

埼玉県西部地域まちづくり協議会を構成する、所沢市・飯能市・入間市・狭山市では、主事・主任級の職員を対象として、政策形成研修を実施しております。当論文は平成26年度の研究内容であり、4市のスケールメリットを活かした、企業、自治体、大学、市民等が一体となったまちづくりをテーマに実施したものです。

所沢・飯能・入間・狭山の埼玉県西部地域まちづくり協議会における政策形成研修

所沢市 板垣 昭彦・工藤 美加
 入間市 福島 徹志・松田 佳子
 飯能市 小見山 亮・田中 沙矢香
 狭山市 大野 恵美・高橋 謙太

1 概要

『埼玉県西部地域まちづくり協議会』（ダイアプラン）を構成する4市（所沢市・飯能市・入間市・狭山市、以下「ダイア4市」という。）の職員が、それぞれの市域に限定しない広い視野に立ち、共通認識を持って自治体行政のあるべき姿について議論や研究を深めることを目的に、年度ごとに研修生を募り、合同研修を実施しています。平成9年度から継続している本研修は能力開発とともに、職員交流による効果もあり、各市の中核として階層が上がってからも、研修で培った縁がきっかけとなり、情報共有を行ったり、各市の事業連携の場で円滑に協力できたりと、職員同士の大変有意義なつながりを形成しています。

実施にあたっては、平成25年度より国、埼玉県との連携を図り自治体の役割を学ぶという観点から、アドバイザーとして、人事院公務員研修所、埼玉県西部地域振興センターの協力をいただいています。

2 参加対象職員

主事・主任級職員 8名

※各市2名／4名の2グループ編成

※年齢が概ね28歳から37歳程度の職員

Aチーム：お茶のススメ

所沢市産業経済部産業振興課	板垣 昭彦
飯能市福祉部介護福祉課	田中 沙矢香
入間市福祉部高齢者福祉課	松田 佳子
狭山市福祉こども部福祉課	高橋 謙太

Bチーム：BIRTH

所沢市教育総務部教育総務課	工藤 美加
飯能市建設部土地区画整理事務所	小見山 亮
入間市生涯学習部生涯学習課	福島 徹志
狭山市長寿健康部保険年金課	大野 恵美

3 事務局

所沢市、飯能市、入間市、狭山市各職員課研修担当

4 平成26年度のテーマ

『産・官・学・民の連携によるドラマチックなまちづくり～ダイア4市の資源を活用し、成功の鍵をつかむ～』

5 平成26年度のスケジュール（全9回）

平成26年8月26日から平成27年3月10日まで。
 以下各回を①～⑨で表記。

①オリエンテーション基調講演・現状認識



写真1 講義中の様子

- ②政策形成技法研修、発表テーマ抽出調査
- ③テーマの確定、分析
- ④テーマの確定、分析、中間報告
- ⑤政策案の作成



写真2 グループワークの様子

- ⑥政策案の作成、報告書とりまとめ
 - ⑦政策案の作成、報告書とりまとめ
 - ⑧自主研修（研修生で日程・会場等指定）
 - ⑨政策発表、指導講評／修正（人事院公務員研修所にて、講師・アドバイザーの前で発表）
 - （⑩埼玉県西部地域まちづくり協議会総会）
- 集大成を4市首長、県議会議員等が集まる埼玉県西部地域まちづくり協議会総会にて発表



写真3 当日の様子

6 成果物



研修の結果を冊子にまとめ、報告書にしています。



Sayama-Cha



平成26年度はキャラクターやロゴを作成。

7 研修を終えて（狭山市・高橋謙太）

各市長、県議会議員の方などが集まる埼玉県西部地域まちづくり協議会総会の場で発表する機会をいただき、緊張感を持って研修に参加できました。

長い時間をかけて政策課題を考えたことで、地域をあらためて見つめなおす良いきっかけともなりました。携わってきた業務以外の分野について、考えをめぐらすと、今まで自分の視野がいかに狭いものであったのかと実感しました。研修の中で地域の方へのインタビューも行い、地域についての理解をより一層深めることもできたと思います。

