

有識者会議でいただいた意見および意見に対するパッケージ案等への反映状況及び今後の対応方向は以下の通りです。

○基本目標1：働きやすいまちをつくる

No	事業等	意見等の概要	パッケージ案等への反映状況及び今後の対応方向	所管部
1	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。	次期総合計画前期基本計画において「保育サービスの充実」を施策に位置付けており、庁内で連携を図りながら検討を進めていきます。	環境経済部 市民部 福祉部
2		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と。	女性の再就職支援・キャリアアップ支援事業(政策提言講座)は来年度から実施しますが、実際に政策提言をまとめ、行政に提言を行う過程を学ぶことで能力開発、キャリアアップや再就職を支援する取組ができると考えています。	市民部
3	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ける。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。	女性のための起業セミナーは来年度から実施しますが、実践的な内容の提供とし、託児付のセミナーとすることで参加しやすい環境を整え、また、開催の周知についても配慮していきます。	市民部
4	企業セミナー	起業セミナーの参加者が行える業務情報を登録するなどして、仕事依頼者とマッチングするシステム(制度)を構築したらどうか。	今後の研究課題としていきます。	環境経済部
5		起業セミナーを開催するだけでなくその後のフォローも必要である。	庁内及び商工会との連携を図りながら対応していきます。	環境経済部
6	求人情報提供	地元企業の中に優良な会社があるが、女性に限らず、学生に伝わっていない。就職希望者への情報提供について工夫が必要。	優良会社の情報提供を充実していきます。	環境経済部
7	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。	既存の事業に加え、「狭山茶ブランド振興プロジェクト」を通じて狭山茶の価値を上げていきます。	環境経済部
8		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たらどうか。	いくつかのお茶屋さん、また茶業協会でもHPを持っているので、その方達の意向も尊重しつつ、今後の研究課題としていきます。	環境経済部
9		「カッコよくブランディング」するには、母親たちにとってはお洒落な、また、女子学生には小洒落た感じのお店を提供したらどうか。	シティセールス戦略の事業として位置づけているテイスティカフェ(入間市の雰囲気にあつたTasty!なカフェ誘致事業)の中で検討していきます。	環境経済部
10		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。	金子地区に限定せず、豊岡地区や藤沢地区の駅周辺への開設を検討していきます。	環境経済部
11		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)を開発してはどうか。	当プロジェクトの「狭山茶商品開発事業」のなかで検討していきます。	環境経済部
12		福岡県八女市にある「お茶の文化館」のような、お茶を総合的に発信する場を設置して、ブランディングしていくのはどうか。	当市には、全国的にも珍しいお茶の博物館があり、今後も「狭山茶」を中心に情報発信を継続していきます。また、博物館のミュージアムショップやレストランとも連携し、魅力を発信していく仕組みを研究します。なお、入間市博物館と「お茶の文化館」は姉妹館として情報交換を行っています。	環境経済部
13		何より知っていただくということが大事で、ただそこに、手軽さがないとどうしても広まらない。赤ちゃんの駅とか、子育て支援の関連施設などで、実際に味わってもらい、手にしてもらいような場を多く作って行くことが必要である。	今後の研究課題としていきます。	環境経済部
14		体験的学習プログラムに農家に民泊してもらいことも組み込むなど、色々なところで知っていただく機会を増やすこともポイントになるのではないかと。	今後の研究課題としていきます。	環境経済部
15	農林大臣賞を獲得することが良いのか。狭山茶に何かをブレンドして子ども用やハーブといったもので色んな形のお茶を作ることは必要ないのか。お茶が売れないと言っているが、売る方策を探っていないのではないかと。そういったものを普及させるためには、データを示すなどしていくことが、狭山茶の存続には大きなポイントとなる。	当プロジェクトの「狭山茶商品開発事業」のなかで検討していきます。「狭山茶ハーブティー」「狭山茶紅茶ハーブティー」の商品化開発を観光協会でも支援しており、更に進めていきます。	環境経済部	

