

議長（茅根猛君） 次，1番藤田謙二君の発言を許します。

〔1番 藤田謙二君登壇〕

1番（藤田謙二君） こんにちは。1番，藤田謙二でございます。ただいま議長より発言のお許しをいただきましたので，通告順に従いまして一般質問をさせていただきます。

未曾有の大震災から9カ月が経過いたしました。思い起こせば3月11日当日は，3月定例会会期中で，私も文教民生委員会を終え，市役所4階の議会事務局にいたときの出来事でありました。最初は，戸棚が転倒しないようにと押さえていましたが，次第に強まる大きな揺れにテーブルにしがみつき，立っているのがやっとの状態で，周囲のロッカーや本棚がバタバタと倒れる中，揺れがおさまると同時に，職員とともに外へ避難したといった状況でありました。議場も大きな被害を受け，震災以降使用できない状態が続いていましたが，やっと今回の12月定例会から，この議場にて議会が再開できるようになったこと，大変うれしく感じると同時に，議場独特の緊張した雰囲気，背筋がピンと伸びるような思いであります。

また，復旧に向けた取り組みについても，市独自の支援策を推進するなど，さまざまな対応により比較的順調に進んでいるように思われ，とても心強く感じていると同時に，このたび策定されました常陸太田市震災復旧・復興計画に基づいた，さらなる復興再生に期待をしているところであります。そのような中，先月は市内各地で秋のイベントが開催され，第3週目の常陸太田秋まつりこそ，天候の影響により来場者数が昨年を下回ったものの，第1週目の里美秋の味覚祭，第2週目の常陸秋そばフェスティバルと昨年以上の方々に来場いただき，さらには，1カ月にわたって行われていた竜神峡紅葉まつりや，里美かかし祭りなどにぎわいを見せ，震災以降減少していた観光客も徐々に取り戻しつつあるようで，一安心といった心境であります。中には，復興支援の一環として訪れてくれた方もいるでしょうし，テレビなどメディアの効果で，出かけてきてくれた方もいることでしょう。いずれにしても，支援して下さる方々や来街された皆さんを，リピーターとしてまた次につなげられるかが，とても重要となってきます。そこで今回は，常陸太田の魅力を発信し，ファンを増やしていくためにはといった観点から，地域資源のブランド化について1項目，交流人口拡大について2項目，地域情報の受発信について2項目の質問をさせていただきます。

まず1つ目，地域資源のブランド化についてでございます。全国各地で特色ある地域づくりの一環として，地域の特産品等をほかの地域のものとの差別化を図るため，地域ブランドづくりの取り組みが行われ，2006年にスタートした地域団体商標制度によるお墨つきのブランドが日本各地で増えてきています。現在のところ，その数も478件に上り，茨城県内では，全国的に見るとちょっと少ない件数ではありますが，本場結城紬と笠間焼の2件が登録されています。本市においても，特産品としての地場産物や，都市住民に新鮮な感動を与える自然や風景，さらには歴史や文化など，有形無形の活用可能な資源が多く存在しています。それらの地域資源をうまく組み合わせるなど，生かしていくことにより，地域ブランドが創出され，常陸太田の魅力を内外に広げていくこととつながっていくものと感じています。

これまでも，常陸秋そばや巨峰，米といった，地場産物を利用したブランド化の動きがあ

ったことと思いますが、現状、それらはどのように進んでいるのか。農産物や自然、景観、観光資源等、地域に存在する資源のリストアップなどは行われているのかなど、ブランド化の現状についてお伺いいたします。また、特産品開発も含めた今後の取り組みや、ブランド化に向けた計画についてお伺いいたします。

2つ目は、交流人口拡大についてでございます。都市住民による農業、農村に対する関心が高まりつつある昨今、本市においても、体験、滞在型観光の推進というものが、交流人口の拡大へのかぎとも言えると思います。そのような中、第5次総合計画前期基本計画の中でも、常陸太田ツーリズムの創出が重点戦略として掲げられております。そこで、グリーンツーリズム体験事業として、農林業、食品加工、工芸など、多くの地域資源の活用による観光振興が図られていると思いますが、現在の体験、滞在型観光の推進について、ソフト受け入れ体制を含む主な取り組みと、それに伴う観光客数の推移についてお伺いいたします。また、滞在型の場合、宿泊施設が課題となってきますが、受け入れ宿泊施設数及びその宿泊許容人数についての現状をお伺いいたします。さらには、利活用が期待されている旧金砂小学校の今後の計画等について、お伺いいたします。

