

○議長 内海 猛年君

次に4番、長島議員の一般質問を許します。長島議員。

○議員 4番 長島 毅君

4番、長島です。本日最後の一般質問になります。皆様お疲れのことだとは思いますが、あと少しだけお付き合いお願いいたします。

議長より許可をいただきましたので、通告書に従いまして始めさせていただきます。

先日から日に日に気候もよくなり、クールビズも始まり、いよいよ芦屋町の夏が近づいてきているなど実感するとともに、コロナが一旦の落ちつきを見せ、夏の花火、プール、そして海水浴場と、芦屋町の本領発揮の季節がやってきたと期待を寄せているところであります。早速ですが、質問に移らせていただきます。

件名1、芦屋港レジャー港化の現状と今後の展望について。

要旨1、令和8年度のレジャー港の開港に合わせた機運醸成について、まず、現在行われている活性化推進室の機運醸成事業の進捗について伺います。

令和8年度のレジャー港の開業まで、残すところ3年となっております。まだ3年あると捉えるか、あと3年しかないと捉えるか難しい時期ではありますが、私自身も「本当にあと3年後に完成するのか。」という期待と不安の入り交じる気持ちではありますが、本日は少し早い時期ではございますがレジャー港に関する質問と提案をしていきたいと思っております。

芦屋港活性化における機運醸成事業の基本方針の下、令和3年度以降の取組方針の方向性が示されておりましたが、現在までの活性化推進室の機運醸成事業の進捗状況について伺います。

○議長 内海 猛年君

執行部の答弁を求めます。芦屋港活性化推進室長。

○芦屋港活性化推進室長 志村 亮二君

お答えいたします。

芦屋港活性化事業の推進において町民の機運醸成は重要な取組であり、町全体への波及効果を創出するには継続的な推進が必要となるため、当該事業は令和2年度からスタートしています。

事業の目的は、芦屋港活性化事業のにぎわい創出となる機運の醸成、プレーヤーとなる人材の発掘・育成、町内のネットワーク化、回遊性の創出、町の稼ぐ力の向上（消費拡大）となっております。そのために、町の活性化に意欲のある人材の発掘、担い手の育成方法の検討を実施、ワークショップやテストマーケティングの実施、戦略的情報発信の実施等の施策を推進しています。

令和4年度までは新型コロナの影響もあり、ワークショップやテストマーケティング等がなかなか実施できない状況でしたが、今年度からは新型コロナも5類に移行されるなど制限も緩和されてきていますので、レジャー港化に合わせたキャンプ事業実現に向けたテストマーケティング

令和5年第2回定例会（長島毅議員一般質問）

や、飲食・物販に関するテストマーケティング等の事業推進に必要な施策を町内事業者等で構成された2つのワーキンググループを中心に実施していく予定としております。

以上です。

○議長 内海 猛年君

長島議員。

○議員 4番 長島 毅君

ありがとうございます。人材発掘やキャンプ事業や飲食・物販のマーケティングは、私も非常に興味を持って注目しております。ぜひ、活性化のためにも引き続き積極的に進めていただきたいと思っております。

次に行きます。では、将来的な取組について何か新規に決定していることはございますか。御答弁お願いいたします

○議長 内海 猛年君

執行部の答弁を求めます。芦屋港活性化推進室長。

○芦屋港活性化推進室長 志村 亮二君

お答えします。

現在、将来的な取組として決定していることはありませんが、先ほども申しました今年度実施予定の幾つかのテストマーケティングの検証などにより、今後の取組については決定していくことになろうかと考えております。

以上です。

○議長 内海 猛年君

長島議員。

○議員 4番 長島 毅君

はい、分かりました。では次にいきます。

それでは「新規に、こういうのはどうでしょうか。」ということで提案させていただきます。

要旨1、令和8年度の芦屋港開業に合わせた機運醸成キャンペーンとして、アロハビズの導入を検討するのはいかがでしょうか。

芦屋町は県内でも屈指の海の町です。しかしながら、他の市町村よりも海町の個性をうまく出せていない気がしています。この芦屋の自然、資源を生かす事業を昨日の町長の施政方針の中でも、多くおっしゃられておりました。「スピード感を持って取り組む。」とも言われておりましたが、レジャー港の開業予定まであと3年しかありません。その間に何をするかということで、私なりの提案をさせていただきたいと思えます。

