

常総で稼ぐ！

解説版



常総市産業振興ビジョン

2019.2020.2021.2022.2023

産業と暮らしが調和し、
未知なる可能性を創造するまち

常

総

2019年5月

常 総 市



「常総で稼ぐ！」



元号が「平成」から「令和」に変わる新たな時代の幕開けのとき、常総市のこれからの産業の指針「産業振興ビジョン」を策定しました。

この産業振興ビジョンは、時代とともに変革する社会の中で、常総市の産業をイノベーションしていくための基本的な考え方をまとめたものです。

常総市は、圏央道常総インターチェンジ周辺において、「アグリサイエンスバレー構想」の実現に向け、農業を活かした産業振興や企業誘致を図るとともに、産業の拠点となる「道の駅」の設置を計画しております。この道の駅ができることにより、今後、新たな人の流れが生まれ、市内の観光や商業の活性化、交流機会の拡大により、市内全体への波及効果が期待されます。

また、現在、「鬼怒川緊急対策プロジェクト」として国土交通省や流域の自治体と連携し、鬼怒川の堤防をサイクリングロードとして利用するための整備が進められております。近年、趣味と健康づくりを兼ね、サイクリングの人気の高まっていることから、サイクリングロードに多くの人を呼び込み、さらに街なかにも人を誘導し、観光施設や商店街と結びつけるような仕掛けづくりが重要と考えます。

一方、工業分野において、常総市は市内に4つの工業団地があり、団地外にも数多くの工場があります。なかでも製造業、食品加工業が盛んで、製造品出荷額は県内でも上位に位置しており、卓越した高い技術力により、市の基盤が支えられていることをあらためて実感するところです。

今、世界は、人工知能、ロボット、IoTなどが目覚ましい進歩を遂げています。これを受けて、政府は「未来投資戦略2018」を策定し、新しい製品やサービスを提供する研究開発をおこない、経済発展と社会課題の解決を両立させる社会、「Society5.0」の実現に向けた施策を推進しています。

当市においても、先端技術企業と連携を図るなど、産業に新しい風が吹いております。

この産業振興ビジョンでは、「常総で稼ぐ！」をテーマに、産業に関わる方のみならず、高校生や大学生とのワークショップやアンケート調査を実施するなど、新たな産業の方向性を多くの方と共に検討し策定してまいりました。市内の産業をイノベーションするためには、市民の皆さまや企業の皆さまと共に考え、共に新たな価値を創造し、共に取り組んでいくことが重要ですので、今後も皆さまと対話し、産業振興に繋げていきたいと思っております。

結びに、産業振興ビジョンの策定にあたり、貴重なご意見をお寄せいただいた多くの皆様をはじめ、産業振興ビジョン策定委員の皆様にご心からお礼申し上げます。

令和元年5月

常総市長

神尾岳志

目次

第1章	策定の趣旨	
	1 趣旨	1
	2 常総市の抱える課題	1
	3 産業振興ビジョンにおける常総市のSDG s 達成に向けた取組の推進	2
	4 地域課題解決に向けたモビリティ革命	4
第2章	計画の位置づけ	
	1 市関連計画との関係	5
	2 計画期間	7
	3 計画の見直し	7
第3章	常総市の概要	
	1 常総市の概要	8
	2 常総市の歴史	8
第4章	常総市の産業	
	1 常総市の人口	9
	2 統計データからみた産業の現状	10
第5章	将来像及び計画の体系	
	1 目指すべき将来像	14
	2 計画の体系	14
第6章	“稼ぐ”戦略	
	1 商業で“稼ぐ”	15
	2 観光で“稼ぐ”	18
	3 工業で“稼ぐ”	21
	4 道の駅×産業で“稼ぐ”	24
資料	1 計画策定の体制	
	2 策定の経緯	
	3 産業振興ワークショップ	
	4 アンケート調査からみた市内事業所の現状	

第1章 策定の趣旨

1. 策定の趣旨

日本社会を取りまく環境は、少子化・高齢化により人口減少が進んでいます。常総市（以下、「本市」という。）においても2004年をピークとして人口減少の局面に突入しています。日本経済は、新たな成長戦略の取組により、緩やかな回復傾向が見られますが、地域経済の縮小、東京圏への一極集中、さらなる地域経済の縮小という負の連鎖は依然として続いており、地方企業においては、なお厳しい状況が続いています。

そのような課題を乗り越え、さらに本市が抱える多様な資源を最大限に活かしながら、あらゆる可能性を模索し、市民と行政との協働により新しい価値を見出し、創造していくため、「常総市産業振興ビジョン」を策定します。

「常総市産業振興ビジョン」では、本市の産業について、【商業・工業・観光・道の駅】の4分野を大きな柱とし、具体的な方針を示します。

2. 常総市の抱える課題

—今何が起きているのか—

外部要因として、最も影響を与えていると考えられるのが、「**人口減少・少子高齢化**」

さらに、各分野において、**多様な内部要因**があり、その課題を現状放置した場合、さらなる悪化のおそれがあるため、**早急に打破しなくてはならない。**

→**スピーディーな実行と具体的なアクション**

が求められています。

／**実現可能・持続可能・発展可能**

人口減少・少子高齢化

外部
要因

商業	観光
<ul style="list-style-type: none"> ・担い手不足 ・廃業による商店数の減少 ・空き店舗の増加 ・商店街の衰退 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源を活かしきれていない ・情報発信の不足
工業	道の駅
<ul style="list-style-type: none"> ・産業集積エリアの不足 ・雇用の確保が困難 	<ul style="list-style-type: none"> ・商業、工業、観光との連携不足



アクション・変革



常総ビジネスプランコンテストの様子

3. 産業振興ビジョンにおける常総市のSDGs達成に向けた取組の推進

(1) SDGs — Sustainable Development Goals — とは

SDGsは、2015年9月の国連サミットで採択された2030年までの長期的な開発の指針として採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中核を成す「持続可能な開発目標」であり、先進国を含む国際社会共通の目標です。

持続可能な世界を実現するための包括的な17の目標及び細分化された169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人として取り残さない」社会の実現を目指し、経済・社会・環境をめぐる広範囲な課題に対する総合的な取組が示されています。

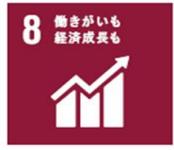


(出典：国連広報センター)

(2) SDGs 17の目標と地方行政との関わり

SDGsに示される多様な目標の追求は、日本の各地域における諸課題の解決に貢献し、地方の持続可能な開発、地方創生を推進するものです。指標の中には、グローバルな視点からの提案も多く、各地域の現状や課題を踏まえ、落とし込むことが重要となります。

また、市で定める各種計画への導入に際しては、「マッチングに留意した上で、SDGsの特徴を生かした政策ビジョンを策定することが必要であり、既存政策との連携においては、重複回避や効率化の観点から企画立案・実施のパッケージ化やワンストップ化に配慮することが効果的である」と示されています。（「地方創生に向けた自治体SDGs推進のあり方コンセプト取りまとめ」/自治体SDGs推進のための有識者検討会）そこで、本ビジョンにおけるSDGsとの関係性を以下に示します。

SDGs 17の目標（抜粋）	本ビジョンとの関係性
 <p>目標 8 「働きがいも経済成長も」 すべての人のための持続的、包括的かつ持続可能な経済成長，生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する ※ディーセント・ワーク…公正な所得，安心できる職場と家族の社会保障，自己啓発と社会的統合のよりよい見通しを提供できる生産的な雇用を誰もが得られる機会を意味する。</p>	<p>戦略分野1 商業 → 商業で "稼ぐ"</p> <p>戦略分野3 工業 → 工業で "稼ぐ"</p>
 <p>目標 9. 「産業と技術革新の基盤をつくろう」 強靱なインフラを整備し，包摂的で持続可能な産業化を推進するとともに，技術革新の拡大を図る。</p>	<p>戦略分野1 商業 → 商業で "稼ぐ"</p> <p>戦略分野3 工業 → 工業で "稼ぐ"</p> <p>戦略分野4 道の駅 → 道の駅×産業で "稼ぐ"</p>
 <p>目標 11. 「住み続けられるまちづくりを」 都市と人間の居住地を包摂的，安全，強靱かつ持続可能にする。</p>	<p>戦略分野1 商業 → 商業で "稼ぐ"</p>
 <p>目標 17. 「パートナーシップで目標を達成しよう」 持続可能な開発に向けて実施手続を強化し，グローバル・パートナーシップを活性化する。</p>	<p>戦略分野1 商業 → 商業で "稼ぐ"</p> <p>戦略分野2 観光 → 観光で "稼ぐ"</p> <p>戦略分野3 工業 → 工業で "稼ぐ"</p> <p>戦略分野4 道の駅 → 道の駅×産業で "稼ぐ"</p>

4. 地域課題解決に向けたモビリティ革命

国土交通省では、高齢化が進行する中山間地域における人流・物流の確保のため、「道の駅」等を拠点とした自動運転サービスの2020年までの社会実装を目指し、実証実験を実施しています。

さらに、これらの実験データを活用しながら、産学官が連携して、貨客混載や観光などの地域の特色を踏まえたビジネスモデルを検討するため、「中山間地域における道の駅等を拠点とした自動運転ビジネスモデル検討会」が設置されています。

本市においても、小学校への電車通学、バス通学対策、高齢者の外出支援策など、広範な課題を解決できる自動運転サービスに対し、関係機関と連携し、検討を行っていく方針です。

自動運転の目的

○ 死亡事故発生件数の9割超が「運転者の違反」に起因。
○ 自動運転の実用化により、運転者の違反に起因する交通事故の大幅な低減が期待される。

法令違反別死亡事故発生件数 (平成28年)

3.4%: 歩行者、その他に起因

96.6%
運転者の違反

『平成29年版交通安全白書』より
平成29年の交通事故死傷者・負傷者数

死者数	3,694人
負傷者数	579,746人

自動運転の効果例

交通事故の削減

自動で周辺車両や前方の状況を確認して危険を回避してくれるので安心だね!

少子高齢化への対応・生産性の向上

トラックドライバーの約4割が50歳以上

出典：総務省「労働力調査」(平成27年)

(地方部を中心に) 移動手段が減少

路線/1日のあたり運行回数 (1970年を100とした指数)

高齢者等の移動支援

自動運転のお陰で遠出も可能になり行動範囲が広がったよ。

国際競争力の強化

国内輸送の更なる効率化

パッケージ化

技術・ノウハウに基づく国際展開

渋滞の解消・緩和

渋滞時でも自動で最適な車線、車間を選んでくれるのでスムーズに走れるよ!

自動運転のレベル分けについて

システムによる監視

ドライバーによる監視

- レベル5** ○完全自動運転
常にシステムが全ての運転タスクを実施
- 特定条件下における完全自動運転
特定条件下においてシステムが全ての運転タスクを実施
- 条件付自動運転
システムが全ての運転タスクを実施するが、システムの介入要求等に対してドライバーが適切に対応することが必要
- 特定条件下での自動運転機能(高機能化)
【例】高速道路での自動運転モード機能
①遅いクルマがいれば自動で追い越す
②高速道路の分合流を自動で行う
- 特定条件下での自動運転機能(レベル1の組み合わせ)
【例】車線を維持しながら前のクルマに付いて走る(LKAS+ACC)
- 運転支援
システムが前後・左右のいずれかの車両制御を実施
【例】自動で止まる(自動ブレーキ) 前のクルマに付いて走る(ACC) 車線からはみ出さない(LKAS)

ACC: Adaptive Cruise Control, LKAS: Lane Keep Assist System

官民ITS構想・ロードマップ2017等を基に作成

*1 (株)SUBARUホームページ *2 日産自動車(株)ホームページ *3 本田技研工業(株)ホームページ
*4 トヨタ自動車(株)ホームページ *5 Volvo Car Corp.ホームページ *6 GNET JAPANホームページ

4

(出典：国土交通省ホームページ)

第2章 計画の位置づけ

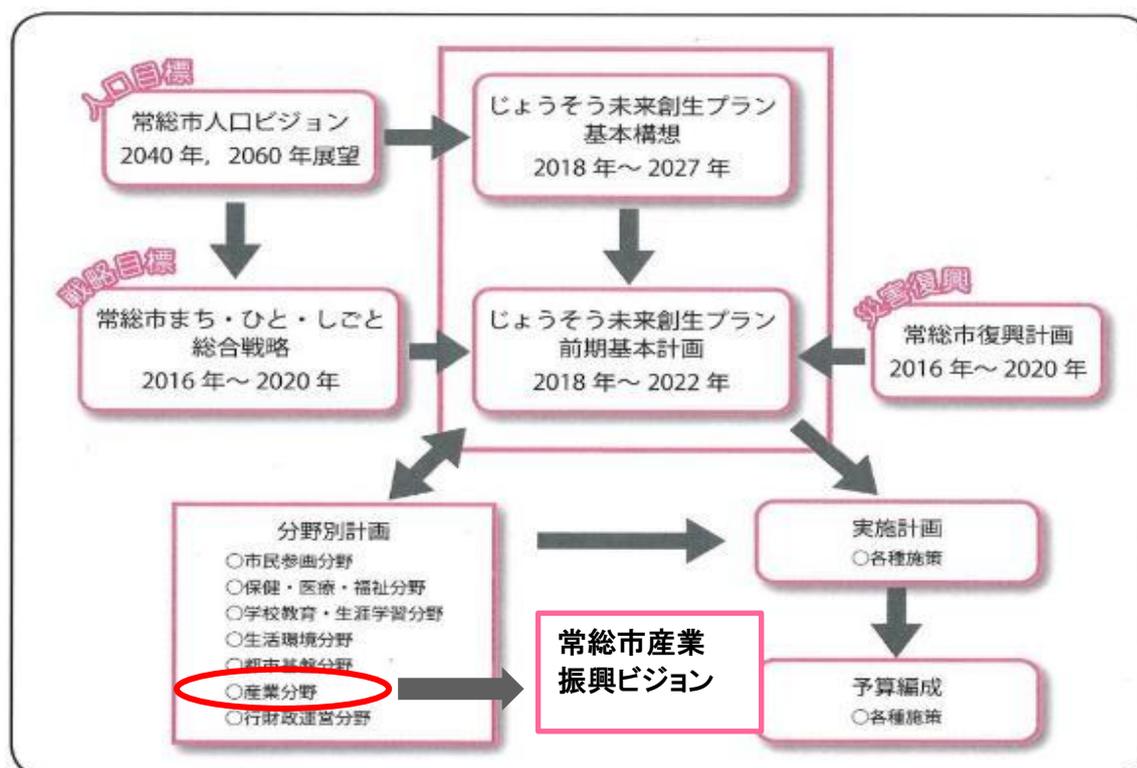
1. 市関連計画との関係

「じょうそう未来創生プラン」は、「常総市復興計画」及び「常総市人口ビジョン」「常総市まち・ひと・しごと創生総合戦略」と連携を図り、「みんなでつくる しあわせのまち じょうそう ～あの人がいるから♡このまちがすき～」の目指すべき姿として、本市全体の方向性を示す計画です。「じょうそう未来創生プラン 基本構想」は、長期的展望のもと、本市の目指すべき理念を定め、将来像や土地利用構想、将来人口を示し、まちづくりの基本的な方向である施策大綱を表し、「じょうそう未来創生プラン 基本計画」では、基本構想に基づき、将来像実現に向けての手段となる施策の基本方向を定めています。

「常総市産業振興ビジョン」は、「じょうそう未来創生プラン 基本構想」に掲げる施策大綱の「分野別計画」における「産業の振興」を具現化するためのアクションプランです。優先的に取り組むべき課題を選定し、計画の実現に向け講じる具体策を示します。

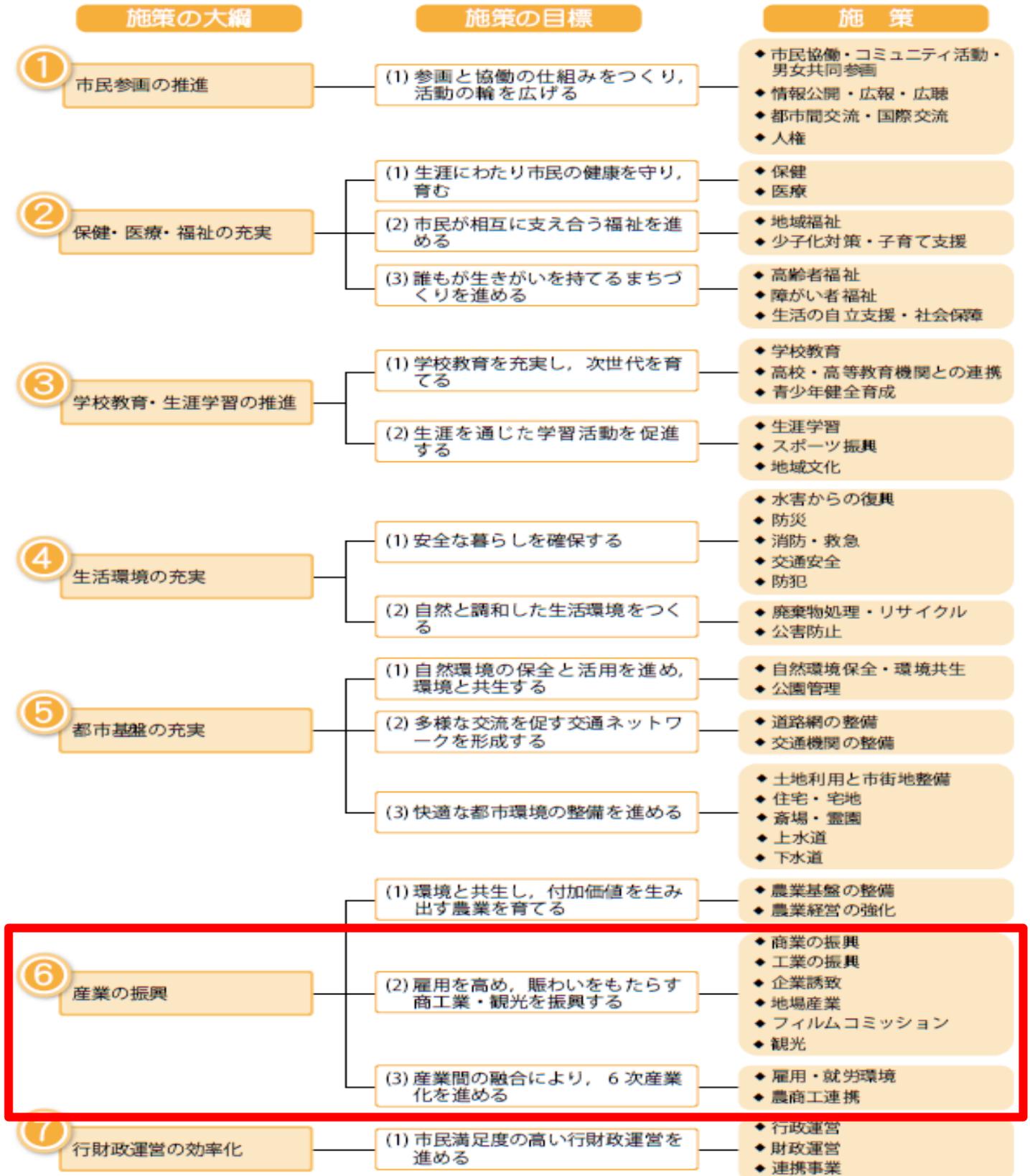
*アクションプランとは、目的を達成するため「いつまでに」「何を」「どうするか」を定め、具体的な方向性を示すものです。