また、近隣自治体職員の方々との交流も図れ、地域資源、地域課題について、自治体間の捉え方の相違を感じ、大変勉強になった研修でした。一自治体職員として、地域で生活する住民として、様々な資源を知り、活用し、より良い自治体運営に携わっていかれたらと思います。

狭山茶に関する施策（チーム：お茶のススメ）

埼玉県西部にある狭山丘陵地域は茶の主産地です。私たちの地域にとって原風景といえる茶畑の広がる風景を残し、今後も魅力あふれるまちであるために、狭山茶をテーマに政策研究を行うこととしました。

1 現状と課題

(1) 現状

現在お茶の販売先は固定化しており、顧客のほとんどが地元の高齢者です。東日本大震災以降、販売量は震災前の8割まで回復しましたが、震災前の売上まで回復する見込みはたっていません。また、お歳暮等贈答品の需要が高かった以前に比べ、現在は新茶の時期が売上のほとんどであり、農閑期の売上はかなり落ちています。狭山茶の需要、生産量が減少している中、狭山茶は自家の茶園で栽培した茶葉を自家の茶工場で製造し、自家の店舗で販売するという「自園・自製・自販」という形態をとり、個々の茶園で特色あるお茶づくりを特徴としています。

①生産量／摘採延べ面積が5年間で30%以上減

埼玉県のお茶の摘採面積は全国で第8位、荒茶（※1）生産量は全国第13位となっています（平成24年現在）。県内の茶の栽培面積、摘採延べ面積（※2）、生産量は平成19年以降減少傾向にあり、摘採延べ面積については、5年間で30%以上減少しています。

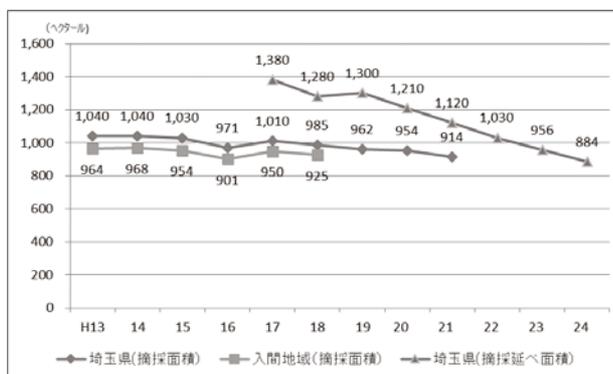


図1 摘採面積・延べ面積／埼玉農林水産統計年報

②消費量／飲む量がこの38年間で半分に

緑茶の1人当たりの消費量は、平成16年に緑茶飲料の需要を受けて増加し、その後は緩やかに減少しています。昭和50年には、1人当たりの年間消費量は1,002gでしたが、平成25年は年間682gと減少しています。昭和50年には1人1日1杯のお茶を飲んでいただけになりますが、平成25年は1人当たり1日0.6杯（約2日に1杯）に減っており、お茶を飲む習慣が減少していることがわかります。

