

川越市まち・ひと・しごと創生 総合戦略（素案）

平成 2 7 年 月

川 越 市

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略

(目次)

1. はじめに	1
(1) 本格的な人口減少社会の到来	1
(2) 求められる経済の活性化	8
2. 基本的な考え方	12
(1) 総合戦略の位置付け	12
(2) 総合戦略の計画期間	12
(3) 本市の特徴	12
3. 総合戦略の構成	13
(1) 将来都市像	13
(2) 将来都市像を実現する政策目標	13
(3) 総合戦略での4つの基本目標と施策の方向性	14
(4) 総合戦略の推進体制	17
4. 総合戦略重点プロジェクト	28
5. 基本目標を達成するための事業	50

1. はじめに

(1) 本格的な人口減少社会の到来

① 人口減少と人口構造の変化

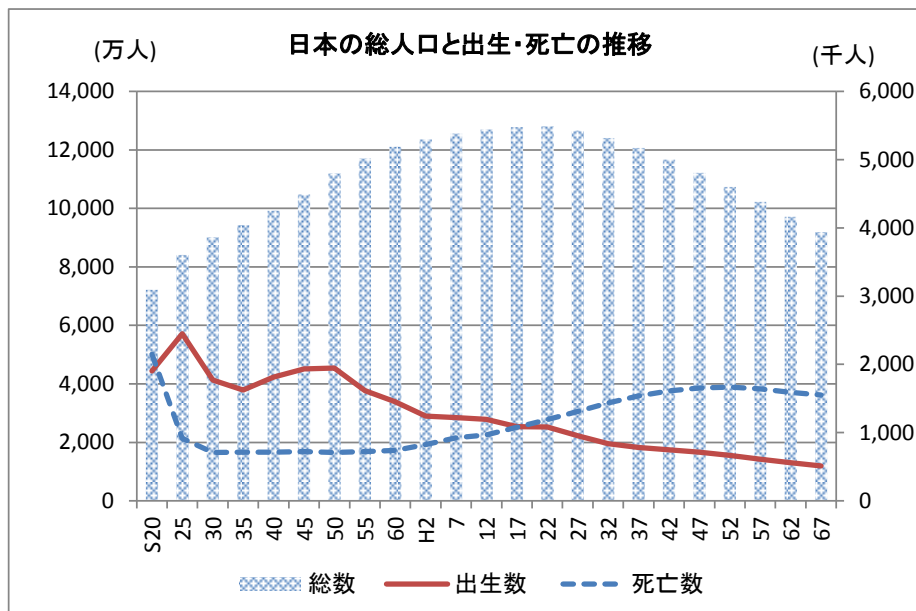
第二次世界大戦直後の我が国の人口は7,214万人でしたが、昭和22年～昭和24(1949)年と、昭和46(1971)年～昭和49(1974)年までの2度にわたるベビーブームの到来と、高度経済成長を背景とした生活水準の向上、長寿命化などにより人口増加が続きました。

昭和42(1967)年には総人口が1億人を超え、平成20(2008)年に総人口が1億2,808万人に達しました。

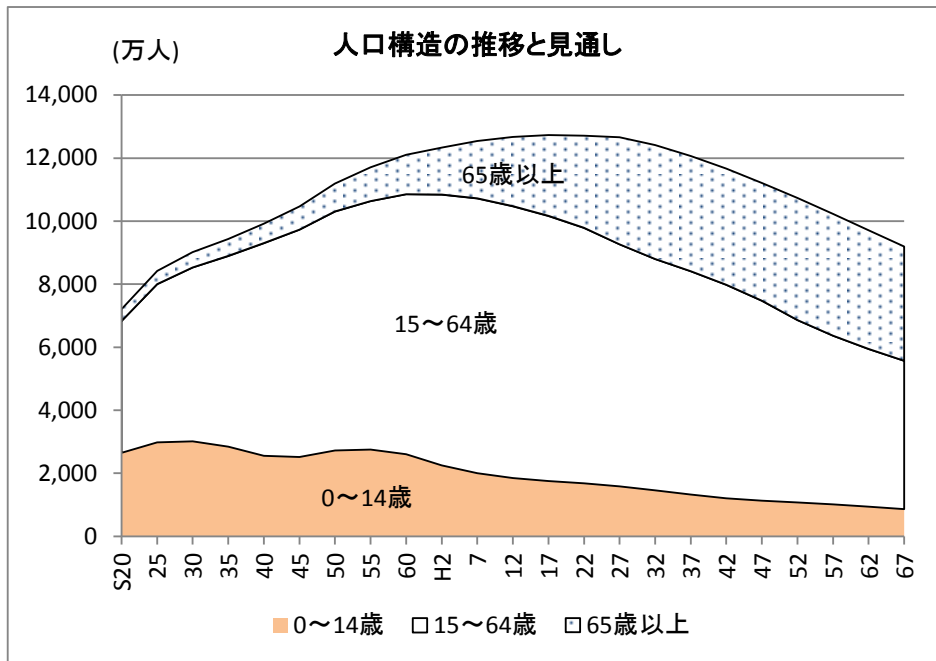
しかし、この間出生数が減少するとともに、近年では死亡数が出生数を上回るなどの状況が続いており、こうした人口動態を踏まえた将来の出生・死亡の推移に基づく人口推計によると、我が国の総人口は減少過程にあるとされています。

特に、35年後となる平成62(2050)年には、総人口が1億人を割り込むものと見込まれています。

この人口推計は、単に人口減少を示しているだけでなく、人口構造にも大きな変化がもたらされていることも表しており、65歳以上の人口(高齢者人口)の増加による高齢化の進展、社会のさまざまな活動を担う15歳～64歳までの人口(生産年齢人口)の減少による経済活動の低迷、15歳未満の人口(年少人口)の減少による社会の活力の低下が懸念されています。



出典：総務省統計局「人口の推移と将来人口」を編集



出典：総務省統計局「人口の推移と将来人口」を編集

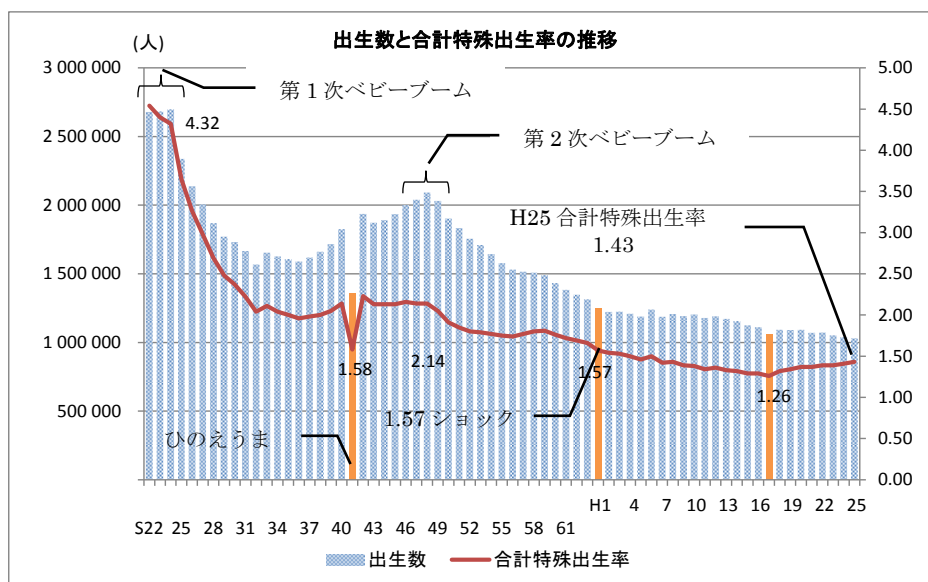
② 結婚・出産・子育ての変化

人口減少社会の背景には、戦後 70 年の間に人々のライフスタイルが変化し、価値観も多様化する中で結婚・出産・子育てを取り巻く状況が大きく変化していることも要因に挙げられます。

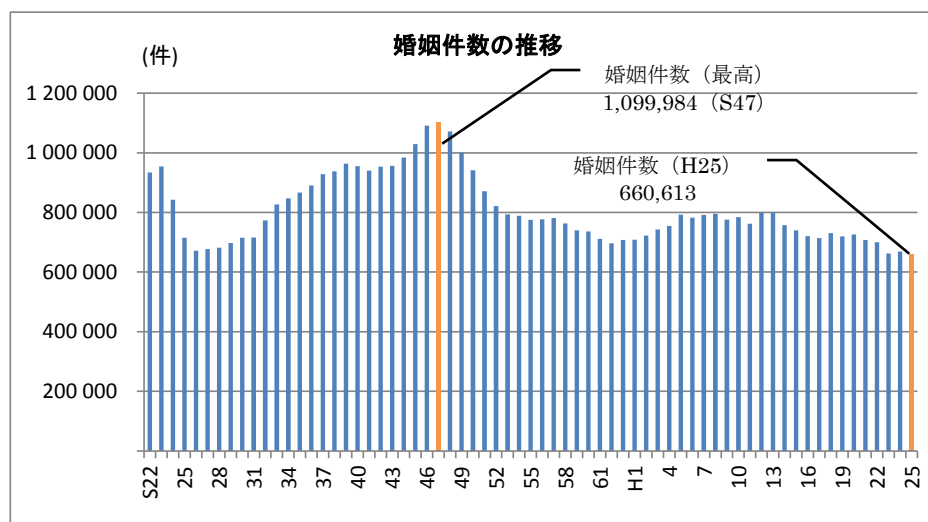
若者の晩婚化や未婚化、晩産化などにより、第 2 次ベビーブーム（昭和 46（1971）年～昭和 49（1974）年）後の昭和 50（1975）年以降、婚姻件数と出生数は減少しています。

平成 25（2013）年の婚姻件数（66 万組）は、戦後のピークとなった昭和 47（1972）年の婚姻件数（109 万組）と比較すると 6 割にとどまっています。

平成 25 年（2013）の出生数（102 万人）は、第 2 次ベビーブーム期の出生数（209 万人）と比較すると、半数にとどまっています。



出典：厚生労働省「人口動態統計（平成 25 年）」



出典：厚生労働省「人口動態統計（平成 25 年）」

③ 結婚・出産・子育てに関する国民の意識

婚姻件数、出生数及び合計特殊出生率は減少傾向にあるものの、現状でも結婚・出産・子育てに関する国民の意識は比較的高く、経済的側面や子育て・就業などの環境改善により婚姻件数及び出生数の増加や合計特殊出生率の向上が期待されます。

国立社会保障・人口問題研究所が平成 22 (2010) 年に実施した「第 14 回出生動向基本調査『結婚と出産に関する全国調査』」における結婚・出産・子育てに関する国民の意識は次のとおりです。

結婚に関しては、いずれは結婚しようとする未婚者の割合が男女とも 8 割を超えているものの、18 歳～24 歳の男女では「まだ若過ぎる」、「まだ必要性を感じない」、「仕事（学業）に打ち込みたい」など結婚する積極的な動機がないことを結婚しない主な理由に挙げています。25 歳～34 歳では、「適当な相手にめぐり合わない」ことを結婚できない主な理由に挙げています。

表 1-1 調査別にみた、未婚者の生涯の結婚意思

生涯の結婚意思		第 9 回調査 (1987年)	第 10 回 (1992年)	第 11 回 (1997年)	第 12 回 (2002年)	第 13 回 (2005年)	第 14 回 (2010年)
【男 性】	いずれ結婚するつもり	91.8%	90.0	85.9	87.0	87.0	86.3
	一生結婚するつもりはない	4.5	4.9	6.3	5.4	7.1	9.4
	不詳	3.7	5.1	7.8	7.7	5.9	4.3
	総数 (18～34歳) (集計客数)	100.0% (3,299)	100.0 (4,215)	100.0 (3,982)	100.0 (3,897)	100.0 (3,139)	100.0 (3,667)
【女 性】	いずれ結婚するつもり	92.9%	90.2	89.1	88.3	90.0	89.4
	一生結婚するつもりはない	4.6	5.2	4.9	5.0	5.6	6.8
	不詳	2.5	4.6	6.0	6.7	4.3	3.8
	総数 (18～34歳) (集計客数)	100.0% (2,605)	100.0 (3,647)	100.0 (3,612)	100.0 (3,494)	100.0 (3,064)	100.0 (3,406)

注：対象は 18～34 歳未婚者。年齢別の詳細な数値は付表 1 (巻末) 参照。
設問「自分の一生を通じて考えた場合、あなたの結婚に対するお考えは、次のうちのどちらですか。」(1. いずれ結婚するつもり、2. 一生結婚するつもりはない)。

出典：国立社会保障・人口問題研究所

「第 14 回出生動向基本調査『結婚と出産に関する全国調査 (独身者調査)』」

出産に関しては、理想的な子どもの数は 2.42 人と減少傾向にあります。理想の子ども数を持たない理由として最も多いのが「子育てや教育にお金がかかりすぎるからであり、特に 30 歳未満の若い世代では 8 割を超えています。

表 3-1 調査別にみた、結婚持続期間別、平均理想子ども数と平均予定子ども数

(1) 平均理想子ども数

結婚 持続期間	第 7 回調査 (1977年)	第 8 回調査 (1982年)	第 9 回調査 (1987年)	第 10 回調査 (1992年)	第 11 回調査 (1997年)	第 12 回調査 (2002年)	第 13 回調査 (2005年)	第 14 回調査 (2010年)
0～4年	2.42人	2.49	2.51	2.40	2.33	2.31	2.30	2.30
5～9年	2.56	2.63	2.65	2.61	2.47	2.48	2.41	2.38
10～14年	2.68	2.67	2.73	2.76	2.58	2.60	2.51	2.42
15～19年	2.67	2.66	2.70	2.71	2.60	2.69	2.56	2.42
20年以上	2.79	2.63	2.73	2.69	2.65	2.76	2.62	2.58
総数 (客数)	2.61人 (8,314)	2.62 (7,803)	2.67 (8,348)	2.64 (8,627)	2.53 (7,069)	2.56 (6,634)	2.48 (5,634)	2.42 (6,490)

表 3-2 妻の年齢別にみた、理想の子ども数を持たない理由：第 14 回調査 (2010 年)

妻の年齢 (集計客体数)	理想の子ども数を持たない理由												
	経済的理由			年齢・身体的理由			育児負担	夫に関する理由			その他		
	か子育てや教育にお金がかかりすぎるから	業(自分の仕事)に差し支えるから	家が狭いから	だ(高)か(年)齢で生むのはいや	い(欲)からい(け)れどもできない	健康上の理由から	的(肉)体的負担に耐えられないから	夫が得られないから	夫が望まないから	夫が望まないから	社(子)会(環)境ではないから	自(分)にしたいから	
30歳未満 (90)	83.3%	21.1	18.9	3.3	3.3	5.6	10.0	12.2	5.6	4.4	7.8	11.1	
30~34歳 (233)	76.0	17.2	18.9	13.3	12.9	15.5	21.0	13.3	4.3	9.9	9.9	7.3	
35~39歳 (519)	69.0	19.5	16.0	27.2	16.4	15.0	21.0	11.6	6.9	8.9	8.1	7.5	
40~49歳 (993)	50.3	14.9	9.9	47.3	23.8	22.5	15.4	9.9	10.2	6.2	6.1	3.7	
総 数 (1,835)	60.4	16.8	13.2	35.1	19.3	18.6	17.4	10.9	8.3	7.4	7.2	5.6	
第13回調査(総数)	(1,825)	65.9%	17.5	15.0	38.0	16.3	16.9	21.6	13.8	8.5	8.3	13.6	8.1

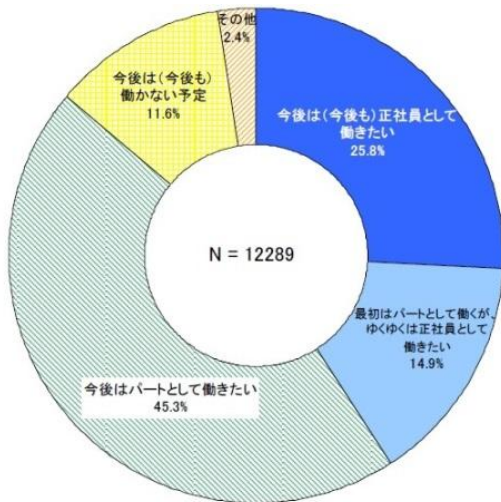
注：対象は予定子ども数が理想子ども数を下回る初婚どうしの夫婦。予定子ども数が理想子ども数を下回る夫婦の割合は 32.7%。

出典：国立社会保障・人口問題研究所

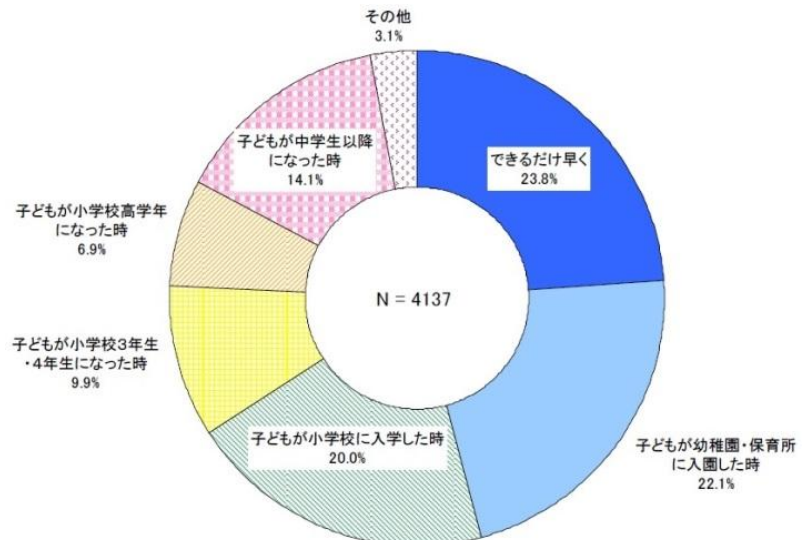
「第 14 回出生動向基本調査『結婚と出産に関する全国調査 (独身者調査)』」

子育てに関しては、パートや正社員など何らかの形で就労したいという女性の意向が 8 割を超えており、就労の時期も子どもの小学校入学時までの就労希望者が 6 割を超えています。

今後の就労意向について (妻)



今後の就労時期について (妻)



