

官民連携によるまちづくり ～アグリサイエンスバレー常総～

茨城県常総市 市長公室 政策調整監 斎藤庸一



常総市の立地



自動車での所要時間

- A 東京駅まで約60分 (約50km)
- B 成田空港まで約60分 (約65km)
- C 羽田空港まで約60分 (約60km)
- D 茨城空港まで約60分 (約60km)

H18水海道市・石下町による合併
人口 約6万人

さいとう よういち
斎藤 庸一

平成5年 旧水海道市役所（現常総市役所）入庁

現在、市長公室 政策調整監として3年目

名称のとおり、市の政策課題や重点事業などについて、部や課、複数の部署に
渡る事項についての横断調整役

※ 中心市街地再生事業、子育て～移住定住政策 等

現職前の平成25年～令和4年度の10年間、圏央道常総 I C 周辺開発事業（アグリ
サイエンスバレー常総）担当。

アグリサイエンスバレー構想



なんか、いいかも。
JOSO CITY

圏央道常総インターチェンジ周辺の約45haに「農地エリア」と「都市エリア」をつくり、生産・加工・流通・販売が一体となった地域産業の核となる産業団地を形成。

“常総市の新たな玄関口”として「食と農と健康」をテーマに、6次産業化を軸としたまちづくりと地域活性化を目指すプロジェクトです。

地域全体で農業の6次産業化を

- 生産・加工・流通・販売が一体となった**地域農業の核となる産業団地**を形成。
- 市場のニーズに合った、**価値の高い食品を提供できるバリューチェーン**を構築。

農地エリア

都市エリア

生産

- ・水田の汎用性の実証
（加工特性のある品目）
- ・農産物の品質及び価値を
高める農業モデルの確立



加工

- ・地域農産物の安定供給
（販路の提供）
- ・加工技術の向上による
食品の高付加価値化



流通

- ・圏央道周辺のアクセス
を活かした出荷効率化
- ・高度な保存、仕分けに
よる多品種少量販売への
対応

市の基幹産業である農業に
フォーカスしたまちづくり

販売

- ・道の駅等を活用した新規
販売手法や商品の開発
- ・販売事業者のノウハウを
活かした常総ブランドの
確立



農地エリア（土地改良事業）と都市エリア（土地区画整理事業） を官民連携で一体的に整備

農地エリア

土地改良事業

施行面積 **13.7ha**
事業主体 **常総市**
事業期間 令和2年10月～令和3年2月

1次産業の展開

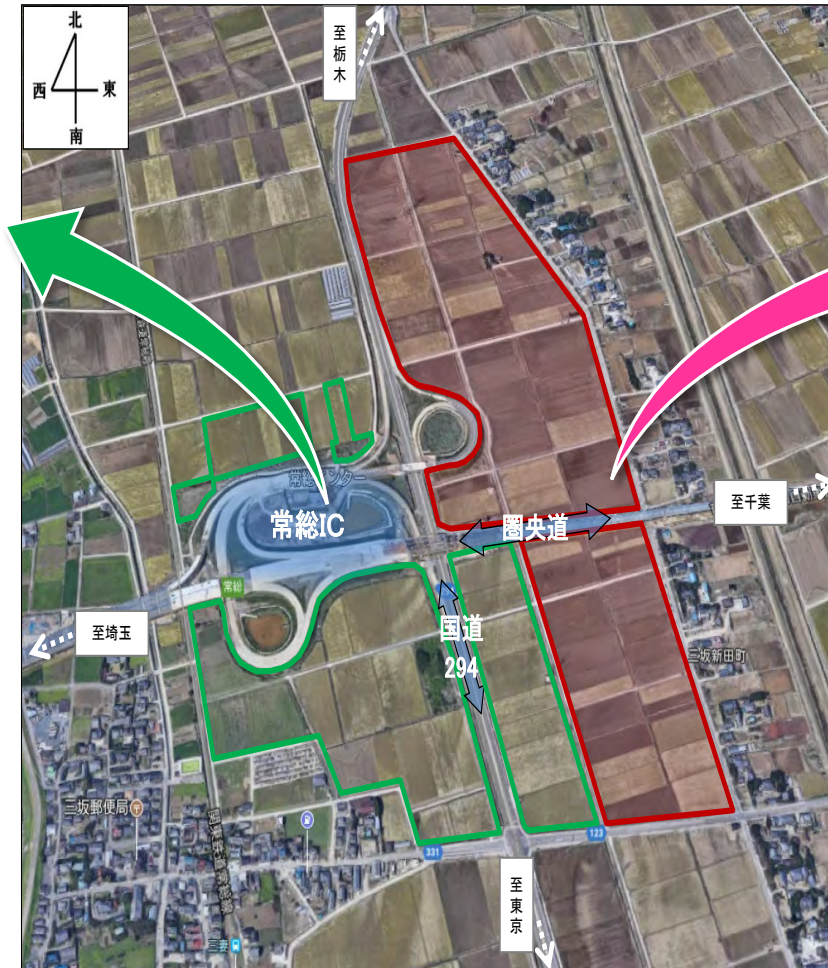
期間 令和3年4月～
手法 農地中間管理事業を活用
農地を集約・大区画化
して農業法人等へ転貸

