


平成27年 9月 8日

加西市議会議長 三宅利弘様

調査研究実施報告書

会派名 加西の新しい未来を創る政策研究会

代表者名 深田真史 

下記のとおり行政視察を実施したので、報告いたします。

記

1. 日程 平成27年7月15日(水)～17日(金)
2. 視察先 埼玉県戸田市、千葉県柏市、茨城県つくばみらい市、茨城県阿見町、茨城県笠間市
3. 参加者 深田真史 ※自民の風・誠真会との合同視察
4. 研究目的及び内容
 - 埼玉県戸田市(7月15日(水) 14:00～16:00)
 - 視察項目 シティセールス戦略について(詳細は別紙)
 - 視察対応者 政策秘書室 梶山室長
 - 千葉県柏市(7月16日(木) 10:00～12:00)
 - 視察項目 長寿社会のまちづくり(地域包括ケアシステム)について(詳細は別紙)
 - 視察対応者 UR都市機構関東団地再生業務事務所 内藤分室長、保健福祉部地域医療推進室 石原氏(保健師)、議会事務局議事課 木村副主幹
 - 茨城県つくばみらい市(7月16日(木) 14:30～16:00)
 - 視察項目 地域公共交通について(詳細は別紙)
 - 視察対応者 片庭正雄市長、つくばみらい市議会 高木副議長、市長公室みらいまちづくり課 斉藤課長、大久保主幹、荒井課長補佐、藤倉係長
 - 茨城県阿見町(7月17日(金) 10:00～11:30)
 - 視察項目 予科練平和記念館を活用した平和教育の推進及び地域の振興について(詳細は別紙)
 - 視察対応者 阿見町議会 紙井副議長、予科練平和記念館 坪田館長、議会事務局 大竹係長、高橋主任
 - 茨城県笠間市(7月17日(金) 14:00～15:30)
 - 視察項目 筑波海軍航空隊記念館を利用した地域振興について(詳細は別紙)
 - 視察対応者 筑波海軍航空隊記念館 金澤事務局長、教育委員会生涯学習課 米川課長、文化振興室 網川室長
5. 添付書類
 - (1) 視察行程表 (2) 研修資料 (3) 写真

- (2) 戸田子育てサロン 対象：転入して6ヵ月以内のママ、市内在住で0歳から3歳児までの子供がいる方
目的：転入して間もないママが集い、子育てについておしゃべり。同じ境遇のママと時間を共有することでリフレッシュできたり、ママ友づくりの場所になる

2. 戸田市広報戦略（平成24年3月策定）について

①情報力発信強化プロジェクト

- 3つの基本目標 (1) 認知度向上と都市イメージの向上 (2) 満足度と誇り・愛着心の向上
(3) まちの信頼の向上

無料アプリ「tocoぷり」のリリース (H26.12)

機能 (1) 広報（イベント周知や防災情報など重要なお知らせの配信）

(2) 公聴（市民からの道路・施設の瑕疵情報の提供）

(3) 交流（地域で活動するサークル団体からのイベント周知・会員募集）

利用 (1) 地域課題の解決 道路や施設の瑕疵、放置自転車、ごみの不法投棄、トイレなどの美化

(2) 安全・安心の向上 通学路整備、街灯の少ない場所の喚起、災害時の活用

(3) コミュニティの活性化 ボランティア募集、イベントの参加募集、NPOやサークルの活動紹介、子育てのノウハウ共有、クチコミ

(4) 市の魅力をシェア 散歩コース、花や自然など市内の風景、お出かけスポット、公園のみどころ
市民の取り組みをシェア

アプリの他に、プレスシートの改善、記者クラブとの連携など。

②フィルムコミッション設立プロジェクト (H23.12)

目的：観光資源をPR、魅力を広め、地域活性化につなげる

組織：市、市観光協会、市文化スポーツ財団、市公園緑地公社、商工会など

5. シティセールスの効果と課題について

①フィルムコミッション設立プロジェクト

問い合わせ件数 77件 (H23) →218件 (H26) 実績 29件 (H23) →77件 (H26)

