
4. アクションプラン

4-1 シティセールス戦略におけるアクションプランとは

ここで言うアクションプランとは、今後、シティセールス戦略を展開していくにあたり、既存の地域資源の活用と再構築を図り、併せて現在における地域の課題解決をも図っていくことにより、この戦略が目標とする、新たな観光客、居住者、企業等の誘致（交流人口・定住人口・企業誘致数の増加）を図ろうとするものです。

そして最終的に「住んでみたくなる」、「住んで良かった」と思えるまちにしていくために必要な、初期段階における試行的かつ実践的に行うリーディングプロジェクトとなるものです。なお、このアクションプランの実施過程では、市民の理解と参加のもと、多くの来訪者（観光客等）をいわば「巻き込んだ」、多面的、複合的な展開が望まれます。

4-2 アクションプラン案①～⑧

※以下事業（アクションプラン）は、本戦略会議で提起された事業案です。

アクションプラン案①

米軍ハウス建築推進 & 景観創出プロジェクト

主な内容と狙い

入間市の注目スポットとなっているジョンソントウンに倣い、米軍ハウス風の住宅建設と居住を推進することにより、入間市のモダンなイメージと新規居住者の獲得を狙う。また、市内の空き家、空き地、老朽化した家屋の解体等を前提とし、空き家問題の解決も図る。

建築エリアは豊岡地区を中心に点在するよう配慮し、地域の方々や市外からの来訪者が散策したくなるような景観創出を目指す。



実現課題

- ・若い世代（30代）でも現実的に建築可能となる環境整備（コスト、助成、業者選定）
- ・空き家、空き地、老朽化家屋の把握および近隣地域との調整
- ・市外、市内への告知方法

このプランで目指す新たな入間市像

入間市には自分のセンスやこだわりを暮らしの中で実現し、他市にはない満足を得ていることを発信したい。
(モダンな住宅をその象徴としたい)

アクションプラン案②

金子駅周辺狭山茶 アンテナショップ

主な内容と狙い

狭山茶の茶畑を見る降車駅として最適な八高線金子駅周辺に、お茶の香りを漂わせ、従来一度に味わえなかった農家ごとのお茶を提供するアンテナショップを設置。「お茶のまち」の印象をさらに与えると共に、来訪者に対する散策案内や狭山茶のイメージアップも狙う。また、地域の方々も立ち寄りたくなるスポットとすることで、日常的に狭山茶および農家を身近に感じてもらう。



実現課題

- ・ 建設場所の確保
- ・ 農家との調整
- ・ 入間産狭山茶のイメージアップにつながるコンテンツの整備
- ・ アクティブに利用されるための運営計画、情報発信

このプランで目指す新たな入間市像

お茶がつねに身近にあり、その魅力を大切に育み、伝えようとする姿勢を入間市全体に広げたい。
お茶を愛するまちであることを来訪者に実感させたい。

主な内容と狙い

従来も茶ん歩道（さんぼみち）として茶畑の景色など（入間市の文化、自然、歴史）を楽しむコースが紹介されているが、茶畑の美しさを積極的に発信するには至っていない。そこで例えば「ゲル（相撲やお茶など日本文化と親和性のあるモンゴル遊牧民の移動式住居）に泊まる茶畑体験ツアー」や「味と景色を楽しむ夕暮れ茶畑ツアー」など、従来とは異なる切り口の企画によって、茶畑の景観の積極的な活用を図る。



実現課題

- ・ 景観活用のさらなるアイデア出しが先決
- ・ 茶畑の景観を壊さない住宅建設への配慮

このプランで目指す新たな入間市像

茶畑の景観を愛し、その素晴らしさを伝えようとする姿勢を印象づけたい。
また、景観を守る取り組みも併せて行い、
関東を代表する景観を育てるまちにしたい。

アクションプラン案④

入間市の雰囲気にあった Tasty! なカフェ誘致増加

主な内容と狙い

観光客のみならず地域の方々が市内を散策しようとしても
足を休め、小腹を満たすカフェさえないのが現実。

そこで、アクションプラン案①と相まって軽食関連の自営業者を誘致し、
お茶、ホットドックやピザ、ケーキなど、
入間市らしいドリンクやフードを提供する
カフェの出店を促進。

