

「令和 6 年度第 2 回阿見町人と自然が織りなす輝くまち創生有識者会議」議事概要

会議等の名称	「令和 6 年度 第 2 回阿見町人と自然が織りなす輝くまち創生有識者会議」
開催日時	令和 6 年 7 月 30 日(火) 午後 2 時 00 分～4 時 00 分
開催場所	阿見町舟島ふれあいセンター 地下 会議室
議題	(1) 阿見町人口ビジョンについて (2) 総合戦略の基本目標及び施策の方向性について
出席者	[委員](敬称略) 牧山 正男、齋藤 光子、島田 美栄子、倉本 尚美、池田 有美、江田 麻裕子、戸田 さつき、山崎 友美子、田島 峰子 [町] 井上 町長公室長 政策企画課：糸賀課長、飯野補佐、野口主任、吉田主事
公開・非公開の別	公開 *傍聴者 0 人
議事結果	1. 開会 2. あいさつ * 有識者会議要綱第 6 条に基づき、牧山委員長に議長を依頼。 3. 議題 (1)阿見町人口ビジョンについて 委員長より、事務局へ議題の説明を求められたので、事務局より説明。 ～資料に基づき説明～ 委員 外国人の人口が増えた理由は分かるか。 事務局 そこまでの分析は、まだできていない。 委員 自転車通勤する外国人をよく見かけるようになった。工業団地などで働く外国人が増えたのが要因ではないか。 事務局 実数まで調査していないため、把握はできていない。 委員 外国の方は独自のコミュニティがある。その方たちが、阿見の住みやすさを発信し、阿見に住もうという流れがあって、増えたのかもしれない。 委員 実穀の周りでも外国人が増えていて、歩いている人を見かける。 委員 外国人の手続きをサポートする仕事をしているので、どれぐらいの人数がいるのか把握している。実際、増加しておりコミュニティも形成されている。日本に中長期滞在するためには在留資格が必要で、そういった関係でヤードも増えている。

委員長	現状として外国人が増えているが、総合戦略の委員会なので、これから先どうするか。外国人が増えているから、人口ビジョン的にもっと増やそうという側に立つという戦略も考えられる。また、まちづくり・地域づくりという観点から国際交流を進めるか。国際教育を小さいうちからする、とかそちらの方に進めるように考えるのがこの委員会の役割である。現状では、あくまでも人口ビジョンでしかないのので現状評価・現状把握のための資料だが、できれば総合戦略に活かせるようにつなげていく。 (2) 総合戦略の基本目標及び施策の方向性について ～基本目標 1 について、資料に基づき説明～
委員	資料の読み方について、参考資料 1 の暮らしやすさの指標。これも大事になってくと思うが、点数づけは偏差値換算か。
事務局	そのようになっている。
委員	そうすると、偏差値換算で算出して 50 点が平均値になってくるので、この 50 が全国平均の 50 から考え、そこから基準値から低い計数の方が気になる。事故犯罪とか割と点数が低く出てるのが気になる。また、自然景観が低いのが意外だなと思う。都市景観・自然景観は割とよさそうな気がする。事故犯罪が偏差値で見ると低い理由はどういうところなのか。
事務局	元データの資料が無いが、総合計画を策定した時の犯罪件数としては、茨城県では自動車盗難が多く、オレオレ詐欺のような巧妙な犯罪の発生率が高くなってきている。全体の発生率としては減っているが、犯罪の巧妙化が進んでいるという傾向にある。
委員	生活するにあたって、自然景観は個人の嗜好だと思うが、犯罪・事故犯罪はかなり気になる部分だと思う。一番高い自己効力感。自己効力感の定義は、自分に決定権があって、自分で決めていける力とかそういう感じだったかと思う。自分らしい生き方と生活をどういうふうにフィッティングしてるのか。それと、自分らしい生き方と、阿見町とどう関わっているのか、こういうところが結構ヒントになる。
事務局	デジタル庁のウェルビーイングの全国調査が行われていて、その数字の拾い上げになっている。
委員	ポイント制みたいになっているのだと思うが、この項目だけで、「はい」とか「いいえ」と聞いているので、どういう質問項目なのかによって、点数が変わってきてしまう。なので、点数が高いところの質問項目がどういう風なのかを知りたい。
事務局	詳しい資料が手元にないので、ご指摘の点を掘り下げて、後ほど資料提供する。