※H26の内訳：映画3、ドラマ18、CM2、PV4、写真31、その他19

※年々、実績が上昇し、徐々にメディアを通じ市の名前の情報発信に寄与

②都市イメージ強化プロジェクト 人口増加率で全国6位 (H27.1.1 現在) 自然増0.59 社会増1.36 地の利を生かし人口増加。「子育て支援が充実したまち」としてイメージが強化・定着されてきたことで、子育て世代を中心に転入者が増加している。

③今後の取り組み

- (1) 市HPに「戸田市に住もう」ページを開設 (2) 駅前に子育て支援の紹介看板を設置

④今後の課題

(1) 職員の「シティセールス」の理解不足

→職員研修の強化（市の「強み」「弱み」を知る。職員一人ひとりが広報マンである）

→市民も広報マンである（特に女性の口伝えは最高のツール）

(2) 外部団体や民間企業などとの積極的な連携不足

→現行戦略の全面改訂

→第2次戦略の策定には市民参加（現行の戦略はパブリックコメントのみ）

千葉県柏市

[視察項目]

長寿社会のまちづくり（地域包括ケアシステム）について

[目的]

加西市における地域包括ケアシステムの構築と在宅医療の普及に向けての調査研究

1. 在宅医療推進への取り組み

①背景

- ・ 柏市の病床利用率が 85.1%（平成 23 年）→近い将来、病床が高齢者でいっぱいになる恐れ
- ・ 一方、終末期に自宅療養を希望する割合が 63.3%を占める

②在宅医療の課題抽出と解決方法

- ・ 在宅医療をおこなう医師はどこにいるか
 - ・ 高齢者増加の一方、在宅医療の医師は増えるのか →24 時間対応への負担、専門領域外への不安など
 - ・ サービスごとにそれぞれ聞かれるのが大変
 - ・ 入院情報が在宅の医師に引き継がれるのか →医療職、介護職それぞれがサービスを提供
 - ※介護職は医師に相談しづらい、入退院時の引継ができていない、リハビリの必要性が浸透しない
 - ・ 最期まで在宅は可能か →状態が悪くなれば、「入院する」という概念が強い
- こうしたことから、行政（柏市）と市医師会がタイアップし、多職種を巻き込んだ関係づくりと市民への啓発をおこなうことになった。

③推進のための取り組み

(1) 在宅医療の負担軽減 ・かかりつけ医のグループ形成（主治医—副主治医制）

- ・ 在宅患者の急性増悪時における病院のバックアップ体制

(2) 在宅医療をおこなう医師増、多職種連携の推進

在宅医療多職種連携研修会の実施（年 1 回程度、市と市医師会の主催）

受講者：医師、歯科医師、薬剤師、病院関係者、訪問看護師、介護支援専門員、理学療法士、作業療法士、地域包括支援センター職員、管理栄養士、サービス事業所職員など

※平成 23 年 6 月から 6 回実施、約 300 名が受講

(3) 訪問看護ステーションの基盤強化支援

「看護師地域連携セミナー」の開催支援…病院看護師に在宅を身近に感じてもらう

対象者：看護師、リハビリスタッフ、医療ソーシャルワーカーなど

内容：訪問看護の講義、演習

他にも、訪問看護体験フェア、看護師復職フェアの実施、訪問看護ステーション基盤強化補助金（市単独事業）の創設、訪問看護紹介 DVD 作成、啓発フォーラムの実施など

(4) 医療職と介護職の連携強化

連携課題を議論、顔の見える関係づくり。5つのワーキンググループを設置（事務局は市）。

- ・ 医療WG 医師会を中心に構成、主治医・副主治医制や病院との関係を議論
- ・ 連携WG 多職種連携のルールを議論
- ・ 試行WG 多職種連携ルールについて、具体的な症例に基づく試行・検証
- ・ 10 病院会議 在宅医療のバックアップ、退院調整を議論
- ・ 顔の見える関係会議 市内の医療・介護関係者が一堂に会し、顔の見える関係を構築

(5) 情報共有システムの構築

タブレット端末・パソコンなどで関係職種同士がリアルタイムに情報共有し、コミュニケーションが活発化。共有内容は患者の基本情報、業務帳票、処方除法、ADL（日常生活動作）評価など。