市内散策の一部として市としてもサポートする。



実現課題

- ・軽食関連自営業者の募集
- ・駐車場の整備
- ・出店場所の調査、および出店支援
- ・狭山茶農家や地域の食素材生産者との連携

このプランで目指す新たな入間市像

来訪者はもちろん、入間市の市民がもっと地元で寛ぎ、楽しめるまちにしたい。
ここで過ごしているだけで自然と入間市の名産に触れられる環境を作りたい。

<p>アクションプラン案⑤</p>	<p style="text-align: center;">商品開発 (狭山茶のミスマッチアイテムの開発・販売)</p>
<p>主な内容と狙い</p> <p>「入間市なのに狭山茶」という課題を払拭するために、 「入間市でしか味わえない狭山茶の新しい商品」を 開発・販売し、従来にはない「お茶＝入間市」の イメージ創出を図る。</p>	
<p>実現課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 提供・販売店舗、開発メーカー、商品開発アドバイザーの必要 ・ 入間市のイメージアップにつながるクオリティの 商品設計、パッケージデザインの必要 	
<p>このプランで目指す新たな入間市像</p> <p>狭山茶のブランドのみに頼らず、どこよりもお茶を楽しみ活かそうとする姿勢を 独自のアイデアに満ちた商品で発信し、 「お茶と言えば入間」を印象づけたい。</p>	

アクションプラン案⑥

わんぱく相撲や給食に象徴される 豊かな人間教育の発信

主な内容と狙い

小・中学生が共に全国優勝を遂げるなど、
入間市の相撲文化は広く知られるところとなった。
市内のわんぱく相撲大会は規模こそ全国2位ながら
女子の参加率が非常に高くなっている。
何より「相撲を通じて礼節・社会規範を学ぶ」
「全力で競う合うことで真の友情を育む」など、
人間教育に対する熱い思いがある。
また、おいしいと評判の給食は、
食を通じて子どもたちの成長を支えている。
これらに象徴される子育て環境の素晴らしさを
入間市の魅力として発信する。



実現課題

- ・わんぱく相撲に込める想いの発信手法
- ・クチコミだけに頼らない学校給食の認知向上

このプランで目指す新たな入間市像

暮らしや文化と同様に、子育てにおいても独自かつ本質的なこだわりを持ち、
実践していることを印象づけたい。
また、豊かな人間教育のある環境に共感を抱いてもらいたい。

主要内容と狙い

春日野親方と入間市の深いつながりから
 例年行われる春日野部屋の合宿は、
 同部屋の厚意のもと、入間市の風物として定着。
 現在、スー女（相撲女子）や海外の観光客をはじめ、
 相撲への関心はさらなる高まりを見せており、
 合宿を活用した誘客を図ることで、
 入間市＝相撲のイメージをより広げていく。

お姫様抱っこイベントや合宿見学など
 相撲に関心の高い観光客の誘致
 本物のちゃんこ鍋を味わえるイベント開催



実現課題

- ・春日野部屋への協力依頼
- ・相撲関心層、海外観光客への情報発信

このプランで目指す新たな入間市像

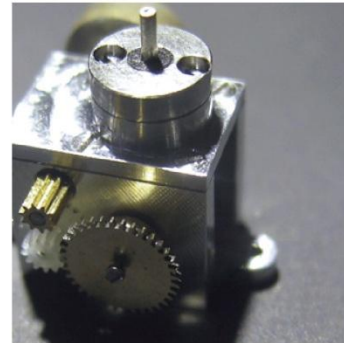
本物の力士が入間市で見られることを発信し、
 女性や海外観光客をつかむことで、入間市＝相撲のイメージを真の全国区に。
 その効果で市内の相撲熱をさらに高めたい。

アクションプラン案⑧

地元への誇りを高める チーム入間の活用

主な内容と狙い

2009年、入間市の企業を中心に結成されたチーム入間は、世界最小レベルの歯車装置「マイクロギアボックス」を製作するなど、卓越したものづくり技術と受注・生産体制で注目を集めている。地元で頑張っている企業があることを発信し、若い世代を中心に地元への誇りを高める。



実現課題

- ・ チーム入間の市内外への発信方法
(現状、直接的な企業誘致や観光誘致に結びつきにくい、チーム入間の存在があることで地元で働く動機・勇気を与えるための情報発信を構築する)

