

4. 都心部における川口魅力発信事業について

川口市では本年度「ようこそ川口キャンペーン」と称して、観光誘客促進事業に注力しております。市外、特に東京から川口へ観光客を呼び込む戦略として、市内観光ルートを策定すべく、予算総額 2260 万円が計上されたところがあります。川口市には多くの観光資源が眠っていると考えますが、東京など都心から見た川口のイメージは、通ったことがあるけど、降りたことのない駅であり、都心から電車や車で 30 分足らずの立地でありながら、どこにあるかイメージできない人がほとんどであります。訪れた方は、「こんなに近くにこんなに環境のよい場所があったんだ？」と思われることは間違いないと思うのですが、それが知られてきませんでした。本年度、この点に着目して、市外からの集客活動を行うことによって川口市を活性化させること、つまり外貨を入れることで市の経済を活性化させる施策は有効と考えます。

しかし、植木や花卉、防風などの農作物や鋳物など川口の特産や B 級グルメなど、どんなに川口のいいところを集めても、それを広報しない限りは人はきません。

待っていても人は来ないのです。

東京駅や、新宿駅、池袋駅などで、時折地方の地場産品の広報活動を見かけます。宮崎では知事が自ら地場産品の広報活動をメディアを通じて発信しています。

また、昨今人気なのが都心のアンテナショップであります。地方の特産物などを資本のある都心部で売ることにより、情報を発信するのです。

そこで、質問の 1 点目として川口市全体の魅力向上や活性化を図るため、多くの人が集まる都心部において、川口の食や観光などのさまざまな情報を市外へ向けて発信する機能を強化するため、川口市の特産品を取り扱うアンテナショップ等への支援についてお伺いいたします。

また、秩父の羊が丘公園の芝桜や伊豆半島の河津桜は有名です。羊が丘公園の芝桜は川口市戸塚の園芸農家から持って行って植えたものだそうです。河津桜は、2 月のまだ寒い時期に桜としては珍しく 1 ヶ月という長期間にわたり花が楽しめることから、多くの観光客を誘引し、この期間は受け入れ先に困るほどの経済効果を生みました。しかし、羊が丘の芝桜も河津桜も観光客誘引のた

めに植えたものであって、歴史的にそこにもともとあったというものではないのです。つまりこのような「しかけ」が観光には必要であります。

本市の農地についてはどうやって残していくかが懸案となっておりますが、このような観光農地としての「しかけ」に利用していくということもひとつの方策ではないかと考えます。

赤山の歴史自然公園の計画が3月議会のわが党団長の立石議員の質問への答弁として発表されました。赤山の住民の方は、持っておられる農地を公園にすることにはおおむね賛成しております。そして、せっかくの自然湿地なのだから、睡蓮を植えるなど、湿地を活かした美しい公園にしたいとも言っておられます。先祖より大切にしてきた自分たちの土地は自分たちの手で管理し、そうすることで本市の活性化に貢献したいという意向であります。まさに、農業と環境の共生が図られるのではないのでしょうか。

そこで質問の2点目として、これらの新たな観光施策として農地を活用した「しかけ」作りについてのお考えをお聞かせ願います。