

# 行政視察報告書

令和6年6月19日

柏原市議会

議長 田中 秀昭 様

総務産業委員会

委員長 奥山 渉

総務産業委員会行政視察につきまして、下記のとおり報告いたします。

## 記

- 1 視察日 令和6年5月16日（木）～17日（金）
- 2 視察先 千葉県流山市、茨城県つくば市
- 3 視察の目的 1日目【千葉県流山市】  
シティプロモーションについて  
2日目【茨城県つくば市】  
産業戦略とスタートアップ施策について
- 4 視察者 総務産業委員会  
奥山 渉 委員長 鶴田 将良 副委員長  
榊田 和之 委員 江村 淳 委員  
山口 由華 委員 新屋 広子 委員  
峯 弘之 委員 山下 亜緯子 委員
- 5 視察内容 別紙のとおり

---

## ◎令和6年5月16日(木) 千葉県流山市

---

- 視察場所：流山市役所及び流山おおたか駅周辺
- 視察案件：「シティプロモーション」について

### 研修内容

---

流山市は、首都25km圏内にあり、千葉県の最も西北に位置し、西に江戸川、北に利根運河が流れる、東西約8km、南北約10km、総面積35.32km<sup>2</sup>の四季に恵まれた歴史豊かな住宅文化都市である。

全国的に人口が減少する中、流山市は平成28年から6年連続で全国の市の中で人口増加率1位を記録した。常住人口は直近10年間で約4万900人増えており、令和6年4月には21.1万人を超えている。

#### シティプロモーション推進のきっかけ

平成17年のつくばエクスプレス開通により、都心まで約20分と利便性が一段と向上する一方で、沿線で一斉に開発が始まることから当時の流山市の知名度とイメージでは、他自治体との区画整理で競争に負け、さらなる財政状況の悪化を招く恐れがあると考えた。そのため、全国初となるマーケティング課を創設し、外部人材を起用するなど、シティプロモーションに力を入れることになった。

流山市におけるシティプロモーションは、市民に必要な情報を正確に届ける「信頼性」を重視する広報に対して、市外の人にも訴求力をもって情報を届け、伝播させる「反響」を重視している。そのため、〇〇まで交通アクセスが便利、自然が豊か、子育て環境が良い、治安が良いなど、多くの自治体においても共通し得る魅力をそのまま発信するのではなく、訴求力のある魅力として発信するため、マーケティングの視点を取り入れている。

#### 流山市におけるマーケティング

マーケティングとは、「売れる（選ばれる）仕組みを作ること」であり、①何が売れるか（強みを知る）、②誰に売るか（対象を決める）、③どのように売るか（手段を考える）の順番でやらなければ失敗する可能性が高いとされていることから、流山市では、SWOT分析による強み・弱み等の分析に加え、市民へのヒアリングを行い、徹底的にまちの魅力を深掘りした。その結果、立派な図書館がない、観光資源が豊富

でない、グルメな飲食店がないなど、市では弱みと認識していたことが、市民にとっては、「揃っていないことに期待感がありワクワクする」、「自分たちが関わることのできる伸びしろがある」など、強みと認識していること等の発見があった。

## 定住への流れ

流山市では、定住までの流れを以下の5つに段階分けし、施策を実施している。

### 【定住までの流れ】

①知る → ②訪れる → ③好きになる → ④住む → ⑤ファンになる

#### ・①知る

流山市は、当時知名度が低く「①知る」ための施策を実施する必要があった。その施策として実施したのが首都圏向け広告（駅貼り広告）である。

「母（父）になるなら流山市」というキャッチコピーは有名であるが、このキャッチコピーにもポイントがある。多くの広告は、主語を広告主にしている事例が多い。

しかし、流山市は、ターゲットを20代後半～30代の共働きの子育て世帯（DEWKs : Double Employed With Kids）をメインターゲットにしており、当該世代に共感を得ることがとても効果的であると分析していたことから、表記はしていないが「私が」母（父）になるなら流山市」と隠れた主語を設定し、主語を広告主である流山市にしないことで共感を巻き起こした。

さらに、広告写真にあえて市民モデルを採用することで、より共感を生むように工夫している。

#### ・②訪れる

市外の人に訪れるきっかけを提供し、「思った以上に近い」ことを実感させることを目的に年4回のイベントを流山おおたかの森駅で実施している。イベント内容についても、子育て世代のニーズを捉えることで、来場者の約8割が子育て世代となるなど、訪れた人に住むイメージをより具体化してもらえるように訪れ方をデザインしている。

#### ・③好きになる

訪れた人に、このまちで住みたいと思ってもらえるようにするためには、魅力に感じる施策が必要である。共働き子育て世代をメインターゲットにしていたことから働きながら子育てができる環境整備は必要不可欠であるため、平成22年に17園であった保育園を2023年には102園に新設・増設するとともに、送迎ができない方

