

No.711 February 2016

ASAHI MACHI

Public Relations

① 広報 あさひまち

2016

2

No. 711

風よりも速く！





▲タイ（バンコク）の高級百貨店で店頭に立つ職員

◀主要国である台湾（台北）の高級百貨店でお客様と触れ合い、りんごの美味しさを伝える鈴木町長

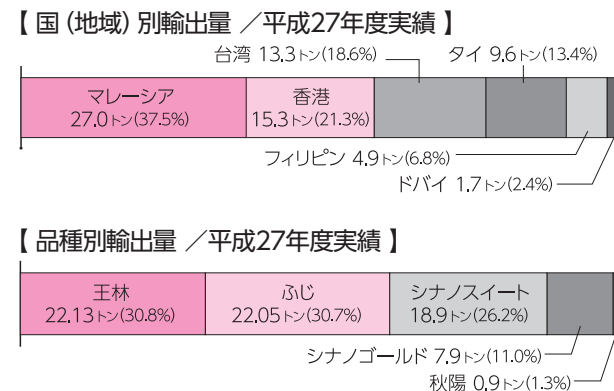
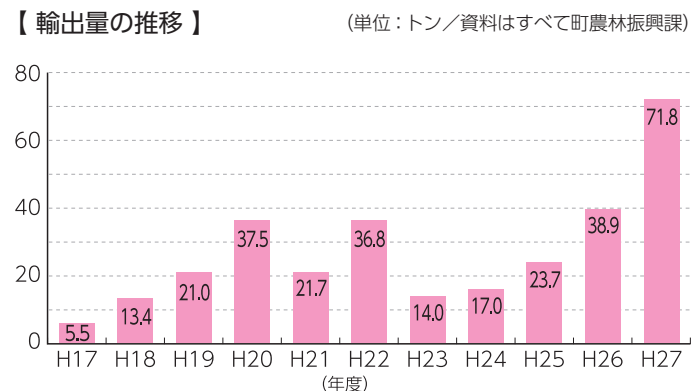
過去最高の71.8トン!

りんご海外輸出

11月から1月下旬にかけては、鈴木町長をはじめ、町職員や生産者が現地に出勤し、試食販売を実施。現地の店頭に立った農林振興課の菅井俊樹主事は次のように振り返ります。「認知度が高く、心待ちにしているお客様も多くみられました。継続した販促活動で築き上げた信頼関係を感じました」

ますます勢いを増すりんごの海外輸出事業。現地では「朝日町ブランド」として着実に浸透しています。こうした結果を受け、三浦浩一農林振興課長は今後の課題を次のように話します。「香港とマレーシアへの輸出量が伸びた一方、数量を確保できず、注文に応じられない品種もありました。町としては、町全体のりんご出荷数量の1%にあたる80トンが目標。相手国の需要に合わせ、生産者・J・A・町が一丸となって取り組みを強化していきます」

今後、朝日町と世界とのつながりに、さらなる期待が寄せられます。



目次 ◎ CONTENTS

- P2 町長歳時記
- P3 Pick Up News
 - 過去最高の71.8トン! りんご海外輸出
- P4 特集 町外の評価で振り返るブランド戦略
- P12 朝日町ふるさと納税 快走中
- P14 町政スポット
 - ・長年の要望実る 県道白滝宮宿線(道陸地内)改良工事に着手
 - ・おおよ理想みらい計画発表会
 - ・人口7,122人 5年間の減少率は9.34% 国勢調査速報
 - ・災害に備えて 救助資機材搭載型小型動力ポンプ積載車を配備
- P16 まちレポ
 - ・長寿と米寿を祝って賀詞を贈呈
 - ・藤田恵美“心のバリアフリー”コンサート
 - ・朝日町高齢者福祉大会 ほか
- P18 ふるさとづくり大賞で総務大臣賞を受賞、文化財探訪
- P19 それいけ! ウサヒと協力隊、町立図書館コーナー
- P20 健康あさひるばんざい、Boost up Tourism!!
- P21 あさひまちファンを全国につくっていこう!
- P22 町民の声、各種スポーツ大会の入賞結果
- P23 戸籍のまど、となりのリンゴさん
- P24 みんなの願い 大空へ 神風船まつり

表紙の写真



立春らしく澄みわたった青空の2月3日、町小学生スキー記録会取材しました。(17頁に関連記事)

真っ白なグレンデをまさに風のように滑走する選手たち。時折吹き付ける冷たい風にも負けず、選手それぞれが自信を持って滑る姿を収めました。

町長歳時記 (116)

「雪景色～雪国の原風景が問いかけるもの～」

雪景色の晴れた朝は美しい。太陽の光が見渡す限りの雪原に反射して、そこかしこキラキラ輝き、透明な光を放ちながら、眩しく白銀の世界を映し出します。真白な雪を掻き上げ、歓声を上げて走り回る子どもたち。その子どもたちを追うように転げながら雪原を駆け回る犬の鳴き声。明るく元氣な、そして楽しい冬の日が浮かんできます。

台湾に数十年ぶりの寒波襲来。ちょうど私たちがりんごのトップセールスのため台湾を訪れていた1月の後半、そんな寒さの中に遭遇しました。山々には雪が降り、喜んだ台湾の人たちはこぞって山に繰り出し雪を楽しんだということです。小さな雪だるまを作り自動車のボンネットに乗せ嬉しそうに下界に降りてくる人たちもおられたと聞くに及んで、台湾の人たちの雪に対するあこがれを目の当たりにした思いでありました。

人々が住む国や地域によって、「雪」という自然現象一つ取っても様々な見方、思い、考えがあるのだと実感したところでありました。または、その時代、環境、生活様式の変化によっても、ものの見方、考え方が徐々に変わってきていることにも気づかされるところがあります。

はたして私たちの住むこの雪国の暮らしはどうだったのでしょうか。私の父母の子どもの頃は、家々の高窓の上に人々が行き交う雪道があったと懐かしそうに話します。しかし、自動車文明がこれほど発達した現代社会にあっては、雪国であって冬期間、雪の降らない地域と同じような道路環境を整えなければなりません。それは生活居住空間にしても同じです。

自然とともに自然と共生し合う生活様式から、文化的現代生活様式への変換。素朴な生活環境と現状あらねばならないと考えられている生活環境の格差を埋めるため、膨大な支出と労力によって私たちの現在の生活が維持されていることも認識しなければなりません。その上で、私たちの持つ純粋で尊い天与の恵みとの関係を再認識して、自然と調和した中での朝日町ライフスタイルを更に発信できたら素晴らしいことだと思います。都会にはない朝日町ならではの子どもたちの笑顔が、日本を変え地方を創っていくのです。

朝日町長 鈴木浩幸

取り組みその① あさひまちブランド大学

通算開催回数 参加延べ人数
47回 4,813人
 平成26年度～27年度計(2月10日現在)

「大切なのは学んだことを実践すること」——。こう話す村尾氏。今年度後期のブランド大学では、講義内容の実践者を「カタチニスタ」として表彰し、記念ステッカーを配布(右)。3月までの半年間で誰が一番ステッカーを集められるかを参加者が楽しみながら競っている。



「ブランド? 役場でやってるあれか? オラ何のこっちゃがわがんねな…」
 平成26年4月、町は中小企業向けの経営コンサルタントとして全国で活躍する村尾隆介氏(下)を「ブランド化推進プロデューサー」に迎え、ブランド化推進事業に着手しました。「ブランド力=引力」という考え方のもと、今までにない新規事業に次々に



