

- ゆるやかなつながりがあるまち
- そこから挑戦的に地域活性化を図る。

= まちの将来像 「つながる力で 新化するまち」

周辺自治体

- 大型ショッピングモールがある
- 複数のコンテンツを1つの施設で楽しめる
- 面積が大きい
- 都心への電車交通が便利

寒川町

- 大型ショッピングモールない
- 自然や農地が分散している
- 小売店や飲食店が分散している
- 複数のコンテンツを楽しむには移動が必要
- 面積が小さく町内移動はしやすい
- 都心への電車交通は不便
- 周辺自治体や圏央道への車交通は便利
- 町ブランドの推進

ニーズ

- 寒川町に住む人は自然好き
(だけど触れ合う機会が少ない)
- テレワークが浸透し東京からの移住者増
- 町民はゆるやかなつながりを求めている

目指す方向 (独自価値)

- 周辺自治体の大型施設を利用
(周辺自治体への交通利便性向上)
- 町は穏やかな生活 (人はやさしく、あたたかい)
- ゆるやかなつながりをつくる
- 強いつながりもつくり、新たな事業などを生み出す
- 「移動が不便」を「自然や歴史を感じながら快適に移動できる」に変える。
=居心地がよく歩きたくなるまちづくり
- 「高座」のこころ。



寒川町のマーケティングリサーチ / 寒川町の目指すべき方向性

【寒川町の分析】



【寒川町の分析】を踏まえて

にぎわい交流創出ゾーンの分析から見た方向

【にぎわい交流創出ゾーンの分析】

にぎわい交流創出ゾーンの概要



※エリア範囲は確定していません。



●にぎわい交流創出ゾーン

さむかわ中央公園周辺は、寒川総合体育館、寒川町民センター、寒川総合図書館などの公共施設が集積しており、イベントなどが頻繁に開催され、多くの方々が交流を深めています。また、寒川神社は、かながわのまちなみ100選などに選ばれ、寒川町の歴史文化のシンボルとして多くの方々から親しまれています。さらに、町役場の隣接地には既存の公共施設を複合化した新たな複合施設の建設の検討を進めていることから、これらの特性を生かして、町内のにぎわいと町外との交流を創出することで、地域の活性化資源として活用する「にぎわい交流創出ゾーン」とします。

寒川町総合計画2040より

政治

- 機会（長期）：国が官民連携のまちづくりを進めている。
- 機会（長期）：国が滞在快適性等向上区域（まちなかウォークアブル区域）を進めている。
- 脅威（長期）：畑や田んぼの用途が限定されており、まちづくりの幅が狭い。

経済

- 機会（短期）：官民連携に関する補助金が制度として整備されている。
- 機会（短期）：まちなかウォークアブルに関する補助金が制度として整備されている。
- 機会（長期）：寒川神社参拝客年間約200万人が利用する施設やサービスをつくる余地がある。
- 機会（長期）：公共施設が老朽化しており、更新する際に効果的な官民連携による取組の可能性はある。

社会

- 機会（短期）：新型コロナウイルス感染症の拡大により、人口過密地域を避ける傾向にある。
大型ショッピングモールでの買い物からインターネットでの購入へ。
- 機会（短期）：新型コロナウイルス感染症の拡大により、マイクロツーリズムが流行っている。
- 機会（長期）：持続可能な社会への関心が高まっており、自然の豊かさの価値が高まっている。

技術

- 機会（長期）：自転車や電動キックボード（主に海外）のシェアが普及しはじめている。
- 機会（短期）：メタバースの普及、5Gの普及

SWOT分析

<p>強み【人が集まり,自然や歴史がある】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人が集まる施設が集約 ・町内外から車でアクセスしやすい ・自然が残っている ・歴史的施設がある 	<p>機会【施設設置の可能性はある】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・役場南側に施設建築が可能な土地がある。 ・中央公園西側に、施設設置の可能性のある土地がある。
<p>弱み【商業的魅力が低い】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・駅から少し離れている ・相模線が単線 ・施設が分散しているため移動が必要 ・飲食店や小売店が少ない 	<p>脅威【施設更新が必要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共施設の老朽化 ・

SWOTクロス分析

	<p>機会 【施設設置の可能性はある】</p>	<p>脅威 【施設更新が必要】</p>
<p>強み 【人が集まる町の顔】 【自然や歴史がある】</p>	<p>自然や歴史を生かしつつ、ニーズのある施設を設置すれば、さらに人が集まる可能性が高い。</p>	<p>施設更新を活かし、ニーズのある施設設置を実施する。</p>
<p>弱み 【商業的魅力が低い】</p>	<p>施設設置する場合は、商業的な魅力を向上させることで、強みや機会を生かすことができる。</p>	<p>施設更新や民間施設設置の機会を活かし、商業的な魅力を向上させる。</p>

分析の結果

施設更新／設置を契機に自然や歴史を生かして、ゾーンに顧客ニーズのある機能を設置することで、ゾーンや町の魅力を向上させることができる。

■ ゾーンの特徴

- 自然や施設が集積しており、人が集まる町の顔
- 商業的な魅力が低いですが、公共施設の更新／設置に合わせ、ニーズに合う機能を設置することでゾーンや町全体の価値を向上することができる。

■ 「つながる」ことで幸せになる人のニーズ

- ゆるやかにつながる機会（所属するつながりだけでなく、接続するつながりも）
- 自分らしくいられる空間（ダイバーシティ）
- 自己実現（社会への帰属）

■ 目指す方向（独自価値）

- 多様な人がゆるやかにつながる、きっかけと過ごしたくなる場

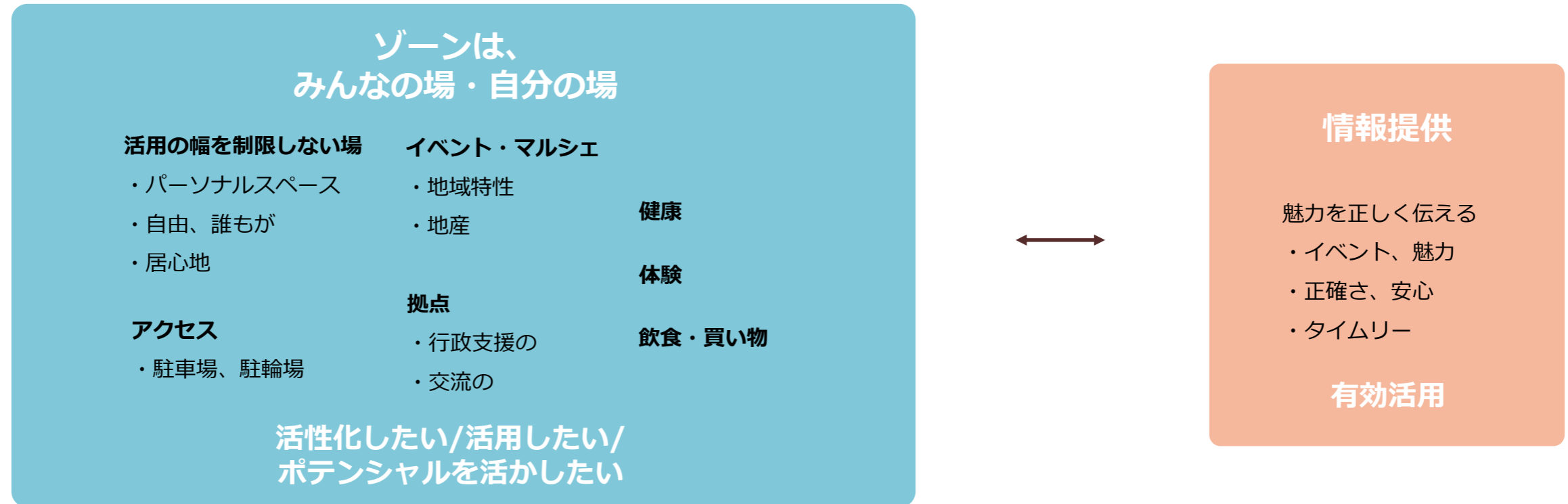
調査概要

- 実施期間：令和4年11月 ～ 令和5年1月
- 調査項目：総合計画2040策定にあたって行ったワークショップ等の意見からビジョンのありたい姿を「多様な人がゆるやかにつながる、きっかけと過ごしたくなる場」と設定しているが、目指す姿を達成するために、具体的にどのような機能やサービスが必要か調査を行った。また、ゾーン内において、町民ニーズを深掘りするだけでなく、役場以外の関係団体にもそれぞれの目線での考えをヒアリングした。
- 実施方法：企画政策課 … 神奈川県電子申請システムを活用したアンケート調査（対象者制限なし）
財産管理課 … 町内店頭などでアンケート調査（投票式）
健康づくり課 … 健康管理センター（社会福祉協議会）にヒアリング
子育て支援課 … 来庁者へアンケート、及び職員（保健師）にヒアリング
産業振興課 … 観光協会、商工会にヒアリング
農政課 … JAさがみにヒアリング

調査結果(ゾーンを使う人たちの意見)

町の中心に位置するエリアのため、上手に活用したい、してほしいという意見が根底にある。そのうえで、既存の課題解決と更なる活性化の両面を満たすために、可変性が高く、場を有効利用できることや、人が集まるような工夫が重要であるといった意見が多かった。

どの意見も、想定していたバリューの「交流機会」「集客」「留まる空間」との親和性が高く、さらに、**その情報発信が大事**だという結果が得られた。



■ 調査結果(ゾーンを使う人たちの意見)

町の中心に位置するエリアのため、上手に活用したい、してほしいという意見が根底にある。そのうえで、既存の課題解決と更なる活性化の両面を満たすために、可変性が高く、場を有効利用できることや、人が集まるような工夫が重要であるといった意見が多かった。

どの意見も、想定していたバリューの「交流機会」「集客」「留まる空間」との親和性が高く、町民や関係者のニーズとビジョン（案）の方向性との整合性が認められた。一方で、交流機会のニーズとしては、異なる境遇や考えの人よりも同じ境遇や考えの人との交流を望む町民が多かった。ビジョン案「多様な人がゆるやかにつながるきっかけと過ごしたくなる場」の「多様な人」とは、境遇や考えが同じ人も異なる人も含めた意味を込めているが、異なる人のみを意味していると誤解を与える可能性があることから「多様な人が」を除き、「ゆるやかにつながる」の説明において「多様な」を強調することとした。

~~多様な人が~~ゆるやかにつながる
きっかけと過ごしたくなる場

ゆるやかにつながる

「ゆるやか」で「多様な」つながりは、こころ豊かな暮らしをもたらします。

アンケート概要

- 実施期間：令和4年12月15日 ～ 令和5年1月9日
- 実施方法：神奈川県電子申請システムにてインターネット上で回答
- 周知方法：町HP、LINEプッシュ通知（3回）
- 回答総数：385件（うち、有効回答380件※1）

（※1：回答のうち、生年月日等の回答者属性が完全一致し、かつ自由記述の内容も一致したものは、同一者として最新の回答のみ有効とした。）

結果まとめ

- エリア内での交流は、「同じ趣味や興味を持つ人」との交流を希望する人が多く、「時間があるとき」や「楽しみや充実感を得たいとき」に交流したいと希望する人が多い。
- エリア内に行きたいと思うには、「様々なイベントが開催できる場」や「駐車場・駐輪場」を重要にする人が多い。「飲食」などのサービスが欲しいと希望する人が多い。
- エリア内で過ごすためには、「イスやテーブル」、「空調の効いた空間」を希望する人が多く、「飲食」や「様々なイベント」などのサービスが欲しいと希望する人が多い。

「多様な人がゆるやかにつながる きっかけと過ごしたくなる場」とのかかわり

- ゾーン内において、「様々なイベントが行われること」がこのエリアに人を集める重要な要素であることから、様々な利活用ができる**余白のある**面整備が必要となる。

⇒ (仮説) 活用の幅を制限しない「場」の提供が必要

- 「空調」や「イスやテーブル」など、快適に過ごせることがエリア内の居心地に寄与するため、外空間だけでなく、建物内においても、**小休憩できる場**を積極的に設ける必要がある。

⇒ (仮説) 積極的なパーソナルスペースの提供が必要

- 「つながり」という面においては、「同じ趣味や興味を持つ人」と楽しみや充実感を得たいときに交流したいという人が多く、機会や場の提供だけでなく、**わかりやすい情報発信**や案内の設置など、知ってもらえる、わかりやすいことが重要である。