海町を前面に出し、さらに観光とレジャーの町を前面に出す意味でも、芦屋港開業のタイミン

令和5年第2回定例会（長島毅議員一般質問）

グは芦屋町の認知度をさらに高めるチャンスです。そこで、機運醸成事業の1つとして芦屋港の開業の1年前の令和7年度から、開港年度の令和8年度、そして翌年度の令和9年度までの3年間をアロハビズで開業キャンペーンをしてみたいはいかがでしょうか。御答弁をお願いいたします。

○議長 内海 猛年君

執行部の答弁を求めます。芦屋港活性化推進室長。

○芦屋港活性化推進室長 志村 亮二君

お答えいたします。

今、議員から御提案いただきました内容につきましては十分協議をさせていただき、町として導入の有無を決定していきたいというふうに考えております。

以上です。

○議長 内海 猛年君

長島議員。

○議員 4番 長島 毅君

非常にシンプルにありがとうございます。

では、「なぜアロハシャツか。」というのを言いたいと思います。

思いやりやおもてなしの意味を持つアロハは、ハワイや沖縄のような何も南国だけのものではありません。国内の自治体や東京霞が関の環境省などアロハビズを導入し、市や町のPRに活用されているところがたくさんあります。また芦屋町に関して言いますと、芦屋町の花「はまゆう」の柄がシャツのデザインに非常に合うと思います。既存のアロハシャツにも「はまゆう」柄の物が多く販売されておりますし、とにかく芦屋町は海の町です。シャツのカラーも空のブルー、また水色など海の色にも非常に合うと思いますし、アルファベットの「ASHIYA（芦屋）」の字体が、アロハデザインに非常になじむと思います。芦屋町の花、芦屋町が大事に育ててきた「はまゆう」をあしらったシャツをデザインし、2色ないし3色、カラーの色違いで製作し、機運醸成に導くことはできないでしょうか。

先日も発売されました既存の芦屋PRポロシャツですが、他の市町村に比べると町民の方々、特に高齢者の方々をはじめ町内事業者さんや飲食店制服など、芦屋町では着用者が抜群に多いです。本当にたくさんの方がふだんから着られているのを拝見します。そこで、開港キャンペーンの3年間を芦屋ポロシャツのように町全体に浸透させ、町内で連携し、機運醸成とレジャー港のPRに生かすことができるのではないのでしょうか。

2014年度から販売を始めた芦屋ポロシャツも、来年2024年で10周年を迎えます。もう皆さん何着も所有していることと思われまして、毎年新たにデザインを考案し制作されている担当職員の方々も、本当に大変だろうなあと思います。今やどこの自治体も導入されているこの

令和5年第2回定例会（長島毅議員一般質問）

PRポロシャツを、11年目の再来年は一旦ですね、一旦御休憩いただきまして、このアシヤンアロハ導入で町民団結の一体感を生み出すとともに、海や港に対しての町職員の意識向上にもつながると考えます。

それでは資料のほうを御覧ください。

導入自治体はここにも書いておりますが、神奈川県茅ヶ崎市、山口県周防大島町、鳥取県湯梨浜町、和歌山県白浜町、宮崎県日南市、鹿児島県指宿市、これまだ一部なんですけども、これぐらい日本全国、海の町、海沿いの町では導入がされております。茅ヶ崎市に至っては議会のほうも全員がアロハシャツで、議会が進行されているそうです。

そこまでとはさすがに思わないんですが、真ん中の段を御覧ください。

先ほど言ったデザインなんですけど、これ芦屋の「はまゆう」をあしらっております。そしてASHIYAのローマ字を少し崩してバックプリントすれば、すばらしい芦屋アロハが出来上がります。右側の男性が、非常にアロハシャツが似合ってる男性がですね、この芦屋アロハを紹介してくれておりますが、これ町長です。非常に似合ってると思います。