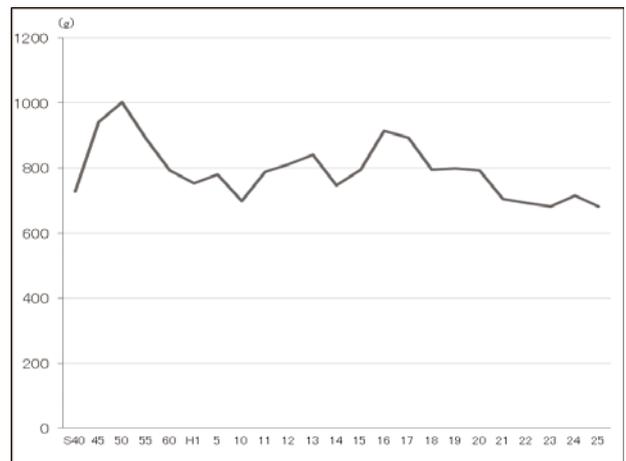


図2 全国茶生産団体連合会資料／農林水産省統計

※1 荒茶…茶葉（生葉）を蒸熱、揉み操作、乾燥等の加工処理を行い製造したもので、仕上げ茶として再製する以前のもの。

※2 摘採面積…茶を栽培している面積のうち、収穫を目的として茶葉の摘取りが行われた面積。

(2) 課題～茶畑を資源として存続させるために～

課題① お茶を飲む習慣が減少している。

家計調査（品目別都道府県庁所在市及び政令指定都市ランキング※平成23年～25年平均）によると1世帯当たりのさいたま市のお茶の購入量（1,019g）は、全国1位の静岡市（2,071g）と比べて約半数となっており、他の産地と比べても消費量は少なくなっています。

地元の地域資源を守るためには、住民が積極的に消費することで、地域資源を支えていく必要があります。今後、お茶の消費量を維持し、若年層にも訴

求していくためには、飲むきっかけを与えるだけでなく、お茶を飲むという習慣づけをすることを考えていかなければなりません。

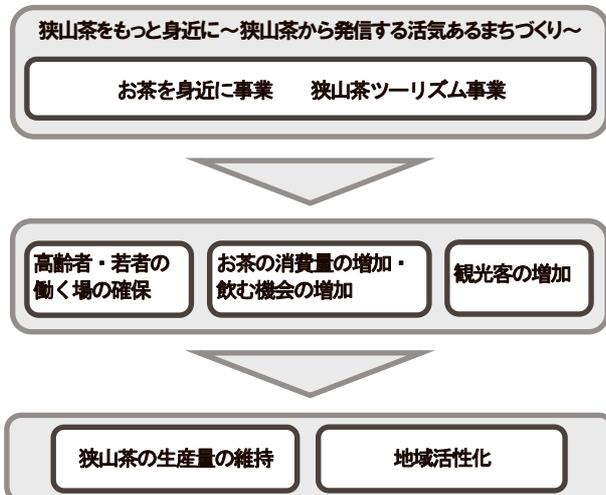
課題② お茶を飲む人が減っている。

お茶の消費者は高齢者が多くを占め、若年層ほどお茶の消費量は少ない傾向にあります。お茶の消費は高齢者が支えており、年数が経つに伴って現在狭山茶を購入している高齢者が減少していくことから、将来的にお茶の消費量の減少はさらに加速していくことが予想されます。

2 政策目標

地域が、茶畑が広がる風景のもと、今後も魅力あふれるまちであるために、そして市民一人ひとりがいきいきと暮らしていけるまちであり続けるために、「狭山茶をもっと身近に～狭山茶から発信する活気あるまちづくり～」を政策目標に掲げました。

政策目標の実現に向けて、茶業農家だけでなく、地域全体に効果が波及する施策であることを視野に入れ、地域住民のお茶の習慣化を図る施策である、「狭山茶をもっと身近に事業」を行います。域外へ訴求していくため「狭山茶ツーリズム事業」を行い、地域全体で狭山茶をより身近なものと感じてもらい、狭山茶を通じて地域の活性化を図るとともに、若者から高齢者までが生き生きと暮らすことのできるまちを目指します。



現状

- ・茶の栽培面積、摘採面積、生産量は平成19年以降減少傾向
- ・摘採延べ面積が平成20～24年の5年間で30%以上減少
- ・緑茶の消費量は、総量・一人あたりの量ともに減少傾向
- ・急須があっても緑茶を飲まない人が増加
- ・緑茶購入の顧客のほとんどが高齢者

