

## 第1編 第7章

# まちづくり前へ！

第6章「『文化』を前面に」で紹介したように、2010年代後半は「東川らしさ」を大切にするまちづくりが本格的に開花した時期だった。財政面での工夫もあって、日本全体が人口減少期に入ったにも関わらず1994年度（平成6年度）から続く定住人口の増加基調を維持したほか、日本語留学生事業やふるさと納税の「ひがしかわ株主制度」といった独自の取り組みを通じて、町の外から東川に関わってくれる交流（関係）人口も大きく増やすことができた。そうした特徴あるまちづくりは「東川スタイル」とも呼ばれるようになり、次第に全国的な注目を集めるようになっていった。

第2巻を引き継ぎ、1994年度以降の歩みを概観してきた東川町史第3巻の第1編「総説」。本章では主に、前章に続いて2014～18年度（平成30年度）ごろの出来事を紹介する。本章が最初に公開された2022年度（令和4年度）時点では、新型コロナウイルスの感染拡大で人の行き来が一時的に停滞を余儀なくされている。しかしすぐにこうした制約も解消され、再び人と人が集い、町はさらに発展していこう。

この後の第2編では、「東川らしさ」に基づき文化的価値を重視するまちづくりの原点となった写真の町事業を紹介する。



第7章 まちづくり前へ!

## 第1節 地域ブランド

### 地方創生をきっかけに

前章の第6章では、国が地方創生を主要政策の一つに位置付けた2015年度（平成27年度）ごろから、町も「文化」を前面に出したまちづくりに一層力を入れるようになった経緯を紹介した。具体的には、織田コレクションの公有化など家具デザイン文化振興の取り組みを本格化させたことや、町民や町外から訪れた人が集う文化の拠点として「写真文化首都『写真の町』東川町複合交流センターせんとぴゅあ」を2018年（平成30年）7月にグランドオープンしたことなどだった。

文化を大切にするまちづくりそのものは、1985年（昭和60年）に町が「写真の町」を宣言して以来、長年取り組んできたことだ。しかし2010年代半ばのこの時期は、地方創生にまつわる新しい交付金制度が設けられ、創意工夫した事業には国からの資金援助が従来以上に期待できるようになった。これにより、独創的な新事業を行う余地が一層広がった。

### 「東川」をブランドに

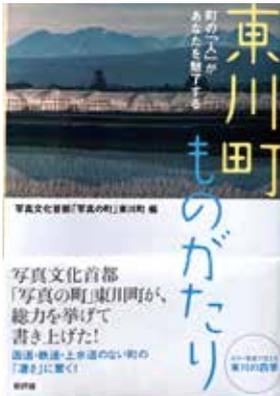
この第7章は、前章と同じく2015年度くらいを機に、国の地方創生政策が東川町にもたらしたもう一つの重要な変化を指摘することから始めたい。その変化とは、東川町

(注1) 特産品開発などを通じて地域のブランド力向上を目指す取り組みは昔からあり、1980年代の一村一品運動などはその代表だ。東川町が写真によるまちづくりを始めた年もまさに1985年(昭和60年)。その2年前の83年には横路孝弘北海道知事(当時)が初当選し、1期目の目玉政策として北海道版一村一品運動を進めていた。ただし当時は多くの市町村が農産加工品などの特産品開発に取り組んだのに対し、東川町は写真という「文化」を活用した独自性が特徴的だった。当時の経緯は第2編「写真の町」で詳述する。

(注2) 2000年代になると地域のブランド戦略として「B級グルメ」や「ゆるキャラ」が登場した。ご当地グルメを通じて地域活性化を図る「B-1グランプリ」は2006年(平成18年)、全国のご当地キャラクターを集めた「ゆるキャラグランプリ」は2010年(平成22年)に初開催され、いずれも注目された。

ただ東川町ではこの時期、天人峡温泉や農協がマスコットキャラクターをつくる例があったが、町全体としてゆるキャラを考案したり、B級グルメを開発したりする動きには乏しかった。

(注3) チビスロウなどによる情報発信は、総説第4章「優しいまちづくり」の第4節「変化するイメージ」で詳述した。



東川町のまちづくりを一冊にまとめた書籍「東川町ものがたり」

が初めて本格的に、町や地域の魅力を外部に向けて発信し始めたことだ。はやり言葉を使うなら、町が「地域ブランディング」(注1)に取り組むようになったと言い換えることもできる。

地域ブランディングとは難しい言葉だが、特産品や景観といった「わがまちの魅力」を他市町村にはない固有のブランドと位置付け、外部に向けて積極的に発信をするようなことを指す(注2)。ブランド戦略といえば民間企業がしのぎを削っているイメージだが、その自治体版とでもいえばいいだろうか。

のちの2018年度(平成30年度)の機構改革では、地域ブランディングを担う文字通りの組織として「東川ブランド発信課」が新設された。そして同課は設置からわずか半年後の18年9月、「東川スタイル課」へと改称される。この後の第2節で詳述するが、この東川スタイル課の創設が東川町の広報戦略を大きく進化させ、さらには民間企業など外部との連携を促し、ひいては長年続けてきた「東川らしさ」に基づく独自のまちづくりを一層加速していくことにつながった。

## 町や地域をPR

町の広報政策としてはもちろんそれ以前から、町民向けの広報誌「広報ひがしかわ」やホームページなどを通じて町のPRはしていた。また2011年(平成23年)ごろからは、「チビスロウ『写真の町』東川町」など紙媒体を活用した新しい情報発信にも取り組んでいた(注3)。

加えて、写真のまちづくりをはじめ独自事業が多い東川町の施策は、新聞、テレビなどのメディアやインターネット、SNSで紹介されることが多く、町の知名度向上を後押ししてきた。ただこれらは町が積極的にPRしたというよりは、他市町村にはない町の取り組みに興味を持ったメディアや個人が報じ、拡散した側面が強かった。

これに対し、町が自ら地域ブランディングを意識するようになった2015年度ごろからは、東川町自身による情報発信の厚みが格段に増した。これには2つの理由があった。一つは先にも指摘したように、国が地方創生を主要政策の一つに位置付けたことで、書籍や映像表現などの地域ブランディングや町のPRに関する市町村の取り組みにも、場合によっては地方創生関連の交付金を活用できるよ

うになったことだ。

こうした交付金も使って、例えば2016年（平成28年）3月末には動画共有サービスのYouTube（ユーチューブ）上に東川町公式チャンネルを開設し、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を介した動画による発信力も強化した。

