

(素案)

若い世代に選ばれるMITOづくり総合戦略

- デジタル×まち・ひと・しごと創生 (第3次) -



このページは白紙です。

目次

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| 第1 戦略の基本事項 | 1 |
| 第2 戦略の方向 | 3 |
| 第3 若い世代の移住・定住を加速させる取組の重点化 | 5 |
| 第4 施策の展開 | 8 |
| 施策の柱Ⅰ しごとの創生 | 8 |
| 具体的施策1 若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出 | 9 |
| 具体的施策2 地域経済をけん引する各種産業の振興 | 10 |
| 具体的施策3 水戸のまちを楽しむ人を増やすことによるにぎわいの創出 | 11 |
| 具体的施策4 誰もが訪れたい魅力ある交流拠点の形成 | 12 |
| 施策の柱Ⅱ ひとの創生 | 13 |
| 具体的施策1 安心して子どもを産み育てることのできる環境の充実 | 14 |
| 具体的施策2 未来を生きる力を育む魅力ある教育の推進 | 15 |
| 具体的施策3 子ども・若者が活躍できる機会の創出 | 16 |
| 施策の柱Ⅲ まちの創生 | 17 |
| 具体的施策1 生き生きと健やかに暮らせる環境づくり | 18 |
| 具体的施策2 安全に暮らせる環境づくり | 19 |
| 具体的施策3 居心地がよく快適に暮らせる環境づくり | 20 |
| 施策の柱Ⅳ シティプロモーション | 21 |
| 具体的施策1 若い世代に水戸の魅力を伝えるシティプロモーション | 22 |
| 第5 各施策をより効果的に推進するためのデジタル化・DX | 23 |
| 第6 推進体制と進行管理 | 25 |
| 付属資料 | 27 |
| 1 SDGs(持続可能な開発目標) | 27 |
| 2 市総合計画及び国関連法令・計画等から見る本戦略の位置付けと役割 | 28 |
| 3 「若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出」の重点化に係る参考資料 | 30 |
| 4 数値目標・重要業績評価指標(KPI)一覧 | 34 |
| 5 総合戦略策定に係る経過と推進体制 | 37 |
| 6 用語解説 | 41 |

第1 戦略の基本事項



1 策定の趣旨

本戦略は、将来的な人口減少が避けられない中、近年のテレワークの普及や地方移住への関心の高まりをはじめとする社会情勢の大きな変化等を踏まえながら、若い世代の人口流入の促進、人口流出の抑制を図ることで、バランスのとれた人口構造とし、将来にわたってまちの活力を高めていくことを目的として策定するものです。本戦略に基づき、若い世代に選ばれる魅力あるまちの構築に向け、実効性の高い施策を積極的かつ集中的に推進します。

2 期間

本戦略は、2028（令和10）年度を目標年度とし、期間は、2024（令和6）年度から2028（令和10）年度までの5年間とします。

3 基本的な考え方

本戦略は、水戸市第7次総合計画に掲げた将来都市像「こども育む 暮らし楽しむ みらいに躍動する 魁のまち・水戸」の実現を目指していくことを基本とします。さらに、これまでの「水戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2015（平成27）年度に第1次を策定）における取組の成果、国のまち・ひと・しごと創生総合戦略である「デジタル田園都市国家構想総合戦略」における施策の方向を踏まえ、「まち・ひと・しごとの好循環」、「若い世代に選ばれるしごとの創生及びシティプロモーションの重点化」、「デジタル化・DXによる各施策の推進」の三つの視点を基軸とした戦略とします。

また、本戦略は、SDGsの理念を踏まえながら、DX、GXなど、新たな時代の課題にも積極的に対応した「持続可能なまちづくり」を推進することとしています。

【参考】

「デジタル田園都市国家構想総合戦略」（2022（令和4）年12月23日閣議決定）

| 施策の方向 | デジタルの力を活用した地方の社会課題解決 | デジタル実装の基礎条件整備 |
|--|--|--|
| | デジタルの力を活用して地方の社会課題解決に向けた取組を加速化・深化 | デジタル実装の前提となる取組を国が強力に推進 |
| 1 地方に仕事をつくる スタートアップ・エコシステムの確立、中小・中堅企業DX（キャッシュレス決済、シェアリングエコノミー等）、スマート農林水産業・食品産業、観光DX、地方大学を核としたイノベーション創出 等 | 地方のデジタル実装を downstream | 1 デジタル基盤の整備 デジタルインフラの整備、マイナンバーカードの普及促進・利活用拡大、データ連携基盤の構築（デジタル社会実装基盤全国総合整備計画の策定等）、ICTの活用による持続可能性と利便性の高い公共交通ネットワークの整備、エネルギーインフラのデジタル化 等 |
| 2 人の流れをつくる 「転機なき移住」の推進、オンライン関係人口の創出・拡大、二地域居住等の推進、地方大学・高校の魅力向上、女性や若者に選ばれる地域づくり 等 | | 2 デジタル人材の育成・確保 デジタル人材育成プラットフォームの構築、職業訓練のデジタル分野の重点化、高等教育機関等におけるデジタル人材の育成、デジタル人材の地域への還流促進、女性デジタル人材の育成・確保 等 |
| 3 結婚・出産・子育ての希望をかなえる 結婚・出産・子育ての支援、仕事と子育ての両立など子育てしやすい環境づくり、こども政策におけるDX等のデジタル技術を活用した地域の様々な取組の推進 等 | | 3 誰一人取り残されないための取組 デジタル推進委員の展開、デジタル共生社会の実現、経済的事情等に基づくデジタルデバイドの是正、利用者視点でのサービスデザイン体制の確立 等 |
| 4 魅力的な地域をつくる 教育DX、医療・介護分野DX、地域交通・インフラ・物流DX、まちづくり、文化・スポーツ、防災・減災、国土強靱化の強化等、地域コミュニティ機能の維持・強化等 | | |

基軸とする三つの視点

(1) まち・ひと・しごとの好循環

ア しごとの創生

雇用の創出や各種産業の振興を図るため、創業・スタートアップ支援、企業誘致等により事業所数の増加を促すとともに、地域経済の中核を担う地元企業等の経営基盤強化や生産性向上に向けた支援を行うほか、様々なライフスタイルにあわせた働きやすい環境づくりに取り組みます。あわせて、魅力ある地域資源を活用しながら、戦略的な観光振興をはじめとしたにぎわいの創出にも取り組み、地域経済のより一層の活性化を図ります。

イ ひとの創生

子どもを生みたいと望む人が、安心して子どもを産み育てることができる環境づくりに取り組み、まち全体で子育てを応援する機運を醸成します。あわせて、一人一人の個性を伸ばす教育や郷土を愛する心を育てる教育、多様な体験機会の提供等を通して、子ども・若者の健やかな成長を確かなものとし、未来を創る力を育みます。

ウ まちの創生

誰もが生涯を通して生き生きと健やかに暮らすことができる環境づくりに取り組むほか、あらゆる事態に備えた危機管理体制の強化を図ります。あわせて、時代の変化に対応した都市構造や交通ネットワークの構築、ゼロカーボン・エコシティの実現等により、快適なまちづくりを進め、誰もが安心して暮らすことができるまちを目指します。

これら三つの取組を深化、加速化することにより、「しごとの創生」「ひとの創生」「まちの創生」が相互に効果を高め合う「まち・ひと・しごとの好循環」を生み出していきます。

(2) 若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出及びシティプロモーションの重点化

市民1万人アンケートや国が実施した地方移住者の意識調査の結果(※)等によると、若い世代が移住・定住先となる地域を選択するに当たっては、仕事や子育て環境、生活の利便性、娯楽、人とのつながりなど、様々な要因が影響していることが分かります。その中でも、本市において、若い世代の人口流入の促進、人口流出の抑制を図るためには、特に働く場の確保、雇用環境の充実が大きな課題となっています。

これらを踏まえ、本戦略においては、「しごとの創生」のうち、魅力ある多様な働く場があり、様々なライフスタイルで暮らすことができるまちの実現に優先的に取り組むとともに、「まち・ひと・しごとの好循環」により高める水戸の魅力を効果的に発信し、若い世代に住みたい、ずっと住み続けたいと思われるシティプロモーションを図ることに重点を置き、若い世代の移住・定住を加速させていきます。

(3) デジタル化・DXによる各施策の推進

デジタル技術は、地域社会の生産性や利便性を飛躍的に向上させ、地域の魅力を高める力を持っていることから、あらゆる分野で積極的に活用し、本戦略における各施策をより効果的に推進していくことにより、「まち・ひと・しごとの好循環」の実現を支えます。

※ P30 付属資料「若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出」の重点化に係る参考資料」参照

第2 戦略の方向



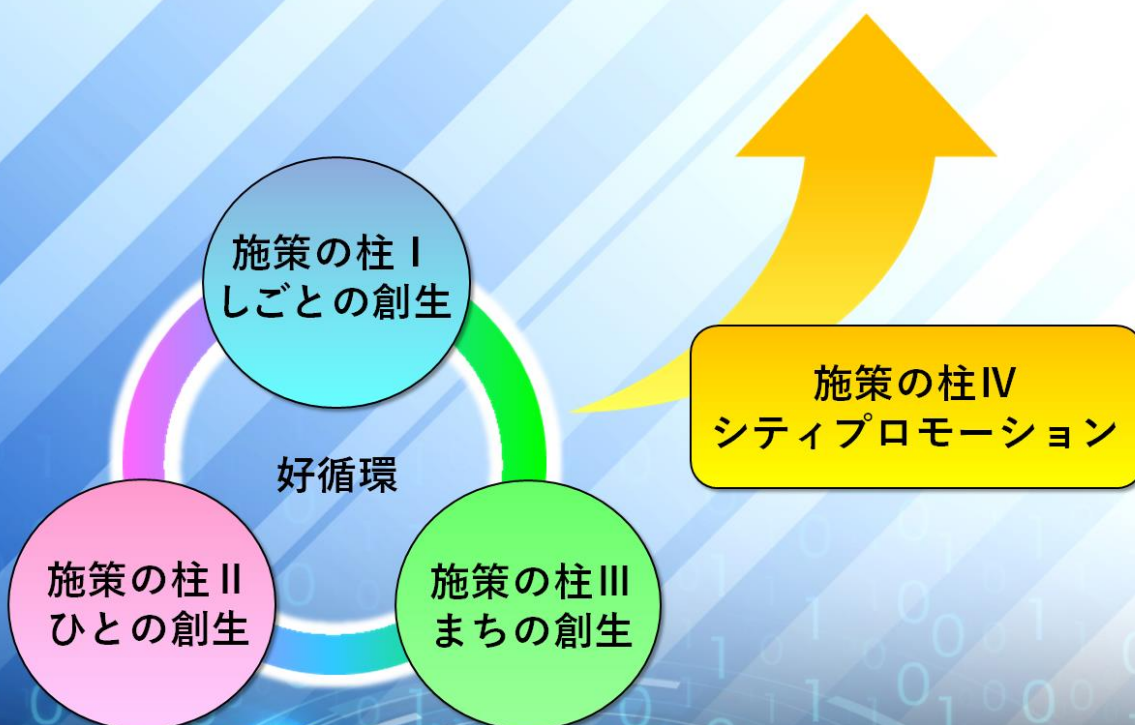
1 目指す姿

一人一人が望むライフスタイルを叶えられる
若い世代が移住・定住したくなるMITOの実現

本戦略においては、若い世代に選ばれる魅力あるまちの構築に向け、実効性の高い施策を積極的かつ集中的に推進することにより、誰もが希望する働き方や暮らしを実現でき、安心してこどもを生き育てることもできる、若い世代が移住・定住したくなるまちを目指します。

2 総合戦略全体のイメージ

一人一人が望むライフスタイルを叶えられる
若い世代が移住・定住したくなるMITOの実現



各施策をより効果的に推進するためのデジタル化・DX

3 施策の体系

施策の柱

具体的施策

I しごとの創生

持続的な経済発展による
豊かで楽しめる
MITOの実現

- 1 若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出
- 2 地域経済をけん引する各種産業の振興
- 3 水戸のまちを楽しむ人を増やすことによるにぎわいの創出
- 4 誰もが訪れたい魅力ある交流拠点の形成

II ひとの創生

未来を創る力あふれる
MITOの実現

- 1 安心して子どもを育てることのできる環境の充実
- 2 未来を生きる力を育む魅力ある教育の推進
- 3 子ども・若者が活躍できる機会の創出

III まちの創生

誰もが安心して
暮らすことのできる
MITOの実現

- 1 生き生きと健やかに暮らせる環境づくり
- 2 安全に暮らせる環境づくり
- 3 居心地がよく快適に暮らせる環境づくり

IV シティ プロモーション

住みたい、
ずっと住みたいと
思われるMITOの実現

- 1 若い世代に水戸の魅力を伝えるシティプロモーション



第3 若い世代の移住・定住を加速させる 取組の重点化

本市は都市づくりの基本理念として、将来にわたって発展し、暮らしたいと思える都市としていくため、水戸の未来を創っていく全ての子どもたちをまち全体で育み、若い世代に選ばれる魅力あるまちとしていくことに最重点で取り組むこととしています。その実現に向けては、若い世代の本市への移住・定住を加速させていくことも大変重要です。

2020（令和2）年度に国が行った地方移住者の意識調査では、「地方移住を意識したきっかけ」として、就職活動や転職、転勤が上位に挙げられているほか、「地方移住の決断に影響を与えた要素」として、「希望する職種・業種の仕事が見つかったこと」及び「納得できる給与水準の仕事が見つかったこと」が上位に挙げられており、地方移住においては、仕事の影響が大きいことが分かります。

また、2022（令和4）年度に本市が行った市民1万人アンケートでは、「水戸市の印象」として、「魅力ある企業が多い」及び「商業が盛んで活力を感じる」が下位となっているほか、「施策の現状に対する満足度」として、「商業の振興（新たな店舗の開業など）」や「雇用対策の充実（就業機会の創出など）」、「工業の振興（新たな企業の進出など）」の評価が低く、水戸市からの転出に影響を与えているものと考えられます。