全体関係



「じょうそう未来創生プラン基本計画」 施策の体系

施策の体系



2. 計画期間

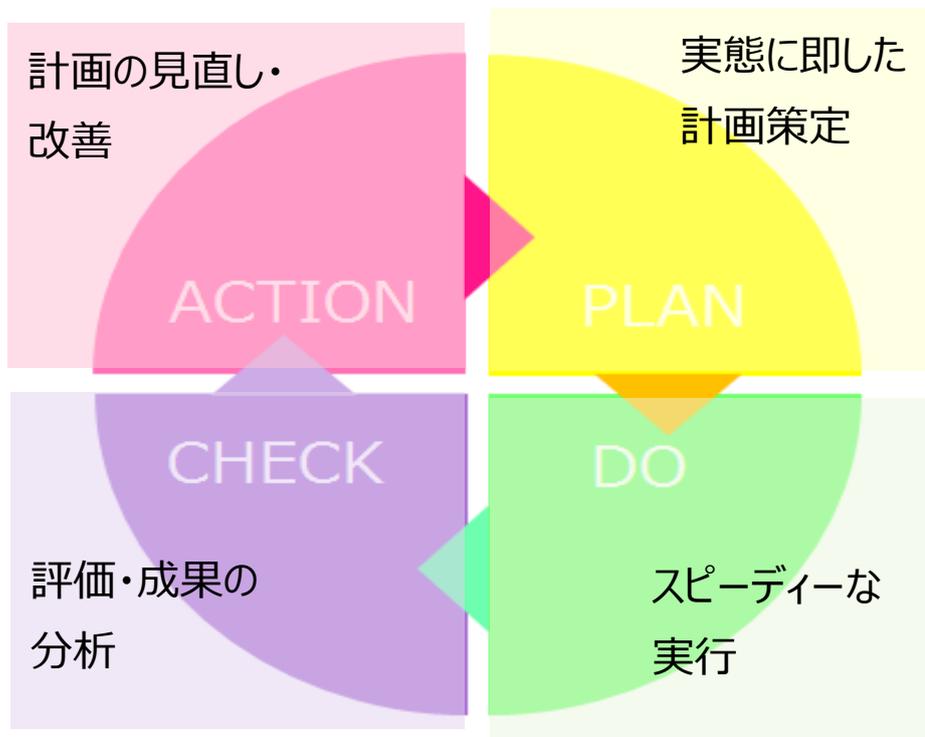
「常総市産業振興ビジョン」の対象期間は、2019年度から2023年度までの5年間です。4分野における施策目標を達成するため、5年先の将来を見据えながら、1,2年先までに実行する【短期計画】と、概ね5年先までに実行する【中長期計画】で構成します。

各分野のアクションについては、個別に計画期間を定めます。



3. 計画の見直し

PDCAサイクル（計画→実行→評価→改善）のもと、設定した目標の達成状況を評価・検証し、着実に計画が実行できるよう、進行管理を行います。計画が計画で終わることのないように、PDCAサイクルを実行し、実現できなかったものについては、何が原因かを分析し、見直しを行いながら進めていきます。



PDCAサイクルの展開

第3章 常総市の概要

1. 常総市の概要

本市は茨城県の南西部、都心から55キロメートル圏内に位置しており、東はつくば市・つくばみらい市、西は坂東市、南は守谷市、北は八千代町・下妻市にそれぞれ接しています。南北は約20km、東西は約10kmの広がりを持ち、面積は、123.64km²です。標高は約5～24mで、気候は、太平洋型の気候であり、四季を通じて穏やかです。

本市のほぼ中央には一級河川の鬼怒川が流れており、東部の低地部は広大な水田地帯となっています。西部は丘陵地となっており、集落や畑地、平地林が広がっていますが、住宅団地や工業団地、ゴルフ場なども造成され、近郊整備地帯として都市機能の強化も図られています。

道路体系は、本市を南北に国道294号、東西に国道354号が整備されています。また、周辺市町村と連絡する主要地方道や一般県道があります。さらに、本市のほぼ中央部には首都圏中央連絡自動車道が開通し、広域道路網の整備が進んでいます。鉄道については、南北に関東鉄道常総線が走り、取手方面と下妻・筑西方面を結び、守谷においてつくばエクスプレスと接続し、東京都心などへの所要時間の短縮により通勤圏の拡大が進んでいます。



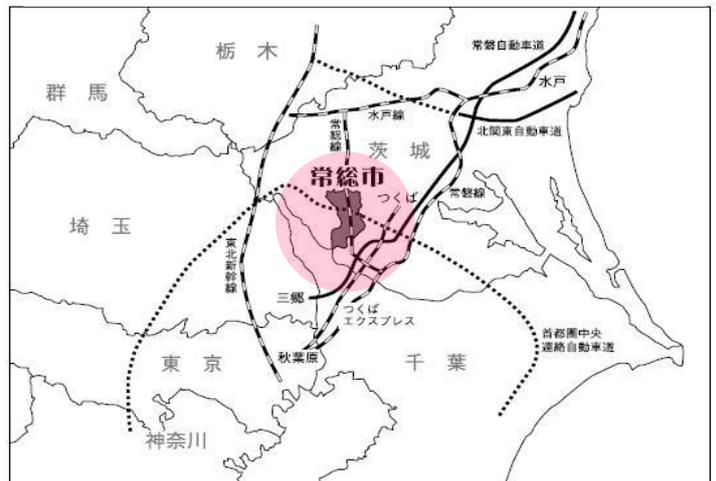
市章の由来(平成18年1月1日制定)

常総市の頭文字「じ」を基調にして、自然と調和したまちを表現。豊かな自然や肥沃な大地、清流、活力ある未来、心豊かな暮らしをイメージし、「創造と活力に満ちた ゆとりとうるおいのまち」を表現しました。

常総市民憲章(昭和44年7月22日制定・平成18年1月1日一部改正)

わたくしたちは、常総市民であることに誇りと責任を感じ、住みよいまちを築くために大きな希望をもって、ここに市民憲章を定めます。

1. 自然を愛し、美しいまちをつくりましょう。
1. お互いに助け合い、明るいまちをつくりましょう。
1. 元気で働き、楽しいまちをつくりましょう。
1. きまわりを守り、清らかなまちをつくりましょう。
1. 文化を育て、豊かなまちをつくりましょう。



2. 常総市の歴史

太古の水海道地方では、採集経済の成立により、鬼怒川西方台地上にいわゆる縄文人と呼ぶ人々の生活が営まれます。また、古墳時代の出土品からは大和朝廷の支配が当地に及んでいたことがうかがえます。

奈良時代になると、現在の千葉県市川市に国府を置く下総の国に所属。平安時代には鬼怒川両岸に定着して墾田を行う集落も出始めます。大生郷天満宮をはじめとする神社ができたのもこの時代で、水海道という地名は、平安時代の武将、坂上田村麻呂がこの地で馬に水を飲ませた(水飼戸【ミツカヘト】)という故事に由来するといわれています。鎌倉時代の当地は、農業経営の成立が古文書(年貢帳)から垣間見える一方、浄土宗を中心に新しい仏教文化が展開し、多くの寺院が建立されました。

江戸寛永年間(1624年～43年)には、関東郡代伊奈家3代にわたる河川改修事業により鬼怒川が利根川と直結。水海道は江戸と下総、下野、会津方面を結ぶ水上輸送の中継地として栄えることとなります。

明治維新後の明治8年(1875)、当地は茨城県の管轄下に入ります。同23年には町村制のもと、現在の水海道市の母体となる旧1町9カ村が発足。大正2年(1913)には常総鉄道(関東鉄道)が開通し、従来の船便に代わる軌道交通が当地の経済発展を大きく促しました。

昭和に入ると、日本は明治以来の対外膨脹政策のなか、不幸な戦争の歴史へと突き進み昭和20年(1945)に終戦を迎えます。日本が真の民主主義国家としてその歩みを始めるなか昭和29年(1954)、水海道町と豊岡村、菅原村、大花羽村、三妻村、五箇村、大生村、坂手村の7カ村が合併して市制施行。翌30年に真瀬村と十和村の一部を、31年に菅生村と内守谷村を編入し、平成18年(2006)水海道市と石下町が合併して現在の常総市の市域となっています。

第4章 常総市の産業

1. 常総市の人口

我が国の人口は、平成20年（2008）をピークとして、人口減少局面に入っています。本市においても、同様の傾向であり、年々人口が減少しています。

平成27年（2015）に発生した「平成27年9月関東・東北豪雨災害」による大規模水害の影響を受け、転出が加速化傾向にあり、さらに20歳代から40歳代の子育て世帯で急増しています。「常総市まち・ひと・しごと創生 人口ビジョン総合戦略」では、2060年の本市の人口は、36,363人まで減少すると推計されています。

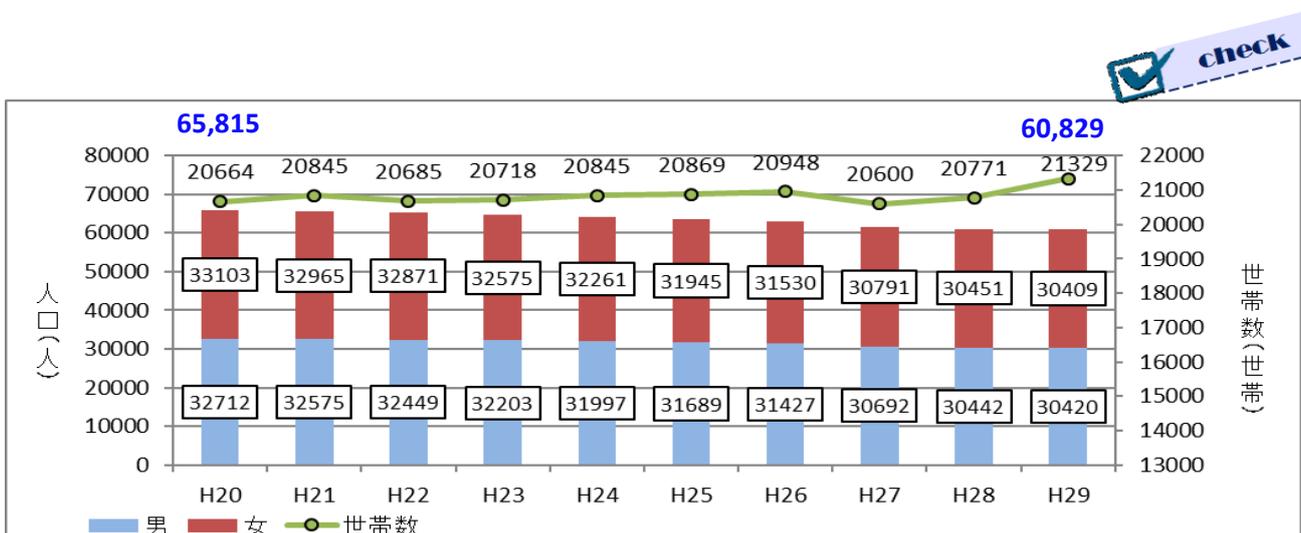
「じょうそう未来創生プラン」及び「常総市まち・ひと・しごと創生 人口ビジョン総合戦略」に定める施策と同様に、産業分野においても本市に「住みたい」「住み続けたい」「戻りたい」という気持ちを大切にされた施策が必要です。

人口及び世帯数の推移

年次	区分	人口			世帯数	人口密度	1世帯当たり	備考	面積
		総数	男	女			人員数		
平成19年	常総市	66,018	32,842	33,176	20,553	534.5	3.2		123.52
平成20年	常総市	65,815	32,712	33,103	20,664	532.8	3.2		123.52
平成21年	常総市	65,540	32,575	32,965	20,845	530.6	3.1		123.52
平成22年	常総市	65,320	32,449	32,871	20,685	528.8	3.2	※	123.52
平成23年	常総市	64,778	32,203	32,575	20,718	524.4	3.1		123.52
平成24年	常総市	64,258	31,997	32,261	20,845	520.2	3.1		123.52
平成25年	常総市	63,634	31,689	31,945	20,868	515.2	3.0		123.52
平成26年	常総市	62,957	31,427	31,530	20,948	509.2	3.0		123.64
平成27年	常総市	61,483	30,692	30,791	20,600	497.3	3.0	※	123.64
平成28年	常総市	60,893	30,442	30,451	20,771	492.5	2.9		123.64
平成29年	常総市	60,829	30,420	30,409	21,329	492.0	2.9		123.64

(注1)各年10月1日現在
(注2)備考※は国勢調査実施年

資料：茨城県常住人口調査(茨城県)
国勢調査結果(総務省)



(資料：常総市統計書 平成29年度版)



POINT

平成20年（2008）と平成29年（2017）を比較すると、4,986人減少しています。

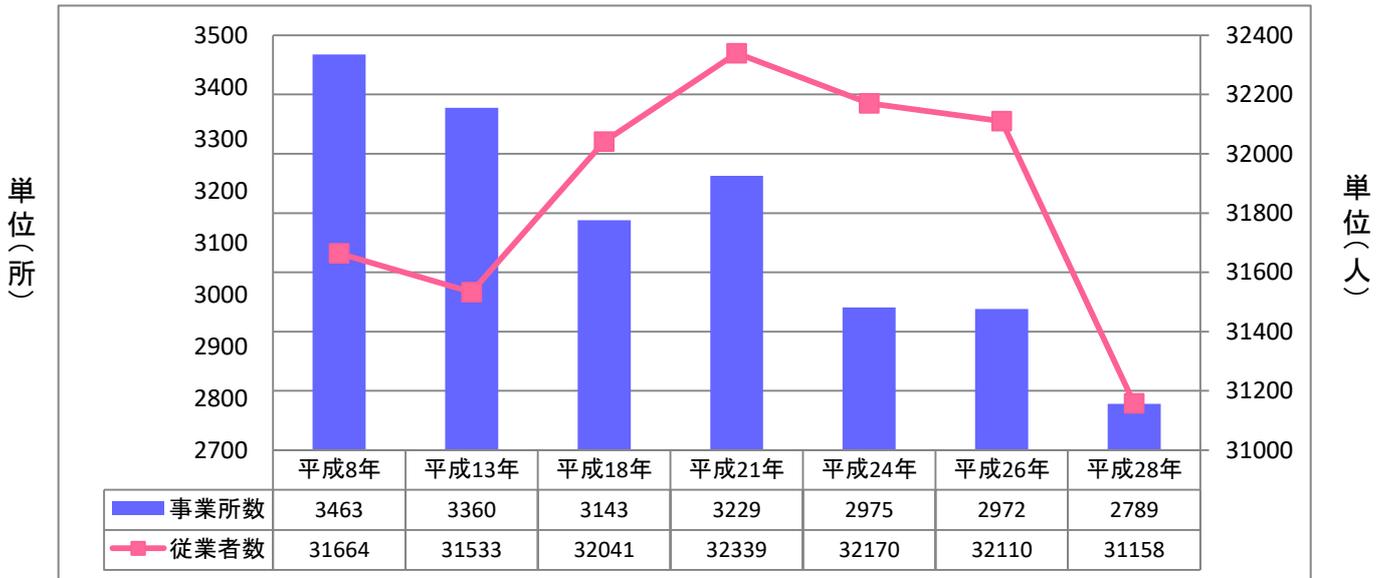
常総市まち・ひと・しごと創生 人口ビジョン・総合戦略によると、平成26年度（2014）と平成27年度（2015）の比較において、特に20歳代～30歳代女性と30歳代の男性の転入者が明らかに減少し、男女問わず20～40歳代の転出者が急増しています。転出先としては、つくば市、守谷市、つくばみらい市などの近隣自治体が急増しています。「住みたい」「住み続けたい」「戻りたい」という気持ちを大切にしたい重点施策が必要です。

2. 統計データからみた産業の現状

(1) 市内事業所数及び従業者数

本市における民営事業所数及び従業者数の推移は、年々減少しています。産業別事業所数では、「卸売・小売業」が最も多く、次いで、「製造業」、「建設業」がほぼ同数です。従業者数では、製造業が突出して多いことが分かります。これは、4工業団地及び市内に多数の工場が立地している本市の特徴といえます。

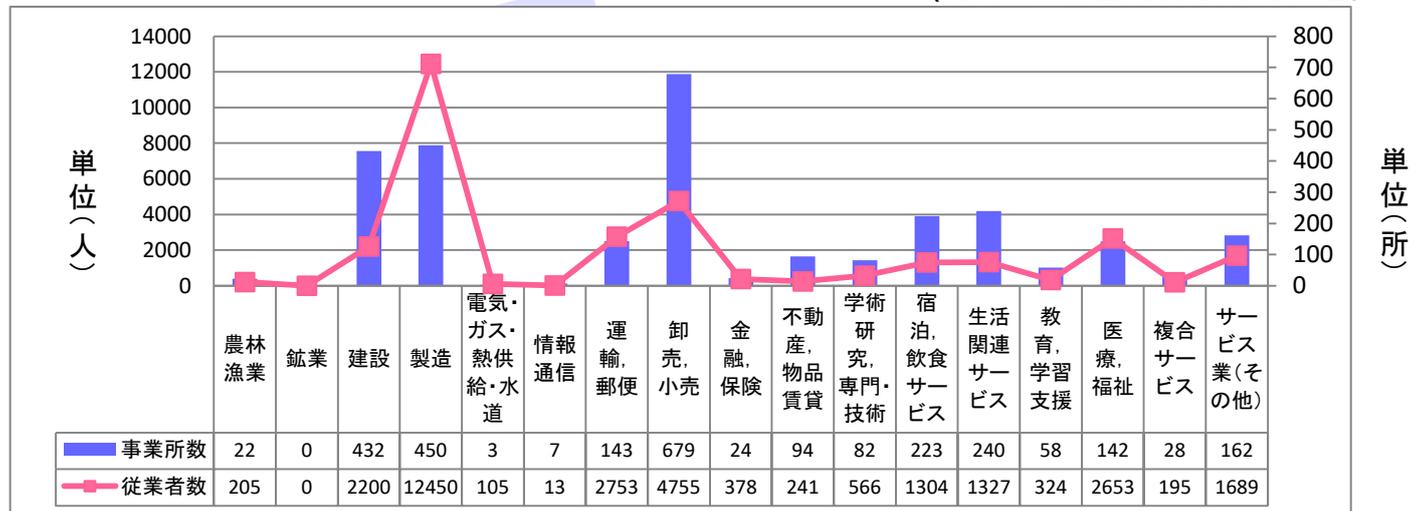
経営組織別事業所数及び従業者数（民営のみ）



（資料：常総市統計書 平成29年度版）

産業別事業所数及び従業者数

（資料：経済センサス結果 総務省）



POINT

本市は、製造業が盛んです。特に食料品に関連する工場が多数立地しています。（18ページ参照）

関連

戦略分野1 商業

商業で"稼ぐ"

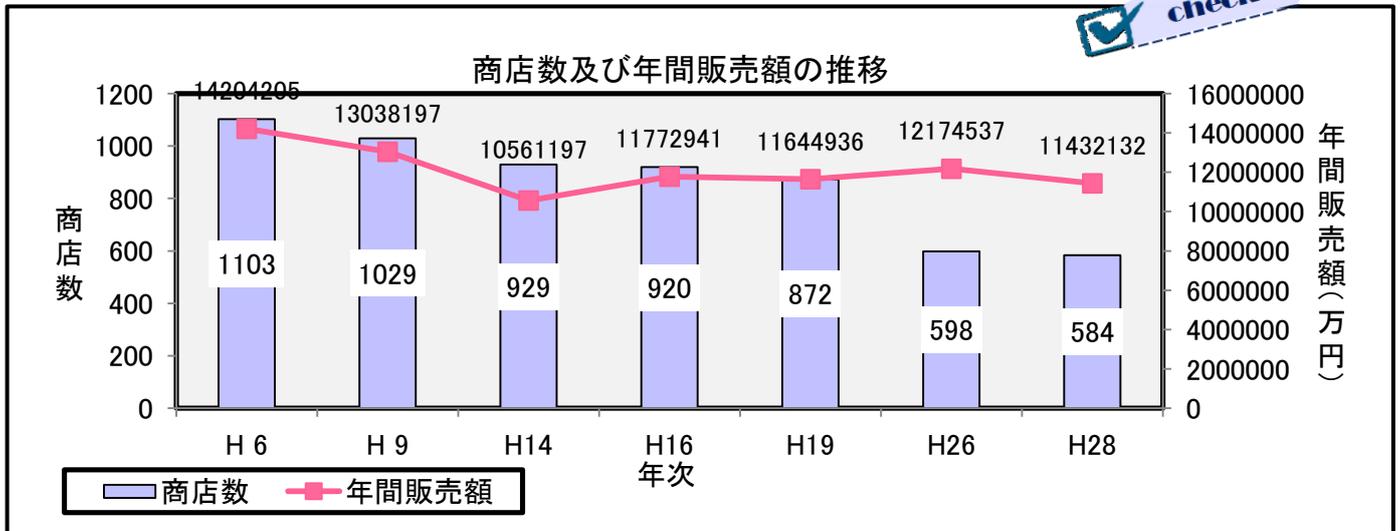
戦略分野4 道の駅

道の駅×産業で"稼ぐ"

(2) 商業

商店数は、平成6年（1994）と比較して約47%が減少しています。平成19年（2007）と平成26年（2014）を比較すると、店舗数は872件から598件と274件減少しているものの、年間販売額は、529,601万円の増となっています。

商店数及び年間販売額の推移



※ H 6～H 1 6 年の商店数及び年間販売額は旧水海道市と旧石下町の合計

(資料：商業統計調査結果 経済産業省)

POINT

平成19年（2007）以降、食料品スーパーや衣料品店、ホームセンター、ドラッグストア、家電量販店など、大型店の出店が続いたことにより、商店数は減少し、年間販売額は増加していることが推測できます。（※日本標準産業分類の改訂、調査設計の大幅変更等の要因もあります。）