委員	地域分析ナビゲーションの話だが、一番大きなところは生産用機械器具製造業。一方で、この分野の従業員数はそこまで多くなく、3位になっているかと思う。理解としては、まだ従業員を雇う余力があるということなのか。
事務局	生産用機械器具製造業は、工業団地の中でも精密機械を扱う部分になっている。従業員は比較的多くない企業になってることから、従業員数は少ないながらもかなり高額な製品を出している製造業、というジャンルになっている。その為、従業員が少なくとも、製造の精査、こちらの金額が出されているという形で、阿見町の特徴が一番に出てきてるっていう結果が見える。
委員	今の話だと、従業員数が増える余地があるとか、そういう感じではないのか。
委員	資料右側の下に、茨城県のデータがある。有効求職者数と求人数の棒グラフでは、医療分野の求人数は多いけれども、求職者数は少ないとなっている。また、事務職の方は求職者が多いため、求人の方が少ないというようになっている。
委員	付加価値額の読み方として、これがどういう意味を持つ数字なのか、分かっていない。売上収入と金額がダイレクトだったら、その金額がそのまま使われるところだが、付加価値額が見えてこない。これがどういう意味を持って高いということなのか分かってない。付加価値額の収入・売り上げの推移などが、金額的な数字にリンクするとしたならば、従業員数が少なければ少ないほど、違う資料の1人当たりの単位収入があったと思うが、そこは当然リンクしてくることになると思う。 従業員数が少なければ、1人当たりの率が高くなるので、高い数字が出ているということになるその数字を見たときに、本当に個人の効果により収入があると考ええるのと同時に、従業員数が少ないから1人当たりの収入金額が上がっている、という同じ数字をどう捉えるかの側面が出てくると思う。逆に、1人当たりの収入金額が少なくとも、みんながお金を取れる状態に分配されるというような形もあり得るのかと思う。雇用促進ということなのか、平坦にしたところで、と言うのはあるが、全体として雇用が上がる可能性があるのか。また、女性の事務職の求職があるが、求人が少ないというこのギャップが、若い世代が阿見町に定着するとか、出産していくとか。そういった長い目で見たときに繋がっていくのかと思う。出産したら、子どもの学費を考えていくことになって、将来的な家庭の収入。総収入を考えていくことになる。どこからスタートが切り換えられて、手を入れられるか、という点はよく分からないが、そこが全てだと思う。まず、数字の意味が適切なかどうかは不明だが、そこを作っていくというのは、どうしたいのかということからだと思う。
委員長	2人とも同じような疑問を持っていて、このカラフルな図は、現状分析。現状をそのまま伸ばすのか。この委員会では戦略的に、今阿見町が求める産業とは何なのか、それが足りてるのか足りてないのか。多少補えばそこが補強できるのか、それとも真っ新たな状態から作らなければならないのか。そんなところを見極めることが

	重要。 今ある産業の中に、どういうふうに人を補填していこうかという議論で止まっていて、戦略にならない。だから、現状は現状。ただ、現状に対して、町がいま目指すことはどこなのか、それに対して現状とどういうギャップがあるのか。このあたりは考え直しというか、議論のし直しが必要と思う。
事務局	委員長ご指摘の通り、これは現状を示したものの。この中のどの企業・業種が求人を求めているか、その辺が分からないので、ここから議論をしていくのは難しい資料になっている。資料に「地域経済循環図」というのがあり、これは阿見町の中で経済がどう回っているのかを示しているもの。企業が付加価値額を出しており、所得の配分ということが載っており、それが雇用者に付加価値額相当が還元されてるというのが示してある。阿見町の場合は、外からお金が流入してきているところがあり、経済としてはうまく分配がされていて、外からお金が入ってきて、経済が循環しているという風になっている。ここに導くための分析だったりというのが、付加価値額も違ったりするので、働き方を分析できていない。
委員長	総合戦略は「まち・ひと・しごと」の順番になっている。ところが、この地域分析ナビゲーションの資料は「しごと」から始まっている。「しごと」があって、「ひと」があって、「まち」という順番になっており、順番が逆になっている。どちらが先かというはあるが、町があり、こういう町を目指すからどういう「しごと」を持ってくるんだという考え方が本来あってしかるべき。ところが、「しごと」がこうだから、こういうまちづくりになっていきますよ、という資料構成になっている。 ～基本目標 2 について、資料に基づき説明～
委員長	基本目標 1 と 2 を一体的に議論した方がよかったかなと考えているが、仕事があって人の流れができるということが間違いなくあるし、仕事が背景としてきっちりと確立しているからこそ、自信を持って宣伝ができる、というところもあると思う。基本目標 1 と 2 は切り離して議論しては意味がないところかなと思う。 少し補足した上で、目標 1 に関わる話がここに入ってきて構わない。この後、目標 3 の子育て、女性の活躍、若者の活躍。それから目標 4 が暮らしやすさ、定住に関わるような話なので、人を迎え入れるというような意味でいうと、目標 1・2 がかなり密接に関係してくるので、その観点からご意見をいろいろとご提案いただければと思う。
委員	阿見町は大きな企業があるのに、意外と知られていない。ピジョンや雪印は工場見学があるから知っているが、他の企業、大きい会社もあるのだと思うことが多い。なので、目立つところに阿見町の工業団地はこんな企業がある、という宣伝をするだけでもよいと思う。