さらに、2022（令和4）年度に本市と茨城大学、常磐大学が行った「若者によるエビデンスに基づく政策提言発表会」では、若者の茨城県央地域における転出理由及び転入理由において、「仕事」が大きな要因であることが示されたほか、大規模な企業や情報通信業の企業が多い地域は若者の転入率が高いとし、企業誘致や企業支援に関する提言もなされました。

【地方移住者（UJIターン者）の意識調査】

Q17 あなたが東京圏から地方に移り住むことを最初に意識したきっかけ 上位の項目（20項目中）

就職活動（新卒）…UJターン：11.0%（4位），Iターン：14.9%（2位）

転職・求職活動（新卒以外）…UJターン：9.0%（5位），Iターン：5.5%（8位）

自身の転勤…UJターン：13.0%（2位），Iターン：14.9%（2位）

Q23 あなたが地方に住むという決断をした際に、影響を与えた要素 上位の項目（14項目中）

希望する職種・業種の仕事が見つかった…UJターン：31.2%（1位），Iターン：25.3%（2位）

納得できる給与水準の仕事が見つかった…UJターン：17.3%（3位），Iターン：9.7%（6位）

【あなたと描く水戸の未来－市民1万人アンケート－】

1-1 水戸市の印象 評価が下位の項目（27項目中）

商業が盛んで活力を感じる…20歳代：2位，30歳代：2位，40歳代：2位

魅力ある企業が多い…20歳代：3位，30歳代：4位，40歳代：4位

2-3-1 施策の現状に対する満足度 評価が下位の項目（38項目中）

雇用対策の充実（就業機会の創出など）…20歳代：2位，30歳代：3位，40歳代：2位

商業の振興（新たな店舗の開業など）…20歳代：3位，30歳代：1位，40歳代：1位

工業の振興（新たな企業の進出など）…20歳代：4位，40歳代：5位

※詳細はP30 付属資料「若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出」の重点化に係る参考資料」参照

これらの結果を踏まえ、本戦略では、「しごとの創生」のうち、「若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出」に優先的に取り組みながら、「まち・ひと・しごとの好循環」を生み出すことで、水戸ならではの産業の振興や文化の醸成を図り、水戸の魅力を高めていきます。あわせて、その魅力を若い世代に伝える効果的なシティプロモーションを展開し、ブランド力を高めていくことで、若い世代の本市への移住に向けた意識の向上を図るとともに、市民のシビックプライドを育みます。これらに取り組むことで、本市への若い世代の移住・定住を加速させていきます。

1 若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出

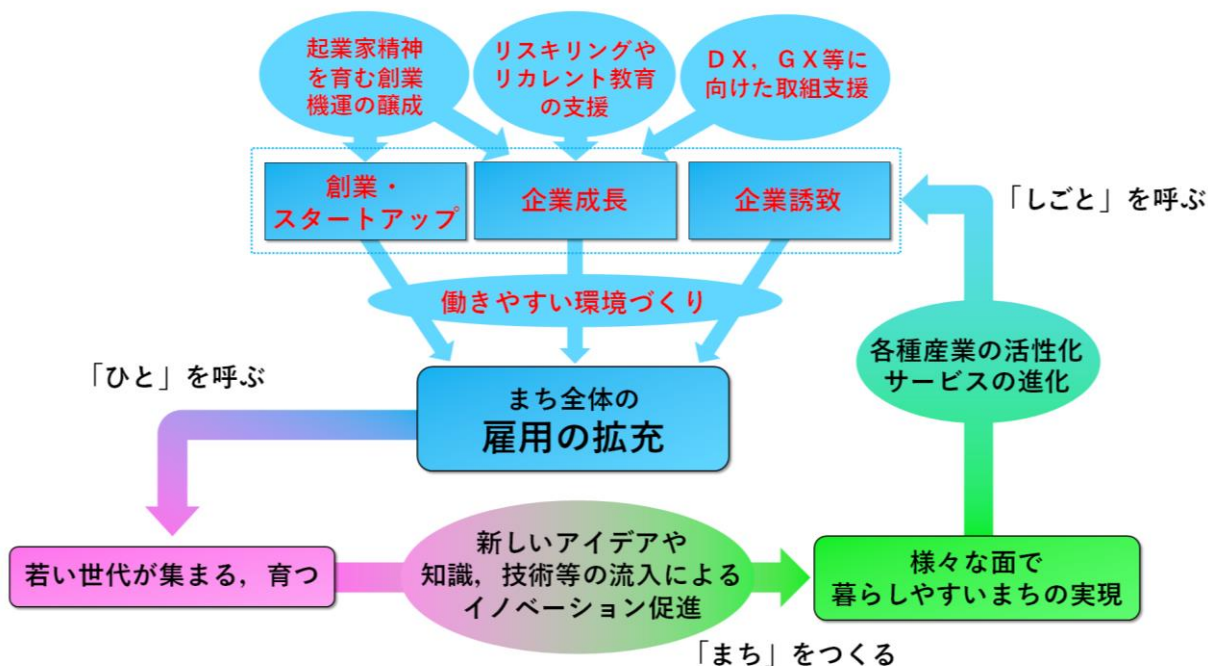
若い世代の移住・定住には、「若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出」が求められています。

そのため、本市では、創業・スタートアップの促進や市内企業の成長支援、企業誘致に積極的に取り組むとともに、様々なライフスタイルに応じて働くことのできる環境づくりを進め、まち全体の雇用の拡充に優先的かつ重点的に取り組みます。

そのことによって、新しいアイデアや知識、技術等を持った若い世代が集まり、地域のイノベーションが促進され、各種産業の活性化やサービスの進化が起きることで、新たな働く場の創出につながっていく「若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出」の視点から見た「まち・ひと・しごとの好循環」を生み出していきます。

また、まち全体の雇用の拡充に向けた新たな取組として、本市では、関係機関等と連携しながら、若い世代の起業家精神を育む創業機運の醸成に取り組むほか、市内企業の成長を促進するため、DX、GX等に向けた取組の支援にも力を注いでいきます。さらには、リスクリングやリカレント教育といった企業の成長につながる知識の習得を支援するなど、若い世代の力となり、更なる活躍を後押しするための取組を推進していきます。

【「若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出」の視点から見た「まち・ひと・しごとの好循環」のイメージ】



2 若い世代に水戸の魅力を伝えるシティプロモーション

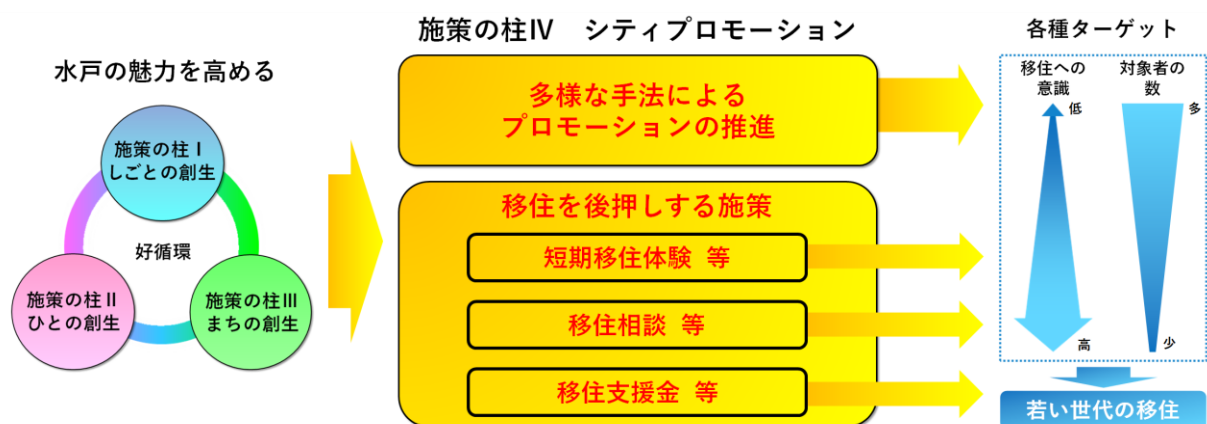
若い世代の移住・定住の促進に向けては、働く場の情報をはじめ、本市の多様な魅力をより多くの若者に伝え、本市に住みたい、ずっと住み続けたいと感じてもらう必要があります。

そのため、水戸の魅力を幅広く高めることはもちろん、居住地を変えるきっかけとなる進学や就職、結婚等のライフイベントのタイミングにあわせ、一人一人が望むライフスタイルに応じた本市の魅力を伝える戦略的なシティプロモーションに取り組むことが重要です。

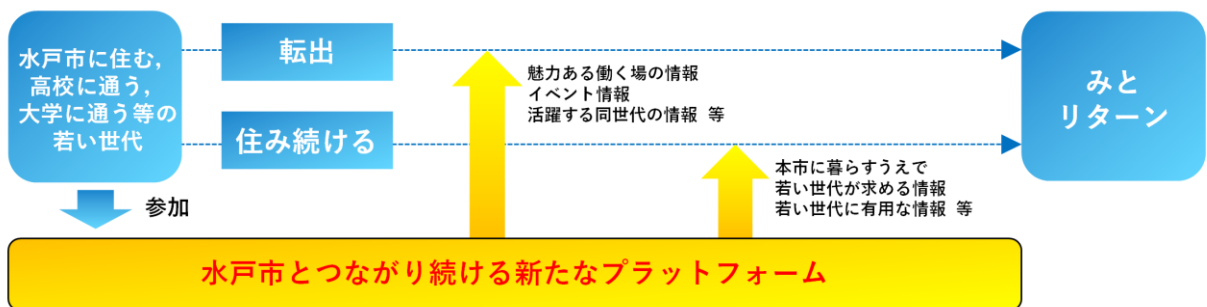
このことを踏まえ、本市では、多様な手法によるプロモーションの推進とともに、移住への意識が高まった方に対する移住を後押しする施策の推進のほか、魅力ある働く場のPR等に重点的に取り組みます。

また、そのうちの新たな取組として、高校や大学が多く立地する本市の特色を生かし、若い世代と本市がつながり続けるプラットフォームを構築し、市内への通学等により、本市と関わりがある若い世代の参加を促進していきます。このプラットフォームの活用により、本市に住み続けることや、進学や就職等で本市から離れたとしても、本市への関心を維持し、将来的に戻ってくることを選択する「みとリターン」の促進に積極的に取り組んでいきます。

【若い世代の移住に向けた戦略的なシティプロモーションのイメージ】



【若い世代が水戸市とつながり続ける新たなプラットフォームのイメージ】



※「みとリターン」・・・市内教育機関に通うなど、本市に関わったことのある若い世代が水戸に戻ってくることを、又は定住すること。

第4 施策の展開



施策の柱Ⅰ しごとの創生

基本目標

持続的な経済発展による豊かで楽しめるMITOの実現

基本的方向

○ 創業・スタートアップ支援や企業誘致をはじめとした多様な働く場の創出等に取り組み、若い世代の更なる活躍を後押しするとともに、様々なライフスタイルに応じて働くことができる環境づくりに取り組みます。 >> 具体的施策 1

○ 商工業、観光業、農業など、あらゆる分野の産業において、経営基盤強化や生産性向上に向けた支援を行うとともに、地域の資源や特性を生かした施策を展開し、地域経済をけん引する各種産業の振興に取り組みます。 >> 具体的施策 2

○ 魅力ある地域資源を最大限活用し、戦略的な観光振興、コンベンション誘致に向けた取組を推進するとともに、芸術文化、スポーツの一層の振興を図り、にぎわいの創出による地域経済の活性化に取り組みます。 >> 具体的施策 3

○ 水戸らしい風格を感じられる歴史まちづくりをはじめ、芸術文化の発信拠点である Mitori0 やスポーツ施設の魅力向上、自然に親しみ安らげる環境づくりを推進し、魅力ある交流拠点の形成による地域経済の活性化に取り組みます。 >> 具体的施策 4

数値目標

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|---------------------------------|---|---------------------------|
| 実質市内総生産 (年間) ※資料：茨城県市町村民経済計算 | 1,244,490 百万円 (2020 (令和2) 年度) | 1,420,800 百万円 |
| 観光消費額 (年間) ※資料：茨城県観光客動態調査 | 136 億円 (2022 (令和4) 年) ※159 億円 (2019 (令和元) 年) | 200 億円 (2028 (令和10) 年) |

※新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた項目については、基準値のほか、参考として2019 (令和元) 年の数値を記載

重点



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|--|-------------------------|--------------------------|
| 創業支援事業計画推進事業等による 新規創業件数 (累計) ※値は 2015 (平成 27) 年度からの累計数 | 740 件 | 1,490 件 |
| 企業誘致による立地事業所数 (累計) ※値は 2015 (平成 27) 年度からの累計数 | 25 事業所 | 43 事業所 |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|--------------------------------|---|-----------------------------------|
| 創業・スタートアップ 支援の充実 | <ul style="list-style-type: none"> 起業者精神を育む創業機運の醸成 創業に関する包括的支援の推進 多様なニーズを踏まえた創業支援拠点の機能強化 | 市 関係機関 関係団体 事業者 |
| 中小企業の成長支援 | <ul style="list-style-type: none"> 中小企業の経営革新・経営基盤強化支援 リスクリングやリカレント教育の支援による人材の育成 円滑な事業承継の促進 DX推進等による企業の生産性向上支援 | 市 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |
| 企業立地の促進 | <ul style="list-style-type: none"> 企業誘致活動の推進 サテライトオフィス等誘致活動の推進 新たな誘致先用地の確保 | 市 |
| ライフスタイルに あわせた働きやすい 環境づくり | <ul style="list-style-type: none"> 誰もが働きやすい環境づくり 子育て世帯が安心して働ける環境づくり 女性が活躍できる環境づくり 仕事と介護を両立できる環境づくり | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |

※「市」・・・市

※「市民」・・・広く一般に市民

※「関係機関」・・・国、県、大学、行政機関の外郭団体 等

※「関係団体」・・・ボランティア団体、市民団体、各産業団体 等

※「事業者」・・・企業、非営利活動法人 等

※「構成市町村」・・・いばらき県央地域連携中枢都市圏構成市町村



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|--------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|
| 市内製造品出荷額 (年間) ※資料：経済センサス・経済構造実態調査 | 126,471 百万円 (2020 (令和2) 年) | 137,900 百万円 (2028 (令和10) 年) |
| 新規就農者数 (年間) | 10 人 | 10 人 |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|-------------------|--|-----------------------------------|
| 商工業の経営力強化 | <ul style="list-style-type: none"> デジタル化による地域経済好循環の推進 ものづくり産業の振興 新たなビジネスモデルの創出 地域産業系拠点の機能強化・集積促進 | 市 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |
| 観光業の強化 | <ul style="list-style-type: none"> 観光特産品の魅力向上 伝統産業の振興 観光特産品の販路拡大 | 市 関係機関 事業者 構成市町村 |
| 安心な食を支える 農業の振興 | <ul style="list-style-type: none"> 未来に向けたチャレンジへの支援 農業経営安定化に向けた支援の充実 農産物のブランド化の推進, 販路拡大 | 市 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |
| 商店街活性化の支援 | <ul style="list-style-type: none"> デジタル技術の活用をはじめとした商店街活性化支援 | 市 関係団体 事業者 |
| 公設地方卸売市場の 活性化 | <ul style="list-style-type: none"> 公設地方卸売市場の利用促進 デジタル技術の活用等による公設地方卸売市場の機能強化・再整備 | 市 関係団体 事業者 |



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|---------------------------|---|--------------------------|
| にぎわい交流人口 (年間) | 2,615,965 人 (2021 (令和3) 年度) ※5,415,336 人 (2019 (令和元) 年度) | 6,400,000 人 |
| 誘致・支援したコンベンション開催数 (年間) | 52 件 ※70 件 (2019 (令和元) 年度) | 80 件 |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|--------------------|--|---|
| まちなかの活性化 | <ul style="list-style-type: none"> 経済循環を生み出すにぎわいづくり まちなかにおける多様な活動促進 魅力的なまちなかの空間づくり | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 戦略的な観光事業の展開 | <ul style="list-style-type: none"> 多くの人々が訪れたい魅力づくり 経済効果を高める稼ぐ力の強化 ターゲットに応じた戦略的観光PR | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |
| コンベンション等の誘致推進・開催支援 | <ul style="list-style-type: none"> 芸術文化、スポーツ、学術といった多様な分野のコンベンション等の誘致推進 主催者等のニーズを踏まえたコンベンション支援の充実 | 市 関係機関 |
| 芸術文化の振興 | <ul style="list-style-type: none"> MitoriO を拠点とする芸術文化の創造・発信 水戸ならではの芸術文化活動の促進 | 市 市民 関係機関 関係団体 |
| スポーツの振興 | <ul style="list-style-type: none"> スポーツを通じたにぎわいの創出 市民がスポーツを楽しめる環境の充実 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| 水戸市民会館来館者数 (年間) | — | 1,000,000 人 |
| アダストリアみとアリーナ来館者数 (年間) | 254,000 人 | 270,000 人 |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|----------------------|--|--------------------------------|
| 文化資源を生かした 交流拠点づくり | <ul style="list-style-type: none"> • 芸術文化の発信拠点 MitoriO の魅力向上 • 誰もが楽しめるスポーツ施設の魅力向上 • 歴史的資源の活用によるまちの魅力向上 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 自然を生かした 交流拠点づくり | <ul style="list-style-type: none"> • 偕楽園・千波湖周辺地区の魅力向上 • 植物公園周辺地区の魅力向上 • 森林公園周辺地区の魅力向上 • 豊かな自然を生かした公園等の魅力向上 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |



スポーツコンベンションの拠点となる
アダストリアみとアリーナ



千波湖から望む偕楽園

施策の柱Ⅱ ひとの創生



基本目標

未来を創る力あふれるMITOの実現

基本的方向

- 結婚，妊娠，出産，子育てにおける切れ目のない支援や子どもたちをまち全体で育む環境づくりを通し，子どもを生みたいと望む人が安心して子どもを生き育てることができるまちづくりに取り組みます。 >> 具体的施策 1
- 子どもたちの学力向上をはじめ，一人一人の個性を伸ばす教育の展開による夢の実現を応援する環境づくりや郷土を愛する心を育てる教育の推進等を通し，子どもたちの未来を生きる力を育みます。 >> 具体的施策 2
- 子ども・若者に対する多様な体験機会の提供やボランティア活動等への参加促進に積極的に取り組み，様々な経験を得る機会を創出することで，子ども・若者の未来を創る力を育みます。 >> 具体的施策 3

数値目標

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|---|-------------------------------------|----------------------------------|
| 年少人口 (0～14 歳) | 33,628 人 (2022 (令和4) 年 10月1日) | 34,000 人 |
| 18 歳以下の子を持つ 18～39 歳 (生産年齢人口の概ね前半) の子育て世帯の社会動態 (転入数－転出数) | ▲ 9 世帯 (2022 (令和4) 年) | 150 世帯 (2028 (令和10) 年) |



親子が交流する
市民センター子育て広場



タブレット端末の活用をはじめとした
水戸市版「GIGAスクール構想」

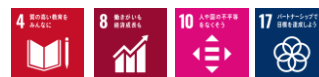


[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|---------------------------|--|--------------------------------|
| 合計特殊出生率 | 1.34 (2022 (令和4) 年) | 1.78 (2028 (令和10) 年) |
| 子育て支援・多世代交流事業利用者数 (年間) | 33,184 人 ※91,197 人 (2019 (令和元) 年度) | 100,000 人 |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|--------------------------|---|--------------------------------|
| 子育て世帯の負担軽減 | <ul style="list-style-type: none"> 子育てに係る経済的支援の充実 安心と利便性を感じる子ども・子育てDXの推進 | 市 関係団体 |
| 多様なニーズに対応した相談支援等の充実 | <ul style="list-style-type: none"> 保健, 医療, 福祉, 保育, 教育などの関係機関と連携した包括的な相談支援の充実 子どもの健康や発達に関する支援の充実 子どもや家庭を取り巻く社会的課題への対応 | 市 関係機関 関係団体 事業者 |
| 地域で育む子育て支援の充実 | <ul style="list-style-type: none"> 多様なニーズに応える子育て支援サービスの推進 親子で楽しめる子育て支援拠点づくり | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 安心して預けられる環境づくり | <ul style="list-style-type: none"> 安全で質の高い幼児教育・保育サービスの推進 放課後児童の居場所づくりの推進 | 市 事業者 |
| 妊娠・出産, 小児・周産期医療等に係る支援の充実 | <ul style="list-style-type: none"> 妊娠, 出産に関する多様な支援 安心できる小児医療・周産期医療等の充実 | 市 関係団体 構成市町村 |
| 結婚支援の推進 | <ul style="list-style-type: none"> 結婚支援事業の推進 | 市 構成市町村 |



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|-----------------------------|--|--------------------------|
| 全国学力・学習状況調査平均正答率 (小6・中3) | (小6) 国語 -0.6 算数 -3.2 (中3) 国語 +1.0 数学 -1.4 | 全国平均 +0.5 |
| いじめ解消率 (フォローアップ調査後) | 100% | 100% |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|------------------|---|--------------------------------|
| 水戸スタイルの教育の推進 | <ul style="list-style-type: none"> 確かな学びと学習意欲を高めるチャレンジプランの推進 世界で活躍できる資質を磨くグローバルプランの推進 郷土を愛し、豊かな感性を磨くキャリアプランの推進 いのちや人権を大切にするふれあいプランの推進 | 市 |
| 豊かな人間性を育む教育の推進 | <ul style="list-style-type: none"> 水戸産品を取り入れた魅力的な学校給食を通じた食育の推進 豊かな心を育む文化教育の推進 健やかな心と体を育む環境づくりの推進 地域と連携した教育環境づくりの推進 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 快適な学習環境の整備 | <ul style="list-style-type: none"> 快適な学習環境を支える学校施設整備の推進 屋内運動場への空調設備設置の推進 | 市 |
| 多様な教育活動を支える体制の充実 | <ul style="list-style-type: none"> 不登校支援・教育相談体制の充実 一人一人の教育的ニーズを踏まえた特別支援教育の充実 質の高い教育体制の構築 | 市 関係機関 関係団体 事業者 |



[重要業績評価指標 (KPI)]

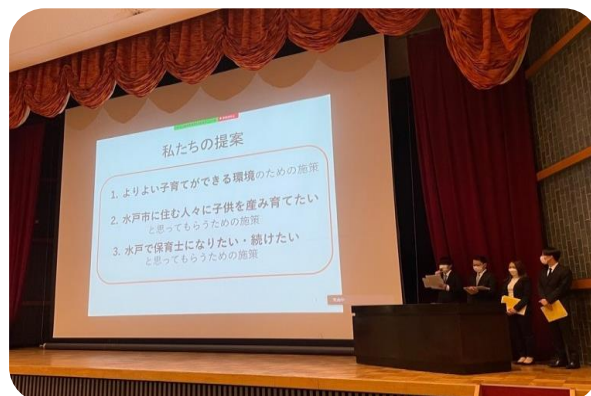
| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|----------------------------------|--|--------------------------|
| 少年自然の家の利用者数 (年間) | 14,000 人 ※26,319 人 (2019 (令和元) 年度) | 30,000 人 |
| 大学生等を対象とした政策提言発表会 への参加者数 (累計) | — | 10 組 |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|-------------------------------|--|------------------------|
| 子どもたちの 多様な体験活動の促進 | <ul style="list-style-type: none"> 市民団体等と連携した多様な体験活動の促進 少年自然の家を活用した豊かな自然体験の推進 | 市 市民 関係団体 事業者 |
| 子ども・若者が 主体的に活動できる 環境づくり | <ul style="list-style-type: none"> 子ども・若者が活躍したくなる環境づくり 子ども・若者の健やかな成長を支える取組の推進 こどもの挑戦を応援する仕組みづくり | 市 市民 関係団体 事業者 |
| 若い世代との協働 によるまちづくり | <ul style="list-style-type: none"> 若者との協働による地域課題の解決に向けた取組の推進 若い世代からの広聴機会の充実 | 市 市民 関係機関 |

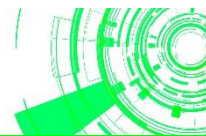


少年自然の家における自然体験



大学生によるまちづくりについての政策提言

施策の柱Ⅲ まちの創生



基本目標

誰もが安心して暮らすことができるMITOの実現

基本的方向

- 市民の命と健康を守る医療提供体制の維持・確保や一人一人の健康づくりに取り組むとともに、地域コミュニティやNPO等による市民活動を促進しながら、地域で支えあい、助けあう環境づくりを進めます。 [>> 具体的施策 1](#)
- あらゆる事態に備えた危機管理・防災対策をはじめ、消防や救急、救助等の緊急時の対策を強化するとともに、交通安全・防犯等の充実を図ることで、市民が安全に暮らせるまちづくりに取り組みます。 [>> 具体的施策 2](#)
- 時代の変化に対応した都市構造や交通ネットワークの構築をはじめ、ゼロカーボン・エコシティの実現や、居心地のよい環境づくりに取り組み、誰もが快適に暮らせるまちづくりを進めます。 [>> 具体的施策 3](#)

数値目標

| 項目 | 基準値 (2022(令和4)年度末) | 目標値 (2028(令和10)年度) |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 水戸市が住みやすいと感じる市民の割合 | 72.3% | 75% |
| 災害に強いまちづくりに満足している市民の割合 | 27.3% | 45% |



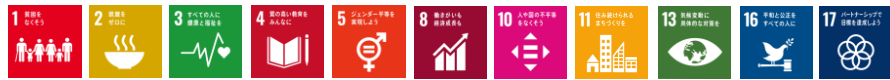
年間 365 日運営する休日夜間緊急診療所



水戸駅を中心に放射状に構築された公共交通ネットワーク

具体的施策 1

生き生きと健やかに暮らせる環境づくり



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|---|--------------------------|-----------------------------|
| 在宅医療を担う医療機関数 ※資料：関東信越厚生局HP「保険医療機関の指定等一覧」 | 29 箇所 | 32 箇所 |
| 健康寿命の延伸 | 男性 79.90 歳 女性 83.35 歳 | 平均寿命の増加 分を上回る健康 寿命の増加 |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|-------------------------------|---|---|
| 生命と健康を守る 医療環境づくり | <ul style="list-style-type: none"> 安心できる充実した医療提供体制の維持・確保 様々なニーズに対応した支援体制づくり 緊急時にも適切な医療が受けられる環境づくり | 市 関係機関 関係団体 構成市町村 |
| 生涯にわたって 健やかに暮らせる 環境づくり | <ul style="list-style-type: none"> 日頃からの多様な健康づくりの推進 健康危機から市民を守る環境づくり こころの健康づくりの推進 生活衛生の確保 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 生涯にわたって 生き生きと暮らせる 環境づくり | <ul style="list-style-type: none"> 地域コミュニティ活動の活性化 心を豊かにする生きがいづくりの推進 市民のボランティア・NPO 活動の促進 こどもから大人まで楽しく学べる生涯学習環境づくり | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 地域で支えあい、 助けあう環境づくり | <ul style="list-style-type: none"> 地域とつながり、安心して暮らせる環境づくり 地域福祉推進体制の充実 地域包括ケアシステムの構築等による高齢者が安心して暮らせる環境づくり 障害者が地域で自分らしく生活することができる環境づくり | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |

具体的施策 2

安全に暮らせる環境づくり



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|------------------|--|--------------------------|
| 防災訓練等への参加者数 (年間) | 8,084 人 ※14,039 人 (2018 (平成30) 年度) | 15,000 人 |
| 交通事故の発生件数 (年間) | 844 件 (2022 (令和4) 年) | 700 件 (2028 (令和10) 年) |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|------------------|--|---|
| 危機管理・ 防災対策の充実 | <ul style="list-style-type: none"> あらゆる事態に対応できる危機管理体制づくり あらゆる手段を活用した防災情報の伝達 市民等との協働による地域防災の推進 各種施設等における災害に備えた整備の推進 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |
| 消防・救急の充実 | <ul style="list-style-type: none"> 火災の未然防止と被害の軽減に向けた取組の推進 生命を守る救急活動の充実 市民の安全を守る消防・救急体制の充実 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 交通安全・防犯の充実 | <ul style="list-style-type: none"> 交通安全意識の普及・啓発 安全な交通環境づくり 安全なまちづくりに向けた防犯対策の強化 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 消費生活の向上 | <ul style="list-style-type: none"> 消費者教育の推進 消費生活相談体制の充実 | 市 関係機関 関係団体 事業者 |

具体的施策 3

居心地がよく快適に暮らせる環境づくり



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|-----------------|-------------------------|--------------------------|
| シェアサイクル利用数 (年間) | — | 50,000 回 |
| 都市核の人口集積率 | 6.4% | 7.0% |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|--------------------------------|---|---|
| 公共交通ネットワーク 及び自転車利用環境の 充実 | <ul style="list-style-type: none"> • 利用しやすい公共交通の充実 • 公共交通を補完する移動手段の充実 • 自転車の利用促進 | 市 市民 事業者 構成市町村 |
| 快適に暮らせる住環境 づくり | <ul style="list-style-type: none"> • 良好な住環境の形成 • 一人一人にあった住まいづくりの支援 • 空き家・空き地の有効活用促進と対策強化 | 市 関係団体 事業者 |
| 地球環境に優しい まちづくり | <ul style="list-style-type: none"> • ゼロカーボン・エコシティ実現に向けた地球温暖化対策の推進 • 循環型社会の形成に向けた取組の推進 • 豊かな自然環境の保全 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |
| 誰もが理解しあい 暮らしやすい 環境づくり | <ul style="list-style-type: none"> • 全ての人の人権が尊重され、暮らしやすい環境づくり • 誰もが平和への意識を持ち、多様な国籍や文化を理解しあうことができる環境づくり • 人と動物が共生できる環境づくり • バリアフリー・ユニバーサルデザインの推進 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |
| 水戸らしい 居心地のよい まちづくり | <ul style="list-style-type: none"> • 都市核・拠点の機能強化 • 魅力的な都市空間の形成 • 快適な緑地、公園、花と緑の空間づくり • 持続可能なコンパクトな都市構造の構築 • 効率的・効果的な道路整備の推進 • 水道水の安定供給と生活排水の適正処理 | 市 市民 関係機関 関係団体 事業者 |

施策の柱Ⅳ シティプロモーション



基本目標

住みたい、ずっと住み続けたいと思われるMITOの実現

基本的方向

- 時代に即したメディアを効果的に活用し、「まち・ひと・しごとの好循環」により高める水戸の魅力を、様々な視点から、分かりやすく魅力的に伝える情報発信に取り組むことで、若い世代の移住・定住を促進します。

>> 具体的施策 1

数値目標

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|---|-------------------------|--------------------------|
| 15歳から30歳の市民のうち、 今後も水戸市に住みたいと思う人の割合 | 29.3% | 50% |
| 18～39歳（生産年齢人口の概ね前半）の 社会動態（転入者数－転出者数）（年間） | 129人 (2022 (令和4) 年) | 250人 (2028 (令和10) 年) |



市内ロケ地での商業撮影を支援する
フィルムコミッション



県内の企業が集まる
チャレンジいばらき就職フェア



水戸の暮らしを体感する
移住体験事業



移住検討者が多く集まる場への
移住相談ブースの出展



[重要業績評価指標 (KPI)]

| 項目 | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|---------------|-------------------------|--------------------------|
| 市公式 LINE 登録者数 | 57,053 人 | 100,000 人 |
| 移住相談件数 (年間) | 71 件/年 | 130 件/年 |

[主な事業]

| 事業名 | 事業概要 | 事業主体 |
|--------------------------|--|-----------------------------------|
| 多様な手法による プロモーションの推進 | <ul style="list-style-type: none"> • 様々なメディアを活用したシビックプライドを高める行政情報の発信 • ターゲットにあわせて魅せ方を変える戦略的プロモーションの展開 • みとアンバサダーなど、個人の発信力を生かしたプロモーションの展開 • フィルムコミッションの充実によるプロモーションの展開 • 若い世代に届く、時代の変化を捉えた新たなプロモーションの展開 • 若い世代を呼び込めるイベントの展開 | 市 市民 関係機関 事業者 構成市町村 |
| 移住を後押しする 施策の充実 | <ul style="list-style-type: none"> • 二地域居住など、一人一人が望むライフスタイルに応じた情報発信 • 一人一人に寄り添う移住相談体制の充実 • 水戸の暮らしを体感する移住体験の推進 • 地域おこし協力隊制度の活用 • 移住に係る負担の軽減 | 市 関係機関 事業者 構成市町村 |
| 若い世代の みとりターンの 促進強化 | <ul style="list-style-type: none"> • 若い世代が水戸とつながり続けるプラットフォームの構築 • 市内外の若い世代に向けた魅力ある働く場のPR | 市 関係機関 関係団体 事業者 構成市町村 |

第5 各施策をより効果的に推進するためのデジタル化・DX

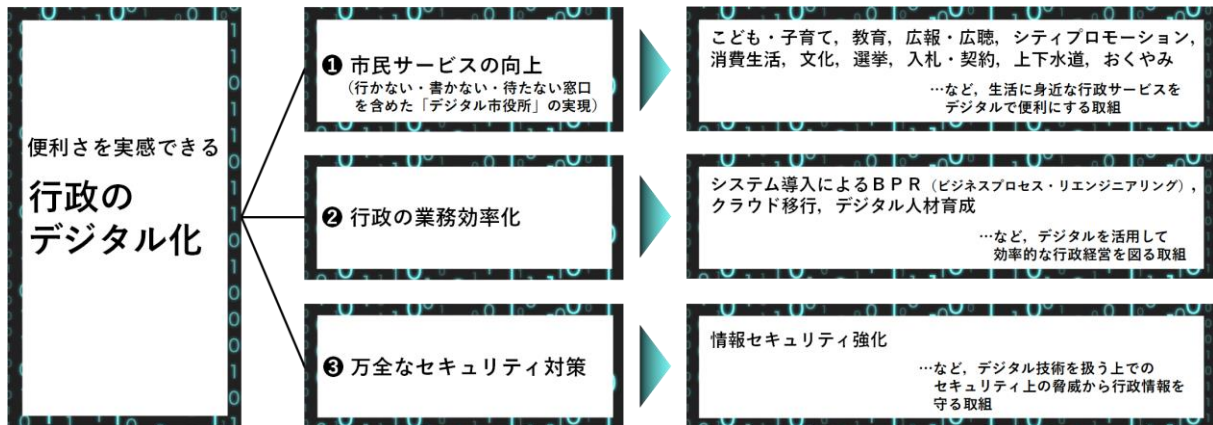


あらゆる分野の産業や市民の生活の質の向上に向け、以下の施策に積極的に取り組み、本戦略における各施策をより効果的に推進します。

1 便利さを実感できる「行政のデジタル化」

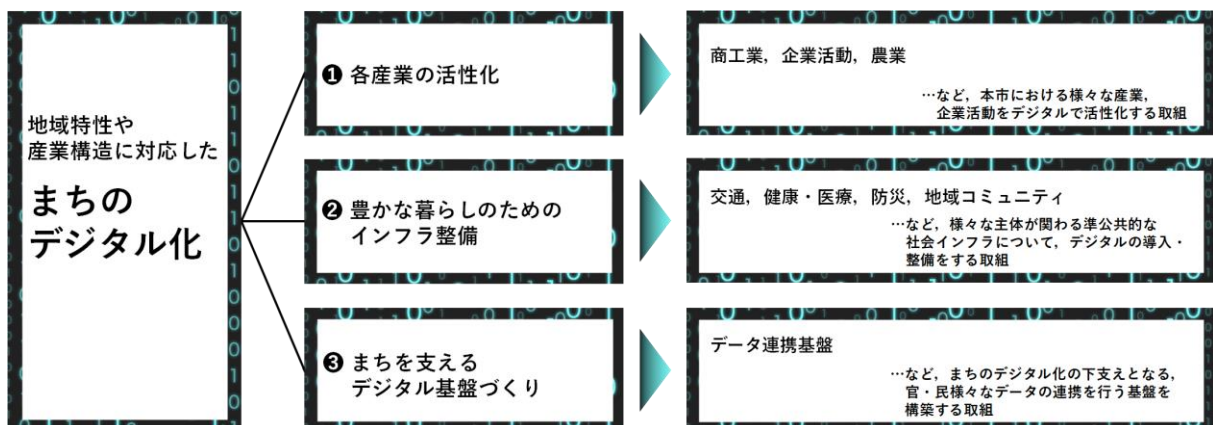
本市の窓口における手続きや各種支払いをはじめとした、「しごとの創生」「ひとの創生」「まちの創生」の各施策における市民サービスにおいて、新たなシステムの導入やキャッシュレス決済の拡充等のデジタル化を進めることにより、市民の利便性の向上に取り組みます。

また、「シティプロモーション」においても、デジタル媒体を活用し、時代に即したプロモーションに取り組むことで、より効果的な情報発信に取り組みます。



2 産業特性や産業構造に適応した「まちのデジタル化」

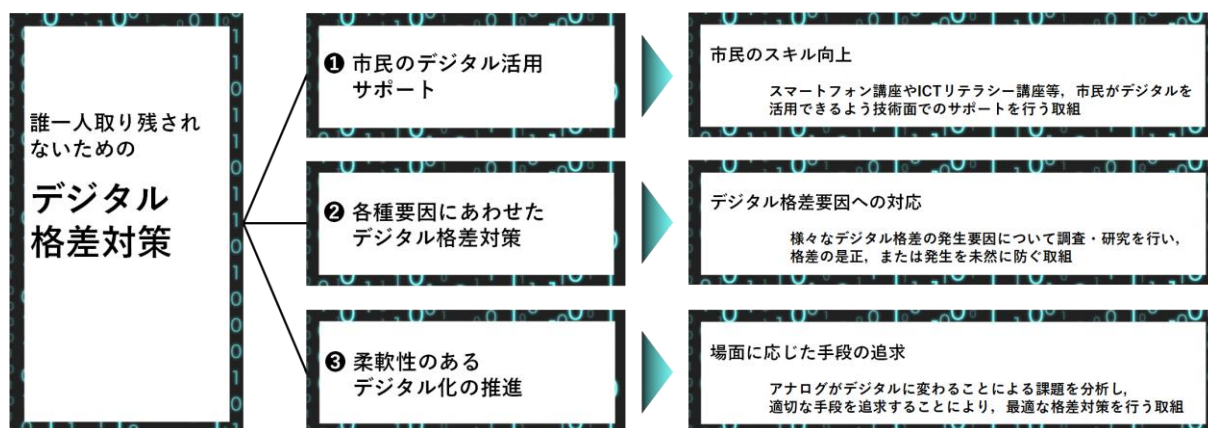
交通や医療など、市民生活の基盤となる、準公共的な社会インフラに効果的にデジタルを取り入れることにより、市民の暮らしを豊かにしていくとともに、市内の産業ごとの特性にあわせたデジタル技術の導入を積極的に支援することで、各産業における生産性向上や高度化に取り組む、「まち・ひと・しごとの好循環」の実現をしっかりと支えていきます。



3 誰一人取り残さないための「デジタル格差対策」

年齢や経済状況，障害の有無等にかかわらず，全ての市民がデジタルの利便性の恩恵を受けて生活がすることができる，デジタル格差のないまちを目指し，市民のデジタルスキルの向上を図るとともに，格差の要因についての調査・研究を進め，その是正や未然防止に取り組みます。

また，デジタルとアナログそれぞれの強みと弱みを研究し，デジタル化を推進する中でも，デジタル一辺倒にならず，より最適な手段を追求することで，より確実な格差対策を図ります。



第6 推進体制と進行管理



1 推進体制

本戦略の推進に当たっては、水戸市まち・ひと・しごと創生有識者会議等の意見を反映させるほか、社会環境の変化や多様化する市民ニーズに対応していくため、各施策において、多様なステークホルダーと連携することで、より一層「まち・ひと・しごとの好循環」の推進を図り、若い世代に選ばれる魅力あるまちの実現に取り組む体制を構築します。

産・学・官連携

本戦略における重点である「しごとの創生」をはじめ、まちづくりや教育など、幅広い分野における連携協力体制の構築や個別事業での連携に積極的に取り組むなど、市と事業者、大学等それぞれが有する人的・物的資源を活用することにより、各施策をより一層推進します。

広域連携

本市を中心とするいばらき県央地域連携中枢都市圏による取組をはじめ、各施策において、広域連携事業を積極的に推進することで、地域の枠を越え、広い視野に立った効果的な施策を展開していきます。

市民協働

市民と行政がそれぞれの長所や特性を生かし、あらゆる分野における協働のまちづくりに積極的に取り組むことで、各施策において、より市民ニーズを反映した事業の推進を図ります。