また下段の資料にあるように、アロハビズに移行する時期に、県内や地方のテレビのニュースに必ず取り上げられるのが恒例となっております。今のところ福岡県の市町村ではアロハビズの導入はありませんし、このようにアロハビズ導入時、導入後、取材対象になりやすいと思います。福岡県初ということで、芦屋町とレジャー港のPRになるのではと思います。福岡県の海の町と言われている糸島、福津市、また近隣の宗像市、岡垣町などに先駆けてアロハ先進地を目指してもいいのではないのでしょうか。役場内にはありがたいことに、デザイナーさんも常駐しております。かわいらしいアロハシャツをデザインすれば、たくさんの町民の方々も喜ばれるのではないのでしょうか。

アロハシャツが非常にお似合いで芦屋町の海を愛してやまない町長、一言お願いいたします。

○議長 内海 猛年君

執行部の答弁を求めます。町長。

○町長 波多野 茂丸君

今、芦屋港レジャー港化に関しましては、もう既に御存じのとおりコロナの関係でですね、かなり遅れておりまして、しかし今もうそろそろ現状に戻ってきておりますので、このレジャー港化については早く進めていかなければならないと思っております。

今言われましたアロハビズにつきましては、確かに芦屋港レジャー港化の機運醸成の一助を担うものであると考えております。芦屋町に夏にお見えになった方が、芦屋の例えばお店の方がですね、アロハシャツを着て店頭におられると。それから夜、飲食の関係、スナックとかそういう方がですね、このアロハシャツを着てですね、お店に出られると。またここはここで、いろんな

令和5年第2回定例会（長島毅議員一般質問）

話題が出てくるのではないかと考えております。今の芦屋は自衛隊基地がありまして、自衛隊の皆さんも夜の町に、金曜日、土曜日になるとかなり芦屋の町をにぎわしておられるわけがございます。やはり芦屋は海の町ですが、夏の行事、花火大会もあります。いろんな形の中で行事がありますので、芦屋をこの際こういうようなアロハシャツ、イメージでですね、話題性を持ってですね、芦屋を売り込むということが大事なことではないかと考えております。

これにつきましては関係課等で十分検討させていただいた上で、実施の有無を決定させていただきたいと考えております。

以上です。

○議長 内海 猛年君

長島議員。

○議員 4番 長島 毅君

大変ありがとうございます。予算関係のほうも最も重要なことだと思っております。イメージとしては、ポロシャツのように毎年製作するのではなくて、一度つくったシャツを3年間着回すということで、3年分を1回にまとめるという考えもできるのかなというふうにも思っておりますので、何とぞ前向きに御検討のほどお願いしておきます。

では次に行きます。要旨2に行きます。芦屋町の海を生かした官民連携について、ネーミングライツ・パートナープロジェクトの提案です。

令和4年第2回定例会において、私の一般質問の中の要旨で「新たな観光資源と魅力づくりについて」ということを質問させていただきました。具体的に言うと、みんなが親しみやすいキャッチフレーズや海岸線、ベイエリアの名前を考えてみてはいかがでしょうか。「芦屋のイメージ、コンセプトを落とし込んで1つにつなげることで、分かりやすく愛着の湧くエリアになるのでは。」という質問をさせていただいておりますが、少し関連する内容で提案させていただきたいと思えます。

公共施設やスポーツ施設などに名前をつける権利を契約するネーミングライツですが、日本では1997年に京都の東伏見アイスアリーナに対して、サントリーが命名権を買収したのが始まりです。公共施設では2003年に調布市の東京スタジアムが味の素スタジアムとなり、今もその名前で契約が続いております。例えば近隣でいうと、PayPayドームやミクニワールドスタジアム、また黒崎ひびしんホールや鳥栖市の駅前不動産スタジアムなど、スポーツ施設や公共施設で導入されています。

このメリットとしますと、ネーミングライツ権の売却は、経営難の企業や地方自治体が施設や店舗維持のための資金獲得手段として使用することが多くなっています。売却した自治体や企業は売却により資金が得られ、取得した企業や団体個人は、社名や団体名などを施設に命名するこ

とで高い宣伝効果が見込まれます。芦屋町も官民連携や民間誘致などがなかなか進んでないと捉えております。このネーミングライツをきっかけに民間企業とパートナーとして連携していくこと、また、施設管理の財源確保が可能と考えます。