委員	コロナがあけて、今年から中学生の職場体験が復活したが、町の小さい工場とかに行くことが多く、大きい会社や企業には行けない状態。なので、阿見町にどんな会社があるかを調べて、自分で行きたいところ選んで行けるような環境ができればいいと思う。
委員	魅力の発信は大きな課題だし、これがうまくいくと大きな効果を生むのではないと思う。この間、町でメロンの情報を発信していた。非常におしゃれで、私も SNS で「阿見町でフェアしていますよ」と発信した。町外の人が、町のホームページを見て知るの少ないと思うので、色々なメディアや SNS で発信したら良いと思う。 それと同じように、おしゃれに、現代的にも発信していくことが大事で、町の魅力をどういうふうにして発信していったらいいか、と話題になってると思う。戦略②のペルソナを決めるというのは、とてもいいと思うが、ターゲットの年齢層が広い。20 代から 40 代、そのどこにペルソナを置くかで、大きく違ってしまうと思う。20 代から 40 代ぐらいまでのライフスタイルは違いすぎて、ざっくり広く発信すると、どこにも刺さらない。ペルソナを決めるんだったら、具体的な人物像をたてて、私がなぜ阿見町に移住したのか。阿見町ってこんなところだから、みたいなのを発信していくとか、発信者にファンがつくような魅力的な発信をしていったら、面白いのかなと思う。
委員	農業法人のようなものを阿見町で設立する。サツマイモが足りていないと聞いているので、耕作放棄地でほしいもを作る、という企業を作ってしまうのはどうか。茨大生がそこで就職したい、というような構図を作って、阿見町の特産品を作るというのも一つの戦略ではないか。そうすると、茨大生が定住してくれるかなと思う。境町では、ふるさと納税制度がなくなったらどうしようかということも考えていて、特産品を作る企業を作った。そういうのを、阿見町も考えていいのかなと思う。農業振興課の方が、そういう考えを持っていると思うが、農家のいろいろな物産を、研究し、それを特産品として発信していくようなものは、企画案としてよいと思う。
事務局	農業振興課で、茨大生の体験する内容として農業体験会としては入れるような、各農家さんのところに入ってたような形の切り口の方でやっていた。 中身的には、経営規模の大きい人たちがそういった形態になったりして、なおかつ農業の人たちの方に関しては、PR する販売の方としては、町の方としては販路先の方は、農業農業協同組合がメインだったりするが、その出荷先については商工観光課だったり、農業振興課だったり、出荷先によっていろいろ連携しながらやっている。さつまいもの話も出ましたが、茨城県では「トップランナー」という制度を使って、阿見町でも法人が何個かでき、活動をされているような形にはなってる。そういった流れはあるが、どういうふうに行っているとか、そういう周知不足があるところは、皆さん言われているところ。やってはいるが、その内容が見えない。
委員長	ご意見の中で、ペルソナに関して、20 代から 40 代としてしまうと、20 歳から 49 歳までなので、これは確かに幅が広い。せめて、20 代から 30 代で。 ただ、一番ショッキングなのは、20 代後半の女性の転出が多いということ。人口