村尾隆介朝日町ブランド化推進プロデューサー

取り組み、様々な成果が出ていますが、「取り組みが見えない」「成果指標が不明瞭」といった声があるのも事実です。

ブランドがブランドたり得るものかどうかの評価、判断は周囲が下すもの。朝日町のプロジェクトも、町の中に住む私たちにはわかりにくいものです。

この2年間で町はどんなことに取り組み、どんな成果があったのか。本特集では町外からの目線を交えながらブランド戦略の主な取り組みを振り返ります。



宮城県 川崎町議会 的場 要議員(左)
 宮城県大河原町議会 大沼弘忠議員(右)

「毎回多くの学びがあり、しかも無料。奥羽山脈を越えて来る価値がありますね」と大沼議員。行動を共にする議員も「参加者同士の交流も楽しみの一つ。毎回本当に楽しみです」と話し、両議員ともほぼ皆勤賞で参加しています。学びの成果は議会の一般質問の事例で紹介したり、執行部に提案したりし、議員活動やまちづくりに生かしています。

大事なのは今何を学んでいるか
 「ブランド化」はとても見えにくい取り組み。これを少しでもわかりやすく見せようと始めたのがブランド大学です。「町が変わる、ということは、町に住む人が変わる、ということ。大事なのは何を学んできたか、ではなく、今何を学んでいるか」。この言葉を何度も繰り返す村尾氏。世の中が急速に変化する現代にあって、学び続ける重要性を指摘します。

講師は村尾氏のほか、氏の呼びかけに賛同した全国各地の企業経営者や起業家の皆さん。それぞれの自らの経験を元に、ブランド化に必要な知識や技術について話します。開始から2年が経過する最近も毎回約100人が参加し、町外、県外からの参加者との交流が進んでいます。「講師の方の話や参加者の皆さんと言葉を交わすことで、全国各地の取り組みに触れることができます。去年12月にはブランド大学のつながりで盛岡を訪れ、優良企業や名店の方々と交流してきました。ブランド大学に参加してから視野と人脈が格段に広がりました」。菅井さんは胸を張ります。

毎回ワクワク、多くの刺激
 1月12日夜の創造館ホール。毎月2回開かれるブランド大学に、この日も120人以上が詰めかけます。この日は「ブランドづくり」に欠かせない「コンセプトづくり」に挑戦。参加者は村尾隆介町ブランド化推進プロデューサーの発表を食い入るように見つめ、会場全体が熱気に包まれます。「村尾さんと全国各地からお出でいただく講師の皆さんの話に毎回ワクワクしています」。

がんばっている人の中にいるだけで刺激を受けるんです。こう話すのは、初回からほぼ毎回出席している菅井奈穂さん(大町)。「参加者の職業や年代は多様。私は自衛官で商売とは縁のない職業ですが、異業種の方々と交流を深められ、毎回勉強になります」。



ブランド大学参加者の菅井奈穂さん(大町)

**朝日町はこの2年間で
 引力のある町に
 なったの?**
 町外の評価で振り返るブランド戦略



ブランド化されている状態
 必要なものが自然に集まってくる状態。つまり、引力が強い状態。積極的な営業が不要で効率的な経営。これが朝日町の目指している姿。



ブランド化されていない状態
 メディア取材、移住者、観光客、働き手などを外に求める状態。いつもバタバタ。積極的な営業が必要。非効率的な経営。

「ブランド力」=「引力」
 ブランド化推進事業の目的は、地域イメージを統一し、そして高めることにより、人・モノ・カネ・情報等が自然に集まる、町の「引力」を強化すること(左イメージ図)。多くの会社や自治体に取り組む「ブランド化」との違いは個々の商品やサービスの磨き上げではなく、「町全体での取り組み」です。個々のお店や農家のブランド化、役場のブランド化を通じて、町全体のブランド化を目指します。

ご当地アパレルの元祖は？

NEW YORK CITY

近年熱を帯びるご当地アパレル。有名なのは、世界的なロックバンド「ザ・ビートルズ」のジョン・レノンが身につけていた「NEW YORK CITY」Tシャツで、あさひタウンTシャツも、これをモデルにして作られました。

近隣では河北町のほか、山辺町でも作られ地元愛をPRしています。(写真提供：山辺町 庄司雄介さん=左)



ナカジマススポーツ(河北町)代表の渡辺諭さん。店内にはかほくタウンアパレルが数多く並び

ほくタウンアパレルもなかなか好評です。

こう話すのは、河北町でスポーツ店「ナカジマススポーツ」を営む渡辺諭さん。一昨年の

秋からブランド大学に足を運び、ブランド化のノウハウを学びつつ、河北町のご当地アパレルを作りました。「村尾さんとの出会いは5年

前。店で扱うスポーツ用品ブランドの勉強会でお会いしました。その村尾さんが朝日町に行くときとは本当にびっくり。ブランド大学は誰でも参加できると聞き、毎回参加しています」

今年11月に移転オープンした新店舗には、商品やサービス、内装、案内表示など、ブランド大学で学んだ要素がたっぷり。Tシャツのほか、パーカー、帽子などが並んでいます。「全国でご当地アパレルが人気化するのを見て、当町でも需要があると思ったんです。売れ行きは好調で、今では定番商品の一つになっています」



このほどリニューアルされたロゴマーク。アパレルやグッズに取り入れられている

「変わろうという姿勢を発信」



株式会社ヒグチ
樋口 義一 代表取締役

6月1日から新しいユニフォームを採用しました。夏はポロシャツやTシャツ、冬はトレーナーやパーカーに、前掛けやエプロンをあわせています。ロゴマークは村尾さんや学生さんたちの協力を得て制作。見た目を変えることで、「変わろう」という姿勢を発信したい思いがありました。

お客さまからいただくのは「明るくなったね」といった言葉。カッコいいデザインになって若いスタッフが喜んでいるほか、60代後半の女性スタッフも「20代になったみたいだ」と喜んでいます。若さを意識するのは仕事でも大切ですね。

ただ、商売は見た目を変えただけで劇的に変わるわけではありません。「真心込めた販売」をモットーに、今後は内面の磨き上げにも励み、「選ばれる店」になれるよう努めます。

着ることで取り組みを発信

アパレルで大事なものは「自分たちが着たい」と思えるものを作る。そして作ったら自分たちが着ること。「会社でも役

変化を視覚で伝えています。

こうした観点に立ち、取り組みを「見える化」したのが、Tシャツやポロシャツをはじめとした「あさひタウンアパレル(衣服)」です。忙しい現代社会にあって、私たちが文字を読む時間は年々減っています。「百聞は一見にしかず」。

熱気帯びるご当地アパレル

Tシャツやパーカー、町職員のポロシャツなど、今まで世に出た製品は800着以上。「あさひまちアパレルに刺激を受けた」という自治体、人も多く、ご当地アパレルは今、熱気を帯びています。

「あさひタウンアパレルを初めて見たとき、とてもカッコいいと思いました。でも、か



朝日中女子バレーボール部のユニフォーム。「TOWN」の部分を「VOLLEYBALL」に変更し利用した



取り組みその②

あさひタウンアパレル





取り組みその④

中学生道の駅プロジェクト

朝日中3学年ではブランド戦略と歩調を合わせ、道の駅「りんごの森」のブランディングを通じた地域学習に取り組みました。去年1月から10月までの取り組みで大きく成長した生徒たち。その集大成となった町青少年健全育成町民大会（10/29）での発表は大人顔負けの堂々たる内容で、ブランド戦略の発信にも大きく貢献しました。

10カ月間という長期で取り組んだ本企画。4月の修学旅行（東京方面）では、①イベント、②サービス、③広報、④サイン計画（案内表示）、⑤商品開発の5分野で特に秀でた都内の会社を訪問し、より良い施設にするためのノウハウを学び、7月には活性化策（ブランド化）を道の駅スタッフや町関係者へ提案しました。そのうちの数点は実際に道の駅に取り入れられ、自分たちの提案がカタチになりました。また、10月29日の発表は、