① 大規模施設園芸

- ・ 農業法人の参入を促進
- ・ IoTやAIを活用した先端農業
- ・ 戸田建設との連携誘致
同社による投資

② 観光農園

- ・ 地元農業法人が観光農園を整備
→地域の集客に寄与



都市エリア

土地区画整理事業

施行面積 **30.7ha**
事業主体 土地区画整理組合
(業務代行者=戸田建設)
減歩率 約70%
工程 平成30年3月 組合設立認可
平成30年10月 工事着手
令和5年10月 組合解散

2次・3次産業の展開

① 産業誘致

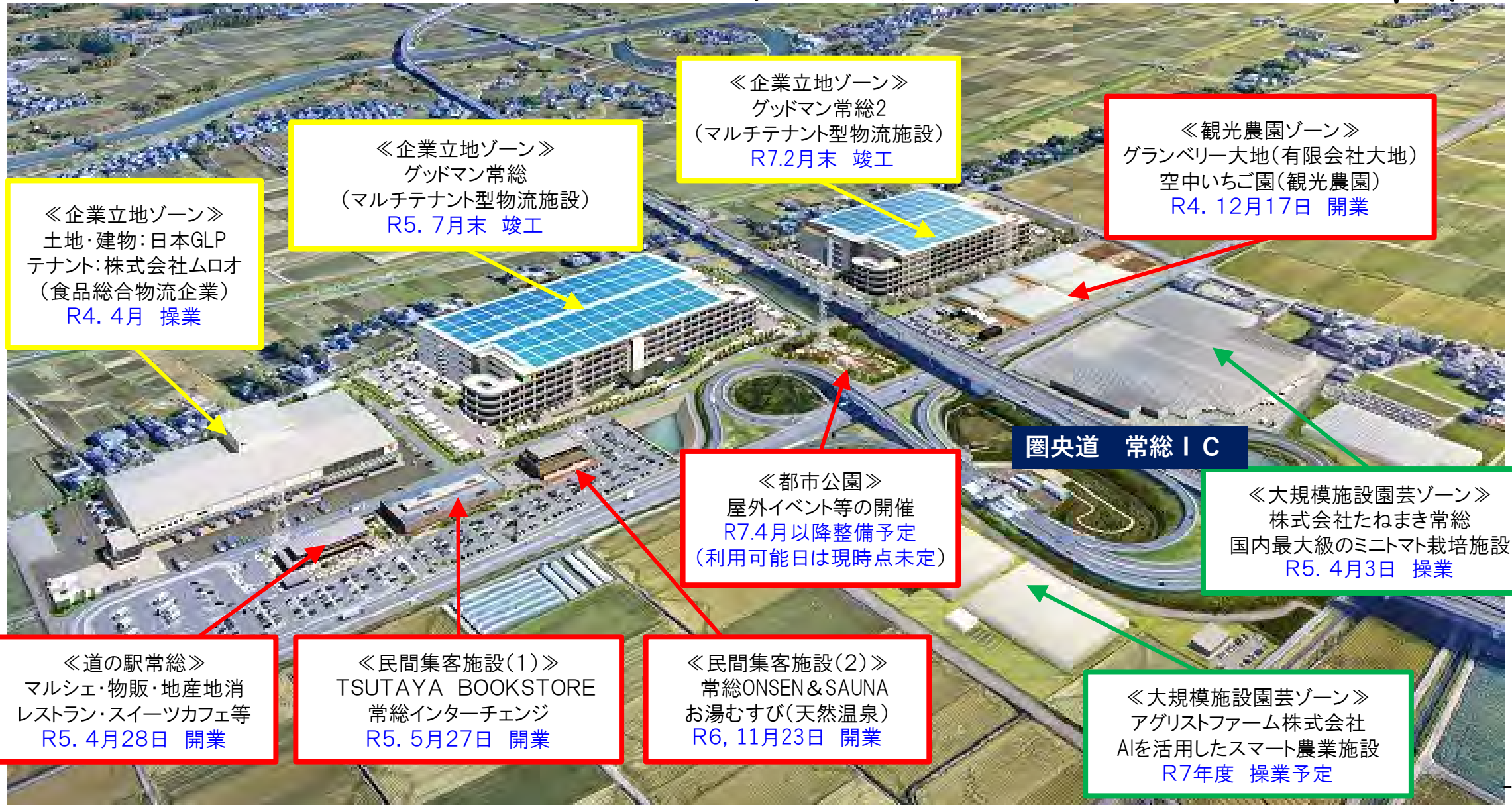
- ・ 食品関連企業や流通施設を誘致
→地域農作物のバリューチェーンの創出
→雇用創出と税収増加