また同じ16年7月には書籍「東川町ものがたり」（新評論社）を全国出版した。「写真の町」「海外交流」「移住の町」といった各章を町の職員が手分けして執筆し、「写真文化首都『写真の町』東川町」編という形で独自のまちづくりを一冊の単行本にまとめた。また17年秋に全国で公開された映画「写真甲子園～0.5秒の夏」も、映画の原作となる単行本の製作には交付金を活用することができた。

## 元気な町

そして、こうした国の交付金以上に大きな理由としては2010年代半ばのこのころになると、長年進めてきた東川町独自のまちづくりが全国的にもかなり知られるようになっていたことが挙げられる。

当時、日本国内の雰囲気としては「（バブル崩壊後の）失われた20年」などと負のイメージを持った言葉が定着してしまい、特に東日本大震災と東京電力福島第一原発事故が起きた2011年（平成23年）からは日本全体がはっきりと人口減少時代に入っていったこともあって、どことなく沈滞した雰囲気すら広がっていた。

ところが対照的に東川町は、1994年度（平成6年度）から続く人口増加基調を維持できていた。特に2014年（平成26年）11月には、かつては7千人を割り込むまで減少した人口が8千人台を回復（注4）した。翌15年の国勢調査では、人口増加率で全道2位の3.3%増（1位は東神楽町の10.1%増）になるなど、人口減少社会に逆行している「元気な町」といった話題が連続した。

同時期の15年10月には、市町村営としては日本初となる町立日本語学校を開校し、これも全国ニュースで報じられた。全道レベルでは知られるようになっていた「東川らしさ」に基づく独自のまちづくりが、いよいよ「全国区」になろうとしていた。

（注4）総説第5章「人口8千人からの挑戦」の第2節「『適疎』のまちづくり」で詳述した。1972年（昭和47年）6月末の8003人を最後に大台割れしてから、実に42年ぶりとなる8千人台回復で、新聞やテレビでも大きく取り上げられた。



雄大な大雪山に見守られてのびのび遊ぶ東川町の子どもたち=2019年10月

## 関心 全国区に

ちょうどこの時期は「君の椅子」や、ふるさと納税の「ひがしかわ株主制度」など町独自のユニークな施策が全国レベルでさまざまな賞を受けるようになっていた＝表参照＝。表を見ると分かるが、受賞の時期が2016年（平成28年）前後に集中している。これは、はたして偶然だったろうか。

### 2016年前後の主な受賞歴

年	出来事
2014（平成26）	「君の椅子」が第6回日本マーケティング大賞地域賞（日本マーケティング協会）
2015（平成27）	「日役場庁舎（町郷土館）」が第18回建築賞（旭川の歴史的建物の保存を考える会）
	「君の椅子」がサントリー地域文化賞（サントリー文化財団）
2016（平成28）	公営住宅「清流団地」が2016北の地域住宅賞知事賞（北海道地域住宅協議会）
	「ひがしかわ株主制度」がふるさと納税未来大賞（ふるさと知事ネットワーク）
	「東川小学校・地域交流センターを核とした地域環境整備」がアジア都市景観賞（アジアハビタット協会ほか）
	「東川町学社連携推進協議会」が第55回農林水産祭豊かなむらづくり部門農林水産大臣賞（農水省ほか）
2017（平成29）	公営住宅「清流団地」が第29回住生活月間で国土交通大臣表彰（国土交通省）
2018（平成30）	「実行するまち東川町」が第10回日本マーケティング大賞地域賞（日本マーケティング協会）
2019（令和元）	「JAひがしかわ」がゆめぴりかコンテスト2019で最高金賞
	「東川町と鹿児島県大崎町の『リサイクル留学生プロジェクト』」が2019ふるさとチョイスアワード部門大賞（ふるさとチョイス）

これまでも指摘している通り、当時は国が地方創生へと本格的に舵を切り、都市を中心に「地方」への関心がちょうど高まっていた時期だった。そんな中で「人口増の元気な町」といったイメージを帯びて東川町に関する全国ニュースが続いていたことを考えれば、受賞が相次いだこともただの偶然とも言い切れない。長年ぶれずに続けてきた「東川らしさ」を重視するまちづくりが定着し、各方面から東川町が注目を浴びるための「機が熟していた」時期だったのかもしれない。

一般に、わが町をPRしようとしても、聞いてくれる人がいなければ、広告予算をいくら使っても効果は乏しい。

しかし国からの交付金も活用して地域ブランディングに乗り出した2010年代半ばは、地域や独自のまちづくりのことを広く「知ってもらいたい」東川町に対し、「人口が増えている元気な町のことを知りたい」という世間のニーズとがちょうど合致し、「広告効果」を高めることができた時期だったのではないだろうか。

## 1冊の書籍

そんな時に出版社の産学社（東京）から1冊の書籍が刊行された。2016年（平成28年）3月に出版されたこの書籍が、2年後の18年度には町の部局の名称に採用されるなど、東川町の行政にまで大きな影響を与えることになる。

書籍の名前は「東川スタイル～人口8000人のまちが共創する未来の価値基準」（産学社）といった。帯には大きく「このまちの“ふつう”は、ふつうではない」と書かれてあった。

次節では「東川スタイル」の出版が町にもたらした影響や意味を考察する。



書籍「東川スタイル」。2016年3月に全国発売された。



第7章 まちづくり前へ!

## 第2節 「つながり」次々と

### 東川スタイル

(注5) 書籍「東川スタイル」などによると、編著者の両氏が東川町と関わるようになったのは2011年(平成23年)。写真の町に関する取材で同年11月に来町したのが初めてだったという。それがきっかけになり、役場職員ら町民と親交が深まるにつれ町に対する興味がわき、合わせて独特なまちづくりをしていることにも気づいて16年の書籍化につながった。

(注6) 東川町のまちづくりを正面から取り上げた類書としては、第1節でも紹介した「東川町ものがたり」(新評論)がある。同じ2016年(平成28年)に出版されたが、「東川スタイル」は3月、「東川町ものがたり」は7月だった。また「東川町ものがたり」は地域ブランディングの一環として役場職員らが執筆したのに対し、「東川スタイル」は東川生まれでも育ちでもない研究者2人が町外の視点で書いている点で違いがあった。

2016年(平成28年)3月に出版された書籍「東川スタイル」は、慶応義塾大学総合政策学部教授の玉村雅敏氏と慶応大大学院政策・メディア研究科特任教授の小島敏明氏(肩書はいずれも出版当時)が編著者に名を連ねた(注5)。