▲このプロジェクトは教職員向けの専門誌「教育ジャーナル（学研）」2月号の巻頭特集で4ページにわたり紹介されました。

ブランド大学との合同企画として実施したことで、ブランド大学に足を運んだことのない方々も多数参加しました。中学生の発表でブランド化の取り組みを知る人も多く、ブランド戦略そのものの発信、理解にも大きく貢献しました。「プロジェクトに取り組んだことは、私たち一人ひとりにとって大きな自信と誇りになった」とはある中学生のコメント。町のために力になれることは、確実に郷土愛に結びついたはず。



取り組みその③

あさひまちミートマラソン

9月26日に開かれた「第1回あさひまちミートマラソン」は、ブランド戦略の一環で初めて企画されたものです。主催は町や商工会、交通安全協会などで構成する実行委員会。西部公民館をスタートし、Asahi自然観をゴールとする10キロのコースに、140人がエントリーしました。

大会の目玉は高低差380mの坂道を上る「ヒルクライム」と、町特産の放牧ブランド豚「あつぷるニュー豚（とん）」の食事。ロゴマークやポスターから看板、ゼッケン、ユニフォームに至るまで、デザインの統一にもこだわりました。「ミートマラソン」という大会名は「肉（meat）」と「出会い（meet）」の英語をもじったものです。「他がやっていないことを全部やる」これがブランド戦略と村尾氏。マラソニイベントとしては後発中の後発。そうして

た中でも注目してもらえような企画を打ち出しました。選手一人ひとりに対する応援メッセージやSNSでの発信を意識した看板（写真）、年代ごとに細かく分けた表彰など、おもてなしの部分にも注力。参加者からは「手作り感が伝わる温かい大会といった感想のほか、「楽しそうに働くスタッフの姿が印象的」といった声もありました。今年5月21日に開催します。詳しくは本誌と一緒に配布されたチラシをご覧ください。



取り組みその⑤

親しみやすい役場 ナンバーワンプロジェクト

役場全体の親しみやすさ、職員の接遇力の向上をめざし、次の取り組みを進めました。



職員研修「親しみアカデミー」

7月から11月まで12回シリーズで開催。効果的な電話や対応のノウハウ、時間管理、会議運営のコツなどを学びました。その一部はすでにマニュアル化、カード化され、日々の業務に活用されています。



役場入口のリニューアル

ブランド化に取り組んでいる町らしく、全体的な色づかいを赤で統一するとともに、おもてなしの気持ちと清潔感を重視。ウサビグッズや動画コーナーも設置し、町の情報を楽しめる空間にしました。



職員ポロシャツの導入

男性は紺と黒、女性が紺と濃い緑。6月から9月までの毎週火曜日、金曜日に着用し、親しみやすさや清潔感、そして統一感のある役場を目指しました。取り組みは来年度以降も継続します。



町民の声を受けた施策の「見える化」

町の皆さんから寄せられる要望から生まれた施策を紹介するポスターで、役場正面入り口に設置しました。6月の制作以来これまで4回更新。各種取り組みの「見える化」と発信に努めます。



役場封筒のリニューアル

従来のものからおしゃれに変身。初めて手にする方の記憶に残りやすいようなデザインを意識しています。国際化を意識した英語表記での町の紹介や質感なども大切にしました。



職員カードのリニューアル

所属と氏名だけのシンプルなものから、おしゃれにリニューアルすべく、現在作業を進めています。朝日町らしさのほか、記載内容にも工夫を加え、間もなく新しくなる予定です。

自治体関係者の評価・視点

ブランド化に関しては明確な成果指標がなく、成功かどうかの判断は容易ではありません。その中で町は、目指すビジョンを「見学者が絶えない、日本一カッコいい田舎町になること」とし、町外からの注目度や評価、メディアへの掲載などを重視しています。

今年度ブランド化関係で視察に訪れたのは8団体（2月10日現在）。多方面から注目されていることがわかります「下表」。



地方創生の取り組みの視察に

「ブランド力とは引力。観光、移住、雇用、メディア、企業との連携など、外に追い求めている状態を内向きに変えていくこと。それが朝日町のブランド戦略です」。1月12日、役場開発センターのホール。宮城県涌谷町から訪れた約25人が渡辺政一政策推進課長の話に耳を傾けます（＝写真）。

「昨年11月に初めて朝日町を訪ね、ブランド化の取り組みを知って以来、いつか必ず涌谷町の職員と町民の皆さんを連れてきたいと思っています」——。こう話すのは、宮



涌谷町企画財政課の
金野 暁 主事

城県涌谷町企画財政課の金野 暁さん。今回は、地方創生の新たな取り組みとして、12月に設立された町民組織「涌谷まち・ひとデザインラボ」の事務局として町を訪れました。一行は役場のほか、道の駅や朝日町ワイン、りんご温泉などを巡り、夜はブランド大学も受講。「ブレない軸を持って学び続けること、変わり続け

学び実践する姿に刺激と元氣

「前回訪れたときよりもさらに磨き上げられた朝日町のブランディング。道の駅、スーパのヒグチさん、ブランド大学に通う方々、職員の皆さんの姿に、参加者はもちろん自分自身も大きな刺激と元氣、やる気をいただきました」。金野さんはこう振り返ります。

また、尾花沢市の若手職員による「まちづくり GENKI 研究チーム」事務局として8月11日と25日に来町した同市総合政策課の大山彰主事は次のように話します。

県内すべての自治体が注目

この2年間、テレビや新聞等で何度朝日町のことを目にしたことでしょう。朝日町のブランド戦略については、県内すべての自治体関係者が注

目していたと思います。もちろん私もその一人です。今回のプロジェクトを通じて、多くの方々が朝日町を訪れ、関わりを持たれたことと思います。多くのつながりができた今、町のさらなる発展の仕組みができたものと感じます。

視察では、ブランド大学やタウンミーティング、親しみアカデミーに参加し、町の将来を本気で考える町民や職員



尾花沢市総合政策課の
大山 彰 主事

の皆さんの姿が印象に残っています。私も今まで以上に真剣に市の将来を考え、積極的にまちづくりに関わっていき

たいと実感しました。朝日町のブランド化、今後

延べ120回以上のメディア掲載



平成26年11月1日付山形新聞

この2年間で朝日町ブランド戦略の取り組みが取り上げられたのは、新聞やテレビ、ラジオ、雑誌等を含めると、確認できた分だけで90回以上。それ以外も含めると、120回以上と推測されます。紹介内容とメディアは「朝日町ブランディングプロジェクト」のHPで公開しています。

Q. ブランド化、来年度以降は？ A. 今後も継続し、「選ばれる町」に。

Q. 2年間の取り組みが3月で区切りを迎えます。総合的に振り返りどう感じますか。

ブランド化推進の取り組みによって、朝日町の情報発信力は格段に進歩を遂げました。さらに「新しいことに積極的に取り組む町」といったイメージを町内外で共有できたことは、将来の町づくりに向け大きな一歩を踏み出せたと思っています。

Q. 特に成果があった部分は？

道の駅です。3カ月で20万人のお客さまにお出でいただきました。りんごとワインという従来の「ブランド」の基盤の上に、ブランド戦略の取り組みが相乗的に効果を発揮したものと捉えています。多くの人々が町を訪れるということが、いかに地域活力へ大きな影響を与えるかを町民の方々に実感していただいたと思っています。中学生の取り組みにも感謝しています。

「朝日町ブランド戦略」は、「人を楽しく元気にする戦略」です。楽しい人々、楽しい生活、楽しい地域（町）に人は惹かれてやって来ます。「町まるごと、楽しい笑顔であふれる町」。こんな思いをもっと町民の皆さんと分かち合っていきたいですね。