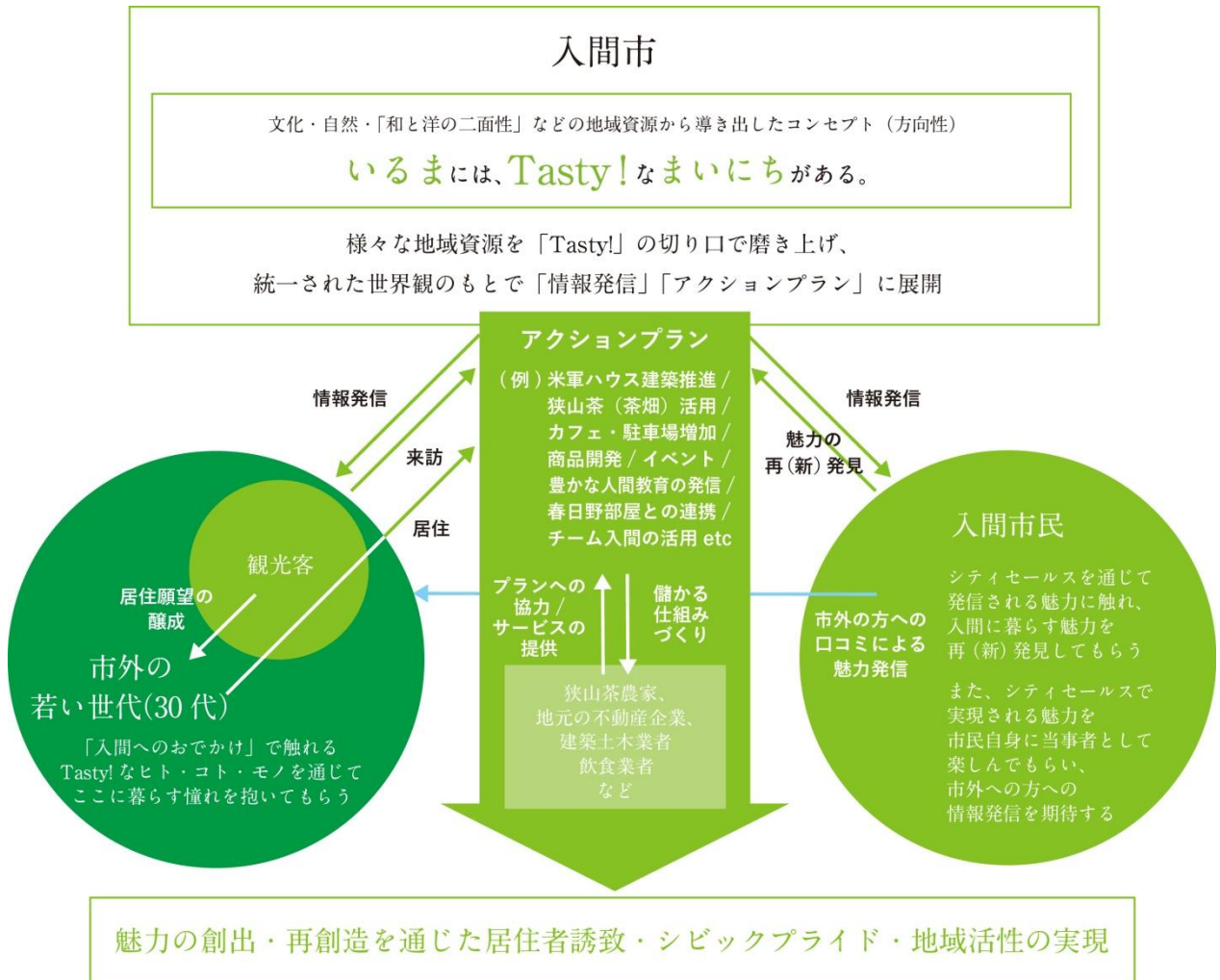
このプランで目指す新たな入間市像

地元の子供たちが大きくなっても都内に働きに行くより、地元で頑張ろうと思えるまちにしたい。
ひいては、定住化に結び付けたい。

5. シティセールス戦略の全体像(概念図)

シティセールス戦略における現状認識、戦略の視点、そしてアクションプランについて整理すると、下記の概念図として表現することができます。

シティセールス戦略は、行政の一部が特化して行なう事業ではなく、正に入間市全体の総合的な取り組みであり、新たな価値の創造であることが分かります。また関係機関のみならず、市民や来訪者における個人の視点に立った活動を前提としていることは言うまでもありません。



6. 戦略を推進していくために

この戦略を有効なものにするためには、戦略を効果的に展開する推進体制の整備充実が必要です。市民、団体、企業等と、行政との相互の連携推進体制を構築するとともに、市内の推進体制の充実を図ります。さらには、埼玉県西部地域まちづくり協議会を含めて他の都市等との広域的な連携に努め、戦略に基づく取り組みの円滑な推進を図ります。

(1) 市民、団体、企業等との連携による推進体制の構築

新たな賑わい創出や自治体としての基礎的な体力を高め、市民や多くの方々から愛されるまちとなるため、「オール入間」体制で地域の魅力再発見や新たな魅力創出に取り組み、情報発信を行います。そのため、市のみならず、各種団体、企業等との連携体制の強化に努めます。

(2) 市内の推進体制の充実

シティセールスの推進は、全庁的な取り組みが必要です。そのため、市内の取り組みを推進するシティセールス担当部署の体制の充実を図り、各部・課等との連携により推進します。

(3) シビックプライドの醸成

本市のイメージアップに向け、市の魅力や強みを、市内や市外に住んでいる方々の連携協力によって情報収集し、これらを整理して魅力的な地域資源として加工します。特に、市民のご当地愛やシビックプライド(まちに対してもつ誇りや愛着)の醸成に取り組みます。ここでは、一般市民の参加を旨とし、そのアイデアの活用に始まり、実施過程においてシビックプライドを含むシティセールスの効果を市民が実感できる体制づくりを目指します。