出典：内閣府：平成 23 年度 「都市と地方における子育て環境に関する調査」

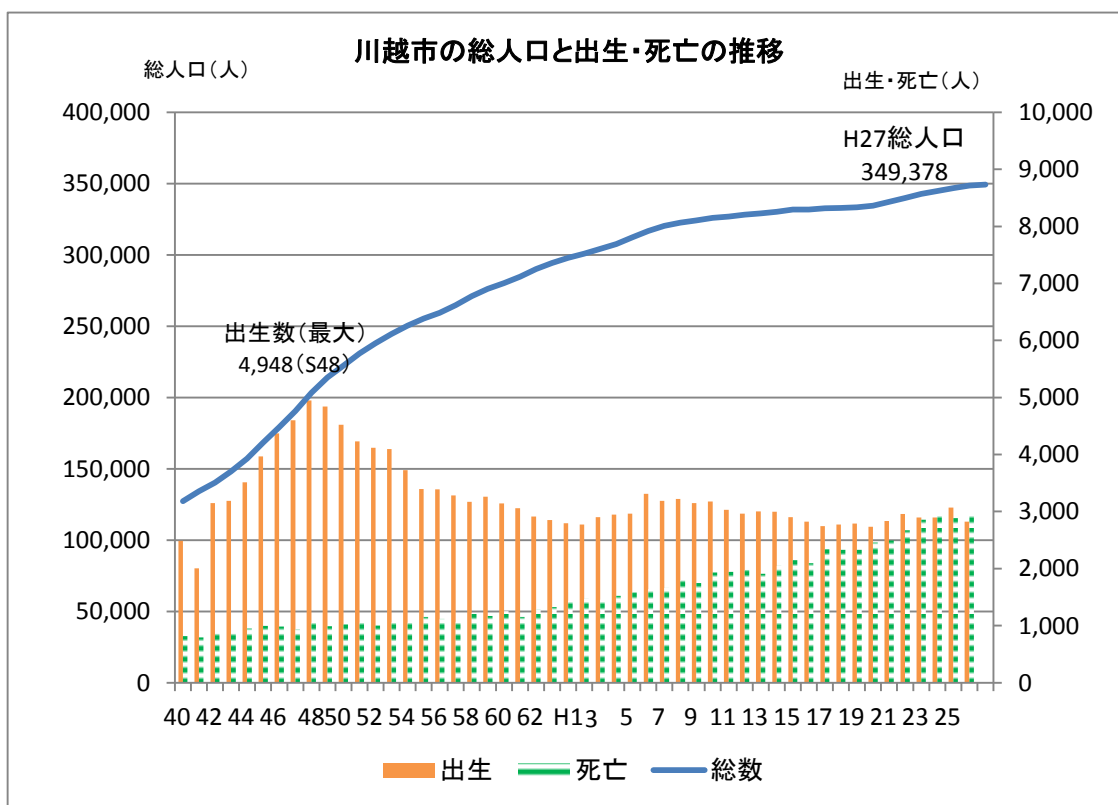
④ 本市の総人口と人口構造

本市は、平成 17（2005）年に総人口が前年比で 93 人減少したケースを除くと、昭和 40（1965）年以降現在まで人口増加が続いています。

第二次世界大戦直後の本市の人口は 46,883 人でしたが、昭和 30（1955）年に隣接する 9 か村と合併して人口が 10 万人を超えると、昭和 40 年代～昭和 50 年代にかけて人口が急増しました。

平成 2（1990）年に 30 万人に達した後は平成 8 年～平成 18 年は微増が続きましたが、市街地でのマンション開発や市街化調整区域の開発行為による転入増の影響により、平成 20（2008）年～平成 25（2013）年にかけて毎年平均で約 2,400 人増加しました。

この間の死亡者数は各年での増減はあるものの、高齢化の進展により 2,458 人から 2,966 人に増加（508 人、20.7%増）しています。出生児数は 2,736 人から 2,824 人（88 人、3.2%増）とほぼ横ばいで推移しています。



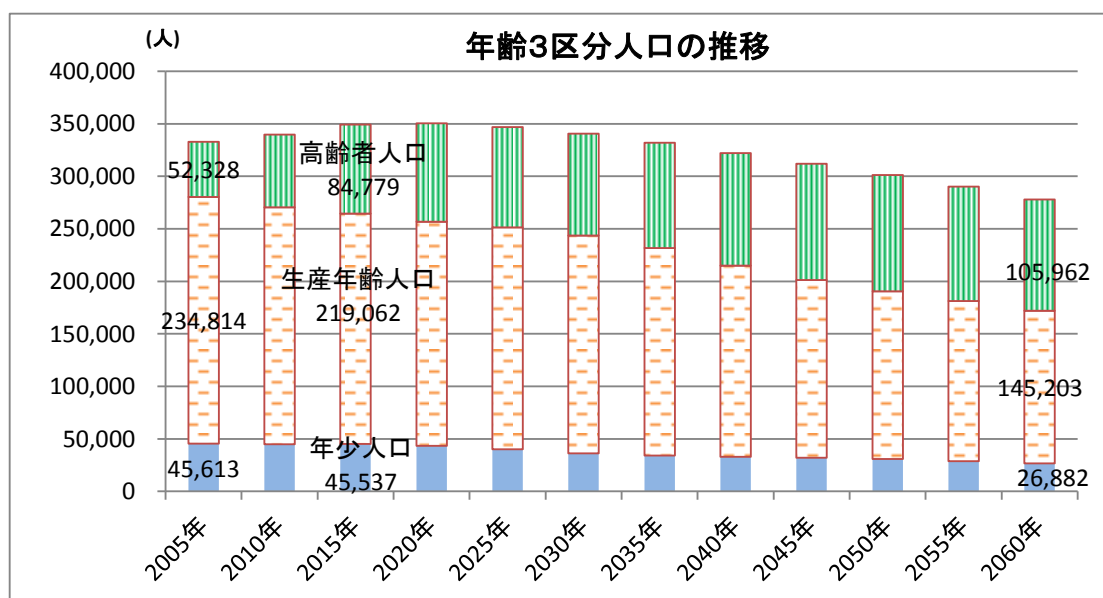
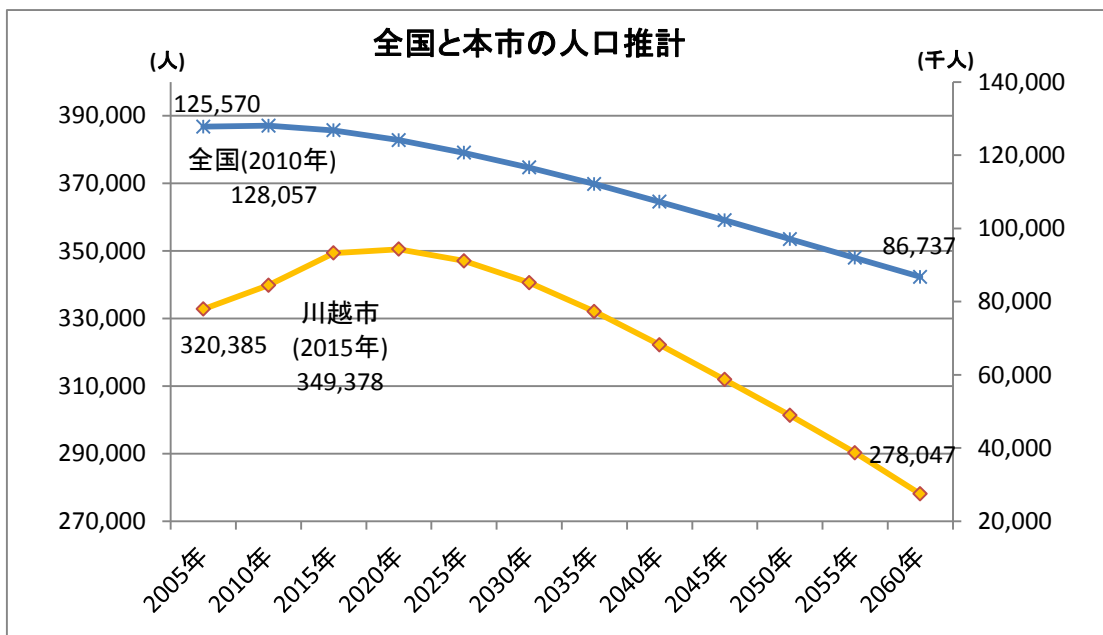
出典：川越市情報統計課「統計かわごえ」

⑤ 本市の将来人口

本市の将来人口は、市街化調整区域の開発行為による転入増の影響は次第に縮小していくものと見込まれ、また、我が国の傾向と同様に出生数よりも死亡数が上回る傾向は今後も継続すると見込まれることから、平成 30（2018）年をピークに減少に転じ、人

口減少社会になるものと考えられます。45年後となる平成72（2060）年には、総人口が278,047人となり、人口が30万人を割り込むものと見込まれています。

今後本市の総人口は、縮小していく傾向は避けられないものの、活力ある地域社会を持続していくためには、子どもを産み育てる若い世代の希望に真摯に向き合い、出生数の増加及び合計特殊出生率の向上を図るとともに、年少人口（14歳以下）と生産年齢人口（15歳～64歳）の市内への定住と就業機会を確保するなど人口構造の若返りを図るための施策が求められます。



出典：総務省統計局「国勢調査」（国の人口～2010年）
 国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口（中位推計）」（2015年～）
 本市人口は「住民基本台帳」の実績値及び推計値による

(2) 求められる経済の活性化

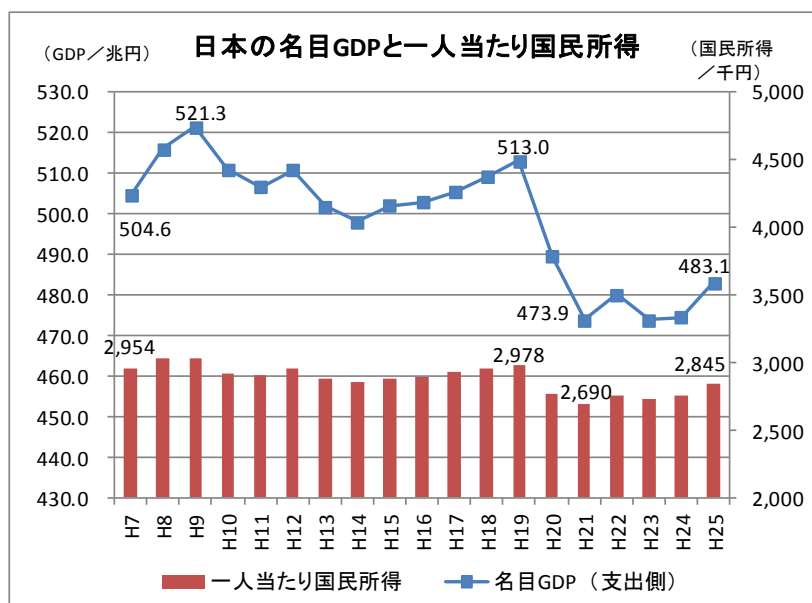
① 国内総生産と国民所得の推移

我が国の名目国内総生産(GDP)(支出側)は、平成 14(2002)年度を除き平成 7(1995)年度から平成 19(2007)年度までの間 500 兆円台で推移していたものの、リーマンショック後の平成 21(2009)年度は平成 7(1995)年度以降で最も低い 473.9 兆円となりました。

平成 23(2011)年度～平成 24(2012)年度は、東日本大震災の影響もあり一時的な落ち込みはあったものの、緩やかな回復を続け平成 25(2013)年度には前年度比 1.8%の増となる 483.1 兆円となっています。

一人当たりの国民所得も、平成 21(2009)年度には平成 7(1995)年度以降で最も低い 269 万円となったものの、名目国内総生産と同様に増減を経ながら緩やかな回復基調にあり、平成 25(2013)年度には 284.5 万円まで回復し 3 年連続の上昇となっています。

名目国内総生産と一人当たりの国民所得は、緩やかながら回復傾向にあるものの、リーマンショック前の水準である名目国内総生産 500 兆円台には依然として開きがあり、一人当たりの国民所得も 290 万円台に達しておらず、景気回復も途上にあるといえます。

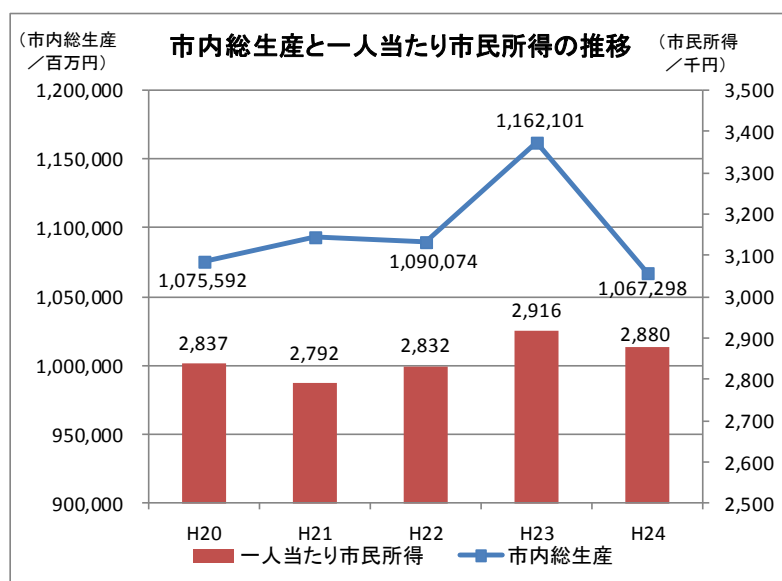


出典：内閣府「平成 25 年度国民経済計算確報」

② 市内総生産と市民所得の推移

平成 20 (2008) 年～平成 23 (2011) 年までは名目国内総生が低迷を続ける一方で、川越市の市内総生産は、平成 20 (2008) 年度～平成 22 (2010) 年度までは 1 兆 700 億円～1 兆 900 億円ではほぼ横ばいで推移しました。平成 23 (2011) 年度は、東日本大震災の復興需要などの影響により前年度比で 6.6%の増となる 1 兆 1,621 億円となりました。

平成 24 (2012) 年度は製造業において総生産総額が 1,000 億円程度落ち込んだこと (3,073 億円⇒2,072 億円。△32.6%) も影響し、前年度比 948 億円の減となる 1 兆 672 億円となりました。



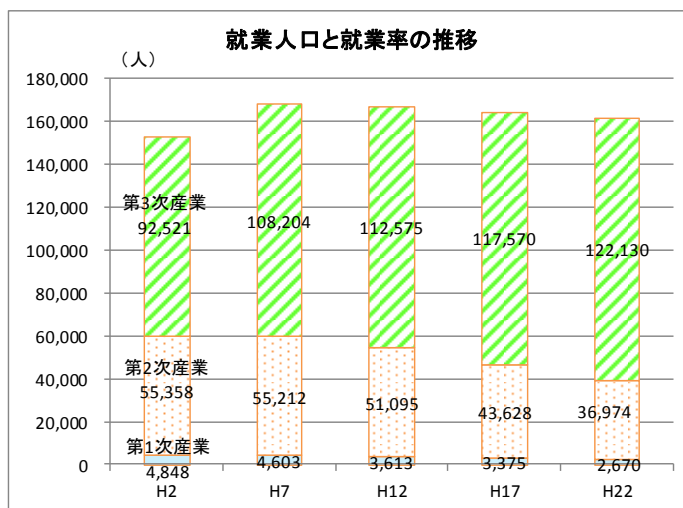
出典：埼玉県統計課「埼玉の市町村経済計算」

一人当たりの市民所得は、一人当たりの国民所得とおおむね同様の傾向を示しています。

リーマンショック後の平成 21 (2009) 年度は 279 万円でしたが、その後平成 23 (2011) 年度には市内総生産額の伸びにあわせて 291 万円まで回復し、リーマンショック前の水準を超えることとなりました。平成 24 (2012) 年度は前年度から 36,000 円減 (△1.2%) の 288 万円となるものの、平成 24 (2012) 年度の市町村平均を上回るほか、平成 20 (2008) 年度の所得水準を上回っています。

③ 就業人口の推移と産業振興

就業人口は、平成 7（1995）年以降 16 万人台で推移していますが、生産年齢人口の減少とともに全体として緩やかに減少しています。



出典：総務省統計局「国勢調査」

第 1 次産業は、農業における 65 歳以上の就業人口の割合が高いことも影響し、平成 22（2010）年の就業人口は平成 2 年と比較すると半減しています。

農業は埼玉県内でも有数の農業産出額を誇っているものの、農業後継者不足や遊休農地の増加などの課題に対し、新たな農業の担い手の参入の促進や農業経営の集約化、近郊農業の利点を生かした販路のさらなる拡大等の対応が求められています。

第 2 次産業は、工業における事業所数が減少傾向にあり、製造業の就業者数が減少している影響などにより、平成 22（2010）年の就業人口は平成 2 年と比較すると 7 割に低下しています。また、就業人口に占める第 2 次産業の就業者数の割合も 3 割から 2 割に低下しています。

工業のうち就業人口の集積の高い製造業などは、生産年齢人口の占める割合が高いことから、今後生産年齢人口の減少による生産活動低下などの課題に対し、産学官との連携、複数企業による就業者の確保、異業種との連携による商機の拡大などの対応が求められています。

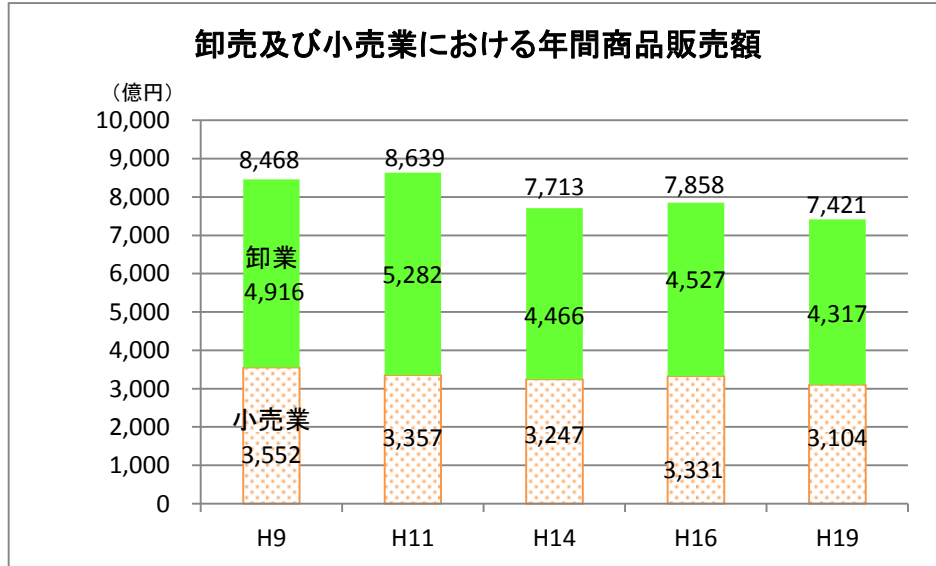
第 3 次産業は医療・福祉分野の産業での増加も影響し、全体としても増加傾向にあり、平成 22（2010）年の就業人口は平成 2 年と比較すると 1.3 倍に増加しています。就業人口に占める第 3 次産業の就業者数の割合も 6 割から 7 割に上昇しています。

ただし、第 3 次産業の年間商品販売額の 4 分の 1 を占める卸売・小売業の年間販売額総額は、平成 9 年と比較すると 10 年間で年間販売額総額は 1,047 億円減少（△12.4%）しています。

卸売では、卸売の中心である機械器具卸売業が 1,000 億円台の年間販売額で推移しているものの、飲食料品卸売業の販売額が平成 14 年の 1,581 億円から大幅に減少しています。小売業では、百貨店、総合スーパーがこの 5 年余り 500 億円前後で安定して推移しているものの、今後は本市周辺市町での大型店舗の出店による販売額への影響も懸念

されています。

本市の商業は、「洋服、衣料品」や「文具、化粧品、スポーツ用品等」などの市内購買率は高いものの、「食料品、日用雑貨等」は隣接するさいたま市、ふじみ野市、所沢市と比較するとやや低くなっています。このため、本市商業の魅力を高めるためのブランドイメージの向上や情報発信、販路の拡大等が求められています。



出典：経済産業省「商業統計調査結果」

商業（卸売及び小売業）の概況

(億円)