町が取材や執筆を依頼したわけではなく、東川町のまちづくりに関心をもった民間の研究者が出版した書籍だったが、町にとって同書は2つの点で大きな意味を持った。一つは、東川町が長年進めてきたユニークなまちづくりに焦点を当てた、初めての書籍だった点だ。新聞、テレビの記事や雑誌の特集記事、研究者による論文などは従来もあったが、単行本というまとまった形で全国出版されたのは初めてだった(注6)。

そしてもう一つは、「東川らしさ」に基づく長年の施策やまちづくり、あるいは住民の働き方、暮らし方など、好印象ではあるけれどもなかなか形の定まらなかった東川のイメージに「東川スタイル」という分かりやすい名前を付けたことだ。

この時期、全国的には東京一極集中の弊害が広く意識され、経済成長を追い求めてきた従来とは違った価値観が求められていた。低成長時代、人口減少社会に適合するライフスタイルの一つとして、東川町で働き暮らすことを「東

川スタイル」という新しい価値観として提案することにつながった。

そして名前が付くというのは面白いもので、前節で紹介した地域ブランディングの面でも波及効果があった。出版からほどなく、遠く九州から反響があったのだ。

## スタイル×スタイル

「東川スタイル」出版から3カ月後の2016年（平成28年）6月、福岡市で「『東川スタイル』×『糸島スタイル』～これからのまちづくり」（福岡移住計画主催）と題した催しが開かれた。参加者は数十人規模とけっして大きな催しではなかったが、東川町からも職員や町民が招かれ、町の取り組みを発表するとともに糸島市や隣接する福岡市のまちづくり関係者らと交流した。

移住者誘致の先進地とされる福岡県糸島市は、前年の15年度（平成27年度）から九州大学や西日本新聞社などと共に「糸島スタイル」と題した、テレワークに関するプロジェクトを進めていた。催しのテーマは「感度の高い移住者に選ばれるための、これからの街のスタイルづくりとは何なのか？」一。

つまり面白いことに東川町がいつの間にか、全国の「感度の高い」移住者に選好されるような先進的な自治体の一つに位置付けられていたのだった。東川町内で暮らしているとなかなか気づくのは難しいが、「移住先進地」「元気な町」「おしゃれな町」といった外部からの注目は、町や町民が思っていた以上に町外で高まっていた。

## つながるつながり

福岡での催しから4カ月後の2016年10月には、「自然とアート」をうたい子育て支援など特徴的なまちづくりで知られる岡山県奈義町からの視察団が東川町を訪れ、町同士の交流が始まった。奈義町は「しごとコンビニ」事業を考案した町でもあり、のちの2020年度（令和2年度）には東川町でも「しごとコンビニ」を導入するようになる。

奈義町との交流は、他市町との新しいつながりにも結び付いていった。2018年（平成30年）12月には奈義町、南砺市（富山県）、豊岡市（兵庫県）、小豆島町（香川県）の市長、町長らが東川町に集まり、計5市町で「文化と教育の先端自治体連合会」第0回大会を開催した（注



福岡市で開かれた「東川スタイル」×「糸島スタイル」の催し。九州の関係者に東川町のまちづくりを説明した



東川町で開かれた第0回大会。松岡市郎町長（左から3人目）ら5市町の首長や劇作家平田オリザ氏（右端）が集まった

(注7) 第0回大会から1年後の2019年(令和元年)12月には兵庫県豊岡市に5市町が集まり、正式に「文化と教育の先端自治体連合会」が発足した。連合会の総合アドバイザーは劇作家で演出家の平田オリザ氏、事務局は地方行政専門のシンクタンクである一般社団法人つながる地域づくり研究所(つな研、岡山市)が務めた。東川町にとっては平田氏や「つな研」との縁ができたことも大きな財産になった。

(注8) これ以前に道外の自治体と連携を図った例としては、2009年度(平成21年度)から始まった「安全・安心でおいしい地下水サミット」がある。地下水を生活用水に活用している東川町、福島県川内村、熊本県嘉島町の3町村が呼びかけ、毎年持ち回りでサミットを開催した。



先進的な国際教育が行われているGlobeの授業＝2020年9月、東川小

(注9) 教科名の「Globe」は東川町教育委員会による造語。「多様な文化を受容し共生することのできる態度の育成」(Global＝グローバル)、「自国、地域の文化や伝統に根差した自己の確立」(Local＝ローカル)、「文化の異なる人々と英語をツールとしたグローバル社会で求められる円滑なコミュニケーション能力の育成」(Communication＝コミュニケーション) 3つの意味を込めた。

(注10) 2009年(平成21年)夏に韓国からの約40人を受け入れて始まった東川町短期日本語・日本文化研修事業は、15年(平成27年)に国内初の町立日本語学校が開校するなど順調に成長していた。当時のいきさつは、第1編総説第3章「多角化する行政」の第3節「交流人口、海外にも」で詳述した。

7)。会の名称が表す通り、文化や教育の面で全国的にも先進的なまちづくりを進めていると自負する自治体の集まりで、東川町にとっても刺激になった。

また18年11月には、資源リサイクル先進地として知られる鹿児島県大崎町と「リサイクル留学生プロジェクト」を始動した。両町を仲立ちしたのは書籍「東川スタイル」の著者である2氏が所属する慶応大学SFC研究所(後述)。プロジェクトの資金を得るため、ふるさと納税制度を活用したクラウドファンディングも、ふるさと納税総合サイトのふるさとチョイスで募集し、目標額を超える250万円あまりを調達した。この取り組みは同サイトが地域への貢献が顕著な事例を顕彰する、ふるさとチョイスアワード2019で部門大賞にも選ばれた。

このように「東川スタイル」が出版された2016年(平成28年)ごろから、糸島市や奈義町、大崎町をはじめ、特徴あるまちづくりで知られる全国の自治体との交流が急速に拡大していった(注8)。

## 国際教育の新教科「Globe」

この時期は自治体との連携が広がったことに加え、町の各部門で新しい取り組みへの挑戦が目立った時期としても記憶される。中でも教育分野では、国際教育に関するまったく新しい教科「Globe(グローブ)」(注9)がスタートした。背景には、町主導で進む全国的にも先進的な日本語留学生招致事業(注10)があった。留学生事業はスタートから10年近くがたち、例えば教育面でもJETプログラム(語学指導などを行う外国青年招致事業)に基づくALT(外国語指導助手)、CIR(国際交流員)やSEA(スポーツ国際交流員)の配置が進んでいた(注11)。国際教育に取り組みやすい環境が整備されつつあったわけだ。