② 賑わいの創出

- ・ 道の駅及び民間集客施設の設置
→官民連携による集客の相乗効果
- ・ 地域資源や特産品の魅力を発信
→地域周遊・地域ビジネスの活性化

食と農と健康の産業団地

アグリサイエンスバレー常総



事業実施前後のようす



平成30年8月



令和4年2月



令和6年8月

農地エリア (先進農業のモデル)



グランベリー大地 (1次・2次・3次産業)

リフト式栽培では国内最大規模の
「空中いちご園」を展開
6次産業化にも積極的に挑戦

株式会社たねまき常総 (1次産業)

テクノロジーを活用した大規模
施設園芸にてミニトマトの通年
栽培を実施



アグリストファーム株式会社 (1次産業)

農業現場の経営効率改善を目指す
課題解決型スタートアップ

都市エリア

(企業立地ゾーン)

常温・冷蔵・冷凍の3温度帯に
対応した大型汎用施設の総合
食品物流会社
延床面積 13,675坪

株式会社ムロオ (2次・3次産業)



グッドマン常総
(3次産業)



グッドマン常総2
(3次産業)



グッドマンジャパン
最大規模の賃貸物件
総賃貸面積 52,500坪

R6年度末竣工
敷地面積 20,700坪
施工床面積 49,000坪

都市エリア (集客ゾーン)



道の駅常総 (2次・3次産業)



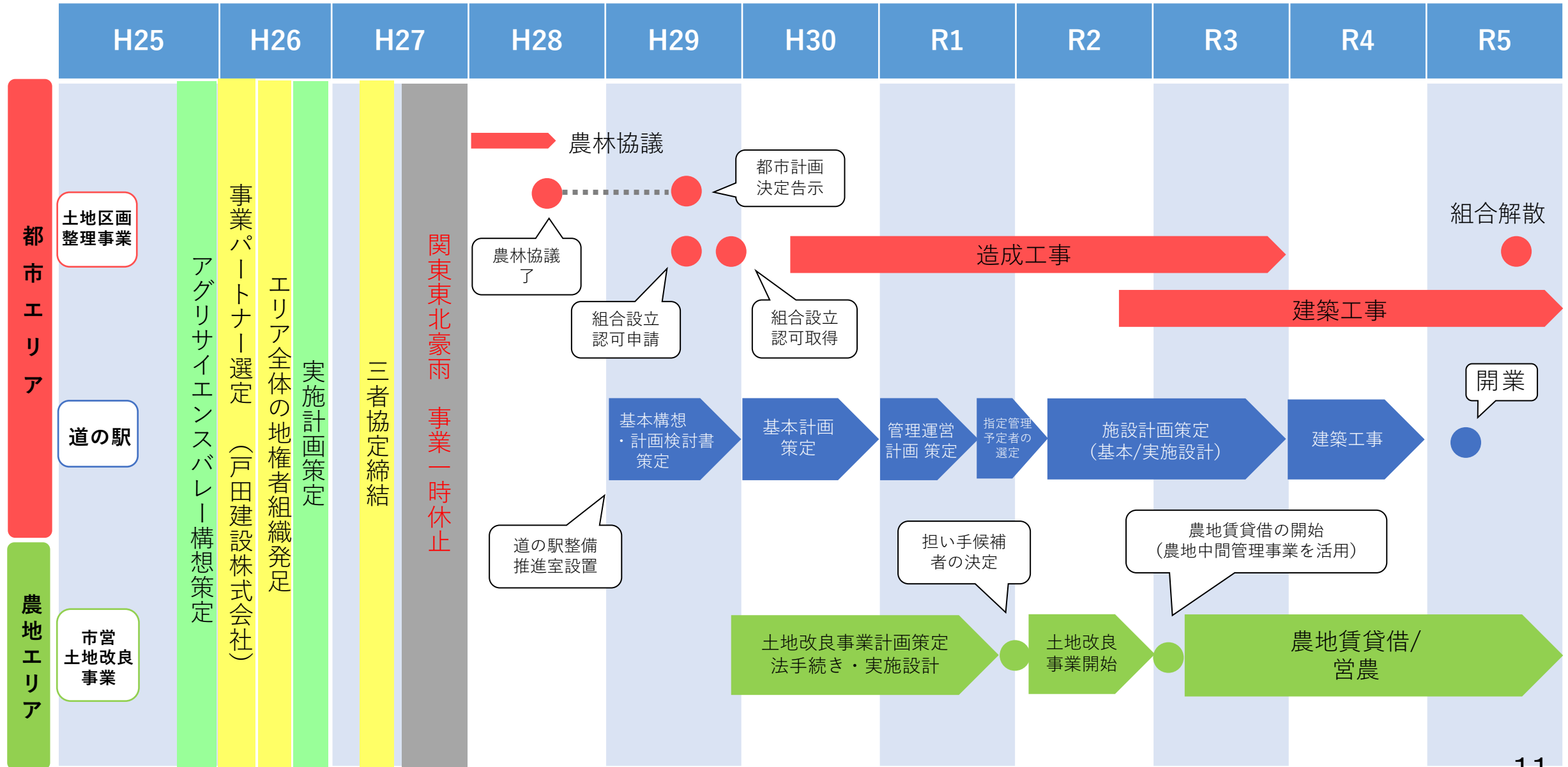
民間集客施設 TSUTAYA BOOKSTORE (2次・3次産業)



