

第1回 いばらきの価値創造 第1ステージ 総括

1. はじめに

～「いばらきの価値創造～潜在力、デザイン力、連携力を活かして」調査のあらまし～

本格的な人口減少社会の到来と高齢化の進展、グローバル化の加速、情報インフラの発展、更には東日本大震災発生に伴う影響、環境・エネルギー問題の深刻化、社会インフラの老朽化問題など、環境変化が激しさを増し、地域を支えてきた社会・産業基盤は大きく姿を変えている。

社会基盤の変化（例）：価値観の多様化と消費行動・需要、「まち」や地域医療・福祉の役割、過疎地問題の顕在化、地域間格差、交流基盤と行動圏

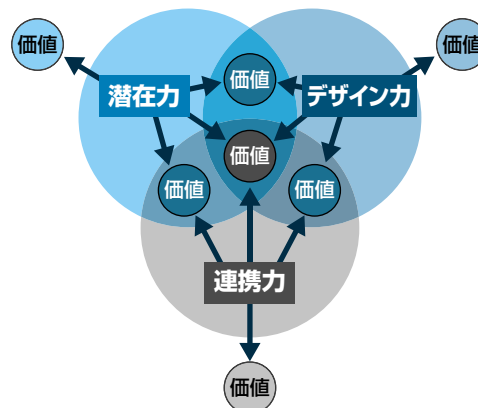
産業基盤の変化（例）：大手企業と地域企業の関係性、商流・ビジネスプロセス、雇用環境、エネルギーの需給構造、商業、伝統産業・地場産業・農業等の産業基盤

今後はこれらの変化の流れが速まり、地域の課題が一層顕在化すると考えられる。

いばらき圏域には、自然環境、歴史、文化、産業・技術集積、研究機能集積、構築が進む広域交通ネットワークなど、豊富な地域資源がある。

しかし、有効活用する具体的な方策が見出しづらいものや、個々に点在して繋がりが弱く、十分に力を発揮できていないものもある。環境や社会・産業基盤の変化により、地域資源が強みを十分に発揮できなくなっている状況もみられる。さらに、人口減少や高齢化など、今後一層深刻化する可能性が高い課題も増加している。

図表2 「潜在力」「デザイン力」「連携力」を活かした「価値」創造のイメージ



3つの力が重なる部分では、より大きい価値が生まれる可能性がある

こうした状況から、アークでは、希望ある将来の地域像を描き実現していくためには、課題解決の視点だけでなく、新たな展開を模索する「価値創造」の視点が必要と考えた。

また、新たな展開の模索にあたって、地域の「潜在力」、潜在力を掘り起こし、活かす方策を考える「デザイン力」、デザインした形を実行に移す各主体の「連携力」が必要と考えた。（図表2）。

以上の観点から、「いばらきの価値創造」を自主調査テーマ（年度テーマ）として設定し、各号の調査を通じて希望ある将来のいばらき像とは何かを考察し、それを実現していくための方向性を探った。

2. 調査の実績

1. 調査分野

「いばらきの価値創造」調査（JOYOARC2014年9月号～17年6月号）では、「年間経済回顧」などの経済調査（各年の12月号、15年10月号、17年6

月号）を除き、29の調査を実施した（図表1）。

これらの調査は、いばらき圏域全体を対象とした「産業調査」と「社会調査」、対象を特定地域に絞った「地域調査」の3つに分けられる。

各調査の内容について13頁以降で簡単に振り返るが、ここでは外部識者（当財団運営委員）の関心が高かった調査について取り上げる。

(1) 産業調査

産業調査では、茨城県内の健康・医療産業など個々の産業に加え、産業集積地や創業・起業、外国人労働者などの現状および課題などについて整理した。また、特集として、産業分野を中心とした茨城県と栃木県の連携可能性について調査するとともに、人工知能（AI）やロボット、IoTといった新たな技術開発の動向などを探った。

「**日立グループを巡る取引構造変化と日立・ひたちなか地域の中小製造業**」（15年8・9月号）では、県内屈指の産業集積地である日立・ひたちなか地域での中小製造業の環境変化等をまとめた。

「**地域における女性起業家の現状と展望**」（15年3月号）では、今後増加が予想される女性の起業について、最近の動向や課題を整理した。

「**いばらきにおける外国人雇用の現状と方向性**」（14年10月号）では、地域産業の貴重な担い手となった外国人労働者の雇用状況や問題点を探った。

「**いばらきの消費スタイルと小売・サービスの市場調査2015～2016**」（15年11月号他）では、茨城県内の消費者（需要）サイドの動向を把握するため、10年に続き県内消費者へのウェブアンケート調査を実施した（対象2,532名）。ここから、シニア世代、子育て世帯、未婚者の3つのセグメントについて、それぞれの消費行動や消費志向の特徴を確認するとともに、関連する事業者の対応などをまとめた。

(2) 社会調査

社会調査として、認知症対策、スポーツ祭典、公共交通、空き家対策について調査した。また、特集として、女性活躍推進、出産・子育てしやすいまちづくりについて調査した。

「**安心して暮らせる長寿社会の実現に向けて**」（14年11月号）では、茨城県内の認知症対応の現

状を整理するとともに、各主体に求められる効果的な認知症対策の方向性について考えた。

「**県内公共交通の現状**」（15年2月号）では、県内公共交通の実態や課題を整理し、公共交通のあり方や意義、持続可能な公共交通の確立に向けた方向性などについて考えた。

「**女性活躍推進の現状と今後の課題**」（16年10月号）では、県内企業における女性活躍推進の状況や、産後の女性の就業実態などに焦点を当て、企業の女性活躍推進の課題や今後の方向性などを探った。

(3) 地域調査

地方創生が注目されたことを受け、「**人口減少にどう立ち向かうか～県西地域の創生を考える～**」（15年5・6・7月号）では、各種基礎データ等から、県西地域が人口減少を乗り越え、自立的な地域社会を持続していくための方向性を探った。

さらに、「**いばらきの創生を考える2016～2017**」（16年5月号他）では、茨城県内各地での地方創生の取り組みを踏まえ、県内を7地域に分け（鹿行、県北山間、県央、県南（TX沿線・常磐線沿線）、古河、県北臨海）、各地域での社会経済やまちづくりなどに関する調査を集中的に行った。

このうち、「**第3回 県北山間地域**」（16年7月号）」では、人口減少と若者の流出対策に取り組む県北山間地域で、「よそ者、若者、ばか者」と呼ばれる地域づくりの担い手に注目し、当地域の地方創生に向けた明日への課題を導き出した。

また、「**第10回 古河地域**」（17年4月号）では、茨城県内区間が全線開通となった圏央道の活用の視点から、地域の現状や、ポスト産業立地に向けた展望などを探った。

その他、鹿行地域では産業基盤を活かしたまちづくり、県央地域では芸術・歴史的資源の活用、県南地域ではTX沿線のブランドづくりや常磐線沿線のベッタウン再生、県北臨海地域では芸術祭やアートを活用した地方創生の可能性などについて考えた。

2. 各調査の概要

医療・健康産業の県内産業発展のけん引に期待 2014年9月号

茨城県内の健康・医療産業の潜在力を探る

国の成長戦略分野に位置付けられる医療機器産業や介護支援、予防健康管理に関連した機器・サービス産業について、県内事業者の参入状況や今後の方向性について展望した。

茨城県は、医療・健康産業に特化した企業集積こそ形成されていないものの、日立・ひたちなか地区のものづくり技術やつくばの先端科学技術の集積等、当産業が成長するための基盤を有する。

医療機器製造等の分野で求められている「より細く、より小さく」といった技術に強みを持つ大手・中小企業は県内に数多く存在しており、こうした企業の技術開発や製品・サービス創出が、当産業の成長には欠かせない。

医療・介護機器の開発では、医師等の専門家の協力も不可欠であり、産官学連携や医工連携の役割は大きい。いばらき成長産業振興協議会の研究会では、医療関係者と企業のマッチングに取り組んでいる。会員間の情報・人的ネットワークが着実に広がっており、今後は県外関係者との技術・人的交流を通じた裾野の拡大が期待される。

医療分野は独特の取引慣行や規制があり、中小製造業の参入は容易ではない。一方で、販路が確立されれば安定した収益が期待できる。参入に際しては、市場ニーズとビジネスの成立可能性を検討したうえで、自社にあった参入形態（共同研究開発のみ、大手メーカーへの部材供給・完成品供給、自社製品販売等）で臨むべきであろう。