次に、今年度新規事業として行っている、地域おこし協力隊についてであります。この事業は、都市住民など地域外の人材を、地域社会の新たな担い手として受け入れ、人口減少や高齢化等の進行が著しい地域において、地域外の人材を積極的に誘致し、その定住・定着を図ることで、地域力の維持強化を図るものとされています。報償費及びその他の経費については、総務省の特別交付税措置として財源が手当てされることとなっているということで、現在、3名の若者が市の委嘱を受けて里美地区で生活し、各種の地域活動を行っています。そこで、まだ1年にも満たない中、これまでの活動の評価といっても難しいことと思いますが、来年度の予算や計画にもかかわることですので、協力隊の活動状況及び成果についてお伺いいたします。また、全国には10名を超えるような規模で、協力隊員を積極的に受け入れるなどして、地域振興につなげている地域もあるようですが、本市における今後の展開について考えをお伺いいたします。

3つ目は、地域情報の受発信体制についてでございます。ツイッターやフェイスブックといったソーシャルメディアの利用が拡大している中、自治体においても、防災訓練や災害時の情報配信などに、ホームページとあわせてツイッターなどを導入し、利活用している地域が増えてきています。また、パソコンや携帯電話を利用して、日常的にサイト内の日記や電子掲示板を利用したり、行政情報、地域情報などを入手したりすることのできる、地域向けの交流情報提供サービスである地域SNS、ソーシャルネットワーキングサービスを立ち上げるなど、地域に住む、働く、関心のある人々のためのコミュニケーションや、情報共有を行うための便利な機能を提供するとともに、災害発生時には画面が切りかわり、災害情報や避難情報などを発信するというような、新たな地域情報の受発信体制の動きが出てきています。

茨城県内では、ひたちなか市が、地域SNSひなたねっとを立ち上げ、桜川市も地域SNSコミュニティを運営するなど、日記や掲示板、メール配信などの機能を使って、インターネッ

ト上でコミュニケーションや情報共有を安心して行うことのできる、とても便利なサイトを提供しています。そのようなソーシャルメディアの情報伝達力の大きさや双方向性、リアルタイムな即応性などの特性を持ったSNSの利活用について、本市においても、ぜひ導入に向けて検討していただきたいと提案いたしますが、執行部の考えをお伺いいたします。

また、市のホームページについてですが、こちらは震災前の3月定例会でも質問させていただき、そのときの答弁では、トップページの項目が多くてわかりづらいとか、画像が不足していて魅力に欠けるといった意見もあるため、22年度に市が整備した光ファイバー網により、通信容量の大きな画像を、快適な環境で閲覧可能となることから、これを機にトップページを含め、わかりやすい、利用しやすい構成にしたり、地域の話や催しなどを画像で迅速に発信するなどして、魅力ある内容を検討し、随時改正していきたいと話されていましたが、前回のリニューアルが平成21年8月ということでもありますし、ぜひ来年度は、その具現化に向けた全面的なリニューアルへの予算化を提案いたしますが、執行部の考えをお伺いいたします。

以上9件についてお伺いいたしまして、私の1回目の質問を終わります。ご答弁のほどよろしくお願いたします。

議長（茅根猛君） 答弁を求めます。産業部長。

〔産業部長 井坂孝行君登壇〕

産業部長（井坂孝行君） 地域資源のブランド化と交流人口の拡大についてのご質問にお答えいたします。

地域資源のブランド化についての1点目の、農産物や自然、景観、観光資源等のブランド化の現況であります。まず農産物につきましては、ソバ、米、ブドウを中心として、ナシ、カキなどについてもブランド化に向け、関係機関が一体となり、生産から販売にかかわる支援を実施しております。1つの例で申し上げますと、水府地区で栽培する渋柿を、生産部会と県の普及センターが一体となり、木になったまま渋を抜く手法に取り組むとともに、市の補助金を活用し、商標登録の取得及び県が行っている東京マルシェでのPR販売を実施しております。また、来年度の本格的な生産、販売に向け、先日、県庁においてPR活動を行ってまいりました。