(3) 観光

関連

戦略分野2 観光

観光で"稼ぐ"

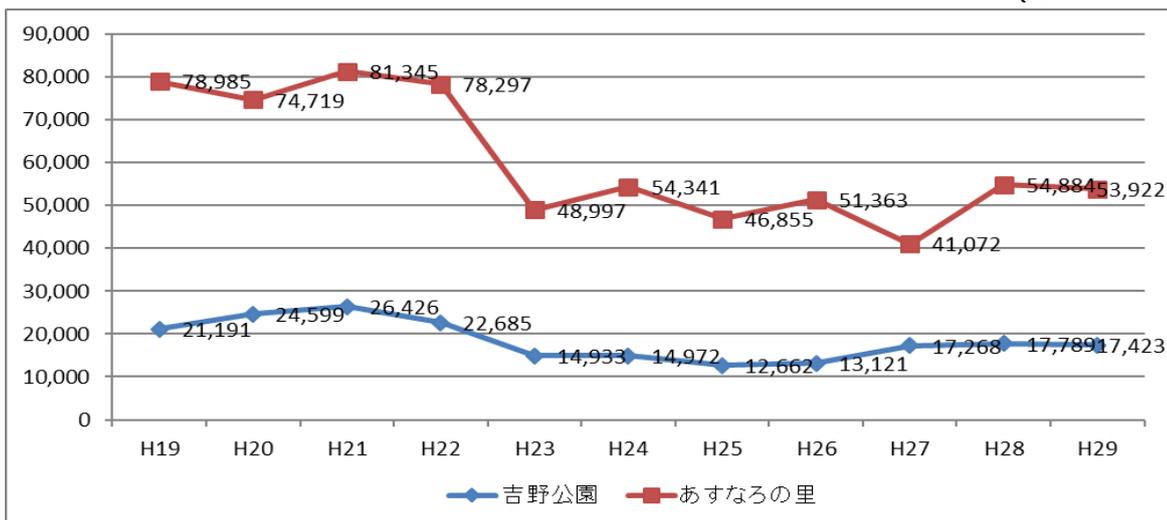
戦略分野4 道の駅

道の駅×産業で"稼ぐ"

平成23年（2011）に発生した東日本大震災、平成27年（2015）に発生した大規模水害の影響により、市の集客施設であるあすなろの里、吉野公園の年間入場者数が減少、その後は横ばい傾向です。イベント来場者数についても、年によって開催方法等にバラツキがあるものの、減少傾向にあるといえます。

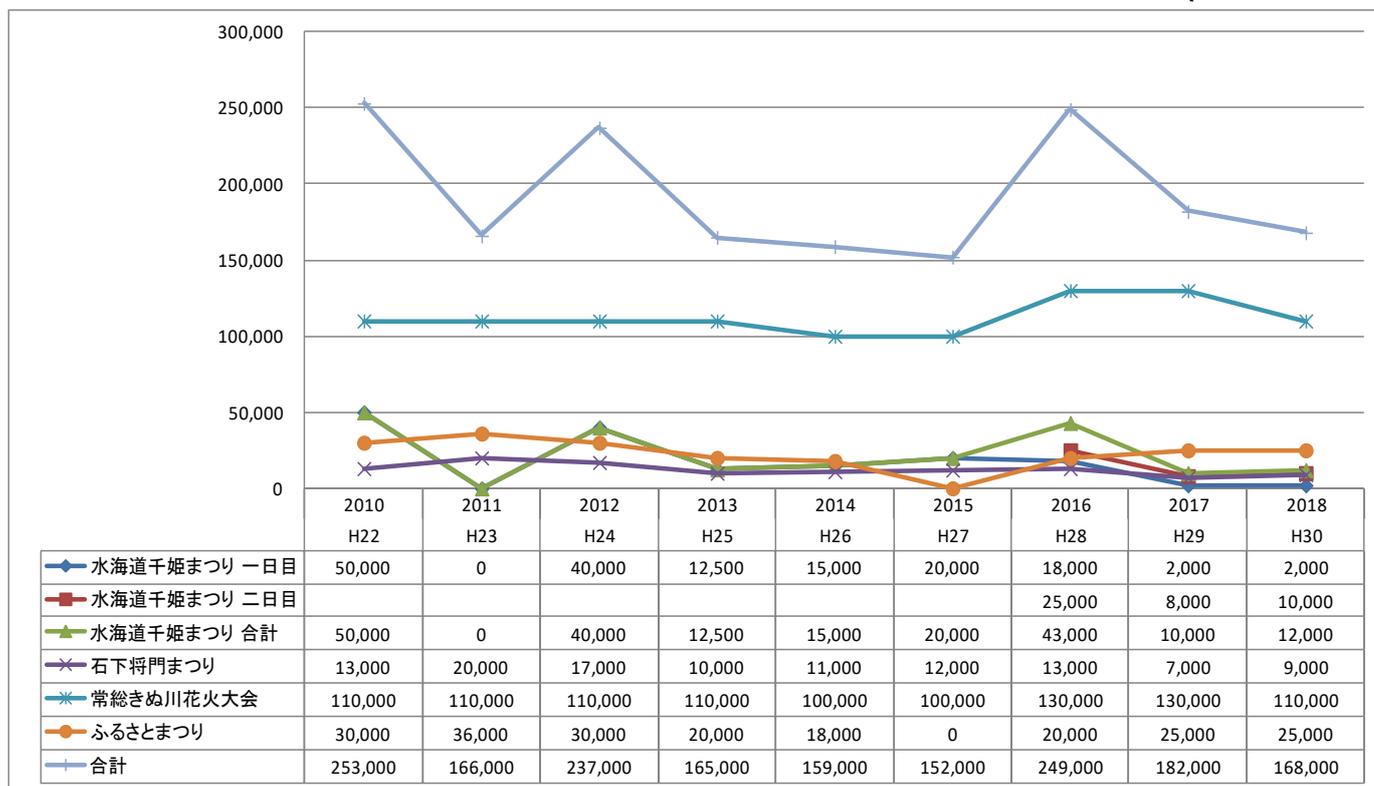
あすなろの里・吉野公園の年間入場者数

(単位：人)



イベント来場者数

(単位：人)



(4) 工業

関連

戦略分野3 工業

工業で"稼ぐ"

戦略分野4 道の駅

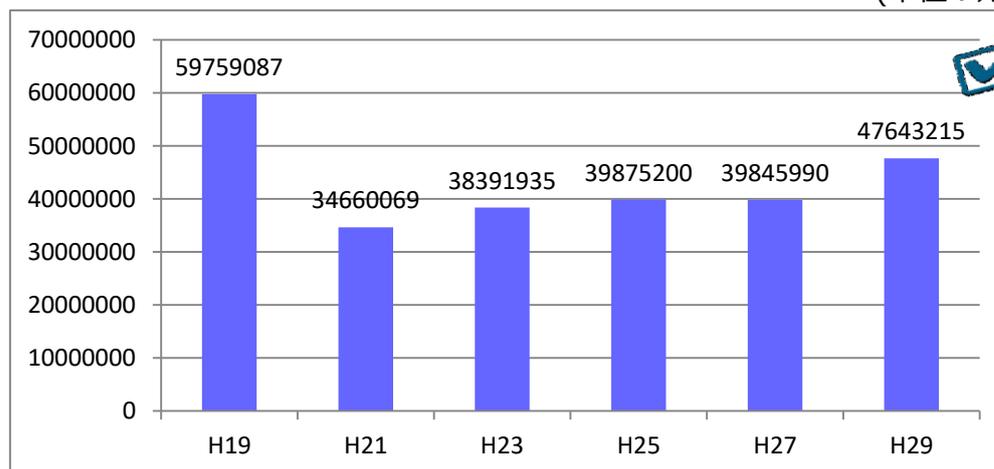
道の駅×産業で"稼ぐ"

年間製造品出荷額等では、平成21年（2009）からほぼ横ばいで推移していましたが、平成29年（2017）以降増加しています。

産業中分類別では、「はん用機械」が最も多く、次いで「食品」、「金属製品」です。この3業種が突出しており、市内に立地している大規模事業者の占める割合が高いことや特定の分野の事業者が集積していることが伺えます。

年間製造品出荷額等の推移

(単位：万円)



(資料：工業統計調査結果 経済産業省)

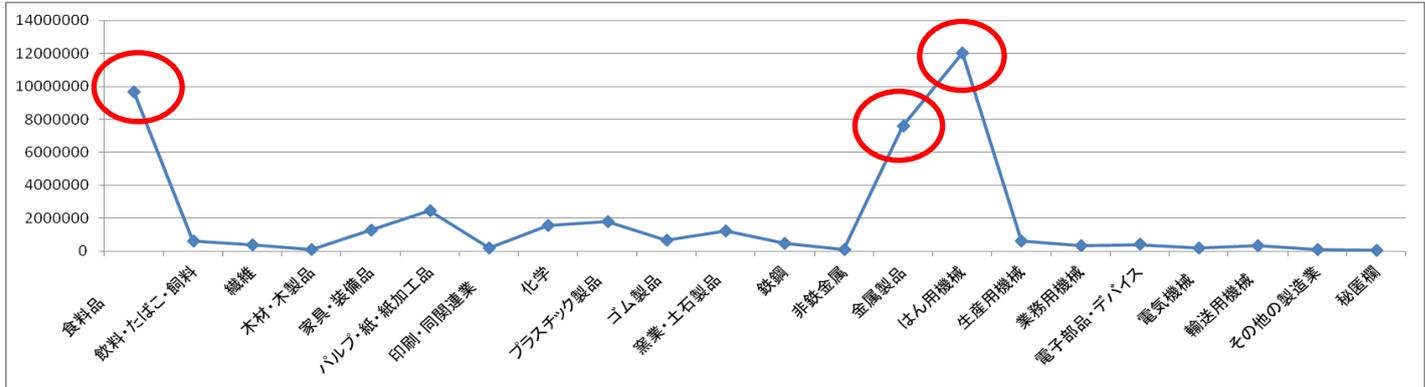


POINT

製造品出荷額等では、県内44市町村中、本市は第8位です。（「市町村早わかり」/茨城県企画部統計課）

産業中分類別製品出荷額等

(単位：万円)



(資料：工業統計調査結果 経済産業省)

第5章 将来像及び計画の体系

1. 目指すべき将来像

国道294号線を走る車窓から荘厳にそびえたつ豊田城。そして、どこまでも続く田園地帯。本市は、鬼怒川と小貝川に挟まれたみどり豊かな町です。かつて鬼怒川の水運で栄えた本市は、商業が盛んで、市の中心部には商店街があります。明治から大正期に建てられた町役場、商店、蔵、銀行といった建造物や、徳川家ゆかりの寺、江戸後期の姿を残す文化財などがそのままの姿を残し、輝かしい歴史の一端を伺うことができます。市内には、4つの工業団地をはじめ、市内各所に工場が立地し、製造業が盛んです。2017年2月には首都圏中央連絡自動車道が開通し、常総ICの共用が開始され、さらにアクセスが向上しました。2022年度には、IC周辺に道の駅の開業も予定されています。

しかし、市内の産業は、人口減少や少子高齢化に伴う人口構成の変化、産業構造の転換等の外部要因や空き店舗の増加、雇用の確保が困難など様々な内部要因を抱え、様々な危機に直面しています。これらの危機を打破するためには、一人ひとりの真のニーズ（困った！の声）にいち早く対応し、地域、市全体の課題を解決しつつ、経済発展へとつなげていく必要があります。

そのためには、地域がもつ資源を再認識し、最大限に活用しながら、一人ひとりが主体となり、市民・事業者・行政がそれぞれの視点を生かし、協働で、「常総市の新しい価値を創造していく」ことが重要だと考えます。

2. 計画の体系

—危機を打ち破った先に、どのような姿を目指すのか—

産業と暮らしが調和し、
未知なる可能性を創造するまち **常** **総**

戦略分野	基本目標	目標値
1 商業	商業で "稼ぐ"	年間販売額 7%増
2 観光	観光で "稼ぐ"	年間入場者数 30%増
3 工業	工業で "稼ぐ"	製造品出荷額等 15%増
4 道の駅	道の駅×産業で "稼ぐ"	連携するしくみを検討

第6章 “稼ぐ”戦略

戦略分野1 商業

商業で “稼ぐ”

本市は、古くから商業で栄えた町です。しかし、近年、廃業による空き店舗が増加し、シャッターが閉まったままの店舗も多くなっています。かつての賑わいを取り戻すためには、市全体で、みんなで、まちを盛り上げる取組が急務です。アンケート調査の結果からも、「市で振興してほしい産業」について、「街の賑わいを生む商業や娯楽産業」が圧倒的に多く、問題意識の高さを表しています。ここでは、ワークショップやアンケート調査で得た回答をもとに、実際に取り組めるような具体的なアクションを提案します。

目標値

年間販売額 7%増

年間販売額について、2004年、2007年を比較するとほぼ横ばいで推移しています。2014年は、4.35%の増ですが、1997年の水準には達していません。そこで、1997年の年間販売額を基準とし、7%の増を目標とします。

◆ 中長期目標／2023年度まで

戦略①

空き店舗を活用する

取組

空き店舗を改装して、コミュニティカフェ・ギャラリースペース・チャレンジショップとして利用する。

効果

市民が集い、アイデアをカタチに出来る場を検討し、活性化の中核として位置づけ、創業機運の醸成を図ることができる。

◆ 短期目標／2020年度まで

戦略②

新商品を開発する

取組

新商品開発までのプロセスを学ぶため、セミナーや専門家派遣事業等を利用する。

効果

新商品・新サービスの開発により、顧客獲得や販路の拡大ができる。異業種間での連携によるコラボレーション商品の開発など新しい可能性が生まれる。

戦略③

販売方法を見直す

取組

社会に対応したサービスのカタチとして「来る」から「出向く」サービスを行う。

効果

高齢化に伴う顧客離れに対応。ニーズに合致し、新たな市場を獲得することができる。

戦略④

シャッターを見直す

取組

シャッターを開けて、店内に営業当時の写真を飾ったり、機械の展示を行う。また、シャッターには当時の様子を感じられる絵を描く。

効果

営業当時を知る人が立ち寄り、思い出に浸ることができる場所を提供することができる。また、子どもたちが当時を知り、歴史のある商店街を学ぶ機会ができる。世代を超えた交流が生まれ、商店街やものづくりへの興味を喚起することができる。

戦略⑤

商店街の仕事を知る

取組

職場体験やものづくり体験を行う。

効果

若い世代が「商売」を知り、親しむことで、潜在的創業者を呼び起こし、まち全体で創業機運の醸成を図ることができる。商店街を身近に感じ、買い物に利用してもらうきっかけを作ることができる。

戦略⑥

職場体験・工場見学を実施する

取組

市内の小中学校に対し、商店街の店舗や市内の工場見学、企業見学を実施する機会を提供する。

効果

市内にはこんなに素晴らしい仕事や会社がたくさんあることを知ってもらうことにより、将来の就業や定住につなげていくことができる。印象に残る体験型学習により、今後の変革期に必要な若い人材を育てるきっかけづくりができる。

戦略⑦

イベントの定着を図る

取組

朝市や街バル、ごはん市などといったイベントを定期的に開催する。イベント終了後には反省会を行い、さらに満足度の高いイベントにする。イベント時に自店PRカードを配布するなどの取組を行う。

効果

イベントを自店舗のPRの場として捉えることで、顧客の新規獲得、定着化を図ることができる。

戦略⑧

空き店舗を調査する

取組

空き店舗の持ち主への意向調査を継続して実施する。また、新たに地権者や営業店舗に対し、余剰スペースの貸出についての意向調査も実施する。

効果

実状に即し、調査を深堀することで、利活用の可能性を拡げる。

戦略⑨

創業を支援する

取組

「常総創業塾」「ビジネスプランコンテスト」「空き店舗調査」を三位一体で取り組むことにより、創業を支援する。

効果

新規参入を積極的に受け入れる姿勢を市内外にPRし、多様性とチャレンジを一層許容することで、アントレプレナーシップ(起業家精神)を育むことができる。



創業支援の取り組み

本市では、夏に創業希望者・経営者を対象とした「常総創業塾」、また、冬に市内で1年以内に創業を目指す方を対象に、「常総ビジネスプランコンテスト」を実施し、大賞受賞者には活動資金として賞金が授与されます。

常総創業塾



(左)常総創業塾「筑波大学特別講義」の様子

(右)「常総ビジネスプランコンテスト2018」表彰式

常総ビジネスプラン コンテスト



徳川家康の孫娘千姫さまの菩提寺である「弘経寺」や、江戸時代後期のお屋敷がそのままの姿で残る国指定重要文化財「坂野家住宅」は、その時代にタイムスリップしたような感覚を覚えます。本市には歴史を感じ、趣のある観光名所や釣り・アウトドアなどの体験型レジャー施設、ロケスポット、イベント、おいしい水・米から作られた名産品があります。本市の観光資源を存分に生かし、たくさんの人に訪れていただけるしくみを提案します。

目標値

年間入場者数 30%増

あすなるの里では、水害の影響により入場者数が前年と比較し、20%減となりました。その後、回復を見せ、23%の増となっています。観光施策の推進により、今後さらなる顧客の増を目指し、市内観光施設の年間入場者数の30%増加を目標とします。

◆ 中長期目標 / 2023年度まで

戦略①

案内表示を魅せる

取組

人を惹きつける案内表示を設置する。また、VRなど体験型の案内を検討する。

効果

ストーリーが分かる魅力的な案内表示で、さらに名所の魅力を知ってもらうことができる。VRの導入により、小学生向けの案内や多言語への対応など、ニーズに合わせた説明ができるようなしくみを検討する。市内を周遊するルートや案内を設置する場所を調査する。

◆ 短期目標 / 2020年度まで

戦略②

千姫まつりを国際的なまつりにする

取組

江戸時代にタイムスリップしたような演出（結城紬の貸衣裳、行列参加等）で、他に類を見ないまつりにする。
また、インバウンドに対応し、案内表示や通訳など、多言語で対応する。

効果

弘経寺、坂野家住宅などの歴史ある建造物を有効にPRすることで、国内外問わず集客を図ることができる。

戦略③

歴史を学ぶ

取組

「常総市の歴史を語る人」を育成し、歴史を直接見て、聞いて、学ぶことができる環境をつくる。

効果

「常総市の歴史を語る人」を案内役としたツアーの実施や学校行事へ組み込むことで、本市に興味を持ってもらう機会を増やすことができる。

戦略④

「ふらっと！294」を広める

取組

観光促進アプリ「ふらっと294」のダウンロード数を増加させるためPRを行う。市内に訪れてもらうきっかけづくりや観光案内など、効果的なコンテンツを検討する。

効果

スタンプラリー機能により、観光名所や商店街を巡ってもらえ、さらにリピーターを獲得することができる。

戦略⑤

ロケ地をめぐる

取組

ロケ地めぐりツアーを開催する。

効果

「ロケの街 常総」を多くの人に知ってもらう。映画・ドラマのファンをターゲットとし、裏話を聞きながら、市内のロケ地、店舗をめぐるツアーを開催することで、交流人口の拡大につなげることができる。

戦略⑥

今ある施設の魅力を発信する

取組

あすなるの里や吉野公園といった集客施設の魅力を最大限に発信する。

効果

情報発信、展示方法や案内表示について研究し、改善することで、さらなる集客を図ることができる。

観光ガイド —Tourist Guide—

歴史文化

長い歴史の中で培われて、
人々に受け継がれてきた文化

水海道風土博物館板野家住宅 【国指定重要文化財】 MAP D-5



板野家住宅は「四間取り」を基調に江戸時代後期に母屋を大幅に増築したもので、栗削の土間や南面する客間は、入母屋作りの屋根とともに大型農家の特色をよくあらわしています。また、1ヘクタールに及ぶ広大な屋敷は、従来武家屋敷に設けられた薬医門と土間に囲まれ、昭和43年に国の重要文化財の指定を受けました。現在は、水海道風土博物館として、一般公開しています。
(入館料 300円、月曜日休館)
大生垣町 2037 電話 0297-24-2131



映画やドラマのロケ地としても有名！
実績：龍馬伝(2009)、桜田門外ノ変(2010)、おひさま(2011)、一体さん2(2013)、桜ぼうさ(2013)

遊ぶ

自然とあそぼう。

あすなるの里

MAP B-9



豊かな自然の中で、動物物の観察ができます。また、土と親しめる、サツマイモ掘りやジャガイモ掘りもありますので、お祭りにご参加ください。その他、そば打ち等の各種体験ができ、宿泊施設も完備しています。予約が必要な体験もありますので、詳細はお問い合わせください。 大生垣町 310 電話 0297-27-5461