課題設定

- ①お茶を飲む習慣が減っている。
- ②お茶を飲む人が減っている。

政策目標

「狭山茶をもっと身近に
～狭山茶から発信する活気あるまちづくり～
■政策を実現するための事業

狭山茶をもっと身近に事業

1 小学校の給食の時間にお茶を飲もう！

●事業概要

給食時にお茶の時間と称して、急須を使ったお茶を飲んでもらう

●効果

子どもたちから保護者世代へお茶を習慣化させる

2 狭山茶で健康プロジェクト

●事業概要

・お茶の認知症予防などの健康効果を活用し、高齢者サロン等でPRを実施

・お茶の効能について大学と共同研究

●効果

健康効果の説明と併せてお茶を飲む機会を提供し、高齢者に今以上にお茶を飲んでもらえるきっかけとする

狭山茶ツーリズム事業

●事業概要

狭山茶の特徴である「自園・自製・自販」、都心からの近接性という点を活かして、狭山茶の魅力を体感していただけるよう、豊富な観光資源とお茶を組み合わせたグリーンツーリズム（狭山茶ツーリズム）を展開

●効果

域外の方が狭山茶に触れることにより、新たな販路となる新たな観光産業として位置付けることで、他の産業への波及効果をもたらす

（高齢者と若者の働く場の確保）

3 政策を実現するための事業

(1) 狭山茶をもっと身近に事業

お茶は、抗がん作用やダイエット効果、虫歯予防、各種ビタミン、血圧を下げるなど健康効果は絶大で

す。お茶を飲み続けてもらい、習慣化させることで、消費量の増加だけでなく、住民の健康、日本独自のお茶文化の再発見や礼儀作法の教育などに繋がります。

① 小学校の給食の時間にお茶を飲もう！

■ 事業概要

小学生にお茶を飲んでもらい、お茶を飲む習慣づけを行うとともに、行儀作法などの急須を使ったお茶文化に触れてもらいます。



■ 内容及び実施方法

給食時にお茶の時間と称して、急須を使っていただいたお茶を飲んでもらう機会を作ります。児童にお茶を入れてもらい、当番を決め、毎回違う人がお茶を淹れて体験できるように配慮します。

② 狭山茶で健康プロジェクト

■ 事業概要

地域の高齢者サロン、お茶の効能について研究を重ねている研究者と協働し、お茶で健康になることを目標とし、効能研究とともに普及活動を行います。

■ 内容及び実施方法

地域とのつながり作りや認知症予防などの目的で、各市で高齢者向けのサロンを行っています。こうした現行の取組みにお茶を組み込み、普及活動を行います。実施に当たっては、サロン運営者に対してお茶の効能について説明します。認知症予防等の健康効果をレクチャーし、各サロンで役立ててもらいます。また、サロンに来ている高齢者を対象にお茶の



健康効果研究に関して協力を依頼し、大学との共同研究の場とします。

(2) 狭山茶ツーリズム事業

■ 事業概要

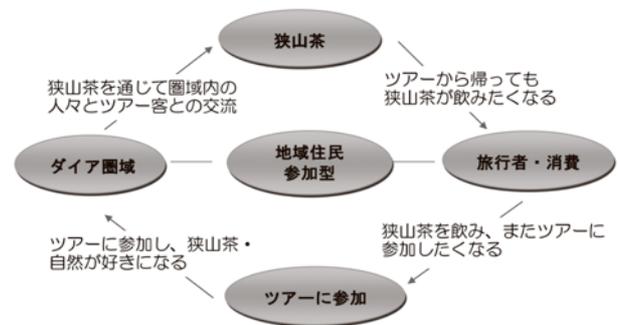
狭山茶の特徴は、「自園・自製・自販」であることと併せて都心からの近接性です。その特徴に加え、地域の自然の素晴らしさを体感してもらえよう、観光事業者、市民、茶業組合、大学等と連携し、豊