⇒ (仮説) 期待を裏切らないためのビジョンの徹底が必要

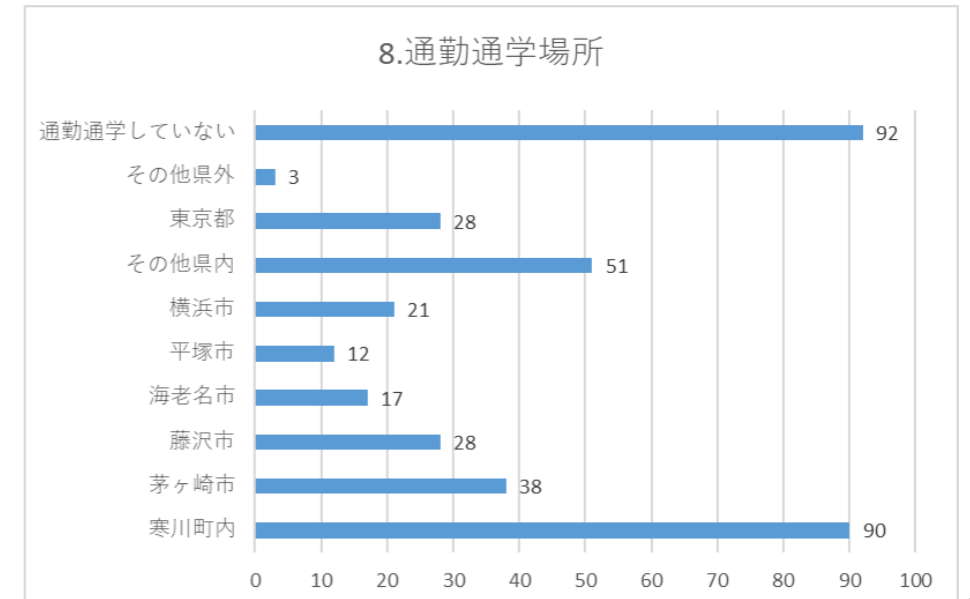
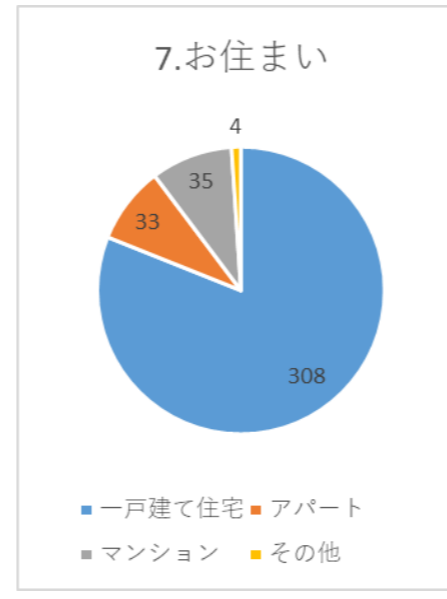
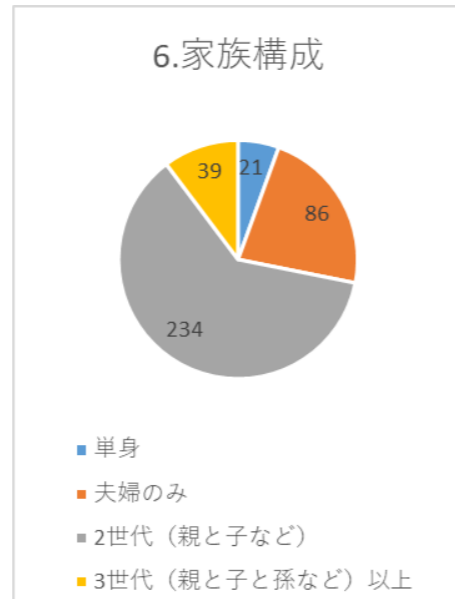
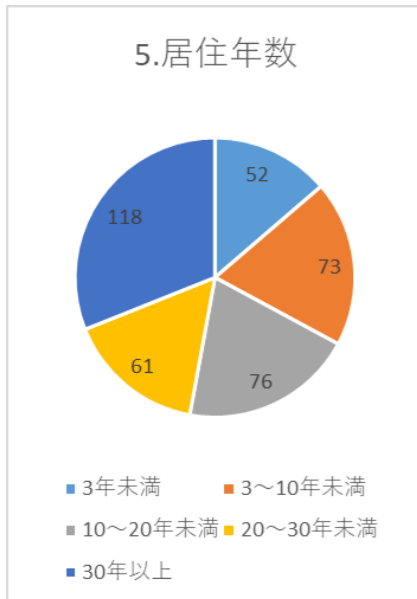
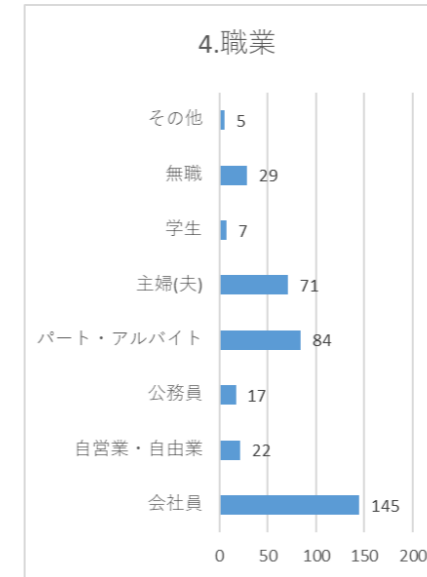
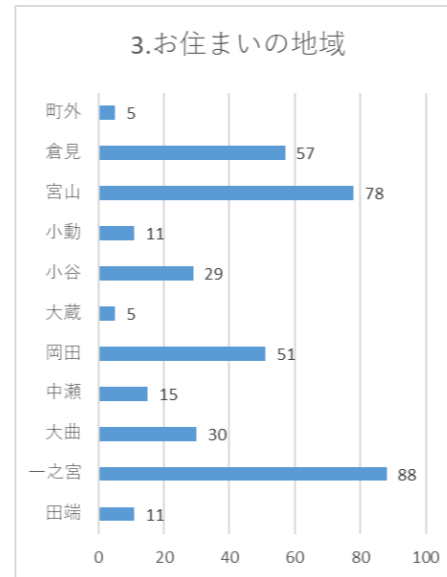
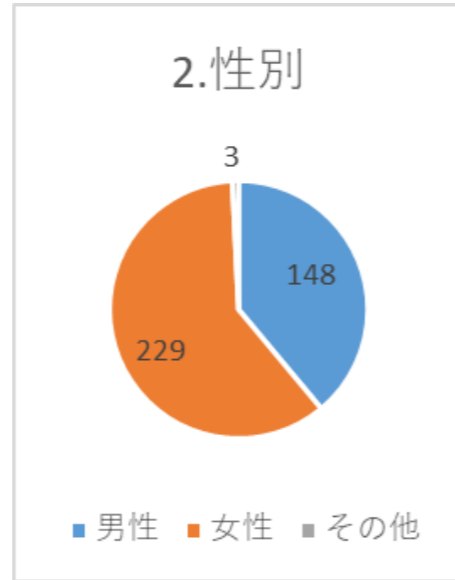
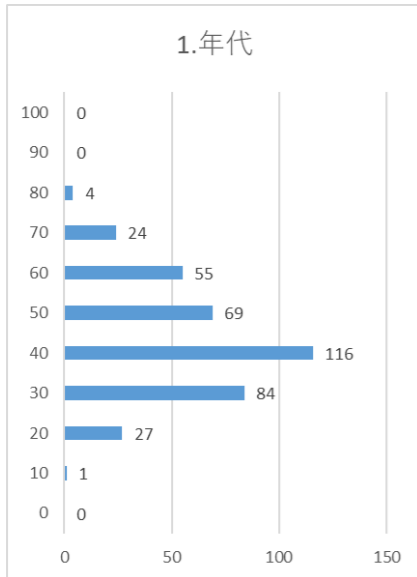
■ 「多様な人がゆるやかにつながる きっかけと過ごしたくなる場」とのかかわり

- 境遇／考えが同じ人とつながりたいと考える方が多い結果となった。

⇒ **（仮説）コロナ禍により、同じ境遇／考えの人とのつながりが不足したことにより人とのつながりが求められている。このゾーンにおいて境遇／考えが同じ人とも異なる人ともつながるきっかけを作る必要がある。**

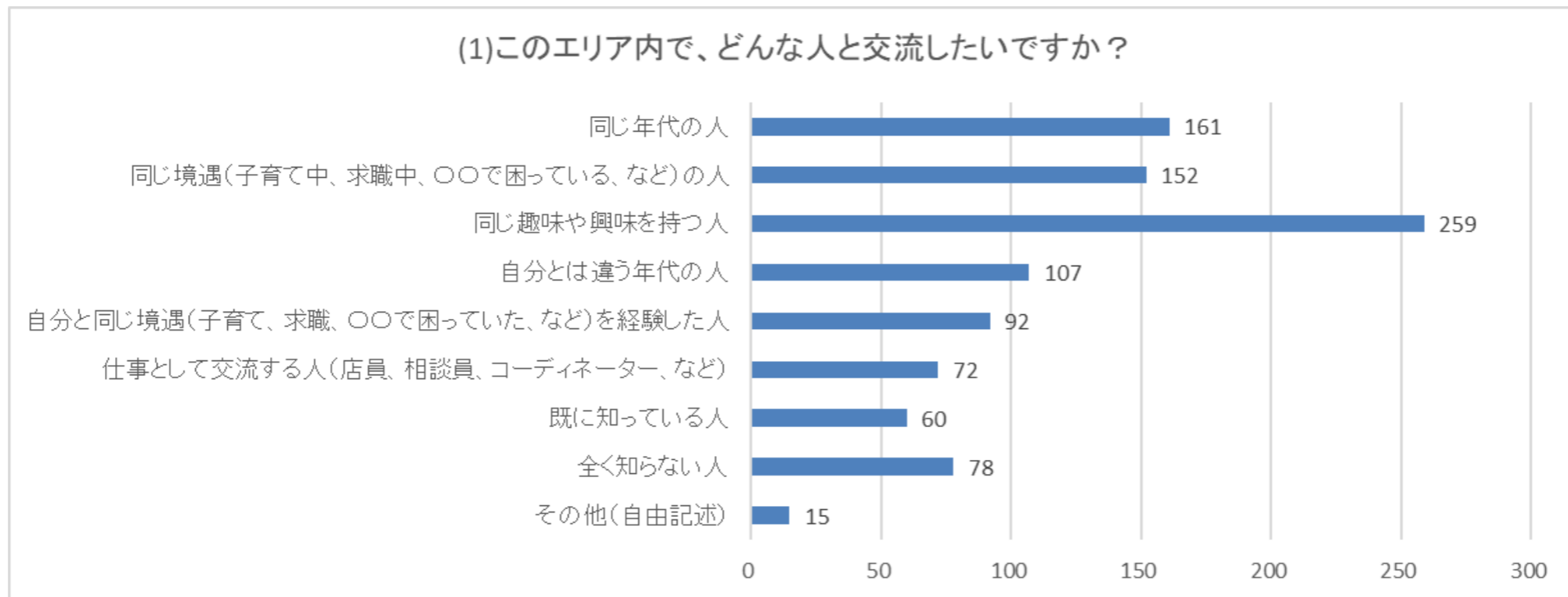
回答者属性

N = 380



設問への回答

問2 エリア内での「交流機会」を創出するために、質問します。



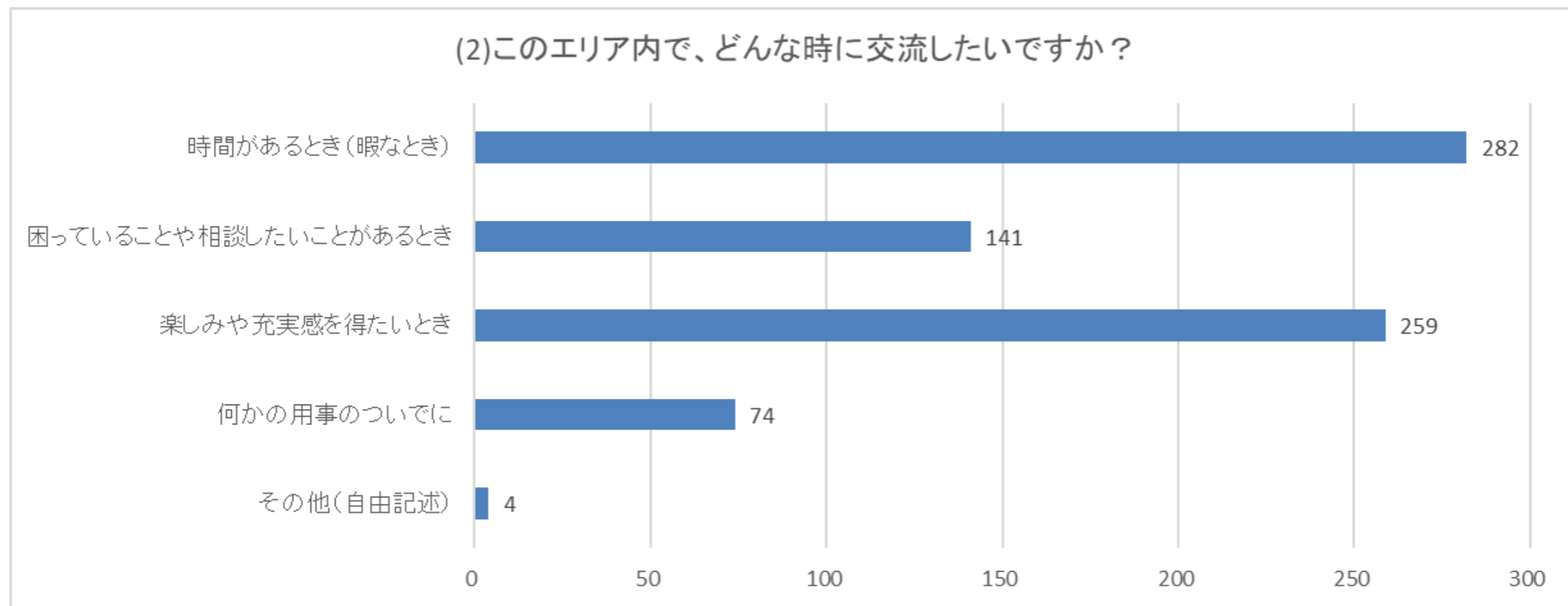
(自由記述)

- ・親しい人達とくつろいで休憩したい
- ・寒川町に興味を持つ若年層から子育て世代の男女
- ・寒川町に興味を持ってきてくれる観光ゲスト
- ・視覚・聴覚障害者、認知症の人とその家族など、街中でなかなか出会わない人
- ・一人でいたいので、交流は避けたい。

- ・知識人
- ・同業の人と情報交換
- ・全国初の寒川町に出来た赤ちゃん食堂を応援したい人達(町の人口増加につなげる活動にしたい)
- ・若い人達との交流
- ・町会議員さんとの意見交換とか
- ・色々な人と交流したい

