

# 武蔵村山市を“知る”

(U40からの提案)

平成25年12月

未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」

## 目次

はじめに .....	P 1
第1章 U40から見た武蔵村山市 .....	P 2
1. U40が考える現状の問題点 .....	P 2
①交通アクセス	
②就労環境	
③集客力	
④PR（広報）力	
⑤協力体制	
⑥危機感	
2. U40が思う目指すべき方向性 .....	P 3
3. U40がみつけた“知る”ためのアイデア .....	P 4
(1) 市内班 .....	P 4
①ターゲット	
②地域経済活性化	
③スポーツイベント	
④市内店舗との提携	
⑤若者向け講座	
⑥仲間づくり	
(2) 市外班 .....	P 6
①アンテナショップ	
②交通の便をよくする	
③新しい「名物」の発明・発見	
④ご当地キャラクター（ゆるキャラ）	
⑤大学との協働	
⑥かてうどん移動販売	
⑦若者向けMAP	
⑧SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の活用	
⑨イメージの統一	
⑩小・中学校との協働	

4. U40が採用した“知る”ためのアイデア	P 9
(1) 市内班	
(2) 市外班	

## 第2章 U40が提案する“知る”ための企画 P 10

1. 「たのしい！おいしい！ノルディックウォーキング」教室の開催（市内班）	P 10
たのしい！おいしい！ノルディックウォーキングイベント案	P 12
ノルディックウォーキングとは？	P 13
2. 自分磨きで再発見 ～未来の自分のために～（市内班）	P 14
3. 「武蔵村山つけうどん市外進出計画」（市外班）	P 16
うどんマップイメージ図（表）	P 19
うどんマップイメージ図（裏）	P 20

## 第3章 U40のまとめ P 21

参考資料	P 23
資料1 未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」設置要綱	P 24
資料2 未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」委員名簿	P 26
資料3 未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」開催経過	P 27

## はじめに

武蔵村山市が活力にあふれた魅力あるまちであり続けるよう、将来を担う若い世代がまちづくりに対するアイデアを出し合い、もって市政への積極的な参加を推進するため、未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」が設置されました。

この会議は、若い世代の創意工夫に満ち柔軟性に富んだ視点を市政運営に反映させることを目的に、若い世代の積極的な市政参画と協働を目指し、市のあり方について調査・研究・協議を行いながら施策を立案し、施策の実施に至るまでの内容等の検討も行い、市長に提言するものです。

本市は、軌道交通がなく、武蔵村山市で生まれ育った子どもたちも、公共交通の不便さもあってか、就職や結婚を機に市外に出ていってしまう現状も見受けられます。そのような中、この会議を通して、市内在住（在勤・在学）の我々若い世代が自分たちの住むまちについてどのように考え、また、どのような将来像を持っているかを伝える機会と、市のまちづくり推進に協働できることを誇りに感じます。

豊かで活力あるまちづくりを進めるため、若い世代の市民と行政がお互いの明るい未来を目指して信頼関係を築き、市政運営を考えていくという意識を原点に活動することの意義を確認し、ここに、未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」は、“知る”をテーマとして本市の豊かな自然や伝統を活かした魅力あるまちづくりについて協議した結果をまとめましたので、報告いたします。

未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」

# 第1章 U40から見た武蔵村山市

## 1. U40が考える現状の問題点

### ① 交通アクセス

市民、特に若者は、武蔵村山市をあまり知らないのではないと思われる。それでも、誰しもがそうだと思うが、自分の生まれ育った市なので、地元愛はある。しかし、交通アクセスの充実が図られていないためか、若者が人生の転機（就職・結婚等）に、市外に出て行ってしまいう傾向もある。他市から武蔵村山市に来た人は、「交通アクセスが悪い」という点で、武蔵村山市をイメージしている（=もったいない）。

### ② 就労環境

若者の働ける場所が少ないため、市内での出会いがなく若者同士のコミュニケーションが取れない面があると思います。そのため、人口は増えているのに、若者は減っているようなイメージがあり、経済が活性化されないう悪循環となっている。

### ③ 集客力

「自然が豊か」、「温泉がある」、「かてうどんがおいしい」というだけでは、インパクトが薄く、人が集まらない（若者も魅力を感じない）。近隣にもっと若者の興味を引くようなところがたくさんある。

しかし、都内23区のように強烈に人を引きつけるファクター（「要素」）（イベント・ファッション・グルメ等）があるところと張りあっても意味が無い。

### ④ PR（広報）力

現在の市の広報活動・方法に不十分さを感じる。市の魅力をアピールできていないし、あまり力を入れていないように感じてしまう（たとえば、「情報館えのき」はお金がかかり掛けていると思うが、まったくと言っていいほど市民に知られていない）。市の良さ・アピールポイントの広報を専門に行う部署を作るぐらいでなければ、市の魅力は伝えられない。

⑤ 協力体制

武蔵村山市内には、大小問わず企業や店舗、工場が多く立地しているが、現在は、市との協力体制・関係性を持っているとは言えない。市と企業が対等な立場で協力することで、横のつながりを持ち、市全体を盛り上げていく必要がある。

⑥ 危機感

イオンモールができたことにより、それを魅力に感じている多くの市民がいると思われるが、実際にはなにも変わっておらず、市内の経済の活性化に結びついていないと言いはし難い。

## 2. U40が思う目指すべき方向

武蔵村山の近隣の市町村も「行政区域外から人を迎え入れ、地域を活気づけたい」と考えている。他市町村と似たようなアピール方法は、意味をなさず疑問に感じる。市民同士の繋がりが住みやすい街を作り、人と人との繋がりが魅力になるはず。

そこで、まず、市内の人が住みやすく魅力のある市にするのか、市外から見て魅力ある市にしたいのかを考えていくこととし、委員を「市内の人向け（市内の人が市をより魅力あると感じ直す）の魅力ある街」を目指す班（以後、市内班）と、「市外の人向け（市外の人が行ってみたいと思う）の魅力ある街」を目指す班（以後、市外班）の2つの班に分けて、市内、市外の両面から考えていくこととした。

