



## 第2期 小美玉市まち・ひと・しごと創生総合戦略

総合戦略の名称

# ダイヤモンドシティ・プロジェクト



小美玉 | シティ | ダイヤモンド  
見つける。 | |  
みがく。 | |  
光をあてる。

### 名称に込めた思い

年に2度、筑波山頂に黄金の夕陽がかかる“ダイヤモンド筑波”。霞ヶ浦湖畔から望むダイヤモンド筑波は小美玉市の誇る風景です。小美玉市という名前には、「小川の流れや美しい自然とともに、玉のように輝き飛躍する市のイメージが感じられる／小さな美しい宝物、あるいは小さな美しい心を持つふるさとになるように／小さな玉が美しく磨かれていく、そんな夢を持てる市になるように（市HPより）」との思いが込められています。

ダイヤモンドシティ・プロジェクトは、小美玉市の地域資源や住民一人ひとりの可能性を小さく美しい宝石（玉）の王様であるダイヤモンドに見立て磨き上げ、光をあてて輝かせていくまちになるという思いを込めた、小美玉市版総合戦略です。



### ダイヤモンドに重ねる思い

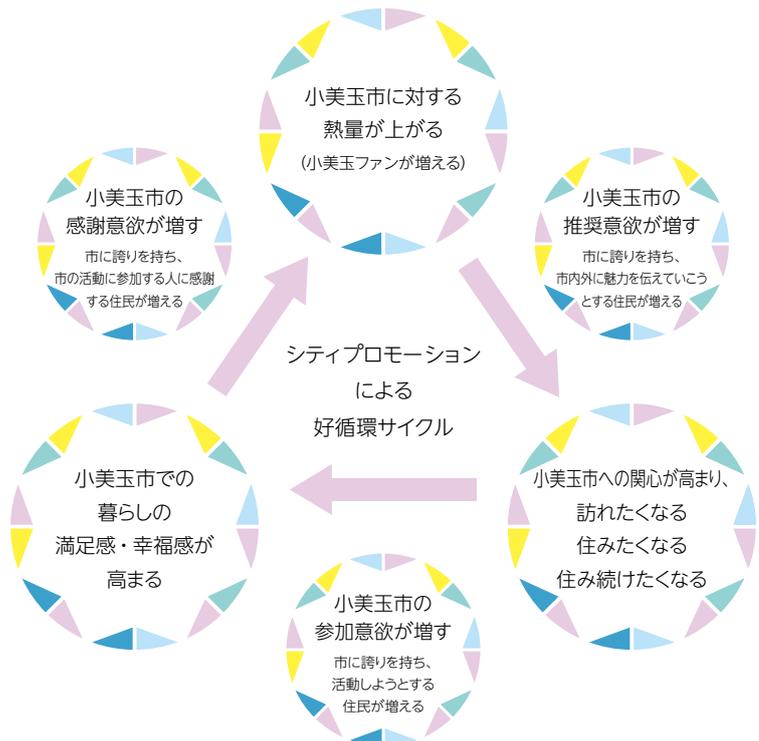
「可能性に光をあてて輝かせたい。」

ダイヤモンドシティ・プロジェクトは小美玉市で暮らす住民のあり方の理想をダイヤモンドの特性に当てはめて表現したいと考えています。

- 天然物質で最も硬い物質  
→ 硬い絆でより深く結ばれ決して壊れないように。
- 光のあて方で大きく輝く  
→ 家庭・学校・職場・地域と、伝えたい魅力が多様にある。
- ダイヤモンドを磨かせるのはダイヤモンド  
→ 活気ある市民が次の誇れる資産を育てる。

他にもたくさんありますが、曇りなく本物の輝きが街にあふれるように小美玉プライドを育てていきたい思いがあります。

### 総合戦略を実施した際のサイクルイメージ



## 体験鎖設計による4つの政策分野の効果的な連携

第2期小美玉市まち・ひと・しごと創生総合戦略の改定にあたっては、体験鎖設計の手法を用いて事業設計を行いました。対象となるケースに合わせて「誰が」、「どんな体験」を必要としているかを中心に考え、「結婚・子育て支援」、「地域資源の活用」、「仕事創出・就業支援」、「移住・定住促進」の4つの政策分野から体験鎖設計によって組み立てられた事業を効果的に提供していきます。

### 政策分野 1

#### 恋も子育てもしたくなるまちになる

- 課題1 自然な出会いの場を求めているが、仕事以外で出会う場がない
- 課題2 子育てアプリが知られていない
- 課題3 子育て広場に参加しにくい

### 政策分野 2

#### 地域の宝を見つけ、磨き、光をあてるまちになる

- 課題4 小美玉に来て他市で消費してしまう
- 課題5 交流人口から関係人口へ。市民ガイドの「幸せを感じる」感幸 = 観光が自然な出会いに発展
- 課題6 クリエーター等、スキルを持った人財と繋がりたい

### 政策分野 3

#### わく work(ワーク)がとまらないまちになる

- 課題7 新規開拓につながるマーケットが欲しい
- 課題8 中央高校生に小美玉に愛着を持ってもらう
- 課題9 地域の仕事や地域の大人を知る機会がない

### 政策分野 4

#### スーッと、ず〜っと住めるまちになる

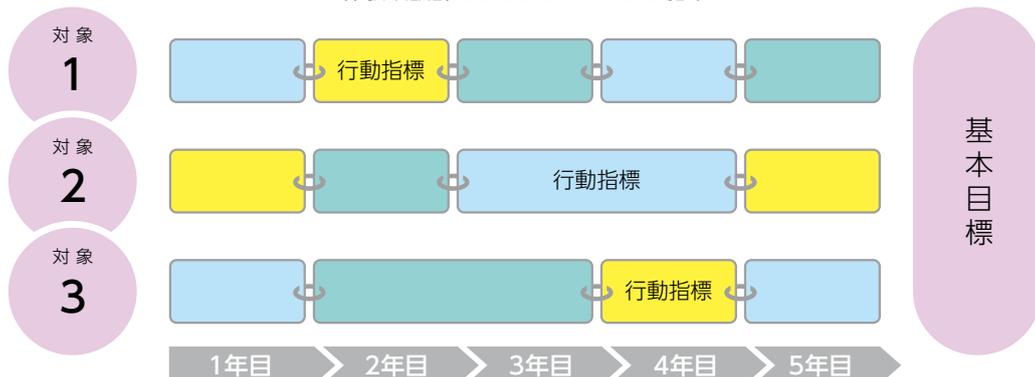
- 課題10 小中学生が小美玉の魅力を語れるようにする
- 課題11 小美玉の仕事との良き出会いにする
- 課題12 行政区のルールが分からず土地選びに困る
- 課題13 土地いじりする生活をしたい

・政策分野1~4の上記、13つの課題に対して小美玉市では、体験鎖設計から整理したターゲットを8つ想定しました。

## 体験鎖設計とは

課題の発生と解決を長期的にとらえ、ばらばらになっている「体験」を横断的に点検し、良い「体験」が鎖となって続くように設計していく手法です。小美玉市では「誰に」、「どんな体験」を提供すべきなのかを考えて実施していく課題解決過程を、行政の計画策定のプロセスとして活用しました。若者が小美玉市に住み、結婚や子育てを通して生活を楽しみ、地域に根づいた仕事をもって小美玉市と関わっていくという過程の中で、必要とされるものは何か、という視点から事業を設計しています。