(6) 市民への啓発、相談・支援

- ・市民説明会、意見交換会、在宅ケア市民集会の開催
- ・在宅医療情報誌の発行、市広報の特集

(7) 在宅医療を推進する中核拠点の設置

- ・柏地域医療連携センターの開設（平成 26 年 4 月運営開始）

中に、柏市役所保健福祉部地域医療推進室、柏市医師会・柏歯科医師会・柏市薬剤師会の事務局

2. 柏地域医療連携センターについて

①センターの役割

- (1) 病院から在宅に戻る際の調整支援
- (2) 多職種による在宅医療・看護・介護のコーディネート
- (3) 在宅医療における主治医、副主治医の研修
- (4) 医療・介護に関する相談、啓発

②相談状況・内容

(平成 26 年度) 合計：611 件 月平均：50 件程度

主に、受診・受療に関すること…23% 在宅医療に関すること…22% など

(相談結果) 1 回の対応で終了…80.5% 多職種によるコーディネート…10.6%

③在宅医療・介護連携推進事業…介護保険の地域支援事業における取り組み（平成 27 年度～）

- ・在宅医療マップを市のホームページで公表
- ・在宅医療・介護多職種連携協議会の設置
- ・地域ケア会議へ医療職のアドバイザーを派遣調整
- ・「主治医—副主治医制」の構築
- ・病院のバックアップ体制の構築
- ・訪問看護ステーションの基盤強化
- ・ICTを活用した情報共有システムの運用
- ・地域医療連携センターで相談・多職種コーディネート実施
- ・在宅医療多職種連携研修会の開催
- ・顔の見える関係会議の開催
- ・各地区で在宅医療勉強会開催
- ・県内の在宅医療連携事業を実施する自治体との意見交換

3. 取り組みの成果

- ・在宅医療研修の修了者 300 人（うち医師は 50 人）
- ・在宅療養支援診療所 15 カ所（H22.11）→27 カ所（H27.3）
- ・訪問看護ステーション 12 カ所（H25.4）→23 カ所（H27.3）
- ・年間の自宅看取り数 53 件（H22）→174 件（H25） ※がんの看取りで大幅な伸び
- ・年間 10 人以上を自宅で看取った市内診療所 1 カ所（H23）→5 カ所（H24）→8 カ所（H25）
- ・多職種連携 ICT システム ID 発行数 689 人、214 事業所（H27.3）

市と市医師会が連携し、呼びかけたことにより、すべての多職種団体を網羅し、連携の枠組みが構築された。多職種の関係づくり、連携のためのルールづくりにより、在宅医療の全市への広がりを期待。

4. 今後の展開

- ①在宅医療・多職種連携の普及と定着
- ②「在宅医療計画（仮称：柏市地域医療介護総合確保計画）」の策定
- ③サービス付高齢者住宅の全市展開

茨城県つくばみらい市

〔視察項目〕

地域公共交通について

〔目的〕

加西市における公共交通活性化に向けての調査研究（デマンド交通導入の可能性について）

1. デマンド乗合タクシー併用運行の開始まで

市長が選挙公約にデマンド乗合タクシーを導入することを掲げ、当選したことが大きな要因。

平成 23 年度 市民アンケートの実施

平成 24 年度 コミュニティバス利用者への聞き取り調査

市地域公共交通会議の開催（4回）

- ・利便性、利用者の移動実態 ・財政負担を考慮した持続可能な交通体系
- ・バスの利用率が高いエリアに集中させる ・運行時間の短縮
- ・遠距離通学児童の通学にバス利用 ・運料金の見直しなどについて議論