設問への回答

問2 エリア内での「交流機会」を創出するために、質問します。

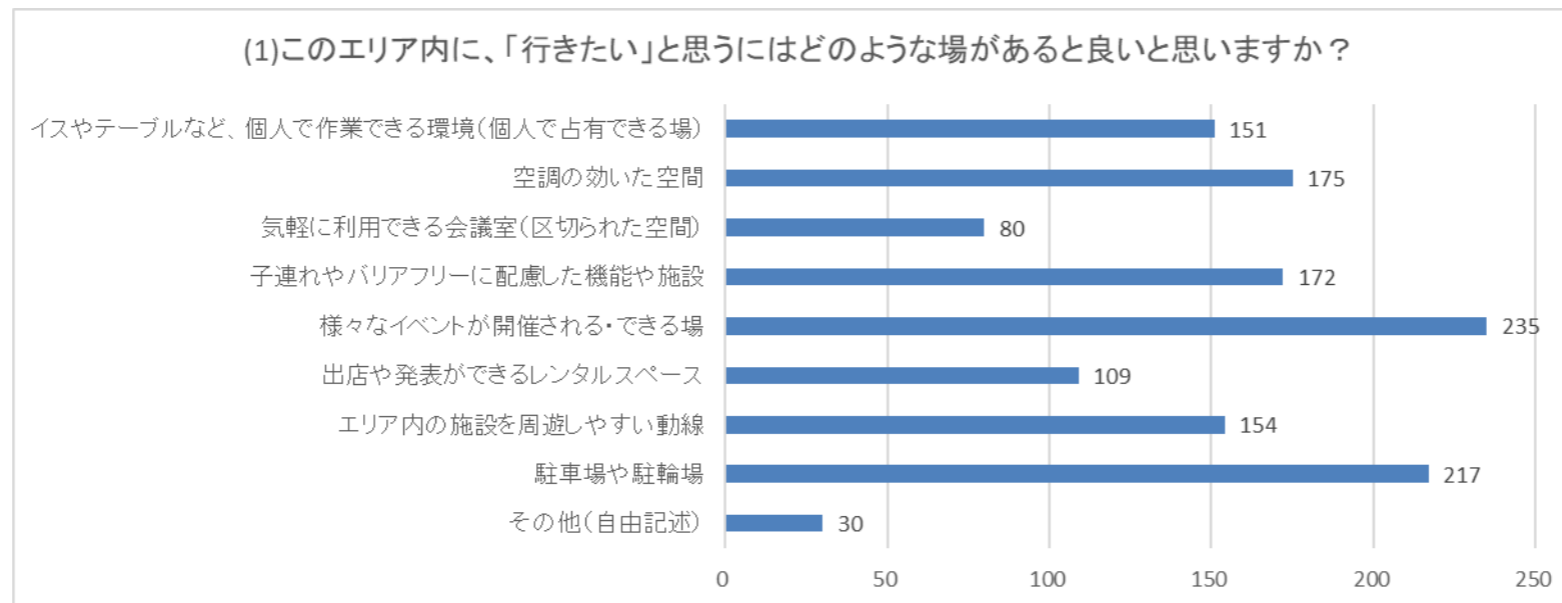


(自由記述)

- ・応援団を作って定期的な活動をしたい。
- ・タイミングが合えば
- ・お花見シーズン
- ・観光で来る人には道の駅的な役割。

設問への回答

問3 エリア内での「集客」を創出するために、質問します。



(自由記述)

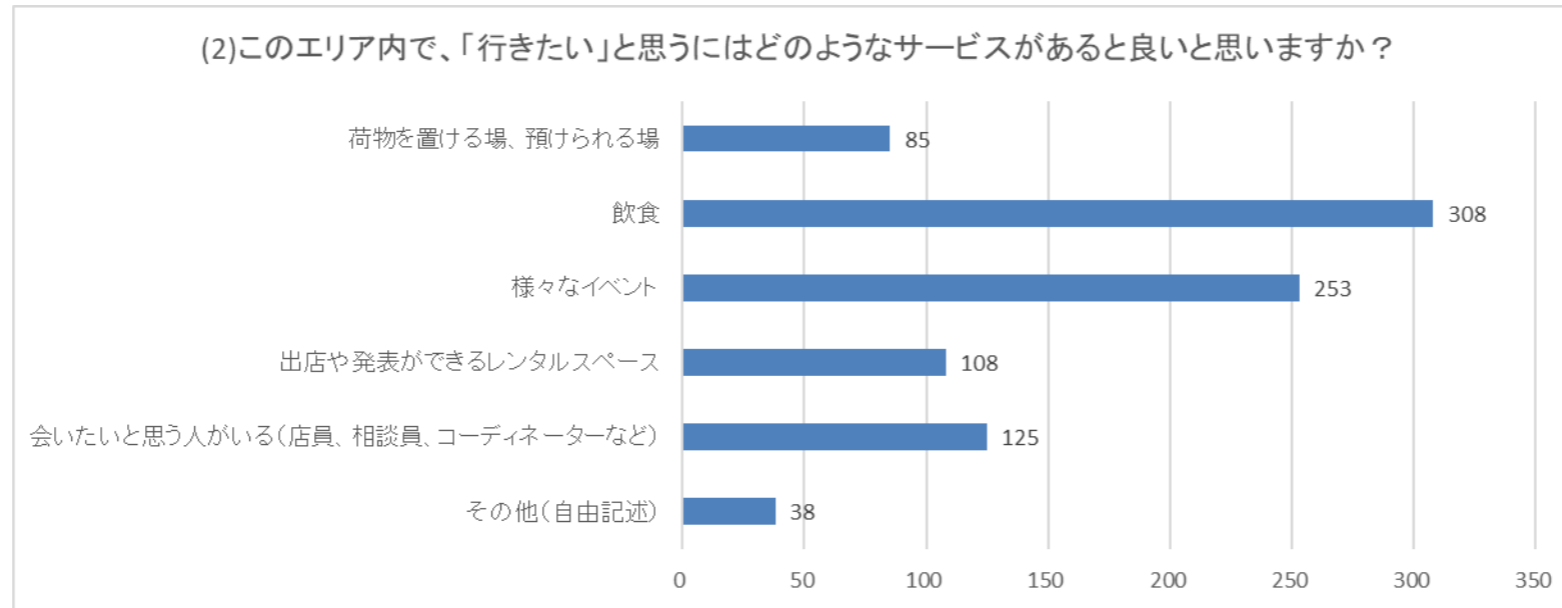
・具体的な施設のイメージを示したうえで、意見を求めるものではありませんか？

- ・飲食が充実している。
- ・楽しく散歩ができ、見知らぬ人達と会話等できる事。
- ・焚き火などができる施設
- ・木陰で混雑を気にせずゆっくり座れる場所
- ・屋外トレーニング出来る遊具の設置
- ・コンクリートは不要。出来るだけ地面を残して欲しい。アスファルトをこれ以上増やして欲しくない。温暖化が進む。
- ・寒川神社に関係したお土産の店を開く
- ・落ち着くスペースと自然
- ・商業施設
- ・ペットが遊べる自由な空間
- ・テラス図書館カフェ。 足湯。競技場。
- ・オープンカフェ、パブリックアート、美術館
- ・平塚市のジ・アウトレットのような施設
- ・オシャレ ホットとできる

- ・雨天でもお弁当などを持参して子ども連れでも一人でも食事できるスペース、子どもが遊べるスペース
- ・市民活動センターと福祉センターのイメージ
- ・ペット同伴可の室内エリア、スペース
- ・無料送迎バス付き
- ・親子が農業体験や職業体験ができる場所・お店
- ・質の高いサービスの提供の場
- ・DIYやリフォーム、道具の使い方などについての講習
- ・一の鳥居からこの鳥居山道脇に露店やキッチンカーが置いて食べ歩きをしながら、みや(編集注:記載のまま)
- ・バスの停留所
- ・子どもが遊べる
- ・オシャレなカフェなんかがあると嬉しいです
- ・EVの充電器。急速と200VのV2H。町民と観光者のニーズが融合できるような施設が良い。山梨のぷくぷくの夢のように、温泉施設が市民にも、観光者にも役立つような。
- ・寒川は緑が豊かなので、ストレスをもった人がほっと出来る場所
- ・四季折々の、植物が楽しめるエリア
- ・バスケのコートもっとあれば

設問への回答

問3 エリア内での「集客」を創出するために、質問します。



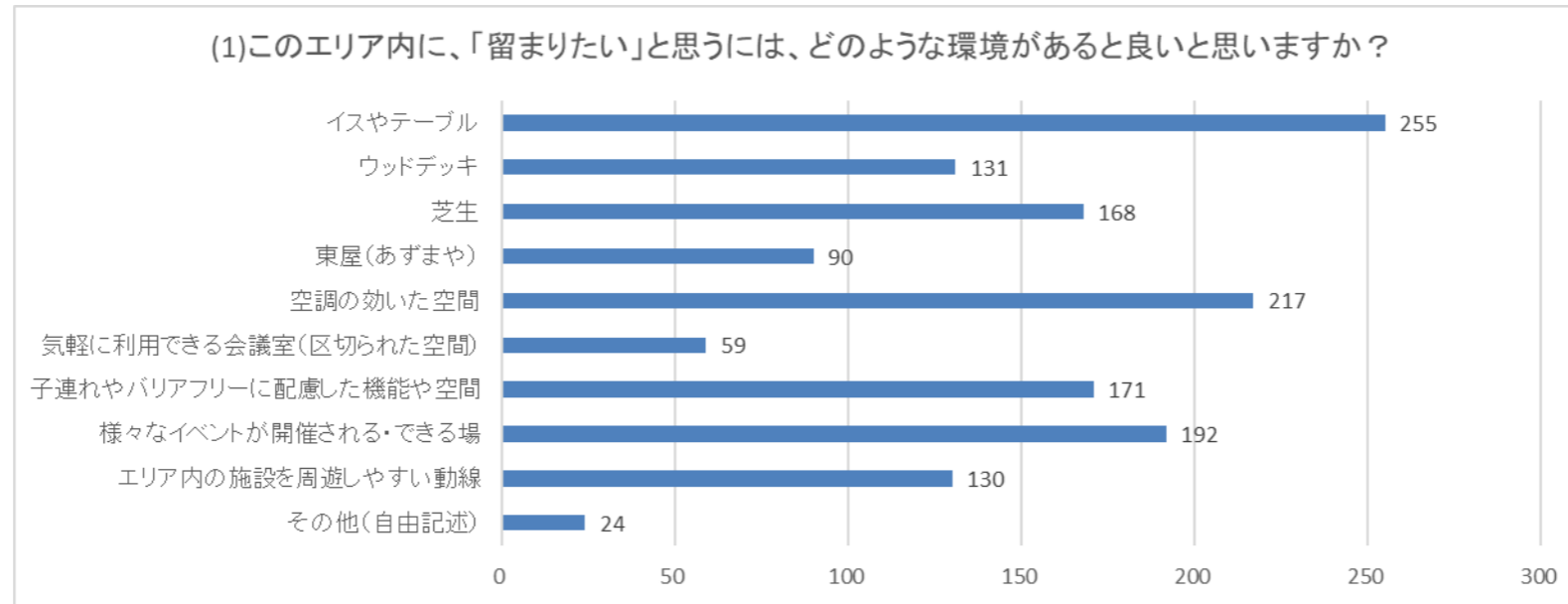
- (自由記述)
- ・遊具の充実
 - ・遊歩道
 - ・無料貸出サービス
 - ・電源
 - ・充実した公園
 - ・駐車場な確保
 - ・集団でやるダンス、自由参加。
 - ・普段できない体験
 - ・綺麗なトイレ
 - ・自動販売機があること。
 - ・費用があまりかからないこと
 - ・文房具と学用品売り場、駄菓子屋
 - ・子どもを連れて行ける
 - ・子供が遊べる場所
 - ・止めやすい駐車場
 - ・サービスは必要ないと思う

- ・犬でも猫でも自由に参加できる場所。
- ・寒川神社に関係したお土産の店を開く
- ・同じような趣味を持つ人が飲み物くらいは飲めて自由に使える空間。
- ・他の人の趣味なども見れたら嬉しい
- ・具体的な施設のイメージを示したうえで、意見を求めるものではありませんか？
- ・地面で出来ること。建物は要らない。今のままで良い。
- ・室内で自由に子供が遊べる場所。公園だと天気が悪い日には遊ばせられないため、室内で自由なおかつただで遊べる場所が欲しい。支援センターだと平日、時間などが決まっているため、自分のタイミングで行けないため、もっと気楽に公園のように行ける場所が欲しい。あとベビーカーで移動しやすくしてほしい。公園は、意外とベビーカーがでは通りづらい場所が何箇所もある。
- ・時間を使う価値があるか。意味目的があるか。
- ・小さな子がいるので、子どもを預けるもしくは遊ばせておける空間
- ・低価格で遊べる屋内の遊具エリアとカフェスペース
- ・子供を日常的に遊ばせられる場所(室内)
- ・子どもが無料で遊べるスペース(海老名ららぽーと参照)
- ・自然と子どもたちが安心して遊べる場

- ・ストリートピアノや、ストリート音楽や昔ながらの出店や大がかりでなくとも毎月一度第一日曜日とか決めてあるとふらっと出かけたらずりやすい。
- ・寒川神社の歴史、都市伝説、宮下文書を深掘りして街ぐるみで発信していく。
- ・ペットも行けるカフェ オープンエアで気軽に立ち寄れるカフェがあるとうれしい
- ・キッチンカー?や、屋台等の屋外での飲食、イベント
- ・子どもが買い物できる駄菓子屋、おしゃれな本屋兼カフェ、スーパー銭湯
- ・駅から遠いので駅からのシャトルバス
- ・温泉施設。高座の心の湯。町の様々な棒コロの自動販売機販売。ケータリングカーですぐ揚げて、食べられるような仕組み。
- ・ソロキャンプや大人が楽しめスポーツバー
- ・清潔で、掃除がされている、ゆっくり珈琲飲みながら、読書、会話、勉強ができる
- ・バスケのボールとか貸し出ししてほしい
- ・子供を預かってくれるサービスやレンタル自転車