本格的な高齢化社会を迎え、健康長寿に対する人々のニーズは確実に高まっている。意欲ある企業にとって、当分野の挑戦は業容拡大の大きなチャンスである。県内産業の発展のため、健康・医療産業の成長に対する期待は大きい。当産業の飛躍が、いばらきの産業の価値向上に寄与することを期待したい。

(荒澤・奥沢)

外国人労働者は地域社会の貴重な担い手 2014年10月号

いばらきにおける外国人雇用の現状と方向性

茨城県の外国人労働者数・技能実習生の受け入れ数は、全国の都道府県の中で上位に位置する。県内における外国人雇用の現状をみていくとともに、日本人労働者と外国人労働者がともに働きやすい社会の実現に向けた方向性を探った。

外国人労働者は、収入増を主目的に労働意欲が高く、人手不足となっている農業や製造業、建設業にとって必要不可欠の存在である。これらの業種では外国人労働者の雇用や技能実習生の滞在期間延長・受け入れ人数枠の拡大を希望する一方、採用・制度・文化の違いなどの点で問題もある。

県内の事業者は留学生との接点が少なく採用に繋げることが難しいため、貴重な人材が県外に流出している。仲介事業者と行政、大学が連携し能力ある人材の県内就職を促進する必要がある。

技能実習制度は発展途上国への技術移転を目的とし、滞在期間や労働条件を厳しく定めている。しかし、受け入れ事業者・実習生は当制度を研修ではなく出稼ぎと認識しており、可能な限り「働いてほしい」、「働きたい」という両者のニーズと当制度は乖離している。低収益性のため賃金負担の大きい農業への補助金制度、事業者とのトラブルから実習生を保護する制度などの確立を含め、受け入れ体制の適正化が求められる。

外国人労働者の日本語・日本文化への理解不足により、事業者や自治体とのトラブルも生じている。社会制度や労働上の規則・条件を外国人労働者が理解できるように説明する、外国人が意見を表明できる場を設ける、などの対策が必要である。

外国人労働者は、日本で生活し働くという点で日本人と同じであり、社会における貴重な担い手として地域に馴染み始めている。両文化を尊重する寛容さを持ち、外国人と日本人がともに日本の活力となる社会実現に期待したい。

(菅野・大倉)

認知症への正しい理解が効果的対策への第一歩 2014年11月号

安心して暮らせる長寿社会の実現に向けて ～いばらきの認知症対策を考える～

高齢化の急速な進展に伴い、認知症高齢者数が増加している。アンケート等により、茨城県内の認知症対応の現状を整理するとともに、県内外の新たな認知症予防の取り組み、地域連携の動きなどについてヒアリングを行い、各主体に求められる効果的な認知症対策の方向性を考えた。

茨城県は、県内の認知症高齢者数は約7万500人、25年には、11万300人（高齢者数の12.8%）に達すると試算している。このため、介護サービス事業者、医療機関等に加え、自治体や企業、NPO等、地域全体で認知症高齢者の生活支援を進める動きがみられる。

一方、アークが実施した県内住民へのアンケートでは、認知症について、8割以上が「知っている」「ある程度知っている」と回答したものの、加齢によるもの忘れの症状とが区別できていない点もみられ、認知症が必ずしも正確に理解されている状況とは言えない。

また、事業者へのヒアリングからは、医療・介護の現場での対応力不足、介護家族等の対処への知識不足、行政の対応準備への不安も聞かれた。

こうした課題に対応するには、まず認知症への社会の関心の高まりを普及啓発に活かすことが重要である。NPO法人等の民間団体や企業には認知症予防・改善事業への参入、大学などの研究機関には研究の成果を施策に活かすための具体的な取り組みが期待される。また施策に関わる各主体がそれぞれの役割分担を明確にすると同時に、病院間あるいは介護事業者同士が連携を深め、認知症高齢者への対応力を向上させることも求められる。

認知症対策の進展には、認知症に対する正しい理解、地域ぐるみの対策の必要性の認識の浸透が必要である。一人ひとりの小さな意識の変化が、地域にもたらす効用は大きいはずだ。（大川・荒澤）

スポーツ祭典を地域活性化につなげることが重要 2015年1月号

スポーツの祭典が地域にもたらす効果

2019年の茨城国体・全国障害者スポーツ大会、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催を控え、スポーツの関心の高まりが予想される。こうしたスポーツの祭典が、地域にもたらす影響を整理した。

オリ・パラ、茨城国体が茨城県に与える直接的効果として、家電（テレビ）購入や県民の生観戦のための消費支出の増加が考えられる。

しかし、開催効果を考えるうえでの重要な視点は、オリ・パラを契機として、いかに間接的・付随的效果を高め、地域の活性化につなげていくかである。この意味で、間接的・付随的效果は直接的効果よりも大きな価値を持つと考えられる。

大会開催前は、世界に安全・安心な日本をPRすべく、耐震化やバリアフリー化等の公共インフラ整備が加速していくとみられる。また、民間においても、宿泊施設や商業施設で同様の動きがあると想定される。さらに、圏央道が県内全線開通し、成田空港からのアクセスに優れた茨城県が、各国代表の事前キャンプや日本代表の合宿地として選ばれる可能性もある。

大会期間中には、開催に触発されたスポーツ関連消費が増えるほか、ボランティア活動の活発化が予想される。また、海外からの観戦客が本県を訪れ、観光等で消費するケースもあるだろう。

開催後はスポーツに対する関心の高まりから、スポーツを「する」、「みる」、「支える」活動が活発になると考えられる。また、開催前後の各種インフラ整備が地域の魅力を高め、企業立地などに結び付くことも期待できる。

一方で、建設業の人手不足が深刻化し、県内の建設事業遅延の懸念や大会後の公共・民間投資の反動減による景気減速といった、マイナス効果にも留意する必要がある。（奥沢・大倉）

地域全体で公共交通の将来を考えるべき

2015年2月号

県内公共交通の現状

～持続可能な公共交通の確立に向けて～

茨城県内ではコミュニティバスや乗合タクシー等の新たな公共交通の導入が進んでいるものの、車依存社会や人口減少・少子化等を背景に、公共交通事業者を取り巻く環境は厳しさを増している。

県内公共交通の実態や課題を整理し、公共交通のあり方や意義、持続可能な公共交通の確立に向けた方向性等について考えた。

アークが実施した住民アンケートでは、市町村内外の移動の8割超を「自動車」が占め、今後の公共交通の利用意向や、「自らが公共交通を利用し支えていく」といった住民意識についても総じて低い結果となった。

また、県内の自治体や交通事業者、住民団体は、公共交通利用促進に向けた様々な取り組みを進めているものの、自動車から公共交通利用への転換、利用促進と財政負担との均衡、市町村を跨ぐ広域連携といった課題を抱えている。

このため、これからの公共交通を考える上では、第一に、公共交通が市民の生活を支える地域の社会インフラであること、また公共交通が環境負荷低減、歩く機会が増えることによる健康づくり、遠距離からの交流人口の確保といった様々な役割を果たしていることを、各主体が認識し共有することが重要である。

その上で、今後の公共交通利用促進では、住民の主体的な関わりの拡大、事業者の一層の経営改善、地域の実情・特性に沿った交通網の整備、生活圈移動を支える広域連携の促進等が求められる。

持続的な公共交通の確立は、今後の地方創生の大きな鍵でもある。各自治体が将来を見据えた公共交通網の再編・整備を進めるとともに、普段公共交通を利用しない住民も含め、地域全体で公共交通の意義や将来を考え、公共交通を支えていくことが望まれる。

(廣田・荒澤)

重要性が高まる地域での女性起業家支援

2015年3月号

地域における女性起業家の現状と展望

～女性の多様な就労の促進に向けて～

2013年度における日本政策金融公庫の創業融資実績のうち、女性起業家は全体の事業者の2割を占め、かつ増加傾向にある。女性起業家の現状と課題、女性の就業全般に関する施策等を整理し、地域の経済・社会活性化の一翼となり得る女性の起業促進に向けた展望を探究した。

県中小企業振興公社が設置する起業・経営等の総合相談窓口では女性の相談者が着実に増加しており、これらの相談者は潜在的な女性起業家と考えられる。

これらの起業相談者を起業に結び付けていくためには、行政等のより一層の支援が必要となる。

例えば、行政や商工会議所等の支援団体が、女性の起業に関する知識・ノウハウをもつ女性起業家グループ（例：古河市女性起業ネットワーク委員会）と手を組む、あるいは地域に点在する女性起業家をグループ化するなど、起業支援の仕組みや体制をデザインし、その効果を高めることが期待される。

