

チャレンジ！！オープンガバナンス 2016 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注)	No. (事務局用)	タイトル 地域全体で子育てを応援するまちづくり	自治体名 川崎市宮前区
アイデア名 (公開)	「子育てにやさしいまちの空気」をつくる！ ～市民による市民・行政・企業三方ハッピープロジェクト～		

(注) 地域課題タイトルは、COG2016 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

1. 応募者情報

チーム名 (公開)	みやまえ子育て応援だん		
チーム属性 (公開)	☒ 1. 市民によるチーム ☐ 2. 学生によるチーム ☐ 3. 市民、学生の混成によるチーム		
代表者情報	氏名 (公開)	藤田 友子	

※ 公開条件について

次ページ以降の「2. アイデアの説明」でご記入いただく内容は、内容を確認した上で、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

(注意書き)

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2016_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2016 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。admin_padit_cog2016@pp.u-tokyo.ac.jp

<公開非公開など>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、代表者氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
4. この応募内容のうち、「審査項目自己評価」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。
5. 「アイデアの説明」中に、文章、写真、図画などで応募したチーム以外に知的所有権が属する箇所がある場合には、法令に従った引用や知的所有権者の許諾を得るなどをした旨をそれぞれ注として書いてください。「審査項目自己評価」中も同様をお願いします。

<チームメンバー名簿>

6. チームメンバーは別紙のエクセルファイルに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は COG 事務局からは非公開です。詳細は別紙をご覧ください。)

2. アイデアの説明（公開）

データや資料を活用して課題の具体化とその解決につながるアイデア（公共サービス）のストーリーを語ってください。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、だれがする、何をする、どこでする、いつする、どのようにするものなのかを考えて、各要素を入れて内容を描きストーリーを整理していくとよいでしょう。以下の欄内でご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

子育て中のお母さんが主役！ 依頼や陳情から‘提案’へ。

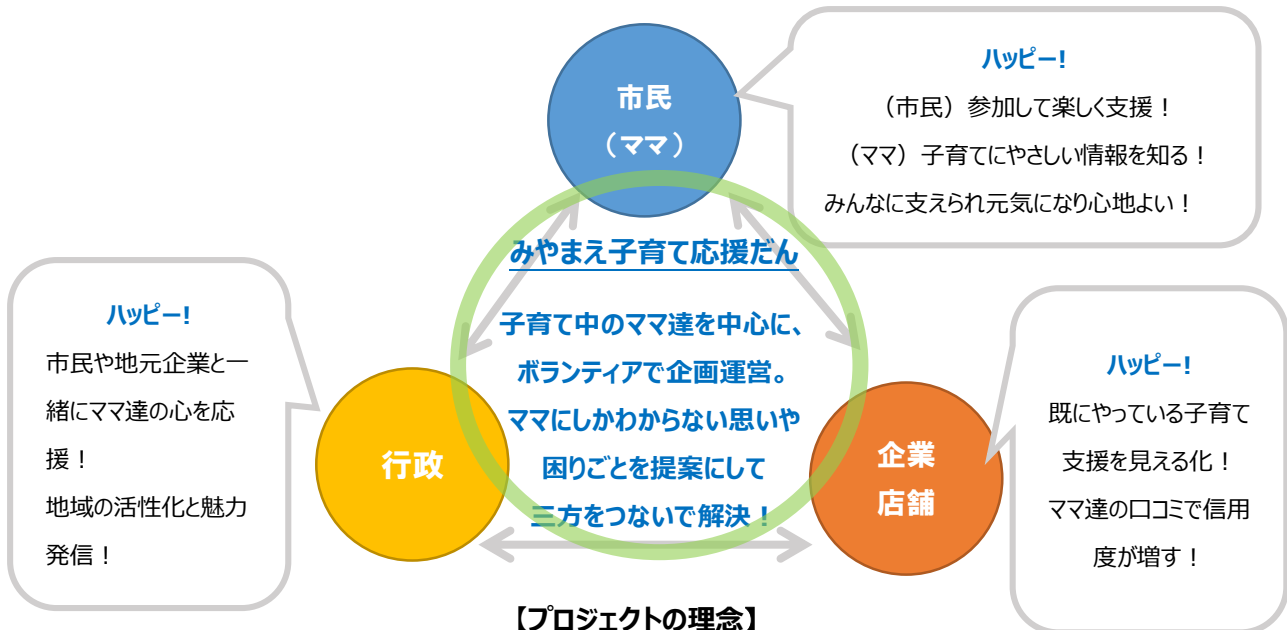
◎ **市民&ママ**……市民は子育て支援の大切さはわかるが何をどうやって良いかわからない。ママたちは、孤独感と悩みを誰にも言えない状況。様々な支援があるのも知っているがピンとくるものがない。