への対策として、駅前送迎ステーションを整備した。これは、駅前の立地を活かし、通勤途中に子どもを預けることで各園にバスで送迎してもらえるサービスであり、子育て世代から高評価を得ている。

また、景観づくり施策にも注力している。市長がアメリカサンフランシスコでの都市計画に携わった経験から、5大陸100都市を巡って人気の住宅街で共通しているのは緑が多い事であるとの考えのもと、『流山グリーンチェーン戦略』や『まちなか森づくりプロジェクト』などの実施により、17年間で約25万本の木を植え、緑被率は平成30年度に40.3%まで増加させた。

さらに、屋外広告物についても厳しく規制しており、景観を損なわないために原色を使用しないよう事業者へ協力をお願いするなどの徹底ぶりである。その結果、転入者アンケートでは、「流山おおたかの森駅を訪れた際、街並みが“何か”素敵だなと感じた。」との回答が多く見受けられたが、この「何か」が景観づくりの成果であると認識されており、強い思いを持って景観づくりを進められている。

他にも、東京理科大学や民間企業と連携したプログラミング教育など、先進的なICT教育の推進、地域図書館・児童センター・カフェの複合施設の整備等、幅広い分野において施策の充実を図っている。

#### ・④住む、⑤ファンになる

これまでの取組を経て、「④住む」に至るわけであるが、実際に転入された方の声は「流山市の〇〇が嫌だ」、「思っていたほどではなかった」といった厳しい意見が散見された。ネガティブな意見は、広く伝わりやすい。しかし、市民がまちのポジティブな意見を積極的に発信するようにならなければ持続可能なまちづくりとは言えない。そのため、「⑤ファンになる」ためのシビックプライド醸成に関する施策が重要となってくる。

市としては、市が企画・運営してまちの課題解決に資する事業を実施するのではなく、市民自らがそれぞれに関心のあるまちの課題解決につながる活動を自発的に行っていただくことで、このまちに住む意味を見出し、シビックプライドの醸成に繋がるのではないかと考えた。

まず、「やる気はあるが行動に移せない。」、「解決したいまちの課題はあるが何から始めればいいのか分からない。」といった潜在的に、事業を実施してくれるプレーヤーを掘り起こす必要があった。しかし、市が公開講座などをすると、“わざわざ”市役所や地域のホール等へ足を運ぶ必要があり、思いはあるものの行動に移せていない人

にとってはハードルが高い。

そのため、流山おおたかの森駅で開催されているイベントに一つのコンテンツとして「市民が自由に話す場」を提供し、イベントを訪れた“ついでに”にまちへの思いを伝える、同じ境遇の人を見つけることができるような場とすることで参加へのハードルを下げたところ、様々な意見が飛び交う大盛況な場となった。

その後は、①出た意見をプロジェクト化、②共感した者同士を繋げるマッチング、③事業の実施、④事業成果の発信、⑤発信を見た人がイベントに参加、という流れが生まれ、活動の連鎖が起きた。市が「場」をデザインしたことで、まちの課題を市民自らが自発的に解決する活動が生まれ、まちが良くなり、まちをもっと好きになり、人に伝える（発信する）ようになったのだ。

さらに市民活動を後押しする政策として、推進センターの設置、市民活動専門スタッフが常駐し、市民団体や NPO の活動を支援するための拠点として機能させており、具体的な活動事例の紹介や団体のコーディネートを行い、市民の知恵と力を活かしたまちづくりを推進している。これが、流山市の「⑤ファンになる」取組である。

#### 今後について

これまでの取組の成果もあり、人口増加率 6 年連続 1 位、合計特殊出生率の改善、年少人口が高齢者人口を上回るなど、着実に結果が出ているが、人口の増加については、今後も都市間競争が激しくなることは明白で、確実に鈍化していくと予測している。そのため、流山市は次のステップとして「ブランディング」に舵を切り、「都心から一番近い森のまち」、「市民の知恵と力が活きるまち。」、「母（父）になるなら流山市」の 3 つの柱に特化して、情報発信を行っている。

#### 考 察

流山市は、東京都心から約 20 分という交通利便性に加え、豊かな自然環境を有しており、その強みを前面に打ち出したプロモーション戦略が、市外からの人口流入に大きく貢献していることが分かった。

子育て支援の充実が印象的で、認可保育施設の増設や駅前送迎ステーションの設置は、共働き家庭にとって大変ありがたい取組である。こうした具体的な施策により、

子育て世代が安心して暮らせる環境が整えられている。

また、教育分野においても、ICTを活用した先進的な教育プログラムや、地域との連携によるプログラミング教育など、未来を見据えた取組が進められており、子どもたちの成長を支える子育て環境が整っている。