また、専門家・団体が、知識や経験が少ない女性起業家に対し、起業や経営の相談に応じ、申請手続き等の支援を行うなど、バックアップ体制の一層の充実が求められる。

さらに、被雇用者・経営者ともに女性が活躍しやすいようにするためには、家事・育児の負担軽減の支援が必要となる。各地域は保育所の増設等の公的保育サービスの充実に努め、地域全体で女性起業家を支える連携力の強化が求められよう。

家事や育児と両立しながら、自分のやりがいを重視する起業は、女性の多様な就労方法の1つとして捉えることができる。女性起業家が、多くの女性と地域を巻き込み、地域活性化の一翼となることに期待したい。

(菅野・大倉)

空き家対策は人口減少下のまちづくりの一環 2015年4月号

県内の空き家対策の現状と課題

全国の空き家数は、2013年10月時点で820万戸と過去最高を記録し、総住宅数の13.5%を占める。空き家の増加は放火・不法投棄の危険性が高まる等、周囲の住環境にも悪影響を及ぼすことを踏まえ、県内の空き家の実態を調査し、空き家対策の課題や対策の方向性について考えた。

空き家は、「魅力あるストック」というプラスイメージで捉えることで、貴重な地域資源となりうる潜在力を備えている。しかし、住宅取得希望者（消費者）の意識が中古住宅へと向かわなければ、空き家の積極的な流通・利活用は難しい。

そのためには、事業者だけでなく、県や市町村が、空き家の公的施設としての活用や空き家バンクの設置などを通じて、空き家活用に関する地道な情報発信を続けることが必要である。また、行政による統一的な評価基準の設定など、住宅本来の価値を評価する仕組みの定着も必要となる。

また、中古住宅や空き家の流通、利活用の促進には、所有者が住宅を流通・管理しやすいような環境整備とともに、所有者と利用希望者を結びつけるコーディネーターの役割を地域の不動産業者等が担うことが望まれる。

空き家対策法の制定により、多くの市町村で空き家の実態把握と危険な空き家の撤去が課題となっている。市町村単独での判断が難しい事項への対応には、例えば県が仲立ちし、市町村どうしあるいは市町村と業界団体等とが積極的に情報交換を行うといった連携体制の整備が必要だろう。

空き家問題は、住宅市場の問題だけではなく、人口移動や高齢化、人口減少等、地域の諸問題と密接に絡み合っている。空き家増加を食い止めるには、個々の対応だけでなく、人口減少社会でのまちづくりの一環として、空き家対策に一体的に取り組んでいく必要がある。（大川・大和田）

「働く」「暮らす」の視点から見た県西地域の展望 2015年5・6・7月号

人口減少にどう立ち向かうか ～県西地域の創生を考える～

日本創成会議による「消滅可能性都市」の公表以降、地方再生への関心が急速に高まった。本調査では、県西地域を対象に、各種基礎データ等から、同地域が人口減少を乗り越え、自立的な地域社会を持続していくための方向性を探った。

全国同様、県内でも都市部や都市部近郊のベッドタウン、産業集積地域（財政の豊かな地域）への人口流入が続いている。県の住民アンケートでは、魅力的な就業環境、快適な生活環境を求め流出する割合が、県内外で4割を超えている。社会・自然減少を抑制し、地域の持続性を確保するには、「働けるまち」「暮らしやすいまち」を再構築し、まちの魅力・価値を高めることが必要となる。

1. 働けるまちづくりに向けて

1) 地域産業・雇用の強み・弱み

①第1次産業（農業）：（強み）首都圏の食糧供給基地、豊富な農産物、（弱み）稼げる農業の確立、主要農産物のブランド化、販路開拓

②第2次産業（製造業）：（強み）加工組立産業を中心とした産業集積、ニッチトップ企業等の立地、ものづくり人材育成の基盤、（弱み）事業所数の減少、工業分譲用地の不足、地場産業（石材業）の衰退、事業者間の情報ネットワーク・産学連携

③第3次産業（商業・サービス業）：（強み）魅力ある個店、精力的に活動する商店街、堅調な介護・福祉市場、（弱み）地元商業の衰退、地域外への消費流出、出店エリアとしての魅力低下

④雇用：周辺都市を含む雇用・就労機会の量、職住近接、（弱み）労働力人口の減少、周辺市との相対的な賃金格差、若手人材の質の確保

2) 産業振興・雇用創出の取り組みの方向性

①雇用の量の確保：基盤・基幹産業の競争力強化、企業誘致による産業活性化、地場産業の活性化、観光・交流型産業の育成、異業種連携による新事業創

出、産業面での広域連携

②雇用の質の確保：企業の労働生産性の向上、就業環境の整備・改善、雇用の安定化、女性・高齢者・外国人労働者の活用

③地域に貢献する人材育成・誘致：地域産業を担う人材育成、域外からの人材誘致

2. 暮らしやすいまちづくりに向けて

1) 地域の暮らしやすさの強み・弱み

①利便性：（強み）東京へのアクセス、鉄道・道路の整備、日常生活に困らない買い物環境、（弱み）公共交通（バス）の未発達、広域から集客が可能な商業施設の不足、広域的な事業連携

②快適性：（強み）豊かな自然環境、相対的に廉価な地価・家賃、歴史・文化の集積、（弱み）まちの賑わいの欠如、市民の一体感の欠如、低い認知度

③安全・安心性：（強み）子育て支援環境、市民のまちづくり参画意識、広域的な事業連携、（弱み）人口の社会減（特に若年女性）、高度医療を担う中核病院の未整備・医師不足、きめ細かな子育て支援の取り組み

2) 将来、向かうべきまちの姿（可能性）

①道路・鉄道・バス等が整備され、地域間や周辺都市へのアクセスが容易な「移動しやすいまち」

②駅を起点として徒歩圏に生活機能が揃い、自動車のない人も快適に暮らせる「コンパクトなまち」

③新病院の整備に合わせ、周辺に高齢者施設が立地するとともに、商業や行政、教育機能等が集積する「安心して老後を過ごすことができるまち」

④県内トップレベルの学力を持つだけでなく、社会人として自立していける力を身に付け、地域の未来を担う人材を輩出する「教育のまち」

地方創生の成否は、大都市に流出する若い「人材」を地元呼び戻すこと、大都市の住民を「田舎」で受け入れること、即ち大都市に集中する人口をいかに地方に分散させられるかにかかっている。そのためには、行政、企業、団体、住民の全ての主体が、周辺市町村とともに地域全体の価値向上に尽力しなければならないだろう。（大倉・荒澤・奥沢）

川上・川下ともに変容する企業城下町

2015年8・9月号

日立グループを巡る取引構造変化と 日立・ひたちなか地域の中小製造業

日立グループの再編や他社との部門統合が相次ぎ、日立・ひたちなか地域の中小製造業を取り巻く環境が大きく変化している。日立グループや協同組合の動向を確認した上で、行政や支援機関の取り組み、有識者インタビューから、当グループと中小製造業の関係性の変化を整理した。

また、日立グループと日立・ひたちなか地域の中小製造業の取引関係が変化している中で、同地域の中小製造業がどのように対応しているのか、その現状を整理し、今後の展望を探った。

第1部 日立グループの変化と中小製造業との関係性の変化

日立グループでは、水力及び火力発電事業での他社との事業統合、成長分野である医療機械部門の生産増加、海外生産拠点での部品の現地調達化や海外から受注増加といったグローバル化の加速、自動車分野での電動化・電子化等技術革新等、大きな変化がみられる。

こうした中、一部の中小製造業では、当グループとの下請関係から脱却するため、これまで日立グループが担っていた組立工程の一部を手掛けることで差別化を図っている。また、他地域の企業から新規取引を獲得することによって、技術力の高さを証明し、日立グループからの受注を獲得する動きもみられる。

一方、中小製造業の海外展開についてみると、従来は安価な人件費を背景とした中国等への生産拠点の設立が主であったものの、最近では、医療・機械加工産業の集積地であるアメリカやドイツ等で販路開拓を進め、提案力を向上させる動きがみられる。一部の企業は、地域外で技術力を認められ、日立グループからの受注を増加させている。