◎ **行政**……これまでさまざまな子育て支援をしてきたが、情報が届かない、制度は作れてもそれぞれのママたちにぴったりのオーダーメイドの「気持ちの支援」ができない。直接的な制度を増やすには予算がない。

◎ **企業&店舗**……市民やママたちに企業や店舗をアピールしたくても中々届かない、予算もない。そもそも子どもやママにやさしいサービスを提供しているのに、自分ではそのことに気づかず見える化できていない。

「気持ちをわかってほしい」「うまく届かない」「予算がない」「効果がほしい」を、
「気持ちが救われる」「みんなが知る」「お金をかけずに実現する」「全員にいい効果が出る」
へとチェンジする、市民による市民・行政・企業三方ハッピープロジェクトを立ち上げます！

みやまえ子育て応援だん 三方ハッピープロジェクト



【プロジェクトの理念】

市民発想・活動による自主的な支援 > 行政側が作った制度

市民&ママ、行政、企業&店舗の三方が活動しハッピーになる支援 > 措置的・一方的支援

区内の農産物であるタケノコを掘り起こすように、区内にあるリソースを活用した支援 > 新たに作り出す支援

ママの気持ちにフォーカスする支援 > 制度による数値化した効果を出す支援



ゴール:「子育てにやさしいまちの空気」を作る！

ゴールは数値化でも制度化でもない。

子育ての大変さを救うのは、「あなたのまわりの空気はやさしいよ」が伝わること！

(2) アイデアの論拠（公開）

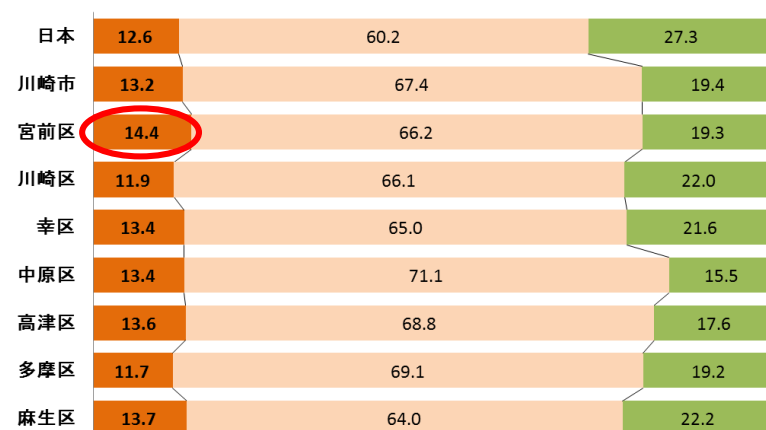
アイデアの論拠（なぜこのアイデアにするのか）を、それをサポートする数値データ（実績、統計やアンケートなど数字であらわされるもの）や証拠（資料や計画、既存の施策など）（以下：総称して「データ類」といいます）などを含めつつご記入ください。数値データや証拠は出所を明らかにしてください。以下の2ページの欄内におさまるようお願いします。

【宮前区のデータ】

◎宮前区は14歳以下の人口の割合が川崎市内で最も高く14.4%となっており、子育て世代が多く住むまち。また、転入・転出数も年間でそれぞれ1万人（転入：13699人／転出：13924人）を超えており、住民の入れ替わりも多い。このことから、①子育て支援へのニーズは相対的に高いエリアである事、②居住年数が浅く地域になじめないまま孤育てに悩んでいるママ達も一定数存在すると想定できる。 ※グラフは下記データを元に作成

年代構成比（H.28.9）

■ 0～14歳 ■ 15～64歳 ■ 65歳～



* 総務省統計局人口推計平成28年9月報 <http://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201609.pdf>