町や町教育委員会は国際教育の充実を図るに当たって、英語力など単に子どもたちの学力向上を目指すのではなく、国際社会で活躍できる総合的な「人間力」向上につながる授業を創設したいと考えていた。このため2015年度(平成27年度)ごろから町教委や学校現場で論議を重ね、Globeの目標を「ふるさと東川を愛する心情を高め、人間尊重の精神を基調とする国際性を養い、国際社会に通用するコミュニケーション能力を育む」と定めた。そして、新しい教育課程や指導法を確立するため特別に認めら

(注11)Globeが始まる前の2015年度(平成27年度)ごろはALT3人、CIR6人、SEA2人と、既にこの時点で人口8千人規模の自治体としては充実した体制だった。これをGlobe開始時点の17年度にはALTを6人、CIRを12人とそれぞれ倍増させ、さらに日本語留学生も適宜「ゲストティーチャー」として活躍してもらう体制を整えて、授業を開始した。

(注12)Globeでは「異校種連携」などさまざまな試みも行われた。例えば小学生の児童が英語で手紙を書き、中学生に質問する授業(小学6年)の際は、アドバイス役として高校生にも参加してもらった。すると児童が「自分も(高校生になったら)こんなお姉さんになりたい」など、先生から学ぶ以上に学習意欲が高まったうえ、アドバイス役の高校生も小中学生の役に立ったことで自己肯定感が高まるといった副次的効果まであったという。

(注13)HUCカード導入時に町商工会が多額の補助を得ることができた背景には、町の財政的「成長」があった。第1編「総説」第3章「多角化する行政」の第1節「緊縮から成長へ」で指摘したように、町は2008年度(平成20年度)を境に財政政策を大きく転換していた。HUCカードを導入した2017年度(平成29年度)の一般会計は約99億円(決算・歳入)で、ももんカードを導入した10年度の約62億円に比べて1.6倍の規模になっていた。また国の補助金、交付金を活用する手法も練度を増している、町と商工会が二人三脚でHUCカード導入に適した中小企業庁の補助金を探してくることができた。

れる文部科学省の研究開発学校に応募し採択されたうえで、幼児センターから高校まで町内7つの教育機関に通う4歳～18歳の園児、児童、生徒を対象に2017年度(平成29年度)から実施した。

研究開発学校は学習指導要領に基づかない実験的な授業もある程度許容される。このためGlobeでは幼稚園から高校までの発達段階に応じて「東川の給食、世界の給食」(小学4年)、「地雷の被害にあったゾウの保護」(高校1年)などと、独創的な授業が行われた(注12)。

Globeは町や町教委、学校現場のほか父母や関係者の協力もあって、「世界に開かれた町」を掲げる東川町らしい教科になった。国による研究開発学校の指定はのちの2021年度(令和3年度)で終了したが、町と町教委は「国際教育を進めるうえで効果が高い」とし、文部科学省の教育課程特例校制度を活用するなどして22年度以降もGlobeを継続した。

## HUCカード

同じ2017年度(平成29年度)には、経済・産業の分野でも注目すべき出来事があった。東川町商工会が11月にポイントカードの「ひがしかわユニバーサルカード(愛称・HUC=フック=カード)を導入したことだ。商工会のポイントカードは2010年(平成22年)に始めた「ももんカード」(以下、旧カード)があったものの、機器の導入費用がかさむことなどから加盟店は30ほどにとどまり、このためカードの普及も進んでいなかった。

HUCカードは原則「買い物100円当たり1ポイントが付与され、1ポイント=1円として使える」というポイントカードだ。ただ導入に当たっては、商工会のほか町など関係者がワークショップを組織し、約1年間にも渡って検討を重ねて「住民の健康増進を目指す」などと、まちづくりに寄与するカードにする方針を申し合わせた。こうしたことを通じて国や東川町から約3千万円に上る補助を受ける(注13)ことができ、希望する店舗・事業者に機器を無償で貸し出すことができた。

さらに加盟店が支払う月々の費用も見直し、導入から1年後には事業者数が約120と旧カード時代の4倍になった。カードの発行枚数は人口を上回る1万枚を超え、導入初年度のポイント発行数は旧カード時代の約7倍にも上っ



東川町商工会が発行するHUCカード。ICチップ方式の採用で多機能化を実現した

た。

また旧カードが磁気方式だったのに対し、HUCカードはより記憶容量が大きくセキュリティも強化されたICチップ方式を採用した。これがカードの多機能化を実現し、後年になるが、簡単な安否確認機能まで実装された。例えば町教育委員会の放課後見守りサービスでは、参加した児童が会場でHUCカードを端末にかざすことで親など保護者にメールが届くようになった。先述した通り健康診断の受診や公共施設の利用などでもポイントが付与され、単に「お得なカード」ではなく「まちづくりカード」としての側面が強まった。

## 地域におカネを回す

HUCカードはさらに進化した。導入から2年ほどたった2019年（令和元年）12月、チャージ機能が付加されたのだ。カードにあらかじめ現金をチャージしておく、店舗での支払いの際、電子マネーのようにキャッシュレス決済をすることができるようになった。すると、町内経済にも好影響を及ぼすことになった。いったいどういうことだろう。

商工会は毎月29日を「フック（2）ク（9）の日」と定め、この日にチャージすると通常1.5%のポイント付与率に1.5%のプレミアをつけた。ポイント付与率3%というのは、クレジットカードなど民間が提供する各種決済方法の中でも相当高い水準だ。これで人気に火が付き、町商工会によると、のちの2021年度（令和3年度）には全町で年間にチャージされる金額が1億円を超えたという。電子マネーの形でカードにチャージされた現金は町内でしか使うことができない（注14）。従来なら多くが旭川、札幌、東京やネットショッピングなどに流出していた町民の消費を、億の単位で町内へ還流させることに成功したわけだ。

住民や企業、行政などが頑張っておカネを稼いでも、結局域外に支出するなら地域は潤わない。いわゆる「穴の開いたバケツ」で、経済基盤の弱い「地方」の市町村にとって、外から稼いだおカネをいかに地域に還流させるかは大きな課題だ。東川町の場合、先に指摘した2008年度（平成20年度）の財政政策転換で町の歳入を増やすことには成功していたが、もう一つの課題である「おカネを地域で回す」ということを実現した手法の一つがHUCカードの



毎月29日の「フックの日」をPRするSNS上のページ

（注14）例外的に町外では、JR旭川駅前などにある東川町のアンテナショップ「東川ミーツ」で使うことができる。のちの2020年（令和2年）に同ショップが開業した際は「HUCキャンペーン」として、200人に最大5000ポイントが当たる「太っ腹」な抽選などを実施した。