### 体験鎖設計によるつながりのある施策

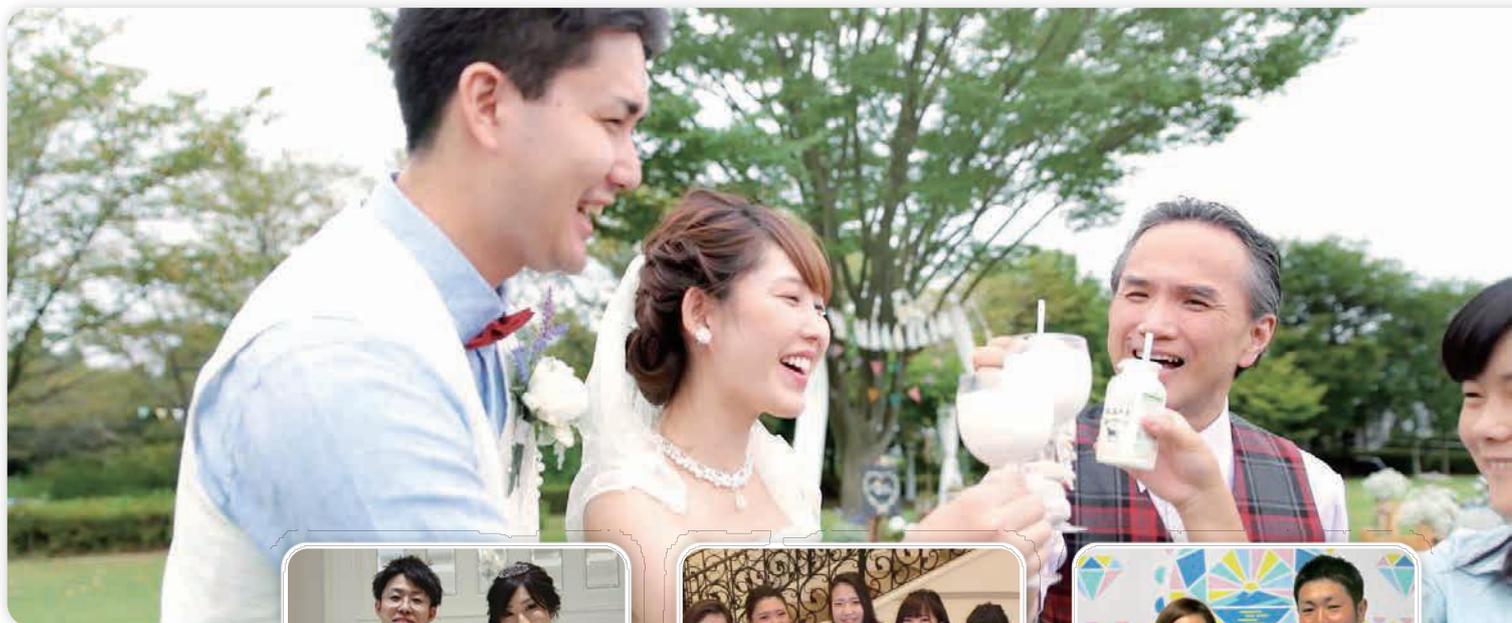


求めているのは自然な出会い。恋に出会える街で、結婚も子育ても、私らしく。



## 恋も子育てもしたくなるまちになる。

- 1 私はこのまちで恋をする ~ダイヤのように固く結ばれる恋を~
- 2 だから私はこのまちで楽しく子育てする ~ダイヤのように明るく輝く家庭を~



### 小美玉市が掲げる行動指針

#### 施策 1 自然な出会いを創出

自然な出会い創出事業

#### 施策 2 人生設計のデザイン

ライフデザイン事業

#### 施策 3 人生設計のデザイン

ママパパ・相談事業

待機児童ゼロ継続事業

出産子育て情報アプリ利用促進事業

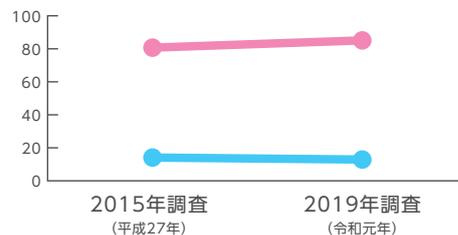
出産祝い事業

不妊治療費助成事業

医療費助成事業

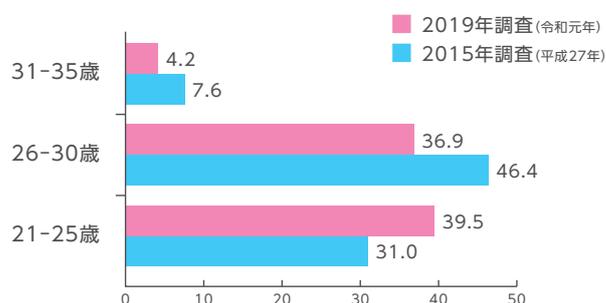
### アンケート結果より

#### あなたは結婚を希望しますか



結婚を希望する	80.7	85.1
結婚を希望しない	14.1	12.9

#### あなたが結婚を希望する年齢を教えてください。





# 求めるのは 自然な出会い

- 26歳女性
- 実家暮らし
- 彼氏いない
- 水戸市のアパレル勤務
- 千葉県の大学卒 (通い)
- 合コン街コンはガツガツしてて嫌
- いつかいい出会いがあれば…
- 相手から言ってくれないかな
- 恋愛願望あり
- 自ら行動するのは恥ずかしい

## Aさんストーリー

恋愛はしたい。けど、いわゆる合コンに参加するのは苦手だなあ。お酒苦手だし。もっと自然な感じで知り合って、カフェとか買い物とか気軽に行ける関係から始められたら理想なんだけど。大学時代の友達は、新卒で入社した会社の先輩と結婚したり、東京で仕事をバリバリこなしていて羨ましい…。でも、地元が好きな私は、自分のペースで、家族との時間を大事にしながら子育てしていきたいんだよなあ。

仕事以外で新しいこともやってみたいけど、一人で立ち上げるのはムリ…。自分も楽しめて、新しい刺激を得られる場があったらなあ。

ん？ローカルフォトスクールの運営ボランティアの募集？…楽しそう。最近写真にハマり始めたし、SNSにキレイな写真をあげたいんだよなあ。ボランティアはやったことないけど、受付とかならできそう。何よりデジタル一眼レフを触れるかも知れない！平日夜に説明会があるんだ。お休みだしちょっと行ってみようかな。



## 課題1 自然な出会いの場を求めているが、仕事以外で出会う場が無い

- 結婚を希望する人が85.1% (18~39歳小美玉市民アンケート:2019.6月)いる中で、「出会いがない」ことを結婚していない理由に掲げている人が1/4。
- 25~39歳の既婚女性209人に出会いや結婚のきっかけを調査 ※引用:インターネットリサーチ 調査会社 (株)ジャストシステム (2017.03.03)
- 結婚相手は、社内恋愛56人、学生時代の知人42人、友人からの紹介41人と多い。
- そのほか、仕事関連18人、マッチングアプリ12人、SNS11人、合コン8人、ナンパ3人、街コン2人、婚活イベント2人、結婚相談所2人。つまり、社内恋愛や学生時代の知人以外の出逢いの場=サードプレイスの存在が重要。その後になるとどんどん苦しくなる。

### 手法

- 「婚活」とは言わず、「農業青年クラブと土いじり体験」「イベントを商工会青年部と一緒に企画」等のように、プロセスを自然な出会いとする。
- 連絡先を共有するため、デジタルコミュニティを活用。ゆるやかな仲間 (コミュニティ)を形成する。

### 行動指標

- 市民や民間が主体となって、婚活とは言わずに自然な出会いを創出する。
- 企画イベントを実施したら必ずLINEグループをつくり、積極的に書き込む人 (世話人)も設定する。

ステップ	友達に彼ができる	自然な出会いを求める	友達が結婚した	親に結婚を聞かれる	合コン・街コン	友人から紹介	マッチングアプリ	結婚相談所	結婚決まる or 諦める
うれしい 困った	うらやましい	待っても発展しない	焦り	本腰入れるか	ガツガツしたくない	条件に合わない	信じていいのか	あまり気乗りしない	
課題		仕事外の出会いはなし			同じ人が参加してくる				

