

# 2009 年度 戸田市政策研究所 調査研究報告書



2010 年 3 月  
戸田市政策研究所

## はじめに

戸田市政策研究所が設置されて2年、昨年に引き続き研究成果である「2009年度 戸田市政策研究所 調査研究報告書」を発行することができました。研究の推進や調査等の実施にあたり、ご指導・ご協力をいただきました皆様にこの機会に心よりお礼を申し上げます。

近年、いくつかの自治体で自治体シンクタンクが設置されております。これは、人口減少化時代にあり、他の自治体より優位な政策を打ち出し、住民に選んでいただけるまちを目指す手段のひとつとして、各々の自治体が政策形成力の向上を目指す動きと言えます。戸田市でも「住んで良かった、住み続けたい」「住んでみたい」と人々から思われるまちをつくり上げるために調査研究を進めてまいりました。

さて、2年目を迎え、研究活動においては、新たな体制での取り組みを開始しました。昨年度は政策研究所の研究員のみで取り組んだ調査研究ですが、より専門性の高い現場の職員を研究員として任命し、プロジェクトチームを形成しました。このプロジェクト設置により、多くの職員が研究活動に関わることとなり、市役所内部で政策研究所への理解をより深めることができました。また、研究員として任命された職員は、高い成果を上げようと努力することにより、個々の研究能力を大幅に向上させることができました。今後もこのプロジェクトチーム形式の研究活動を拡充し、市役所全体の政策形成力を上げていきたいと考えています。

また、政策研究所が取り組んでいる自主勉強会戸田ゼミからも、うれしい波及効果が生まれました。戸田ゼミ出身者により新たな自主勉強会が立ち上げられ、若手職員を中心に「自学」への動きが出てきたことであります。戸田ゼミは政策研究所の事業の一つではありますが、この自主勉強会が一つの核となり、次第に大きな輪に広がることを期待しております。今後は、このような自主勉強会を支援する方策についても考えたいと思っております。

なお本報告書は、本年3月に東京法令出版より刊行いたしました「選ばれる自治体の条件―政策開発の手法と実践Ⅱ―（東京法令出版）」の詳細版としての位置づけとなります。本報告書と併せ書籍もお読みいただければ幸いです。

2010年3月  
戸田市政策研究所  
所長 山田 一彦

## 目 次

<b>戸田市におけるシティセールスの必要性と成功する要件について</b> .....	<b>1</b>
第1章 はじめに .....	1
第2章 シティセールスをめぐる概念の整理 .....	4
第3章 戸田市における展開の方向性 .....	4
第4章 戸田市の地域ブランド戦略 .....	7
第5章 おわりに .....	15
<b>行政と大学の連携によるまちづくりの可能性</b> .....	<b>22</b>
第1章 はじめに .....	23
第2章 先行事例の研究 .....	25
第3章 大学及び市民に対するアンケート調査 .....	31
第4章 戸田市における大学連携に関する取り組みの可能性 .....	38
第5章 おわりに .....	46
<b>2020年度の市税収入をシミュレーション～法人転出とマンション立地の関係～</b> .....	<b>59</b>
第1章 はじめに .....	60
第2章 戸田市の市税概要 .....	62
第3章 戸田市の工業の現状 .....	65
第4章 自治体の企業誘致施策 .....	68
第5章 2020年度の市税シミュレーション .....	70
第6章 今後の展望 .....	75
<b>広告事業のさらなる展開の可能性</b> .....	<b>76</b>
第1章 はじめに .....	77
第2章 広告とは何か .....	78
第3章 多様な自治体広告事業 .....	80
第4章 戸田市における広告事業の未来像 .....	84
第5章 施策化に向けて .....	87
<b>団塊の世代を地域に呼び戻せ～新たな担い手発掘のために～</b> .....	<b>89</b>
第1章 はじめに .....	90
第2章 地域回帰する団塊世代 .....	91
第3章 変わる中高年の意識 .....	92
第4章 団塊の世代が地域デビューするための方向性を検討する .....	94
第5章 団塊の世代のエネルギーをコミュニティビジネスに注ぐ .....	99
第6章 おわりに .....	101

# 戸田市におけるシティセールスの必要性と成功する要件について

## 目次

### 第1章 はじめに

- 1 本研究の背景
- 2 本研究の目的
- 3 2009年度調査研究の手法
- 4 2008年度調査研究の概要
- 5 本報告書の概要

### 第2章 シティセールスをめぐる概念の整理

### 第3章 戸田市における展開の方向性

- 1 地域ブランドの概念整理
- 2 地域ブランド施策の類型
- 3 戸田市のブランド施策の方向性

### 第4章 戸田市の地域ブランド戦略

- 1 地域ブランド検討の手順
- 2 目的の明確化
- 3 地域資源の分析
- 4 外部環境の分析
- 5 地域ブランド戦略の検討
- 6 マーケティング・プロモーションの方向設定
- 7 推進体制の整備

### 第5章 おわりに

### 参考資料

- 1 地域資源調査 調査票
- 2 地域資源調査 回答者 性別 年齢構成
- 3 地域資源調査 自由回答
- 4 まちづくり戦略会議の記録
- 5 戦略会議メンバー

## 第1章 はじめに

### 1 本研究の背景

日本の人口は 2005 年をピークに減少に転じ人口減少社会を迎えている。この傾向は今後、地方自治体にとっても都市経営を根本から見直さざるを得ない程大きな影響を及ぼすことになるだろう。このような状況の中、「都市間競争の時代」という言葉に表されているように、各都市は独自の政策・施策の展開により、他との差別化を図り、自らの魅力を高め、売り込むことで、住民や企業に「わがまち」を選択してもらう活動に力を入れ始めた。つまり都市経営に必要な「ヒト・モノ・カネ」などの資源を積極的に獲得し、将来にわたるまちの活力を維持するための競争が繰り広げられているわけである。そして、この資源獲得のために展開される、都市の魅力や強みを売り込む活動がシティセールスである。

戸田市は、2007 年「全国サステナブル都市調査」<sup>1</sup>において、総合評価全国第 3 位(県内第 1 位)、さらに、2008 年「行政サービス調査」<sup>2</sup>サービス水準総合ランキングで全国第 8 位(県内第 1 位)にランキングされるなど、外部から高い評価を得るようになってきた。

これらの状況は、高い評価を強みとして生かし、シティセールスを展開する絶好のチャンスが到来していると捉えることができる。シティセールスに取り組むことで、市のイメージを確立・向上させるとともに、まちの認知度を高め、ひいては活性化を図ることが期待できる。そこで、戸田市におけるシティセールス活動の必要性、展開の方向性などを明らかにすることを目的として、2008 年度、2009 年度の 2 年間にわたり研究に取り組んだ。

取り組みにあたっては、戸田市において現在シティセールスは取り組まれていない活動であり、まず活動主体のひとつとなる行政内部において、論点や課題を整理する必要があると考えられた。そこで、外部の研究機関ではなく自治体内部のシンクタンクである戸田市政策研究所において調査研究を行うこととなった経緯がある。

なお、研究にあたっては、現在シティセールスに取り組んでいるのは比較的大規模な都市であるが、まだ取り組み事例の少ない人口 12 万人の都市における可能性という視点を持ちながら取り組んでいる。

### 2 本研究の目的

本研究の目的は、以下の 3 点を明らかにすることである。

- ① 戸田市がシティセールスに取り組む目的を明確化する。
- ② 戸田市の地域資源を明らかにする。

<sup>1</sup> 日本経済新聞社が 2007 年 10 月に全国 782 市を対象に実施。「環境」「経済・財政」「暮らし」の 71 指標から偏差値を算出し、3分野の平均値を総合評価としたものである。

<sup>2</sup> 日本経済新聞社が 2008 年 9 月に全国 806 市区を対象に実施。「行政サービス水準」と「行政革新度」の調査で構成。「サービス水準」は 5 分野のサービス毎に得点化したものである。

③シティセールス展開の方向性を明らかにする。

### 3 2009 年度調査研究の手法

地域資源の抽出においては、市民を含めたアンケート調査を実施し分析を行った。また、研究全般にわたり、市役所各部局次長職で構成される「戸田市まちづくり戦略会議」<sup>3</sup>(以下「戦略会議」という)と連携し、戦略会議において討議を行いながら進めた。

### 4 2008 年度調査研究の概要

本研究は 2008 年度、2009 年度の 2 年間にわたり取り組んだ。まず最初に、本報告書の内容に関連することから 1 年目の研究内容にふれておきたい。2008 年度は研究開始にあたり、その前提となる戸田市の都市イメージ調査と先行自治体の取り組み調査を実施した。

#### (1) 戸田市の都市イメージ調査<sup>4</sup>

まずシティセールス検討の前提として、現在戸田市が持たれている都市イメージを明らかにする必要があると考え、実施したものである

これらの結果は、第 4 章 5 項「戸田市の地域ブランド戦略」において反映している。

#### (2) 先行自治体の取り組み調査

自治体におけるシティセールスの意義を検証するために、戸田市に移転可能な取り組みを行っていると考えられた 7 自治体の調査<sup>5</sup>を行ったものである。

### 5 本報告書の概要

本報告書は、1～5 章で構成される。第 2 章では、シティセールスに関連する言葉の定義を通じて、シティセールスの概念整理を行っている。第 3 章では、戸田市におけるシティセールス展開の方向性を、先行研究を参考としながら、戦略会議における検討結果をもとにまとめている。第 4 章では、地域資源に関するアンケート調査の結果を踏まえ、戦略会議で分析検討を行い、戸田市の地域ブランド戦略を導いた。第 5 章はまとめとして、2010 年度にシティセールスをどのように進めるか、具体的な方向について述べている。

---

<sup>3</sup> 「戸田市まちづくり戦略会議」は各部局の次長職をメンバーとして構成、新時代にふさわしい施策や行財政システム等を調査研究し市政運営に生かすことを目的に設置されている。

<sup>4</sup> 調査の詳細については、牧瀬稔・戸田市政策研究所(2009)『政策開発の手法と実践』東京法令出版 p180～186 を参照。

<sup>5</sup> 仙台市、川崎市、浜松市、宇都宮市、静岡市、千葉市、上越市。調査の詳細については、牧瀬稔・戸田市政策研究所(2009)『政策開発の手法と実践』東京法令出版 p187～193 を参照。

## 第2章 シティセールスをめぐる概念の整理

先述の調査を行った7自治体においては、「シティセールス」「シティプロモーション」「地域ブランド」の言葉が使われていた。昨年度の調査研究においては、シティセールスを「都市のイメージを高め都市経営のための経営資源の獲得を目指すための活動」と定義したが、本研究を進めるにあたり、この3つの言葉について整理をしておきたい。

これについて牧瀬稔<sup>6</sup>は次のように述べている。それをまとめると、以下のとおりである。

「シティセールス」は基本的に対外的な活動となり、既存の住民を対象としていない事例が見られる。「シティプロモーション」は対外的な活動に加え、対内の主体も対象としていることが多い。しかし、現状ではその境界線は曖昧である。また、今日、自治体が「シティセールス」や「シティプロモーション」に取り組むにしても、その大前提にあることは「ブランド」の確立である。ここでいうブランドとは自治体の持つ自然・歴史・文化・産業などの特徴を客観的に把握した、その自治体固有のイメージである。このブランドが確立されていない状況では、「何も売り込む商品が無い」「アピールするコンテンツが無い」ことを意味するため、「セールス」も「プロモーション」もできないこととなる。そこで、まず「ブランド」を構築することが求められ、ブランドが確立された次の段階として「シティセールス」「シティプロモーション」に取り組むことが大切である。

本研究では、この考え方に基づき論を進めることとする。

## 第3章 戸田市における展開の方向性

### 1 地域ブランドの概念整理

では、次にシティセールスに取り組む際の前提となる、「ブランド」について考えてみたい。

ブランドについては既に多くの文献等により種々述べられているが、本研究では、まず企業のマーケティングの視点を援用したい<sup>7</sup>。米国マーケティング協会は、「売り手の財やサービスを他の売り手のそれとは異なるものとして識別するための名前、用語、デザイン、シンボル、及びその他の特徴」と定義している。また、ブランドという言葉はマーケティングや経営の現場で使うための共通認識として、博報堂ブランドコンサルティングは「すべての商品やサービスがブランドになり得る。商品だけでなく企業もブランドであり、顧客が価値を感じるものすべてがブランドとなり得る」という考え方が必要であるとしている。

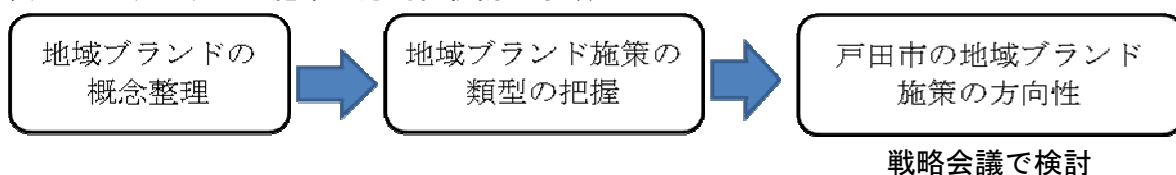
<sup>6</sup> 牧瀬稔「第7章「都市を売り込む」ことで住民の獲得を目指す～シティセールスとシティプロモーションのすすめ～」牧瀬稔・中西規之(2008)『人口減少時代における地域政策のヒント』東京法令出版

<sup>7</sup> 博報堂ブランドコンサルティング(2009)『図解でわかるブランドマーケティング 新版』日本能率協会マネジメントセンター

上述のブランドの考え方を地域・都市に当てはめたのが、地域、あるいは都市ブランドである。これは、まちの住みよさや行政サービスなども、顧客としての市民が価値を感じればブランドになるという考え方に基づいている。現在先行自治体が行うブランド活動では「地域ブランド」「都市ブランド」の2つの言葉が使われているが、本研究ではより広範な意味を持つ「地域ブランド」を使用した。

さて、戸田市における地域ブランド施策の方向性を次のような手順で検討した。

図表1 地域ブランド施策の方向性検討の手順



まず、地域ブランドの概念を整理した上で方向性を探ることとし、先行研究を参考とし、地域ブランドの考え方の整理を行った。

その後、戦略会議において、施策の方向性を検討していく方法をとった。戦略会議が関与した理由は、複数の部局にまたがる課題であり分野横断的な検討体制が必要であったこと、戦略会議の設置趣旨に合致した内容であったことの2点である。

## 2 地域ブランド施策の類型

生田孝史・湯川抗・濱崎博<sup>8</sup>らは、企業のブランド戦略をもとに、地域ブランドを「地域が持つ価値を人々の知識・感情に働きかけて地域イメージを普及させ、ヒト・モノ・カネを誘因するものである。」と定義し、その目的を、地域イメージと個別ブランドに大別して整理している。地域イメージは、その地域が持たれる統一的イメージであり人々の知識・影響に働きかけるものである。個別ブランドとは、地産や観光等の従来型のブランドである。本研究においてはこの地域ブランドの定義を準用する。

また、事例調査から地域ブランド関連施策の類型を導いている(図表2)。これは、地域ブランド関連施策を対象、目的、及び地域イメージの違いから整理し類型化したものである。この類型から取り組みの方向性を探る上の重要な示唆が得られた。

<sup>8</sup> 「地域ブランド関連施策の現状と課題－都道府県・政令指定都市の取り組み－」生田孝史・湯川抗・濱崎博(2006)『研究レポート No.251』富士通総研経済研究所



図表2 地域ブランド施策の類型

タイプ	概要
<p>タイプA 地域イメージ施策・ 個別ブランド総合型</p>	<p>地域イメージと個別ブランド双方を施策の対象及び目的としている自治体であり、地域イメージ施策と個別ブランド施策の相乗効果を狙っている。強固な既存の地域イメージがあり、目指す地域イメージは既存の地域イメージを強化するものである</p>
<p>タイプB 地域イメージ施策・ 個別ブランド波及型</p>	<p>地域ブランド中心の施策を行うことによって、個別ブランドへの波及を図ろうとする自治体であり、既存イメージとは異なる新たなイメージを再構築(あるいは創造)しようとする自治体である。そのために新たなイメージの認知を図る施策に注力せざるを得ない。また、現段階では、新たなイメージと連携した個別ブランドがあまり存在しないため、個別ブランドをPRするような施策を手掛けるには時間を要する。</p>
<p>タイプC 個別ブランド施策・ 地域イメージ波及型</p>	<p>個別ブランド中心の施策をとりながら、波及効果として形成される地域イメージを具体的に描いている自治体である。地域の認知度が比較的高く、既存イメージを強化する必要がないという自治体があつた。</p>
<p>タイプD 個別ブランド特化型</p>	<p>個別ブランド施策とその直接的な便益に特化した自治体であり、施策の目的として地域イメージへの波及は考慮していない。</p>

※生田孝史・湯川抗・濱崎博 「地域ブランド関連施策の現状と課題」をもとに作成  
 ※網掛け部分に戸田市が該当すると思われる。

### 3 戸田市のブランド施策の方向性

次に、この類型を参考として戸田市のブランド施策の方向性をどうすべきか、戦略会議で検討を進めた。

戸田市の全国的な認知度、持たれているイメージについては、第1章4項、2008年度調査研究の概要において述べた。その結果から、現在の戸田市は全国的に認知度が低く、強い既存イメージを持たない都市であることがわかっている。

このことから、ブランド施策の方向性は、まず新たなコンセプトに基づき地域イメージを創造することから始めるべきであると考えた。また、戸田市には、現在全国的に有名な地産品といった個別資源は存在しない。これらを踏まえ前掲の類型に照らすと、戸田市は、タイプB：地域イメージ施策・個別ブランド波及型に当てはまるのではないかと考えられた。そこで、戸田市の取り組む施策の方向性について検討を行い、次のような結論を導いた。

明確な都市イメージを持たない戸田市の地域ブランド施策の方向性は、まず目指す都市のイメージを構築し、そのイメージを認知させる施策を展開することにより、個別ブランドへの波及を図ることが望ましい。最初に「都市イメージの確立」「都市イメージの創造」を行い、それをもとに市内外へのセールス活動を行うことにより、知名度の向上、戸田市のアイデンティティの確立を図る。そして、その成果を個別ブランドに波及させるという順序である。なお、現在行われている、戸田ブランド事業、戸田市優良推奨品制度<sup>9</sup>をはじめとする産業活性化への取り組みは、市民へのプロモーションとして、戸田市への愛着醸成、アイデンティティの確立などの成果が期待できることから、並行して進める必要がある。

## 第4章 戸田市の地域ブランド戦略

### 1 地域ブランド検討の手順

前項で述べたブランド施策の方向性を踏まえ、地域ブランド戦略の検討を進めた。まず検討手順を図表3のように設定した。2009年度の検討手順は、(1) 目的の明確化、(2) 地域資源の分析、(3) 外部環境の分析、(4) 地域ブランド戦略の検討である。このすべてについて、戦略会議で検討を行った。

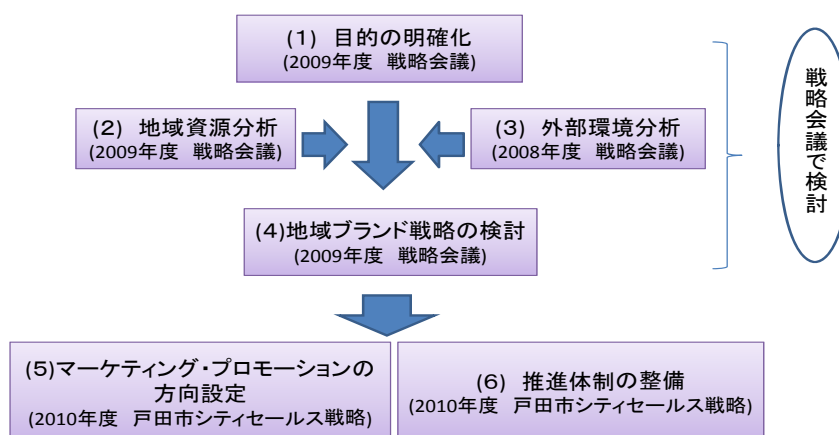
なお、(5) マーケティング・プロモーションの方向設定、(6) 推進体制の整備、が残ることとなる。これについては、施策化の段階で計画の策定が必要となることから、今後、戸田市として計画を策定する中で具体的にする必要はある。なお、計画策定にあたっては、人員や予算が限られた状態で実施することが予想されることから、先行自治体で行われている種々の取り組みを網羅的に取り入れるのではなく、集中して行う取り組みを選択し、具体化する「戦略プラン」の形をとることが望ましいという方向が確認された。本研究ではこのプランを「(仮称)戸田市シティセールス戦略」としている。

以下は順次行った検討の概要である。

---

<sup>9</sup> 戸田ブランドの取り組みは、2006年に市制施行40周年を期に戸田市と戸田市商工会が開始した。現在は「戸田市優良推奨品制度」として22商品が登録されている。また、2009年度からは、戸田らしさをテーマとした「お弁当コンテスト」も開始している。

図表3 戸田市における地域ブランド検討の手順



※生田孝史・湯川抗・濱崎博 「地域ブランド関連施策の現状と課題」をもとに作成

## 2 目的の明確化

シティセールスの一般的な意義、背景等については、第1章1項、研究の背景で述べたが、戸田市における目的、必要性、意義等をより明確にするために、改めて検討を行った。概要は次のとおりである。

○戸田市におけるシティセールスの必要性とその意義(戦略会議での検討結果より)

日本は人口減少社会を迎えたが、戸田市は東京都心から20km圏に位置し、交通利便性が高く、人口増が続き、平均年齢が低い活気あふれるまちである。現在まで、健全な財政状況を基盤とし着実なまちづくりを進めてきた。しかし、日本社会全体の少子高齢化や経済の不調など、社会環境は急激に変化している。また、2008年12月の国立社会保障・人口問題研究所の将来推計によれば、戸田市は、2035年においても人口増が見込まれるものの、2035年の高齢者の増加率の予測が2005年比で全国第10位となるなど、人口構成をはじめとするまちの姿が急速に変化していくことが予想されている。このような環境の変化は、今後、戸田市の都市経営や市民生活に大きな影響を及ぼしてくるものと考えられる。

このような状況の中、まちの活力維持のため、都市間競争とよばれる都市間の資源獲得競争が既に始まっており、今後ますます激しさを増すものと予想される。

戸田市においても、魅力や強みを積極的に内外にアピールすることで都市経営に必要な「ヒト・モノ・カネ」などの資源を獲得し、今後も快適で安定した市民生活を提供し続けなければならない。この資源を獲得するために展開される魅力や強みを売り込む活動がシティセールスである。戸田市がシティセールスを行う最終目標は、将来にわたりまちを活性化することにある。

戸田市は、近年様々な都市ランキングで上位の評価を得るようになったが、未だ市の認知度は低く、定まったイメージを持たれていない。また、全国的に有名な産品も存在しない。そこで、シティセールスを展開することでプラスのイメージを発信し、市外に対しては戸田市への関心を高めてもらうとともに、市民には市への愛着を深めてもらう、これら2つの効果を期待するものである。

### 3 地域資源の分析

戸田市が持つ地域資源は何か、これが地域ブランド戦略の基本となることから、次の手順で洗い出し作業を進めた。

#### ①政策研究所研究員(市職員)による地域資源の抽出

政策研究所内において、研究員による抽出作業を行った。抽出した資源は、②以降のアンケートの調査票に反映した。

#### ②戸田ゼミメンバー(市職員)へのアンケート調査

戸田ゼミメンバーにアンケートを実施した。対象者16名、回収数15名。  
アンケートの内容は、①で抽出した地域資源を候補として挙げ、戸田市が誇れるものはどれかを尋ねたものである。回答は複数回答可とした。また、候補にないものは自由回答で記入することとした。

#### ③第4次総合振興計画策定研究部会委員(市職員)へのアンケート調査

②と同内容のアンケートを庁内LANを通じて実施。対象者37名、回収数28名

#### ④第4次総合振興計画審議会委員(市民)へのアンケート調査

②と同内容のアンケートを郵送により実施。対象者40名、回収数30名。

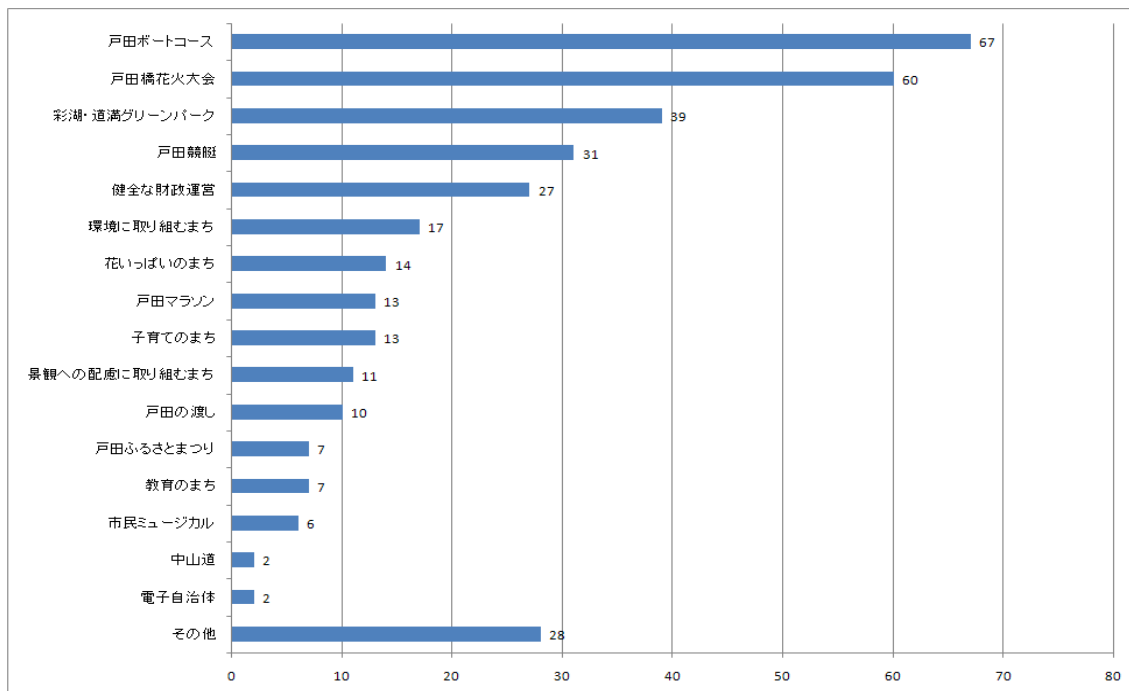
#### ⑤まちづくり戦略会議メンバー(市職員)へのアンケート調査

②と同内容のアンケートを戦略会議メンバーに会議において実施。対象者11名、回収数8名。

併せて②～⑤の結果を分析した。

図表4は、②～⑤の集計結果である。調査総数は81名であった。

図表4 地域資源の集計結果



(回答総数=341 ※複数回答であることによる)

※「その他」の詳細については、[資料]3. 地域資源調査 自由回答に掲載

上位には、施設では、市の名前を冠した競技施設「戸田ボートコース」<sup>10</sup>、大規模公園「彩湖・道満グリーンパーク」<sup>11</sup>等が、イベントでは、首都圏有数の花火大会「戸田橋花火大会」<sup>12</sup>、全国ランニング大会 100 撰<sup>13</sup>に入った「戸田マラソン」等が、まちのイメージとして「環境に取り組むまち」「花いっぱいのもち」等が上位にあがっている。

#### 4 外部環境の分析

ブランド戦略を立てる際には、競合する都市との比較、強み弱みの分析などが必要となる。本研究所の 2008 年度テーマとして、戦略会議と連携し SWOT 分析<sup>14</sup>などを用いて、戸田市をとりまく外部環境・内部環境、強み弱みを分析し「戸田市の現状と課題」<sup>15 16</sup>

10 1940 年に完成し 1964 年オリンピック東京大会漕艇競技の会場となった全国有数のボートコースである。

11 荒川堤外にある、667,000 m<sup>2</sup>の公園で年間 100 万人以上の利用がある。

12 2009 年で第 57 回となる花火大会で、対岸の板橋とあわせ 11,000 発が打ち上げられる。

13 2008 年に開催された大会に出場したランナーが投票で選ぶ人気大会 100 撰。

14 現状分析の手法。SWOT は、Strength(強み)、Weakness(弱み)、Opportunity(機会)、Threat(脅威)の頭文字を取ったもの。要素を S(強み)・W(弱み)・O(機会)・T(脅威)に分類しマトリクス表にまとめ問題点を整理する。

15 戸田市政策研究所・まちづくり戦略会議(2009)『戸田市の現状と課題』

16 牧瀬稔・戸田市政策研究所(2009)『政策開発の手法と実践』東京法令出版 p115~130 を参照。

として報告している。本研究においてもその成果を生かすこととし、新たな分析は実施していない。詳細については「戸田市の現状と課題」報告書をご覧ください。

## 5 地域ブランド戦略の検討

戸田市のブランド施策の方向性については、第3章3項で述べているが、これを前提として、地域ブランド戦略の検討を、①戸田市の魅力・強み＝売りとなるもの ②獲得すべき資源 ③シティセールスの対象 ④何をセールスするのか～目指す都市のイメージ の順で行った。