○基本目標2：ずっと住みたいまちをつくる

No	事業等	意見等の概要	パッケージ案等への反映状況及び今後の対応方向	所管部
1	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。	現在の市公式ホームページ内にてイベントカレンダーのページがあり、情報を発信しています。今後シティプロモーションを進める中で入間市の魅力等の発信についても検討していきます。	企画部
2	ご当地愛フェイスブック	地元愛醸成に繋げるには、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。	市役所の各部署から投稿できないか、諸条件をもとに検討していきます。	環境経済部
3	移住促進	人口移動調査の状況をみると都内への流入の内、半分以上は首都圏の埼玉、神奈川、千葉県から移住している。流出を止めることも必要であるが、流入を促進するために何が出来るのかを考えた場合に、例えば、千葉県や神奈川県から移住してもらうにはどうすべきか。また、関西圏から関東圏に流入する方に入間市を選択してもらう施策を盛り込めれば良いのかと思う。	ターゲットを絞った戦略(施策)について検討していきます。	企画部
4		子育て世代の移住促進を図るには、子育てするのに安心できるような情報発信の体制を整備することが、入間市に住みたいと思うことに繋がっていくことになり、スタートラインとしては重要なところである。	子育て情報発信に限らず、今後シティプロモーションを進める中で入間市の魅力発信の方策についても検討していきます。	企画部
5		幼い子どもがいるがアパートのような狭い家にしか住めない、かたや高齢の方が広い家に住んでいて管理が出来ない場合に、住まいを交換する転宅制度を構築したらどうか。	転宅も、定住・移住促進の一形態ではあると思いますが、移動先(市内・市街)、両者の間柄(親子・他人)、住宅の条件、価格、高齢者の転居の負担等を考えると制度化には熟考を要することから今後の研究課題としていきます。	都市建設部

○基本目標3:子どもの育ちを支える

No	事業等	意見等の概要	パッケージ案等への反映状況及び今後の対応方向	所管部
1	子育てサポートの情報発信	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。	現在、LINEやメールによる情報発信は行っていません。情報発信に関してはアプリ等の媒体を作成することにより行うことが出来ますが、庁内各課で独自開発をするか、庁内全体を網羅したものを作成するかについて今後の研究課題としていきます。	健康福祉センター
2		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と。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。		健康福祉センター
3	子育てサポート	就学前までの子どもに対しては手厚いが、働く母親、小学生の支援の視点が欠けている。「元気な子どもが育つまち」が総合戦略のテーマとなっているのに「元気なこどものママにはやさしくない」と言われている。働く母親は市に声をあげづらいし、黙っている。意見が出てこないから、そこに手が掛かって来ないと感じている。例えば、放課後子ども教室の全校配置、学童保育室の充実に力を入れていただきたい。	学童保育室については、働く母親や小学生への支援が図られるよう、施設・運営の充実に力を入れていきます。放課後子ども教室は、平成31年度末までに全小学校区で実施するという国の目標の実現を目指して順次実施していきます。	福祉部 生涯学習部
4		「子育てママにやさしいまち」について、要は預かる先があれば、何らかの形で解消できる。最近広がっているのは、母親同士で預けあう。ただ、預かっている母親の負担は大きい。そういう人たちにも何らかの形、それなりの補助金を出す。箱物を作るには限界があり、空き施設、空き部屋、自宅でも構わないが、母親同士が預けあう、それが意味、地域を繋げていく一つのやり方でもある。施設整備改修費用が一切掛からず、一定のルールが必要であるが、預けあいということ、かつてはどの地域でも行われていたわけで、それを行政がサポートするとなると、また、そういう意味では注目されるのではないかと。	子育て支援事業としてファミリーサポートセンターが児童の預かり事業を実施しています。なお、川崎市では「地域子育て自主グループの支援」を待機児童解消施策として実施しており、今後の研究課題としていきます。また、友人や近隣者のこどもの預けあいは、現在も実施されています。また、今年度から、「あそびあーとこども劇場いるま」によるサークル活動として「なかまほいく」が実施されました。	福祉部