■ : 行政  
■ : 行政以外

■ 市民組織  
■ 子ども福祉課  
→ 市民組織等に企画を依頼

「あたりまえ」が「ありがとう」に変わった。愛着と誇りが生まれた。



## 地域の宝を見つけ、磨き、光をあてるまちになる。

- 1 地域資源を活かす ~見つけて磨いて光をあてる~
- 2 全国から応援してもらえるまちになる



### 小美玉市が掲げる行動指針

#### 施策 1 「空・陸・水の交流エリア」と「文化・観光・出会いの創出」の連携

- 空の交流エリア活性化事業
- 陸の交流エリア活性化事業
- 水の交流エリア活性化事業

#### 施策 2 おみたまブランドの確立

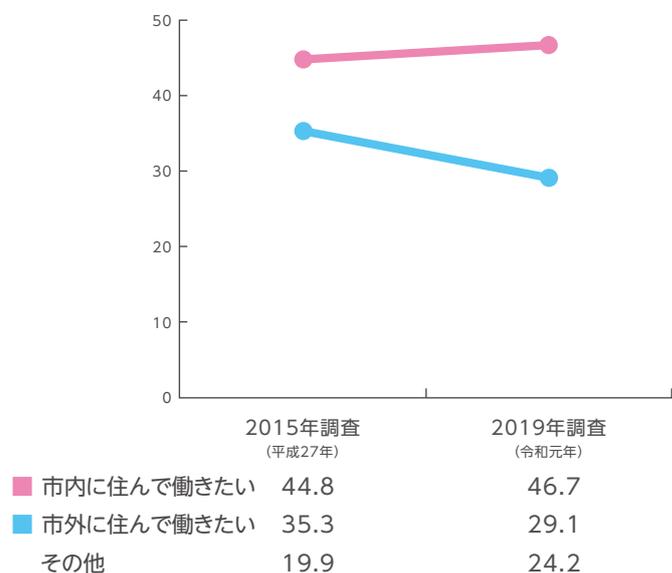
- ヨーグルトブランドアップ事業
- 農産物ブランドアップ事業

#### 施策 3 クラウドファンディングの活用

- ふるさと納税の推進
- クラウドファンディングの活用推進事業

### アンケート結果より

"あなたは小美玉市に愛着を持っていますか。"  
→小美玉市の愛着度の変化"



# たまたま小美玉、 またまた小美玉

- 28歳女性、都内一人暮らし
- 民泊で小美玉来訪
- 民泊先でわかさぎ釣りを紹介され、夏に友人を連れてブルーベリー狩りを体験
- 市民がガイドしながらまちの友人を紹介
- 来るたび小美玉の友達が増える
- 訪れるたびに別の友人を連れてくる
- たまたま訪れた小美玉が、またまた来なくなるまちになっていく

## Dさんストーリー

「海を見に行こう!」と、大学時代のユミから誘われて、とりあえず1泊2日分の荷物を車に積み込み茨城に向かっていく。仕事もプライベートも、うまくいっていないことに勘付き、何も言わず誘ってくれた。道中、これから行く「オミタマ」という場所で、冬にわかさぎ釣りが超楽しかったことを興奮気味に語ってくる。超寒かったこと、わかさぎのフライの美味しい、となんか凄いことはわかった。でもユミよ、いまは初夏だ。どこにいくのだ。

高速道路を降り、到着したのは、ブルーベリー狩り。なにこれ美味しいし楽しい。そして、おみやげを買って到着したのは猫のいる民泊。ネ、ネコと泊まれるの!とモフモフ好きの私を察したユミはニヤリ顔。私の癒やしは止まらない。民泊オーナーが、コスモス畑や、乳搾り体験や、豪華パフェを出す喫茶店など、情報誌にはないスポットを次々教えてくれる。

ユミよ、情報源はココか。楽しいぞ、ありがとう。もう一泊したい…。



## 課題5

### 交流人口から関係人口へ。

### 市民ガイドの「幸せを感じる」感幸＝観光が自然な出会いに発展

- 目的地ではなく、民泊でたまたま訪れた小美玉を、民泊ホストや市民ガイドによってリピーターにする。小美玉で良き体験・良き思い出をつくる。
- 「小美玉のファンを増やす」観点で、まちにマジになった市民がガイドを務め、小美玉の知り合いを増やすのが最高の体験となる。
- まちの魅力を知り尽くした市民がキーマン。発展すれば、婚活に代わる「自然な出会い」創出に寄与することになる。

## 手法

- 小美玉を知り、次に訪れる機会には市民がガイド役として小美玉のスポットや祭り、飲食店、農文化体験を案内。
- 婚活をおおわせないようにしながらも、ガイド役を徐々に市内青年層等が行い、自然な出会いの創出とする。

## 行動指標

- 市民主体で小美玉と小美玉周辺の着地型観光企画開発を行う。
- 市民ガイドによる体験型観光企画を実践。市民ガイドを増やすセミナーや体験企画も実施する。

ステップ	airbnbで民泊申込み	民泊当日	わかさぎ釣り	SNS登録	ブルーベリー狩り
うれしい 困った	ニヤン泊楽しみ	お勧め体験・スポットを 教えてもらった	釣り名人に優しく 教えてもらった	友達に 小美玉をお勧め	小美玉に 友達増えた
課題	市民のスマールビジネス 民泊を増やす	まちの魅力解説できる 民泊ホスト増やす	市民が企画運営する 体験企画を増やす	友達を誘いやすくなる 動画等を増やす	自然な 出会いの場にする
■: 行政 ■: 行政以外	■ 企画調整課 ・地域で食事等の消費増 ・体験を発信 ・民泊ホストの魅力語りが増える	■ 企画調整課 ・体験を発信してもらいたい ・民泊ホストが魅力を 語れるようにする	■ 小美玉観光協会 ■ 商工観光課 ■ 企画調整課 ・市民のスマールビジネスによって関係人口を創出。 ・小美玉に友達をつくる感覚	■ 市民組織 ■ 子ども福祉課 →市民組織等に 企画を依頼	

いつでも楽しい夢を見てシゴトするのが好きなのさっ♪



# わくWorkがとまらないまちになる。

- 1 あらたな「働く」をカタチにする ~原石を見つけ、磨き上げる~
- 2 あなたの「働く」を応援する ~ダイヤモンドのように働いて~



## 小美玉市が掲げる行動指針

## アンケート結果より

**施策 1** — **新たな「働き方」の創造**  
新たな「働き方」研究実践事業

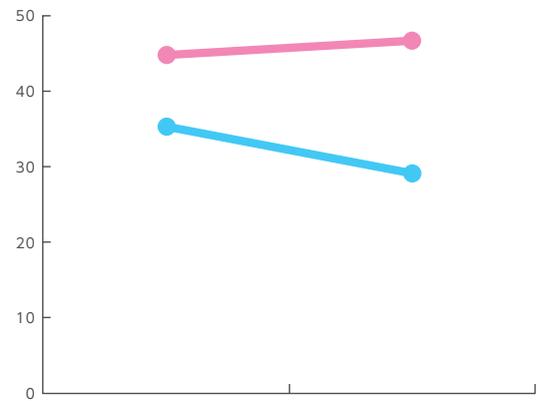
**施策 2** — **雇用の創出**  
企業誘致事業

**施策 3** — **地域の仕事の認識を高める**  
地域の仕事見える化事業

**施策 4** — **女性活躍推進**  
女性活躍推進事業

**施策 5** — **職員力を高める**  
先進技術導入事業  
職員採用試験プロモーション事業  
職員市内居住インセンティブ事業  
自主研究会支援事業

〈高校生アンケート〉  
将来の住まいと仕事は？



	2015年調査 (平成27年)	2019年調査 (令和元年)
市内に住んで働きたい	44.8	46.7
市外に住んで働きたい	35.3	29.1
その他	19.9	24.2

- 16歳高校生
- 中央高校2年生
- 実家暮らし
- 両親、姉と4人家族
- 姉は地元大学1年生
- 実家から通える距離で仕事を探したい
- どのサイトで探したらいいかわからない
- 親や親戚も地元企業のことを知らない
- 市外から通学している友達「ただ通ってるだけ」