### ①戸田市の魅力・強み＝売りとなるもの

ブランドとなる要素を把握するために、最初に現在の戸田市の魅力・強み＝売りとなるものの検討・確認を行いとりまとめた。参考としたのは、戸田市政策研究所の2008年度研究報告書「戸田市の現状と課題」である。

若いまち＝平均年齢が県内で一番低い。生産年齢人口比率が高い。今後も見込まれる人口増加。

自然・地理・交通・産業＝坂の少ない平坦な土地。東京都心より20km圏に位置。首都高速道路5号線、東京外かく環状道路。JR埼京線が走る交通の要衝。都心まで鉄道で20分、車で30分の利便性。交通利便性を活かした倉庫業や配送センター、実績ある印刷・製本産業。

都市基盤・施設等＝国内唯一のオリンピック開催ボートコース。水と緑あふれる大規模な公園～彩湖・道満グリーンパーク、県立戸田公園。公園面積県内第4位。高い市道舗装率。屋上緑化システム「フェルトガーデン戸田」。進捗中の戸田駅、北戸田駅周辺の区画整理。

行政経営＝健全な財政状況。サステナブル都市全国第3位。行政サービス調査サービス水準ランキング全国第8位。

### ②獲得すべき資源：

次に、上記の内容、戸田市の魅力・強みを踏まえ、シティセールス活動により獲得すべき資源の検討を行い、獲得すべき資源、都市経営に必要なとされる資源を「ヒト、モノ、カネ」に分け整理をした。

種 別	検 討 内 容
ヒト	<p>○最終的な目標は定住人口の獲得。過程としての交流人口の増加<sup>17</sup>。</p> <p>有力な観光地や宿泊施設を持たない戸田市が目指すのは、定住人口の獲得である。戸田市の強みを生かし、まちの活力を高める定住人口とりわけ若い世代の確保を目指す。新規住民の獲得に加え、現在年間約2万人の転出入があることから転出者を抑え、住み続ける人を増やす視点も重要。</p> <p>交流人口については、まず市内の施設利用やイベントへの参加により、来訪回数を重ねてもらい、戸田市への良好なイメージを持ってもらうことで、定住へと繋がる可能性があることから交流人口増加のアプローチも必要。</p> <p>また、まちづくり推進の観点から地域や各分野の核となる人材の獲得(育成)も必要。</p>
モノ	<p>○従来産業の高度化、戸田市に合った新規産業誘致</p> <p>戸田市の産業構造は、出版・印刷、食品、機械・金属など、製造業の比重が高いが、近年事業所数は大きく減少している。しかし、その中でも出版・印刷等の都市型製造業の減少率は低いのが特徴である。また、首都に隣接し交通の要衝である地の利を生かした、倉庫・運送業の多さも特徴である。以上から、従来産業の特徴を生かした、産業の高度化が求められる。また、大規模な産業用地を持たない戸田市の状況に合った、情報・サービス、研究・開発などの産業誘致も進めたい。産業の振興はまちの活性化に欠かせない。企業の誘致、転出防止策が要である。</p>
カネ	<p>○税収の確保と資金の獲得</p> <p>人口、産業の獲得に伴う税収の確保とともに、国や県からの補助金、民間資金の獲得に取り組む。また、戸田橋花火大会、戸田マラソン大会など、従来からのイベントに加え、文化、スポーツ、研究大会などを誘致することで経済効果を生み出す必要もある。さらに、現在進めている戸田ブランド認証制度などにより、市内製品の販売拡大による経済効果の創出も必要。</p>

※戦略会議の検討をもとに作成

③シティセールスのターゲット

シティセールスのターゲットを、対象地域と対象者から整理を行った。なお対象地域は市外と市内に分けて考えている。

まず、市外の対象地域、対象者であるが、戸田市を認知してもらい最終的には定住へと繋げたいことから、戸田市に転入可能性のある首都圏在住者をターゲットと考えた。具体的には、対象者が現在住んでいる都市から戸田市へ転入することを想定し、市内を通過する都心へ向かう縦ラインの交通～JR 埼京線、及び首都高速道路5号線の沿線、及びそれらと交差する横ラインの交通、並びに延長線にある交通～JR 武蔵野線、宇都宮線、高崎線、東武野田線、埼玉新都市交通線、及び東京外かく環状道路の沿線の都市の在住在勤者とした。

また、戸田市内の対象者は、在住・在勤者とした。戸田市に住むこと、働くことへの誇りや愛着を高めてもらうことで、対象者個々による他市在住者へのPRが展開される

<sup>17</sup> 定住人口:その地域に住んでいる人口。交流人口: 通勤・通学、買い物などでその地域を訪れる人口。

ようになること、また、対象者の他市への転出が減少することを期待している。

#### ④何をセールスするのか～目指す都市のイメージ

①から③の検討を踏まえ、戸田市のブランドイメージともいえる、包括的な都市イメージの検討を行った。「戸田市として最も訴えるべき価値」をベースとして、それを一言で表す都市イメージのキャッチフレーズを創るという方法をとった。この際には第1章4項(1)で述べた戸田市の都市イメージ調査の結果を踏まえている。

導かれたイメージは次のとおりである。

★戸田市が目指す都市イメージ

**「首都に隣接 オアシス都市、憩う、育む、楽しむまち」**

次に、検討の過程であげられた候補を参考として紹介する。



参考:検討の過程で挙げられた訴えるべき価値、目指す都市イメージ

<p>戸田市が最も訴えるべき価値</p>	<p>○自然、環境等 水と緑、先進的な環境問題への取り組み、</p> <p>○施設、都市基盤 戸田ボートコース(オリンピックボートコース)、戸田競艇場、彩湖・道満グリーンパーク、進んだ基盤整備、都市景観行政、荒川サイクリングロード</p> <p>○利便性 立地=都心からの距離・時間、通勤・通学・買い物、JR線・首都高速道路・東京外かく環状道路が交差する交通の要衝</p> <p>○産業 企業支援、活気あるものづくり、</p> <p>○イベント 戸田橋花火大会、戸田マラソン大会</p> <p>○行政経営 健全な財政、公共料金が安い、若さあふれるまち、子育て支援・教育への注力、公会計改革、高い都市ランキングの順位</p>
<p>都市イメージの候補</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ランニング・ウォーキングのまち</li> <li>・スポーツシティ</li> <li>・どら焼きからロケットまで、活気あふれるまち</li> <li>・憩いのまち</li> <li>・自然の美しい活気あるまち</li> <li>・都会の利便性とふるさとの居心地が融和したまち</li> <li>・若さと活気で、人を惹きつけるまち</li> <li>・人と生き物が行き交うまち</li> <li>・帰りたくなるまち</li> <li>・自然環境、生活環境ともにすぐれたまち</li> <li>・地域子育て応援タウン</li> <li>・オリンピックボートコースのある、ボート競技のまち</li> </ul>

※戦略会議の検討をもとに作成

## 6 マーケティング・プロモーションの方向設定

マーケティング・プロモーションの手法については、詳細を2010年度策定予定の「(仮称)戸田市シティセールス戦略」において具体化することとし、先行自治体の事例調査、先行研究の確認などによる情報の共有を行った。

## 7 推進体制の整備

推進体制についても、2010年度策定予定の「(仮称)戸田市シティセールス戦略」において具体化することとしたが、考え方の確認を行った。その内容は以下のとおりである。

### ○推進体制について

2年間にわたり行政内部による調査研究を進めてきたが、シティセールス実施段階では、行政だけでなく、商工会、観光協会など地域の関連団体や事業者等も巻き込んだ推進体制づくりが必要となる。先行自治体の調査においても、地域の関係団体等で構成される協議会形式の体制を設置して取り組んでいる事例が多い。今後は、シティセールスに関わる市内の様々な主体を把握し連携を模索していく必要がある。

## 第5章 おわりに

2年間にわたる調査研究により、戸田市の現在の都市イメージ、目指すべき姿、セールス活動の必要性と実践に向けた課題や方向などを明らかにすることができた。また、研究2年目において戦略会議と連携し調査研究を進めたことは、施策化・実践に向け大きな意味があったと考えている。シティセールスの施策化にあたっては、市役所内複数の部局が関連することから、各部局の次長職で構成される戦略会議が関与したことで、今後の展開の円滑化が図れたものと考えている。

なお最後に、2010年度に予定される「(仮)戸田市シティセールス戦略」の策定についても、引き続き戦略会議において取り組むべきであるということを確認できたことを申し添えたい。

### [主な参考文献等]

- ・牧瀬稔、戸田市政策研究所「政策開発の手法と実践～自治体シンクタンク戸田市政策研究所の可能性～」 東京法令出版 2009
- ・生田孝史・湯川 坑・濱崎 博「地域ブランド関連施策の現状と課題～都道府県・政令指定都市の取り組み～」 2006年
- ・生田孝史「自治体合併と地域ブランド施策～合併市町村の地域イメージに関する考察～」 2006年
- ・崔 瑛「地方自治体による地域ブランド関連施策の現状と課題」 2007
- ・博報堂ブランドコンサルティング 編「図解でわかるブランドマネジメント 新版」 日本能率協会マネジメントセンター 2009
- ・博報堂ブランドコンサルティング 編「図解でわかるブランドマーケティング 新版」 日本能率協会マネジメントセンター 2009
- ・フィリップ・コトラー、ナンシー・リー 「社会が変わるマーケティング」 英治出版 2007
- ・フィリップ・コトラー、アラン・R・アンドリーセン「非営利組織のマーケティング戦略」 第一法規 2005

- ・アル・ライズ、ジャック・トラウト 「ポジショニング戦略 新版」 海と月社 2008
- ・電通 abic project 編「地域ブランド・マネジメント」有斐閣 2009
- ・河井孝仁「シティプロモーション」東京法令出版 2009

[資料]

## 1. 地域資源調査 調査票

※対象者により、調査票の説明文に若干の差異あり

### 戸田市の地域資源調査

～ご協力のお願～

(09.10.16 総合振興計画市民会議)

戸田市の長期計画策定に携わられました戸田市総合振興計画市民会議委員の皆様、アンケートにご協力いただきたくお願い申し上げます。 (市民会議を担当しております経営企画課より、皆様の連絡先を頂きました)

本調査は、戸田市が設置した「戸田市政策研究所」が取り組む研究活動「戸田市のシティセールスの必要性と成功する要件について」の一環として、戸田市を象徴する要素を調査し、都市ブランドを検討するために実施するものです。アンケートの結果は統計的な数値として集計し研究活動の資料とするもので、他の目的には一切使用することはありません。なお、アンケートの結果及び研究活動の成果については、戸田市のホームページに掲載する予定です。アンケートにご記入の上、同封の返信用封筒で**10月30日(金)までにポストに投函**いただければ幸いです。

貴重なお時間をいただきまして恐縮でございますが、ご協力の程よろしくお願いいたします。

戸田市政策研究所 主任研究員 山本義幸

戸田市上戸田 1-18-1 戸田市役所政策秘書室 048-441-1800 内線 433

e-mail: yamamoto.yoshiyuki@city.toda.saitama.jp

#### 1. はじめにあなたご自身のことについてお尋ねします。

あてはまる番号に1つだけ○をつけてください。

(1)あなたの性別についてお尋ねします。

1.男性 2.女性

(2)あなたの年齢についてお尋ねします。

1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代 8. 80代

#### 2. 次に、戸田市を象徴すると思われる場所やイベント、取り組み等を挙げています。戸田市を代表するもの、他都市に誇れるものとして、ふさわしいと思うものを選んで○をつけてください。(いくつでも結構です)

他にふさわしいものがあれば、「その他」欄に具体的に記入してください。

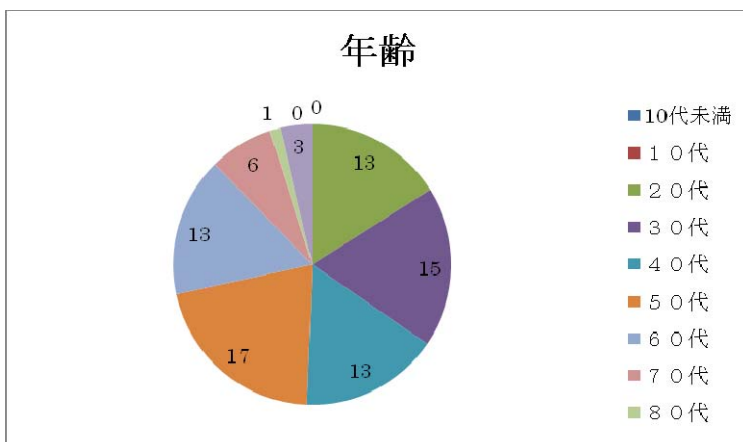
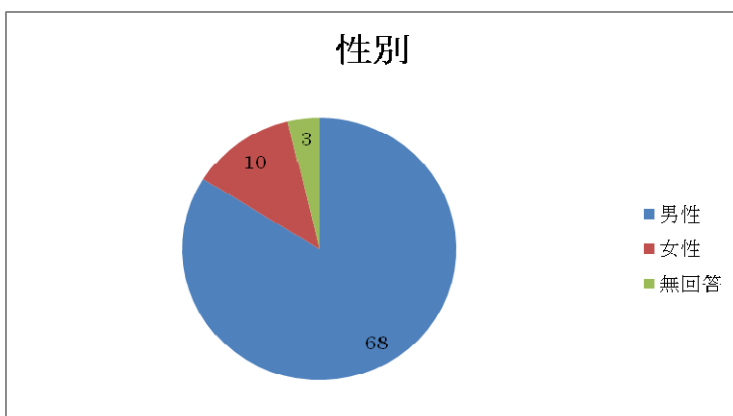
- 1.戸田ボートコース 2.彩湖道満グリーンパーク 3.戸田の渡し 4.中山道 5.戸田競艇
- 6.戸田橋火花大会 7.戸田マラソン 8.市民ミュージカル 9.戸田ふるさとまつり
- 10.環境問題に取り組むまち 11.景観への配慮に取り組むまち 12.花いっぱいのもち
- 13.子育てのまち 14.教育のまち 15.電子自治体 16.健全な財政運営のまち
- 17.その他

{

}

## 2. 地域資源調査 回答者 性別 年齢構成

- ・調査数：81名
- ・戸田ゼミメンバー：15名、2009.7.16～ 庁内LANにより実施
- ・戦略会議メンバー：8名、2009.7.29～ 庁内LANにより実施
- ・第4次総合振興計画策定課題研究部会委員：28名、2009.10.24～ 庁内LANにより実施
- ・戸田市総合振興計画市民会議委員：30名、2009.10.16～ 郵送により実施



## 3. 地域資源調査 自由回答

- ・一人当たり所得額県内一位（市のセールスポイントとして有効）
- ・戸田交響楽団・公開講座の充実・国際交流・下戸田ささら獅子舞・彩湖自然学習センター・図書館・博物館・戸田市スポーツセンター・プリムローズ・こどもの国プラネタリウム・戸田市文化会館
- ・提案・・・彩湖道満グリーンパークから戸田競艇場まで、「水と緑の公園」としてレンタサイクルや動く歩道等で整備し、家族で楽しめる施設づくりを実施する。
- ・サステイナブル都市、都内に近い街、戸田市交響楽団などですが、学術や文化などがめばしいものがないのが残念です。
- ・「戸田大使」として戸田出身の企業社長や芸能人を任命して、美しい戸田ポートコースの風景などをいれて名刺を配る。シティセールスとしてどういう形にもっていくの

かある程度都市イメージをもって調査項目にいったほうがいい。たとえば、①安住(ずっと住んでいきたい一花いっぱい町、環境を考えるまちなど) ②活気(イベントやレクリエーション、コミュニティ活動、若さあふれるまちなど) ③発展(電子自治体、教育のまち、流通交通路のまち) など3つくらい流れを考慮して都市イメージが伝えられるように。

- ・若いまち
- ・スポーツのさかんな街
- ・冬のイルミネーション
- ・防犯の取り組み(市、自治会・・・町会・PTA、市民)
- ・しあわせな環境のまち
- ・そこそこのまちでなく、文化、デザインのまち(経済合理主義のいきすぎをストップ)
- ・「ボートのまち、戸田」を宣言するのであれば、県と協議をし、戸田ボートコースの水質改善、活用方法等を推進するとともに、水と緑のネットワーク形成プロジェクトが展開されておりますが、関連してもっと道満グリーンパークを広くPRすべきである
- ・10～14ほどの程度なら誇れるのでしょうか？相対的であり、絶対量的な判断は難しいと思います。他市より圧倒的に抜き出していなければ、誇れるのは自由ですが恥ずかしい事です。市民団体、市民と行政が「協働に取り組むまち」として評価される事を願っています。
- ・情報公開のまち
- ・戸田市役所、文化会館、後谷公園周辺の都市景観
- ・行政への市民参加
- ・マラソン、ミュージカル、祭りはどこの市町村でも同じような事はやっている。B級グルメがないのが寂しい。
- ・戸田市最大の優位性は、大都市東京と新都心さいたまの中間に位置する「立地」である。これにより便利でありながら地価がほどほどのため、住む場所として、事業を営む場所として選ばれている。無理に背伸びをせずこのポジションをキープし、将来にわたって住民や事業者に選ばれていくため、位置情報を含んだキャッチコピーとして、以下を提案する。「TOKYOフロントシティ」「首都圏衛星都市の星」「どこへでもTODA」
- ・交通の要衝(利便性)
- ・道路、鉄道の利便性が高いまち：首都高や大宮BP等、埼京線の駅が市内に3つも！
- ・水道水の質(安くておいしい。) さくら川(桜並木、壁画、上部利用の休憩所等散歩に適する。) 埼京線(発車ベルに市歌) ピンクリボン運動
- ・印刷・製本・流通のまち
- ・美女木ジャンクション(交通の要所という側面から)
- ・道路交通の利便性が高い(例：バブ道路交通拠点の整備)
- ・にこにこ安心して暮らせる町づくり
- ・地方交付税不交付団体
- ・荒川土手周辺のロケーションがいい。公園が多い。

- ・自立した都市を目指す上で、シティセールは重要と考えますが、単に知名度を上げるだけでなく、誰に対してシティセールを行っていくか、その先の目的を考えるべきと思います。戸田市の資源を有効活用して地域が活性化されるような協力や連携といった付加価値が出来れば更に魅力ある戸田市になると思います。
- ・本市の市民一人当たり都市公園面積は、10.82平方メートルあり、埼玉県内の市町村の平均が6.41平方メートル（平成20年3月31日時点）に対して、上位にランクされている。
- ・起伏（高低差）の少ない平坦（フラット）なまち→ネームバリューや、おしゃれといわれているようなまちであっても、起伏が激しければ住みづらい（生活しづらい）のではないかと思った為（高齢化が進めば、ますます顕著だと思われる。）※特に何も無いのが本市の特徴だと思われます。無いのだから、戦略的に作るしかないかと思われます。ex. 地形が平坦というメリットを生かし、トコバスの運行ルートのような市内の要所を結んだサイクリングロード（きちっとしたハード整備は無理だろうから、先ずはお金をかけずルートマップの作成から取りかかる）が整備出来れば、面白く、売り出せるのではないかと思います。さらに自転車はCO<sub>2</sub>を排出せずエコで、今のトレンドだと思います。

#### 4. まちづくり戦略会議の記録

##### ○会議経過

第1回	平成21年7月29日 13:30～ テーマ「戸田市におけるシティセールスの必要性と成功する要件について」の2008年度の研究についての経過確認。 検討の方向性、スケジュール等について。 地域資源抽出のためのアンケート調査の実施について。
第2回	平成21年8月19日 9:00～ シティセールス活動を行う目的の明確化、現状の都市イメージについて検討。
第3回	平成21年11月24日 10:00～ アンケート結果をもとにした、地域資源の分析。 戸田市として訴えるべき価値、戸田市の目指す都市イメージの検討と確認。 図書原稿原案の確認。 シティーセールスの展開に、戦略会議が今後どのように関与するか。
第4回	平成22年3月15日 13:30～ 最終報告書の確認。 (仮称)戸田市シティーセールス戦略策定の方向性について (5)マーケティング・プロモーションの方向性設定 (6)推進体制の整備について、方向性の確認。

## 5. 戦略会議メンバー

### 戸田市まちづくり戦略会議メンバー

平成21年4月1日現在

	職名	氏名	備考
1	政策秘書室長	山本 義幸	
2	総務部次長	島崎 眞一	
3	財務部次長	本間 幹雄	会長
4	市民生活部次長	辰口 文義	
5	福祉部次長	細渕 栄二	
6	こども青少年部次長	鈴木 敏貞	
7	都市整備部次長	中村 龍一	副会長
8	医療保健センター次長	須山 梅子	
9	水道部次長	野口 武	
10	消防本部次長	矢口 弘	
11	教育委員会事務局次長	川村 順一	



# 行政と大学の連携によるまちづくりの可能性

## 目 次

### 第1章 はじめに

- 1 本研究の背景
- 2 本研究の目的
- 3 本研究による期待される効果
- 4 調査・研究の手法
- 5 本報告書の概要

### 第2章 先行事例の研究

- 1 埼玉県における大学との協定等締結状況
- 2 大学連携によるまちづくりの事例

### 第3章 大学及び市民に対するアンケート調査

- 1 大学に対する行政との連携に関するアンケート調査
- 2 市民に対する大学連携講座に関するアンケート調査

### 第4章 戸田市における大学連携に関する取り組みの可能性

- 1 STEP1 「大学との関係づくり」(教育機能・社会貢献機能)
- 2 STEP2 「大学との協定締結」包括協定締結によるまちづくりに関する共同研究(研究機能・社会貢献機能)
- 3 STEP3 「大学の拠点づくり」戸田市への大学誘致(研究機能・教育機能・社会貢献機能)

### 第5章 おわりに

## 第1章 はじめに

### 1 本研究の背景

産学官連携という言葉が世に出るようになって早 10 年。成功事例の方程式がなかなか確立されないまま、行政にとっても大学にとっても、試行錯誤がされてきた。行政においては、人口減少による財政の縮小や、地方分権推進による都市間競争の時代に突入しつつある。一方で、大学に目を転ずると、少子化による定員割れ続出や、2004 年の国立大学の法人化により、国公私立が横一線となった大学競争時代に突入している。

戸田市では 2008 年度組織改正時に、政策形成（シンクタンク）機能の充実を図るため、戸田市政策研究所（以下「政策研究所」という）を設置した。シンクタンクとして求められる役割に、近い将来あるいは中長期的に必要とされる政策について調査研究をすることが挙げられる。また、担当課が政策開発を行う際に助言・補助といった支援が求められる。そのためには、研究に対する高いスキルと見識が必要であり、外部から学識経験者を採用している。さらに、政策研究所では 2008 年度に大学との連携の試行的取り組みとして、法政大学社会学部において講義を実施した。

また、教育委員会が学校教育により専念できる強固な体制を構築するため、市民生活に密接に関連した分野である「文化・スポーツ・青少年分野」に関する事務を教育委員会から市長部局へ移管した。その他に、団塊の世代の退職により地域活動の担い手の増加や、市民の高度化する学習意欲に応えるため戸田市民大学を開講した。これらの取り組みはすべて、行政だけで実施するものではなく、大学という高等教育機関との連携により効果的・効率的に実施することが可能であると考えている。

このような背景のもと、今後益々行政と大学の連携による地域づくりが求められてくるといえる。

### 2 本研究の目的

本研究の目的は、以下の 3 点を明らかにすることである。

#### ①戸田市と大学の連携の可能性

・具体的には、戸田市と大学による協定締結によるまちづくり全般の協働が想定される。そこで、大学との連携の成功方程式を明らかにする。

#### ②市民大学の充実

・生涯を通じて学べる環境づくりという視点から大学との連携により、専門的な内容であり、系統的・継続的・実践的な市民大学講座を検討するとともに、大学と市民の需要を明らかにする。

#### ③戸田市への大学誘致

・現実的には大学本体の誘致は難しいため、サテライトキャンパスの誘致というアプローチから検討し、大学の拠点づくりについて明らかにする。

### 3 本研究による期待される効果

本研究による期待される効果は、下記の2点と考えられる。

- ① 先行事例・先行研究から行政と大学の連携を体系化することにより、今後戸田市における実践の方向を示すことができる。
- ② 大学及び市民に対するアンケート実施により、施策化のスピードアップが図られる。

### 4 調査・研究の手法

本研究は、下記の4点の手法を採用する。

- ① 先行事例調査：包括協定・サテライトキャンパス・市民大学  
先行文献や既存の資料を収集し、先行自治体や大学の取り組みを調査する。なお大学については、戸田市との連携を視野に持ちつつ調査する。
- ② アンケート調査：包括協定・サテライトキャンパス・市民大学  
大学に対して、戸田市との連携について事前アンケート調査を実施する。市民に対して、大学連携講座についてアンケート調査を実施する。  
また、戸田市が所掌する委員会・審議会等において採用している学識経験者を把握する。
- ③ 試行的取組調査（参与観察）：包括協定  
目白大学社会学部地域社会学科において戸田市職員が講義を実施する。
- ④ 大学誘致可能地調査：サテライトキャンパス・市民大学  
戸田市における、サテライトキャンパス及び市民大学開催が可能な土地を把握する。

### 5 本報告書の概要

国では制定から約60年経過している教育基本法が2006年12月に改正され、改正法に基づき教育振興基本計画が2008年7月に策定された。教育振興基本計画では今後5年間に総合的かつ計画的に取り組むべき施策として、国公私立大学等の連携を通じた地域振興のための取り組みを支援することや、大学等における社会人受け入れ促進などが掲げられ、行政と大学の連携について力を入れていることがわかる。

このことから、これから求められる行政と大学との連携の可能性について先行事例・先行研究をもとに検証し、戸田市における大学連携の将来像を考察する。

なお、各章の概要は次のとおりである。まず第2章は、大学連携を既に実施している先行事例を参考に、戸田市が進めるべき大学連携の形を明らかにしている。次いで第3章は、戸田市との連携についての首都圏大学の意向調査と、市民の大学連携に関する関心を把握するための調査を実施したので、その結果を端的に記している。続いて第4章は、先行事例及び第3章のアンケート結果を踏まえ、戸田市が今後大学連携を行う際の道筋について提示している。

## 第2章 先行事例の研究

### 1 埼玉県における大学との協定等締結状況

埼玉県では、2007年度に産業労働部新産業育成課が「大学と地域の連携事業」実施状況調査を実施している。また、同年「大学と地域の協定等締結状況」及び「市町村と大学の協定等締結状況」についてもまとめている。これらによると、2007年11月末現在で協定等の数は53件あり、2006年度比でも26件の増加と増えてきている。埼玉県内の大学が2009年5月1日現在58校（大学45、短期大学13）あることから、約半数の大学が協定等を締結していることがわかる。また、協定等の内容については大きく分類すると図表1のとおり6つに分けることができる。

図表1 埼玉県の市町村における大学との協定等締結に関する分類

分類	内容	協定等数
A	インターンシップ等の実習生受け入れに関する協定等	24件
B	特定の分野における連携協定等	12件
C	まちづくりに関する包括的な協定等	11件
D	共同研究に関する協定等	3件
E	市民講座等の公開講座に関する協定等	2件
F	産学官による協定等	1件

出典：埼玉県産業労働部新産業育成課「市町村と大学の協定等締結状況」より作成

連携先の大学との関係については、図表2のとおり域内にある大学との連携が26件と一番多い結果となっているが、次いで域外の大学との連携が20件となり、各市町村は地域内連携のみならず、知の資源である大学との連携を進めていることがわかる。また、域外の連携先として隣接する東京都にある大学のほか、愛知県にある大学との連携を行っている市町村もあった。このことは、戸田市においても市内に大学がないため、今後大学との連携を図る上での参考となる結果がでた。

図表2 埼玉県の市町村における大学との協定等締結に関する連携先の調べ

分類	域内	隣接	域内及び域外	域外
A	5件	3件	2件	14件
B	8件	1件	0件	3件
C	9件	1件	0件	1件
D	1件	0件	0件	2件
E	2件	0件	0件	0件
F	1件	0件	0件	0件
合計	26件	5件	2件	20件

出典：埼玉県産業労働部新産業育成課「市町村と大学の協定等締結状況」より作成

## 2 大学連携によるまちづくりの事例

前節の埼玉県における大学との協定等締結状況によると、埼玉県内の市町村の約4割が、協定等を締結していることから、行政と大学の連携は活発化していることがわかる。しかし、この協定等の多くはここ3、4年で締結されているものが多く、行政と大学との連携の成功方程式はいまだ確立はされていない。そのような状況の中、いくつか先進的な取り組みを実施している事例があるので、ここではそれらを検証していく。

### (1) 「大学コンソーシアムを通じた連携事例」

大学コンソーシアムとは、知恵蔵 2009 によると「個別に取り組むと手間や費用がかかる事業を共同で行うため、近隣の大学などが集まった組織」としている。国内で最初に設立された「財団法人大学コンソーシアム京都」には2009年4月現在、国公立及び私立の51大学、4つの経済団体が加盟し、自治体では京都市がバックアップしている。設立経緯としては京都市が、大学の振興と大学と地域との連携強化により、「大学のまち・京都」の地位をさらに確固たるものとするために、1992年10月に「京都市大学21プラン策定委員会」を発足し、1993年3月にプランを策定した。このプランの中で、「大学のまち・京都」が今後さらに飛躍するために大学コンソーシアムの実現を掲げ、1994年3月に「京都・大学センター」が発足した。これが、現在の「財団法人大学コンソーシアム京都」の前身である。