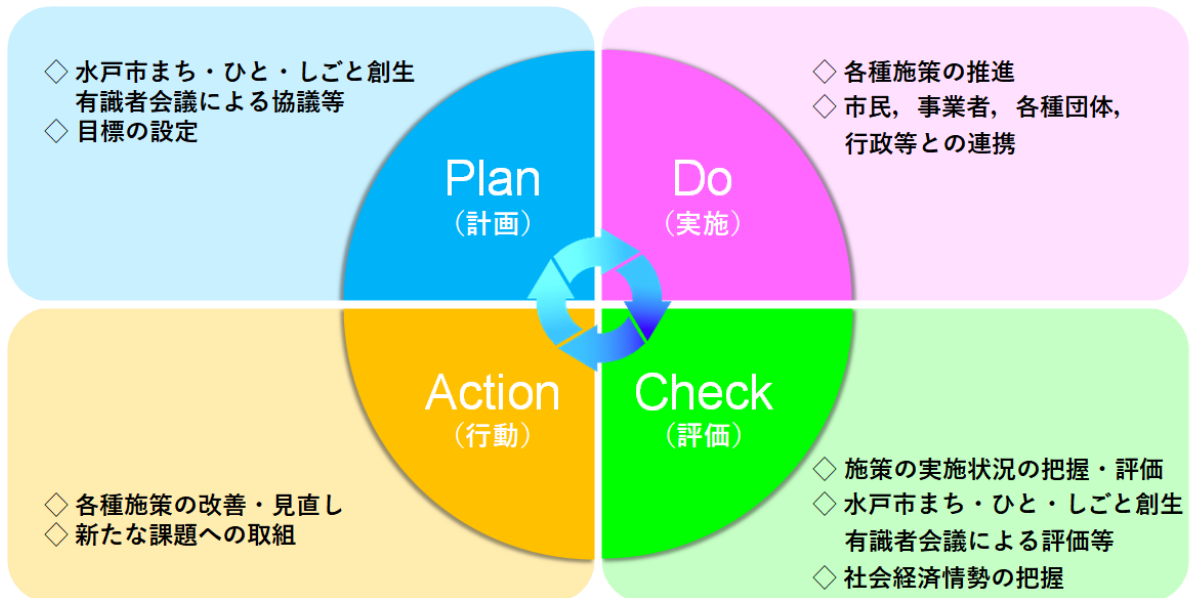
【推進体制のイメージ】



2 進行管理

本戦略は、社会経済情勢の変化に柔軟に対応するため、毎年度PDCAサイクルによる検証を行い、必要に応じて戦略の見直しを行うものとします。

【総合戦略の進行管理システム（PDCAサイクル）】



付属資料

1 SDGs (持続可能な開発目標)

SDGs (持続可能な開発目標) は、「誰一人取り残さない」持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標です。2015 (平成 27) 年の国連サミットにおいて全ての加盟国が合意した「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」の中で掲げられました。2030 (令和 12) 年を達成年限とし、17 のゴールと 169 のターゲットから構成されています。

SDGs (持続可能な開発目標) の詳細



目標 1 [貧困]

あらゆる場所あらゆる形態の貧困を終わらせる



目標 3 [保健]

あらゆる年齢の全ての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する



目標 5 [ジェンダー]

ジェンダー平等を達成し、全ての女性及び女兒のエンパワーメントを行う



目標 7 [エネルギー]

全ての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的なエネルギーへのアクセスを確保する



目標 9 [インフラ, 産業化, イノベーション]

強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る



目標 11 [持続可能な都市]

包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する



目標 13 [気候変動]

気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる



目標 15 [陸上資源]

陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する



目標 17 [実施手段]

持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する



目標 2 [飢餓]

飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養の改善を実現し、持続可能な農業を促進する



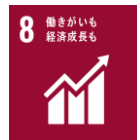
目標 4 [教育]

全ての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する



目標 6 [水・衛生]

全ての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する



目標 8 [経済成長と雇用]

包摂的かつ持続可能な経済成長及び全ての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する



目標 10 [不平等]

国内及び各国家間の不平等を是正する



目標 12 [持続可能な消費と生産]

持続可能な消費生産形態を確保する



目標 14 [海洋資源]

持続可能な開発のために、海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する



目標 16 [平和]

持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、全ての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

2 市総合計画及び国関連法令・計画等から見る本戦略の位置付けと役割

市総合計画から見る戦略の位置付け

本市における全ての計画は、最上位計画である総合計画に則った計画として策定されます。

本戦略についても、「水戸市第7次総合計画（計画期間：2024（令和6）年度～2033（令和15）年度）」に掲げる将来都市像「こども育む 暮らし楽しむ みらいに躍動する 魁のまち・水戸」の実現を目指し、総合計画の策定にあわせ、分野別の個別計画として策定するものです。…【A】

国関連法令・計画から見る本戦略の役割

本戦略は、以下の国関連法令・計画を踏まえ、「若い世代の人口流入の促進、人口流出の抑制を図る（＝若い世代の移住・定住の促進を図る）ことで、本市の人口構造をバランスのとれたものとし、将来にわたってまちの活力を高めていく」ことを役割としています。

【国の関連法令・計画】

①【根拠法】 まち・ひと・しごと創生法（2014（平成26）年法律第136号）…【B】

「まち・ひと・しごと創生」に係る、基本理念、国等の責務、政府が講ずべき施策を総合的かつ計画的に実施するための計画（＝「まち・ひと・しごと総合戦略」）の作成等について定めている法律です。

この法律において、市町村は、国が策定する「まち・ひと・しごと創生総合戦略」及び都道府県が策定する「都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を勘案して、当該市町村の実情に応じた「まち・ひと・しごと創生」に関する施策についての基本的な計画（＝「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」）を定めるよう努めることとされています。…【C】

○「まち・ひと・しごと創生」とは

我が国における急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくために、国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域社会の形成、地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保及び地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体的に推進すること。（参考：「まち・ひと・しごと創生法」第一条）

②【上位計画】 デジタル田園都市国家構想総合戦略（2022（令和4）年12月23日閣議決定）…【D】

国が「まち・ひと・しごと創生法」に規定する「まち・ひと・しごと創生総合戦略」として策定した第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2020改訂版）を、テレワークや地方移住への関心の高まりなど、社会情勢がこれまでとは大きく変化している中、地域の個性を生かしながらデジタルの力によってこれまでの取組を加速化・深化させていくため、同法の規定に基づき変更したものです。

この戦略では、これまで地方が「まち・ひと・しごと創生」として行ってきた様々な地域の社会課題解決・魅力向上に向けた取組を、今後は、デジタルの力を活用して継承・発展させていくことが肝要としています。それにより、「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」の実現（＝「デジタル田園都市国家構想」の実現）が図られ、都会に住む者が、ゆとりある生活や豊かな自然・環境のもと、地方の暮らしを体験できるようになるなどのメリットを実感することができ、地方への人の流れが創出されるなど、地域における社会課題の解決を目指すものとしています。

また、この戦略内では、そうした考え方のもと、デジタルの力も活用した地域間連携の在り方や推進策を提示しています。

本戦略におけるデジタル化・DXの整理

本戦略において、各施策を推進する力となるデジタル化・DXについては、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」も踏まえながら、以下の考え方に基づき整理しています。

(1) 本戦略におけるデジタル化・DXの位置付け

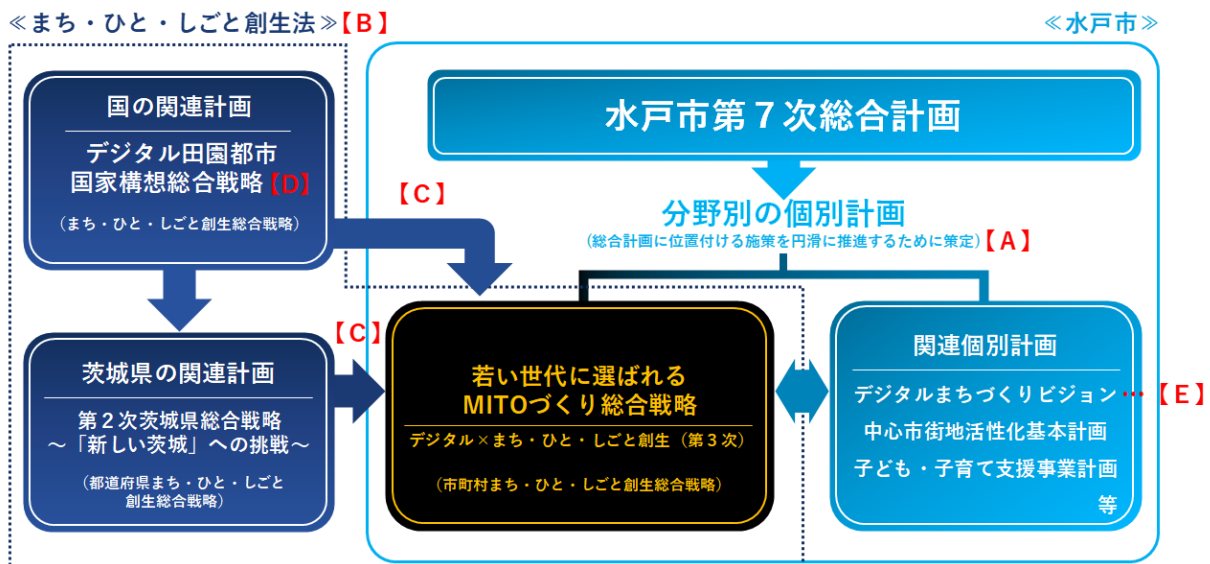
デジタル技術は、地域社会の生産性や利便性を飛躍的に向上させ、地域の魅力を高める力を持っていることから、あらゆる分野で積極的に活用することとし、本戦略の「基軸とする三つの視点」の一つにデジタル化・DXを位置付けています。

デジタル化・DXは、各施策を効果的に推進していくための手段の一つであることから、本戦略の目的達成のため、幅広い施策のより効果的な推進を支えるものとして位置付けています。

(2) 本市におけるデジタル化・DXを進める具体的な取組の整理…【E】

本市のデジタル化・DXを進める具体的な取組については、「水戸市デジタルまちづくりビジョン」において位置付けています。

【関連図】



3 「若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出」の重点化に係る参考資料

(1) 地方移住者（UJターン者）の意識調査

調査実施主体：内閣官房 まち・ひと・しごと創生本部事務局

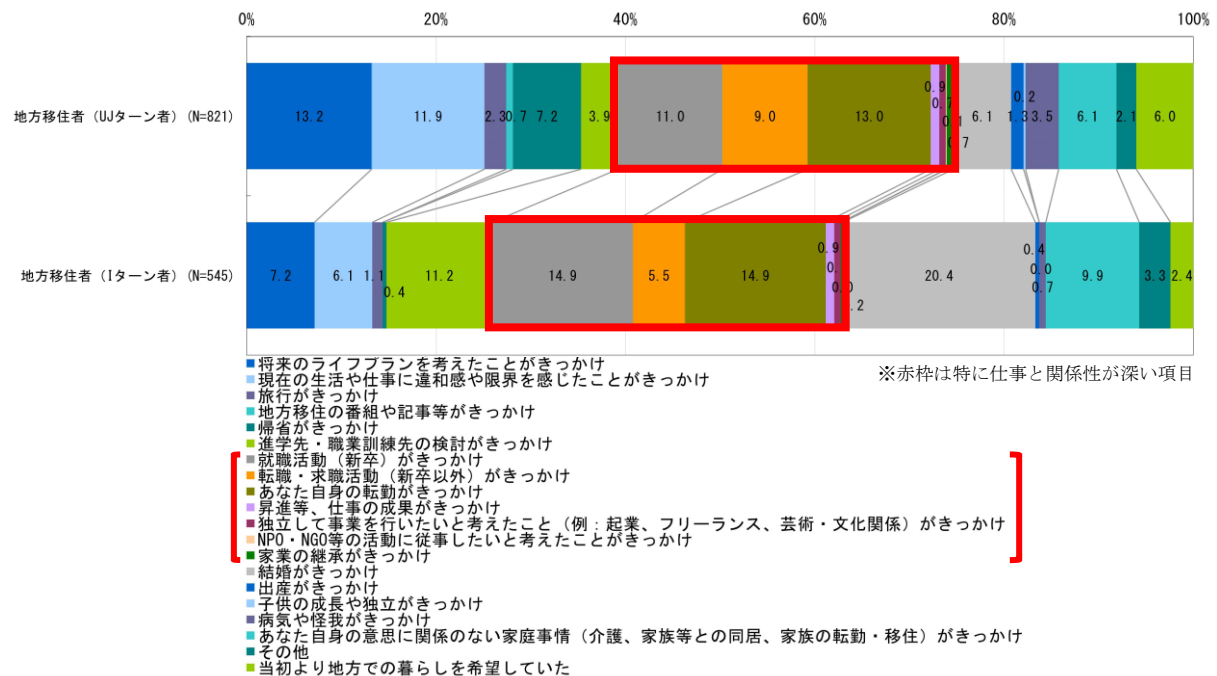
調査実施時期：2020（令和2）年度

調査対象者：下記全てに該当する方

- ・現在の居住地が地方（東京都，千葉県，埼玉県，神奈川県以外）
- ・東京圏から地方に移住した経験がある（UJターン又はIターン）
- ・年齢が20～39歳
- ・地方へ転出した年齢が18歳以降（複数回転出の場合は最後の転入が18歳以降）
- ・地方への転出の時期が直近10年以内（複数回転出の場合は最後の転入が直近10年以内）