90年代まで、地域の中小製造業は、日立グループとの関係性は強い一方、企業同士のつながりは薄かった。しかし、最近では経営者塾や協議会等の場

を通じて地域内外の中小製造業の交流が加速しており、取引先も他地域に及ぶようになっている。

以上の動きを踏まえると、日立グループと中小製造業の関係性は、下請関係や自立化だけではなく、地域内外の企業間の関係が増える中で、「複層化」しているといえよう。（廣田・菅野・大和田）

第2部 日立・ひたちなか地域の中小製造業の 現状と展望

当地域の中小製造業は、自社の強みを認識し、大学等の外部資源を能動的に活用する等、様々な対応を図っている。技術力や提案力が向上し、日立グループとの取引が拡大した企業もある。

一方で、少子化や大卒者等の大手企業志向、技術者の高齢化を背景に、技術者及び若手人材の不足が課題となっている。中小製造業がさらなる環境変化に対応するためには、製造部門においても女性が活躍しやすい場を提供し、設計や開発部門等の若者にとってやりがいの持てる仕事を創造していく必要がある。

また、中小企業と教育機関の間では、接点こそ増えているものの、人材ニーズに関する情報交換がやや不足している。そのため、企業や教育機関、支援機関が人材に関する具体的な情報を交換できる場を充実させることが求められる。

さらに、中小製造業の間では、自社の強みの認識、販路開拓が大きな経営課題となっている。課題解決には、支援機関が中小製造業のセールスマンとなり積極的に支援することや、中小製造業同士が地域の枠を超えて交流し、課題を共有した上で連携を図ることが必要とされる。

産業集積地間の競争が激化する中、当地域では、個々の企業が強さを増すことの重要性がこれまで以上に高まっている。中小製造業各社が価値を高めることで産業集積地としての厚みが増し、地域の競争力が向上することに期待したい。

（菅野・廣田・大和田）

望まれるシニア市場への更なる需要喚起

2015年11月号

いばらきの消費スタイルと小売・サービスの 市場調査2015～2016

第1回 シニア世代の消費行動

消費全体の中で存在感が高まっているシニア世代の消費について、県内での実態、およびその消費像やアプローチを示した。

今回のアンケート調査では、外部環境の変化や将来不安を背景に、2002年時の調査に比べ、県内シニア世代の趣味や娯楽のための消費行動が消極化し低迷する傾向が見られた。

また、1年前に比べて金融資産が増加した人の多くが貯蓄や再投資という行動を取るなど、富裕層の消費にも将来不安が影響を及ぼす状況もみられた。一方で、様々な経験を重ね形成されたシニアの消費志向は大きく変化しておらず、健康志向や余暇の楽しみ方等については、2012年調査と同様の特徴がみられた。

低迷するシニア世代の消費を喚起させるには、シニア市場において魅力的な商品・サービスが増えることが一番の近道といえる。事業者へのヒアリングを踏まえると、今後のシニア世代へのアプローチでは「価値ある商品・サービスの提供」「時間や手間を惜しまないサービス」「人との繋がりを楽しめる居場所づくり」「女性のニーズ・不満解消を重視」といった視点が求められる。

また、新たな消費市場の創出には、シニア世代の特徴や利用体験を重視した商品・サービス全体のデザイン、シニアの人生設計を考慮したビジネス、シニア参加型の商品・サービス開発などが有効だろう。

「機会があれば消費しよう」というシニアの潜在ニーズは他の年代と比べなお高く、引き続きシニアが消費の中心役としてリードしていくことは間違いない。それだけに、シニアのニーズを的確に捉え、様々な試みにより潜在需要を促す事業者の役割はより重要度が高まっている。（荒澤・大倉）

新たな技術開発が生活や暮らしを変える 2016年1月号

未来を拓く新技術

18～20世紀初頭の第1・2次産業革命、1990年代の第3次産業革命（IT革命）のように、新しい技術は産業や暮らしを劇的に変えてきた。近年、進展が著しい代表的な技術動向や概念を整理した。

「人工知能」（AI）とは、コンピュータ上に人間と同様の知的能力を持たせたソフトウェアのことである。インターネットの普及に伴い、巨大で複雑なデータが簡単に利用できるようになった。また、コンピュータのCPUの情報処理力が飛躍的に高まったことで、AI技術は近年、大幅に向上した。Amazon等、海外の通販事業者が国内商業で猛威を振るう中でも、人工知能の技術やビッグデータを活用し、消費者との密な繋がりを構築できれば、中小事業者が地域で生き残ることは十分可能であり、積極的な活用が期待される。

人間のような動作・作業を行う「ロボット」は、工場等で生産を行う産業分野では、国内メーカーが世界で重要なポジションを占めている。一方、サービス分野はロボット掃除機やドローン等、海外で製品開発が先行する。今後は、超高齢社会の人手不足を担う手段として期待されている。

モノのインターネットを意味する「IoT」は、あらゆるモノがインターネットに繋がる世界を表した概念である。自動車や家電、電力メーター、産業機器やインフラ等がインターネットに繋がることで、新たな製品やサービスの創出が期待される。

「遺伝子解析」では、「ゲノム」と呼ばれる遺伝情報の解明により、難病の解明や創薬といった医学分野等で飛躍的な発展が期待されている。近年では、国内で個人向けの遺伝子解析サービスが開始される等、民間による事業化の動きも相次いでいる。

（奥沢・大倉）

狭域化と広域化がともに進む県内の消費行動 2016年2月号

中学生の子どもを持つ世帯の消費行動と消費志向 ～茨城県生活行動圏調査結果及び県内消費者アンケート調査結果から～

茨城県生活行動圏調査と県内消費者アンケート調査の各結果を基に、県内の中学生の子どもを持つ世帯の消費行動、消費志向と、選ばれる側の事業者の今後の方向性について考えた。

中学生の子どもを持つ世帯の消費行動について両調査の結果をみると、最寄り品の買い物に関しては近接性重視により狭域化する一方、買回り品は専門量販店や大型商業施設等の利用により広域化しているなど、店舗の使い分けにより消費行動の広さが異なる特徴がみられた。

消費志向については、最寄り品・買回り品ともに、経済性を優先する傾向が高い。また、外食をはじめ、余暇を楽しむ商品・サービスを選択する基準は「子ども中心」であり、中学生の子ども自身が好きな商品・サービスの購入を決めるケースも増えるようになる。

こうした消費行動・志向を背景に、調査結果では、より優位性のある店舗の支持が高まる傾向がみられた。スーパー・専門量販店は、店舗数、居住地からの近接性、商品の多様性といった点から、消費者にとって最寄り品・買回り品の購入店舗として重要な存在として位置づけられている。大型商業施設は、様々なジャンルのテナントが出店していることから、買い物とともに半日程度の余暇を過ごす場としても浸透し、広範囲の消費者を集客している。

コンビニエンスストアは、食料品・日用品等の販売に加え、ATMやコピー、写真印刷等の様々なサービスを提供し、社会インフラ化している。インターネットや店頭内端末から店頭にはない商品も注文できる「オムニチャネル化」を進めており、利便性がさらに高まることで今後も多くの消費者の支持を集めていくことだろう。

（菅野・大倉）

子ども・家族のための消費意欲が高い子育て世帯

2016年3月号

いばらきの消費スタイルと小売・サービスの市場調査2015～2016

第2回 子育て世帯の消費行動

子育て世代のうち、第1子に小学6年生以下の子どもを持つ世帯を「子育て世帯」と定義し、消費行動について調査することで、同世帯の消費市場の可能性を探った。

アークが実施した子育て世帯の消費行動や消費志向に関するアンケートや事業者ヒアリングからは、①価格重視の傾向、②子どもの将来を考えた商品・サービスへの関心、③家事の負担や子育ての不安を軽減してくれる商品・サービスへの関心、④家族で過ごす機会創出への希求が強い、といった特徴が浮かび上がった。

子育て世帯の親たちは、「失われた20年」と呼ばれるデフレ経済の中で、経済成長を知らずに育った世代が中心であり、一般的に将来に不安を抱き、節約志向が強いとされる。しかしその一方で、子どものための消費や、家族で楽しむための消費に対しては、消費意欲が強い側面もみられる。

これらの特徴を踏まえ、今後の子育て世帯の消費市場を展望すると、「子どもの教育・健康分野の商品・サービス」については、子どもの成長を考える親のニーズに支えられ、引き続き成長が見込まれる。また、「子育てをする母親の不安やストレスを軽減してくれる分野」にも潜在ニーズがあると考えられる。