# 地元になりたい。 良い就職先あるかな



Fさんストーリー

やりたいことはまだわからないんだよな。でも、友達と将来のことは部活の帰りになんとなく話したりしている。私は、家族の時間を大事にしたいし、海もあって東京にも出やすいし、ほどよいんびり感がある小美玉で暮らせるといいなと思っているんだよな。

お姉ちゃんは東京に行きたいって言うけど、東京で何するんだろ…。私なりにスマホでいろいろ調べているけど、どこを見ていいかわからない…。お母さんにはまたスマホばかりいじって！と怒られるんだけど、前にお母さんに地元企業のことを聞いても、知らないって一蹴されたから、自力で頑張っているんですけど！

学校の授業で教えてくれないし、もっとチャレンジできる場所だったり、話を聞いてくれる大人がいらないかなあ。お父さんも水戸で働いているから、小美玉の企業は疎いみたいだし。はあ…。

広報おみたま？毎月みるやつだけけど、今回は地元企業特集？ふむふむ…。

## 課題8 中央高校生に小美玉に愛着を持ってもらう

## 課題9 地域の仕事や地域の大人を知る機会がない

- 課題8 ● 広報紙等で定期的に中央高校に取材を行い、地域に取り組みを発信する。取材を通して、中央高校生に小美玉市に関心を持ってもらう。
- 接点を増やし、小美玉の魅力に触れ、語れるようにする（中央高校に通う市外の高校生も含む）。
- 課題9 ● 高校生のうちに、地域の仕事や地域の魅力的な大人との接点をつくり、地元就職を意識してもらう。
- 大学生の就職先を考え始める頃に、本人および家族に、小美玉市に住んで働いているイメージをしてもらう。

手法

- 課題8 広報紙で定期的に取材／茨城大学の高校生動画コンテストヘントリー（シティプロモーション担当が支援）／ブランドブック配布。
- 課題9 高校生および大学生それぞれに、小美玉市に住んで働いているイメージをしてもらうための記事を出す。→企業情報をHPに掲載。

行動指標

- 課題8 広報紙で最低年1回は取材／茨探への参加（年1組）／ブランドブックを中央高校全校生徒に配布（600名）。
- 課題9 企業連絡協議会等と連携し、地域の仕事を紹介する記事を最低年1回は特集し、HPにも掲載する。

ステップ	中央高校入学	高校との往復	課外活動	地域の仕事・大人を知る機会	大学入学	就職先を考え始める（大学2年夏）	親から就職のことを聴かれる
うれしい 困った	小美玉の魅力が思いつかない	市外通学者も小美玉の魅力が知らずに過ごす	高校の中で完結。地域に知られていない	地元こんな仕事があるとする	地元	本人：やりたい仕事が見つからない	親：子どもの進路が心配
課題	小美玉の魅力を伝えるようにおきたい	小美玉の魅力に気づく手段	高校の中で完結。地域に知られていない	高校と要調整	親も地元企業の情報を知らない	どんな人がどんな仕事をしているか、知らせる	親も地元企業の情報を知らない
■：行政 ■：行政以外	■ 企画調整課 ・中学校までに行われることがある	■ 茨城大学 ・茨探（高校生動画コンテスト）	■ 企画調整課 ・広報紙取材 ・地域の人に取り組み伝える	■ 商工観光課 ・地域の魅力的な企業人等の仕事紹介	■ 商工観光課 ・企業連絡協議会と連携し魅力発信を行う（HP、SNS） ・広報おみたま取材先を調整 ■ 企画調整課 ・WEBにも取材記事アップ		

このまちをイキイキ語るあの人が決め手でした。



# スーッと、ず〜っと住めるまちになる。

- 1 「好きなことに時間を使う暮らし」を応援する
- 2 ゆるやかで心地よい関係をつくる
- 3 学校におけるシビックプライドの醸成
- 4 地域におけるシビックプライドの醸成



## 小美玉市が掲げる行動指針

### 施策 1 市民・民間主体のローカル & スモールビジネス (小商い文化) 推進

- 土いじりする暮らし支援事業
- 小商いする暮らし支援事業
- シェアリングエコノミー支援事業

### 施策 2 移住のハードルを下げる

- 移住促進住宅取得助成事業
- 移住者向けコミュニティ情報発信事業
- 空き家活用事業

### 施策 3 デジタルコミュニケーション推進

小美玉版デジタルコミュニケーション事業

### 施策 4 学校との連携を深める

- 地域の仕事との良き出会い事業
- 学校におけるシティプロモーション事業
- 高校・大学との連携事業

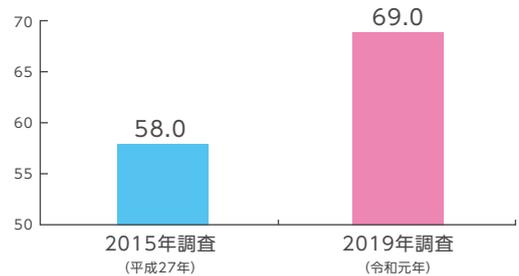
### 施策 5 市民・民間主体のシティプロモーション推進

- ダイヤモンドシティ・プロモーション事業
- ダイヤモンドシティ・ブランド普及・活用事業

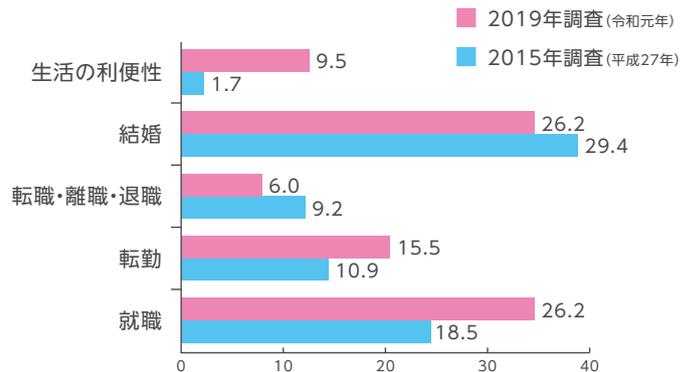
## アンケート結果より

### 小美玉市は住みやすかったですか。

「住みやすかった」と回答した人の割合



### 小美玉市から転出された主な理由は何ですか。



- 33歳男性
- 妻、長女2歳
- 都内大手企業勤務
- 小美玉市出身、都内からUターン
- テレワークを試験的にスタート
- 「農業」したいわけではない。娘の教育を含めて「土いじりする暮らし」をしたい
- 新居の土地探し中。近くに畑が欲しい
- 小商いの推奨によって「価値観の合う人と繋がりたい」希望を叶える

# 日差しの中で 土いじりする生活を



## Hさんストーリー

好きで満員電車に乗りたくないわけではない。毎朝、同じ車両で会社前の業務を無言でこなしてきた。でも、もう働く前のこの疲労感から卒業するぞ。娘の保育園問題も妻に任せっきりで迷惑をかけた。共働きで娘とも遊ぶ時間が取れてなかった。

ごめん、本当にごめん。これからは僕が育ったような自然がある環境でストレスなく親子ともにのびのびと暮らそう！広い公園で、ボール遊びしたり、畑と一緒に野菜を育てたり。妻と、広いキッチンで新鮮な野菜を使って美味しい料理をつくる週末。そして、ストレスのない育児環境。

二人目を迎えるいま、妻の育休と今後の体制を考え実家の近くに家を建てる話は両親と順調に進んでいる。

明日からテレワークの実証実験が会社でスタートする。1週間の実家でのトライアルワーク。妻、娘も馴染むだろうか。そして僕も仕事だけでなく、土地の最終判断をしなくては。地元とはいえ、あれから区画も変わリルールがよくわからないぞ…。

## 課題12 行政区のルールが分からず土地選びに困る

## 課題13 土いじりする生活をしたい

課題12 ● 移住者（市内移住も含む）から見ると、行政区のルール（入会金、年会費、ゴミ捨て、草刈、冠婚葬祭等）が公開されていない  
→土地を選んでもらう際に警戒されてしまっている。地域の理解や魅力も伝えるようにしたい。