設問への回答

問4 エリア内で、「留まる空間」を創出するために、質問します。



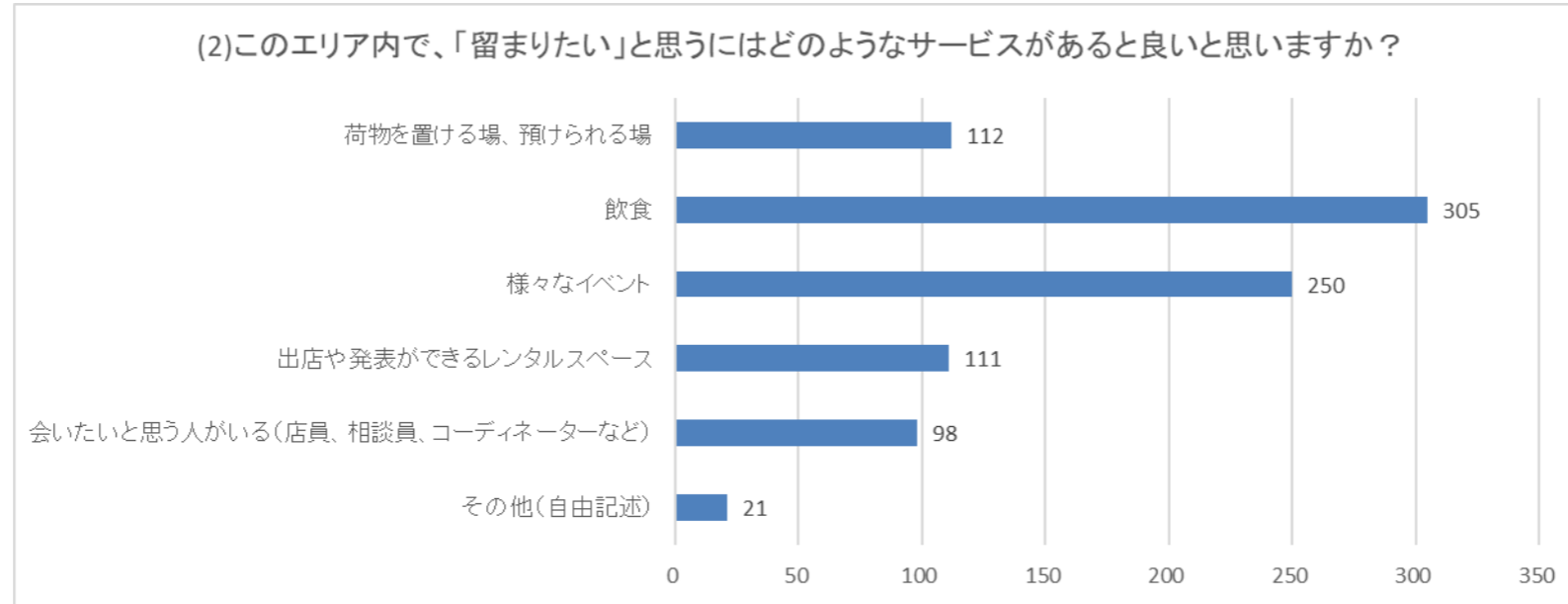
(自由記述)

- ・問3に同じ
- ・トイレの設備充実
- ・安心してウォーキングできる場所、夜しか歩けないけど、公園が真っ暗。
- ・コーヒー飲みながら仕事ができるスペース
- ・犬と一緒にいれるとこ
- ・公園にローラー滑り台が欲しい
- ・ステージ、スピーカー付き
- ・農業体験ができる畑
- ・授乳室やキッズスペースを備えたおしゃれなカフェ
- ・お酒が飲める
- ・回転率より停滞率を優先したカフェ。喫茶ルノアールをモデルに。家具調度品は葉山家具を導入
- ・遊具の充実
- ・イベント開催時のお昼ごはんやデザートがゆっくり食べられるお店、キッズスペースのある飲食店、お茶屋さん

- ・のどかさ
- ・木陰
- ・カフェスペース
- ・落ち着いた喫茶スペース
- ・中央公園のちびっこ広場に近いトイレの横にある、昔は売店だったのであろう建物を売店として活用してほしい。
- ・無料貸出サービス
- ・この町らしさがある
- ・パーソナルスペースを確保できる他人との距離。圧倒的な広さ。(辻堂海浜公園参照)
- ・無料駐車場
- ・四季折々の植物が楽しめる環境
- ・飲食店、土産物屋、体験施設
- ・主婦に自由な時間が与えられる、学童、子供センターの併設。

設問への回答

問4 エリア内で、「留まる空間」を創出するために、質問します。



(自由記述)

- ・自然と落ち着ける場
- ・犬が入れるところ
- ・雨よけ、椅子または座布団
- ・前問のとおり
- ・問3に同じ
- ・送迎バス
- ・大規模なスケート会場とか
- ・体育館の中まで行かなくても体育館でどんなサービスが受けられるか目を引く案内。同様に役場で受けられるサービス、図書館でのサービス
- ・屋外のトイレが使える場所
- ・個人個人がゆっくり出来るプライベートスペース
- ・同じ趣味などを持つ人。他の人の趣味を見れる場で飲み物くらい飲める椅子とテーブルがある空間
- ・充実した公園

- ・興味を持てる内容があるかどうか。
- ・清潔で衛生管理のされたトイレ
- ・子連れ可能
- ・ボール遊びや音楽等の制限がないこと。
- ・停めやすい無料駐車場
- ・駐車場の確保
- ・ドックラン
- ・モール。
- ・コミュニティができる仕組み
- ・簡易宿泊施設。観光や、実家の親が来た場合の宿泊などに。
- ・相談の時に子供を預かってくれるサービスや、子供と一緒に楽しめるイベント

アンケート概要

- 実施日：1 会場 1 時間半程度
- 実施方法：アンケートボードへのシールを貼る方式
- 実施場所：さむかわ中央公園、Fujiスーパー、わいわい市、アメリカ三和、マックスバリュ
- 回答総数：328件

実施内訳詳細

- ① 産業まつり 158 人〔 R4.11.20 (日) 〕
- ② FUJI 寒川店 37 人〔 R4.12.16 (金) 〕
- ③ アメリカ 三和 寒川店 52 人〔 R4.12.18 (日) 〕
- ④ わいわい市 寒川店 58 人〔 R4.12.23 (金) 〕
- ⑤ マックスバリュ エクスプレス 寒川中瀬店 23 人〔 R5. 1.13 (金) 〕

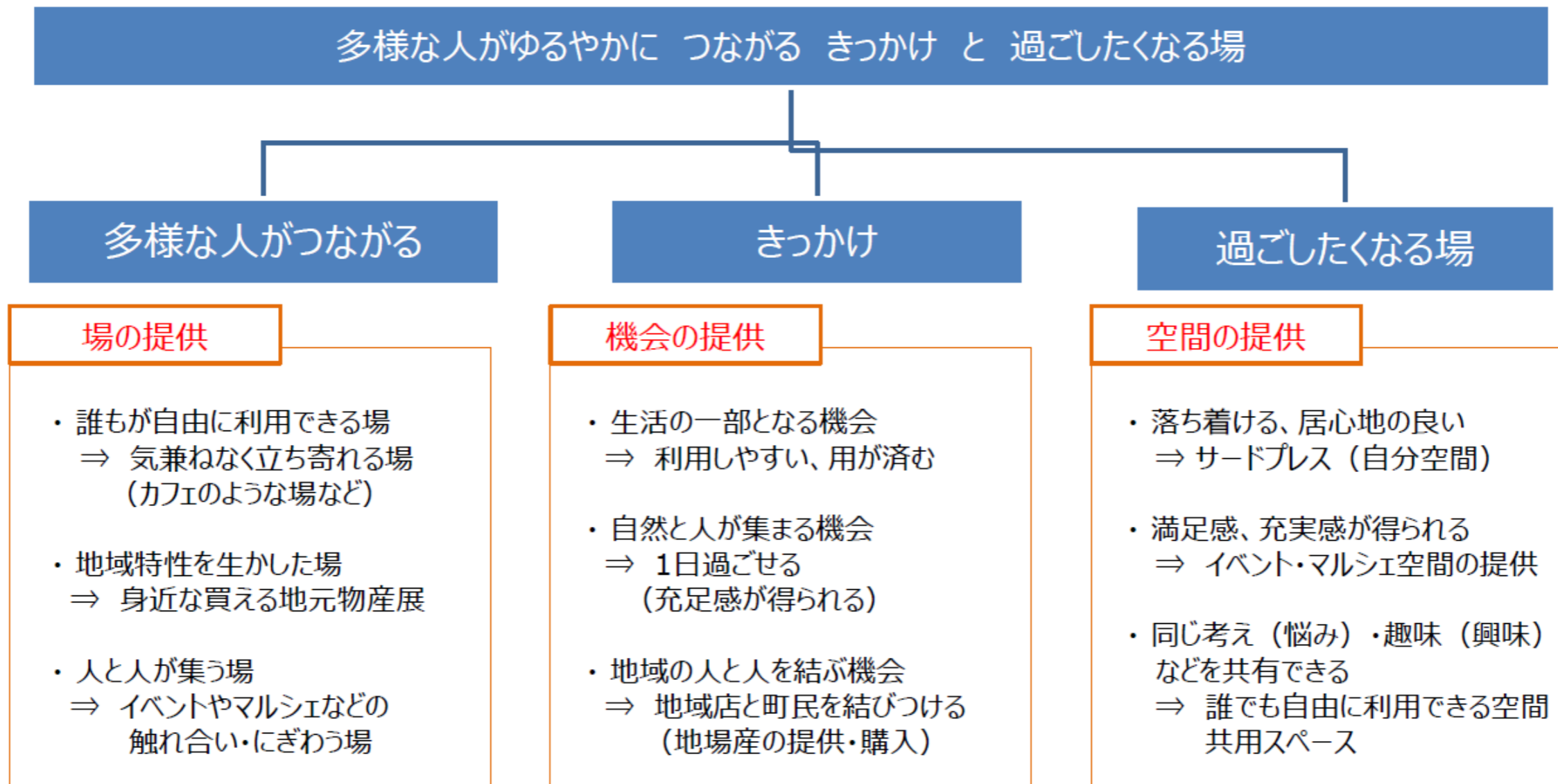


結果まとめ

- このエリア内では、「同じ年代・趣味（興味）・考え持つ人」が、交流を希望することが多い。
- エリア内で交流する機会は、「楽しみたい（満足・充実感）」を得たいときの「声」が多い。
- エリア内に「行きたい」ときは、「飲食や買い物」の場を求めていることや、居心地の良い空間づくりを望んでいる。
- その具体的な内容としては、「落ち着ける空間」や「自由な空間」を希望する「声」が多い一方で、コロナ禍でイベントなどが縮小している中、「マルシェ・イベント」などの「にぎわいや活気」を求めている人が多い。