↓

コミュニティバスとデマンド乗合タクシー併用の承認し、コミュニティバスの利用料金見直しとバスルート変更を承認した。

平成 25 年度 パブリックコメントの実施、市公共交通会議の開催（2回）

平成 26 年 4 月 1 日 デマンド乗合タクシー運行開始

2. コミュニティバスの概要

①事業内容

運行会社： 関東鉄道

運行形態： 一般乗合免許（道路運送法第4条）による運行で、赤字補填方式

運行計画： 7ルート（市が指定）

運行車両と台数： マイクロバス（29人乗り）×2台

運行日と時間： 月曜～金曜、午前7時10分～午後7時05分

②利用料金 大人（中学生以上）200円、小学生・障害者100円（通学利用は50円）

※小学生未満・障害者の介助者は無料

③市の補助総額（H26） 1959万5000円 ※運行経費2345万4000円から運賃収入385万7406円を差し引く

④利用状況（過去3年分）

利用者数： 4万4435人（H24）→4万1415人（H25）→2万9680人（H26）

全体の運行費用： 2776万円（H24）→2953万円（H25）→2346万円（H26）

運賃収入： 337万円（H24）→317万円（H25）→386万円（H26）

市補填額： 2439万円（H24）→2637万円（H25）→1960万円（H26）

※H26より既存の運行ルートを見直し

3. デマンド乗合タクシーの概要

平成26年4月1日より運行開始。

①事業内容

事業主体： つくばみらい市（ただし、運行主体は市内タクシー業者3社）

運行計画： 市内全域

使用車両・台数： セダン型車両、1運行あたり最大2台まで

運行日・時間： 月曜～土曜、午前8時～午後5時（正午から午後1時までを除く）

運行回数： 1時間単位（1日最大16便）

②利用方法 利用対象者： 市民（住民登録している人）で、1人で乗降可能な方

利用登録： あらかじめ市役所で利用登録

運行予約： 利用希望の3運行日前から運行の60分前まで

予約センターへ電話にて利用予約。利用者が1日に利用できるのは2回まで

利用受付時間： 午前8時30分～午後5時

③利用料金 1乗車につき大人500円（中学生以上）、小学生・障害者200円

※小学生未満・障害者の介助者 無料 ※割引対象となる障害者もいる

④市の負担額（H26） 市よりタクシー業者に業務委託

委託料：1日1台につき 2万円＋消費税

年間1315万円 ※【歳出】から【歳入】を引いた額

【歳出】 ・運行経費（タクシー会社への委託料） 1326万2400円

・運行システム運営管理委託料 46万6560円

・オペレーター委託（シルバー人材センターへ） 348万2332円

【歳入】 ・国からの補助金 237万3000円 ・運賃収入 168万1500円

4. デマンド乗合タクシーの利用状況

・利用登録者は1049人、特に60歳以上で女性が多い（登録者のうち7割が未利用）

・年間の利用者数は、4219人（1日平均乗車人数13.8人）

・利用目的 自宅 41.0% 医療機関 17.2% 公共交通機関 9.3% 商業施設 9.2%

教育機関 7.1%

※70歳以上になると、医療機関への割合が倍になる

5. 運行上の課題

①デマンド乗合タクシーの運行について

（利用者から） ・市外への運行要望 ・朝一番や最終便の予約が希望どおりでない

・医療機関からの帰りが何時になるかわからず予約できない

・運転手や予約オペレーターの対応の違い など

（予約センターから） ・タクシー会社によって、交代で運転しているためにセンターからの指示が伝わらない

（市役所から） ・個人情報漏洩の不安

→オペレーターや運転手も知ることになる

→乗合のため、自宅や行先が他の客にわかってしまう

②コミュニティバスの運行について

（利用者から） ・料金が高くなった ・ダイヤ変更で使いづらい

・ルート変更で利用できない など

③両方運行することについて

（市役所から） ・運行経費の増加 ・コミュニティバスの利用者減

茨城県阿見町

[視察項目]

予科練平和記念館を活用した平和教育の推進及び地域の振興について

[目的]

鶉野地区都市再生整備計画の具体化に向けた調査研究

1. 予科練平和記念館整備までの経緯

①阿見町と予科練について

海軍が水陸両方の航空機が使用できる適地と首都圏に近い阿見町が選定される。

大正 10 年、霞ヶ浦飛行場開設。大正 11 年、霞ヶ浦海軍航空隊開隊。

さらに優秀なパイロット養成のため、昭和 14 年、海軍飛行予科練習部「予科練」が横須賀から阿見町に移転。昭和 15 年、土浦海軍航空隊として再編され、終戦まで予科練教育の中心であった。

→長く海軍の町として歴史を歩んできたが、戦後 70 年が経過し、予科練出身者や困難な時代を懸命に生きた人たちが減少していく中で、貴重な予科練の歴史や戦史の記録を後世に正しく伝承し、命の尊さと平和の大切さを学び伝える施設として建設することになった。