回収標本数：1,366件

Q17 あなたが東京圏から地方に移り住むことを最初に意識したきっかけについてお答えください



Q23 あなたが地方に住むという決断をした際に、影響を与えた要素を全てお答えください



(2)－あなたと描く水戸の未来－市民1万人アンケート

調査実施主体：水戸市

調査実施時期：2022（令和4）年度

調査対象者：水戸市在住の満15歳以上の個人のうち10,002人

※住民基本台帳から5歳ごとの年齢階層別に層化無作為抽出

※80歳以上については、人口割合から、80歳以上で1つの階層としている

有効回収数：4,991件

1－1 水戸市の印象

・評価が下位の項目（27項目中）

| 区分 | 順位 | 第1位 | 第2位 | 第3位 | 第4位 | 第5位 |
|-----------------|----|-----------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|---------------------------------|
| 全体 (n=4,978) | | 都会的な雰囲気がある (-78.3) | 商業が盛んで活力を感じる (-57.4) | 魅力ある企業が多い (-53.2) | 交通機関が発達している (-39.9) | 祭りや防災訓練など地域の行事が盛んである (-27.3) |
| 20歳代 (n=400) | | 都会的な雰囲気がある (-63.9) | 商業が盛んで活力を感じる (-38.3) | 魅力ある企業が多い (-35.5) | 交通機関が発達している (-23.3) | 遊ぶところが多く生活を楽しめる (-17.5) |
| 30歳代 (n=590) | | 都会的な雰囲気がある (-87.6) | 商業が盛んで活力を感じる (-51.4) | 交通機関が発達している (-47.5) | 魅力ある企業が多い (-45.0) | 遊ぶところが多く生活を楽しめる (-32.9) |
| 40歳代 (n=643) | | 都会的な雰囲気がある (-87.0) | 商業が盛んで活力を感じる (-60.3) | 交通機関が発達している (-50.9) | 魅力ある企業が多い (-48.8) | 遊ぶところが多く生活を楽しめる (-24.0) |

※各項目下部の数値は、回答の選択肢である「そう思う」「まあそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」のそれぞれに2～2点の点数を振り、数値化した評価点

※塗りつぶした枠は特に仕事と関係性が深い項目

2－3－1 施策の現状に対する満足度

・評価が下位の項目（38項目中）

| 区分 | 順位 | 第1位 | 第2位 | 第3位 | 第4位 | 第5位 |
|-----------------|----|------------------------------|--|-------------------------------|--|------------------------------|
| 全体 (n=4,978) | | 商業の振興(新たな店舗の開業など) (-20.5) | 身近な生活道路の整備(拡幅や舗装、照明の設置、歩道の整備など) (-20.3) | 雇用対策の充実(就業機会の創出など) (-18.4) | 工業の振興(新たな企業の進出など) (-17.3) | 観光の振興(観光の増加など) (-16.4) |
| 20歳代 (n=400) | | 観光の振興(観光客の増加など) (-13.3) | 雇用対策の充実(就業機会の創出など) (-5.3) | 商業の振興(新たな店舗の開業など) (-4.0) | 工業の振興(新たな企業の進出など) (-2.3) | 行政への住民意向の反映 (-2.0) |
| 30歳代 (n=590) | | 商業の振興(新たな店舗の開業など) (-27.2) | 身近な生活道路の整備(拡幅や舗装、照明の設置、歩道の整備など) (-27.2) | 雇用対策の充実(就業機会の創出など) (-26.7) | 交通安全の充実 (-25.5) | 行政への住民意向の反映 (-23.0) |
| 40歳代 (n=643) | | 商業の振興(新たな店舗の開業など) (-30.6) | 雇用対策の充実(就業機会の創出など) (-28.3) | 観光の振興(観光の増加など) (-28.2) | 身近な生活道路の整備(拡幅や舗装、照明の設置、歩道の整備など) (-27.8) | 工業の振興(新たな企業の進出など) (-26.0) |

※各項目下部の数値は、回答の選択肢である「満足している」「どちらかといえば満足である」「どちらともいえない」「どちらかといえば不満である」「不満である」のそれぞれに2～2点の点数を振り、数値化した評価点

※塗りつぶした枠は特に仕事と関係性が深い項目

上記の調査から得られる情報として、若い世代が地方に住むきっかけや決断には、仕事の影響が大きい((1)参照)一方で、若い世代の本市への印象では、仕事に関する印象は薄いほか、本市の仕事に関する施策への若い世代の満足度も低い((2)参照)ことが分かります。

(3) 若者によるエビデンスに基づく政策提言発表会

期 日：2022（令和4）年11月7日

場 所：水戸市役所本庁舎4階 中会議室1～3

出席者：水戸市…市長，副市長，関係部長，関係課職員

茨城大学…人文社会科学部 後藤玲子教授及びそのゼミ生13名

常磐大学…人間科学部 水嶋陽子教授及びそのゼミ生15名

概要：これからの人口減少社会で、水戸市が、持続可能な地域社会として安心して住みやすいまちであり続けるためには、SDGsの取組や誰もが個性と能力を發揮できるまちとなることが重要であるとの認識のもと、これからの時代を担う大学生が、水戸市に対し、データやエビデンス（根拠）に基づく政策提言を実施しました。

提案内容：SDGs×地域×ジェンダー ～水戸市の未来を考える～

茨城大学 人文社会科学部 法律経済学科 経済政策論ゼミナール（Aグループ）の提言

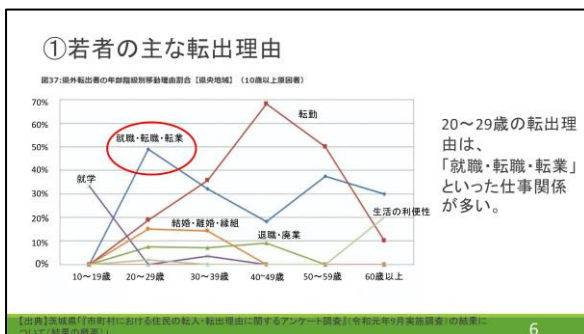
テーマ：水戸市の若者の転出者を減らすために何が効果的か

提言概要： 提言グループでは、水戸市の社会問題として、若者が離れている現状があることを挙げ、水戸市に魅力を感じない若者が転出をしている可能性について調査しました。

その中で、茨城県が実施した調査の結果では、若者の主な転出理由としては「就職・転職・転業」といった仕事関係が多くなっていることに着目し、「なぜ、若者は水戸市ではなく都会に就職するのか」というリサーチ・クエスチョンに対し、四つの仮説を立て、各種調査から検証を行いました。

また、茨城大学の学生351人にも調査を行い、茨城県外に転出したい人の3人に1人が娯楽について指摘しているとともに、現在の水戸市の娯楽について6割以上の人が不満を感じていることから、本グループではまとめとして、レジャー、アウトドアスポーツを中心としたアミューズメント施設の誘致等を提言しました。

(提言資料一部抜粋)



4. 仮説検証のまとめ

【リサーチ・クエスチョン】なぜ、若者は水戸市ではなく都会に就職するのか

| 仮説 | 検証結果 |
|-----------------------|-------------|
| 仮説① 都会の方が選択できる職場の幅が広い | 妥当 |
| 仮説② 都会の方が賃金水準が高い | 妥当 |
| 仮説③ 都会の方が行政支援が充実している | 妥当でない |
| 仮説④ 都会の方が娯楽が充実している | 不明(データが少ない) |

娯楽と転出の関係について調査する。

2. アンケート調査と考察

- 調査テーマ：水戸市の娯楽について
- 調査目的：若者(大学生)が水戸市に求める娯楽とは何かを知る。
- 調査方法：Microsoft Formsを用いたオンラインアンケート
- 調査対象：茨城大学の学生(有効回答数:351人)
- 調査時期：令和4年10月中旬
- 調査内容：現在の水戸市の娯楽の満足度
今後水戸市に最も力を入れてほしい娯楽

3. 政策提案

- 「遊ぶ場所」「おしゃれ・ファッション」の2点に絞った政策提案
- 転出率との関係が最も強いのは「お買い物」だが、アンケートでは不満の声が少なかった。
- 力を入れてほしい娯楽でもっとも集まった「ショッピングモール」の実現可能性も低い。
- 提案① 遊ぶ場所の誘致
アンケートで特に求められていた「レジャー・アウトドア」や「スポーツ」を核にした提案。
遊ぶ場所不満を持つ女性が多いため、女性を意識した提案。
- 提案② おしゃれ・ファッション
施設数が極端に多いが、アンケートでは施設が少ないと回答した若者が多かった。
可能性1:若者向けの施設が少ない(ゼミでのまちあるき調査より)。
可能性2:若者向けの施設が多かったとしても、宣伝が不足しており、若者に認知されていない。

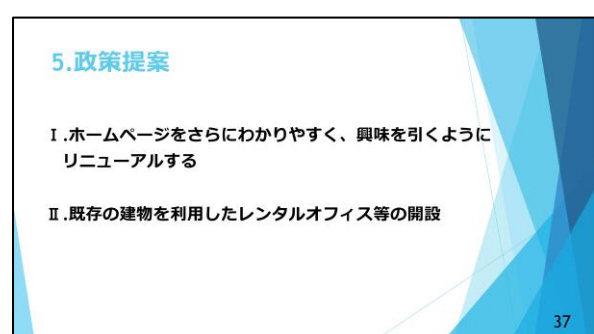
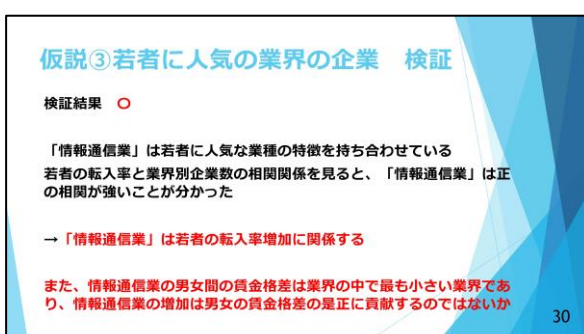
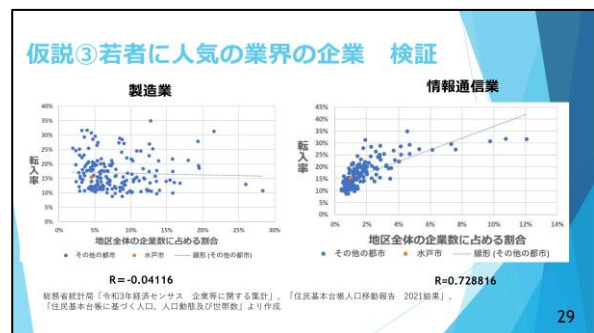
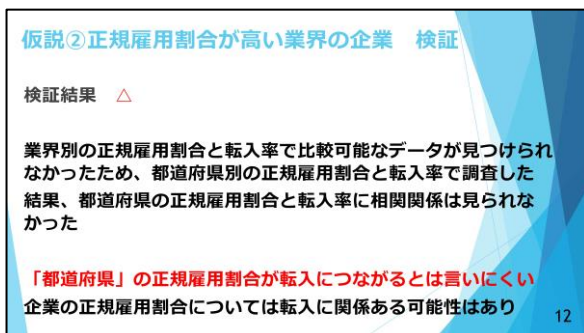
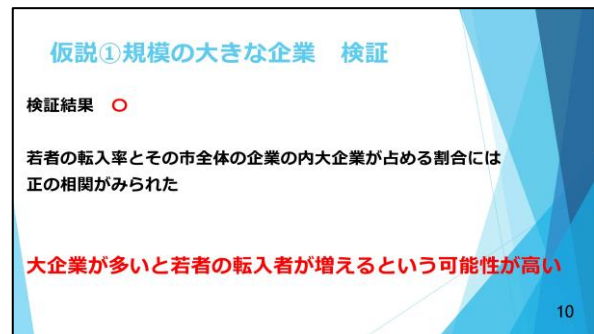
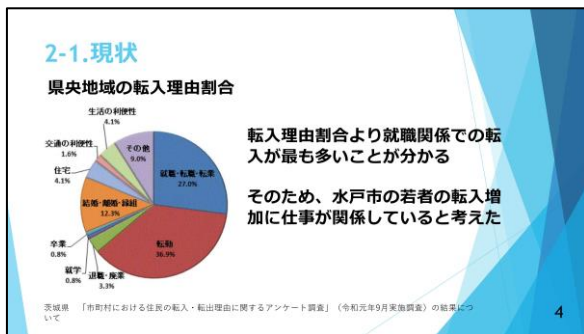
テーマ：水戸市の若者転入者増加に何が有効か

提言概要： 提言グループでは、水戸市の人口が今後減少傾向に向かうことが予想されていることから、その解決策として、若者の人口を増加させることが必要であるとし、若者の転入要因から、水戸市の若者の転入者を増加させる施策について調査しました。

その中で、茨城県が実施した調査の結果では、**県央地域の転入理由としては仕事関係での転入が多くなっている**ことに着目し、「水戸市への若者の転入者増加にはどのような特徴を持つ業界の企業増加が有効か」というリサーチ・クエスチョンに対し、三つの仮説を立て、各種調査から検証を行いました。

まとめとして、**規模が大きい企業が多い地域や若者に人気である情報通信業の企業が多い地域は若者の転入率が高い**とし、**企業誘致に係るホームページを分かりやすく、興味を引くようにリニューアルする**という提言や、**企業支援の場として、行政による低コストのレンタルオフィス**を既存の建物を利用して開設するという提言を行いました。

(提言資料一部抜粋)