各班は、共通の目的を軸にし、市内班は、「市民により深く武蔵村山を知ってもらおう」、市外班は、「市外の人に一から武蔵村山を知ってもらおう」を基本に考え、“知る”ということを目的（テーマ）に、武蔵村山独自の魅力をアピールしていく方向性をさぐることとした。

### 3. U40がみつけた“知る”ためのアイデア

話し合いの中で出された意見等は、次のようなものである。

#### (1) 市内班

##### ① ターゲット

武蔵村山市は、イベントが多すぎる気もする（花火大会、デエダラまつり、Foodグランプリ等々）が、市内の若い世代に武蔵村山市に目を向けてもらうことを前提として考えていきたい。若い世代に受け入れられやすい情報、若い世代が集まることのできる場所を提供していく。若い世代向けの、気軽に参加できる教室・講座等を開催し、参加者から、情報発信してもらう。

##### ② 地域経済活性化

ラジオ体操のスタンプのようなものを使い継続性を持たせる。「MMスタンプ」という既存のものを利用するのが良い（MMスタンプをもっとメジャーにする）。地元商店を元気にして、活性化させる。

##### ③ スポーツイベント

「ノルディックウォーキング」というスポーツは気軽に、運動効率も高いので、女性には興味を持ってもらえる。「ノルディックウォーキング」自体が知られていないので、フェイスブック・ツイッターで参加意欲を掻き立てたい。口コミでの評判が、一番効果がある。安易に運営されていると思われないように、講師などにしっかり説明・講義をしてもらう。

「ノルディックウォーキング」を取り上げる理由は、ダイエット効果が高いことと、市内の自然を活用できること。また、働き出すと市外に出してしまう市内での出会いがない若い世代の目を市内に向けさせられるということ。良い出会いがあれば、将来的に市内に住んでもらえると思う。

野山北公園（場所）・スポーツ（ノルディックウォーキング）・よってかっしゅクラブ（講師）を知ってもらえる。市の魅力が再発見でき、運動する機会が得られ、新しい出会いが生まれる。

#### ④ 市内店舗との提携

イベント等に、市認証ブランドの提供もお願いできれば、市認証ブランドも知ってもらえる。かたくりの湯に入ってもらい、市内で遊んで帰ってほしい。そのため、入浴料を無料にし、市内認証ブランドのスイーツも無料提供してもらおう。

また、市認証ブランド以外でも協力してくれる店舗には、協力してもらおう。市内のスイーツ（甘いもの）等は、味の良いものも多いので、女性参加者にとっては、大きな魅力になる。

参加費は、実費分のみ（保険料等）。市内のスイーツをおみやげに付けることでお得感を出す（費用を出しやすく）。市内商店等の活性化に貢献したい。

#### ⑤ 若者向け講座

若者向けの講座（イベントのような）を開きたい。女性向けの講座で、講師は市内の方をお願いする。催し物として大規模なもので行う。

目的・意図としては、地元で気軽に新たに活用できる知識を増やす。武蔵村山市内での横のつながりを広げる。若者の居場所づくり。余暇の充実。

市が主催するもので若者向けの講座は少ないので、若者が興味のあると思うものを行う。市外（都心）に目を向けてしまいがちだが、市内も十分魅力があることを知ってもらおう。

若者向けの講座内容にすることで、年齢制限を設けない方が良いと考えたが、実際に参加したときに、若者が全然いなかったら、参加者（若者）の意欲を削いでしまう可能性もあるので、ある程度、年齢制限を設けたい。

男性の参加がないと効果が半減してしまうが、男性は、講座などにあまり興味をもたない。男性の20代、30代が、集まって学ぶというのは、想像できないし、楽しそうではない。興味や関心のある人が集まらないと良い講座にならない。そう考えると「女性限定の講座」とした方が良いと考える。

#### ⑥ 仲間づくり（街コン）

男性、女性別で、何回か講座を行い自分磨きをし、最終日にはその男女が、ミニパーティーのようなものを開催するというのは、婚活の要素もあり、最終目的があるので男性も参加する。だが、男女の出会いだけを前面に出しすぎないようにしたい。

マナー講座を第1回で、男性・女性合同で行い、最初に顔を合わせておき、最終的にどう変わったのか見えるようにする。

武蔵村山市の若い者同士が、それぞれ自分磨きをして最終的には、異性と出会うというもので、武蔵村山市の仲間を作る。

## (2) 市外班

### ① アンテナショップ

都内には、道府県のアテナショップが多いことになり、立川か新宿といった人の集まる場所に出店したい(立川は、武蔵村山市行きのバスが出ている。モノレールも通っているので、集客が見込める。新宿は、都庁において、23区の物産展のようなものを行った実績がある)。

### ② 交通の便をよくする

西武線の西武球場前駅から、イオンモール行きの直通シャトルバスを通す(入間プレミアムアウトレットモールへのシャトルバス(立川駅、羽村駅発)にならう)。

レンタサイクル・乗り合いタクシーを導入する。イオンモールへは、車・バス等で人が集まる。そこから、市内にレンタサイクル等で人を分散させる。ただ、人が行きたくなるもの(引きつけるファクター)必要(レンタサイクルは、市内に走りやすいところが無く難しいとの意見もあり)。

### ③ 新しい「名物」の発明・発見

観光マップ等は、現時点でもいろいろとあるがそれを一新する。

名物等も新しく考える(お茶や村山大島紬等の既存のものは、有名産地の取り組みを参考にPRしていく)。

### ④ ご当地キャラクター(ゆるキャラ)

ご当地キャラクターを作成し、有名にする。『ひこにゃん』『せんとくん』並みのものができれば、武蔵村山市を知ってもらうきっかけになる。

既存のものを基本にして、その上で新しいものを作らないと意味はない。ご当地キャラクターも同様に、「武蔵村山とは何か」というものを示さなければ意味はない。

#### ⑤ 大学との協働

学園祭に出店（東経大は村山キャンパスがあるのでまずそこから）。東経大は国分寺に本校舎があり、効果はある。大学側（大学を武蔵村山市民に知ってもらえるという宣伝効果）も武蔵村山市にとってもプラスになる。

また、市内企業（店舗）にも協力を仰ぐ（パッケージに「武蔵村山市」を入れてもらう。さまざまな大学の学園祭にも参加する。学園祭パンフレットの1～2ページを買い取り、市や市内企業、特産物等のアピールをするという方法が考えられる）。

