

まちなか再生事業 令和5年度事業報告

公民連携まちづくりビジョン

及び

アクションプラン

令和6年2月

常総市

株式会社ひらく

目次

第1章	はじめに	2
第1節	策定の趣旨	2
	策定の流れと全体像	3
第2節		3
第3節	策定の体制	6
第2章	本まちづくりビジョンの位置付けとまちなか再生エリアの定義	7
第1節	本まちづくりビジョンの位置付け	7
第2節	これまでの取組	8
第3節	まちなか再生エリアの定義	10
第3章	まちなかの現状	12
第1節	まちなかの現状・課題	12
第2節	地元まちづくりプレイヤーへのヒアリング調査	21
第3節	地元プレイヤーとの体制構築と戦略会議の実施	23
第4章	社会実験 Joso Collective 概要	25
第1節	社会実験 Joso Collective の定義と目的	25
第2節	社会実験 Joso Collective 概要	28
第5章	社会実験 JosoCollective 実施と評価	30
第1節	1 公民連携まちづくりシンポジウム、ワークショップの開催	30
第2節	2 市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした地域資源を活用した社会実験の企画、運営（トライアル・スクエア）	34
第3節	4 道の駅来訪者がまちなかに呼び込む方策の検討	51
第4節	社会実験 JosoCollective に係る課題整理	52
第5節	アンケート調査	54
第6節	課題のまとめ	57
第6章	地域資源を活用した公民連携まちづくりビジョン及びアクションプランの検討	59
第1節	公民連携まちづくりビジョン策定	59
第2節	アクションプランの策定	61
第3節	方針ごとの重点的な取組施策	63
第4節	今後の展開	65

第1章 はじめに

第1節 策定の趣旨

(1) 背景と目的

常総市が市民にとってより暮らしやすい場になることを目指し、本市の中心市街地である水海道駅周辺地区の魅力を高めるまちづくり構想として、公民連携まちづくりビジョンの策定及びアクションプランの検討を行う。

本地区は、江戸時代から鬼怒川の水運により発展を遂げ、経済的・文化的に大きく発展してきた。また、駅、図書館、小学校、高校等の公共施設や銀行、小売商業、サービス施設が集積しており、長い歴史の中で文化、伝統をはぐくみ、各種機能を培ってきた「まちの顔」とも言うべき地域である。

しかし、現在は居住人口が減少・大規模商業施設の郊外立地などにより、中心市街地としての魅力が低下しつつある。また、宝町、栄町、本町など各通りの沿道は、五木宗レンガ蔵や旧報徳銀行などの歴史的建築物が集積する街なみや、二水会館といった貴重な文化財による歴史・文化的景観、個性的な建築物・工作物などと一体となった特徴的な景観など、伝統的文化財や歴史的建造物が残っているが、現在は十分に活用できていない。

一方、全国に目をやると、古い建造物の価値が見直されたり、顔が見えるコミュニティでチャレンジをしたいという人が再び地元に戻ってきたりという動きが増えている。当市では、令和5年（2023年）4月にまちびらきをしたアグリサイエンスバレー常総により、新たに多くの人が訪れ、市内の様々なスポットにも足を運ぶ波及効果も生まれている。また、人口減少社会のなかで暮らしを助けるためのテクノロジーが発展しつつあり、住む場所、働く場所の選び方も多様な価値観が生まれている。この機会を生かし、今後も水海道駅周辺地区を持続可能で魅力ある場所にするため、本まちづくりビジョンを策定した。

本まちづくりビジョンは、一般財団法人地域総合整備財団＜ふるさと財団＞の令和5年度まちなか再生事業制度を活用し、まちなか再生事業プロデューサー株式会社ひらくと連携し、ふるさと財団のまちなか再生支援アドバイザーボード会議委員の支援・助言を受け、まちなか再生に向けた仮説の設定と社会実験とおした検証により策定した。

(2) 策定の視点

本まちづくりビジョンは、以下の視点のもと策定した。

ア 現状・課題の明確化

まちなか¹で活動されている事業者や住民へのヒアリング調査、まちなかにある資源の把

¹ 「まちなか」とは水海道駅周辺地区で、主に水海道宝町、水海道栄町、水海道諏訪町で

握等から課題を明らかにする。

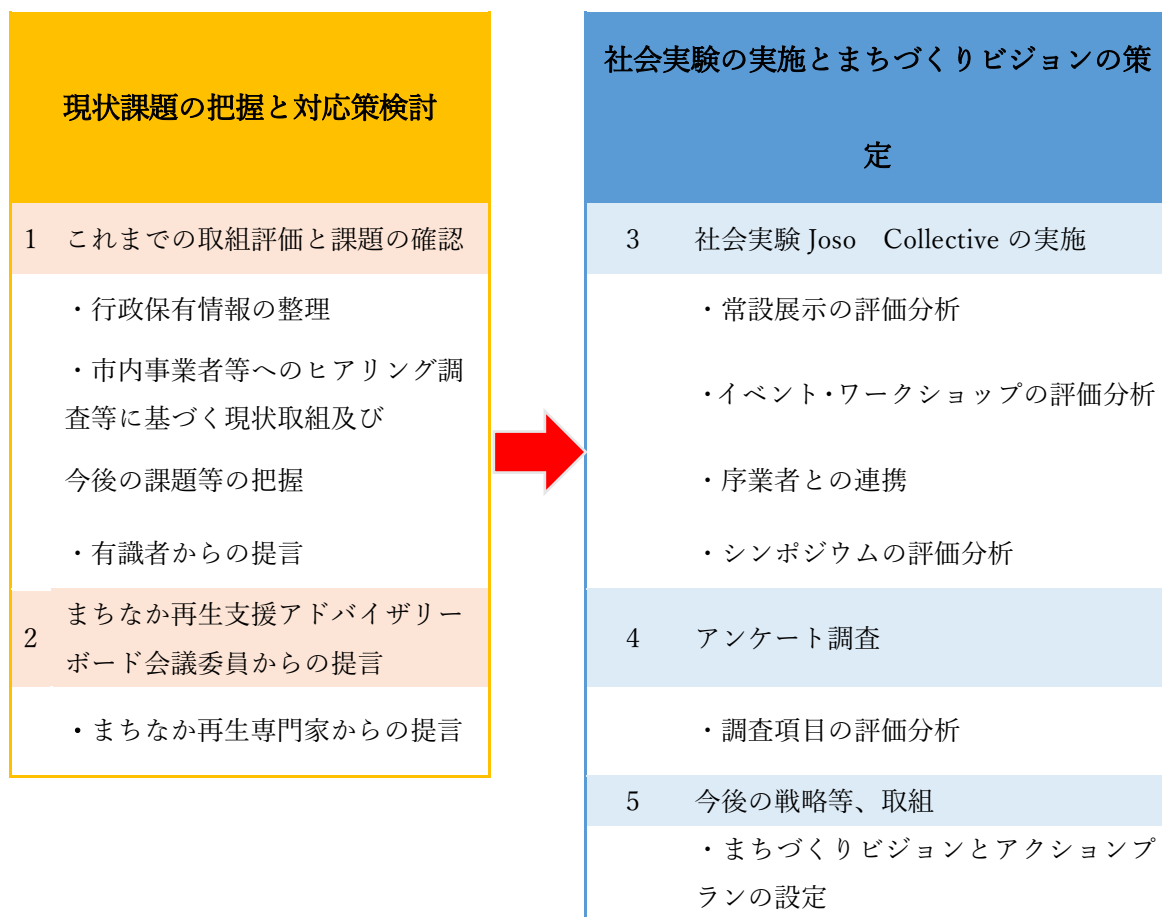
イ 今後の目標・アクションプランの作成

まちなか再生へ向けた将来目標及びアクションプランの作成と展開を検討する。

第2節 策定の流れと全体像

本まちづくりビジョンの策定にあたっては、まず、まちなかで活動されている事業者や住民へのヒアリング調査、まちなかにある資源の把握、社会実験等の調査から浮かび上がる現状課題の把握と対応策の検討を行った。それらを踏まえ、社会実験を実施し、その評価分析をもとに、まちなか再生へ向けた今後の目標設定、アクションプランの策定、アクションプラン推進のための体制・役割の整理を行った。

図表 1-1 策定の流れと全体像



構成されたエリアをまちなかエリアとして設定した。本地区は、本市の中心として都市機能（商店街、企業、公的施設）が集積したエリアを指す。詳細は第3節「まちなか再生エリアの定義」参照。

また、本まちづくりビジョンの策定における工程表と作業項目を以下に示す。

図表 1-2 工程表

No	工程	作業項目	成果
1	現状課題の把握と対応策検討		
	これまでの取組 評価と課題の確 認	・行政保有情報の整理	①現状課題と要因 ②今後の取組・検討課題 ③現状課題や今後の取組に関するヒ アリング事項
		・市内事業者等へのヒアリン グ調査等に基づく現状取組及 び今後の課題等の把握	
		・有識者からの提言	
2	まちなか再生支 援アドバイザー ーボードからの 提言	・まちなか再生専門家からの 提言	④取組に関する精査評価
3	社会実験の実施とアクションプランの策定		
	Joso Collective の実施	・常設展示の評価分析	⑤社会実験に対する評価
		・イベント・ワークショップ の評価分析	
		・シンポジウムの評価分析	
4	アンケート調査	・調査項目の評価分析	⑥アクションプラン内容
5	今後の戦略等、 取組	・アクションプランと目標値 の設定	

なお、本まちづくりビジョン策定に係る事業の実施スケジュールを以下に示す。

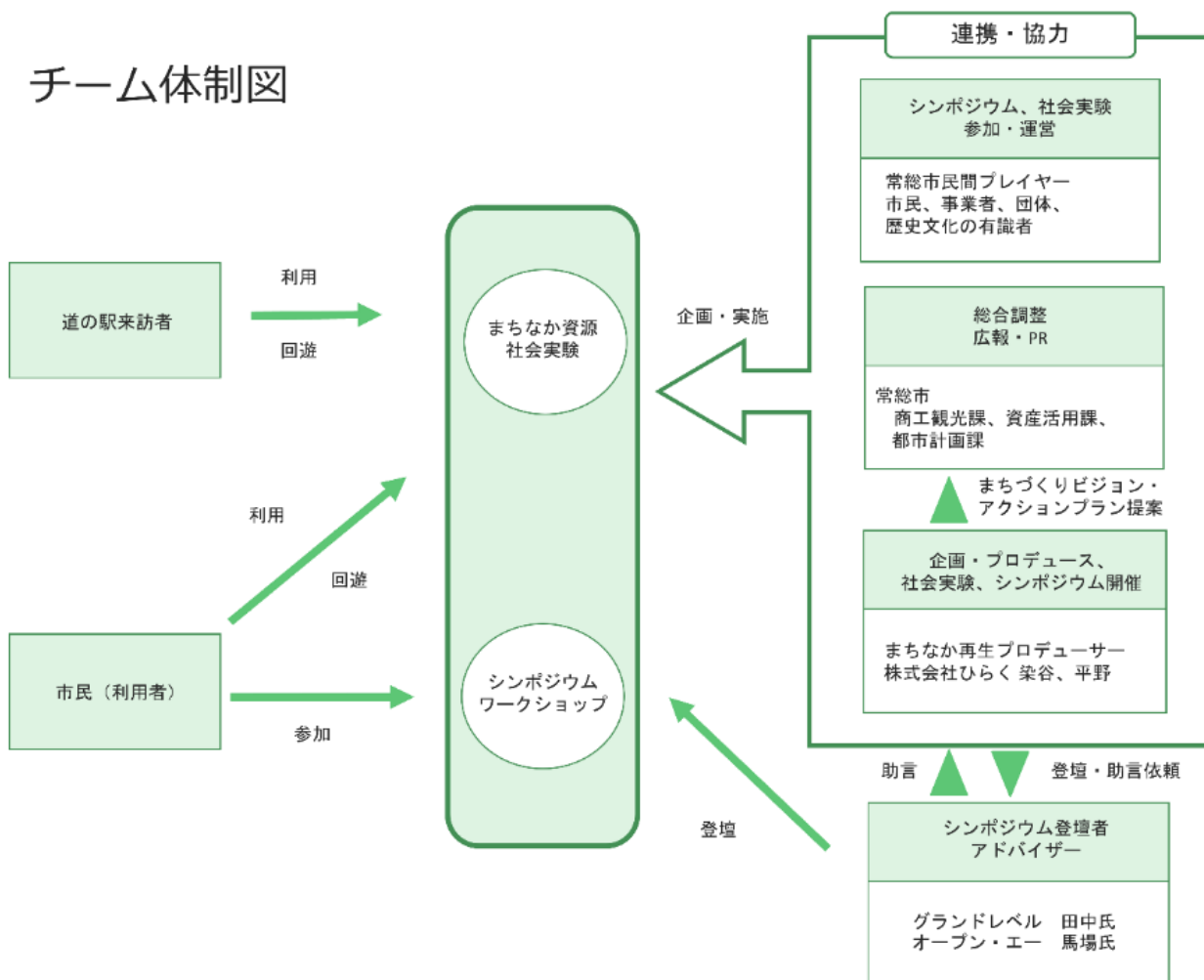
図表 1-3 実施スケジュール

事業内容	実施手法等	実施時期											
		5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月		
1 公民連携まちづくりシンポジウム及びワークショップの開催													
	①広報、PR												
	②シンポジウム及びワークショップ						●	●					
	③シンポジウム及びワークショップの参加者を社会実験に取り込む						↓						
2 市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした地域資源を活用した社会実験の企画、運営(トライアル・スクエア)													
	①市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした社会実験												
	②まちなか資源の開放・ライトアップ												
3 地域資源を活用した公民連携まちづくりビジョン及びアクションプランの検討													
	①公民連携まちづくりビジョンの骨子作成												
	②公民連携まちづくりビジョン策定												
	③アクションプランの策定												
4 道の駅来訪者がまちなかに呼び込む方策の検討													
	①道の駅と連携した社会実験						●	●					
	②方針の検討												
5 その他													
	①ふるさと財団 現地会議			●									
	②地元プレーヤーとの面談、体制構築												
	③戦略会議			●	●	●	●	●	●	●	●		
	④成果報告のとりまとめ												
	⑤実績報告会での成果報告												●