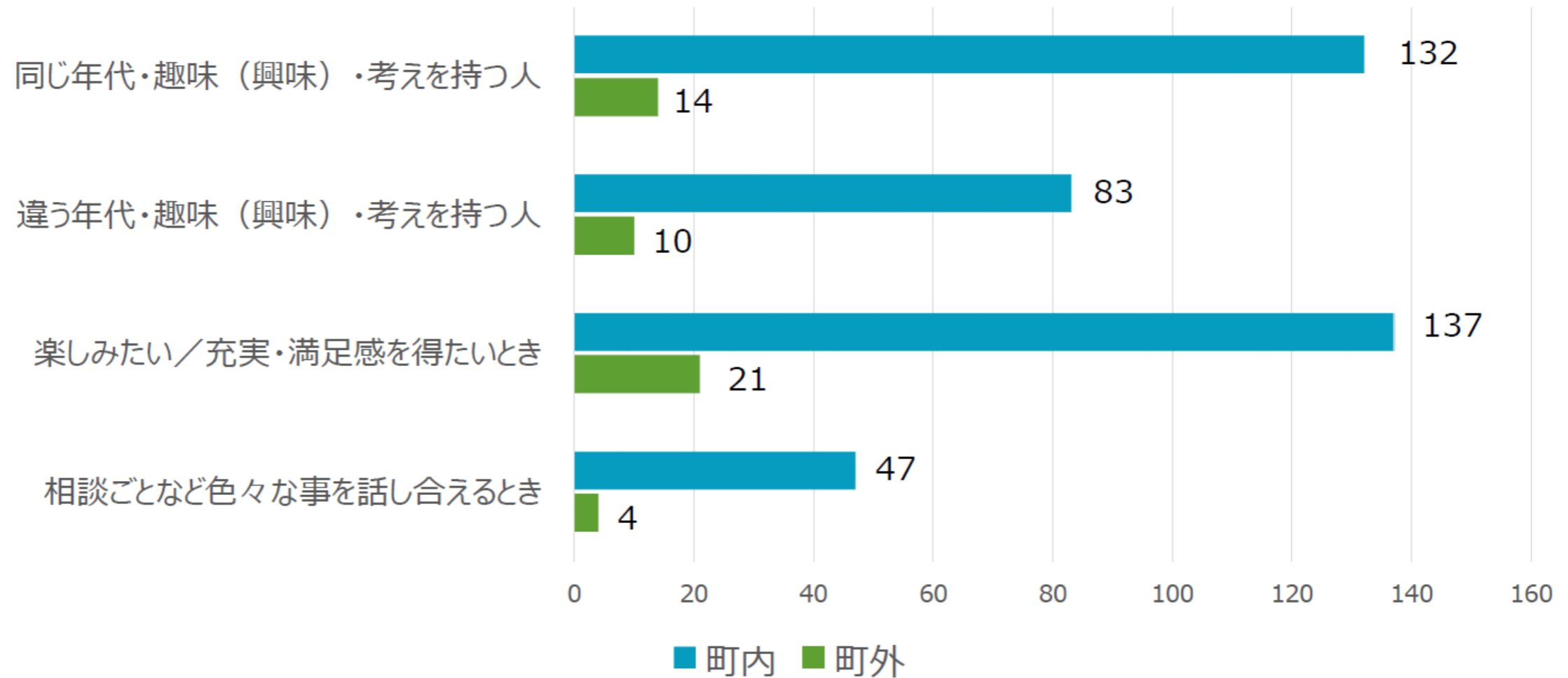


「多様な人がゆるやかにつながる きっかけと過ごしたくなる場」とのかかわり



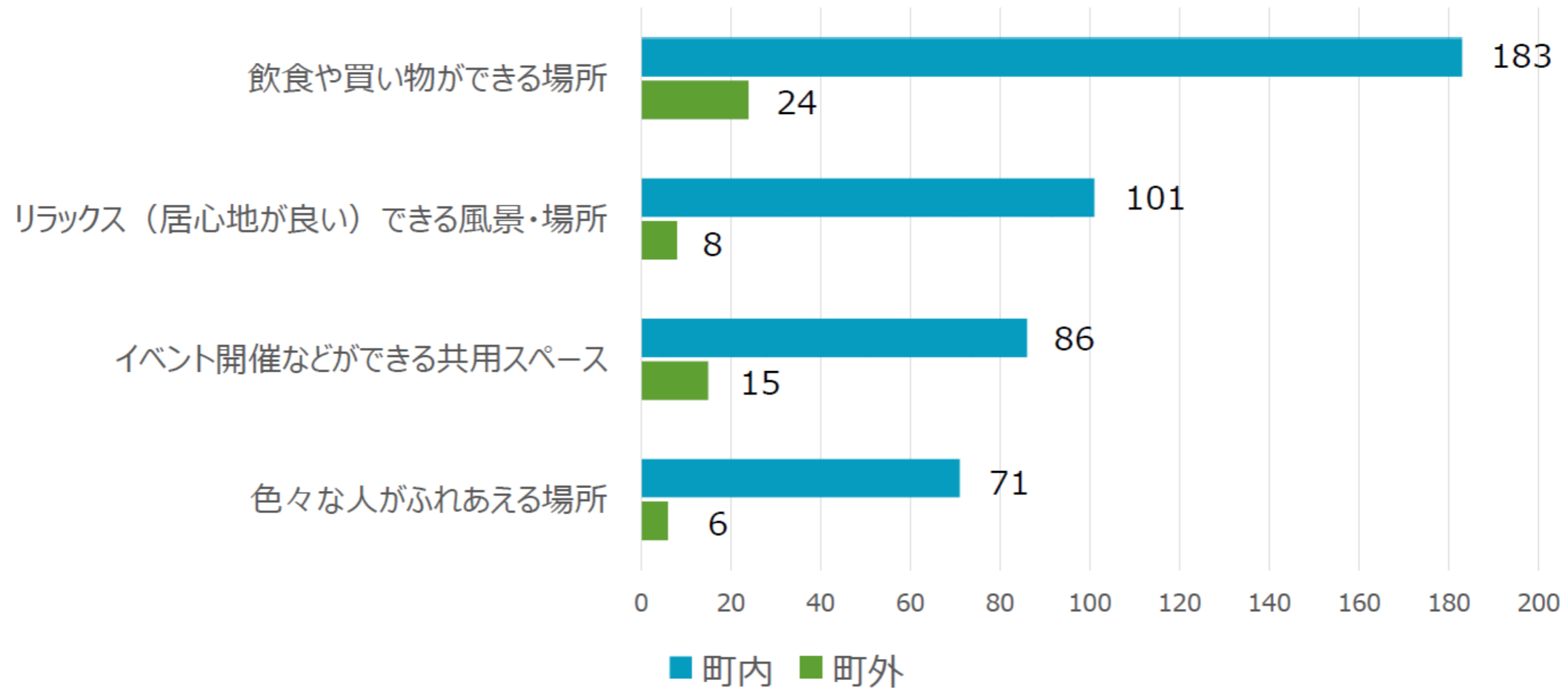
設問への回答

①このエリア（場所）で「交流したい人」・「交流したいとき」は？



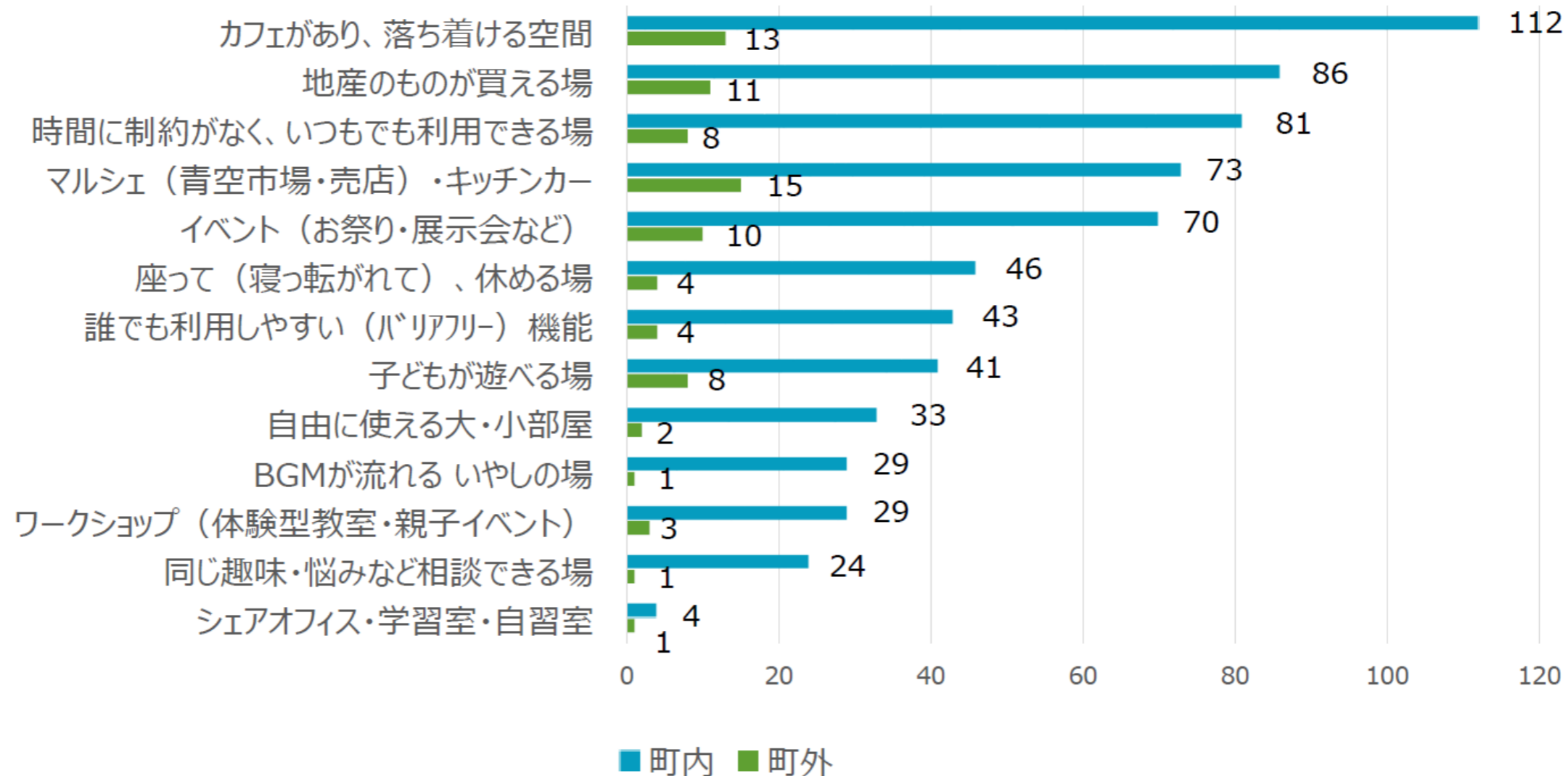
設問への回答

②このエリア（場所）に「行きたい」と思うには、どんな場所があると良い？



設問への回答

③このエリア（場所）で、「過ごしたくなる」とするには、何が必要？



■ アンケート概要

- 実施日：令和4年12月27日（火）
- 実施方法：社会福祉協議会へヒアリング

■ 実施方法詳細

- ① ゾーンの概要を町職員から説明
- ② 健康管理センターを運営している側の目線で、意見をいただく

意見概要

スタンス

- 健康管理センターは保険福祉の拠点ではあるが、健康管理センターだけでソフト事業を実施するのではなく、アウトリーチの拠点として地域に出ていくのが社協の考える福祉の基本。

ハード面

- 誰もが集える場所（目的のない場所）
- 入りやすい建物（1階に行先がある。中の様子がわかる）

ソフト面

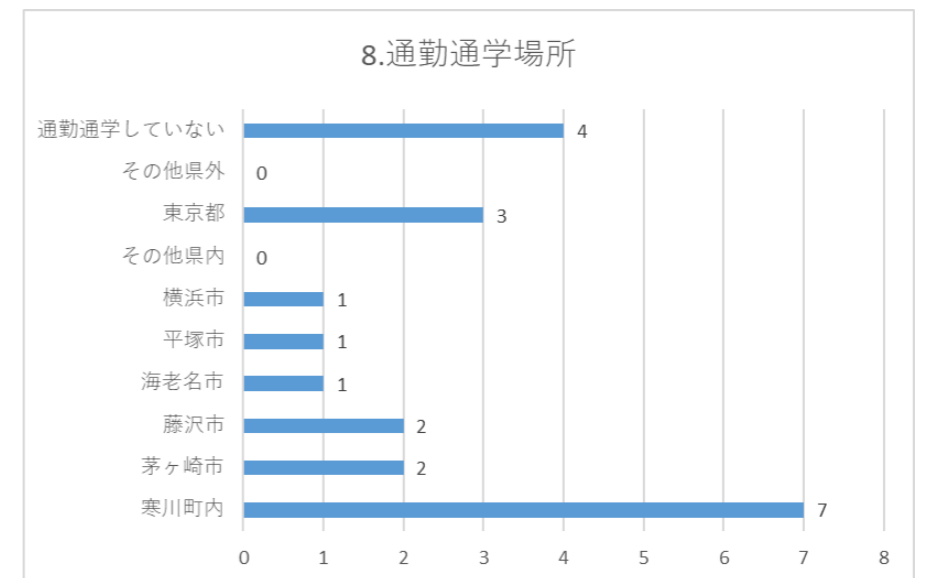
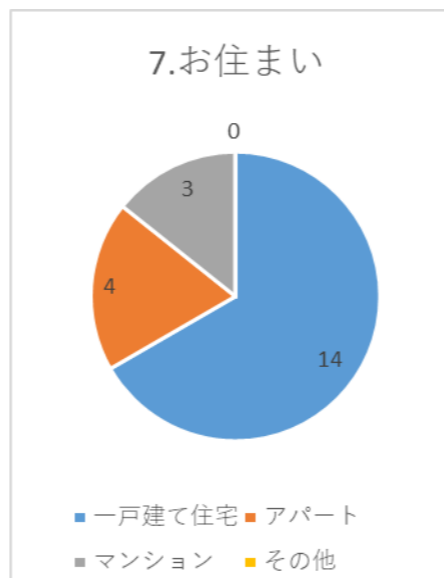
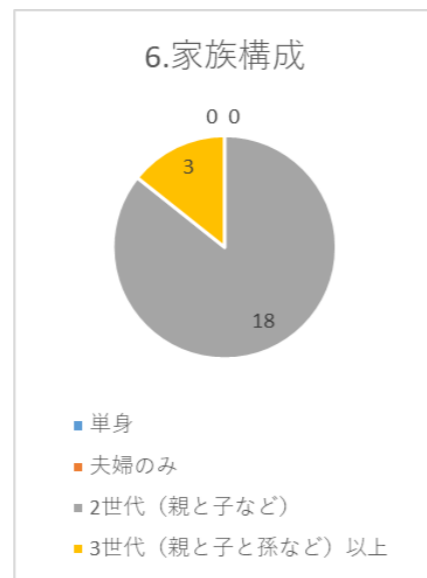
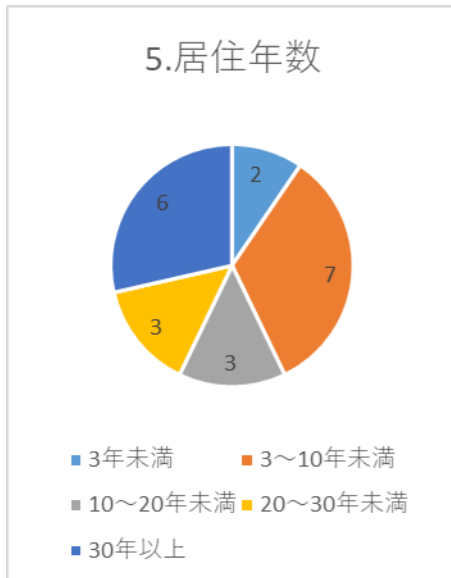
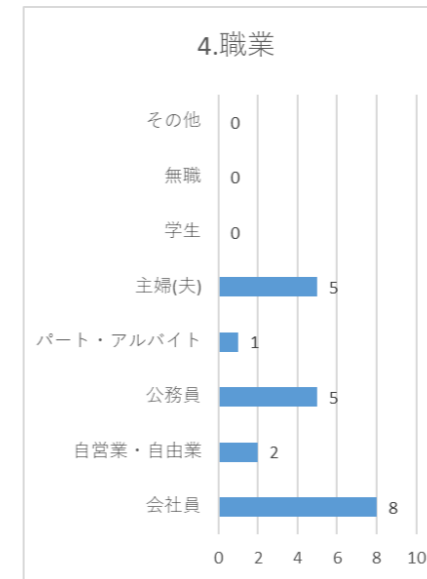
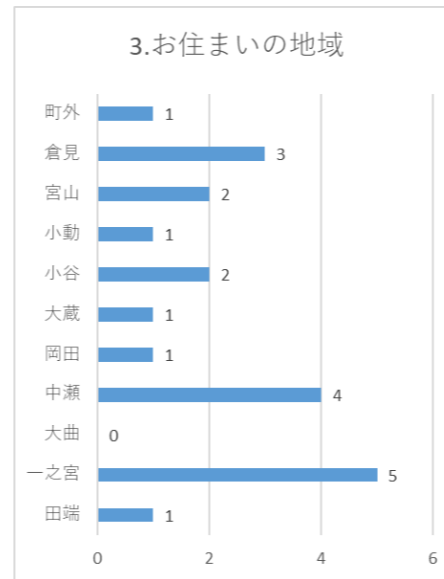
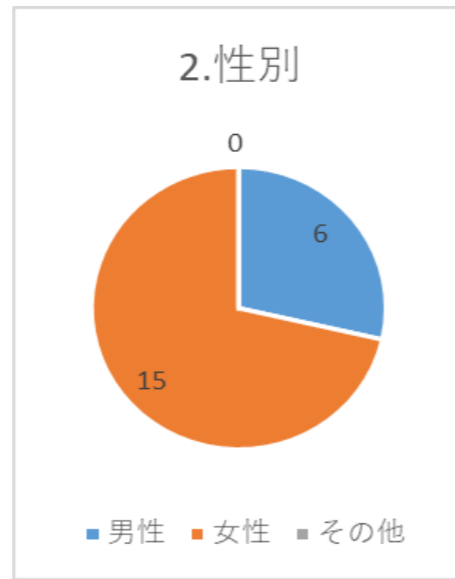
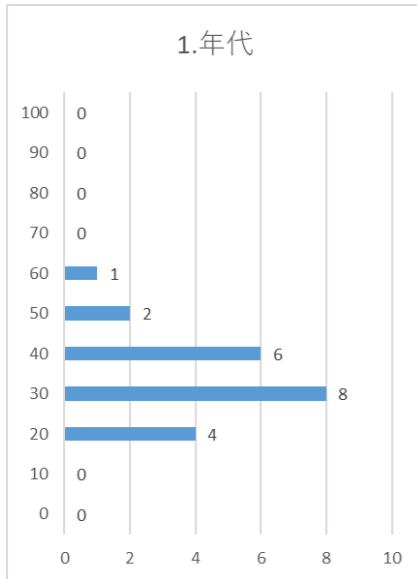
- 行きたい魅力づくり
- 接続するつながりづくり
- 子どもから高齢者まで多世代交流できる
- ボランティアグループの連携