このように、地域と地域にある大学や経済団体が連携し、コンソーシアム（共同体事業体）を形成し、お互いの特性を活かしながら地域活性化を図る取り組みが進んできている。この背景としては、人口減少社会において激化する都市間競争や大学競争において、お互いに生き残りをかけた戦略的取り組みを行っているのではないかと考える。また、国は2007年度に「国公立大学間の積極的な連携を推進し、各大学における教育研究資源を有効活用することにより、地域の知の拠点として、教育研究水準のさらなる高度化、個性・特色の明確化、大学運営基盤の強化を図る」という目的で、「戦略的大学連携支援事業」を立ち上げた。この事業には大学コンソーシアムの取り組みも含まれており、2008年度には石川県や東京都八王子市の大学も採択されている。

そこで、石川県の「大学コンソーシアム石川」と東京都八王子市の「大学コンソーシアム八王子」を取り上げ、大学コンソーシアムを通じた連携について検証する。しかし、大学コンソーシアムの土台となるのは地域にある大学であるため、戸田市へのそのままの転用は困難であるため、個々の事業に着目し、戸田市の大学連携事業での可能性を考察していく。

### (1) - (1) 広域型：「大学コンソーシアム石川」の取り組み事例

#### ・組織

大学コンソーシアム石川の組織図は次のとおりであり、会長を金沢大学長が務め、特別顧問・顧問・参与を石川県知事をはじめとする各自治体の長が務めている。また、

会員には自治体 20 団体、大学・高等学校 20 団体、経済団体等 13 団体がある。



出典：大学コンソーシアム石川HPより

#### ・実施事業

- ①単位互換等による高等教育機関間の教育交流に関する事業
- ②調査研究や公開講座の実施等による高等教育機関・地域連携に関する事業
- ③中学校、高等学校等と高等教育機関との連携、広報誌の発行等による情報発信に関する事業
- ④合同の学園祭や研修会の実施等による高等教育機関間の交流に関する事業

#### ・特徴的な事業うち戸田市へ転用可能と考えられる事業

##### ①科目等履修生

現在、高等教育機関に在籍していないが、高等学校卒業程度の学力を有している一般の方を対象に、各高等教育機関の正規授業科目を学生と一緒に履修し、単位を取得する制度である。履修期間中は高等教育機関にある図書館等の施設を利用することができる。ただし、入学料を納める必要がある。

##### ②シティカレッジ聴講生

科目等履修生と同様、現在、高等教育機関に在籍していない方を対象に各高等教育機関の正規授業科目を学生と一緒に履修する制度である。科目等履修生と異なる点として、単位が取得できないことや入学金を納める必要がない。受講終了後には、受講証明書が授与される。

##### ③公開講座「いしかわ学」

石川県の伝統や文化、自然、人々の暮らしにまつわる5シリーズから成り、講師

は地元高等教育機関の研究者をはじめ、各界の第一線で活躍する方が務める。講座は無料で受講することができる。

#### ④地域課題研究ゼミナール

地域の課題等について、その解決方策を提言するゼミナールを、選定し、当該地域等との意見交換や調査等を通じ課題解決の提言をまとめる。実践的な問題解決能力を養う場とすることで、高等教育の活性化を図ることや、複数のゼミを選定し、政策を競うこととで、地域等と各大学の交流の機会とするとともに、大学を各地域の抱える長期的課題の解決のためのシンクタンクとして活用する。

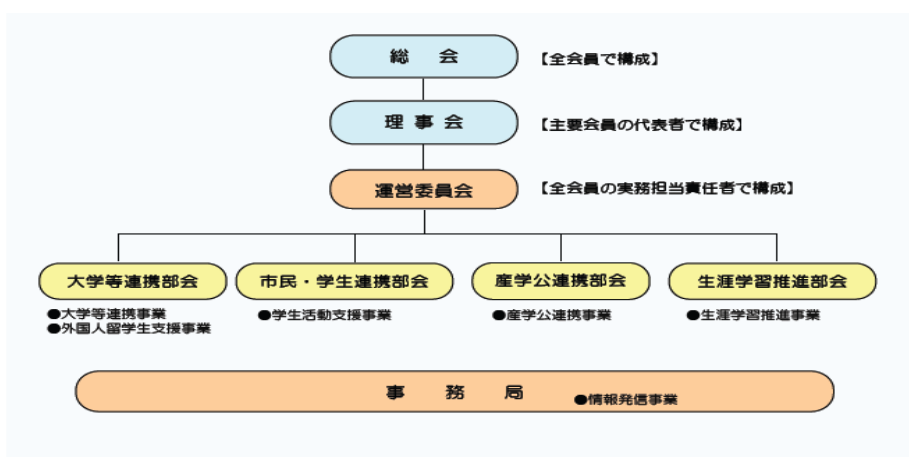
#### ⑤地域と大学の交流フェスティバル

地域と高等教育機関が連携し、学生・市民・団体・企業等が参加・協力して、高い高等教育機関の集積という特性と活かしたイベントを実施し、広くその魅力を発信する。

### (1) - (2) 地元型：「大学コンソーシアム八王子」の取り組み事例

#### ・組織

大学コンソーシアム八王子の組織図は次のとおりであり、会員には自治体1団体、大学・高等学校23団体、経済団体等5団体がある。



出典：大学コンソーシアム八王子HPより

#### ・実施事業

- ①大学等連携事業
- ②情報発信事業
- ③学生活動支援事業
- ④産学公連携事業
- ⑤生涯学習推進事業
- ⑥外国人留学生支援事業

#### ・特徴的な事業うち戸田市へ転用可能と考えられる事業

- ①小中高大連携事業

今後の受験生の拡大に繋がる小中学生や高校生向けに授業や、大学見学バスツアーの企画などを実施する。

## ②産学公連携事業

産業振興、環境、国際化などの地域の課題を大学間の教員・学生により研究し、その成果を地域に還元する。また、地域の中小企業等と共同で実施する新技術・新製品・新デザイン等に関する研究に対して助成を行う。

## ③学生と地域の交流活動支援

防災活動、高齢者介護、保育等について、学校や地域の学生ボランティアのニーズを調査し、大学や学生が地域貢献活動を実施する支援を行う。また、フェアトレード普及活動等による学生と地域の交流を促進する。

## (2)「大学との連携による市民大学開講事例」

戸田市では、市民が地域の課題を発見し、学んだ成果を地域に活かし、地域の新しい文化を創造する目的に「戸田市民大学」を開設している。各市町村においても、このような取り組みは実施され「〇〇市民大学」と銘打ったものが多く存在する。また、市民大学の目的としては2つの側面があり、市民の生涯学習のための講座を主体に行う「生涯学習型」と、まちづくりに参画する市民を要請する「まちづくり参画養成型」に分けることができる。戸田市においては、前者の「生涯学習型」として事業を行ってきた経緯があるが、現在自治体運営を考える際に不可欠である「市民とのパートナーシップでつくるまちづくり」を推進させるためには、「まちづくり参画養成型」の市民大学としての側面も持ち合わせる必要があると考える。

そこで、ここでは、大学との連携により、「まちづくり参画養成型」の市民大学の先進的事例を取り上げ、戸田市の大学連携事業の可能性について考察していく。

## (2) - (1)「すぎなみ地域大学」の取り組み事例

### ・すぎなみ地域大学の概要

すぎなみ地域大学とは、杉並区が2006年4月に開校した区民大学である。設置目的は、地域活動に必要な知識・技術を学び、仲間を助け、区民自らが地域社会に貢献する人材、協働の担い手として活躍できるよう育成することである。開校以来85講座約3,600人が参加し、NPO団体などの団体活動や区の登録ボランティア事業などの活動を通して、多くの卒業生が地域の活動に参加している。講師には大学教授や民間企業、NPO団体などの方を迎えて、産学官連携による運営を行っている。また、すぎなみ地域大学によると、本大学のポイントは次の3つにあるとしている。



### ①多彩！選べる！充実の講座

日常の生活に役立つ講座から、専門的な知識を学べる本格的な講座まで、あなたにあった地域活動につながる講座を選べます。

### ②講義・実習・見学など幅広い学習スタイルを用意！

座学だけでなく現場実習や見学、ワークショップなど、実践に即したカリキュラムを用意し、講義の内容が実際の活動に結びつくよう組み立てています。

### ③講座修了後は具体的な地域活動へ！

全ての講座で修了後の活動の場を提示しており、修了した後は具体的な地域活動に取り組みます。

## ・具体的な講座事例

### ①杉並区立郷土博物館管理運営講座

公立施設を管理運営する担い手に必要なスキルを身につけるため、郷土博物館の現状と課題及び業務の基礎知識並びに地域文化の核として生涯学習を推進する手法等を学ぶ講座である。また、修了後には新たにNPO団体を組織して「杉並区立郷土博物館」の担い手として募集に応募でき、業務を受託した後は、郷土博物館の管理運営を行う担い手として活動する。

### ②介護予防サポーター講座

区の介護サポーターとして、さまざまな介護予防事業を区と一緒にいながら、地域で介護予防の意識を高めるために必要な知識・技術を学ぶ講座である。また、修了後には区の登録制度の利用し、介護予防教室等の介護予防サポーターとして活動する。

すぎなみ地域大学が特徴的であるのは、上記の事例から明らかであるようにメニューとして「NPO団体設置養成コース」と「区登録サポーター養成コース」が用意されていることである。まちづくりに参画する方法として、個人の場合と団体の場合と二通りあるが、多くの市町村で開講している市民大学では、個人の養成を行うことが目的とされている。この場合、受講生がまちづくりに参画する際に、一人ひとりの力が分散され、大きな成果を生むことが困難である。行政は補完性の原理から、行政が行うべきでない分野については市民及びNPO等に協力して実施していく必要性があるが、まちづくりの担い手として市民大学を設置するからには、個人の養成だけでなく、団体設置の養成を行うことが協働の促進につながると考える。

また、杉並区にはNPO等の団体の活動支援を主要業務とする「すぎなみNPO支援センター」や杉並区のボランティア活動と地域福祉活動を推進する「杉並ボランティア・地域福祉推進センター」があり、すぎなみ地域大学との連携を図り、講座運営のみだけでなく受講生の修了後の活動をサポートしている。この点では、戸田市にも「ボランティア・市民活動団体が地域のまちづくりの担い手として、自らが社会的使命を持って継続的に活動するため」の戸田市ボランティア・市民活動センターがあり、戸田市民大学との連携を図ることができる。

### 第3章 大学及び市民に対するアンケート調査

本研究において、大学における行政との連携についての関心を把握するため、大学に調査を実施し、今後の方向性について調べた。その際アンケートの調査対象とするのは、戸田市のある埼玉県及び近隣の東京都・神奈川県内の大学 129 校とした。

また、市民における大学連携講座に関する関心を把握するため、市民にアンケート調査を実施し、今後の方向性について調べた。その際、アンケートの調査対象とするのは、2009 年 6・7 月に戸田市が主催する市民向け講座 22 講座を受講する市民とした。

#### 1 大学に対する行政との連携に関するアンケート調査

戸田市との大学連携の可能性を探るため、大学の意向を把握するためのアンケート調査を実施した。ここでは、端的に結果の概要のみを記しておく。

調査方法：電子メール

調査対象：埼玉県・東京都・神奈川県内大学 129 校

調査時期：2009 年 6 月～8 月

有効回答：50 校（38.75%）

なお、アンケート結果については単純集計で、最も回答数が多かったものは網掛け太字にしている。

#### 【設問 1】2008 年度に貴学で自治体と連携した事業を行いましたか。

①自治体と包括協定を締結している。（「協定書」以外に「契約書」「要綱」「覚書」「規約」「合意」「会則」「申合せ」「要領書」「宣言」「取決め」「意向書」のような名称を含む）

33 件

②包括協定は締結していないが、分野別に「計画」「方針」等の指針作りに協力している。

8 件

③包括協定は締結していないが、市民向けの教養講座等の企画・運営に携わっている。

28 件

④包括協定は締結していないが、自治体のまちづくりに関する課題について共同研究を行っている。

8 件

⑤包括協定を締結していないが、自治体をフィールドワークの場として活用している。

12 件

⑥行っていない。

1 件

**【設問2】貴学には自治体との連携を検討する上で、窓口となる担当部署はありますか。**

- |          |     |
|----------|-----|
| ①ある（理工系） | 21件 |
| ②ある（人文系） | 27件 |
| ③ない      | 12件 |

**【設問3】本市では、設問1のような大学との連携について研究しておりますが、以下の連携について貴学において検討していただけるものはありますか。**

- |                  |     |
|------------------|-----|
| ①包括協定に基づく連携      | 4件  |
| ②計画・方針等の策定       | 3件  |
| ③市民向け講座等の企画・運営   | 14件 |
| ④まちづくりに関する共同研究   | 6件  |
| ⑤フィールドワークとしての活用  | 6件  |
| ⑥その他             | 12件 |
| ⑦興味がない・地理的問題等も含む | 15件 |

**【設問4】設問3において、1～6に○をされた場合にお伺いします。どのような条件や体制等を望まれますか。具体的にご記入ください。**

- ・対象となる教員や学生の研究分野や時間的な制限もあることから、連携可能な分野を十分検討したうえで、それに対応できる教員・学生の状況を見極めながら、対応していきたいと考えます。
- ・個別案件ごとに、条件及び実施体制等が異なりますので、具体的案件ごとに、こちらからの要望に対して、相談に応じていただければと考えています。
- ・課題ごとに市の担当課と本学の副学長（地域貢献担当）が相談する。
- ・講師となる教員の専門分野と講座のテーマとの関連（貴市側のニーズにどのようなものがおありか例えば分野を特化したもの、一般的・教養的なもの）。講師スケジュールと講座等の開催日程。講座等開催会場の利便性。企画運営のための費用。役割分担の明確化。
- ・本学からは人材と施設の提供が可能であるので、告知や名簿の管理、講座終了後のアンケートのまとめなどの業務を担当していただきたい。
- ・教育実習生の受入。学生ボランティアの受入。委員・講師派遣。
- ・仮に、連携事業を展開する場合、戸田市とは地理的に離れておりますので、大学との連携を担当する貴自治体のご担当部署の一本化を望みます。
- ・市民向け講座等の企画・運営について希望する講座内容の有無・実施時期の調整。フィールドワークとしての活用として、教員の研究分野とのマッチング。
- ・講師の派遣等について、講座運営に必要な運営費、旅費、会場使用料等の支給等。
- ・市との連携については、連携協力に関する包括協定書の締結を希望します。市教育委員会との連携については、連携協力に関する覚書の締結を希望します。
- ・当該項目を実施する際には、地域住民や行政の方々との十分な打ち合わせによるニ

一ズの検討、方法の確立が必要と考えます。従って我々と皆様との話し合いの場を望む次第です。

- ・自治体等からの要望を学内で協議し、その際、条件や体制等についての希望を提案させて頂く。
- ・財政面での援助。
- ・一般的な連携に関しては、まずは周辺地域との連携を優先し、それ以外の地域との連携に関しては、双方の利益になるかどうか案件に応じてその都度検討したい。
- ・本学は地域社会に貢献する福祉の大学を目指しておりますので、社会福祉・介護福祉及び幼児教育に関する講座等が企画された場合は参画を検討させていただきます。
- ・包括協定に基づく連携及び計画・方針等の策定については、人事交流も含めてデジタルコンテンツの利活用について、弊学のナレッジと貴市及び地元企業様と一緒に取り組める体制が必要と考えております。市民向け講座に関しては、短期から長期、子供から高齢者まで、ICTリテラシー向上のためのカリキュラムはいくつもございますので、貴市の政策に合わせて、提供できると考えております。まちづくりに関する共同研究及びフィールドワークとしての活用については、弊学の専門職大学院では、ICTを活用した地域活性に関する研究も行っております情報発信理論、アーカイブ手法、地域ストーリー形成など課題解決の一助になればと考えております。合わせて、ご予算に応じて対応致します。
- ・自治体、大学、相互にメリットを享受できるものであること。特に大学としては学生の教育、研究に広く活用できること。

**【設問5】本市では、現在市民向け講座等において、専門的であり、系統的・継続的・実践的に学習できるものを「戸田市民大学」として開講しております。講師は大学教授等をお願いしておりますが、今後、市民大学において単位取得が可能となる制度づくりを進めたいと考えております。そこでお伺いします。**

**【設問5-1】貴学では、社会人が通常の入学手続きを経ずに講座を受講し、単位を取得できる特別（科目）聴講生制度のようなものはありますか。**

- ①ある 27件
- ②ない 22件

**【設問5-2】貴学では、本市が検討している学外（サテライトキャンパス含む）での講義を実施し、学生以外の一般の方が単位を取得できる講義を実施していますか。**

- ①実施している（サテライトキャンパス等貴学の敷地において実施） 27件
- ②実施している（上記以外の場所において実施） 1件
- ③実施していない 46件

**【設問6】貴学が自治体との連携を行った際に生じた課題・問題点について具体的に  
ご記入ください。**

- ・市民公開講座を実施しているが、自治体からの委託費用では経費がまかなえないため、本学から補填することになってしまう。
- ・縦割り行政の弊害で連携がスムーズに進まない。学生ボランティア等に参加する場合、授業との両立を最大限尊重したい。
- ・相互の役割の範囲をキチンと決めておくこと。連絡を密にして情報を共有すること。いつまでにどちらが何をするか、無理のないスケジュールを立てておくこと。
- ・様々な立場の方がいるが、一部の意見に偏ってしまうこともありうる点。具体的にどのような連携を目指すのか。企画したことによって生じる予算措置をどうするか。
- ・自治体側において窓口が一本化されていない場合、本学が自治体の複数部署と事業全体の調整をすることとなり、より良い連携ができない、もしくは連携事業の発展性が損なわれかねないこと、などが想定されます。連携事業開始後の事業展開のマンネリ化には特に注意する必要があると思われます。開始直後は当事者（関係者）がある程度固定されているため、情報の共有化を図りやすいと言えますが、時間の経過とともに「前例主義」が定着する恐れがあるので、双方ともに注意が必要かと思われまます。
- ・自治体の窓口が一本化されておらず、大学連携と地域活性化について、部局がわかれそれぞれが独立した活動をしている傾向が見られる。政策としての整合性や効率化のために、大学と自治体の双方の窓口が一本化できるとよいと考える。
- ・小学校で学生が実習を行った際、その実習先が持つ「学校文化」に対する対応の難しさを感じた。
- ・市などが主催している公開講座では、近隣大学複数と担当しているため、講座内容が限定されてしまう。本学では様々な学科を紹介したいと考えているが、特定の学科しか要望がないことが非常に残念だと感じる。
- ・本学担当が行う活動の周知がなされていない場合のトラブル。
- ・事務量の増加等。
- ・まずは、何をどうしたいか、どうすれば連携できるか、といったベースを作って、参加によるメリットを双方で享受できるようなものを目指していくべきであると思う。
- ・活動がなかなか学内に認知されない点。
- ・取り組みはまだ始まったばかりだが、幹事会議がたびたび開催されており、方向性や議題について意見交換する場が確保されているため、本事業は順調に移行することが期待できる。
- ・人材育成の講座を受託させて頂く場合に、到達目標を明確にする事や、やる事自体が目的にならないように継続的な育成予算を編成して頂くことが、自治体様と弊学の取り組みによって目に見える成果（地域活性化）につながるものと考えております。

## 2 市民に対する大学連携講座に関するアンケート調査

今後大学との連携により、市民講座等の充実を図った際の市民の意向を把握するためのアンケート調査を実施した。ここでは、アンケート結果から得られた知見について言及する。

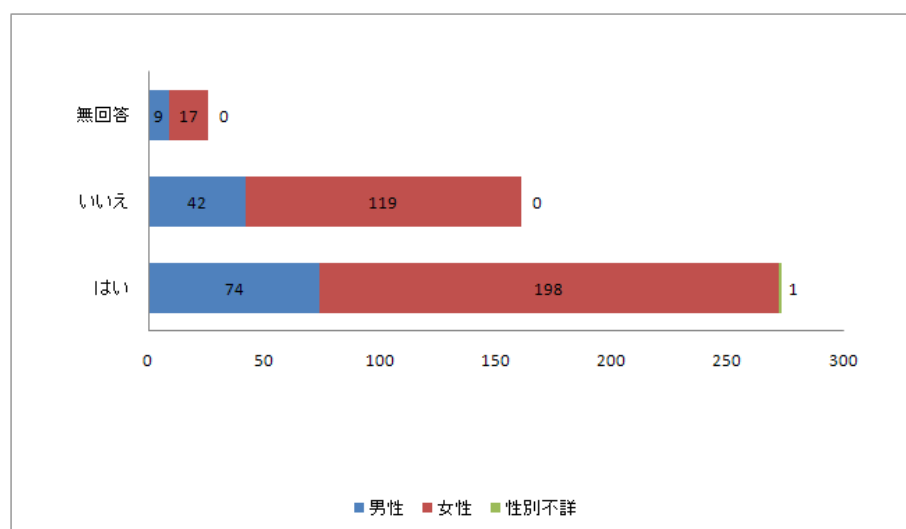
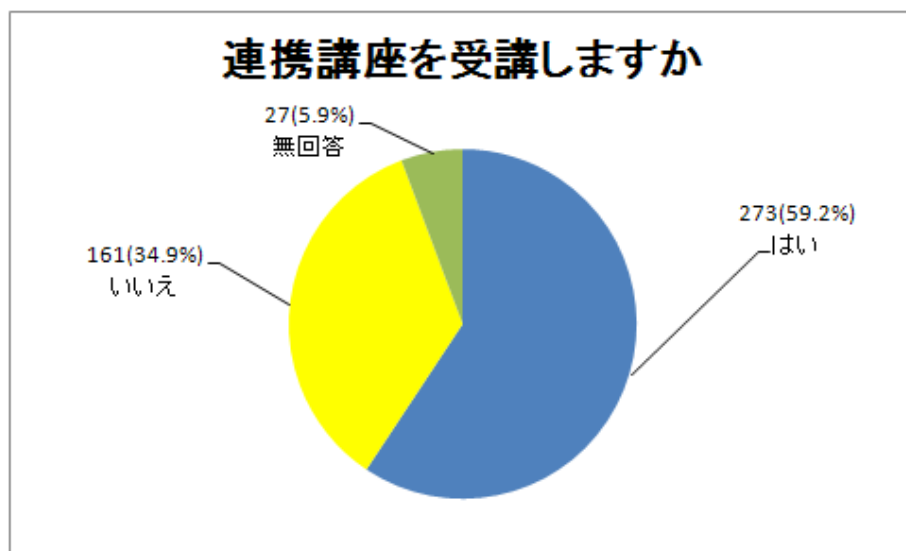
調査方法：集合調査

調査対象：戸田市が主催する市民向け講座等の受講者（幼児は除く）

調査時期：2009年6月～7月

有効回答：461人（男性125人、女性335人、不詳1人）

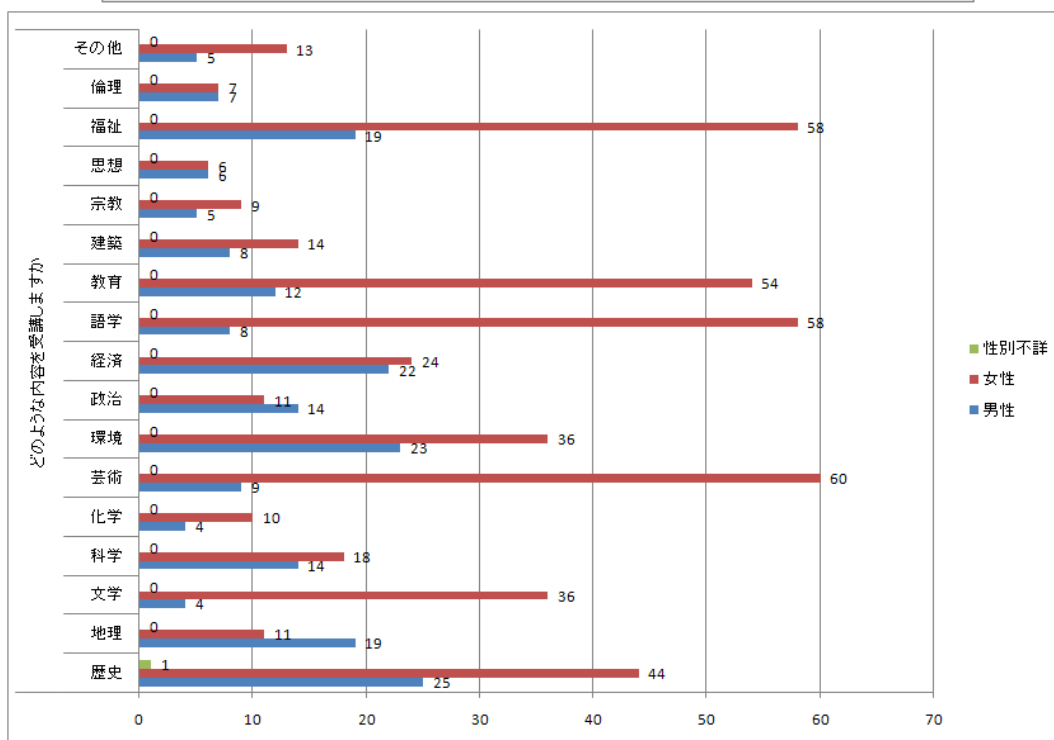
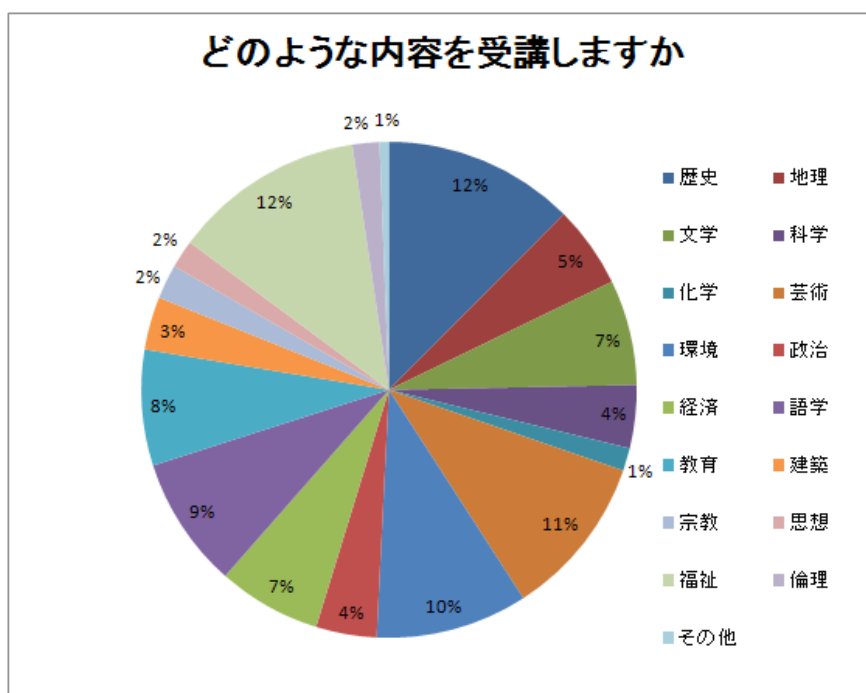
【設問1】大学と連携してより専門的な講座を開設した場合、受講を希望しますか。



N = 461

「はい」と回答したのは全体の 59.2%に当たる 273 人である。また、性別別内訳としては、男性は全体の 59.2%に当たる 74 人、女性は全体の 59.1%に当たる 198 人と男女とも約 6 割の方が連携講座を受講すると回答している。

