

市制施行90周年を契機としたブランド戦略の構築と記念事業の方向性について、お伺いいたします。本市は2027年に市制施行90周年という大きな節目を迎えます。この90年という年月は、産業都市としての発展、人口増加期の都市整備、そして現代における人口減少、少子高齢化への挑戦といった多様な時代背景の中で、市民の皆様とともに歩んできた歴史の重みを体現するものです。

今から8年前の80周年の際にも、記念式典や市民参加型のイベントなどが開催されましたが、当時と比べて現在の社会状況、特にICT技術の進展、SDGsへの取組、地域ブランドディングの重要性など、自治体運営の視点は大きく変化しております。

こうした中で、90周年を単なる記念行事とせず市民との一体感を醸成し、新居浜のブランドを再構築する契機とすることが強く求められています。また、その10年後の100周年に向けた布石として、今ここでどのような構想を描き実行していくのかが問われており、残された1年余りの期間をいかに戦略的に活用するかが鍵となります。

市制施行90周年事業に関連する構想と課題について、本市の見解を5点お伺いいたします。

まず初めに、本市は2017年に80周年を迎えた際、市民文化センターでの式典や記念誌の発行、地域団体との連携によるイベント、私が第一回から関わらせていただいているあかがねマラソンもその1つですが、一定の成果を上げてきたのではないでしょうか。一方でこうした記念事業においては、実施内容の一過性、告知の不足などによる若年層や地域外からの注目度の低さはなかったでしょうか。

80周年記念事業の効果について、どのような検証を行いどのように評価をされているのかお伺いいたします。また、その結果を踏まえて、今回の90周年に向けてはどのような部分を継承し、どのような部分に刷新が必要だとお考えでしょうか。内部での振り返りや、庁内横断的なプロジェクト体制の有無についてもお聞かせください。

周年記念事業をただの儀礼的な行事に終わらせず、次の10年につながる種まきとするための構想力が今こそ求められていると思います。全国の自治体では、シティープロモーションや都市ブランド向上の起爆剤として捉える動きが強まっています。

先日視察で訪れた旭川市では古くから家具の製作が盛んで、そのつながりからテネスコデザイン創造都市への加盟を果たし、未来ビジョン発信、移住・定住促進、グローバルPRなどに活用して、観光客や企業、次世代人材への訴求につなげています。

本市でも、90周年を自治体としての再ブランドティングの好機と捉えるべきと考えますが、その点における本市の見解をお伺いいたします。特に若者世代や子育て世代、移住希望者、企業経営者など、多様なターゲット層に向けての本市のらしさをどう伝えていくのか。戦略的な視点を持つて設計されているのかが問われています。

これまでの産業都市としての歴史的背景に加えて、子育て、自然、教育、アート、スポーツなど、今後、強みとして訴求していきたい価値軸について、本市としてどのように整

理されているのかお聞かせください。また、周年事業を構成する一つ一つの企画がばらばらではなく、例えば未来志向、市民共創、発信強化のような共通の骨格を持って設計されているかどうかも重要です。

90周年という節目にふさわしい取組を実現するためには庁内外の連携、十分な予算措置、そして実行体制の構築が必要不可欠です。特に記念事業はその性質上、実行直前に全てを整えることは難しく、今の時点での準備状況が今後の成否を大きく左右します。

90周年に向けた記念事業について、現在どのような構想があり具体的にどのような事業を予定されているのか、市民参加型イベント、文化、芸術、スポーツ、産業の各分野への展開、オンライン、SNS活用など、多面的な展開が図られる見通しがあるのかお伺いいたします。また、これらの事業に対してどのような予算措置が講じられるのか、単年度だけではなく複数年を見越した財政設計がなされているのかについても確認させてください。さらに実行体制として、市民団体や民間事業者との協働がどのように仕組まれているのか、体制面での整備状況についてもお聞かせください。

一般的に、自治体の周年記念事業が形骸化してしまう最大の要因は、市民との距離感です。事業の多くが行政主導で進められ、市民の多くが、知らないうちに終わっていた、関係ないと感じてしまうとせっかくの事業も意味を持ちません。逆にプロセス段階から市民の皆様が関わることにより、自分たちの町の記念日として市民意識の醸成が可能となります。市民や若者、生徒児童の声を反映した企画立案、実施がどのように組み込まれているのでしょうか。