電子アンケート概要

- 実施期間：令和4年12月15日 ～ 令和5年1月26日
- 実施方法：神奈川県電子申請システムにてインターネット上で回答
- 周知方法：子育て支援課来庁者、乳幼児の健診受診者等へアンケート回答を依頼
- 回答総数：21件

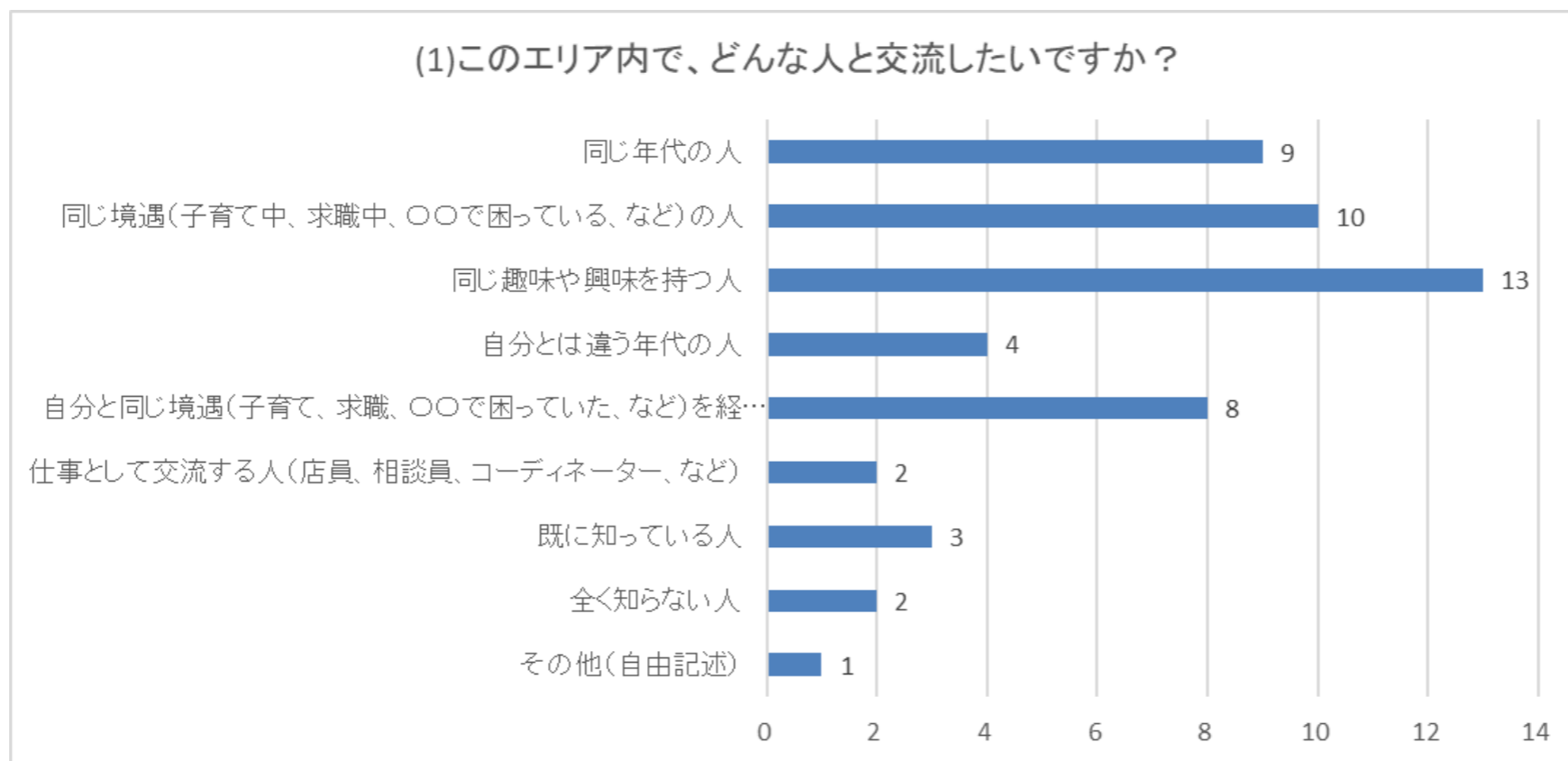
回答者属性

N = 21



設問への回答

問2 エリア内での「交流機会」を創出するために、質問します。

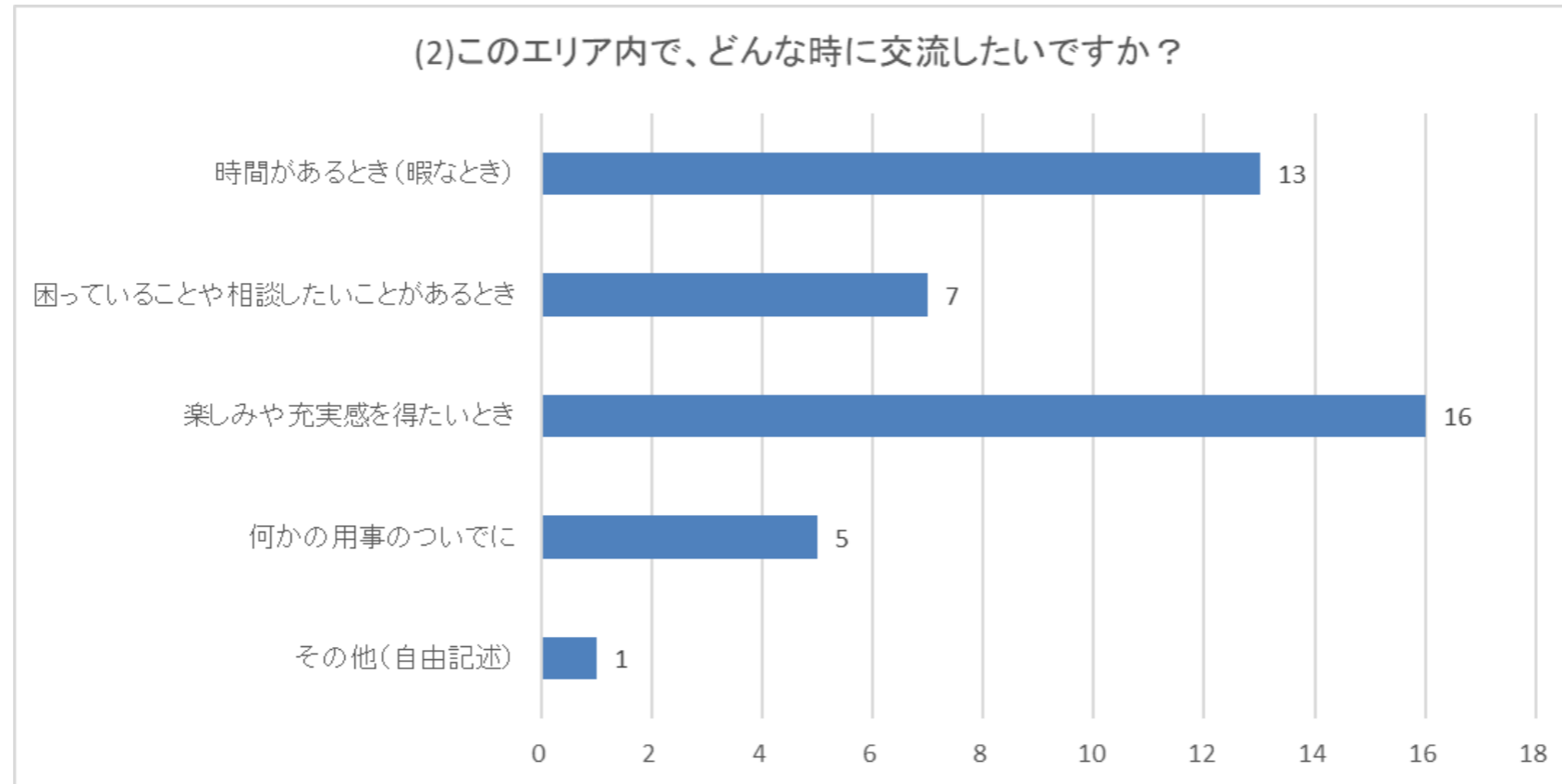


(自由記述)