事業者が「子どものために」という消費需要をさらに刺激するためには、「英語能力・コミュニケーション能力・チームワークを同時に育てる」といった風に、複数の目的を同時に満たすような商品・サービスをデザインする発想が必要である。また、事業者が、SNS等での交流を通じて子育てをする母親と一緒に商品化を進めるなど、商品・サービスを提供する側・される側同士の連携も重要となるだろう。

(梶山・荒澤)

特性を捉えたアプローチが未婚者の消費を喚起

2016年4月号

いばらきの消費スタイルと小売・サービスの市場調査2015～2016

第3回 未婚者の消費行動と消費志向

未婚者は、未婚化や晩婚化に伴い、消費市場での存在感が増すとみられる。本調査では、20～54歳の未婚者の消費行動・志向について確認し、その消費者像や消費喚起を図るためのヒントを探った。

未婚者は、自分の好きなモノ・コトに対してはお金をかける一方、必需品等には価格志向が強い。SNSを含むインターネットで得た情報を参考にするなど情報感度が高く、幅広い視点から慎重に消費を行う。さらに、自分の価値向上を図るための消費とともに、日常生活のストレスから解放され英気を養うなど、心身の充足のための消費を重視している。

未婚者の消費喚起を図るためのアプローチの一つは、追求志向を駆り立てることである。未婚者は多様な価値観を持つ一方、好きなモノ・コトへのこだわりが強く、時間とお金を惜しみなく使う。事業者が、彼らの心に秘められている「熱中したい、成長したい」という願望を駆り立てる商品やサービスを提供できれば、ヘビーユーザーを獲得できると考えられる。

未婚者は、趣味や関心事に直接関わる消費だけではなく、それに付随する商品やサービスを消費することも多い。未婚者をターゲットとする事業者が、自社の商品・サービスに関係する事業者を巻き込んで、未婚者の心身の充実を最大限実現できるストーリーをデザインできれば、更なる消費を生み出す可能性がある。

今後は、米国と同様日本でも、情報発信が活発な未婚者のインフルエンサー（世間に影響力を持つ人）が増える可能性がある。未婚者を自らのファンとした上で積極的に連携し、SNSでの発信を活発化させることで未婚者の消費を取り込むことは、県内の事業者にも必要となっていくだろう。

(廣田・大和田・大倉)

現状打開の可能性を秘めた特区制度の活用

2016年5月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第1回 いばらきの特区

地域振興策のひとつと考えられる「特区」にフォーカスを当て、県内外で展開されてきた特区の取り組みから、同制度がもたらす効果や課題、今後の展望について探った。

鹿行地域における「鹿島経済特区」では、工場施設の保安検査に係る規制を諸外国並みに緩和することで、生産能力向上やコスト削減を図り、コンビナートの競争力向上に結び付いている。大子町の「大子町教育特区」では通信制高校が新設され、宿泊・飲食による経済効果や生徒と地域住民との交流事業が生まれている。

事業者の経済活動を妨げていた各種規制の緩和が、生産効率の改善や地域における新商品・サービスの創出につながっていることを考えると、特区制度に取り組む意義は決して小さくない。

しかし、新たに特区に取り組む場合、申請者である県・市町村に加え、事業活動を行う事業者等の参画をいかに引き出すかが課題となっている。行政は普段から事業者等と接し、事業者ニーズを詳細に把握することが必要となる。また、地域課題の解決には地域外の事業者等も大きな役割を果たすことから、積極的な関与を促すべきである。

特区の推進には行政、事業者、大学等との様々な調整が生じることから、連携体制の整備も必要となる。特区を旗印として、様々な組織が同一の認識に立ち、プロジェクトの実現に取り組む過程では、組織間の垣根が低くなり、連携の機運が醸成されるという副次的な効果も期待できる。

人口減少や少子高齢化が進む中、地域の将来展望はともすれば暗くなりがちである。しかし、特区制度は現状を打破する可能性をもった貴重な手段であり、地方創生のツールとして活用が進むことを期待したい。

(奥沢・大倉)

強い産業基盤を活かしこれからの地域づくりに

2016年6月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第2回 鹿行地域

「工業活性化・企業立地推進」、「食の供給地としての発展」、「スポーツ産業の展開」の視点から、強い産業を有する当地域の特性を活かしたまちづくりの方向性を探った。

鹿行地域は、鹿島臨海工業地帯が位置する国内有数の製造業集積地である。安定した雇用の場の存在は、当地域の人口流出抑制に大きく寄与している。ただし、グローバル競争の激化等、これからの環境変化に対応するには、産業集積の多様化、鹿島港の有効活用等が必要である。

農畜産業、漁業・水産加工業は、県内上位の生産・出荷量を誇る。首都圏への生産基地としての地位を確立し、農産物PRや加工品開発の取り組みも活発である。今後は、輸出への対応や観光農園の再生等、様々な角度から販売機会を創造する「食の総合供給基地」への進化が望まれる。

県立カシマサッカースタジアムをはじめ様々なスポーツ施設が充実している当地域では、スポーツ産業の展開が期待できる。そのためには、事業者のビジネス分野の拡大、来訪者への消費喚起の取り組みが重要である。また、行政には、スポーツ産業育成の視点に立った支援が求められる。

当地域の産業は、いずれも高い発展可能性を秘めている。今後の産業振興では、高齢者や若者、女性の活躍の場を増やすことで、地域内の労働力人口の確保に繋げる必要がある。また、工業と農業のコラボなど、地域内の各産業が有機的な関係を構築し、地産地消や域内循環に寄与する仕組みづくりも重要である。

当地域は住民の生活行動において各市間や千葉県との交流が深い。広域連携の取り組みが、企業誘致などの分野で進められることにも期待したい。

(菅野・荒澤)

異質な「核」の受け入れが地域の真珠を生む 2016年7月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第3回 県北山間地域

～ヒアリングから得る地方創生へのヒント～

県北山間地域は、長年にわたって人口の減少と若者の流出対策に取り組んできた「地方創生の先達」と言える地域である。しかし、依然としてその取り組みの甲斐なく、“負の流れ”が続いている。

本調査では、地域づくりの担い手として期待される、いわゆる「よそ者、若者、ばか者」と呼ばれる人たちがこの地域を具体的にどう見ているのか、彼らが活躍する場はあるのか、彼らを受け入れる素地とは何か、といった視点から、当地域の地方創生に向けた明日への課題を導き出した。

県北山間地域及び瀬戸内地域（広島県・香川県）で“夢を育む人たち”へのヒアリングから得られた地方創生のヒントは、以下の通りである。

- ・物語を伝える「編集力」を磨く：重要なのは、その地で大切にされるものを、こだわりをもって伝え、真に価値ある物語として伝えるための編集力（デザイン力）にある。
- ・質の高い「共感の場」を創る：「本当に来て欲しい人」だけに足繁く来てもらうには、同じ価値観を共有できる質の高い共感の場づくりが大事になる。
- ・生業を生み出す：地域おこし協力隊は、自らが手を挙げて移り住んできたその地域の「熱烈なファン」である。任期終了後もその地域に暮らし続けられるようにする仕組みづくりが必要である。
- ・よそ者・若者・ばか者を迎え入れる体制づくり：ここに移り住もうとする人たちを、組織的に快く迎え入れる体制づくりが必要である。よそ者・若者・ばか者という、異質な「核」を地域に受入れ、貝殻である地域がそれにうまく反応した時、その核は異物でなく、地域にとって光り輝く真珠になる。

（梶山・赤津・大和田）

観光分野などの連携による相乗効果に期待 2016年8月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第4回 栃木県との連携の可能性

隣接する茨城県と栃木県は、2011年の北関東自動車道全線開通以降はアクセスが向上し、観光や物流面での経済交流が進む等、関係性が深い。2016年10月には、めぶきフィナンシャルグループが誕生するなど、両県を跨ぐ企業間の動きもみられる。本号では、いばらきの創生を考える上で栃木県との連携の可能性を考えた。

両県の行政をみると、県及び市町村レベルで様々な分野で連携がみられる。民間企業同士でも、観光分野やものづくり分野等で県境を越えた事例が出ている。また、両県住民の余暇行動や休日の滞在人口の状況からは、県境地域に加え、隣接しない北関東道沿線地域間での交流もみられる。

一方、北関東道の通行台数の推移からは、両県間のヒトやモノの交流が年々活発化しているとはいえない。空港や港湾などの公共インフラの有効活用という観点からも、栃木県の住民や企業に対し、茨城県内のインフラの利用を働きかける必要がある。