産業分類	H9	H11	H14	H16	H19
卸売 計	4,916	5,282	4,466	4,527	4,317
飲食料品卸売業	1,659	1,701	1,581	885	974
建築材料、鉱物・金属材料等卸	652	530	428	566	485
機械器具卸売業	1,402	1,306	1,001	1,097	1,234
上記以外の卸売業	1,203	1,745	1,456	1,979	1,624
小売 計	3,552	3,357	3,247	3,331	3,104
各種商品小売業	804	495	557	546	604
うち、百貨店、総合スーパー	801	489	544	553	597
織物・衣服・身の回り品小売業	323	468	263	209	237
飲食料品小売業	898	927	897	874	966
うち、各種食料品小売業	379	344	380	265	380
うち、コンビニエンスストア	—	—	159	172	178
自動車・自転車小売業	514	457	390	378	381
うち、自動車（新車）小売業	379	453	291	270	379
家具・じゅう器・機械器具小売業	214	224	273	175	218
その他の小売業	799	786	867	921	924
うち、ガソリンスタンド	172	146	194	165	180
年間商品販売額 合計	8,468	8,639	7,713	7,858	7,421

出典：経済産業省「商業統計調査結果」

2. 基本的な考え方

(1) 総合戦略の位置付け

「川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「総合戦略」といいます。）は、まち・ひと・しごと創生法第 10 条第 1 項に基づく「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」として、人口減少の克服と地方創生を目的に策定されています。

総合戦略は、上位計画として平成 26（2014）年 12 月に決定した国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「国の総合戦略」といいます。）及び埼玉県が平成 27（2015）年度に策定する「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「県の総合戦略」といいます。）に即したものとされています。

第四次川越市総合計画は、本市のまちづくりの指針として、行政運営を総合的かつ計画的に推進するために定められる計画です。一方、総合戦略は、平成 27（2015）年度～平成 31（2019）年度までの 5 年間に「人口減少の克服と地方創生」を目的に集中的に取り組む施策を明示するものです。

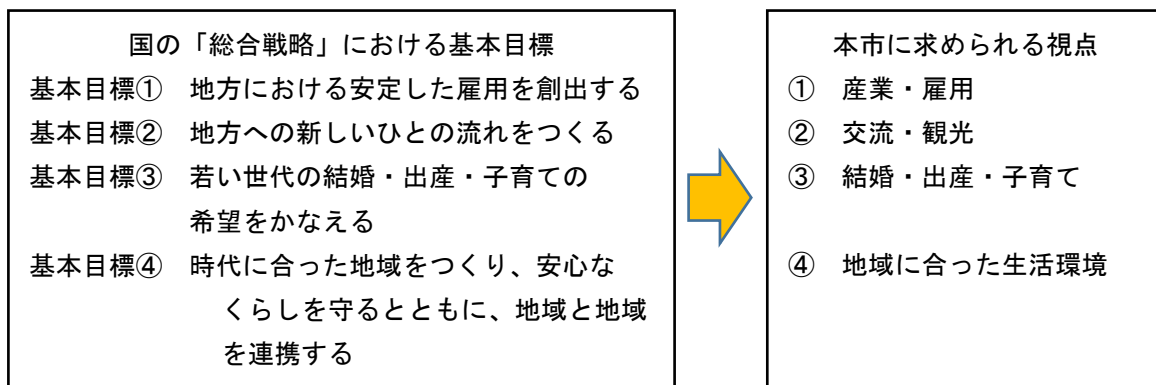
総合戦略は、第四次川越市総合計画で示される基本的な考え方を踏まえ、「人口減少の克服と地方創生」に重点化した計画として位置付けるものとします。

(2) 総合戦略の計画期間

総合戦略は、国の総合戦略に即したものとするため、平成 27（2015）年度から平成 31（2019）年度までの 5 年間の計画期間とします。

(3) 本市の特徴

国の総合戦略は、本市の総合戦略と同様に「人口減少と地方創生」を目的としています。この 4 つの基本目標を踏まえて今後のまちづくりに求められる視点と本市の特徴を整理すると、次のとおりとなります。



まちづくりに求められる視点と本市の特徴

	産業・雇用	交流・観光	結婚・出産・子育て	地域にあった生活環境
長所	<ul style="list-style-type: none"> ・バランスのとれた競争力ある農業、工業、商業 ・都内通勤圏に立地 ・企業立地に優位な交通網などの環境 ・大消費地である首都圏に位置する農業 	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史的建造物など豊富な観光資源の存在 ・年間 600 万人を超える観光客 ・東京オリンピック・パラリンピックでのゴルフ競技の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・増加傾向の人口 ・充実した産科、救急医療体制 ・市内にある高等教育機関（高校、大学）や学習塾 	<ul style="list-style-type: none"> ・都心とのアクセスの良さ ・商業施設の集積 ・公共交通機関の充実 ・自治会加入率に示される盛んな地域交流 ・災害が少なく安定した住環境 
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・事業主の高齢化、後継者不足 ・農家の高齢化、農業所得の低迷 	<ul style="list-style-type: none"> ・日帰り観光客が中心 ・観光資源の固定化 ・歴史的建造物維持のコスト増 	<ul style="list-style-type: none"> ・出生数の減少 ・婚姻数の減少 ・核家族化に対応した子育て支援策 	<ul style="list-style-type: none"> ・空き家の増大と利活用 ・人口減少による地域力の衰退

3. 総合戦略の構成

(1) 将来都市像

本市は、首都圏という立地条件や、広域的な交通結節点とともに、豊かな自然とバランスの取れた産業構造などの都市としての優れた資源を有しています。

こうした本市の特徴を踏まえるとともに、第四次川越市総合計画との連携を図るため、総合戦略の将来都市像を次のとおり定めます。

将来都市像

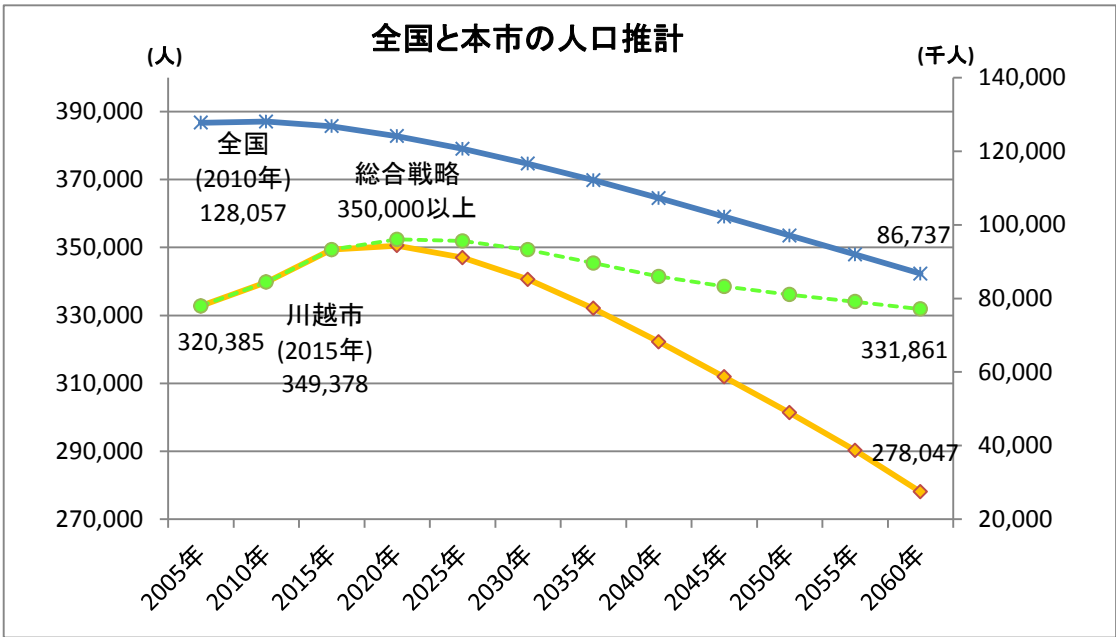
若者が住み続けたいと思えるまち

(2) 将来都市像を実現する政策目標

本市は、平成 2（1990）年に人口 30 万人に達し、その後緩やかに人口増加が続きましたが、平成 19（2007）年以降は毎年 1,000 人以上人口が増加し、平成 27（2015）年には 35 万人に達するものと見込まれています。

しかし、今後は緩やかに人口が減少していくと見込まれていることから、「川越市人口ビジョン」と総合戦略に掲げる施策の効果を踏まえ、平成 31（2019）年度における総合戦略の政策目標を次のとおりとします。

- ◆総人口 350,000 人以上
- ◆年少人口 40,000 人台、生産年齢人口 200,000 人台を維持
- ◆一人当たりの市民所得 2,900 千円以上



(3) 総合戦略での 4 つの基本目標と施策の方向性

国の総合戦略における 4 つの基本目標と本市の特性を踏まえるとともに、総合戦略に掲げる将来都市像と政策目標を実現するため、将来都市像を支える 4 つの基本目標と施策の基本的な方向性を次のとおり定めます。

また、各基本目標に位置付ける具体的な施策に対して、客観的な重要業績評価指標 (KPI) を設定し、適切に管理しながら推進します。

- 基本目標① 産業の活性化と雇用の創出による活気あふれるまち（川越でしごとをする）
- 基本目標② 市民一人ひとりが楽しく誇りを持つまち（川越を遊ぶ・感じる）
- 基本目標③ 若い世代が安心して出産・子育てができるまち（川越で育てる）
- 基本目標④ いきいきと安心して暮らせる成熟したまち（川越で暮らす）

<基本目標①>

産業の活性化と雇用の創出による活気あふれるまち（川越でしごとをする）

(1) 数値目標

指標名称	実績値	目標値
	平成 26 (2014) 年度	平成 31 (2019) 年度
市内事業所従業者数	127,523 人 (H24)	127,523 人以上
納税義務を負う企業数	3,269 社	3,950 社

(2) 基本的な方向性

- 地域の技術力の高い企業や、川越産農産物のブランド化、農業の6次産業化を支援し、地域経済の活力の向上を図ります。
- 川越市内の働きやすい労働環境の整備を支援するとともに、戦略的な企業誘致により雇用の確保を図ります。
- 観光産業も含めた産業間が連携した取組による地域経済の振興や、空き家を活用した企業の創業支援や農業の担い手の育成に努めます。
- 市民の日常生活を支える地元商店街をはじめ市内の商業を活性化させ、地域コミュニティとしてのにぎわいを創出し、地域住民に密着した商業地の形成に努めます。

<基本目標②>

市民一人ひとりが楽しく誇りを持つまち（川越を遊ぶ・感じる）

(1) 数値目標

指標名称	実績値	目標値
	平成 26 (2014) 年度	平成 31 (2019) 年度
観光客数	6,579,000 人	7,080,000 人
外国人観光客の割合	1.1%	2.2%

(2) 基本的な方向性

- 東京オリンピック開催をマイルストーンとして、外国人観光客の受入環境を整備することに加え、国内外に向けて本市の魅力を効果的に発信することにより、地域の更なる活性化を図ります。
- 既存の観光事業の充実を図るとともに、新たな観光資源の発掘や広域的な連携を図ることにより、回遊性の向上や朝夕のにぎわいの創出を図り、年間を通じて観光客が訪れるまちを目指します。
- 市民一人ひとりが川越への理解を深め、誇りや愛着を持つことに加えて、来訪者との交流など川越の魅力を伝える役割を担うことにより、市民が楽しむことができるまちづくりを進めます。

<基本目標③>

若い世代が安心して出産・子育てができるまち（川越で育てる）

(1) 数値目標

指標名称	実績値	目標値
	平成 26（2014）年度	平成 31（2019）年度
出生数	2,824 人	2,429 人以上
婚姻件数	1,438 件（H25）	1,580 件

(2) 基本的な方向性

- 出会いや結婚に対する取組支援を進めるとともに、川越で安心して家庭を築けるよう、多様な相談・支援体制などの充実を図ります。
- 学生や子育て世代などに対する定住促進を図るため、川越ブランドの向上や新たな魅力の創出に努めます。
- 子育て環境の充実や情報発信とともに、民間の子育て支援施設への支援を行います。

<基本目標④>

いきいきと安心して暮らせる成熟したまち（川越で暮らす）

(1) 数値目標

指標名称	実績値	目標値
	平成 26（2014）年度	平成 31（2019）年度
定住意向率	88.7%	90.0%以上
自治会加入率	78.0%	80.0%

(2) 基本的な方向性

- 市街地における空き家や空き地等の利活用を検討し、安全で安心なまちづくりを進めます。
- 地域資源の保存・活用を通じ、地域住民同士で支え合える地域づくりを進めます。

(4) 総合戦略の推進体制

① 川越市まち・ひと・しごと創生本部

市長を本部長とする組織を設置し、本市の実情に応じた地方創生を推進します。

総合戦略の推進にあたっては、産業界、関係行政機関、教育機関、金融機関などからさまざまな意見を取り入れながら、広く連携して横断的に取り組んでいきます。

また、社会状況の変化等に対応しながら、総合戦略の見直しを行い、取組への反映に努めていきます。

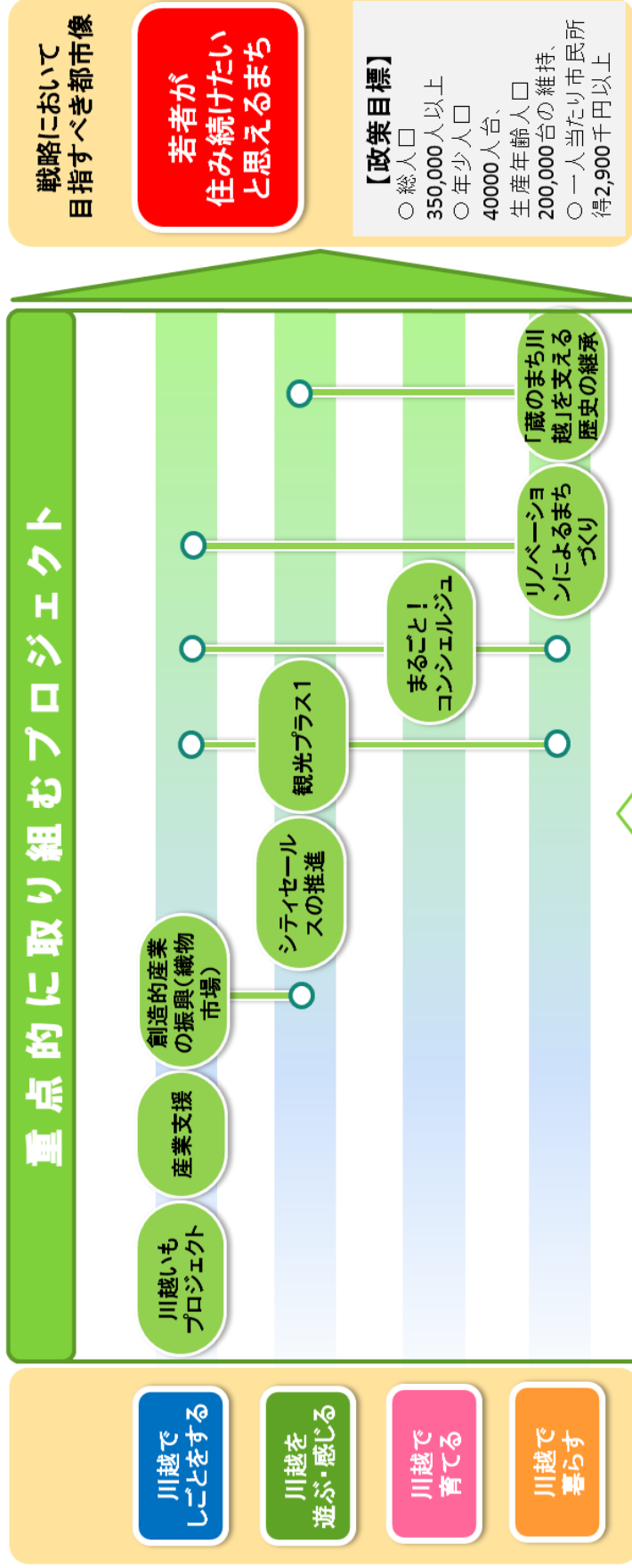
② 川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略審議会

学識経験者、市内の公共的団体等の代表者、市内の金融機関の代表者で構成される組織を設置し、総合戦略の策定等に関する事項について審議します。

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略の全体構成

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、4つの基本目標ごとに重点的に取り組むプロジェクトを設け、目指すべき都市像である「若者が住み続けたいと思えるまち」の実現を目指します。

川越市 首都圏という立地条件や広域的な交通結節点であるとともに、豊かな自然環境やバランスの取れた産業構造の特性 造など、都市として優れた資源を有しています。また、多くの観光客が訪れる観光都市でもあります。



4つの基本目標を踏まえて横断的に進めるプロジェクトの体系

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略

4つの基本目標

川越でしごとをする



川越いもプロジェクト

～6次産業化～

- 1 川越いもの生産
- 2 保管倉庫の建設
- 3 6次産業研究会の立ち上げ

産業支援

- 1 創業セミナー・個別相談会の開催
- 2 技術・アイデアコンテストの開催
- 3 オフィスの誘致
- 4 情報発信による販路拡大、就業情報の集約化と人材育成

創造的産業の振興

～旧川越織物市場×育成アトリエ～

- 1 育成アトリエの創設
- 2 空き家・空き店舗の活用
- 3 エリアコンセプトの共感
- 4 エリア価値の向上

川越を遊ぶ・感じる



シテイセールスの推進

～フィルムコミッション～

- 1 ロケ地データベースの構築及びロケの誘致・サポート
- 2 エキストラ・ボランティアバンクの創設

観光プラス1

- 1 コンベンションの誘致
- 2 グリーンツーリズムの検討
- 3 滞在型観光の推進
- 4 産業観光【工場見学・体験・職人】
- 5 非日常の演出

川越で育てる



まるごと！コンシエルジュ

- 1 ロマンズの神様に行政が！！
- 2 プレ新婚旅行を川越で！！
- 3 妊娠期から切れ目ない支援の充実
- 4 目指せ！出生率2.0！！

川越で暮らす



「蔵のまち 川越」 を支える歴史の継承

- 1 本物を残すための支援
- 2 安全性・快適性の向上への支援(規制緩和)
- 3 歴史的建造物の活用と流通の促進
- 4 川越応援団の構築(蔵ファンド)