温浴施設 (3次産業)



アグリサイエンスバレー事業のあゆみ



- ①事業のきっかけ IC周辺開発を当時の市長が選挙公約として掲げる。本事業のためだけの担当課を新設。
- ②構想策定 市が実施したいまちづくりビジョンを公表。長年の課題であったIC周辺開発と市の活性化策を明文化。（農林調整に耐えうる構想・計画づくり）
- ③協力者募集 事業実現性を高めるため、民間事業者（事業パートナー）の協力が不可欠。一緒にアクションプランを作成してもらうことを前提に公募プロポーザルを実施。将来の土地区画整理事業を見据え、デベロッパーやゼネコンに来てほしい。

⇒POINT：市のやりたいこと（構想）を公表することで、共感してくれる民間事業者（戸田建設株）が進出してくれた。

- ④2者覚書締結 本事業を官民連携事業（PPP事業）として実施することを双方確認。地権者約100名への対応においても地区別説明会はもちろん、戸別訪問も市と戸田建設株で必ずセットになって実施。

⇒POINT：市と民間企業で一緒になって行動したことにより地権者の事業に対する理解度・信頼度が増した。

- ⑤市・地権者組織・民間事業者（戸田建設株）による3者協定締結

それぞれの役割を協定書で共有し、改めて3者でのPPP事業として本事業を進めることとした。

⇒POINT：地元地権者も入れたPPP事業とすることで、市と民間事業者が一方的に進めるわけではなく、地元の意見・要望もきちんと取り入れる体制ができた。

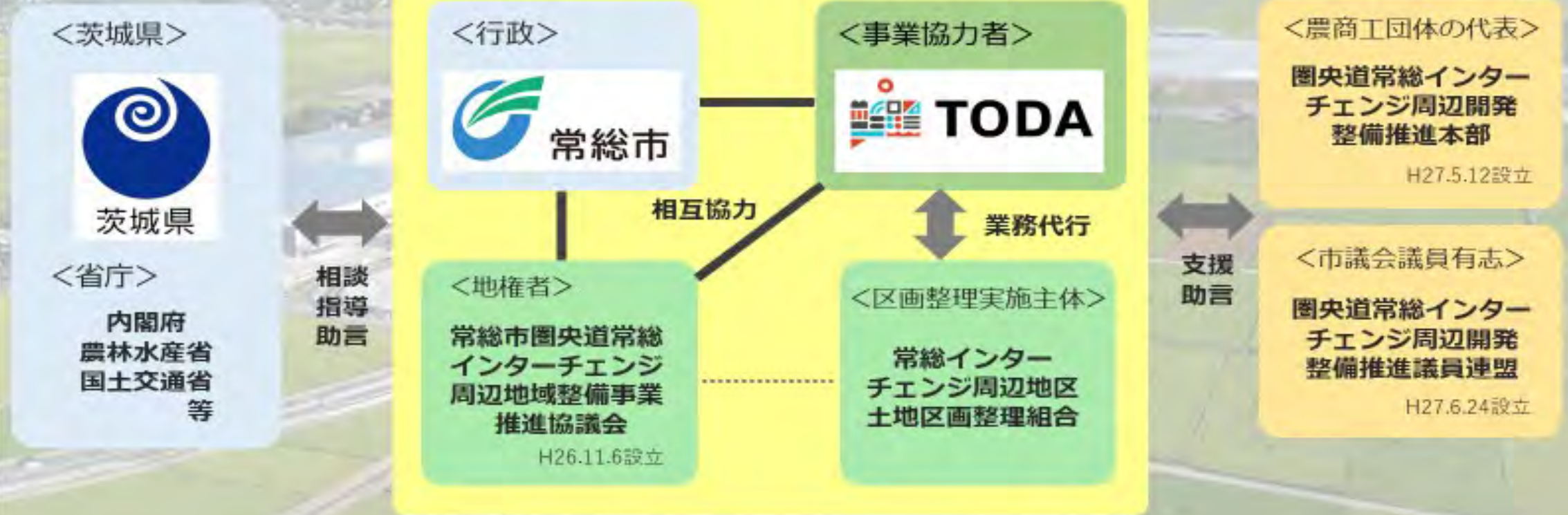
（地元地権者、特に役員となられた方々には、少なくとも月1回、事業終了までの約10年間、集まってもらって協議をしていました）