吉野公園

MAP F-5

小貝川の奥川を利用した吉野公園は市民のいこいの場として、また、桜と釣りの名所として開園しました。市営のへら釣り場は水面積 5 万平方メートル、周囲約 4 キロメートルにも及ぶ広大な自然発生かした愛好釣りの場として、関東近県の太公望から親しまれています。 上野町 1863 電話 0297-22-6349



弘経寺

マップ E-7



応永 21 年(1414) 嘆斎良盛上人により創建された古刹。10 世宇の時代に徳川家から莫大な寄進が寄せられ、堂塔を再建しました。宇は千姫の落飾の司師を務めており、千姫は弘経寺を菩提寺と遺言。遺骨の一部が納められた墓所が造られ、遺愛の品々が寺主として納められています。

大生垣町 1 電話 0297-24-0895



ロケの街 常総



安楽寺 MAP E-6



参道 MAP E-6

大生垣町 1 電話 0297-24-1533

実績 JIN-仁(2011)、あさま様めみし(2013)、絆、江戸を渡る(2013)、軍師官兵衛(2013) ココ



青少年の家 MAP D-6
大生垣町 1032-4

実績 花ざかりの恋たちへ(イケメン☆バカダイス(2011)、舞姫帰 次郎退三(2013)、遊園地屋敷 3(2013)、オリンピックの産声(2013) ココ



イベント —Events—

観光促進アプリ—travel app—



(左上) 常総千姫まつり
(左下) 常総ふるさとまつり
(上) 常総きぬ川花火大会



ゆつくりゆつたり

やすらぎの街 常総



千姫ちゃま

戦略分野3 工業

工業で "稼ぐ"

2018年6月に策定された「未来投資戦略2018」では、2020年までの3年間を生産性革命・集中投資期間とし、大胆な税制、予算、規制改革などあらゆる施策を総動員することが掲げられています。「Society 5.0」の実現に向けた国の動向を踏まえ、技術革新や産業構造や就業構造の変革に対応していくことが必要となります。本市には4つの工業団地と市内の各所に工場が立地し、製造業が盛んです。「ものづくり」のまちとして、さらに進化していくためにできることを検討していきます。

目標値

製造品出荷額等 13%増

本市の製造品出荷額等は、県内第8位であり、平成23年（2011）、平成25年（2013）、平成27年（2015）と横ばいで推移しています。10年前の平成19年（2007）を基準とし、13%の増を目標とします。

◆ 中長期目標／2023年度まで

戦略①

産業集積エリアを拡大する

取組

現地調査を行い、産業集積エリアの検討を行う。

効果

新たな企業立地の受け皿を確保し、さらなる企業誘致により、雇用の創出及び経済の活性化を図ることができる。

◆ 短期目標／2020年度まで

戦略②

海外進出を支援する

取組

(独)日本貿易振興機構（JETRO）主催の説明会を常総市で開催する。

効果

企業の要望に応えられるよう、海外進出における基礎知識や情報収集、海外事業計画の策定支援などについて、説明会や専門家による個別相談を実施することにより、支援することができる。

* (独)日本貿易振興機構（JETRO）とは…対日投資の促進、農林水産物・食品の輸出や中堅・中小企業等の海外展開支援に機動的かつ効率的に取り組む機関。

戦略③

相談窓口を一元化する

取組

要望や問合せを商工観光課に一元的に集約し、他部署にまたがる要望・問合せに対応する。

効果

様々な相談を一元的に把握し、迅速な対応を行うことができる。

戦略④

展示会・見本市への出展を促進する

取組

出展経費の一部を助成し、積極的な参加を促進する。

効果

自社製品を売り込む機会を増やし、販路拡大やマッチングへ有効に利用することができる。

戦略⑤

市内企業を利用する

取組

事業所内の設備工事、メンテナンス業務について、積極的に市内業者の利用を促進する。

効果

地域に密着した迅速かつきめ細やかな対応が期待できる。

戦略⑥

雇用対策を実施する

取組

人手不足を解消するため、雇用に直結する対策を行う。

効果

ハローワーク、ポリテクセンターなどの専門機関、市内企業などの関係機関、行政が連携し、雇用対策を検討し、実行することにより、人手不足を解消することができる。

戦略⑦

企業の魅力を発信する

取組

市広報誌に企業を紹介する記事を掲載し、魅力をPRする。

効果

市内に立地する企業の特徴や強み掲載し、「市内には素晴らしい企業がたくさんある」ことを多くの方に発信することができる。また、HPの求人情報とリンクさせ、雇用対策を強化することができる。

戦略分野4 道の駅

道の駅×産業で"稼ぐ"

本市では、アグリサイエンスバレー構想の実現を目指し、「基幹産業である農業を活かした新たな産業拠点」「交流人口の拡大」「市の魅力の発信」「防災機能の向上」を目的に、道の駅の整備を推進しています。道の駅は「開かれたプラットフォーム」として、「地域の拠点機能の強化」や「ネットワーク化」が重視されています。本市のゲートウェイとなる「道の駅」の集客や情報発信機能を活用し、商店街や観光施設、工場などを紹介するしくみづくりを検討します。

本市の豊かな自然を満喫しながら、市内を散策・周遊できるレンタサイクルなどの移動手段も含め、市内産業に最も効果的かつ発展・拡大可能な取組を、主体となる商店主・事業者からボトムアップしていきます。

目標

連携するしくみを検討

道の駅の集客を利用して、商業・観光・工業の振興につながるしくみを検討・検証します。

◆ 中長期目標／2023年度まで

戦略①

情報発信機能を利用する

取組

道の駅を活用し、市の魅力をPRする方法や市内へ人を呼び込むしくみを検討する。

効果

「市内案内カード」や「デジタルサイネージ」等を設置し、道の駅を訪れた方が市内の名所や商店街に訪れてもらうことができる。

● 道の駅→マチナカへ

市内の観光施設や店舗等の情報、クーポン等を掲載したカードを展示し、道の駅を訪れた利用者が市内を周遊できるしくみを検討する。事業者にとっては、自社のPR、誘客ツールとして利用できる。



(参考:道の駅米沢「まちナビカード」)

戦略②

市内企業を紹介する

取組

道の駅の集客や立地を活用し、市内企業や工場を紹介するブースを設置することにより、マッチングを図るしくみを検討する。

効果

「デジタルサイネージ」等を利用し、道の駅を訪れた方へ市内の企業情報を発信することができる。

取組

鬼怒川にサイクリングロードの整備を検討し、豊かな自然や名所を自転車で巡る。

効果

鬼怒川改修工事とともに整備する管理用通路等をサイクリングロードとして活用し、周遊性の向上が図られる。「タウンスポッポット」としてまちなかの資源を紹介し、サイクリングロードからまちを巡るしくみ、水辺とまちのネットワーク化を検討する。

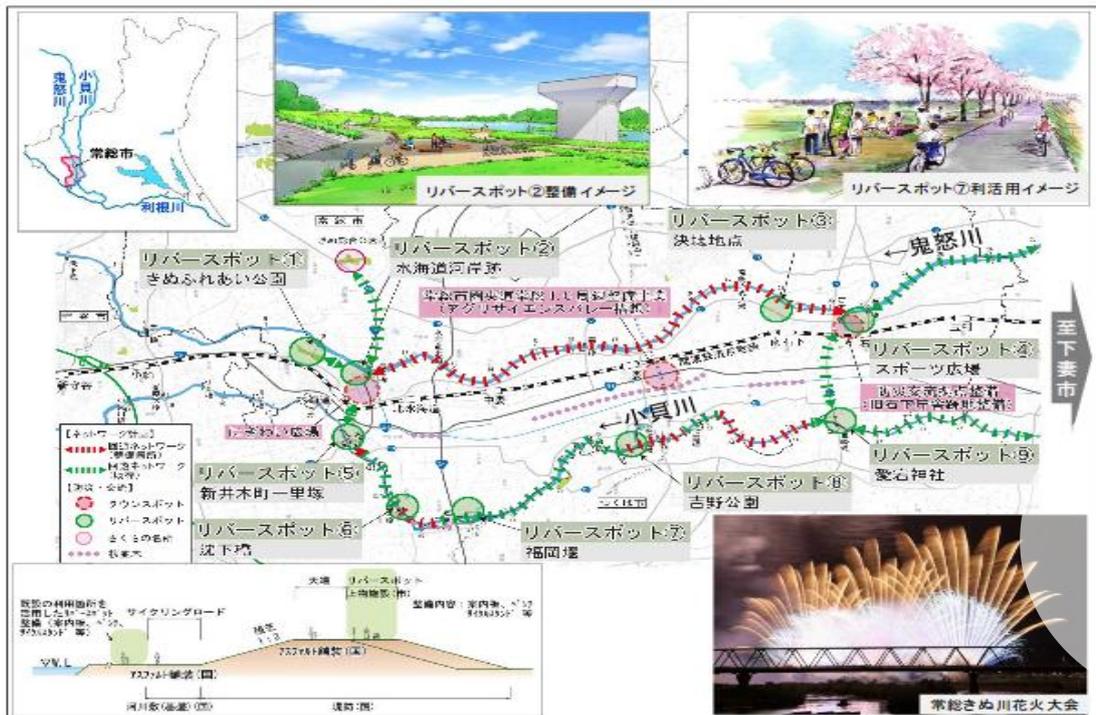
常総市かわまちづくり

(出典：国土交通省HP)

利根川水系鬼怒川・小貝川

・概要

鬼怒川下流域（茨城県区域）では、平成27年9月関東・東北豪雨により発生した大きな被害に対し、国、茨城県、常総市、下妻市など鬼怒川沿川7市町が主体となり、ハードとソフトが一体となった緊急的な治水対策「鬼怒川緊急対策プロジェクト」を実施しています。本計画では、良好な景観や安全な水辺へのアクセス等を有する魅力あふれる川の拠点を「リバースポット」として位置づけ、鬼怒川の改修と併せて整備する管理用通路等をサイクリングロードとして活用することによって、周遊性の向上を図ります。また、「**タウンスポット**」として位置付ける**まち**や沿川の**歴史文化資源**等の拠点とも、共通の案内表示を用いることによって水辺と街のネットワーク化を図り、鬼怒川常総地区の平成27年9月関東・東北豪雨からの復興を後押しします。



サイクリストを川から街のタウンスポットへ

今後、通学路や通勤経路としての検討や、商店街、観光名所を巡るロードアップの作成、道の駅のレンタサイクルポートの設置等を検討してまいります。



常総市「道の駅」基本計画

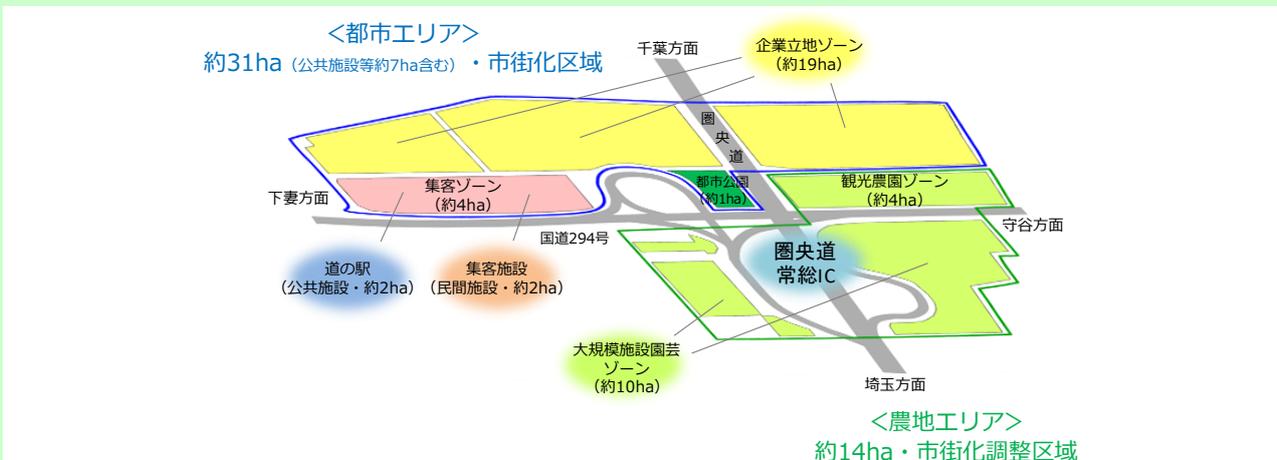
● 道の駅整備の目的

農業振興、産業振興、人口減少対策、水害からの復興という地域課題解決に向けた取り組みとしてアグリサイエンスバレー構想の実現を目指しており、その取り組みの一つとして、地域農産物の新たな販路の開拓や拡大を目的とした販売拠点施設の確保が求められています。また、常総 IC 周辺は圏央道と国道 294 号が交差する新たな市の玄関口となり、新産業団地を整備していることから、その特性を活かした地方創生の交流拠点創出が期待されています。

これらの状況をふまえ「**基幹産業である農業を活かした新たな産業拠点**」「**交流人口の拡大**」「**市の魅力の発信**」「**防災機能の向上**」を目的に、道の駅の整備を推進します。

* アグリサイエンスバレー構想

常総 IC 周辺約 45ha に、農業生産エリア（農地エリア）と産業団地エリア（都市エリア）を集積することで、生産（1 次産業）、加工（2 次産業）、流通・販売（3 次産業）が一体となった地域農業の核（6 次産業）となる産業団地を形成し、常総市の基幹産業である農業を活かしたまちづくりを目指すものです。



- 全国各地で「道の駅」を地域活性化の拠点とする取組が進展しています。
- この動きを応援するため、国土交通省では、重点「道の駅」制度を創設し、優れた「道の駅」を関係機関と連携して重点支援する取組を実施します。



《重点「道の駅」に想定される機能》

**地域外から活力を呼ぶ
ゲートウェイ型**

地域の観光総合窓口機能
地域全体の観光案内、宿泊予約窓口 等

インバウンド観光の促進
外国人案内所、免税店、無料公衆無線LAN、海外対応ATM 等

地方移住等の促進
地方移住のワンストップ窓口
ふるさと納税の情報提供 等

「道の駅」が活力を呼び、雇用を創出、地域の好循環へ



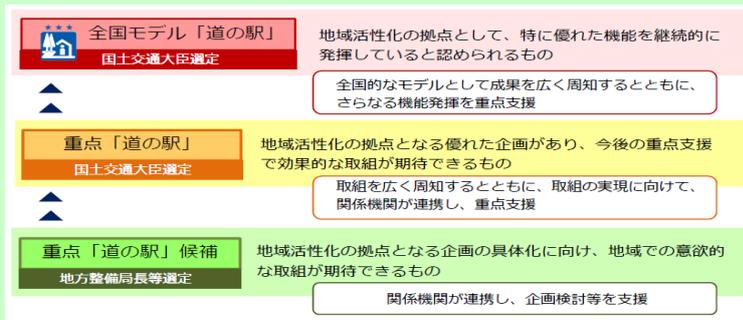
**地域の元気を創る
地域センター型**

地域の産業振興
地方特産品のブランド化、6次産業化 等

地域福祉の向上
診療所、役場機能、高齢者住宅 等

高度な防災機能
広域支援の後方支援拠点、防災教育 等

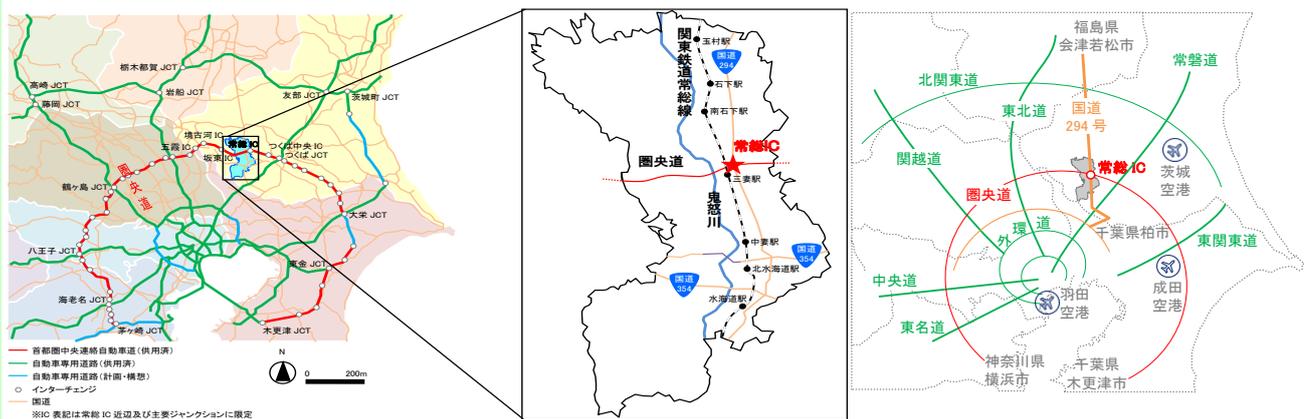




出典：重点「道の駅」の選定について（国土交通省HP）

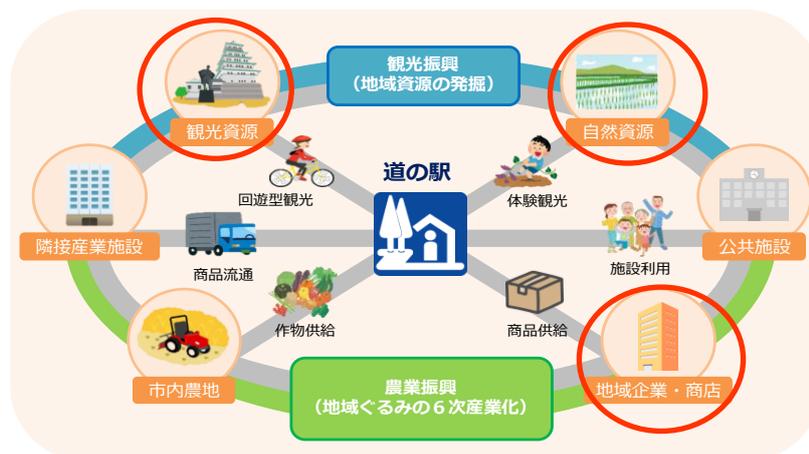
● 立地場所

圏央道と国道 294号を結ぶ常総 I Cは、南北は関東地方から東北地方、東西は横浜市から木更津市までの東京郊外の諸都市を結ぶ広域交通の結節点となっており、都心から自動車約 1 時間 20 分、成田空港から自動車約 1 時間の距離に位置しています。本道の駅の設置予定地は、圏央道常総 I C 及び国道 294 号に隣接しており、広域アクセス性を有する交通利便性を強みとした地域振興拠点の形成を目指しています。



● 道の駅による地方創生拠点の形成

地域課題解決に向けた取り組みとしてアグリサイエンスバレー構想の実現を目指しており、その中で、道の駅を「農業を活かしたまちづくり」の拠点施設と位置付け、地域全体での農業の6次産業化に向けた取り組みを中心に、地域企業や公共施設と連携し、市内の地域資源（特産品や観光資源等）が相互に繋がるネットワークを形成することで、地方創生に向けた拠点づくりを目指します。



● 導入施設の整備機能（一部）

情報発信施設

道路情報の案内に留まらず、周辺の観光、イベント、地域コミュニティ情報、また本市の農業や商業等に関連する情報を発信することで、日常的に情報が更新される活発な交流空間となるような施設機能を検討します。



周辺の観光・イベント情報、近隣の道の駅情報、市内の地域資源・史跡・各種体験など、県内及び圏央道沿線エリアの様々な情報提供を行い、来訪者にとって様々な魅力を発信できる施設となるよう検討します。

その他の検討機能

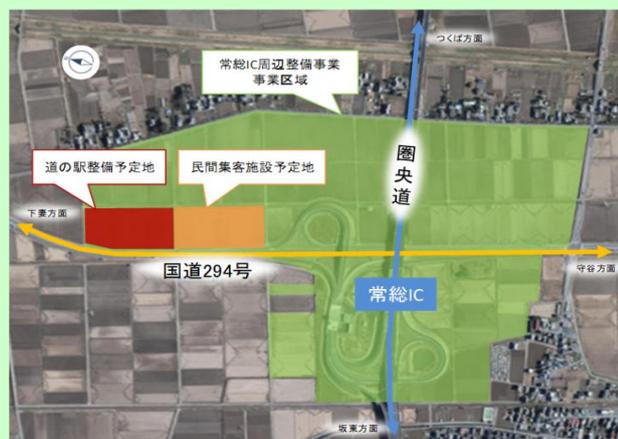
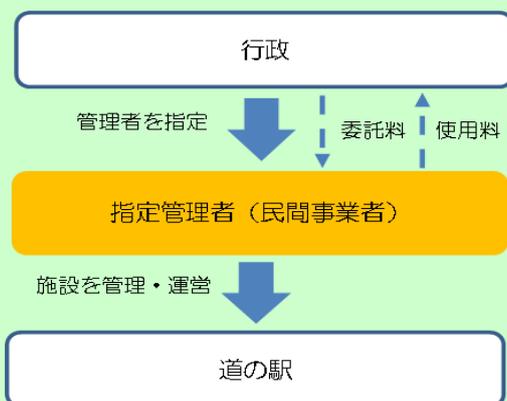
レンタサイクル