Q. 来年度以降の取り組みはどうなるの？

継続します。この2年間は土台づくりで、これから真価が問われることになります。「ブランドは作るものではなく、育てるもの」。このスタンスで、末永く続けていく覚悟です。ブランド戦略は町の未来を見据えた取り組み。町民の皆さんと一緒に楽しく元氣な「選ばれる町」をつくってまいります。

朝日町長 鈴木 浩幸

ブランド戦略に関する28年度の具体的な取り組みは来月以降お伝えします。

「この2年間は土台づくり」

ブランドは、作るものではなく、育てるもの

【表】ブランド戦略関係の27年度の視察団体

（2月10日現在）

月日	来訪団体	人数
6/15	宮城県・仙台市職員ほか仙台市内の異業種グループ	4
8/11	山形大学工学部大学院生の地域貢献グループ	6
8/25	尾花沢市若手職員「まちづくり GENKI 研究チーム」	12
10/19	秋田県町村会政務幹事会	14
10/26	佐賀県三養基郡基山町議会	7
1/12	宮城県涌谷町「涌谷まち・ひとデザインラボ」	25
1/29	山形県議会総務常任委員会	12
2/8	河北町商工会	9



1月12日に来町した宮城県涌谷町「涌谷まち・ひとデザインラボ」の皆さん

人気の返礼品 ベスト3

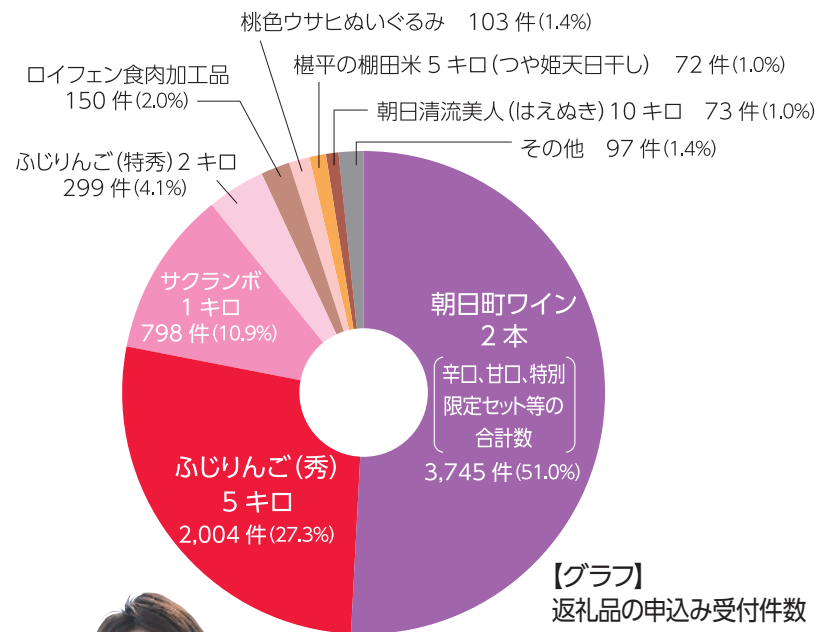


朝日町ワイン城
おすすめ 辛口セット

町内産ふじりんご(秀)
5キロ詰



町内産サクランボ(秀)
1キロ詰



【グラフ】
返礼品の申込み受付件数



「日本ワインコンクールの入賞銘柄を中心に、2本セットでお届けしています。予想以上のご依頼に、驚くと同時にうれしく思います。これがきっかけとなり、ワイナリーや町の知名度がますますアップすることを願っています」

(有) 朝日町ワイン 池田 秀和 営業係長

朝日町独自の取り組みとしては、デザイン面の充実にも注力しました。現在進めているブランド戦略と歩調を合わせ、パンフレットやお礼状、封筒、ガムテープなどでデザインの統一を進めたほか、複数の生産組合から提供していただくりんごについては、各組合それぞれの段階ではなく、町が用意したものを使用。寄付いただいた方にプラスアルファの満足度を感じてもらえるようイメージの統一に努めました。

デザインにも注力し、プラスアルファの満足度

ワインが返礼品の一番人気
町は1万円以上の寄付に対し、おむね30000円相当の返礼品を進呈しています。その中で今年度最も人気が高かったのは朝日町ワインで、全体の約半分を占めています。その数は約3750セット、7500本ですが、これはワイナリーで製造する1年間の生産量の約3%を占めています。「8月以降、日本ワインコンクール受賞銘柄を提供できたことが大きな要因」。ふるさと納税業務を主管する町政策推進課では、躍進の理由をこう分析しています。

返礼品をさらに充実させ、使途を明確化
来年度は返礼品をさらに充実させる予定です。りんご以外の農産物も組み入れるほか、既存の品物に関しても、人気商品は数量をさらに確保したい考えです。寄付金の使途については、現行のメニューをわかりやすくしようと、すでに関係条例の改正作業に着手しています。現在7種類あるメニューは具体性に欠けていて、寄付金の使われ方が想起しにくくなっています。いただいた善意をどのようにまちづくりに生かしていくのか。寄付者の想いをしっかりとカタチにする仕組みをつくり、応援者やファンを増やしていきます。

【表】寄付金の使途メニューと実績 (1月末日現在)

使途事業内容	件数
日本一りんごの里づくり事業	1,510件
たくましい朝日っ子育成事業	1,787件
空気澄むふるさとづくり事業	754件
みんな温か交流・観光事業	384件
みんな達者でにこにこ元気事業	312件
支えあう集落元気事業	293件
町長におまかせ事業	2,238件
未記入	24件

朝日町ふるさと納税

快走中

全国の皆さまからたくさんの応援をいただいています

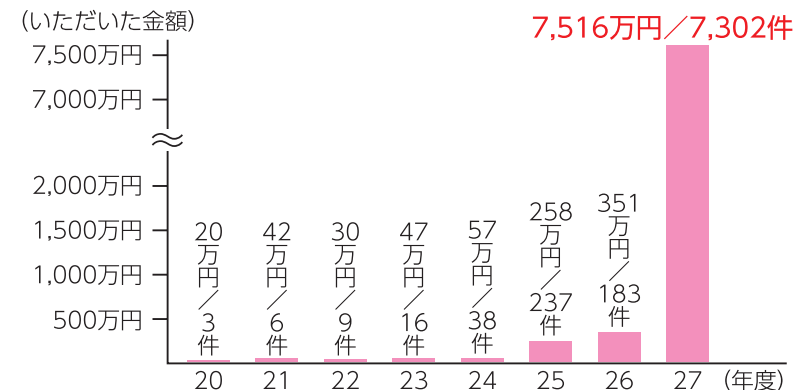
■問合せ先 政策推進課 地域情報係 ☎67-2112

寄付金額 **7,516万円** (7,302件)
※2016年1月31日現在



ブランド戦略と歩調を合わせ、返礼品の梱包資材や事務用品のデザインを統一。プラスアルファの満足度を感じてもらえるよう努めています。

昨年度比20倍以上の寄付金
ふるさと納税とは、人口減少等で税収の減少に悩む自治体に対し、格差をなくしていくことを目的として、平成20年に始まった制度です。呼び名こそ「納税」ですが、実際は自治体への寄付。寄付先は出身自治体に限らず、「第二のふるさと」といった考えで、自由に選べます。今年度から税制面での優遇措置が拡大されたほか、各種手続きも簡素化され、全国的に寄付額が急増しています。全国、そして県で著しく寄付金額が増えるなか、朝日町でも今年度は7500万円以上をいただいています(1月末日現在)。去年の総額(351万円)の20倍以上です。



【グラフ】年度別の寄付金実績 (1月末日現在)