大学内の生協に武蔵村山市のアンテナショップを出店し、店頭に、若者向けの市のMAPを置く（地元市町村と大学の提携というのも魅力。1か月限定という形が若者にとっては興味を持ってもらえるとの意見あり）。

#### ⑥ かてうどん移動販売

JR・西武線・多摩都市モノレール等の最寄り駅前や、市内外スーパーの食品コーナーで、かてうどんの即売会を開催しアピールする。

（季節限定（夏）にはなるが）プールの出入り口（昭和記念公園のようなプール。大小かまわず。）に、うどんの露店を出店する。利益目的で出店せず、あくまでリピーターになってもらい、市内の店に来てもらうのが狙い。

プールに限らず、市外の花見や祭り等イベントでも出店させてもらう。

#### ⑦ 若者向けMAP

若者向けMAPは、インパクトや斬新さが重要。道も含め位置が分かりやすいもの（武蔵村山市を知らないのも）。

従来までの観光MAPでは、若者は来ない。「楽しそう」、「きれい」、「おいしい」、「夢がある」等、興味を持ちそうなキャッチフレーズ・イメージを用いたMAPを作成する。

既存のうどんMAPは、うどんMAPと銘打っていないながら各店舗を通るルートが示されていない。市内を知っている人しかわからない。掲載するのは、うどんのことだけで良い。店の特色（違い）を出すため、味以外の健康面や美容、栄養バランス等を掲載すると興味を持ってもらえると考え

る。  
立川駅からバスで何分や、バス停下車何分等わかりやすく載せる。住所だけではまったくわからない。地図には、バス停を必ず載せる（すべての人が、歩いて来店するわけではない）。立川市や昭島市を載せ、市の位置

を想像させてあまり遠くないというイメージを持たせる。近隣市町の駅も掲載。駐車可能台数（駐車場）も必ず載せる（一番利用が多い）。

MAPのサイズは、折りたたんでA5、広げてA3。QRコード等多用する。片面が店舗情報、もう片面は地図。地図を折り返すと、その店舗の情報が見えるようにする。

かてうどんの店舗には、おしゃれなデザインのお店も多いので、MAPには外装・内装の写真を多く載せる。各店舗の定番メニューの値段、写真を掲載。また、家族向けや友達同士向け、カップル向けといった目的別の用途も参考情報として表示。

#### ⑧ SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の活用

ホームページ、フェイスブックページ、ツイッターとMAPを連動させる。ホームページには、紙媒体のレイアウト・スペースの関係から店のアピールポイント等のMAPに載せることのできなかった（できない）情報を載せる（例：名物店員の紹介等）。

フェイスブックやツイッターは、一度注目されれば、かなりの宣伝効果がある。話題性のある発言、たとえば、市長などが面白いことを発言すれば、すぐに話題になる。キャラクターが発言したり、うどん担当者の発言でも面白ければ効果大。市のホームページからも、かてうどんのホームページに行けるようバナーを貼る。

#### ⑨ イメージの統一

かてうどんの店舗の外観を统一的に改善させる（ロゴマークの使用等）。かてうどんは、とてもおいしいのに、店舗の外観（のぼり等）があまり目立たないので、知らない人は店に入りづらい。おしゃれやユーモアといった感覚を前面に出すと良いと考える。

#### ⑩ 小・中学校との協働

都内23区などの小中学校の社会科見学や体験実習先として、誘致して、かてうどん作りを体験させる。武蔵村山伝統の味を幼少期に知ってもらうことで、武蔵村山市に親しみや興味を持ってもらう。大人になって、ふと、「武蔵村山のうどんが食べたい」と思ってもらえるようにしたい。

## 4. U40が採用した“知る”ためのアイデア

### (1) 市内班

- 武蔵村山市の自然を活かしたスポーツイベントを開催し、参加者に自然の中で運動してもらい、コミュニティーの輪を広げてもらう。  
さらに、市内の美味しいものを知ってもらうことで、口コミ等の効果が期待でき、市内経済の活性化を促す。
- 若者向けの講座を開催することで、市内で若者同士（男女問わず）が知り合う機会を提供する。  
講座により自分を磨き、良い出会いにより、市内に自分の居場所を作ってもらい、さらに武蔵村山市を好きになってもらう。

### (2) 市外班

- 若者をターゲットとした「かてうどん」のMAPを制作し、市外の若者に武蔵村山市に興味を持ってもらう。ホームページ、ツイッター、フェイスブックページと連動させることで、口コミ効果等をねらう。

各班が採用したアイデアを第2章で企画案としてまとめ、提案する。

## 第2章 U40が提案する“知る”ための企画

### 1.「たのしい！おいしい！ノルディックウォーキング！」教室の開

#### 催（市内班）

目的	<p>武蔵村山市には、恵まれた自然環境がある。しかしながら、若い世代の中には、その自然を体験したことのない人が多数いるようである。</p> <p>また、就職などにより、運動をする機会が激減し、若い世代でも健康管理が難しくなっている。武蔵村山市の自然を活かし、健康志向の女性にとって、安全に体を動かせる場所を提供すると同時に、参加者同士の新たな出会いから、市内の人と人との横のつながりを広げていってもらおう。</p> <p>さらに、市内のお店には、知られていないだけで、おいしい食べ物（スイーツ等）がたくさんあるため、自然を使ったスポーツと共に、市内のおいしいものをアピールして、市内経済を活性化させる。</p>
背景	<p>世間では、マラソン（ジョギング）のブームであるが、女性が安全に走れる場所（細い道やデコボコ道、街灯がなく暗い道など防犯面で）が市内には少ない。また、マラソンをしたくても、一人で始めるのは難しく、同じ趣味の仲間を見つけるのも困難。</p> <p>市内で気軽に体を動かせる場所も少ないため、わざわざ都心のスポーツジムにお金を払ってまで通っている方も多い。</p> <p>市内のおいしいものを知らないため、市民なのに損をしており、友人等に自慢できない。</p>
概要	<p>ノルディックウォーキング（13頁で詳細説明）を行う（マラソンやジョギングよりも簡単に始められ、かつウォーキングよりも負荷が高いため若い人向け）。女性が気にしている、二の腕のシェイプアップ効果・ダイエット効果等が見込めるため、女性には魅力的なスポーツである。</p> <p>野山北公園の自然を活かしたコースを利用することで、新たな発見をしてもらい市の魅力を再確認してもらおう。また、そこで出会った人（参加者同士）のコミュニケーションの輪を広げていくことで、市民力の向上をめざす。</p> <p>市内商店の魅力も知ってもらい、市内経済の活性化を促す。</p>