5		高齢化の中で、幼稚園、保育所、こども園、小学校に高齢者の雇用の促進を図る必要がある。現在、保育士の成り手が少ない。これは、保育の現場に魅力がなくなっている。責任の重い仕事であるにも関わらず、処遇面で見合った給料ではない。ただ、お金だけの問題ではなく、周辺業務が増えてきており、それに振り回されて肝心の子どもと接する時間が無くなっている。補助的に高齢者の雇用を促進して行くことが子どもの育ちを支えていく方法にもなる。地域によっては、既に行われているところもあるが、体系的に行政が主導して実施しているところは聞いたことがない。先進的な取り組みとして発信することが出来る可能性があるのではないかと。	高齢者のみでなく、若者の就労支援も重要と考えますので保育業務に携わる者の処遇を改善することが前提ですが、周辺業務に携わる補助的職員の雇用が可能となれば、保育士の負担軽減も図れことから、今後の研究課題としていきます。	環境経済部 福祉部
6		子育て世代は、広報をあまり読まない、インターネットは見るけれども公式ホームページにはアクセスしない。ただ、自分の友達が何かフューチャーされるとそれは拡散する。例えば、「イクメン・イクボス・イクジ大賞」のような市民の方が主役になったものをPRしていくことは効果がある。	広報いるま平成28年10月1日号において、イクメン、イクジ・イクバ、ワークライフバランスの特集記事を掲載しました。今後も継続してPRを行っていきます。	福祉部
7	父子手帳	最近父親の子育てに対する関心が高まって来ており、父子手帳を交付したらどうか。これも啓発活動として、市はそういうところにも注目しているというアピールに繋がる。ファザリングジャパンなどの団体が全国で活躍しているが、お父さん達が早く自宅に帰ること、それだけで母親達の働く機会が増える。これは、直ぐにでも出来ることで、現在、父子手帳の取り組みは全国で広がって来ている。	父子手帳の内容につきましては、当市で配付している母子手帳及び母子手帳副読本におおむね記載されておりますが、今後先進地の調査研究をしていきます。	健康福祉センター
8	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、まちづくりに関わるのであれば、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。	関係課と連携し、実現に向けて検討していきます。	企画部
9		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、地域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。	関係課と連携を図りながら商店街のイベントを活用して対応していきます。 放課後児童クラブ(学童保育室)は保護者の就労等により、家庭で保育できない小学校1年から6年までの児童が入室しています。年齢差があり、退室等の時間もまちまちであるため、施設全体で取り組むには課題が多く、今後の研究課題としていきます。	環境経済部 生涯学習部 福祉部
10		小学生からインターンシップなどで実社会に触れる、小さい時から就労体験をしながら実社会に関心を持たせる。その延長線上に「自分達の意見がまちづくりに反映されるんだ」という実感に繋がる。例えば市役所に花壇を作るアイデアが出て来たら、実現させるためにどうするか、また、お茶を摘んで、子どもならではの発想で新商品を開発し、販売する。それを子どもたちがチラシを作ってPRする。そういうところから、自分たちの意見が人のため、まちのために役立つことが子どもたちに少しでも実感が湧けば、その輪が広がっていく。それは小学生レベルでも出来るし、それをコーディネートするのが高校生だと面白い。放課後児童クラブでまちづくりについて考えるのも面白いのではないかと。子ども観光パンフレットもそうであるが、子どもが考えるまちづくり、例えば、入間市駅の未来予想図を描かせれば、突拍子もない発想が子ども達からは生まれる。それが我々大人には目から鱗ではないけれども、意外に「これは行ける」というものが出て来る。	小学生、中学生、高校生それぞれの世代に対し、職場体験学習等の中で、まちづくりに関する意見を聞いたり、考えさせる機会を設け、それらをまちづくりに活かせる施策を展開します。また、当プロジェクトの(仮称)児童センター子ども運営委員会(小学、中学、高校生が意見を述べる場の提供)の事業のなかで取組みます。	教育総務部 生涯学習部
11	こども観光パンフレット制作	・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。	実現に向け取組んでいきます。	環境経済部