市民活動推進センターの設置は、市民の自主的な活動を支援する重要な拠点となっている。市民活動専門スタッフが常駐し、市民団体やNPOの活動をサポートすることで、市民の知恵と力を活かしたまちづくりが実現されている。このように、市民と行政が一体となってまちづくりに取り組む姿勢が、流山市の大きな強みであると感じた。

また、女性向け創業スクールの取組は、創業支援の一環として非常に有益であり、実際に多くの女性が起業に成功していることは素晴らしい成果である。これにより、地域経済の活性化にも寄与している点は、柏原市でも参考にすべき取組であった。

人口増加率が6年連続で全国第1位を達成していることは、流山市のシティプロモーションが確実に成果を上げている結果だと確認できた。市民アンケートで91.2%の方が「流山市に住み続けたい」と回答していることから、市民からの高い満足度と信頼を得ていることが伺える。

流山市は都心から電車で20分の緑豊かな住宅都市で、比較的小さな町ながら鉄道駅舎が11駅あり、車での移動も高速道路ICを利用できるなど、交通アクセスが快適な街である。また、1級河川の水辺を生かしたまちづくりも展開されているなど、規模は違うものの、柏原市との共通点も多い。今回の視察で学んだ流山市の先進的な取組を参考にし、市民にとって住みやすく魅力的なまちづくりを推進していかなければならない。特に、子育て支援や市民活動の支援など、流山市の成功事例を柏原市の実情に合わせて導入することで、地域の活性化と住民満足度の向上を図っていきたい。

---

## ◎令和6年5月17日(金) 茨城県つくば市

---

- 視察場所：つくばスタートアップパーク
- 視察案件：産業戦略とスタートアップ施策について

### 研修内容

---

つくば市は、茨城県の南西部に位置し、水戸市から南西に約50km<sup>2</sup>、東京から北東に約50km<sup>2</sup>、成田国際空港北西に（成田市）から北西に約40km<sup>2</sup>の距離に位置し、北に関東の名峰筑波山、東に我が国第2位の面積を有する霞ヶ浦を擁する、人口256,222人（120,976世帯）＜令和6年4月1日現在＞、総面積283.72km<sup>2</sup>のまちである。

東京の過密緩和を図るとともに、高水準の研究と教育を行うための拠点形成を目的に、国家プロジェクトとして1963年9月の閣議了解によりその建設が決定された筑波研究学園都市では、国（産業技術総合研究所、物質・材料研究機構、宇宙航空研究開発機構（JAXA）など）と民間（アステラス製薬、フジキンなど）合わせて159の研究機関が立地し、約2万3千人の研究従事者が最先端の研究開発を行っている。

#### 【産業戦略について】

つくば市は、科学技術を基盤とした産業創造都市として、持続可能な経済発展を目指している。つくば市の産業戦略は、「世界の未来をつくる 産業創造都市つくば ～科学×技術×人材のつながりを産業競争力に～」というスローガンのもと、既存事業者の経営基盤強化と事業継続、新たな事業が生まれる環境づくり、新たな科学・技術・人材の育成、多様な人材が活躍し定着する魅力的な職・住環境の実現に向け、施策を実施している。

#### 【5つの重点プロジェクト】

つくば市の事業者が産業競争力を高めるためには、事業者ごとにターゲットを設定して、その事業者が取り巻く経営環境を十分に理解した上で施策を行う必要がある。

そのため、つくば市では、産業振興効果が期待できるターゲットに対する施策を重点プロジェクトとして、以下のとおり設定している。

### ・「事業承継から創業へつなぐ経営資源承継プロジェクト」

重要課題である既存事業者の事業承継については、事業承継未定、事業廃業予定者を顕在化するための調査を行い、事業承継を希望する事業者の把握と共に、承継する資源（事業、施設・設備、ノウハウ、技術知財等）の把握に努めている。その上で、茨城県事業承継・引き継ぎ支援センターと連携し、個別相談会の実施や、後継者人材バンクの案内等を実施している。また、地域の特徴として、創業が活発であることから、創業希望者や新規創業者へ既存事業者の資源を継承する機会を提供し、つくば独自の新たなエコシステムの構築を進められている。

### ・「市内事業者をつなぐつくば市認定プロジェクト」

地域の資源を活かした製品やサービスに対して認定制度を設け、販路開拓・拡大に向けて、製品・サービスのプロモーションや展示会への出店等重点的支援を行っている。また、認定に至らない製品やサービスに対しても改善や品質向上を支援し、つくば市発の製品やサービスの魅力度を高める取組を行っている。