<p>内容 と 方法</p>	<p>ノルディックウォーキングの講師等については、市総合型地域スポーツクラブの「よってかっしゅクラブ」との共催としたい。道具等のレンタルもお願いして、ノルディックウォーキングについてのアドバイザーとして、コースなどの選定等についても、全面バックアップをお願いする。</p> <p>ノルディックウォーキングの途中の休憩（給スイーツ所）で、武蔵村山産のスイーツ（食べ物）等をふるまって、若い女性に興味を持ってもらう（スイーツも毎回イベントごとに変える）。スイーツ等は、市内のケーキショップ等に、できれば無料提供依頼をする。その代り、店のPRをしていただく。事業運営側も、店の要望に応えPR等に全面協力する。</p> <p>その結果、発信力のある若い女性の心をつかみ、市内のスイーツや野山北公園等の情報発信を行ってもらう。また、事業運営側としても、参加者に情報発信依頼をしていく。</p> <p>ノルディックウォーキングのゴールは、かたくりの湯付近に設定して、帰りにお風呂に入って帰ってもらう（できれば、無料入浴券配布）。また、市内のお店の割引券等もそこで配布し、入浴後に市内で遊んで帰ってもらいたい。</p> <p>事業の告知・PR方法は、専用のfacebook ページ等のSNSを使って行う。かんたんな紙ベースでのチラシも作成する。</p> <p>参加費は、1,000 円程度の保険代相当のみとする。</p>
<p>効果</p>	<p>ノルディックウォーキングを行うことで、野山北公園の自然を知り、市内のスイーツ（おいしいもの）店を知り、かたくりの湯の良さを知り、市内の仲間も作れ、さらに健康になれる。</p> <p>ノルディックウォーキングというスポーツを知ることができ、それが武蔵村山市で行えるということを知れる。</p> <p>よってかっしゅクラブ（市総合型地域スポーツクラブ）を知ることができる。</p> <p>市内の魅力再発見（店）、余暇活動の充実、趣味の提供（運動）</p>
<p>予算</p>	<p>講師代、道具レンタル代、温泉代、広告宣伝費（facebook ページ）、スイーツ代（協力店舗）、消耗品（コップ等）、保険代</p>

マラソンやウォーキングなどの健康ブーム、特に女性においては健康美志向を受け、市内のU40世代にもスタイルizzoで、効率的な【ノルディックウォーキング】を提案するとともに、そのコースに市内の自然、名所を利用することで、武蔵村山市の魅力再発見につなげていく。

### 高い運動効果とファッション性を兼ね備える ノルディックウォーキングを採用

・ポールを使うことで、体にある90%の筋肉を使用出来るノルディックウォーキング。  
日常生活が忙しいU40世代には短時間でも効果的なエクササイズが可能。

またウェアやシューズはマラソンのようなスタイルでも参加出来るので、特に若い女性にはファッション性も求めることが出来るスポーツとしてマラソンと同等のイメージを持ってもらえる競技です。

### コースに都立野山北・六道山公園や 里山民家を利用

・自然豊かな野山北公園は、ノルディックウォーキングのコースとして最適。多少のアップダウンがあり、空気が新鮮な森の中のウォーキングは、快適でビギナー（初心者）でも楽しめます。

また武蔵村山市が誇る豊かな自然や、昔の情景を再現している里山民家は市のアイデンティティの一つ。ノルディックウォーキングイベントを通じて市内の魅力を再発見する事ができます。



### 若い女性が参加しやすいイベントに

・SNSやブログなど個人の発信方法が多様になる中、とくに発信力が強い若い女性をこのイベントに取り込むことで、情報発信の一端を担ってもらおう。

ウォーキングの発着地をかたくりの湯にして、着替え、ロッカー、ウォーキング後のシャワー、入浴場所として利用。

またウォーキング中の休憩時には市内特産品を使ったスイーツ、ドリンクを用意し、食べて飲んで、市内の魅力を体験してもらいます。

### 市内スポーツ団体との連携

・総合型地域スポーツクラブ『よってかっしえクラブ』と連携。イベントの企画、ウォーキング指導、ポールレンタル等連携を図り、スムーズな運営を目指します。

またイベントの延長として、『よってかっしえクラブ』内のノルディックウォーキングクラブでの活動も告知することで、イベント後の参加者の受け皿となれぼと考えています。

この体験した機会を一過性で終わらせない、イベント → 市内クラブでの活動を提案したいと思います。

## ノルディックウォーキングとは？



### ☆ノルディックフィットネスウォーキング

クロスカンリースキーの選手たちが、夏の間の体力維持・強化トレーニングとして行っていた「スキーウォーク」を、ポールを使った簡単な歩行運動として紹介されたのが「ノルディックウォーキング」。

フィンランドでの発表後、たちまち誰でもできる運動として広まり、現在ではドイツ、オーストリアなどヨーロッパを中心に人気が高まっています。季節を問わず誰でも簡単に始められ、しかも5分～10分の運動でエクササイズ効果を実感。専用のポールを使用するウォーキングは、効果的な“有酸素運動”として、下半身だけでなく腕、上半身の筋肉などの全身を使うエクササイズになります。

### ☆運動効果と特長

クラシック・クロスカンリースキー同様、ノルディックウォーキングの動きは身体にある90%の筋肉が使われます。クロスカンリースキーとの大きな違いは、ノルディックウォーキングは場所を選ばず一年中出来ることです。クロスカンリースキーの運動効果は既に研究され認められていたので、ノルディックウォーキングは瞬く間に「最もヘルシーなスポーツ」と認められました。