また、レジャー港施設や場所に名前を与えることで町民に改めて関心、愛着を持ってもらえると考えます。自治体の様々な費用負担を減らすとともにイメージアップを図れることから、大きなメリットになるのではないのでしょうか。話は少し大きいのですが、芦屋港施設管理の財源確保の手段として、少しでも町に還元できるのであれば検討してもよいのではないのでしょうか。施設の所有者である企業や自治体にとってはネーミングライツを売却することで収入を得られ、購入した企業にとっては自社の知名度向上とともにイメージの向上も期待でき、結果として売上げ向上につながると考えられております。

この制度は、現在は各地で浸透し、長期契約が続いている施設も少なくありません。行政も民間の経営手法を取り入れ、コスト削減と安定した収入確保に努める中、ネーミングライツは多くの自治体の公共施設でも導入されています。契約金額は幅広く、年間数十万円から1億円を超えるものまで様々です。芦屋町所有の施設でネーミングライツを導入しているものは、まだありません。ネーミングライツの対象は、スポーツ施設、公共施設だけではありません。全国では、これまでに歩道橋や駅、トイレ、道路などにも導入されております。そこに共通するのは、多くの方が利用し、目にするものほど対象になりやすいということです。

恐らくファミリー層が多く利用するであろう芦屋港レジャー港施設の維持管理経費確保の新たな手段として、ネーミングライツ制度の導入を検討してはいかがでしょうか、お伺いいたします。

○議長 内海 猛年君

執行部の答弁を求めます。芦屋港活性化推進室長。

○芦屋港活性化推進室長 志村 亮二君

お答えいたします。

今、議員から詳細に御説明いただきましたネーミングライツですが、一般的に企業側が得られるメリットは地域貢献によるイメージアップが期待できるや、高い宣伝効果を得ることができることと言われ、施設側が得られる最も大きなメリットとしては、企業から契約金を含めた援助を受けられること、いわゆる財源が確保できることとされています。一方で、企業側へのデメリットとしては契約金等の支払いがあり、ネーミングライツを獲得しようとする企業は慎重に費用対効果等を検証する必要があります。また、施設側のデメリットとしてはネーミングライツを獲得した企業、いわゆるネーミングライツ・パートナーになった企業が何らかの問題等を起こしてしまった場合は施設のイメージダウンにつながるリスクを踏まえていること。

また、それによって施設名の変更が必要になった場合には、施設利用者の混乱を招くこととな

令和5年第2回定例会（長島毅議員一般質問）

ることなどが挙げられています。

以上のようなことを踏まえ、芦屋港のレジヤーク化においてネーミングライツ制度を導入することが妥当であるかの判断については、他自治体の事例などを参考に十分検証の上、決定すべきであると考えております。

以上です。

○議長 内海 猛年君

長島議員。

○議員 4番 長島 毅君

確かに、ネーミングライツには課題も多くあると思います。もし導入するのであれば、導入に際しては芦屋町としてのイメージを損なうことがないように、名称の選定には厳正な審査を行うとともに町の方々から意見を募集することも考える必要があると思われま

す。失敗例や反対事例ももちろんたくさんありますが、その多くは自治体が抱えていた既存の施設がほとんどです。しかしながら現在、今、私が提案させていただいてるのは、まだ出来上がっていない芦屋港の施設の話ですので、まだ名称も決まってないところもあります。そのため、利用者の混乱にはあまりつながらないのではと考えております。

先ほども言いましたが、ネーミングライツの効果としては次の3つが考えられます。

まず、町としましては安定的な財源確保による持続的な施設運営が図れ、ネーミングライツにより施設の魅力向上、イメージアップが図れる。2つ目としましては、町民にはネーミングライツにより魅力が向上した施設の有効利用、財源確保による町民サービスの向上が図れる。3つ目として、企業には自社の広告宣伝効果が図れ、地域や社会に貢献することで企業評価の向上が見込めます。

先日の観光協会の総会では海浜公園の来場者数の報告がありました。海水浴客含め年間約14万6,000人です。これとは別にプール来場者や砂像展来場者もいらっしゃいますので、かなりの数の方々に年間を通して自社をPRできるのではと考えます。海浜公園と隣接した芦屋港レジヤーク港ですので、特にファミリー層に強い企業などネーミングライツに興味を持つ企業が出てくるのではないのでしょうか。