市民アイデアコンテスト、ワークショップ、公募型市民プロジェクトのような仕掛けを通じた顔の見える記念事業が設計されるのか現時点での方針をお伺いいたします。

また、高校生や大学生、地元企業の若手社員など、未来のまちづくりの担い手を育てる視点からも、関わりの深度を高める必要がありますが、その点における具体的な取組の構想があればお聞かせください。

90周年というタイミングは、同時に100周年までの10年間の始まりという意味合いを持ちます。100周年という1世紀単位の節目に向けて町の未来像を共有し、その実現に向けたプロジェクトを90周年記念事業として着手するという構成は非常に戦略的であり、他の自治体でも取り入れられています。本市においても、100周年を見据えた将来ビジョン、あるいは長期のまちづくり計画との接点を90周年の記念事業にどのように盛り込もうとされているのかお伺いいたします。

例えば、100周年にこうありたいという市民メッセージを募るプロジェクト、100周年に向けた植樹、記録動画の制作、子供たちによる未来提言の発表など、継承性のある事業構成が考えられるますが、そうした視点が現在の構想に組み込まれているのか。また、こうした将来構想を掲げるに当たって、町のアイデンティティや自治体理念を再定義することが重要ですが、町の個性や歴史文化を未来へどうつないでいくのか、理念やスローガンの策定についての検討状況も含めてお聞かせください。

○議長（田窪秀道） 答弁を求めます。古川市長。

○市長（古川拓哉）（登壇） 市制施行90周年について、お答えいたします。

まず、80周年事業の検証と90周年事業への継承、及び刷新についてでございます。

市制施行80周年事業につきましては、「つむぐつなぐ未来へ人へ」という未来志向のスローガンを掲げ、本市を舞台とした映画制作やあかがねミュージアムでの特別企画展の開催など、計20の記念事業を実施いたしました。

これらの事業を通じて、本市の魅力向上と市民の意識醸成に一定の効果があったと評価しており、80周年のコンセプトは90周年においても継承されるべきであると考えております。

一方、全市的な広がりが課題であったと認識しており、90周年においては様々な媒体やネットワークの活用により、重層的で効果的な広報に努めるとともに、幅広い世代の皆様に参加していただけるような取組に刷新してまいりたいと考えております。

次に、内部での振り返りや庁内横断的なプロジェクト体制についてでございます。

80周年においては、事業の準備や検証のため庁内にプロジェクトチームを組織し、部局横断的に取り組んでまいりましたが、90周年に向けても企画部が中心となり事業全体の進捗管理、調整、検証ができるプロジェクトチームを年度内に編成したいと考えております。

次に、90周年におけるブランディングと今後の価値軸についてでございます。

渡辺議員御指摘のとおり、周年事業は再ブランディングや本市の魅力を市内外へPRする絶好の機会であると考えております。そのため、本市固有の別子銅山や太鼓祭りといった歴史的、文化的価値に加え、近年本市が住みよさランキング等で評価されている町の安心度や利便性の高さ、快適度など、地域にあふれる魅力をしっかりと整理し、本市の価値、新たな強みとして戦略的に発信していきたいと考えております。

次に、民間事業者等との協働についてでございます。

市民団体や民間事業者等と協働で事業を検討することにより、新しいアイデアの創出や事業実施の手法、内容の選択肢が広がり、より魅力的な事業の実施が可能になりますことから、企画段階から皆様からの提案や助言を可能とする仕組みづくりを取り組んでまいります。

また、顔の見える周年事業となるよう、次世代を担う中高校生や地元企業の若手社員等にも参加していたための手法等に関しましても併せて検討してまいります。

次に、100周年を見据えたビジョンや理念についてでございます。

今後、90周年事業の理念、スローガンを整理していく際には、100周年に向けて、次期長期総合計画との整合性を図りながら、夢と希望を育む未来の新居浜につながる取組を象徴するものとなるよう検討してまいります。

○議長（田窪秀道） 渡辺高博議員。

○3番（渡辺高博）（登壇） 御答弁ありがとうございます。周年記念事業は、過去をたたえるものではありますが、真に大切なのは未来を創る契機としてどう機能させるかだと思います。

市制施行90周年という貴重な機会を単なる形式的行事とせず、都市ブランドの再構築、市民参加の醸成、そして100周年に向けた町のビジョン共有へとつなげようではありますか。残された準備期間は1年半。ここでの構想力と実行力が、10年先の新居浜市の姿を左右するものと考えます。

今後の全庁的かつ市民共創による記念事業の展開を強く期待して、次の質問に移らせていただきます。