### ☆ノルディックウォーキングの利点

- 何かスポーツを…という方に  
無理なく始められ、高脂血症や高血圧で過度の運動ができない方に。効果的な全身運動は医学会でも注目されています。
- 体重が気になる方に  
メタボリックシンドロームにも最適。場所や時間、季節を問わずウエイト・コントロールを始められます。
- フィットネススポーツとして  
関節やヒザに負荷をかけず、エアロビ効果によるスタミナアップと同時に筋肉のバランスも調整します。
- 効率のよい運動効果をもとめる方に  
効果的な有酸素運動としてトレーニングメニューに。通常のウォーキングよりも30～40%も高いカロリー燃焼率が実証されています。

(参考：特定非営利活動法人 日本ノルディックウォーキング協会)

## 2. 自分磨きで再発見 ～未来の自分のために～（市内班）

<p>目的</p>	<p>武蔵村山市の若者は、市内に居場所がないと感じている。そのため、休日等になると家で寝ているか、都心にわざわざ遊びに行ってしまう。</p> <p>また、居場所が無くても、友人等の仲間とのつながりがあれば良いのだが、昔の仲間は、就職等により都心等に出て行ってしまっているため、市内で過ごすことが少なくなっている。</p> <p>余暇の充実・若者の居場所作りのために、自分磨き（自分の再発見）をしてもらう講座を開く。その講座を通じて、武蔵村山市での横のつながりの輪を広げていってもらう。</p>
<p>背景</p>	<p>武蔵村山市では、高齢者や子育て世代向けの講座は多いが、若者向けの講座が少ない。若者は、自分磨きのために都心などにお金を払って行っている。若い世代の方に、武蔵村山市で気軽に、自分磨きのための知識を増やしてもらいたい。</p> <p>どうしても、市外に目が向いてしまいがちだが、市内にも十分に魅力があることを知ってもらう。</p> <p>休日は、武蔵村山市内で楽しく過ごして欲しい。</p>
<p>概要</p>	<p>講座を開設するが、単発的なものではなく複数行う。年、4回程度の開催で、女性は5講座開催、男性は3講座とする。初回に全体で講座の概要説明会（及び参加者の自己紹介）を開催し、各講座で自分磨きをして頂き、パワーアップした自分を最終日に見てもらおう。男女合同で出会いの場となるようなミニパーティーを開催する。</p> <p>開催日は、土日開催とし90分の講義内容とする。定員は、男女共に約20名程度。月に1回1講座をおこなう（男性は月に1回ではない）。</p> <p>参加者は、市内在住、在勤、在学の45歳以下の男女とする。参加費は、講座毎に異なるため、毎回徴収するが可能な限り低予算にする。</p> <p>講座内容としては、女性は、アロマ、ネイル、メイク、ヘアアレンジ、食事（栄養学的なもの）等。男性は、カラーコーディネート、コミュニケーション方法、お勧めデートスポット等。</p> <p>最終的には、講座を通じて、市内での居場所作りや横のつながりを作るための自分磨きをしてもらい、さらに出会いの場（男女の）を提供する。</p>

<p>内容 と 方法</p>	<p>講師については、市内在住、在勤、在学の方で人に教えられる程度の知識（資格等がなくても良いと考える）を持っている方とする。facebook ページ等の SNS や市の広報紙等を通して募集していく。</p> <p>参加者については、facebook ページ等の SNS、メルマガ、ホームページ、新聞社、チラシ、ポスティング等で集める。</p> <p>開催場所については、市内の施設を積極的に利用。</p> <p>男女共に、講座を修了し自分磨きが完了した方々が、最後にミニパーティを開催する。磨かれた自分を披露しながら、新たな出会いの中から、横のつながりを広げていってもらおう。終了後、次回開催につながるような参加者の意見を募る（アンケートやインタビューなど）。</p> <p>軌道に乗ったら農業体験、栄養学をベースにした料理講座等の若者が知りたいと思えるようなさまざまな講座をおこなう。</p>
<p>効果</p>	<p>新たな人との出会い（講師や参加者等）により、地元の魅力を再発見できる。横のつながりが広がることにより、仲間等ができ、居場所が増える（心の居場所）。新たな趣味になるようなものに出会えることにより、余暇活動の充実が期待できる。</p>
<p>予算</p>	<p>・施設代、備品のレンタル代、講師・スタッフの person 費、雑費（紙コップ、ペン等）、教材費（化粧品等の消耗品等）、広告宣伝費、お茶・お菓子代</p>

### 3. 「武蔵村山つけうどん市外進出計画」(市外班)

<p>目的</p>	<p>村山かてうどんを前面におし立てて、武蔵村山市の魅力を市外に発信していく（また市内の人々には改めてよさを再発見してもらいたい）。</p> <p>幅広く武蔵村山市の魅力を発信していくのではなく、かてうどんだけに絞って情報発信していく。</p> <p>村山かてうどんを名物として、特に若者にアピールすることで、ブランド化の一助としたい。讃岐うどんを目標にしていく。</p> <p>かてうどんの「かて」の小松菜は都内生産1位である。値段も手ごろで若者向きであり、冷たいうどんであつあつのつけ汁（肉汁）でボリュームもある（普通は、冷たいうどんに冷たいつけ汁。かてうどんは、ラーメンのつけ麺感覚で若者好み）。</p> <p>最近話題のつけ麺ならぬ「つけうどん」で他県と差別化。</p> <p>はじめてきた人が、個人店の敷居の高さを感じないように、気軽に入れる美味しい店として、村山かてうどんの各店舗をアピールしていく。</p>
<p>背景</p>	<p>年配の方だけではなく、より多くの若者にも興味をもってもらおう。</p> <p>村山かてうどんの良さをまだまだアピールしきれていないというのが現状。</p> <p>「他と変わりばえのしない市」というイメージを払拭する。</p> <p>既存のうどんマップは、うどん以外のことを詰め込みすぎていて伝えたいことがぼやけてしまっていると考え。また、武蔵村山市を知らない人にとっては、このマップだけで店舗までスムーズにたどり着くことは困難であると、実際にマップを利用して感じた。</p>
<p>概要</p>	<p>【うどんマップ】 名称【武蔵村山つけうどん WALKER】(仮)</p> <p>既存のマップは、お年寄り向け（ウォーキングコースの紹介等）に作られており、若者の目を引きつけづらい。そのため、若い人にも手に取ってもらえるような新しいうどんマップを作成する。</p> <p>市内外の各施設等に設置・配布を予定</p> <p>【うどんウェブサイト】</p> <p>マップには記載しきれない詳しい情報を伝えるために、うどんウェブサイトを作成し、新たな情報の入手手段を提供する。</p> <p>項目ごとにQRコードを載せる（QRコードの種類としては、「うどんについてもっと知りたい」「楽しんだ後のお土産はこちら」「うどんを自分の家で食べたい」「割引クーポン」「うどん以外の武蔵村山を知りたい」「うどん食べ歩きブログ」など）。</p>