そこでですが、昨年度から就任しておりますみなと準備室の方々ですが、活動内容にも芦屋港レジヤーク化に向けた管理運営組織づくりとなっております。こういった官民連携事業に秀でた方々かと考えておりますので、せっかくの人材です。このネーミングライツ事業に生かすことも必要ではないかと思いますが、いかがでしょうか。御答弁をお求めします。

○議長 内海 猛年君

執行部の答弁を求めます。芦屋港活性化推進室長。

○芦屋港活性化推進室長 志村 亮二君

お答えいたします。

今議員が言われるとおり、現在みなと準備室におられるお二方については民間企業経験者であり、官民連携事業の経験も豊富でありますので当然、本件の検討を中心的に担っていただきたいと考えております。

以上です。

○議長 内海 猛年君

長島議員。

○議員 4番 長島 毅君

私自身もすばらしい人材であると認識しておりますし、お2人は任期も限られておりますので、ぜひ活躍の場をたくさん設けてあげていただきたいと願っております。

ネーミングライツの近隣事例ですが、北九州市が本年度3つの施設で導入を決めています。また、中間市ではネーミングライツ事業を昨年度10月より展開し、3月までには2つの、道路になりますが、2つの道路でパートナー契約が成立しております。聞いたことがある方もおられると思いますが、1つは「ピザクック通り」、もう1つは「やすらぎ通り」です。この事業で得た収益は公園草刈り等報償金として自治会に交付し、自治会が運営管理する児童公園の草刈り費用として活用されるそうです。また、ピザクック運営会社のイワタダイナースと未来のまちづくりの協力に関する連携協定を結び、今後、中間市が抱える様々な課題の解決を目指していくそうです。

このように、ネーミングライツ事業をきっかけに自治体と民間が連携するという事例が多く見受けられます。芦屋町でも新たにネーミングライツを使って、どんどん施設の維持管理経費の確保と官民連携事業をされていいのではないのでしょうか。ぜひともその辺り、しっかりと協議していただきまして、いろいろと御検討いただき、これを使うか使わないのかという御決断をしていただきたいと思っております。

また本日、私がこのネーミングライツの御提案をさせていただいたのは、芦屋港レジャー港は開業後も管理運営に多くの財源が必要になってくると思われまます。芦屋港に限らず、これからはこのネーミングライツのような新しく収入を増やす新たな収入源の確保という分野にも、芦屋町もシフトしていかなければならないのかなというふうにも思っております。このような財源確保の考え方を、ぜひとも芦屋町でも検討していただきたいと思います。

町長、最後にこのネーミングライツ制度に関して何かありましたら、一言お願いいたします。

○議長 内海 猛年君

執行部の答弁を求めます。町長。

○町長 波多野 茂丸君

令和5年第2回定例会（長島毅議員一般質問）

本当に勉強不足なんでしょうけど、このネーミングライツという言葉自体、長島議員から一般質問があるまで全然知識がありませんでした。こういうようなこともあるんだなというように、ずっとお聞きしておったわけですが、やはり芦屋町は何が売るかという、もう海しかない。「海しかない」というのは「海がある」と。貴重な海がですね、北九州市と福岡市に挟まれて、確かに宗像とか波津とかありますけど、芦屋みたいに砂浜とそれから港湾と、それから洞山、岩場、はまゆう、あの一帯ずっとですね、素晴らしい自然を持った町でありますので、その辺をこのネーミングライツということで、何か命名していただいて契約がとればなということ、いろんな方面からこのことについては検証していきたいと思っております。

以上でございます。

○議長 内海 猛年君

長島議員。

○議員 4番 長島 毅君

ありがとうございます。まずは芦屋港を皮切りに、将来的に既存の町内施設などにもこのネーミングライツ制度を導入していただければと期待しております。

非常に時間は余っておりますが、これをもちまして、人に町に心に寄り添う、私、長島毅の一般質問を終了させていただきます。ありがとうございました。

○議長 内海 猛年君

以上で長島議員の一般質問を終わりました。