レンタサイクルの設置を含めた拠点施設としての整備を検討します。レンタサイクルは、道の駅を拠点に、市内商店街や観光施設をつなげる大切な移動手段としても活躍が期待できます。



● 今後のスケジュール

民間事業者のノウハウを最大限発揮し、サービスの向上や収益性の確保による持続的、安定的な運営が必要と考えられるため、「指定管理者制度」を適用した「公設民営」方式による管理運営を検討します。今後、施設整備及び管理運営体制の検討・構築を行い、2022年度末の開業を目指します。



資料編

1. 計画策定の体制

計画策定にあたっては、学識経験者、商業・工業・観光分野の有識者等からなる「常総市産業振興ビジョン策定委員会設置要綱」を設置しました。資料から本市の直面する課題や現状を分析し、目指すべき本市の姿、進むべき方向性について検討を重ね、全3回の委員会及び書面決議の後、本計画を定めました。

常総市産業振興ビジョン策定委員会

	分野	所属	役職	氏名
1	学識経験者	茨城大学	准教授	牧 良明
2	商業	商工会	会長	青木 清人
3	〃	商工会青年部	部長	相山 隆司
4	〃	商工会女性部	部長	染谷 悦子
5	〃	商店会（諏訪町商店会）	代表	岩本 健太郎
6	〃	商店会（石下中央商店会）	会長	吉田 貞夫
7	工業	工場協会	会長	長岡 徳樹
8	〃	大生郷工業団地連絡協議会	会長	佐藤 敦
9	〃	坂手工業団地連絡協議会	会長	石川 潤
10	〃	内守谷工業団地協議会	会長	太田 信介
11	観光	観光物産協会	会長	熊谷 昇
12	有識者	市議会議員	建設経済委員長	小林 剛
13	市	経済環境部	部長	宮田 道夫

○事務局

経済環境部商工観光課

常総市産業振興ビジョン策定委員会設置要綱

平成30年6月1日

(設置)

第1条 常総市の地域産業の振興に関し、長期的な視点で戦略的な取り組みを定める常総市産業振興計画（以下「計画」という。）を策定するため、常総市産業振興ビジョン策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、計画の素案を作成し、市長に報告するものとする。

(組織)

第3条 委員会は、委員20人以内で組織し、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 市内の関係団体を代表する者
- (3) 市内の事業所を代表する者
- (4) 市職員

(任期)

第4条 委員の任期は、委嘱の日から計画の策定の日までとする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に、委員長及び副委員長を置き、委員の互選により決定する。

- 2 委員長は、委員会に代表し、会務を総理する。
- 3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、委員長が招集し、その議長となる。

- 2 委員会の会議は、委員の半数以上が出席しなければ、これを開くことができない。
- 3 委員会の議事は、出席委員の過半数でこれを決し、可否同数の時は、委員長の決するところによる。
- 4 委員会は必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、その意見を聞くことができる。

(庶務)

第7条 委員会に関する庶務は、経済環境部商工観光課において処理する。

(その他)

第8条 この告示に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って決める。

附 則

(施行期日)

- 1 この告示は、交付の日から施行する。

2. 策定の経緯

日付	内容
平成30年（2018）7月2日	第1回産業振興ビジョン策定委員会（趣旨・課題・進め方）
7月30日～8月29日	アンケート調査の実施
10月1日	産業振興ワークショップの実施
11月26日	第2回産業振興ビジョン策定委員会（素案の検討）
平成31年（2019）2月18日	第3回産業振興ビジョン策定委員会（素案の検討）
2月28日～3月29日	パブリックコメントの実施
5月15日	常総市産業振興ビジョン 庁議報告
5月29日	常総市産業振興ビジョン 議会報告



第1回産業振興ビジョン策定委員会の様子

産業振興ワークショップ

- ・開催日時 平成30年（2018）10月1日（月）
- ・参加者 商工会長、市長、商業・工業・観光分野の代表者、商工会、行政 37名

6班に分かれて、まずみんなに自分自身の意見を書き、その後自由な意見交換を行いながら、まとめたり、さらに発展させて、1枚の模造紙にまとめていきました。最後に、各班の意見として、発表し、投票を行いました。

意見を出し合うときの4つの原則

- 1「**批判厳禁**」他人の意見を批判しません！
- 2「**自由奔放**」思いついたことをどんどん言う！
- 3「**質より量**」
いい意見ではなく、何でもいいからたくさん出す！
- 4「**結合改善**」
他人の意見に自分のアイデアを加えて新しい意見にする！



テーマ① どんな道の駅がほしい？

常総水 農業 市場	商業	和食の店、農産物の販売、お土産
	工業	
	観光	観光バス、観光客の誘致、お土産の購入
食の テラス キッチン カフェ	商業	飲食店、カフェ、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産の購入
常総 周遊 体験拠点	商業	観光客の誘致、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産

皆造りの農家を 和築して その中で和食販売 そば屋、カフェ等	商業	和食の店、農産物の販売、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
最先端の 農業施設// イベント開催!	商業	飲食店、カフェ、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
入浴施設 サウナにする 人対しても アースにする	商業	温泉施設、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産

屋外 スペースの 活用	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
食	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
施設	商業	温泉施設、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産

常総パル (地方地場)	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
眺望の 見とれる 温泉 宿 施設	商業	温泉施設、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
老若男女 が楽しめる 場外 高層部	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産

超うまい 酒	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
めいめい 飯	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
遊	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産

青の洞窟 のよう 日本一長い トンネル 施設	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
大型 複合 施設	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産
グリーン 工場 施設	商業	飲食店、お土産
	工業	
	観光	観光客の誘致、お土産

テーマ② これがかっぽりビジネスプラン!

これがかっぽり **ビジネスプラン**

team **BOSS** アチホウ: 鈴木チホウ
ミチホウ: 田中チホウ

常総ブランド **農業市場** 9.

常総周遊体験拠点 10.

これがかっぽり **Business Plan**

5.5.Go!!! 久子ちゃん 熊ちゃん 貞ちゃん
隆ちゃん 和ちゃん 麻未ちゃん

土地活用 で **ガッツリ** 8.

美食 を集めて **ガッツリ** 1.

テーマ **これがかっぽり! ビジネスプラン**

常総 **DASH村** シャウぼう、オサワ、のちちゃん
なみちゃん、えりちゃん、はとみん

ターゲットは **イバウンド!**
古民家 で **飲食物品販売** 12

最先端 の **農業施設**
と **イベント** 開催! 7

これがかっぽり **ビジネスプラン**

シッパネヒーモシ としちゃん 田田
なほじま 729
さかいゆき イトガ

飯&酒 の **グランピング** 13

酒蔵 ツアー(市内飲み歩き) 3

キャンプ場 (RVランド・あすなろ
葛野川河川敷) 16

これがかっぽり **ビジネスプラン**

チーム **ダンディ** アオキ・トビエ・テラダ
ヒロセ・アキヲ

半分青い **日本-長** 4

イルミネーション

クリーン・エネルギー
(H₂) 14

これがかっぽり **ビジネスプラン**

グループ **2100** 古矢 北 岩見 北 寺田 北
猪瀬 北 笹生

湯 2100 常総 14

J/G **Joso** ギャレット 6

アンケート調査からみた市内事業所の現状

(1) アンケート調査の概要

事業者のみなさまが抱える問題や課題、経営状況や地域との関わり、本市に求める商工業振興施策等について、「商業」、「工業」に分けて、アンケート調査を行いました。

● アンケートの対象

常総市商工会、常総市工業懇話会の会員事業者 計1,603事業者 (内訳：商業914社 工業689社)

● アンケートの実施期間

平成30年7月30日(月)～8月29日(水) ※回収締切日

● 回収率

配布：1,603件 (内訳：商業914件 工業689件)

回収：441件 (内訳：商業265件 工業176件)

回収率：27.5% (内訳：商業28.9% 工業25.5%)

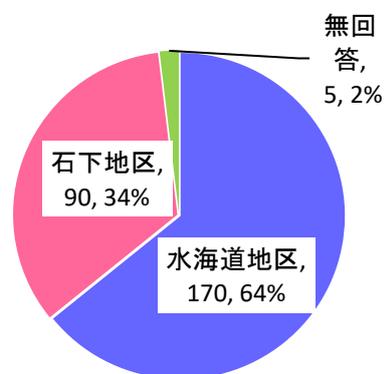
商業編



1. 回答企業の概要

(1) 所在地

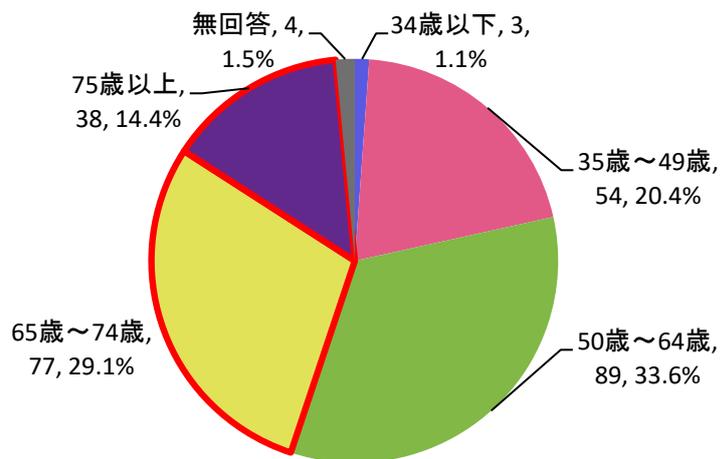
・事業所の所在地は水海道地区が約6割、石下地区が約4割です。



(n=265, SA)

(2) 事業主の年齢

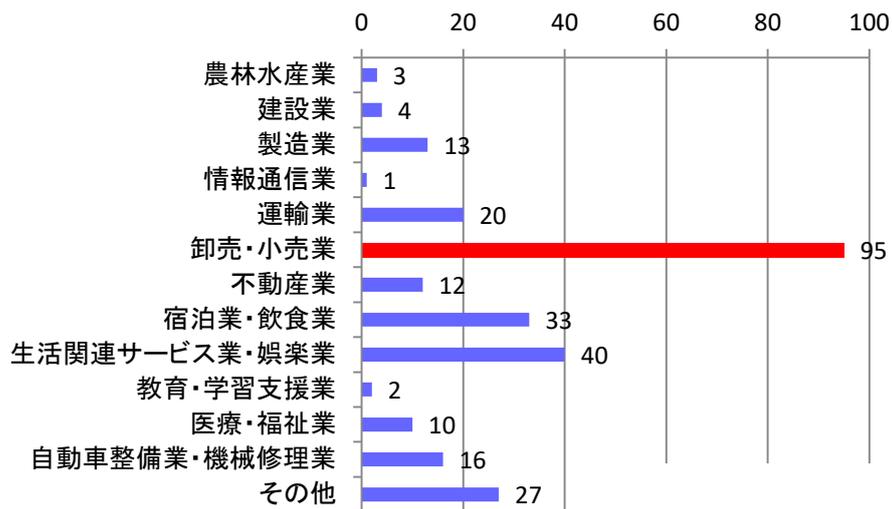
・50歳～64歳の事業者が89件、33.6%と最も多く、次いで65歳～74歳が77件、29.1%です。65歳以上の全体に占める割合は、43.4%です。



(n=265, SA)

(3) 業種

・全体の回答数276件（複数回答）のうち、卸売・小売業が95件、34.4%と全体の3割を占め、最も多いことがわかります。次いで、生活関連サービス業・娯楽業が40件、14.5%、宿泊業・飲食業33件、12.0%です。



(n=276, MA)

具体的業種

卸売業・小売業

コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、米穀販売、衣料品販売等

生活関連サービス業・娯楽業

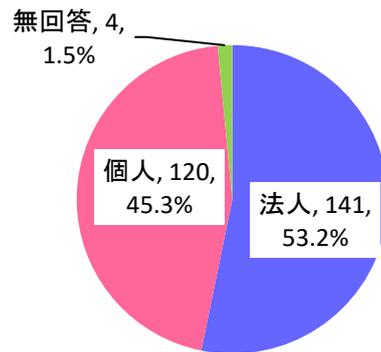
理美容室、会計事務所、設計事務所、旅行業等

宿泊業・飲食業

居酒屋、飲食店、弁当販売等

(4) 法人・個人の別

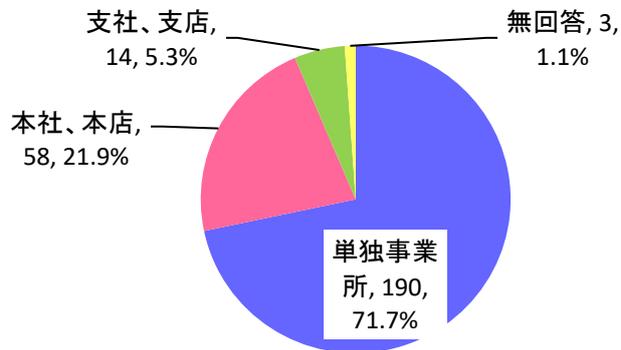
・法人が53%とやや多く回答が得られました。



(n=265, SA)

(5) 事業所形態

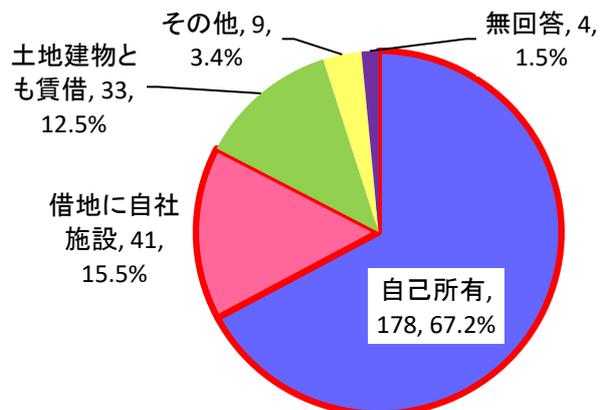
・単独事業者が190件、72%と大部分を占めています。次いで、本社・本店が58件、22%です。



(n=265, SA)

(5) - 1 事業所の土地・建物の所有関係

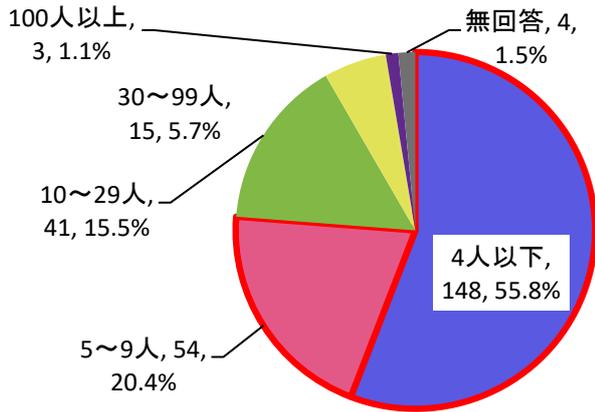
・自己所有が約7割を占め、次いで借地に自社施設が約15%と、施設の所有率が高いことがわかります。



(n=265, SA)

(6) 従業者数

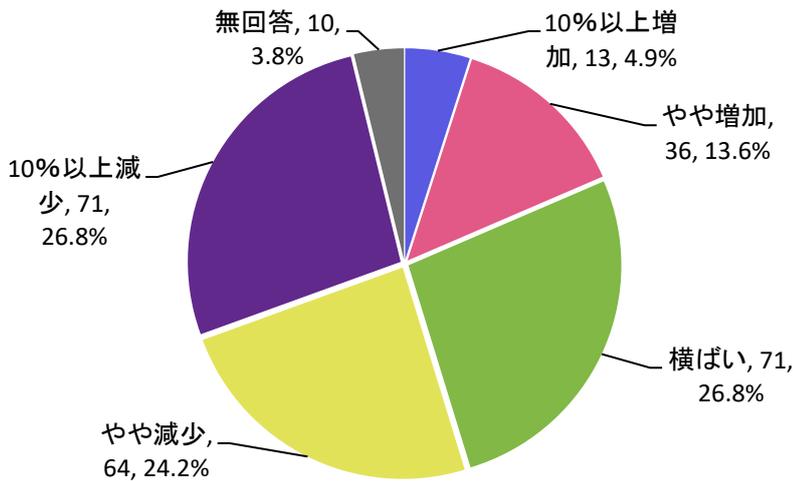
- ・ 従業者数が4人以下の事業所が最も多く、148件、55.8%と過半数を占めます。次いで、5～9人の事業所が54件、20.4%であり、10人未満の事業所の割合が高く、小規模の事業形態が多いことが分かります。



(n=265,SA)

(7) 3年後の売上高予測

- ・ 3年後の売上高に対して、10%以上の減少と横ばいがともに71件、26.8%です。また、減少（10%以上の減少及びやや減少）と回答した方は、合わせて51%と過半数を占め、今後の経営について、厳しい状況が続いていくことが予想されます。



(n=265,SA)

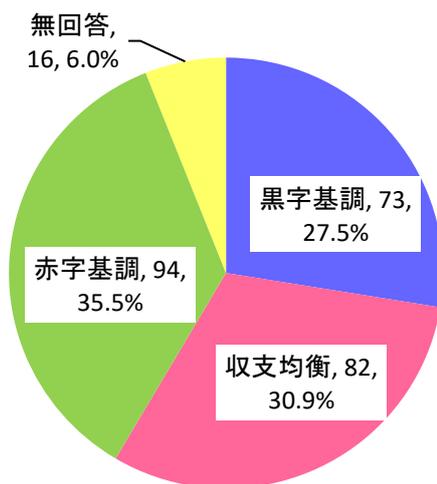
戦略分野1 商業



売上が増加する取組 → 新商品を開発する／販売方法を見直す／
シャッターを見直す／イベントの定着を図る

(8) 現在の収益状況

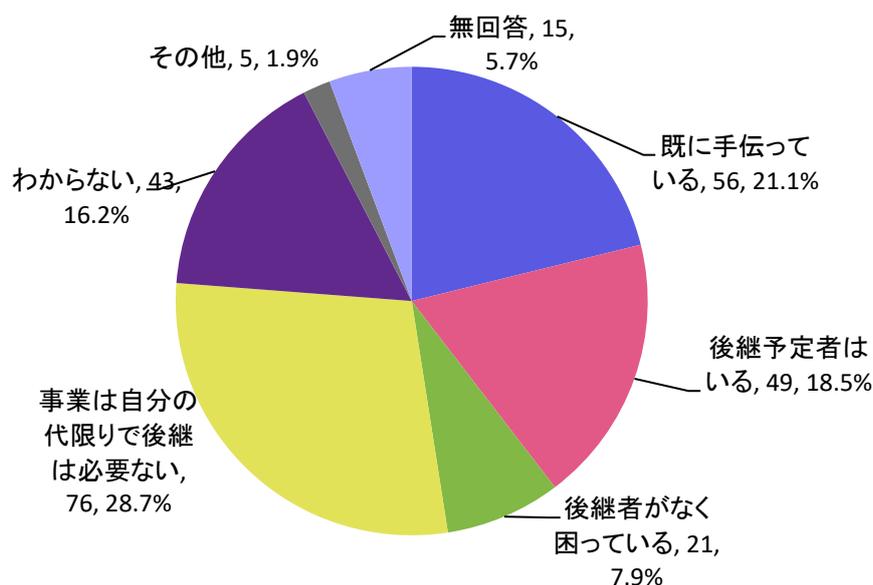
・赤字基調が3割を超え、最も多く、厳しい経営状況におかれていることが分かります。



(n=265,SA)

(9) 後継者について

・「事業は自分の代限りで後継は必要ない」が約3割と最も多いことが分かります。一方、「既に手伝っている」が約2割と次いで多く、約4割の事業者が後継者がいる（「既に手伝っている」「後継予定者はいる」）と回答しています。



(n=265,SA)