②記念館建設までの流れ

平成 10 年 公園整備策定構想を策定（その中で記念館の建設を盛り込む）

平成 12 年 予科練史編纂事業スタート

平成 14 年 資料収集委員による記念館整備のための資料収集をスタート

平成 15 年 基本計画の策定、用地の先行取得

平成 17 年 記念館の展示・建築基本設計

平成 19 年 記念館の実施設計。「予科練平和記念館整備管理基金」を設置、寄付金募集をスタート

平成 20 年～21 年 記念館建築・展示工事

平成 22 年 2 月 2 日 記念館オープン

③施設概要

敷地面積 15584 m²（建物の延床面積は 1409 m²、軒高 7.9m）

常設展示室 7 室、情報ラウンジ、企画展示室、ロビー、事務室、展示資料保管庫など

一般駐車場 77 台、大型バス 5 台

事業費：約 12 億 7 千万円（用地購入費含む）

2. 運営について

①人員体制

運営主体：阿見町

職員：館長、管理担当事務職員（1 名）、学芸員（2 名）、展示解説員（8 名：非常勤）、予科練歴史調査委員（4 名）

※歴史調査委員は、予科練・海軍航空隊に関する調査研究を行う（週 1 回の活動、防空戦闘や土空襲被害の調査と取りまとめ）、講演会の実施、来館者への案内、出張講演など

②開館日・観覧料

年間 300 日程度（休館日：月曜、年末年始など）※無料観覧日がある

開館時間 午前 9 時～午後 5 時 観覧料：大人 500 円、小学生～高校生 300 円

② 入館者の状況

・オープン以降の推移 7 万 6313 人（H22）→4 万 2847 人（H23）→5 万 2952 人（H24）
→6 万 0670 人（H25）→5 万 8850 人（H26）

※平成 26 年度は 1 日平均 190 人、観覧料収入は 1975 万 1772 円

・入館者の内訳 (H26)

有料観覧者…4 万 5543 人 (うち教育活動 : 394 人)

無料入館者…9198 人 (うち町内の小中学生 : 888 人)

無料エリア…4199 人

※個人客は土日の来館が多い。4 月～5 月はゴールデンウィークに集中。8 月は 8 月 15 日前後がピーク。秋の行楽シーズンの 10 月から 11 月にかけて団体客が増加

※学校等の来館 (H26)

小学校…22 校 1089 人 中学校…10 校 669 人、高校…11 校 691 人、大学…4 校 66 人

③予算 (H26)

5846 万円 (うち町の一般会計からは 2193 万円)

ほかに、観覧料収入、書籍販売、寄付金など

※寄付金の募集 記念館の整備にあたって予科練関係者など全国に寄付金を募集。

「予科練平和記念館整備管理基金」を設置。

→戦史記録保存、記念館の事業運営に使用。寄付者には芳名板を設置

※開館前の平成 19 年から 6223 万 9366 円 (2267 件) が集まる

④記念館の事業内容

(1) 展示事業 (例)

第 6 回企画展「赤とんぼの飛んだ空 海軍の練習機」

平成 27 年 3 月 3 日～5 月 31 日、期間中の総入館者数…1 万 3782 人

寄贈・寄託資料を中心に予科練生が卒業後、訓練した赤とんぼ (九三式中間練習機) について、スペックやエピソードを紹介。写真や模型などを使用し紹介。

(2) 教育普及事業

・戦争体験者講演会 元予科練生、戦争体験者、歴史調査委員が講演。小中学校にも出向く

・子供向けイベント 「読み聞かせ」「ものしりおじいちゃんに聞こう」など

他にも、音楽鑑賞会、書籍発行、史跡探訪、職場体験 (中学生)、博物館実習 (大学生) など

(3) 映像記録保存事業

予科練出身者・関係者から当時の話を伺い、映像に記録保存・編集。

(4) 資料収集・調査研究事業

未所蔵の予科練や海軍の実物資料収集をおこない、所蔵資料の充実に努めている。

収集した資料をデータベース化し、ラウンジで閲覧。

(5) 広報事業

・関係団体への訪問 (教育機関や自治体などを訪問、旅行代理店へのイベント案内や情報提供)