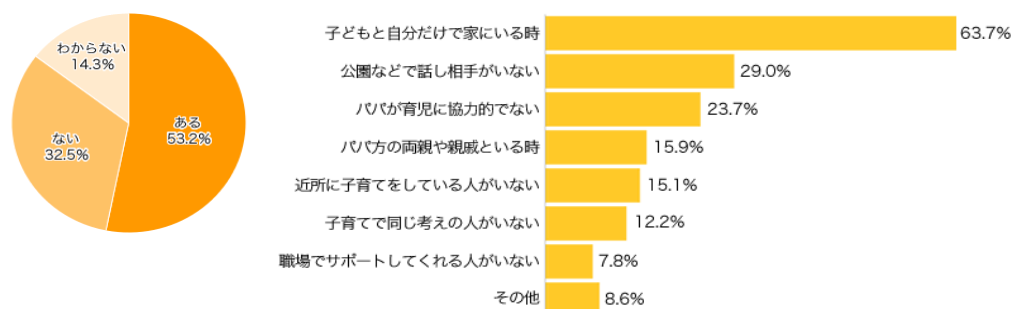
* 川崎市町丁別年齢別人口28年9月 <http://www.city.kawasaki.jp/170/page/0000081193.html>

* 川崎市の人口動態（平成27年）<http://www.city.kawasaki.jp/shisei/category/51-4-3-3-22-0-0-0-0-0.html>

【ママのメンタル面のエビデンスデータ】

◎子育て中に孤独を感じるママは52%以上。「わからない」とする無自覚層を合わせると7割に。

孤独を感じるのは、「子どもと自分だけで家にいる時」が圧倒的に高いが、夫や家族という時や支援のなさに孤独を感じている人もおり、ママが感じている気持ちを共有する人や場といったサポートが必要であることが明らかに。



* ミキハウス子育て総研「ハッピーノート.com」孤独感を感じることがありますか調査495ss／2014.10

<http://www.happy-note.com/research/10670.html>

【宮前区の商店のデータ】

食料品や日用品は区内で購入されることが多いが、衣料、家電家具、趣味、贈答品、外食などは区外に流出。

又、商業店舗数も1,423（H.14）から1,357（H23）と66店の減少。川崎市全体の店舗数が1%の増

加であるのに対し宮前区は5%減少しており、区内地元商業の活性化、地元とのつながり強化は課題といえる。

【よく行く買物場所の上位(宮前区民)】

生鮮食品	508	加工食品	441	パン・菓子	465	衣料・服飾	495	家電・家具・インテリア	415
(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
鶴沼駅周辺	13.6	鶴沼駅周辺	14.3	鶴沼駅周辺	13.8	たまブラザー	20.8	港北ニュータウン	17.1
たまブラザー	9.3	たまブラザー	10.0	たまブラザー	10.5	武蔵溝ノ口駅周辺	11.5	平地区(ヤマダ・ローゼン付近)	11.1
宮崎台駅周辺	9.1	宮崎台駅周辺	8.6	宮崎台駅周辺	8.2	港北ニュータウン	10.1	梶が谷駅周辺	8.7
港北ニュータウン	8.1	宮前区役所周辺	7.3	宮前区役所周辺	8.0	二子玉川	8.9	武蔵溝ノ口駅周辺	8.7
宮前区役所周辺	7.9	港北ニュータウン	7.0	港北ニュータウン	6.5	鶴沼駅周辺	6.9	たまブラザー	6.5
武蔵溝ノ口駅周辺	5.9	野川地区	6.1	野川地区	6.5	渋谷	5.9	渋谷	5.8
野川地区	5.9	武蔵溝ノ口駅周辺	5.9	宮前平駅周辺	6.2	東京都のその他の商業地区	5.5	通信販売・宅配など	4.8
宮前平駅周辺	5.9	平地区(ヤマダ・ローゼン付近)	5.9	平地区(ヤマダ・ローゼン付近)	5.6	野川地区	3.2	横浜市のその他の商業地区	4.6
平地区(ヤマダ・ローゼン付近)	5.5	宮前平駅周辺	5.7	武蔵溝ノ口駅周辺	4.9	横浜市のその他の商業地区	2.8	東京都のその他の商業地区	4.6
蔵敷地区	3.9	蔵敷地区	4.3	蔵敷地区	3.7	通信販売・宅配など	2.8	鶴沼駅周辺	3.4
有馬地区	3.7	有馬地区	3.2	有馬地区	3.7	新宿	2.8	馬橋地区	2.7
二子玉川	2.8	二子玉川	2.7	二子玉川	3.7	平地区(ヤマダ・ローゼン付近)	2.2	宮前平駅周辺	2.4
通信販売・宅配など	2.6	横浜市のその他の商業地区	2.3	横浜市のその他の商業地区	2.2	銀座	2.0	二子玉川	2.4
横浜市のその他の商業地区	2.0	南平地区	2.0	東京都のその他の商業地区	1.7	横浜(駅周辺)	1.8	新宿	2.4
南平地区	1.4	特に買物しない	1.6	渋谷	1.7	川崎市外のその他の場所・店舗	1.6	川崎駅ラゾーナ側	1.9
向ヶ丘・登戸駅周辺	1.4					新百合ヶ丘駅周辺	1.6		