次に、自然、景観、観光資源等については、日本最古の地層が発見された長谷町のカンブリア層や、にほんの里100選にも選定されている持方地区の自然なども、大切な資源であると考えております。このような資源を要素別に分けると、見る、学ぶでは52、食べる、買うでは62、いやす、遊ぶでは32、作る、体験するでは43と、重複するものもありますが、市内には190余りの資源がリストアップされております。この地域資源を新たな観光資源として磨き上げ、地域の個性を生かした常陸太田ブランドとして、魅力を創出してまいりたいと考えております。

2点目の特産品開発も含めた今後の取り組みや、ブランド化に向けた計画といたしましては、平成23年度に、新商品開発事業として、生産者自らが加工品開発に取り組むための支援制度を創設いたしました。現在、生産者がこの制度を活用し、特産品開発に取り組んでいるところ

であります。また、生産者と加工業者の連携により、水戸市内の菓子メーカーで、本市で生産されたシソの葉を利用した製品づくりを行っており、市内の製造業者においても、地場産材を使った米粉うどん、小麦の地粉ラーメンも開発、販売を行っております。また、市内の団体等においても米、カボチャ、ユズ、巨峰を原料とした、新たな特産品への取り組みも始まっているところであります。

地域ブランドの創出につきましては、地域資源を効果的に活用し、新商品づくりを支援するとともに、常陸太田市ならではの農産物をあわせた特産品として認証する制度を創設し、地域ブランド化を進め、地場産物の高付加価値化を図り、生産者の所得向上を推進してまいります。

次に、交流人口拡大の中の体験、滞在型観光の推進についてお答えいたします。現在実施する事業としましては、田植えから収穫までの農業体験や、ナシ、ブドウ農家への短期滞在型農業支援、ワーキングホリデー、そばオーナー制、中野区との里・まち連携事業における交流体験事業、また、そば打ち体験と自然薯掘りツアーや、里美山村交流事業など、さまざまな滞在型の体験交流事業を実施しております。受け入れ体制につきましては、体験、宿泊のできる里美ふれあい館、ワーキングホリデーにつきましては、西山研修所、里美山村交流事業については、里美地区の42軒の農家に協力をしていただき、民泊による事業を実施しております。

事業に伴う観光客数につきましては、平成21年度480人、22年度765人と事業のほう、その観光客数についても年々増加しております。なお、今年度につきましては、福島原発事故による風評被害の影響もあることから、実施事業、観光客数ともに昨年度より減少しております。また、受け入れ可能宿泊施設につきましては、旅館、ゴルフ場なども含め69施設、宿泊許容人数につきましては、約700人となっております。今後は、多くの観光客が本市を訪れてくれるような魅力あるメニューづくりと基盤整備を、市民の皆様からのご意見を聞きながら関係機関等と連携し、交流人口の拡大に取り組んでまいりたいと考えております。

議長（茅根猛君） 政策企画部長。

〔政策企画部長 佐藤啓君登壇〕

政策企画部長（佐藤啓君） 交流人口の拡大についての中身の、旧金砂小学校の今後の計画等についてお答えいたします。

本計画は、旧金砂小学校を活用しまして、宿泊機能を有する体験交流施設並びに地域コミュニティの中核施設として、改修、整備を行う校として、本年度当初予算に計上しているものでございますけれども、3月11日に発生しました、東日本大震災並びに福島第一原発事故による放射性物質の飛散と、風評被害による復旧・復興に優先的に取り組むため、本事業については先送りをしてきたところでございます。しかしながら、震災から9カ月が経過した現在、市民生活も徐々に落ち着きを取り戻しつつある中、復興を少しでも早く進めていくためには、市民の元気や活力を生み出していくことが必要であり、その1つとして本計画を再開し、金砂地区の活性化、にぎわいづくりを進めていくことが、本市全体の復興の加速化につながっていくものであるというふうに考えております。