昨年10月に発表された総務省のまとめによると、今年度上半期(4月～9月)のふるさと納税寄付額は全国で450億円を突破し、前年度同期比の4倍となりました。寄付額が最も多かった都道府県は山形県で、県と市町村を合わせた寄付額は上半期で50億円を超えています。朝日町も他市町村と同様、昨年度を大きく上回る寄付をいただいています。

人口 7,122 人 5 年間の減少率は 9.34% 国勢調査速報

■政策推進課 地域情報係 ☎67-2112

《人口》

地区	平成 27 年	平成 22 年	増減	増減率
中部	3,739	4,040	▲ 301	▲ 7.45%
西部	1,627	1,860	▲ 233	▲ 12.53%
北部	1,756	1,956	▲ 200	▲ 10.22%
町全体	7,122	7,856	▲ 734	▲ 9.34%

《世帯数》

地区	平成 27 年	平成 22 年	増減	増減率
中部	1,183	1,181	2	0.17%
西部	554	602	▲ 48	▲ 7.97%
北部	506	529	▲ 23	▲ 4.35%
町全体	2,243	2,312	▲ 69	▲ 2.98%

※この数値は山形県速報値で、今後総務省が公表する確定値と異なる場合があります。

平成 27 年 10 月 1 日を基準日として行われた国勢調査の速報値が、昨年 12 月末に公表されました。

朝日町の人口は、前回の平成 22 年 10 月 1 日と比較して 9・34% 減の 7 1 2 2 人で、世帯数は 2・98% 減の 2 2 4 3 世帯。町内の地域別の数値は左の通りで、1 世帯あたりの平均人員は 3・18 人という結果が出ています。

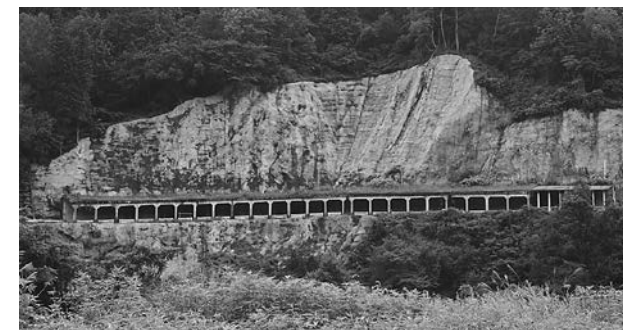
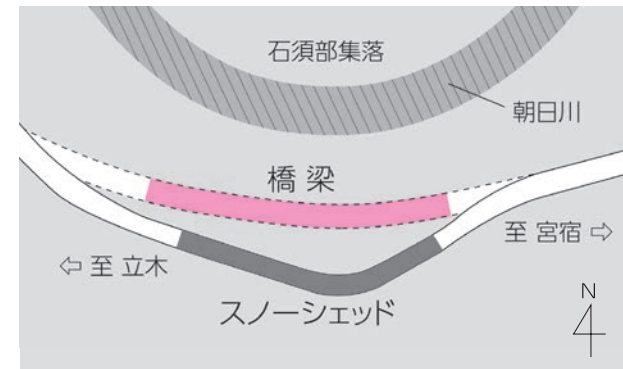
減少率は、平成 22 年の前回（8・58%）よりも 0・76% 拡大しています。県全体としては前回と同じ 3・9% の減少となっています。

人口減少率の高さは県内 35 市町村中、9 番目でした（前回は 7 番目）。

町は昨年 11 月に策定した「朝日町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を確実に推進し、人口減少率の縮小に努めていきます。

長年の要望実る 県道白滝宮宿線（道陸地内）改良工事に着手

■建設水道課 整備係 ☎67-2115



道陸地内のスノーシェッド。老朽化などで通行が危険な状況にあるため、迂回する橋梁の整備が予定されている（石須部側より撮影）

長年にわたり、県に改良を要望してきた県道白滝宮宿線（道陸地内）の工事がいよいよ着手され、測量設計、ボーリング調査が始まりました。今後、平成 33 年の完成をめざし、全延長 600 m、幅員 8 m のスノーシェッドを迂回する橋梁が整備されます。

本路線は立木、白倉集落住民の生活には欠かせない道路。霊峰朝日岳の登山口、また Asahi 自然観へと通じる観光面での幹線道路としても利用されていますが、急峻な地形のため、未改良の部分が大きい状況です。特に道陸地

内のスノーシェッドは老朽化が著しく、幅員も狭小。通行するには危険な状況でした。立木、白倉地区へと通じる唯一の生活路線のため、万が一災害が起きた場合には孤立集落となってしまうと見込まれています。

町と関係機関は平成 7 年に「県道白滝宮宿線道陸地内道路改良事業促進期成同盟会（長岡啓治会長・常盤）」を結成し、約 20 年にわたって地道に要望活動を展開。これまで現地調査や計画の検討を重ねられ、今年度の本格的な事業の着手となりました。

災害に備えて 救助資機材搭載型小型動力ポンプ積載車を配備

■総務課 防災係 ☎67-2111



搭載されている資機材や小型動力ポンプなどについて、使い方や用途の説明を受ける第 1 分団第 1 部の消防団員

近年、全国各地で発生している地震や台風、豪雨などの大規模自然災害への備えとして、朝日町消防団に総務省消防庁より救助資機材搭載型小型動力ポンプ積載車が配備されました。消防団本部付幹部のもと、第 1 分団第 1 部が管理運用します。

地域防災力の中核となる消防団の充実強化を目的に、消防庁が市町村に対して無償で貸付するもの。県内では 17 か所目の配備となります。

積載車には最新型の小型ポンプをはじめ、災害現場において必要とされる応急処置セット、倒木などを除去するチェーンソーやエンジンカッター、救命胴衣などを完備。第 1 分団第 1 部の布施秀樹部長は「多くの機能が備わった積載車。出動がないことが 1 番だが、有事の際において資機材を有効に使いこなし、救助の役に立てるように訓練に励んでいきたい」と話しました。

「おおや理想みらい計画」発表会 みんなでつなごう 元気な 活力ある暮らしやすい大谷をめざして

■政策推進課 地域振興係 ☎67-2112



提案された内容に、意見を交わしながら大谷の未来について語り合う参加者の皆さん

1 月 10 日、大谷創生をめざす地域計画の発表会が秋葉山交遊館で行われました。これは大谷連合区が昨年からワークショップという手法を用いてまとめたもので、計画完成前の内覧会の意味があります。今後、役割分担や取り組み時期の検討へと進め、具体的なものから実践に移行していきたい考えです。

これまで 100 人を超える住民が参加した座談会が出されたみんなの声を、いきいき暮らすためのカギと考え、全てを「発見」として捉えるところから始めました。似通った意見を整理したり、大谷の地域性などに照らして検討を加え、5 分野 46 の提案にまとめました。

参加者からは「なるほど」という声が上がると同時に、現状から目をそらさずに大谷の未来に「関心」を持つことの大切さを実感している様子が伺えました。



ホームページに写真



2/3 スキー教室で学んだ成果を出して 町小学生スキー記録会

町内の小学5・6年生を対象にした町小学生スキー記録会が2月3日、Asahi自然観で行われました。(22頁に入賞者一覧)
ユーユーグレンデ内の特設コースで行われた競技では、スタートからゴールまで約200mの斜面に用意された男子16本、女子15本のポールを、子どもたちは鋭いターンで滑走。練習の成果を出し切って滑ったタイムがアナウンスされると、満足した表情を浮かべて、記録とともに達成感を胸に刻んでいました。

ホームページに写真



2/3 鬼は外！福は内！元気な声に鬼も退散 あさひ保育園で節分の豆まき

2月3日、あさひ保育園で節分の豆まきが行われました。
オリジナルのお面をつけ、ホールに集まった園児たち。童謡「豆まき」を歌い、先生に節分の由来などを教わると、「鬼は外、福は内」の掛け声で勢いよく豆をまき、「食べ物好き嫌い鬼」「歯みがき嫌い鬼」など自分の中の「鬼」をやっつけました。
その後、赤鬼、青鬼が登場すると、怖さに怯えながらも勢いよく豆をぶつけ、鬼を追い払いました。