○基本目標4 まちの魅力をつくる

No	事業等	意見等の概要	パッケージ案等への反映状況及び今後の対応方向	所管部
1	公共交通	交通アクセスは大切な部分であると考えている。例えば宮寺小学校が子どもの数が減って、狭山小学校の数が増えていることを考えると、狭山小学校については、博物館行きのバスの便が多いから増えているが、宮寺はバスのアクセスが悪いから子どもの数が減少傾向にあるのかなと感じている。	宮寺地区の子どもの数が減少している原因は、交通アクセスが悪いことが1つの要因であることが考えられます。現在、入間市地域交通協議会を設置し、入間市地域公共交通網形成計画を策定しており、宮寺地区のバス交通の再編を含め、検討しています。	市民部
2		特急が停まる利点があるが、線路が市の端を通っている関係から自宅から駅までが遠くなってしまふ場所が存在する。また、路線バスもアウトレット行きのみ赤字と聞いている。赤字路線をどうフォローしていくかが大切である。	市内の赤字路線のフォローとして、バス折り返し場の借用やノンステップバス導入の補助金、その他バス需要促進の事業を展開し、バス会社との共存や引き止め策を行なっています。	市民部
3	住環境の整備	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、駅周辺に良質な住まいを用意する事が一番手取り早い方策である。	土地区画整理事業(武蔵藤沢駅周辺、扇台、入間市駅北口)の推進によりインフラ整備を行うことで、土地利用を促進していきます。	都市建設部
4		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、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。	駅周辺は高密度利用を図り、郊外は低密度利用を図る都市計画上の地域地区の考え方については、地域地区として捉えることは可能ですが、交通手段の個別状況により施策を変えるのは難しいことから、今後の研究課題としていきます。	都市建設部
5	シティセールス	現在の計画では対象ははっきりしていない。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。ターゲットを特化したシティセールスがあってもよいのではないかなと思う。	総合戦略とシティセールス戦略プランの考え方にに基づき、具体的な取組については事業を展開する中で更に工夫を検討していきます。	環境経済部
6		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住もうPRポスターを広告展開している。	万燈まつりについては既に試みています。埼玉県西部まちづくり協議会(ダイアプラン)として圏外からの来場者が多いアウトレットパークや県外でのキャンペーンを検討しています。	環境経済部
7		シティプロモーションでいえば狭山茶など誇れるブランド力があるので、まちの魅力としてアピールしていくのも良い。	狭山茶など誇れるものを今後もアピールしていきます。	環境経済部
8		イベントについて、世代を分けて実施する。例えば、駅伝大会も大人だけでなく、子どもの部があっても良い。また、お茶畑を走るのも良いのではないかな。駅伝のタイトルも「入間市駅伝大会」と非常にあっさりとしているが、「お茶」であるとかタイトルに入れても良いのではないかな。何かにつけてイベントの中で、ブランド力として高めたいものをアピールしていく必要があるのではないかな。	交通規制に時間の制限があることから、参加チーム数を先着200チームとしています。現在は対象とされていない子どもの部など、様々な世代を対象に実施することは、参加チームの増に繋がるため、今後の研究課題としていきます。なお、各地区体育協会が主催する地区の駅伝大会では、小学生の部などを設けて開催しています。平成28年度の駅伝コースは、彩の森入間公園周辺特設コースから、お茶畑の見える、博物館周辺特設コースに変更して開催します。また、シティセールスの観点からも、大会名については、「お茶」等を意識したものをサブタイトルの中に盛り込むことができないか、今後検討していきます。	生涯学習部 環境経済部
9		万燈まつりで印象に残っているのは、おけさ柿で、お茶の印象がない。これだけ集客力があれば、行政がお茶をアピールしたいのであれば全面に出して行っても良いのではないかな。そういったところが、見せ方や、ブランド力の問題、引いては、イベントの中に、どう子ども達を参画させて行くかに繋がって行く。	今後のシティセールスの展開の研究課題としていきます。	市民部 環境経済部
10	「まちの魅力を活かす」ということであれば、子どもの意見をシティセールスとして、「どうしたら入間市が魅力的になるのか」ということ自体を子どもに考えさせる機会を設けることも必要である。	「こども観光パンフレット制作」の取組を一事例とし、今後の研究課題としていきます。	環境経済部	
11	学校の授業には地元のことを学ぶ時間があり、同じカリキュラムをやるのではなく、現在も3年生が「まち探検」をしているが、まち探検をしている中で「入間市を魅力的にするにはどうしたらいいのかわかるか」まで考えさせる。そこで終わりにしないで子どもによるまちづくりが実現できたら素晴らしい。その事を誰も知らなければ意味がなく、今度は、広報なり、ホームページなどで発表して、より多くの人に見てもらい、そこまでの仕掛けというか、一つひとつの事業ではなく、それをどう展開させるかというところが一番大事である。	自分の住んでいる地域や入間市全体を知る学習をとおして、子ども達のふるさと入間を愛する心を醸成するとともに、将来の入間市像について、子ども達の自由な発想を活かせるような工夫をします。それらの広報については、市や学校のHPの活用を検討していきます。	教育総務部	
12	情報の共有、発信	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。	現在、災害時の緊急放送や振り込め詐欺の注意喚起等は市公式フェイスブックにて情報を発信しています。今後、その他の関連する情報についても発信できるよう関係課と検討を行います。	企画部
13		現在のHPにもイベント情報はありますが、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。	現在の市公式ホームページ内にてイベントカレンダーのページがあり、情報を発信しています。市のイベントについては制限を設けず、広報紙発行時に関係課に情報を掲載するよう依頼をしており、徐々に掲載イベントが増加してきています。ただし、市民団体のイベントについては同列では掲載しておらず、外部リンクで確認することは出来ませんが、掲載方法等については今後の研究課題とします。	企画部
14		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。	現在、市民カメラマンを採用し、広報いるまや市公式ホームページの写真ニュースやフェイスブック等に写真や原稿を書いてもらっています。魅力的な表現を工夫することについては、今後シティプロモーションを進める中で検討していきます。	企画部
15		ホームページは、子育て世代はこのページ、年配の方はこのページとカテゴライズされていけば使い勝手が良い。	現在、市公式ホームページでは「暮らしの出来事から探す」コーナーに出産や育児、教育、介護福祉、高齢者などのカテゴリーで探すことが出来ます。今後、この機能を見直しながら利用しやすいページとなるよう検討します。	企画部