活用だった。

町は補助金以外にも、イベントの際には高いポイントを付与するなどしてカードの普及を強力に後押しした。HUCポイントはふるさと納税の「『写真の町』ひがしかわ株主制度」や町内在住留学生への生活支援などにも使われ、地域経済の活性化に貢献している。商工会のポイントカードが事実上の地域通貨にもなっているわけだ。

ここまで自治体同士の連携や新たな取り組みに挑戦した2010年代後半の動きを追ってきたが、東川町が長年磨き上げてきたまちづくりの手法は2018年度（平成30年度）ごろを機に、さらに高い次元へと入っていく。著名な企業を含めた民間との連携や全国、さらには海外との交流が、顕著に広がっていったのだ。

ここで2018年ごろの情勢を振り返り、第3節「攻めのまちづくり」へと続く。

## 松岡氏が町長5選

2018年（平成30年）の東川町長は松岡市郎氏で、03年（平成15年）の初当選から4期目。18年は4期目任期の最終年で、翌19年2月の町長選で無投票5選した（注15）。北海道知事は高橋はるみ氏で、やはり4期目任期の最終年だったが、翌19年4月の道知事選には出馬せず、同年7月の参院選で参院議員に初当選した。道知事は前夕張市長の鈴木直道氏が全国最年少（当時）の38歳で初当選した。

日本の首相は安倍晋三氏だった。安倍氏は翌19年11月、首相通算在職日数が桂太郎を抜いて歴代最長を記録するなど長期政権を樹立したが、新型コロナウイルスが猛威を振るった20年（令和2年）9月、持病の悪化などを理由に辞職した。安倍政権で官房長官だった菅義偉氏が後を継いだ。

主要国の指導者は、米国が17年1月に就任したドナルド・トランプ大統領。韓国も17年に政権交代があり、文在寅氏が5月の大統領選で初当選した。中国は習近平国家主席、ロシアはウラジーミル・プーチン大統領だった。

18年2月には韓国で平昌冬季五輪が開かれた。カーリング女子日本代表のロコ・ソラーレ（北見市常呂町）が試合中に使っていた「そだねー」という相づちは、この年のユーキャン新語・流行語大賞の年間大賞に選ばれた。

（注15）本章執筆の2022年度（令和4年度）時点では、戦後の歴代町長で最多選は中川音治氏。1967年（昭和42年）～91年（平成3年）の連続6期24年間、東川町長を務めた。

米国、韓国の大統領が変わったこともあって朝鮮半島情勢は一時的に雪解けムードに包まれ、文在寅大統領と北朝鮮の金正恩<sup>キムジョンウン</sup>朝鮮労働党委員長による南北首脳会談が18年は4月、5月、9月と3回行われた。6月にはシンガポールで、トランプ米大統領と金委員長による初の米朝首脳会談も行われた。

## 災害相次ぐ

2018年（平成30年）は道内外で災害が相次いだ年でもあった。6月末から7月上旬にかけては広島県や岡山県など西日本を中心に集中豪雨に見舞われ（西日本豪雨）、死者・行方不明者200人以上、負傷者400人以上を数える大きな被害が出た。低気圧は北海道にもかかり、7月2日深夜から3日にかけての大雨では東川町内でも倉沼川などがあふれ田畑が冠水したほか、天人峡温泉に至る道道天人峡美瑛線が崩落し、宿泊客ら約130人が一時孤立した。

9月6日未明には北海道胆振東部地震が発生した。震源に近い胆振管内厚真町で道内初となる震度7を観測（注16）。厚真町内で土砂崩れが発生するなどして死者・行方不明者40人以上、負傷者600人以上を数えた。地震直後から北海道全域が停電し、揺れによる直接の被害はなかった東川町内も7日夕まで停電と断水が続いた。

11月には日産自動車のカルロス・ゴーン会長（当時）が、自身への報酬を過少に申告した有価証券報告書虚偽記載の疑いで東京地検特捜部に逮捕された。ゴーン被告は保釈中だった翌19年12月、ひそかに日本を出国しレバノンに逃亡した。

19年5月1日には、元号が平成から令和へと変わった（注17）。

（注16）厚真町で震度7を観測した9月6日午前3時8分ごろの地震による東川の震度は3だった。近隣では旭川、富良野などで震度4を観測した。

（注17）このため本書では2019年を、1月～4月末は「平成31年」、5月～12月末は「令和元年」と表記している。



第7章 まちづくり前へ!

## 第3節 攻めのまちづくり

### 機構改革

第1節で触れたように、2018年度（平成30年度）に東川町はまた大きな機構改革に踏み切った。東川ブランド発信課と文化レクリエーション課を新設し、産業振興課にあった農地整備事務所を農地整備課へと改編した。

このうち文化レクリエーション課は、この年（18年）7月の東川町複合交流センターせんとびゅあⅡオープンに合わせて設置され、同センターが担う図書館機能「ほんの森」や大雪山文化・家具デザインの振興、文化財の利活用などを所管した（注18）。また農地整備課は、町内ではおよそ半世紀ぶりとなる水田大型化事業である国営緊急農地再編整備事業「大雪東川地区」が本格化したことに対応した（注19）。

文化レクリエーション課や農地整備課が、仕事量の増加や仕事内容の変化に対応して設けられた課だったのに対し、東川ブランド発信課はその名の通り、東川の魅力を新たな地域ブランドととらえて外部に向けて発信していくという、まったく新しい組織として創設された。具体的には、それまで企画総務課で担当していたふるさと納税の「『写真の町』ひがしかわ株主制度」を引き継ぎ、さらに前年の2017年（平成29年）に全国公開された映画「写真甲子園～0.5秒の夏」の自主上映会（次ページの表参照）などを担当した。しかし同課が面白いのは徐々にそうした

（注18）文化レクリエーション課はのちの2020年度（令和2年度）、交流促進課と一体になって文化交流課へと再編された。

（注19）国営緊急農地再編事業「大雪東川地区」については「第4章 優しいまちづくり」の「第2節 町民のために」で解説した。

当初の枠組みを超えて、次々と新しい「仕事」を開拓していくようになったことだ。そのきっかけになったのが、課の名称変更だった。

#### 2018年の映画上映実績

##### 国内

月 日	開催地域舎
4月23日	札幌
5月11日	東川町
6月3日	東京都
7月28～29日	東川町
10月～1月	福島県
11月9日	栃木県鹿沼市
12月4日	富山県朝日町
1月30日	神奈川県藤沢市
1月31日	東京都文京区
2月9日	東京都足立区
2月10日	山口県周防大島町