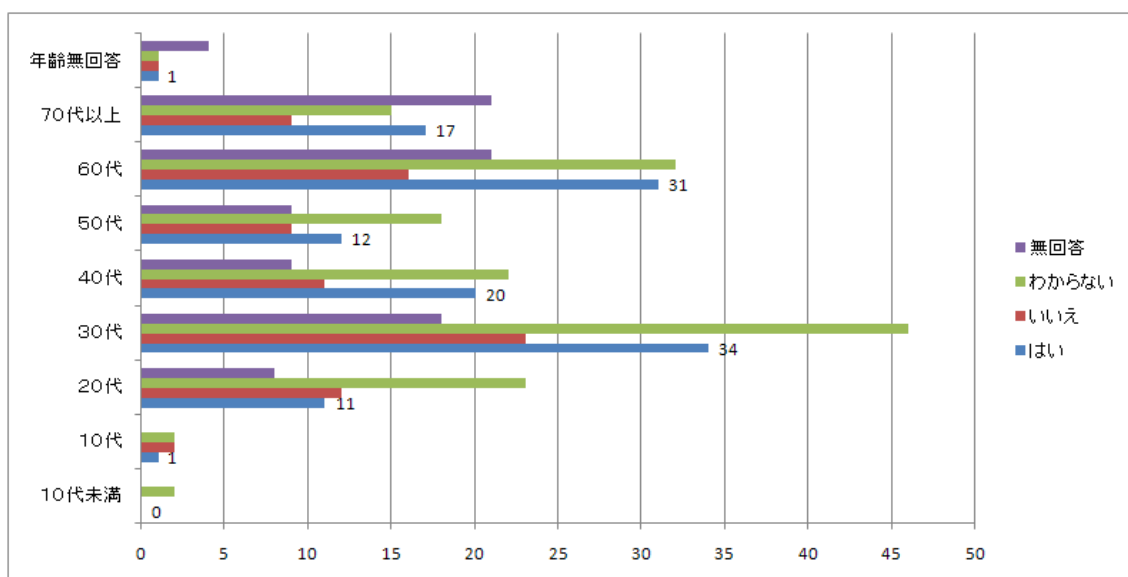
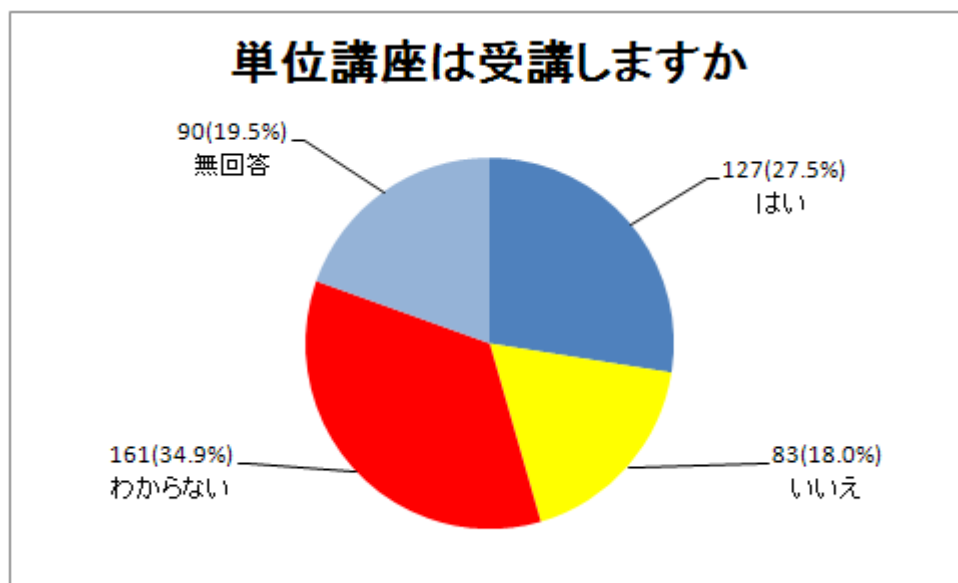
**【設問 2】 どのような内容の講座を希望しますか。(設問 1 で「はい」と回答した 273 人を対象としている)**



MA = 6 7 4

回答数が一番多かったのは「福祉」であり全体の 11.4%に当たる 77 人が選択した。次いで全体の 10.5%に当たる 70 人が選択した「歴史」、全体の 10.2%に当たる 69 人が選択した「芸術」となった。また、性別別としては、男性は全体の 33.7%に当たる 25 人が「歴史」、女性は全体の 30.3%に当たる 60 人が「芸術」を一番多く選択している。

**【設問 3】大学の単位（1 講座 2 単位）が取得できる講座を開設した場合、受講を希望しますか。**

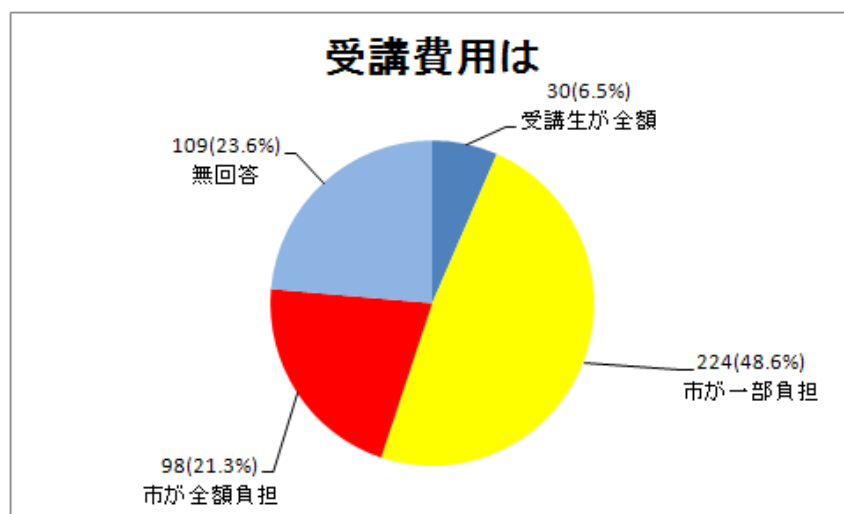


N = 461

「はい」と回答したのは全体の 27.5%に当たる 127 人である。また、年齢別内訳としては、全体の 26.7%に当たる 34 人が「はい」と回答した 30 代が一番多く、次いで全体の 24.4%に当たる 31 人が「はい」と回答した 60 代が続いた。



【設問 4】大学の単位が取得できる講座について、受講にかかる費用（1 講座あたり 2 万円程度）がかかるとしたら費用負担をどのようにしてほしいですか。



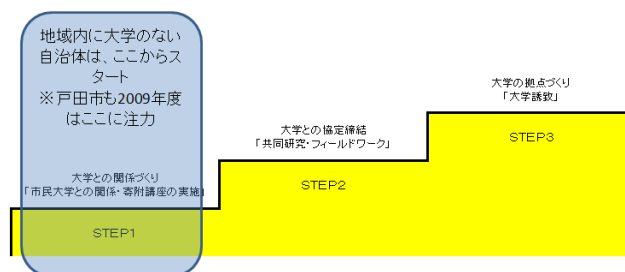
N = 461

受講費用は「受講生が全額負担」と回答したのは全体の 6.5% に当たる 30 人である。また、「市が一部負担」及び「市が全額負担」と回答したのは全体の 69.8% に当たる 322 人で約 7 割の方が、市が費用負担すべきであると考えている。

#### 第4章 戸田市における大学連携に関する取り組みの可能性

本章では、戸田市の大学連携の可能性について、大学が持つ 4 つの機能<sup>1</sup>のうちどの機能を生かすかを踏まえた上で、戸田市のメリット及び大学のメリットという視点に注目し言及する。また、地域内に大学のない自治体が連携を行う際の道筋については、第 2 章の先行事例及び第 3 章のアンケート結果から下記のような段階を踏むことで、円滑な連携体制を構築することができると思う。

図表 3 大学連携へのSTEP



<sup>1</sup> 大学の機能として筆者は「研究機能」「教育機能」「施設機能」「社会貢献機能」があるととらえている。

## 1 STEP 1「大学との関係づくり」(教育機能・社会貢献機能)

STEP 1では、まず大学との関係づくりをしなければならない。自治体と地域外の大学が信頼関係を構築することでSTEP 2へ進むことができる。この関係づくりには様々な取り組みがあるが、戸田市では寄附講座の開設・インターンシップの受け入れ・市民大学における大学連携講座の開設などがこれに当たる。以下では、寄附講座による関係づくり及び今後展開する予定である2010年度における市民大学での関係づくりについて述べていく。また、関係づくりを構築する際に、現在戸田市が所掌する委員会・審議会等において採用している学識経験者を把握する調査を実施したので、結果を記す。

### (1) 寄附講座の開講(教育機能・社会貢献機能)

#### ・寄附講座の開講の概要

戸田市では、2008・2009年度に大学との連携を試行するプログラムとして大学への寄附講座<sup>2</sup>を実施した。実施内容は以下のとおりである。

#### <2008年度>

実施場所：法政大学社会学部「地方自治論」

実施期間：2008年6月27日(金)

対象者：「地方自治論」受講生

講師派遣：政策研究所職員

講義内容：政策研究所研究テーマ

「戸田市におけるシティセールスの必要性と成功する要件について」

#### <2009年度>

実施場所：目白大学社会学部地域社会学科(東京都新宿区中落合4-31-1)

実施期間：2009年4月17日(金)～2009年7月24日(金)

上記期間中毎週金曜日の第1限9:00～10:30

対象者：地域社会学科3,4年生

派遣講師：政策研究所、環境クリーン室、都市計画課、こども家庭課、防犯くらし交通課、経営企画課、コミュニティ推進課、経済振興課、人事課の担当職員

評価方法：政策研究所が課する課題論文及び出席状況

取得単位：2単位

---

<sup>2</sup> 本研究における「寄附講座」とは、費用負担を求めずにカリキュラムの構築と講師派遣を実施することである。つまり“講座”を“寄附する”ということである。

図表4 寄附講座の内容

回数	テーマ	担当課
1	地域政策の開発・戸田市政策研究所とは	政策研究所
2	戸田市の現状と課題	政策研究所
3	ネーミングライツの導入をめぐる考察	政策研究所
4	イケチョウ貝の不思議な力とは	政策研究所
5	サステイナブル都市の実現に向けて	環境クリーン室
6	四季を彩るおしゃれな風景づくり	都市計画課
7	共働き家庭の子育て支援について	政策研究所
8	シティセールスの必要性と成功する要件について	政策研究所
9	電子申告・納税の導入をめぐる議論	政策研究所
10	地域の力による子育て支援を目指して	こども家庭課
11	戸田市の防犯対策	防犯くらし交通課
12	戸田市マネジメントシステムの現状	経営企画課
13	市民との協働の成果・戸田市における地域コミュニティ	コミュニティ推進課
14	戸田橋花火大会に向けた取組み	経済振興課
15	戸田市の人材育成・採用について	人事課

#### ・寄附講座の開講の目的

戸田市が、このような寄附講座を実施した目的は以下の3点である。

第1に職員の政策形成能力の向上である。政策研究所では、政策形成能力を向上させるには、「考えること」「文章の作成」「プレゼンテーション」が重要であるにとらえ、寄附講座を通じてこれらを習得することができると考えている。講義においては業務に精通していることに加え、学生に対して分かりやすく説明するプレゼンテーション能力が求められる。これらの過程で、政策形成能力の向上を図る。

第2に戸田市のシティセールス（第Ⅱ部第1章を参照のこと）である。自治体による大学での寄附講座は、宇都宮市が宇都宮大学、新潟市が新潟大学で実施している実績はあるが、まだ事例が少なく戸田市の取り組みは新聞等でも報道された。このように、メディアに露出することは、戸田市の認知度を向上させ、イメージを高めることに寄与すると考える。また、講義を受講する学生に対し、戸田市をより深く知ってもらうことも期待している。

第3にインターンシップ生の受け入れである。政策研究所では、寄附講座を実施した大学から学生を研究所の研究補助員として受け入れている。これは、通常のインターンシップとは異なり、学生の視点から戸田市への提言を作成することを条件としているため、寄附講座を受講した学生を対象とすることで、より充実した提言が提出されたと考えている。

また、寄附講座を実施したことで、大学との強いコネクションが構築でき、寄附講座後に目白大学の教授による戸田市民大学<sup>3</sup>での大学連携講座<sup>4</sup>を開設することができ

<sup>3</sup> 戸田市民大学は、前・後期の2期制で開催し、各期に一つのテーマで9回程度(2008年度9回×2期、2009年度9回×1期、5回×2期)の講座を開講している。対象は、市民とし定員30名で募集をしているが、各期とも定員をオーバーする申し込みをいただいている。今後の展開として、大学連携講座の充実、大学の単位取得の可能性等が検討されている。

た。戸田市からの寄附講座と大学からの大学連携講座という相互の講座提供により、戸田市と大学の関係づくりをより進めることができたと考えている。

図表5 寄附講座における戸田市と大学のメリット

メリット	
戸田市	職員の政策形成能力向上、シティセールス、自治体を理解したインターンシップ生による政策提言
大学	自治体との連携に伴う国・財団等の補助金・交付金の獲得、社会人等の新たな学生獲得

## (2) 市民大学との関係（教育機能・社会貢献機能）

### ・生涯学習活動について

生涯学習とは、1980年代にわが国が行った「通俗教育」から流れを組んでいる。この通俗教育<sup>5</sup>とは、就学奨励を目的として、親に対して学校や教育の重要性について通俗的に語ることから始まったが、同時に親や住民に対する国民としての啓蒙的な教育としての意味もあった。その後、1921年には文部省が通俗教育を社会教育に改め、1949年に社会教育法を制定している。そこでは、社会教育の定義を「学校の教育課程として行われる教育活動を除き、主として青少年及び成人に対して行われる組織的な教育活動（体育及びレクリエーションの活動を含む。）をいう。」としている。そして、現在では社会教育と生涯学習という用語を同義語として使用されることが多くなった。この生涯学習とは、1981年の中央教育審議会答申において「人々は、自己の充実・啓発や生活の向上のため、適切かつ豊かな学習の機会を求めている。これらの学習は、各人が自発的意思に基づいて行うことを基本とするものであり、必要に応じ、自己に適した手段・方法は、これらを自ら選んで、生涯を通じて行うものである。この意味では、これを生涯学習と呼ぶのがふさわしい。」としている。近年では、この解釈からさらに広がりを見せ、生涯学習には一般的な学習活動に併せて、市民のまちづくり参画のための育成をする学習活動の意味合いを持つようになった。

本市においては、1997年に「戸田市生涯学習推進基本構想（とだエコプラン）」を策定し、その後10年間にわたる生涯学習振興の方向性を定めた。そこで、「学びの心でふれあい響き合うまち 戸田」を基本理念として、市民一人ひとりが、生涯にわたって学びの心で互いにふれあい、助け合い、自然と共生する、“人と自然にやさしいまちづくり”を目指し、また、市民が主体的にまちづくりに参加し、その活動を通して相互に響きあい高めあい、“いきいきとした市民生活が送れるまちづくり”を目指し、生涯学習の推進に務めてきた。その後、計画期間終了と同時に2007年3月に生涯学習活動のさらなる活性化を目指して「戸田市生涯学習推進計画」を策定した。

そして、計画に基づきさまざまな施策を展開しているが、社会人の学び直しのニーズが高まってきていることや、団塊の世代が一斉退職し地域へ戻ってくることを踏まえ、より学術的な講座を開設するために2008年度戸田市民大学を開校した。

<sup>4</sup> 大学連携講座は、大学がカリキュラムの構築と講師の派遣を一括して提供するものである。

<sup>5</sup> 松田武雄「明治期における地域通俗教育の変遷と諸相」九州大学(2001)『九州大学大学院教育学研究紀要 2001 第4号』

・戸田市民大学開講状況

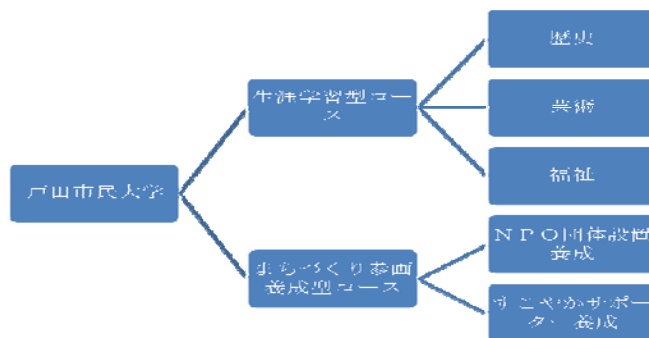
戸田市民大学は、前・後期の2期制で開催し、各期に9回程度（2008年度9回×2期、2009年度9回×1期、5回×2期）の講座を開講している。テーマは、2008年度前期は「健康」、後期は「環境」、2009年度前期は「防災」、後期は「福祉」を設定している。対象は、市民とし定員30名で募集をしているが、各期とも定員をオーバーする申し込みをいただいている。2009年度前期までは、テーマ及び講師の選定・依頼については生涯学習課で担当しており、講師は大学教授や各界の第一線で活躍する方が務めている。その中で、これまでに4回大学等高等教育機関の講師をお招きしている。そして、2009年度後期から大学との連携を見据えた試行的な取り組みとして寄附講座を実施した目白大学へ、カリキュラムから講師派遣まで一括して依頼している。

・大学との関係づくりを踏まえた今後の展開

前述のとおり、試行的に大学連携を進めた結果、市民大学の新たな形を示すことができた。今後の課題としては、カリキュラムの充実と継続的な受講を維持できる環境の整備が挙げられる。この課題解決に向けて大学との連携をさらに強化するとともに、大学とのより緊密な関係づくりを同時に進める必要がある。

まず、カリキュラムの充実についてであるが、市民大学の目的を明確にすることが重要である。戸田市では、前述のとおり「生涯学習型」のみの目的として市民大学を開講しているが、これからは「まちづくり参画養成型」の目的も兼ね備えたものにすることが、望ましいと考える。そこで、すぎなみ地域大学を参考に市民大学の将来的な体系として次の図表6のようなものを検討した。この体系の実現のためには、それぞれの分野毎に、その分野のカリキュラム構築ができる大学との連携強化が求められる。

図表6 戸田市民大学体系



また、メニューを充実することで学習したい市民のニーズに対応することができるが、継続的な受講を維持できる開催環境の整備も重要である。その一つの解決策としては、学習の成果に応じ評価を得られる制度設計を行う必要がある。学習したことが評価されることは学びの励みになり、他の講座も受講しようという、意欲を生むこと

ができるのではないだろうか。そのための、市独自の単位<sup>6</sup>を受講生に認定する制度の構築が有効であると考えている。また、第3章のアンケート結果から、学生以外の受講生が大学の正規単位を取得できる特別（科目）聴講生制度を実施している大学が約6割あることから、市民大学の次の段階として、学習の高度化を図るために大学の正規単位を取得できる環境整備も併せて検討する必要があると考えている。市民のニーズとしても、第3章のアンケート結果にあるように、大学の正規単位を取得できる講座を開設した場合、受講を希望すると回答したのは約3割に達している。また、その際の受講費用は約7割の方が「市が費用負担すべきである」と回答していることから、何らかの形で市が援助することで、段階的な学習の高度化や継続性を確保することができるのではないだろうか。

さらには、2007 年末に改正された学校教育法に基づいて、社会人の能力アップを目的に「履修証明書」を授与できる履修証明プログラムを実施している大学との連携も考えられる。この「履修証明書」は社会人にとって就職の際に強みになると期待されている。制度創設から期間を経っていないため、実施数はまだ少ないが、この制度を利用した市民大学講座の開設は、受講意欲の向上につながると考える。

図表7 戸田市民大学における戸田市と大学のメリット

メリット	
戸田市	生涯学習に対する市民ニーズに対応、市民のまちづくり参画の推進
大学	自治体との連携に伴う国・財団等の補助金・交付金の獲得、社会人等の新たな学生獲得

### (3) 戸田市が所掌する委員会・審議会等における学識経験者

戸田市が、大学との関係づくりを進める際に重要となるのが、大学の窓口との調整である。しかし、第3章のアンケート結果では、自治体連携の専門窓口がないという大学も少なくなく、現実的には前述の寄附講座のように学科長を通しての調整となることも想定される。そのため、戸田市が現在つながりのある大学をピックアップする際に参考となると考え、戸田市が所掌する委員会・審議会等における学識経験者の人数等について調査した。その結果、2009 年度において約 80 の審議会・委員会等を所管しているが、委員として大学等高等教育機関から約 20 の審議会・委員会等において約 30 名の方を任命していることが明らかとなった。

今後、これらの方々をパイプとし、大学との窓口調整を図ることも有効な手段の一つであると考えている。

## 2 STEP 2「大学との協定締結」～包括協定締結によるまちづくりに関する共同研究（研究機能・社会貢献機能）～

STEP 1で大学との関係づくりができたところで、STEP 2のステージへと進む。ここでは、包括協定等による連携が目標であるが、STEP 1の補完として自治体をフ

<sup>6</sup> 大学の正規単位ではなく、学習意欲向上のための市民大学内部における単位である。

ィールドワークとして活用してもらおう環境整備も有効な手段である。以下では、その方策について述べていく。

包括協定等の多くには、まちづくりに関する共同研究が連携内容として盛り込まれている。そして、包括協定等の締結は年々増加傾向にあるが、第3章のアンケート結果からわかるように、自治体と包括協定を締結している大学は約6割、包括協定は締結していないが、自治体のまちづくりに関する課題について共同研究を行っている大学が約2割あり、合わせると約8割を超える。

戸田市では、まちづくりに関する課題の調査研究を行う機関として政策研究所を設置したが、人員・予算等の制約から、外部との学術的な連携や支援が必要であると考えている。また、長期的かつより専門的な分野の調査研究については、現在の体制では効果を生み出すことをなかなか期待できない。さらに、住民のニーズの多様化により、行政だけでは担うことのできない課題が増加してきている。まちづくりの担い手としては、様々な主体が参画する必要があると考えているが、その一つに知の資源である大学も参画していくことが求められている。今後大学との包括的な連携・協定等により、各種分野のニーズに応え得る調査研究を進められる体制づくりが必要であるとする。

また、包括協定等を締結しての共同研究ではないが、一つの成功事例として小田原市政策総合研究所が設置した「小田原大学コミッション」がある。この取り組みは、小田原市外の大学の様々な研究活動を支援するための窓口を設置し、研究フィールドへの容易なアクセスを可能とするとともに、その成果を市民とともに共有し、大学との交流を小田原らしい市民主体のまちづくりに還元することを目的に始まった。主な取り組み内容は、小田原市を大学の研究フィールドとして提供するとともに、行政資料等の調査・所管課の紹介、さらには宿泊施設の紹介まで行っている。<sup>7</sup>

この大学コミッションは、地域内に大学がない自治体にとっては有効な手段であり、また、包括協定等を締結する前段階としてもキーポイントとなる取り組みである。

第3章のアンケート結果にあるように、戸田市との連携について、「包括協定に基づく連携を検討したい」が約7%に対して、「まちづくりに関する共同研究やフィールドワークとしての活用を検討したい」が20%となっており、市内に大学のない戸田市にとって大学とのパイプを形成する上で、必須の条件であることがわかる。

図表8 共同研究における戸田市と大学のメリット

	メリット
戸田市	まちづくりに関する研究成果の活用、研究の外部委託費削減、学生という若者のまちづくり参画、専門家のデータベース構築
大学	生きた研究現場の獲得、自治体との連携に伴う国・財団等の補助金・交付金の獲得、地域貢献による新たな市場の獲得

<sup>7</sup> その他の取り組み内容に、ライブラリーの整備として、小田原をフィールドとした研究成果を市民や学生など多くの人々が活用できるよう、市立図書館で公開することや、大学コミッションを通じてネットワークのできた専門家情報を蓄積し、まちづくりのアドバイザーや行政の専門員などに協力いただける各分野の専門家をデータベース化している。

### 3 STEP 3「大学の拠点づくり」～戸田市への大学誘致（研究機能・教育機能・社会貢献機能）～

STEP 3では、いよいよ地域内への大学の誘致というステージへと上がる。以下では、現在の社会情勢や自治体を取り巻く環境を踏まえた上での方策を述べていく。

大学との連携について、先進自治体の事例の多くは地域の大学との連携を果たしている。これは、まちづくりの担い手として地域の大学がまちづくりのプレーヤーとなっているということである。また、国においても2006年12月に改正した教育基本法に基づき教育振興計画を策定し、その中で国公私立大学等との連携を通じた地域振興のための取り組みを支援することを掲げている。このことから今後さらに地域と大学の連携が進行することが予想される。しかし、地域に大学のない自治体や拠点数が少ない大学にとっては、地域外連携が必要となってくる。財源・人口が右肩上がりの時代には大学誘致を行っていた事例もあるが、今のように自治体・大学ともに苦しい状況では、大規模な誘致は共倒れとなってしまう危険性がある。

この状況を打開するには、大規模な大学誘致ではなく、小規模なサテライトキャンパス<sup>8</sup>等の誘致を検討することが有効である。地方の大学は首都圏に比べ少子化による学生の「市場縮小」のダメージを大きく受けている状況にあると思われるため、首都圏への足掛かりの場を、都心に隣接する自治体に設置することは、学生の獲得等のメリットがあるのではないかと考えられる。実際に本研究の概要報告を実施した政策研究所シンポジウム<sup>9</sup>後には、関東圏外の大学より、小規模な大学設置について問い合わせがあった。つまり、自治体が大学誘致により受けるメリットと、地方大学が首都圏への市場拡大というメリットが一致したとき、この解決策が有効となると考えられる。これらの図式を、戸田市にあてはめて考えてみるとどうだろうか。

戸田市は2006年度に「戸田市企業集積基本計画策定調査」を実施し、市内大規模未利用地に企業誘致が可能であるか意向調査を実施した。その結果、現時点での企業誘致は難しいとの判断がされた。そのため、未利用地活用を前提とする大規模な大学誘致は、戸田市では困難であるが、小規模未利用地が駅周辺にあるためサテライトキャンパス等を設置することは可能であると思われる。また、戸田市は都内への便利な玄関口であり、大学にとっては、市場拡大の意図から有利な諸条件が整っていると考えられ、双方にメリットがあるととらえている。

図表9 大学誘致における戸田市と大学のメリット

	メリット
戸田市	学生という若者のまちづくり参画、市所有の未利用地の有効活用
大学	自治体との連携に伴う国・財団等の補助金・交付金の獲得、首都圏への新たな市場獲得

<sup>8</sup> ここでいうサテライトキャンパスとは、多くの形態としてある「駅前型学習拠点」としての形態もあるが、大学が講義を行う拠点ではなく自治体と連携し活動を行う拠点としての形態も含むものとする。

<sup>9</sup> 2010年2月27日実施戸田市文化会館301会議室



## 第5章 おわりに

これからの自治体経営を考える一つの視点として、地方自治体とともに公共の担い手となる主体を開拓していくことは重要である。今日では、様々な要因から「公共」を地方自治体だけで担っていくことは難しい。この「公共」を支え作り出していく新しい主体の参加が求められる。それが「大学」である。なお、この「公共」を様々な主体の参加と協働で維持・発展させていく考えは「新たな公」<sup>10</sup>と称される。

今日では、公共を支えていく主体の一つとして期待されつつある大学に着目した。その大学と連携していくことは、地方自治体の新しい視野が拓けることを意味する。しかしながら、大学にとってもメリットがなければ、連携の成功は望めない。

本研究で示した、先行事例や大学へのアンケート調査の結果からも理解できるように、「大学の発展につながるような連携を望む」という声が多いのはいわば当たり前の回答である。しかし、この当たり前な大学側の「思い」を認識していない場合が少なくない。すなわち、地方自治体の一方通行的な大学との連携に終始している現状が少なからずある。そのことが成功事例の少ない要因の一つとなっている。

本研究では、大学には「研究機能」「教育機能」「施設機能」「社会貢献機能」の4つの機能があると考えている。それらの機能のうち「研究機能」「教育機能」「社会貢献機能」を生かした連携において、戸田市と大学がともに発展できる可能性があるだろう。日本が人口減少時代に突入し、地方自治体も大学も少なくなるパイ（人口）の獲得に奔走している状況では、お互いがWin&Winの状態になる連携が求められる。

そして、大学との連携により地域住民や企業も含め in&Win&Win・・・になることが理想である。そのためには、政策研究所での取り組みに加え、今後、大学との連携を円滑に行うことができるよう地方自治体として一本化した窓口体制を構築することが大切だろう。

最後になるが、本アンケート調査の実施に当たって、ご協力いただいた市民の皆様及び大学の皆様、試行的に取り組みにご協力いただいた、目白大学社会学部地域社会学科の丸楠恭一教授に厚く御礼を申し上げ、本研究の結びの言葉とする。

### [主な参考文献等]

- ・『教育振興基本計画』文部科学省、2008年7月1日閣議決定
- ・『大学と地域との取組実態についてのアンケート調査結果』内閣官房都市再生本部事務局、2007年4月実施
- ・『市政研究うつのみや（第5号）』うつのみや市政研究センター、2009年3月
- ・『日経グローバル（No.129）』日本経済新聞社産業地域研究所、2009年8月

<sup>10</sup> 国土交通省のホームページによると、新たな公とは、「行政だけでなく多種多様な民間主体の地域づくりの担い手と位置づけ、その協働によって、地域のニーズに応じた社会サービスの提供等を行おうとする考え方」と定義している。そして「社会貢献による参加者の自己実現や地域経済の活性化、社会的コストの軽減効果など、多面的意義がある」と指摘している。

- ・『週刊ダイヤモンド（第97巻44号）』株式会社ダイヤモンド社、2009年10月
- ・『週刊東洋経済（第6169号）』東洋経済新報社、2008年10月
- ・『小田原市政策総合研究所』2008年5月18日  
(<http://www.city.odawara.kanagawa.jp/policyrese/prio.html>)

[資料]