4 数値目標・重要業績評価指標（KPI）一覧

| 項目 | 設定のねらい | 基準値 (2022 (令和4) 年度末) | 目標値 (2028 (令和10) 年度末) |
|--|--|---|--------------------------------|
| 施策の柱Ⅰ しごとの創生 | | | |
| 数値目標 | | | |
| 実質市内総生産（年間） | 創業・スタートアップ、中小企業・小規模企業の経営革新、経営基盤強化等を支援するとともに、交流人口の拡大による経済効果を高めながら、持続的な経済の発展を目指す。 | 1,244,490 百万円 (2020 (令和2) 年度) | 1,420,800 百万円 |
| 観光消費額（年間） | インバウンド観光の推進やコンベンション等の誘致の強化に取り組むとともに、宿泊型・滞在型観光の推進や観光特産品の魅力向上により、来訪者の消費を促進し、稼げるまちを目指す。 | 136 億円 (2022 (令和4) 年) ※159 億円 (2019 (令和元) 年) | 200 億円 (2028 (令和10) 年) |
| 具体的施策1 若い世代が魅力を感じる多様な働く場の創出 | | | |
| 創業支援事業計画推進事業等による新規創業件数（累計） | 関係機関等と連携しながら、若い世代の起業家精神を育む創業機運の醸成や切れ目のない創業・スタートアップ支援に取り組み、若い世代がより一層活躍することができるまちを目指す。 | 740 件 | 1,490 件 |
| 企業誘致による立地事業所数（累計） | 企業誘致コーディネーターによるきめ細かな支援の強化等に取り組み、市内への企業の移転やサテライトオフィス立地を促すことにより、若い世代が魅力を感じられる多様な働く場の創出を目指す。 | 25 事業所 | 43 事業所 |
| 具体的施策2 地域経済をけん引する各種産業の振興 | | | |
| 市内製造品出荷額（年間） | 産業活性化コーディネーターの支援等による経営力の強化に向けた取組を促進し、ものづくり産業の活性化を目指す。 | 126,471 百万円 (2020 (令和2) 年) | 137,900 百万円 (2028 (令和10) 年) |
| 新規就農者数（年間） | 就農支援や経営の安定化に向けた取組の推進により、将来の農業生産の担い手となる若い農家等を確保・育成し、農業の持続的な発展を目指す。 | 10 人 | 10 人 |
| 具体的施策3 水戸のまちを楽しむ人を増やすことによるにぎわいの創出 | | | |
| にぎわい交流人口（年間） | こどもや若い世代をはじめ、市民が楽しめる拠点づくりを推進するとともに、県内外から水戸を訪れる人、いわゆる交流人口の増加を図ることにより、ひと・もの・情報の動きを生み出し、新たな活力、にぎわいの創出による地域経済の活性化を目指す。 | 2,615,965 人 (2021 (令和3) 年度) ※5,415,336 人 (2019 (令和元) 年度) | 6,400,000 人 |
| 誘致・支援したコンベンション開催数（年間） | 魅力ある地域資源を最大限活用し、芸術文化、スポーツ、学術といった多様な分野のコンベンション誘致に取り組み、にぎわいの創出による地域経済の活性化を目指す。 | 52 件 ※70 件 (2019 (令和元) 年度) | 80 件 |
| 具体的施策4 誰もが訪れたい魅力ある交流拠点の形成 | | | |
| 水戸市民会館来館者数（年間） | 水戸市民会館における多様な事業の実施や大規模コンベンション等の誘致に向けた取組を進め、市民が芸術文化に親しむ拠点、にぎわい創出の拠点の構築を図る。 | — | 1,000,000 人 |
| アダストリアみとアリーナ来館者数（年間） | プロスポーツチームをはじめとしたスポーツ団体等の利用の促進に取り組むとともに、スポーツコンベンションの拠点としての魅力の向上を図り、にぎわいの創出による地域経済の活性化を目指す。 | 254,000 人 | 270,000 人 |

| 項目 | 設定のねらい | 基準値 (2022(令和4)年度末) | 目標値 (2028(令和10)年度末) |
|---|---|--|------------------------|
| 施策の柱Ⅱ ひとの創生 | | | |
| 数値目標 | | | |
| 年少人口(0~14歳) | 子育て世帯や若い世代に選ばれるまちとして、出生のみならず、転入も含め、年少人口の増加を目指す。 | 33,628人 (2022(令和4)年 10月1日) | 34,000人 |
| 18歳以下の子を持つ18~39歳(生産年齢人口の概ね前半)の子育て世帯の社会動態(転入数-転出数) | 子育て世帯が暮らしやすいまちとして、結婚、妊娠、出産、子育てにおける切れ目のない支援や子どもたちをまち全体で育む環境づくりを進めることにより、子育て世帯に選ばれるまちを目指す。 | ▲9世帯 (2022(令和4)年) | 150世帯 (2028(令和10)年) |
| 具体的施策1 安心して子どもを生き育てることのできる環境の充実 | | | |
| 合計特殊出生率 | 子育ての経済的な負担や不安を解消するとともに、子どもたちをまち全体で育む施策を進め、安心して子どもを生き育てられるまちの実現を目指す。 | 1.34 (2022(令和4)年) | 1.78 (2028(令和10)年) |
| 子育て支援・多世代交流事業利用者数(年間) | 子どもや子育て世帯が楽しめるとともに、まち全体で子どもたちを見守り・育むつながりの場の構築を目指す。 | 33,184人 ※91,197人 (2019(令和元)年度) | 100,000人 |
| 具体的施策2 未来を生きる力を育む魅力ある教育の推進 | | | |
| 全国学力・学習状況調査平均正答率(小6・中3) | 個に応じた学習指導やデジタル技術を活用した個別最適な学びの実践により、総合的な学力の向上を目指す。 | (小6)国語 -0.6 算数 -3.2 (中3)国語 +1.0 数学 -1.4 | 全国平均 +0.5 |
| いじめ解消率(フォローアップ調査後) | いじめの未然防止及び早期発見とともに、児童生徒が相談しやすい環境づくりを進め、迅速で的確な対応による学びやすい環境の実現を図る。 | 100% | 100% |
| 具体的施策3 子ども・若者が活躍できる機会の創出 | | | |
| 少年自然の家の利用者数(年間) | 少年自然の家を活用した自然体験活動を通し、子どもたちが様々な経験を積むことができる機会の充実を図る。 | 14,000人 ※26,319人 (2019(令和元)年度) | 30,000人 |
| 大学生等を対象とした政策提言発表会への参加者数(累計) | 大学生をはじめとした若い世代のまちづくりへの参加を促進し、前例にとらわれない、柔軟な発想による政策の立案を目指す。 | — | 10組 |
| 施策の柱Ⅲ まちの創生 | | | |
| 数値目標 | | | |
| 水戸市が住みやすいと感じる市民の割合 | 医療や福祉、防災、防犯、交通、住環境、環境保全、道路、水道など、幅広い分野において、水戸に住みたい、住み続けたいと思われる魅力ある環境づくりを進めることにより、市民満足度の向上を目指す。 | 72.3% | 75% |
| 災害に強いまちづくりに満足している市民の割合 | 避難所の機能強化や情報伝達体制の充実等を図り、災害に強いまちづくりを推進することにより、市民満足度の向上を目指す。 | 27.3% | 45% |
| 具体的施策1 生き生きと健やかに暮らせる環境づくり | | | |
| 在宅医療を担う医療機関数 | かかりつけ医の普及・啓発等に取り組み、住み慣れた地域で医療を受けることができる環境の実現を目指す。 | 29か所 | 32か所 |
| 健康寿命の延伸 | 高齢者の健康づくり、介護予防、生きがいがいづり等に総合的に取り組み、社会に参加しながら、いつまでも健康に暮らせる環境の実現を目指す。 | 男性 79.90歳 女性 83.35歳 | 平均寿命の増加分を上回る健康寿命の増加 |

| 項目 | 設定のねらい | 基準値 (2022(令和4)年度末) | 目標値 (2028(令和10)年度末) |
|---|---|--------------------------------------|------------------------|
| 具体的施策2 安全に暮らせる環境づくり | | | |
| 防災訓練等への参加者数 (年間) | 市民の防災意識の啓発に取り組み、地域等との連携を強化することにより、実効性のある体制の構築を目指す。 | 8,084人 ※14,039人 (2018(平成30)年度) | 15,000人 |
| 交通事故の発生件数(年間) | 交通事故防止に向けた意識啓発や通学路等の安全点検を行うとともに、歩道等の整備を推進することにより、交通事故を減らし、安全なまちの実現を目指す。 | 844件 (2022(令和4)年) | 700件 (2028(令和10)年) |
| 具体的施策3 居心地がよく快適に暮らせる環境づくり | | | |
| シェアサイクル利用数 (年間) | 公共交通網の補完とともに、環境負荷の低減やまちなかの回遊性の向上に資する自転車を気軽に利用できる環境の実現を目指す。 | — | 50,000回 |
| 都市核の人口集積率 | 都市核を基軸とする水戸らしいコンパクトシティの形成を図り、都市核への都市中枢機能及び人口の集積を目指す。 | 6.4% | 7.0% |
| 施策の柱Ⅳ シティプロモーション | | | |
| 数値目標 | | | |
| 15歳から30歳の市民のうち、今後も水戸市に住みたいと思う人の割合 | 若い世代に届くシティプロモーションに取り組み、水戸市に住み続けたいと感じる若い世代の増加を目指す。 | 29.3% | 50% |
| 18～39歳(生産年齢人口の概ね前半)の社会動態(転入者数－転出者数)(年間) | 「まち・ひと・しごと」の好循環により高める水戸の魅力を効果的に発信することにより、若い世代に選ばれるまちを目指す。 | 129人 (2022(令和4)年) | 250人 (2028(令和10)年) |
| 具体的施策1 若い世代に水戸の魅力を伝えるシティプロモーション | | | |
| 市公式LINE登録者数 | デジタルによる情報提供体制の充実を図り、誰もが行政情報を受け取ることができる環境の実現を目指す。 | 57,053人 | 100,000人 |
| 移住相談件数(年間) | 移住先としての魅力を高める各種施策の推進とともに、移住フェアへの出展やみとリターン等の促進強化等による魅力の発進に取り組み、移住先として選ばれるまちを目指す。 | 71件/年 | 130件/年 |

5 総合戦略策定に係る経過と推進体制

若い世代に選ばれるMITOづくり総合戦略策定に係る経過の概要

| 年 月 日 | 内 容 |
|-----------------------------|---|
| 2022（令和4）年 5月12日 ～31日 | 市民意向調査（－あなたと描く水戸の未来－市民1万人アンケート）【7水総】 ・水戸市在住の満15歳以上の個人10,002人に郵送 ・有効回答数 4,978（回答率49.8%） |
| 9月29日 ～10月28日 | 高校生、大学生の考えるまちづくり提案調査（常磐大学高等学校，茨城大学，常磐大学）【7水総】 ・中心市街地活性化をテーマとしたインターネットアンケートを実施 ・提案件数55件 |
| 11月7日 | 若者によるエビデンスに基づく政策提言発表会（茨城大学，常磐大学）開催【7水総】 ・「SDGs×地域×ジェンダー～水戸市の未来を考える～」をテーマとして，四つのグループがデータやエビデンスに基づく提言を実施 |
| 11月22日 | 大学生によるまちづくりプレゼン発表会（茨城大学）開催【7水総】 ・「中心市街地活性化」，「水戸ならではの観光振興」，「子育て支援の充実」，「福祉の充実」，「地球温暖化対策，循環型社会に向けた取組の促進」をテーマとして，五つのグループがこれからの水戸のまちづくりについて，大学生の視点から提案を実施 |
| 12月3，4日 | 未来を描く・みと・市民討議会開催（水戸青年会議所共催）【7水総】 ・水戸市在住の満16～39歳，約2,000人に郵送し，参加希望の24人 ・「子育て支援の取組～子育てしやすいまちにするには～」，「魅力的な働く場の創出～若い世代に住み続けてもらうためには～」の二つのテーマについて，よりよいまちづくりに資する提案を実施 |
| 2023（令和5）年 2月1日 | 水戸探求 最終プレゼンテーション（常磐大学高等学校）【7水総】 ・「高校生の目に留まる情報発信とは」，「高校生が利用したい新市民会館とは」，「高校生が取り組んでみたい環境保全活動とは」，「高校生が行ってみたい中心市街地とは」，「高校生が参加してみたい観光イベントとは」，「高校生が行ってみたい水戸城周辺とは」をテーマとして，六つのグループが水戸市が抱える課題の解決のための政策提言を実施 |
| 6月29日 | 令和5年度第1回水戸市まち・ひと・しごと創生推進本部 専門部会開催（しごとの創生・ひとの創生・まちの創生専門部会合同） ・「（仮称）水戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略（第3次）（水戸市デジタル田園都市国家構想総合戦略）」策定基本方針（案）について |

| 年 月 日 | 内 容 |
|---------------------|--|
| 7月5日 | 令和5年度第1回水戸市まち・ひと・しごと創生推進本部会議開催 ・「(仮称)水戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略(第3次)(水戸市デジタル田園都市構想総合戦略)」策定基本方針(案)について |
| 8月21日 | 令和5年度第1回水戸市まち・ひと・しごと創生有識者会議開催 ・「(仮称)水戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略(第3次)(水戸市デジタル田園都市構想総合戦略)」策定基本方針について |
| 10月26日 | 令和5年度第2回水戸市まち・ひと・しごと創生推進本部会議開催 ・「(仮称)水戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略(第3次)(水戸市デジタル田園都市構想総合戦略)」骨子(案)について |
| 11月9日 | 令和5年度第2回水戸市まち・ひと・しごと創生有識者会議開催 ・「(仮称)水戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略(第3次)(水戸市デジタル田園都市構想総合戦略)」骨子(案)について |
| 2024(令和6)年 1月19日 | 令和5年度第3回水戸市まち・ひと・しごと創生推進本部会議開催 ・「若い世代に選ばれるMITOづくり総合戦略ーデジタル×まち・ひと・しごと創生(第3次)」素案について |
| 2月14日 | 令和5年度第3回水戸市まち・ひと・しごと創生有識者会議開催 ・「若い世代に選ばれるMITOづくり総合戦略ーデジタル×まち・ひと・しごと創生(第3次)」素案について |
| 3月26日 ～4月26日 | 「若い世代に選ばれるMITOづくり総合戦略ーデジタル×まち・ひと・しごと創生(第3次)」素案に係る意見公募手続 |