また、震災をきっかけに、地域コミュニティが救援や避難など、地域防災におけるさまざま

な活動において、重要な役割を果たすことも再認識をされており、旧金砂小学校を改修整備することにより生み出される地域活動を通しまして、地域コミュニティや地域のきずなにもつながっていくものであるという考えなどから、今般、事業の再開に踏み切ったところでございます。また、事業の再開に当たりましては、震災と原発事故による風評被害により、本市や県北地域への観光交流客や宿泊客が減少傾向にあるということなどを踏まえまして、宿泊者数の見込み、各種体験メニュー、受け皿等、地域の現状等について、再度検討を行いまして、当面は宿泊可能人数を必要最低限の確保で整備するという、また、規模を縮小し、整備するということの検討をあわせて、さらに整備財源の縮減を図りまして、その分は復旧・復興に充てていくという考えであります。

今後の予定でありますけれども、ハード面につきましては、年明け1月に工事入札を行いまして、2月から7月末までを工事期間約6カ月として見込んでおります。それから、準備期間を経まして、オープンは秋口ごろになるのではないかと現在は考えております。また、ソフト面につきましては、現在、管理運営形態、宿泊料金、各種体験メニュー等の検討を進めているところでございまして、今後とも、受け皿となる地域の人材や団体等との連携調整を図るとともに、積極的なPR活動を進め、本施設と地域のにぎわいづくりを図ってまいりたいと考えております。

以上でございます。

続きまして、交流人口拡大についての、地域おこし協力隊の質問にお答えいたします。地域おこし協力隊は、平成21年に総務省の事業として示されたものでございまして、都市部で暮らす方々を対象に、1から3年の期間で地域に移り住んでいただき、外部からの視点を活用して、地域資源や課題の再認識、地域の活性化を図ることを目的とした事業となっております。この地域おこし協力隊にかかる費用につきましては、報酬等も含め、1人につき350万円が特別交付税で措置されるということになっております。本市では本事業を活用し、交流人口の拡大、地域コミュニティ活動の支援、市内外への情報発信の強化、地場産品を活用した商品開発や特産品の販路拡大などを図っていくという考えのもと、女性3名に、本年4月から本県第1号の地域おこし協力隊として、里美地区に住所、拠点を置いて、活動を行っていただいているという状況でございます。

着任当時は、東日本大震災が発生した直後ということもありまして、震災復興を掲げた地域イベント等への参加、支援などが活動の中心になっておりましたが、8カ月余りが経過した今日では、旅行会社や地域のまちづくり団体と連携して、常陸太田市への着地型ツアーやイベントの企画実施を行ったり、都内の任意団体と連携して、大学の学園祭やイベント等に参加して、常陸太田市の観光PRやイベント情報の発信を行ったり、また、里山生活を学ぶフィールドワークを行う合宿を誘致するなど、交流人口拡大につながるような取り組みを積極的に進めているところでございます。さらに、地域のお母さんとの共同による、地場産品を活用した手料理のレシピづくりや、新商品開発、農地を借地しての野菜等の自家栽培、独自のブログやフェイスブックを活用して活動の情報発信を実施するなど、着実に活動の幅を広げ、一定の成果を上

げているところでございます。

また、こうした活動につきましては、3人が活動の拠点としている里美地区の住民の方々からも、若い人たちがいるだけで元気になる、若い人たちが地域で活動してくれていることにより、みんなが積極的にイベントに参加するようになった、協力隊の活動によりつながりのできた団体や個人の集まり、協力隊を中心に地域おこしの新たな基盤づくりが始まっているなど、前向きな評価をいただいているところでございます。なお、地域おこし協力隊の活動内容につきましては、「広報ひたちおおた」にコーナーを設けて、定期的にお知らせをしているところでございますけれども、より多くの市民の皆様タイムリーに情報提供が図られるよう、情報発信力の強化を図ってまいりたいと考えております。

また、今後の展開についてですが、これまでの実績及び評価を踏まえまして、里美地区における成果を他の地域に広げていく必要があるのではないか、また、そのためにどの程度の増員を考える必要があるかなどの視点から、検証、議論を行いまして、次年度につきましては、現在の3名に加えて、新たに4名を追加することとし、既に募集を行っているところでございます。今後も、地域おこし協力隊、その他のさまざまな制度を活用しまして、交流人口の拡大、地域活性化に取り組んでまいりたいと考えております。