- ・年代、世代、ジェンダー等問わず、多様性を持ったオープンスペースとしたい

設問への回答

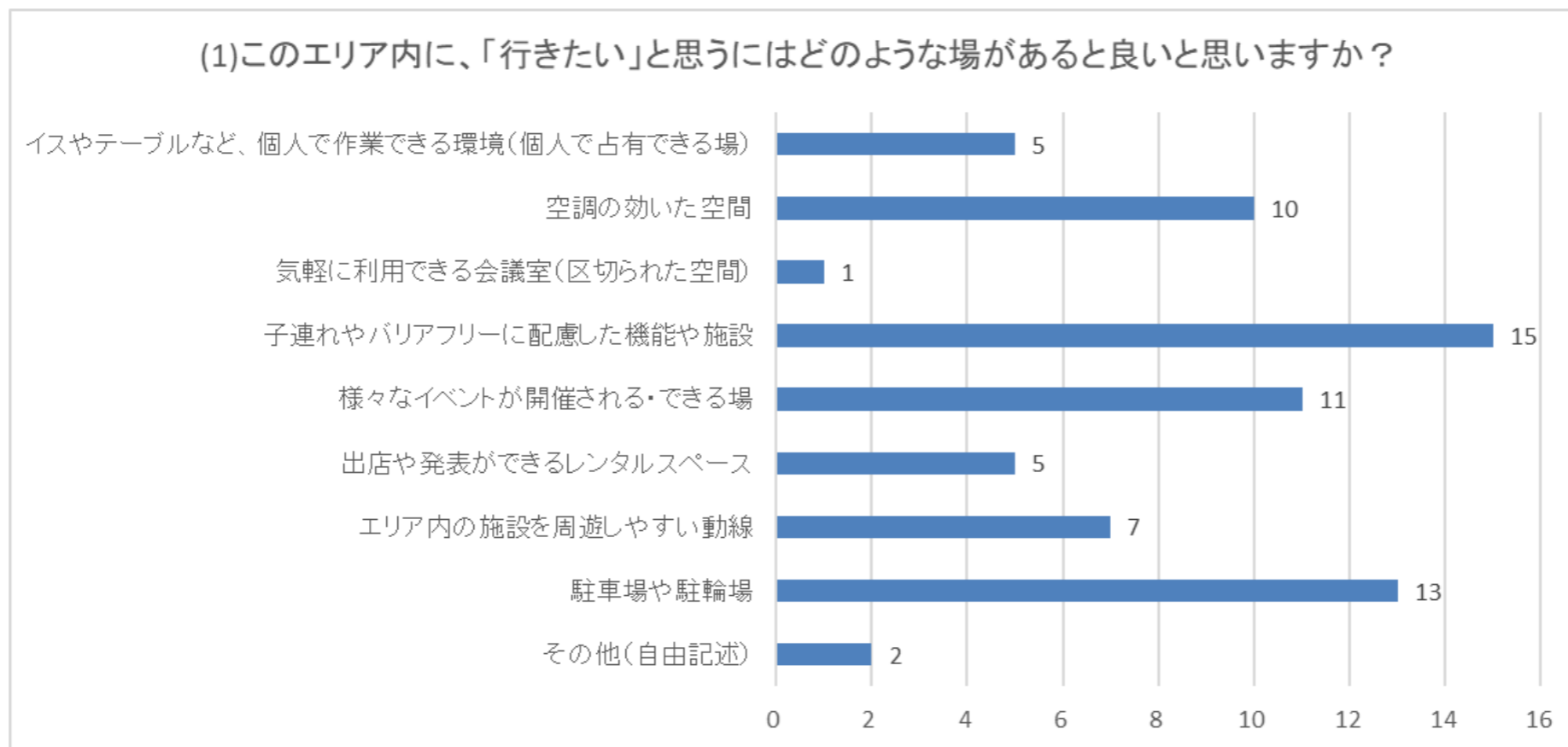
問2 エリア内での「交流機会」を創出するために、質問します。



(自由記述)
・いつでも

設問への回答

問3 エリア内での「集客」を創出するために、質問します。

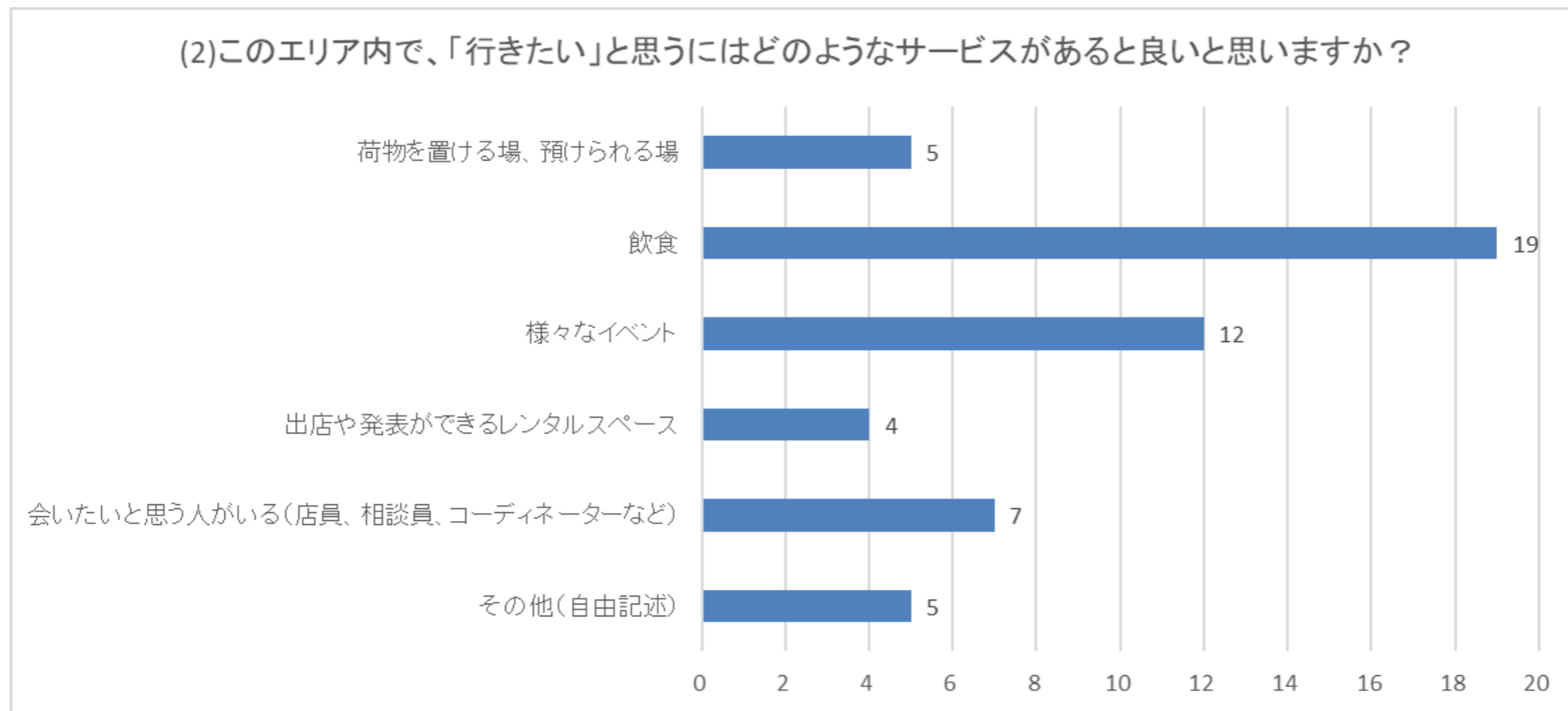


(自由記述)

- ・ 工作、陶芸等の体験施設
- ・ 特別な施設は必要なく、住民が土や自然に触れられる憩いの場、中央公園拡張するイメージで神社の参道に自然の林がつながるようにする商業施設などは不要

設問への回答

問3 エリア内での「集客」を創出するために、質問します。

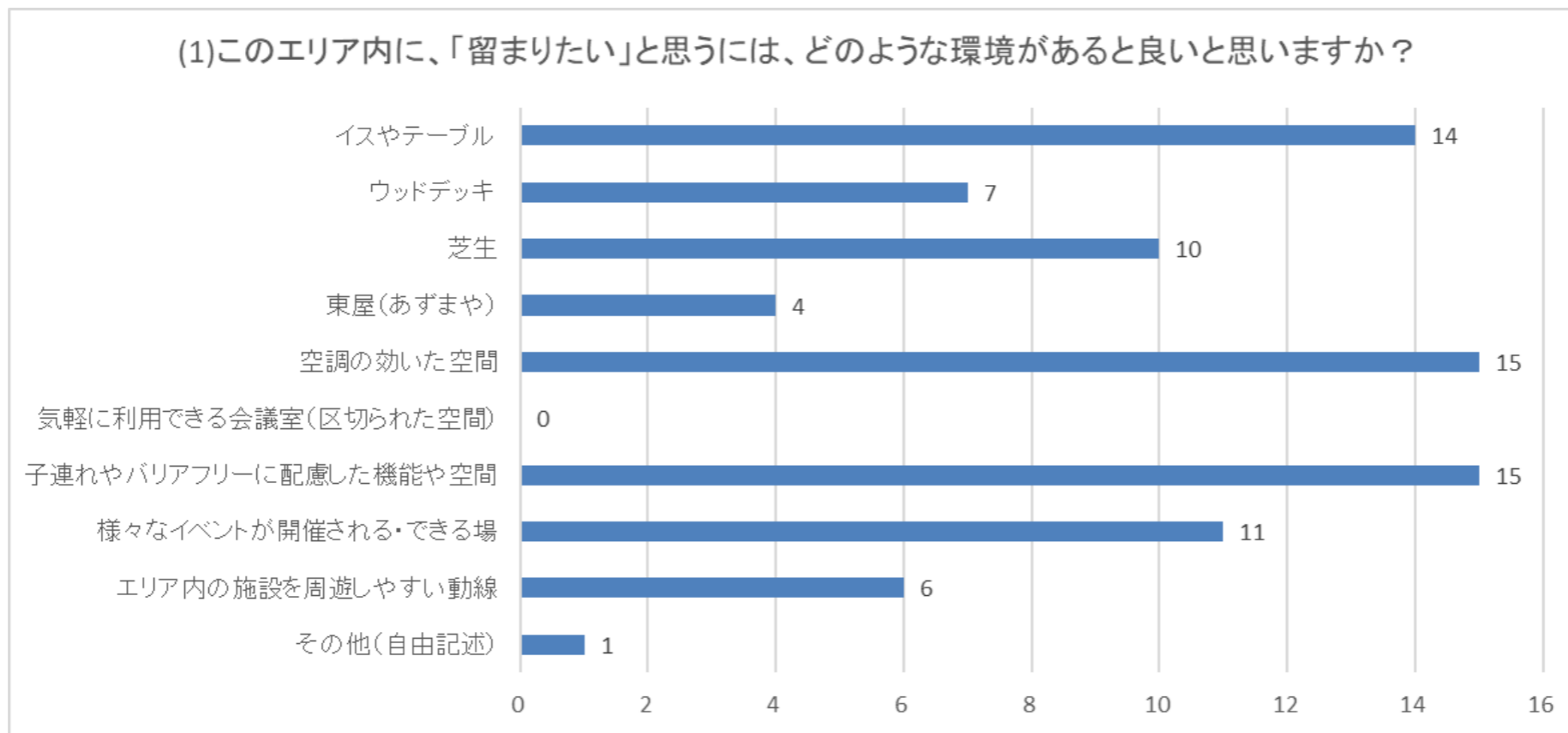


(自由記述)

- ・気楽なスペース
- ・託児できる施設
- ・子供が遊んでいるのを見ながら親がお茶をできる場所
- ・ドッグラン
- ・接点となる開放的な建屋、古い日本建築（茅葺）の古民家などは縁側でのカフェスペースや、室内でのイベントなども実施できる

設問への回答

問4 エリア内で、「留まる空間」を創出するために、質問します。

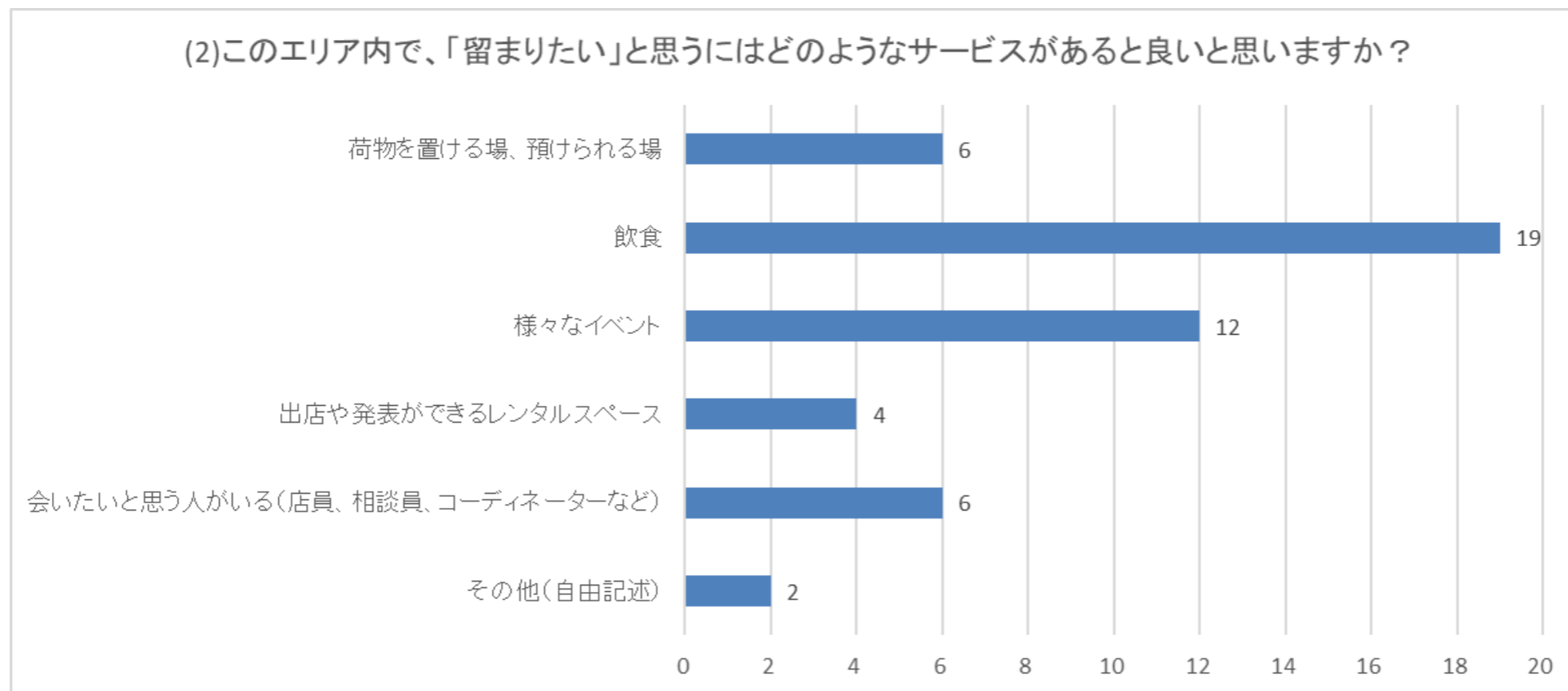


(自由記述)