戦略分野1 商業



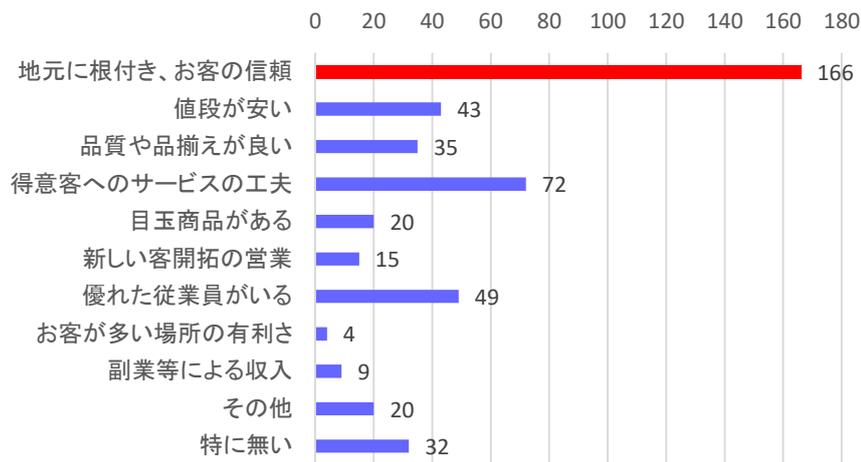
商店街をつなぐ取組→ 商店街の仕事を知る/
職場体験・工場見学を実施する



2. 経営上の強み・弱み

(10) 強み

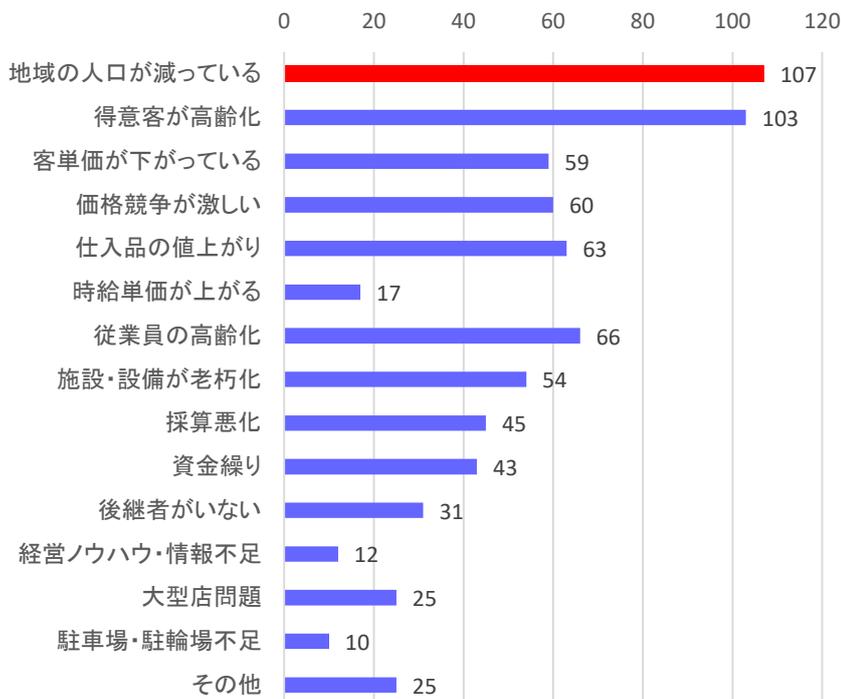
- 強みとして、「地元で根付き、お客の信頼」を回答する方が圧倒的に多く、「得意客へのサービスの工夫」「優れた従業員がいる」が上位に挙げられています。



(n=465,MA)

(11) 問題・弱み

- 弱みとして、「地域の人口が減っている」が最も多く、僅差で「得意客の高齢化」が挙げられています。「従業員の高齢化」と続き、上位3位までは当市の抱える人口減少、高齢化の課題と直結していることが分かります。また、強みの回答数が465件に対し、弱みの回答数は720件とおよそ1.5倍に上り、弱みに対する問題意識が高いことが分かります。

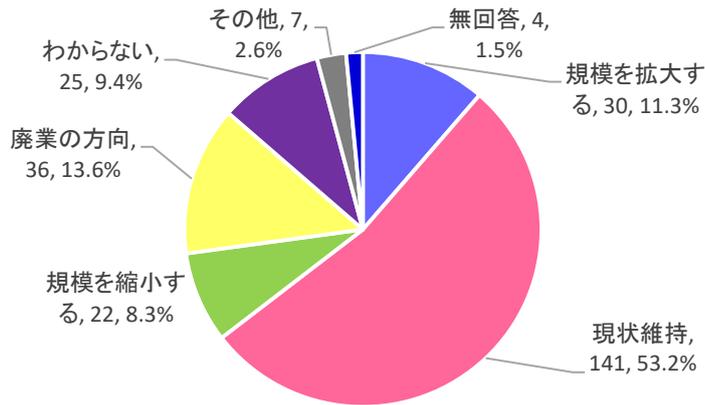


(n=720,MA)

3. 今後の方針

(12) 今後の経営方針

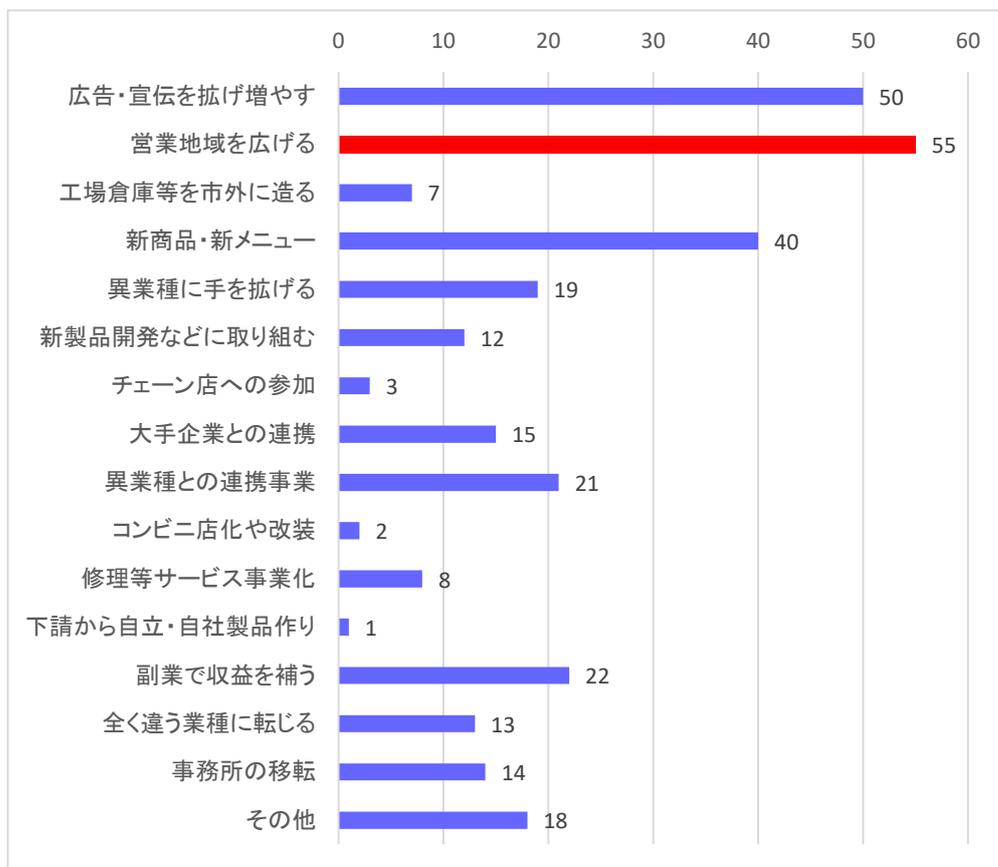
- 「現状維持」が圧倒的に多く、過半数を占めています。一方、「廃業の方向」が約1割を超えています。



(n=265,SA)

(13) 取り組みの可能性

- 「営業地域を広げる」、「広告・宣伝を拡げ増やす」、「新商品・新メニュー」が上位3位に挙げられています。



(n=300,MA)

戦略分野1 商業



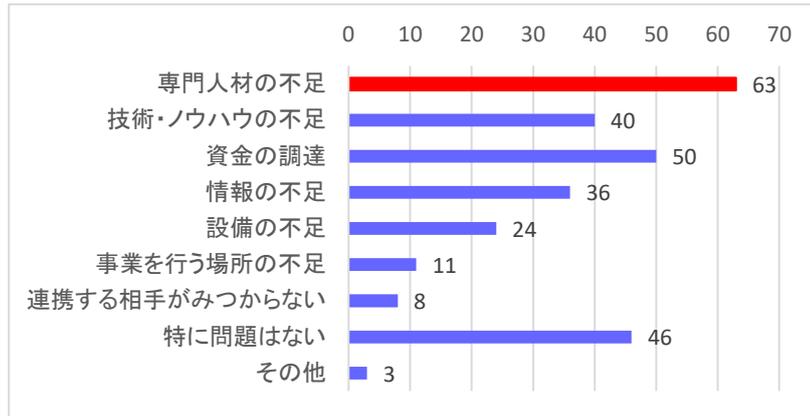
新商品を開発する／販売方法を見直す／
イベントの定着を図る

戦略分野4 道の駅



情報発信機能を利用する／自転車であちを巡る

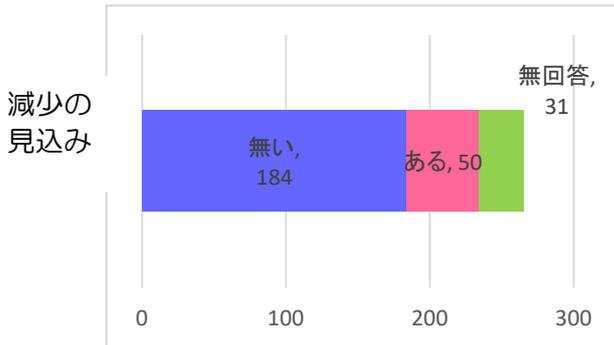
- 「専門人材の不足」「資金の調達」が上位である一方、「特に問題はない」の回答も第3位でした。



(n=281,MA)

(15) 今後3年間の従業員数の見通し

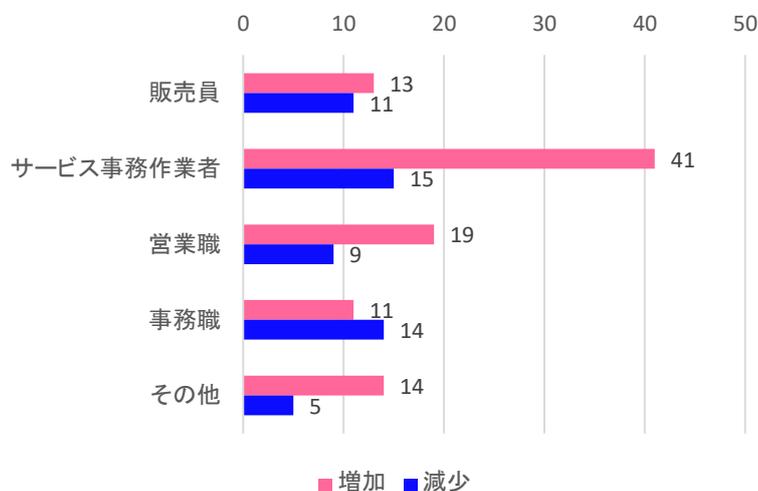
- 「増加の見込み」及び「減少の見込み」どちらも、「無い」の回答が6割を超えています。



(n=265,SA)

(15-3) 職種別の増減

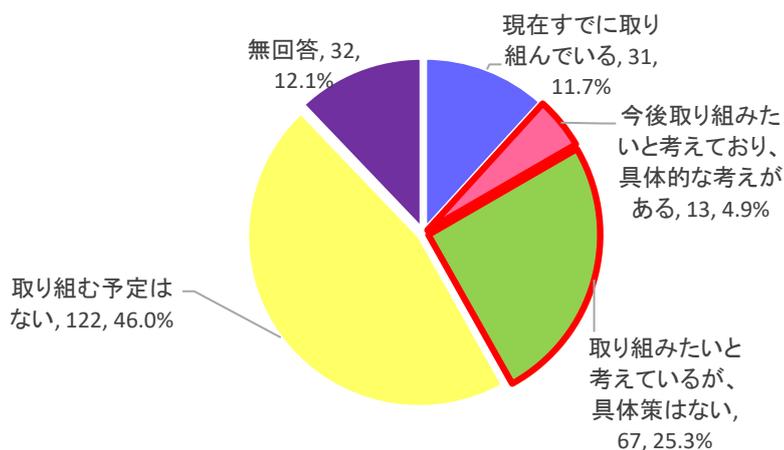
- 「増加の見込み」及び「減少の見込み」ともに、「サービス事務作業員」が最も多いことが分かります。「増加の見込み」よりも「減少の見込み」が上回るのは「事務職」のみでした。



(n=265,SA)

(16) 異業種や地域、支援機関等と連携した取り組みの状況

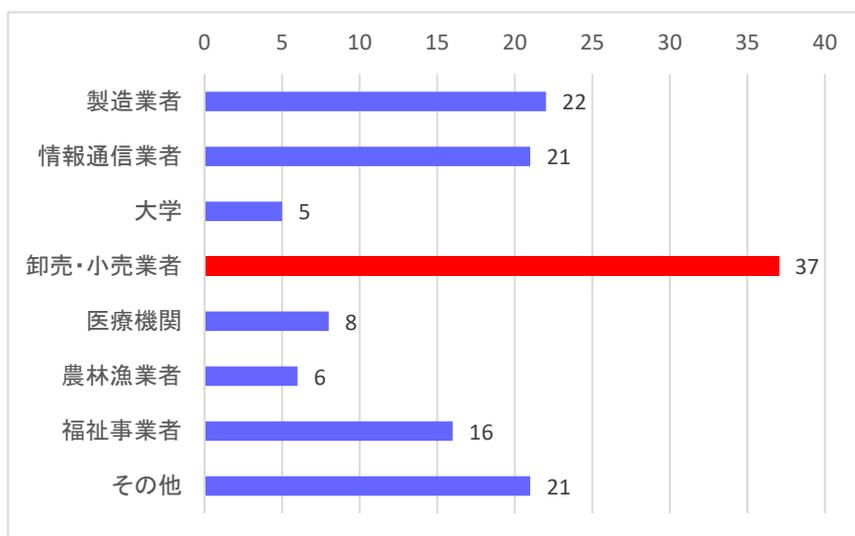
- ・「取り組む予定はない」が122件、46.0%と最も多く、次いで「取り組みたいと考えているが、具体策はない」67件、25.3%であり、「現在すでに取り組んでいる」「今後取り組みたいと考えており、具体的な考えがある」とあわせて、4割を超え、連携した取り組みの需要が高いことが伺えます。



(n=265,SA)

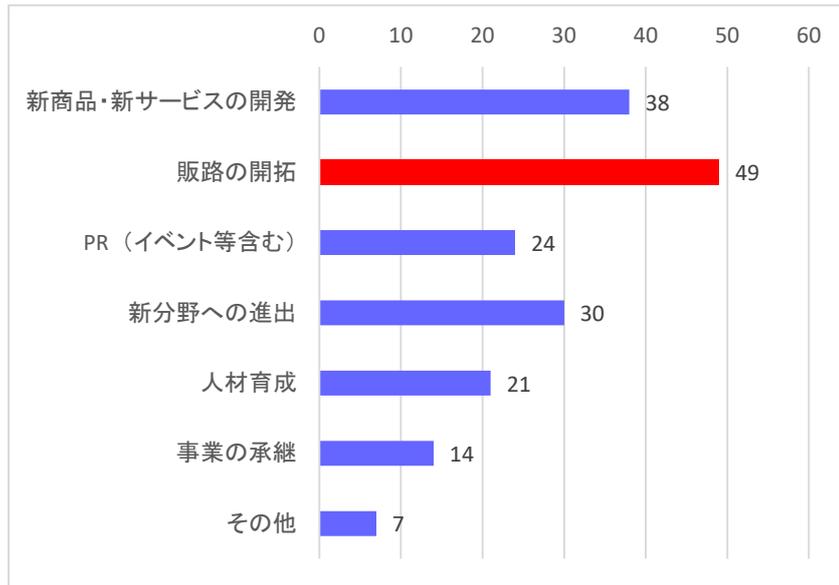
(17) どのような相手との連携か

- ・「卸売・小売業者」との連携が最も多く、連携内容として、「販路の開拓」、「新商品・新サービスの開発」、「新分野の進出」が挙げられています。



(n=136,MA)

(18) 連携により取り組みたいこと

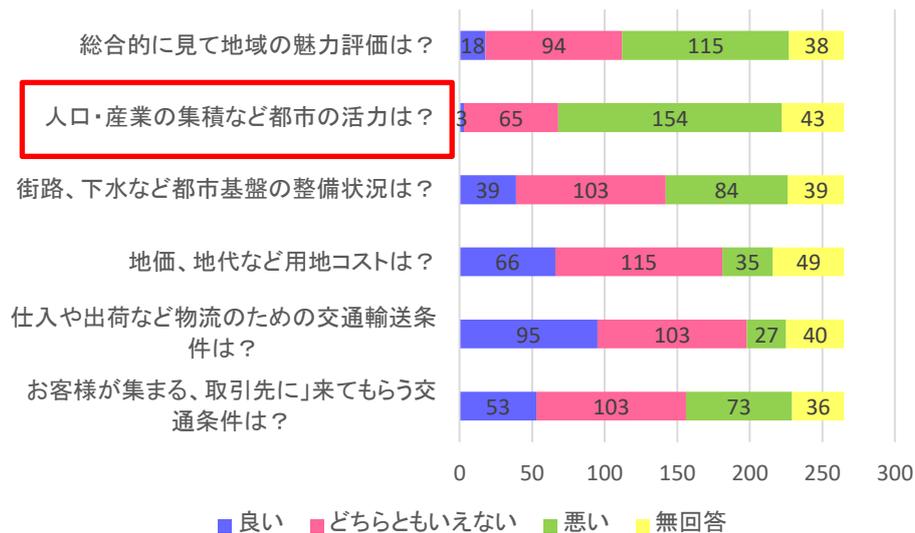


(n=183,MA)

4. 常総市の立地条件、事業環境の評価

(19) 立地条件、環境別の評価

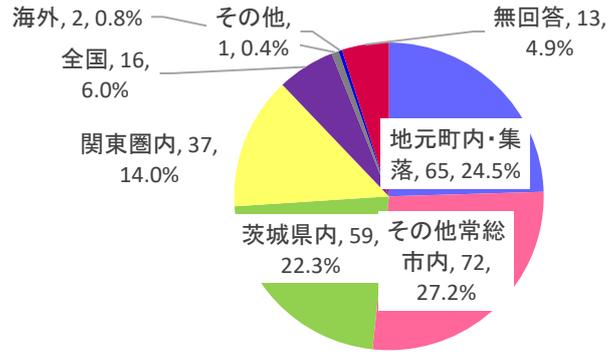
- 「仕入や出荷など物流のための交通輸送条件」について「良い」の回答が95件で最も多く、「悪い」回答が27件と最も少なく、評価が高い項目でした。「人口・産業の集積など都市の活力」については、「良い」の回答が3件、「悪い」が154件と最も悪い評価であった。「総合的に見て地域の魅力評価は？」という問いに対しては、「良い」18件、「悪い」115件と圧倒的に多く、本市が直面する課題が明らかになっています。



(n=265,SA)

(20) 顧客・納品先の主な所在地

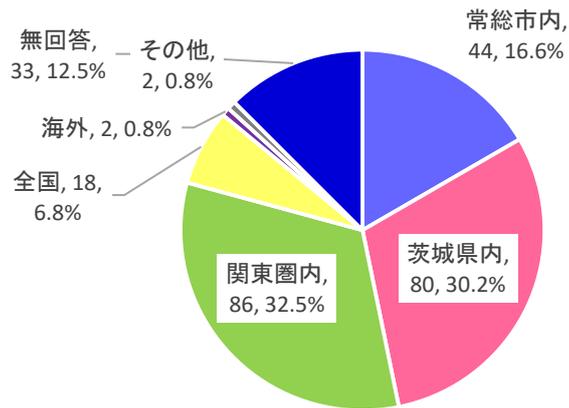
- 「その他常総市内」が72件、27.2%と最も多く、次いで、「地元町内・集落」65件、24.5%と市内の顧客・納品先が過半数を占めています。



(n=265,SA)