両県の新たな連携策として、両県によるインバウンド誘客に向けた観光ルートの構築が挙げられる。豊富な観光資源を有する栃木県との連携により、訴求力の高い観光ブランドが構築され、それを世界に発信すれば、茨城県にも外国人観光客を誘客するチャンスが増える。

ものづくり分野では、両県の企業が、新技術開発や新分野進出だけではなく、人材の採用や育成においても連携できれば、就業の場としての両県の価値向上が図れるだろう。

継続的な連携の実現に向けて、両県の利害関係者には明確な目標の設定と、様々な主体が参加する強固な実行組織の構築が望まれる。様々な連携体同士が協調を図り、相乗効果がさらに発揮されることを期待したい。

（廣田・小原・大倉）

民力を活かし芸術・歴史的資源で稼ぐ地域へ 2016年9月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第5回 県央地域

県央地域は、県都の水戸市を中心として行政機能、商業機能が集積する、県を代表する地域である。「芸術・文化・歴史・自然に関する地域資源を活用したまちづくり」という切り口で、当地域にとって魅力的な地域づくりの方向性を探った。

芸術分野では、水戸芸術館や県近代美術館、県陶芸美術館等の展示水準の高い施設が立地している。歴史分野では、日本遺産に認定された弘道館が「歴史まちづくり」の中心的存在に位置付けられている。また自然分野では、偕楽園や千波湖、笠間芸術の森公園等、豊かな自然を生かした公園が数多く存在する。さらに、アクアワールド茨城県大洗水族館等の海関連の集客力の高い施設も立地し、当地域は「快適な生活を送りたい」という住民ニーズに応える多様な地域資源を有している。

こうした地域のポテンシャルをさらに高める視点のひとつに、「水辺空間の活用」がある。活用策としては、千波湖（千波公園）に夜も楽しみ、くつろげる飲食店を整備すること、湖面の新たなアクティビティを導入すること等が考えられる。湖面を含めた水辺全体をリ・デザインして、魅力度の高い空間づくりに取り組むべきだろう。

地域資源は、それ自体を「残す」ためだけではなく、「活かして稼ぐ」ものにするという発想の転換が必要である。これは、維持することが重視されてきた芸術・文化・歴史・自然分野では特に求められる視点である。そして「稼ぐ」は、行政よりも民間が得意とするところである。公共空間であっても、民間ノウハウの積極的な導入を可能とする仕組みづくりが求められよう。民間発意による主体的な活動を行政が支援するという、「民間主導型」の取り組みが活発化することで、新たな地域の魅力創出が期待できる。

（奥沢・荒澤）

女性が働きやすい職場づくりになお課題 2016年10月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第6回 女性活躍推進の現状と今後の課題 ～出産・子育てと仕事の両立にむけて～

県内民間事業所における女性活躍推進の状況や、産後の女性の就業実態等に焦点を当て、企業の女性活躍推進の課題と今後の方向性を探った。

足元の出生数は、全国、県内ともに過去最低水準にある。人口問題研究所の調査によると、夫婦が理想とする子どもの数と実際の子どもの数は乖離しており、その主な理由として金銭面の事情が挙げられている。

こうした中、小・中学生の子どもがいる女性の就業率は上昇しており、女性管理職の割合も上昇傾向にある。

アークのアンケートによれば、県内民間事業所の67%が女性活躍推進に着手しており、87%が推進に前向きである。一方、育休後に働く女性のうち、出産前の職場に復帰した人は半数に留まる。また、出産後に仕事をセーブしたい女性は4割に上る。勤務先に育休制度がない、制度があっても利用しづらいなどの理由から、育児優先で退職や転職を選ぶケースは少なくないとみられる。

女性が働きやすく、復職したいと思える職場には3つの特徴がある。1つ目は育休・産休を取りやすい社内の雰囲気や休暇取得の実例があること、2つ目は時短勤務のような女性が働きやすい社内制度があること、3つ目は復職後のブランクや体力面の衰えなどを緩和する社内体制（システム）があることだ。

これらを踏まえ、企業が女性活躍をさらに進めていくには、女性社員が継続して働ける職場づくりに加え、復職を支える仕組みの構築、同業種内・地域内での子育て支援の連携の強化が必要だろう。

（菅野・小原）

TX沿線価値向上の鍵を握る移住者の情報発信力

2016年11月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第7回 つくばエクスプレス（TX）沿線地域

沿線のイメージ向上に向けた取り組みは、地域創生の基本的視点である「地域の特性に即した価値創造」や「東京圏から地方への人の流れを創る」と同様の意味を持つ。そのため、当沿線地域のライフスタイルブランドである「つくばスタイル」を中心に地方創生に活かすための沿線ブランドづくりの今後の方向性を考察した。

「鉄道沿線ブランド」の特異な点は、好むと好まざるとに関わらず、自然に沿線全体のイメージがついてしまうことである。このため、沿線ブランドづくりを進める上で、定住・文化・交流・産業の観点から沿線の価値を整理し、「沿線地域をどういうイメージの地域にしたいのか」という目的を持って取り組んでいくことが重要である。

また、少子高齢化時代を見据えると、TX沿線のイメージづくりにおいて主要な情報の受け手は、女性と高齢者であろう。両者に対し、TX沿線ならではの魅力あるライフスタイルを強く訴求していくことが重要となる。

そのためには、女性や高齢者にとって魅力ある場所であることを示すロールモデル（具体的な行動や考え方の模範となる人）を創造していくこと、広く情報発信し続けていくことが必要となる。とりわけ、移住した人々が送り手となって、まちや暮らしの魅力を発信していくことが、ブランドとしてのつくばスタイルの価値向上、ひいては住民参加型のまちづくりにつながるのではないかな。

なお、TXの場合、鉄道事業と沿線地域づくりの主体が異なるため、他の鉄道沿線地域のように一体的なイメージ向上策を図ることが難しいとされる。沿線全体のイメージ向上には行政区域の垣根を越えた関係者の連携が重要であり、その役割を担うつくばスタイル協議会の活躍に期待したい。

（梶山・奥沢・出井）

様々なイノベーションが地域の成長に不可欠

2017年1月号

地域の発展とイノベーション

イノベーション創出により、地域の課題解決に取り組む試みが全国で進められている。そこで、県内外の様々な分野から「地域の未来を創るイノベーション」を取り上げ、地域での新たな価値創造の動きを追った。

本号では、イノベーションを「分野にかかわらず、経済社会に新しい価値を創造すること」と捉え、各分野の取り組みについて取材した。

各々のイノベーションについて主な特徴をまとめると、第一に、技術革新により新しい市場を創り出すイノベーションは、革新的な技術の開発や既存の技術の組み合わせにより起こっている。

第二に、市場を拡大させるイノベーションは、高い技術力を応用し、ソリューションの提供に発展させることや、仕組みやシステム自体を海外に輸出するといった、優れた経営戦略によって実現されている。

第三に、別々であった産業分野を結びつけることや、地域産業の連携をより広域化することによって、既存のもの同士の新たな組み合わせによるイノベーションが創出されている。

また、公共サービス分野では活用されていない情報から新しいサービス等を生み出す仕組みづくりが、まちづくり分野では土地や空間の魅力を再発見することによって地域ブランドの魅力を創出する試みが進められている。これらの取り組みもイノベーションと呼ぶことができるだろう。

イノベーションが起きている現場に共通することは、事業の継続が可能な組織・仕組みの存在や、イノベーションの創出を偶発性に依拠せず自らの意思で実現しようとする姿勢である。地域の成長にとって多様なイノベーションの創造は不可欠であり、今後も様々な取り組みに注目していきたい。

（小原・荒澤）

**行政は出産・子育て世帯のニーズに即した支援を
2017年2月号**

いばらきの創生を考える2016～2017

第8回 出産・子育てしやすいまちに向けて

各市町村が出産・子育て支援に取り組む中、必要とされる子育て支援の内容は、地域特性により異なると考えられる。第6回調査を踏まえ、子どもを産み育てやすいまちづくりの視点を探った。

国が打ち出す様々な出産・子育て支援策を受け、自治体も金銭面など基本的な支援策の充実を図っている。そこから一歩進み、地域の特性に応じた支援に取り組んでいる市町村も増えてきている。