ホームページに写真



2/7 雪遊びを思う存分満喫 Asahi 自然観スキー場まつり

Asahi自然観スノーパークのスキー場まつりが2月7日、晴れ渡った空の下行われました。
小学生以下のリフト料金が無料となる「スキー子どもの日(毎週日曜日)」に合わせて開催。スノーモービル体験やチューブソリ滑り、そしてウサヒとの朝日町×ウルトラクイズなどが用意され、優勝者にはなんとディズニーリゾートのペアチケットが贈られました。
来場者は、雪にちなんだアトラクションを思う存分満喫しました。

2/7~8 楽笑楽生こうざ27 味噌作り教室

西部公民館の味噌作り講座が2月7日と8日行われ、延べ22人が参加しました。
毎年行っているこの講座ですが、今年は豆の煮汁を加えずに仕込むことを目標に実施。参加者は自宅で作ってきた豆をすりつぶし、麴と塩を混ぜ合わせました。この時期に仕込んだ味噌は、夏の「土用」を過ぎてから食べるとか。初めて参加した方は「おすそ分けしてもらった味噌がおいしく、この講座に参加しました。出来上がりが楽しみ」と早くも期待に胸を膨らませていました。



1/7 いつまでも健康で元気に 長寿と米寿を祝って賀詞を贈呈

町内に在住する長寿者(100歳以上)21人と米寿者(88歳)83人に対し、町は1月7日、長寿のお祝いとして賀詞などを贈りました。
めでたく夫婦そろって88歳を迎えた伊藤政義さん、かつ子さん夫婦(助ノ巻)は「多くの町の皆さんや家族のおかげ。2人そろって長寿祝いをいただき、感謝の気持ちでいっぱいです。ありがとうございました」と、これまで歩んできた月日を振り返っていました。
なお、2月10日現在の朝日町の最高齢者は満103歳の柴田うめのさん(和合荘)。ただ1人の明治生まれです。



1/24 音楽と手話ですべての人々と一体に 藤田恵美「心のバリアフリー」コンサート

1月24日、平成27年度地域人権啓発活動活性化事業の一環で、Le Couple(ル・クプル)の元ボーカル、藤田恵美さんによる「心のバリアフリー」コンサートが開かれました。
コンサートでは、手話ボーカルのKuniy(クニイ)さんと手話を交え、ミリオンセラーの「ひだまりの詩」や愛知県の子どもたちとつくった「OMOYARIのうた」など全13曲を披露。観客も手話を教わって歌に参加し、会場全体が暖かい空気に包まれました。



1/27 みんなで元気にいきいきと 朝日町高齢者福祉大会

1月27日、朝日町高齢者福祉大会が行われ、長寿クラブ会員約260人が参加しました。
大会では、天童市の「民謡・三味線・尺八のかかし」代表の松田野武央さんや寒河江警察署の守谷美雪生活安全課長による講演のほか、老人クラブ育成指導功勞として佐竹佐市さん(白倉)をはじめ、19個人2団体が表彰されました。そのほか、活動の成果を発表する芸能発表が行われ、参加した皆さんはいきいきと大会を楽しんでいました。



1/29 「世界一明るい視覚障がい者」成澤俊輔さんが講演 友だちをつくるために大切なこと

1月29日、宮宿小と西五百川小の4・5・6年生を対象に、「世界一明るい視覚障がい者」として活動する成澤俊輔さん(横浜市)と村尾隆介町ブランド化推進プロデューサーによる講演会が行われました。
村尾さんは「言い方を変えるだけで、伝わり方が変わる。表現力を大事にしてほしい」と話し、成澤さんは「マイナスな考えを持たないこと、においを感じること、音を聞くことが大事」と、2人ともこれまでの経験に基づく表現や思考のポイントを伝えました。

「ふるさとづくり大賞」で総務大臣賞 桃色ウサビの「中の人」佐藤恒平さん

第33回ふるさとづくり大賞（主催：総務省）が発表され、桃色ウサビの「中の人」こと佐藤恒平町情報交流アドバイザーが、個人賞として総務大臣賞に選ばれました。

この賞は、ふるさとづくりへの情熱や想いを高め、豊かで活力ある地域社会の構築を図ることを目的に努力する団体、個人を表彰するもの。今年は約170の推薦の中から25団体、5個人が選ばれました。



受賞者による記念撮影

のではなく、住民のアイデアの実現のために活動する桃色ウサビの「逆コンサルディング型」の手法や、朝日町のおすめ番付、空気が社ウエディングなど、分野にとられない幅広い活躍が選出された決め手。評議員は「オリジナルの地域活性化手法を実践し、町民のアイデアと寄り添う仕掛けを構築されている」と講評を述べました。

佐藤さんは「面白いアイデアを積極的に提案してくれた朝日町の皆さんのおかげ。『アイデアは地域の中にある』を合言葉に、今後もウサビだけにこだわらず、どんどんカタチにしていきたい」と今後の抱負を語りました。



表彰を受ける佐藤さん

山形県市町村広報コンクール 「広報紙町村の部」 2年連続の特選受賞

「山形県市町村広報コンクール」の今年度の審査結果が2月上旬発表され、「広報紙町村の部」で本紙2015年2月号（左）が特選を受賞（2年連続）しました。本作品は、今後、日本広報協会が主催する全国広報コンクールへ推薦されます。

受賞では、町の除雪が上手い理由を特集。町の除雪隊に密着取材し、一日の仕事の様子を伝えています。

そのほか、組み写真の部でも2月号（町除雪隊密着）が入選3席、一枚写真の部で8月号（表紙）が入選1席、映像の部で「Parkour」（パルクール in Asahi town）（役場玄関にて放送中）が選ばれています。

広報誌に対する町民の皆様の日頃のご理解とご協力に対し、あらためて感謝申し上げます。



▶特選を受賞した2015年2月号



桃色ウサビの「中の人」こと、佐藤恒平町情報交流アドバイザーと町地域おこし協力隊、緑のふるさと協力隊員による連載コーナー。日々の活動や朝日町での暮らしを語ります。

「“町ならではの”の独自路線」

朝日町情報交流推進員 青木 亮太（三重県出身）

にしているのは「朝日町ならではの」です。私が携わっている、返礼品に同封するお礼状、封筒、段ボールなどのデザイン統一もそのひとつ。デザインで生産者の皆さんと役場をつなぎ、そして町と外（寄付者）をつなぐ。これは、「協力隊ならではの」仕事でもあります。ふるさと納税をきっかけに、最終的には生産者の皆さんと、全国にいる寄付者がつながってほしいと思っています。たとえこの制度がなくなっても、消えないつながり。その関係づくりの重要性を再認識するとともに、寄付金額や寄付金の使い道だけでなく、デザインにも力を入れる「朝日町ならではの」取り組みに自信と確信を得た、実り多き東京出張でした。



先日、東京で開催された「ふるさと納税先進自治体会議」に政策推進課の佐久間淳地域情報係長、佐藤恒平町情報交流アドバイザーとともに参加しました。この会議では、全国でふるさと納税を積極的に進めている自治体が集まり、現在抱えている課題や今後の活用方法などについて話し合いました。昨年度、寄付金額日本一に輝いた長崎県平戸市の担当者である黒瀬啓介さんとの縁もあり、朝日町にも声をかけていただきました。