富な観光資源とお茶を組み合わせたグリーンツーリズム（狭山茶ツーリズム）を展開します。

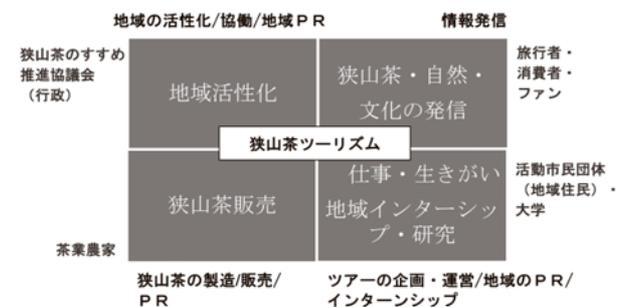


■ 内容及び実施方法

茶摘み体験（春・初夏）、製茶工場見学、茶道体験、お茶屋さん巡り、山里ハイキング、河原でのバーベキュー等を組み合わせた半日のツアーを実施します。



行政、活動市民団体、茶業農家、シルバー人材センター等で協議会を組織し実施。企画、運営は地域住民や大学生で組織される活動市民団体が担います。



おわりに

私たちが狭山茶をテーマとした理由は、生産量、消費量ともに減少が進んでおり、このままでは失ってしまうおそれがあると知ったからです。今後も茶畑が広がる風景のもと魅力あふれるまちであるために、市民一人ひとりがいきいきと暮らしているまちであり続けるために、お茶をハブとし地域資源を組み合わせ新たなまちづくりができたならと考えます。

若者の定住促進施策（チーム：BIRTH）

私たちは、4市がかかえる問題の中からベッドタウンでありながら、人口が減少し高齢者が増加しているという課題を捉え、今回の研修テーマである「産・官・学・民」を基本として政策形成を行いました。若者が長く住む地域、住みたくなるまちづくりを目指して「若者の定住促進施策」を提言します。