都市部の多くの自治体では、増加する共働き世帯のニーズに応え、保育所や学童保育等の充実を図っている。若者の流出防止や、結婚を促す取り組みを重視する傾向も強まってきている。

ただし、必要な支援は同一市町村内でも一様ではなく、市街地に対しては保育サービスの拡充、周辺部に対しては子育て世帯の減少や孤立への対応等が求められる。また、非正規雇用やシングルなど、様々な課題を抱えた妊娠婦が増えていることから、事情に応じた公的支援も必要である。

国主導で出産・子育て支援が進むことで、どの市町村に住んでいても一定の支援を受けられる方向に進みつつあることは好ましい。その一方で、多様化する子育て世帯のニーズの把握や、潜在ニーズの掘り起こしが今後の課題となっている。

子育て世帯へのアンケートでは、経済面の不安から金銭的支援へのニーズが強いことや、女性が子育てしながら働ける職場づくりが求められていることが分かった。しかし、アンケートだけで子育て世帯の複雑なニーズを拾うことは難しい。このため、出産・子育てしやすいまちづくりの実現には、行政が様々な支援策を提示・浸透させ、利用者の反応を見ていくことも必要だ。行政関係者には、トライアンドエラーを繰り返しながら、出産・子育て支援策をニーズに合ったものへ近づけていくことが求められている。

(菅野・奥沢)

**団地が目指すべきは“ホームタウン（故郷）”
2017年3月号**

いばらきの創生を考える2016～2017

第9回 県南地域

～ベッドタウンの再生を切り口とした地方創生～

首都圏のベッドタウンとして開発された県南地域の大規模住宅団地において、浮き彫りになりつつある住民の高齢化や施設の老朽化等の課題を整理し、団地再生のための方向性を探った。

県南地域は、高度経済成長期以降、主に首都圏から団塊の世代を中心とした人口流入により、ベッドタウンとして発展した地域である。それ故に、今では住民の高齢化や施設の老朽化など、オールドタウン化が急速に進む地域となっている。

ベッドタウンの再生を図るためには、①買い物難民への対応、②オールドタウン化の歯止め、③自治会活動等のまちのマネジメント機能の低下、の3つの課題に取り組む必要がある。

買い物難民への対応策としては、「用途地域でのきめ細かい運用」や「団地内へのコミュニケーション・コミュニティ施設の設置」等、生活支援サービスの構築が挙げられる。

また、オールドタウン化への歯止めに向けた対応策として、「ホームシェア等による既存施設の活用」「“新しいまち”にするための種地の創造と外部への発信力」など、多世代が住みたくするような多様性の確保が挙げられる。まちのマネジメント機能の低下への対応策として、「地域経営のための自治会組織のネットワークづくり」「行政施策の統合化」等、従来からある慣習や制度の見直しによる組織づくりが挙げられる。

団地再生は、団塊世代が元気な今後10年が正念場となる。高齢者世代にとってはそこで生涯を全うできるまち、子世代にとってやがて帰ってくるまち、つまり「ホームタウン」（故郷）に変えていくことこそが、地方創生におけるポスト・ベッドタウンの方向性と呼べるかもしれない。

(梶山・荒澤・赤津)

求められる従来型の産業立地からの転換

2017年4月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第10回 古河地域

～ポスト産業立地に向けた展望～

17年2月26日に首都圏中央連絡自動車道（圏央道）境古河IC～つくば中央IC間が開通し、茨城県内区間が全線開通となった。圏央道の活用という視点から、古河地域（古河市・五霞町・境町）の現状と地方創生に向けた展望を探った。

当地域は1960年代以降、交通インフラの整備に伴って、製造業を中心に大手企業の工場立地が進み、「しごと」の場が生まれた結果、他地域から若者たちが流入して発展した。しかし、95～00年をピークに人口減少が進み、特に20～34歳の若年層が埼玉県や東京都などへ転出している。住民の通勤・通学や買い物・余暇行動をみても、他都県に大きく依存している。

圏央道の利用について、企業からは、資材の調達や営業の拡大、出張や移動の時間短縮等での効果を期待する意見が多かった。一方で、実際に活用するかどうかにについては未知数との声が目立ち、圏央道の物流利用に関しては、巷間言われるほど大きな期待や具体的な動きにつながっていない現状も窺えた。

また、行政や団体、企業に対して、圏央道の県内区間全線開通の期待や活用という観点からヒアリングを行ったものの、一様に聞かれた声は「人」の問題であった。モノの流れの視点からヒアリングを行った物流業界でも、「人」が喫緊の課題となっている。

人が貴重な時代を迎えた現在、当地域には、地域に雇用を増やすという意味での「しごと」の創出だけでなく、若者が働きたいと思える「しごと」を創り出すこと、すなわち従来型の産業立地からの転換が求められている。「ポスト産業立地」に向けて、圏央道を有効に活用するという新しい発想と動きが期待される。

（廣田・赤津・梶山）

芸術祭は新たな地域活性化のツール

2017年5月号

いばらきの創生を考える2016～2017

第11回 県北臨海地域

2016年に県北地域の6市町を舞台に開催された「KENPOKU ART 2016 茨城県北芸術祭」の評価と課題を整理し、芸術祭やアートを活用した地方創生の可能性について考えた。

展示会場の海側エリアとなった県北臨海地域での関係者へのヒアリングでは、芸術祭が目標を大きく上回る来場者数を記録したことや相応の経済波及効果、パブリシティ効果が確認されたことから、評価は総じて高く、次回開催を望む声が大勢を占めた。

一方で、関係者からは、会場エリアが広すぎたこと、準備不足が原因で経済波及効果をとりにくかったこと、自治体ごとの公平性を確保することが課題に挙げられた。次回開催時にこれらの課題を解決しその効果をより高めるためには、会場や時期の分散、土産商品の開発方法、行政以外の実施主体の参加などの検討が必要である。

また、県北芸術祭を単なるイベントの成功で終わらせることなく地方創生へとつなげるためには、芸術祭をどのように活用するかが重要である。その成否は、「地域の住民や事業者が積極的にアーティストと関わっていくか」、「地元事業者の中からリスクを取ってでも土産商品開発を行う企業が出てくるか」など、地域の姿勢にかかっている。

加えて、全国各地の芸術祭の多くは、自治体の長期的な行政計画に基づいて実施されており、県北芸術祭についても長期的な視点に立った取り組みが欠かせない。

芸術祭は、これまでになかった新しい地域活性化のツールとなる可能性を持っている。今後、県北芸術祭が、地方創生の長期的な計画に位置付けられ、地域のブランドを高めるイベントとして地域活性化に活かされることを期待したい。

（小原・奥沢・赤津）

3. 「いばらきの価値創造」 中間総括

これまでの各調査をもとに、「いばらきの価値創造」調査全体を整理する。

1. 調査期間中の経済社会の変化

まず、調査期間中にみられた経済社会の変化のうち、以下の3つの構造的な環境変化が、地域に現在どのような形で現れているかについて、これまでの調査から確認する。

(1) 人口減少・高齢化社会の進展

2017年1月1日時点の茨城県の人口（推計）は、約291万人で、13年連続で減少している。社会動態は7年ぶりに転入超過となったものの、自然動態では自然減が1965年以降で初めて1万人を超えた。また、高齢化率（推計）は県全体で27.7%に達している。

人口減少社会、高齢化社会の到来で予見されていた「負の影響」は、いばらき圏域においても顕在化している。特に、労働力人口の減少を背景とする構造的な人手不足は様々な産業に拡がっており、経済活動の制約要因となっている。

人口オーナスに起因する経済活動の制約は今後さらに強まり、産業、雇用、教育、医療福祉、まちづくりなど、地域社会の様々な分野で負の影響も拡大していくと考えられる。このため、各々の分野で、人口減の影響を最小限に食い止めるための具体的な対応策が求められている。

(2) 外部との交流拡大

国内需要が総じて低迷する中、いばらき圏域では産業分野を中心に、新たな市場獲得などを目指したグローバル化の動きが目立つようになった。

例えば、高度な技術力を持つ中小製造業者が参加する共同受注体が、欧米での販路開拓を進めている。農業分野では、「ジェトロ茨城貿易情報センター

（ジェトロ茨城）」（14年6月開所）とJAなどが連携し、県内農畜産物の輸出の試みが進められた。

訪日外国人が年間2,000万人を突破する中、いばらき圏域の訪日外国人の入込客数も増加傾向にある。CNNの「日本の美しい風景31選」に選ばれたひたち海浜公園では、ネモフィラの開花の季節に訪れる外国人観光客が急増している。