⇒POINT：計画当初から国県の指摘や地元の意向、問題点等を共有していたことから、手戻りがほぼない。

アグリサイエンスバレー事業の推進体制

常総市と事業協力者（戸田建設）と地権者組織の3者が一体となって官民連携体制を構築（PPP事業）

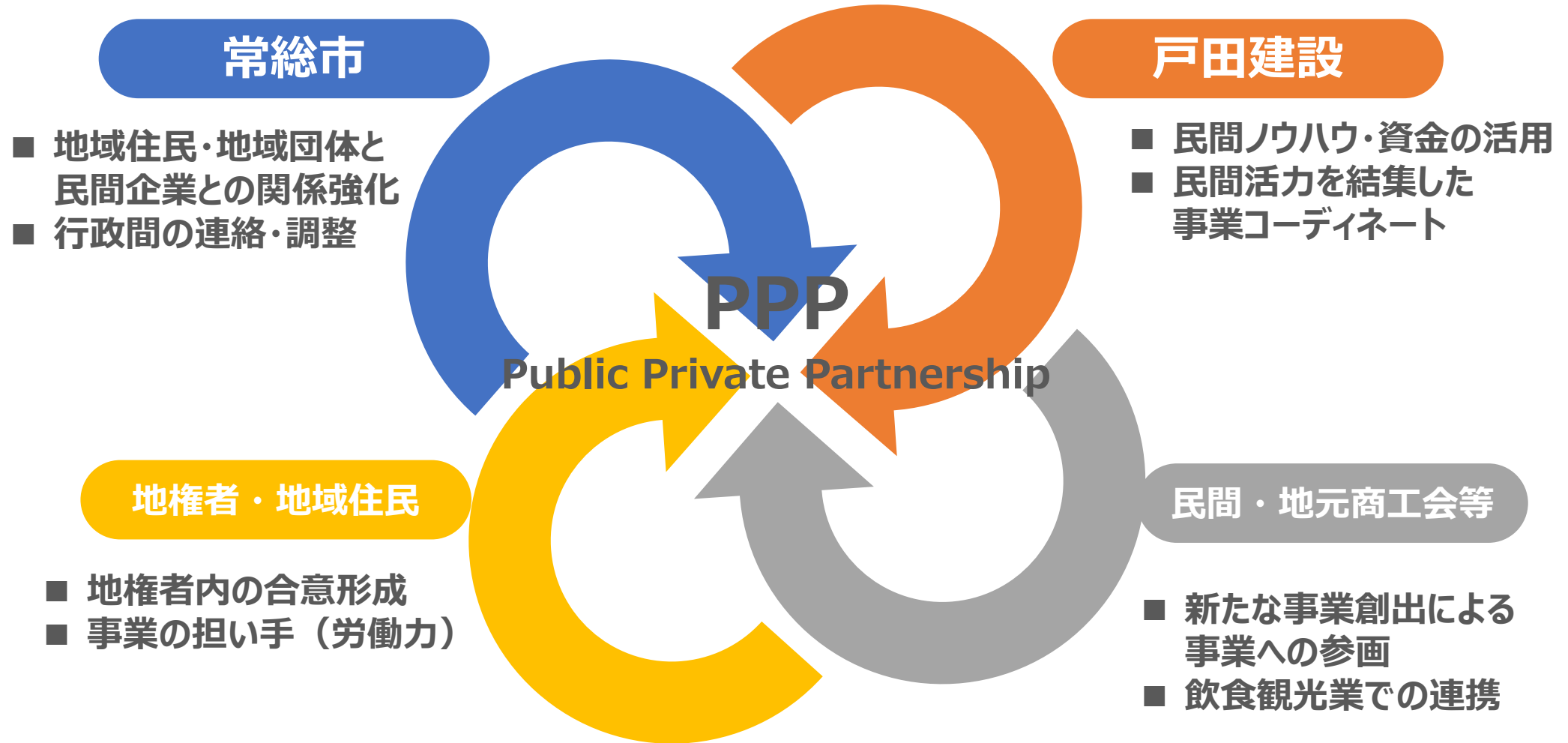
3者協定（平成27年6月30日）



PPP（官民連携）事業による推進



なんか、いいかも。
JOSO CITY



○この事業を通して学んだこと

行政側の目線を民間企業に合わせる（民間事業者はビジネスパートナーという意識）ということが、いかに事業をスムーズに実行できることになるかを学んだ。

⇒そのために必要なのは行政側職員のマインドチェンジ。

- ①民間企業のスピード感に合わせ、市役所の常識はマーケットや外部から見て本当に正しいのか。
- ②民間企業のCSRに頼るだけでなく、利益を追求していることを念頭に置く。
- ③行政側の都合を、説明責任をたてに民間企業側に背負わせることはしない。
（「議会や市民への説明責任がある」⇒民間企業も株主への説明責任という意味では一緒）
- ④他自治体では出来ていることで、自分の自治体ではできていないことに疑問をもつ。
（条例等での縛りは改正すればよい）
- ⑤最終的には市民を含んでWIN-WINの関係に。（事業パートナー獲得で市はWIN）