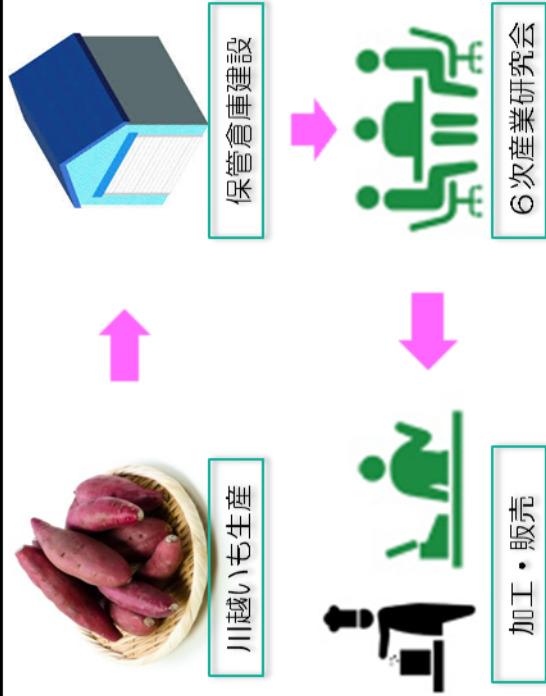
リノベーションによる まちづくり

- 1 プロジェクトのサポート体制整備
- 2 リノベーションスクールの開催
- 3 エリアマネジメント協議会の設置検討

川越いもプロジェクト～6次産業化～



“ときも”もびっくり！焼き芋だけじゃない！



ステップ1：川越いもの生産

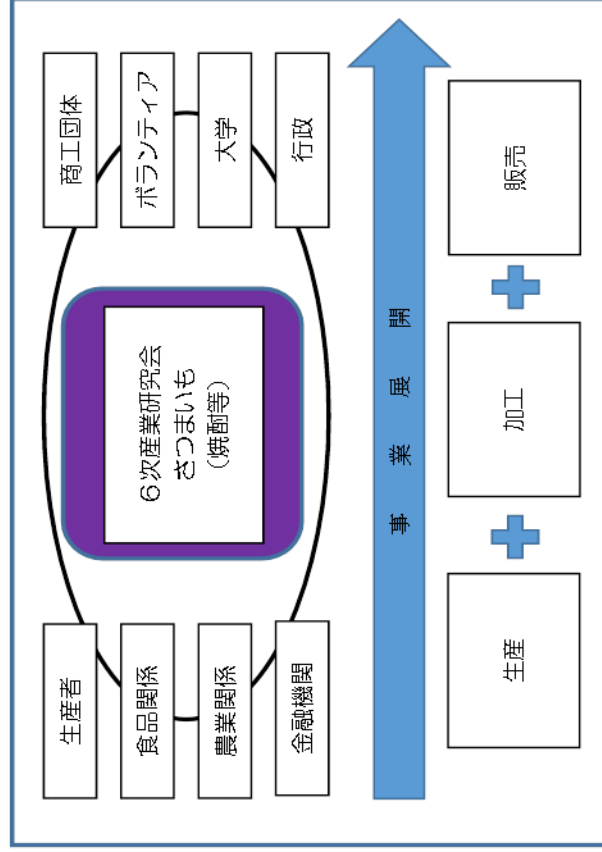
集約した農地や休耕地等を活用して、川越いもを生産します。

ステップ2：保管倉庫の建設

生産した川越いもを保管するための倉庫を市が建設し、貸します。

ステップ3：6次産業研究会の立ち上げ

産官学金が連携し、生産者、地元の学校や企業、行政、金融機関等と6次産業研究会を立ち上げます。
加工品の検討を行うとともに、販売の方法等についても検討します。



これからの方向性

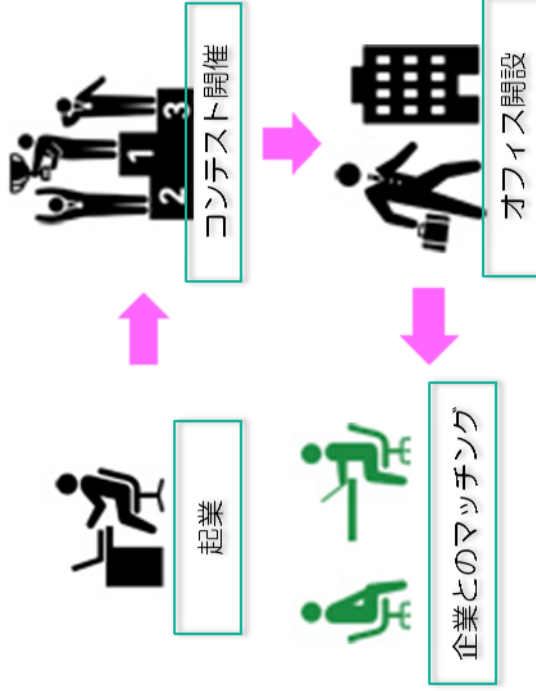
- 川越いも（いもっこ、田舎っぼい）のイメージアップを図ります
- 川越で生産される農産物に誇りを持ち、ブランド化を進めるなど、それを活用したPRを行います。

➡ **農業の充実したまちへ**

産業支援



川越発！全国へ羽ばたく事業所の育成を支援します。



ステップ3：オフィスの開設

増加している空き家をリノベーションしてオフィスを創設するとともに、賃貸オフィスの改修に対する貸付や補助のしくみづくりを行います。
また、市内の工業団地や工場として活用できる土地や物件の情報を発信することで、新たな企業を誘致します。

ステップ4：情報発信による販路拡大、就業情報の集約化と人材育成

SNSやプレスリリース活用セミナーの開催について商工会議所に補助を行うとともに、KOEDO E-PROに認定された製品・技術に対するPR費用の補助を行います。
また、大学生向けに市内就業情報を集約化し、人と企業を結びつける機会を提供します。入社した後も、大学と連携しながら人材の育成を支援します。

ステップ1：創業セミナー個別相談会の開催

創業セミナー等の開催や個別相談会の開催について、商工会議所に補助を行います。
また、才能ある他の分野の人たちと交流を図ることでアイデアを深め、創業につながる可能性があるワーキングスペースを誘致します。

ステップ2：技術・アイデアコンテストの開催

創業にあたっては、金銭の工面がネックになることがあります。専門家の入った委員会審査し、賞金を出します。その賞金を資本金等に充ててもらおうことで、金融機関も融資を行いやすくなります。

これからの方向性

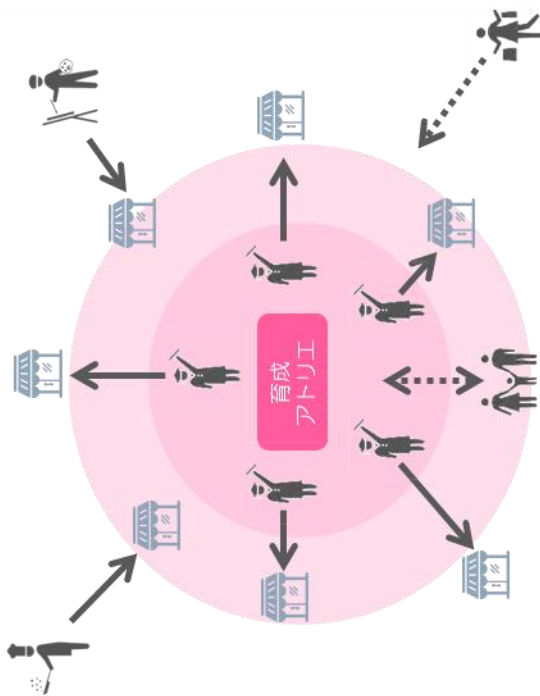
- 民間（金融機関等）と連携して、創業の支援を行います。
- 職住近接を推進するために、市内の就業情報を集約し、就労者を確保します。

➡ 活気あふれるまちへ

創造的産業の振興



“旧川越織物市場×育成アトリエ”を活用します。



ステップ1：育成アトリエの創設

育成アトリエを中心に、入居者と地域住民が交流します。

ステップ2：空き家・空き店舗の活用

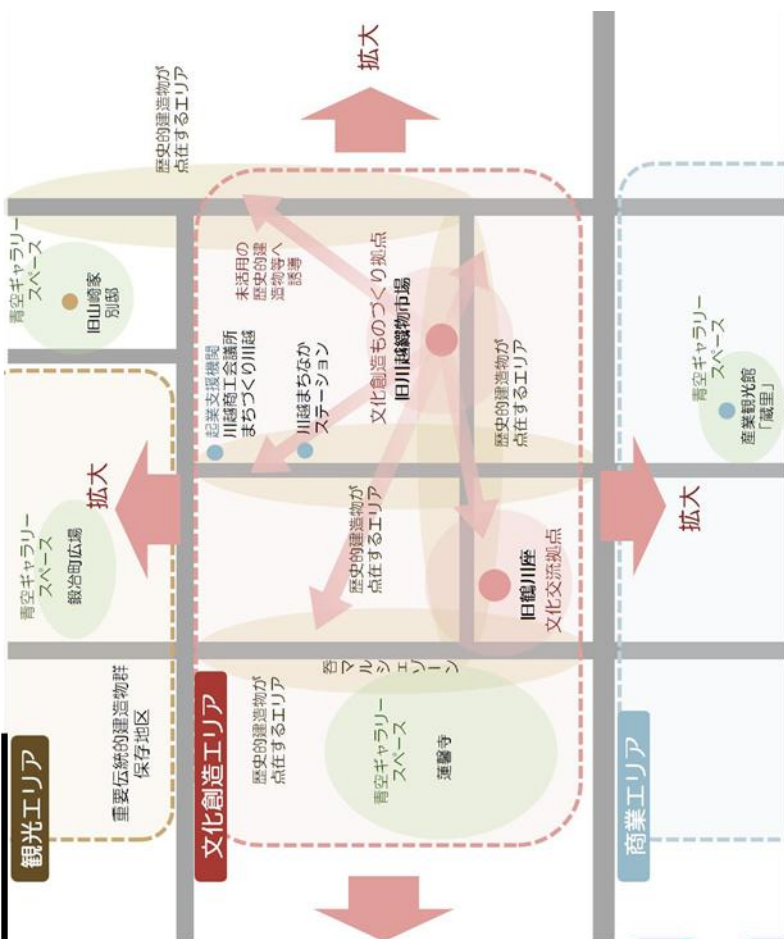
育成アトリエの卒業生たちを空き家・空き店舗へ誘導します。
歴史的建築物の流通を図ります。

ステップ3：エリアコンセンプトの共感

エリアコンセンプトに興味を持った人が、市内外から訪れた
り、出店するようになります。

ステップ4：エリア価値の向上

繰り返すことで質が高まり、より一層エリアの価値が高ま
るとともに、少しずつ周辺に波及していきます。



これからの方向性

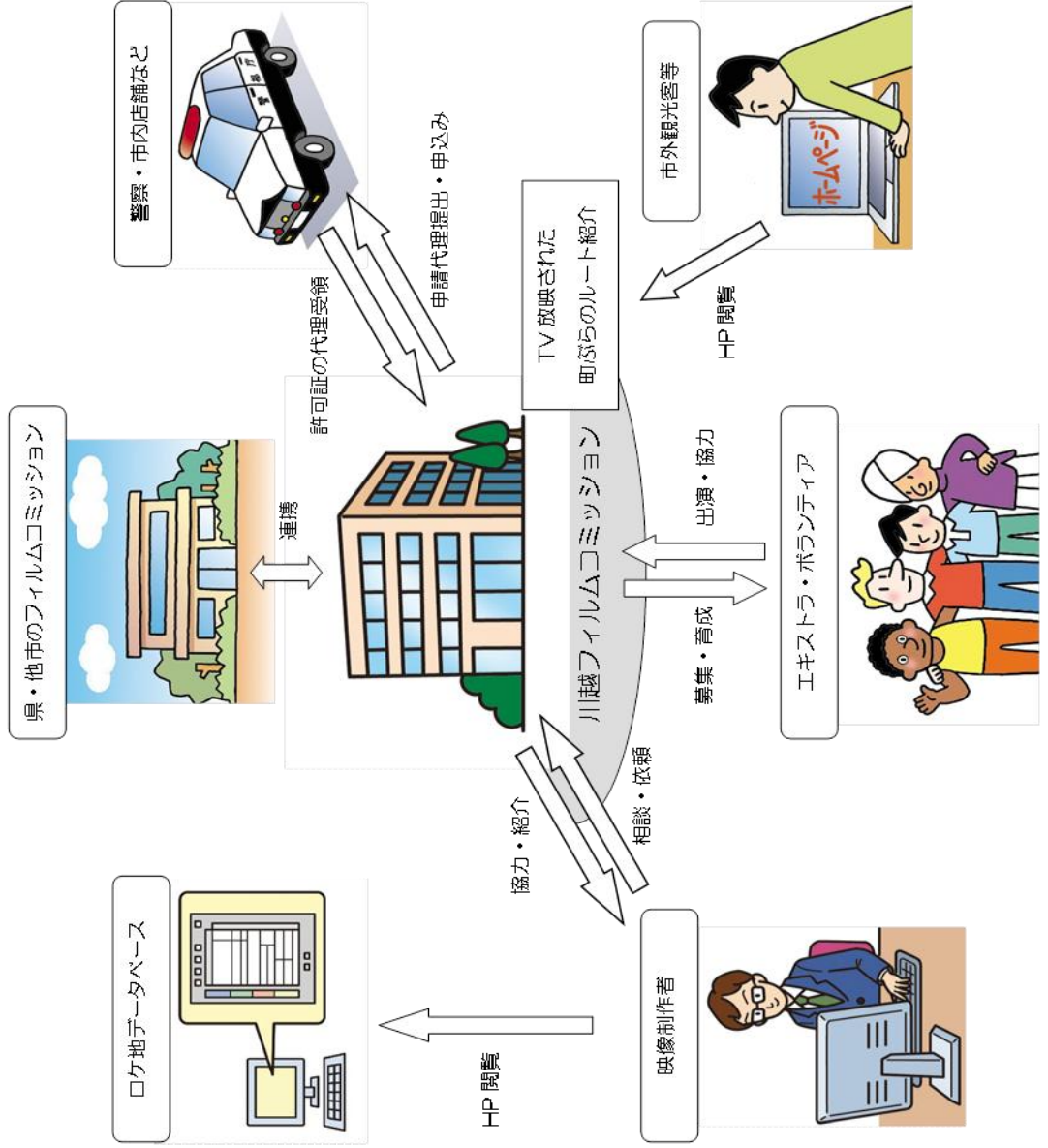
■ 多様な価値観を持った人間が交流すること
で新たな創造が生まれ、経済的な潤い
にもつながります。

➡ **歴史と文化を生かしたまちへ**

シテイセールスの推進



小江戸・川越をさらにアピール！フィルムコミッション！

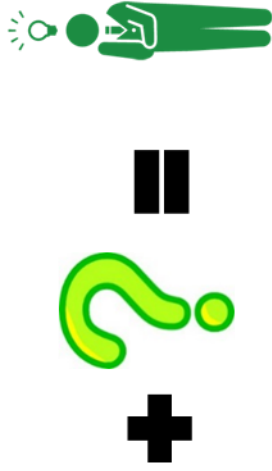


観光プラス1



川越を訪れる方を増やすとともに、滞在時間の延長を図ります。

蔵造りの街並み

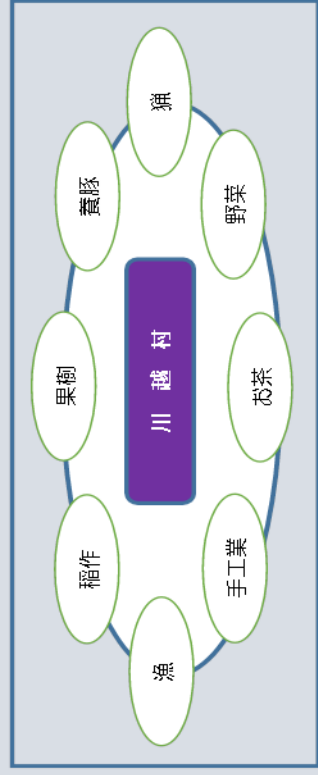


ケース1：プラス コンベンションの誘致

コンベンションを誘致することで、出席者が観光客となり、会議の前後に観光や食事による消費を行ってもらう。

ケース2：プラス グリーンツーリズムの検討

拠点となる場所（古民家等の再生）を作り、農業などの各分野での指導者等を募集し、さまざまな体験を提供します。



ケース3：プラス 滞在型観光の推進

蔵造りの建物や町屋に宿泊できるように整備をします。滞在型観光を推進することで、川越に宿泊するという新しい流れを検討します。また、ゲストハウスとしての活用も検討します

ケース4：プラス 産業観光【工場見学・体験・職人】

地域に現存している古い産業施設、伝統工芸の作業場の見学や市内の工場等での製作などさまざまな体験ができる機会を創出し、その魅力を多くの人に伝えます。

ケース5：プラス 非日常の演出

朝市の開催やライトアップなど朝と夜のにぎわいを創出するとともに、「きもの日」を活用するなど和とマッチする街を演出します。

これからの方向性

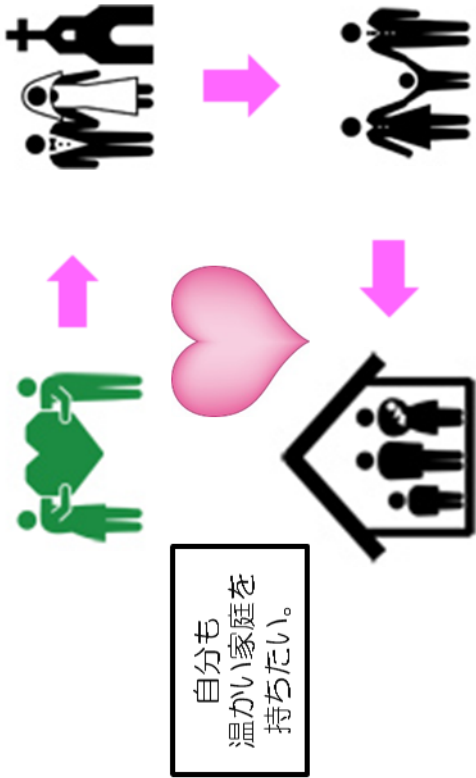
- さまざまな分野と連携することで、観光に新たな付加価値を加えます。
- 滞在型の観光を実現し、交通だけでなく、観光においても本市を結節点とします。

↑ **市民と観光客がともに楽しいまちへ**

まるごと！コンシエルジュ



出会いから出産・子育てまで切れ目ない支援を行います。



ステップ3：妊娠期から切れ目ない支援の充実

妊娠期から母子保健相談を実施し、一人でも安心して出産できるようプランを作成するとともに、専門職等のサポーターを派遣するなど産前産後ケアを充実します。また、企業内保育所の整備や学童保育の充実を図ります。

ステップ4：目指せ！出生率2.0!!!

多子世帯等の子育ての負担を軽減するために産前産後にヘルパーを派遣するとともに、同一の保育園に優先して入園できるような制度を構築します。また、ワークライフバランスを推進し、家庭内で子育てを行うだけでなく、三世代で子育てをする“近居”を推進するため、川越の資源を生かしたプレミアム制度を創設します。

ステップ1：ロマンスの神様に行政が!!!

川越の資源や四季折々の風景を生かしながら、出会いや結婚を前面に出さず、自然に若者が集まるように演出します。また、同窓会の開催について支援を行うことで、出会いの機会を創出します。

ステップ2：プレ新婚旅行を川越で!!!