外国人技能実習生は、県内農業を支える必要不可欠な存在となった。また、中小製造業に就職し、企業の海外展開などで活躍する外国人留学生もいる。こうしたグローバルな経済文化交流は、今後一層強まっていくと考えられる。

一方、県内の広域交通ネットワーク整備は、圏央道の県内全線開通により、概ね一段落した。2020年の東京オリンピックやパラリンピック開催とともに、いばらき国体、第2回県北芸術祭などの県内イベントの開催を控え、陸・海・空の交通網が地域内外の交流拡大に活用され、域外マネーの獲得に結び付くかどうか課題となっている。

(3) 情報やビジネスの流れの変化

経済社会基盤の変化に伴い、商流や物流、ビジネスプロセスなどの変化が一段と進んでいる。

ICT（情報通信技術）の発達やインターネット利用の定着、スマートフォン等の浸透により、情報の流れが変わっている。消費調査からは、茨城県民の消費行動においても、SNSなどのソーシャルネットワークが及ぼす影響が強まっている。

また、ネット通販の普及は、国内物流拠点の再編を促している。いばらき圏域では、圏央道沿線などで物流拠点の立地が相次ぐ一方、運送業界では運転手不足が深刻化している。

今後も、IoTやロボット、さらにAIやフィンテックなどの技術の普及・浸透により、地域を取り巻く

ビジネス環境は様変わりしていくと予想される。その影響は、企業や地域などの対応力次第で、プラスにもマイナスにも現れるだろう。

2. いばらき圏域での価値創造の取り組み

～3つの力を切り口とした整理

こうした環境変化の下、アーク調査ではいばらき圏域における価値創造の取り組みを取り上げるとともに、県外先行事例などを参考に今後想定される取り組みの方向性を提示してきた。

以下では、調査を進める上でのキーワードであった「潜在力」、「デザイン力」、「連携力」を用いて、価値創造の取り組みや、提示した方向性を整理した。

(1) 潜在力：伸びしろのある、活用可能な地域資源

地域の価値創造の取り組みの起点は、地域資源などの「潜在力」の発掘である。

いばらき圏域は、首都圏に近接する立地優位性を持つとともに、他地域に優位性を持つ地域資源が数多く存在する。調査では、自然や食の豊かさや、製造業などの産業集積の可能性に加え、労働市場における女性や高齢者の積極的活用など、圏域内にある様々な潜在力を再確認した。

また、新たな潜在力の発掘のために必要なこととして、水辺などの未利用空間活用の検討、空き家活用などのマイナスの資源のプラスの資源への転化、さらに中古住宅価値を評価する仕組み（評価制度）の構築などを指摘した。

(2) デザイン力：潜在力を掘り起こし、連携に活かす方策

潜在的な資源の顕在化には、様々な資源をつなげたり、仕組みを変えたりするなど、未来を描くデザイン力（編集力や構想力）が求められる。

調査では、「デザイン力」が発揮された具体例として、女性起業家のグループ化や、地域内の農畜水産物をコラボした加工品開発などを取り上げた。

また、今後求められるデザイン力として、まちづくり分野では、現状に即した制度変更や支援体制の

構築、各主体の役割分担の明確化、産業分野では、消費を促すストーリーの構築、観光事業での回遊性のデザインなどを指摘した。

(3) 連携力：デザインした形を実行に移す各主体の力

デザインした形を実行に移す段階では、各主体による「連携力」が必要となる。

調査では、産業分野での企業連携や協議会などによる共同での開発や受注、マッチング事業などを連携力の具体例として挙げた。また、連携力の強化に向けて、産官学連携の裾野拡大、民間の主体的な活動や民間同士の連携を促す行政支援、地域内外の専門家との連携などの必要性を指摘した。

(4) 取り組みと今後の方向性の総括

各調査では、いばらき圏域で未活用となっている様々な地域資源に着目するとともに、圏域内の潜在力の大きさを改めて確認した。

一方、地域活性化事業などにおいて、潜在力を見える化し、効果的な連携力を生み出すには、地域の未来をデザインし、そのために必要な資源や人材を集めるといったアプローチを積極的に取り入れることが望まれる。地域にとって重要度が高い事業では、5年後、10年後を見据えた組織や仕組みづくりが必要であり、そのためには高いデザイン力をもった内外の専門家の協力を求めることも必要だろう。

圏域内での連携の拡がりや新たな連携が、新たな価値創造を生み出すことへの期待は大きい。もっとも、連携する事業が一定の成果を収めるためには、連携力の質が重要であり、中核となる主体の求心力、目標の共有、目標達成に必要な資源と人材の確保が不可欠であろう。

そして、これら3つの力が相乗効果を発揮し、より大きな地域の価値を創造していくことが、地方創生につながっていくと考えられる。

3. これからの地方創生を考える上での視点

地方創生の取り組みは、すでに各地で実行段階に

移っている。現段階でその成果を検証することは早計だが、これまでの調査を踏まえ、今後の地方創生の展開において検討すべき視点を示したい。

(1) 人口減少に対応した地域経営

茨城県内の市町村の多くは、地方創生の目指す「東京一極集中の是正」「若い世代の就労・結婚子育て希望の実現」に向けて、子育て支援の拡充などの“人口減少ストップ”対策に取り組んでいる。

少子化対策、人口流出の抑制は、出来る限り進められるべきである。しかし、当面の人口減少が避けられない多くの市町村の場合、人口流出を緩和しつつ、人口減少にも対応した地域経営が必要と考えられる。

国の資金面での支援についても、社会保障費の膨張などの財政上の制約から、その継続性に関しては限界がある。

このため、県や市町村では、今後公共インフラの整備や行政サービスなどの在り方を検討し、地域で維持するものは何か、変える（減らす）ものは何かを選択していく必要がある。これからの地方創生では、選択と集中の重要性がより一層高まる。その際、住民への福祉水準などを低下させずに賢く規模や機能を縮減させる手法（スマートシュリンク）も検討すべきであろう。

(2) ヒトが貴重な時代への対応

人口減少社会への対応は、「ヒトが貴重な時代」への対応でもある。職場や地域コミュニティの現場で、女性や若者、高齢者などがいきいきと活躍できる地域づくりの推進は、引き続き地方創生の重要なテーマである。行政や企業は、それらを阻害する規制や制度、仕組みの是正に前向きに取り組んでいく必要がある。

また、小規模な市町村では、人口の数よりも、地域にとって有為な人がどれだけいるかが、まちの将来にとって重要である。若者の流出防止策とともに、地域に必要な人材について外部から受け入れる体制を整備するなど、地域の将来を考えた人口政策を進めるべきである。

(3) 希望を創りだす地域（まち）へ

アークでは、地域の価値創造は、「“希望”ある将来の地域像に繋がる、新たな展開の模索」と考えている。

本号の「論説」では、東京大学の玄田有史教授に、地方創生にとって“希望”が持つ意味について論考いただいた。玄田教授の論考を踏まえると、地方創生とは、地方の“希望”創生であると考えられる。

価値創造の試みを通じて、希望を創り出し、それを内外に発信することができる地域（まち）は、圏域や世代を超えてヒトが集まる地域（まち）として、これからも成長を続けていくに違いない。

4. 「いばらきの価値創造」調査 第2ステージに向けて

「いばらきの価値創造」各調査では、これまで詳細な統計データや独自のアンケート調査などをもとに、今後のいばらき圏を考える上での基盤となる調査を進めてきたつもりである。

一方で、各調査を振り返ると、例えば圏域内のデザイン力を駆使した取り組みの掘り起こしや分析が弱い、といった課題も残った。各地での地方創生の取り組みの進展に合わせ、今後のアークの調査研究も、新たなステージへのステップアップを目指していく必要がある。

そこで、常陽アークでは、これまでの調査を「いばらきの価値創造 第1ステージ」とし、今後の年度テーマを「いばらきの価値創造 第2ステージ～ネクスト10 いばらき圏域の10年後を見据えて」と設定する。

「第2ステージ」の各調査では、地域のワークスタイルや暮らしやすいまちづくり、社会インフラ・ネットワーク、地域とIT、持続可能な地域づくりといったテーマについて、地域の将来展望に寄与する分析や提言をより意識した調査を行っていくつもりである。

なお、調査の視点やアプローチの仕方に関する詳細は、次号（JOYOARC2017年8月号）の特集において検討する予定である。