が増えてるのに、大変もったいない状況にある。人口増えてるのは、資料を見ると30代・40代の流入。30代・40代の方が荒川本郷に家を求め、流入しているという所が多いことだと思う。20代後半の女性のつなぎとめというのが、阿見町にとって大きな課題になってくる。なので、ペルソナもはっきりと20代後半の女性をターゲットにしていかな、と思う。独身女性でパートナー無し、とかそういうペルソナを一つきっちりと立ててもいい。あまり分散させると目立たないので、まずはそういうところからきっちり作ってもいいかな、と思う。そういう方々に何を発信するかというと、そこで出てくるのが先ほどの基本目標1の絡みで、やっぱり仕事。それから、仕事をしている男性。今は男性が仕事してるっていう言い方するとSDGsの時代に合わない。

どういう企業がある、というのは阿見町にとって重要だし、場合によってはさらなる企業誘致の働きかけをしていいところだと思う。この委員会では難しいところかもしれないが、そういう議論があってもいいと思う。

それから、阿見町にはメグミルクがあって、岩谷産業があって、いろいろな企業があるが、それに加えて忘れてはいけないのが、医療大があって、茨大の農学部があること。医療と農学の町でもあり、もっと言えば大学がある教育の町である。ここは、もっと出さないともったいない。再三、この委員会で申し上げてることだが、阿見町として、もっと教育は打ち出していくべきだと思う。そこに、先ほどの話でいう、外国人がこんなに多いということで、国際っていうことが入ってくるかもしれない。

また農業に関して、なかなか知られていないが、メロンが取れてスイカが取れてレンコンが取れてと、どれも単価が高い。かぼちゃもあるし、稲作もやっているし、農業に関して何でもやってるところ。ただ、耕作放棄地が多いのも事実で、自給率の観点でいうと、さつまいもはとても重要な作物で、面積当たりで採れるカロリーが一番高い。

そういうことも踏まえた上で、先ほどのこの付加価値額の図だと、農業が一番下である。だから、農業が霞んでしまう。だから、農業とか、それから医療はこう目指す。医療とか介護はこう目指すところがあり、教育も真ん中にあるが、こういうのをもっともっと引き出し、目立たせてやっていくようなことを考えていいのではないか。だから、この目標から目標値を立ち上げるような、そういうことを考えてのいいかなと思う。

～基本目標3・4について、資料に基づき説明～

委員

目標3の教育に関することだが、保育所の需要の増加が継続している。保育士に限らず、学校現場でも教員の不足がとても大きな問題となっているが、教員の場合は県が採用しているため、町独自で何かというのは難しい。保育士を確保するというのは、大きなことだと思う。保育士が不足すれば、良い保育はできないし、多くの子どもを預かることもできない。具体的な策としては、やはりお金だと思う。働きに行こうと思ったら給料が高い方に行く。給料が高い方に行けば、自分の生活が安定する。通勤のしやすさというのもあると思うが、やはり給料は大きな魅力の一つだと思う。阿見町は近隣に比べるとそれほど給料がよいわけではない。財政的な