## 1. 大学へのアンケート調査票

### 行政と大学との連携に関するアンケート調査について

現在、戸田市政策研究所（戸田市役所に設置された組織になります）では「行政と大学の連携によるまちづくりの可能性」について調査研究を行っております。文部科学省において昨年策定された教育振興基本計画では、今後5年間に総合的かつ計画的に取り組むべき施策として、国公立大学等の連携を通じた地域振興のための取り組み支援や、大学等における社会人受け入れ促進など、行政と大学の連携が掲げられております。しかし、本市には大学がないことから、現在広域的に連携を図るべく、研究を進めております。そこで、首都圏の大学に対して、行政との連携によるまちづくりの可能性を明らかにすることを目的とした調査を実施することといたしました。ご多用の折大変恐縮ですが、何卒ご協力いただきますようお願い申し上げます。

なお、調査に関する問い合わせ等は、下記までご連絡くださいますようお願いいたします。

平成21年6月  
戸田市政策研究所

#### 【問い合わせ先】

〒335-8588 埼玉県戸田市上戸田1-18-1

戸田市政策研究所（担当：山本）

Tel：048-441-1800

Fax：048-431-6790

E-mail：seisaku@city.toda.saitama.jp

# 行政と大学との連携に関するアンケート調査 調査票

お手数ですが、アンケートの内容について後日照会する場合のために、連絡・照会先をご記入下さい。

## 1 大学名・部署名

\_\_\_\_\_

## 2 連絡・照会先

回答者氏名： \_\_\_\_\_ (肩書： \_\_\_\_\_)

Tel. \_\_\_\_\_ (内線： \_\_\_\_\_)

Fax. \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

## 3 大学名の公表は 希望いたします ・ 希望いたしません (いずれかに○をしてください)

＜調査票の記入・回答方法について＞

記入・回答に際しては、下記の点にご留意いただきましてご記入くださいますようお願い申し上げます。

1. ご回答の手順

○ご回答の時点は、平成 21 年 6 月 1 日現在でお答えください。

2. ご記入いただいた調査票は、お忙しい折とは存じますが、**7月17日（金曜日）まで**にご返送

くださいますようお願い申し上げます。なお、原則として回答は E-mail でお願いいたしますが、ファクシミリでも結構です。

3. アンケートの集約結果は、当研究所ホームページおよび当研究所報告書等で公開させていた

できます。※大学名等の公表を希望されない場合は、その旨をご記入ください。

【調査票返送・連絡先】

E-mail : seisaku@city.toda.saitama.jp

FAX : 048-431-6790

担当者 : 戸田市政策研究所 研究員 山本 哲史

電話 048-441-1800 内線 470

E-mail yamamoto.satoshi@city.toda.saitama.jp

戸田市政策研究所

〒335-8588

埼玉県戸田市上戸田1-18-1

政策秘書室内

T e l : 0 4 8 - 4 4 1 - 1 8 0 0

F a x : 0 4 8 - 4 3 1 - 6 7 9 0

U R L : <http://www.city.toda.saitama.jp/438/437464.html>

問1 平成20年度に、貴学で自治体と連携した事業を行いましたか。あてはまる番号に○をつけてください。(5. については法人格としての連携のみならず研究室等での連携も含む)

1. 自治体と包括協定を締結している。(「協定書」以外に「契約書」「要綱」「覚書」「規約」「合意」「会則」「申合せ」「要領書」「宣言」「取決め」「意向書」のような名称を含む)

差支えなければ下記にご記入ください。

- |  |  |
|--|--|
| (1) 自治体名 _____<br>協定等名称 _____<br>締結年月日 _____ | (2) 自治体名 _____<br>協定等名称 _____<br>締結年月日 _____ |
| (3) 自治体名 _____<br>協定等名称 _____<br>締結年月日 _____ | (4) 自治体名 _____<br>協定等名称 _____<br>締結年月日 _____ |
| (5) 自治体名 _____<br>協定等名称 _____<br>締結年月日 _____ | (6) 自治体名 _____<br>協定等名称 _____<br>締結年月日 _____ |

2. 包括協定は締結していないが、分野別に「計画」「方針」等の指針作りに協力している。

差支えなければ下記にご記入ください。

- |   |   |
|---|---|
| (1) 自治体名 _____<br>指針名称 _____<br>作成年月日 _____<br>実施学部 _____ | (2) 自治体名 _____<br>指針名称 _____<br>作成年月日 _____<br>実施学部 _____ |
| (3) 自治体名 _____<br>指針名称 _____<br>作成年月日 _____<br>実施学部 _____ | (4) 自治体名 _____<br>指針名称 _____<br>作成年月日 _____<br>実施学部 _____ |
| (5) 自治体名 _____<br>指針名称 _____<br>作成年月日 _____<br>実施学部 _____ | (6) 自治体名 _____<br>指針名称 _____<br>作成年月日 _____<br>実施学部 _____ |

3. 包括協定は締結していないが、市民向けの教養講座等の企画・運営に携わっている。  
差支えなければ下記にご記入ください。

- |                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|
| (1) 自治体名 _____<br>事業名称 _____ | (2) 自治体名 _____<br>事業名称 _____ |
| (3) 自治体名 _____               | (4) 自治体名 _____               |

- |  |  |
|--|--|
| 事業名称 _____<br>(5) 自治体名 _____<br>事業名称 _____ | 事業名称 _____<br>(6) 自治体名 _____<br>事業名称 _____ |
|--|--|

4. 包括協定は締結していないが、自治体のまちづくりに関する課題について共同研究を行っている。

差支えなければ下記にご記入ください。

- |  |  |
|--|--|
| (1) 自治体名 _____<br>研究名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ | (2) 自治体名 _____<br>研究名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ |
| (3) 自治体名 _____<br>研究名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ | (4) 自治体名 _____<br>研究名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ |
| (5) 自治体名 _____<br>研究名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ | (6) 自治体名 _____<br>研究名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ |

5. 包括協定を締結していないが、自治体をフィールドワークの場として活用している。  
差支えなければ下記にご記入ください。

- |  |  |
|--|--|
| (1) 自治体名 _____<br>取組名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ | (2) 自治体名 _____<br>取組名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ |
| (3) 自治体名 _____<br>取組名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ | (4) 自治体名 _____<br>取組名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ |
| (5) 自治体名 _____<br>取組名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ | (6) 自治体名 _____<br>取組名称 _____<br>実施年月 _____<br>実施学部 _____ |

6. 行っていない。→その理由は
1. 意向があるが機会がない
  2. 自治体連携については考えていない

問2 貴学には自治体との連携を検討する上で、窓口となる担当部署はありますか。あてはまる番号に○をつけてください。

1. ある（理工系）

担当部署名 \_\_\_\_\_

連絡先（T e l, F a x） \_\_\_\_\_

連絡先（E - m a i l） \_\_\_\_\_

2. ある（人文・社会科学系）

担当部署名 \_\_\_\_\_

連絡先（T e l, F a x） \_\_\_\_\_

連絡先（E - m a i l） \_\_\_\_\_

3. ない

問3 本市では、**問1のような大学との連携**について研究しておりますが、以下の連携について貴学において検討していただけるものはありますか。あてはまる番号に○をつけてください。

1. 包括協定に基づく連携

2. 計画・方針等の策定

3. 市民向け講座等の企画・運営

4. まちづくりに関する共同研究

5. フィールドワークとしての活用

6. その他（ \_\_\_\_\_ ）

7. 興味がない

問4 **問3**において、1～6に○をされた場合お伺いします。どのような条件や体制等を望まれますか。

具体的にご記入ください。

[ \_\_\_\_\_ ]



問5 本市では、現在市民向け講座等において、専門的であり、系統的・継続的・実践的に学習できるものを「戸田市民大学」として開講しております。講師は大学教授等にお願いしておりますが、今後、市民大学において単位取得が可能となる制度づくりを進めたいと考えております。そこでお伺いします。

(1) 貴学では、社会人が通常の入学手続きを経ずに講座を受講し、単位を取得できる特別(科目)聴講生制度のようなものはありますか。あてはまる番号に○をつけてください。

1. ある

制度名称 \_\_\_\_\_

2. ない

(2) 貴学では、本市が検討している学外(サテライトキャンパス含む)での講義を実施し、学生以外の一般の方が単位を取得できる講義を実施していますか。あてはまる番号に○をつけてください。

1. 実施している(サテライトキャンパス等貴学の敷地において実施)

実施場所 \_\_\_\_\_

2. 実施している(上記以外の場所において実施)

実施場所 \_\_\_\_\_

連携市町村名 \_\_\_\_\_

3. 実施していない

問6 貴学が自治体との連携を行った際に生じた課題・問題点について具体的にご記入ください。

[ ]

以上で質問は終わりです。

調査にご協力いただき、誠にありがとうございました。

## 2. 市民へのアンケート調査票

### 戸田市が主催する講座等に関するアンケート調査

今回は、戸田市が主催する講座等を受講いただきありがとうございます。

現在、※戸田市政策研究所では「行政と大学の連携によるまちづくりの可能性」について研究しております。その一環として、各種講座において大学との連携により、より高度な学習機会を提供するための研究をしております。

今回、皆様からご意見をいただき、今後の研究に役立てていきたいと存じますので、ご協力をお願いいたします。

なお、調査結果は統計的な数値として集計し、研究活動の資料とするもので、他の目的には一切使用することはありませんのでご理解の程よろしくお願ひします。

戸田市政策研究所 研究員 山本 哲史 e-mail : seisaku@city.toda.saitama.jp

戸田市上戸田 1-18-1 戸田市役所政策秘書室 048-441-1800 内線 470

※戸田市政策研究所とは平成20年4月に、戸田市がよりよい市政運営を行うための調査研究を行う機関として、政策秘書室内に設置されました。

URL : <http://www.city.toda.saitama.jp/438/437464.html>

#### 1 はじめに、あなたご自身のことについてお聞きします。

(1) あなたの性別についてお尋ねします。(1つだけに○印)

1. 男性 2. 女性

(2) あなたの年齢についてお尋ねします。(1つだけに○印)

1. 10代未満 2. 10代 3. 20代 4. 30代 5. 40代 6. 50代 7. 60代 8. 70代以上

(3) 現在のお住まいについてお尋ねします。(1つだけに○印)

1. 下戸田地区(喜沢、喜沢南、中町、下戸田、下前、川岸1,2)  
2. 上戸田地区(川岸3、本町、南町、戸田公園、上戸田、大字上戸田)  
3. 新曽地区(新曽南、氷川町、大字新曽)  
4. 笹目地区(笹目南町、笹目北町、早瀬、笹目、大字下笹目)  
5. 美女木地区(美女木、美女木東、大字美女木)

#### 2 ここからは、講座等への希望についてお聞きします。

(1) 大学と連携してより専門的な講座を開設した場合、受講を希望しますか？

(1つだけに○印)

1. はい 2. いいえ

(2) (1)で「1. はい」とお答えした方にお尋ねします。どのような内容の講座を希望しますか？

(複数回答可)

1. 歴史 2. 地理 3. 文学 4. 科学 5. 化学 6. 芸術 7. 環境 8. 政治 9. 経済 10. 語学  
11. 教育 12. 建築 13. 宗教 14. 思想 15. 福祉 16. 倫理 17. その他  
( )

**(3) 大学の単位（1講座2単位）が取得できる講座を開設した場合、受講を希望しますか？**

**（1つだけに○印）**

1. はい 2. いいえ 3. わからない

**(4) 大学の単位が取得できる講座について、受講にかかる費用（1講座あたり2万円程度）がかかるとしたら費用負担をどのようにしてほしいですか？（1つだけに○印）**

1.受講生が全額負担 2.市が費用の一部を負担 3.市が全額負担

**以上で質問を終わらせていただきます。ご協力ありがとうございました。**

### 3. 目白大学への寄附講座企画書

戸田市政策研究所 寄附講座「戸田市における政策開発の実践と成果」（仮題）

#### ○授業のねらい

昨今、戸田市は全国的に注目を集めている。例えば、2007年には「全国サステナブル都市調査」（日本経済新聞社）において、持続可能な都市として全国764市中総合評価第3位となった。また2008年の「住み良さランキング」（東洋経済新報社）では、全国784市中総合評価35位にランキングされている。その他、環境、子育て支援、ITなどの各自治体政策で高い評価を得ている。

この戸田市の取組みの中から、先進的な事例を紹介する。就職先として、地方公務員を考えている学生はもとより、政策市場（政策をつくる業種）への就職を検討している学生にとっては大いに貢献すると考えている。

#### ○講義（案）

講義は、別添資料1のとおりである。資料1の内容は「案」であり、講義の順番などは変更する可能性がある。また、神保・市長の講義も検討している。なお、戸田市政策研究所の政策形成アドバイザーの牧瀬稔氏は、すべての講義において参加し、担当課の講義の後、適宜、アドバイスを行う。

#### ○教科書

次の図書を使用する予定である。

・戸田市政策研究所『都市間競争時代における政策開発の具体的手法と実践』（仮題）東京法令出版

同著は、2009年2月に出版予定。

#### ○成績評価

レポートの提出により評価を行う。

#### ○その他

可能ならば（貴大学と相談の上）、本講義を受講した学生を対象にインターンシップを実施したい。受け入れは戸田市政策研究所（政策秘書室）とし、インターンシップに参加する学生には、最終的に政策提案（報告書の提出）を求めたい。なお、2008年夏には、法政大学の学生3名を約1ヶ月間、インターンシップとして受け入れている。最終日には、市長と副市長に対してプレゼンテーションをしていただいた（その後、12月に報告書を提出していただく予定である）。

## 講義案（資料1）

回数	テーマ	内容	担当課
第1回	戸田市政策研究所とは何か	講義の進め方や方針などを説明する。また本講義を中心的に進めていく「戸田市政策研究所」について紹介する。	牧瀬 稔(注1)
第2回	戸田市の現状と課題	戸田市が今後の施策・取組みなどの検討にあたっての基礎とする目的から、各分野における戸田市の現状と課題の調査を実施した。受講生には、「戸田市とはこのような地域である」ということを理解してもらいたく、紹介する。	戸田市政策研究所
第3回	ネーミング・ライツの導入	自治体は財源の確保に主眼を置くため、広告事業へ取組む手機会が増えている。そこで戸田市において、その一つの方向性として、既存施設などを活用したネーミングライツの導入について紹介する。	戸田市政策研究所
第4回	戸田オリンピックボートコースの水質浄化を目指して	2008年4月に内閣府から募集のあった「地方の元気再生事業」に「戸田オリンピックボートコースの水質浄化を目指して」というテーマで提案し、採択を受けた。その経緯や3つの事業を紹介する。	戸田市政策研究所
第5回	共働き家庭のための子育て支援	ワークライフバランスが実現した社会は、男女がともに子どもや家族と過ごす時間が増え、親としての子育ての喜びと仕事から得られる。戸田市におけるワークライフバランスの現状と背景などについて紹介する。	戸田市政策研究所
第6回	電子自治体の今日的意義	戸田市にとってどのような行政サービスの電子化を進めることが住民福祉の向上に寄与するのかを考え、講義では特に電子納税・電子申告について取り上げる。	戸田市政策研究所
第7回	シティ・セールスの取組み	戸田市におけるシティセールスの必要性和成功する要件の中でも、①現在戸田市が持たれているイメージ、②先行自治体の事例、を講義する。	戸田市政策研究所
第8回	サステイナブル都市の実現に向けて	戸田市は、「環境モデル都市」への挑戦を試みた。この経過や提案内容、今後の方向などについてふれる。	環境クリーン室
第9回	四季を彩るおしゃれな風景づくり	戸田市は全国的にも独創的な施策である三軒協定が紹介されたことを機に、戸田市の名前が全国に知れ渡ることとなった。三軒協定をはじめとした戸田市がこれまで取り組んできた施策・事業の概要を紹介する。	都市計画課
第10回	子育て家庭にやさしいまちづくり	「子育ての新たな支え合いと連帯」の中でも地域における子育て支援に視点を置き、戸田市の現状を紹介しつつ、子育て支援の在り方について考え方を指摘する。	こども家庭課
第11回	犯罪のないまちづくりの実践	戸田市が支援する「安全・安心なまちづくり」の過程において、「戸田市に住んでいて良かった、戸田に住みたい」という体感の安定を提供してきた経緯を紹介する。	防犯くらし交通課
第12回	戸田市マネジメントシステムの現状	行政に「経営」の視点を取り入れ、戸田市役所全体が、効率的で質の高い行政サービスの提供を目指す体制を構築している。その仕組みづくりについて講義する。	経営企画課
第13回	市民との協働の成果	現在、戸田市は市民、事業者と戸田市がそれぞれ役割と責任を持ち、戸田市のまちづくりを協働で継続している。その現状と方向性について紹介する。	コミュニティ推進課
第14回	戸田橋花火大会に向けた取組み	毎年、板橋区と共同で戸田橋花火大会を開催している。大会を開催するまでの日々の業務など、表にはでない取組みを紹介する。	経済振興課
第15回	戸田市の人材育成・採用について	戸田市の求める職員像について、人事課が考える採用の本音について語る。	人事課

注1) 牧瀬稔氏は、すべての講義に参加する。

# 2020年度の市税収入をシミュレーション ～法人転出とマンション立地の関係～

## 目 次

### 第1章 はじめに

- 1 本研究の背景
- 2 本研究の目的
- 3 本研究の手法及び特色
- 4 本報告書の概要

### 第2章 戸田市の市税概要

- 1 戸田市歳入の動向
- 2 戸田市の市税（普通税）動向
- 3 戸田市の市税の特徴

### 第3章 戸田市の工業の現状

- 1 戸田市の工場立地動向について
- 2 戸田市の工業支援事業について

### 第4章 自治体の企業誘致施策

- 1 企業誘致の他市の事例
- 2 企業誘致施策のメリット・デメリット

### 第5章 2020年度の市税シミュレーション

### 第6章 今後の展望

## 第1章 はじめに

### 1 本研究の背景

戸田市は、古くは農業中心のまちであったが、戦後の1960年代ごろから製本工場や倉庫、大手企業の工場などが建ち始めた。1964年の東京オリンピック以降は道路網も整備され、東北方面や信越方面へ向かう利便性の高さから、食品関係の工場や印刷関連産業、一般機械産業などが増えていった。1985年の埼京線開通後は急速に都市化が進み、工場や倉庫に代わり、マンションなどが増えた。その結果、住宅と工業の混在による操業環境の悪化や、工場の拡張用地の不足、地価の高騰などによる立地コストの上昇などにより、工場の市外への移転が起きている。このことは、戸田市の土地利用政策に大きな影響を与えると同時に、地元雇用の場の喪失や税収面での法人市民税の減収など、都市の活力や地域経済を低下させることにつながりかねない。

そこで本研究では、2020年度まで企業が存在した場合の市税収入と、2010年3月末に企業が市外へ移転し、その跡地にマンションが建設された場合の2020年度の市税収入を比較検証する。

### 2 本研究の目的

#### (1) 目的

本研究の目的は次の6点を明らかにすることである。

- ①戸田市の税収構造を明らかにすること。
- ②戸田市の工場立地動向を把握すること。
- ③企業誘致のメリット、デメリット及び企業移転に伴い、マンションが立地した場合の、メリット、デメリットを検証する。
- ④戸田市の工場が閉鎖し、マンション等へ転換された事例を調査すること。
- ⑤工場からマンションへ転換した事例をもとに、モデルケースを設け、その影響度を検証する。
- ⑥今後戸田市が税収の確保を図りながら、都市政策を展開するに当たっての基礎資料となること。

#### (2) 期待される効果

産業の空洞化が叫ばれている昨今、地域に根付いた企業の存在は、豊かな経済基盤を支え、地域社会に活力を与えていくうえで、とても重要なことである。本研究を、市の発展に欠かせない企業活動と住みよい住環境を両立していくうえで、よりよい経済政策と土地政策を打ち出していくための礎とする。

### 3 本研究の手法及び特色

本研究は次の4点の手法を実施する。

#### (1) 研究の特色

本研究は、「工場が市に存在した場合（X）と、工場が市外へ移転し、マンションが建設された場合（Y）の2パターンモデルケースを設け、2020年度の市税収入をシミュレーションする」ものである。その際、市に実存した企業数社のデータを使用する。またマンションについては、過去のデータ等を用いて架空のマンションを設ける。このように、企業が市に存在した場合と企業からマンションへ転換された場合の仮設のモデルから、税収に及ぼす影響度を検証することが、本研究のオリジナリティーである。

#### (2) 研究方法

下記の4点の方法を使用する。

##### (1) 先行事例調査

文献調査や既存の資料を収集し、研究機関等の研究実績を調査する。

##### (2) 戸田市の税収構造の検証

「市税の概要」を調査し、市の税収構造の特徴を把握する。

##### (3) 戸田市の工業及び産業の特徴を検証

「統計とだ」を用いて、製造品出荷額、製造者従業者数等のデータから、市の産業構造の特徴を把握する。

##### (4) 税収の変化の検証

市外へ転出する工場とその跡地にマンションが立地するモデルケースをもとに、2020年度の税収への影響度を検証する。

以上、4点の方法を用いて研究を進め、目的を達成する。

### 4 本報告書の概要

戸田市では、最近、住宅と工業の混在による操業環境の悪化や、工場の拡張用地の不足、地価の高騰などによる立地コストの上昇などにより、工場の市外への移転が起きている。こうした背景を踏まえ、市外へ転出する工場とその跡地にマンションが立地するモデルケースをもとに、2020年度の税収への影響度を検証した。

第2章では、戸田市の税収構造と、市税収入の推移について検証した。次いで第3章では、戸田市の工業の現状及び、戸田市で実施している工業支援事業について紹介している。次いで第4章では、他の自治体で実施している企業誘致施策及び、企業誘致策のメリット・デメリットについて紹介している。次いで第5章では、モデルマンションを設け、市外へ転出する工場とその跡地にマンションが立地するモデルケースをもとに、2020年度の



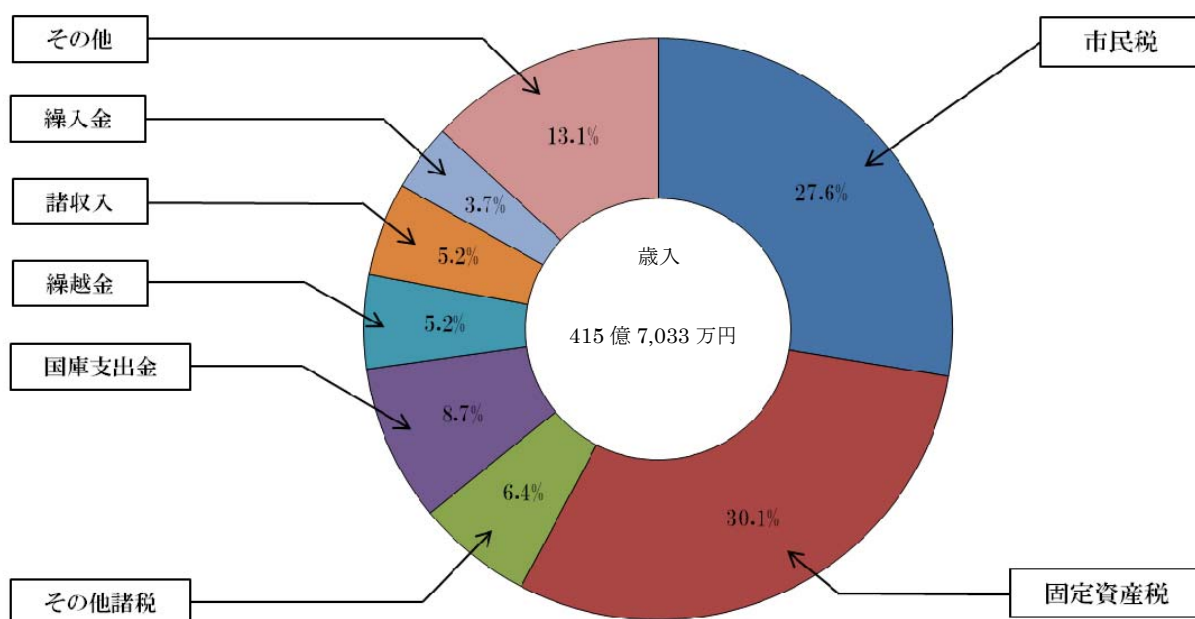
税収への影響度を検証した。最後に第6章では、第5章のシミュレーションを経て、今後のまちづくりの展望を提示している。

## 第2章 戸田市の市税概要

### 1 戸田市歳入の動向

2007年度の戸田市の決算ベースにおける一般会計歳入内訳をみると、歳入合計は約415億円、そのうち約266億円を市税が占める。割合にすると約64%と自主財源<sup>1</sup>に占める割合が高い(図表1)。こうした中、「財政健全度ランキング」全国第6位、「自主財源比率<sup>2</sup>」全国第5位などにランキング(都市データパック2009年版)されるように、比較的財政が恵まれているといえる。しかしながら、人口の増減、企業の進出・流出、景気動向などの不安定要素から、今後の市税の動向は楽観視できない状況にあるといえる。

図表1 一般会計歳入の内訳



出典：戸田市財務部税務課

<sup>1</sup> 市町村が自主的に収入できる財源。具体的には、地方税、分担金、負担金、使用料、手数料、財産収入、寄付金、繰入金、繰越金および諸収入を指す。

<sup>2</sup> 歳入全体に対する自主財源の占める割合をいう。地方財政の自主性を高める意味で、この割合が高いことが望まれる。

## 2 戸田市の市税（普通税）動向

地方経済を活性化させることにより増加する主な税目としては、定住人口の増減に伴う個人市民税、企業の収益に左右される法人市民税、新たな設備投資や企業立地に大きく影響を受ける固定資産税などがある。本節ではこれらの税目を中心に、直近の市税の動向を踏まえ、その概要を報告する。

図表2 主な市税（普通税）の推移（決算ベース）

単位：千円

区分	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
個人市民税	6,624,595	6,583,000	6,952,796	7,598,825	8,885,399
法人市民税	1,605,026	1,875,379	2,770,978	2,788,827	2,729,921
固定資産税・都市計画税	13,579,332	13,612,494	13,751,390	13,490,252	13,617,723
軽自動車税	50,858	53,866	56,161	59,329	62,520
たばこ税	839,643	849,783	851,223	891,243	886,927

出典：戸田市財務部税務課

### (1) 個人市民税

図表3のように、個人市民税の調定額は、2007年度に実施された税源移譲の影響を除いても概ね増加傾向にある。また、納税義務者数も順調に増加している。2007年度は、対前年度プラス1,600人となり納税義務者数が大きく増加している。これは、税制改正により非課税限度額が引き下げられたことや、老年者非課税の廃止、老年者控除の廃止、年金所得控除額の減少により、以前は非課税になっていた者が課税になったことが主な要因である。

図表3 個人住民税の推移

#### ①個人市民税「所得割納税義務者数」の推移

単位：人

区分	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
所得割納税義務者数	42,624	52,282	55,182	56,203	57,807

#### ②個人市民税「所得割額」の推移

単位：千円

区分	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
個人市民税「所得割額」	5,673,445	6,610,769	7,260,412	8,630,464	8,676,256

出典：戸田市財務部税務課

## (2) 法人市民税

法人市民税は、法人等の資本金と従業者数に応じて一定額を支払う「均等割」と、収益により変動する法人税額に応じて支払う「法人税割」がある。図表4のように、2007年度までの法人市民税収は概ね安定して推移している。しかし、昨今の経済状況により、2008年度の法人税割については大幅な減少が見込まれる。

一方、均等割については、2006年5月1日から施行された「会社法」により最低資本金規制が撤廃された関係で、会社設立数が増え、均等割分の税収が増えた。

図表4 法人市民税の推移

### ①法人市民税「均等割」の推移

単位：円

区分	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
法人市民税 「均等割」	411,807,100	415,544,100	417,853,800	440,574,400	459,399,300

### ②法人市民税「法人税割」の推移

単位：円

区分	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
法人市民税 「法人税割」	1,193,219,000	1,459,834,600	2,353,124,400	2,348,252,400	2,270,521,700

出典：戸田市財務部税務課

## (3) 固定資産税

固定資産税は、毎年1月1日（賦課期日）現在の土地、家屋及び償却資産（これらを「固定資産」という。）の所有者に対し、その固定資産の価格をもとに算定される税額をその固定資産の所在する市町村が課税する税金である。また、固定資産税は土地や家屋などに対する税のため、景気の変動による影響を受けにくく、安定的な収入を見込むことができる市町村の基本的な税で、戸田市でも全年を通して、120億円前後で推移している。

しかし、昨今の経済情勢により新築住宅の建設が減少していることや、地価下落が依然として進行していることから、今後は税額の増加が緩やかになると見込まれる。

## (4) 軽自動車税

軽自動車税は増加傾向にあり、2007年度で6,000万円を超えた。これは維持費の安い軽自動車が増加していることが理由と考えられる。

## (5) たばこ税

たばこ税は、2006年度は税率がアップしたため増加している。自治体にとって貴重な市税であるが、禁煙等健康志向の高まりにより、今後は減少することが見込まれるが、固定資産税と同様比較的安定的な税金といえる。

### 3 戸田市の市税の特徴

戸田市の市税の特徴をみるにあたり、2007 年度決算をもとに、近隣の 3 市（さいたま市、川口市、蕨市）と主要税目別に構成比率を比較する。

図表 5 のように、戸田市は、固定資産税・都市計画税の占める割合が約 52%と、3 市の平均約 44%と比べ高い。この理由は、東京外かく環状道路と首都高速 5 号線が交差し、交通の便が良いために、物流拠点となり、倉庫等の建物が多く存在するからである。このように、戸田市は景気動向に左右されにくい固定資産税・都市計画税に依存しているため、税収構造は、比較的安定しているといえる。