川越版ご当地婚姻届を作成するとともに、記念撮影を行うなどお祝いのムードを演出します。また、“縁結びといえは川越”をコンセプトに、プレ新婚旅行を企画します。

これからの方向性

- 若い世代が安心して出産・子育てができるように支援を行います。
- 自分の家族のような暖かい家庭を築きたいと無意識に感じる子どもを増やします。

➡ **子どもの多いまちへ**

「蔵のまち 川越」を支える歴史の継承

蔵シビックに♪まちなか暮らしを推進します。



ステップ3：歴史的建造物の活用と流通の促進

歴史的建造物の価値を理解した活用のための流通スキーム構築を行います。



ステップ4：川越応援団の構築（蔵ファンド）

持続が困難な歴史的建造物の支援や、活用のための資金調達のため、クラウドファンディングの活用や基金の創設を検討します。魅力的な企画を全国のインターネットユーザーに発信する機会となり、川越暮らしのファン拡大が期待できます。

これからの方向性

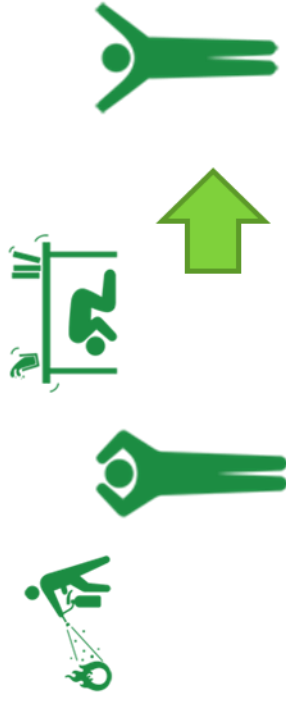
- 伝統的様式の建物が持つ本質を守りながら、新しく快適な活用方法を支援します。
- 先人の暮らしの作法を継承し、川越暮らしの魅力を全国に発信します。

➡ 住むことがステイタスなまちへ



ステップ1：本物を残すための支援

◆ 史跡の活用による歴史の継承
旧山崎家別邸などの歴史的建造物が集積する松江町界隈における川越発展の歴史的ルーツに着目し、テーマ性をもった活用案をマネジメントしていくとともに、今も受け継がれる暮らし方の作法やまちなかでの楽しみ方、職人などの伝統技法を継承するための場として活用します。

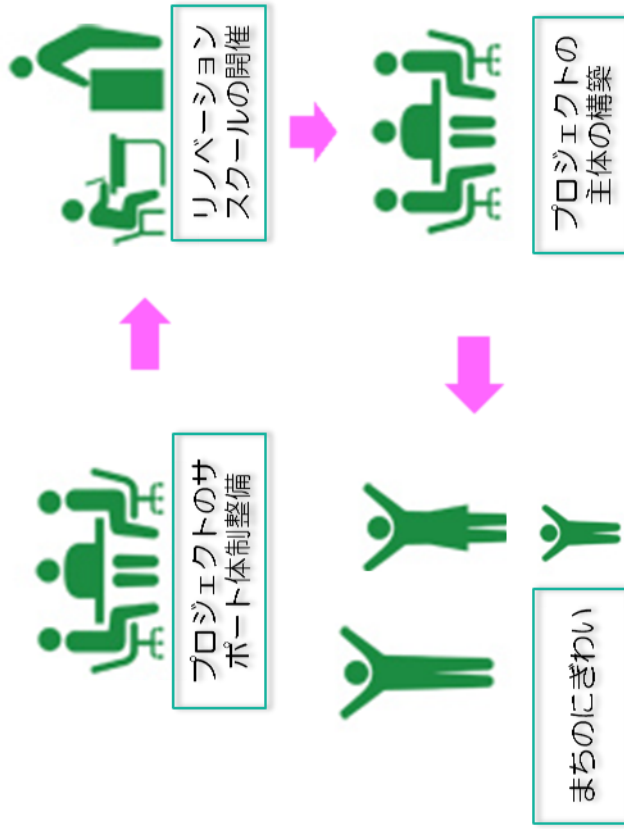


ステップ2：安全性・快適性の向上への支援（規制緩和）

現行の建築基準法の適用が難しい歴史的建造物においても快適な生活空間の確保と、防火性能や耐震性の向上が図れるよう、全国一律の基準によらない川越独自の指導基準を設ける条例を制定し、活用の幅の拡大を支援します。

リノベーションによるまちづくり

持続可能な方法により、エリア価値を向上させます。



ステップ1：プロジェクトのサポート体制整備

後述するリノベーションスクールでノウハウを身につけ、空き家・空き店舗を活用したリノベーションを行います。また、市内の大学と連携した取組（リノベーションスクールの開催等）を積極的に行い、まちに新しい人を呼び込むことで、エリアの活性化を図ります。

ステップ2：リノベーションスクールの開催

建築関係、金融機関、企業支援などの専門家からアドバイスを受けながら、リノベーションを成功に導くためのしくみを作り、産官学と連携し、リノベーションに関するノウハウの構築を行います。また、市は、構築した運営会社の実績・信頼が築かれるよう、空き家・空き店舗の所有者と運営会社の間に入り、物件の情報収集及び制度のPR等を行い、リノベーションによる成功の事例づくりを支援します。

ステップ3：エリアマネジメント協議会の設置検討

今までに蓄積された住民ネットワークを発展させ、市民主体による良好な環境の形成及び参加・連携・協働のまちづくりを支援します。川越の美しい街並み等の資産を次世代に継承し、地域コミュニティとの連携・協力をさらに推進します。市はエリアマネジメントの実績・信頼が築かれるよう、趣旨のPR等を積極的に行うなどの支援を行います。また、事業を進めるにあたり、資金面の課題に対応するため、クラウドファンディングの活用を検討します。エリアマネジメント会社とクラウドファンディング仲介事業者が、連携しながらまちづくりを行っていくくみを検討します。

これからの方向性

- 空き家が発生しないよう対策を講じ、利活用を行うなど適正管理を進めます。
- リノベーションを活用することで中古不動産を評価するしくみを作ります。

↑ にぎわいのあるまちへ

4. 総合戦略重点プロジェクト

重点プロジェクト1：川越いもプロジェクト～6次産業化～

本市には優良な農地が広がっていますが、近年、休耕地等が増加しています。その土地を活用して農産物を生産し、生産した農産物を加工・販売していくことを検討するために6次産業研究会の立ち上げを検討します。6次産業化を検討できる農産物が川越いも、大豆、ぶどう等複数あるため、オリンピック開催や市制施行100周年にあわせて、記念商品を作る取組を検討します。

また、6次産業化に取り組む団体には、埼玉県6次産業化支援制度や国の補助金等の周知を図るとともに、一定数以上の市内事業者で構成されるものや、一定数以上の雇用を市民から確保したものについて、PRなど各種支援を行います。

さらに、女性をメンバーに加えて取り組むことを推進します。女性の視点から意見をもらうことで新たな付加価値を作り出すことにつながり、農業に興味を持ち、取り組む女子を応援します。

①川越いもプロジェクト

(1)川越いもの生産

集約した農地や休耕地等を活用して、川越いもを生産します。

(2)保管倉庫の建設

生産した川越いもを保管するための倉庫を市が建設し、賃貸します。

(3)6次産業研究会の立ち上げ

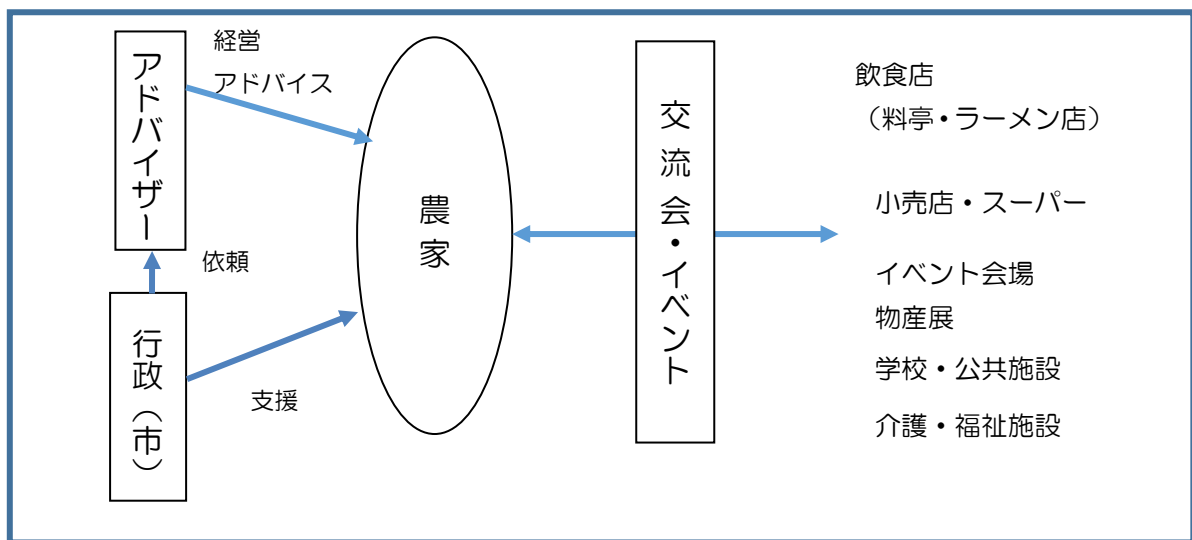
産官学金が連携し、生産者、地元の学校や企業、行政、金融機関等と6次産業研究会を立ち上げます。

また、加工品の検討を行うとともに、販売の方法等についても検討します。

関連施策

①川越産農産物のブランド化の推進

- ブランド化の機運を高める川越産農産物のPR（先行）
 - ┌ 有名シェフによるトークショーの開催
 - ├ レシピの作成・活用
 - └ PRのためのチラシ作成
- イベントの開催などを通じて、市内で生産・収穫した農産物を市内外に発信します。また、川越産農産物のイメージアップと消費拡大に資するため、申請に基づき審査を行い、川越市ブランド農産物として認定します。
- 農業と異業種との交流の場をつくり、新たな販路開拓のための契機となる機会を提供するとともに、新規就農者などに農業アドバイザーを派遣し、販路開拓を含めた農業経営に関する支援を行います。



②健康食レストランの誘致

健康づくりの推進や新たなにぎわいの創出を図るため、健康食レストランを商店街等に誘致し、レストランでの地場産野菜の使用を促します。

③農業の大規模化の検討

耕作放棄地の活用や株式会社による農業参入を促進するため、農地の集約を図ります。また、一定規模以上の農地を利用し、継続性のある農業経営をしている方（専業農家など）に対して、ICTの導入に関する支援を行います。生育状況や作業内容などの記録や、気温などの環境情報を自動的または半自動的に連続し記録することにより情報共有が容易になります。

さらに、作業風景を動画撮影するなどの取組を行うことで経験という技術の伝承にも貢献できます。

重点プロジェクト2：産業支援

①創業セミナー・個別相談会の開催（先行）

起業を考えている方を対象に、起業支援の専門家等によるセミナーの開催や個別相談会を商工会議所と連携して実施します。

②技術・アイデアコンテストの開催

創業にあたり、資本金の増強や金融機関からの融資を受けやすくなるよう、技術・アイデアコンテストを開催します。専門家の入った委員会で審議するため、金融機関も融資を行いやすくなります。

③オフィスの誘致（自治会、工業会）

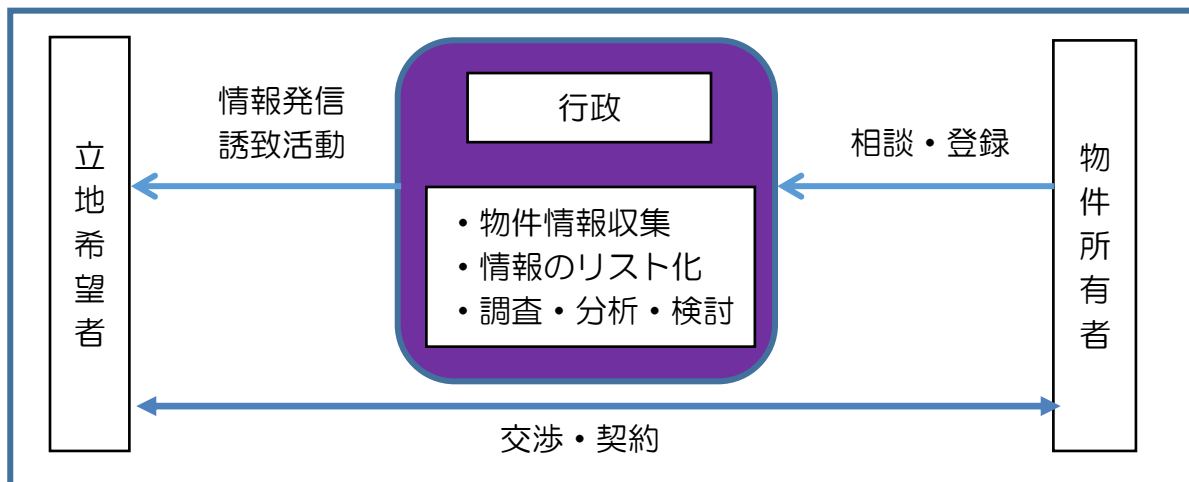
現状調査・分析を行ったうえで、オフィスや本社の誘致を行います。

また、起業支援の一環としても期待できるコワーキングスペースについても誘致を行います。独立して働きながらも、参加者同士で社交や懇親が図れる働き方であるコワーキングは、コスト削減や利便性といったメリットだけでなく、才能ある他の分野の人たちと刺激し合い、仕事上での相乗効果が期待できると考えられます。

④情報発信による販路拡大、就業情報の集約化と人材育成

(1)情報発信企業誘致に係る調査・情報発信

市が保有する土地に係る情報を活用するなどして、企業誘致に効果的な物件情報等を発信し、新たな企業誘致先を確保します。



(2)プレスリリース作成活用セミナーや発表会、SNS活用セミナーの開催（先行）

自社の情報を世間に幅広く伝えるために、プレスリリースの活用支援や発表会を開催します。

また、インターネットが普及している現代において、SNSを活用するためのセミナーを開催します。

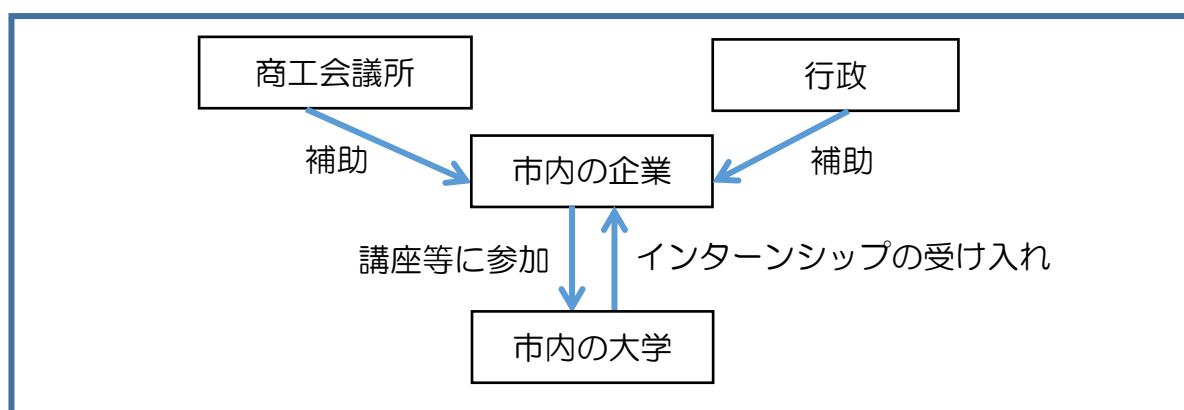
(3)大学生向け市内就業情報の集約化（工業会）

市内に立地する事業所の就業情報を一元化し、大学や大学生に向けて提供する場を設けることで、市内事業所への就職を促進します。

また、以前実施していた産業博覧会等の実施により、人と企業をマッチングする機会を提供します。

(4)産学連携による人材育成の支援（商工団体）

多くの中小企業にとって、企業を存続・発展させていくにあたり、人材育成は重要であるものの、研修費用がネックとなっています。大学の講座等に参加するなどスキルアップを図るための費用を支援します。



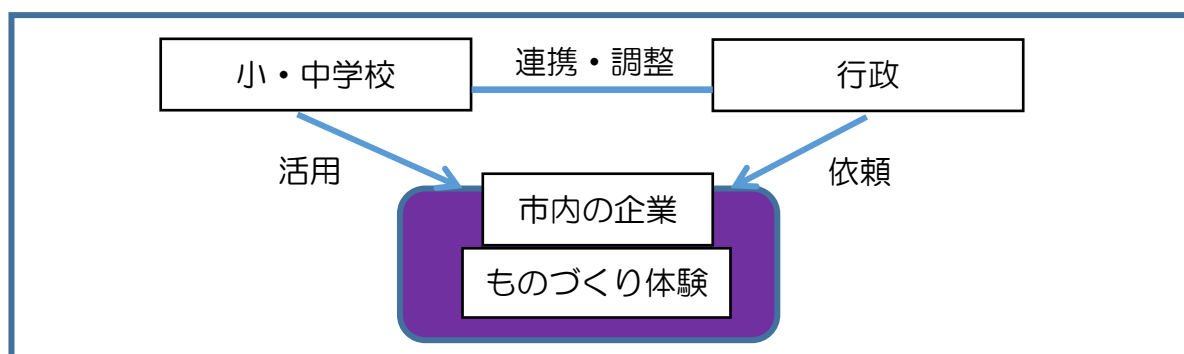
関連施策

①緑地率の緩和による敷地の有効活用

事業所の設備投資環境を整備するため、工場立地法第4条の2第2項の規定に基づき、工場立地法地域準則条例を制定して緑地率の緩和を行い、より一層、敷地の有効な活用を促進します。

②ものづくり体験の推進（商工団体）

川越市内の事業所は、中小企業が多くを占めており、小学生など未来を担う世代が市内の企業で扱っているものを利用してものづくりの体験をすることは、自分の住んでいる自治体にある企業を知る良い機会になります。将来自分も“ものづくり”に関わりたいたいと思う人間を育てていくことが、将来の工業を支えていくと考えられるため、賛同する企業を増やす取組を進めます。



③電子商取引サイトの構築支援（先行）

インターネット上の取引は、誰でも時間や場所の制限がなく利用できるため、拡大傾向にあります。近年はインターネット上の店舗で商品を販売するオンラインショップや、個人と個人の間で売買をするインターネットオークションなども活発化しています。インターネットなどのネットワーク上で契約や決済といった商取引サイト構築を支援します。

④川越ものづくりブランドのPR費用の補助（先行）

市内で製造又は開発した製品・技術の優位性や潜在能力、市場価値の高さを市内外に発信し、市内のものづくりの競争力の向上に資するため、川越ものづくりブランド KOEDO E-PRO として認定しています。川越ものづくりブランドの認定製品・技術を有する中小企業者が、当該製品・技術の新規市場開拓や販路拡大を目的に行う産業見本市等への出展など、PRに要する費用に対し、補助制度による支援を行います。

重点プロジェクト3：創造的産業の振興～旧川越織物市場×育成アトリエの活用～

文化創造インキュベーション機能の導入を進めている旧川越織物市場で巣立った修了生を人材資源として捉え、アーティスト・クリエイターの集約化を図ります。

また、周辺エリアの未活用の歴史的建造物・空き店舗等を文化創造・起業資源として捉え、リノベーションを推進し、新たなビジネスモデルを構築します。

また、アーティスト・クリエイター同士や地域とのネットワークづくりにより、エリア内の活性化を図ります。

さらに、同エリアの文化芸術発信拠点として再生を検討している旧鶴川座や市内の起業支援機関の各種事業と連携した「歴史と文化を生かし、新たな価値を創造するまち」をコンセプトとした創造的産業のあるまちづくりを推進します。

◎旧川越織物市場の整備

若手アーティスト・クリエイターが創業支援を受けながら、一定期間（3年程度）、制作活動を行うための「文化創造インキュベーション施設」として整備します。

(1)機能

- ・アーティスト・クリエイターのたまごたちへのインキュベーション機能
- ・ものづくりの作業見学会、展示会等のイベント機能
- ・市内のアーティスト・クリエイター、入居者、卒業生、地域（企業、職人、住民）との交流機能
- ・卒業するアーティスト・クリエイターへの情報提供機能（未活用の歴史的建造物等の紹介、関連企業・企業支援の情報）