第3節 策定の体制

本まちづくりビジョンは、常総市を策定主体とし、ふるさと財団の補助の下、まちなか再生プロデューサーとして株式会社ひらくの協力を得て策定した。

図表 1-4 体制図



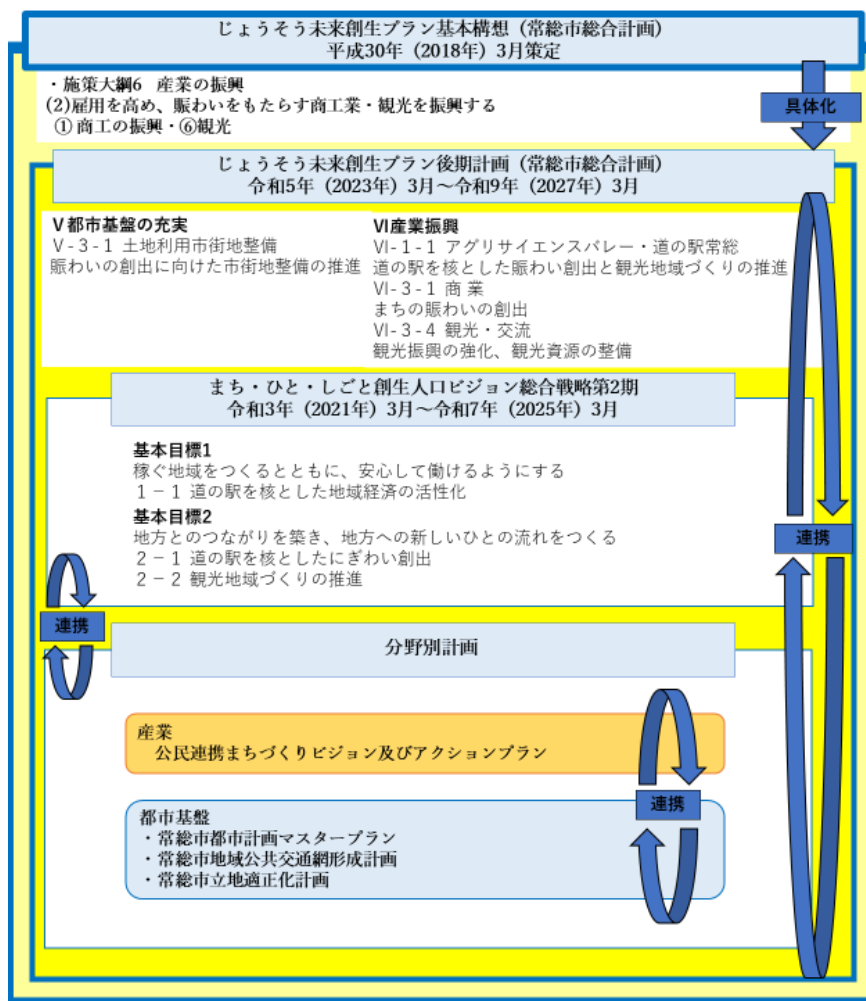
第2章 本まちづくりビジョンの位置付けとまちなか再生エリアの定義

第1節 本まちづくりビジョンの位置付け

(1) 位置付け

本まちづくりビジョンは、じょうそう未来創生プラン（常総市総合計画）後期計画（計画期間令和5年（2023年）3月策定～令和9年（2027年）3月）の施策や目標を踏まえ、関連する分野別計画と整合性を図りながら、市及び民間事業者並びに市民にとっても「まちなか再生の羅針盤」となるべく策定した。

図表 2-1 位置付け



(2) 計画期間

本まちづくりビジョンの期間は、令和 6 年度（2024 年度）から令和 15 年度（2033 年度）の 10 年間とし、上位計画の変更などにより必要が生じた際に見直しを行う。

第 2 節 これまでの取組

本市では、平成 13 年（2001 年）3 月に計画期間を 10 年に設定し策定した水海道中心市街地活性化基本計画書により、まちなかの活性化を推進するため、中心市街地活性化準備室の設置、千姫をテーマとした「水海道千姫まつり」の開催など、体制づくり、事業の実施が進められた。

ハード整備に関しては、平成 14 年（2002 年）からまちづくり総合支援事業に取り組み、安心して歩ける道づくり事業、誘導サイン整備事業などのハード事業に取り組んでいる。

一方、ソフト事業に関しては、平成 14 年（2002 年）から TMO²の設立に向けて、水海道市商工会（現：常総市商工会）が中心となり市民、商業者等の活性化事業への合意形成が進められた。平成 15 年（2003 年）6 月、市民参加型組織「みつかいどうまちづくりネットワーク（会費制）」が設立され、空き店舗を活用したまちづくりの活動拠点（まちづくり館）の開館などの展開を始めた。

水海道中心市街地活性化基本計画書制定後の動きとしては、平成 18 年（2006 年）に水海道市と石下町の合併により常総市が誕生し、中心市街地以外にも多くの住民が居住していることから、中心市街地のみに施策を集中した施策となる中心市街地活性化基本計画の策定を市としては見送ることとなった。一方、国土交通省所管の社会資本整備総合交付金（旧まちづくり交付金）を活用して水海道中心市街地内に整備を行う「市街地にぎわい再生事業」を実施し、市民の広場整備やまちなか展覧会の開催等を通して、市民の交流を推進に取り組んできた。

² TMO とは、Town Management Organization の略で、まちづくり機関のこと。

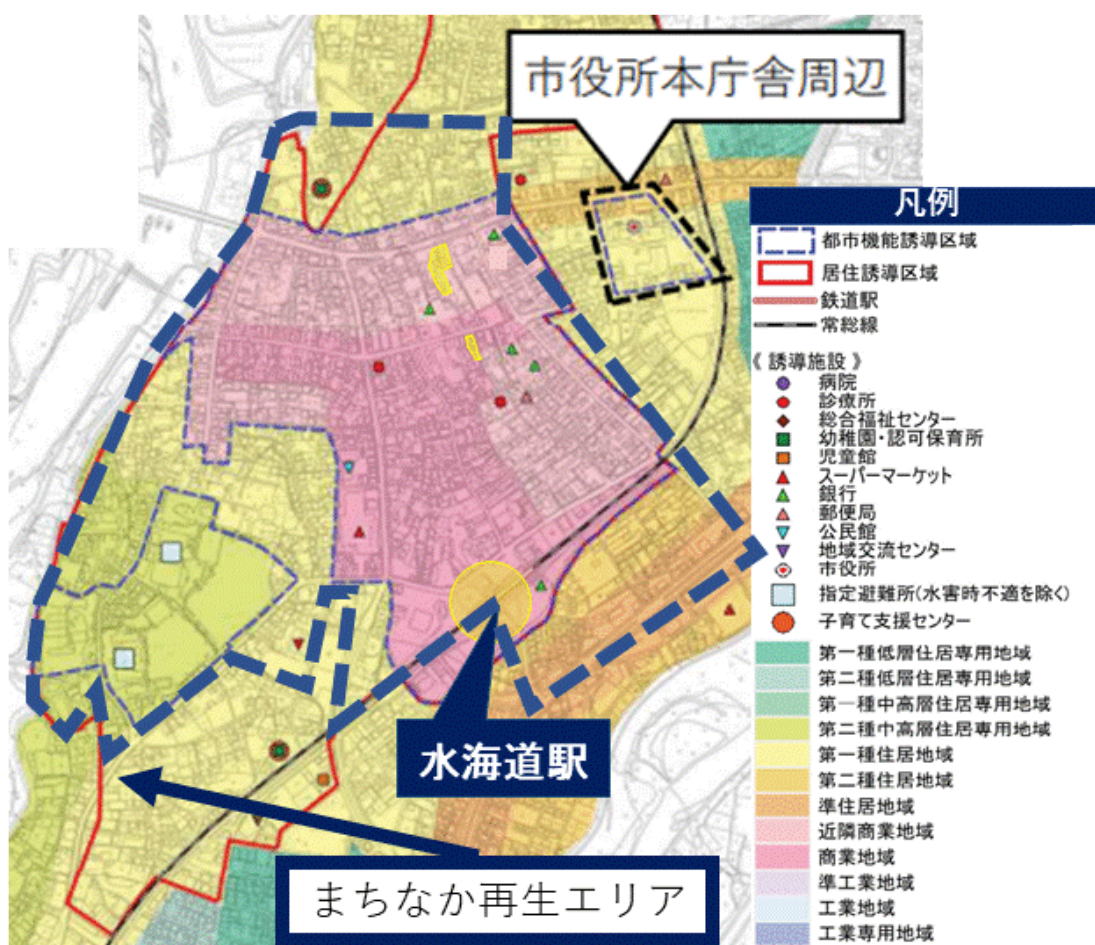
図表 2-2 これまでの主な取組表

主な取組	時期	概要
水海道中心市街地活性化基本計画書策定	平成 13 年 (2001 年) 3 月	・ 中心市街地活性化を総合的かつ一体的に実施するための目標と、その実現方策などを策定。
旧報徳銀行整備	平成 14 年 (2002 年) から 平成 18 年 (2006 年)	・ まちづくり総合交付金事業により、保存整備工事。
旧報徳銀行を市指定文化財に指定	平成 18 年 (2006 年) 12 月	・ 大正期の貴重な建物であることから、市の指定文化財となる。
旧報徳銀行南側にポケットパークが竣工	平成 20 年 (2008 年) 12 月	・ 美術展やアクト 2 1, まちなか展覧会などで活用。
市街地にぎわい再生事業検討協議会の発足	平成 22 年 (2010 年) 7 月	・ 国土交通省所管の社会資本整備総合交付金(旧まちづくり交付金)を活用。 ・ 市民の広場に係る詳細設計に意見を反映させる。
市民の広場供用開始	平成 25 年 (2013 年) 4 月	・ 市民の交流促進を目的に整備。

第3節 まちなか再生エリアの定義

本地区は、広域幹線軸である国道 294 号と一級河川鬼怒川に挟まれ、旧水海道市の中心市街地を含む地区である。区内には、関東鉄道水海道駅が位置し、駅を中心として市街地が形成され、市役所等の行政機関や高等学校等が立地する他、従来から市の中心となってきた商店街が形成されている。

図表 2-3 令和 5 年度まちなか再生エリア



まちなか再生エリア	・ 関東鉄道水海道駅から北端は居住区域の八軒堀川と市役所周辺エリアと、南端は国道 294 号と市立図書館周辺エリア
都市機能誘導区域	・ 常総市立地適正化計画において指定される区域 ・ 日常生活に必要な医療・福祉・商業等の都市機能を都市の中心拠点や副次拠点、地域拠点に誘導、集約することで、これらのサービスの効率的な提供を実現することを目的に定める区域。
居住誘導区域	・ 常総市立地適正化計画において指定される区域 ・ 一定のエリアに居住を誘導することでそのエリアでの人口密度を確保し、市全体として人口減少や高齢化が進行する中でも、エリア内の生活サービスやコミュニティの持続性を確保することを目的に定める区域。

ア 東側境界

まちなか再生エリアの金融機関の集積する通りを区域に考える。

イ 西側境界

鬼怒川の水運による市の発祥の地である元町での歴史の承継・活用を目的として、まちなかの分断要素となる鬼怒川までの商業地域、近隣商業地域を区域に考える。

ウ 南側境界

水海道駅南で利活用を図られる黒倉庫白倉庫を踏まえ、自動車の利便性を生かした商業展開との連携を目的として、国道 294 号バイパス沿道の商業施設を含めた区域を考える。

エ 北側境界

まちなかにうるおいをもたらすことを目的として、市街地の分断要素となる八軒堀川までを区域に考える。

第3章 まちなかの現状

第1節 まちなかの現状・課題

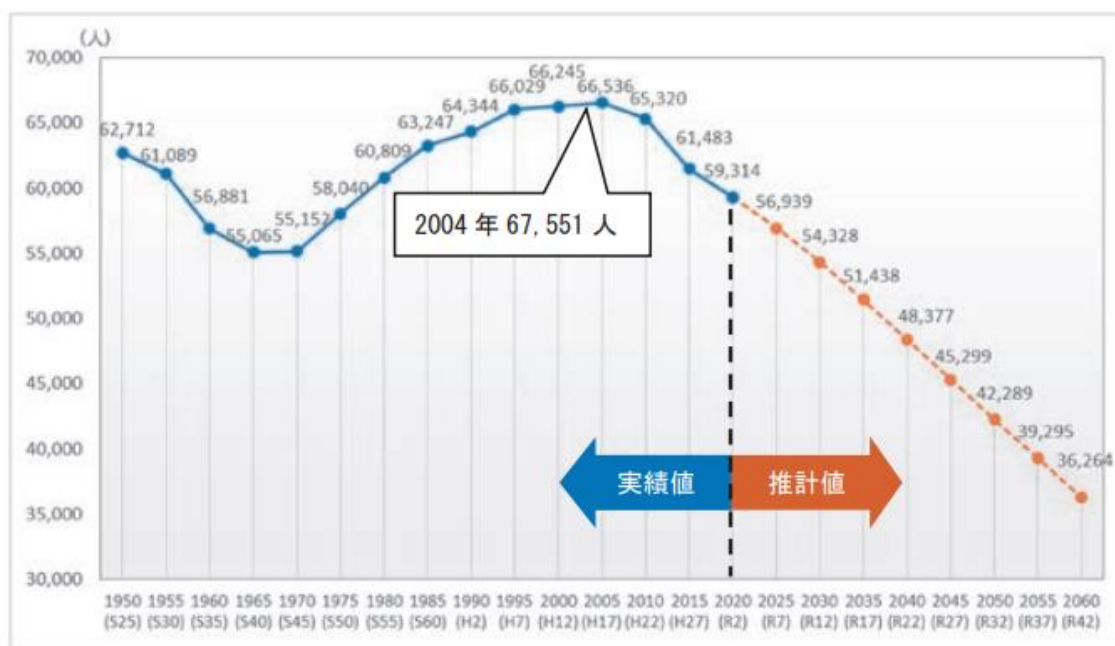
まちなかの現状について、人口、施設立地、交通実態等の状況を整理した。

(1) 人口

市全体では平成16年（2004年）をピークに平成28年（2015年）から人口減少が始まっており、水海道駅周辺地区においても減少傾向にある。

水海道駅周辺地区に市域全体の暮らしや発展を支える役割が期待されており、居住者の増加に加え商業観光機能の強化等を通して、中心市街地の活力を維持・向上させることが喫緊の課題となっている。