##### 国外

月 日	開催国	開催地域
6月21日	ロシア	サハリン
9月20日	ラトビア	ルーイエナ
11月2日	中国	北京
11月4日	中国	上海
12月1日	台湾	台北
12月2日	台湾	桃園市
12月8～16日	タイ	チェンマイ
1月27	タイ	バンコク
3月29～31日	ウズベキスタン	タシケント

## 異色の部局



東川スタイルに関する覚書の調印式。左から松岡市郎町長と慶応大SFC研究所の玉村雅敏氏、小島敏明氏＝2018年6月

東川ブランド発信課は新設されてからわずか半年後の2018年9月、東川スタイル課に改称された。背景には、3カ月前の同年6月に町と慶應義塾大学SFC研究所（注20）が提携し「『東川スタイル』未来先導プログラムの研究開発に関する覚書」を交わしたことがあった。当時は、SFC研究所内の社会イノベーション・ラボ代表を玉村雅敏氏が務めるなど、第1節で紹介した書籍「東川スタイル」の編著者2氏がSFC研究所に関わっていた。いわば同書の出版がもたらした縁だった。

(注20) SFCとは、慶応大が1990年(平成2年)、神奈川県藤沢市に開設した「湘南(S)藤沢(F)キャンパス(C)」の略称。SFC研究所は、同キャンパスにある大学院政策・メディア研究科、総合政策部、環境情報学部の付属研究所として96年(平成8年)に発足した。「先端的研究の遂行と研究成果の社会への還元」を目的に、国内外の研究機関や民間企業、自治体などと連携しながら調査研究を進めている。

(注21) 2018年度(平成30年度)に東川ブランド発信課として新設された当初、課の人員は正職員2人と臨時職員、地域おこし協力隊員の計4人だった。その後、業務内容の多様化や仕事量の増加に応じて増強され、のちの2020年度(令和2年度)ごろになると、地域おこし協力隊員がさらに増員されたほか、民間企業から派遣された地域活性化企業人や道内他市からの派遣職員らも含め計14人体制と、3倍以上の陣容になった。



第2回プレスツアーに参加した道外のメディア関係者ら。東川小学校などを取材した=2019年10月

(注22) プレスツアーは2019年度(令和元年度)も10月に企画され、道外メディア7社が参加した。20年度以降も実施予定だったが、新型コロナウイルスの感染拡大を受け、21年度末(令和3年度末)時点では中断している。

(注23) 2010年代も半ばを過ぎると、メディアの主役交代が鮮明になってきた。例えば学研教育総合研究所による調査では、小学生男子の「将来つきたい職業」で「ユーザーなどネット配信者」が2016年(平成28年)に初めてランクインし、19年には1位になった。また電通の「日本の広告費」によると、2019年にはインターネット広告費が2兆1048億円と2兆円の大台を超え、1兆8612億円にとどまったテレビメディア広告費を初めて上回った。いずれも従来のテレビや新聞に代わって、ネットを通じた情報発信が大きく、急速に存在感を増している事例として注目された。

覚書に基づいて慶應義塾大学SFC研究所が東川町の政策立案に参画したことは、町政に外部からの専門的な視点を持ち込む効果をもたらした。また改称を機に東川スタイル課は、民間企業など外部とのつながりを積極的に求めながら新しい事業の可能性を探っていくという、人口8千人規模の小さな町としては異色の部局に変わっていった。他市町村では見られない組織という点では、2008年度(平成20年度)に新設された写真の町課にも通じる存在となった。

そしてSFC研究所の協力も得て、町政上の新分野を次々と開拓していった(注21)。

## 初のプレスツアー

東川町と慶應義塾大学SFC研究所が「『東川スタイル』未来先導プログラムの研究開発に関する覚書」を交わしてからわずか1カ月後の2018年(平成30年)7月中旬、旭川空港にメディア関係者が次々と降り立った。町が初めて実施した「東川スタイル・プレスツアー」に参加した各社の記者、カメラマンらだ。SFC研究所の発案による新施策の第1号だった。

第1回プレスツアー(注22)に参加したのは一般紙や経済紙、ビジネス誌、ウェブメディアなど首都圏に拠点を置く7社。これまで東川町を取材する機会がほぼなかった媒体を中心に、町が参加を呼び掛けた。各社は2泊3日で町内を取材して回り、翌8月末までの集計では計6本の記事が全国紙や雑誌などの紙面を飾った。特にネット上に掲載された記事はツイッターやフェイスブックなどを通じて広く拡散され、従来とは違った層に東川町のまちづくりを知ってもらうことにつながった。

2010年(平成22年)前後からスマートフォンやSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)が広まる中でメディアの多様化が急速に進み、若い世代を中心に新聞やテレビに接しない層も増えていた(注23)。また「東川スタイル」が全国的な注目を浴び始めたことで、北海道内だけではなく道外も意識して町や地域を広報することが必要になっていた。こうした時代背景も踏まえ、東川町のユニークなまちづくりをより広範な層に知ってもらおうと始めたのがプレスツアーだった。

これが結果的に既存メディアも刺激することにつながっ



プレスツアーの後、ビジネス誌に掲載された記事。従来はあまり取材されることのなかった媒体にも東川町のことが大きく掲載された

(注24)「写真の町」ひがしかわ株主制度が始まった経緯については、第1編総説の第3章「多角化する行政」第2節「交流人口拡大へ」で詳述した。

た。19年3月にはTBS系の生活情報番組「応援！日本経済がっちりマンデー!!」で「儲かる町」として東川町が取り上げられ、後の2021年11月にはNHK総合テレビの情報バラエティ番組「所さん！大変ですよ」でも放映された。テレビや新聞などでも、プレスツアー以降は道内ローカルではなく全国的に取り上げられる例が目立って増えた。

## 日本の未来を育む

次いで取り組んだのは、国のふるさと納税制度を独自に解釈して2008年（平成20年）9月から始めた「『写真の町』ひがしかわ株主制度」（注24）の見直しだった。この時期は、全国的にもふるさと納税のスタートから約10年がたち、返礼品の豪華さを競う動きが問題視されるなど制度見直しの必要性が指摘されていた。

もちろん東川町は豪華な返礼品で寄付（投資）を集めるのではなく、まちづくりに共感して寄付（投資）してくれた株主と将来にわたって濃密な関係を結び、長期的に関係（交流）人口を増やしていきたいという思いがあった。そうした観点からSFC研究所と論議を重ね、株主制度に関しては、ある種の「発想の転換」を図ることにした。それは寄付（投資）の使い道（投資先）として「日本の未来を育む」と冠した枠を設けることだった。いったい、どういうことだろう。