図表 5 2007 年度決算主要税目別構成比の比較

		3市平均 (千円)	構成比率(%) (A)	戸田市 (千円)	構成比率(%) (B)	比較(%) (B)－(A)
市民税	個人	45,904,401	42	8,885,399	33	-9
	法人	10,652,329	10	2,729,921	10	0
固定資産税		39,446,464	36	12,461,545	47	10
軽自動車税		403,271	0	62,520	0	0
市たばこ税		3,704,416	3	886,927	3	0
都市計画税		8,904,766	9	1,685,904	7	-2
合計		109,015,647	100	26,712,216	100	

※小数点以下は四捨五入

## 第3章 戸田市の工業の現状

戸田市では、これまで流通や印刷、金属などの産業が盛んであったが、近年では、その事業所の数も減少傾向にある（図表 6）。また、我が国の社会経済環境の変化に伴い、まちの様子も大きく変化している。

こうした中、多くの自治体がまちのにぎわいや財源の確保を念頭に地域経済の活性化を標榜し、産業の集積や創出に取り組み、企業誘致においては、熾烈な自治体競争が展開されている。

そこで、本章では、戸田市の工業の現状、企業への対策、企業誘致の他市事例を踏まえ、今後の展望を述べたい。

### 1 戸田市の工場立地動向について

工業統計調査から市の事業所数の推移をみると、事業所数そのものは 30 年前と比較すると約 4 割、従業者数は約 2 割減少していることが分かる。一方、製造品出荷額をみ

ると、約3割以上上昇している。これらのデータから、生産性の高い企業や大規模な企業が増えていると推察できる。しかし、事業所数そのものの減少は、まちの雇用やにぎわいをなくすものである。したがって、事業所を市外へ転出させない方法、もしくは事業所を市内に呼び込む方策が不可欠となってくる。

図表6 戸田市の工場立地動向について

事業年度(年)		1977	2003	2004	2005	2006	2007
事業所数(件)	戸田市	1,058	675	637	690	656	665
	埼玉県		15,821	15,355	15,821	14,969	15,107
従業者数(人)	戸田市	15,928	12,370	12,656	12,810	12,783	13,164
	埼玉県		421,442	421,231	421,442	424,662	435,302
製造品出荷額 (万円)	戸田市	20,696,558	25,530,823	25,375,270	26,242,840	26,773,578	28,391,646
	埼玉県		1,306,910,000	1,356,898,658	1,380,209,247	1,423,162,088	1,473,018,632

出典：埼玉県総務部統計課、戸田市総務部情報統計課

## 2 戸田市の工業支援事業について

戸田市では、重点事業として「戸田市産業立地推進事業補助制度」を展開してきた。この制度は、市外から企業誘致・立地促進するだけでなく、既存の市内企業に対して、設備投資などの各種支援を行うものである。

具体的には、助成対象事業者が、市内の工業地域等（都市計画法に基づく工業地域と準工業地域）において、工場等（事業の用に供する床面積100㎡以上の施設）を新たに立地（新設・増設・賃貸）したり、機械設備を新たに導入したりして、新たな立地に際して市内在住の従業員を一定期間以上雇用した場合に補助を行う制度である。

この制度は2008年度に創設され、2008年度に3件、補助額400万円の実績がある。また、この事業の特徴は、対象地域が工業地域等に限定していることから、近隣住民とのトラブルが少ないため、住工がバランスよく混在するまちづくりに寄与するところにある。

図表7 戸田市産業立地推進事業補助制度

補助対象事業者	対象事業	補助金額	対象期間
①地域等に工場等（事業の用に供する延床面積100㎡以上の施設。以下「工場等」という。）を立地し自ら事業を行う者	工場等の新設及び増設※1	当該工場等に対して課せられる固定資産税及び都市計画税の課税相当額の2分の1以内。ただし、補助限度額を1企業1申請につき300万円以内	3年間
②工場等主と工場等の賃借契約を工業地域等で新たに締結し自ら事業を行う者で、工場等主と借主（法人にあってはその代表者）が配偶者及び3親等以内でないもの	工場等の賃借※2	賃借している工場等の年間の家賃とし、当該家賃相当額の2分の1以内。ただし、補助限度額は1企業1申請につき120万円、月額10万円	2年間
③工業地域等で事業を営む者で、新たに事業に供する設備を自ら導入したもの	設備投資※3	当該工場等に新たに1,000万円以上の設備を導入したときに課せられる固定資産税の課税相当額の2分の1以内。ただし、補助限度額を50万円とし、当該補助期間満了までは新たな設備投資に対する申請はできないものとする。	3年間
④工業地域等に新たに工場等を立地した者が、新規に従業員（既に補助の交付を受けたことがある従業員を除く。）を雇用したもの	雇用促進※4	1年間継続して雇用した新規従業員のうち、1年以上戸田市に住所を有する正社員の数に30万円を乗じて得た額	1年間

※日本標準産業分類における、大分類「製造業」、または大分類「運輸業」のうち中分類「道路旅客運送業」「道路貨物運送業」「倉庫業」「運輸に附帯するサービス業」を、市内で営んでいるか新たに営もうとする事業者で、市税を完納している方が対象である。

※1 2008年1月2日～2009年1月1日に工場家屋の登記がなされたもの（2009年度に固定資産税が新規課税されるもの）。特例的に2007年1月2日～2008年1月1日に工場家屋の登記がなされたものも対象（ただし、補助は2年間とする）。

※2 2009年度中に賃貸契約を開始したもの（2008年度中の契約開始で、現在も契約継続中のものも可）。

※3 2008年1月2日～2009年1月1日に取得し償却資産として申告したもの（2009年度に固定資産税が新規課税されるもの）。

※4 ①②で補助対象となった立地に際して雇用したもの（立地に向けた準備として立地前の雇用も含む）

出典：戸田市市民生活部経済振興課

## 第4章 自治体の企業誘致施策

2002年にシャープ株式会社の液晶パネルの亀山工場建設、2004年に尼崎市にパナソニック株式会社のプラズマパネル工場建設、2006年に寄居町に本田技研工業株式会社(以下:ホンダ)にエンジンから最終組立までを一貫生産する四輪車完成工場を新設するなど、相次いで自治体の企業誘致の報道がされた。これらの報道は、企業活動がグローバル化し、世界規模で生産・研究活動が展開され、企業立地の選択肢を世界に広げている中、国内投資を決めたことで注目を浴びた。

### 1 企業誘致の他市の事例

こうした自治体の企業誘致策は、企業誘致に向けた自治体の積極的な姿勢を明確に示した。この施策の具体的な内容は、工業用水や道路などのインフラ整備や優秀な人材の確保、さらに税の優遇や補助金の交付などが挙げられる(図表8)。このような中で、各自治体が財源の確保を念頭に地域経済の活性化を目指し、産業の集積、創出に取り組んでいる。その結果として、企業誘致に自治体競争が展開されている。

図表8 自治体の主な企業誘致策

福島県	民間から誘致アドバイザー。50人以上の雇用で土地を除く投下固定資産額の5%までを補助
さいたま市	金融機関やシンクタンクと連携して誘致組織をつくる。
静岡県	工場や研究所を新設する製造業者にリース契約土地などに設備投資額の一部を補助
香川県	土地を20年間リース。任期3年で誘致専門者を募集
浜松市	用地取得費の1/5以内(特定地域は1/4以内)、新規雇用従業員1人50万円を補助

企業誘致によって得られる地域経済への波及効果としては、「関連産業の集積などによる地域経済の活性化」「雇用機会の確保・拡大」「税収の増加」などが具体的な実績として挙げられる。また、業種として代表的なのが自動車、電機、機械などの工場、研究所、流通、商業施設である。都道府県単位では過去5年間に300件以上の企業誘致実績を上げ、1万人規模の新規雇用を生み出したところもある。<sup>3</sup>

実際に埼玉県の事例では、(財)埼玉りそな産業協力財団(2008年4月12日)の調べによると2005年1月～2007年3月末までに、237社の企業誘致に成功し、その波及効果は下記のとおりである。

<sup>3</sup> 三井住友銀行グループSMBCコンサルティング株式会社「ビジネストレンド614」  
[http://www.smbc-consulting.co.jp/company/solution/business/business\\_614.html](http://www.smbc-consulting.co.jp/company/solution/business/business_614.html)

図表 9 「埼玉県企業誘致大作戦」の誘致実績（237 件）がもたらす経済波及効果

(単位:億円)

	建設投資効果	生産波及効果 (年間)
直接効果	2,507	7,300
一次波及効果	719	1,515
二次波及効果	479	968
経済波及効果計	3,705	9,783

出典：(財)埼玉りそな産業協力財団 News Release 2008 年 7 月 15 日

しかし、2008 年秋のリーマン・ショック以降、埼玉県内の企業立地が急減速している。特に 2008 年の下半期は製造業が激減し、2008 年度の立地件数は 54 件と前年度に比べて 36%減った。さらに、寄居町に四輪車完成車工場の立地を決めたホンダが、工場稼働の 2 年以上延期を発表するなど、稼働や建設も当面見合わせる例もある。

## 2 企業誘致施策のメリット・デメリット

企業誘致施策において、自治体のメリット・デメリットを財政面と地域経済面で整理する。

図表 10 企業誘致のメリット・デメリット

	メリット	デメリット
財政	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業が立地することにより、市民税・固定資産税等の税収が増加する。</li> <li>・税収の増加により、公共サービスの供給が高まる。</li> <li>・自主財源比率が向上する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・補助金等の交付が必ずしも企業進出の決定要因とはならない。</li> <li>・歳入が特定企業や産業の動向に左右され、変動しやすくなる。</li> </ul>
地域経済	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業進出により、生産、所得、雇用、人口等が増加する。</li> <li>・進出企業を中核として、産業の集積化が進む。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・雇用増の多くが、域外からの雇用、非正規雇用、外国人等の場合がある。</li> <li>・巨大企業の進出は、地元密着の中小零細企業の倒産を招く危険がある。</li> <li>・地元住民の理解が得られない場合、トラブルを生むおそれがある。</li> <li>・特定の企業や産業への依存は、景気や産業構造の変化への対応力を弱め、地域の安全性を脅かす。</li> </ul>



このように企業誘致においてはメリットだけでなくデメリットもある。企業誘致を行う地域の現状は様々であり、必ず成功するパターンのようなものは存在しない。結局は、産業構造の変化に対応した、明確な誘致戦略をもつことが大切である。

## 第5章 2020年度の市税シミュレーション

戸田市では、ここ数年マンション等が増え、首都近郊の住宅都市としての性格が年々強まっている。実際、2005年に5棟、2006年に5棟、2007年に5棟、2008年に5棟、2009年に2棟（予定）と建設されている。これらは、いずれも工場の跡地や社宅跡地、区画整理地区などに建設され、1棟当たり総戸数が200戸程度と比較的大規模なものである。

そこで本章では、以前工場があり、それらがマンションに転用された具体的な事例から、実際に建設されている戸田市内の3カ所のマンションの平均値をとり、モデルマンションをつくる。そして、これらのデータをもとに2020年度の税収をシミュレーションする。なおモデルマンションは、総戸数219戸（1世帯当たり4人）、敷地面積8,145㎡、建築延床面積19,231㎡、路線価128,000円とし、2010年3月に工場が閉鎖された跡地に建設され、その後2012年12月に完成したものとする。

### モデルマンション

総戸数 219 戸 敷地面積 8,145 ㎡ 建築延床面積 19,231 ㎡ 路線価 128,000 円

#### (1) 土地の固定資産税・都市計画税

まず、土地の固定資産税を算出する。税額については、以下の算出式による。

##### ① 土地の固定資産税

$$\begin{aligned} \text{評価額} &= \text{路線価} \times \text{奥行価格補正率等} \times \text{地積} \\ &= 128,000 \text{ 円/㎡} \times 0.8 \times 8,145 \text{ ㎡} = 834,048,000 \text{ 円} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{課税標準額} &= \text{評価額} \times \text{住宅用地の特例} \times \text{負担調整率} \\ &= 834,048,000 \text{ 円} \times 1/6 \times 0.8 \\ &= 111,206,400 \text{ 円} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{税 額} &= \text{課税標準額} \times \text{税率} \\ &= 111,206,400 \text{ 円} \times 1.4\% \\ &= 1,556,889 \text{ 円} \cdots (A) \end{aligned}$$

## ② 都市計画税

$$\begin{aligned}\text{課税標準額} &= \text{評価額} \times \text{住宅用地の特例} \times \text{負担調整率} \\ &= 834,048,000 \text{ 円} \times 1/3 \times 0.8 \\ &= 222,412,800 \text{ 円} \\ \text{税 額} &= 222,412,800 \text{ 円} \times 0.2\% \\ &= 444,825 \text{ 円} \cdots (B)\end{aligned}$$

以上から、(A) + (B) = 2,001,714 円

## (2) 家屋について

次に、家屋の固定資産税を算出する。税額については、以下の算出式による。なお、新築家屋については、当初5年間税額が半額<sup>4</sup>となるため、①、②と③の2期に分けて算出する。なお、2016年において評価替えが行われる。

### ①(2.1)2013年～2015年

#### ・家屋の固定資産税

$$\begin{aligned}\text{評価額} &= \text{延床面積} \times \text{m}^2\text{当たりの単価} \times \text{経年減点補正率} \\ &= 19,231 \text{ m}^2 \times 120,000 \text{ 円} \times 0.8 \\ &= 1,846,176,000 \text{ 円}\end{aligned}$$

$$\text{税 額} = \text{評価額} \times 1.4\% = 25,846,464 \text{ 円}$$

$$\text{最初の5年間は、} 25,846,464 \div 2 = 12,923,232 \text{ 円} \cdots (C)$$

#### ・家屋の都市計画税

$$\begin{aligned}\text{税 額} &= \text{課税標準額 (評価額)} \times \text{税率} \\ &= 1,846,176,000 \text{ 円} \times 0.2\% \\ &= 3,692,352 \text{ 円} \cdots (D)\end{aligned}$$

以上から、(C) + (D) = 16,615,584 円

### ②(2.2)2016年～2017年

#### ・家屋の固定資産税

$$\begin{aligned}\text{評価額} &= \text{延床面積} \times \text{m}^2\text{当たりの単価} \times \text{経年減点補正率} \\ &= 19,231 \text{ m}^2 \times 120,000 \text{ 円} \times 0.7 \\ &= 1,615,404,000 \text{ 円}\end{aligned}$$

$$\text{税 額} = \text{評価額} \times 1.4\% = 22,615,656 \text{ 円}$$

$$\text{最初の5年間は、} 22,615,656 \div 2 = 11,307,828 \text{ 円} \cdots (C)$$

---

<sup>4</sup>新築住宅に対する固定資産税の減額措置:新築された住宅が床面積等の要件を満たす場合には、新築後一定期間にわたって、家屋に対する固定資産税が1/2に減額される。(都市計画税に減額措置はない。)

・家屋の都市計画税

$$\begin{aligned} \text{税 額} &= \text{課税標準額 (評価額)} \times \text{税率} \\ &= 1,615,404,000 \text{ 円} \times 0.2\% \\ &= 3,230,808 \text{ 円} \dots (D) \end{aligned}$$

以上から、(C) + (D) = 14,538,636 円

③(2.3)2018年～2020年

・家屋の固定資産税

$$\begin{aligned} \text{評価額} &= \text{延床面積} \times \text{m}^2\text{当たりの単価} \times \text{経年減点補正率} \\ &= 19,231 \text{ m}^2 \times 120,000 \text{ 円} \times 0.67 \\ &= 1,546,172,400 \text{ 円} \end{aligned}$$

$$\text{税 額} = \text{評価額} \times 1.4\% = 21,646,413 \text{ 円} \dots (C)$$

・家屋の都市計画税

$$\begin{aligned} \text{税 額} &= \text{課税標準額 (評価額)} \times \text{税率} \\ &= 1,546,172,400 \text{ 円} \times 0.2\% \\ &= 3,092,344 \text{ 円} \dots (D) \end{aligned}$$

以上から、(C) + (D) = 24,738,757 円

(3) 個人市民税

次に、モデルマンションに入居する個人市民税を算出する。なお、マンションに入居する個人のデータについては、新築マンションを購入できる層は、担税力のある比較的若い中・高所得層であると考えられる。したがって、算出に当たり戸田市民1人当たりの平均税額149,296円(合計税額÷納税義務者数)を用い、納税者は1戸当たり1.5人とする。なお、モデルマンションは、2012年12月に完成するため、2012年の入居率は、20%、2014年は、80%、その後は、100%入居とする(図表11)。また、本研究では、人口増による道路や教育、福祉などの支出増は考慮しない。税額に当たっては、(1人当たり市民税額×世帯数×1世帯当たりの納税者×入居率)の算式を用いる。

図表11 シミュレーション積算条件

科目	積算条件
路線価	戸田市上戸田地区周辺の値
m <sup>2</sup> 当たりの単価	R C構造のマンションでの平均的な値
市民税	2007年度に大きな税制改正があったため、2004年度～2006年度の市民税調定額の伸び率の平均値
法人市民税	2005年度～2007年度の法人市民税調定額の伸び率の平均値
固定資産税	2004年度の～2006年度の市民税調定額の伸び率の平均値
入居率	有限会社埼玉不動産鑑定所 <a href="http://imanishi.cc/">http://imanishi.cc/</a> の調による

#### (4) シミュレーション結果

このシミュレーションを経て、工場が市外へ転出しマンションが建設された場合の方が、2020年度の税収は約4,500万円多い結果が得られた(図表12)。これは、マンションの場合は戸数が多く、住民からの個人市民税が多いことが要因と考えられる。特に、本ケースでは業績不振などの理由で、法人市民税額の少ない企業の工場が閉鎖した事例であるため、2つのケースの間に大きな差が生じたと考えられる。これがもし、業績が良く法人市民税を高額に納める企業をサンプルとしたら、別の結果が得られた可能性がある。

一方で、住民が増えることによる行政コストが増加する側面を考えなくてはならない。実際、2008年度決算ベースで、市民1人当たりの行政コストは、約33万円<sup>5</sup>であり、モデルケースのマンションが建ち、住民が増えれば約2.8億円以上の行政コストが発生することになる(33万円×219戸×4人)。

したがって、現在の戸田市のケースで考えると、税収の側面のみを考えれば、工場が移転しマンションが建った方がプラスである。しかし、マンション立地に伴う、上下水道の整備や社会保障費のコストは多額に上る。

---

<sup>5</sup> 広報戸田市 2009年12月1日号

図表 12 シミュレーション結果

(A) 法人が存在し続けた場合

(単位：円)

	2010	2012	2014	2016	2018	2020
法人市民税	1,282,533	1,262,095	1,241,982	1,222,190	1,202,713	1,183,546
市民税 (特別徴収)	2,689,300	2,842,009	3,003,390	3,173,934	3,354,163	3,544,626
固定資産税・ 都市計画税	18,380,483	18,564,747	18,750,859	18,938,836	19,128,698	19,320,463
合計税収	22,352,316	22,668,851	22,996,231	23,334,960	23,685,574	24,048,636

(B) 法人が移転し、2012年12月にマンションが建った場合

(単位：円)

	2010	2012	2014	2016	2018	2020
市民税	3,971,833	0	38,371,690	45,807,824	43,814,240	41,907,576
法人市民税	1,282,533	0	0	0	0	0
個人市民税	2,689,300	0	38,371,690	45,807,824	43,814,240	41,907,576
固定資産税・ 都市計画税	18,380,483	11,433,046	18,627,307	16,570,526	26,791,017	26,811,591
土地	11,230,173	11,433,046	2,011,723	2,031,890	2,052,260	2,072,834
家屋	1,853,302	0	16,615,584	14,538,636	24,738,757	24,738,757
償却資産	5,297,008	0	0	0	0	0
合計税収	22,352,316	11,433,046	56,998,997	62,378,350	70,605,257	68,719,167

## 第6章 今後の展望

繰り返すと、世界的な不況を受け、2009年度税収は、政令指定都市の中で、神奈川県川崎市のみが増収であった（2009年度当初予算ベース）。これは、人口増で個人住民税が増えたのが一因である。一方、企業の業績に大きく依存する法人市民税の多い静岡県浜松市では対前年度比7.4%、102億円減、福岡県北九州市でも4.3%、73億円減と金額ベースで過去最大の落ち込みだった。

個人住民税の課税対象は、個人の所得である。好不況の波があるとはいえ、所得がゼロになったり、大幅に減少したりすることは想定しにくい。一方、法人税の課税対象である企業利益は、景気の波に直接影響を受け、利益がゼロになれば、法人税もゼロになってしまう。そのため、個人住民税は、比較的安定した財源といえる。

したがって、自治体としては住民を呼び込むことが、税収を安定的に伸ばし、維持するために必要なことだと考えられる。しかし、第4章でも述べたように、上下水道の整備や社会保障費などの支出が伴うため、財政的な負担も必然的にもなうので、その側面も必ず考慮しなくてはならない。

企業は、「地域の生活・経済」を創造するものであり、地域住民の増加は、まちの賑わいをもたらすものである。このように、企業と人は密接不可分の関係である。つまり、今後のまちづくりの方向性としては、住・工のバランスのとれた企業にとっても人にとっても魅力のあるまちをつくっていかなくてはならない。

### [主な参考文献等]

- ・専修大学都市政策研究センター論文集 『川崎市の成長構造と税収構造の変化ー市民経済計算と税収データからのアプローチ』 2005年3月
- ・みずほ総合研究所 『地域産業活性化に向けた取り組みについて ～岩手県を事例に』 2006年2月
- ・週刊東洋経済 『シャープ液晶工場 復活の象徴 亀山の逆説』 2006年9月
- ・朝日新聞 『企業誘致の補助金、異議あり』 2008年1月30日
- ・日刊工業新聞 『工場立地5年連続増加』 2008年4月1日
- ・日刊工業新聞 『産業力維持へ正念場』 2008年4月11日
- ・読売新聞 『失速 企業誘致』 2009年4月17日
- ・日本経済新聞 『県企業誘致36%減』 2009年4月24日
- ・東京新聞 『地方法人2税 42%減』 2009年8月25日
- ・株式会社三菱総合研究所 『内外経済の中長期的展望 2008ー2020年度』
- ・財団法人 埼玉りそな産業協力財団 <http://www.sarfic.or.jp/>
- ・企業立地支援センター <http://ritti.jp/link/index.html>
- ・有限会社埼玉不動産鑑定所 <http://imanishi.cc/>

# 広告事業のさらなる展開の可能性

## 目次

### 第1章 はじめに

- 1 本研究の背景
- 2 本研究の目的
- 3 本研究の手法
- 4 本報告書の概要

### 第2章 広告とは何か

- 1 広告とは
- 2 自治体広告事業をめぐる現状

### 第3章 多様な自治体広告事業

- 1 自治体広告事業の課題
- 2 先進市（横浜市）の事例

### 第4章 戸田市における広告事業の未来像

- 1 戸田市が取り入れるべき広告事業とは
- 2 広告事業を効果的に運用するために

### 第5章 施策化へむけて

## 第1章 はじめに

### 1 本研究の背景

現在、2008年に起こった世界的な金融危機のあおりをうけ、日本経済は低迷を続けている。市場の冷え込みが地域経済に多大な影響を与え続ける中で、自治体財政はといえば、90年代後半以降の厳しい状況の中、財政状態の改善へ向け、模索を続けている状態である。

そうした厳しい財政状態にあって、自治体関係者や住民に衝撃をもたらしたのは、2006年に起こった夕張市の破綻であった。自治体として事実上の破綻となった北海道夕張市は大きくニュースに取り上げられ、広く注目を集めた。また、2007年6月に地方財政健全化に関する法律が施行され、地方自治体の財政に関する住民の関心はかつてなく高まっている。

経済成長に伴って税収が増えていくことが当たり前だった時代から、増収にむけた取り組みを自治体独自に模索する時代になり、全国では歳入確保に向け様々な挑戦が行われている。債権回収部門の強化や独自課税、ふるさと納税の活用など、多様な取り組みが行われる中、注目に値するのが自治体の広告事業であろう。自治体が広告事業に取り組み始めた初期は、営利を目的としない自治体で広告事業を行うということ自体が驚きをもって受け止められていた。

しかし、自治体の広告事業が展開されていくにつれ、広告事業は自主財源確保の戦略的な手段であるという意識が住民にも共有されるようになった。戸田市でも、すでに広報と市ホームページにおける有料広告、窓口封筒の無料提供などの事業を行っている。

各市で市ホームページでのバナー広告や広報紙において広告掲出を行うなど、広告事業への取り組みはもはや珍しいことではない。一定の取り組みはもはや当たり前のことと言ってよい。しかし、自治体における広告事業は、まだまだ見えない可能性を持っている。財源確保から出発した事業が、地域の商工業やコミュニティを活性化する起爆剤となったり、自治体職員の意識改革につながっている事例もある。

そこで本研究では、広告事業の全容を整理し、戸田市においてどういった広告事業を導入できるのか、また広告事業を拡充するならば得られるであろうメリット・デメリットを検討していきたい。

### 2 本研究の目的

本研究の目的は、以下の3点を明らかにすることである。

- ①「広告」の持つ意味と役割を問い直し、現在実施されている本市の広告事業を再検討。
- ②先進自治体である神奈川県横浜市の導入手法を分析、また同時に本市と同程度の規模の自治体で実施されている広告事業の分析を行い、本市への移転可能性を探る。
- ③自主財源確保という目的の他、住民との協働、地域活性化の視点から、本市が導入すべき広告事業の提言を行う。



### 3 本研究の手法

本研究では、以下の手法により研究を行う。

#### (1) 文献調査

過去の資料や文献により知見を得る。特に、以下の文献を参照した。

- ・株式会社日本能率協会総合研究所（2007）『自治体の広告導入ガイドブック』
- ・財団法人東京市町村自治調査会（2008）『自治体における広告事業の推進に関する調査研究報告書』
- ・小林太三郎（1983）『現代広告入門』
- ・横浜市広告事業推進担当（2006）『財源は自ら稼ぐ！横浜市広告事業のチャレンジ』

#### (2) ヒアリング調査

神奈川県横浜市に対し、ヒアリング調査を実施した。

### 4 本報告書の概要

本報告書では、次の流れに沿って論旨を展開する。まず、第2章において広告とは何かを定義し、前提条件を整理する。第3章では全国的に一定の普及をみた自治体広告事業を概観し、論点整理を行う。そして、第2章・第3章の議論を踏まえ、第4章でそれぞれの媒体のメリット・デメリットを検証した上で、戸田市の特性に応じた新たな広告事業を導入できるかどうかの検討を行う。

## 第2章 広告とは何か

### 1 広告とは

広告とは何か、という問いについて小林太三郎<sup>1</sup>は、このように定義している。

「広告とは、非人的メッセージの中に明示された広告主が所定の人々を対象にし、広告目的を達成するために行なう商品・サービスさらにはアイデア（考え方、方針、意見などを意味する）についての情報伝播活動であり、その情報は広告主の管理可能な広告媒体を通じて広告市場に流されるものである。広告には企業の広告目的の遂行はもとより、消費者または利用者の満足化、さらには社会的・経済的福祉の増大化などの機能をも伴うことになるのは言うまでもない。」

この定義から、広告とは広告主が広告媒体を通じて市場に発信するメッセージであり、情報を媒介する広告媒体と広告はほぼ一体のものとなるといってもよいだろう。

すると、自治体における広告事業とは、自治体が所有している「広告媒体」を自治体

---

<sup>1</sup> 小林太三郎(1983)『現代広告入門(第2版)』ダイヤモンド社 12p

が認識するところから始まるということになる。今まで自治体の中で眠っていた資産を「広告媒体」として認識するところから広告事業が始まるのである。

一般に、広告媒体といえば、新聞・テレビ・ウェブ・屋外広告・交通広告など、様々であるが、自治体における広告媒体にはどのようなものがあるのだろうか。

## 2 自治体広告事業をめぐる現状

ここで、自治体広告事業の課題を抽出する前段階として、広告事業の現状を分析したい。

自治体における広告事業は、1940年代から先駆的に取り組んでいる一部のごく少数の自治体を例外とし、2000年代初頭から、様々な自治体において広報紙や市ホームページにおける広告事業がスタートし、その後全国的な広がりをみせた。

2009年現在、多様な広告事業が各地で展開されており、自治体が所有する広告媒体として、以下のように整理できる。

図表1 広告が導入されている自治体の主な広告媒体

分類	広告導入媒体
(1) 広報資料、案内資料	広報紙、ホームページ、テレビ広報、街頭ビジョン・電子表示機等、各種パンフレット・冊子、便利帳、ガイドブック（ごみ分別手引き等）、グラフ誌、機関紙、情報誌、市勢要覧、市内地図、各種カレンダー（ごみ収集、図書館、市民会館、イベント等）、時刻表、各種施設の利用案内、（図書館・公共施設等）
(2) その他住民への配布物等	有料ごみ指定袋、水道検針票、図書館の貸出票、市発行の領収書、各種封筒、はがき（広告付き封筒の無償提供を含む）、給食献立表
(3) 職員への配布物等	職員への給与明細等
(4) 公共施設、設備等	住居表示案内板、観光案内標識、庁舎・公共施設の壁面、庁舎内部
(5) 車両等	バス（車体・車内・停留所）、ごみ収集車車体、公用車車体
(6) その他	ネーミングライツ（命名権等）