- ・接点となる開放的な建屋、古い日本建築（茅葺）の古民家などは縁側でのカフェスペースや、室内でのイベントなども実施できる

設問への回答

問4 エリア内で、「留まる空間」を創出するために、質問します。

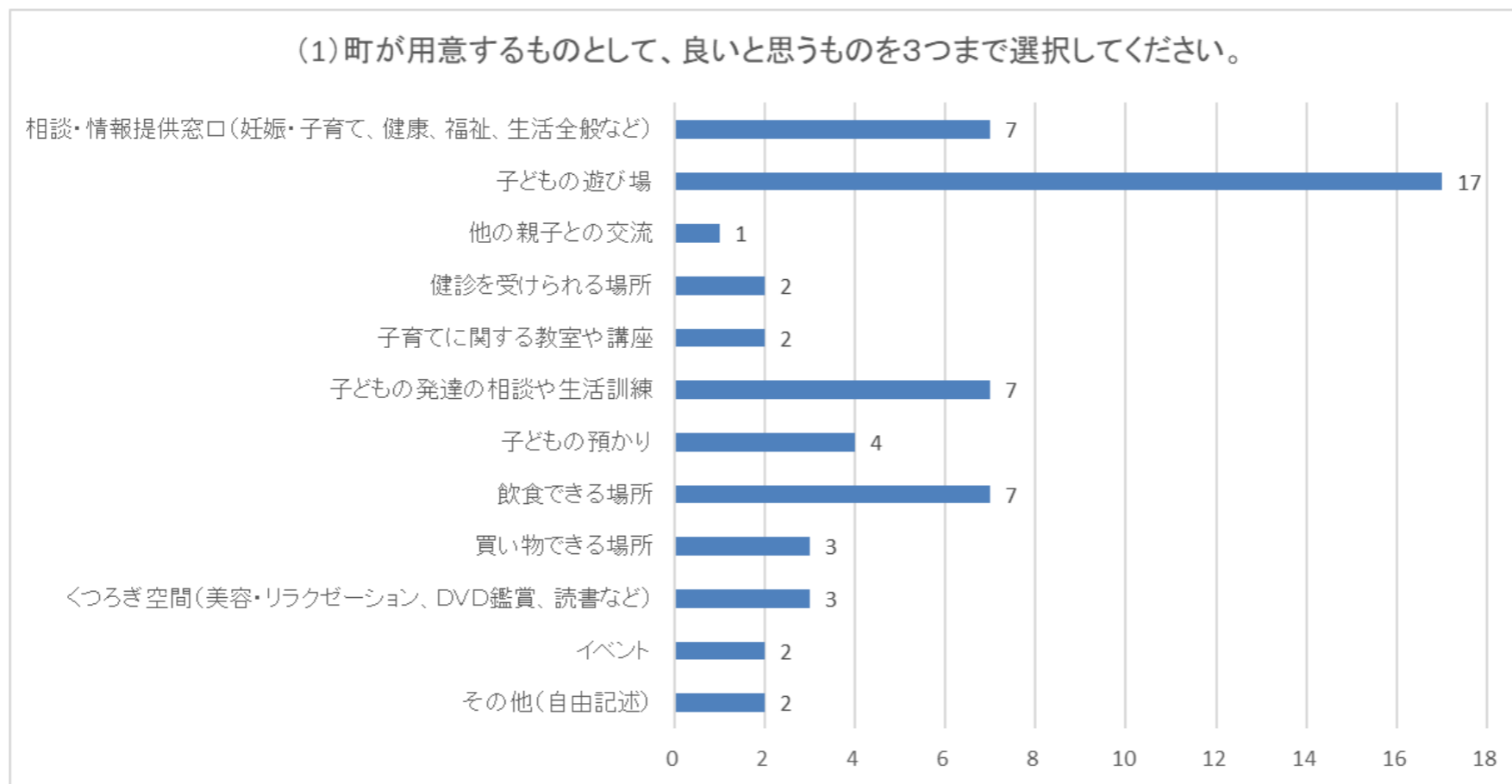


(自由記述)

- ・子供が飽きないスペース
- ・特別なサービスは必要ないが、手入れ(整理、整頓、清潔)されていること

設問への回答

問5 このエリア内に子育て関連で、何がある（何ができる）と良いと思うか、質問します。

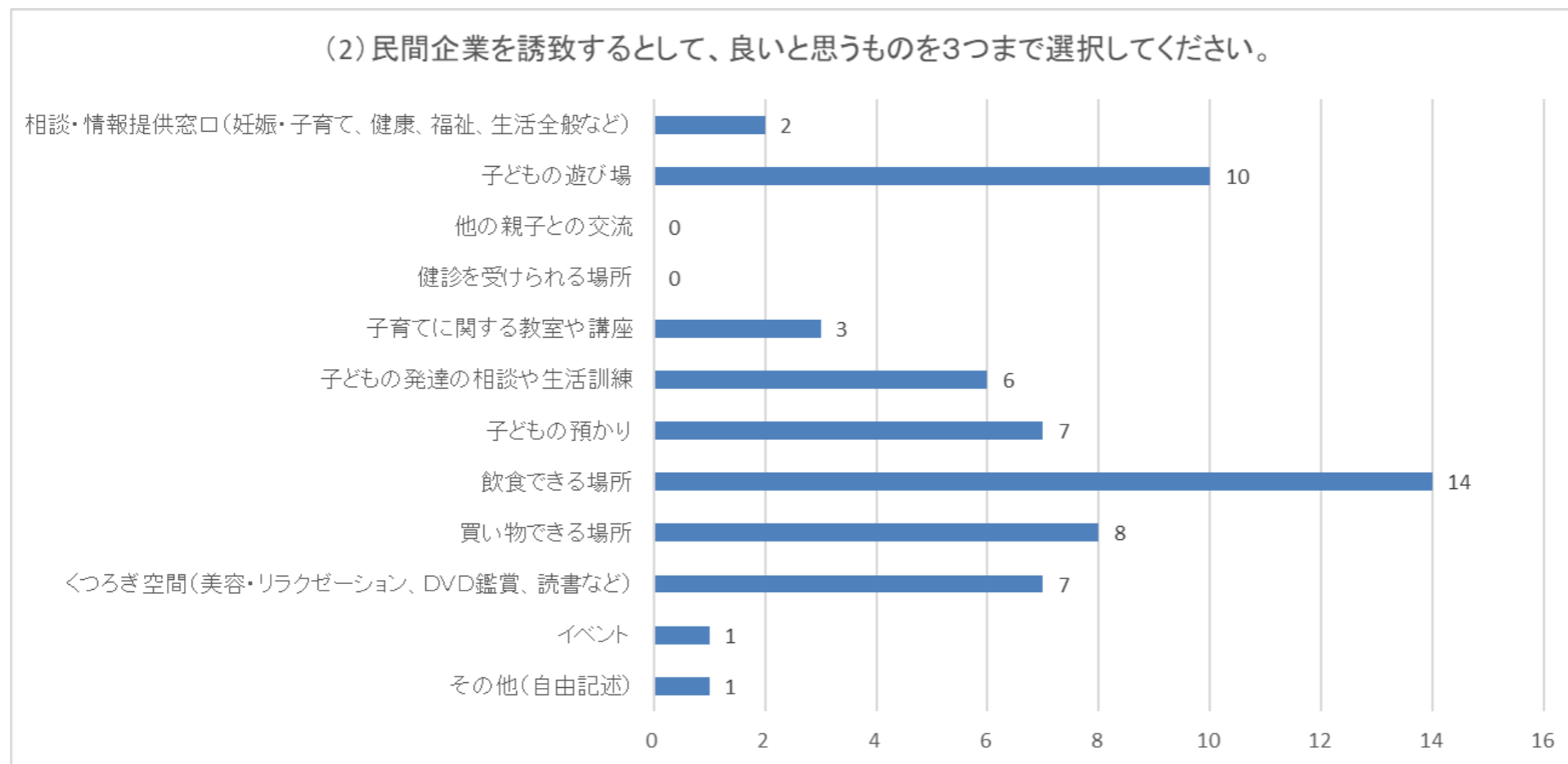


(自由記述)

- ・子供が子供だけで買い物ができるお店。
- ・このエリアを役場主体ではなく住民主体で進められるようサポートすること、短期的な利益や、土地の利権者の問題などの解決には役場の力が不可欠だが、役場の力関係の押し付けにならないよう初期段階から住民を広く集めること

設問への回答

問5 このエリア内に子育て関連で、何がある（何ができる）と良いと思うか、質問します。



(自由記述)

- ・エリアを具体的にどのようにしたいかを決めた後で意図にあった民間企業の誘致を進めないと、結果的にうまくいかない

■ ヒアリング調査

- 実施期間：令和4年12月21日
- 実施方法：町職員（保健師）に対面にてヒアリング
- 対象者：5件

意見概要

交流の機会

- 寄り添ってれる人・コーディネーター（案内の振り分けがいる）
- 認知症カフェ（認知症の人が行きやすい居場所）
- 多様な相談、スマホの使い方、通訳、書類の意味が解らない
- 体操・散歩できる高齢者でも体力づくりできる
- 社会活動
- 作業所認知症の人でも働ける場、畑・花づくり
- 高齢者と子供の交流、保育園と高齢者施設が一緒に/近くにある

集客

- 医療モール、耳鼻や皮膚科（軽症者が帰りに買い物などして帰る）
- 健康測定（血圧や血管年齢、骨密度、筋力測定などできる）
- 健康づくりのための健診・検診が受けられる場
- 体験教室
- 畑体験（芋ほり 果物狩り いちご）
- 屋根付き自転車置き場
- 観光しやすい交通網（バス・レンタサイクル・レンタカー）

留まる空間

- 子どもの託児がある商業施設
- 宿泊施設

■ 観光協会ヒアリング調査

- 実施期間：令和5年1月13日
- 実施方法：観光協会職員に対面にてヒアリング

■ 商工会ヒアリング調査

- 実施期間：令和5年1月16日
- 実施方法：商工会職員に対面にてヒアリング

■ 実施方法詳細

- ① ゾーンの概要を町職員から説明
- ② 商工会、観光協会それぞれの目線で、意見をいただく

意見概要

観光協会

スタンス

- 観光の視点としては、外から人を呼びこむための施策が必要。
- 特に 寒川神社の年間約200 万人の参拝者のニーズに沿う取組を行い、寒川町内を周遊、滞在してもらおう誘客を目指したい。
- 神社へ参拝される方は、目に見えないもの、心を豊かにしたい、癒し等の心の部分を求めて訪れると思われる。そうした方々に対して、観光施策で呼び込むためには、歴史や史跡に神秘性等を加味したストーリー性を持たせることが重要。
そこには 寒川らしさを組み込む必要がある。
- 寒川町を訪れることで、心洗われ、リフレッシュできる場として認識してもらい、また寒川町を訪れたいと思ってもらいたい。

意見概要

観光協会

ハード面

- 前提として寒川神社の参拝者をターゲットとするため、寒川神社の近く（農振 農用地 の活用）に誘客施設が必要。ここで、寒川町に興味をもってもらった後に、町内周遊につなげたい。
- 日本有数の竪穴住居址数を誇る縄文遺跡を活かした歴史展示（レプリカ・模型・竪穴住居等）、寒川レイライン等の紹介スペース、寒川らしい食事処、カフェスペース、お土産販売、その他様々なイベントが開催できるスペース、憩いの場など様々な場面で自由に使える施設が必要。
- 日帰りだけではなく、長時間滞在が望める宿泊施設、ホテル誘致が困難であれば、空き家活用、またキャンピングカーの利用可能なキャンプ場等から始め、徐々に需要を高めホテル誘致にもつなげていきたい。
- ホテルの誘致等については、寒川町の文化・歴史に合った魅力あるホテルを作りあげるべき。来町者が来町がてら宿泊するのではなく、ホテルの魅力にひかれ、宿泊したいを思わせる寒川らしいホテルでなければならない。重要なのは、魅力あるホテルを作りあげるにはどうしたら良いのかを地域が一丸となって意見を出し合い、意見を集約して、進出したい事業者が現れれば、きちんとコミュニケーションをとって、地域のかで作りあげていくことである。

ソフト面

- 太古から続く、春分・秋分の日、ダイヤモンド富士、夏至のダイヤモンド大山、冬至にはダイヤモンド箱根が見られるという寒川ならではの特徴を活かし、そこにストーリー性を盛り込み、神秘性を感じてもらえる取組を企画。
- 寒川町らしさを感じる、ここでしか味わえない食の開発、お土産の開発（限定的だとしても継続性をもたせることが重要）。

意見概要

商工会

スタンス

- 商工会の視点としては、外から人を呼びこむための 宿泊施設や商業施設が必要。
寒川神社の参拝者を呼び込むだけでなく、通年集客できる魅力ある施設。
- 過去の調査から飲食やお土産を購入する場がないということが意見として出ているため、商業施設があることが望ましい。
ゾーンの東側と西側とをペデストリアンデッキで結ぶ等、東西で相乗効果が生まれ、回遊性のある地域にしたい。

意見概要

商工会

ハード面

- 宿泊施設（観光用 or ビジネス用）
- 商業施設（大規模にこだわらず）
- スポーツパーク機能（プロバスケットボール、BMX 等）
- 再生エネルギーを使った防災拠点機能（太陽光発電や風力発電等）
- キッチンカーやイベント等で使いまわせるスペース
- その他（食事やお土産を購入できる場）
- 神社近くに横丁
- 千葉県旭市のイオンタウン内に ある おひさまテラスのような機能があってもいい

ソフト面

- ゾーンの東西で相乗効果があるような施設の配置や取り組み
中央公園のパンプトラックとスポーツパークのような施設との連携等
- 有事の際に電力の融通をきかせてもらうような協定
防災拠点となる商業施設に電力を集められるような仕組みがあれば災害時等においても、避難民の受け入れが可能となる水や食料も商業施設にあるので、防災拠点としての機能を果たせる

■ JAさがみヒアリング調査

- 実施期間：令和5年1月25日（水）
- 実施方法：JAさがみ職員に対面にてヒアリング

■ 実施方法詳細

- ① ゾーンの概要を町職員から説明
- ② JAの目線で、意見をいただく

意見概要

スタンス

- 可能であれば他の民間との連携によるサービス向上により、地場農産物が売れやすい環境をつくりたい。
(農産物だけでなく魚や肉も購入できる施設とするなど)
- 可能であれば農産物の販売以外での収益も考えていきたい。
- わいわい市による農業経営の促進を図るには、町や民間との連携が必要である。
- 農協は農業者のためにある。

ハード面

- わいわい市施設の充実。
- 農産物以外の販売施設。
- 留まるために農業体験できる施設。

ソフト面

- 子どもが喜ぶ事業
- 農業体験の仕組みづくり（収益化が必要）