この後進出された各企業にも法令協議、設計協議等、事業パートナー的に接した。

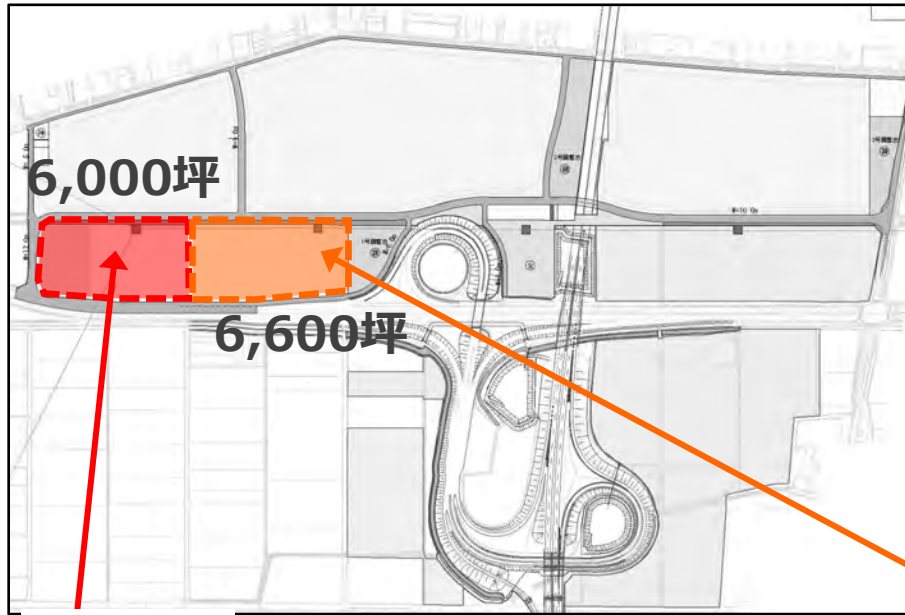
○折角なので、苦労したはなし

全域農振農用地を開発したことで法令協議に苦労したのでは・・・とよく言われる。確かに苦労はしたが、国県協議の中で大枠の賛同を得れば国県は味方になってくれる。最も苦労したのは、市の各部署との内部調整。原因は官民連携事業担当課である我々とのマインド意識の違い。

集客ゾーンについて（基盤整備後も官民連携）



なんか、いいかも。
JOSO CITY



道の駅

- 指定管理者制度を導入。隣接する集客施設と連携
- 集客エリア全体のにぎわいを創出する事業運営



2023年4月28日 オープン

民間集客施設

- 道の駅と連携する商業施設の整備・運営を実施
- 地域の新たなブランドを創出



・TSUTAYA

・温浴施設

（戸田グループで運営）

TSUTAYA 2023年 5月27日 オープン
温浴施設 2024年11月23日 オープン



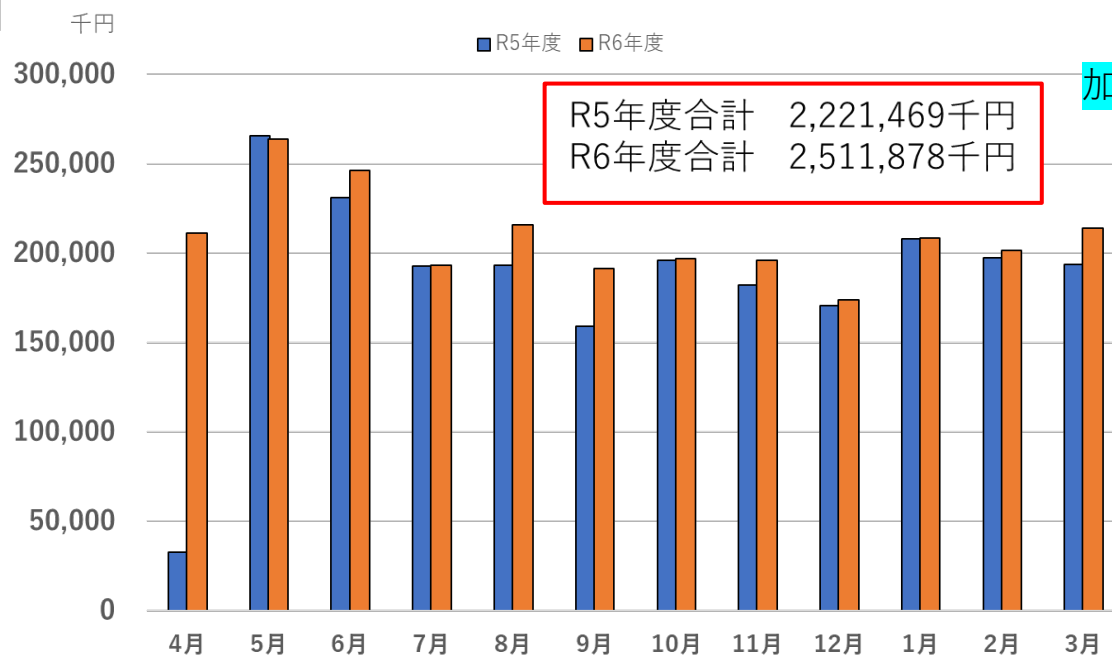
茨城県内16番目の道の駅 道の駅常総 R5.4.28グランドオープン！！ 開業1年で200万人突破！