課題13 ● テレワークや2拠点居住の実践によって需要が高まっている「土いじりする暮らし」や「小商い」を小美玉で実現できるライフスタイルとしてPR。  
● 「採れたものを誰かとシェアしたい。価値観の合う人と繋がりたい」小商いで繋がる人たちのコミュニティが形成。

### 手法

課題12 行政区の情報を見る化【区費、入会金、奉仕作業の頻度、つきあい等】※移住者歓迎の行政区が公開。非公開ももちろん認める。

課題13 土いじりする生活を叶えたい人へ訴求するプロモーションと、畑の情報集約。

### 行動指標

課題12 行政区の情報が見える化（非開示の区があってもOK。新たな入居者を受けたいところは積極的に）

課題13 市民NPO等による家庭菜園級の貸畑の情報集約。市は空き家情報の共有、推奨広報、移住サイト等への掲載等。

ステップ	Uターンを考える	家建てるか・借りるか考え始める	土地をどこにするか情報を集める	畑が近くにある家建てる・借りる	シェア畑で土いじりする始める	もう少し広い畑を借りたい	こだわりの農作物収穫
うれしい	困った	行政区ルールが不明。不安		家庭菜園級の貸畑の情報がない	うまくいかないことも楽しい	家庭菜園級の貸畑の情報がない	価値の分かる人とシェア
課題	土いじり・小商いの暮らしを小美玉の特徴として打ち出す	移住者歓迎の区に情報を公開してもらう		貸畑、畑付き空き家物件の情報集約	シビックガーデン以外のシェア畑を拡張	貸畑、畑付き空き家物件の情報集約	出合いの場となるマーケットが必要
■: 行政 ■: 行政以外	■ CP 関連市民 ■ 企画調整課 ・ライフスタイルとしてプロモーションする	■ 区長会 ■ 市民協働課 ・各区で情報を出すかどうか決めてもらう ・その情報を CP サイトにアップ		■ 環境課 ■ 企画調整課 ・問合せに答えられるようにする	■ 農業公社 ■ 市民 NPO 等 ・シェア畑の拡張	■ 環境課 ■ 企画調整課 ・情報集約方法を検討	■ CP 関連市民 ・市民主体のマーケットを開催 ・こだわり厳選

課題12

課題13



## 小美玉市総合戦略のための体験鎖設計

第2期小美玉市まち・人・しごと創生総合戦略の改定にあたり、小美玉市内の様々な団体・組織の方にヒアリング・インタビューを行いました。その中から、実在する8人の方が体験した（体験している）課題を、体験鎖設計として整理しました。個人の体験から見えてくる課題、解決のための手法、目指すべき方向性としての指標を示し、第2期小美玉市まち・人・しごと創生総合戦略に示す事業体系を作成する資料としました。

課題1 自然な出会いの場を求めているが、仕事以外で出会う場が無い

課題2 子育てアプリが知られていない

課題3 子育て広場に参加しにくい

課題4 小美玉に来て他市で消費してしまう

課題5 交流人口から関係人口へ。市民ガイドの「幸せを感じる」感幸=観光が自然な出会いに発展

課題6 クリエーター等、スキルを持った人財と繋がりたい

課題7 新規開拓につながるマーケットが欲しい

課題8 中央高校生に小美玉に愛着を持ってもらう

課題9 地域の仕事や地域の大人を知る機会がない

課題10 小中学生が小美玉の魅力を語れるようにする

課題11 小美玉の仕事との良き出会いにする

課題12 行政区のルールが分からず土地選びに困る

課題13 土いじりする生活をしたい

政策分野1  
恋も子育ても  
したくなる  
まちになる。

政策分野2  
地域の宝を見つけ、  
磨き、光をあてる  
まちになる。

政策分野3  
わくwork(ワーク)  
がとまらない  
まちになる。

政策分野4  
スーッと、  
ず〜っと住める  
まちになる。

# target Aさん



## 求めるのは自然な出会い

- 26歳女性
- 実家暮らし
- 彼女いない
- 水戸市のアパレル勤務
- 千葉県の大学卒 (通い)
- 合コン街コンはガツガツして嫌
- いつかいい出会いがあれば...
- 相手から言ってくれないかな
- 恋愛願望あり
- 自ら行動するのは恥ずかしい

ステップ	友達に彼ができる	自然な出会いを求める	友達が結婚した	親に結婚を聞かれる	合コン・街コン	友人から紹介	マッチングアプリ	結婚相談所	結婚決まる or 諦める
うれしい	困った	うらやましい	待っても発展しない	焦り	本腰入れるか	ガツガツしたくない	条件に合わない	信じていいのか	あまり気乗りしない
課題		仕事以外の出会いなし		同じ人が参加してくる					
■: 行政		■: 市民組織		■: 子ども福祉課					
■: 行政以外		→ 市民組織等に企画を依頼							

### 課題 1

### 課題 1 自然な出会いの場を求めているが、仕事以外で出会う場が無い

- 結婚を希望する人が85.1% (18~39歳小美玉市民アンケート:2019.6月)いる中で、「出会いがない」ことを結婚していない理由に掲げている人が1/4。
- 25~39歳の既婚女性209人に出会いや結婚のきっかけを調査 ※引用:インターネットリサーチ 調査会社(株)ジャストシステム (2017.03.03)
- 結婚相手は、社内恋愛56人、学生時代の知人42人、友人からの紹介41人と多い。
- そのほか、仕事関連18人、マッチングアプリ12人、SNS11人、合コン8人、ナンパ3人、街コン2人、婚活イベント2人、結婚相談所2人。つまり、社内恋愛や学生時代の知人以外の出逢いの場=サードプレイスの存在が重要。その後になるとどんどん苦しくなる。

### 手法

- 婚活とは言わず、「農業青年クラブと土いじり体験」「イベントを商工会青年部と一緒に企画」等のように、プロセスを自然な出会いとする。
- 連絡先を共有するため、デジタルコミュニティを活用。ゆるやかな仲間(コミュニティ)を形成する。

### 行動指標

- 市民や民間が主体となって、婚活とは言わずに自然な出会いを創出する。
- 企画イベントを実施したら必ずLINEグループをつくり、積極的に書き込む人(世話人)も設定する。

# target Bさん



## 子育てから一瞬でも解放されたい

- 30歳女性
- 夫、Bさん、長女の3人暮らし
- 両実家とも遠方
- アパート暮らし
- 小美玉近辺の友達も少ない
- 子育てアプリ知らない
- 子育て広場は友人から誘われた
- 園に勧誘する雰囲気があり行きづらい
- 常連がいて行きづらい雰囲気がある
- 隣の児童館や大型遊具公園に行く

ステップ	妊娠母子手帳	ハローベビー教室	出産・出生届	赤ちゃん訪問 保健師が全過程訪問	4ヶ月等の定期検診 (全6回)	友人から子育て広場に誘われる	子育て広場に参加
うれしい	困った	アプリのチラシに気づかない、メリットを感じない	アプリのチラシに気づかない、メリットを感じない	アプリのチラシに気づかない、メリットを感じない	子育てアプリのチラシを配布していない	全員に通知案内は特に入れていない	行ってみようかな
課題		市の子育て情報が身近に感じない	市の子育て情報が身近に感じない	市の子育て情報が身近に感じない	市の子育て情報が身近に感じない	SNSで情報収集	新規参加者に気配りする
■: 行政		■: 市民課 総合窓口課 各保健センター	■: 健康増進課	■: 市民課 総合窓口課	■: 健康増進課	■: 健康増進課	■: 企画調整課
		・発行時に一言添える	・開催時に一言案内する	・受取時に一言添える	・訪問時に一言添える	・案内通知にQRコードを印刷する	・良い口コミを増やすため、広報取材 SNSでも発信

