

入間市まち・ひと・しごと創生総合戦略事業案に対する意見及び提案

●基本目標1 働きやすいまちをつくる

○女性の就労支援

- 共働きの家庭が増えており、女性の就労支援は重要である。結婚や出産を理由に退職した方の再就職は難しい。就職先が見つかって、就業中でないと保育園には入れないため、結局就職をあきらめるというケースがある。就職活動の段階から保育園の入園ができるよう行政がサポートし、人材を募集している地元の企業とのマッチングを実施する。実現できれば、「子育てママに優しい街」をPRでき、定住・移住促進につながる。
- 新規事業案「女性の再就職・キャリアアップ支援事業」に「政策提言講座」を開催するとあるが、地域課題の解決のための講座であり、再就職やキャリアアップにはつながりづらいのではないか。

○女性のための起業セミナー

- 現在の女性起業家は、子育てをしながらできる在宅ワークやインターネットを活用した仕事になってきており、その時流を捉えた内容が望ましい。女性の起業支援だけに特化（ターゲットを絞り込む）したセミナーを実施することで受講生がより目的に近づく。また、実施にあたっては、セミナー開催の企画だけでなく、その周知にも配慮する。

○狭山茶ブランド振興プロジェクト

- 本当においしいもの（おいしいと「ブランディング」できているもの）は、全国からお取り寄せの引き合いがある。狭山茶は、日本一の味と言われながら、それをうまく表現できていない。狭山茶を使った（奇をてらった？）新商品開発も否定はしないが、飲む「お茶」としての価値を上げることが先決である。
- 狭山茶をカッコよくブランディングして、ネット販売を実施する。その場合、銘柄や特徴を明確にして、生産者の顔も見えるようにして、お好みの味が選べるような手法を考える。
- アンテナショップの開設は、ネットショップのリアル店舗として存在すると、また違った意味合いも生まれる。金子地区の出店だけでなく、多くの人に触れて頂くには、豊岡地区や藤沢地区にも出店することが望ましい。
- 贈り物や地元入間のお土産としても成り立つ、ギフトとして使えるおしゃれな狭山茶商品（パッケージも含め）を開発する。

●基本目標2 ずっと住みたいまちをつくる

○「公式ホームページの定住情報コンテンツ」

- どの自治体も地域プロモーションに力を入れており横並びの内容では意味がなく工夫が必要である。例えば、基本情報の掲載のほかに、入間市の魅力や入間市での暮らしがどれだけ楽しいものなのかを伝えるために、「イベントカレンダー」を加えたらどうか。
- 現在のHPにもイベント情報はあがるが、市民団体や公民館などのイベントは掲載されていない。市のHPには公平性が必要であり、全てを掲載できない事情はわかるが、あらゆるイベントが網羅された（対象別にカテゴライズされていたら、なお良い）内容も充実したイベントカレンダーがあるだけで「毎日のくらしが楽しいまち」が演出できる。
- 魅力的な表現にするためには、有償でライターを雇うくらいしてでも価値はあると思う。ニュータウンなど大きな住宅地の販売で、そのような手法でプロモーションをしている例があり、地元情報が充実したサイトは、定住促進にも効果がある。

○「ご当地愛フェイスブック」

- 創設しただけで終わらせず、地元愛醸成につなげるには、もっと情報や閲覧数が必要である。ある自治体では、シティセールス専用のTwitterがあり、市役所の全部署から投稿ができるようになっている。イベントなどタイムリーな情報の投稿があり、充実している。地元の情報を一番持った職員が「ご当地愛フェイスブック」の情報発信側に加わってみてはどうか。

●基本目標3 子どもの育ちを支える

○「子育てをサポートする」項目の母子地域活動推進事業

- 母子愛育会や子育てママサークルが各公民館で活動している。この情報をもっと多くの母親たちに伝えるために、メールをもっと活用できないか。いまの母親たちの連絡手段は、LINEやメールである。地域のイベントは「公民館だより」などに案内があるが、届かない家庭、届いても若い母親は読まないかもしれない。
- 健診時や赤ちゃん訪問の時に、希望者にメールを登録してもらい、直接健康相談やイベントの情報などが温かいメッセージとともに届くようにしたら、新住民も、孤独な母親も、地域とつながっているように思えるのではないか。子育て中の母親の力になりたいと思っている先輩の母親は多く、仕組みができれば、不可能ではないと思う。こういったつながりが、定住促進にもなる。

○子どもによるまちづくり

- 現段階では、子どもたちが行政の事業に参加する形にとどまっているが、まちづくりに関るのであれば、民間事業者との関わり合いもぜひ実現させていただきたい。
- 空き店舗を活用して期間限定でお店を開いたり、賑やかなアイデアを出したりするなど、商店街のイベント企画や運営に子どもたちも参加するとその親世代、祖父母世代も関心を持ち、広がりが出る。また、地元の活性化を子ども達が自分で考えることで、将来この街のために汗を流してくれる大人に成長してくれることが期待できる。これには有能なコーディネーターが必要になるが、放課後児童クラブと商店街とがコラボレーションできたら面白い。

○「こども観光パンフレット制作事業」

- ・実現が楽しみ。個人的には、その延長で子どもたちに入間の魅力をテレビCMやラジオCMで表現してほしい。子ども達のふるさと愛の醸成になり、大人も注目してくれるはず。

●基本目標 4 まちの魅力を活かす

○シティセールス

- ・まだ具体案はこれから詰めていくところなのだと思うが、現在の計画では対象がはっきりしていないように思う。定住促進がテーマだとすると、30-40代の子育てファミリーが魅力的に感じる工夫が必要だと感じる。ターゲットに特化したシティセールスもひとつあってもよいのではないかと思う。
- ・観光 PR 事業（遺産活用含む）や総合戦略の目標（4つの）について、市外（西武線沿線外も含め）への PR 計画を立案し、新規事業として追加してはどうか。PR したい時期に確実にターゲットへ届くようにすることで一定の効果は得られると思う。例えば、北区では、JR 東日本北区内以外に北区にすもう PR ポスターを広告展開している。おそらく一定の出稿料を支払いのうえ掲出場所を確保しているようである。

○情報の共有

- ・市民に対し SNS を利用した犯罪・自然災害についての情報の共有化を図り、共存共栄の安心安全な街づくりを考える。

○住環境の形成

- ・バブル崩壊後、全国で約 200 万人が自営からサラリーマンになったと言われている。そのような意味でも、通勤者は無視できない状況かと思う。自宅から職場への利便性を主に入間市に人を呼び、市の人口を保とうとするならば、駅周辺に良質の住まいを用意する事が一番手っ取り早い方策である。
- ・医療関係は、西部地区で見れば大規模な医療機関が存在し、商業施設においても車での移動を考慮すれば、ある程度は充実している。駅隣接地を人口の減少を食い止める最優先事項にした場合、高層マンション誘致も可となるのではないか。
- ・自動車などの交通手段で通勤可能な方には、自然環境を含む住環境に重点を置き、電車・バスなどの公共交通を利用する方には、高層・二世帯住宅の建設を促進し、交通手段に考慮した環境作りといった棲み分けを徹底し、時それぞれのニーズを先取りし、アピールをしていく必要がある。