(21) 外注先、調達先の主な所在地

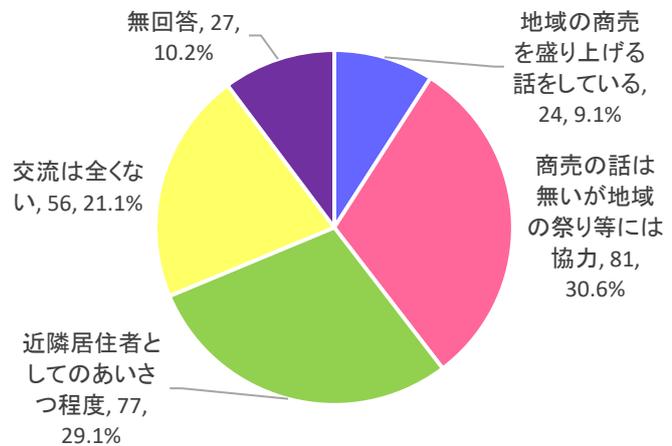
- 外注先、調達先としては、「関東圏内」が86件、32.5%と最も多く、県外の取引が目立っています。



(n=265,SA)

(22) 近隣商店同士の話し合い・交流

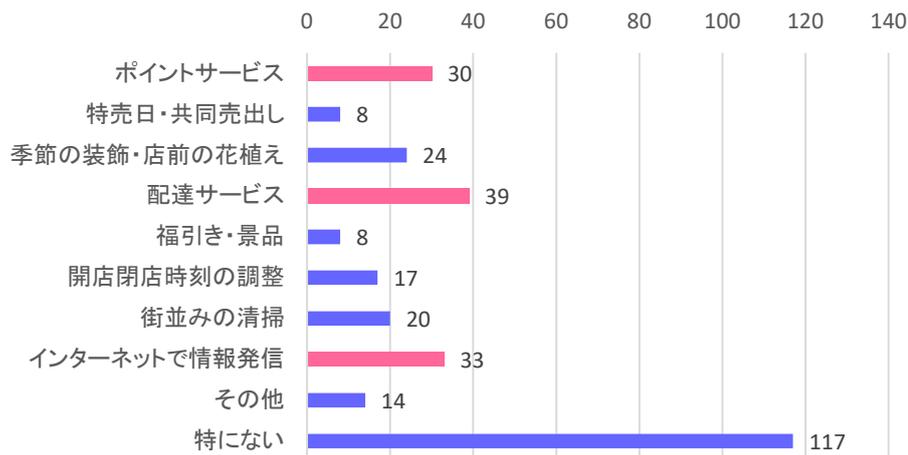
- 「商売の話は無いが地域の祭り等には協力」が81件30.6%と最も多いことが分かります。「交流は全くない」は56件、21.1%であり、内容の差はあるが、交流が行われていることが伺えます。



(n=265,SA)

(23) お店や地域、仲間で取り組んでいること

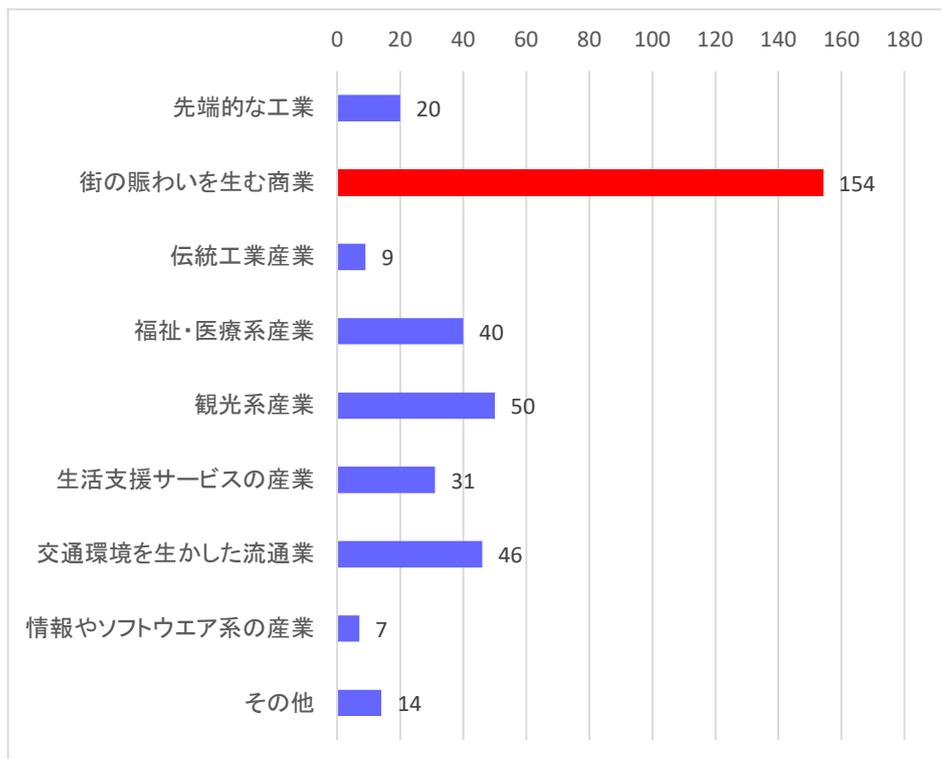
- ・「特にない」が117件と圧倒的に多いものの、「配達サービス」「インターネットで情報発信」「ポイントサービス」等の取り組みが行われています。



5. 常総市に期待する産業振興と行政施策

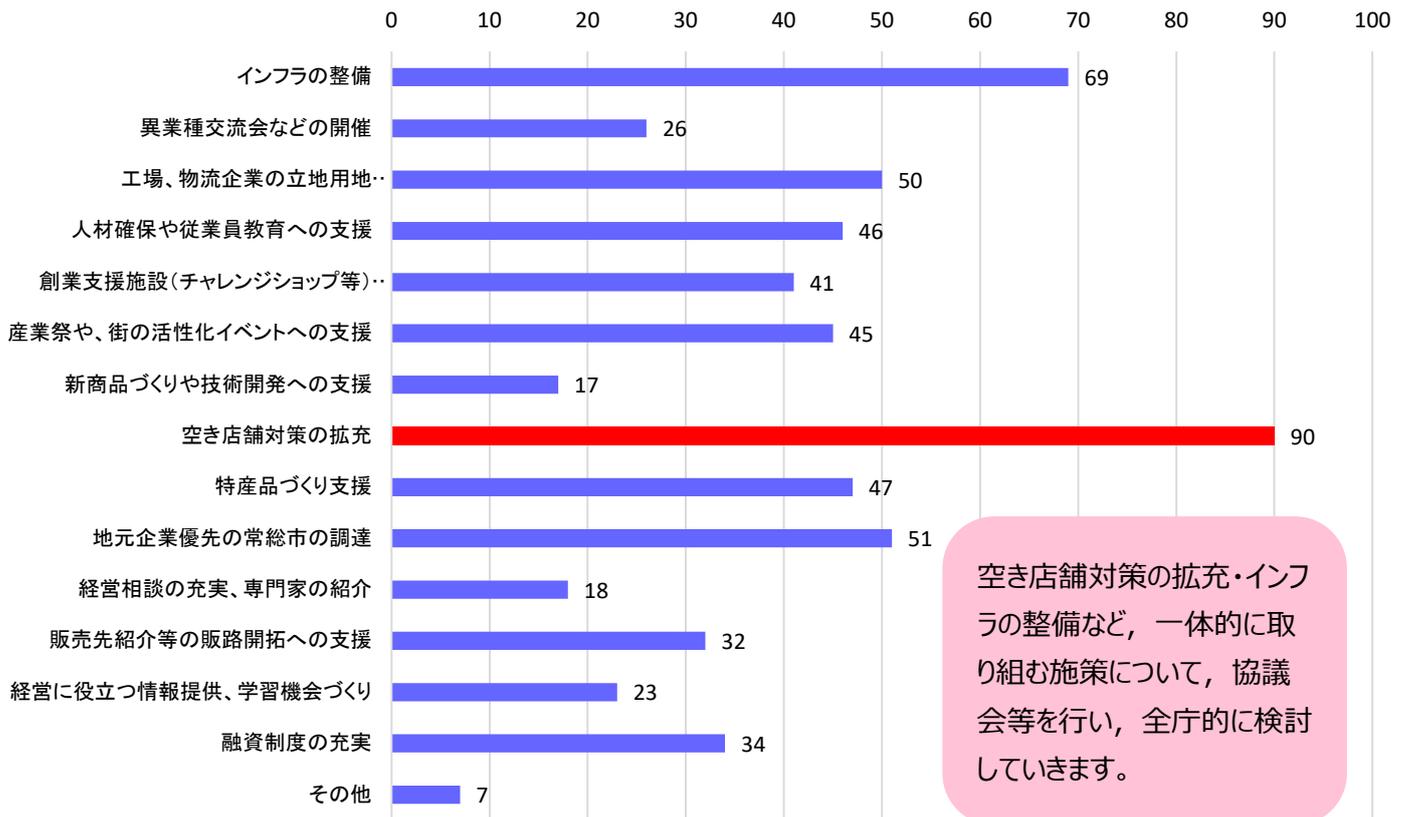
(24) 常総市で振興してほしい産業

- ・「街の賑わいを生む商業」が他と比べて、圧倒的に多く、商業とまちの活性化は密接な関係にあることが分かります。



(25) 常総市に期待する施策

- 市に期待する施策として「空き店舗対策の拡充」が90件と最も多く、次いで「インフラの整備」が69件であった。さらに「地元企業優先の常総市の調達」も51件に上る。



(26) 商店街の賑わいを取り戻すためのアイデア

- ・高齢者にやさしいおもてなし
- ・高齢者向け配送サービス
- ・空き家、空き店舗の活用
- ・商店街を盛り上げられる企画、イベント
- ・専門家派遣
- ・教育施設の誘致
- ・スタンプラリー
- ・大型商業施設の誘致
- ・絵画の街、アートの街
- ・常総ブランド、常総の特産品、目玉商品
- ・商店街の駐車場整備
- ・特色ある店づくり
- ・カスミ跡地、旧報徳銀行の利用
- ・楽しい商店街
- ・創業支援
- ・子どもが集まる工夫

(27) 常総市の産業振興に対するご提案ご要望

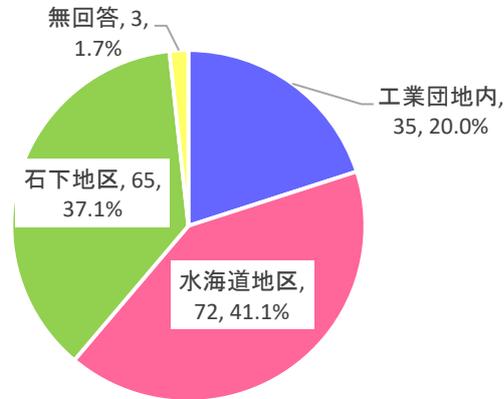
- ・教育の視点
- ・都市計画の見直し
- ・道の駅の活用(直売所等)
- ・空き地の利用
- ・少子化対策
- ・個人、市内企業と連携した商品開発やサプライチェーンの構築
- ・日本一をつくる
- ・企業誘致
- ・花火大会を盛り上げる
- ・専門家派遣
- ・ふるさと納税の魅力アップ
- ・観光農園産業
- ・鬼怒川、小貝川などの自然を生かす
- ・農産物のアピール
- ・中心市街地補助金の拡充
- ・子育て支援
- ・営業戦略

工業編

1. 回答企業の概要

(1) 所在地

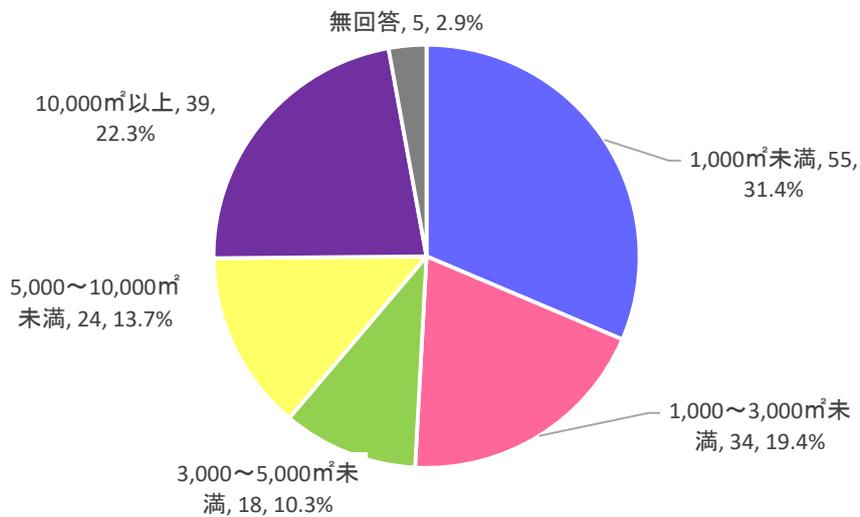
- 回答者の属性として、「水海道地区」の事業者が72件41.1%、「石下地区」が65件37.1%、「工業団地内」が35件20%となっています。



(n=175,SA)

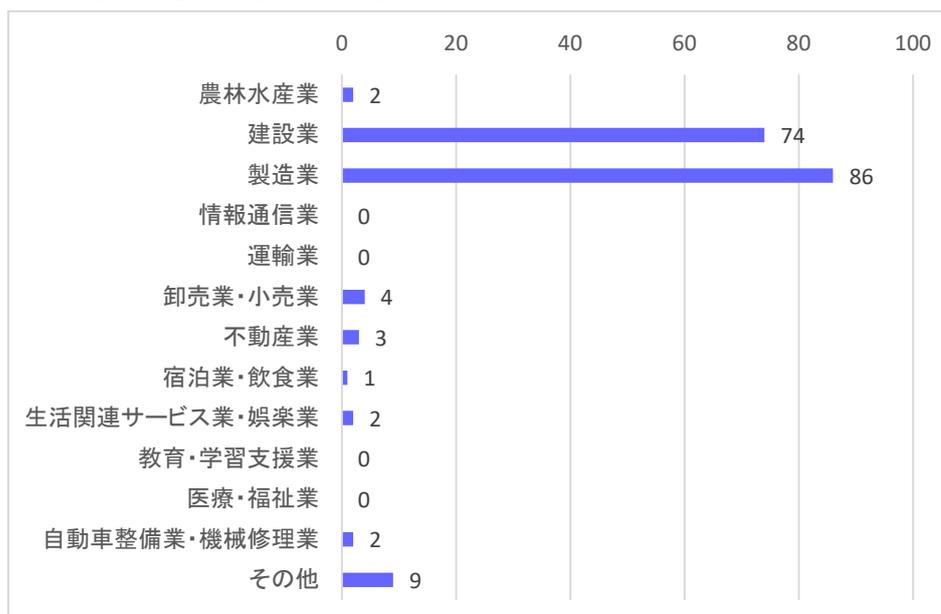
(2) 利用土地面積

- 1,000㎡未満が約3割で最も多く、次いで10,000㎡以上が約2割と二極化の傾向が見られました。



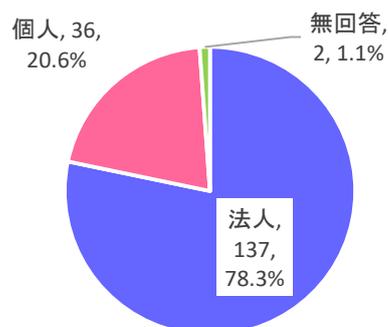
(3) 業種

- 製造業が最も多く、次いで建設業が多いことが分かります。製造業及び建設業で全体の87.4%を占めます。情報通信業、運輸業、教育・学習支援業、医療・福祉業の回答数は0でした。



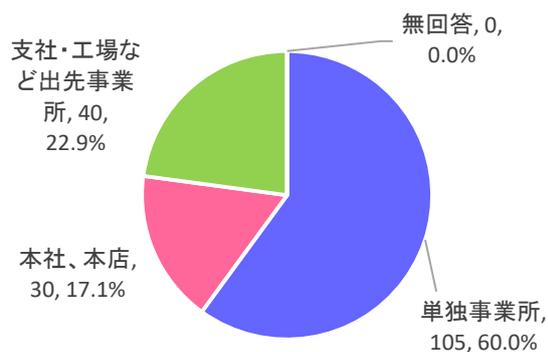
(4) 法人、個人の別

- 法人、個人の別では「法人」が約8割を占めます。



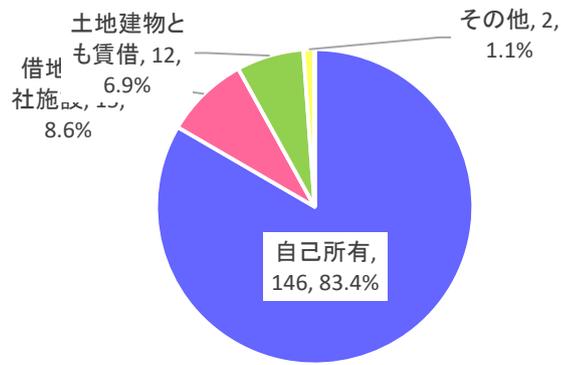
(5) 事業所形態

- 単独事業所が105件、60%と過半数を占め、次いで本社、本店が30件、17.1%です。



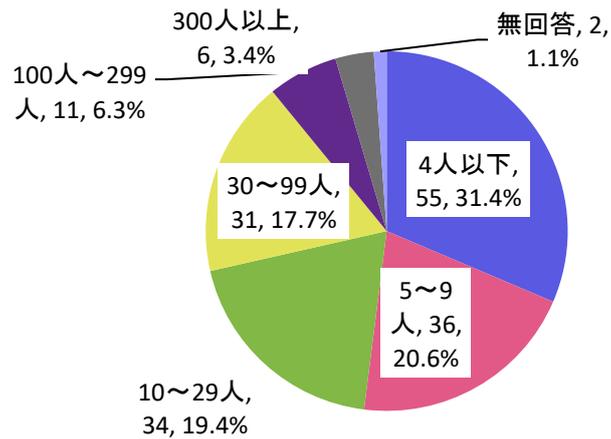
(5) - 1 事業所の土地・建物の所有関係

- 自己所有が146件、83.4%と大部分を占め、次いで借地に自社施設が15件、8.6%と、施設の所有率が高いことが分かります。



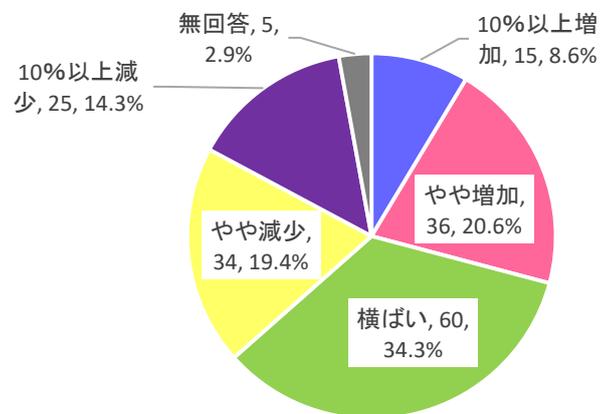
(6) 従業者数

- 4人以下が55件、31.4%と最も多く、次いで5～9人以下が36件、20.6%であった。10人以下の企業が過半数を占める。



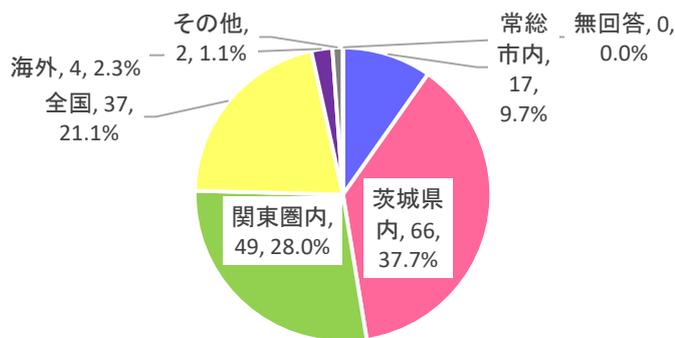
(7) 3年後の売上高予測

- 3年後の売上高に対して、横ばいが60件、34.3%と最も多く、次いでやや増加が36件、20.6%、やや減少が34件、19.4%とほぼ同数です。



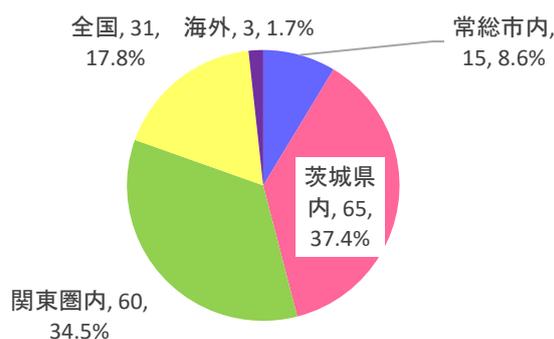
(8) 顧客・納品先など取引先の主な所在地

- 取引先の主な所在地は、茨城県内が66件、37.7%と最も多く、次いで関東圏内が49件、28.0%であり、比較的近き地域を挙げる事業者が多い一方で、全国を主要取引先としている事業者も37件21.1%と5社に1社を上回る水準です。



