

# 入間市駅前観光ショウケース推進事業

—No.22 入間市—

## 【事業の内容】

本事業は、入間市駅前のスペースで毎月1回程度、入間市の自然や文化、産業等について、楽しく体験・鑑賞できる展示やイベントを実施するもので、観光客誘致を促し、地域の活性化を図ることを目的としています。

主なイベントとしては、「狭山茶体験イベント」、「加治丘陵体感イベント」「繊維産業体感イベント」「米軍ハウス文化体感イベント」「入間の四季体感イベント」などで、近接地とのウォーキング等との組み合わせで、ミニ観光ツアーとしても実施する予定です。

## 【事業年度】

平成28年度～

## 【予算額(千円)】

2,600千円(平成28年度)

## 【財源】

ふるさと創造資金(県)、一般財源(市)

## 【事業実施に至った背景・経緯】

本市では、今まで潜在的に持つ自然や文化等の魅力を内外に発信することが少なかったことから、短時間で体感できるイベントを、季節感を織り交ぜながら月ごとに展開することにより、交流人口の拡大を目指すこととしました。

併せて、市内在住者にも市の魅力を再確認していただき、シビックプライドの醸成等を図るなど、観光地としてのイメージアップと地域の活性化を目的としています。

## **【事業のPRポイント】**

「入間市シティセールス戦略プラン」の分析によると「首都圏近郊のベッドタウンであり、東京圏への移動時間や利便性等について価値判断されることが多かったため、潜在的に持つ自然や文化等の魅力を認識し、内外に発信することが少なかった」とされており、改めて入間市の潜在的な魅力を季節感を織り交ぜながら短時間で体感できるイベントを実施することにより、市内外の方に、本市の魅力を再確認していただきたいと考えています。

## **【事業実績・成果・今後の展開】**

本事業を実施する入間市駅は、大型商業施設等とのアクセスに多く利用されており、入間市の魅力を発信するイベントを実施することにより、その利用者が当市の魅力を感じて再度来訪したり、市内在住者が当市の持つ魅力を再確認したりすることで、シビックプライドを醸成していくことを狙いとしています。

また、本市の新たなイメージを積極的にアピールするとともに利便性の向上等やイメージアップを図ることで、観光拠点としての価値を高めることを狙いとしています。

この取組によって、交流人口の拡大と地域の活性化が図られることを、成果として期待しており、その指標として入間市駅乗降客数を設定しています。

## **【参考資料】**

入間市シティセールス戦略プラン（概要版）

〔 連絡先 〕

企画課総合政策担当

04（2964）1111（内線3133）

いるまには、  
Tasty! なまいにちがある。

入間市シティセールス戦略プラン(概要版)



住む人にも、訪れる人にも。もっと愛され、選ばれる人間へ。

## 1 シティセールスとは？

人間に住む人が人間の魅力を見つめなおし、選ばれるために発信することです。

人間市では約半世紀後の平成52年には現在と比較して約17%減の12万6千人程度にまで減少すると予測されており、高齢者の占める割合の増加や労働人口減少といった課題も顕在化しています。やがて訪れる課題を人間に関わる人々が一丸となって乗り越え、住みたくなくなるまち、長く住み続けたくなくなるまちとして選ばれつづけるために、このまちの魅力を見つめなおし、発信していく取り組み。それが、人間市のシティセールスです。

## 2 人間の魅力ってなんだろう？

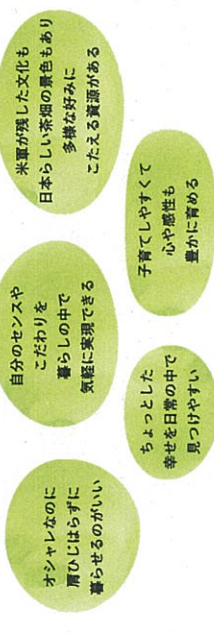
洋と和、どちらの魅力も持ち合わせながら、独自のカルチャーが香るまち。それが、人間。