日用雑貨品	427	文芸品(マンガ・雑誌・玩具)	417	贈答品・プレゼント品	420	飲食(外食)	457	理容・美容	292
(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
鶴沼駅周辺	13.3	たまブラザー	15.8	たまブラザー	23.1	たまブラザー	15.8	鶴沼駅周辺	15.1
たまブラザー	9.1	港北ニュータウン	15.8	二子玉川	16.9	港北ニュータウン	10.9	武蔵溝ノ口駅周辺	9.9
武蔵溝ノ口駅周辺	8.7	武蔵溝ノ口駅周辺	9.4	港北ニュータウン	9.5	武蔵溝ノ口駅周辺	8.8	たまブラザー	9.6
宮前区役所周辺	7.5	鶴沼駅周辺	7.9	武蔵溝ノ口駅周辺	9.5	二子玉川	8.3	宮前平駅周辺	8.9
港北ニュータウン	6.8	渋谷	6.0	渋谷	7.1	鶴沼駅周辺	5.7	宮崎台駅周辺	6.2
野川地区	6.6	二子玉川	5.8	鶴沼駅周辺	6.0	東京都のその他の商業地区	5.7	港北ニュータウン	5.1
宮前平駅周辺	6.3	宮前区役所周辺	4.1	新宿	3.8	宮前平駅周辺	5.0	東京都のその他の商業地区	4.1
宮崎台駅周辺	5.4	通信販売・宅配など	4.1	東京都のその他の商業地区	3.6	渋谷	4.6	渋谷	4.1
平地区(ヤマダ・ローゼン付近)	4.9	宮前平駅周辺	3.1	特に買物しない	2.4	野川地区	3.7	二子玉川	3.8
有馬地区	3.7	東京都のその他の商業地区	3.1	銀座	2.1	横浜市のその他の商業地区	3.1	特に買物しない	3.4
蔵敷地区	3.5	宮崎台駅周辺	2.4	横浜(駅周辺)	1.9	宮崎台駅周辺	2.4	平地区(ヤマダ・ローゼン付近)	3.1
通信販売・宅配など	3.3	野川地区	2.2	横浜市のその他の商業地区	1.7	特に買物しない	2.4	横浜市のその他の商業地区	3.1
二子玉川	2.6	横浜市のその他の商業地区	2.2	通信販売・宅配など	1.7	蔵敷地区	2.2	宮前区役所周辺	2.7
東京都のその他の商業地区	2.3	有馬地区	1.7	野川地区	1.2	有馬地区	2.2	野川地区	2.4
横浜市のその他の商業地区	2.1	平地区(ヤマダ・ローゼン付近)	1.4	宮前平駅周辺	1.2	銀座	2.0	有馬地区	2.4
		特に買物しない	1.4	新百合ヶ丘駅周辺	1.2			梶が谷駅周辺	2.4
		新宿	1.4						