※戸田市において導入しているものには網掛け部分

資料：2008、自治体における広告事業の推進に関する調査研究報告書（財）東京市町村自治調査会 をもとに作成

以上が、自治体において活用することができると考えられる広告媒体である。

表中網掛け部分のとおり、戸田市では広報紙、市ホームページに広告を掲載しているほか、広告付き封筒の無償提供を受け、活用を図っている。

次に、他の自治体ではどのように広告事業への取り組んでいるのだろうか。

（財）日本広報協会が毎年1回、全国の市区町村の広報広聴活動の実態を把握するこ

とを目的に全国 1,823（有効回答数：1,754 団体）の市区町村に対して行っている、広報活動調査（2008 年）によると、47.4%（832 団体）の自治体が広報紙において有料広告を実施しており、自治体ホームページでは 45.0%（790 団体）の自治体が有料バナー広告を実施している。

また、自治体などに広告付き封筒の無償提供を手がけている（株）郵宣企画へのインタビュー<sup>2</sup>によると、220 あまりの自治体で広告付き封筒が導入されているという。

このように、自治体における広告事業はもはや珍しいことではなくなっている。特に、戸田市でも導入している広報紙、市ホームページ、広告付き封筒は広く全国の自治体で実施されている。

さらに、住民の側にも自治体が広告事業に取り組むことを歓迎する雰囲気醸成されつつある。（株）日本能率協会総合研究所が 2006 年、全国 20 歳以上の一般男女 1000 人を対象に行った「自治体・行政における広告導入に関する住民アンケート調査」<sup>3</sup>によると、自治体が自主財源確保の観点から広告事業を実施することに「反対」と答えた人の割合は、「どちらかという反対」も含めわずか 5.3%にすぎない。さらに、広告事業の実施に肯定的な意見を持つ人のうち、77.5%が「自主財源確保策として歓迎」、41.1%が「地域経済の活性化」を賛成の理由としてあげている。

広告事業の現状は、自治体に一定の広告事業が定着し、住民からも自治体が広告事業にとりくむことが支持されているといった状況にある。これは、広告導入から定着までの期間が経過した今、これまで行ってきた広告事業を踏まえて、新たな局面を探る契機を迎えたということを示している。

### 第3章 多様な自治体広告事業

#### 1 自治体広告事業の課題

前章で確認した広告事業の現状を踏まえ、ここでは、戸田市が取り組む広告事業とは何かを考えるため、図表 1 の広告導入媒体について、逐次検討を試み、課題を抽出していきたい。

なお、本市がすでに行っているもの（図表 1 網掛け部分）、また（6）に分類されたネーミングライツについては、2008 年度に戸田市政策研究所において、詳細な研究を行ったため<sup>4</sup>、ここでは検討から除外する。

<sup>2</sup> (株)日本能率研究所(2007)『自治体の広告導入ハンドブック』(株)日本能率研究所 67p

<sup>3</sup> 前掲書、252p

<sup>4</sup> 林英一「「看板」が売れるの？～ネーミングライツの導入をめぐる考察」牧瀬稔・戸田市政策研究所(2009)『政策開発の手法と実践』東京法令出版

### **(1) 広報資料、案内資料**

**広報紙、市ホームページ、テレビ広報、街頭ビジョン・電子表示機等、各種パンフレット・冊子、便利帳、ガイドブック（ごみ分別手引き等）、グラフ誌、機関紙、情報誌、市勢要覧、市内地図、各種カレンダー（ごみ収集、図書館、市民会館、イベント等）、時刻表、各種施設の利用案内、（図書館・公共施設等）など**

まず、分類（1）の広報資料、案内資料を広告媒体とするグループである。

このグループは、自治体が持っている各種メディアを活用する方法である。この中で、テレビ広報、電子表示機等、各種パンフレット・冊子、便利帳、ガイドブック（ごみ分別手引き等）、市勢要覧、市内地図、各種カレンダー、各種施設の利用案内（図書館・公共施設等）は、戸田市でも所有しているため、活用の可能性が高い。

先進市における取り組みを概観すると、東京都府中市<sup>5</sup>ではテレビ広報番組にCMを導入したことが話題を呼んだ。これは、市内で普及の進んでいるケーブルテレビで1日3回、15分間の広報番組『まるごと府中』を放映する際、「広告料で番組制作費の半分をまかなう」と打ち出したものである。

また、便利帳、ガイドブック（ごみ分別手引き等）、市勢要覧などは、埼玉県入間市や神奈川県川崎市、千葉県市川市、習志野市、柏市、東京23区、調布市などで民間企業とタイアップし、市の財政負担なしで制作するなどの取り組みが行われている。

また、各種カレンダー、各種施設の利用案内（図書館・公共施設等）については、神奈川県湯河原町での町民カレンダーや、調布市や横浜市での図書館カレンダーがある。

### **(2) その他住民への配布物**

**有料ごみ指定袋、水道検針票、図書館の貸出票、市発行の領収書、各種封筒、はがき（広告付き封筒の無償提供を含む）給食献立表など**

分類（2）は、その他住民への配布物に広告を付すグループである。

住民への配布物などに広告を掲載する場合、その媒体は多種多様である。

北海道上富良野市、神奈川県大和市、新潟県長岡市での有料ごみ指定袋、東京都昭島市、長野県松本市、名古屋市、大阪府豊中市、神戸市、和歌山市、鳥取県米子市、広島市での水道検針票、横浜市、大阪府、大阪市での図書館貸出票などがある。横浜市では給食献立表の所定の位置に広告欄を設けている。

このグループの場合、当初は広告媒体だと認識されていなかったものが、発想の転換により活用されるようになったものが多い。そういった意味では、“宝の山”である。媒体を使用するターゲットが明確になることで、広告媒体としての付加価値が高まっていると考えられる。

<sup>5</sup> 「自治体における広告導入の現状と課題」(社)日本広報協会(2006)『月刊広報No.652(2006年9月号)』(社)日本広報協会

写真1 横浜市で導入されている広告を掲載した住民への配布物（筆者撮影）



### **（３）職員への配布物等 職員への給与明細等**

分類（３）は、職員への配布物等を広告媒体とするグループである。このグループは圧倒的に職員の給与明細である場合が多い。給与明細への広告掲載は、さいたま市、神奈川県鎌倉市、大阪府豊中市、和歌山市、愛媛県などで行っている。

職員向けの個別配布物であるという点で、広告媒体としての付加価値が高くなっていると思われる。

### **（４）公共施設、設備等 住居表示案内板、観光案内標識、庁舎・公共施設の壁面、庁舎内部**

分類（４）は、公共施設、設備等に広告を掲載するものである。広告付き玄関マットは鎌倉市、栃木市、横浜市などで取り入れられている。

秋田市、宇都宮市、さいたま市、茨城県水戸市、香川県、高知県須崎市、佐賀県、佐賀市、大分市などでは公共施設、設備などに広告掲載を行っている。

### **（５）車両等 バス（車体・車内・停留所）、ごみ収集車車体、公用車車体**

最後に分類（５）の車両等への広告掲載は、山形県米沢市、中山町、茨城県古河市、栃木県宇都宮市、茂木町、太田市、埼玉県狭山市、久喜市、神奈川県大和市、愛知県一宮市、瀬戸市、大阪府大阪市、富田林市、山口県山陽小野田市、福岡県小郡市、佐賀県、長崎市、大分市、鹿児島県西之表市などで広く取り入れられている。

交通広告として、広告主にも媒体の魅力をアピールしやすいことが有利な点といえよう。

以上の検討結果から、メリットとデメリットをまとめたのが次の表である。

広告の媒体	メリット	デメリット
(1) 広報資料、案内資料	媒体数が多いほど効果的	比較的大自治体規模のほうが恩恵を受けやすい
(2) その他住民への配布物等	スケールメリットのない自治体でも効果的	媒体を活用する発想の転換が必要
(3) 職員への配布物等	ターゲットが明確	対象が限定的
(4) 公共施設、設備等	人目に立ちやすくアピール効果が大きい	自治体側の管理・維持費用など費用負担発生の場合がある
(5) 車両等	人目に立ちやすくアピール効果が大きい	自治体側の管理・維持費用など費用負担発生の場合がある

## 2 先進市（横浜市）の事例

広告事業を積極的に展開している自治体として、神奈川県横浜市（人口約 365 万人）がある。横浜市は、全国に先駆けて積極的に広告事業に取り組んできた自治体であり、その取り組みを全国に発信しているとともに、常に新しい戦略で事業を展開している先進市である。

2009 年 6 月 19 日、本研究所では、広告事業の草分けともいえる横浜市に対してヒアリング調査を行った。

横浜市では、2004 年度から広告事業を開始し、広告事業を扱う専任の部署を設けた。設立当初は財政部局に設置されたが、2008 年度より共創推進事業本部に移り、積極的な推進体制を敷いている。

広告事業開始の経緯としては、横浜市で行っている、アントレプレナーシップ制度（職員からの提案を予算をつけて事業化する制度）で提起されたことがきっかけだという。事業開始から約 5 年が過ぎ、どのように施策を展開しているのかを伺った。

横浜市の広告事業の概要は、主に広報印刷物への広告掲載、封筒への広告掲載、広告付き物品の寄附、ホームページへの広告掲載、施設・区役所・その他公共施設への広告、イベントスペースの貸し出し、事業タイアップ、ネーミングライツと様々である。これらの様々な事業を全庁的にコーディネートしていくのが広告担当（現在職員数は 3 人（うち係長 1 人））であり、スケールメリットや事務効率化を図っているという。

実績として 2008 年度の広告料収入は約 1 億 4,400 万円、ネーミングライツによる財産収入は 6 億 2,000 万円、経費縮減効果は約 4,600 万円（人口 1 人当たり広告収入は約 209 円）<sup>6</sup>であり、比較として、戸田市（人口約 12 万人）の年間の広告収入が 120 万円（人口 1 人当たり約 10 円）である。

広告事業を全面的に実施した 2004 年度当初は、庁内に広告事業の浸透を図るのが難しく、かなり苦労もあったということだが、庁内で広告事業を手がけたことのある課が増えていくにつれ、職員の意識改革が実感できたという。なによりも導入初期は、広告事業に取り組むことによって、職員が自分自身の仕事をもう一度見つめなおし、様々な

<sup>6</sup> 参考として、2008 年度の横浜市の一般会計予算は 1 兆 3,599 億円である。

経験が通常業務にプラスの影響を与えるといった研修的な効果があったという。

現在、だいぶ広告事業は根付いてきたというのが実感であるそうだが、それでも、広告事業の新たな手法や仕組みについて試行錯誤を重ねている。

## 第4章 戸田市における広告事業の未来像

### 1 戸田市が取り入れるべき広告事業とは

広告媒体のそれぞれのカテゴリに対し検討を行い、また先進市における取り組みも概観したところで、戸田市が取り入れるべき広告事業はどのようなものであるかを検討したい。

広告媒体の選定に際して重要なのは、「自治体の特性に応じた広告事業の展開」であり、戸田市の現状や都市的性格を考慮した上で、もっとも効果的な広告媒体を導入することが必要だと考える。

ここでは、2008年、本研究所で研究課題として取り組んだ「強み」と「弱み」から“戸田市らしさ”を探る～戸田市の現状と課題」を援用することで、戸田市の都市的性格を分析し、今後取り組むべき広告事業を検討していきたい。この研究<sup>7</sup>によれば、本市は東京都心に隣接し、都内へ通勤する若い人口の多いまちである。現在は高齢化率も低く、子育て世帯の多い、活気あふれるまちとなっている。

以上のことから、このような性格を持つ戸田市は、都市的性格が強いまちといえる。

そこで、自治体の都市的性格の強弱という指標を打ち出すことによって、今後の広告事業の推進の方向性を明確にしようとする試みである（財）東京市町村自治調査会の「都市的性格の違いに自治体広告の有効性の傾向のイメージ」『自治体における広告事業の推進に関する調査研究報告書』<sup>8</sup>上で戸田市の位置を確認しておきたい。

---

<sup>7</sup> 山本哲史「強み」と「弱み」から“戸田市らしさ”を探る～戸田市の現状と課題」牧瀬稔・戸田市政策研究所(2009)『政策開発の手法と実践』東京法令出版

<sup>8</sup> (財)東京市町村自治調査会(2007)『自治体における広告事業の推進に関する調査研究報告書』115p

図表2 都市的性格の違いに自治体広告の有効性の傾向のイメージ

自治体の都市的性格	A 強い	B 中程度	C 弱い
地域情報発信において自治体広報の担う役割・有効性	○	◎	◎
地元企業振興への有効性	○	◎	◎
地域情報発信におけるターゲット・セグメンテーションの有効性	◎	◎	○
官民協働による広告事業展開の可能性	◎	◎	○
住民の行政界を超えたニーズ	○	◎	◎
傾向	住民の情報ニーズは満たされているが、自治体広告事業を戦略的に展開することにより、民間企業を巻き込みつつ、目指すまちづくりの実現に生かすことが期待できる。	住民のニーズを満たすために、地域情報・広域情報を含めて自治体広告を展開していく必要があり、ターゲット・セグメンテーションや官民協働等に戦略的に取り組むことにより、目指すまちづくりの実現に生かすことができる。	住民のニーズを満たす情報提供を行うことを重視して、地域情報・広域情報を含めて自治体広告事業を展開していく必要がある。

◎：強くあてはまる ○：あてはまる

資料：(財) 東京市町村自治調査会の『自治体における広告事業の推進に関する調査研究報告書』 p115 をもとに作成

図表2より、戸田市はAの区分に該当することが分かる。

したがって、戸田市がとりうるべき方策は、「住民の情報ニーズは満たされているが、自治体広告事業を戦略的に展開することにより、民間企業を巻き込みつつ、目指すまちづくりの実現に生かすことが期待できる」という傾向を踏まえた、地域情報発信におけるターゲット・セグメンテーション<sup>9</sup>の有効性と官民協働による広告事業展開の可能性

<sup>9</sup> ターゲット・セグメンテーションとは、対象を属性の情報によってグルーピングし、ニーズの異なる集団としてターゲットを絞り込むことである。



を生かした広告事業であろう。

これにより、戸田市が具体的にとるべき広告事業とは、第3章において検討された(2) その他住民への配布物及び(3) 職員への配布物などが適しているといえる。

住民への配布物に広告を掲載するメリットは、広報やウェブ、広報番組において広報をするのとはまた違う意味合いを持つ。なぜなら、媒体を受け取る対象が限定された集団であるため、広告のターゲットが明確になるからだ。したがって広告を出稿する企業側に、求める顧客層とマッチングした媒体を選ぶことができるというメリットが発生する。

自治体で作られる配布物に広告を掲載するという事は、企業にとって地域に貢献しているといったイメージや、地域密着型であるというメッセージをダイレクトに発信するよい機会となる。そして、その利点が出稿者の求める顧客層にマッチングしたメッセージを発信できるターゲット・セグメンテーションによってさらに増幅されるということになる。

また、企業の協賛を受けて作成する配布物などは広告事業の第一歩として手がけやすく、効果も期待できる。実際に導入が可能だと思われる配布物の形態としては、小中学校での教材や、各種お知らせパンフレット、窓口配布するお知らせやガイドマップなどが挙げられよう。

一般に、広報紙や広報番組への広告出稿となると、スケールメリットのある大規模な市の方が広告主にとって有利なイメージを与えるが、(2) その他住民への配布物等や(3) 職員への配布物等のようにターゲットを細分化し、求める顧客層へダイレクトに届く広告媒体を創出することで、スケールメリットのない自治体にとっても、魅力的な広告媒体を持つことが可能になる。企業にとって、その地域のどの層へ向けてメッセージを発信していくことができるかが明確になっていけば、自治体の配布物という媒体は、魅力的なものと認識されるのである。

例えば、横浜市で行っている給食献立表の一部を広告欄にするという取り組みであるが、給食献立表の配布対象が学齢期の子どもがいる家庭であること、また、給食献立表という媒体の性格上、月単位で家庭に常置し、また、日々使用するものであることなどを考えると、企業にとってメリットのある媒体として認識される。また、(3) 職員への配布物等というカテゴリーでは、給与明細という媒体の性質上、金融機関の広告など、安定した出稿を見込むことができる。

## 2 広告事業を効果的に運用するために

前項まで、戸田市にどのような媒体を取り入れることがよいのか検討をしてきたが、ここで、広告事業を効果的に運用するために必要なものは何かを考えたい。

広告は、出稿したい側と媒体を提供する側双方の合意があって初めて成立するものである。したがって、もし仮に出稿したい意思のある広告主がいても、自治体の側で受け入れ態勢が整っていない限り、広告事業は成立しないことになる。

こうしたことを受け、大阪府では「広告パートナー制度」というものを導入し、出稿

する側の企業と媒体を持つ自治体のよりよい調整を図っている<sup>10</sup>。また、横浜市では、「広告マッチングシステム」として、ウェブ上で広告媒体一覧を掲載したり、登録企業にメーリングリストで情報提供をしたりといった取り組みを行っている<sup>11</sup>。

このように、広告事業を効果的に運用していくためには、媒体の開発にとどまらず、自治体の内部で出稿する側と媒体を提供する側のコーディネーター的な役割を果たす部署が、必要不可欠になる。

戸田市においても、広告事業を積極的に推進していくには、広告担当を置き、外部企業と市役所内の媒体とのコーディネートを行う仕組みを作っていくことが必要である。外部へ向けて、市が所有している媒体を魅力的に提示できるようにすること、また内部では、各課で持っている媒体のどんな小さなアイデアも拾っていき、媒体として育てていくことが重要である。

## 第5章 施策化へ向けて

これまで、戸田市において取り組むべき広告事業は何かを論じてきた。

既に指摘したように、有料広告を進めることは、地方自治体にとって必ず取り組まねばならない事業ではない。そこを、あえて広告事業にとりくむという姿勢を見せるためには、地元産業・地域コミュニティの活性化や、財源確保、はたまた自治体職員の意識改革という目的・理念を、常に明確にしておかなければならない。財政難の中で、少しでも歳入を確保できる見込みがあるならば、前向きに取り組んでいくほうがよいと思われる。

広告事業という取り組みを追求していくのは、厳しい財政状況が続く中、少しでも歳入を確保するという姿勢を内外にアピールできることであり、かつそれが地域や自治体の現場に活力を与えるからこそである。これは自治体職員やその周辺にいる利害関係者の意識を変革していくことにつながっていく。広告事業は、事業を媒体にして、住民と企業、そして行政の新たなコミュニケーションが生まれる可能性を秘め、数値として表れる以上の効果やイメージをもたらしてくれるであろう。

最後に、お忙しい中、快く視察に応じてくださった横浜市共創推進事業本部共創推進課広告担当の皆様がこの場をお借りして心よりお礼申し上げます。

[主な参考文献等]

- ・小林太三郎『現代広告入門』第2版、ダイヤモンド社、1983年
- ・日本能率研究所編『自治体の広告導入ハンドブック』、2007年
- ・戸田市政策研究所編『政策開発の手法と実践』、2008年
- ・(財) 東京市町村自治調査会『自治体における広告事業の推進に関する調査研究報告

<sup>10</sup> 「官庁速報」平成21年4月30日

<sup>11</sup> 横浜市 横浜市広告事業 2009年10月13日

<http://www.city.yokohama.jp/me/keiei/kyoso/ad/kisha/20051109.html>

書』2007年

・(社)日本広報協会「自治体における広告導入の現状と課題」『月刊広報No.652(2006年9月号)』

・横浜市広告事業推進担当『財源は自ら稼ぐ!横浜市広告事業のチャレンジ』ぎょうせい

# 団塊の世代を地域に呼び戻せ ～新たな担い手発掘のために～

## 目 次

### 第1章 はじめに

- 1 本研究の背景
- 2 本研究の目的
- 3 本研究の手法及び特色
- 4 語句の定義
- 5 本報告書の概要

### 第2章 地域回帰する団塊世代

- 1 わが国における団塊の世代の現状
- 2 戸田市における団塊の世代の現状

### 第3章 変わる中高年の意識

- 1 戸田市民が考える理想の老後
- 2 定年後のライフスタイルの変化
- 3 担い手としての団塊の世代

### 第4章 団塊の世代が地域デビューするための方向性を検討する

- 1 地域の担い手づくりの6視点

### 第5章 団塊世代のエネルギーをコミュニティビジネスに注ぐ

- 1 コミュニティビジネスとは
- 2 コミュニティビジネスと市の関わり方
- 3 団塊の世代にとってどんなビジネスができるのか

### 第6章 おわりに

## 第1章 はじめに

### 1 本研究の背景

現在、地域活動が多様化し、様々な主体による公共的価値を創生するような動きを見せている。「新たな公」<sup>1</sup>の登場である。このような活動が地域住民の生活を支え、地域活力を維持する機能を地域コミュニティの中で果たしていけば、今後急速に進展する高齢化対策に大きな期待を寄せることができる。

現在、戸田市の地域コミュニティの中心的な組織として、テーマ型組織である46の町会・自治会（以下「町会等」という）を位置付けている。町会等は、広報の配布や公園清掃等、行政の補完的役割を担いながら、自主的な自治活動に取り組んでいる。しかし、2001年度に74.7%だった町会加入率は、2009年度に65.1%となり<sup>2</sup>、年々、町会加入率は低下しつつある。

また、町会等の活動を担う役員の年齢も高齢化してきたことも否定できない。このため、戸田市と地域コミュニティを結ぶ新たな担い手として、退職し、地域に回帰する「団塊の世代」を活用した新たな施策・事業の活動を展開し、地域コミュニティの活性化に結びつけることが期待されている。

「団塊の世代」<sup>3</sup>はここ数年、関心がよせられ、多方面から注目を集めている。

例えば、経済的に見ると、団塊の世代が手にするといわれている退職金は、総額で約50兆円にも達すると指摘されている。この退職金の獲得を目指して、多くの企業が団塊の世代を対象としたマーケットに参入しつつある。一方で、政治的な視点から観察すると、団塊の世代の投票行動も注目を集めている。このように団塊の世代の動向により、日本の方向性は大きく変わると言っても過言ではない。

自治体政策の現場にも、団塊の世代は様々な変化をもたらすとされる。例えば、団塊の世代が地域に戻ってくるインパクトは大きいものがある。そこで多くの地方自治体は、団塊の世代を対象とした施策や事業を実施しつつある。例えば、地域力創成モデル事業（岐阜市）、ナイスミドルいっぱい活動（豊橋市）をはじめ、地方自治体はそれぞれの地域性にあった団塊の世代を意識した施策や事業を実施してきた。

このように、地域コミュニティの活力として、団塊の世代が持つ活力を期待している地方自治体も少なくない。特に団塊の世代は「アクティブシニア」とも称されることから、その活力を地域コミュニティに軟着陸させることにより、地域コミュニティが活性

---

<sup>1</sup> 国土交通省のホームページによると、新たな公とは、「行政だけでなく多様な民間主体を地域づくりの担い手と位置づけ、その協働によって、地域のニーズに応じた社会サービスの提供等を行おうとする考え方」と定義している。そして「社会貢献による参加者の自己実現や地域経済の活性化、社会的コストの軽減効果など、多面的意義がある」と指摘している。

<sup>2</sup> 市民生活部コミュニティ推進課「町会加入世帯数・割合の推移」より算出した。

<sup>3</sup> 作家、堺谷太一が小説『団塊の世代』で1947年から1949年までのベビーブームに生まれた世代のことを「団塊の世代」と位置づけた。本研究においては、団塊の世代をこの狭義の意味だけでなく、前後の世代を含め広く捉えている。

化する起爆剤になる可能性がある。

## 2 本研究の目的

本研究は、団塊の世代をスムーズに地域デビューさせるため手立てや、地域コミュニティで活躍が期待される活動等、先行研究と併せて戸田市流の手法を明らかにすることが目的である。

## 3 本研究の手法及び特色

本研究では、以下の手法により研究を行う。

- ①文献調査・・・『平成 20 年版 高齢社会白書』『戸田市地域福祉計画策定のためのアンケート調査報告書』『戸田市市民意識調査報告書』『団塊世代の地域参画 ―コミュニティの再生を目指して―』『そうだったのか！団塊マーケット 本気で取り組むビジネス戦略』
- ②先行事例研究・・・世田谷区、NPO法人生きがいの会
- ③シンポジウム出席・・・東京都福祉保健局主催『中高年のための地域デビューのすすめ～あなたも地域の即戦力～』

## 4 本報告書の概要

本報告書は、次の流れで進める。まず、第2章は、戸田市の団塊の世代の状況について確認する。続いて第3章では、変わる中高年の意識として、これから地域に戻ってくる人の意識の変化と戸田市民が求めるいわゆる老後の生活について検証する。第2章、第3章を踏まえて、第4章では、団塊の世代が地域デビューするための方向性を6つの視点に基づき検討し、戸田市の既存の事業について重ね合わせて検討する。

なお第5章では、地域で活動するための一案としてコミュニティビジネスについて検討する。

## 第2章 地域回帰する団塊世代

### 1 わが国における団塊の世代の現状

わが国における団塊の世代を端的に言及する。内閣府の『平成 20 年版高齢社会白書』によると、団塊の世代は出生数で約 806 万人と推計しており、2006 年 10 月現在で約 677 万人のボリュームがある。この数字は総人口に占める割合が約 5.3%にも達する、人口構造上極めて大規模な集団であると指摘できる。この世代の動向により、わが国に行く末が決定されると言っても過言ではない。

また同白書は、「団塊の世代」が 65 歳に到達する 2012 年から 2014 年にかけて、65 歳以上の高齢者が毎年約 100 万人ずつ増加することが見込まれていると指摘している。こ

の100万人のすべてが地域に戻ってくるとは考えられないが、決して少なくない団塊の世代が新たな活躍の場として地域に入ってくることが予測される。この団塊の世代の活力を地域にいかしていくことが求められている。

## 2 戸田市における団塊の世代の現状

戸田市の「人口統計速報」によると、戸田市には約4,600人（2010年1月1日現在）の狭義の団塊の世代が生活している。また国立社会保障・人口問題研究所の「日本の市区町村別将来推計人口」では、団塊の世代が65歳に到達すると予測される2015年には、65歳以上の人口が2010年と比較すると5,576人増加し、22,287人になると見込まれている。

特に2015年は、戸田市において団塊の世代が高齢期のピークとなる高齢社会を迎える年である。その時点においても、今までと同じように支えあえる地域をどのようにつくるかが重要である。しかしながら、現在の町会等役員は、高齢化を迎えており、様々な弊害が生じていると予測される。そこで、今後は団塊の世代をはじめとした多様な担い手が参加する地域づくりを目指す必要がある。

## 第3章 変わる中高年の意識

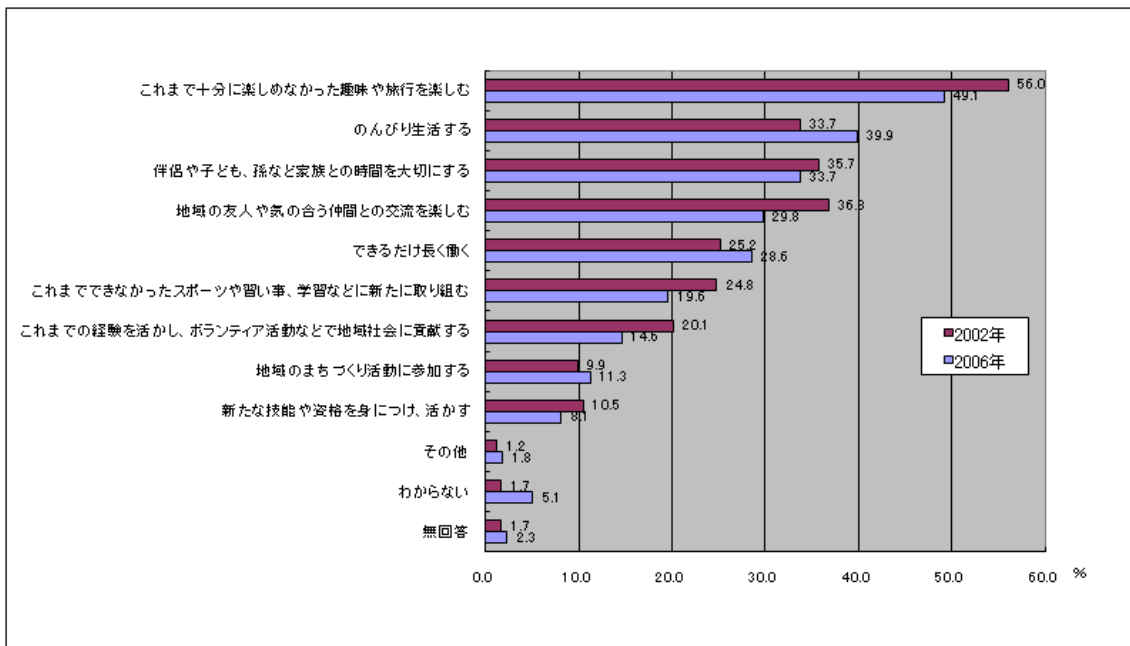
### 1 戸田市民が考える理想の老後

図表1は、戸田市が2002年度と2006年度に実施した「戸田市市民意識調査報告書」の「老後の生活についてどのように過ごしたいと考えるか」（複数回答）の結果である。