※ 「【7水総】」と表示のある項目は、水戸市第7次総合計画策定過程において実施し、本戦略の策定に当たり踏まえたもの。

水戸市まち・ひと・しごと創生有識者会議委員名簿

(五十音順, 敬称略)

| 氏名 | 役職名 | 備考 |
|--------|----------------------------------|----|
| 飯島 清光 | 水戸農業協同組合 代表理事組合長 | |
| 石川 健一 | 東日本旅客鉄道水戸支社 経営戦略ユニット ユニットリーダー | |
| 打越 美和子 | 水戸市議会議員 | |
| 海老原 健 | 常陽産業研究所 地域研究部長兼地域研究センター長 | |
| 大久保 惣太 | 水戸青年会議所 副理事長 | |
| 大久保 博之 | 学校法人リリー文化学園 理事長 | |
| 鬼澤 真寿 | 水戸市議会議員 | |
| 小林 謙 | 水戸公共職業安定所 所長 | |
| 佐川 泰弘 | 茨城大学 副学長 | 座長 |
| 笹尾 光 | 茨城キリスト教学園 理事長 | |
| 島田 弘子 | 水戸商工会議所女性会 会長 | |
| 鈴木 吉昭 | 水戸観光コンベンション協会 専務理事 | |
| 関 厚 | 連合茨城中央地域協議会 議長 | |
| 田山 知賀子 | M・I・T・O21 理事 | |
| 任田 正史 | 茨城交通 代表取締役社長 | |
| 中島 陽 | 常陽銀行水戸市役所支店 支店長 | |
| 沼田 安広 | 茨城新聞社 代表取締役社長 | |
| 萩谷 慎一 | 水戸市議会議員 | |
| 二川 泰久 | 水戸商工会議所 副会頭 | |
| 細田 弥太郎 | 水戸市医師会 会長 | |
| 細谷 智宏 | 水戸市議会議員 | |
| 保立 武憲 | 水戸市社会福祉協議会 会長 | |
| 堀井 武重 | 水戸市住みよいまちづくり推進協議会 会長 | |
| 三上 靖彦 | 水戸市中心市街地活性化協議会 副会長 | |
| 村中 均 | 常磐大学 教授 | |
| 森 一恵 | 子育て応援ペンギンクラブ 理事 | |
| 渡辺 潤 | 水戸商工会議所青年部 会長 | |

※役職名は委員委嘱時のもの

水戸市まち・ひと・しごと創生推進本部員名簿

| 推進本部 | 職 | 氏名 | 備考 |
|------|-----------|--------|----|
| 本部長 | 市長 | 高橋 靖 | |
| 副本部長 | 副市長 | 田尻 充 | |
| 〃 | 副市長 | 秋葉 宗志 | |
| 本部員 | 教育長 | 志田 晴美 | |
| 〃 | 上下水道事業管理者 | 荒井 宰 | |
| 〃 | 消防局長 | 大内 康弘 | |
| 〃 | 市長公室長 | 小田木 健治 | |
| 〃 | 総務部長 | 園部 孝雄 | |
| 〃 | 財務部長 | 白田 敏範 | |
| 〃 | 市民協働部長 | 小嶋 いつみ | |
| 〃 | 生活環境部長 | 佐藤 則行 | |
| 〃 | 福祉部長 | 小林 秀一郎 | |
| 〃 | こども部長 | 野口 奈津子 | |
| 〃 | 保健医療部長 | 小川 佐栄子 | |
| 〃 | 産業経済部長 | 長谷川 昌人 | |
| 〃 | 建設部長 | 大和 直文 | |
| 〃 | 都市計画部長 | 太田 達彦 | |
| 〃 | 水道部長 | 坏 貴之 | |
| 〃 | 下水道部長 | 松葉 光隆 | |
| 〃 | 教育部長 | 三宅 修 | |

(庶務)

| | | | |
|--------|--------|--------|-------|
| 政策企画課長 | 宮川 孝光 | 政策審議係長 | 根本 龍典 |
| 政策審議室長 | 木村 陽子 | 政策審議係員 | 川野邊 俊 |
| 政策審議係員 | 高田 真左紀 | | |

6 用語解説

| 行 | 用語 | 説明 |
|----|-----------------------|--|
| ア行 | アイシーティー ICT（リテラシー） | Information and Communication Technology の略。情報や通信に関する技術の総称。また、その環境やツール等を理解し、効果的かつ安全に利用する能力 |
| | イノベーション | 技術革新。従来の仕組みに対し、新たな考え方や技術を取り入れることで新しい価値を生み出し、社会に大きな変革をもたらすこと |
| | インバウンド | 外国人の訪日旅行や訪日した外国人 |
| | エスディーゼーズ SDGs | Sustainable Development Goals の略。2015（平成 27）年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」にて記載された 2030 年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。17 のゴールと 169 のターゲットから構成される。 |
| | エヌピーオー NPO | Non-Profit Organization の略。公共的なサービスを提供する民間の非営利組織 |
| | エビデンス | 証拠，根拠 |
| | エンパワーメント | 力を与えること。SDGs においては、社会的に弱い立場に置かれている人や差別を受けている人たちの権利を認め、主体的に社会と関われるよう支援すること |
| カ行 | 観光消費（額） | 飲食や宿泊，交通など，観光目的での消費活動を行うこと。また，その活動に伴う支出額 |
| | ギガ GIGAスクール構想 | 「Global and Innovation Gateway for All（すべてのこどもにグローバルで革新的な扉を）」という構想に基づき，こどもたちに 1 人 1 台の端末と，高速大容量の通信ネットワークを一体的に整備する，デジタル教育の取組 |
| | 起業家精神 | 実際に起業している，していないに関わらず，新たな事業分野を開拓するための発想力や想像力，失敗を恐れずに果敢に挑戦する等の積極的な姿勢 |
| | キャッシュレス決済 | 現金を使用せずに支払いをすること。クレジットカード，デビットカード，電子マネー（プリペイド）やスマートフォン決済など，様々な手段がある。 |
| | 健康寿命 | 健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間。本戦略においては，日常生活動作が自立している（介護保険において要介護 2 以上の認定を受けていないこと）期間を健康な状態とし，その期間の平均 |

| 行 | 用語 | 説明 |
|----|-----------------------------|--|
| カ行 | 合計特殊出生率 | 一生の間に生む平均子ども数に相当する値。[ある年齢の女性から生まれた子どもの数/ある年齢の女性人口] から求められた割合を 15 歳から 49 歳まで合計することで算出される。 |
| | 交流人口 | 何らかの目的を持って地域を訪れる人。観光・レジャーをはじめ、通勤・通学まで含むもの |
| | コンベンション | 企業、団体等の全国・国際規模の大会や会議、学会・研究会など、共通の目的をもって一定の場所に集合する様々な催し |
| サ行 | サテライトオフィス | 企業等の本社や主要拠点オフィスから離れた場所に設置されたワークスペース |
| | 産・学・官連携 | 企業、大学・専門学校等、行政の三者が一体となって連携すること |
| | ジーエックス GX | Green Transformation の略。温室効果ガスを発生させる化石燃料中心のエネルギー構造を太陽光発電、風力発電等から生み出すクリーンエネルギー中心へと変換し、経済社会システム全体を変革すること |
| | シェアサイクル | 利用者が複数のサイクルポート（駐輪場）で、自由に自転車を借りたり、返却したりできる交通手段 |
| | ジェンダー平等 | 社会的又は文化的に形成された性別による不平等や差別をなくすこと。ジェンダーとは、生物学的又は生理学的な性別とは異なり、社会的又は文化的に培われてきた性別 |
| | シティプロモーション | 地域の認知度を上げるため、また、魅力を伝えるための活動。ブランド力向上や経済の活性化、観光振興など様々な目的があり、地域外だけでなく、地域内に対しても行われる。 |
| | 市内総生産 | 市内の経済活動によって、一年間に生み出された付加価値の総額 |
| | シビックプライド | 地域に対する誇りや愛着を持ち、地域のために自ら関わっていかうとする気持ち |
| | 重要業績評価指標 ケーピーアイ (KPI) | Key Performance Indicator の略。施策の進捗状況を検証するために設定する指標 |
| | 循環型社会 | ごみの発生抑制、再使用等の循環的な利用などにより、資源の消費が抑制され、環境への負荷が少ない社会 |
| | スタートアップ | 革新的な技術やアイデアを活用し、社会に新たな価値を提供するなど、社会貢献することにより、事業価値を飛躍的に高め、短期的に成長する新たな事業を始めること |

| 行 | 用語 | 説明 |
|----|--------------------|--|
| サ行 | ステークホルダー | 組織活動を行う上で関わる全ての利害関係者 |
| | スポーツコンベンション | コンベンションのうち、スポーツをテーマとした競技大会等の催し |
| | ゼロカーボン | CO ₂ をはじめとする温室効果ガスの排出量から森林等による吸収量を差し引き、排出量の合計をプラスマイナスゼロにすること |
| タ行 | 地域おこし協力隊 | 都市地域から地方地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援、農林水産業への従事、住民支援などの地域協力活動を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組 |
| | 地域包括ケアシステム | 重度な要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができるよう、医療、介護、住まい、生活支援・介護予防を一体的に提供する仕組みのこと |
| | ディーエックスDX | Digital Transformation の略。デジタル技術を活用し、社会や生活をよりよいものに変革すること |
| | データ連携基盤 | 蓄積されたデータを複数のシステムやサービス間で共有して活用するための基盤となる仕組みやシステム |
| | デジタル化 | デジタル技術を用いて、自動化、効率化、省人化、最適化をすること |
| | デジタル格差（デバイド） | スマートフォンやパソコン等のデジタル機器を使える人と使えない人との間に生じる情報格差のこと |
| | デジタル田園都市国家構想（総合戦略） | 2021（令和3）年に国が発表した、「デジタル技術の活用により、地域の個性を生かしつつ、地方の課題解決や魅力向上をはかり、地方創生を加速する」という構想。また、その構想を踏まえ、国が2022（令和4）年12月に「まち・ひと・しごと創生法」に規定する「まち・ひと・しごと創生総合戦略」として策定したもの |
| | テレワーク | Tele（離れた）とWork（働く）を組み合わせた造語で、情報通信技術を利用し、場所や時間に捉われない柔軟な働き方 |
| ナ行 | にぎわい交流人口 | 新たな活力、にぎわいの創出により地域経済の活性化を目指すために設定した水戸市独自の指標。水戸市ならではの自然や歴史・文化、スポーツ、子育て等の魅力発信交流拠点の年間来場者数及び各種イベントの来場者数の総計 |
| | 二地域居住 | 都市住民が都市部と地方部に二つの拠点をもち、定期的に地方部でのんびり過ごしたり、仕事をしたりするライフスタイルの一つ |

| 行 | 用語 | 説明 |
|----|------------------------|--|
| ハ行 | ビーピーアール B P R | Business Process Reengineering の略。業務の目的を達成するために、既存の業務体系や制度等を抜本的に見直し、再構築すること |
| | フィルムコミッション | 映画やドラマをはじめとした映像作品の撮影を誘致し、それらをスムーズに進めるための支援を行うこと |
| | プラットフォーム | 駅のホームやバスの乗降口。本戦略においては、サービスやシステム等を提供するための基盤となる環境 |
| マ行 | みとアンバサダー | 水戸市に愛着を持ち、自らSNSやブログで情報発信する個人等と連携し、水戸の魅力の発信力を強化する取組 |
| | 水戸市まち・ひと・しごと 創生総合戦略 | 水戸市が「まち・ひと・しごと創生法」に規定する「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」として策定したもの。第一次計画期間は2015（平成27）年度～2019（令和元）年度。第二次計画期間は2020（令和2）年度～2024（令和6）年度であるが、時代の変化を踏まえ、一年前倒しし、第三次計画として本戦略を策定した。 |
| | ミトリオ M i t o r i o | 水戸市民会館、水戸芸術館及び京成百貨店をあわせた一体的な区域の愛称 |
| | みとリターン | 市内教育機関に通うなど、水戸市に関わったことのある若い世代が水戸市に戻ってくることで、又は水戸市に居住している若い世代が引き続き住み続けること |
| ヤ行 | ユージェイアイ U J I ターン | 都市部から地方へ移住すること。地図上の動きをアルファベットに例えたものであり、「Uターン」は、地方から都会へ出てきた人が再び出身地へ戻ること。「Jターン」は、一度都会へ移った後に出身地に近い中規模の都市へ戻ること。「Iターン」は、出身地とは別の地方へ移り住むこと |
| | ユニバーサルデザイン | 年齢や性別、障害の有無にかかわらず、全ての人にとって使いやすく生活環境や製品等をデザインするという考え方 |
| ラ行 | ライフスタイル | 生活行動の様式。生活に対する価値観等も含んで用いられる。 |
| | ライン L I N E | 個人やグループ単位で、通話やチャットを24時間無料で楽しめるコミュニケーションサービス |
| | リカレント教育 | 学校教育からいったん離れて社会に出た後も、それぞれの必要なタイミングで学び直すこと |
| ラ行 | リスキリング | 新しい職業に就く、又は今の職業で必要とされるスキルの大幅な変化に適応するために必要なスキルを獲得すること |

| 行 | 用 語 | 説 明 |
|---|---------|---|
| | 連携中枢都市圏 | <p>人口減少・少子高齢社会においても、一定の圏域人口を有し活力ある社会経済を維持するため、指定都市・中核市と社会的、経済的に一体性を有する近隣市町村とで形成する都市圏。</p> <p>中核市である水戸市を連携中枢都市として、笠間市、ひたちなか市、那珂市、小美玉市、茨城町、大洗町、城里町及び東海村の9市町村でいばらき県央地域連携中枢都市圏を形成していくこととした。</p> |

このページは白紙です。

若い世代に選ばれるMITOづくり総合戦略
ーデジタル×まち・ひと・しごと創生（第3次）ー
令和6（2024）年6月策定（予定）

発行 水戸市
編集 水戸市 市長公室 政策企画課
〒310-8610 水戸市中央1-4-1
TEL 029-224-1111（代表）