・町広報紙への掲載 ・マスコミ、広報誌への情報提供

・観覧料の割引 ・HP、ブログによる情報発信 など

茨城県笠間市

[視察内容]

筑波海軍航空隊記念館を利用した地域振興について

[目的]

鶴野地区都市再生整備計画の具体化に向けた調査研究

1. 開館までの経緯

現在の記念館建物は昭和13年、筑波海軍航空隊の司令部庁舎としてつくられる。戦後、県立病院の管理棟として利用されていた。また、周辺に号令台や地下戦闘指揮所、滑走路などが現存。平成23年10月、新病院がオープンしたことにより、旧司令部庁舎が映画の撮影に使用されるようになった。映画「永遠の0」では、主人公の宮部久蔵が筑波海軍航空隊の教官という設定であり、実際に映画のロケで建物が使用された。しかし、撮影後には取り壊しされることが決まっていた。

そこで、市民団体「プロジェクト茨城」が旧司令部庁舎を観光促進・地域活性化、郷土教育、記憶の継承を目的とし、平成25年12月20日「筑波海軍航空隊記念館」として開館。当初、期間限定の開館であったが、わずか2カ月で1万人の来場者を達成。記念館存続を望む意見が非常に多かったことから期間延長する。8カ月後には5万人が来場。平成27年4月（1年4カ月後）には10万人が来場。

※運営方法

入館料：500円（解説パンフレット付）

収入：入館料収入（大人一人：500円）、助成金（笠間市より年間800万円）、協賛金

運営主体：プロジェクト茨城（地元発信の映像作品を制作する市民団体）

2. 効果について

多くの新聞やテレビなどに記念館が取り上げられることから、広告宣伝費はゼロ。海外メディアにも取り上げられた。「笠間市にある～」という紹介により、笠間市の知名度も上がっている。フィルムコミッション活動にも力を入れており、ドラマや映画で記念館の建物が使用される。

展示物は、笠間市が所有していた遺品なども展示しているが、記念館開館後に寄贈されたものも多く、充実を図っている。また、戦後70年を機に、ドキュメンタリー映画「筑波海軍航空隊」を製作し、学徒出陣した元特攻隊員の証言を記録する。東京や名古屋、大阪の映画館で上映。

記念館開館後、新たに「海軍のまち」としての関連グッズが生まれ、市内の飲食店でも特別メニューがつくられるなど地域振興にも大きな効果があった。記念館の公式キャラクターをつくったことにより、菓子やグッズなどのお土産品に活用されている上、子供たちにも親しみやすい工夫をしている。観光面では、近隣の笠間市や阿見町、土浦市、大洗町などの回遊もうまれ、全国から多くの観光客が記念館を含め複数箇所訪れているとの話。

〔所 感〕

◇埼玉県戸田市【シティセールス戦略について】

シティセールスはまちを売ることであり、イメージ戦略。うまくいくかは市長のやる気による。まず、自分のまちをSWOT分析し、強みに磨きをかけることが大切とのことである。効果を出すためには、ターゲットを絞り込むことが必要で、子供が小学校に入学するまでに住む場所が決まるため、戸田市は3歳から6歳までの子供がいる家庭を引っ張るべきとの戦略で動いている。

また、職員一人一人の政策形成能力を高めることは、他市に勝つために必須。人材育成に何年もかかるが、他市の政策のコピペではなく、自分の頭で考えられる職員を養成することに重点を置くこと、市職員が自分のまちの良さ・強みを言えることが大切とのことである。

ご丁寧にも加西市を分析したデータも提示していただいたが、小野市が「子育て支援」を売りにしているのなら、加西市は同じ分野では勝てるわけがなく、「優しさ」や「温かさ」を売りにするなどソフト面を強化し、人の心をつかむような「質」を重視した政策をとるべきとのアドバイスであった。

◇千葉県柏市【長寿社会のまちづくり（地域包括ケアシステム）について】

第6期介護事業計画中に「在宅医療計画」を策定し、専門職の計画的な確保を行う。医療計画は本来、都道府県の仕事であるが、市が策定することは画期的。在宅医療の推進には、市と市医師会が協力し、窓口をしっかりとつくり、コーディネートすることが必要とのアドバイスがあった。