以上でございます。

続きまして、地域情報の受発信体制についての中での、SNSについてのご質問にお答えいたします。ツイッターやフェイスブック等に代表されるSNS、ソーシャルネットワーキングサービスにつきましては、近年急速に普及を続けておりまして、平成23年10月現在におきましては、ツイッターは1,455万人、フェイスブックは1,132万人が利用しているとの調査もでございます。現在では、ソーシャルメディアを初めとするICTの力によって、情報の発信や共有が容易になったほか、人と人がつながり、きずなを再生したり、知識情報、思考、感情等を共有したり、現実社会の不安を解消するなどの効果も生まれてきているところでございます。例えば、SNSを通じて、疎遠になっていた学生時代の旧友に、再びオンライン上で出会うという体験は、今や珍しいものではなくなっております。また、SNSを通じた情報交換により、さまざまな地域のキーマンがつながり、まちおこしのイベントの実施に至るなどの好例も見られているところでございます。

SNSは、人々の共感を得た情報がリアルタイムに全世界に発信されるという、極めて伝播力の強いメディアであると認識しておりまして、このようにSNSは、情報発信共有のための有効なツールであると認識をしております。行政のかかわりとしましては、SNSというコミュニティを活用して、まずは、市政情報、観光情報や災害情報等の発信を行っていくことが必要であると考えておりまして、既に、実施に向けた検討を進めているところでございます。一方で、SNSにおいては、情報の発信者と受信者間の双方向のやりとりが可能であり、またこれらのやりとりを通じて、相互の信頼関係が醸成され、より一層の情報共有が促進されるという特徴がありますことから、行政としましても、住民への日常的な情報提供と信頼関係の構築という観点からも、可能な範囲で対応していくべきと考えておりまして、こちらについてもあ

わせて早急に検討をしてみたいと考えております。

なお、災害情報につきましては、現在防災無線やホームページによって配信をしているところでございますが、情報を入手できる場所や、受信環境が限定されてしまうという課題もございます。このため、市からの災害情報を市民に迅速かつ正確にお伝えするために、新たに携帯電話を活用した2つの情報受配信環境を、来年1月末を目途に整備いたします。

1点目は、市独自の配信サービスとして、メール一斉配信サービスを行います。このサービスの特徴は、市内外を問わず、勤務先や旅行先においても、市からの情報を携帯電話のメールで受信することができるもので、通信事業者を問わずに、携帯電話やパソコンで利用することができるものです。配信する情報としましては、当面災害情報を想定しておりますが、今後、観光イベント情報、不審者情報、消防団や学校等の連絡網など、ニーズに応じた利用方法の検討を行ってみたいと考えております。

2点目は、NTTドコモの通信環境を活用して行う、エリアメールサービスでございます。地震や台風などにおける避難指示や避難勧告など、特に緊急性の高い災害情報のみをメール配信するサービスでございます。市内外限定の受発信となります。今後はこれらの情報受発信の媒体を有効に活用しまして、市民の皆様方を初め、広く多くの方々に、市政情報や災害情報等を発信できるように取り組んでみたいと考えております。

続きまして、ホームページに関する質問についてお答えいたします。現在のホームページにつきましては、2年前にリニューアルを行い、必要に応じて改善を図ってきているところでございますが、市内外への効果的な情報発信という観点からは、質的にいまだ不十分であるものと認識しております。震災後の、交流人口の落ち込みへの対応という観点からも、市内外への情報発信機能の充実が喫緊の課題であることから、これを機に、動画等を取り入れた観光イベント情報や四季折々の風景、特産物等の紹介、緊急性のある災害情報及び各種行政サービス等を、わかりやすく、利用しやすい内容に構成するなど、市内外の方々に魅力あるホームページにリニューアルをしてみたいと考えております。