	ものがあるので、難しいとは思いますが、その辺りを考慮していただけるとよい人材が集まるし、そこで競争が発生すればよい人材を獲得することもでき、質も上がってくると思う。教育の現場でいくと、支援金等があるけれども、それも近隣から見たときに阿見町の相場はどうなのかな、というのを意識していただきたい。 PR にこだわって、この町で子どもを産み、学ばせたい。この町はこれだけいい教育している、というのをアピールしなければいけない。牛久市では、方針が少し変わってきていて、学び合いを発信している。近隣に写真を配ったり、新聞とかに働きかけて記事にしてもらったりして、新聞社なんかには学校独自でこういう授業があるとアピールすると、興味があったら取材に来て、何も記事がない時に入れてくれる。教育委員会がいろいろな学校行事をアピールできるようなところを情報提供してもらいたい。
委員長	重要なお指摘で、「まち・ひと・しごと」総合戦略の基本的な立てつけが数の議論。人口ビジョンから始まっているということは、いかに人を増やすかということ。つまりは「量」だけの議論をしていて、質の議論が、この地方創生と総合戦略の基本的な立てつけの中に含まれていない。 保育士さんの質の話と言うとかなり語弊がある言い方にはなるが、そういう議論に踏み込んでいただいた。これは重要なことで、教員・教育に関しても質の話、総合戦略の中から、質の議論は落ちやすい。そこに、あえて踏み込んだ議論はしておきたいし、阿見町ではそういった議論ができる環境がある。それができないような地域ではないので、そういう議論をできればというふうに思う。
委員	資料を見ると、待機児童は解消できたと断定されているが、これはどういう事情で解消できたのかお聞きしたい。
事務局	「待機児童」と「潜在的待機児童」を区別しており、待機児童は確かに解消しているが、希望する保育所に入れず待機になっている方は、潜在的待機児童という扱いになっている。 例えば、荒川本郷にお住まいの方が、南平台保育所は空いているが、そこを希望しないとなると潜在的待機児童という扱いになってしまう。実は、そういった潜在的待機児童は、100 名とか、そういった単位で発生している。そこを解消するために保育所の誘致を進め、新たに 2 つの民間の保育所ができるので、そういった取り組みをしている。
委員	役場で聞いたところ、待機児童は 3 件だということを耳にした。やはり、自分の地区の近くでお願いしたいところで、待機児童が解消されたというのは少しどうかと思う。
委員	先ほどの、数の議論と質の議論になるが、質が上がると、最終的にはそれが数に繋がっていくということだと思う。女性が出産適齢の対象年齢を 20 代とするのは厳しいと思う。今は 30 代の出産が増えているので、少し年齢が上がっていると、むしろバランスがいい地域だったりするので、もっと幅を広げ、対象のゾーンはもう

	少し広げてもありかなと思う。 町の中で人の流れと言った時に、基本目標で2通りに分けているが、最初の資料でもあったように、休日の時に流出している状態。定着して住んでいく人たちにとって、日常生活はOKだけどなぜ出ていくかという、恐らく、遊びだったり、お買い物だったりだと思う。アウトレットで買い物する時は、スペシャルな買い物。日曜にショッピングに行き、映画とか娯楽施設が周辺にあるところがない。周辺だと、土浦だったり、つくばだったり、その兼ね合いが出てくると思うが、週末・休日でも阿見で過ごす率っていうのは、上がるのかなと思う。住んでいる人の数と、イコール質にもなってくると思うが、インスタントで入ってくる、観光であったり、知名度で動いてくる人口と2通り、基本目標として分けてあると思う。そう言った時、基本目標2の新たな人の流れを作るっていう点でいった時には、やはりシティプロモーション系の充実と同時に、シネコンとかが今できることだと思う。オタ活というのは、今は60代までアンケートを取るぐらい増えている。阿見町のいろんなジャンル。工業地域もあれば、自然豊かなところもあり、この会場はヨーロッパ風の風景だし、シネコンで使うっていうのは、交通量も多いわけではないので、使いやすい状態で、よいと思う。シネコンとかドラマに出た瞬間の人の移動の数は多くなり、1年前のドラマでも人が流入してくる状態。今でも、ガルパンは話で上がるわけで、そちら側のイメージ戦略。もちろん、タイトルをつけたペルソナをつけ足したプロモーションもあるが、イメージ的な戦略の人を呼ぶ流れと観光資源。農産物であったり、来た人に対して、阿見にくるとあれもこれもできる、というプラスを与え、そこに付加価値はつけられるのかなと思う。もし、観光事業などの部分が盛り上がってくると、観光に対しての事務であったり、その他いろいろな窓口としての女性の活用の中場も出てきたりするのかなと。インスタントから定着を2通りに分けて、インスタントの方が最終的に定着に繋がるという流れの考え方女性の生活のしやすさはありだと思う。
委員	ロケの話が出ましたが、阿見町は何回もロケに使われてる。実穀の竹林だったり、結構使われてはいる。なんで宣伝しないのかというと、ロケする側が宣伝して欲しくないから。
委員	そうすると、観光地としてのところで言うと、希望しない方が多いということになるのか。
委員	ロケをしている側が、オープンにされて、撮影している時に来られると困るということ
委員	龍ヶ崎の公園もロケに使われていたが、そこにみんなして行く、ということはなかなかないと思う。人を呼ぶために、阿見町としてあそこは使える施設です、と宣伝に使うのは。
事務局	フィルムコミッションというものをしており、そこできたものについては、映画の撮影がありました、とかPRしている。例えば、美浦は、ゴジラの映画ロケ地と