R5.6年度 道の駅来場者数

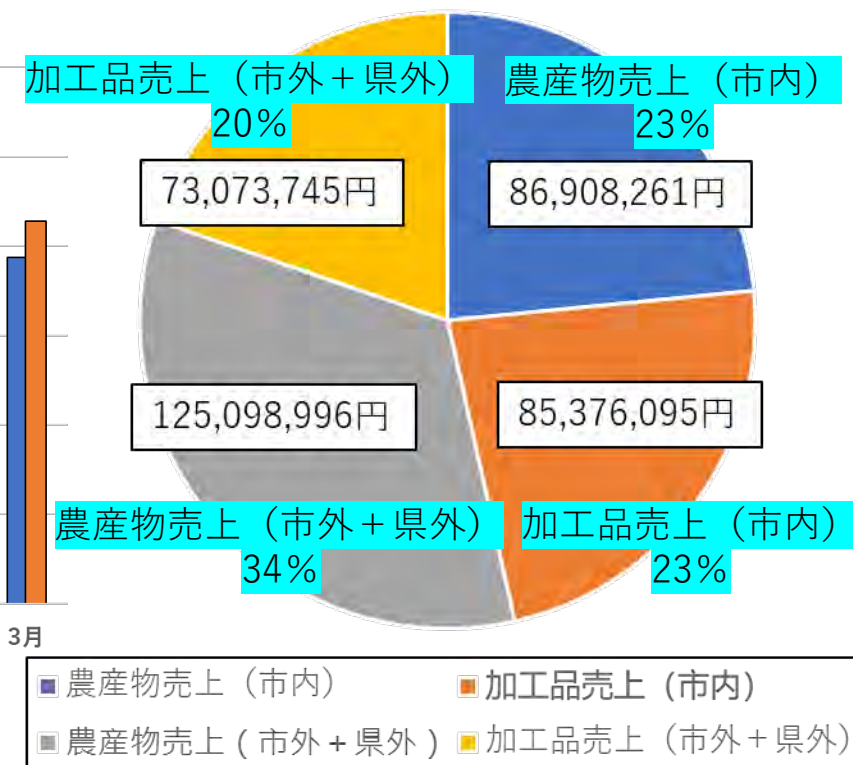
月	R5 来場者数 (人)	R6 来場者数 (人)
4月	47,102	185,482
5月	215,926	315,773
6月	191,307	280,186
7月	167,647	231,263
8月	159,100	279,391
9月	137,126	231,562
10月	162,901	237,512
11月	153,903	227,876
12月	141,107	199,574
1月	164,247	256,320
2月	153,805	249,618
3月	167,966	252,279
合計	1,862,137	2,946,836
月平均	155,178	245,570

R5.6年度 道の駅売上額



R5年度 生産者売上額

370,457,097円



地域経済へもたらす波及効果



祝

2023年
プラチナ大賞
～総務大臣賞 受賞～



関東圏内の自治体で大賞初受賞

❓ プラチナ大賞とは

地域や社会の課題を解決している
又は解決に努めようとしている自治体や企業などを
表彰するものとなります。

主催：一般社団法人プラチナ構想ネットワーク

祝

R5年度
全国自治体・視察件数ランキング
第3位 受賞

掲載元

新・公民連携最前線

PPPまちづくり

H26年度～R6年度
視察件数 200件超 視察者数 約3,000人

祝

R7年度 GW期間（4/26～5/6）
茨城県内観光地入込客数ランキング
道の駅常総 第2位 受賞

来場者数 16万人超！

本日の総括（私の個人的見解）



なんか、いいかも。
JOSO CITY

○本事業、最大の**成功の秘訣はPPP事業**として実施できたことです！

計画当初から戸田建設(株)という事業パートナーを迎えたことで、市だけではできないことが短期間で実施できた。様々な波及効果は前スライドのとおりだが、予想以上の反響を得たことで、市内部では本事業に関わった若手職員に成功体験を積ませることができたことが大きいと思っている。