### 課題 2

### 課題 3

### 課題 2 子育てアプリが知られていない

### 課題 3 子育て広場に参加しにくい

- 課題 2 子育てアプリのダウンロード数はH29~30年度実績で456件。目標は5,000。周知できる機会を逸している。まずはこれを徹底する。
- 課題 3 ほぼ全ての民間保育園で実施している子育て広場。「自由に連れて来て遊ばせていいよ」となっているが、「その園に入らないといけな雰囲気になる」。常連利用者との関係で行きづらいとの声もあり。

### 手法

- 課題 2 子育てアプリを周知する機会を逃さず行う。例:通知を送る際には必ずQRコードをつける、接触できる機会には必ずチラシを渡す。
- 課題 3 子育て広場が来やすくなる雰囲気づくりに努める。保育園入園の勧誘と受け取られないようにする子育てママサークルの自主的な活動の支援を行う。例:広報周知等の活動支援。

### 行動指標

- 課題 2 子育て広場利用者アンケート(紙もしくはデジタル)を実施→子ども福祉課へ集約。
- 課題 3 広報紙で年1回特集。



## イベント帰りにどこに寄ろうか

- 30歳男性、土浦市在住
- 妻・長女2歳
- アピオス企画「おやこDEジャズ」に毎年来ているが、帰路の国道355号（隣街）で消費
- 水戸市～つくば市周辺の未就学児を抱える親子が2日間で1,200人来場
- 午前・午後で1日3公演実施
- 公演終了後に空の交流エリアで消費するよう広報やインセンティブを

ステップ	クリスマスどこへ行く	保育園でチラシもらう	チケット申込(電話・ネット)	チケット受け取り	本番当日来場	薦められた周遊先に行ってみる	発信したくなる	リピート訪問したくなる
うれしい 困った	帰り道、どこで食べようか	チケット初日に申し込もう	電話が殺到。繋がらない→ネット予約へ	わざわざ受け取り面倒くさい	本番までワクワク	せっかくだから行ってみるか	SNS でみんなに知らせたい	今度は別の季節に来てみたい
課題		チラシにインセンティブを掲載し誘導	申込み完了メールにインセンティブ書く	対面受け取りの日も誘惑のチャンス	開場前に並んでいる間に周遊先案内	訪れる気にさせる仕掛けを	発信してもらうための仕掛け	季節ごとに推し体験を用意
■:行政 ■:行政以外		■ 文化ホール ■ 商工観光課 ・インセンティブ用意 →事業チラシ掲載 →来場予定者に周知	■ 文化ホール ・ネット予約完了メールに観光案内やインセンティブを記載	■ 文化ホール ・チケットと一緒に周囲の観光マップやチラシを渡す	■ 文化ボランティア ■ 文化ホール ・来場者に声掛けする際に周遊先の案内も合わせて行う	■ 観光協会 ■ 商工観光課 ・各店舗がインセンティブを出し合って周遊を促す ・お土産案内等	■ 観光協会 ■ 商工観光課 ・写真や動画を撮りたくなる仕掛けを考える	■ 観光協会 ■ 商工観光課 ・リピートを促すため、コンテンツ開発

課題4

### 課題4 小美玉に来て他市で消費してしまう

- 市内文化ホール3館や、茨城空港、空のえき そ・ら・らで行うイベントには広域から来場している。
- イベント会場から帰路までの間に「もう1ヶ所寄っていこう」という気にさせるため、施設や飲食店等が知恵を出し合い、協力し合う。
- 小美玉市への滞在時間を増やし、消費してもらい、小美玉市の魅力にも触れ、リピート訪問する「関係人口」に繋げたい。

#### 手法

- 広域から来場するイベントを企画する際には、小美玉への滞在時間を増やすため、周遊する施設等と連携を試みる。
- 来場者と接触する機会に市内を周遊するよう促すとともに、訪問してもらえたら、発信してもらい、リピートしてもらえるよう次の情報を渡す。

#### 行動指標

- 広域から来場するイベントを企画する際には、近隣の店舗等とインセンティブを相談するなど、滞在時間を増やす試みを行う。
- 何のイベントを対象とするか、前年度末に文化ホール・商工観光課・観光協会等でミーティングを行う。



## たまたま小美玉、またまた小美玉

- 28歳女性、都内一人暮らし
- 民泊で小美玉来訪
- 民泊先でわかさぎ釣りを紹介され、夏に友人を連れてブルーベリー狩りを体験
- 市民がガイドしながらまちの友人を紹介
- 来るたび小美玉の友達が増える
- 訪れるたびに別の友人を連れてくる
- たまたま訪れた小美玉が、またまた来なくなるまちになっていく

ステップ	airbnbで民泊申込み	民泊当日	わかさぎ釣り	SNS登録	ブルーベリー狩り
うれしい 困った	キャン泊楽しみ	お勧め体験・スポットを教えてもらった	釣り名人に優しく教えてもらった	友達に小美玉をお勧め	小美玉に友達増えた
課題	市民のソーシャルビジネス民泊を増やす	まちの魅力解説できる民泊ホスト増やす	市民が企画運営する体験企画を増やす	友達を誘いやすくなる動画等を増やす	自然な出会いの場にする
■:行政 ■:行政以外	■ 企画調整課 ・地域で食事等の消費増 ・体験を発信 ・民泊ホストの魅力語りが増える	■ 企画調整課 ・体験を発信してもらいたい ・民泊ホストが魅力を語るようにする	■ 小美玉観光協会 ■ 商工観光課 ■ 企画調整課 ・市民のソーシャルビジネスによって関係人口を創出。 ・小美玉に友達をつくる感覚	■ 市民組織 ■ 子ども福祉課 →市民組織等に企画を依頼	

課題5

### 課題5 交流人口から関係人口へ。市民ガイドの「幸せを感じる」感幸＝観光が自然な出会いに発展

- 目的地ではなく、民泊でたまたま訪れた小美玉を、民泊ホストや市民ガイドによってリピーターにする。小美玉で良き体験・良き思い出をつくる。
- 「小美玉のファンを増やす」観点で、まちにマジになった市民がガイドを務め、小美玉の知り合いを増やすのが最高の体験となる。
- まちの魅力を知り尽くした市民がキーマン。発展すれば、婚活に代わる「自然な出会い」創出に寄与することになる。

#### 手法

- 小美玉を知り、次に訪れる機会には市民がガイド役として小美玉のスポットや祭り、飲食店、農文化体験を案内。
- 婚活をおおわせないようにしながらも、ガイド役を徐々に市内青年層等が行い、自然な出会いの創出とする。

#### 行動指標

- 市民主体で小美玉と小美玉周辺の着地型観光企画開発を行う。
- 市民ガイドによる体験型観光企画を実践。市民ガイドを増やすセミナーや体験企画も実施する。

target  
**E**さん



## 店のファンを増やしたい

- 30歳女性
- 市内自営業者
- 市内に知られていない
- 店の中に入ってきてもらえない
- イベント出店で試している
- 店のファンを増やす機会が欲しい
- 商品/パッケージや広告物等の質を上げるためデザイナーに頼みたいが、予算を掛けられない
- 良いクリエイターと繋がりたい

ステップ	上司命令 [来店者数を増やせ]	紙や web で宣伝	新規客を開拓したい	マーケット出店者同士のネットワーク	店舗敷地でイベント実施
うれしい	困った	クリエイターを知らない。予算もない	どこにイベント出店しようか	共通の価値観を持つ店・人同士がつながり、客を紹介しあう 演奏家等のネットワークもできる	
課題	市内店舗のネット評価を増やす	複業人財のマッチン	こだわり厳選のマーケットが必要		
■: 行政 ■: 行政以外	■ CP 関連市民 (企画調整課) ・書込数増やす	■ CP 関連市民 ■ 企画調整課 ・市内のスキルを持った関係人口とマッチング	■ CP 関連市民 (企画調整課) ・市民主体のマーケットを開催 ・こだわり厳選		
		課題 6	課題 7		