1 現状と課題

埼玉県内は、日本全国でも群を抜いてベッドタウンであることが下図よりわかります。

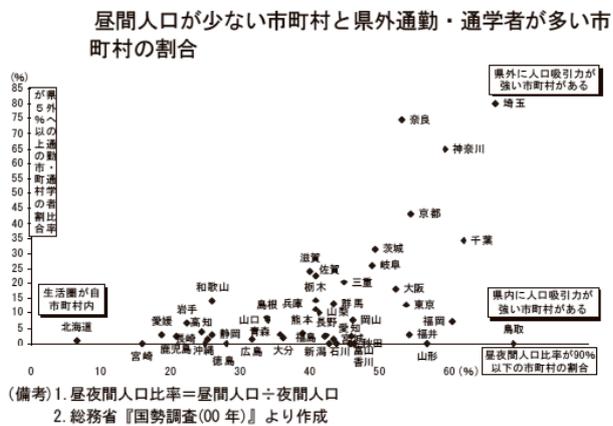


図3 中央信用金庫総合研究所

「内外経済・金融動向（月刊）No.16-6」

さらに、平均年齢の推移です。

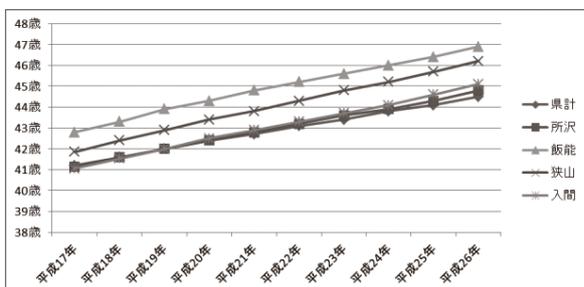


図4 埼玉県ホームページ

10年前からみて全市上昇傾向です。

4市の高齢者比率は平成22年度国勢調査より4市総人口計733,892人、うち高齢者155,033人で割合21.1%です。また、総人口は733,892人から

平成25年度は730,955人で1割減少しています。

また、高齢化に伴いダイア4市の扶助費（福祉分野の経費）が毎年増加傾向にあります。

つづいて、空き家と定住意識に着目してみます。

平成20年度時点での全国の空き家は7,568,000戸で、うち埼玉県内は322,600戸、さらにダイア4市の空き家数は33,690戸となっています。

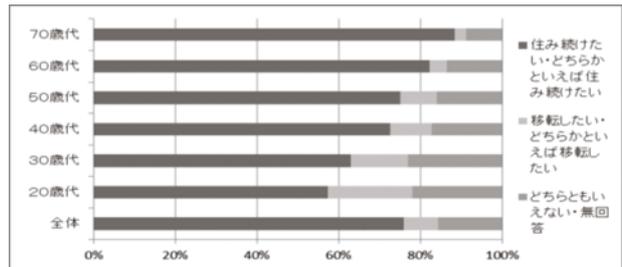


図5 平成26年度所沢市市民意識調査

所沢市市民意識調査では、上記のように定住意識が若者になるにつれ低くなっており、これは他の3市も同様の傾向が見られます。

主要調査品目の市別小売価格(平成26年10月)					
品名	銘柄	単位	所沢市	東京都区部	
食料	豚肉	ロース	100g	226円	261円
	牛乳	紙容器入り(1,000mL入り)、店頭売り	1本	178円	217円
	キャベツ		1kg	182円	209円
	ほうれんそう		1kg	760円	831円
	ぎゅうり		1kg	424円	521円
住居	家賃(民営)	民営家賃、33㎡	1か月	6,080円	8,889円
	プロパンガス	一般家庭用、基本料金+従量料金	1か月	6,613円	7,118円
光熱水道	プロパンガス	一般家庭用、従量料金	10m3	4,957円	5,410円
	灯油	白灯油、詰め替え売り、店頭売り	18ℓ	1,857円	1,952円
家具・家事用品	ラップ	幅30cm・長さ20m、ポリ塩化ビニレン製	1本	150円	160円
	トイレトペーパー	再生紙100%、白、長さ55m、60m、12ロール入り	1パック	239円	260円
交通・通信	自動車ガソリン	レギュラーガソリン、セルフサービス式除く	1ℓ	164円	163円
	車庫借料	月々め駐車料金、小型自動車	1か月	8,187円	26,232円

図6 平成20年度住宅・土地統計調査／埼玉県

都内区部との物価比較では、物価が安いことが分かります。しかし、実際に飯能の大学へ通う学生に話を聞くと、このまま定住することを考えている学生は半分以下で、物価の傾向に係わらず、多くの若者が都内に出たいという思いがあることがわかりました。

上記のように、4市の人口減少に対して高齢化率の上昇は福祉的経費の圧迫を促しており、空き家の増加は地域の防犯的観点からも問題となっています。

また、物価が安く、都内まで短時間で出られる立地であるという利点がありながらそれを生かしきれていないと考えました。このため、ダイア4市に通う大学生や、ダイア4市に在住する若者たちに利点を伝え、そのままこの地に留まることを促す政策が必要ではないかと考えました。

2 政策目標

現状と課題を踏まえ、ダイア4市内の8大学に通う大学生に卒業後も長くこの地域で暮らしてもらうこと、空き家を少しでも減らし地域の活性化を図ることをテーマに検討しました。①ダイア4市での活動→②魅力を知る→③定住という3つの連携により、定住促進へつなげます。政策テーマ「Love・Live・ダイア」として、次のとおり事業を提案します。

3 政策を実現するための事業

まずは事務局を立ち上げ、そこが中心となり、空き家を有効活用した「空き家Re:BIRTH」と、魅力発見及び交流の場となる「ダイアツアー」の2本の事業を展開していくことを提言します。



◇事務局

商工会議所（産）・自治体（官）・大学（学）・地域団体（民）での連携により各市から一人ずつ計16名を事務局として設置します。

（1）空き家Re:BIRTH

事業の実施にあたり、貸し出しのできる空き家を募集します。この事業で空き家を提供していただ

た方には、その空き家に係る固定資産税を免除とするメリットを付与します。空き家は、居場所づくり、店舗利用の目的で、3種類の利用を想定しています。

① 長期利用（4年以上）

学生が長くダイアに留まるために居場所の確保が必要であると考えました。事務局がアドバイザーとなって、学生に長期で空き家を貸し出すことで、学生の居場所を作り、定住を促進していきます。空き家は店舗として利用されます。