(9) 外注先・調達先の主な所在地

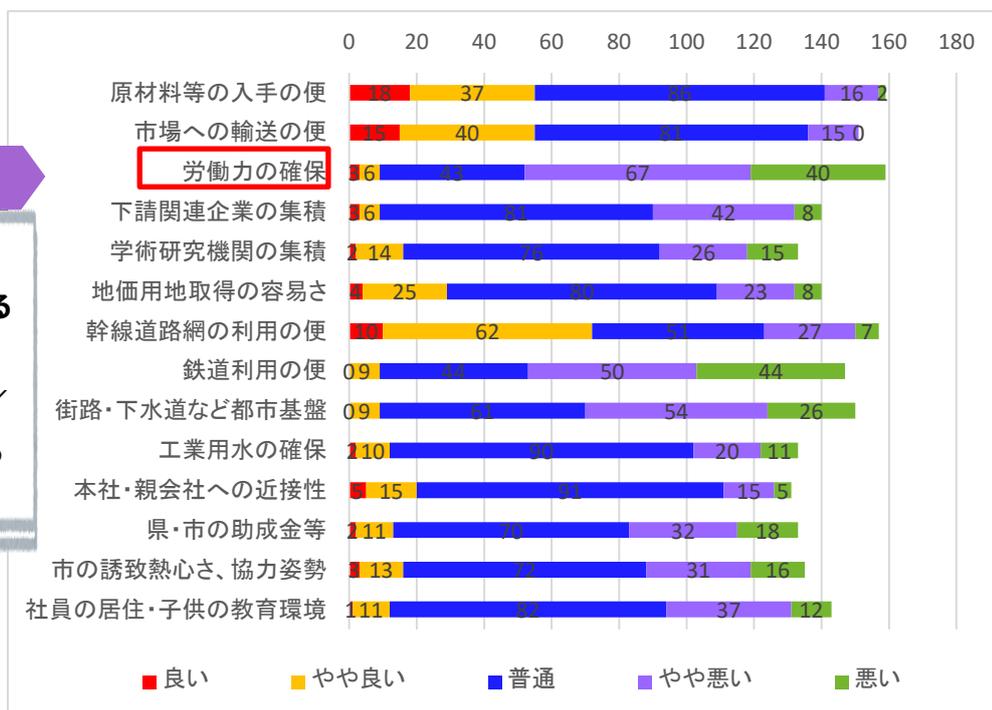
- 茨城県内は65件、37.4%と最も多く、次いで関東圏内は60件、34.5%です。取引先などの所在地と比較すると茨城県内はほぼ同数でしたが、関東圏内は増加しており、近い地域での取引が多くなっています。



2. 立地環境

(10) 常総市の企業立地・操業環境

- 「良い」「やや良い」の評価については、「幹線道路網の利用の便」が最も多く、「原材料等の入手の便」「誌上への輸送の便」の順でした。
- 一方で「悪い」「やや悪い」の評価については、「労働力の確保」が最も多く、「鉄道利用の便」「街路・下水道など都市基盤」の順でした。



戦略分野3 工業

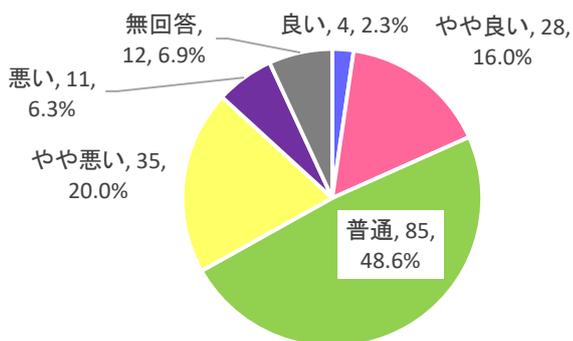
労働力確保に直結する

取組→

雇用対策を実施する／
企業の魅力を発信する

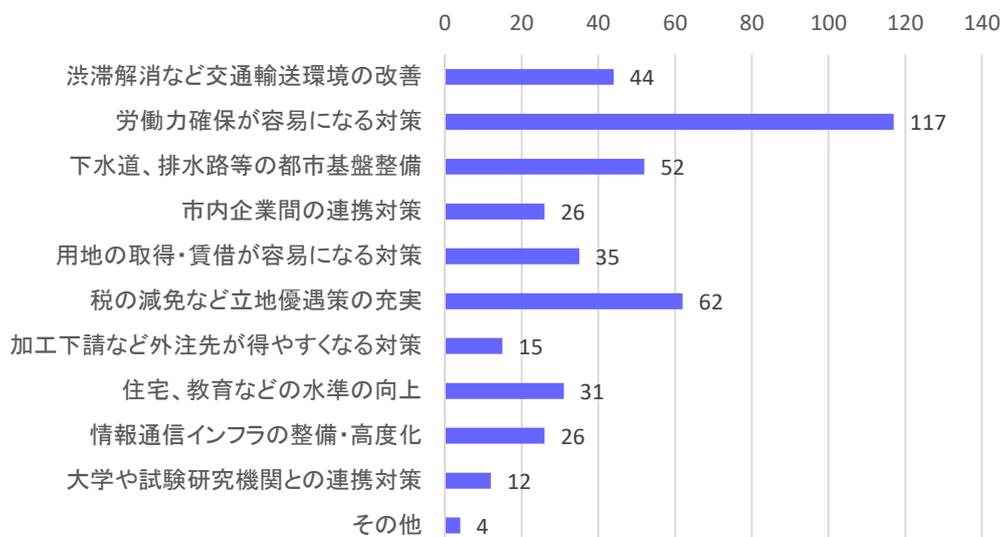
(11) 常総市の立地条件・操業環境の総合評価

- 総合評価については、「普通」が85件、48.6%と約半数を占めます。「良い」「やや良い」の合計は、32件18.3%であり、「悪い」「やや悪い」の合計は、46件26.3%と「良い」評価を上回っています。



(11) -1 立地条件などの評価の改善や向上させる対策

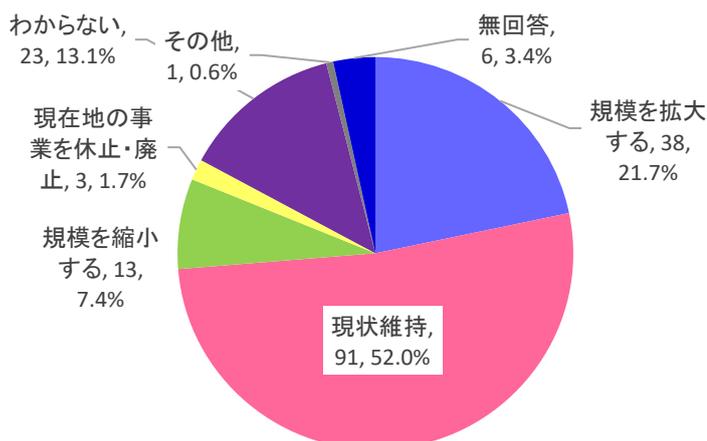
- 「労働力確保が容易になる対策」が最も多く、117件で、次いで、「税の減免など立地優遇策の充実」62件、「下水道、排水路等の都市基盤整備」と続きます。



3. 今後の見通し・方向

(12) 今後5年間の見通し・方向

- 「現状維持」が91件、52%と最も多く、過半数を占めます。「規模を拡大する」の回答も38件、21.7%と次いで多くなっています。
- 一方、「現在地の事業を休止・廃止」が3件、1.7%と少ないことが分かります。



(13) -1 今後5年間に可能性のある取り組み

- ・「技術力向上・研究開発力の強化」が28件と最も多く、次いで「新製品・新サービスの開発・展開」が24件とつづく。事業所の機能強化についての取り組みの可能性が高いことが伺えます。



戦略分野3 工業

戦略分野4 道の駅



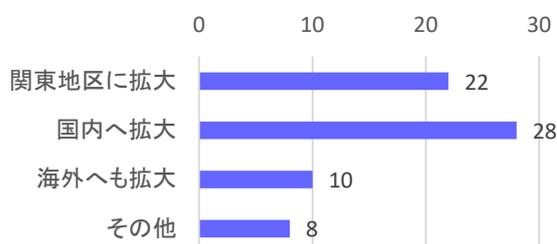
展示会・見本市への出店を促進する



市内企業を紹介する

(13) -2 取り組み内容

1. 販路開拓・事業エリアの拡大



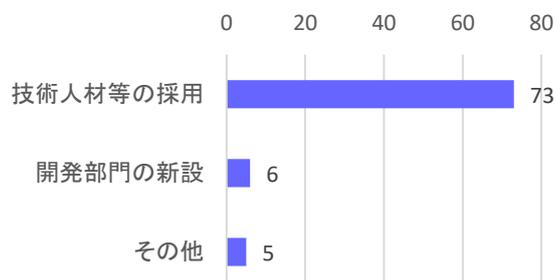
2. 新製品・新サービスの開発・展開



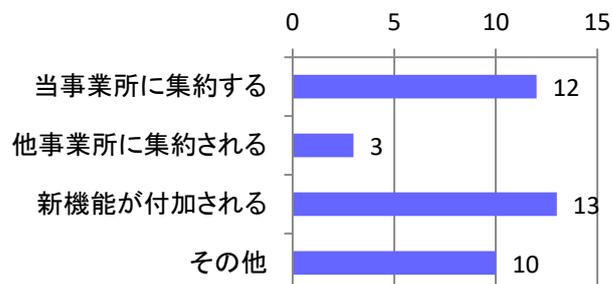
3. 生産・営業拠点等の移転、新增設



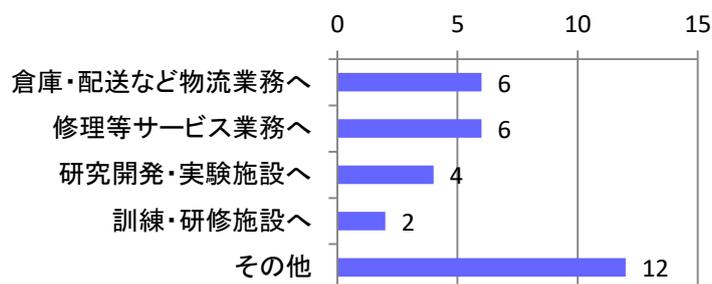
4. 技術力向上・研究開発力の強化



5. 提携、合併による事業変化

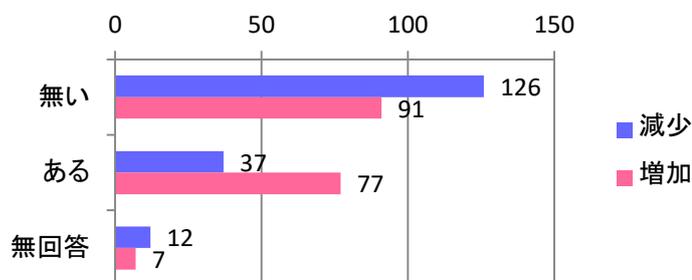


6. 業態・業務等の転換



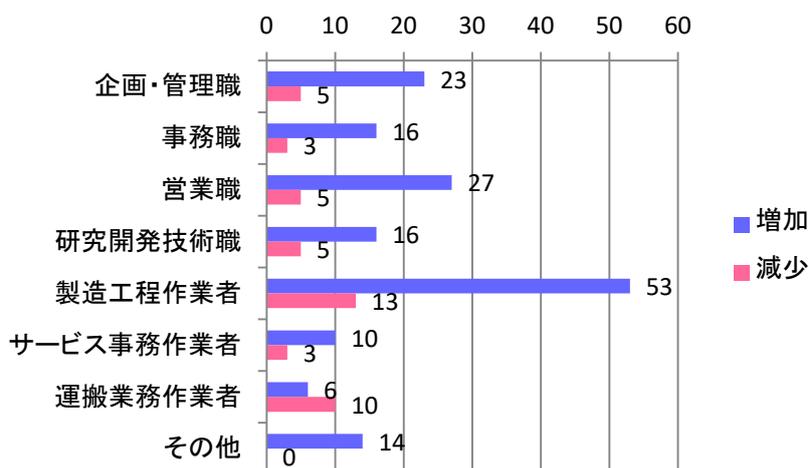
(14) 今後3年間の従業員数見通し

- 「減少」「増加」ともに「無い」が最も多いが、「増加」の見込みがある回答数も77件と次いで多いことが分かります。



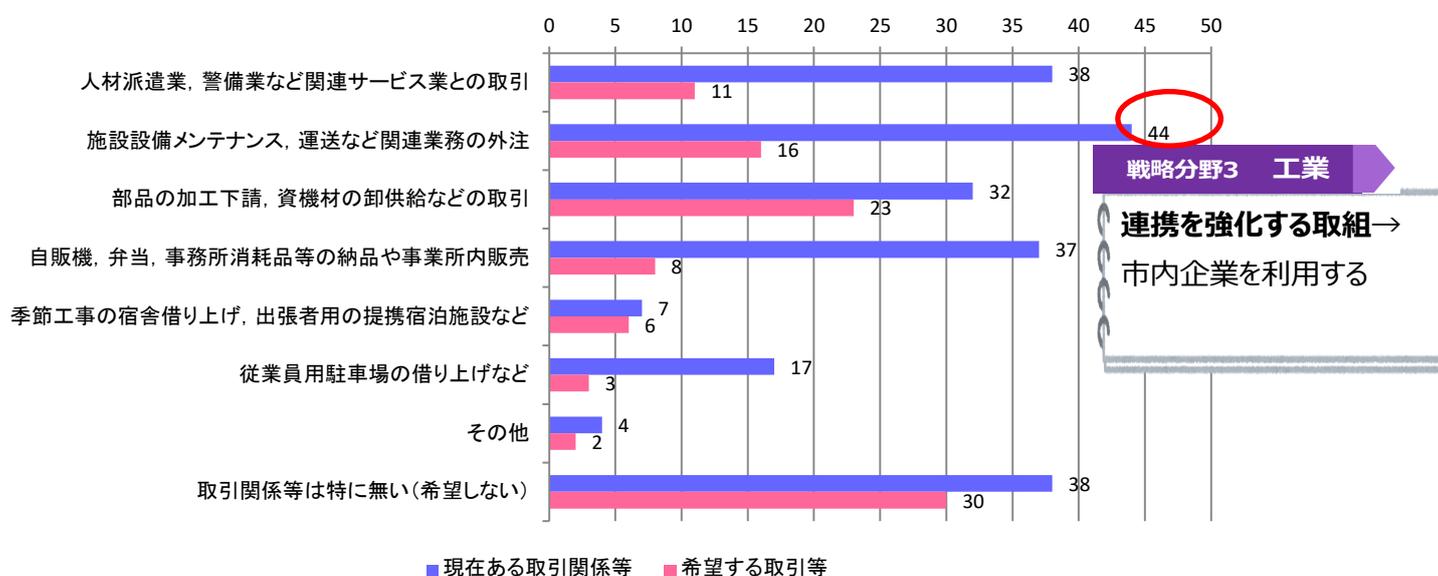
(14) -3 職種別の増減

- 「増加」「減少」ともに「製造工程作業員」の回答数が多く、全体的に「減少」は少なくなっています。



(15) 地元商工業者等との取引関係等の現状と今後

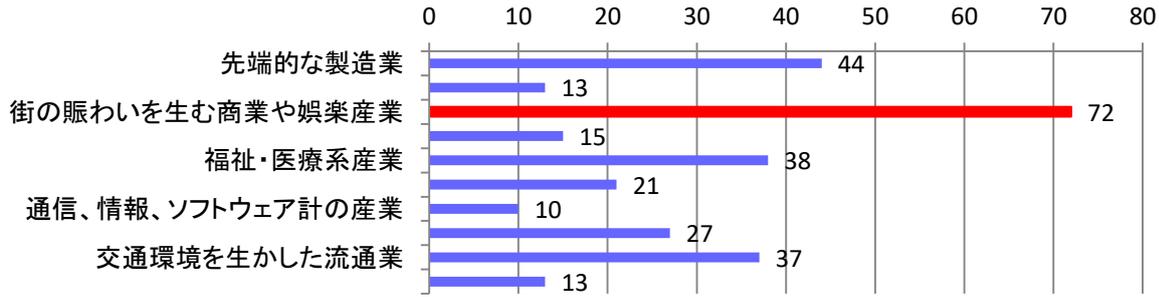
- 現在ある取引関係等では「施設設備メンテナンス、運送など関連業務の外注」が最も多く、希望する取引等では、「希望しない」が最も多いことが分かります。



5. 常総市に期待する産業振興及び行政施策

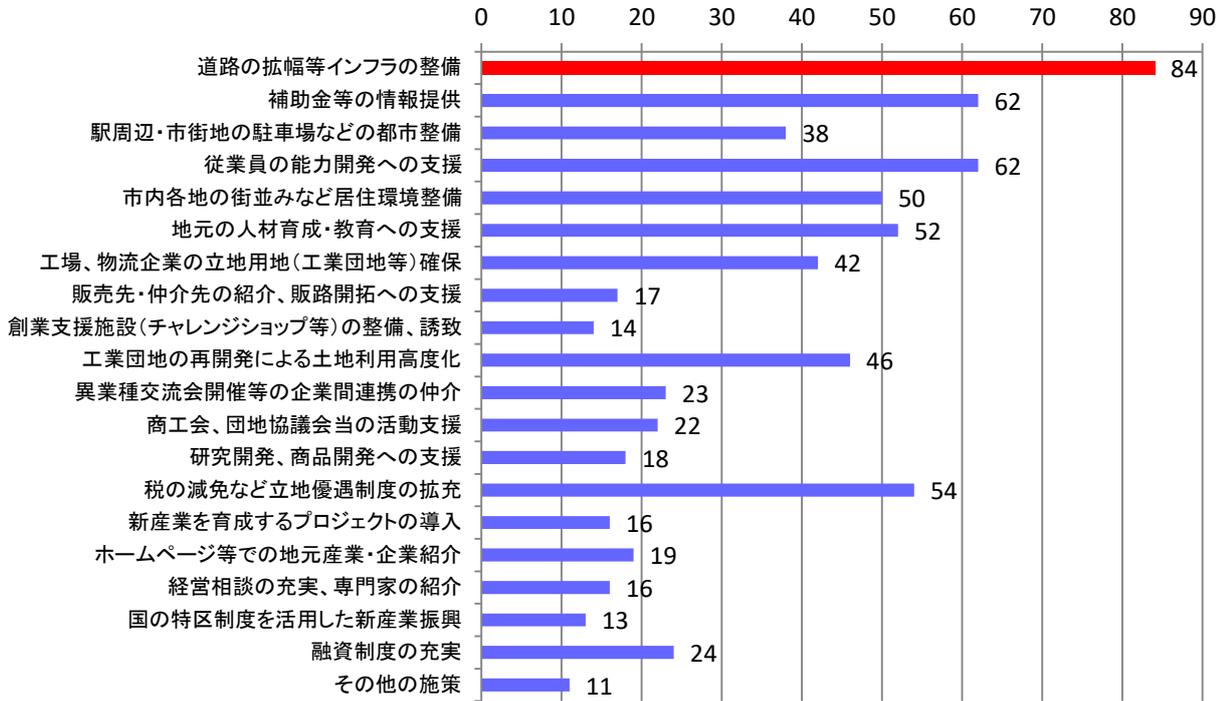
(16) 今後振興して欲しい産業

- 「街の賑わいを生む商業や娯楽産業」が72件と最も多く、次いで「先端的な製造業」が44件であった。



(17) 常総市に期待する施策

- 「道路の拡幅等インフラの整備」が84件と最も多く、次いで「補助金等の情報提供」「従業員の能力開発への支援」が62件でした。



(18) 常総市の産業振興について

- 工業誘致に伴う活性化
- 大企業の誘致
- 農業・商業の良いところをアピールして活性化
- インフラの整備
- 住宅地の整備
- 工業用水についての改善
- 人口増加させる施策
- 工業団地内企業と地場企業のマッチング
- 市のイメージアップ
- 他市町村との差別化、独創的な施策
- 大学誘致



常総市

「常総で稼ぐ！」

——常総市産業振興ビジョン——

発刊：常総市産業振興ビジョン策定委員会

編集：常総市役所産業振興部商工観光課

〒303-8501

茨城県常総市水海道諏訪町3222-2

TEL 0297-23-2111 FAX 0297-22-8864