また、ご高齢の方や障害をお持ちの方に配慮いたしました、音声読み上げ機能や文字の拡大、色の変更等の機能を加えるとともに、外国人の方々のために、英語、中国語、韓国語などの表記も実施をしまして、ホームページの内容と機能をより一層充実してみたいと考えているところでございます。加えまして、ホームページの作成過程におきましては、市とホームページ作成業者が十分に協議、検討を重ね、市民の皆様や学識経験者の意見を積極的に取り入れることによって、見やすく、使い勝手のよいものとしてみたいと考えております。これらを早期に実施させていただきますために、来年度当初予算に所要の予算額を計上させていただきたいと考えております。

以上でございます。

議長（茅根猛君） 1番藤田謙二君。

〔1番 藤田謙二君登壇〕

1番（藤田謙二君） ただいまは答弁をいただきありがとうございます。

2回目の質問については、それぞれの項目ごとに要望、一部再質問をさせていただきます。まず、地域資源のブランド化についてですが、地域ブランドを創出することは、そこに暮らす市民が、自分のまちに対する誇りや愛着ということにも大きな影響をもたらすものであると感じています。千葉県市川市では、市川のナシを地域団体商標に出願。地域ブランドを取得したことにより、直売での地元消費量はもとより、全国発送量でも目覚ましい伸びを示すなど経済効果があらわれ、さらに、市川のナシを背負って立つ若い後継者の人たちが、自発的に市川のナシのブランド推進計画の検討をするなど、地域ブランドに対する意識が高まっているということでもあります。

また、Jリーグジュビロ磐田の本拠地である静岡県磐田市では、地元の産品を磐田ブランドとして認定するとともに、売り上げの3%をポイントとして蓄積し、購入者が応援したい地域の事業を選び、たまったポイントを資金として寄付できる仕組みを作るなど、地域ブランドで地域を活性化するとともに、その売り上げの一部が地域の別な事業にもつながるといった、市独自に工夫の凝らした展開をしている事例もございます。

一方で、ブランド総合研究所による地域ブランド調査2011によりますと、茨城県は3年連続で、全国都道府県魅力度ランキングにおいて最下位となっており、全国1000市区町村ランキングで、常陸太田市は547位、去年は700位でありましたが、若干順位は上がっておりますが、茨城県内では10位となっています。この調査は、認知度や魅力度、観光意欲や居住意欲、訪問経験や地域資源評価、さらに、産品購入意欲やまちのイメージなど全67項目から成る調査を、全国約3万人の消費者から回答を得たもので、今年で6回目の実施となるものです。この結果が、必ずしも信憑性が高いとはいえないものの、常陸太田市の魅力を地域ブランドとして共通理解のもと、内外に広めていくことは、地域の魅力度アップにつながるものとともに、交流人口や定住人口促進へもつながる、重要かつ必要な取り組みであると感じています。ぜひその推進に当たっては、一部の携わっている人しかわからないといった状況に陥らないよう、地域の中でコンセンサスを図る上でも、地域ブランド宣言なる発信を市民に行うなど、市の木や花、鳥などのシンボルと同様に、市民が地域ブランドというものを認知の上、自慢げに語れるような、そんな取り組みに期待をいたします。

交流人口拡大については、これまで以上に体験、滞在型観光の推進を進めながら、移住、定住へとつながるよう、さらなる促進を期待しています。そのためには、ハード整備はもちろんですが、インストラクター育成などソフト面での受け入れ体制での強化を初め、ブランド化同様、効果的なPRに努めていただきたいと思います。特に、旧金砂小学校の利活用については、今後統合により使用されなくなる学校が増えていく中、地域コミュニティの大切な拠点として、また、地域に合った活用の前例となるような取り組みに期待をしています。

そして、地域おこし協力隊については、答弁いただいたような状況活動を、もっと市民に対して情報として伝えてほしいと感じています。先ほど、市報にはコーナーを設けてあるというようなお話がございましたが、活動はもとより、存在すらまだまだ知らない市民も少なくありません。秋田県由利本荘市では、本市を上回る5名の地域おこし協力隊員、さらには2