図表 3-1 常総市全体人口推移と将来推計



出典：(2020年までの実績)総務省「国勢調査」及び茨城県常住人口調査
(2025年以降の推計)内閣府「将来人口推計のためのワークシート(社人研推計準拠)」を基に作成

表 3 -2 水海道駅周辺地区の人口と世帯の推移

	平成26	平成27	平成28	平成29	平成30	令和元	令和2	令和3	令和4
世帯	1,357	1,461	1,499	1,544	1,514	1,504	1,533	1,552	1,577
人口（人）	3,492	3,514	3,536	3,529	3,502	3,446	3,450	3,392	3,385

出典：総務省統計局「国勢調査」

図表 3 -3 水海道駅周辺地区の人口減少率

人口（人）	H26	R4	H26からの減少率
天満町	1,660	1,663	0%
亀岡町	237	226	5%
本町	311	272	13%
元町	112	150	-34%
栄町	516	498	3%
宝町	656	576	12%
全体	1,357	1,577	16%

出典：総務省統計局「国勢調査」

(2) 外国人人口

外国人数（外国人登録者数）は、令和6年（2024年）年2月1日時点で6,467人と市人口の1割強を占める。市内には、外国料理店や輸入食材店、礼拝所や教会など外国人の生活に密接に結びついた店舗、施設が多数存在する。

図表 3 -4 外国人人口（令和6年2月1日現在）

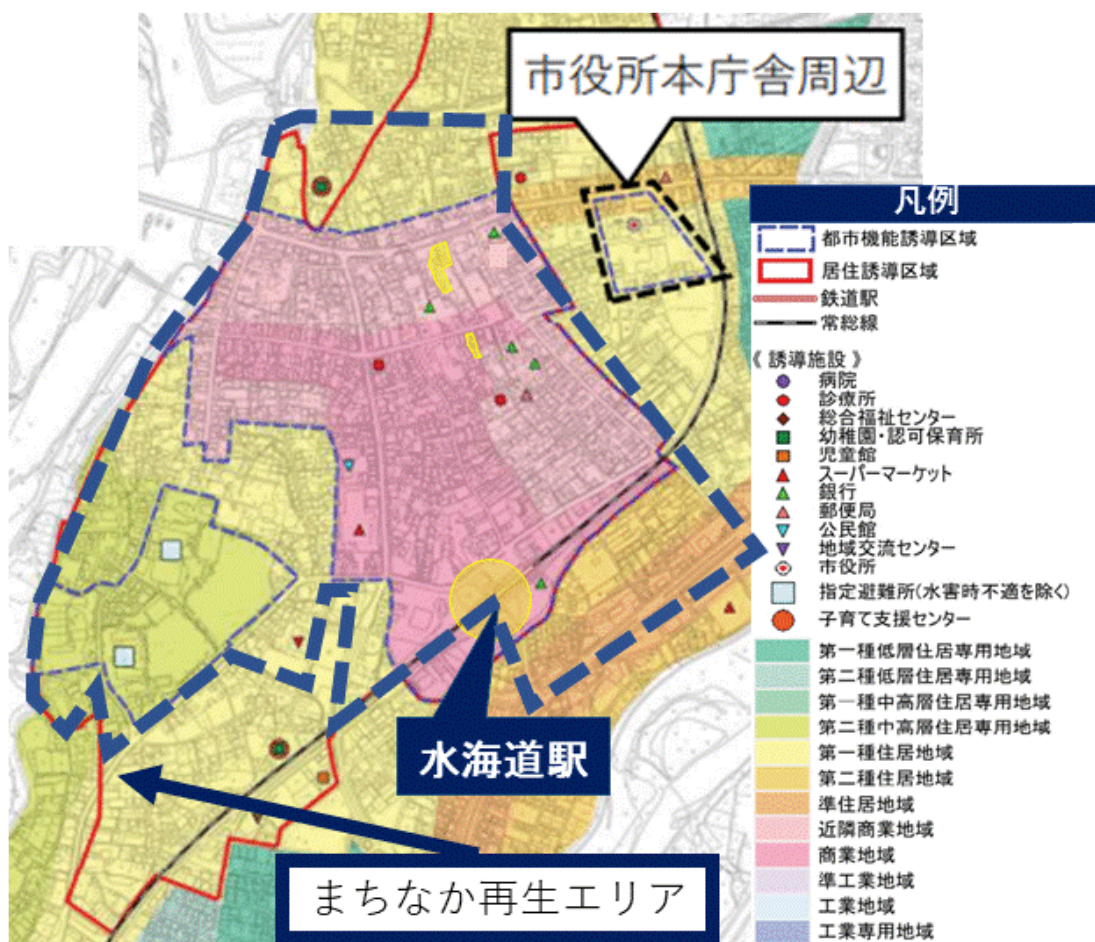
	市全体	水海道分	石下分
男	3,458 人	1,773 人	1,685 人
女	3,009 人	1,628 人	1,381 人
計	6,467 人	3,401 人	3,066 人
世帯数	3,639 世帯	1,899 世帯	1,740 世帯数

出典：総務省統計局「国勢調査」

(3) 施設立地

まちなか再生エリアには、市役所、公民館等の公共施設やスーパーマーケット、金融機関等商業施設に加えて小学校、高等学校といった教育施設が立地集積している。

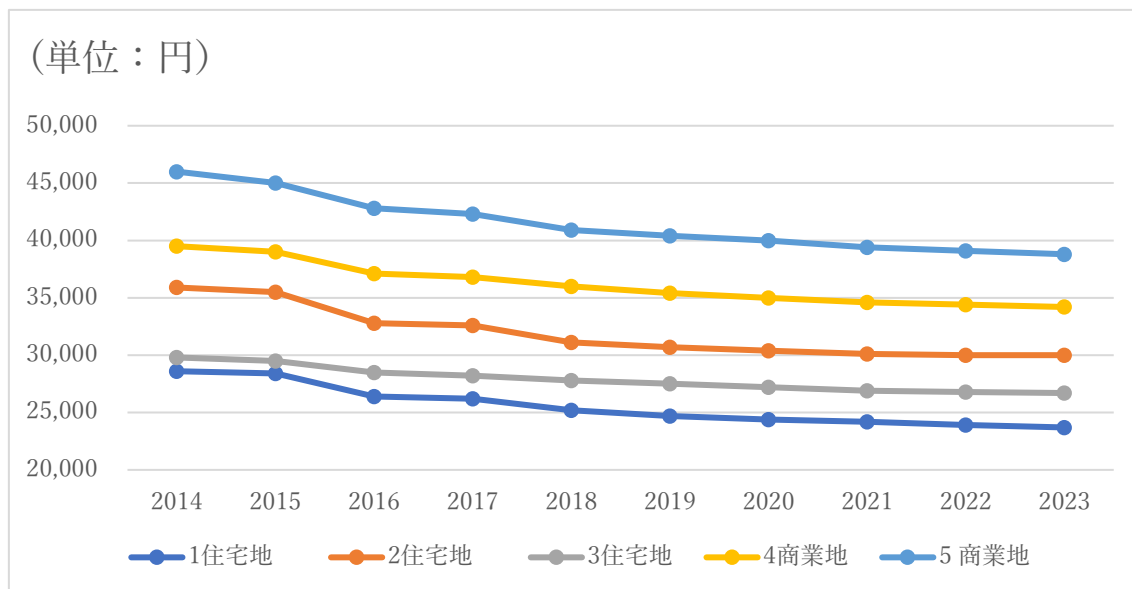
図表 3-5 施設立地図



(4) 地価公示

まちなかエリアにおいては、地価の下落が続いている。特に、平成 27 年（2015 年）9 月関東・東北豪雨災害以降、近隣市等への転出や空き地空き家の増加による影響など複合的な要因で、最大約 17.1%地価が下落している。

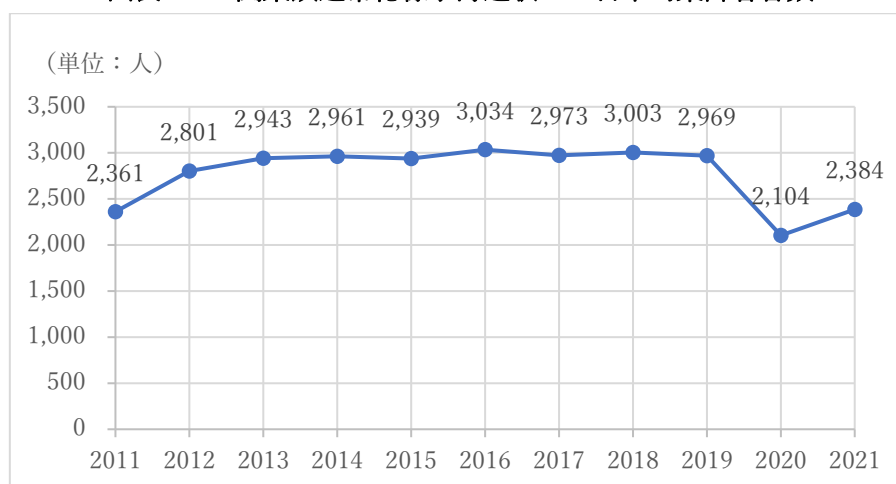
図表 3-6 地価公示推移



(5) 交通実態

関東鉄道常総線の利用者数は横ばいで推移していたが、コロナ禍の令和 2 年（2020 年）から減少傾向にある。

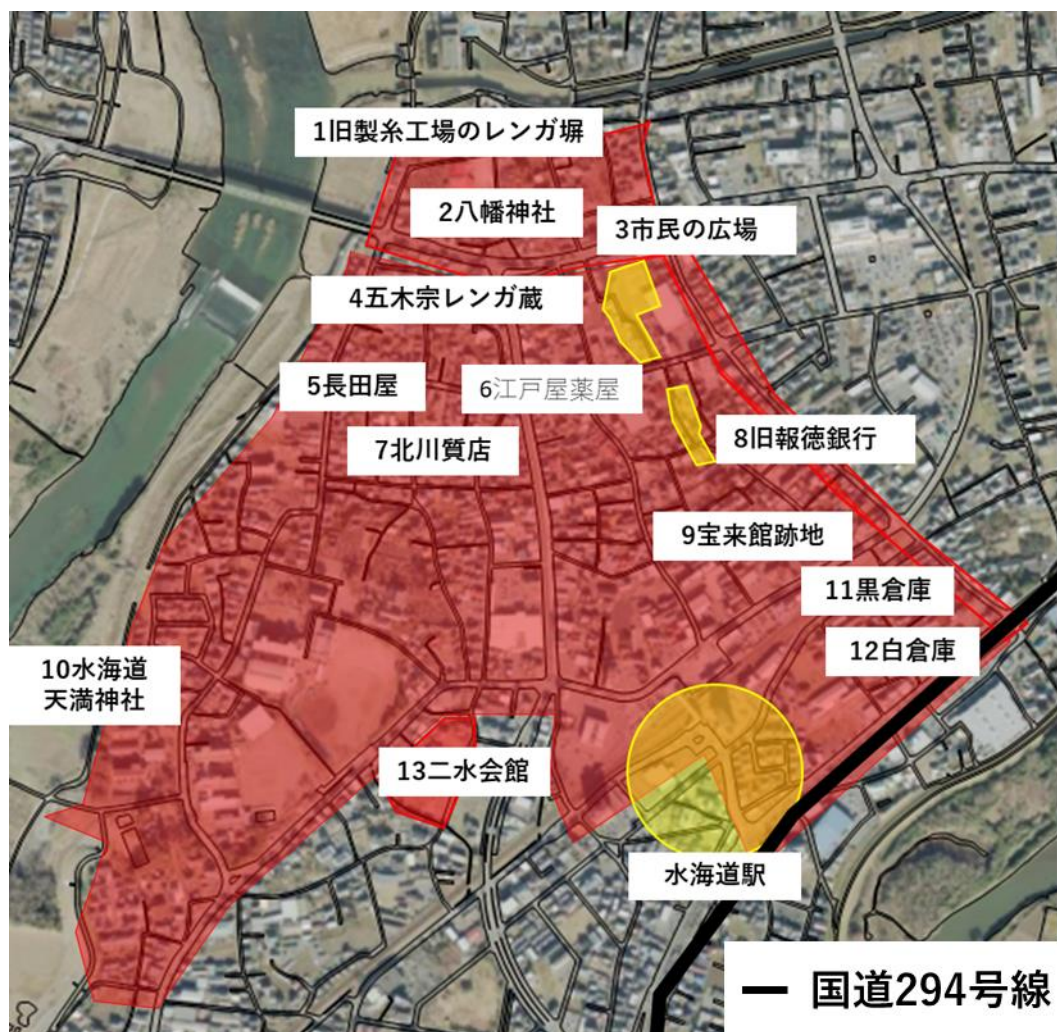
図表 3-7 関東鉄道常総線水海道駅の 1 日平均乗降者客数



(6) 対象エリアの地域資源

本まちづくりビジョンでは、水海道駅を基点としたまちなか回遊に向けた検討を行うことから、対象エリアの地域資源について以下に紹介する。

図表 3-8 対象エリアのマップと資源



ア 旧報徳銀行

所在地	常総市水海道宝町 2784 番地	延床面積	264.56 m ²
建築年度	1919 年（大正 8 年）	敷地面積	545.28 m ²
構造/階層	組積造（煉瓦造）/2 階建て	耐震	旧耐震基準耐震診断実施済み（耐震性不足）
概要	大理石造りの荘厳なこの建物は、大正12年（1923年）東京に本店を持つ報徳銀行の水海道支店として建築されました。報徳銀行は当時全国に22の支店を持ち、普通銀行の業務と貯蓄銀行の業務を行う全国規模の大銀行であった。 大正13年（1924年）8月、報徳銀行は東京報徳銀行と合併し、東明銀行となった。しかし、昭和初期の金融恐慌の中で経営が悪化し、昭和4年（1929年）12月破産宣告を受けた。その当時、水海道町は金融恐慌に対処するため、この東明銀行を買い取り、町営の銀行として存続させた。 昭和10年（1935年）水海道町は、この銀行を茨城農工銀行へ売却、その後、日本勧業銀行の所有を経て、昭和26年（1951年）下妻無尽(株)となり、昭和27年（1952年）東陽相互銀行、平成元年（1989年）つくば銀行、平成15年（2003年）関東つくば銀行と変遷し、建物は平成18年（2006年）に常総市が譲り受けた。旧報徳銀行水海道支店は、大正時代に建てられた洋風金融建築の遺構として貴重なことから、常総市指定有形文化財に指定された。		
課題	耐震の問題から、一般開放できないため遊休施設となっている。市の指定文化財に登録されており、活用を求める市民の声が大きい。		