○民間企業とは**WINWIN**の関係に！

通常の発注元・発注先の関係（主従関係）で接してはダメ。協定を結んで対等な立場になっていることを認識すること。そのためにも市側のマインドを変えて民間事業者と目線を一緒にしてみてもいいでしょうか。

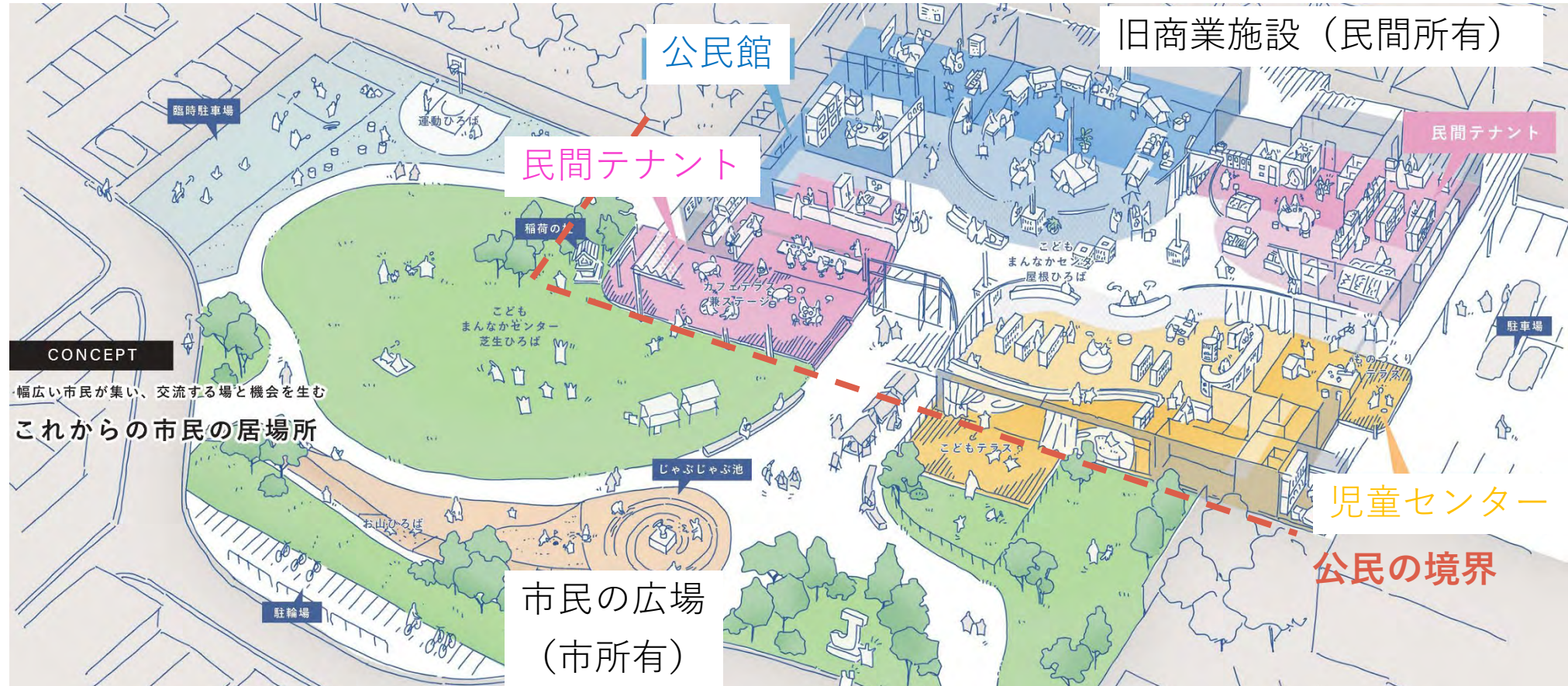
○地方の中小都市こそ職員はマインドチェンジを意識して臨むべき。

民間企業も組める自治体を選んでいると思う。選ばれる自治体になるには、マインドを変えた職員が何人いるかが大事だと思う。

○これからもあらゆる分野で官民連携が進められると思う。民間事業者も自治体との官民連携にマーケットがあると気づきだしたかも、、、

これからの展望 ～公民館・児童センター移転事業～

老朽化した公民館・児童センターを、民間が所有する旧スーパーマーケット店舗の改修に合わせ移転する事業。移転先は民間テナントも入る複合施設として活用。隣接する市所有の広場との間のフェンスを撤去し、本複合施設と一体的に利用する計画。広場は芝生や植栽などに改修し、多世代が居心地のよい場所に。



ご清聴ありがとうございました



なんか、いいかも。
常総市

令和7年 常総市は合併20周年！！
水害から10年を迎えました