	<p>自分で拡大や縮小ができるマップとリンクさせる。店ごとのメニュー、値段、写真、地図（NAVITIME 対応）ツイッターの画面を見られるようにする。</p>
<p>内容 と 方法</p>	<p>【うどんマップ】</p> <p>携帯モバイル機器の使用に慣れた若年層を主な利用者として想定する。 見開き A2 サイズとする。折りたたみも可能とし、携帯・収納の利便を図る（A5 サイズまで折りたたみ可能とする）。全面カラー印刷。</p> <p>店舗の基本データや店主からのコメント、URL、店舗は最寄バス停から徒歩何分かを掲載する。</p> <p>写真は外装だけではなく、内装や特徴的な箇所をアピールする。</p> <p>麺の太さ・硬さなどを三段階の星の数でわかりやすく示し実際に食べる人を公募しその結果をインターネット上のうどんウェブサイトに掲載する。</p> <p>マップ・うどんウェブサイト上で使用するための、マップの表紙の絵・マスコットキャラクターの公募を行う。</p> <p>QRコードを使用して、店舗のホームページ等ともリンクする。</p> <p>毎年、現状に合わせて紙媒体（マップ）も新しく印刷する</p> <p>市内や近隣の市町の世帯、施設、大学、商工会、駅構内、イベント等にマップを設置・配布する。</p> <p>電車やバス内の中吊り広告に、マップを使う。</p> <p>掲示および配布先としては、武蔵村山市全世帯（約 30,000 世帯）、市内公共施設（約 25 ヶ所）、市内外商業施設（イオンモールむさし村山、ジョイフル本田、ダイエー武蔵村山店、立川・国分寺・吉祥寺周辺の大規模商業施設等を想定）、公共交通機関（鉄道駅、モノレール駅、バス営業所および各社が保有・管理する車両内）を考える。</p> <p>【うどんウェブサイト】 マップでは、表せない多くの写真等の情報を掲載する</p> <p>市のフェイスブック・ツイッターでも紹介する。</p> <p>市のホームページにリンクをはりつける。</p> <p>各店舗がそれぞれ随時、最新の情報を更新できるコーナーを設ける（Twitter や Facebook 等）。</p> <p>各店舗のイメージに合ったページデザインを作成する（他店との差別化）。</p> <p>「うどんマップ」掲載以外のランキングを載せ、定期的に更新する。</p>

効果	<p>店の集客力アップが期待でき、それに伴い様々な波及効果が期待できる（市内経済の活性化）。市外の人に、武蔵村山を知ってもらえることができ、親しんでもらう一助となる。市が、今まで以上にかてうどんをバックアップすることで、市民の意識が向上する（市がやる気を見せれば、市民も変わる）。</p> <p>マップ・うどんウェブサイト・市ホームページを連携させることで、多くの人に市のホームページを閲覧してもらう等の相乗効果が期待できる。</p> <p>うどんウェブサイトを使用することで、新鮮な「いま」の情報を常時提供できる強みもある。</p>
予算	<p>【うどんマップ】</p> <p>業務委託料、印刷製本費</p> <p>車内広告料</p> <p>【うどんウェブサイト】</p> <p>うどんウェブサイト制作料</p> <p>うどんウェブサイト維持管理費</p>

※うどんマップイメージ図(表)

# 武蔵村山つけうどんWALKER

### アイコン説明

- 種 種のコシの強さ
- 汁 つけ汁の味
- ¥ 看板メニューの金額
- 住 住所
- ☎ 電話番号
- 営業時間
- 休 定休日
- 駐 駐車可能台数
- バ 最寄りバス停