写真



イ 市民の広場

所在地	常総市水海道宝町 3375 番地 1	面積	4,000 m ²
設備	仮設トイレ男女各 1 台 電源設備、給水設備（井戸・ポンプ）、排水設備	駐車場	駐車場 32 台 （身障者用 2 台分含む） 駐輪場 20 台
概要	市民の交流を促進し、にぎわい創出を目的に整備させた広場で、常総千姫まつり等イベント会場として活用が図られている。		
課題	休日にはイベント広場等として利用がある一方で、コンクリート敷きで展示物等何も設置物がないため、平日の滞在者はいない状況。にぎわい創出を目的に整備されたが、活用方向性は検討段階である。		

配置図



写真

平日の様子



常総千姫まつりの様子



ウ 二水会館（旧水海道町役場）

二水会館は、大正2年（1913年）栄町字宝洞宿に水海道町役場として建てられた。当時、文化・経済の交流の要であった鬼怒川の水運が鉄道にとってかわられるなど、新たな時代を迎えようとしていた時代で、住民の熱意と棟梁をはじめとする地元の職人の確かな「手」によるホール・バルコニーを備えた町役場の建物は、進取の気風に富む当時の地域のシンボルであった。

昭和59年（1984年）現在地に移築、鬼怒川・小貝川の二河川にちなんで「二水会館」と命名された。平成9年（1997年）には国より「登録文化財」に指定されている。



エ 白倉庫

昭和2年(1927年)建造の倉庫で鉄道倉庫として利用されており、俗称「白倉庫」と呼ばれている。民間事業者がリノベーションし、活用の検討がなされている。

オ 黒倉庫

大正時代に建てられた葉煙草倉庫で、俗称「黒倉庫」と呼ばれている。令和5年（2023年）、一般社団法人水海道青年会議所が本倉庫にてイベントを企画実施。活用の検討がなされている。



(7) まちなかの現状を踏まえた課題

(1) から (6) までの課題を以下のとおりまとめる。

図表 3-9 課題整理表

人口	まちなかから人が減ることで、経済活動の衰退や働き手の減少が進む。また、現在は交通手段として自動車を使っている人も、高齢化により運転が困難になることが予想される。 【現在の人口動向を踏まえた課題】 ・人口密度の低下により、生活サービス機能や産業活力が低下。 ・高齢化による自動車運転困難者の増加。
施設立地	気軽に集まれるような場所も少ないことから、まちなかを歩いて巡るまたは、滞在する機会が減っている。 【施設立地の現状を踏まえた課題】 ・中心市街地の利用者の低い回遊性。 ・まちなかにおける交流場所の不足。
交通実態	まちなかで暮らす人が減少していることや、車主体での移動である。 【交通実態の現状を踏まえた課題】 ・市街地における公共交通の運行効率化と利便性維持。 ・市街地への駐車場集約化と公共交通との連携。
対象地区の地域資源	かつてはにぎわっていた商店が閉業し、新たな活用が見られないまま空き家・空地となっている箇所が見られる。 【商業活動の現状を踏まえた課題】 ・商業活動の衰退による更なる空き家・空地の増加 ・まちなかの活気不足。 ・集客の核となる場所の整備。 ・公共施設の活用が不十分
商業活動	まちなかには活用状況の不明な空き家・空地が点在しており、まちなかの雰囲気に影響を与えている。 【空き家・空地の現状を踏まえた課題】 ・商店街に人気を感じさせない要因となっている活用の気配が見えない空き家・空地。 ・店舗併用住宅の通りに面している空店舗部分や、住宅の手前にある空地などの活用が困難。

第2節 地元まちづくりプレイヤーへのヒアリング調査

様々な立場の人々が一体となり、まちなかの再生を進めるために、まちなかにて居住、活動されている地元まちづくりプレイヤー（以下、「地元プレイヤー」という。）呼べる方々にヒアリング調査を実施した。

ヒアリング対象者を図3-16に示す。

図表 3-10 ヒアリング対象者

No	属性	対象
1	団体	一般社団法人常総市青年会議所、常総市商工会青年部、常総市商工会女性部
2	事業者	株式会社ロコレディ、平安堂、イベント運営者
3	地元住民	常総市地域女性団体連絡会、区長、議員
4	地域資源所有者	倉庫所有者
5	まちなか歴史有識者	平安堂、市職員

ヒアリングによる意見概要について、以下のとおり整理する。

<歴史的背景・地域文化とその活用>

- ・個人的にまとめていた歴史資料を、現在は自分の経営する店舗に展示しているが、跡継ぎがおらず店を閉じる予定である。この資料を活用してもらいたい、手作りで展示物を作ったものもあるが、再編集してもらいたい。提供を受け入れてもらえないか。(No5)
- ・地域のリソースを活かすべきではないか。その地域の歴史や文化を楽しめる場所に人が集まっている。水海道はまだ生かせていない。大規模な集客は期待できなくてもコアな客層に響くものでもよいと思う。(No1)
- ・結城市では建物活用のため、インフラ工事を補助したりしていると聞いた。(No1)
- ・まちの玄関口として白倉庫黒倉庫を活用したい。(No4)

<空き店舗の理由、負のスパイラル>

- ・跡継ぎがいない。子どもは家業を継がずサラリーマンになって都心に行ってしまった。(No3)
- ・店舗兼住宅はインフラ共同になるのがネックで生活を見られるのもいやである。(No3)
- ・まちなかがシャッターだらけで物理的に暗い。(No3)
- ・駅前の道をきれいにしてほしい。ほかのまちは緑が整備されていたりゴミが落ちていなかったりするのがよい。(No3)

・駐車場がない。(たまには電車に乗るのもいいと思うが) 常総線も高額なので、わざわざ水海道に行かない。(No1)

・足が悪い高齢者が多く、住民が出歩けない。休む日陰、ベンチなどもない。(シニアカー需要あり。)(No2)

<文化活動、憩いの場のニーズ>

・二高生は放課後、勉強する場所がない。(No3)

・集まるところがほしい。昔は家を貸したりしていたが、今は片づけたりするのも大変である。トイレがついていて、話したりみんなでお手玉を作ったりするところがほしい。(No3)

・公民館も老朽化で使えない部分もある。公民館を借りるのは会議などのため。会議が終わった後に立ち寄る場所もないのでそのまま各自車で帰宅。(No3)

<市民活動活性化の改善点>

・イベントをするとき人集めが大変。情報のとりまとめ役がほしい。(自分たちで組織を作ること検討中。)(No1)

・まちでイベントをやっても地元住民がそれを知らない。(No1、2、4)

・市がやっているイベントに統一感がない。活動している人がバラバラである。(No1)

・市民の広場の利用申込をネットからできるようにしてほしい。(No2)

第3節 地元プレイヤーとの体制構築と戦略会議の実施

(1) 地元プレイヤーとの体制構築

ヒアリングに協力いただいた地元プレイヤーほか、地元事業者、ボランティア団体等を訪問し、社会実験にそれぞれの立場から協力していただく体制を構築した。協力いただいた団体と主な協力内容を示す。

図表 3-11 主な協力内容表

団体	協力事業	協力内容
常総市青年会議所	世界で遊ぼう	常総世界めしの同時開催
常総市商工会女性部	まちじゅうライブラリー ー×カフェ（中止） 常総 Roman×Retro	昭和の文化を感じる遊びやカフェ提供
常総市立図書館	本で遊ぼう	社会実験テーマに合わせた選書・貸出 除籍本の提供、チラシの設置
図書館ボランティア	本で遊ぼう	子供向け本の読み聞かせ
道の駅常総	本で遊ぼう	道の駅限定商品等の出張販売 チラシの設置
TSUTAYA BOOKSTORE 常総インターチェンジ店	本で遊ぼう 世界で遊ぼう	本の出張販売 子供向け遊びのプログラム提供
筑波銀行水海道支店	まちじゅうライブラリー ー	ライブラリー設置、撮影用屋上提供
常陽銀行水海道支店	まちじゅうライブラリー ー	ライブラリーー設置
ロコレディ	まちじゅうライブラリー ー	ライブラリーー設置（屋外のため天候に合わせた出し入れ）
カフェ SyuKaiJo	まちじゅうライブラリー ー はじまりの会 常総 Roman×Retro	ライブラリー設置 イベント時軽食出店 会場提供
平安堂	情報提供	看板情報提供
倉庫所有者	ライトアップ 常総 Roman×Retro	倉庫のライトアップ 会場提供

(2) 戦略会議

市民の巻き込み、社会実験の概要、まちづくりビジョン・アクションプランの策定のため、常総市役所内およびオンラインで担当課職員と概ね月1回のペースで会議を行った。また戦略会議の内容は随時市長及び関連課職員が出席する会議で共有し、庁内連携を図った。

<会議概要>

・市民の巻き込みについて

キーパーソンの情報共有、ヒアリング・社会実験への協力事業者の追加選定、日程調整等

・社会実験の概要について

広報計画、広場を利用する他団体の情報共有、設営物・イベント概要の共有、社会実験中の市民の反応やメンテナンスについての共有

・まちづくりビジョン・アクションプランについて

ビジョンを描くためのキーワード整理、アンケート調査の結果報告、まちなか建造物等の整備計画の共有、アクションプランの検討

第4章 社会実験 Joso Collective 概要

第1節 社会実験 Joso Collective の定義と目的

(1) 社会実験 Joso Collective の定義

これまでのまちのプレイヤーの活動、地域資源、ヒアリング調査から、すでにある地域資源を活かし、課題の解決を図るプロジェクト名称を社会実験「Joso Collective」とし、“集める・集まる”という行為に注目した。

- ・異なるセクターのプレイヤーが、共通のビジョンを持って集まる仕組み。
- ・さまざまなコンテンツを同じ場所や期間に集めること。
- ・人が集まりたくなる場所。

これらの「人と仕組み」「コンテンツ」「場」という3つの視点でまちなかの集まり方と集める場所を再定義するための社会実験を行うこととした。

また、ヒアリングや現地調査での希望や課題から導き出した、まちの魅力向上のために集めたいキーワードを以下の10個に設定した。

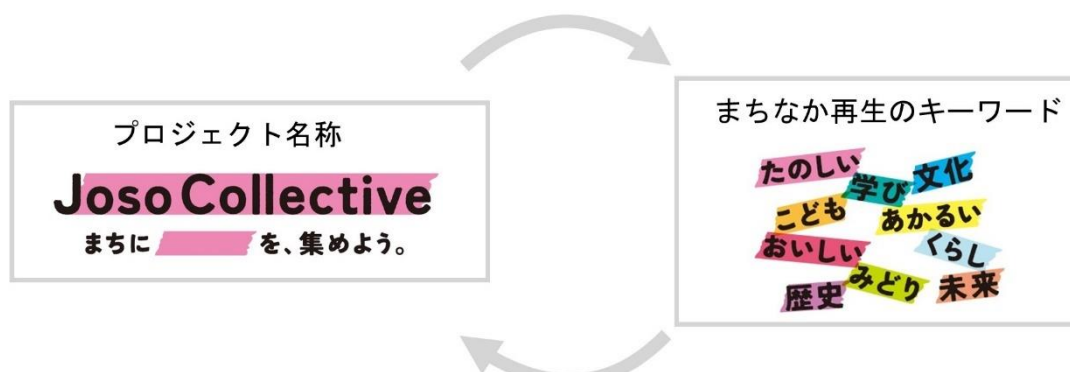
「たのしい」「くらし」「学び」「歴史」「文化」

「おいしい」「あかるい」「みどり」「こども」「未来」

- ・社会実験のなかでキーワードに基づいたイベント・シンポジウムを開催。
- ・社会実験のメイン会場である市民の広場で、水海道の魅力とキーワードを紐づけたメッセージを看板にして設置し、水海道の資源に気づいたり理想の未来を考えたりしてもらう。
- ・社会実験会場や市広報でアンケート回答を呼びかけ、まちの現状をどうとらえているか、どんな未来を望んでいるかを調査した。