開発センター入口には、統一されたデザインのふるさと納税オリジナルグッズがずらりと並んでいます



朝日町文化財探訪

第19回 善光寺式阿弥陀三尊佛

町指定有形文化財（工芸品／昭和45年指定）

長野の善光寺の仏像の様式をまねて造られた金銅仏（こんどうぶつ）です。本尊の阿弥陀如来は像高46.7cm、脇侍の観世音菩薩（かんぜおんぼさつ）と勢至（せいし）菩薩の像高は31.2cmで、光背（こうはい）が失われており、一部損傷が見られます。この三尊佛に寄進された洗米鉢の銘文から、寛永6年（1629）以前には祀（まつ）られており、様式技法などからみて鎌倉時代に造られたものと考えられます。



信州（長野県）善光寺の本尊である阿弥陀三尊像は、日本最古の仏像と伝えられているよ。これを模刻（原物そっくり）に真似て彫刻することしたとされる像が全国各地に残っているけれど、実はこの原像は古来秘仏とされて誰の目にも触れないように守られてきたんだ。そのため、模刻した像が本当に原像と同じ作りなのかは謎のままなんだよ。

ウサビの眼



町立図書館新刊案内

第154回文庫賞受賞作
「つまをめぐらば」

青山 文平 著



去った女、逝った妻……。睨に浮かぶ、獺猛なまでに美しい女たちの面影は、いまなお男を惑わせる。江戸の町に乱れ咲く、男と女の性と業……。全6篇を取めた武家小説集。「オール讀物」「読楽」掲載を単行本化。

2016「本格ミステリ・ベスト10」第1位
「ミステリー・アリーナ」

深水 黎一郎 著



ある屋敷で起った不可解な殺人事件に挑むのは、いずれも腕に覚えのある「ミステリー読み」のプロ。強豪たちが次々退場していくなか、その裏で何が始まっていた……。勝てば一攫千金のバトルファイル。結末は、真実か！ 著者は山形市出身。



【ブックテーマコーナー】
「乱世を駆け抜けた戦国武将（真田幸村など）の作品を読んでみよう」

第20回

「自分の職業を、次世代にとっての『憧れ』に」



- 数えてみたら、昨年も全国で100以上の講演を行っていました。
- 今回は僕が「ブランド化」という難解な話を、全国で「どう伝えているのか？」についてです。
- 学生から年配の方にまで、すべての人が納得できるように話すのは容易ではありません。
- でも、僕はよくこんな風に、会社やお店のブランド化について伝えています。それは・・・
- 「ブランド化とは、あなたの職業自体を“憧れの的”に見せていくことですよ」と。
- たとえば年始に山形市の＜市村工務店＞の広告が大きく出ていましたね。
- 社長を軸にスタッフが格好いいユニフォームに身を包み、新ロゴと共に掲載されていました。
- 「大工や建築の世界で職を」と願う若い世代は、一昔前に比べ激減しています。
- だから、このように会社自体をブランド化し、次世代が憧れるように格好よく見せていきます。
- この＜市村工務店＞の広告を見て、若い人たちが「大工さんになるって、いいかも」と思う…
- それこそ業界貢献になりますし、＜市村工務店＞のブランド化におのずとつながっていきます。
- では、朝日町の場合は？ 町長から、農家を継ぎたいという子どもが減っていると聞きました。
- ならば、農家もブランド化！ 自分の職業を、より格好よく見せていくといいかもしれません。
- では、自治体としての朝日町は？ その“ブランド化”を、同じように考えると？
- それは「次世代や県外の人に住みたくなるような格好いい町」にしていけることです。
- ブランド化の推進なんて難しく考えなくてもいいです。これでいいんです！



▲ブランド大学での学びを実践した
総合建設業の市村工務店（山形市）
※12月23日付山形新聞より



朝日町民は要注意！？

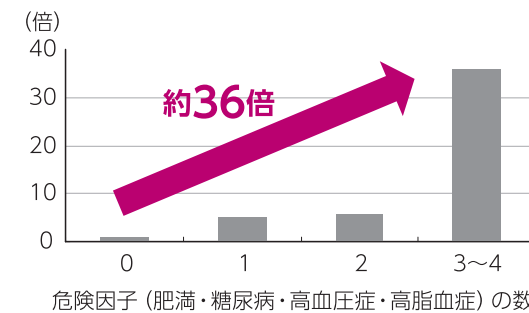
知っていますか？ 4つの危険因子



今月の担当…川村 美里 保健師

あなたは平成27年度の健康診断で、「肥満」「高血圧」「高血糖」「高脂血症」（以下、4因子とする）のいずれかに当てはまりませんでしたか。この4因子は糖尿病、心疾患、脳血管疾患などの生活習慣病に大きく関連しています。ある研究では、4因子中1〜2因子に当てはまる人は、正常な人の約5倍も心疾患や脳血管疾患にかかりやすいこと、さらに4因子すべてに当てはまる人は、なんと約36倍も生活習慣病にかかりやすいことがわかっています。

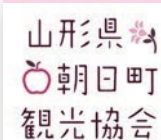
【グラフ】冠動脈疾患発症の危険度



労働省作業関連疾患総合対策研究班の調査より：Nakamura et al., Jpn Circ J, 65:11, 2001

あなたは平成27年度の健康診断で、「肥満」「高血圧」「高血糖」「高脂血症」（以下、4因子とする）のいずれかに当てはまりませんでしたか。この4因子は糖尿病、心疾患、脳血管疾患などの生活習慣病に大きく関連しています。ある研究では、4因子中1〜2因子に当てはまる人は、正常な人の約5倍も心疾患や脳血管疾患にかかりやすいこと、さらに4因子すべてに当てはまる人は、なんと約36倍も生活習慣病にかかりやすいことがわかっています。

▼問合せ先
健康福祉課 健康推進係
☎ 67・2116



奥村隆一朝日町観光振興推進員の

これからの観光おこし

Boost Up Tourism !!

最終回

Good Things Take Time.

暖冬ぎみの今冬ですが、それでも春が待ち遠しいですね。暖くなれば自然を感じながら、「歩くレジャー」が昨今の健康志向とあいまって盛んに行われます。ご存知の通り我が朝日町でも名山・高山に囲まれた美しい自然の中、5月中旬から紅葉が終わる晩秋まで季節折々の景色と空気を5感で味わうことができる散策コースがあります。



例えば、高田地区内の里山を巡るブナ林ハイキングとAsahi自然観周辺を歩く空気神社ハイキング。高田地区はブナをこつこつと植えて散策路を整備しています。自然観には、町民の思いが込められた空気と空気神社があります。両者には観光素材として大きな可能性が秘められています。数ある美しい自然の中、地域がどれほどの思い入れを持って運営

し、それを維持しつづけているかで着地型観光の評価は決まってくるものなのです。時間は少々かかるかもしれませんが、前に進んでいきましょう。

さて、昨年の5月号より朝日町の魅力を体験プログラムというかたちで紹介してきた本コラムも今月号で終了となります。今後の朝日町観光の更なる振興を祈念するとともに、ご協力いただいた方々に心より感謝を申し上げます。これまでお読みいただき誠にありがとうございました。



戸籍のまど

Asahi town

12月1日～1月31日届出

Births

すこやかに

区名	出生児氏名	性別	保護者名
大隅	鈴木 利起	男	祥宏・良子
杉山	安藤 雷耶	男	雄太・麻美
新宿	滝口 凛佳	女	雄規・夏紀
沼向	菅井 好誠	男	文弥・美春

Marriages

おしあわせに

鈴木 敏明 (大隅)	♥	吉宮 由佳 (山辺町)
鴨田 俊春 (大町)	♥	古澤 洋美 (寒河江市)
佐竹 祥一 (八ツ沼)	♥	本間 有加里 (鶴岡市)
牧野 広大 (立木)	♥	乾 曜 (山形市)