### ① 満月うどん

カフェのようなオシャレな店内でデートにもおすすめ★

種 ★★★  
汁 甘口・醤油 ¥ 750円

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ② 肉汁どん 青柳

讃岐の惣菜店では自慢の肉で麵・生揚げも販売中！

種 ★★  
汁 甘口・醤油 ¥ 750円

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ③ 一休

厳選された製菓家の味粉を使用した麺が特徴！

種 ★★  
汁 甘口・醤油 ¥ 750円

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ④ 手作り郷土料理の店

素材を活かしたおばあちゃんのお味、手作り和菓子も大好評♪

種 ★★  
汁 甘口・醤油

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ⑤ かたくりの湯

温泉で煮られた麺は、自慢のつけうどんでお届けっっっ！

種 ★★  
汁 甘口・醤油 ¥ 750円

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ⑥ 本格手打ちうどん 美乃禮

カレーうどんやトマトつけ麺もオススメ！

種 ★★★  
汁 甘口・醤油 ¥ 750円

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ⑦ ぼん太

お好み焼きやもんじゃからも人気！  
朝「コム」も兼ねてお昼。

種 ★★  
汁 甘口・醤油 ¥ 750円

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ⑧ 職工 すぎだち家

「安い！安い！美味しい！」がモットーのお財布にやさしいお店♪

種 ★★  
汁 甘口・醤油

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ⑨ 家庭料理 円

つけうどんと共に、地産や新鮮なお肉もいたがけます！

種 ★★  
汁 甘口・醤油 ¥ 750円

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ⑩ はらだ製麺

昔ながらの手作りこだわった麺くやわらかな麺が特徴！

種 ★★  
汁 甘口・醤油

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

### ⑪ 長嶋屋

「握りたて・打ちたて・茹でたて」が自慢の香り高い麺が自慢！

種 ★★  
汁 甘口・醤油

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

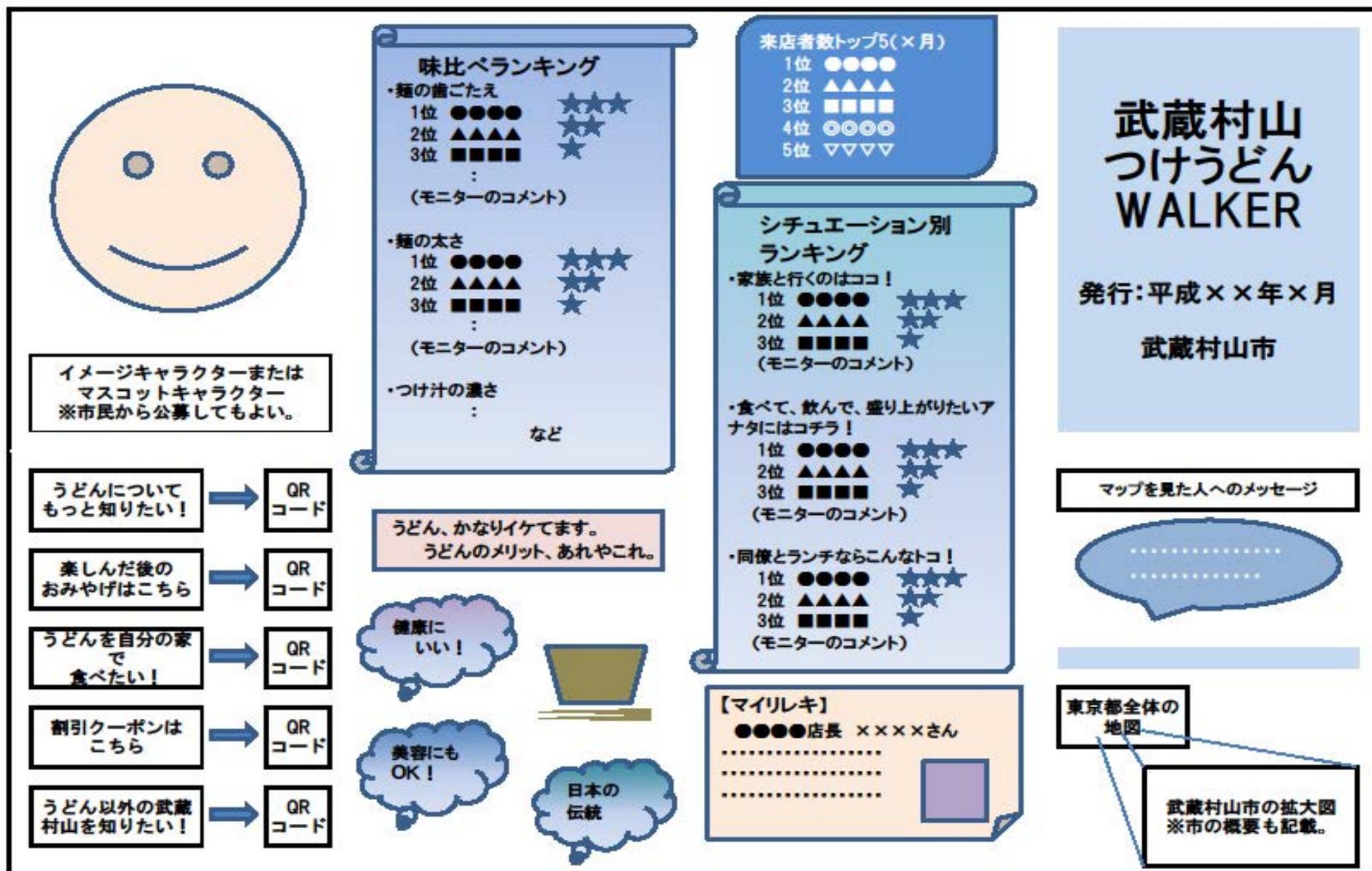
### ⑫ 畑舎 よし岡

なんと1日限定のみ！注文を受けてから茹で麺は絶品！！

種 ★★  
汁 甘口・醤油

住 エツネオー・ホーム  
☎ 042-123-4567  
営業 11:00～15:00  
休 第3火曜日  
駐 5台  
バ 「太橋」より徒歩5分

※うどんマップイメージ図（裏）



## 第3章 U40のまとめ

市が、未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」の委員を募集していることを知り、市内在住・在勤・在学の20歳から40歳の若手限定の会議ということで、私たちの世代にとっても応募の垣根が低く、自由度の高い会議のように感じられ、応募したのが約1年半前です。

メンバーは、20代6人・30代1人・40歳2人の9人で、市内在住7人・在学2人、職業等は学生・家事手伝い・会社員・自営業と、環境も年齢にも幅があり、様々なことに対する考え方や感じ方も変化に富んだ構成となりました。

このメンバーで、平成24年10月から平成25年10月までの間、12回の会議を行いました。

第1回から第3回までの会議は、メンバー全員で、ブレインストーミングとKJ法を用い、武蔵村山市の現状の把握とあるべき姿の考察を行い、そこから、問題の発見と整理及び取り組むテーマの抽出と設定を行いました。（「第1章 U40から見た武蔵村山市」2頁～9頁）

第4回から第10回までの会議では、2つの班に分かれ、班研究を行い、企画内容の検討等を行いました。（「第2章 U40が提案する“知る”ための企画」（10頁～19頁）

そして、第11回及び第12回の会議において、報告書の作成・校正を行いました。

月1回の会議ではありましたが、それぞれが職業や学業の傍らであったため、メンバー全員が揃うことが少なかったことは残念に思っています。もう少し時間が欲しかったようにも思いますが、武蔵村山市を“知る”というテーマのもと、限られた時間を有効に使い、密度の濃い意見交換及び班研究ができたのではないかと感じています。

以下が、U40がまとめた3つの提言となります。

一つ目として、市北部を西から東に続く狭山丘陵の恵まれた自然環境を活用し、春はカタクリの花が咲く道を、夏は木洩れ陽と戯れながら、秋は色づく木の葉の舞う中で健康的に集うノルディックウォーキングを開催。運動の後は、地域ブランド等のスイーツを美味しくいただくという楽しくて美味しいイベントを定期的に行います。