図表 4-1 社会実験イメージ

まちなか再生の象徴となる名称とビジュアルを定め認知を進める。



シンポジウム・イベント・アンケートなどにおいて、
10のキーワードが誰に・どう響くかを検証し、将来のプランに活かす。

図表 4-2 掲示した看板原稿

まちに たのしい を、集めよう。 住んでいるまちに楽しみがあると、 毎日の過ごし方が変わってきます。 顔見知りとの会話のような ちょっとした楽しみもあれば、 水海道紙関係のような 年に一度の楽しみも。 自分で行くことも、 誰かから受け取ることも、 あなたが楽しむと思うこと、 まちにあったらうれしい 「たのしい」を教えてください。 Joso Collective	まちに くらし を、集めよう。 くらしとは毎日の営みのこと。 まちなかでくらしに あったらいいものを ちょっと妄想してみませんか。 旧種徳銀行がおしゃれな カフェになったら？ 市民広場にステージができて コンサート会場になったら？ 水海道駅前になにがあるといいかな？ なんでも自由に発想してみよう。 Joso Collective	まちに 学ぶ を、集めよう。 ここ、市民の広場がある場所に、 江戸時代ごろに寺子屋があったこと、 知っていましたか？ そこでは男女年齢問わず、 誰もが学び合える場所だったそうです。 「つめ込み型のお勉強」ではなく、 自分が知りたいことを見つけ、 自分のペースで学んでいる場所、 ここにあってもいいと思いませんか？ Joso Collective	まちに 歴史 を、集めよう。 1964年に発売され、 いまも多くの人に読まれる 「せいめいのれきし」という絵本があります。 わたしたちはどこからきて、 どこに向かっていくのか、 とても興味深い本です。 水海道のまちは、 鬼怒川を中心に発展してきました。 自分の住むまちの歴史を知ると、 毎日のくらしが少し 変わってくるかもしれません。 Joso Collective	まちに 文化 を、集めよう。 文化は、たくさん意味を 含めた言葉ですから、 ここでは、つぎのように言い換えています。 文化は、自分らしさを形づくるもの。 文化は、工夫のつみかさねであること。 文化は、勝手に出来上がる ものではないこと。 そして文化は、誰かを喜ばせること。 水海道の文化って、ひと言でいうと なんだと思いますか？ Joso Collective
まちに おいしい を、集めよう。 大鍋で食べる特別な夕食も、 ひとりですべて食べる朝食も、 なるべくおいしいものが食べたい。 それは、素材や調理法だけでなく、 心持ちや姿勢も含まれるようです。 もちろんシンプルに、 おいしいものが大好きで、 いっぱい食べたい。 常緑樹のおいしいもの、 みなさんのとっておきを教えてください！ Joso Collective	まちに あかるい を、集めよう。 暗い夜に窓に目をやると、 等間隔に並んだ街灯の光が 前から後ろに流れていきます。 わたしたちのここは、 無意識にあまりを 求めているのかもしれない。 市民の広場と旧種徳銀行を 中心にライトアップをしてみました。 あかるいまちは、どうでしょう？ ぜひ感想をおしえてください。 Joso Collective	まちに みどり を、集めよう。 諏訪神社の立派な大ケヤキ、 秋に穂を垂れる田んぼの稲、 吉野公園の桜並木。 わたしたちのくらしは、 たくさんみどりに囲まれています。 そして、みどりがたくさんあるまちって、 きっと暮らしやすいまちでもあるはず。 まちにどんなみどりがあったらうれしいか、 ぜひ教えてください。 Joso Collective	まちに こども を、集めよう。 よちよちと歩く小さなこども、 石段つりながら下校する小学生、 部活帰りでグタグタな中学生、 受験に頭を悩ませる高校生。 そして、かつてこどもだった大人。 たくさん思い出が、 まちに染み込んでいきます。 これからもこのまちに こどもと家族があつまるために、 なにがあるとうれしいか、 ぜひ声を聞かせてください。 Joso Collective	まちに 未来 を、集めよう。 まちの未来をつくるのは誰でしょう。 国が、県が、市が決めるのでしょうか。 いいえ、まちの未来は、 わたしたちの手の中にあります。 わたしたちの毎日が、毎日の選択が、 まちの未来になっていきます。 それならば今ここで 何等等何かを始めよう。 水海道のまちの未来を、 どうつくりましょうか。 Joso Collective

(2) 社会実験 Joso Collective の目的

本社会実験の目的は以下 3 つである。

- 1 公民連携まちづくりシンポジウム、ワークショップ等を開催することで、市民や民間プレイヤーのまちづくりに対する興味と意識を醸成し、まちづくりに主体的に取り組むプレイヤーを発掘する。
- 2 社会実験を行い、公共空間の民間活用による新たな風景をビジュアル化することで、まちに関わる市民や民間プレイヤーと将来のまちの姿を共有し、公民連携まちづくりビジョンの策定を目指す。
- 3 地域資源（文化財等の歴史的価値を有する建物等）を活用し、新たな文化的価値（食、本、音楽、映画、デジタル等）の創出と発信を行い、それらを連携してエリアの価値向上を目指す。

第2節 社会実験 Joso Collective 概要

(1) 活動概要

Joso Collective の活動概要は以下のとおりである。

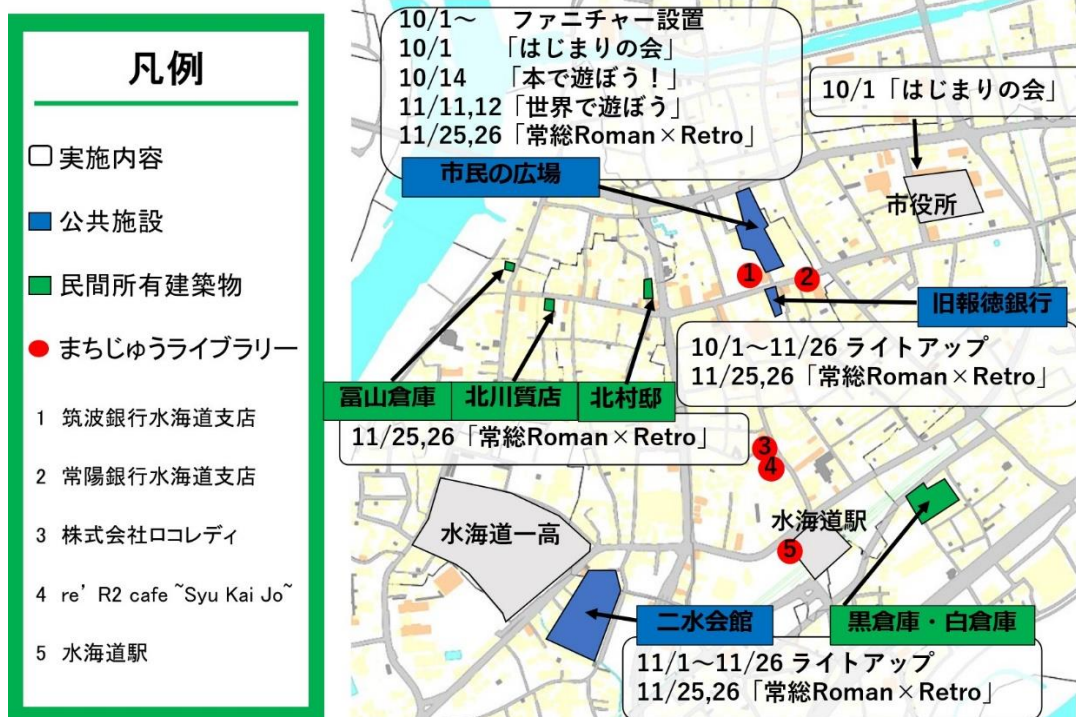
図表 4-3 社会実験 Joso Collective 活動概要

No	類型	実施手法等	項目	内容
1		公民連携まちづくりシンポジウム、ワークショップの開催		
		①広報、PR	チラシ制作、ホームページ制作	チラシやホームページを制作し周知を図った。
		②シンポジウム及びワークショップ	10/1「はじまりの会」	田中元子氏をゲストにこれからのまちづくりについてディスカッション。
		③シンポジウム及びワークショップの参加者を社会実験に取り込む	11/26「ふりかえりの会」	馬場正尊氏をゲストにこれからのまちづくりについてディスカッション。
2		市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした地域資源を活用した社会実験の企画、運営（トライアル・スクエア）		
		①市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした社会実験	ファニチャーの設置（市民の広場）	仮設のベンチ、芝生コーナー、ステージ、大型樹木等を設置。
			まちじゅうライブラリー	まちづくりに協力いただける事業者の店舗5か所に、コレクティブ10のキーワードをもとに選書。
			10/14「本で遊ぼう！」	地域資源に文化的価値や新たな役割を付与する実験として、地域の団体や事業者、アグリサイエンスバレー関係事業者と連携して、地域の特徴を生かした本を入口にしたイベントを開催。
			11/11、12「常総世界めし」	
			11/25、26「常総 Roman × Retro」	歴史的建造物の当時は偲ばせるディスプレイを再現し、ボンネットバスを活用した市街地を回遊するスタンプラリーを実施。また、市民の広場にて、昭和の空き地や懐かしいシネマ映画の絵を展示。
		②まちなか資源の開放・ライトアップ	歴史的建築物のライトアップ	地域の芸術家や民間事業者と連携し、まちなかのランドマークとなる建築物をライトアップ。
3		地域資源を活用した公民連携まちづくりビジョン及びアクションプランの検討		
		①公民連携まちづくりビジョンの骨子作成	アンケート調査、ヒアリング調査等実施	社会実験の成果を踏まえ策定
		②公民連携まちづくり策定		
		③アクションプランの策定		
4		道の駅来訪者がまちなかに呼び込む方策の検討		
		①道の駅と連携した社会実験	11/25、26「常総 Roman × Retro」	関東鉄道株式会社、NPOバス保存会と連携し、スマートフォンアプリ「RYDE PASS」を活用したデジタル乗車券の販売。
		②方針の検討	アグリパレサイエンスバレー事業者へのヒアリング調査	社会実験の成果を踏まえ策定

(2) 活動概要マップ

Joso Collective の活動概要マップは以下のとおりである。

図表 4-4 活動概要マップ



第5章 社会実験 JosoCollective 実施と評価

第1節 1 公民連携まちづくりシンポジウム、ワークショップの開催

(1) ①広報、PR

社会実験の取り組みを知ってもらうために紙媒体・ウェブ両面で発信した。

図表 5-1 広報関係資料



(2) ②シンポジウム及びワークショップの実施と③社会実験への取り組み

市民の意識改革、公民連携まちづくり機運の醸成を目的に「はじまりの会」及び「ふりかえりの会」を実施した。

(ア) はじまりの会

内容	・ グランドレベル田中元子氏の講演。 ・ 市長とまちなか再生プロデューサーのディスカッション。
日付	2023 年 10 月 1 日
告知方法	・ 第一弾チラシ（広報とともに市内全戸配布）
目的	社会実験のスタートに機運を高める。市民の「やりたい」を刺激する。
実施結果	・ 市からキーパーソンへの声掛け＋常総市出身の田中氏の話を聞きたいと

	いう市民で約 100 名の来場。 ・田中氏の話に触発された市民活動が生まれた。(市民の広場でのスナックイベント、近隣飲食店などによるクリスマスイベント、イルミネーションなど) ・知っている人・地元の人という入り口で、まちづくりのイベントに参加する人がいることを確認できた。	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	・多くのプレイヤーに参加してもらえた。 ・すでにまちで取り組みをしている市民が自分のやってきたことを肯定できる機会や、なにかやりたいという思いを持つ市民が刺激を受けて行動をはじめる機会として、田中氏のように実践の先駆者との交流の機会は街の活性化に有効だと考えられる。	・スナックをやりたい、と伝えてくれた市民や、発言はしなくても楽しそうと感じてもらった市民をその後フォローする体制がない。
対応策	・自身がやってみたい活動を形にする過程をサポートする手段の一つとして、先駆者と相談できる機会をコレクティ部に盛り込む。	
イメージ	 田中元子氏講演の様子	

(イ) ふりかえりの会

内容	・オープン・エー馬場正尊氏の講演。	
日付	2023 年 11 月 26 日	
告知方法	第 2 弾チラシ（広報とともに市内全戸配布）	
目的	・社会実験の振り返りと、まちの状況を踏まえた今後の方向性についての議論。	
実施結果	・市からキーパーソンへの声掛けで 70 名ほどが参加。 ・講演では民間企業による施設経営や複合施設、公園の事例が紹介され、地元企業と行政、クリエイターなどそれぞれの立場からまちや施設を盛り上げることの重要性が述べられた。また、まず行政が公園の魅力を上げることで周辺の地価も上がっていくというまちづくりの方法などが示された。 ・石下で活動する市民や、常総 Labo で活動するチームから連携の申し出があった。	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	・民間を巻き込むための「稼げる仕組み」が必要。行政だけでは予算が限られており、一部の民間プレイヤーの資金や労働力の無償提供だけでは疲弊してしまう。 →施設運営にあたっては、施設のにぎわいが市民活動の貢献者に何かしら還元される仕組みを作り、持続可能で魅力ある施設運営を目指す必要がある。 場所提供、寄付、労働力など、それぞれが貢献できることを表明できる仕組みがあるとよいのではないかな。 ・まちの活動（市の施策）に関心を持つ市民が一定数いることがわかった。	・参加者は十分だったのか？（身内が多いように見受けられた）今回の社会実験をはじめからふりかえりまで一貫して参加する市民が少なかったのではないかな。 ・ふるさと祭りや常総ロマン×レトロのイベントとかぶってしまい、日程設定が良くなかった。市内で集客やプレイヤーが分散しないよう、連携が必要。 ・馬場氏の講演内容は、公共施設の利活用が中心であったため、一市民が当事者意識を持てる内容を増やしたほうが効果的なシンポジウムの開催になった。
対応策	・常総 Labo のように郊外エリアの農業を中心とした六次産業化を目指す団体や、水海道と同じく常総市のまちなかエリアである石下の活動について、常総市全体のなかでどのような役割分担を行うか、お互いの方向性や課題	

	などを共有し、エリアごとの魅力を高め、常総市全体を盛り上げることにもつながるのではないかな。
イメージ	 馬場正尊氏講演の様子

第2節 2 市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした地域資源を活用した社会実験の企画、運営（トライアル・スクエア）

(1) ①市民の広場及び旧報徳銀行を中心とした社会実験

ア 常設展示

(ア) ファニチャー設置

内容	市民の広場に、設計者内海皓平氏とファニチャー製作を行い、広場全体に異なる使い方ができるよう、仮設のベンチ、テーブル、芝生コーナー、ステージ、大型樹木などを設置した。	
期間	2023年10月1日から11月26日	
告知方法	広報、SNS、第1弾・第2弾チラシ(全戸配布)	
目的	試験的に市民が集える憩いの場を用意	
実施結果	・広場で昼食を食べる、有志のイベントやスナックが行われるなどの設営物設置による自発的な行動が見られた。 ・設営やイベント準備をするごとに通りがかった方に「何をしているのか」「自由に使ってよいのか」など広場で過ごすことに関してお声がけをいただいた。 ・社会実験期間終了後も、有志によるイベント開催や飾りつけが続いた。 ・アスファルトの地面に子どもが転んでケガをしていた。 ・備品の置き場所がなく、市役所倉庫から搬入搬出となった。 ・子供が遊べるよう遊具を設置しており好評だった。 ・広場が奥まった配置にあり、毎日広場の近くを通勤する人でもどこに広場があるかわからない、2か月間以上設営しているにもかかわらず気づかなかったとの意見があった。	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	・長期間での会場設営を通じ、近所の方に広場の活用について関心を持っていただけた。 ・設営物があれば、イベントが行われていなくとも、市民自ら使い方を考えて場所を活用してくれることが分かった。	・こどもを安心して遊ばせられる場所としての整備が必要だと思われる。 ・仮設のため、雨や日差しの強い日には対応できなかった。せっかく企画しても天候がいい日は限られており、屋根付きの場が必要。