南東部に茨山丘陵、北西部には加治丘陵という二つの丘陵、荒川の支流である人間川が北西部に流れる人間市。その面積の10分の1を占める茶畑は丘陵とともに豊かな緑を演出し、住宅地ながらも自然に恵まれた景色は多くの人に親しまれています。また、明治期に始まる繊維産業の遺産、昭和期からの航空基地を由来とする、米軍寄附用住宅は、人間独特の「米軍ハウス文化」のもととなっています。さらには、子育て・教育・催し、産業まで幅広い側面で独自のカルチャーが築き上げられており、市民の「住みよい」「住み続けたい」意識が高いことが大きな特徴です。

## 3 人間の魅力を生かした、人間ならではのシティセールスを目指して。

人間の魅力があるからこそ伝えられるライフスタイルを思い描く

人間ならではのシティセールスを実現するために、まずはこのまちの魅力があるからこそ伝えられるライフスタイルを思い描きました。



人間ならではのライフスタイルに共通するキーワード

暮らしを「味わう」という表現があります。住む人や訪れる人の視点に立ったこの言葉こそ、人間ならではのライフスタイルを言い表すのにぴったりです。なにより「味わう」は人間市の複数の魅力に共通するキーワードでもあります。

たとえば...	茨山茶	茨山茶はまさに味わうもの。茶畑も心で味わえる美しい景色。
	ジョンソントンタウン	アメリカンテイストの家やカフェが美しくもオシャレな暮らしの味わい。
	文化創造アトリエ [AMIGOLI]	暮らしの一部として芸術やアートを味わう楽しみ。
	わんぱく相撲	子どもたちの心と体を成長させるよびやくやしきの味わい。
	万歳まっすり	人との交流や喜びを通じた人間味の味わい。

人間市シティセールスコンセプト

いるまには、Tasty! なまいにちがある。

## 4 「Tasty! ないるま」を、さまざまなアクションプランで広げていきます。

8つのアクションプラン（事業案）

- ① 米軍ハウス建築推進&景観創出プロジェクト  
自分のセンスやこだわりを暮らしの中で実現できるまちへ。
- ② 金子駅周辺茨山茶アテナテナショップ  
お茶がつねに身近にあり、その魅力を大切に育み、伝えるまちへ。
- ③ 茶畑の景観活用プロジェクト  
畑の景観を愛し、その素晴らしさを伝えるまちへ。
- ④ 人間市の雰囲気にあった Tasty! なカフェ誘致増加  
来訪者や市民がもっと地元で遊び、楽しむまちへ。

- ⑤ 茨山茶を活用した新しい商品の開発・販売  
どこよりもお茶を楽しみ活かすまちへ。
- 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  
子育てにおいても独自かつ本質的なこだわりのあるまちへ。
- ⑦ 春日野部屋との連携事業での誘客  
本物の力士が見られ、本物のちゃんこが味わえるまちへ。
- ⑧ 地元への誇りを高めるチーム人間との連携  
地元で頑張ってることを思えるまちへ。

**人間市の強み**

- 四季折々の景色が美しい
- 茨山茶の生産 No.1
- 古き良きアメリカの世界観
- センス、こだわりがある人に好まれる
- 心を大切に育て、教育がある
- 例年行われる春日野部屋とのイベント
- 世界に誇れるものづくりがある
- etc