### 課題 6 クリエーター等、スキルを持った人財と繋がりたい

### 課題 7 新規開拓につながるマーケットが欲しい

- 課題 6**
- 市内の人財で小美玉との繋がりを求めているクリエイターはいるが、予算がない。
  - 自分のスキルを故郷や好きな土地で生かしたい人財はいる(プロボノ人財)。中には現物支給OKな人も。このマッチングを行う。→関係人口。
- 課題 7**
- 新たなファンを獲得できるマーケットイベントがない。消費者還元が趣旨のイベントは新規顧客開拓にならない。
  - 市民が企画するこだわり厳選のマーケットを開催。ターゲットと店の良さ出会いに。店同士や小商いで繋がる人たちのコミュニティを形成。

#### 手法

- 課題 6** 購買層に刺さるPRを行うことができる複業人財(スキルや知見を持つ都市部の人材等)とのマッチングを行う。(関係人口創出に繋げる)
- 課題 7** こだわり厳選マーケット開催を奨励する。出店者を選別することになるので、行政は後方支援。(広報協力程度)

#### 行動指標

- 課題 6** 複業人財とのマッチングケースを5年間で延べ5事例つくる。
- 課題 7** こだわり厳選マーケットを市民主体で年に1回開催。

target  
**F**さん



## 地元でいたい。良い就職先あるかな

- 16歳高校生
- 中央高校2年生
- 実家暮らし
- 両親、姉と4人家族
- 姉は地元大学1年生
- 実家から通える距離で仕事を探したい
- どのサイトで探したらいいかわからない
- 親や親戚も地元企業のことを知らない
- 市外から通学している友達「ただ通ってるだけ」

ステップ	中央高校入学	高校との往復	課外活動	地域の仕事・大人を知る機会	大学入学	就職先を考え始める(大学2年夏)	親から就職のことを聞かれる
うれしい	困った	市外通学者も小美玉の魅力を知らずに過ごす	高校の中で完結。地域に知られていない	地元こんな仕事があるを知る	地元	本人: やりたい仕事が見つからない	親: 子どもの進路が心配
課題	小美玉の魅力を伝えるようにしていきたい	小美玉の魅力に気づく手段	高校の中で完結。地域に知られていない	高校と要調整	親も地元企業の情報を知らない	どんな人がどんな仕事をしているか、知らせる	親も地元企業の情報を知らない
■: 行政 ■: 行政以外	■ 企画調整課 ・中学校までにやれることがある	■ 茨城大学 ・茨探(高校生動画コンテスト)	■ 企画調整課 ・広報紙取材 ・地域の人の取り組み伝える	■ 商工観光課 ・地域の魅力的な企業人等の仕事紹介	■ 商工観光課 ・企業連絡協議会と連携し魅力発信を行う(HP、SNS) ・広報おみたま取材先を調整 ■ 企画調整課 ・WEBにも取材記事アップ		
		課題 8				課題 9	

### 課題 8 中央高校生に小美玉に愛着を持ってもらう

### 課題 9 地域の仕事や地域の大人を知る機会がない

- 課題 8**
- 広報紙等で定期的に中央高校に取材を行い、地域に取り組みを発信する。取材を通して、中央高校生に小美玉市に関心を持ってもらう。
  - 接点を増やし、小美玉の魅力に触れ、語れるようにする(中央高校に通う市外の高校生も含む)。
- 課題 9**
- 高校生のうちに、地域の仕事や地域の魅力的な大人との接点をつくり、地元就職を意識してもらう。
  - 大学生の就職先を考え始める頃に、本人および家族に、小美玉市に住んで働いているイメージをしてもらう。

#### 手法

- 課題 8** 広報紙で定期的に取材/茨城大学の高校生動画コンテストへエントリー(シティプロモーション担当が支援)/ブランドブック配布。
- 課題 9** 高校生および大学生それぞれに、小美玉市に住んで働いているイメージをしてもらうための記事を出す。→企業情報をHPに掲載。

#### 行動指標

- 課題 8** 広報紙で最低年1回は取材/茨探への参加(年1組)/ブランドブックを中央高校全校生徒に配布。(600名)
- 課題 9** 企業連絡協議会等と連携し、地域の仕事を紹介する記事を最低年1回は特集し、HPにも掲載する。



## 小美玉の魅力や仕事を知らない

- 中学2年生
- 中学1年生の弟がいる
- 父方の祖父母と敷地内同居
- 父母とも小美玉市出身
- 父:会社員 母:パート
- 小美玉は「何もない」
- 商業施設・娯楽施設が無い
- 小美玉の仕事と言っても父母の仕事ぐらいいろい分からない
- まちの大人は家族と先生しか知らない

ステップ	先生に小美玉の概要を知ってもらう	学校でまちのPR動画を観た	中学1年 身近な人の職場見学	中学2年 地域の職場体験	中学2年 ライフデザイン講座
うれしい	赴任したけど小美玉のことを知らない	知らない人・場所を発見	知らない仕事を発見	小美玉の知らない仕事を発見	将来を考え、今何すべきか分かった
課題	赴任した先生にPR動画を見てもらう	全クラスにDVD配布	受入先の確保と受け入れ側の質を高める	受入先の確保と受け入れ側の質を高める	全4校で実施
■:行政	■ 企画調整課 ・辞令交付式の待合室で放映	■ 企画調整課 ・毎年全クラス分DVD配布 ・夏休み前を目途に放映	■ 商工観光課 ・企業連絡会等と連携 ・まちの仕事との良き出会いに ・好事例を広報する等の後押しも行う		■ 子ども福祉課 ・結婚・出産・子育て等を考える授業
		課題10	課題11		

### 課題10 小中学生が小美玉の魅力を語れるようにする

### 課題11 小美玉の仕事との良き出会いにする

課題10 ● シティプロモーションの一環で制作する動画等の広報物を学校現場で活用する。

- 他市からの異動教職員が出席する4月1日の辞令交付式待機時間に映像を見る。DVD(110人程度)も配布し、小美玉市の理解につなげる。

課題11 ● 中1:職場見学、中2:職場体験は、地域社会との接点。中学生にとって夢を持たせられる・まちが好きになる体験内容になっているか。

- 学校が職場体験先の確保に苦慮している。

#### 手法

課題10 毎年全クラスにDVDを配布し、教室内のテレビで放映する。赴任した先生にDVDを配布する。

課題11 商工観光課を中心に全庁的に受け入れ先の確保に尽力する。推奨事例の広報PRにより、子どもたちのシビックプライドを向上させる。

#### 行動指標

課題10 小中学校全クラス(183校)、異動教職員(110校)、計300枚を年度当初に製作し、配布。

課題11 企業連絡協議会、商工会、庁内GWで職場体験受け入れ先の協力を求める。良き出会いとなるための受入心得チラシも添付。



## 日差しの中で土いじりする生活を

- 33歳男性
- 妻、長女2歳
- 都内大手企業勤務
- 小美玉市出身、都内からUターン
- テレワークを試験的にスタート
- 「農業」したいわけではない。娘の教育を含めて「土いじりする暮らし」をしたい
- 新居の土地探し中。近くに畑が欲しい
- 小商いの推奨によって「価値観の合う人と繋がりたい」希望を叶える

ステップ	Uターンを考える	家を建てるか・借りるか考え始める	土地をどこにするか情報を集める	畑が近くにある家を作る・借りる	シェア畑で土いじりを始める	もう少し広い畑を借りたい	こだわりの農作物収穫
うれしい	小美玉に帰るなら自然とふれあいたい	行政区ルールが不明。不安		家庭菜園級の貸畑の情報が無い	うまくいかないことも楽しい	家庭菜園級の貸畑の情報が無い	価値の分かる人とシェア
課題	土いじり・小商いの暮らしを小美玉の特徴として打ち出す	移住者歓迎の区に情報を公開してもらう		貸畑、畑付き空き家物件の情報集約	シビックガーデン以外のシェア畑を拡張	貸畑、畑付き空き家物件の情報集約	出会いの場となるマーケットが必要
■:行政 ■:行政以外	■ CP 関連市民 ■ 企画調整課 ・ライフスタイルとしてプロモーションする	■ 区長会 ■ 市民協働課 ・各區で情報を出すかどうか決めてもらう ・その情報をCPサイトにアップ		■ 環境課 ■ 企画調整課 ・問合せに答えられるようにする	■ 農業公社 ■ 市民NPO等 ・シェア畑の拡張	■ 環境課 ■ 企画調整課 ・情報集約方法を検討	■ CP 関連市民 ・市民主体のマーケットを開催 ・こだわり厳選
		課題12			課題13		