	・自然や色彩あるものを設置したうえでイベントは、アスファルトとテントだけよりもにぎやかさ、親しみやすさを演出することができた。 ・地元事業者と連携し設営した。 ・人工芝を敷くことで、子どもが靴を脱いだり地面に座ったりできる場所として滞留しやすい場にすることができた。	・備品の管理場所の不在及び貸出続きの不透明さが、イベント実施のネックになっているのではないか。 ・活動の様子が街路から適度に見えやすいことが集いやすさ、イベント時の集客のしやすさ、防犯等にもつながるのではないか。 ・場所を整備したこと、自由に使用していいこと、注意点などの広報を設営と並行して行う必要があると考えられる。
対応策	・芝生をひくなど子供が遊びやすい場所としての整備。 ・季節ごとに行われている祭りでも広場は利用されており、現在は祭りのたびに仮設ステージやテーブル、椅子などを用意している。人的・金銭的なコストカットのためにも兼用できる設備設計を検討。使い道に応じてファニチャーの位置は可動にすべき。 ・広場で市民活動が行われる際の什器等をしまっておける倉庫があるとよい。 ・マルシェスタンドを備品として用意することで、活用が増える可能性（スナック、近隣飲食店のPOPUP、店を持っていない個人の集まりの発表、学生企画のイベント・展示などの用途が想定される） ・テントやテーブルなども貸し出すことができればイベント主催の負担が減り、一市民や学生でも気軽に活動をするすることができるのではないか。また、管理者をつけてメンテナンスや夜間は片づけるなどの配慮が必要。 ・高さを出す、明かりをつける、現在の駐車場の配置を見直す、木陰などで適度に囲われている感じを出すなど日常的に市民が立ち寄りたくなる導線を設計する。 ・近隣店舗の駐車場と配置について協議も検討したい。（現状、入口が駐車	

	場で囲われており、広場がただの駐車場に見える)
イメージ	 ファニチャー設置後の上空からの様子

(イ) まちじゅうライブラリー

内容	まちづくりに協力していただきたい近隣事業者のうち 5 か所（筑波銀行水海道支店、常陽銀行水海道支店、水海道駅、ロコレディ、カフェ SyuKaiJo）に協力いただき、コレクティブの 10 のキーワードをもとに選書し店先、駅構内、待合スペースなどに誰でも自由に読める本棚を設置。	
期間	2023 年 10 月 1 日から 11 月 26 日	
告知方法	広報、SNS、第 1 弾・第 2 弾チラシ(全戸配布)	
目的	日常生活のなかで好奇心や社会実験への興味を刺激する。	
実施結果	・ロコレディ前の屋外ベンチでは高齢者が毎日の楽しみとして本を読みに通ったり、お店のジェラートを食べながら本を眺めたりしていたとのこと。本の内容から会話が生まれたり、ついでお店に立ち寄る効果が生まれたりする。 ・ロコレディには屋外ベンチの設置だったため悪天候の際は室内に下げてもらおう対応をしていた。 ・どの場所でも本の紛失や書き込みなどはなく、丁寧に扱われていた。（自分で手帳を持ってきて読んだページをメモしている人がいた） ・駅では通勤通学の学生やサラリーマンが手に取っており、まちの入口である駅に彩りが生まれていた。 ・店舗内に置かれた本はあまり積極的に読まれなかった。	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	・普段はその場所にとどまらない人がとどまる理由を作ることができた。 ・「日常的な居場所」と感じられるところに文化に触れるきっかけ（本）を置くと、手に取る人や、交流が生まれ、外出の小さな楽しみになる。 ・活用されていない店舗に設置することを当初予定していたが、管理面で実現が難しかった。江戸屋薬舗さ	・人が本を手にとるためには適度に放っておいてもらえる場所、くつろいでいいとわかる雰囲気やサインが必要。室内・お店＝居場所とは限らない。 ・なぜ本を置いたのか、どういうチョイスなのか、意図が市民に伝わっていたのかが不明。（ほかの施策との関連性も。） ・本のインパクトがまだ弱かった。

	んでは、地元商工会女性部の方が、店舗を使わせてもらう話を近所の付き合いで進めることができており、交流の場+本の可能性が生まれた。（家主体調不良のため中止となった。）	壁一面に設置するレベルで設置しないとまちなかでは景色が変わりづらい。
対応策	・空き店舗や軒先など無人だったり雨風にさらされたりする場所に本を置くことは難しいため、まずは居場所づくりをしたのちに、様々な文化に触れることができるきっかけをしかけていくことが必要。 ・まちなかで好奇心を刺激するため、引き続き、まちなかの資源（店主、歴史的建造物、国際交流）に興味を持ち、好きになってもらうための選書を意識する。 ・本はその場で共通の話題がつくれたり、まちの人に選書してもらえば間接的にメッセージを伝えたり共感のきっかけの手段ともなる。交流とセットで考えていく。	
イメージ	 (株)ロコレディ 前の屋外ベンチの様子	

イ イベント実施

(ア) 本で遊ぼう！

内容	・小学生向けワークショップ（本を通じてまちの未来を考える） ・大人向けワークショップ（ブックフォールディング） ・図書館ボランティアによる読み聞かせ ・絵本交換会 ・巨大絵本 ・株式会社 本田技術研究所、TSUTAYABOOKSTORE 常総インターチェンジ店、道の駅常総、市内キッチンカー出店	
実施日	2023 年 10 月 14 日	
告知方法	・市内の保育園向け告知（絵本交換会、読み聞かせに限る）	
目的	地域資源に文化的価値や新たな役割を付与する実験として、本を入口にしたイベントを開催。大人から子供まで幅広くコンテンツを用意して、ニーズや生まれる景色からまちづくりの方向性を検討する。	
実施結果	・告知をした保育園に通う子育て家族を中心に約 400 名の参加。 →参加者の内訳。（体感、子育て世帯 8 割） ・小学生、中学生～大人向けの各ワークショップや図書館の本を使った読書コーナーは対象年齢層が訪れず参加者は少なかった。 ・絵本交換会では読み終わった絵本を持ってくる親子が多く訪れた。「持ち込んだ数と同じだけ持ち帰ることができる」ルールにしていたが、それ以上の数を持ち込む人が多かった。 ・巨大絵本は会場にいた幼児が参加し、完成した絵本は市役所に展示した。 ・参加したキッチンカーの店主からは、11 月の世界めしにも参加できるか申し出あり。 ・TSUTAYA の子供向け遊び場は大盛況で、広場での駆け回り、おもちゃで思い思いに遊ぶなど数時間の滞在があった。 ・道の駅の出店では、親子がその場で食べることのできるフードが完売。	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	・古本屋やメルカリでの転売と比較	ワークショップの集客がなかったこ

	し、絵本交換会のメリットとして以下が考えられる。 ①親子が手に取って楽しみながら選ぶこと。 ②誰かの役に立ったことが目に見えて、自分もうれしくなること。 ③他の子育て家族との交流の機会が期待できる。 ・読み聞かせボランティアとして参加したい団体 6 団体の協力を得て、読み聞かせも提供することができた。 ・年配のボランティア団体が活動の場を求めている。 →高齢者にも、消費ではなく貢献のためにまちに来るモチベーションがある。 ・TSUTAYA や道の駅との連携イベントが開催できた。 ・本（文化）を切り口にしたイベントでも、集客はできる。特に子育てをしている多くの保護者にとっては、子供に本や多様な文化に触れてほしいという思いがあるため、まちなかで文化、交流の場を提供することは意義がある。	とから、中高生や大人に情報が届いていないことがわかる。
対応策	・図書館以外での活動を広げるためにもボランティアが自走できる場と仕組みがあると継続しやすい。 ・全国各地と比べ、「文化」とまちなかが合わない（当日訪れた客層が違う、反応が違う）ということは見受けられなかった。	

・より親しみやすさ、交流が生まれることなどを意識しながら、引き続き文化コンテンツでまちなかを盛り上げる取り組みは続けたい。



絵本交換会の様子

イメージ



読み聞かせボランティアの様子



アグリサイエンスバレー内事業者 TSUTAYA 企画イベントの様子



アグリサイエンスバレー内事業者株式会社本田技研研究所企画イベントの様子

(イ) 常総世界めし

内容	常総市の外国料理レストラン 8 店舗（一部日替わり）出店 1.母の味（ザホーム） 2.Indonesian Café 3.アン・トゥ・クワン 4.葉奈膳（はなぜん） 5.MEMO KEBAB（メモケバブ）
----	---

	6.BBQ シュラスコ 7.マーフレストラン (※12 日のみ出店) 8.IMPERIO AMOR DE MEL	
実施日	2023 年 11 月 11 日、12 日	
告知方法	第 2 弾チラシ（広報とともに市内全戸配布）	
目的	地域資源に文化的価値や新たな役割を付与する実験として、食を入口にしたイベントを開催。大人から子供まで幅広く楽しめるコンテンツを用意して、ニーズや生まれる景色からまちづくりの方向性を検討する。 ・常総市の外国人の多さをまちの魅力として発信する。 ・入りづらい多国籍料理店のハードルを低くする。	
実施結果	・広場への来場者数が少なかった。（2 日間で約 100 名）	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	・まちなかでの飲食（「おいしい」）需要は高く、外国人割合が年々増加する常総市では、自国の料理という武器を生かして働く外国人がまちに外国料理店が出店することは、新たなまちの魅力・空き店舗活用の重要な担い手となり得る。（令和 6 年 1 月 1 日現在 6,449 人） ・広場での出店は、においや他の客が食べているものを見ることができ、出店者と会話しながらどんな食べ物か知ることができるなど、集まること ・対面ならではのメリットがあり、ハードルを下げる取り組みとして有効かと思う。出店者からも、「1 日目で問い合わせが多かった食べ物を 2 日目に用意してきた」という意見もあり、日本人になにが刺さるのか、普段と違う客層とコミュニケーションをとる機会になったのではない	・両日悪天候で広場が雨や寒さがしのげる場所ではなかったため、来場者が少なかったと考えられる ・まだ日本でマイナーな料理ジャンルの店は入店ハードルが高いため、多くの市民にとっては「自分たちが日常的に行く場所」と思っていないのが現状ではないか。

	か。 ・一般的なお祭りではなかなか食べることのできない外国料理が揃い、常総市の個性ある店が可視化された。	
対応策	①多文化交流の場、飲食の場として広場周辺を盛り上げてもらえるよう定期的に出店する場をつくる ②常総市全体での取り組みとなってしまうが、常総世界めしは外国料理店が集まるプラットフォームとして進化させることで、道の駅との連携にもつながるのではないかな。 活動の1つとして広場で定期イベントを開催する。 例えば今回出店してもらった際、情報不足だった点を周知できる取り組みができるとよいのではないかな。 (・普段の各個店の情報集約やイベント出店等をまとめる場。外国料理店をめぐりやすくするマップを作り、駅やアグリサイエンスバレーに設置する。 ・駐車場情報やメニュー解説を日本語と写真でわかりやすくする ・日本語対応メニューがあるか、お店の SNS を併記する。) ③参加ハードルを下げるとすれば、フェスのように 500 円、1000 円メニューを作ってもらい、出店パンフレット+フードチケット制にするなど。 会計のストレスを減らす代わりに試食やコミュニケーションにリソースを使ってもらう方法として考えられるが、現状は単価が違いすぎる、メニュー開発負担が重いなどの課題があり取り組むことが難しい。	
イメージ	 外国料理レストラン販売の様子	

ウ Joso Music Collective

内容	常総世界めしと同時開催。ワールドミュージックの無料ライブを1日2ステージ、全4ステージ開催。近隣市町村で活躍するミュージシャンを中心に運営。 ・11日 12時～出演：arbol 15時～出演：Mariana with 木川保奈美 & 永田ジョージ ・12日 12時～出演：RIO 15時～出演：ChihiRo with 永田ジョージ	
実施日	2023年11月11日、12日	
告知方法	第2弾チラシ（広報とともに市内全戸配布）	
目的	地域資源に文化的価値や新たな役割を付与する実験として、音楽を入口にしたイベントを開催。大人から子供まで幅広く楽しめるコンテンツを用意して、ニーズや生まれる景色からまちづくりの方向性を検討する。 ・多文化交流、理解を促す ・まちなかを消費の場ではなく、集い、交流、文化活動の場とする	
実施結果	・1ステージ平均30名ほどの集客。 ・来場者は市外からが多く、アーティスト告知で名古屋からの来客もあった。	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	・市民の広場は、目的と情報があれば（コンテンツ次第では）遠方からでも集客できる立地であることがわかった。	・悪天候もあり、集客はふるわなかった。 ・地元市民からは現状ワールドミュージックの需要を感じられなかった。ローカライズが必要、実力あるミュージシャンを集めれば来るわけではない。 →対象となりそうな年代・音楽に興味がありそうな層に告知は届いていたのか？（ピンポイントで発信する手段） ・何かを「たのしい」と感じるには最低限の事前知識や環境が必要である。地域の魅力や歴史を「たのしい」

		と結びつけるための啓発が不足しているのではないか。
対応策	①既存の歴史研究や文化活動場所を、初心者でも興味を持ちやすいよう編集・リニューアルする ②イベントなど活動を行う際には、知人が出演している、知っている曲があるとあらかじめわかっているなどの「かかわりしろ」を増やしてみる。新しいこと3、知っていること7くらいの割合の企画が良いかもしれない。あるいは知っているがやったことがないこと（ヨガなど） ③総花的なメディアでは自分はそのとき欲しい情報を探しづらいので読まれないのではないか。「今度の休みはなにをしよう？」と思ったときに見られるメディアに、まちなかのお出かけスポットやイベント情報が必要ではないか。 とはいえ、全くの新しいメディアを立ち上げる場合、その周知にも時間がかかる＆今までの読者を逃すことになるため、まずは既存の常総市公式 SNS 担当者が感じる課題のヒアリングや、投稿の方法で改善できないかをディスカッションする。(Instagram で投稿頻度やルールを決める、note でのマガジン機能をより活用するなど)	
イメージ	 外国音楽演奏会の様子	