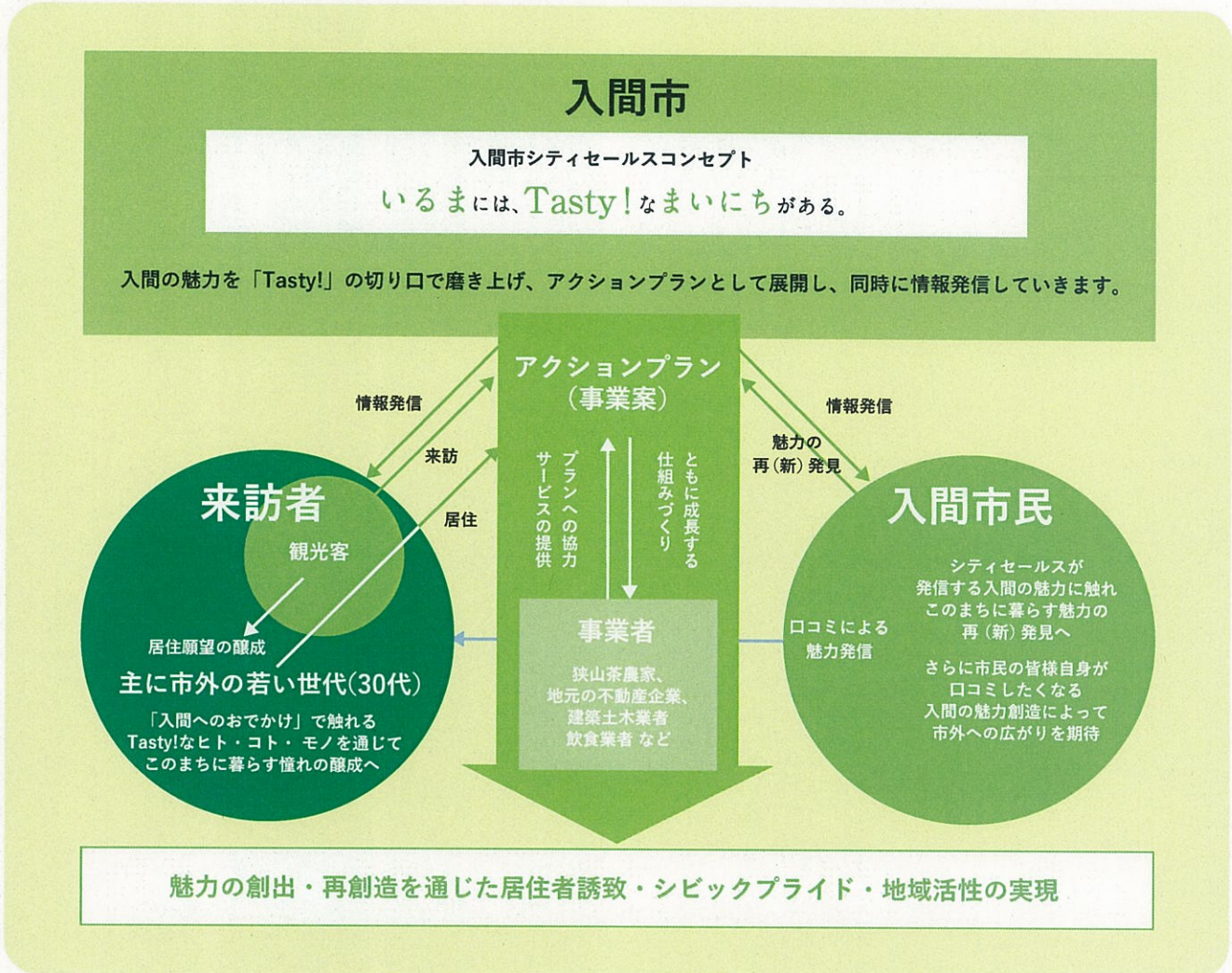
市民意識調査より

あなたにとって人間市は「住みよいまち」「住み続けたいまち」ですか？

**YES 約80%**

# 入間市シティセールス戦略の全体像

シティセールスを有効なものにするためには、市民、団体、企業等と行政が一体となった取り組みが重要です。  
入間市は庁内の推進体制の充実を図り、「オール入間」で地域の魅力再発見、新たな魅力創出やその情報発信に取り組みます。



入間の魅力を戦略的・効果的に市内外にアピール



入間に暮らすみんなの「好き」が、  
シティセールスの原動力です。



シティセールスの目的は、  
その名の通り「セールス」、つまり売り込むことです。  
でも、まずはこのまちに暮らす皆様に愛され、  
一人ひとりが胸を張って「好き」と言えるまちになって、  
はじめて市外の方にも入間の魅力が心に響くものになります。

入間市は第一に市民の皆様を見つめながら、  
このまちの魅力を磨き、積極的に発信していきます。  
そして、皆様とともに入間の魅力をもっと高め、  
日本中、いいえ、世界に愛されるまちを実現していきます!