そして、徐々にスポーツ関係団体等の協力も得て、さらに市民への浸透を図り、いずれは武蔵村山市をノルディックウォーキングのできるまちとして確立させ、市内外から多くの参加者を集める一大イベントに発展させてはどうでし

よう。（「たのしい！おいしい！ノルディックウォーキング！」教室の開催）

2つ目として、若い世代の男女が興味を持っている内容の講座を、男女別々に数回行い、最終回には講座を受けて磨きがかかった自分をミニパーティで披露するという、わくわくするイベントを考えました。自分の魅力を、市内で低予算で磨き、友達も恋人も作ってしまうという少々欲張りな企画です。（自分磨きで再発見～未来の自分のために～）

3つ目として、村山かてうどんをもっともっと有名にする企画です。どちらかというとな配向けのイメージがあるうどんを、若者の食べ物として広めるための戦略を練り広げます。

同時に、市内の大学、市内うどん各店や村山うどん保存会の協力をもらい、若者受けするメニューの開発などもPRと共に行い、全国区を目指しましょう。（「武蔵村山つけうどん市外進出計画」）

以上、若い世代が考える武蔵村山市の魅力と若い世代の持つ情報力を集結し、市民に都民に全国に、ちょっと気になる市として“知って”もらうための提案となります。

市民、市内商店、市内関係団体等と行政が一体となり地域コミュニティというパワーをプラスした市政運営の実現に、この提案が役に立つことを願っています。

未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」メンバー一同

## 參考資料

## 【 資 料 1 】

### 未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」設置要綱

#### (設置)

第1条 武蔵村山市（以下「市」という。）が活力にあふれた魅力あるまちであり続けるよう、将来を担う若い世代がまちづくりに対するアイデアを出し合い、もって市政への積極的な参加を推進するため、未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」（以下「青年会議U40」という。）を置く。

#### (所掌事務)

第2条 青年会議U40は、創意工夫に満ち、かつ、柔軟性に富んだ市民の視点で、市の魅力を引き出したまちづくりについて協議し、市長が別に定める期日までに、その結果を市長に報告する。

#### (組織)

第3条 青年会議U40は、公募により市長が委嘱する委員10人をもって組織する。

2 前項の委員に応募することができる者は、次に掲げる要件を備えている者とする。

- (1) 応募の日において20歳以上であり、かつ、40歳以下である者。
- (2) 市内に住所を有し、又は市内に通勤し、若しくは通学する者。

#### (リーダー及びサブリーダー)

第4条 青年会議U40にリーダー及びサブリーダーを置き、委員の互選により選任する。

2 リーダーは、青年会議U40を代表し、所掌事務を掌理する。

3 サブリーダーは、リーダーを補佐し、リーダーに事故があるとき、又はリーダーが欠けたときは、その職務を代理する。

#### (会議)

第5条 青年会議U40の会議は、リーダーが召集する。

2 青年会議U40は、委員の半数以上が出席しなければ会議を開くことができない。

3 青年会議U40の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、リーダーの決するところによる。

#### (班)

第6条 第2条の規定による報告に関する事項を調査研究するため、青年会議U40に二つの班を置き、リーダー及びサブリーダーを班長に充てる。

2 各班は、班長を含め5人の委員で組織する。

(班の会議)

第7条 各班の会議は、それぞれの班長が召集する。

2 各班の会議は、委員の半数以上が出席しなければ会議を開くことができない。

3 各班の会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、班長の決するところによる。

(任期)

第8条 委員の任期は、委嘱の日からその日の属する年度の翌年度の末日までとする。

(庶務)

第9条 青年会議U40の庶務は、企画財務部秘書広報課において処理する。

(委任)

第10条 この要綱に定めるもののほか青年会議U40の運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成24年7月13日から施行する。

【 資 料 2 】

未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」委員名簿

(任期：平成24年10月30日から平成26年3月31日まで)

役 職	氏 名	区 分	班
リーダー	いしい かずひろ 石井 一弘	在 住	市内班
サブリーダー	はらだ ゆういち 原田 裕一	在 住	市外班
委員	いしい ゆりな 石井 友里菜	在 住	市内班
委員	いまきた こうへい 今北 洸平	在 住	市外班
委員	おおたに あゆみ 大谷 亜由美	在 学	市外班
委員	かその ゆういち 加園 裕一	在 住	市内班
委員	こうご しゅんすけ 向後 俊佑	在 学	市外班
委員	たぶと りょうや 田太 涼也	在 住	市外班
委員	やつしろ りさ 八代 理沙	在 住	市内班
事務局	企画財務部秘書広報課広報広聴グループ		

(敬称略)

【 資 料 3 】

未来の担い手「武蔵村山青年会議U40」開催経過

	年 月 日	主な審議内容等
第1回	平成24年10月30日	委嘱書の交付 リーダー、サブリーダーの互選 会議の公開に関する運営要領の制定 今後の会議の進め方
第2回	平成24年11月13日	会議のスケジュールについて 第2回～第4回会議のテーマ研究について
第3回	平成24年12月11日	テーマ研究（全体）
第4回	平成25年1月8日	班研究（2つの班に分かれて）
第5回	平成25年2月12日	情報交換（各班の報告） 班研究
第6回	平成25年3月12日	情報交換（各班の報告） 班研究（テーマを絞る）
第7回	平成25年4月9日	情報交換（各班の報告） 班研究（テーマについての検討） 次回以降の会議の開催日程
第8回	平成25年5月25日 （市内班）	班研究（各班ごとにテーマについて深める）
	平成25年5月21日 （市外班）	
第9回	平成25年6月25日 （市内班）	班研究（各班ごとにテーマについて深める）
	平成25年6月18日 （市外班）	
第10回	平成25年7月10日	班研究まとめ
第11回	平成25年9月4日	報告書検討・校正
第12回	平成25年10月22日	報告書のまとめ
	平成25年11月27日	委員による市長への報告

武蔵村山市を“知る”（U40からの提案）

平成25年12月発行

編集 武蔵村山青年会議U40

発行 企画財務部秘書広報課

武蔵村山市本町一丁目1番地の1

電話 042-565-1111（代表）

内線 314

FAX 042-563-0793

ホームページ <http://www.city.musashimurayama.lg.jp/>