(ア) 常総ロマン×レトロ

内容	本エリアの昭和レトロなまちなかを活かし、大正レトロ昭和ロマンが感じられるイベントを実施。 地域の事業者と連携し、市民の広場に旧車両、昭和のおもちゃ、お好み焼き等の飲食を提供。 また、関東鉄道株式会社、NPO バス保存会と連携し、スマートフォンアプリ「RYDE PASS」を活用したデジタル乗車券の販売、モビリティ「常総MaaSぶらりバス」の実証運行を活用したスタンプラリーを実施。	
実施日	2023年11月25日、26日	
告知方法	第2弾チラシ（広報とともに市内全戸配布）、道の駅常総、鉄道駅、バス車内等をはじめとした施設に提出。	
目的	ボンネットバスに乗車しまちなかを回遊するスタンプラリーをとおして、歴史的建造物や昭和のまちなみを体験再発見してもらうことで、来訪者ひとりひとりに、まちなかエリアの文化的側面を認識してもらう。 また、スマートフォンアプリ「RYDE PASS」を活用し、常総市内沿線乗り放題のフリー切符を提供することで、市外から来られるお客様の市内回遊性を高める。	
実施結果	・2日間で来訪者約600名。 ・25日晴れ、まちなかエリア回遊のボンネットバス乗車人数138人、道の駅常総と最寄り駅間走行バスの乗車数0人。 ・26日雨、まちなかエリア回遊のボンネットバス乗車人数71人、道の駅常総と最寄り駅間走行バスの乗車数5人。	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	・ボンネットバス乗車を目的に遠方からの来訪者も多く、対象を明確に設定しイベントを実施することで、一定の集客が見込める。 ・スタンプラリーを活用しまちなかエリアを回遊させる仕組みにより、来訪者に歴史的建築物の存在を訴求することができた。 ・昭和レトロというコンセプトで、コンテンツを提供できる事業者が地域に一定数いることが判明した。	・野外イベントのため寒冷で断続的に雨天により、来訪者数が伸びなかった。 ・道の駅目的の来訪者が、まちなかエリアにも来訪する動議を持ってもらうことは難しい。

対応策	・温暖な季節に実施することや、雨風が凌げる構造を設置することで、より集客が見込める。 ・道の駅常総からまちなかエリアに人を呼び込むには、道の駅常総と市民の広場にて同時開催でイベントを連動させる仕掛けが必要。
イメージ	 歴史的民家一般開放の様子  ボンネットバス周遊の様子

(2) ②まちなか資源の開放・ライトアップ

内容	地域の芸術家や民間事業者と連携し、まちなかのランドマークとなる建築物をライトアップ	
期間	2023 年 10 月 1 日から 11 月 26 日	
告知方法	広報、SNS	
目的	歴史的建築物の認知向上と興味関心を喚起	
実施結果	・地域の芸術家や民間事業者と連携するきっかけとなった。 ・地域の住民から、地域が明るくなったとの声をいただいた。	
考察	ポジティブ	ネガティブ
	歴史的建築物の認知向上と興味関心を喚起し、まちづくり機運醸成を図ることができた。	・ライトアップの周知不足であったため、誘客は限定的であった。
対応策	・戦略的に広報活動を実施、歴史的建物の認知度向上を図る。	

イメージ



旧報徳銀行



黒倉庫



二水会館

第3節 4道の駅来訪者がまちなかに呼び込む方策の検討

アグリサイエンスバレーとの連携について、アグリサイエンスバレー事業者とのヒアリング調査と共同開催イベント 10/14「本で遊ぼう!」、11/11、12「常総世界めし」、11/25、26「常総 Roman×Retro」の中で得られた成果を以下にまとめる。

内容	・各店舗を訪問し、まちなか再生事業の説明や現場での来客の様子をヒアリングした。 ・市民の広場でのイベントに、アグリサイエンスバレーの事業者（道の駅常総、TSUTAYABOOKSTORE 常総インターチェンジ、(株)本田技術研究所）が出店した。
目的	道の駅をはじめとしたアグリサイエンスバレーの集客をまちなかに呼び込むための課題の発見と、今後の取り組みのための連携体制を築く。
成果と課題	・現場の意見として、観光客が常総市で寄る場所を探しているが情報が足りていないとの声があった。 ・道の駅で人流データの分析とデジタルサイネージおよびスマートフォンで見ることができるマップの作成が進んでおり、このマップにまちなかの魅力あるスポットの登録や、ルートの提案などを 行い（世界めしめぐり、歴史的建造物めぐりなど）誘客を図る。 ・令和6年度春からコミュニティバスが運行開始、水海道駅～道の駅のルートも運航予定

第4節 社会実験 JosoCollective に係る課題整理

実施内容を、10のキーワード×3つの視点（場、コンテンツ、人と仕組み）で振り返る。

(1) 【こども】

- ・絵本交換会はファミリー利用が活発。（コンテンツ）
 - ・読み聞かせでは高齢者のボランティア団体が活躍。（人と仕組み）
 - ・TSUTAYA BOOKSTORE など市内企業による活動がこどもに大人気。（コンテンツ）
- こども×**市民参加型**の企画が、多世代を集めた。

(2) 【おいしい】

- ・常総市独自の多国籍料理店が広場に出店し、初めて見るお店を試しやすい機会となった。（場）
 - ・保健所申請等の手続きや、日本向けメニュー紹介などのフォローをJCが行った。（仕組み）
 - ・まちなかには飲食ニーズがあり、市外にも通用する資源なのに有効活用できていない。（コンテンツ）
- より身近に感じてもらうための**伝え方の工夫や、交流の機会が必要**。

(3) 【歴史】

- ・歴史に誇りを持つ地元住民もいるが、市民がもっと楽しむにはまだコンテンツと伝え方が足りない。（コンテンツ）
 - ・歴史資源が分散してしまっているためうまく訴求できない。それらをつなぐ交通が必要。（仕組み）
 - ・歴史的建造物を、市民が使用しやすい仕組みとしての分散型公民館にしたり、各世帯に埋もれる歴史を集めたりしたい。（場、仕組み）
- 交通の利便性の整備、コンテンツを持ち寄る**場と仕組みづくりが必要**。

(4) 【あかるい、みどり、たのしい】

- ・広場が居場所として使われ始めた。（場）
 - ・個人でも簡単に企画を実行しやすい整備（什器など）が必要。（場、仕組み）
 - ・安全面、街路からの見えやすさなどの課題が見えた。（場）
- 広場が恒常的に使われるための**場と仕組みの整備**が必要。

(5) 【学び、文化】

- ・本は交流のためのツールとして機能した。（コンテンツ）
 - ・身近でない音楽、出演者は刺さりづらかった。（コンテンツ）
 - ・イベントの学生ボランティアから、まちとどのようにかかわりたいか意見が出た。（仕組み）
- 楽しめる入口、**かかわりしろ**があることで、より楽しめるまちなかにする。

(6) 【くらし、未来】

- ・市民が体験していること、感じていること、理想の未来についてアンケートを行った（コンテンツ）
 - ・シンポジウムで「自分たちで楽しいまちをつくる」ビジョンを共有した。（場）
 - ・「やりたい」芽をつぶさない、市民を後押しする仕組み、フォロー体制が必要。（仕組み）
- 集まった声・ビジョンを「**官民連携**」でまちに反映させていくアクションプランをつくる。

市民が主体となってまちなか再生を行うビジョン、アクションプランを策定した。

第5節 アンケート調査

(1) アンケート実施概要

【実施概要】

2023年10月1日（日）～11月26日（日）

回答件数：246件（女性110名/男性136名）

社会実験会場および常総市広報等で回答を呼びかけた。

回答者には JosoCollective オリジナルドリンクとトートバッグを配布した。

図表 5-2 配布オリジナルドリンクとトートバッグ



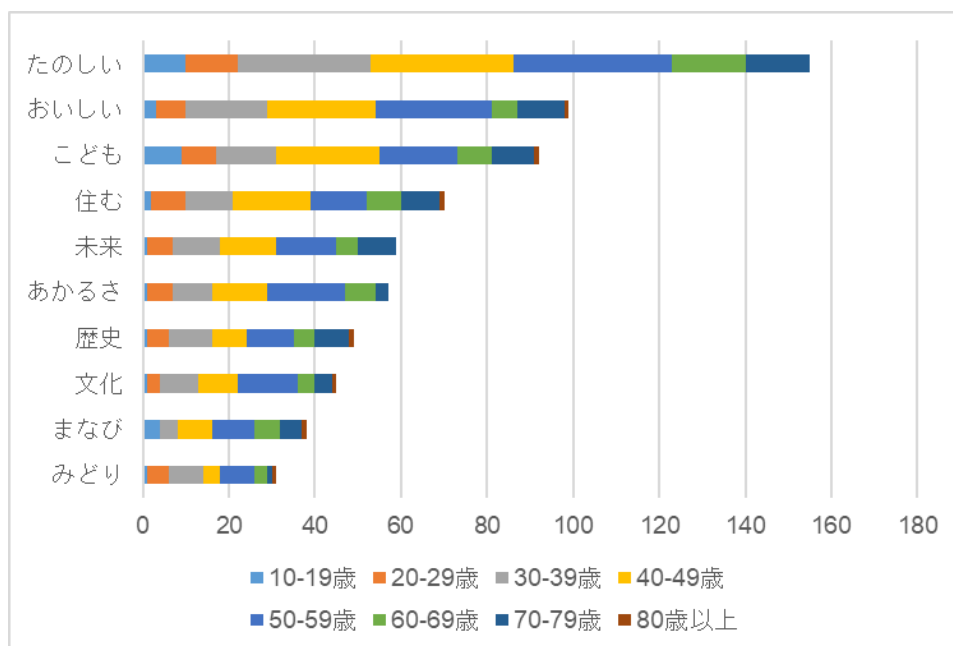
(2) アンケート結果

ア まちの魅力向上のために集めたい10のキーワード選択

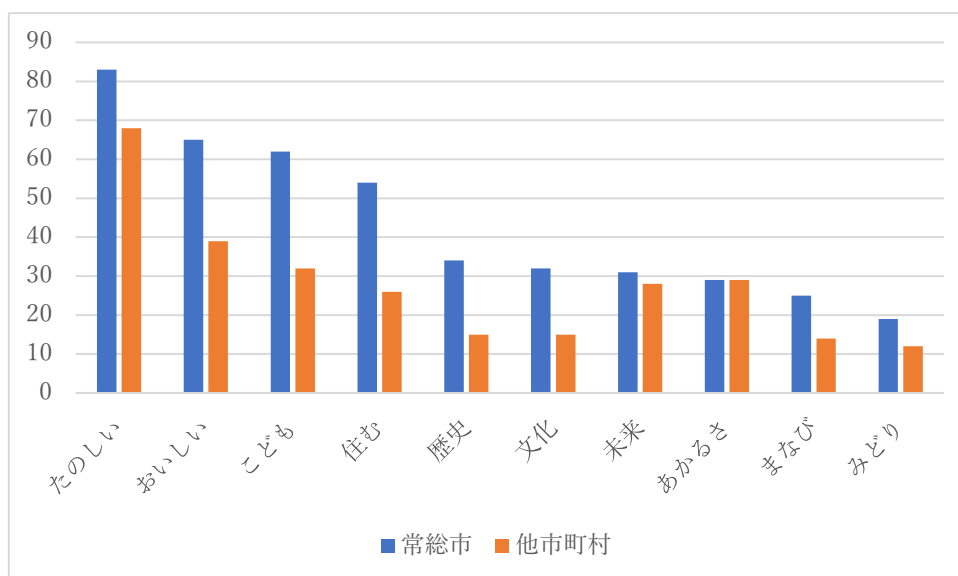
全体として「たのしい」「おいしい」「こども」の順で人気を集めた。

常総市民とそれ以外の市町村住民で比較したところ、1位～3位の順位は変わらなかったが、常総市民からは3位について「住む（くらし）」に票が集まり、そのあと「歴史」「文化」と続いている。なお他市町村住民人気は「たのしい」が群を抜いて高い。他市町村住民からは「たのしい」外出先であってほしい意見が多く、常総市民からは住みやすさや歴史や文化に触れられる場の需要が見てとれる。

図表 5-3 まちなか再生事業におけるテーマ別充足希望数（年代別）



図表 5-4 まちなか再生事業におけるテーマ別充足希望数（居住地別）



イ 現状認識・体験の考察

- ・公共施設や公民館の多数集まる場所にもかかわらず、エリア内に「ある」と認識している回答が少ない。
- ・水海道駅周辺エリアの店舗や施設は20代以降の大人目線では魅力的に感じない、認識しづらいものとなっているのではないか。
- ・とくに子育てニーズに対して応えられる施設が少ないことがうかがえる。
- ・まちなかエリアのイメージとして、地理的・歴史的特徴は十分認識されているが、安全性やコミュニティ活動、子育てのしやすさなど住みやすさを感じる項目は全年代を通して得票数が低い。
- ・20代～40代は、街の中でゆっくりとした時間を過ごす機会がないことがうかがえる。
- ・70代以上の高齢者にとって、「買い物」というシチュエーションが人との交流機会にもなっている。より会話のシーンを増やしていくためには、買い物のように日常的に人が集まる場が必要だと考えられる。

ウ 自由回答

子どもが楽しめるイベントや住民間の交流、食に関連した体験を望む意見が多くみられた。自然に恵まれた環境をいかした自然とのふれあいやイベント、学びの場を求める意見も多くみられた。

【意見の抜粋】

- ・学生が帰り際に寄りたくなるようなお店（外国料理のレストラン街など）があれば、経済効果も期待でき、市民の方々と外国人の交流の促進にもなると思う。（10代男性、他市町村）
- ・子供がいるので、家族で楽しめるまちになったらいいなと思いました。（30代女性、水海道まちなかエリア）
- ・住みやすくて歴史や文化を大切にするまちであってほしい。（40代男性、水海道地区）
- ・文化を感じるものが欲しい。TXに乗って上京するのが大変なので、身近な処で参加したい。（70代女性、石下）

第6節 課題のまとめ

(1) 将来を担う若者、子育て世代の居場所不足

水海道駅周辺エリアは人口減少傾向にあり、高齢の家主が多いため、次世代が居住・活用しなければ空き家・空き店舗も増加の一途をたどることが予測される。

ヒアリング時には、現在の家主の子供世代は周辺市町村に住みやすさや仕事を求めて出ていったという声があがっていた。

アンケートや社会実験期間中のイベントでは、子育て当事者だけでなく、その家族も含めた多世代から、水海道駅周辺エリアでの居場所がないという声が寄せられた。

子どもが過ごしやすい場所はあらゆる世代にも過ごしやすく、子どもが集まると保護者を含めた三世代も自ずと集まることから、エリアリノベーションにあたっては、子育て世代の過ごしやすさを中心として考える。