(2)施設

- ・アトリエ、ギャラリー、交流カフェ、織物市場の展示スペース
- ・コミュニティゾーン、マルシェゾーン、フリースペース

関連施策（周辺エリア）

- ・旧川越織物市場保存整備事業（文化創造インキュベーション施設）
- ・旧鶴川座保存活用事業（文化交流施設）
- ・歴史的地区環境整備街路（立門前線）
- ・景観重要建造物等の指定（芋十・大野屋等）
- ・中央通り「昭和の街」を楽しく賑やかなまちにする会「呑マルシェ」

重点プロジェクト4：シティセールスの推進～フィルムコミッション～

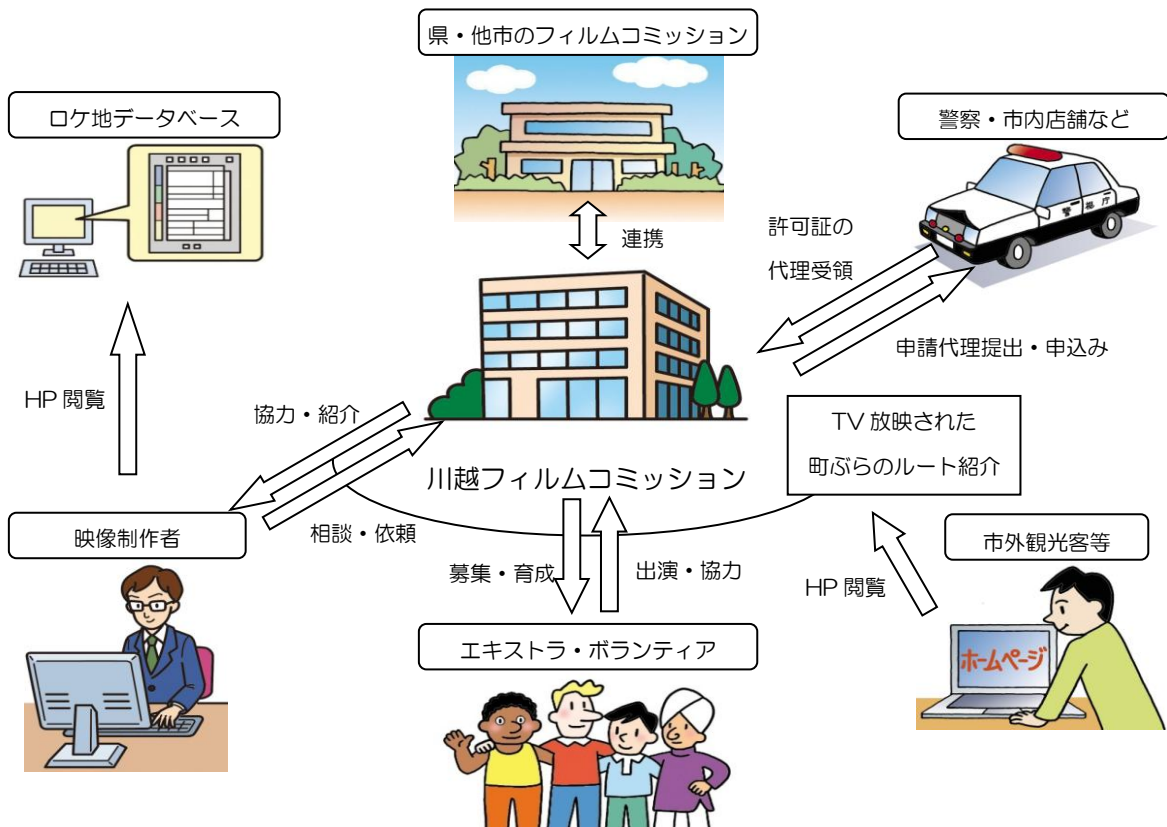
現在も川越での情報番組やバラエティ番組の収録が多く行われていますが、映画・ドラマのロケをさらに積極的に誘致しサポートすることで、川越を世界に周知する機会を獲得し、広く川越の魅力をアピールすることを目指します。

①ロケ地データベースの構築及びロケの誘致・サポート

過去にロケ地として使われた場所及び撮影への対応が可能と思われる場所等のデータを収集してデータベース化することにより、素材や施設の情報提供を行うとともに、ロケに必要な申請の補助、関係車両の移動ルート及び待機場所に関する情報提供や手配などを行うことで選ばれるロケ地を目指します。

②エキストラ・ボランティアバンクの創設

ロケ等が増えることにより必要となるエキストラ・ボランティアの募集を行うだけでなく、エキストラ・ボランティアバンクを創設して育成することにより、ロケ等を行うテレビ等が活用しやすいエキストラや細かい気配りができるボランティアを増やします。エキストラ・ボランティアとして市民が参加することにより、川越の魅力を理解し、誇りや愛着を持つための機会の創出を図るとともに、参加者自身が参加したロケ等に関する情報発信を行うことによるPR効果も期待されます。



関連施策

①外国人観光客の誘致

(1)Good Luck Trip 東京への記事掲載（先行）

日本を旅する魅力を世界に発信する外国人向けフリーマガジンである「Good Luck Trip 東京」への記事掲載を行うことにより、自由に旅して回ることが出来ます。特に、訪日外国人の大部分を占めるアジアからの旅行者に向けた情報発信を行います。

(2)Wi-Fi 環境の整備（先行）

本市を訪れた外国人観光客向けに、画像や映像等を含む大容量の観光情報を容易に取得するとともに、SNS 等を活用した情報発信を気軽に行うことができるよう、Wi-Fi（環境）の整備を推進します。

(3)ホームページやパンフレットの多言語化対応（先行）

今後も外国人観光客の増加が見込まれていることから、観光協会や川越まつり会館において現在使用している英語、中国語（簡体字、繁体字）、韓国語に加え、フランス語、ドイツ語などの新たな言語でホームページ及びパンフレットを作成します。

②東京オリンピック開催を契機とした取組

(1)ゴルフの聖地 KAWAGOE プロジェクト

霞ヶ関カンツリー倶楽部では、毎年、日本ジュニアゴルフ選手権が開催されることから、ジュニアゴルファーにとっては「高校野球＝甲子園」「高校ラグビー＝花園」と同様に“聖地”とされています。

ここで活躍した選手が世界に羽ばたいていけるよう、同大会を地域全体で支えるとともに、多くの市民にゴルフへの興味を持ってもらうため、子どもから大人まで家族ぐるみでボランティアなどとして参加する機会を創出します。

また、同大会で活躍することができるような地元出身のジュニアゴルファーを育成することにより、わが町のスターを育成し、ゴルフ競技に興味を持つ市民のさらなる増加を図ります。

さらに、スナッグゴルフやマレットゴルフなど、さまざまなゴルフと名の付く大会を市が主催することにより、ゴルフを老若男女が楽しめるスポーツとしてイメージづけるとともに、「ゴルフと言えば“川越”」と言われるような取り組みを推進します。

(2)ゴルフゲーム大会の開催

家庭用ゲーム機器を用いて大型スクリーンなどを利用したゴルフゲーム大会を開催します。併せてギャラリーへゴルフのルールや豆知識などを広く周知する機会とし、ゴルフファンの裾野拡大を図ります。

また、オリンピックで使用されるコースを疑似体験できるようなブースを設けるなど、オリンピックの開催に向けた機運も高めます。

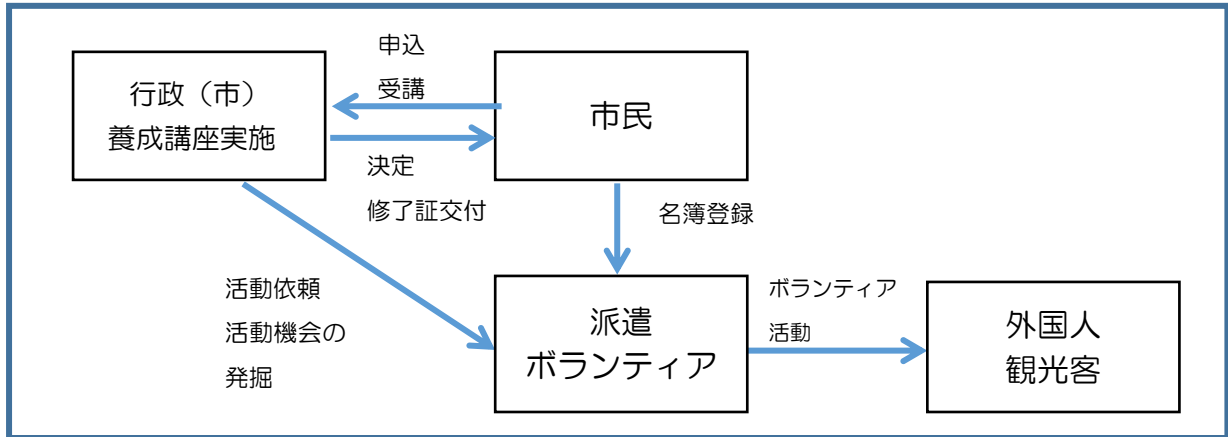
(3)キャンプ地の誘致

事前キャンプを受け入れることにより、選手との触れ合いなどを通じた国際交流や青少年育成に加え、地域経済の活性化及び知名度の向上など、さまざまな波及効果が期待されることから、事前キャンプの誘致を推進します。

③市民による“川越”のPR促進

◎外国人おもてなし観光案内人の育成（ボランティア育成事業）

本市を訪れた外国人観光客向けの語学ボランティアを計画的に育成します。ボランティアの質を担保するための養成講座の開催、ボランティア登録名簿の制度化、他の観光案内事業との連携事業を推進します。

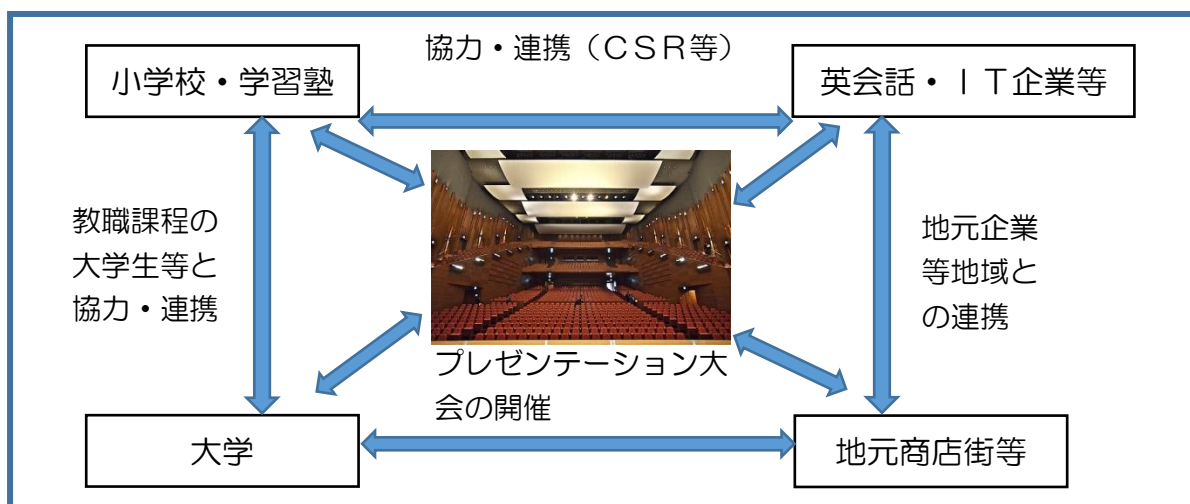


重点プロジェクト5：観光プラス1

①コンベンションの誘致

本市においても、川越駅西口にウェスタ川越がオープンしたことから、そのポテンシャルを最大限に活用し、さらなる交流人口の増加を図ること目的としてコンベンションの誘致を行うとともに、蔵造りの町並みなどの観光地、クリアモールなどの活気ある商店街等について、フィールドワークの場としての提供を積極的に行います。

また、小学校3年生から英語教育が開始されることや、各小学校にタブレットパソコンが順次導入されることから、東京オリンピックの開催や本市でのコンベンションの誘致を契機として、小学生を対象に、川越の魅力を英語でプレゼンできる機会の提供を検討します。



②グリーンツーリズムの検討

本市は都心から電車で約30分の位置にあるにもかかわらず、豊かな自然や美しい景観が今もなお残っています。この里山的な原風景を体験するとともに、そこに暮らす人々の生活を体験しながら交流を図ることができる滞在型スタイルの確立を目指し、川越の農業の特性を生かした体験型グリーンツーリズムを検討します。

例えば、川越の歴史ある建築物を生かした（仮称）川越村を拠点として、農業関連の各分野での指導者等を募集します。

また、「農ある風景エリア」を設定し、景観作物の栽培をするなど魅力ある景観づくりを目指し、新しい観光資源としても活用を図ります。

③滞在型観光の推進（商工団体）

現在旅行会社等で提供されている埼玉県の観光ツアーについて、川越で観光した後、他の地域に移動するツアーが多い状況です。地域資源を活用した宿泊所により、川越で観光・宿泊し、翌日は近隣市町で構成されるレインボー圏域等広域観光の充実を図ることが可能です。

川越らしさを生かした滞在型観光を推進するため、川越に宿泊できるよう蔵造りの建物や町家をゲストハウス等宿泊可能な施設として整備を行うなど、新しいひとの流れを検討します。

④産業観光（工場見学・体験）の実施（工業会）

これまでの社会科見学は、小中学生を対象に教育の場として捉えられてきましたが、近年においては、地域に現存している蔵などの古い産業施設や、産業遺産・工場・伝統工芸の作業場など、さまざまな産業の現場を巡る観光が、世代を問わず人気を集めています。

このことから、産業遺産の価値や製品・商品の魅力を多くの人に伝えるとともに、優秀な人材を確保するための雇用機会の創出の場としても活用します。

⑤非日常の演出

新たな観光客を誘致するため、朝市の開催や市内の寺等を活用した座禅やヨガの体験、一番街、喜多院、氷川神社（風鈴）、本丸御殿などにおいて、四季折々のライトアップを演出するなど、朝と夜のにぎわいを創出します。

川越の魅力をさらに高めるため、毎月18日に行っている「きもの日」の各種特典に加え、受け入れ側も夏は浴衣、冬は着物などを着ておもてなしすることにより、着物にふれあう機会を創出するとともに、和の雰囲気醸し出すことにより、「着物を着て歩きたいまち」となるよう取組を行います。

関連施策

①川越百景観光ツアー&ルートマップの作成（先行）

市制施行90周年事業として選定した川越百景を素材とし、既存の観光資源を活用した観光ツアーの企画・調査を行い、モデルツアーを実施することにより新たな観光客を取り込みます。

また、外国語版を含めたルートマップを作成することにより、外国人観光客の増加を図ります。

②伝統芸能の継承

本市の各地域に集積する小さな祭りからお囃子をはじめとする伝統芸能について、子どもの頃からに触れ合う機会の創出に努めることができるよう、市内外に向けて地域の伝統芸能を積極的にPRしていきます。これにより、地域のさまざまな世代が伝統芸能を通じて交流し、地域とのかかわりを強めることにより、人づくり・地域づくりを進めます。

重点プロジェクト6：まるごと！コンシェルジュ

①ロマンスの神様に行政が！！

結婚に向けた取組として、出会いを創出するため、現在婚活事業を実施し、結婚相談や婚活パーティーなどを行っています。婚活事業に市が直接取り組んでいるのは、県内でもまれである上、市が主催する婚活パーティーは、年数回のみ実施されている状況です。そのため、結婚を望む方に対し、赤い糸で結ばれた人を見つけるための各種の支援をさらに充実させて実施する必要があります。

コミュニケーションが苦手な方を対象とした「コミュニケーションのスキルアップ講座」等の実施を検討するとともに、民間団体が実施する婚活事業等の支援を行うため、一定条件を基に開催される婚活イベントについて、広報や市HPで周知、連携に努めます。

(1)同窓会に対する補助

同窓会の開催にあたり、市の定める基準を満たしたものについて支援を行うことで、出会いの機会を創出します。

(2)パーティーの充実

一人だと緊張してしまう方に「グループ合コン」や趣味など対象者を限定したお見合い、川越まつりや風鈴など川越の特性を生かした体験型のイベントなど、バリエーションに富んだ支援を実施します。

②プレ新婚旅行を川越で！！

(1)ご当地婚姻届の作成から届け出

現在の結婚証明書、婚姻届、妊娠届、出生届などの書類は、事務的でかわいさに欠けています。かわいらしい川越版ご当地婚姻届等を作成するとともに、記念の写真撮影ができるスペースを確保することで、お祝いムードの演出に努めます。

(2)プレ新婚旅行の企画

民間企業等と連携し、“縁結びといえば川越”をコンセプトに、婚姻届等の提出を兼ねた旅行を企画し、全国に向けて情報発信します。

③妊娠期からの切れ目のない支援の充実

(1)母子保健相談支援

地域担当保健師を母子保健コーディネーターとして配置し、出産を考える方や家族のニーズに合った情報提供を行うとともに、関係機関と連携を図ります。

◎妊娠健康診断

晩婚化、高齢出産が進む中、男女を問わず、妊娠に向けた体の状況を確認することが、子どもを授かるための第一歩です。子どもを望む方が子どもを授かる時機を逸しないように、結婚した方を対象に妊娠に関する健康診断を実施することで、妊娠の準備支援を行います。

◎子育てケアプランの作成

周囲に相談者がいないこと等家庭の状況に応じて、妊娠期の過ごし方や子育ての目標、市のサポート等についてのプランを作成します。

(例) 1回目 妊娠届時に出産までのケアプランを作成

2回目 出産前2か月から出産後3か月に再度来庁してもらい、1歳までのケアプランを作成

3回目 1歳の誕生日前後にケアプランを作成

(2)産前・産後サポート支援

家庭や地域での孤立感や不安感を解消するとともに、必要な情報を正しく容易に入手できるように支援を行います。

◎助産師、保健師等による相談・支援

総合保健センター、子育て支援センター、こども育成課に相談拠点を設置します。

また、休日相談や交流会を開催し、プレママ・プレパパも参加することができる場についても検討します。

◎サポーターの派遣

自宅において日常生活に必要な家事援助・育児支援が必要な家庭に、サポーターを派遣します。サポーターは、看護師、保健師、助産師又は保育士の資格を有する者のほか、市の主催するサポーター養成講習会を終了し、市が承認した者としてします。サポーター養成講習会での講義内容は、自宅において日常生活に必要な家事援助、育児支援のほか、親の心身の健康状態の確認及び担当保健師、医療機関等へつなぐために必要な知識の習得を目指します。

※「援助が必要」とは

妊娠中及び産後6か月までの間で、体調不良等のため家事又は育児が困難であり、家族からの援助を受けることができない状態をいう。

◎子育て応援弁当の配達

産前産後の核家族に対し、栄養バランスを考えたお弁当を夕食時に配達します。

◎父子手帳の交付

妊娠からの必要な情報をまとめるとともに、お父さんの子育てへの関わり方や思い出を記入できるようにし、これから始まる育児を楽しく有意義なものにしてもらいます。

◎予防接種日お知らせ事業～予防接種ナビの導入～

定期接種だけではなく任意接種も含めたスケジュールを自動で作成し、接種日が近づくとメールでお知らせします。接種日を変更しても、スケジュールを自動調整するため、保護者の負担を軽減し、接種忘れも防ぐことができます。