一般に自治体がふるさと納税を呼びかける場合、「高齢者福祉の充実」「少子化対策」「中心市街地活性化」などとその市町村が抱える問題を提示し、課題解決のために寄付を募るのが通例だ。ところが「日本の未来を育む」枠では、単に東川町の課題解決のために寄付（投資）を募るのではなく、これらの事業に投資すれば「日本全体の課題解決につながりますよ」と呼び掛けたわけだ。これが発想の転換であり、実は画期的なことだった。もう少し詳しく説明する。

## まちづくりの哲学

当時、町が株主制度で「日本の未来を育む」事業に位置付けたのは、「写真文化首都『写真の町』整備」「日本初デザインミュージアム建設」「日本福祉人材育成」の3事業だった（注25）。このうち「写真の町」は町が1985年

(注25) 文中にある3事業は株主制度が大きく見直された2019年（平成31年）1月時点。本章を初公開した2022年度（令和4年度）時点では「日本福祉人材育成事業」と「竹内智香選手と協同！ スノーボードキッズ育成事業」2つの人材育成事業が「日本の未来を育む」プロジェクトに位置付けられている。

(注26)日本福祉人材育成事業のうち、介護職の人材育成については株主制度を通じた支援以外に、東川町が周辺市町村にも呼び掛けて新たな支援制度を立ち上げた。外国人介護福祉人材育成支援協議会と名付けた組織で、東川町内で学ぶ日本語留学生を介護福祉士に育成し、加盟自治体の介護施設で就労してもらうことが目的。2018年(平成30年)12月に町内で協議会の設立総会を開いた際は、東川、鷹栖、幌加内3町や各町内の計8介護施設が正式加盟し、富良野市など11市町や計12施設も賛助会員に名を連ねた。

(注27)写真文化首都宣言については、第1編総説の第5章「人口8000人からの挑戦」第1節「文化で『首都』に」で詳述した。

(昭和60年)から取り組んでいる独自事業だし、「デザインミュージアム」は実現すれば日本で初めての施設となる。だから東川町に寄付(投資)をすれば、日本の写真文化、家具デザイン文化の振興に直接役立てることができる。また町内の旭川福祉専門学校に介護福祉科やこども学科があり、「日本福祉人材育成」(注26)に寄付すれば全国的に不足している介護福祉士や保育士の育成にも貢献できる一。こんなロジック(理屈)で、町への投資を呼びかけたわけだ。もしかしたら「へ理屈」といわれるだろうか。

なるほどへ理屈とまではいえないまでも、やや我田引水に聞こえるかもしれない。しかしここで思い出してもらいたいことがある。東川町が「写真の町」30周年を控えた2014年(平成26年)3月に発した写真文化首都宣言(注27)だ。この時、町は「日本の首都はもちろん東京だが、こと写真文化に限っては(30年も振興に努めてきた)東川町が『首都』を名乗り、発信拠点としての役割をこれまで以上に担っていきたい」との決意を内外に宣言していた。「東川町のまちづくりが日本のためになる」という決意は、既にこの時点で芽生えていたわけだ。

その意味で「日本の未来を育む」という考え方は2014年の写真文化首都宣言、ひいては1985年(昭和60年)の写真の町宣言の理念を正しく踏襲し、さらに町が擁護すべき「文化」を写真だけではなく、家具デザインなどさらに広い領域にまで拡大した思想だ。

全国的には2010年代に入って少子高齢化や人口減少の弊害がはっきり自覚され、相次ぐ自然災害や原発事故など容易に解決策の見つからない難しい課題が相次いでいた。そんな中で人口8382人(2018年12月末時点)の小さな町が、首都東京をすら差し置いて「(東川町の独自事業が)日本の未来を育む」とまちづくりの哲学を言語化し、株主制度を通じて広く発信したことが画期的だったのだ。

## オフィシャルパートナー制度

そして同時に町は株主制度に、東川オフィシャルパートナー制度と呼ばれる新しい仕組みを組み込んだ。これが自治体との「協働」を指向する民間企業に対し、東川町と連携する敷居をぐんと低くする効果をもたらした。また東川町の場合、写真の町関連事業などを通じて企業とのつな



オフィシャルパートナー協定を締結した(左から) 深作一夫アマナ取締役、松岡市郎町長、真柄泰利サイバートラスト社長=2019年1月

(注28) 写真の町事業を通じた民間企業との連携については第1編総説の第4章「優しいまちづくり」第1節「体制整備」で論じた。

(注29) 企業への特典や優遇策など文中で記した内容は、いずれも2019年(平成31年)1月のオフィシャルパートナー制度導入時。

がりは同規模の他市町村以上にはあったが(注28)、オフィシャルパートナー制度導入後は、まちづくりを「共創」する企業の数、さらには連携の質の両面で、従来をはるかに超える好影響を及ぼした。

具体的には、企業と協定を結んで町公認のパートナーになってもらい、その企業の得意分野でまちづくりに協力してもらった。逆に町から企業側へは「(体験プログラムの半額利用など)社員の福利厚生の充実」や「(大雪旭岳源水など)災害時の物資支援」といった特典が提供されたほか、企業の社員が株主になった場合は2泊分の施設滞在を無料にするなど優遇策も導入し(注29)、個人株主の拡大も図った。

オフィシャルパートナー制度は先に説明した「日本の未来を育む」という理念に基づき、広く民間企業に「東川町のまちづくりに協力することで一緒により良い社会をつくっていきませんか」と、社会価値の「共創」を呼びかけたものだった。本来は自治体への寄付制度である国のふるさと納税を、官民連携の促進に活用した形で全国的にも異例の取り組みだ。2008年(平成20年)の導入時、ふるさと納税を国の制度そのままに実施するのではなく、「『写真の町』ひがしかわ株主制度」と、独自の工夫を施して実行に移した先見性が生きた。

そして2019年(平成31年)1月23日に株式会社アマナ(東京)、サイバートラスト株式会社(東京)の両社と協定を締結した。



東川町のまちづくりに協力してくれるオフィシャルパートナーのロゴ一覧。著名企業が名を連ねる=2021年末時点

## コロナ禍を超えて

このように全国的にも珍しい試みとして始まった東川オフィシャルパートナー制度だが、パートナー企業が目に見えて増えたのは制度開始より2年ほどたってからだ。以下は、おおむね2018年度（平成30年度）までとする東川町史第3巻（以下、本書）の対象から外れるが、東川町にとっては何度目かの大きな転換期に当たる時期でもあり、簡単に触れておきたい。