	して、かなり売り出しており、そういう展開に当使われている。医療大も仮面ライダーのロケで使われている。確かに、それを広報の方でうまく発信できていないところはあと思う。広報として使えるものもあるし、事業者の方で公表はオフにしてるものもある。フィルムコミッションとして通してきたものは、大体は発表できるようなものだと思う。
委員	撮影中は人を呼ぶなとか、場所は内密にしてということをやっているが、終わった後は基本的に発表があると思う。エンドロールで協力者として挙がってくる。使ったんなら、推し活は長いので、人の流れっていう点ではありかなと思う。
委員	先ほどの話ですが、20代で外に出てしまうのは、ある意味しょうがないと思う。
委員	大学生とかを見ていても、1回は外に出たいという気持ちもあり、外に住んでみたが、阿見に帰ってきて、外と比べると阿見の方がいいな、ぐらいの感覚の方が、むしろ現実味があるのではないかなと思う。阿見に戻って、親もいるしとか、地元に戻って子育てしたいな、という方が、戻りやすい感覚だと思う。先ほど述べたように、20代というよりは、子どもを育てる年代が住みたい、というようなところに絞るのが現実的なのではないかなと思う。 それから、町民アンケートを取ってるのはとてもいいと思う。回答内容の内訳が大事で、例えば、年齢の対象が20代から80代までか分かりませんが、今日の資料としてはありだと思う。今日の話題のように、20代後半から30代・40代にかけての方々をターゲットにするのであれば、年代別でアンケート結果を出す方が、結果が違ってくることが結構あると思う。調査する時は、年代別・性別ごとに出していただく形で、ある程度見えてくると方向性が違ってくと思う。可能であれば、ある程度分けてニーズが取れると思う。
事務局	アンケートは年齢と性別もお聞きしているので、例えば20代から30代の女性はどうか回答しているかといった情報をお伝えできる。
委員	今、ターゲットがちょっと見えないので言いづらいのだが、地域別にデータがあると、例えば、この地域では流出が多いというのであれば、その地域のこと分析できるかなと思うし、そこまで詳細にいかない場合でも、年代と性別が分かると、よいデータではないかなと思う。
事務局	元データがあるので、次回の会議でお示しする。
委員長	皆さんからご意見をいただいて、20代後半から30代半ば、という言い方が正しいのかどうかだが、それぐらいの年代がターゲットになると思う。結局、独身女性というふうなペルソナにターゲットを一つ絞るだけでも、随分とペルソナづくりが楽になってくる。 一時的なコンテンポラリーなシネコンというお話もありましたが、チャレンジショップっていう話が前回から出ており、空き家を使ったチャレンジショップ。ふれ

事務局	あいセンターとか公民館とか、そういうのをを使ってチャレンジショップとかチャレンジ体験とか、映画鑑賞会とか、町の撮影場所になった映画の上映会をやるとかもよい。 町の負担にならないように考えていかななくてはならないが、そういうことを考えると、NPO 的な企画組織を一つ立ち上げた方が楽になってくる。人の働き場ができ、事務局的に活躍する方々が必要となれば、そこが女性の働き場ということになっていくし、そのあたりを立体的に考えることも可能だと思う。 目標値の中にチャレンジショップがあるけれど、そういうところは創業支援も上がってくるのかなと。それとの抱き合わせで、町を盛り上げるための様々な企画を自由自在に組めるようなそういう組織があってもよい。阿見町の明日を考える会とか、そんな名前をつけてもよい。 このナビゲーションのフォーマットは、恐らく各市町村へこのフォーマットで用意しやすいようなテンプレートが出来上がっているのだと思う。もう少し立体的に立て直し、まとめ直し、組み替えて、よりよい目標の作り方にしていくことを議論させていただく。恐らく、基本目標 1・2・3・4 がもう少し有機的にまとまるものになると思う。どのような総合戦略を立てつつ、それに向けての総合戦略を立てた上で、KPI を立てるということになる。 4. その他 ～今後のスケジュールについて、資料に基づき説明～ 5. 閉会 それでは以上をもちまして本日の第 2 回の有識者会議を閉会とさせていただきます。本日はご出席をいただきまして、ありがとうございました。 以上
-----	---

阿見町