2002年度調査と比較して、2006年度調査の数値が伸びている回答は、「のんびり生活する」「できるだけ長く働く」「地域のまちづくり活動に参加する」である。また回答数が一番多かったのは2002年度調査と同様に「これまで十分に楽しめなかった趣味や旅行を楽しむ」である。

ここから垣間見られることは、老後を考えるとき、ますます「楽しみながら家族や友人などとともにゆったり過ごす」というライフスタイルが望まれているということである。すなわち、働き続けることだけでなく、働くことに加えて新しい価値を見出すことで、アクティブに活動していくことが予測される。

図表1 老後の生活についてどのように過ごしたいか



出典：戸田市市民意識調査報告書（2006年度実施（第9回））

## 2 定年後のライフスタイルの変化

博報堂エルダービジネス推進室が全国の40歳～60歳の男女1,354名（うち団塊世代の男女計360人）に対してインターネットで行った「団塊世代～定年（引退）後のライフスタイル調査」（2005年）の結果<sup>4</sup>を参考としながら、団塊世代の理想のライフスタイルについて検討する。

同調査において、「あなたの定年（引退）にふさわしい言葉は何ですか」という設問を設定し、引退後の生活イメージを聞いている。この回答は「新たな出発」が第1位であり、続いて「第二の人生」と「自由」となっている。ここから定年後の極めて前向きな様子が垣間見られる。一方で「老後」「引退」「黄昏」「卒業」など、一見すると否定的に捉えられる言葉を選択した人は少ない。この結果から、定年（引退）を「新たな人生の出発」としてとらえる前向きな姿勢がみてとれる。

また同調査は、定年（引退）後の仕事・ボランティア・趣味の意向についての設問もある。この調査結果は「仕事とボランティアと趣味」が第1位となっている。そして「仕事とボランティア」と「仕事と趣味」の回答を併せると、仕事をしたい意向を持つ人は全体の6割近くに上る。すなわち自分の活動も仕事も積極的に取り組んでいく気概を持っているといえる。

これらの結果と、戸田市が実施した「戸田市市民意識調査報告書」の結果を併せて考えると、中高年（団塊の世代を含む）が考える定年後のライフスタイルは、「できるだけ仕事を続けながら、趣味やボランティアに取り組む生涯現役」という言葉に集約されそうである。

<sup>4</sup> 博報堂エルダービジネス推進室「HOPEレポートXIX」2005年10月11日



### 3 担い手としての団塊の世代

本章第1節で戸田市民が老後の生活についてどのように過ごしたいと考えるかという調査結果を示したが、そこからは、従来一般的に持たれていた高齢者のイメージとは違う姿が浮かび上がった。また、博報堂エルダービジネス推進室が2009年に報告した「HOPEレポート08/09」<sup>5</sup>によると、50～60代の男女が「言われてうれしい言葉」では、「若々しい」「センスがいい」がトップであり、従来のはめ言葉であった「成熟」から「センス」にシフトしており、年齢に縛られない生き方をしたいという意識が見られるとしている。

これらのことから、団塊の世代は、地域デビューにおいても、「老後」という意識を捨てた新しい担い手、地域活動ブームの火付け役としての可能性を秘めていると認識すべきであると考えられる。

## 第4章 団塊の世代が地域デビューするための方向性を検討する

### 1 地域の担い手づくりの6視点

一般的に団塊の世代は、現役時代に多くの時間を職場で過ごし、地域とのつながりは必ずしも多くはなかったと指摘できる。そのため、定年後は地域活動へ参加を躊躇する方々が少なくない（もちろん地域活動に無関心の団塊の世代もあるだろう）。

しかしながら、団塊の世代はリタイアした後も活力があり、培ってきた豊富な経験・知識・技能や見識は、かけがえのない資源である。そこで、これらの活力を最大限に生かすために、退職後にスムーズに地域デビューできるしくみづくりが必要である。

東京都福祉保健局は「団塊世代・元気高齢者地域活性化推進協議会」<sup>6</sup>を設置している。同協議会は、団塊世代や元気な高齢者が自らの豊かな知識・技術・経験を活かして「地域の担い手」として活躍できる仕組みづくりを検討している。この協議会では団塊の世代が活躍していくための重要な視点として、次の6点を示している（図表2）。

図表2 団塊の世代が地域の担い手づくりになるための6視点

①きっかけづくりと 情報提供	定年退職後、地域の中で興味のあることを発見し、地域を知り、地域で生活をしているという実感を持つことが肝要である。そのための第一歩を踏み出すきっかけづくりに加え、情報提供が重要である。人と人との直接ふれあい、お互いに感謝していくことが、つながりを継続する糧となる。どんな人でも自分に合った活動があるということに気づくことが
-------------------	--

<sup>5</sup> 2008年3月に首都圏(1都3県)の40～60代男女(計3,708人)にインターネットで中高年の意識変化について調査したものである。

<sup>6</sup> 東京都福祉保健局「団塊世代・元気高齢者地域活性化推進協議会」HP  
[http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kourei/shakai\\_shien/genkikoureisya/index.html](http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kourei/shakai_shien/genkikoureisya/index.html)

	大切である。
②人材育成	地域デビューしていくための講座や地域活動の体験講座は、実はなかなか人が集まらない現状がある。その理由は曖昧模糊としているからである。そこで活動の目的がはっきりとした、実践的な取り組みが大切である。例えば「地域活動」をコーディネートする人材の育成が求められる。
③機運づくり	地域のイベントは行政主体でなく、実行委員会形式で運営し、制約をかけない方が面白いアイデアが出る可能性がある。行政は、場所や機材の確保、広報紙への掲載などの支援にとどめることが望ましい。また、イベントの目的や趣旨を明確にしたうえで、キーパーソンを発見し、参加者を動かすようなPR戦略が求められる。マスコミをうまく利用することも作戦の一つである。
④マッチング・コーディネート	地域での活動に興味を持っている人は多い。しかし、その興味が実際の地域活動への参加に結び付いていかない実態がある。それらを結びつける「マッチング」が必要である。
⑤関係団体間の連携・協働	町会等、老人クラブ、NPO等の既存の地域で活動している団体の活動内容が、団塊の世代の人たちに十分理解されていない部分もある。これらの横の連携・協働をうまく進めるためしくみづくりが必要である。
⑥企業との連携	今、企業の社会貢献が地域活動の活性化に大きく貢献する傾向にある。企業のリタイア間近な人へ地域デビューを啓発することに加え、企業の社会貢献と連携して地域活動を活発にする動きも重要である。

※東京都福祉保健局「団塊世代・元気高齢者地域活性化推進協議会」（中間のまとめ）をもとに作成

図表2で取り上げた6つの視点は、今後、戸田市が団塊の世代に対する施策や事業を進めていく上で、実に示唆に富んでいる。上記の6視点をよくよく観察すると、戸田市の既存の施策や事業の中から抽出することができる。

もちろん、これらの施策・事業は「団塊の世代」を対象としているわけではない。しかし、これらを応用することにより、団塊の世代の地域デビューをソフトランディングさせることが可能である。以下では、6つの視点に基づいて、現在、戸田市で実施している施策や事業を紹介する。

#### ①きっかけづくりと情報提供

・戸田市ボランティア・市民活動支援センターのホームページ

戸田市ボランティア・市民活動支援センターのホームページは、地域活動に参加したい方のために、104団体14人（2010年1月現在）の登録団体情報



やボランティア活動等に関するイベント情報がアクセス者に分かりやすく紹介されている。

- ・ボランティア・市民活動の情報誌「I have a dream」

戸田市社会福祉協議会と戸田市ボランティア・市民活動支援センターが共同で月1回発行しているボランティアと市民活動のための情報誌である。戸田市で活動をはじめたい人のきっかけづくりに加え、様々な情報を提供している。同誌には戸田市でのボランティア募集の記事や活動団体の会員募集が豊富に掲載されている。

- ・上戸田公民館講座「団塊世代～上戸田楽会～」

戸田市立上戸田公民館が2009年6月に開催した講座である。対象は、50歳代から60歳代の市民で、地域デビューを考えている人としている。講座の内容は、市内業者、雑誌編集者を講師に招いた講演をはじめ、市史を理解するためのバスハイク等を実施している。2009年度は50歳代から80歳代まで16名が参加し好評を得ている。

## ②人材育成

- ・戸田市民大学

市民の学ぶ楽しみと活動する喜びのあふれるまちづくりを実践することを目的に開講している講座である。1講座は5回から10回であり、2008年度受講者は延べ77名、2009年度受講者は延べ105名に昇っている。内容は、健康・環境・防災・福祉・天文と多岐にわたり、市民の学習意欲の高揚に繋がっている。

- ・防犯ボランティアリーダーカレッジ



地域の防犯リーダーの養成を目的とした講座である。戸田市長が学長、蕨警察署長が副学長となり、戸田市に在住・在勤・在学し、全6回の講座修了後、市内の防犯活動に参加することができる人を対象としている。防犯に関心があり、実際活動しようとしているが、やり方が分からない人や、町会長の推薦で参加する人、過去のカレッジ卒業生から推薦されて参加する人などが受講している。2005年度からは合計136名の卒業生が、卒業後、防犯ボランティアのリーダーとなり地域の防犯活動に貢献している。

- ・社会福祉協議会主催ボランティアセミナー

戸田市社会福祉協議会が主催するボランティアの育成等を目的とした講座である。毎年9月から2月までの半年間、週1回を基調とし1日2講座で開催している。2009年度は16名が修了した。卒業後は個人として戸田市社会福祉協議会のボランティアに参加するほか、卒業生同士でグループを組んで福祉施設で活動している。

### ③機運づくり

#### ・戸田ふるさと祭り

戸田ふるさと祭りは、戸田市の夏を代表するイベントである。青年会議所を中心とした「戸田ふるさと祭り実行委員会」が運営している。運営の補助として「清掃ボランティア」と「キッズコーナー運営ボランティア」を一般市民から募り、2009年度は計130名のボランティアが祭りの運営補助に従事した。



#### ・戸田マラソン大会 in 彩湖

戸田市の一台スポーツイベントである。組織された「戸田マラソン大会実行委員会」が運営している。運営の補助として「応援し隊」を一般市民から募り、2009年度は12歳から75歳まで、19名の「応援し隊」が、選手受付・給水ポイントでボランティア活動に従事した。

#### ・エコライフ DAY とだ

地球温暖化防止キャンペーンを中心に「エコライフ DAY 実行委員会」が活動している。毎年6月の環境月間に、戸田市内の小・中・高校生をはじめ、市役所や民間企業、市民に呼びかけて、エコライフの生活を実践し、その結果を環境家計簿（チェックシート）に記入し、削減できた二酸化炭素の量を集計している。活動への参加をきっかけとして環境活動に参加する市民も多い。

### ④マッチング・コーディネート

#### ・戸田市ボランティア・市民活動支援センター

市民の公募によるサポートスタッフが常駐し、受付や、取材、イベントの企画をし、活動のサポートをするだけでなく、戸田市内のボランティア活動を熟知した戸田市社会福祉協議会の職員が、地域活動に参加意欲のある方と登録団体との仲介をし、個々の要求に応じた適切なコーディネートをしている。

#### ・戸田市生涯学習人材バンク「戸田人材の森」登録制度

市民の学習・文化・スポーツ活動を支援するための講師を登録し、指導分野・内容等を分類し希望者に提供する制度。市がコーディネーターとなり、希望者は登録者名簿から講師を選定する。2009年度は77件の登録がある。

・シルバー人材センター会員登録制度

「シルバー人材センター」は、高齢者にふさわしい仕事を企業・家庭・公共団体等から引き受け、会員に提供する都道府県知事許可の公益法人。会員登録し、仕事を受託すると仕事内容に応じて「配分金」が支払われ、会員個人の希望と能力に応じた働き方を可能としている。

2010年1月現在の登録会員数は、男性358名、女性158名の計516名である。

⑤関係団体間の連携・協働

・戸田市ボランティア・市民活動支援センター

戸田市社会福祉協議会の「ボランティアセンター」や、戸田市福祉部福祉総務課の「ボランティアプラザ」に加え、戸田市市民生活部コミュニティ推進課の「市民活動支援センター」を融合させ、「市民・社会福祉協議会・市」の3者が共同で運営する施設として成立した。

ボランティア・市民活動の抱える問題としてあげられていた情報の収集や提供をはじめ、人材・資金・活動拠点の要望を満たしつつ活動を活発化させるための基盤づくりを目的として2006年7月1日にオープンした。

同センターの機能として、「活動に必要な場」がある。具体的には、会議や打ち合わせ、交流ができるスペースや、印刷機等が設置されている作業スペースである。また「情報の収集と発信できる場」も用意されている。これはパソコン・参考図書の閲覧や、メールボックスや、パンフレットスタンドによるポスターやチラシ等の配布、ボランティア・市民活動に関するコーディネートを意図している。

同センターの愛称は、「(と)だの (ま)ちでみんな (と)もだち」から「TOMATO」と称し、イメージキャラクターは「トマピー」である。イベント「ふらっと広場“TOMATO”」において、キッコーマン株式会社のデルモンテブランドの協賛品がプレゼントされた。



⑥企業との連携

・ピンクリボン運動

戸田市・社団法人蕨戸田市医師会・市民団体などから構成されるピンクリボン運動実行委員会（市長が実行委員長）が運動を推進している。この運動の一環である「ピンクリボンウォーク」は市内の医療機関の協力を得て、官民一体となり実施している。



・戸田ボートコースにおけるイケチョウ貝を活用した水質浄化活動

戸田ボートコースの水質浄化のため、2008年から埼玉県ボート協会が、イケチョウ貝という二枚貝を活用して取り組んでいる市民活動である。イケチョウ貝の稚貝購入費等に充てるため、ボートコース周辺に艇庫のある企業等を中心に、活動資金の支援を求めていく予定である。

・財団法人戸田市公園緑地公社「緑のボランティア」

戸田市の休閑地や公園、駅前等を美しくしたいという目的を持って集まったボランティア。JRなどから土地の協力を受け、企業や団体、個人が花壇の管理から植え替えまで1年を通して熱心に活動している。2009年10月現在、963人の登録がある。

これらの施策や事業を「団塊の世代」仕様に変化させることにより、団塊の世代への地域デビューへの道筋をつくることになる。こういった団塊の世代の地域デビューをソフトランディングさせるための仕組みづくりは、これからの自治体にとって役立つと思われる。

## 第5章 団塊の世代のエネルギーをコミュニティビジネスに注ぐ

### 1 コミュニティビジネスとは

前項までは、団塊の世代を地域へスムーズに回帰させるきっかけづくりや手法について、論じてきた。

団塊の世代は、退職後、地域に貢献したい気持ちはありつつも、ある程度の収入が得られるようなビジネス性のある活動に関心を持つ人が多いと考えた。そこで、本研究では、コミュニティビジネスを一例として、団塊の世代が地域で期待される活動について論じていきたい。もちろん、コミュニティビジネスは団塊の世代に限られたものではないが、培ってきた豊富な経験と高い手腕を生かしていけることや、少子高齢社会に伴う新しい労働力の創出という点でマッチングするものとして期待される。

現在、コミュニティビジネスに統一された明確な定義はないが、関東経済産業局ホームページによると、「コミュニティビジネスとは、地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決する取り組み」としている。

これまで地域の問題は、主として行政が解決に当たってきたが、地域住民自らが立ち上がって、コミュニティが抱える問題を解決しよう、という動きが出てきており、その一端を担うため、コミュニティビジネスという概念が生まれた。ボランティア活動と違う点は、活動をより効率的、且つ責任を持って継続的・安定的に行うため、「ビジネスの手法」を採って、事業として運営しているというところである。

地域での新しい課題解決のためのビジネスの場を形成することで、地域における起業機会や地域雇用を拡大する効果が望まれる。また、住民自らが主導し実践することによって、地域社会の自立・活性化、地域コミュニティの再生などの効果が期待されると同時に、社会に貢献しているという満足感や、やりたいことを実行するという充実感、生き甲斐を感じることができると思われる。

コミュニティビジネスの組織形態としては、NPO法人、協同組合、有限会社、株式会社、任意団体等があげられる。

具体的事例として、東京都福祉保健局主催の『中高年のための地域デビューのすすめ

『あなたも地域の即戦力〜』において、著者がお話を伺った杉並区のNPO法人生きがいの会の活動について次にまとめた。

生きがいの会は、松溪ふれあいの家（高齢者在宅サービスセンター）と、杉並区立ゆうゆう西田館（元気なシニアの居場所）の受託事務などを展開している。松溪ふれあいの特徴は、空き教室を利用した入浴以外のデイサービスを提供しており、利用者の70%が男性である。男性の視点に立ち、多彩なプログラムを準備しているが、利用者がやりたいことを自由にでき、嫌いなことを強要しないところが、好まれている。

1996年に男性料理教室に集まった有志定年退職者5人が、「男は地域に根づいていない、地域に貢献する活動をやろう」と、自主グループを結成し、高齢者福祉施設を訪問してうどん打ちなどの活動を始めたことが設立のきっかけである。

2000年に介護保険制度がスタートし、杉並区が学校の空き教室活用のデイサービス運営団体を公募した。そこでNPO法人を設立し、全員がヘルパー2級を取得して応募し、2001年2月から区立松溪中学校の空き教室を利用したデイサービス事業を始めた。当初3年間は区の補助金があったが、4年目からは独立採算で運営されている。

介護保険制度のスタートと、少子化による空き教室の存在、既存のデイサービスは女性の利用者が多く男性が少ないという地域の現状や課題を上手く利用し成功している事例である。

## 2 コミュニティビジネスと市の関わり方

コミュニティビジネスは、まず、最初に地域の課題の把握が大切であり、そのうえで、未来像を明確化し、そのための手法を公開性、斬新性をもって情報共有する。そして人材の発掘、育成、また、応援団を形成し、具体的事業展開へと入る。

前節の事例にもみられるように、コミュニティビジネスは自治体と3年間は連携・協力しないと成果が出ないと言われ、4年目からは参加費などを徴収し自立化が図られることが多い。自治体がコミュニティビジネスに支援を行う際、重要なのは、ビジネス設立から、どの程度の支援をするのかということであるが、手厚く支援をした場合、行政依存型の組織になってしまう可能性がある。軌道に乗るまでの行政との関わり方に注意を払う必要がある。

## 3 団塊の世代にとってどんなビジネスができるのか

戸田市でのコミュニティビジネスの可能性について検討する。

戸田市は子育て世代が多いまちである。しかし、単独世帯の増加や三世帯世帯の減少により親族や近隣の支援が得られにくく、親が孤立し不安感を持ちながら子育てをしているケースが増えてきている。また、2008年度版「男女共同参画に関する市民意識調査報告書」によると、約40%が共働きであるが、待機児童が、2008年度で23人発生しているというのが現状である。そこで、子育て不安を解消するための相談事業や、保育事業が考えられる。また、前述した犯罪のないまちづくりを目指すための防犯活動に係る事業、介護や障害者に対する通院や買い物の際の福祉有償運送など、日常生活に密着

したものが期待できる。

2008年度戸田市政策研究所において、現在の戸田市の課題整理を行うため、「戸田市の現状と課題」をテーマに調査研究を行い、報告書を作成している。ここで挙げられた課題、そして課題を解決するステップに、コミュニティビジネスに発展する要素が含まれていると考えられる。

このように、知識と経験が豊富な団塊の世代がそのノウハウを生かして、取り組むことが、無償のボランティアではなく報酬を得るビジネスとなり得る。コミュニティビジネスはニーズを的確に捉えてこそビジネスになるといえ、こんなことしてくれるといいな、といった“ありそうでなかったこと”がビジネスになる可能性がある。また、コミュニティビジネスそのものが、団塊世代の「居場所」を提供することにもなるという面で効果的である。

## 第6章 おわりに

### (1) 人口増加と高齢化が進む未来の戸田市で

2008年、米国で発生した金融危機は世界に波及し実体経済を衰退させている。日本経済も69ヶ月続いた景気拡大が2008年10月をピークに景気後退局面に陥り、雇用状況は悪化している。このような中、トヨタ自動車が2008年度の営業利益予想を1兆円も下方修正したことにより、愛知県豊田市の2009年度の法人市民税は、前年度当初予算比の9割減にあたる約400億円の減収となる。このように世界的な景気後退によって、企業の業績不振が自治体予算を直撃する形となっており、各自治体は公共事業の一部凍結等、大幅な歳出削減策を余儀なくされている。

また、高齢化に対する備えが迫られている。2035年の戸田市の人口は129,943万人で、2005年からの増加率は11.3%と推計される。人口減少時代の中で増加する数少ない市と予測されている<sup>7</sup>。その一方で、高齢化も急速なスピードで進展すると推計されている。2035年の戸田市の老年人口は35,050人で2005年からの増加率は149.2%となり、全国第10位の増加率となる。このため、老人福祉施設の不足や地域での担い手不足が懸念される。また、介護保険や後期高齢者医療保険の各保険事業に対する市の負担額の増が見込まれ、戸田市の行財政を圧迫することが懸念されている。

上記のように世界同時不況による地域経済の落ち込みや高齢化の進行により、自治体財政は逼迫することが予想される。今後、限られた予算と人員の中で、広範で専門性の高い市民サービスの展開が要求されるであろう。

団塊の世代が地域に入っていくためには、多角的な視点で取り組み、可能な限り門戸を広げることが大切である。また当たり前のことであるが、団塊世代に対するコミュニティ関連施策は、団塊世代のためだけではなく、地域全体のために実施するものである。その視点に立つと、地方自治体の中長期的な課題となっているコミュニティの再生と、住民自治の拡充を目指す施策として捉えることも重要である。

<sup>7</sup> 国立社会保障・人口問題研究所「日本の市区町村別将来推計人口」(2008年12月推計)



現時点では、戸田市は人口の移出入が激しい。今後、いかに「戸田がふるさと」と捉えてもらい、定住することにつなげていくかが課題である。人口移動が激しいため、戸田市では地域のつながりの希薄さは否めない。それでも、戸田市において団塊の世代が地域に回帰するという可能性は、地域を活性化させていくチャンスになるかもしれない。

## (2) 「団塊の世代」という人材を活用していくために

団塊の世代が地域にソフトランディングしていくために、具体的な手段として、次の6点を提示した。それは、①きっかけづくりと情報提供、②人材育成、③機運づくり、④マッチング・コーディネート、⑤関係団体間の連携・協働、⑥企業との連携、である。この6点は、よくよく考えれば、当たり前のことである。しかしながら、極めて当たり前のことができていない現状が施策や事業を生かすきれないという結果を招いてしまう。

つづいて、団塊の世代とのつきあい方を摸索している戸田市の事例を紹介した。それは、戸田市民大学と防犯ボランティアリーダーカレッジである。ここでは防犯ボランティアリーダーカレッジについて、若干、言及しておきたい。

一般的に防犯ボランティア活動は、団塊の世代の活力を最大限にいかすことができる。さらに副次的な効果として、町会等の「エリア型コミュニティ」とNPO活動にみられるような「テーマ型コミュニティ」を融合させていく可能性があることを指摘しておきたい<sup>8</sup>。一方で視点を変えて、団塊の世代が活躍する舞台として、コミュニティビジネスの可能性についても言及した。特に戸田市を前提にして、どのようなコミュニティビジネスが実現できるか検討した。まちの問題解決のために、上下関係のない状況で仲間同士のコミュニケーションを大事にしつつ、こうしたい！という意欲を尊重して社会に貢献していくビジネスである。営利目的が第一ではなく、社会に貢献しているということでやがいの感じられるものである。今後、こういった活動も増えてくると予想される。

これから地域に戻ってくる人たちは、「将来現役」志向の人が多い。枯れるどころかこれからもうひと花咲かせようという意欲を持ち、希望を持っている人も少なくない。彼らの活躍こそ地域の活性化につながるといっても過言ではない。

そのようなパワフルな「団塊の世代」の人材を活用していくためには、定年を迎える前から定年後に地域デビューをスムーズに行えるような、きっかけづくりやマッチングなどの基礎づくりが大切である。ただし、「団塊の世代」として、限定して対策をしていくというよりは、「団塊の世代」に対応するために既存の施策・事業を移転・発展させていくことがまず一歩であるといえる。そして、きっかけづくりや機運づくりと共に、コミュニティビジネスへの支援も検討していく必要がある。

## [主な参考文献等]

- ・『平成20年版 高齢社会白書』内閣府

<sup>8</sup> 詳細は次の文献を参照されたい。

財団法人日本都市センター(2007)『団塊世代の地域参画ーコミュニティの再生を目指してー』

- ・『戸田市地域福祉計画策定のためのアンケート調査報告書』
- ・『戸田市市民意識調査報告書』（2008年度実施（第9回））
- ・『団塊世代の地域参画 ―コミュニティの再生を目指して―』財団法人日本都市センター（2007年3月）
- ・『そうだったのか！団塊マーケット 本気で取り組むビジネス戦略』経済法令研究会
- ・国立社会保障・人口問題研究所（<http://www.ipss.go.jp/>）
- ・東京都福祉局  
（[http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kourei/shakai\\_shien/genkikoureisya/index.html](http://www.fukushihoken.metro.tokyo.jp/kourei/shakai_shien/genkikoureisya/index.html)）
- ・博報堂エルダービジネス推進室（<http://www.h-hope.net/>）
- ・戸田市の人口統計速報（<http://www.city.toda.saitama.jp/437/436713.html>）
- ・戸田市ボランティア・市民活動センター（<http://todasimin.net/>）

## おわりに

戸田市政策研究所は2年目の終わりを迎え、無事に「2009年度 戸田市政策研究所調査研究報告書」を提示することができた。報告書とは別に、昨年度につづいて図書も出版することができ、正直、ホッとしている。

戸田市政策研究所の意味の一つを考えた時、自治体職員の人材育成があると思われる。自治体職員が研究員という肩書きを得て調査・研究に取り組むことにより、体験的に政策形成能力が修得できると考える。

調査・研究を進める中で、時には悩み、時には考え、時には苛立ちを感じ、時には喜ぶ・・・このような過程を通じて、一人ひとりの政策形成能力が確立され充実していくものと思っている。

一般的に人材育成は、すぐ結果がでるものではない。短くても10年はかかると思われる。そのため、10年後に戸田市政策研究所の評価が問われてくるのだと思う。

今回、戸田市政策研究所から数名、この研究所を卒業することになる。彼ら彼女らが新しい場所で活躍することにより、戸田市政策研究所の真価が問われることになる(と、適度にプレッシャーを与えておきたいし、ここからエールも贈りたい)。

さて、この場を借りて、自治体職員の目的を再確認しておきたい。それは、地方自治法に明記されている。そこには「住民の福祉の増進を図ること」と記されている(第1条の2)。戸田市政策研究所の活動も、当然、住民の福祉の増進を図るためにある。今回、この報告書で提示した政策提案も、「住民の福祉の増進を図る」という根本的な思想がなくてはいけない。なお、ここでいう福祉とは狭義の福祉ではなく、広義の福祉になる。すなわち「幸福感」と換言することができるだろう。

ちなみに、消防職員の目的は、消防法に明記されており、「・・・火災を予防し、警戒し及び鎮圧し、(中略)もつて安寧秩序を保持し、社会公共の福祉の増進に資すること」が目的とある。

一方で警察職員は、警察法から存在意義を垣間見ることができる。警察法第1条に「個人の権利と自由を保護し、公共の安全と秩序を維持するため・・・」とあり、「公共の安全と秩序を維持する」ことが一つの大きな役割と理解できる。このように他の行政主体と比較すると、自治体職員との役割や目的が、よりクリアに理解できる。

最後に、これからも住民の福祉の増進を実現するための戸田市政策研究所であり続けてほしいと思う。

2010年3月  
戸田市政策研究所  
政策形成アドバイザー  
牧 瀬 稔

## 執筆者一覧

戸田市におけるシティセールスの必要性と成功する要件について

山本 義幸 主任研究員

行政と大学の連携によるまちづくりの可能性

山本 哲史 研究員

2020年度の市税収入をシミュレーション～法人転出とマンション立地の関係～

林 英一 研究員

広告事業のさらなる展開の可能性

小林 由佳 研究員

団塊の世代を地域に呼び戻せ～新たな担い手発掘のために～

川原 綾乃 研究員



2009年度 戸田市政策研究所 調査研究報告書

---

2010年3月

発行 戸田市政策研究所（戸田市政策秘書室）

〒335-8588 戸田市上戸田1丁目18番1号

TEL 048-441-1800（内線）470

E-mail [seisaku@city.toda.saitama.jp](mailto:seisaku@city.toda.saitama.jp)

---