(2) 歴史的建造物活用不足

歴史的建造物は本エリアの重要な資産であり、アンケートでは歴史への関心度は一定程度あるものの、まちなみに統一感があると感じているとする回答は最下位となった。保全・活用するには価値や魅力を市民に周知する必要がある。

有識者へのヒアリングの際には、有識者個人の知識や所蔵物に頼った情報でしか歴史を詳しく知ることができなかった。個人的な活動で歴史を集めていたため後継者がいない現状がある。また現地調査では個人宅に保管している昔の資料や写真を保管しているが、家族にはその価値を理解してもらえず、忘れ去られていたという意見もあった。かつての水海道を知る住民が残っているうちに資料の収集、語りのアーカイブ化や展示する場を設ける必要がある。

また近隣住民のヒアリングでは、建物所有者が高齢化し、建物を取り壊す流れが進んでいるという声があり、まちの空洞化が一層進むおそれがある。

イベントでは、昭和をテーマにしたコンテンツを提供できる事業者を発掘できたため、引き続き協力いただく。

これらを恒常的に展示できる場や、市民主体で活動できる機会を設定し、来街者にも訴求できる資源に育てていく必要がある。

(3) まちの魅力を伝える情報不足・発信力不足

ヒアリング調査では、イベント事業者と住民の両目線から、「まちで何が行われているのか知らない/伝えられない」という意見があった。

そのため今回の社会実験では、広報での記事掲載や全戸配布チラシの送付(2回)、常総市SNSでの告知、常総市内幼稚園・保育園へのチラシ配布、プレイヤーへの直接の声かけを行ったところ、プレイヤーの声掛けと、ターゲットに絞った情報を掲載した幼稚園・保育園

チラシおよび声かけが一番集客効果を生んでいた。広報や運用中の SNS の改善とともに、ターゲットをしぼったメディア運用を考える必要がある。

(4) 飲食店需要と多国籍料理店の認知不足

外国人割合が年々増加する常総市では、自国の料理という武器を生かして働く外国人がまさに外国料理店が出店することは、新たなまちの魅力・空き店舗活用の重要な担い手となり得る。(令和 6 (2024 年) 年 1 月 1 日現在 6,449 人) すでに水海道駅周辺エリアでも複数の多国籍料理店が空き店舗に入居している。

ふるさと財団から派遣された外部専門家からも、常総市独自の魅力として着目すべきとの助言があり、すでに常総市青年会議所によるイベント常総世界めしも行われている。

アンケートでは飲食店需要が多く見られ、自分たちの居場所として多国籍料理店を選ぶ住民が増えると、商業の活性化、地価の向上につながると考えられる。現状は住民と多国籍料理店のコミュニケーション機会が少なく、メニューのなじみのなさなどから来店ハードルも高いと考えられるため、まずは世代や国籍を超えた交流の機会を設けることが必要である。道の駅来訪者にもまちなか回遊のコンテンツとして多国籍料理店や文化を発信することも検討していく。

(5) まちづくり活動の調整役不足

ここまでの社会実験および既存の祭事などの調整役や運営を行政や地元の既存団体が担っているが、団体の高齢化や行政の人材不足から、徐々に市民に担い手を移していく必要がある。既存の形でなくとも、市民のやりたいことが新たなまちづくり活動となる仕組みをつくり、行政はそれを応援する形に役割を移していくことを検討していく。

第6章 地域資源を活用した公民連携まちづくりビジョン及びアクションプランの検討

第1節 公民連携まちづくりビジョン策定

水海道地区の現状と課題を踏まえ、地域資源を活用した公民連携まちづくりビジョン及びアクションプランの検討や市民の広場を中心としたまちづくりビジョンとして、その将来像と方針を以下に示す。

図表 6-1 将来像 “Joso Collective”

多様な人・活動・魅力が集積しチャレンジできるまち



- ・市民それぞれの豊かな活動が自発的に発生し、それらが有機的に繋がって新たなチャレンジが生まれる風土を創る。
- ・多様な世代や国籍の人がお互いを尊重しあう関係性を構築する。
- ・市民活動、文化活動、消費活動を誘引するまちなかの拠点として、地域資源の活用と公共空間の整備を行う。

図表 6-2 アクションプラン

1. 市民の「やりたい」がまちに集まり発揮される仕組み「コレクティ部」
2. 市民の「知りたい」「残したい」につながるメディアの整備・新設
3. 市民が集まる複合拠点（ネオ広場、ネオ公民館）の整備

第2節 アクションプランの策定

(1) 市民の「やりたい」がまちに集まり発揮される仕組み「コレクティ部」

市民ひとりひとりの特技や趣味がまちなかのいろんなシーンで発揮し、楽しく豊かなまちになることを目指す。まちが楽しくなるアイデアを思いついたら仲間を集めることができたり、応援してもらえたりする仕組みとして、部活動のように部員を募集して活動できる「コレクティ部」を発足する。まちなかのいろんな場所を使って活動できるよう市が支援を行う。

まちなかでオープンに活動することを条件にすることで、活動が見える化し、見た人が「私もやってみたい」という好奇心やチャレンジ精神を伝染させる。

▷これをやったらもっとまちが楽しくなる！を形にする「コレクティ部」の発足、活動支援。
例) 歴史研究、国際交流、スナック、体操、路上園芸、編み物、ブック等。

▷広場、公民館、歴史的建造物や空き店舗などを活動拠点として活用することを検討。

▷顧問のように活動を見守るアドバイザーの導入も検討。

→「空き店舗活用」「まちづくり」だと敷居が高い、堅苦しくて興味がわからない、という市民が、やりたいことを形にする過程で、まちをよくすることにつながっていくことを体験する。

(2) 市民の「知りたい」「残したい」につながるメディアの整備・新設

まちなかエリアで行われるイベントや、まちをもっと知りたくなる歴史、まちを楽しむ取り組みをする人など埋もれている情報をまとめ、発信するメディアを立ち上げる。メディアを通じ、エリアの取り組みやイベントなどを知った人が、次第に活動に自発的に参加していく、そんなサイクルを作っていく。

▷note、Instagram、X など常総市が運営する既存 SNS メディアのなかでまちなか再生に伴うコンテンツを作成。

▷アクションプランが効果的に知られるための新規メディアの立ち上げを検討

水海道で行われるイベントや、まちをもっと知りたくなる歴史、まちを楽しむ取り組みをしている人などにフォーカス。

▷メディアを通じ、エリアの取り組みやイベントを知った人が、次第に自発的に活動に参加していくサイクルを醸成。

▷既存メディアの整備と活用により経費とリソースを最小限に抑えることが可能。

▷近隣の水海道第一高等学校、水海道第二高等学校との連携を検討。

▷活動が持続しない、ネタがないなどが想定される。プロデューサーのネットワークから出版編集のアドバイザー採用も検討。

(3) →常総市内のエンパワメント、まちなかエリアの魅力再発見を促すと同時に、シビックプライドの醸成や地域経済への貢献にもつなげていく。市民が集まる複合

拠点（ネオ広場、ネオ公民館）の整備

現在の市民の広場には、かつて年齢や性別を問わず学ぶことができる寺子屋がありました。水運の要所である水海道は、多様な文化を受け入れて栄えてきた。再び多様な人が集まる拠点をづくり、まちに居場所が生まれることで、交流や活動が活発に行われる場所にする。

旧報徳銀行耐震補強工事、市民の広場の改修（ネオ広場）及び水海道公民館の移転（ネオ公民館、移転先は市民の広場エリアを一体的な整備と運営を行うことでまちなか再生の中心となる場として整備し、その集客力を活かして周辺に消費活動が生まれる状況を目指す。

▷こどもから大人・高齢者等の多世代と人口の1割を占める外国人の誰もが様々な文化に触れ学ぶことができ、その内容に適した場所を自由に選んで活動ができるスペースの設置

▷生涯学習や日本語教室など、市民の誰もが受講者にも講師にもなることができ、多世代と多文化の交流が生まれる場としても活用（寺子屋の復活）。

▷市民が個人でも気軽にステージを使ったイベントや雨天・夏場の活動をしやすい、ステージに代用できるエリアや屋根のあるエリアの設置。

▷子どもも安心して遊べるよう、広場の一部芝生・緑化の検討。

▷気軽に食を楽しめる場所としてカフェの併設を検討。

▷公民連携での運営を検討。

▷市役所本庁舎エリアに移転を検討している保健センター及び都市機能誘導区域内に移転を検討している児童センターとの連携を図る。

→将来的に周縁に新たな商業が生まれ、よりまちに人が集まることを目指す。

※整備にあたっては、こども、学生、大人、高齢者等の多世代と公民館利用者等とのワークショップを実施し、市民の意見を収集する。ワークショップの内容は、アクションプランとして策定し、整備に反映させる。

第3節 方針ごとの重点的な取組施策

令和6年度から開始する方針ごとの重点的な取組施策を記載する。

(1) 市民の「やりたい」がまちに集まり発揮される仕組み「コレクティ部」

ア 水海道第一・第二高等学校との連携

まちなか再生エリアを通学経路とする高校生が、まちで活動したり、放課後の居場所として回遊したりしてもらう仕組みを検討する。高校生目線でまちにあったらよいと思う機能や商店などを社会実験で設置、誘致し、まちへ関心、愛着を持ってもらうことや、需要が広がることでまちなかの商業誘致や空き店舗の活用にも発展することを目指す。

イ 歴史、多文化交流、食分野の担い手発掘

今年度の調査でとくに目立った特徴である歴史、多文化交流や需要の多く見られた食分野について、市民活動でより魅力を磨き上げることができるよう、関係者への声掛けや資源調査を行い、機運を醸成する。

ウ コミュニティ活動の支援

集まる場所の不足は子育て世帯だけでなく、学生、通勤者、高齢者からも声が聞かれたため、今年度行われたスナックイベントのような活動を支援していく。

(2) 市民の「知りたい」「残したい」につながるメディアの整備・新設

ア メディアのターゲットの明確化

情報を届ける際は全市民がアクセスできる状態は用意しつつも、まずは誰に届けると効果的なのか、ターゲットを明確にしぼった発信を行う。

イ 常総市広報担当課との連携

広報担当課の運用しているソーシャルメディアや広報紙の課題をヒアリングし、改善または既存メディアではカバーできない課題があれば、新規メディアの立ち上げを検討する。

ウ デジタル観光周遊マップとの連携

令和6年から運用を開始したデジタル観光周遊マップに、水海道駅周辺エリアのスポットを登録し、アグリサイエンスバレー常総への来訪者の周遊につなげていく。

(3) 市民が集まる複合拠点（ネオ広場、ネオ公民館）の整備

本方針を基に令和 6 年度以降リニューアルを行う施設を記載する。

ア 旧報徳銀行

耐震補強工事を行い、有効活用に向けて工事見学会を実施するほか、関心を持つ事業者や市民と活用検討会議を行う。

イ 市民の広場、水海道公民館

水海道公民館の老朽化に伴う整備工事は、市民の広場エリアとし、広場と公民館が一体的に活用できるランドスケープデザインとする。また機能設計にあたっては、歴史的建造物や周辺空き店舗で役割を担うことができるものを検討し、まちなか全体に市民活動の効果が広がるよう検討する。

事業プラン検討においては、広場活用を行っていた事業者や利用者を含めた意見を聴取できるようワークショップやヒアリングを行う。

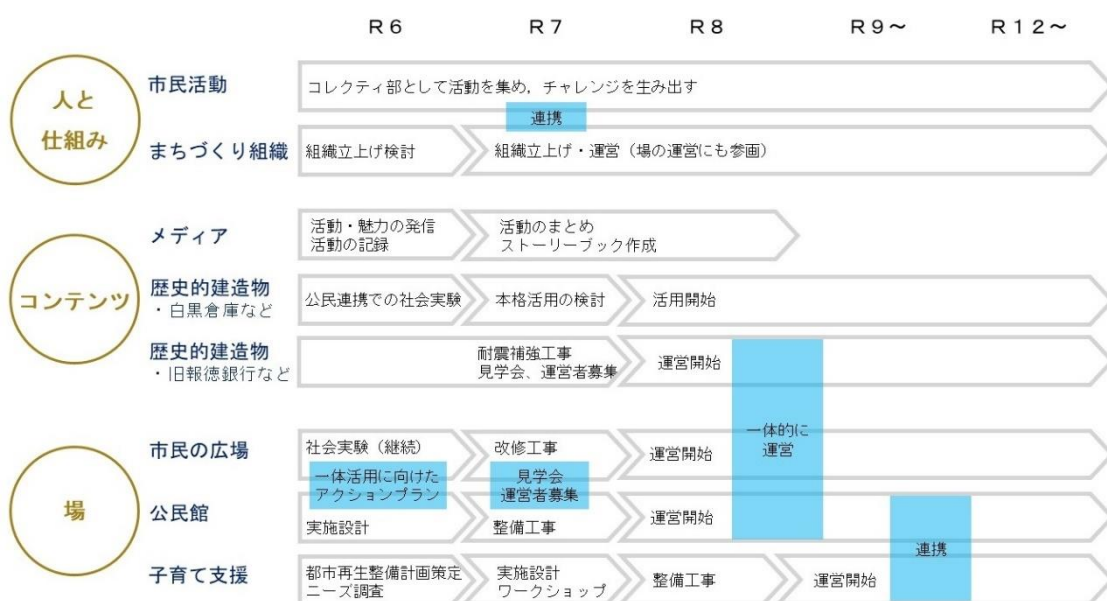
第4節 今後の展開

(1) 展開イメージ

今後の取組展開について、展開イメージを以下に示す。

短期間で活動展開まで達する取組においては、新たなテーマを追加し、活動構築、活動展開の拡大を図る。

図表 6-3 展開イメージ図



(2) まちなかエリアの拡大設定

東側境界について、まちなかエリアへの集積要素となる行政サービスの拠点となる市役所、市役所敷地内に整備予定の子育て支援拠点施設との連携を目的として、まちなかエリアの分断要素となる関東鉄道常総線までの区域を考え以下のとおり設定する。

図表 6-4 まちなか再生拡大エリア



まちなか再生事業 令和5年度事業報告
公民連携まちづくりビジョン及びアクションプラン

令和6年2月発行

常総市産業振興部商工観光課
〒303-8501 常総市水海道諏訪町 3222 番地 3

株式会社ひらく
〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台 4 丁目 3 番地