オフィシャルパートナーの企業数＝表参照＝は、2019年（4月末まで平成31年、5月から令和元年）に7社、20年（令和2年）も5社だったが、21年（令和3年）に15社と前年比3倍になった（注30）。先述したプレスツアーなどを通じて町の知名度が上がっていったことなど理由はさまざまあるが、最大の要因は2020年（令和2年）初頭から世界を震撼させた新型コロナウイルス感染症だった（注31）。3密（密閉・密集・密接）の危険性が指摘され、都市の過密が問題視されるようになった。その半面、IT（情報通信）技術の進展もあってテレワークが可能になり、都市を拠点としていた企業も分散を図るため地方に目を向けるようになった。

（注30）同時期には地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）も増えた。2018年度（平成30年度）に2社、5020万円だった企業数と寄付額は19年度に9社、1億5500万円となり、20年度には税額控除が拡大されるなど税制改正があったこともあり20社、1億8630万円に増えた。

（注31）中国・武漢で2019年（令和元年）12月、報告された原因不明の肺炎から検出された新型コロナウイルスによる感染症はまたたく間に世界中に広がり、世界保健機関（WHO）は20年（令和2年）3月にパンデミック（世界的流行）を宣言した。

### 東川町のオフィシャルパートナー（2021年末時点、協定締結順）

2019年
株式会社アマナ（東京）
サイバートラスト株式会社（東京）
SOMPO ケア株式会社（東京）
株式会社セブン銀行（東京）
NEC ネットエスアイ株式会社（東京）
株式会社ヌーラボ（福岡）
キャンオンマーケティングジャパン株式会社（東京）
2020年
エア・ウォーター北海道株式会社（札幌）
株式会社ツナグ・ソリューションズ（東京）
株式会社シー・エム・エス（東京）
第一生命保険株式会社（東京）
サツドラホールディングス株式会社（札幌）
2021年
クロスプラス株式会社（名古屋）
日本航空株式会社（東京）
明治安田生命保険相互会社（東京）
株式会社バリュークリエイト（東京）
あすみらい株式会社（福岡）
富士通 Japan 株式会社（東京）
TTK ホールディングス株式会社（東京）
株式会社 WHWRE（東京）
ポリバレント株式会社（東京）
株式会社山一商事（東京）
岩塚製菓株式会社（新潟県長岡市）
東京カメラ部株式会社（東京）
株式会社阪急交通社（大阪）
CKD 株式会社（愛知県小牧市）
株式会社 R-body（東京）

ちょうどそうしたタイミングで「<sup>てきそ</sup>適疎」というスローガンを掲げ、さらにはオフィシャルパートナー制度という独自のひな型まで用意して官民連携（注32）の準備を万端整えていたのが東川町だった。既に述べた通り、さまざまな分野から企業がオフィシャルパートナーに名乗りを上げたほか、2021年11月には隈研吾建築都市設計事務所、立正大学、東川町の3者による包括連携協定、22年1月には公益社団法人経済同友会との働き方協働プロジェクト連携協定など、多様な形で民間との協働が実現した。

本章を初公開した2022年（令和4年）初夏の時点で、新型コロナウイルス感染症はまだ完全には収束していない。しかしパンデミック下で民間企業との連携はむしろ加速し、コロナ禍を受けて一時停滞していた日本語留学生事業も徐々に再開し始めた。22年5月末の人口は、留学生の入国が再開したことなどから前月末比68人も増えて8548人。8500人を超えたのは、1968年（昭和43年）12月に8496人と大台を割り込んで以来、実に53年半ぶりのことだ。

パンデミックもいずれは終わるだろう。東川町のまちづくりは、さらに前へ進んでいくのだ。

（注32）行政と民間の連携が注目されたのは、鈴木善幸内閣下の1981年（昭和56年）に設置された第2次臨時行政調査会（通称・土光臨調）が「（行政への）民間活力導入」を提唱したところからだ。その後、国と地方の財政赤字が深刻化したことで、1999年（平成11年）には民間資金の活用等による公共施設等の整備等の促進に関する法律（PFI法）が制定された。また95年（平成7年）の阪神大震災や2011年（平成23年）の東日本大震災など自然災害が相次いだことで、自治体と企業による災害時連携協定や包括連携協定などが結ばれるようになり、官民連携が広く浸透していった。

東川町と日本、世界の出来事 (2019) (□は東川町関連)

年	月	出来事
2019 (平成 31、令和元)	1	株式会社アマナ、サイバートラスト株式会社と東川町が協定締結。オフィシャルパートナー制度スタート
	2	東川町が舞台の漫画「写真甲子園シャッターガール moment」(小学館)発売 (28日)町長、町議選。町長選は松岡市郎氏が無投票5選
	3	TBS系の生活情報番組「応援!日本経済 がっちりマンデー!!」で東川町を紹介。町HPに約2万3千件のアクセスが殺到 (18日)気象庁が大雪山にも火山情報「噴火警戒レベル」の運用を開始
	5	(1日)改元。元号が平成から令和へ
	6	ひがしかわ観光協会が電動アシスト自転車シェアサイクルの実証実験
		香港で逃亡犯条例改正案に抗議する大規模デモ。2020年にかけて民主化デモ続く
		東京・千代田区大手町に移住相談拠点「カラフル」開設。東川町、福島県伊達市など5市町が参加
	7	旭岳ビジターセンターが移転新築オープン。環境省が設置、東川町が運営
	7	京都アニメーション放火殺人事件。36人死亡、33人重軽傷。
	8	1959年(昭和34年)8月15日の町制施行から60周年。東川町史第3巻の公開を開始
	9	(18日)ロシア・サハリン州アニワ市と姉妹提携を締結。町内で調印式 アジアで初開催のラグビーワールドカップ2019が開幕。日本代表がベスト8の大健闘
	10	消費税増税。8%だった税率が10%に。食品など一部は税率8%の軽減税率初導入 ひがしかわ株主制度で「スノーボードキッズ育成プロジェクト」の募集開始。東川町ゆかりの竹内智香選手と協同
12	「東川スタイルマガジンvol1.0 MAKERS—つくり続けるもの」出版	
	スマートフォン向け「東川町公式アプリ」が配信開始 (31日)中国・湖北省武漢市で原因不明の肺炎。のちに新型コロナウイルスと呼ばれるウイルス性感染症を市当局が初めて公表	