また、流行ウイルス情報や流行疾患のお知らせ機能も導入し、体調管理に役立ちます。

(3)産後ケア支援

家族などの支援者が身近におらず、心身の不調・育児不安の強い産婦を対象に、出産医療機関を退院後、心身共に不安定になりやすい時期に、助産師により母体や乳児のケア、育児のサポートなどのきめ細かい支援を行います。

- ・宿泊型 退院後～生後4か月までの母子を対象に育児技術の習得と産後の休養
- ・日帰り型 退院後～生後6か月までの母子を対象に育児技術の習得と不安の解消
- ・母乳相談 乳房マッサージを含めた相談と沐浴、母乳指導の実施

④目指せ！出生率 2.0！！！！

(1)多子世帯等への支援

◎第三子及び多胎児産前産後ヘルパーの派遣（先行）

複数の子を養育しながら妊産婦の身体的負担の軽減を図ります。次のいずれかに該当する場合に、無料で育児・家事を援助する支援員を派遣します。

- ・未就学児が2人以上いる世帯で、第三子以降の子の妊娠中又は出産後であること。
- ・多胎児の妊娠中又は出産後であること。

◎多子世帯優先入園制度の実施

現に、保育所等に入所している第一子、第二子の園児がいる場合で、第三子以降の子が入所するとき第一子又は第二子のいずれかが通う同一保育所に入れるようポイントを加算する優遇措置をとり、保護者の送迎等の負担の軽減を図ります。

(2)保育環境の整備

◎事業所内保育所の設置に関する支援（工業団体）

保育需要を軽減するため、事業所内保育所の設置についての補助を行います。設置に対しては県の補助制度があることから、市は設備・人員について一定の基準を満たす事業所に対し、保育児童数に応じて補助を行うことなどを検討します。

就労する保護者も、自分の子どもが勤務先で保育されることで、安心して働くことができ、また、事業所としても産休明けの円滑な職場復帰につながるため、一定以上の従業員数のある企業には有効です。

また、本市の求人の状況は、介護職については人材が不足し、出産後の女性については就職先を求めている人が多いという課題がありますが、このことを逆に活かし、（後述の“地域こどもおとな園”とも関連）介護事業所において、上記の補助制度を使って保育を行うなど、雇用における新たなニーズマッチングも可能です。

◎学童保育の充実

社会状況の変化や保護者の就労形態の多様化等に対応した、放課後及び休日等の子どもの居場所の確保が求められています。柔軟な発想により民間が参入しやすいしくみづくり、保育時間の延長、絵本の充実や演劇鑑賞等、学童保育の質と量の改善に努めることで、こころ豊かな子どもの育成と保護者の負担軽減を図ります。

(3)ワークライフバランスの推進

川越市の働き方として“職住近接”と“ワークライフバランス”をキーワードに仕事を行えるよう、朝方勤務の実施等長時間勤務の削減、職場復帰支援、育児休業の取得等の啓発に努めます。

◎イクメンday（毎月19日）の創設

既婚男性の育児参加を推進するための日を設け、休暇の取得や定時退庁を促進します。また、独身男性（特にイクメン）は積極的に合コン又はデートをし、愛を育む日とします。

◎子育て世帯の柔軟な勤務体系の導入（工業会）

子育て世帯は育児や学校等の行事に参加するため、時間の制約がでます。フルタイム勤務（1日8時間勤務の場合）の方は勤務途中での中抜けも認め、また、フルタイム勤務を希望しない方は半日勤務を認めるなど、仕事の成果等に応じた柔軟な勤務体系の導入を推進します。

子育てに配慮する企業等が本市で新たに起業する際には、認定制度や支援策を検討します。

◎イクボス思想の普及

イクボスとは“子育てに理解を示し、温かく子育てができる環境を整えるボス（部長や課長など）”のことです。子育てをしていると、時間の制約がでてきます。子育てを優先するものの、責任ある仕事を任せることで、自分の中で先を見据えたスケジュールを組んで仕事に取り組むようになると思われます。

(4)核家族時代における近居の推進

◎近居プレミアム制度の検討

三世代（子育て世帯と親世帯）で6人以上の家族が川越市に居住している家族を対象とする企画を検討します。

想定されるプレゼント内容（案）

- ・川越まつり栈敷席
- ・新河岸川での遊覧
- ・3世帯家族対象イベント実施
- ・小江戸ビールなどのお酒
- ・さつまいも 等

◎地域こどもおとな園の創設

地域に、おじいちゃんやおばあちゃんと一緒に孫が通園することができる安全な場所を提供します。忙しい共働きの子育て世代の応援をしてくださるおじいちゃん、おばあちゃんが、同世代とコミュニケーションを図りつつ、子どもたちが安全に遊べる場所として公園に変わる子育て環境の創出を検討します。

◎イクジジ・イクババの認定

今どきの子育て講座を開催します。受講者の幼稚園、小学校の行事等への参加を推進します。

関連施策

未来への投資～子どもの多いまちへ～

(1)自然と家庭を持ちたくなる取組の実施

◎夫婦感謝dayの創設（毎月22日）

夫婦が日々の感謝を伝えあうことで、家族の温かさやありがたさを実感する機会を設けます。また、子どもなど家族にとっても、家族の温かさを実感する日としても啓発します。

◎広報紙や市HP等を活用したPR

市ホームページのトップページに、「うちの子アルバム」や「家族愛を題材にした写真や挿話」などを掲載します。

◎子育て体験学習の実施

川越市内の中学生に対し、赤ちゃんとの交流体験、妊婦体験、誕生学講座等を実施します。思春期を迎える中学生に「命の力」や「命のつながり」等を話し伝えることで、自己と他者を大切に思う心を養うとともに、実際の乳幼児やその親とふれあうことで、自分が生まれてきたことに対する喜びにつながります。

また、将来親になる社会人が子育てとはどういうものかを体験することが重要です。まずは、市職員が入庁時の研修の一環として保育所等を活用した育児体験を行います。



◎結婚・妊娠・出産セミナーの開催

市内大学と連携し、大学生や高校生に対して、妊娠・出産についての正しい知識等を情報提供します。ハローワークや民間のブライダル会社と連携して、就職や結婚に関する情報をあわせて伝え、就職から結婚、子育てまで含めたライフプランを考える契機とします。

◎ライフデザインサポート

若者に対して、就職、結婚などに関する相談窓口を開設し、SNSや電子メールによる情報発信や、講座の実施を行うことで、若者が自分の未来について考えるサポートを行います。

(2)絵本等を介した子育て支援

◎ブックスタートの拡大

4か月健診時に赤ちゃんと一緒に絵本を楽しむ体験をプレゼントするという本来の目的を発揮するため、配布する時間等を変更するなど拡大検討します。

また、子供の成長段階に合わせたサービスの提供を検討します。保育園や幼稚園、市立図書館において、絵本の蔵書の充実や読み聞かせの充実を行うことで、子どもの成長段階にあわせ、子どもと保護者がふれあう機会を充実させます。

◎観劇の実施（先行）

保育園において、観劇を介して、幼いうちからさまざまなものに触れることで、心豊かな子どもを育てます。

重点プロジェクト7：「蔵のまち 川越」を支える歴史の継承

旧山崎家別邸などの歴史的建造物が集積する松江町界隈における川越発展の歴史的ルーツに着目し、テーマ性を持った活用をマネジメントします。

①本物を残すための支援

多くの歴史的建造物を保有しているにもかかわらず、高度な伝統芸能を有する職人の急激な減少や高齢化を背景に、いわゆる「出入りの大工さん」がなくなりつつある状況により、歴史的建築物に住み続けることに不安を持っている所有者は少なくありません。

伝統的建造物の所有者、各職人、NPO、都市景観推進団体、専門家、行政職員等の協働による伝統的な町並みの持続のためのしくみづくりの一つとして、川越版職人育成・認定制度を創出し、歴史的建造物の維持に必要な伝統技法の継承と職人の確保を行います。

②歴史的建造物の安全性・快適性の向上のための支援

現行の建築基準法の適用が難しい歴史的建造物においても快適な生活空間の確保と、防火性能や耐震性の向上が図れるよう、全国一律の基準によらない川越独自の指導基準を設ける条例を制定し、活用の幅の拡大を支援します。

③歴史的建造物・蔵の活用と流通の促進

高齢化や客層の変化に伴い、これまでの用途や営業形態の見直しを余儀なくされる所有者も多い状況です。

歴史的建築物であるがゆえの技術的制限や費用負担などから一般の賃貸物件としての流通経路に乗りにくい歴史的建造物についての流通スキームを構築し、空き家・空き店舗を新たな商品として価値づけることで、まちなかの定住人口の増加が期待できます。

また、歴史的建造物の価値を理解した活用のための流通スキーム構築により店舗、ギャラリー、学習施設、宿泊施設等へ活用される事で、交流人口の増加も期待されます。

④川越応援団の構築（蔵ファンドの検討）

持続が困難な歴史的建造物の支援や、活用のための資金到達のため、クラウドファンディングの活用や基金の創設を検討します。魅力的な企画を全国のインターネットユーザーに発信する機会となり、川越暮らしのファン拡大が期待できます。

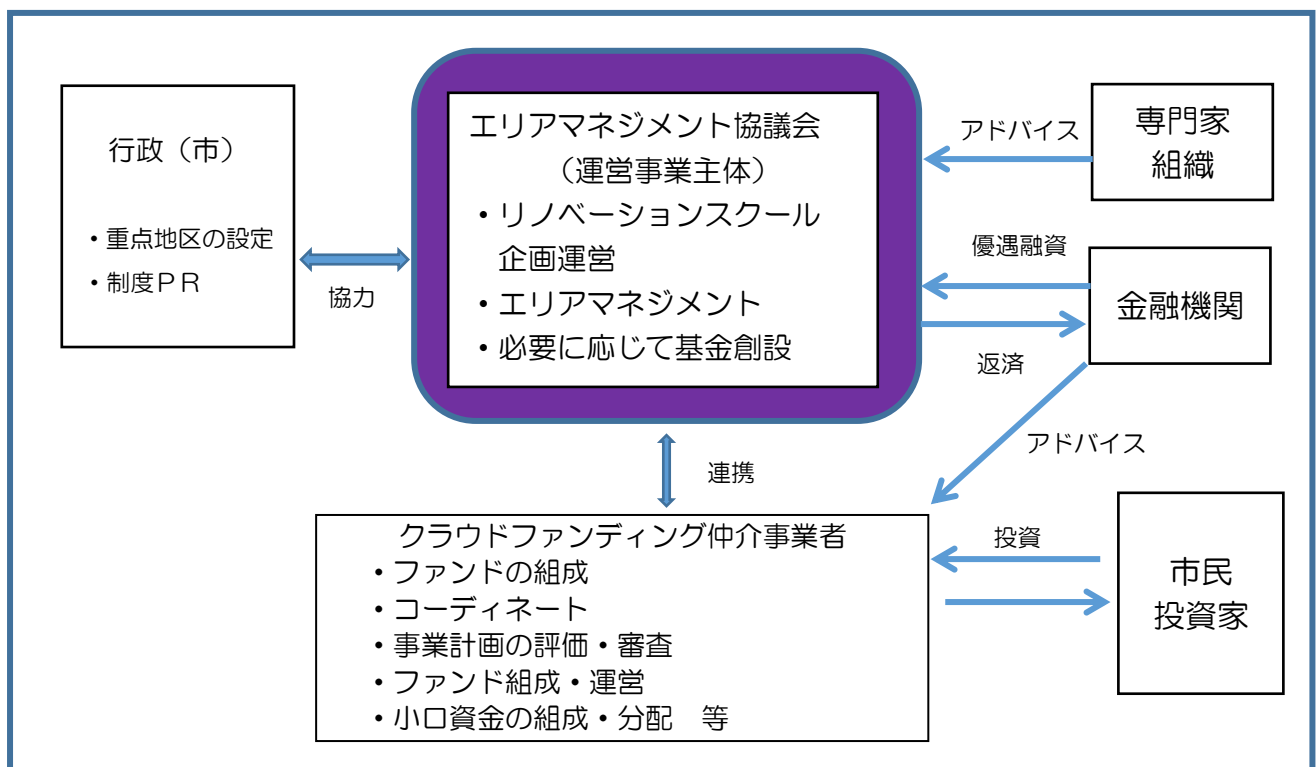
重点プロジェクト8：リノベーションによるまちづくり

空き家・空き店舗については、治安の面や景観上の問題から、その存在自体が市として負の財産となります。しかし、空き家・空き店舗を利用・活用するためには、資金が必要であることに加え、継続的な利用が図られる必要があります。

①プロジェクトのサポート体制整備

リノベーションスクールでノウハウを身につけ、空き家・空き店舗を活用したリノベーションを行います。

また、市内の大学と連携した取組（リノベコンテストの開催等）に積極的に関わり、まちに新しい人を呼び込むことで、エリアの活性化を図ります。



②リノベーションスクールの開催

建築、金融、企業支援などの専門家からアドバイスを受けながら、リノベーションを成功に導くための仕組みを作り、産学官金と連携し、リノベーションに関するノウハウの構築を行います。

また、実際に空き家・空き店舗をリノベーションしていく主体として、運営会社を設置します。市は、運営会社の実績・信頼が築かれるまで、空き家・空き店舗の所有者と運営会社の間に入り、物件の情報収集及び制度のPR等を行い、リノベーションによる成功の事例づくりを支援します。

③エリアマネジメント協議会の設置検討

今までに蓄積された住民ネットワークを発展させ、市民主体による良好な環境の形成及び参加・連携・協働のまちづくりを支援します。川越の美しい街並み等の資産を次世代に継承し、地域コミュニティとの連携・協力をさらに推進します。

また、市はエリアマネジメントの実績・信頼が築かれるまで、趣旨のPR等を積極的に行うなどの支援を行います。また、事業を進めるにあたり、資金面の課題に対応するため、クラウドファンディングの活用を検討します。エリアマネジメント会社とクラウドファンディング仲介事業者が、連携しながらまちづくりを行っていくしくみを検討します。

関連施策

★空き家の把握

①空き家バンクの創設とスプロール化の防止（商工団体、自治会）

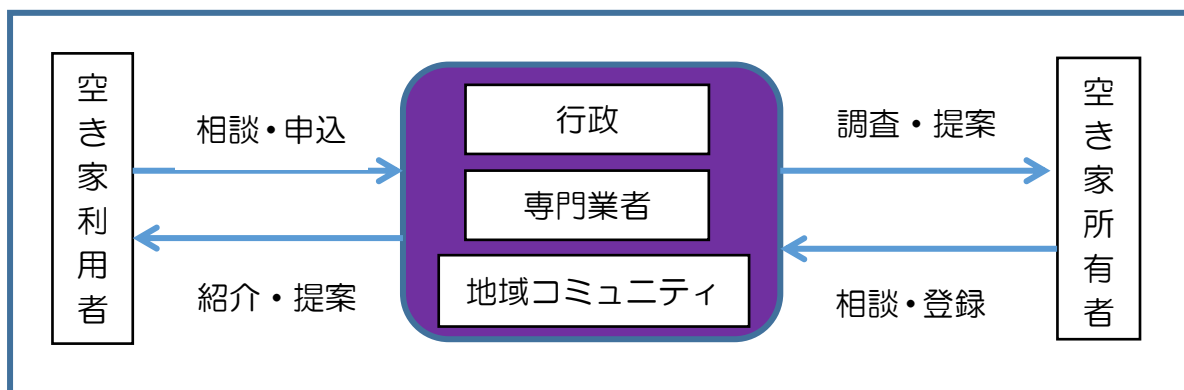
空き家の賃貸・売却を希望する人から申込みを受けた情報を、空き家の利用を希望する人に紹介する制度です。中心市街地でも空き家が増加していることから、既存ストックである空き家又は空き地を市場に流通させるために情報発信を行います。

また、コンパクトシティの理念に準じ、空き家等対策計画において、重点地区を設定します。重点地区においては「（見合った金額で）売却できない。」「取り壊す費用がない。」といったケースに対しては、優遇利息での貸し付けや、リノベーションによって利益が出るような集合物件については、（民間で）定期借地の手法で（地区の）再開発計画などを検討するしくみを構築します。

②相談体制の整備（国土交通省：空き家管理等基盤強化推進事業）

機会があれば空き家を活用したいと考えている空き家所有者や借主は多いと思いますが、どのようにしたらよいか分からないという不安もあると考えられます。そのような不安を解消するための相談体制の整備を行います。

- ・空き家管理等基盤強化推進事業の活用（国土交通省）



★空き家の活用

③DIYP（Design It Yourself Project）支援

近年、多様化するライフスタイルの中で、借りる側におけるインテリアへの意識が高まってきており、家具や小物はもとより、自分の求めるスタイルに合わせて空間全体をより自由につくりこみたいというニーズが増えてきています。修繕を必要とする物件を改装可能として貸し出すことで初期投資を抑え、その分家賃を低く設定すれば貸主と借主ともにメリットがあると考えられます。

- ・川越市住宅改修補助金制度の拡大

空き家バンクに登録している物件を、リフォームして居住する予定の者に拡大

★空き地の活用

④空き家清算支援

老朽化の著しい住宅が存在する地区において、居住環境の整備改善を図るために、不良住宅、空き家等の除却に対する費用を助成します。

- ・空き家再生等推進事業（国土交通省・ハード事業）の活用

空き家等対策計画を策定したうえで、空き家等に関する対策の対象地区のうち、居住環境や地域活性化を阻害している空き家等の除却又は活用支援を行います。

⑤コミュニティでの空き地の活用

地域住民が空き地を有効に活用することで、生活環境の向上を図ります。

◎隣地所有者が庭として活用

接道する道路が狭く、建て替え時にセットバックしなくてはならないような狭小の住宅密集地では、隣地の敷地として一体的に利用することを推進するために、隣地取得支援を行います。

◎緑のあるポケットパークとして活用（公民連携によるエリアパークマネジメント）

自治会等のコミュニティやまちづくりを行うNPO法人等が取得又は賃貸し、地域住民のコミュニティ活動の場として利活用します。

◎農のある住宅地の実現

土地所有者に固定資産税の免除のインセンティブを与え、土地を使用賃借したうえで、市民農園として活用します。

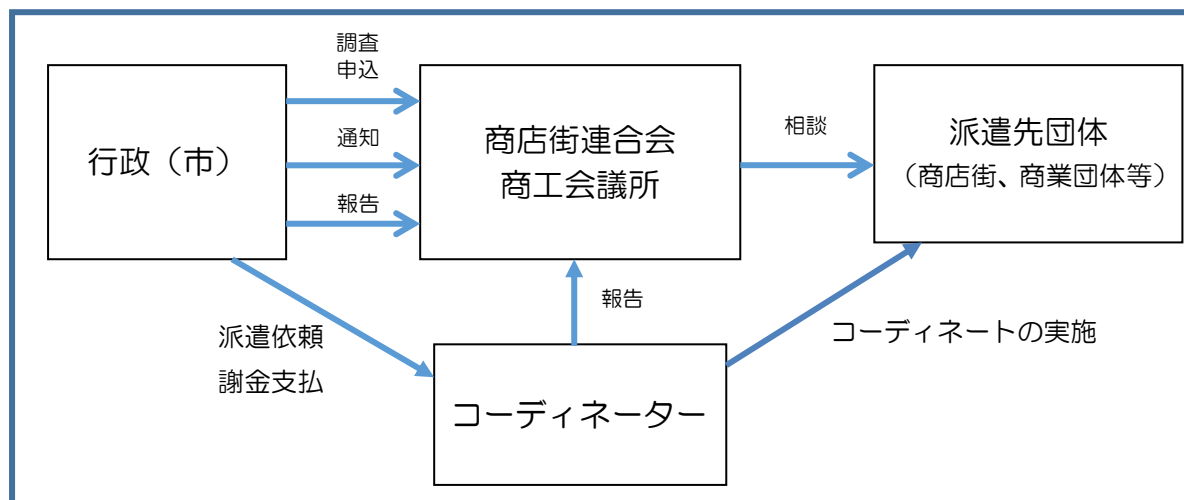
また、住宅地内で直売所を設けて販売するコミュニティビジネスも検討します。

5. 基本目標を達成するための事業

“川越でしごとをする”の施策

①地域商業活性化コーディネーターの派遣（商店街）

商店街や商業者によるグループ等に専門家を派遣して、活性化に向けた勉強会の立ち上げや事業の実施に対するきめ細かい支援、活動の中心となるリーダーへのアドバイスを行うものです。商店街や商業者の「やる気」に応え、商店街の活性化につながるよう支援します。