【調査結果(区別・調査店舗合計)】

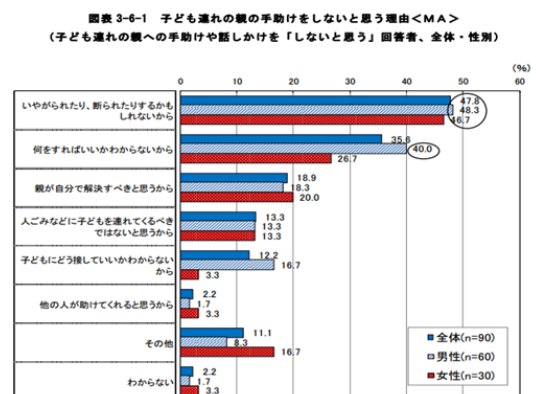
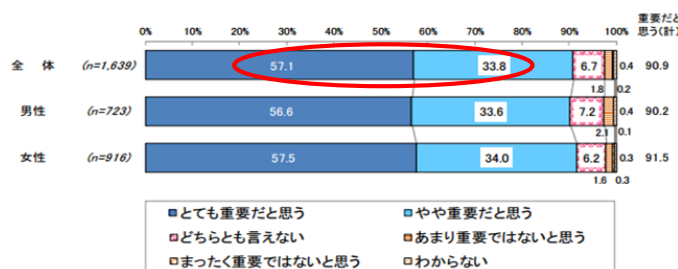
		川崎区	幸区	中原区	高津区	宮前区	多摩区	麻生区	市全体
H14	合計	6,525	2,226	4,154	1,861	1,423	2,452	989	19,630
	営業店舗のみ計	6,087	2,051	3,947	1,764	1,361	2,332	966	18,508
H22	合計	6,424	2,334	4,124	1,882	1,357	2,371	1,342	19,834
	営業店舗のみ計	5,789	2,088	3,787	1,790	1,267	2,226	1,278	18,225
増減	合計	△ 101	108	△ 30	21	△ 66	△ 81	353	204
	営業店舗のみ計	△ 298	37	△ 160	26	△ 94	△ 106	312	△ 283

川崎市商店街実態調査及び課題解決支援事業報告書平成 23 年 3 月川崎市

<http://www.city.kawasaki.jp/280/cmsfiles/contents/00000009/9026/houkoku.pdf>

【地域での子育て支援についてのデータ】

◎地域で子育てを支えることが重要だとわかっている人は9割を超えるが、具体的な支援行動をしにくい理由として「嫌がられるかもしれない」「どのように助けたらよいかわからない」とする人も多い。子育てアクションのしやすい空気感や情報、きっかけさえあれば、子育て支援の輪が広がる可能性は大きい。



内閣府 平成 25 年度「家族と地域における子育てに関する意識調査」報告書

<http://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/research/h25/ishiki/pdf/2-3.pdf>

◎最近の宇多田ヒカルの発言(日本テレビ NEWSZERO2016.10.20)、「東京って、なんて子育てしにくそうなんだらうと、ビックリします。外で赤ちゃんが泣いていたらすごく嫌な顔をされるとか・・・」に共感が集まったように、日本では社会全体での子育て支援はまだ今後の課題であり、又そのことへの期待も高まっている段階といえる。

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現にいたるプロセスとマイルストーン等、アイデア実現までの大まかな流れについて、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

子育て中のママだからわかる困りごとを、ママたち自身で解決しようとする発想から。

アイデアを実現する主体は、みやまえ子育て応援だん

子育て中のママ中心の市民ボランティアが主体となり、企画・運営。

ママのリアルな困りごと視点からお店や行政に提案。⇔従来型のお仕着せ、他力本願の支援

- ◎ 区内のお店や企業からその困りごと解消提案に対する理解を得て支援アクションの輪を広げる。
- ◎ 行政は、市民が自らの地域を考える「未来塾」の開催や場の提供で協力。同じ目標に向かう仲間。
- ◎ 告知は、店頭での協力表示ステッカーはじめ、地域メディア、全国紙の地域版、フェイスブックなどで。



【アイデア実現にいたるプロセスとマイルストーン】

子育て応援だんに協力する市民、行政、お店・施設は、
陳情、依頼ではなく、それぞれが差し出せる子育て応援アクションを主体的に提案し、
今あるリソース（人・場・ネットワーク）を活用し、できることから始める。