・企画名 1 まちカフェをつくろう

各市で空き家登録している場所を大学生が特色あるカフェとして作り上げます。所沢市に本部を置き、各店舗で様々なカフェを展開し、本部と事務局でそれを援護していく、まさに大学生が主体となって作り上げていくカフェです。このことにより、居場所を見出し、将来の起業の練習となったり、まちへの愛着を持ったりして定住を促進します。



・企画名 2 絆・レストラン

農地（休耕地）を持つ空き家を利用して、農業体験・自然体験・青空レストランを展開します。自然体験では薪割りや火起こし、青空レストランでは栽培した野菜でレストランを経営します。農家の方のご協力を仰ぎながら、事務局の援助の下、自分たちでつくりあげることで定住意識を促進します。



② 中期利用（1～4年程度）

中期利用は個人と団体での利用を想定しています。個人の利用では市民清掃デーやお祭りなどに参加することを条件に安価で空き家を学生に貸し出します。団体ではサークル活動の拠点やアトリエなどの利用ができます。各種活動を通じ、居心地の良さを体感してもらうことが狙いです。

③ 短期利用（1日～）

「空き家を宿泊施設として活用したいか」との問いにアンケートをとった全ての学生が「利用したい」と答えています。「バーベキューができる空き家」等、学生のニーズに合わせてバーベキューセットを備えた空き家や、大型モニターを完備した空き家を整備し、学生のニーズにあった空き家の貸し出しを行います。また、1日利用などではレポートの作成など勉学に利用できるような空間を整備します。

(2) ダイアツアー

二つ目は、ダイアツアーです。ダイア4市の大学に通う学生に、気になるけれどあまり訪れたことがないダイア4市を巡って、その良さを実感してもらうことを目的としています。ダイアツアーでは3本柱として「暮らしのツアー」、「職場見学ツアー」、「ポータルサイトの開設」を行います。

① 暮らしのツアー

暮らしのツアーでは、遊びの要素を取り入れながら4市をめぐり、楽しみながら街並みや暮らしやすさを感じてもらいます。市の観光バスなどを利用して経費を削減しつつ、ガイド役はツアーを体験した学生に担ってもらうことを考えています。また、物価比較表などを用いて4市の暮らしやすさを実感してもらうことなども考えています。

② 職場体験ツアー

埼玉県西部地域雇用促進協議会主催の企業合同説明会などと共催し、そこで興味を持った企業を訪問し、実際に就業体験してもらうツアーです。ダイア4市での雇用機会を増やすことで、定住の促進意欲へつなげていきます。



③ ポータルサイト開設

ツアーの情報や空き家情報など、事務局が中心となってポータルサイトを立ち上げ、今回の事業をより身近で利用しやすいものへと展開していきます。サイトは外部企業に随時更新を依頼し、費用は有料広告などでまかないます。また、学生たちのコミュニケーションの場としても活用してもらい、多くのアクセスにより4市の情報を入手してもらいます。

ゆるキャラ「リブちゃん」



今回、チーム「BIRTH」のマスコット、ダイア4市のゆるキャラ「リブちゃん」を考案しました。ぬいぐるみが一緒にツアーを回ったり、PRポスターなどに現れたりしてこの事業の目印となります。より身近に事業を感じてもらえると思います。

おわりに

近年、少子化による若者世代の減少問題は各自治体が抱える大きな課題です。わたしたち「BIRTH」は研修テーマである「産・官・学・民」の連携、ダイア4市で共同することを意識しつつ、より長くより発展的な事業の展開を期待したものを検討していきました。研修を通して、研究・調査・問題解決への課題や方策など、「4市」広域を意識した幅広い視野を持つことができました。今後もぜひこの研修が続き、実践的で効果的な研修となることを願っています。