②免税一括カウンターの設置・クレジットカード対応支援

2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催を控え、訪日外国人旅行者の購買意欲を地域経済に波及させるため、市内に外国人旅行者向けの消費税免税店の設置や運営に対する支援を行います。

また、両替に対する不満を解消するため、市内店舗におけるクレジットカード決済の導入に関する支援を行います。

③省エネルギー・エネルギーの地産地消の推進

平成23年3月11日の東日本大震災以降、既存の電力供給網に依存しない再生可能エネルギー等の活用に注目が集まっています。持続可能な都市を形成するという観点からも、地域においてエネルギー源を確保することは重要であり、緊急時のエネルギー対策にもなると考えられます。

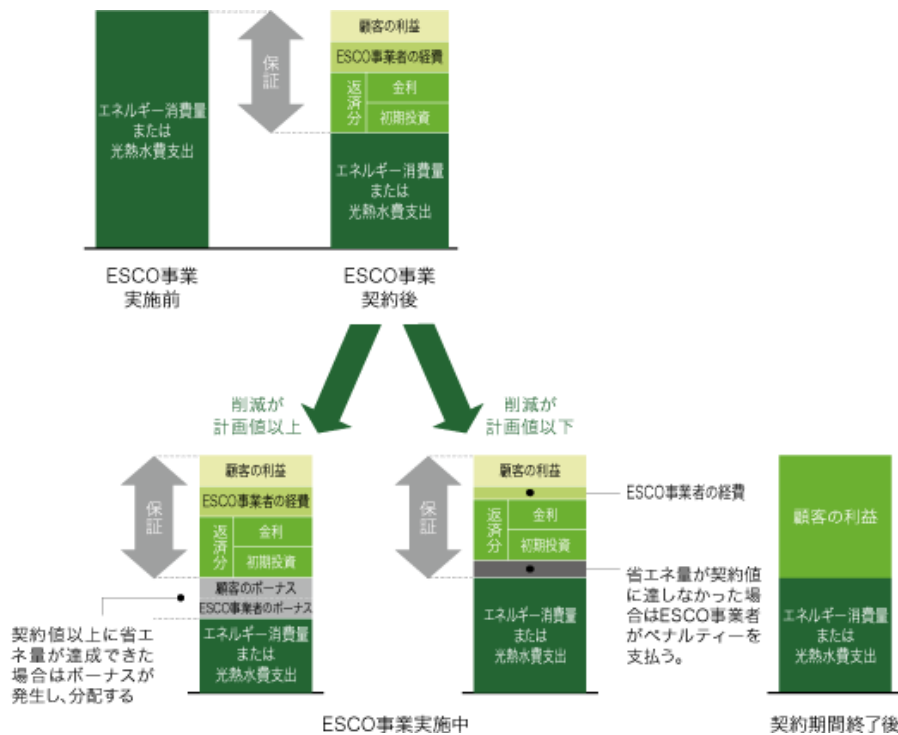
(1)エネルギーの可視化と省エネルギー等の取組の促進

省エネルギーに関する情報の発信や分析を推進し、家庭（戸建・集合住宅）や中小事業者の省エネルギー対策の取組を推進するとともに、省エネルギーに関する環境教育を充実させ、セミナー等の開催による啓発活動を積極的に実施します。

(2)ESCO事業の導入による省エネルギーの推進

ESCO事業とは、施設の省エネルギーに関する包括的なサービス（省エネルギー設計・保守・管理・効果検証など）をESCO事業者が提供し、それによって得られる省エネルギー効果をESCO事業者が保証し、削減した光熱水費の中から事業者のサービス経費と、市の利益（経費削減）を生み出す事業です。

本市の公共施設においても、ESCO活用民間提案制度を募集します。事業者と協議をし、導入施設の検討をしたうえで、事業を実施します。

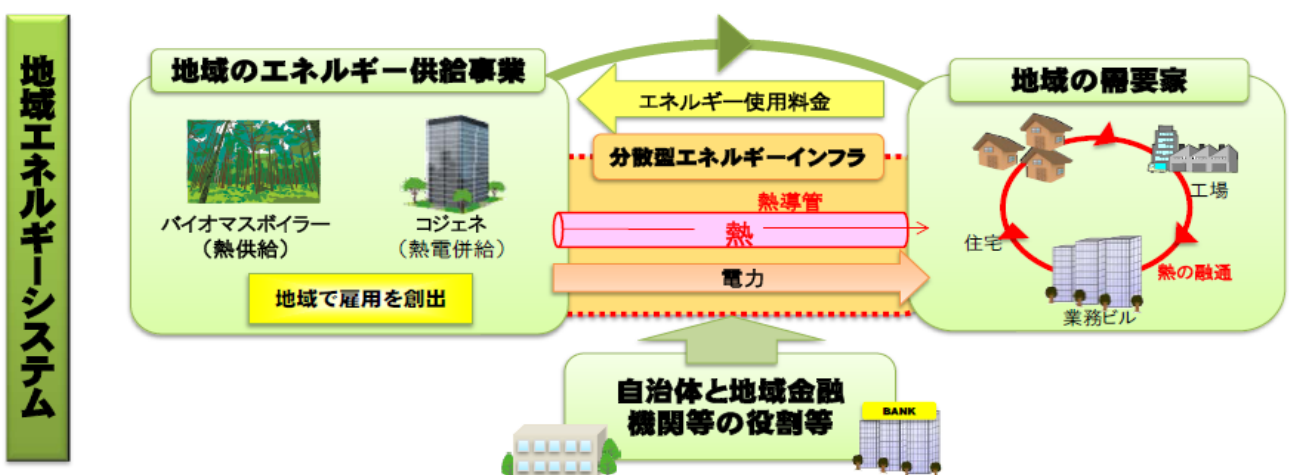


(出典) 一般社団法人ESCO推進協議会ホームページ

(3)分散型エネルギーシステムの検討

分散型エネルギーシステムの導入は、地域のエネルギーの安定化だけでなく、事業が立ち上がることで、雇用の創出にもつながると考えられます。更に、エネルギーの地産地消が進むことで、地域内で資金循環が活発化し、経済効果が期待できます。

なお、安定したビジネスモデルを構築するために、自治体の積極的な関与と金融機関との連携も重要になります。



(出典) 総務省・自治体主導の地域エネルギーシステム整備研究会報告書

④インフラ老朽化対策に資する技術開発支援

財政状況が厳しさを増す中、現在の公共施設や大規模なネットワークインフラを維持していくことは非常に厳しい状況です。できるだけハードからソフトへ転換を図るとともに、満足度の高いサービスを提供していくために、PPPを積極的に活用します。

(1)かわごえものづくりブランド認証制度の活用

かわごえものづくりブランド認証制度にインフラ老朽化問題に対応する技術開発を含めることを検討します。

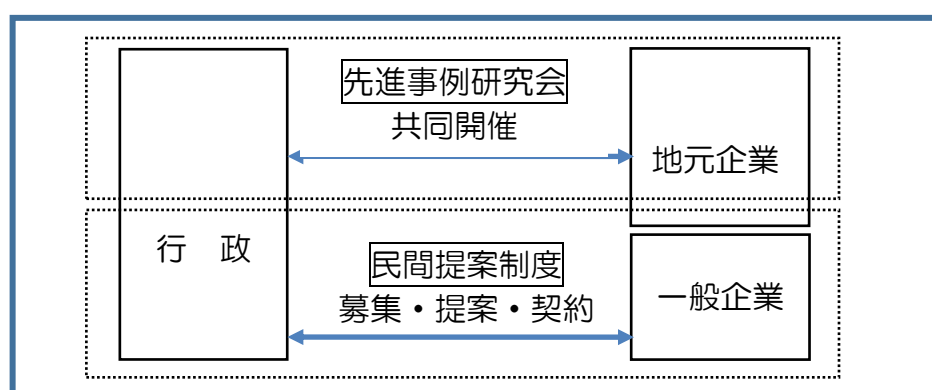
(2)先進事例研究会の開催

他地域の先進事例に関わっている行政や民間の担当者を招き、地元企業を対象にして行う勉強会を開催します。

(3)民間提案制度の創設

公共施設等の戦略的な維持管理・更新や公的不動産の有効活用に関する内容で、民間事業者自らが実施できると考えられる事業について、方法や効果について提案する制度を構築します。採用された場合は、一定のインセンティブを与えた上で、事業者の選定を行います。

なお、この事業は、さまざまな分野でも活用できるため、全庁的な相談受付体制等を整え、事業の実現に向け調整します。



(4)実証実験の場の提供

解体及び除去が必要となった公共施設について、インフラ老朽化問題に対応する技術開発を進めるための実証実験等を行うことができる場を提供することにより、事業者においては技術開発に必要なデータ等の取得ができることに加え、行政においては施設の維持管理、解体等に係る費用等の負担が軽減されることから、双方にメリットがある事業として進めることができます。

⑤New川越唐棧の販売

江戸時代後期から明治にかけて全国有数の織物集散地として、川越は日本の着物ファッションとテキスタイル（織物）の流行をリードしていました。しかし、当時人気だった「川越唐棧」は現在では市内の生産業者もなくなり、個人や愛好家の間で制作されているのみです。伝統工芸である「川越唐棧」の制作技術の伝承のためにも、現代のニーズに合う商品として作成し、商業、金融、観光などの協力を得ることで市場に流通させる方策を検討します。

◎関係団体との調整

先行して取り組んでいる「川越唐棧手織りの会」や「NPO川越きもの散歩」、市内呉服店、商工会議所や株式会社まちづくり川越等と一体的に取り組みます。

「川越きもの日」関連事業として「川越きもの日実行委員会」（事務局：小江戸川越観光協会）と連携し、観光産業との共同実施も視野に入れます。

◎資材調達・生産管理

伝統を継承しながらも、現代社会において最も適する材料、手法などを選択し、生産量に見合った資材が調達できるか検討・調査が必要です。織機材の調達、保管場所の確保も含まれます。品質や量の生産管理においては専門家に協力をいただき、産業として成り立つのか十分な検討が必要です。

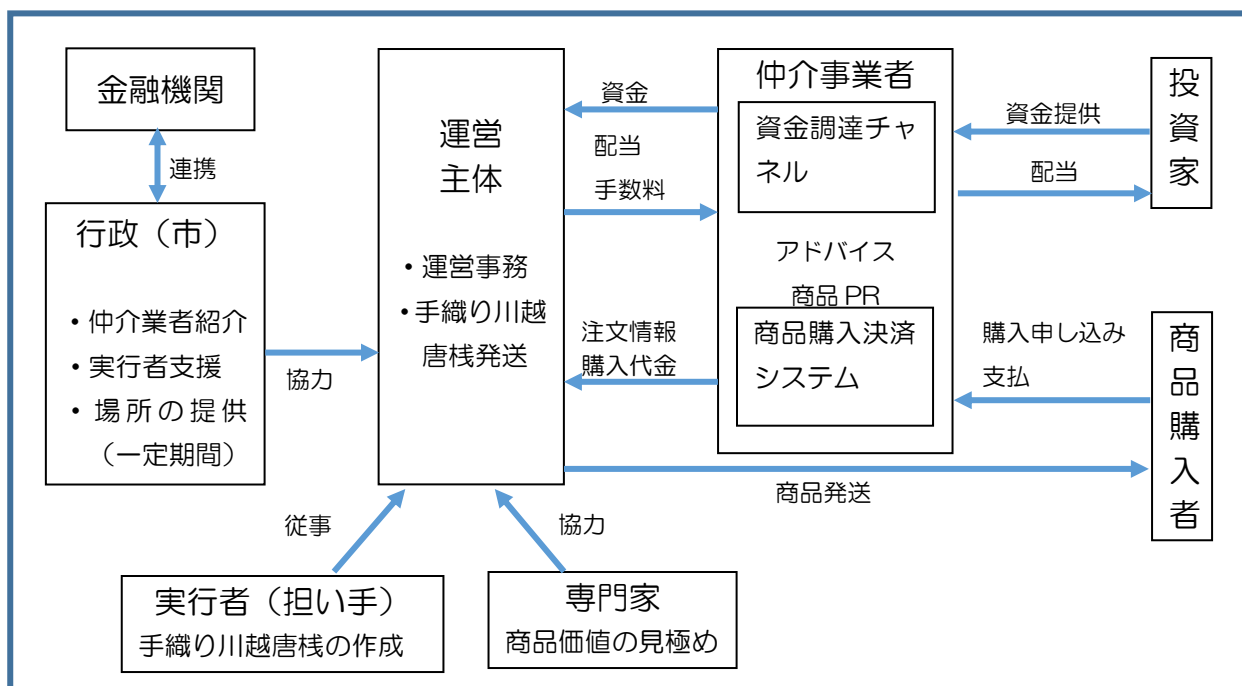
また、担い手（子育て中の主婦等）を募集し、自宅にて仕事ができる環境を整えます。

◎作成した川越唐棧の活用

- ┌ ふるさと納税（品物は市買い上げ）
- ├ 大使の着用と（祭り裃纏に変え）市長の着用
- ├ ゴルフウェア化、ゴルフグッズ化等の検討
- └ 商店の「のれん」、売り子の制服

★資金調達について

事業の立ち上げは、寄付型・投資型のクラウドファンディングを利用します。クラウドファンディングには主旨への賛同による参加が基本になるため、事業の説明やPRを広く充分に行う必要があります。市の媒体（広報川越、公式ホームページ、自治会回覧等）のほか、民間活力（衣料関係企業や愛好家のホームページ、個人のブログ・ツイッターなど）も利用するなど、地域の話題として盛り上げていく手法を考えます。



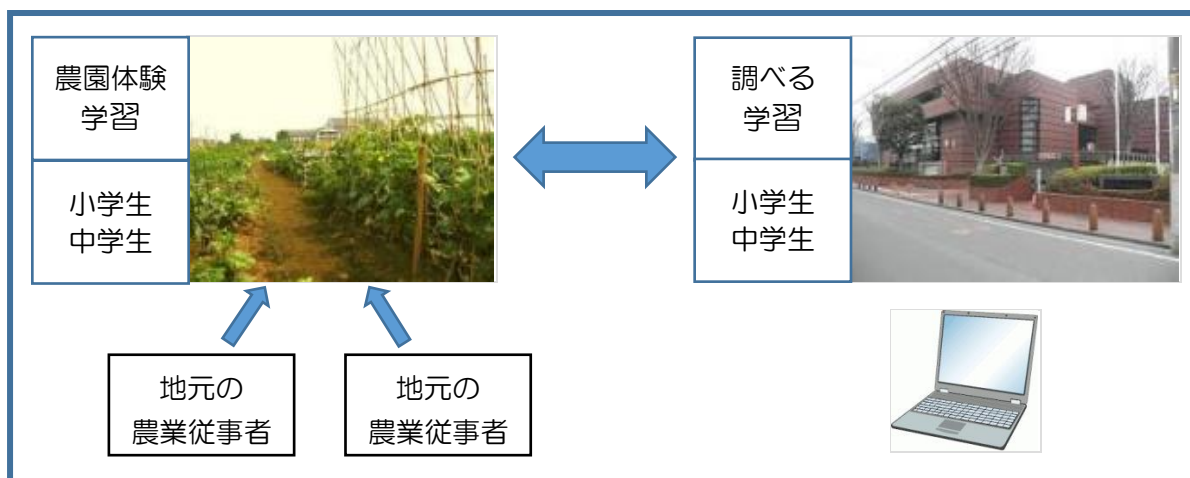
“川越で遊ぶ、感じる”の施策

①農業とのふれあいの支援

(1)学校農園の推進（多様な農園利用モデルの構築）

小さい頃から土に触れる環境を整えるとともに、食育環境を整備するため、学校農園の整備を推進します。育てる作物は、子どもたちの好きな作物や教材価値の高い作物、地域の特産物などが考えられます。地域の農業従事者やいるま野農業協同組合（JAいるま野）等と協力し、子どもたち自らが課題を見つけ、取り組むように支援します。

また、農園体験学習（作物の栽培や観察）と食物について調べる学習をセットで行うカリキュラムを構築します。農園での体験と調べた情報を調和させていくことで、農業への興味が広がっていくと考えられます。



(2)農地の柔軟な活用

より多くの住民が小規模な農業生産（自給自足）や農的な暮らしに親しめるよう、無秩序な農地の転用や耕作放棄化等を招かないための配慮を行ったうえで、農地や農園付き小屋等を持つことができる環境づくりを進めます。

また、地産地消を通じ、安全・安心な食品を確保することで、農業とのふれあいによる健康意識の向上を図ります。

★健康農区

農地法などの土地利用規制について、市長に権限を移譲することにより、農的な暮らしの希望者に対して、農地や農地付き小屋等の権利取得を容易にします。

(1)「農地法」第3条第2項（農地の権利移動の制限）における許可要件の緩和

- ・施行規則第3条の4で定める下限面積設定基準の見直し

(2) 土地利用規制の緩和

- ・「農地法」第4条に定める転用許可不要施設の範囲の拡大及び許可不要面積の引上げ
- ・「農業振興地域の整備に関する法律（農振法）」に定める農業用施設の範囲の拡大
- ・「都市計画法」の市街化調整区域内における許可対象施設の拡大

“川越で暮らす”の施策

①地域コミュニティFM放送の整備

地域の行政情報（防災情報を含む）や地元情報の伝達、地域コミュニティ活性化を図るため、防災行政無線のデジタル化に合わせて、コミュニティFM放送（全国で288局が開設）を実施します。

コミュニティFMは地域限定の詳細な情報を提供することができ、聞く人と放送局が近いこと、地域で取り組まれているさまざまな活動についても情報が発信しやすくなり、市民活動を側面から支援することができるようになります。放送内容は、地域情報に加えて、ウェスタ川越の催しの案内や中継などを取り入れつつ、相乗効果の高い放送を目指します。また、サイマル放送を取り入れインターネット上での同時放送を実施します。

○電波設備…本庁舎屋上に防災無線のデジタル化に合わせて整備

○スタジオ…ウェスタ川越、西口市有地などに整備

○サブスタジオ…菓子屋横丁、一番街などに整備

○事業者…市と民間の共同出資による第三セクター会社、ケーブルテレビ会社の子会社、特定非営利活動法人などを想定（公募）