Step1:まずやってみる（お店や施設が小さなことでもできることを表明、アクション！）

- ↓ ・お店でミルクのお湯を提供します、いつでもどうぞ。
- ・子連れでヘアカット、大歓迎ですよ。 ・ベビーカーでそのまま入れますよ。 等々

小さな一歩

Step2:見える化

- ↓ ・市民が子育て応援店、施設に貼られた子育て応援だんステッカーを目にする
- ・ママ達が日常的にアクションを目にし、利用するようになる。



Step3:伝わる、話題になる

- ↓ ・市民やママ達の口コミで広がる、メディアで紹介される

Step4:アクションの輪が広がり、もっと見える化

- ↓ ・ママ友にも教えてあげよう！うちのお店もやってみようかしら？
- ・ステッカーの貼ってあるお店がどんどん増えていく
- ・協力し合ってママのリフレッシュになるイベントやろう！

少しずつ知られる、広がる

Step5:当たり前になる

- ↓ ・ステッカーのあるお店がスタンダード化
- そのうちステッカーさえいらなくなるほど、区民意識に浸透。



やがて宮前区の空気に！

GOAL: 空気になる（いつのまにかまちには子育てにやさしい空気が満ちている）

協力する市民（ママ）、行政、お店企業が、ただ参加するだけでなく、
片手で助け、片手で助けられる三方ハッピーに！
そうやってみんなが手をつなぎ合うまちになっている！

(4) そのほか（公開）

アイデアのアピールポイントや、アイデア実現に当たっての制約があればそれとその当面の解決方法、さらに将来の発展可能性（例えば「将来的に xx という制約をクリアできれば、追加で ○○ ということが実現できる」など）について、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。

みやまえ子育て応援だんプロジェクトのアピールポイント

- 1) 自治体主宰ではなく、住民が立ち上げたグループが主体。宮前区は後方支援。
- 2) 集まったボランティアは、今子育て中のママが中心。自分たちがまさに感じている困りごとや悩みを自分達の手で解決しようという本気の思いが原点。
- 3) 自らのネットワークや仕事のスキルを私事（＝地域事）にフル活用し、自ら動き提案。
- 4) ママにしかわからない悩みや困りごと（ママインサイト）を捉えた、ママがピンとくる支援が特徴。日常の暮らしの中での助かる支援に加えて、「ママスイッチオフ リフレッシュパーティ（時にはママが一人の女性に戻ってリフレッシュできる時間と場所）」といった、ママの心や生き方まで支援しようとする企画も重視。
- 5) 市民（ママ）、自治体、店舗・施設・企業が、片手で助け片手で助けられる三方ハッピーになる仕組みで展開。
- 6) 三方が協力して、制度や売り上げではなく、「子育てにやさしいまちの空気」を作るのが目的。

制約と当面の解決方法

アクションについてはそれぞれの主体性を重視しボランティアで進めるが、費用が必要になることも。その場合は地元での紹介や協賛などできるだけ費用のかからない方法を工夫。

◎店頭用応援だんステッカー制作・・・地元のステッカー素材のメーカーさんに賛同を得て素材を提供いただく。

◎「ママスイッチオフ リフレッシュパーティ」開催

・・・地域の食材店、ワイン店、お惣菜屋さんへの協力を仰ぎ、協賛価格で材料やノウハウを提供いただき、ママ達がリフレッシュできる「ワインセミナー付きのパーティ」を開催。参加者は会費で参加。

将来の発展可能性

◎お店や施設内以外の公のスペースにもママ支援サービスを広げ、子育てにやさしい空気を広げたい。

例えば宮前区特有の坂道をゴルフカートで上り下りするモビリティを提供し、湯けむりの庄（温泉施設）などと連携し、ベビーカママのリフレッシュお助け事業に。タクシー運転手さんの OB に有償ボランティアで運転してもらえればシルバー人材活用にもなり、好循環。

◎宮前区全域に協力施設や企業、お店が広がり、制作費用が得られれば、「みやまえ子育て応援だんマップ」が作成でき、それを区内世帯に配布することで、「宮前区の子育てにやさしい空気」に見える化したい。

◎子育てにやさしい街はみんなにやさしい街のはず。将来は「みんなにやさしい宮前区」へと発展させたい。宮前子育て応援だんは、障害者、児童、高齢者、LGBT などマイノリティーな方々みんなにやさしいまちをめざすべく区民ひとりひとりの心のバリアフリーを進めていくための第一歩に。



将来は、役割の枠も外れ、
みんなが主体的に動いている。
まち中に子育てにやさしい、みんな
にやさしい空気が満ちている！