Obituaries

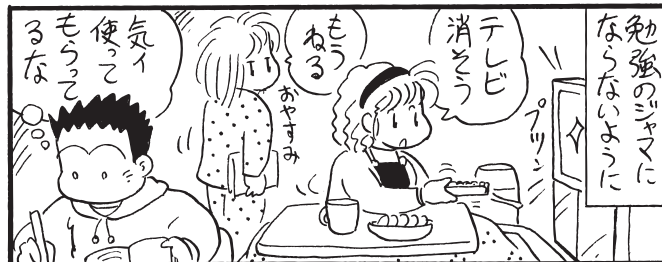
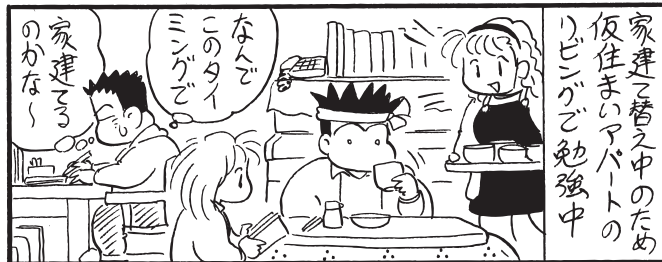
やすらかに

区名	死亡者氏名	世帯主名
八ツ沼	阿部 昭	志良
松程	阿部 ひろゑ	和夫
沼向	菅井 隆	恒好
小原	峯田 みつゑ	本雄
大沼	小林 きよゑ	晴一
松程	鈴木 元雄	敏春
松程	白川 悦代	千朋
大谷一	大谷 加雄	康美
四ノ沢	大鈴木 きゑ	和康
西船渡	海野 雪江	秀利
栗木沢	遠藤 喜重子	本直
川通	渡邊 貢	佐兵衛
前田沢	阿部 文子	次雄
能中	海野 藤夫	本秀
大町	阿部 忍	會田
大町	渡邊 源藏	真靖
元町	小川 タケエ	伸一
太郎一	安藤 多江子	恒子
松原	佐竹 武平	藤夫
常盤	石川 秋子	辰壽
夏草	菊地 子	
栄町	村山 つや子	
大町	村山 つや子	
大谷一	村山 つや子	

となりのリンゴさん

(280)

ホリイ



Population

人口と世帯数

●平成28年1月31日 現在

※()内は11月比

人口	7,391 人 (-28)
男	3,651 人 (-14)
女	3,740 人 (-14)
世帯数	2,506 世帯 (± 0)

----- 12月～1月中の異動 -----

出生	4人	転入	20人
死亡	32人	転出	20人

(※外国人を含む)

2月7日真中地区に巨大雪だるまが出現しました。区民の安全を願って公民館脇に作られたものです。ぜひご覧ください。



みなさんからのおたよりなどで作るコーナーです。

町に対する意見や要望、質問、提案などをお寄せください。
無記名での投書に対しては、事実関係の確認が難しく、
回答できない場合もありますので、ご了承ください。

〒990-1442 朝日町大字宮宿 1115 番地
朝日町役場 政策推進課 地域情報係 ☎ 67-2112
メール / inform@town.asahi.yamagata.jp

VOICE

町民の声



防 災無線の運用が始まりました。何か起きたときに、迅速に情報が得られることは住民にとって安心できることです。

さて、単純な質問です。放送は、なぜこの時間帯なのでしょう。か。(例：朝は8時30分ではなく、8時25分なのかなど)。また、ミュージックチャイムはいつもこのまま同じ音楽なのでしょうか。季節ごとや月ごとに変わることはあるのでしょうか。

午 前8時25分の音声試験放送と午前11時30分のサイレン吹鳴は、これまで広く定着している時間帯であることから、従来通りとしました。

ミュージックチャイムにつきましては、子どもたちの下校時間帯に合わせて、午後4時の放送としました。曲目は、今後季節ごとに変更していく予定です。

日々の放送は、緊急事態への備えとして点検を兼ねています。有事の際における迅速な情報伝達を実施するため、町民の皆さまのご理解とご協力をお願いします。

【総務課 防災係】

防災無線はなぜあの時間なの？
音楽はずっと同じまま？

各種スポーツ大会の入賞結果

■第19回朝日町民柔道大会
(2月20日／町健康増進センター)

◆小学校低学年の部

①長岡大聖(常盤) ②渡辺 優(大谷) ③菊地舞(西町)
④海野真穂(西町) 敢闘賞 海野結菜(西町)

◆小学校高学年の部

①阿部奨悟(大谷五) ②志藤 圭介(川通) ③若月真都偉(西船渡) ④堀俊介(中沢) 敢闘賞 阿部嵐(常盤) 佐竹萌(常盤) 若月保歩(西船渡)

◆中学生以上 女子の部

①佐藤和夏子(宿) ②鈴木七海(大谷四) ③朽木叶(西町) ④若月乃朱(西船渡)

◆中学生以上 男子の部

①村山悦史(助ノ巻) ②菊地 翔悟(夏草) ③菊地健人(西町)

■町小学生スキー記録会
(2月3日／Asahi自然観スノーパーク)

◆5年男子の部 ①阿部将太(宮) 記録：23秒0 ②夢田 馨太(西) ③若月怜音(西) ④千葉清春(宮) ⑤長岡優大(西) ⑥渡辺友介(宮)

◆5年女子の部 ①白田こころ(西) 記録：22秒9 ②堀雪菜(大) ③長岡蘭(大) ④渡辺日花(西) ⑤松尾美乃里(宮) ⑥菅井美聡(宮)

◆6年男子の部 ①阿部凌太(西) 記録：21秒9 ②小川 健吾(宮) ③清野皓太(宮) ④佐藤楓(大) ⑤阿部奨悟(大) ⑥岡崎涼(宮)

◆6年女子の部 ①村山鮎夏(宮) 記録：21秒7 ②布施来瑠未(宮) ③今井舞乙(宮) ④武田愛梨(宮) ⑤志藤侑可子(大) ⑥石黒光希(宮)



各部門の優勝者

みんなの願い 大空へ 神風船まつり



願いや夢などを記した和紙の風船を夜空に飛ばす「神風船まつり」が2月7日、創遊館南側広場で開かれました。

和紙で作った円筒状の風船の空気を温め、熱気球の原理で上空に打ち上げるまつり。「朝日町グラウンドワーク研究会（佐藤欣台代表）」が、町教育委員会の「ニューアクション応援事業」の支援を受けて実施してから5回目となります。

今年は来場者も参加し、スカイランタンを打ち上げて幻想的な夜空を演出。そして、数十mの高さまでゆっくりと舞い上がる風船の姿に、訪れた人々の目は釘付けになっていました。



冬の風物詩にもなってきた神風船まつり、スキー場まつり取材しました。雪と灯りが織りなす幻想的な光景に癒されたり、雪上で雪玉を投げ合って笑ったりと、来場者はこの冬を存分に楽しんでいました。

私たちの生活で冬は敬遠されがちです。しかし、それを逆手にとり、趣向を凝らせば、冬の楽しさを広く伝えることができます。

どんなことでも、少しだけ視点を変えてみれば、意外と解決につながることもあります。まちづくりでも、少しずつ視点を変えながらマイナスをプラスに変えていきます。

白田 淳

春夏秋冬 編集後記

「ブランド力」引力。こうした考えの下、一昨年4月に着手した町のブランド戦略。間もなく節目の2年を迎えるにあたり、特集で振り返りました。

町の中にいるとその魅力になかなか気づかないように、町がブランド化されたかどうか（引力がついたかどうか）は、町に住む私たちにはわからないものです。今回は町外の方の声を多く取り入れ、外からの評価を軸に記事を開きました。

「ブランドは作るものではなく、育てるもの」。末永い取り組みで、引力を強化していきます。

佐久間 淳