また、医師の負担軽減のため、「主治医一副主治医制」を敷く。ほとんどは主治医が診ているが、安心感の部分が大きいとのこと。在宅医療を実施したことで、医師は患者とゆっくり話すことができ、心と時間の余裕ができたとの話があった。さらに、外来では患者の生活が見えなかったが、訪問することにより、掘り下げた会話や観察が広がっているという。かかりつけの患者を最期まで診ることが大切であり、信頼感が不可欠。特に、がんの看取りが大幅に増加しているとのことである。

柏市の場合、「地域包括ケアシステム」の中心的な役割は、市（在宅医療推進室）が担うとともに、「多職種連携」の推進役となっている。「地域ケア会議」は各地区の包括支援センターで実施。

◇茨城県つくばみらい市【地域公共交通について】

コミュニティバスとデマンド乗合タクシーを併用運行。デマンド乗合タクシーの導入には市長公約が要因となっている。実際、乗客がほとんどいないコミュニティバスの路線を廃止し、その金額分でデマンドの運行に充てているとのこと。一方、コミバスは利用率が高いエリアに集約（料金も見直す）。デマンド導入にあたって、バス会社（路線バスとコミバス両方を運営）からは特に異論は出なかったとのこと。市内のタクシー会社全4社に声をかけ、うち3社が応じ、運行している。

デマンドは市内全域（面積は加西市の約半分）。をカバーし、交通弱者に対し目的に見合った移動手段を提供できることが利点。しかし、高齢者がデマンドを利用する場合、目的地に医療機関が多く、帰りのタクシーの予約ができないなどの課題もある。さらに、市外への移動などの要望も出ているとのこと。今後、乗合率を増やすためにワゴンタクシーも導入を検討。また、高齢者や障害者へのタクシーチケット・バスチケットの交付事業は今のところ継続している。

◇茨城県阿見町【筑波海軍航空隊記念館を利用した地域振興について】

記念館を行政が主体的に運営する事例。記念館の建物や展示物は、行政が多額の費用を投じたばかりである。多額の建設費について、町議会での議論も賛否あったようだが、町長のトップダウンで誕生したことも大きく影響しているとのこと。民間からの資金も活用しており、町に「予科練平和記念館整備管理基金」を設置、平成19年から26年までに6,200万円もの寄付が集まっていることは特筆すべき。

館内展示には、当時の写真や映像が多く、当時の予科練の教室や寝室などが再現されており、小・中学生の学習施設としても活用も十分であった。終戦70年の節目の今年は、新たな展示に零戦の実寸大模型と掩体壕型格納庫を製作中とのこと（H26当初予算3,707万円）。

人材面においては、町が予科練専門の学芸員や調査委員を配置。運営だけでなく、企画展や資料の収集、研究調査などに専念できるスタッフを配置することは大切。また、町内には戦争遺跡も現存しているが、それらは民有地にあり、維持管理は個人でおこなっているとの話であった。

◇茨城県笠間市【筑波海軍航空隊記念館を利用した地域振興について】

市民団体（プロジェクト茨城）による記念館運営を行政が後押しする事例。筑波海軍航空隊は鶉野飛行場ともかかわりが深く、昭和20年6月、筑波の部隊が鶉野に移動し、ここで終焉を迎える。

記念館として使用している建物は茨城県が所有している。現在、記念館の存続に向けて、市としても茨城県に対して積極的に働きかけているという。開館にあたり、建物の安全調査や仮設トイレの設置、電気工事、映像・パンフレットの製作など初期投資（持ち出し）が多く、苦労もあったという。しかし、現在は市教育委員会からの助成金を受けるようになり、人件費などをまかなえるようになったとのこと。今後の記念館運営についても、市が学芸員を置くより、引き続き有志に任せたいとの意向であった。

また、記念館を開館したことにより、展示物が多く集まるようになった（8割が開館後）。遺品等の寄贈に向けて積極的なアプローチもおこなう。広告宣伝費ゼロの理由は、ホームページやSNS、メディアの活用。フィルムコミッション活動に長けており、ドラマや映画など積極的な露出をはかっている。