名の集落支援員を配置し、5月から活動を開始。その地域での活躍の様子を、活動記として毎週月曜日に、1週間ごとの活動を市のホームページ上に掲載し、認知度アップに心がけています。その発行も、5月末からのスタートということで、既に27号を数えることとなっています。ぜひ協力隊と市民が、これまで以上に互いに支援し合えるような体制を作って、当初の目的を達成できるように、またそういった環境のもとで、来春新たな2期生を迎えられるようにしていただきたいと望んでいます。そこで、早急な対応として、協力隊員が日々更新している活動報告を主としたブログを、市のホームページにリンクを張るなどが考えられると思いますので、ぜひ検討の上、対応をお願いしたいと望みます。

地域情報の受発信体制についてのホームページについては、今やインターネットの利用者が人口の約80%にも拡大し、日本人の5人に4人はインターネットを利用する時代となっています。そのような環境のもと、市のホームページの役割は大きく、市民の暮らしという視点では、広報誌以上の情報量やタイムリーな情報提供、また一方で、交流人口拡大という視点で見た場合は、ある意味、市のイメージを印象づける顔でもあるわけで、大事なまちの第一印象をホームページが与えるといっても過言でないと感じています。そのような観点からも、ぜひリニューアルの具現化に期待をしています。そして、作成に際しましては、先ほど答弁にもありましたように、専門業者へ任せっきりにせず、ぜひ市民の意見にも耳を傾け、こちらの要望をしっかりと伝えた上で、費用以上に効果の感じられる、魅力的でわかりやすいホームページになることを望んでいます。

最後に、SNSについては、ツイッターやフェイスブックなど、需要が増加しているソーシャルメディア自体をわからないことには前に進みませんので、まず市内でセミナーを開くなど、職員自らがソーシャルメディアを使ってみることから、スタートしてみたいと思います。この点につきまして再度お考えをお伺いいたしまして、2回目の質問を終わります。

議長（茅根猛君） 答弁を求めます。政策企画部長。

〔政策企画部長 佐藤啓君登壇〕

政策企画部長（佐藤啓君） 2回目の質問にお答えをいたします。議員のご指摘の点につきましては、そのとおりであると考えております。SNSについては、実際に使ってみなければ、その意味合いや利便性を実感していただくことは難しいと考えております。そのような考えのもと、まずは隗より始めよということで、市職員向けのSNS講座の実施を、現在検討しているところでございます。また、実施に当たりましては、SNSに関して知見のある、大学との連携も視野に入れながら、実施をしてまいりたいと考えております。こちらも早急に検討を進めてまいります。

以上でございます。

議長（茅根猛君） 1番藤田謙二君。

〔1番 藤田謙二君登壇〕

1番（藤田謙二君） SNSについては、一般的には、年齢が高くなるほど利用率が下がり、一方で利用率の高い若年層は、地域とのつながりが薄いという傾向が指摘されています。また、

震災以降、茨城県北地域の被災地でもソーシャルメディアの利用頻度が増加したという調査結果や、災害時の情報収集の有効性などから、今後50歳代以上の世代の方への普及が、災害情報の共有化のための課題とも言われる中、そういった問題を克服するためにも、庁内の部課長さん方もぜひ実践をしていただきまして、体感した上で、先進自治体の事例などを検証しながら、この地域に合ったSNSの導入、立ち上げへと発展して行ってほしいと願っています。そういったネットでの世代間の交流などが、ひいては20歳代の地域活動への参加促進へもつながるものと考えています。

最後に、今回の3項目の質問は、それぞれに関連するところが多い内容であり、すべては地域の魅力度アップにつながっていくものであります。地域ブランドも、農産物などが中心となりがちですが、例えば、赤土や持方集落といった自然や、鯨ヶ丘の町並みなどの景観も、地域ブランドとして発信できる魅力を十分に備えていると感じていますし、必ずしも商標登録すればブランドとして認められるのかというと、そうとも言えないと思います。ブランド認定されていてもいま一つ認知度の低いものもあれば、登録されていなくても十分に人気のあるものもあるからであります。さまざまな視点から、もう一度地域財産である自然や歴史、文化などを含めた地域の宝を見つめ直し、磨きをかけて、常陸太田市の魅力を市内外にアピールしていただけることを望みます。そして、来年は、市町村ランキングでも今年以上に全国ランキングが上がることを望みまして、私の一般質問を終わります。ありがとうございました。