### 課題12 行政区のルールが分からず土地選びに困る

### 課題13 土いじりする生活をしたい

課題12 ● 移住者(市内移住も含む)から見ると、行政区のルール(入会金、年会費、ゴミ捨て、草刈、冠婚葬祭等)が公開されていない。

→土地を選んでもらう際に警戒されてしまっている。地域の理解や魅力も伝えるようにしたい。

課題13 ● テレワークや2拠点居住の実践によって需要が高まっている「土いじりする暮らし」や「小商い」を小美玉で実現できるライフスタイルとしてPR。

- 「採れたものを誰かとシェアしたい。価値観の合う人と繋がりたい」小商いで繋がる人たちのコミュニティが形成。

#### 手法

課題12 行政区の情報が見える化【区費、入会金、奉仕作業の頻度、つきあい等】※移住者歓迎の行政区が公開。非公開ももちろん認める。

課題13 土いじりする生活を叶えたい人へ訴求するプロモーションと、畑の情報集約。

#### 行動指標

課題12 行政区の情報が見える化(非開示の区があってもOK。新たな入居者を受けたいところは積極的に)

課題13 市民NPO等による家庭菜園級の貸畑の情報集約。市は空き家情報の共有、推奨広報、移住サイト等への掲載等。

つどって、  
語り合って、  
つくる。

小美玉市民  
ミーティング

プロセス  
大公開

2019年度



### 農業青年クラブ

栗、メロン、米、柿、イチゴ、大根、里芋など、多様な生産者の集まり。「安全安心な作物を子どもに食べさせられるのが誇り」「楽しい農業体験を企画し、それを婚活に繋げたい」など、積極的な意見が出ました。



ココでも小美玉。そこでも小美玉。

### クリエイター連携

小美玉には写真、映像、デザイン、イラスト、ウェブなど、様々な職種のクリエイターがいます。「地域のクリエイターたちがコラボして、地域の魅力を発信する作品をつくりたい」という想いで一致しました。



### 見つけて 磨いて 輝く小美玉へ



1年を通じて、小美玉市内で本業の仕事の経験で得た気づきやアイデアを、組織を越えた場で共有しています。本業に活かす、個人の新しい趣味を見つける、まちで新しい挑戦をする。一人の熱量が伝播しあい、可能性を磨きあっています。



## 商工会青年部

市の活性化に取り組む商工会青年部との座談会では、「あるもの生かし」「多様な人との対話の場の重要性」「クリエイターが住むまちにしたい」「帰ってきたくするには、小中高のときの良き思い出づくりが大切」などの総合戦略へのキーワードが出ました。



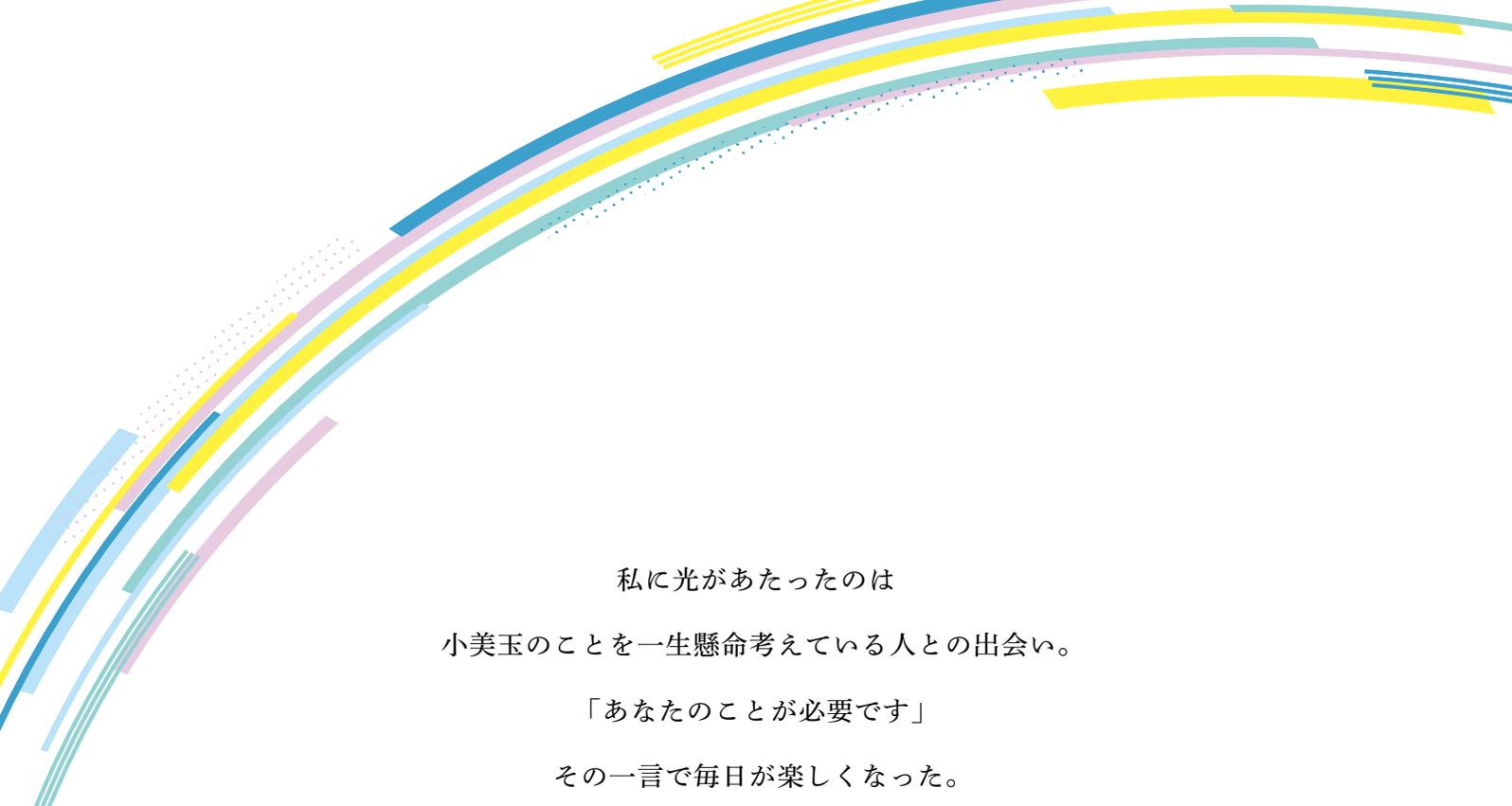
## 子育てママ

小美玉で生まれ育った方、他地域から移住した方など、様々な環境の中で子育て真っ最中のママたちと座談会。公園や公共施設、ママコミュニティ、情報収集の仕方など、子育て世代ならではの意見が出され、総合戦略に反映されました。

## デザイナーと学ぶ やさしいデザインラボ

デザイナーとともにデザインについて学びながら、新しいメディアを市民の手でつくっていきました。毎月1回の頻度で2019年10月から2020年2月までの計5回、手と頭を動かして、小美玉の魅力の発信の仕方を実践しながら学びました。





私に光があたったのは  
小美玉のことを一生懸命考えている人との出会い。

「あなたのことが必要です」  
その一言で毎日が楽しくなった。

一緒にやろうという仲間たちと  
小さな想いを磨き合う時間。

やりたいことに光があたって輝いて。  
住んでいる人が主役になるまち小美玉。  
今度は私が誰かを輝かせる番。

一人ひとりが小さく美しく輝く玉のように。  
一人ひとりがダイヤモンドの原石。

見つける。みがく。光をあてる。  
ダイヤモンドシティ小美玉