### ・「科学×技術×人材の交流が世界の未来へつなぐプロジェクト」

最先端の研究所や技術力の高いモノづくり企業が集積しているほか、Society 5.0の社会実装やスタートアップ促進を通じて新たな科学技術や人材が集積しているにも関わらず、事業者アンケートでは市内にどのような事業者・団体があるのか知らない、あるいは、つながる方法がないといった回答が見受けられた。そのため、企業交流会の実施や市内中小企業の技術展示会を実施し、既存事業者や社会実装事業、創業に挑戦する人材などのつながりを強化し、新事業や新規事業者の創出、技術連携の支援を行っている。

### ・「多様な人材と地元事業者をつなぐネットワーキングプロジェクト」

既存事業者における人材不足解消には、学生、女性、外国人、シニア等多様な人材の受入態勢を整える必要がある。そのため、それらに関する事業者の情報共有や意識啓発、交流の場づくりを行い、事業者と人材がつながる機会の創出に取り組んでいる。

### ・「事業者の成長段階にあわせた受入環境確保プロジェクト」

事業拡大時に伴う用地確保の際に、市内で確保することが出来ず、東京や近隣市に移転するケースが見受けられることから、事業者への事業スペース・用地等に関するニーズ調査を行うとともに、市内における立地活用可能物件をホームページでとりまとめて発信し、マッチングを支援することで、市内だけでなく市外からの新規事業者参入を促進している。



## スタートアップ施策

つくば市では、「スタンドバイ・スタートアップ」を掲げ、スタートアップの成長段階に応じた支援を行っている。特に注目すべきは、研究学園都市の強みを活かして、テクノロジーの社会実装を目指す「ディプロイシティつくば」プロジェクトである。スタートアップと大学・研究機関が協力し、まち全体をテクノロジーのショーケースとして機能させることを目指している。

つくば市がスタートアップを推進する理由は、市民の半数以上がつくば市に住んでいながらも、科学技術の恩恵を感じていないと答えたことが背景にある。

スタートアップの拠点として適した環境が整っているものの、多くのスタートアップが都市部に流出し、地域の活性化に繋がっていないこと、また、筑波大学や産総研がスタートアップ支援を行っているが、研究者と企業の接点が不足していることが課題であった。これらの状況を踏まえ、現市長の五十嵐氏は2016年の就任以降、テクノロジーの社会実装と具体的な製品やサービスの提供が必要であり、迅速な事業化にはスタートアップが有効と考え、市にスタートアップ推進室を発足し、外部人材を起用し、支援施策を推進してきた。

2019年に整備された「つくばスタートアップパーク」は、スタートアップや企業の交流の場として機能している。ここには、起業や経営の相談窓口、コワーキングスペース、セミナールーム、交流スペースが設置されており、現在、月額会員51社、ドロップイン会員を含めると90社が利用している。毎週水曜日にはイベントが開催され、研究者とスタートアップ企業が交流し、協力関係を築く場を提供している。

## 考 察

つくば市の産業戦略は、科学技術を基盤にした先進的な取り組みが特徴的であり、特に経営資源の承継や新規事業創出のためのネットワーキングなど、実効性の高い施策が進められている点が印象的であった。総じて、つくば市の産業戦略は、科学技術と人材の連携を基盤にしたものであり、地域の特性を活かした具体的かつ実効性の高い施策が展開されている。このように、科学技術や人材交流を活用した持続可能な産業振興を目指し、取り組んでいくことが重要である。柏原市においても、つくば市の

取り組みを参考にしつつ、産・学・官・民を強く連携した上で、地域の強みを活かした独自の産業戦略を策定し、地域経済の活性化を図ることが求められる。

また、特に印象的であったのは、研究成果を地域の産業振興に結びつけるための具体的な施策と、スタートアップ支援のための包括的なプログラムである。

つくば市の「ディプロシティつくば」プロジェクトでは、科学技術の社会実装を目指し、スタートアップと大学・研究機関が密接に連携している。この取組により、地域全体がテクノロジーのショーケースとして機能し、住民が身近に先進技術を感じることができる環境が整備されている。

研修を受けさせていただいた「つくばスタートアップパーク」は、スタートアップの成長を支援するための多機能な施設として、大きな役割を果たしている。ここでは、起業相談から資金調達のサポートまで幅広い支援が提供されており、スタートアップ企業が必要とするリソースが一堂に揃っている。毎週開催されるイベントも、スタートアップ企業と研究者が交流し、新たなアイデアやコラボレーションが生まれる場となっており、この場所から一部上場企業が誕生する可能性もあるとのことで大変有意義であった。

柏原市においても、このような包括的な支援プログラムを参考にすることで、地域産業の振興とスタートアップ支援の強化が期待できると感じた。特に、地元の研究機関や大学との連携を深めることで、新たな産業の創出や既存産業の高度化を図ることが可能となる。今回の視察を通じて得た知見をもとに、柏原市の産業戦略やスタートアップ支援施策の改善・強化に努めていきたい。